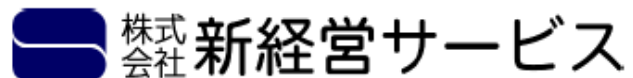

変わり種インターンシップ事例

～インターンシップを軸にした新卒採用～



目次

1. 母集団形成に特化することで成功したインターンシップ事例

A社: 無人島で行う体感型ビジネスプログラム(IT企業)

P.3

B社: 富士山麓での3泊4日野外型プログラム(中古車販売業)

P.6

C社: 中小零細企業が開催した「肝試し」インターンシップ(ウェブ制作業)

P.8

2. 優秀な学生を“一本釣り”することで成功したインターンシップ事例

D社: 学生を自社主催のビジネススクールに参加させた事例(飲食業)

P.10

E社: 社長と富士山登山を行うインターンシップ(不動産業)

P.12

F社: コートジボワールでのCSV活動に参加させた事例(飲食料品メーカー)

P.14

G社: 学生に100万円を渡し、新規ビジネスを運営する事例(人材派遣業)

P.16

1. 母集団形成に特化することで成功したインターンシップ事例

①-1 無人島で行う体感型ビジネスプログラム(IT企業A社)

➤ 無人島で様々なミッションをこなす体験型インターンシップ

■ 人材不足に課題を持つ企業が開催したビジネスプログラム

- ・「ISLAND」と名付けられたインターンシップは、1泊2日の合宿形式で仲間とともに様々なミッションに挑戦する体感型ビジネスプログラムです。(≡人生ゲームの無人島版)
- ・人材不足に課題を持つA社では、インターンシップの目的を、
 - ✓ テーマの間口を広げることで、業界や会社に興味を持ってもらうきっかけを作ること
 - ✓ 口コミを通じて母集団形成と企業ブランド力の向上を図ることの2つに設定し、母集団形成型のインターンシップを開催しています。

■ インターンシップを通じて自社の価値観や、やりがいを実際に体感させる

- ・インターンシップでは、様々なミッションを通じて、A社が大切にする「挑戦」「自発性」等の価値観を体感させることで、自社へのロイヤリティを高めています。
- ・また、ミッションに“賭け”の要素を取り入れることで、実際のビジネスの世界を体感させ、A社の仕事のやりがいを伝えています。

1. 母集団形成に特化することで成功したインターンシップ事例

①-2 無人島で行う体感型ビジネスプログラム(IT企業A社)

