

主催：公益財団法人 ふるさと島根定住財団 ジョブカフェしまね

インターンシップ等の改善・強化セミナー 採用につなげる学生のフォローアップの仕方



株式会社マイナビ
就職情報事業本部

関西・中四国 地域人材支援担当



株式会社マイナビ Mynavi Corporation

代表:代表取締役 社長執行役員 土屋 芳明

設立:1973年8月15日

従業員数:12,500名(グループ全体) ※2023年1月時点

本社:東京都千代田区一ツ橋一丁目1番1号 パレスサイドビル4F/6F/9F

就職や転職、アルバイトといった人材系事業から、進学、結婚、住まい、ニュースなどに関するメディア事業まで、総合情報サービス企業として幅広い事業を展開。全国に約50拠点。関西エリアは2府2県に6拠点。

▼マイナビ2024



▼マイナビ転職



▼マイナビバイト



▲マイナビニュース

▲マイナビウェディング

中山 千絵

株式会社マイナビ 就職情報事業本部(新卒領域) 地域人材支援担当(主任)

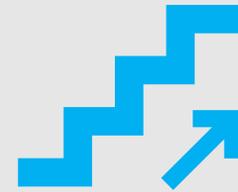
- 2017年 株式会社マイナビ 中途入社 (大阪支社 営業部 配属)
大阪府下全域の企業様の新卒採用支援業務に従事
業種・企業規模など幅広い企業様を担当
- 2021年 現部署にて関西をメインに中四国エリアを担当
関西・中四国エリアの企業様向けに採用支援セミナーや
自治体・経済団体様と連携し、地元企業の人材獲得支援を実施



インターンシップ内容への満足感と選考までのフォローが重要



インターンシップへの
満足感



選考までのフォロー

コンテンツ内容

貴社への志望度醸成

(1) 三省合意によるインターンシップの変更ポイント

- 1-1 最新のインターンシップ市場動向
- 1-2 三省合意改正

(2) 採用活動につなげる取り組み

- 2-1 インターンシップ参加と志望度の変化
- 2-2 インターンシップコンテンツ設計のポイント
- 2-3 インターンシップ参加後の学生フォロー

(3) 事例紹介

(4) さいごに

01

三省合意によるインターンシップの変更ポイント

- 1-1 最新のインターンシップ市場動向
- 1-2 三省合意改正



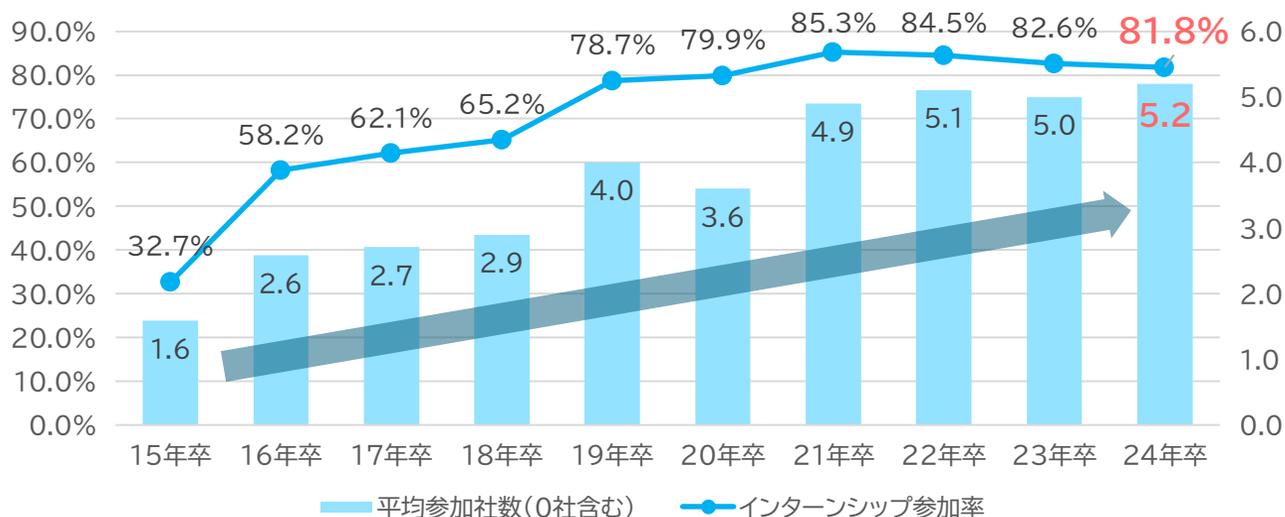
✓24年卒 学生のインターンシップ参加率 **81.8%** 参加社数 **5.2社**

出所: 2024年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査(2023年2月実施)

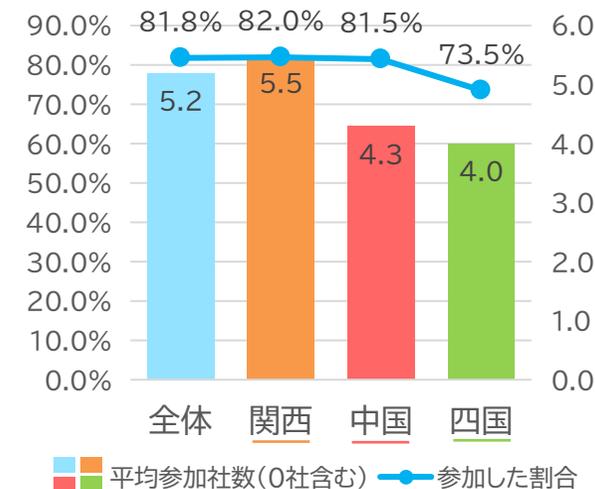
✓24年卒 企業のインターンシップ実施率 **54.4%**

出所: 2024年卒マイナビ企業新卒採用予定調査 (2023年2月実施)

■インターンシップの参加率と平均参加社数 経年変化 (全体)



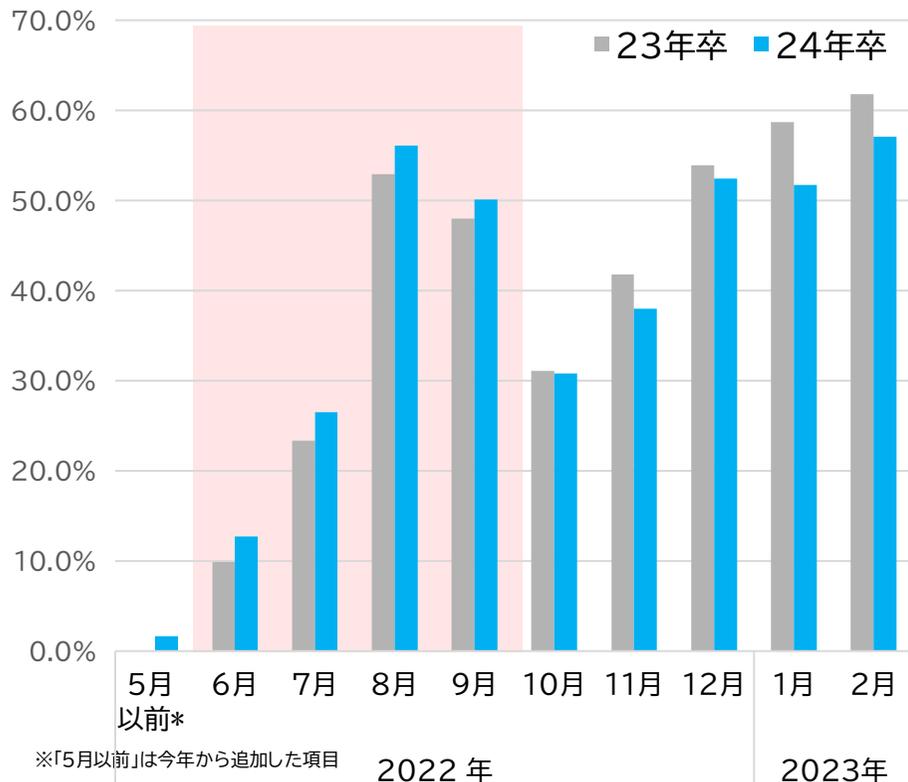
2024年卒 (エリア別)



