

本報告書は、佐賀県における令和4年度「インターンシッププログラム構築・推進支援事業」において、新卒向けのインターンシップ実施に向け、プログラムの策定、当日の実施までの支援内容をまとめたものです。

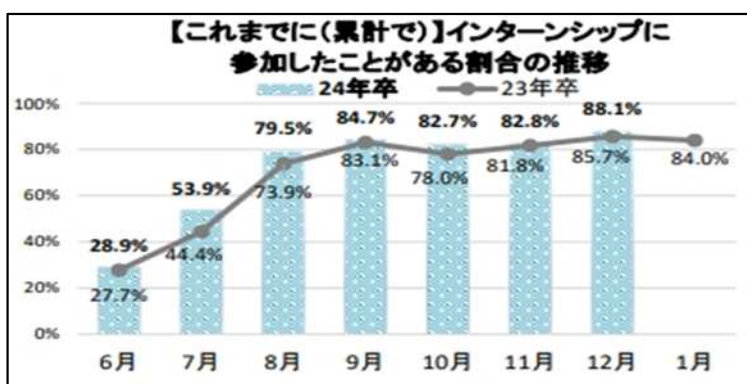
近年、新卒採用をはじめとする人材確保が増々困難になる中、インターンシップの実施は企業や働く魅力を知ることや、体験後のフィードバックによる自己理解における効果の高さが注目されており、大学生のキャリア形成や就職活動において欠かすことができないものとなっています。一方で、県内企業において「メリットが感じられない」や「やり方がわからない」ことから未実施企業が多くあることが現状です。

そこで、本事業では県内企業3社を対象にインターンシッププログラムの構築・実施を支援し、企業にとっての自社の魅力発信力の向上と、学生にとっては県内企業の魅力に気づく機会を提供することで、学生の県内就職を促進すること及び、インターンシップのノウハウの蓄積を促すことを目的としております。

本報告書では対象3社の取組をまとめておりますので、ぜひ今後のインターンシップの導入や改善においてご参考となりますと幸いです。

インターンシップの現状

24年卒の学生を対象とした、マイナビが実施する調査では、「インターンシップに参加したことがある」と回答した学生は**88.1%**に上りました（図①）。また、リクナビが実施する同様の調査においても、**73.8%**の学生がインターンシップに参加しているという調査結果が出ています（図②）。



図①マイナビ『サポネット』より



図②リクナビ『就職みらい研究所』より

また、福岡県における新卒学生の就職支援を手掛ける（株）スギナプラス社が独自に行ったアンケートでは、**46.5%**の学生が、インターンシップに参加した企業へ入社しているという結果が出ており、学生の就職活動におけるインターンシップの重要性が非常に高いことが分かります。

一方で同じくマイナビが企業向けに実施した調査では、24年卒においてインターンシップを実施した企業は65.7%と未実施の企業も少なくないことが分かります（図③）。

結論として、学生においてはインターンシップの重要性が増々認識される中で、企業においては、実施しづらい企業も少ないことが現状と言えます。

その中で、2022年6月に『インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的な考え方』が一部改正されたことにより、25年卒の学生を対象としたインターンシップの名称変更や採用選考への活用方法が変更されます。



図③マイナビ『サポネット』より

インターンシップを取り巻く環境が大きく変わることが予想されるため、ぜひこの機会に実施または改善のチャンスとして本報告書をご活用下さい。

報告書構成

事例No.① 「リアルな事業企画体験でIS参加者の満足度を高める」

IMARI株式会社

(梱包材製品製造・加工・販売)

事例No.② 「5日間で多様な業界・職種を研究できるプログラム」

三愛オブリガス三神株式会社

(ガス・エネルギー、建設業)

事例No.③ 「インターンシップ受入を通じて大卒採用の可能性を探る」

株式会社一ノ瀬畜産

(牛肉卸売り、加工品販売業)



IMARI&CO.

リアルな事業企画体験でIS参加者の満足度を高める



IMARI株式会社

所在地：佐賀県伊万里市 従業員：20名
 大川内町甲984-3 事業内容：ダンボール・ポリウレタ等
 設立：1967年 製品製造・加工・販売
 資本金：1,000万円 <https://imari-d.com/>

1967年、陶器用の梱包箱の加工に始まり、現在では自動車産業、半導体メーカーに裾野を広げ、これまでの経営基盤をもとに新規事業や新規市場開拓を推進。

インターンシップ概要

●実施の目的

- ① 学生からの満足度の高いプログラムにする
- ② 学生目線からの新規事業のアイデアを得る
- ③ 社員が学生と触れ合うことで、新たな刺激を得る

●実施前の課題

- a. 企業の知名度が低く、集客が難しい
- b. 交通が不便であり学生が参加しにくい
- c. IS受入経験が少なく、満足度の高いプログラムができない

●インターンシップのポイント

- ✓ リアルな事業企画体験の内容で、学生が就活時に「ガクチカ」として話せるようにする
- ✓ オンラインを取り入れることで、交通費や移動時間の負担を軽減する
- ✓ 学生と一緒に新規事業を考える内容にすることで、受入経験の少なさをカバーする

●インターンシップ5日間の流れ

日数：5日間

実施日：2022年8月22日（月）、23日（火）、26日（金）、30日（火）、9月2日（金）

形式：対面式（1日目、4日目、5日目）
オンライン（2日目、3日目）

参加者：6名

対応人数：メイン担当→1名（福井社長）、プレゼンテーション参加→6名

Day 1

会社&地域を知る

・会社見学・地域ツアー

Day2~3

新規事業企画

・オンライン・2チーム制

Day4~5

プレゼンテーション

・社員の前で発表
・フィードバック

ご担当者コメント



IMARI（株） 代表取締役社長
福井康一郎氏

Q.インターンシップの成果として感じられている点を教えてください。

プレゼンテーションに参加した社員に対して、とても良い啓発の機会になったと思います。学生の皆さんが真剣に考えてくれた事業案は私も含め、多くの刺激があり、自社の商品開発を見直す機会となりました。