➤ インターンシップのコンテンツを充実化させることで母集団形成に成功

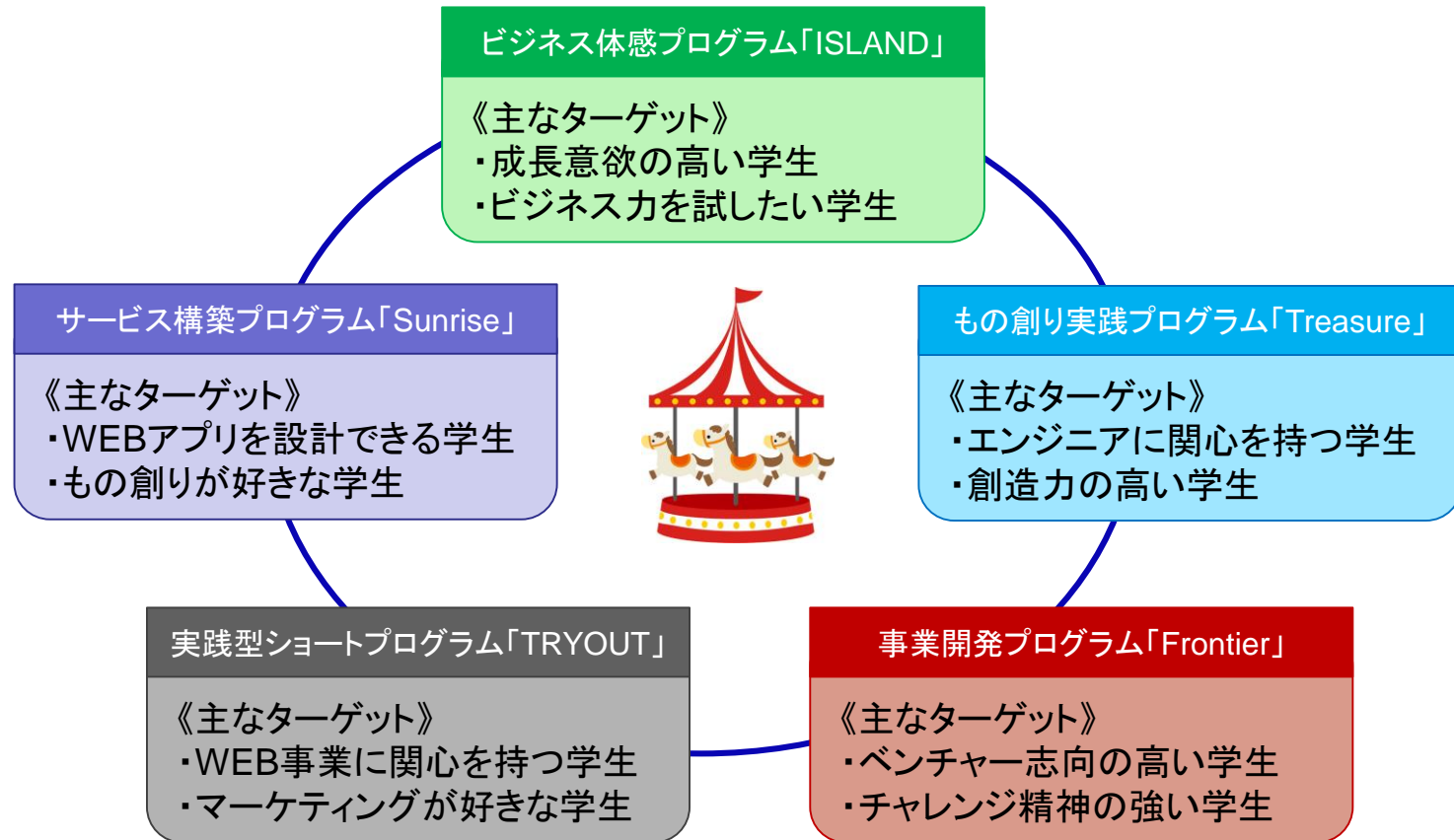
■ 採用したい学生に合わせたインターンシップを設計することで、母集団形成に成功

- ・A社では、採用したい学生に合わせて、計5種類のインターンシップを設計し、
“**インターンシップのテーマパーク化**”を図ることで、母集団形成に成功しています。
- ・また、集客施策として、
 - ✓ インターンシップ専用サイトの立ち上げ
 - ✓ YouTube動画での広告宣伝を行い、注目を集めました。
- ・その結果、エントリー者は1万人を超え、年4回実施したインターンシップでは
選抜された計120名が参加し、SNSでも話題のインターンシップとなりました。

1. 母集団形成に特化することで成功したインターンシップ事例

①-3 無人島で行う体感型ビジネスプログラム(IT企業A社)

➤ インターンシップを“テーマパーク化”することで、求める人材を確保する



★多種多様なインターンシップを開催することで間口を広げ、母集団形成に成功！

⇒他のインターンシップへの参加を促すことで、優秀人材との接点確保や囲い込みが可能

1. 母集団形成に特化することで成功したインターンシップ事例

②-1 富士山麓での3泊4日野外型プログラム(中古車販売業B社)