エリアにより若干変動があるものの、
インターンシップ期間に約8割の学生が企業と接触している

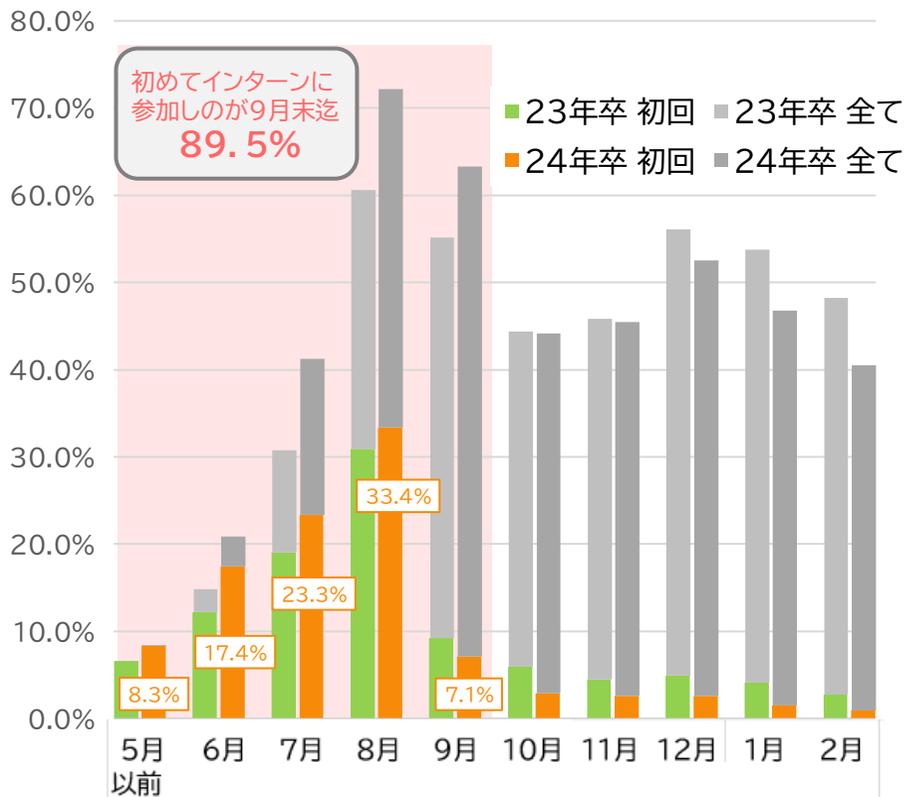
企業

■インターンシップを実施した月 ※複数回答



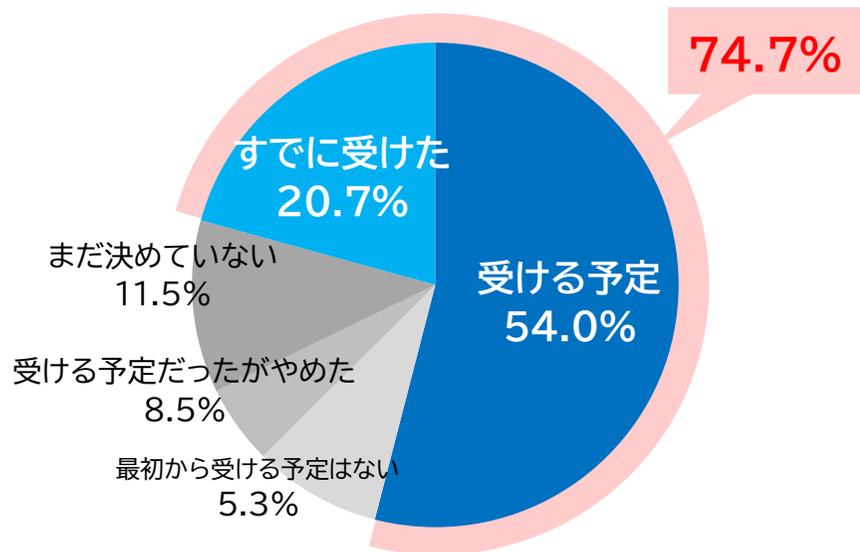
学生

■インターンシップに参加した月全てと初めて参加した月

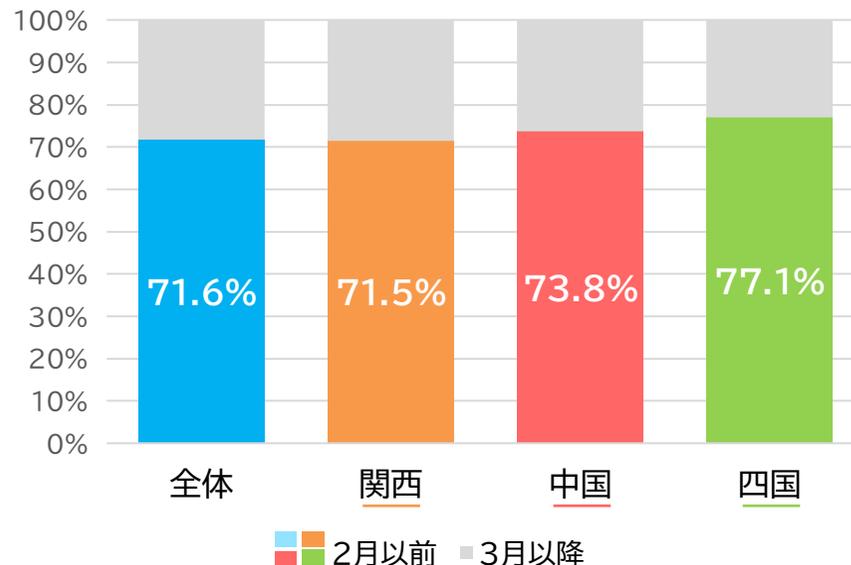


昨年と比較し6月～9月のインターンシップ実施比率が伸びており、学生が初めてインターンシップに参加する時期も6月～9月がピーク

■インターンシップ参加企業の採用選考受検予定状況

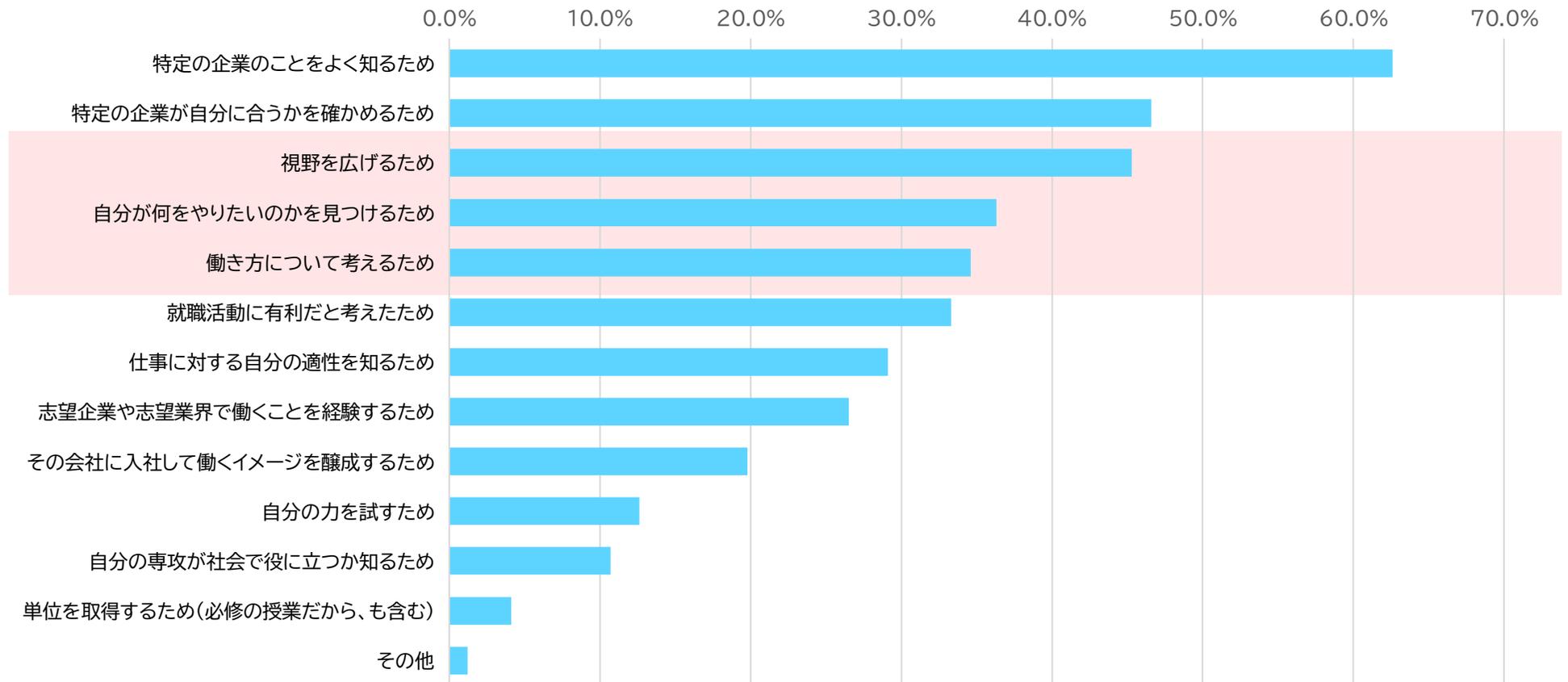


■入社予定先の情報に初めて触れた時期



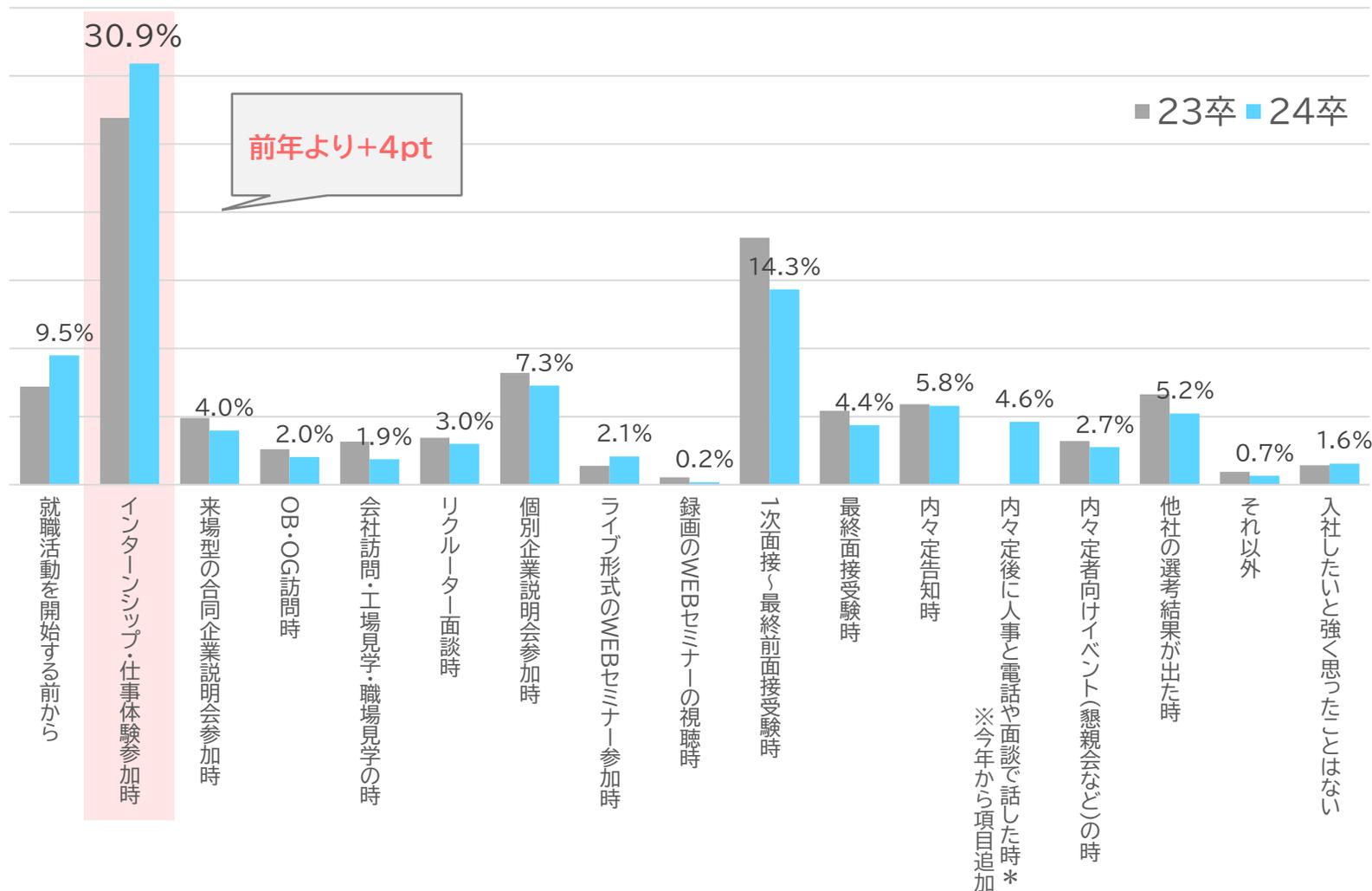
インターンシップに参加した企業への選考受検割合は7割以上
インターンシップ期間中(2月末迄)に知っていた企業に入社を決める割合が7割以上