Q.インターンシップ実施後に感じた課題を教えてください。

弊社までの交通において、物理的移動が必要となり、その補助の方法は課題です。また、社員内に対応できる経験値をもった人材がまだまだ不足していることも実感致しました。

Q.インターンシップに参加した学生の印象を教えてください。

素直で教えたことをそのままやってくれました。学生でしか気づかないであろうビジネスチャンスやニーズの発見方法が大変すばらしかったです。

| 日 | 時間 | 内容 |
|----------------|---------------------|--|
| 一日目 (対面) | 13:00 | ・社長挨拶、会社・事業内容説明 ・参加者自己紹介 |
| | 13:15 ～ 15:00 | ・伊万里を知るツアー <i>CheckPoint!</i> |
| | 15:15 ～ 16:15 | ・工業見学 ・業務体験 |
| | 16:15 ～ 17:00 | ・6名のチーム分け (2チーム) ・学生同士で今後の進め方及び役割について話し合い |
| 二日目 (オンライン) | 13:00 ～ 13:15 | ・各チームから本日の作業目標について発表 |
| | 13:15 ～ 16:00 | ・チーム毎に新規事業の企画会議 ※随時、主催者と福井社長よりアドバイス <i>CheckPoint!</i> |
| | 16:00 ～ 16:30 | ・終礼 (進捗報告と次回の予定共有) |
| 三日目 (オンライン) | 13:00 ～ 13:15 | ・各チームから本日の作業目標について発表 |
| | 13:15 ～ 16:00 | ・チーム毎に新規事業の企画会議 ※随時、主催者と福井社長よりアドバイス |
| | 16:00 ～ 16:30 | ・終礼 (進捗報告と次回の予定共有) |
| 四日目 (対面) | 13:00 ～ 13:30 | ・プレゼン準備 |
| | 13:30 ～ 15:00 | ・プレ企画プレゼン体験 ・主催者及び福井社長より改善ポイントなどのフィードバック <i>CheckPoint!</i> |
| | 15:00 ～ 16:00 | ・企画改善会議 |
| | 16:00 ～ 16:30 | ・終礼 |
| 五日目 (対面) | 13:00 ～ 14:00 | ・企画改善会議 ・プレゼン準備 |
| | 14:00 ～ 15:30 | ・プレゼン体験本番 (2チーム) ・社員からのフィードバック |
| | 15:30 ～ 16:30 | ・参加者の感想とISを通して学んだことの発表 ・福井社長よりISを通じての総論と、参加者へのフィードバック <i>CheckPoint!</i> |

「参加しない理由」の対策をする

CheckPoint!

同社がISを実施するに当たり、参加者募集の阻害となり得るのは、①企業の知名度の低さ②企業立地の2点。

①の対策としては、「学生にとって(就活の)メリットになる内容とする」ことで参加意欲を醸成することとした。本格就活開始前における学生は就活の準備として「ガクチカ」で話せる体験に魅力を感じる(コロナ禍で様々な活動が制限されていたので尚更)と考え、「自ら考えた事業企画が、実際の経営者に評価してもらえる」という内容に、その体験を就活時に活かせるものとした。

②企業立地については、オンライン形式を2日間導入することで学生の負担を軽減した。また、今回対面時には最寄り駅から同社までの送迎を行うことで、対面時の交通費負担の軽減も行うようにした。

このように、学生が「どのような点で参加をためらうのか」を把握し対策を打ち出すことで、参加学生の増加や満足度の向上に繋げることができた。

プレゼンのフィードバックは丁寧に

CheckPoint!

学生は「ISの参加者」として、「グループワーク」のフィードバックを「採用担当者」から聞くことが多いが、「二人の企画担当者」として「新規事業企画」のプレゼンを「経営者および現場社員」に聞いてもらい、フィードバックをもらえることは少ない。故に「どのような点が評価できて、どのような点について改善すべきか」を「経営者・社会人」からフィードバックしてもらうことで、客観的な自己評価を知ることができ、加えて就業体験としてのリアリティが向上し、就業後の業務をより明確にイメージすることができる。このプレゼンを通して得られる達成感が、ISへの満足度へと繋がる。



IS初日に地域を知ってもらう

CheckPoint!

今回のプログラムの初日では、会社説明に加えて「伊万里を知るツアー」を実施。伊万里市という地域的な特色を理解することによって、その後の新規事業の企画に地域特性の観点加わるのみでなく、紹介ツアーを通して学生と企業が接することで、その後の企画会議で質問がしやすい関係性を構築するアイスブレイクの役割も期待できる。学生が受けるISでは、多少のアイスブレイクはあるものの、経営者と1日を通して接する者は少なく、他社との差別化にも繋がる。

リアルな事業企画にする

CheckPoint!