➤ 富士山麓で行う3泊4日型の野外インターンシップ

■ 知力・体力を兼ね備えた優秀人材を求める企業が開催したプログラム

- ・「IGNITION」と名付けられたインターンシップは、8人ずつの3チームに分かれ、数多くのミッションに挑戦する野外研修型のインターンシップです。
- ・インターンシップでは、夕食の食材争奪戦や、トレジャーハンティング、ボートレースなど、多種多様なミッションに挑戦し、チームワークやリーダーシップの重要性を伝えます。
- ・事業拡大戦略を背景に、知力・体力・精神力を持つ人材の確保が課題であったB社では、**単なる課題解決型のインターンシップでは推し量れない、体力や精神力を見極めることで、求める人材の発見と囲い込みを行っています。**

1. 母集団形成に特化することで成功したインターンシップ事例

②-2 富士山麓での3泊4日野外型プログラム(中古車販売業B社)

➤ 告知活動や採用媒体を抜本的に変えることで、母集団形成に成功

■ 積極的な告知活動、求める人材に適した採用媒体の選定により母集団形成に成功

・B社では、

✓ インターンシップ専用サイトの立ち上げ

⇒インターンシップの様子や、参加者の声を動画や画像で掲載

✓ インターンシップの説明会を全国で実施(計14回)

など、積極的な告知活動を行うことで、母集団形成に成功しました。

・また、自社の求める人材に合わせ、採用媒体を大手ナビからダイレクトリクルーティング型に変更し、より質の高い学生へのアプローチに注力しています。

・その結果、内定は266名、入社は62名を獲得し、質の高い学生を獲得できたことで、早期離職率の低下要因の1つとなりました。

1. 母集団形成に特化することで成功したインターンシップ事例

③-1 中小零細企業が開催した「肝試し」インターンシップ(ウェブ制作業C社)

➤ 地方零細企業が開催。深夜のオフィスを舞台にした肝試しインターンシップ

■ 採用経費を掛けずに企業認知度を高めるために開催したインターンシップ

- ・従業員20名程度の地方零細企業であるC社では、
「いかに採用経費を掛けずに企業認知度を高めるか」を目的として、
変わり種のインターンシップを開催しました。
- ・深夜の自社オフィスを舞台にした肝試しインターンシップでは、
恐怖心や予想外のハプニングに耐えながら、一晩を使って企画を立案します。
- ・C社では、母集団形成に特化し、インターンシップのプログラムをユニークにすることで、
学生との接点を設け、インターンシップを通じて事業内容と仕事のやりがいを伝えています。

1. 母集団形成に特化することで成功したインターンシップ事例

③-2 中小零細企業が開催した「肝試し」インターンシップ(ウェブ制作業C社)

➤ 地方零細企業に、全国から数十名の応募が集まる

■ 採用コストの削減と、他社とのバッティング防止を通じて母集団形成に成功

- ・C社では、開催時間を夜9時～朝9時にすることで、
学生視点では、
 - ✓ 学業やアルバイト終わりに気軽に参加できる企業視点では、
 - ✓ 他社とのバッティングを防ぐことができるというメリットを作っています。
- ・その結果、地方の零細企業に、全国から数十名の応募があり、
またSNSでも話題になるなど、成功を収めたインターンシップとなりました。

2. 優秀な学生を“一本釣り”することで成功したインターンシップ事例

④-1 学生を自社主催のビジネススクールに参加させた事例(飲食業D社)

➤ 社会人向けに実際に行っているプログラムに参加させるインターンシップ

■ 自社が開催するビジネススクールに参加させる実践型インターンシップ

- ・飲食業を運営するD社では、実際に社会人向けに開催しているビジネススクールに学生を参加させることで、優秀な人材の“一本釣り”を図っています。
- ・一等立地にある赤字店舗のリモデルを行うビジネススクールは、事業計画書作成からリアルな店舗出店、その後の数字会議&課題の対策まで、店舗経営における一連の流れをすべて行うプログラムになっています。
- ・「社長を一番輩出する会社でありたい」というビジョンを持つD社では、**敢えてハードルの高いインターンシップを開催することで、本気で起業を目指している成長意欲の高い学生を一本釣りし、採用を成功させています。**