■インターンシップ・ワンデー仕事体験に参加した目的

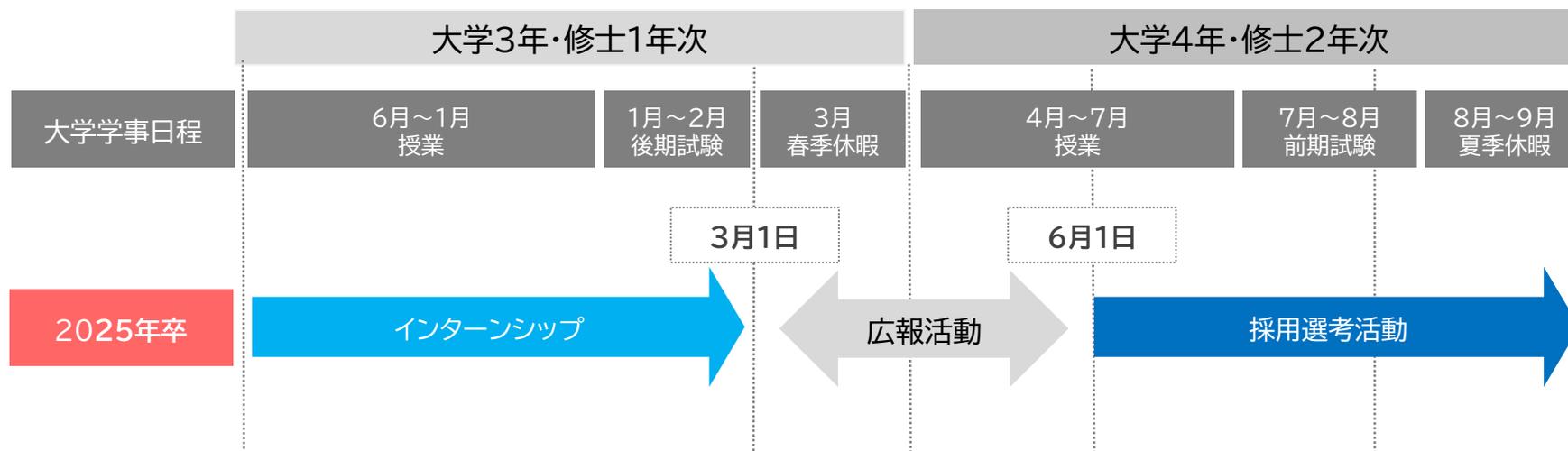


特定の企業について情報収集をしつつ、自分がやりたことを探したり、働き方を考えるなど、視野を広げるためにインターンシップに参加をしている

■その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング



入社したいと最初に強く思う(志望度が高まる)のはインターンシップ参加時



- 約8割の学生がインターンシップに参加している
- インターンシップに参加を始める時期は夏の時期がピーク
- インターンシップに参加した企業への選考受検予定割合は7割以上
- 2月末までに知っていた企業に入社を決める割合が7割以上