学生がISを通して体験する事業企画の多くは、出された課題に対しての解決策をグループワークを通して導き出すものが多い。今回の事業企画では「収支計画書」の作成までを、福井社長と主催者の助言のもとで実施し、「実際にビジネスになる企画をし、プレゼンをする」というリアリティのある内容にした。リアリティの高い企画体験とすることで、学生の満足度は高まり、学生も「ガクチカ」として就活に活かせる経験を積むことができた。

| 項目 | 2022年4月 | 2022年5月 | 2022年6月 | 2022年7月 | 2022年8月 | 2022年9月 | 2022年10月 | 2022年11月 | 2022年12月 | 2023年1月 | 2023年2月 | 2023年3月 | 2023年4月 |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|
| 総売上高 | 210,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 | 410,000 |
| 総売上高 | 240,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 | 440,000 |
| 固定費 | 6,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 |
| 変動費 | 18,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 |
| 粗利益 | 24,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 | 44,000 |
| 固定費 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 | 180,000 |
| 変動費 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 |
| 利益 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 利益率 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 利益率 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |

学生目線の「ケア」を入念に

CheckPoint!

今回、学生には収支計画を含めた「実現可能な」事業企画と、それを社会人を前にプレゼンテーションする課題に挑戦してもらった。この課題は社会人でも困難に感じるレベルであり、IS中の「ケア」を入念に行った。

まず、企画を開始するに当たり、事前に事務局で企画案を作っておき、それを学生に参考資料として配布することで、完成イメージを明確にした。

また、オンラインでの企画会議においては福井社長及び主催者が常に同じトークルームにいる事で、チーム内で何か質問が出たり、煮詰まった場合にすぐに相談できる環境を整えた。



参加者の声

Q.本インターンシップ参加に満足した理由

- 新規事業の計画の手順をリアルに体感できました。また、その難しさや楽しさを体験を通じて感じることができました。
- アイデアは「あったらいいな」という発想や、日常の不満や改善したいことなどからも生まれるものだとなった。既存のもの同士を掛け合わせることで、新しいものを生み出していけるものだと知った。また、わからないことをわからないと言うことでより前向きに吸収できるのだと感じた。

Q.本インターンシップで印象的だった点

- 収支計画書の作成。実際にどのくらいの費用がかかるのか、現実的な数字についても考える点に、事業のリアルさを感じられた。

■ その他

- 同じグループの人と役割が自然と分かれたが、相手が主に取り組んだことについても理解しようという姿勢がもっと必要だったと感じた。また、相手が考えていることと自分の考えていることの共通認識をはかるためにも、モヤッとしたことをそのままにしないようにするべきだった。



●実施の目的

① 学生からの満足度の高いプログラムにする

以下、アンケート結果からも学生に高い満足度を感じて頂けた。その理由としては「新規事業企画のリアリティの高さ」「初日の伊万里ツアー」「福井社長自ら時間を作って頂けた」などがあげられている。

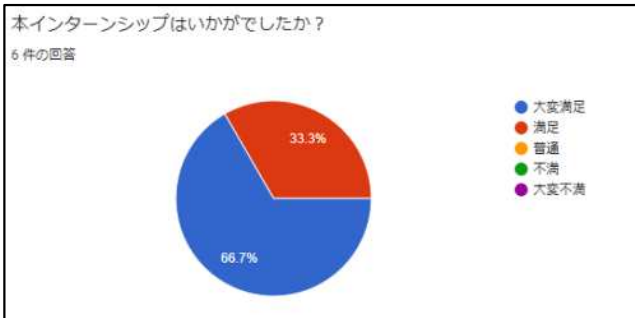
② 学生目線からの新規事業のアイデアを得る

実際にプレゼンされた2案について、福井社長が事業化を検討できるほど、クオリティが高く学生ならではのアイデアを得ることができた。



③ 社員が学生と触れ合うことで、新たな刺激を得る

プレゼン本番に参加した現場社員からも「学生目線での発表が新鮮であった」との声も聞かれ、現場社員の方々にも良い刺激となり、今後の若手人材採用に向けて受入の土壌を作ることができた。



実施後の課題

① 準備期間の短さ

今回、学生集客を優先し学生が参加しやすい「5日間」で日程を組んだが、参加学生からは「新規事業企画体験を経験すると、もっと長期間で準備をしたかった」というポジティブな意見も聞かれた。前後半日程に分けるなど、希望者はより深く体験できるようなプログラムも考えても良かった。

② 全員参加のための日程調整

こちらも学生集客のため「実施日は学生の希望日から調整」としたところ全日程参加できない学生も出てきてしまい、「全日程参加したかった」という声も出ていた。実施期間の兼ね合いもあるが、実施候補日は多くとれるよう早期の企画と集客を開始する必要があった。

総論

IMARI (株) のインターンシップは、「学生の満足度」を追求することを目的としたが、その点は成功したと言えるだろう。**福井社長自らが時間を掛け学生と接する時間を増やす**ことで、学生の満足度は向上しており、IS実施経験がない企業や採用知名度に課題のある企業が、大手企業と差別化するための参考になったと感じる。

また、プログラムを作成するにあたり、「**学生にとってのメリット**」を**考え尽くす**ことで、6名の参加意欲の高い学生が参加に至ったと考えられ、「**学生ファースト**」の採用市場における重要性が感じられるインターンシップとなった。

- ・「ガクチカ」で話せる経験をしたい
- ・交通費負担が少ないISが良い
- ・たくさんのフィードバックが欲しい

- ✓ リアリティのある事業企画体験
- ✓ 対面・オンラインの併用
- ✓ 社長や社員など多数の社会人からのフィードバック

インターンシップの満足度を高めるには

学生ファーストで考え、学生のメリットを追求する



三愛オブリガス三神株式会社

所在地：佐賀県神埼市神埼町 従業員：80名
 本堀3003-6 事業内容：ガス・エネルギー、建設業
 設立：1972年
 資本金：3,000万円 <https://sanshin34.com/>