2. 優秀な学生を“一本釣り”することで成功したインターンシップ事例

④-2 学生を自社主催のビジネススクールに参加させた事例(飲食業D社)

➤ 採用コンセプトの確立や参加メリットを作ることで優秀な人材の集客に成功

■ 優秀なビジネスモデルには、最大で1億円までの出資など参加メリットが大きい

- ・D社は、「社長で、生きろ」というエッジの効いた採用コンセプトを確立し、学生へのメッセージとして配信することで、他社との差別化を図っています。
- ・また、参加するメリットとして、例えば、
 - ✓ 優秀なビジネスモデルには、最大で1億円まで出資される
(実際にインターンシップから生まれたビジネスモデルを展開している)
 - ✓ 社会人は有料のプログラムだが、学生は参加費が無料になる
 - ✓ 開催時間が夕方からなど、学生が通しやすい時間帯で開催していることが挙げられます。
- ・その結果、以前は内定者8名に対し承諾者は0人であったのに対し、インターンシップ導入後は、内定者18名に対し、承諾者が10名となり、優秀な学生の囲い込みにも成功しています。

2. 優秀な学生を“一本釣り”することで成功したインターンシップ事例

⑤-1 社長と富士山登山を行うインターンシップ(不動産業E社)

➤ 経営者と富士山登山や温泉を楽しむインターンシップ

■ 社長が直接学生を口説き落とすことで、優秀人材の確保に成功した事例

- ・地方で不動産業を運営するE社では、社長(現会長)と共に富士山登山を行い、社長とのコミュニケーションを通じて働くことや経営を学ぶインターンシップを開催しています。
- ・道中では、社長から直々にビジネスの基本スタンスや儲け方について学ぶことができ、**E社が求めるベンチャー志向の高い優秀な人材を直接口説き落とすことで、“一本釣り”を図っています。**
- ・また、下山後には温泉や食事を楽しむことができ、学生の満足度をより高めています。

2. 優秀な学生を“一本釣り”することで成功したインターンシップ事例

⑤-2 社長と富士山登山を行うインターンシップ(不動産業E社)

➤ 様々なチャネルを活用することで優秀な人材と接点を設ける機会を増やす

■ インターンシップサイトや県が運営するインターンシップシステムを導入し、母集団を形成

- ・集客施策として、インターンシップの専用サイトを立ち上げることはもちろん、社長からのメッセージ動画の作成や、**県が運営するインターンシップシステムを活用することで、母集団形成に役立てています。**
- ・大手ナビサイトにはないサービスもありますので、本社を置く都道府県に同様のサービスがある場合は、検討してみてはいかがでしょうか。

【インターンシップシステムとは・・・】

- ・**県の経営者協会が推進する全国の大学生と企業との交流を目的としたインターンシップサイト**
- ・大手ナビと異なるのは、以下の2つ
 - ✓ 各大学のキャリアセンターによる大学登録が必要
 - ✓ キャリアセンターの担当員が学生の参加状況を管理できる

2. 優秀な学生を“一本釣り”することで成功したインターンシップ事例

⑥-1 コートジボワールでのCSV活動に参加させた事例（飲食料品メーカーF社）

➤ CSV活動への参加を通じて、企業ブランドの向上と優秀人材の囲い込みを行う

■ 10日間のCSV活動を通じて優秀な人材の“一本釣り”を図る

- ・飲食料品製造業であるF社では、原料の輸入元であるコートジボワールでの研修を中心にマーケティング策定等の課題に取り組む約10日間のインターンシップを開催しています。
- ・上記のインターンシップは、元々は会社のCSV活動として取り組んでいるプログラムのため、**インターンシップを告知することで、企業イメージの向上施策としても活用できます。**