就職活動が短期化していることもあり、インターンシップ期間からキャリアについて考えたり、就職活動の準備・情報収集を始める動きが強まる

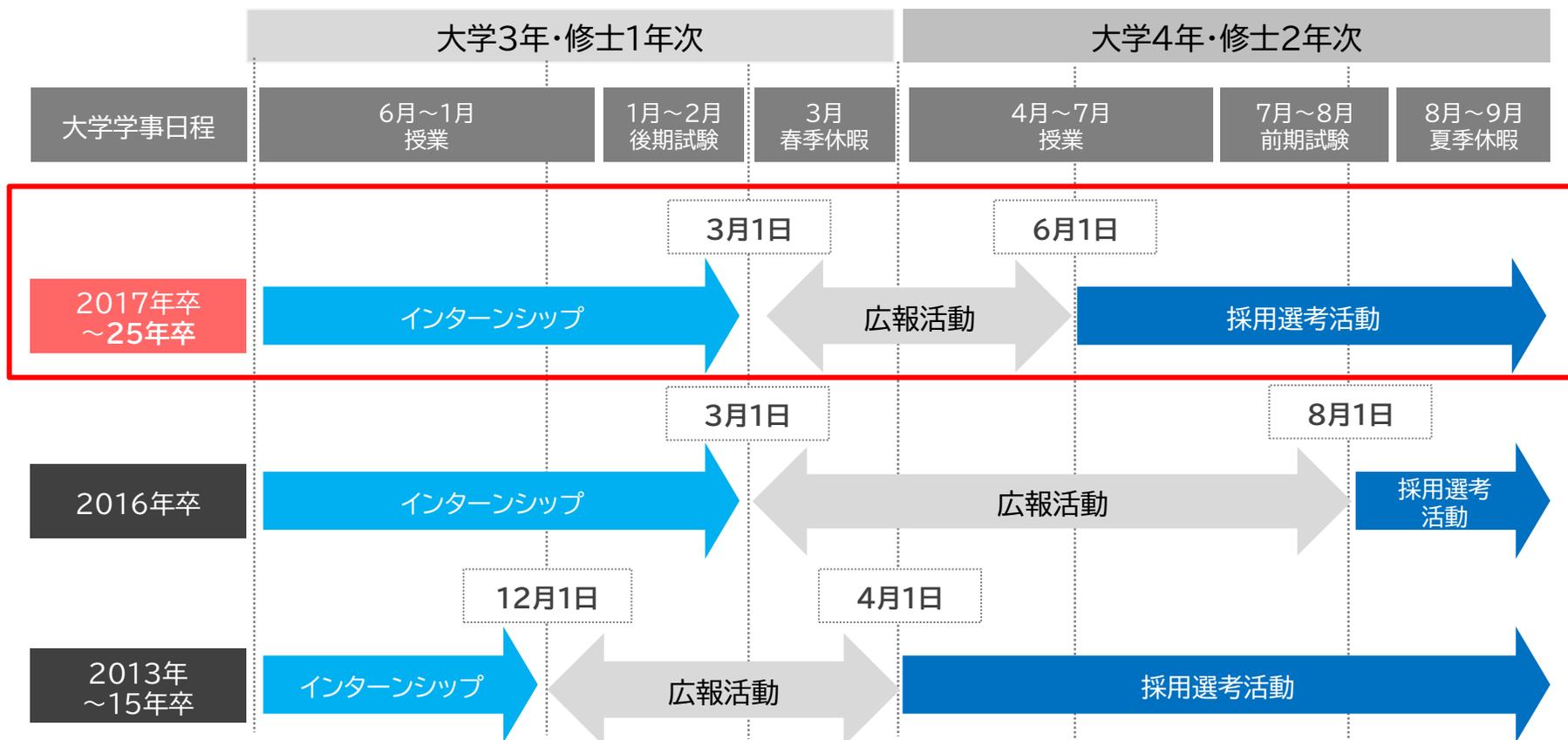
01

三省合意によるインターンシップの変更ポイント

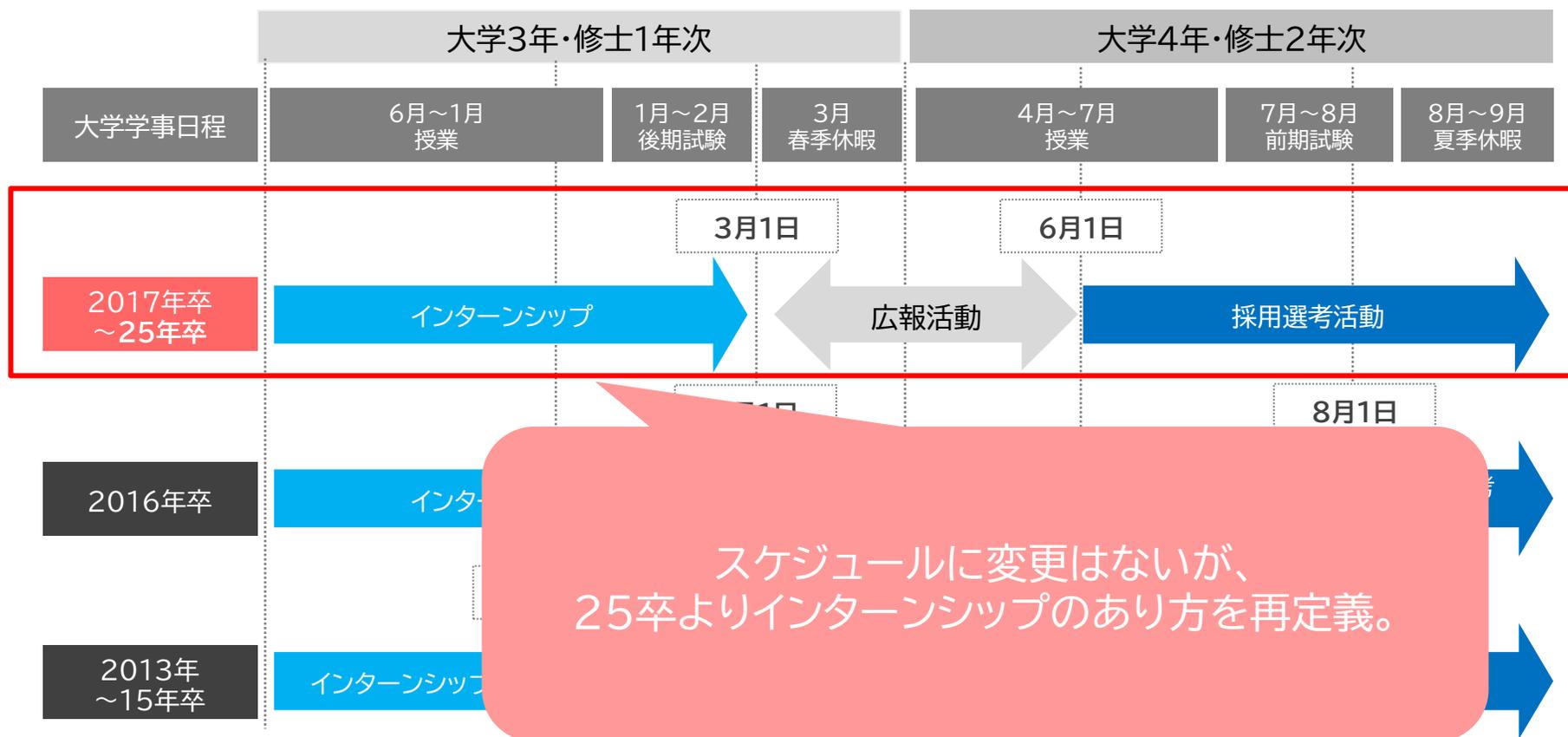
- 1-1 最新のインターンシップ市場動向
- 1-2 三省合意改正



採用活動スケジュールの変遷



採用活動スケジュールの変遷



産学協働による学生のキャリア形成支援

働き手が自らのキャリアを自律的にデザインする能力を上げていくことが必要
学生も早い段階から主体的に自らのキャリア形成を考えることが重要

現状の課題

- 様々な目的・形態・期間などのインターンシッププログラムが乱立していることが、学生の混乱や焦りを招いているのではないか
- 「教育目的」として導入されたインターンシップが、本来の機能である「学生のキャリア形成支援」が十分に発揮されていない

学生が実務体験を通し、仕事の楽しさだけでなく、厳しさ・難しさを認識することで、自らの能力を見極めるきっかけ作りとなるような
「質の高いインターンシップ」を普及させ、自律的なキャリア形成を支援

インターンシップに新たな定義付け

産学協働による学生のキャリア形成支援

インターンシップに新たな定義付け



1

インターンシップをはじめとした学生のキャリア形成支援活動をその内容ごとに**タイプ1～タイプ4までの4類型に整理**

2

タイプ3・タイプ4に該当するプログラムのみ「インターンシップ」という呼称を用いる

3

タイプ3・タイプ4において取得した学生情報は、**採用活動以降に限り、利用が可能に**
(※条件あり)

学生のキャリア形成支援として就業支援活動を4つに分類

学生のキャリア形成支援を推進するとともに、
就業体験を伴う質の高いインターンシップに改善していく観点から、プログラムが4類型に分類されます

タイプ1

オープン・カンパニー

企業・就職情報会社・大学が主催する

イベント・説明会

就業体験：なし
期間：超短期(単日)
対象：年次不問

タイプ2

キャリア教育

授業や企業による教育プログラム

就業体験：任意
期間：内容によって異なる
対象：年次不問

タイプ3

汎用的能力・専門活用型
インターンシップ

職場における実務体験

就業体験：必須
期間：汎用・・・5日以上 専門・・・2週間以上
対象：学部3・4年／修士1・2年

タイプ4

高度専門型
インターンシップ

専門性を要求される実務体験

就業体験：必須
期間：2か月以上
対象：修士・博士

学生のキャリア形成支援として就業支援活動を4つに分類

学生のキャリア形成支援を推進するとともに、
就業体験を伴う質の高いインターンシップに改善していく観点から、プログラムが4類型に分類されます

タイプ1

オープン・カンパニー

企業・就職情報会社・大学が主催する

イベント・説明会

就業体験：なし

期間：超短期(単日)

対象：年次不問

タイプ2

キャリア教育

授業や企業による教育プログラム

就業体験：任意

期間：内容によって異なる

対象：年次不問

POINT

説明会の内容に制限はなく、柔軟なコンテンツづくりが可能
対象を1年次まで広げることが可能なことから、業界や会社
に関する広範で基礎的な知識を伝えられるものだと、早期
のキャリア教育として学生にとって有意義な学びの場にも

POINT

大学が主導する場合
産学連携プログラムとして実施される授業形式のものを想定
企業が主導する場合
出張授業のような形でCSR活動の一環として提供する

学生のキャリア形成支援として就業支援活動を4つに分類

学生のキャリア形成支援を推進するとともに、
就業体験を伴う質の高いインターンシップに改善していく観点から、プログラムが4類型に分類されます

POINT

従来の就業体験型のインターンシップより充実した日程、内容が求められる代わりに、採用活動での学生情報の活用が可能に

対象：年次不問

POINT

高度な専門性のある学生を対象とした長期インターンシップのため、ジョブ型採用などを考えている企業向け

対象：年次不問

タイプ3

汎用的能力・専門活用型 インターンシップ

職場における実務体験

就業体験：必須
期間：汎用・・・5日以上 専門・・・2週間以上
対象：学部3・4年／修士1・2年

タイプ4

高度専門型 インターンシップ

専門性を要求される実務体験

就業体験：必須
期間：2か月以上
対象：修士・博士

個人情報を採用活動に活用◎ ※条件有

ジョブカフェしまね主催のインターンシップ等の分類

詳細はジョブカフェしまねへお問い合わせください

タイプ1

オープン・カンパニー

1Day仕事体験

就業体験:なし

期間:1日程度(2日も可)

対象:卒業前年次の学生(4年制大学の場合3年生)

※ただし、低学年の学生の希望もあり

タイプ2

キャリア教育

1Day仕事体験

就業体験:あり

期間:1日程度(2日も可)

対象:卒業前年次の学生(4年制大学の場合3年生)

※ただし、低学年の学生の希望もあり

タイプ3

汎用的能力・専門活用型
インターンシップ

しまね学生インターンシップ

就業体験:あり

期間:5日以上(半分を超える日数の実習体験必須)

対象:卒業前年次の学生(4年制大学の場合3年生)

タイプ2

キャリア教育

しまね短期仕事体験

就業体験:任意

期間:原則5日以上(夏期)、原則3日以上(春期)

対象:卒業前年次以降の学生(4年制大学の場合1~3年生)



参考(ジョブカフェしまねサイト)

<https://www.gogo-jobcafe-shimane.jp/topics/20230329190625>

1 就業体験要件

学生の参加期間の半分以上の日数を職場での就業体験に充てる(テレワークが常態化している場合は、テレワークも「職場」)

2 指導要件

就業体験では、職場の社員が学生を指導し、インターンシップ終了後、学生に対しフィードバックを行う

3 実施期間要件

- ▶ 汎用的能力活用型は短期(5日間以上)
- ▶ 専門活用型は長期(2週間以上)

4 実施時期要件

学業との両立の観点から、学部3年・4年ないしは修士1年・2年の長期休暇期間(夏休み、冬休み、入試休み・春休み)に実施する。但し、大学正課および博士課程は、上記に限定されない

5 情報開示要件

タイプ3の実施にあたり、募集要項等に、以下の項目に関する情報を記載し、ホームページ等で公表

- プログラムの趣旨(目的)による公表のみ
- 実施時期・期間、場所、募集人数、選抜方法、無給/有給等
- 就業体験の内容(受入れ職場に関する情報を含む)
- 就業体験を行う際に必要な(求められる)能力
- インターンシップにおけるフィードバック
- 採用活動開始以降に限り、インターンシップを通じて取得した学生情報を活用する旨(活用内容の記載は任意)
- 当該年度のインターンシップ実施計画(時期・回数・規模等)
- インターンシップ実施に係る実績概要(過去2~3年程度)
- 採用選考活動等の実績概要 ※企業による公表のみ

インターンシップ募集時に公表することが必要です

- 1 基本的な個人情報の取り扱いの注意事項を守った上で、
個人情報を採用活動に利用できるのは「タイプ3・4」のみ ※2025年卒から適応開始
- 2 「インターンシップ」は、5日以上＋実務体験が開催日程の半数以上
- 3 引き続き、学業に配慮した日程（長期休暇中など）での実施
- 4 活用できるのは卒業・修了年次の学生情報のみ（1・2年生の情報は使えない）
- 5 採用広報に使えるのは3月1日～、採用選考に使えるのは6月1日～
- 6 学生が選考に参加するにはエントリーが必要
- 7 あらかじめ、インターンシップに採用活動・選考活動の趣旨を含む旨が示されている場合のみ利用可