1972年設立の同社は、地域住民の生活に密接に関与するLPガス供給やそれに係るガス器具の販売、更には住宅の新築やリフォーム、水回りの修理などを手掛ける地域密着型の企業。

インターンシップ概要

●実施の目的

- ① 自社の幅広い職種について広く理解してもらう
- ② 自社の採用選考に繋げる
- ③ 神埼市という地域についても知ってもらう

●実施前の課題

- a. 採用選考に繋がるような魅力的なISプログラムの構築
- b. インターンシップ参加者の確保
- c. 採用選考に参加する学生の確保

●インターンシップのポイント

- ✓ 初日に地域観光及び社員を交えたアイスブレイクを行い、社内の雰囲気の良いさを伝える
- ✓ 2日目～5日目で2業界（インフラ、建設）2職種（営業、事務）の理解を促す
- ✓ 交通費および最終選考確約の特典をつけ、参加者特典を訴求する

●インターンシップ全体の概要

日数：5日間

実施日：2022年8月22日（月）、30日（火）、31日（水）、
9月6日（火）、8日（木）

※9月6日は悪天候のため実施中止

形式：全日程対面式

参加者：6名（いずれも大卒3年生、男：女=2:4）

交通費：支給あり

特典：選考希望者は最終面接確約

対応人数：メイン担当→3名

2日目～5日目→各担当者2名前後

Day 1

会社・地域を知る
・会社見学・地域ツアー

Day2~3

業界を知る
インフラ業界、建設業界

Day4~5

職種を知る
・営業職・事務職

Checkpoint!

ご担当者コメント



三愛オブリガス三神（株）
 総務部課長
 島 加奈子氏

Q.インターンシップの成果として感じられている点を教えてください。

弊社もインターンシップを行った方がいいかも知れないと思いつつも、どうしてよいものかわからなかったのが、今回の経験を経て来年度から自社で行う自信ができました。学生さんから楽しかったと言ってもらったこともとても嬉しく思いました。

また、何よりもインターンシップに参加した学生さんが、弊社の採用試験を受験希望されたことが嬉しい成果です。

Q.インターンシップ実施後に感じた課題を教えてください。

自社でどうやってインターンシップに参加して下さる学生さんを集めるのが課題です。

また、複数日インターンシップを開催する場合、参加する学生さんにはなるべく多くの日程に参加していただきたいので日程調整にも配慮が必要だと思っています。

Q.インターンシップに参加した学生の印象を教えてください。

楽しく談笑する場面もあったのですが、皆さん素直で真面目な学生さんばかりでした。

| 日 | 時間 | 内容 |
|--|---------------------|--|
| 一日目 (対面) 「会社と地域を知る」 | 13:00 | <ul style="list-style-type: none"> ・島課長よりご挨拶 ・参加者自己紹介 ・会社説明 |
| | 13:30 ～ 15:00 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 神崎市を知るツアー ・ 訪問場所：市内観光名所（旧跡や神社）＋市内有名店の御団子やアイスを試食 ※社員が社用車を運転し案内する ※若手社員も同行し、道中で学生とのコミュニケーションを図る |
| | 15:00 ～ 16:00 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 社内に戻り、グループディスカッション体験 ・ テーマ：「砂漠からの脱出」 ※学生同士と、社員とのアイスブレイクが主たる目的 ※学生チームと社会人チームに分け、それぞれの違いを知ることによって場が活性化するように |
| | 16:00 ～ 16:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 終礼 ・ 本日の感想と学んだことの共有 ・ 次回以降のスケジュールについて確認 |
| 二日目 (対面) 「ガス事業を知る」 | 13:00 ～ 13:15 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の内容について説明 ・ 各人、本日の目標を発表 |
| | 13:15 ～ 14:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 担当者社員から、ガス事業についての説明（パワーポイントを用いた座学形式） ・ 担当社員2名（30代後半、20代後半）との座談会（担当社員の入社経緯や日常の業務など） |
| | 14:30 ～ 16:00 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 現場見学（公共施設や、温浴施設、民間工場、社宅など同社のガスを使用している現場を見学） ※社員が社用車を運転し案内する |
| | 16:00 ～ 16:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 終礼 ・ 感想のヒアリング |
| 三日目 (対面) 「建築事業を知る」 | 13:00 ～ 13:15 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の内容について説明 ・ 各人、本日の目標を発表 |
| | 13:15 ～ 14:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 担当者社員から、建築事業についての説明（パワーポイントを用いた座学形式） ・ 担当社員3名（50代2名、30代）との座談会（担当者の日常的な業務内容や業界動向など） |
| | 14:30 ～ 16:00 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 現場見学（学校や官公庁舎など同社建築事業が手掛けた現場を見学） ※社員が社用車を運転し案内する |
| | 16:00 ～ 16:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 終礼 ・ 感想のヒアリング |
| 四日目 (対面) 「営業職を知る」 | 13:00 ～ 13:15 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の内容について説明 ・ 各人、本日の目標を発表 |
| | 13:15 ～ 14:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 営業職についての説明 ・ 営業職員との座談会 |
| | 14:30 ～ 16:00 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 営業職員の業務体験（ガス等の販売先家庭へ同行などを予定） |
| | 16:00 ～ 16:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 終礼 ・ 感想のヒアリング |
| 五日目 (対面) 「事務職を知る」 | 13:00 ～ 13:15 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の内容について説明 ・ 各人、本日の目標を発表 |
| | 13:15 ～ 14:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 事務職についての説明（パワーポイントを用いた座学） ・ 事務職員との座談会（事務職員2名：30代2名、事務職の日常業務や女性の働き方について） |
| | 14:30 ～ 16:00 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 事務職員の業務体験（一般家庭へ郵送する書類作成補助、書類の封入作業） |
| | 16:00 ～ 16:30 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 終礼 ・ 感想のヒアリング |

CheckPoint!