<プログラム例>

- ・国内事前研修 : 原材料に関する基本知識の習得
- ・海外研修 : 農家や現地社員と対談し、原材料を取り巻く環境を知る
- ・工場見学 : 国内工場を見学
- ・課題の実施 : 製品・コミュニケーションプランの企画開発

- ・また、海外研修を取り入れることで、F社が求める「グローバルリーダー」の適性を見極めることができ、学生も10日間を通じて事業モデルや自社の強みなどを体感できるため、双方にとって有意義なプログラムとなっています。

2. 優秀な学生を“一本釣り”することで成功したインターンシップ事例

⑥-2 コートジボワールでのCSV活動に参加させた事例（飲食料品メーカーF社）

➤ 会社独自の“採用パス制度”を設けることで、優秀人材の早期囲い込みを行う

■ インターンシップは大学1年生から参加可能とすることで、優秀人材と早期に接点を設ける

- ・F社では、学年問わず優秀な人材の早期囲い込みを行うため、インターンシップを選考の一環として開催し、また大学1年生から参加できる仕組みを設けています。
- ・更に、**大学1年生でもチャレンジできる選考を用意し、優秀と認めた学生には、学年を問わず、内々定を付与するなど、優秀人材の早期囲い込みを行っています。**
- ・その結果、2,200名のエントリーを獲得し、選考を通じて優秀な学生のみインターンシップに参加できる環境を整備しています。

2. 優秀な学生を“一本釣り”することで成功したインターンシップ事例

⑦-1 学生に100万円を渡し、新規ビジネスを運営する事例(人材派遣業G社)

➤ 学生に100万円を渡し、実際のビジネスを行うインターンシップ

■ 実際のビジネスとして学生が運営を行うことで、優秀な人材の獲得に成功

- ・製造や設計・開発分野の人材派遣業を運営するG社では、“就業体験”ではなく、本物の資金を使って、実際にビジネスを行うインターンシップを開催しています。
- ・上記のインターンシップを開催した背景には、G社が新設した「プロ経営者コース」の対象となる、優秀な人材を集めることが挙げられます。
※プロ経営者コース: 入社後3年間で経営者として育成して、4年目から執行役員へ

■ 学生にとってのメリットを最大限に増やすことで、優秀人材の囲い込みを実現

- ・G社では、学生にとってのメリットを最大限に増やすことで母集団形成に成功しています。
- ・例えば、
 - ✓ 理論ではない、本当のビジネスを体感することができる
 - ✓ 事業で得られた収益は、全額報奨金として支給される
 - ✓ 評価の高かった学生は、プロ経営者コースの最終面接パスを付与など、参加することで多くのメリットを享受できる仕組みを設けています。

3. 最後に

インターンシップ成功の秘訣は「自社の強み」×「学生が求めること(参加メリット)」

➤ 成功を収めているインターンシップには、3つの共通項がある

■ 成功事例から分かるインターンシップの秘訣とは？

- ・インターンシップの成功事例を見ると、いずれの企業も以下のポイントを抑えていることが分かります。

- ✓ インターンシップのコンセプト(開催目的)が明確である
- ✓ 学生にとってインターンシップに参加するメリットがある
- ✓ 自社の強みやビジョン等、学生に伝えたいことがプログラムに盛り込まれている

- ・また上記を通じて、採用媒体の見直し(大手ナビがダイレクトリクルーティングか)や告知手法の検討(インターンシップ専用サイトの立ち上げ)などを行うことで、わが社の採用力をより高めることもできます。