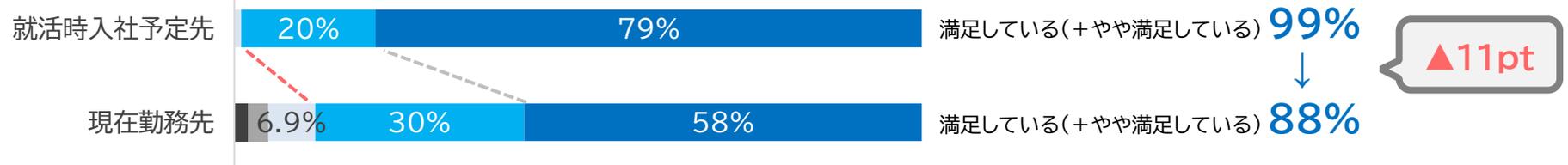
インターンシップ満足度が高いと、入社後の満足度も高い

勤務先のインターンシップ満足度別入社後満足度

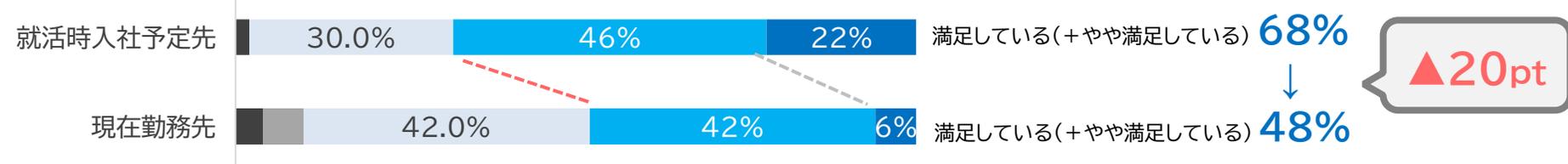
■満足度1 ■満足度2 ■満足度3 ■満足度4 ■満足度5

不満である ← → 満足している

インターンシップ満足度が5:インターンシップ満足度が高いと入社後の満足度も高い



インターンシップ満足度が3以下:インターンシップ満足度が低いと入社後の満足度も低い



02

採用活動につなげる取り組み

- 2-1 インターンシップ参加と志望度の変化
- 2-2 インターンシップコンテンツ設計のポイント
- 2-3 インターンシップ参加後の学生フォロー



キャリアデザインプログラムアワード



【学生が選ぶキャリアデザインプログラムアワード】とは、インターンシップを含めた、学生に対するキャリア観の醸成・キャリア教育に重要性が高まる中、「そもそも学生にとってのインターンシップはどのようなものが有益なのか」という点に関して、アワードという形で優秀なプログラムを選出させていただく中で、方向性を示し、さらなるインターンシップの普及・促進を目的とした取り組みで、2023年に第6回目を迎える。
 ※後援／文部科学省、厚生労働省、経済産業省、日本経済新聞社、(株)マイナビ

▼キャリアデザインプログラムアワード公式サイト
<https://internship-award.jp/>



2018年(第1回開催)から実施している「学生が選ぶインターンシップアワード」は、今回の第6回開催より「学生が選ぶキャリアデザインプログラムアワード」に名称変更しました。

本章の詳細資料の一部は、上記サイトからもご確認いただけます。

■ インターンシップがもたらす効果と志望度への影響

【学生が選ぶキャリアデザインプログラムアワード】にて提言された「インターンシップが学生にもたらす効果」5つ

① キャリアの焦点化

興味のある業界・企業・仕事内容のイメージが明確になり、やりたいことがわかってきた

② キャリアの展望化

これまで知らなかった業界・企業・仕事内容を知り、興味の範囲が広がった

③ 人的ネットワークの認知

就職活動を上手く進める為に、周囲の人々との関係性を上手く構築して、いこうと考えるようになった

④ 就労意欲

働く事に対する意欲が高まったり、社会人になる準備・覚悟ができた

⑤ 自己理解

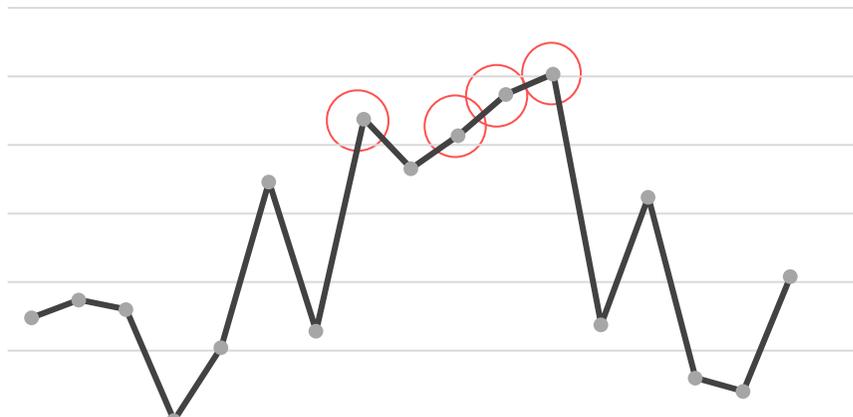
自分の強みや弱み・足りない能力を把握することができた

上記のうち・・・

①～④においてインターンシップに参加した企業への志望度との相関関係に**有意性**が認められた。

■インターンシップの内容と就業体験の充実

就業体験の充実の平均値

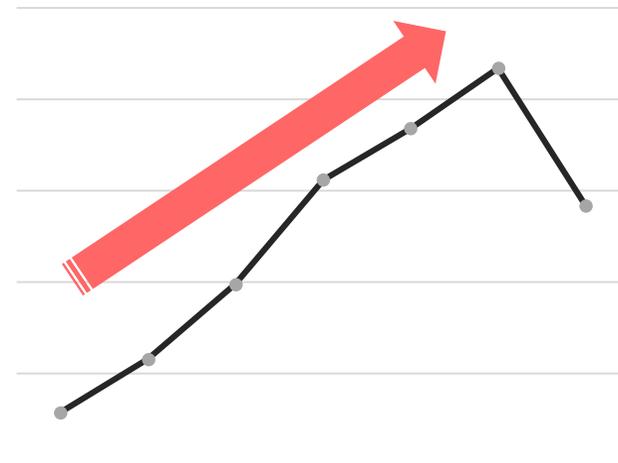


- その他
- 社員との交流会
- 社員との座談会
- 実際の仕事のシミュレーション体験
- ロールプレイング形式の仕事体験
- 実務を伴う仕事経験に最後まで関わった
- 実務を伴う仕事経験に一部関わった
- 社長や役員の外回りの同行
- 職場・工場・研究所などの職場見学
- 社員の同行等による仕事見学
- 与えられた課題に対するグループワーク
- 与えられた課題に対する個人ワーク
- 職業適性・自己理解などを深めるワーク
- 就職活動に対するアドバイス・レクチャー
- 社長の講演
- 人事や社員の講義・レクチャー
- 業界・企業・仕事内容の説明