CheckPoint!

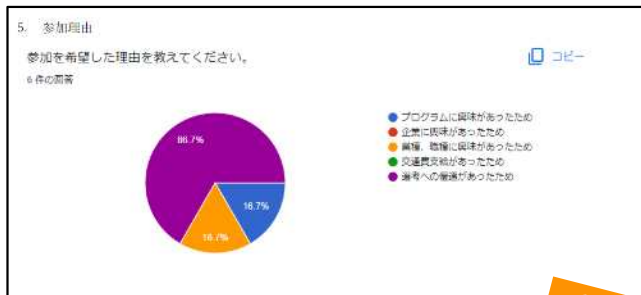
悪天候により
実施中止

CheckPoint!

同社はインフラ事業や建築事業を主としており、学生から人気の高い業界とは言い難く、参加者募集において学生参加を促す特典が必要と考えた。そこで交通費支給に加えて、参加後に採用選考を希望する学生に対しては、**書類選考及び一次面接の免除**とし、**最終選考確約**の特典を設けた。

事後アンケートにおいて、参加理由項目では「選考への優遇があったため」と回答している学生が6名中4名おり、集客時における効果が伺える。

特に3年生の夏季においては選考体験が多い学生は少なく、まずは選考優遇の企業に参加する、という理由で参加を希望した学生もいたと考えられる。



業界・職種研究に効率的なプログラムをアピール

今回のプログラムのテーマは「**効率的に業界・職種研究ができるインターンシップ**」である。3年生の夏季では、本格的な業界・職種研究まで進んでいる学生はまだ多くなく、まさに「まずは志望する業界、職種を考え始める」時期にあたる。

このような時期の学生に対して、参加メリットとして上記の「効率的に業界・職種研究ができる」を訴求することで、就職活動を始めるきっかけとしてや、今まで見てこなかった業界や職種研究のニーズがある学生が意義を感じ参加に至ったと考えられる。

このように、会社説明を中心としたプログラム内容であっても、時期に応じた訴求方法によってメリットを感じてもらい得る可能性がある。



業務説明の際は、業務体験を導入する

5日目で実施された事務職の業務説明では、前頁にもあるように、電話対応の体験や、送付物の作成補助・封入作業といった業務体験を導入した。実施後アンケートの中の「満足と答えた理由」では、「実際の職場体験ができたこと」「事務職の体験ができたこと」など実務体験によって満足度が向上したことが窺える。

特に就活を開始して間もないこの時期においては、実務体験を加えることが満足度向上に繋がるので、現場社員の協力を得て導入することを推奨する。



初日に実施した「**神崎市を知るツアー**」「**グループディスカッション体験**」が今回のプログラムにおいて重要な役割を果たした。

同社の最大のウリは「社内雰囲気の良さ」である。プログラム構築時点から、会社に来てもらえさえすれば十分に魅力が伝わると考えられるほど採用担当、現場社員の方の雰囲気が魅力的であった。

この強みを強くアピールできたのが初日のプログラムである。フランクな雰囲気の下、**社員の方々と「楽しく市内を回る」時間を共有**することで、同社と学生、学生同士の距離感は縮まり、「雰囲気・対応のいい会社」という印象を実感を伴って与えることができた。実際、初日に好印象を与えることで、2日目以降の日程に追加で参加を申し込む学生もいた。

また、予想以上に学生から好印象があったのが、ツアー後に実施したグループディスカッションである。内容としては「砂漠の脱出」というオソドックスなものであったが、事後アンケートにおいても印象的であったと答える学生が多かった。社会人チームとして、社員3名の方にも別チームとしてご参加頂くなどの工夫をしたことで、学生だけでなく全体で参加でき、更に両者の距離を縮めることができたと考えられる。

このように、本格的な内容に移る前のアイスブレイクの役割は大変重要であった。「雰囲気が良い」と言葉のみでは伝わり辛いので、プログラムを工夫し、実感を伴って伝えるような例として参考にして頂きたい。



参加者の声

Q.本インターンシップ参加に満足した理由

- 業界分析が進んだから。
- 企業の雰囲気や仕事内容、事業内容について詳しく知ることができたから。
- 三愛さんの雰囲気を直接感じることができ、働く姿を明確にイメージすることができたからです。
- 第一日目には会社についてだけでなく、会社の周辺についても知ることができた点が非常に良かったです。また、直接話を聞くことができる対面形式という点も良かったです。
- 初日の内容で企業さんの雰囲気を知ることができたから。
- 事務職の体験ができたから。

Q.本インターンシップで印象的だった点

- グループディスカッションをしたこと。
- 企業の雰囲気がとても良い所。参加日程が自由に選べたこと。
- 事務の仕事内容の説明と、実際の職場体験
- 車でたくさんの現場を回らせて頂いたこと。
- 社会人チームと学生チームに分かれて行ったワークです。他の学生と意見を交わし、仲を深めることができました。
- 初日に神崎市内のご案内を頂いて企業と地域の両方を知ることができた点。
- 事務職の体験で、実際の業務（封入作業など）を体験できた点。

■ その他

- 会社のことを知ろうとする姿勢、他学生や会社の方々と交流しようとする姿勢が大切なのだということを学びました。
- 事務職でも顧客満足のために考え行動する必要があること（を学びました）。