3. 最後に

インターンシップを軸にした採用を行うことで、安定した人材確保が可能になる

➤ インターンシップで安定した母集団を形成し、求める人材を確実に獲得する

■ 学生動向から分かるインターンシップの重要性

- ・株式会社ディスコの調査によると、インターンシップの参加率は2018年卒が約60%、19卒では約70%と、インターンシップに参加することが“当たり前”の状況となっています。
- ・また、インターンシップに参加した学生の半数以上が業界又は参加企業に関心を持ち、約6割の学生が、「インターンシップに参加した企業の選考を受ける」と回答しています。
- ・更に、本サイトのエントリー状況を見ると、3月にエントリーした企業数が平均20社に対し、4月は平均5社、それ以降は約2社と減ることから、3月以前に学生との接点を設け、わが社のアピールをする必要性が高まっています。
- ・以上のことから、インターンシップを軸にした採用を行うことで、安定した母集団形成を行い、求める人材を獲得することが可能と言えます。
- ・超売り手市場の中で、安定した母集団のもとで採用を行うために、「インターンシップを軸にした新卒採用」を検討されてはいかがでしょうか。

4. 採用支援スケジュール

インターンシップを軸にした採用支援スケジュール例 ※詳細はお問い合わせください

テーマ:インターンシップを軸にした採用支援		20××年									20××年
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
採用方針の 策定	・採用計画、求める人材の設定	⇒									
	・全体スケジュールの策定	⇒	⇒								
インターンシップの 概要設計(夏季)	・採用方針に適した媒体の設定(ディレクション)	⇒	⇒								
	・ナビ原稿の作成・掲載写真の選定	⇒	⇒	⇒							
	・インターンシップのコンテンツ・プログラムの作成		⇒	⇒							
インターンシップの 詳細設計(夏季)	・学生情報の管理			⇒	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒
	・インターンシッププログラムのブラッシュアップ			⇒	⇒	⇒					
採用担当者研修	・会社概要や事業等の魅力検討(ワークショップ)				⇒						
	・採用担当者教育研修				⇒						
インターンシップの実施	・インターンシップの実施と振り返り					⇒	⇒				
秋季プログラムの設計	・秋季プログラムの検討・詳細設計						⇒	⇒			
	・秋季プログラムの実施								⇒		
インターンシップの 詳細設計(冬季)	・インターンシップのコンテンツ・プログラムの作成								⇒		
	・インターンシッププログラムのブラッシュアップ								⇒		
企業説明会の概要設計	・企業説明会プログラムの作成、日程・会場の選定								⇒		
企業説明会の詳細設計	・企業説明会プログラムのブラッシュアップ									⇒	⇒
選考会の詳細設計	・選考会の設計(ES、面接時の質問等の設計)									⇒	⇒
インターンシップの実施	・インターンシップの実施と振り返り									⇒	⇒

執筆者・企業紹介

■ 執筆者

株式会社 新経営サービス
経営支援部 コンサルタント
大園 羅文



大学を卒業後、「中小企業の経営を支えたい」という志を持って新経営サービスに入社。

現在は、新卒採用の「インターンシップ」に特化して研究を重ね、学生動向などの定量的なデータと顧客企業の要望を織り交ぜた効果性の高いインターンシップ設計・運用を手掛ける。

お問い合わせ先

⇒ oozono@skg.co.jp

会社名	株式会社新経営サービス
設立	昭和53年1月
代表者名	代表取締役社長 田須美 弘
資本金	9600万円
社員数	80名(グループ合計)
所在地	〒600-8102 京都市下京区河原町五条西入本覚寺前町830 京都EHビル6F
TEL	075-343-0770
事業内容	総合経営サービス業 ・ 経営戦略・計画の策定 ・ 経営管理システムの構築 ・ 人事賃金システム構築支援 ・ 教育研修 ・ 講演・執筆活動、他

新経営グループ

 株式会社 新経営サービス	 協智紗司法書士事務所
 人事戦略研究所 Human Resource Strategic Research Institute	 株式会社中小企業MSAサービス
 新経営サービス清水税理士法人	 株式会社 財産ネットワークス京都 Zaimin Networks Kyoto Company Limited
 新経営グループ 新経営サービス西條社会保険労務士事務所	