インターンシップの内容

■インターンシップの期間と就業体験の充実

就業体験の充実の平均値

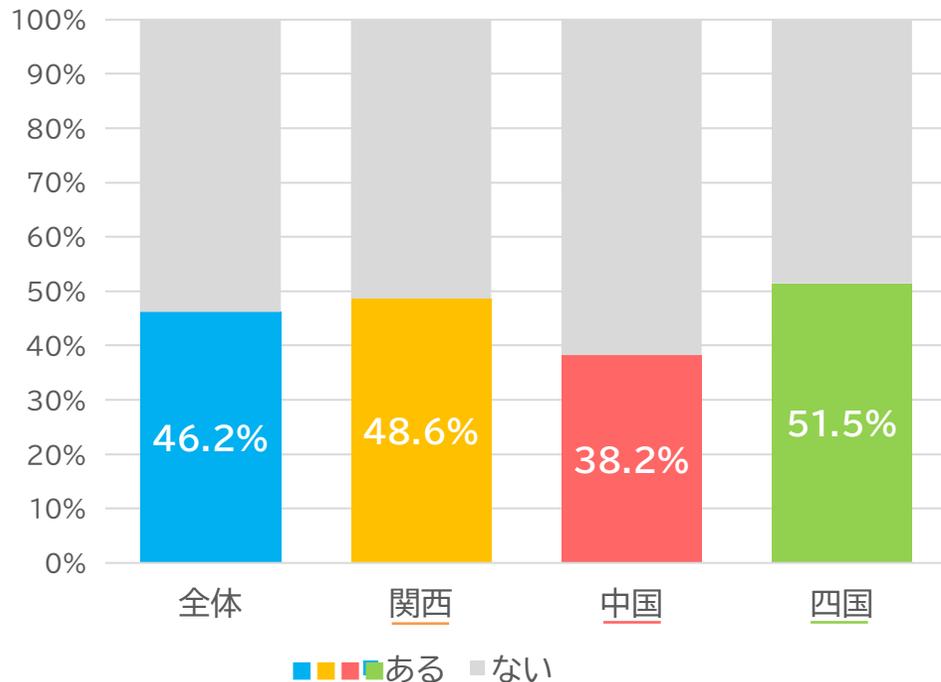


半日 1日 2~3日 1週間程度 2週間程度 1か月程度 1か月以上

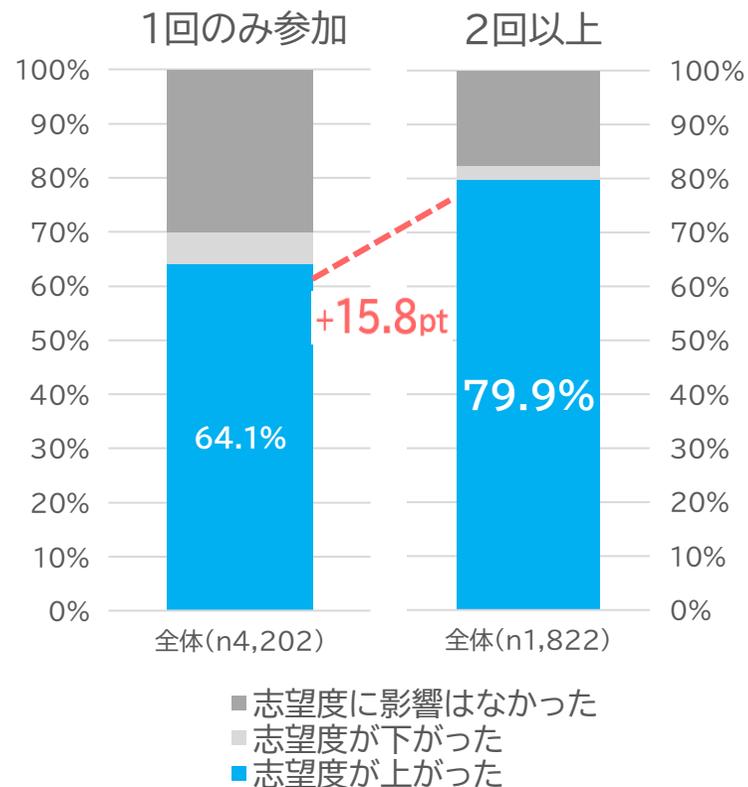
インターンシップに参加した期間

実務を伴う仕事経験ができたプログラムは就業体験の充実度が高く、社長や社員の同行など間近で実際の仕事を見る経験も就業体験の充実に繋がる

■同じ企業のインターンシップ・仕事体験に2回以上参加した経験



■インターンシップ・仕事体験の参加回数 × 志望度の変化



インターンシップに複数回参加した方が志望度が上がりやすい

02

採用活動につなげる取り組み

- 2-1 インターンシップ参加と志望度の変化
- 2-2 インターンシップコンテンツ設計のポイント
- 2-3 インターンシップ参加後の学生フォロー



本日お話しするのは、主に【STEP.1】【STEP.3】【STEP.4】となります。

STEP.1



STEP.2



STEP.3



STEP.4

実施決定・事前準備

- 目的設定
- コンテンツ設計
- 日程検討
- 場所確保
- 現場協力要請
など

告知/選考

- ナビサイトやHPでの予約受付
- 書類選考・面接準備
(選考する場合)
など

インターンシップ実施

- オリエンテーション
- プログラム
- フィードバック

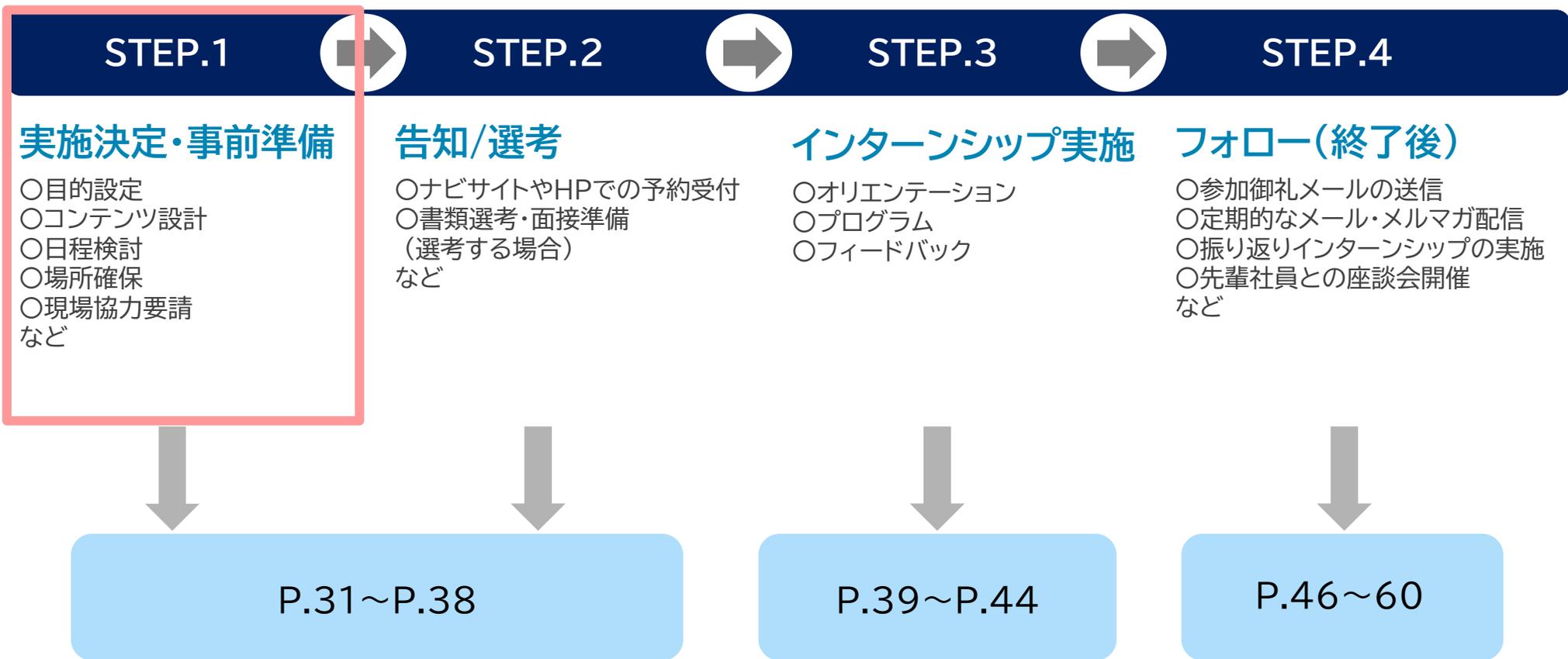
フォロー(終了後)

- 参加御礼メールの送信
- 定期的なメール・メルマガ配信
- 振り返りインターンシップの実施
- 先輩社員との座談会開催
など

P.31~P.38

P.39~P.44

P.46~60



①目的	②対象学生	③訴求内容	④実施時期・期間	⑤実施タイプ
<input type="checkbox"/> 母集団形成 <input type="checkbox"/> 理解促進 <input type="checkbox"/> 学業補助 <input type="checkbox"/> CSR など	<input type="checkbox"/> 学校層 <input type="checkbox"/> 学部・学科 <input type="checkbox"/> 研究分野 <input type="checkbox"/> エリア <input type="checkbox"/> 年次 <input type="checkbox"/> 志向 など	<input type="checkbox"/> 業界理解 <input type="checkbox"/> 企業理解 <input type="checkbox"/> 事業理解 <input type="checkbox"/> 仕事理解 <input type="checkbox"/> 社風理解 など	時期 <input type="checkbox"/> 夏(6月～9月) <input type="checkbox"/> 秋(10月～12月) <input type="checkbox"/> 冬(1月～2月) など	実務体験型 <input type="checkbox"/> 営業同行 <input type="checkbox"/> 現場受入れ <input type="checkbox"/> 技術実習 など
			期間 <input type="checkbox"/> 1Day(※仕事体験) <input type="checkbox"/> 2～3Days <input type="checkbox"/> 5Days <input type="checkbox"/> 1ヶ月以上 など	疑似体験型 <input type="checkbox"/> グループワーク <input type="checkbox"/> ビジネスシミュレーションゲーム <input type="checkbox"/> プレゼン体験 など

※インターンシップ選考を設ける場合は別途選考フローの策定。

※このほか、現場受入れや座談会を実施する場合は**受け入れ現場および協力社員の体制構築**、また企業によっては、個人情報取り扱いの同意書や守秘義務誓約書(機密保持契約)、インターンシップ保険等の検討・準備が必要となります。

インターンシップ開催における目的は個社ごとにさまざま

早期接触(母集団形成)

理解促進・誤解払拭

学業補助

広告宣伝

CSR

etc...

POINT

自社のインターンシップを通して、何に気づき、何を学び・感じ取ってもらいたいのか

=<学生の学び>を明確にすること。学生の成長につながる以下の要素を参考に**目的を明文化&共有**すると◎

①働くことへの意義発見 ※P.24「インターンシップの効果」における④就労意欲

(例) 仕事体験を通して、〇〇業界(〇〇社)で働くことへの“やりがい”を理解してほしい
働くとはどういうことか、責任ある仕事をするとはどういうことかを体感してほしい

②自分再発見 ※P.24「インターンシップの効果」における⑤自己理解

(例) 参加学生自身の研究分野、専攻分野が社会の役に立つことを感じてほしい
一つの仕事をやり遂げる達成感を得ることで、自分に自信を持ってほしい
自分の強みは何か、逆に足りない能力は何かを認識し、学業等に活かしてほしい

① キャリアの焦点化

② キャリアの展望化

③ 人的ネットワークの認知

④ 就労意欲

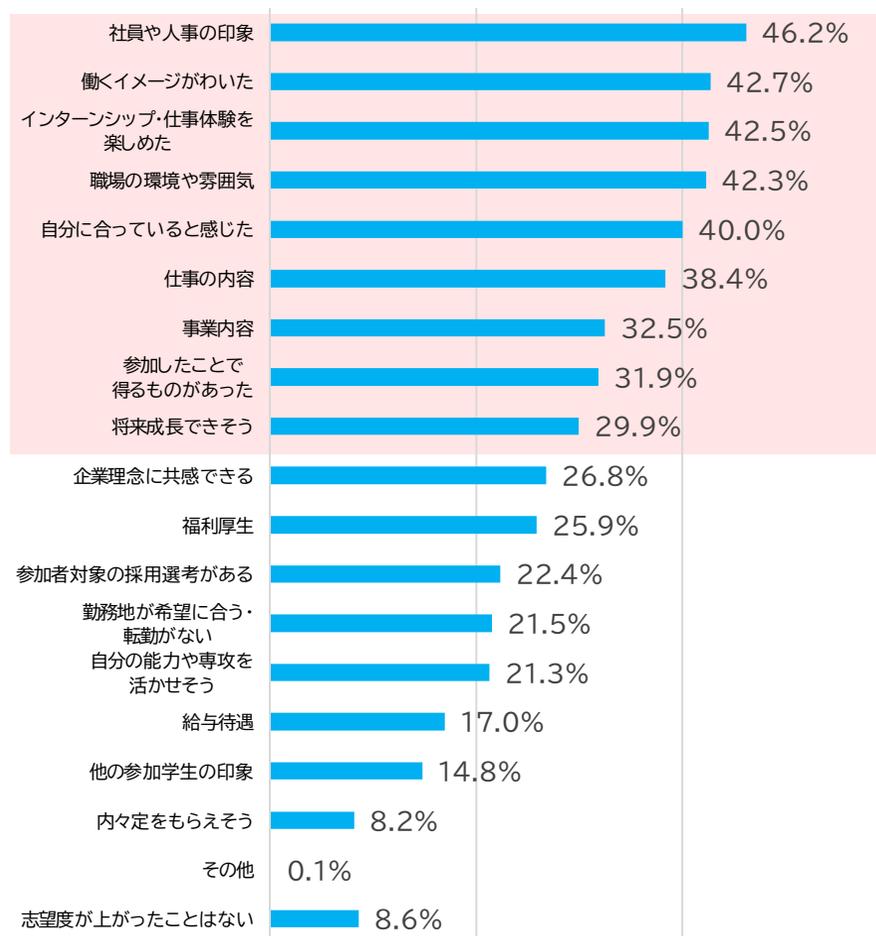
⑤ 自己理解

自社の実施目的に対して、以下を組み立てていく

②対象学生 WHO	③訴求内容 WHAT	④実施日程 WHEN	⑤実施タイプ HOW
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 学校層 <input type="checkbox"/> 学部・学科 <input type="checkbox"/> 研究分野 <input type="checkbox"/> エリア <input type="checkbox"/> 年次 <input type="checkbox"/> 志向 など 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 業界理解 <input type="checkbox"/> 企業理解 <input type="checkbox"/> 事業理解 <input type="checkbox"/> 仕事理解 <input type="checkbox"/> 社風理解 など 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 時期 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 夏(6月～9月) <input type="checkbox"/> 秋(10月～12月) <input type="checkbox"/> 冬(1月～2月) ■ 受入期間 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1日 <input type="checkbox"/> 5日間 <input type="checkbox"/> 1ヶ月以上 など 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 実務体験型 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 営業同行 <input type="checkbox"/> 現場受け入れ <input type="checkbox"/> 技術実習 ■ 疑似体験型 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> グループワーク <input type="checkbox"/> ビジネスゲーム <input type="checkbox"/> プレゼン体験 など