●実施の目的

- ①自社の幅広い職種について広く理解してもらう
- ②自社の採用選考に繋げる
- ③神崎市という地域について知ってもらう

今回のインターンシッププログラムでは「効率的な業界・職種研究ができるプログラム」をテーマとし、企業のことを広く学生に理解してもらうことを第一の目的とした。結果として、初日のアイスブレイクの効果もあり、前頁に触れたように参加日程を追加する参加者も出てきて、合計6名の学生に対し自社をアピールすることが成功したと言える。また、現場社員の方々の雰囲気の良いさを十二分に伝えることができたことも、前頁のアンケート結果から窺える。

②の採用選考に繋げるという、という目的については可能であればという程度であったが、結果的には**参加学生のうち3名が採用選考を希望した。**

要因としては、上記のように会社の魅力が十分に伝わったことがあるが、加えて事前に最終選考確約の特典があった点、

そして、インターンシップ実施後の採用スケジュールが決まっており、参加学生に対して時期を開けることなくスムーズに選考案内をすることができたことも重要と考える。選考実施後のフォローなど入社に至るまでには必要な対策も多いが、インターンシップの成果としては十分得られたと言えるだろう。

③の神崎市についての理解を得る取組については、初日の市内ツアーによって実施された。同社の場合、一般家庭へのガス供給を始めとするサービスが事業の中心であり、地域との関わりが重要であるためこのような内容が盛り込まれた。**ツアーだけでなく、各事業、職種の説明や現場同行時にも地域社会との関わり方や、社宅制度の利用紹介**を通じて社員が神崎市でどのように生活をしているのかのイメージを学生に与えることにも成功していた。このような業務のみでなく、「神崎市で生活する」ことに対して前向きなイメージを与えることができた点も、採用選考希望者の確保に繋がったと考えられる。

実施後の課題

①男性参加者の確保

同社では、男性と女性双方の募集を行っているが、今回のインターンシップにおいては特に事務職の業務体験に魅力を感じる学生が多く、女性参加者が多かった。対して、入社後に男性社員が担当することが多い営業職を説明する4日目は5日間の中で参加希望が最も少なく(2名)、営業職員確保のための更なる工夫が課題として残った。

参加者の募集が難しい営業職の内容だけ、複数回に分けて夏季休暇期間中に実施し、1名でも多く集客するようなスケジュール設定を行うことも今後取り入れていきたい。

②インターンシップ後の継続フォロー

上記の通り、参加者のうち3名が採用選考を希望した。インターンシップとしては十分な効果と言えるが、一方で3年生の夏季から始まり、内定先を決める4年生までフォローを続ける対応が必要となってくる。

インターンシップ参加者向けに更なる企業理解、社員との交流イベントの実施、定期連絡、選考のタイミングなど具体的な採用計画が今後必要となってくる。

総論

三愛オブリガス三神(株)のインターンシップの内容自体は業界・職種の説明が中心となり、学生参加の多い1dayインターンシップが複数日程になったものに思える。しかし、3年生の夏季という時期における学生の「業界・職種研究を始める」というニーズに即した効率的なプログラムとしての訴求や、企業最大の魅力である雰囲気の良さを十二分に伝えるためのプログラムと人員の選定によって、採用希望に繋がるまでの結果を得ることができた。

本事例からは、①「時期に応じてプログラムと訴求内容を構築する」②「自社の強みを分析し、最大限に活かす」という2点をインターンシッププログラム構築の成功要因として得ることができた。

特に地域密着型の中小規模の企業においては、著名な企業とプログラム内容を同じくしては参加者募集から困難になるため、内容、参加特典においてどこで差別化できるのかを十分に検討する必要がある。

説明型のプログラムでも、時期に応じたメリットの訴求と自社の強みが伝わるプログラムの実施で他社と差別化できる



インターンシップ受入を通じて大卒採用の可能性を探る



株式会社一ノ瀬畜産

所在地：佐賀県嬉野市塩田町 大字久間乙2577-1 従業員：36名
事業内容：牛肉卸売・加工品販売業
設立：1979年
資本金：3,000万円
<https://ichinosechikusan.com/pages/2/>

1955年創業の同社は、佐賀県が誇る国産黒毛「佐賀牛」の加工食品メーカーであり、食肉以外の新商品開発も積極的に実施し、「佐賀牛」普及・発展に大きく寄与している。

インターンシップ概要

●実施の目的

- ①大卒採用の本格導入のため、大学生の動向を知る
- ②自社に興味を持ってもらうためのノウハウを獲得する
- ③来年度以降のIS導入に向けてプログラム内容の参考にす

●実施前の課題

- a.大卒の採用経験が少なく、採用ノウハウが不足している
- b.学生から興味を持たれにくい業界
- c.本社所在地のアクセスが不便である

●インターンシップのポイント

- ✓ 学生自身にISプログラムを企画してもらうことで、学生特有の視点を採用計画の参考にす
- ✓ 対面式とオンラインのハイブリット開催、交通費支給＋無料送迎で地理的な阻害要因を解決
- ✓ インターンシップを企画する本格的な課題を課すことで、参加者の満足度を向上させる

●インターンシップ全体の概要

日数：5日間

実施日：2022年9月1日（木）、2日（金）、3日（土）、5日（月）、10日（土）

形式：対面式（1日目、2日目、5日目）
オンライン（3日目、4日目）

参加者：4名（いずれも大学3年生、男：女=3:1）

交通費：支給あり + 最寄り駅からの車送迎あり

対応人数：メイン担当→1名（一ノ瀬取締役）、

事業説明会を現場担当者4名＋一ノ瀬社長から実施

Day 1～2

会社を知る
・会社見学

Day3～4

新規事業企画
・オンライン

Day5

プレゼンテーション
・社員の前で発表
・フィードバック

CheckPoint!