組織の魅力	企業理念、大切にしている考え方
	商品・サービスの独自性、業界におけるポジション
	お客さまの特徴、社会とのつながり、社会貢献
	会社の歴史・沿革、設立経緯、経営者
	売上・利益などの業績面
仕事の魅力	仕事の進め方、やりがい、得られる喜び、醍醐味、成果
	仕事を通じた成長実感、得られるスキル・知識
	お客さまからの期待、感謝の大きさ
	仕事が評価される場面、頻度
風土の魅力	職場の雰囲気
	社員構成、平均年齢による特徴
	(業務内外における)社員間のコミュニケーション
	社員一人ひとりの人柄・特性
未来(ビジョン)の魅力	自社が掲げる目標、戦略、またその具体的な取り組み
	(裏づけのある)成長性、安定性
	今後の業界動向、その中での位置づけ
	新商品・サービスの開発、可能性

■ インターンシップ・仕事体験に参加したことで、その企業の志望度が上がった理由【複数回答】



インターンシップは、学生に直接訴求できる機会。自社の魅力を積極的に発信することが大切。キーワードは【社員の魅力】【仕事の魅力】【働くイメージ】

POINT

最も刺さる仕事説明は

ハイポイント・エピソード

仕事上の最高の体験、最もいきいきしたとき、最も誇りに感じたときの話

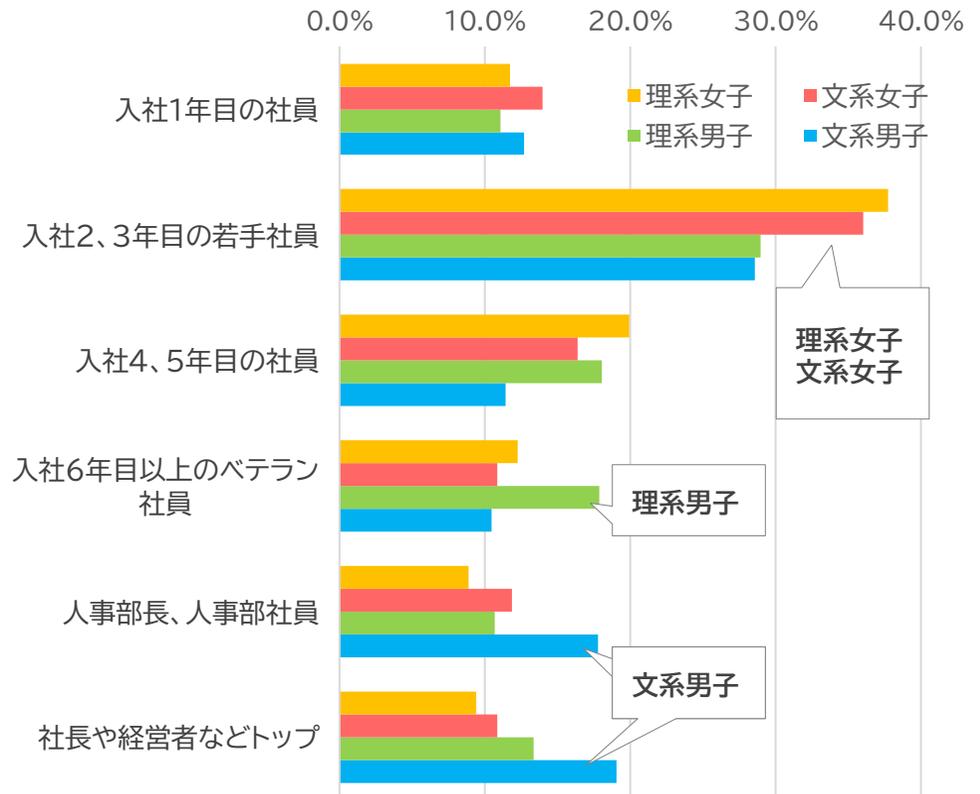
【ハイポイント・エピソードの効果的な伝え方】

いつ ▶ どのような状況で ▶ 誰と協力しながら

▶ どう取り組み ▶ どうなったのか(成果)

上記の流れでエピソードをしっかりと固める。
聴いている人(学生)が、その場面をありありと想像できるようにとことん具体的に話すことが重要。
+αとして、自身の成長にどう繋がったかまで伝えられるとより効果的。

■個別セミナーで最も話を聞きたい人は誰か



①目的 ②対象学生 ③訴求内容 ④実施時期・期間 ⑤実施タイプ

2DAYS	リアル現場体験	商社
受け入れ体制 ■人事担当 ■現場社員	対象 □全体 ■文系 □理系 □機電 □情報 □土木建築	従業員数 ■ ~ 50人未満 □ 50 ~ 100人未満 □ 100 ~ 300人未満 □ 300 ~ 500人未満 □ 500 ~ 1000人未満 □ 1000 ~ 3000人未満 □ 3000 ~ 5000人未満 □ 5000人以上

実施ポイント

セミナー形式のコンテンツでは、社員と交流できる時間に限りがあり、しかも1:多数になってしまう。営業に同行することで長時間のコミュニケーションをとることができ、より深い動機形成を図ることができる。先輩社員の負担はかかるが、学生一人ひとりと蜜にコミュニケーションをとることができるという点で学生の満足度も高い。

募集人数	3名	実施時期	1-2月	<p>① 【目的】 営業現場において社員と1日を共にすることで、人の魅力を通じた自社への動機形成を図ること。</p>
募集方法	マイナビサイト、DMバナー、イベント	選考内容	選考なし	
分類		参加者	内容	詳細
1日目	講義	人事担当	業界知識、自社の強み	業界、企業の基礎知識を学ぶ
			自社の特徴	
2日目	リアル現場体験	営業社員	営業同行内容・事前準備	事前に訪問の目的、準備などを共有
			営業同行	
			フィードバック・商談内容の解説	準備し持参した提案内容に対して、クライアントの反応がどうだったか。今後の営業活動に向けて帰社後行う作業や営業の戦略についてのレクチャー。(学生からの疑問、質問にもこたえる。)

インターン中の事故やケガへの備え

万が一の事故やケガの場合にインターン生や自社への負担をできる限り軽減するため、保険に加入するなどしてリスクに対する備えをしておくことが必要です。

アルバイトとして労働契約を結び、賃金を支払っている場合は労災保険が適用されますが、そうではない場合については、企業等または学生個人が一般の傷害保険等で個別に対応する必要があります。インターンシップを対象とした民間の保険商品もあり、通常より保険料が安価な場合もあります。

企業に損害が生じた場合への備え

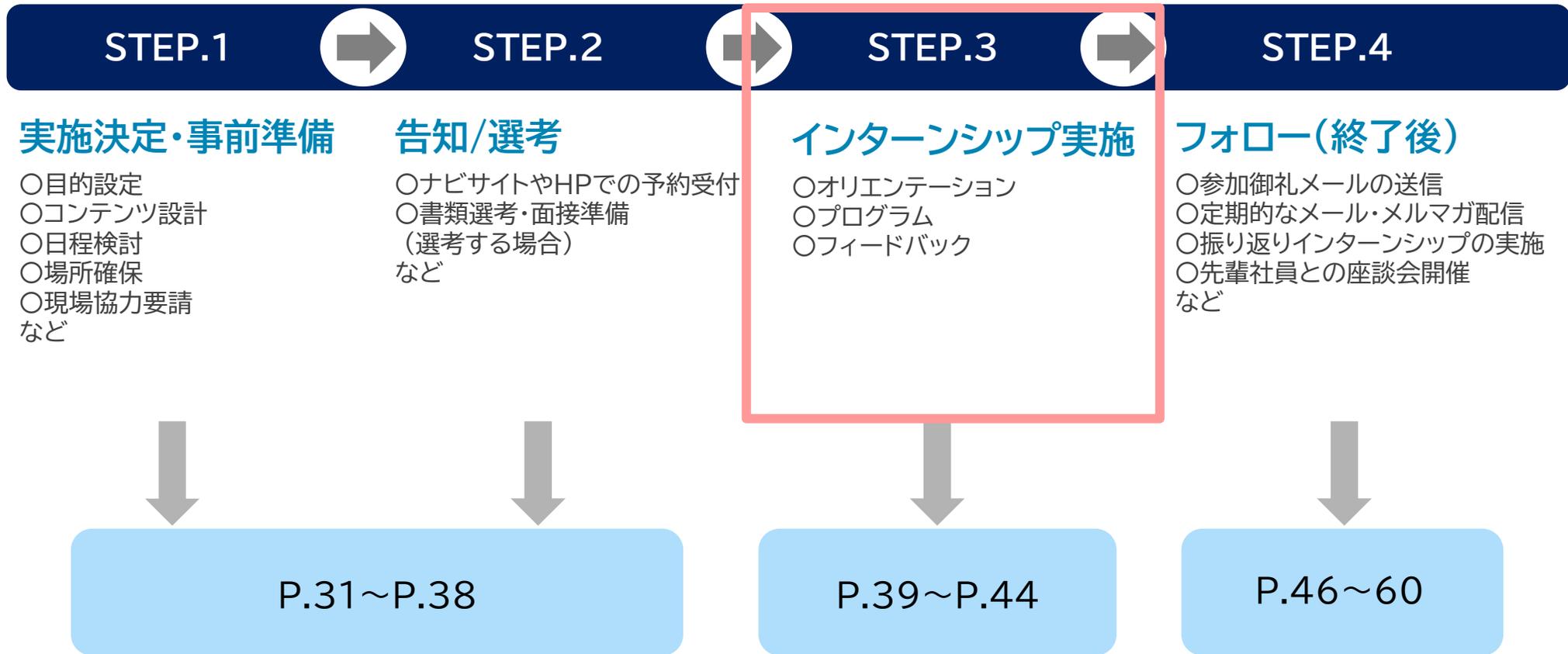
インターン生の事故やケガだけでなく、機器・ソフトの損壊、機密漏洩、第三者の財物の損壊等、学生による企業に対する損害発生のリスクにも備えておく必要があります。