ご担当者コメント



(株)一ノ瀬畜産 取締役総務部長
一ノ瀬仁美氏

Q.インターンシップの成果として感じられている点を教えてください。

この度インターンシップを行いまして、会社のインターンシップを考えるというテーマだったので、現役学生の意見などを取り入れられたことが成果につながったと思います。

Q.インターンシップ実施後に感じた課題を教えてください。

課題としましては、弊社みたいに佐賀県内の企業は交通の便が悪いのが現状です。今後はその部分で考慮をしなければならないかもしれません。

Q.インターンシップに参加した学生の印象を教えてください。

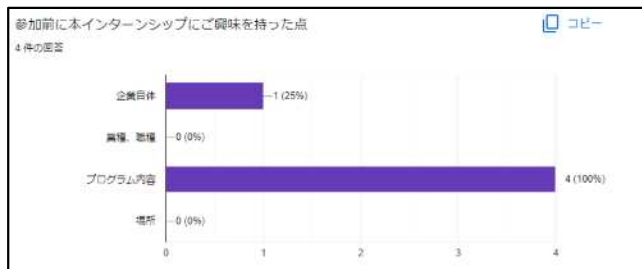
参加頂きました学生の方々は、今後のことも考えていて、また意見をはっきりと持っている印象がありました。弊社のような企業のインターンシップに参加頂いたことに感謝致します。

| 日 | 時間 | 内容 |
|----------------|---------------------|---|
| 一日目 (対面) | 13:00 | ・一ノ瀬取締役より会社・事業内容説明 ・参加者自己紹介 |
| | 13:30 ～ 16:30 | ・工場見学 自社工場+佐賀県高性能食肉センター ※自社工場にて、畜産業の基礎理解、加工現場の見学を実施 ※一ノ瀬代表取締役社長にもご参加頂き、今後の事業展望についてお話頂く |
| | 16:30 ～ 17:00 | ・終礼 ・本日の感想と学んだことの共有 ・次回以降のスケジュールについて確認 |
| 二日目 (対面) | 13:00 ～ 13:15 | ・一ノ瀬取締役から本日の体験内容について説明 ・各人、本日の目標を発表 |
| | 13:15 ～ 15:00 | ・業務体験 食肉の部位別パッキング業務、小売店出荷用の包装作業 |
| | 15:00 ～ 16:00 | ・プレゼンテーションに向けたMTG プレゼンテーマ「 <u>(株)一ノ瀬畜産が大学生を採用できるインターンシップ内容を考える</u> 」→質問事項を抽出し、一ノ瀬取締役から回答 |
| | 16:00 ～ 16:30 | ・終礼 |
| 三日目 (オンライン) | 13:00 ～ 13:15 | ・各人から本日の作業目標について発表 |
| | 13:15 ～ 16:00 | ・チーム毎に新規事業の企画会議 ※随時、主催者よりアドバイス、終了付近では一ノ瀬取締役との質疑応答 |
| | 16:00 ～ 16:30 | ・終礼（進捗報告と次回の予定共有） |
| 四日目 (オンライン) | 13:00 ～ 13:15 | ・各人から本日の作業目標について発表 |
| | 13:15 ～ 16:00 | ・チーム毎に新規事業の企画会議 ※随時、主催者よりアドバイス、終了付近では一ノ瀬取締役との質疑応答 |
| | 16:00 ～ 16:30 | ・終礼（進捗報告と次回の予定共有） |
| 五日目 (対面) | 13:00 ～ 13:30 | ・各人から本日の目標について発表 ・プレゼンテーションに向けて、注意事項など確認 |
| | 13:30 ～ 16:00 | ・プレゼンテーションに向けた準備 |
| | 16:00 ～ 17:00 | ・プレゼンテーション 一ノ瀬社長、一ノ瀬取締役、社員8名参加 |
| | 17:00 ～ 17:30 | ・プレゼンテーションフィードバック |

CheckPoint!

プログラムを構築する際に、「**まずは学生の動向を把握し、大卒採用の可能性を検討する**」という点を目的として設定した。同社が畜産業を主としており、専門外の学生からは希望や興味を持たれづらいことに加え、業界・企業説明を主としたインターンシップは他社で数多く実施されており、参加学生の募集が困難であることから、どのように満足度の高いプログラムを作成するかが課題となった。

そこで3日目以降を**インターンシップの内容企画という体験型プログラム**とすることで、**学生の目線をプレゼン内容から把握することができ、なおかつ学生満足度の高いプログラムとすることができた**。以下は、参加理由に関するアンケート結果である。体験型のプログラムに魅力を感じ参加したことが読み取れる。



このように、体験型プログラムをうまく活用することで、学生の目線を把握し採用経験の少なさを補うことと、参加学生の満足を得る事を両立することができる。

企業説明の際は座学だけでなく現場重視

CheckPoint!

本プログラムの1日目、2日目では企業・業務理解のため、食肉の加工現場と佐賀食肉センターの見学及び、作業体験を実施した。事後アンケートにおいて印象的だった点に「**実際に工場見学した点**」と記載もあったように、**現場見学は学生からの満足度が高い**内容と言える。これは、ほとんどの企業のISが、採用担当者による座学によって業界・会社・業務を理解する内容である中、実際の見学や体験があることで差別化を図ることができたからだと考えられる。



また、**現場見学・業務体験・現場で就業する社員との交流は具体的な就業後のイメージを学生にもたらし、採用時にミスマッチを防ぐ際にも効果的**である。

以上のことから製造業に限らず、現場社員を巻き込んだ形でインターンシップを受け入れることが、魅力あるプログラム構築のために重要と言える。



Q.本インターンシップ参加に満足した理由

- 一ノ瀬畜産さんのインターンシップ内容を考えるという、おそらく他社では体験できないプログラムを行うことができたので、良かったです。
- 採用のコンサルティング体験という面で魅力を感じ、実際に採用コンサルを経験して大きな学びがあったため。
- 一ノ瀬畜産さんの皆様の雰囲気の良い、プレゼンのやり方を学べた点。

Q.本インターンシップで印象的だった点

- インターンシップの企画を通して採用側の目線を学ぶことができ、就活を企業側から見る力を身につけられたと思います。
- 実際に工場見学をすることができて、これまで知ることなく食卓に並んでいた肉類がどのような経緯で製造されるのかを知ることができた。また、佐賀牛というブランドを日本だけでなく世界に広げるために、新商品の開発や新たな加工センターの導入などの施策を行っていることを知ることができたことも印象的だった。
- 実際に工場見学をした点。
- 一ノ瀬畜産さんの皆様の雰囲気の良い、プレゼンのやり方。



交通費支給はマスト条件

CheckPoint!

今回は、遠方の学生が交通費負担を避けるために不参加となることを防ぐため、最寄り駅までの交通費支給+車による送迎を実施した。

学生がプレゼンテーションで提言した内容にも、「交通費の支給は必要」とあったように、所在地へのアクセスが悪い場合は、交通費や交通手段のフォローがなければ、参加学生の集客において内容を訴求する以前に苦戦するため、積極的に導入することを推奨したい。

●実施の目的

- ①大卒採用の本格導入のため、学生の動向を知る
- ②自社に興味を持ってもらうためのノウハウを獲得する
- ③来年度以降のIS導入に向けてプログラム内容の参考にする

参加学生によるインターンシップ企画の中で、同社がインターンシップを本格導入する際に留意する点として以下があげられた。

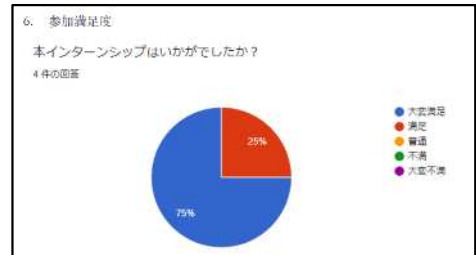
- ・ガクチカに悩む学生が多いため、参加型の内容であれば、プログラム内容で勝負できる
- ・最終面接確約などの、参加メリットが欲しい
- ・連続5日間ではなく、一定期間内で5日間参加の方が参加しやすい
- ・夏休み期間であれば、8月下旬が一番参加しやすい

以上の点を加味すると、プログラム内容については実施した参加型で満足度は得られるが、**参加を後押しする材料として交通費支給や、最終面接確約などの更なるメリットが必要である**、という学生目線からの意見が得られた。

得られたインターンシップに対する学生の意見と、5日間の受入れを通して得られた知見を参考に、採用計画の再検討を実施することができた。

また、今回のインターンシップでは学生への会社紹介、業務体験、インターンシップ企画を実施し、事後アンケートでは「大変満足」「満足」の回答のみであったことから、「満足度の高い」インターンシップを実施できたと言える。

理由として、参加型のプログラムに満足しているという回答が多く、会社紹介+αを実施する有効性をノウハウとして獲得できた。



実施後の課題

①インターンシップ後に採用選考へ誘導する仕掛け

今回のインターンシップでは、採用プロセスの中でも「学生に興味を持ってもらう仕掛け」に重点を置いたプログラムとなった。企業紹介と業務体験、そして企画体験によって、企業理解と満足度を高めることができたと言える。一方で興味から選考へ進むという導線を準備できていなかったことが課題として残った。まず、大卒向けの求人内容を整備し、全体の採用計画を策定した上でインターンシップを実施し、それ以降の選考予定やイベントの案内ができれば、「採用に繋がる」インターンシップとすることができたらう。

また、インターンシップ参加者に対して「書類選考免除」や「最終面接確約」のような選考時の優遇措置があれば、その後の採用にも繋がりやすく、学生がインターンシップに参加するメリットを得られやすい。

②学生に魅力的な業務内容の紹介

同社では佐賀牛を用いた新商品の開発を実施しており、学生からの人気の高い商品企画の体験があれば、より企業や業務への興味を持たせることができたと考えられる。学生の傾向に合わせ体験内容を更に検討する余地がある。

総論

大卒の採用経験が少ない(株)一ノ瀬畜産が今回のインターンシップの実施を通して得られた最大の収穫は、最新の学生動向を把握できた点と言える。インターンシップを実施するには入念な準備が必要であり、満足度の低いインターンシップは学生の不評を買う恐れがあるが、今回のように「学生にインターンシップ内容を企画させる」という内容は、学生の目線を把握できると同時に、他社が取り入れていない本格的な体験型のプログラムであることから学生の満足を得ることができる。本プログラムは学生満足と企業の学生目線リサーチという二つのニーズをうまく組み合わせたプログラムであり、新卒採用の経験が少ない企業に対しては学生の動向を間近で感じるという目的における好事例と言えるだろう。

ただし、魅力的なプログラムのみでは参加者を獲得することは限界があるため、交通費の支給や選考時の優遇などの「メリット」を付与することも重要である。

企画型のプログラムを活用することで、学生満足度と学生動向の双方が得られる