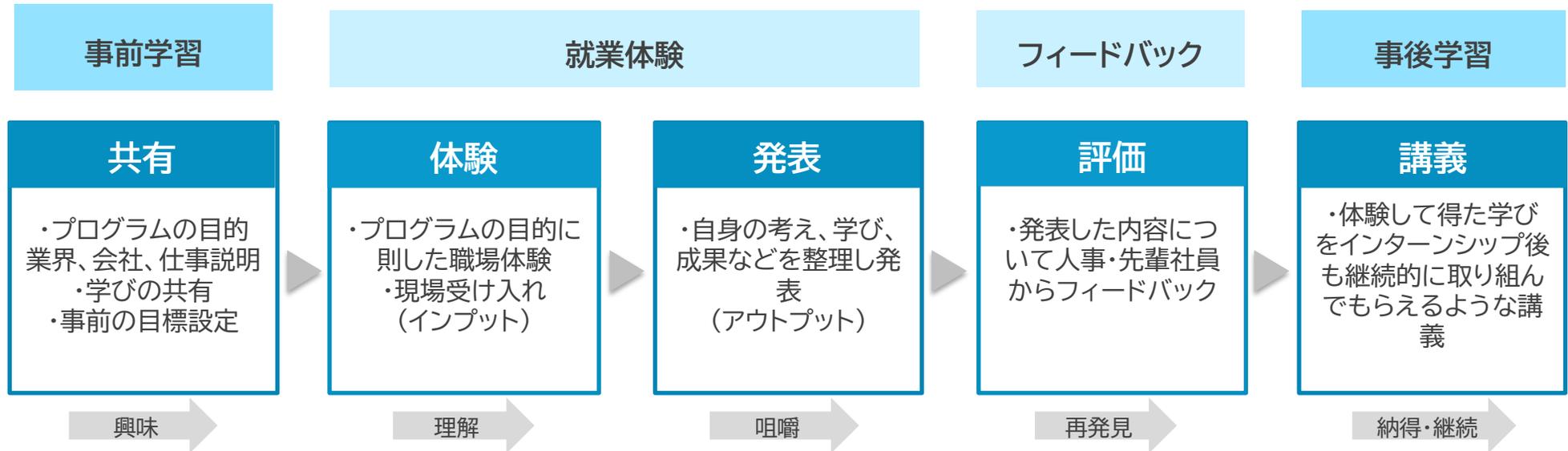
アルバイトや社員と同じく、インターン生の過失により企業に生じた損害は、原則としてインターン生が企業に対して賠償する責任があります。しかし、企業に生じる損害が大きく、学生が損害を賠償することが不可能な場合も考えられます。

こうした状況に備え、インターン生が就業中に企業や第三者に生じさせた損害をカバーする保険についても検討してください。

※学校の正課または課外活動としてのインターンシップ実施の場合には、学生教育研究災害障害保険(任意加入)の加入対象になります。加入状況や詳細は個別に学校にお問い合わせください。

※ジョブカフェしまね主催の「しまね学生インターンシップ」についてはジョブカフェでは保険加入しませんので、各企業様で保険の加入をご検討ください。





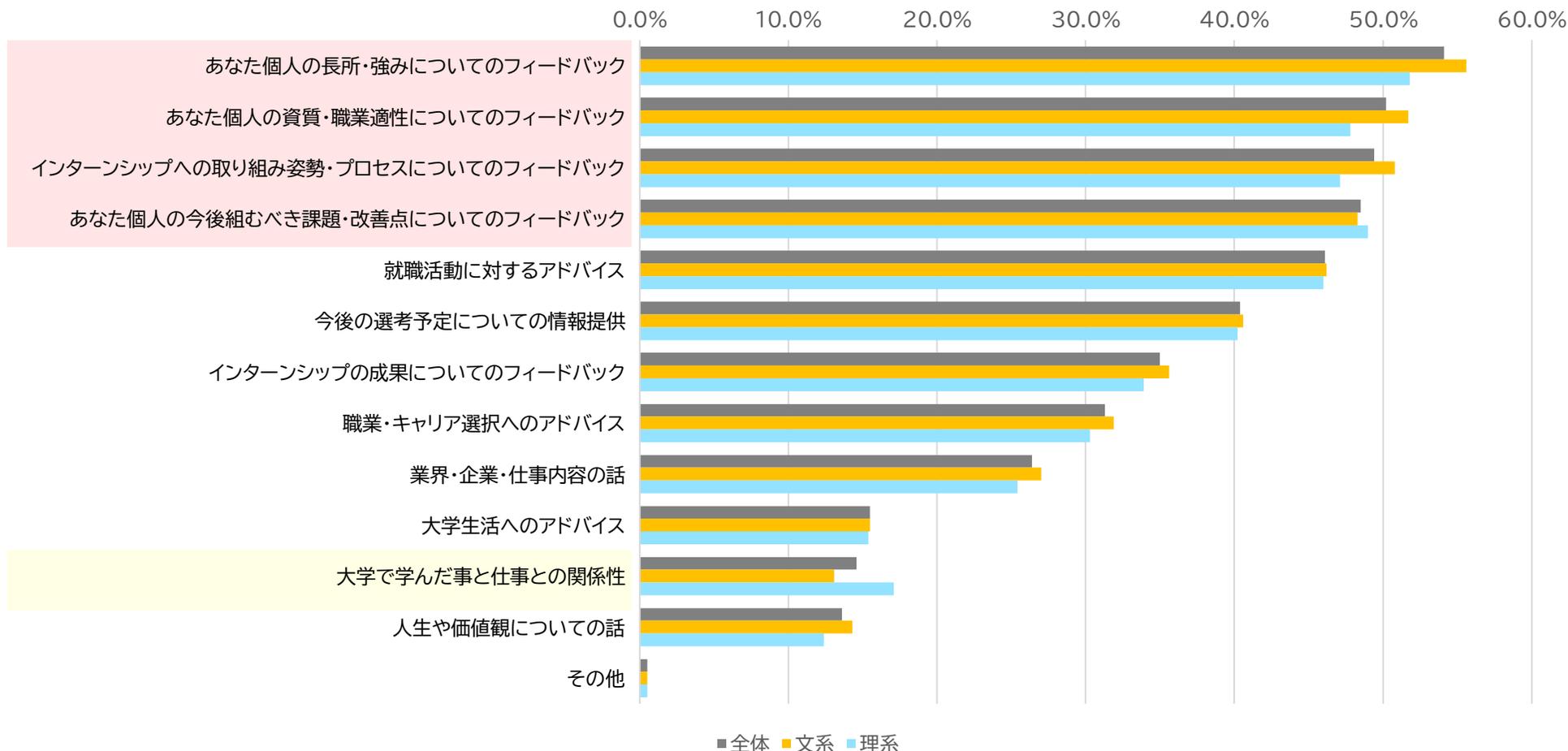
人事完結型ではなく、現場社員を巻き込んでの実施を推奨
→実際に業務をしている社員に協力を求める。

インターンシップ実施後のアンケートの実施で、本来の狙いが達成されているかの確認をし、コンテンツをアップデートする
→本来の狙いが達成され、学生に対して伝えたいポイントがズレがないかの確認をする。

インターンシップに参加した学生との継続的なつながりを意識する
→インターンシップ後も継続的に学生に関心を持ってもらうために、事後学習として個人面談や総評シート配布・インターンシップの報告資料等、学生との接点を持ち続ける。

受入期間、実務体験か疑似体験かを問わず、プログラムの中で上記の工程を意識した設計がなされていることが望ましい。

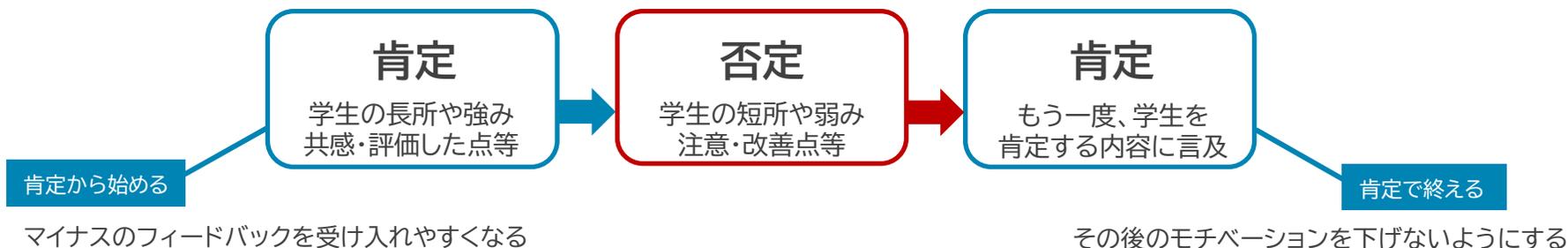
■ インターンシップを通じて関わる人から、受きたいサポートや聞きたい話



半数以上の学生が自身に関係するフィードバックを求めており、理系学生は「大学で学んだ事と仕事との関係性」が文系よりポイントが高い

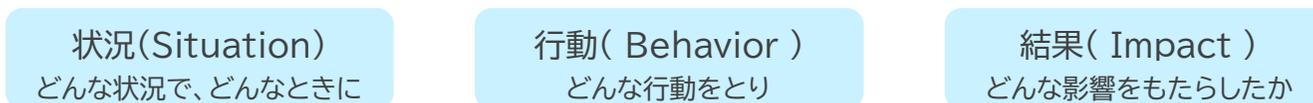
①フィードバックの流れ

「サンドイッチ式 ポジティブフィードバック」推奨



②フィードバックの内容

「具体的事実(SBI法)」を意識



具体的な事実をベースに話をする → 認識のズレを回避し、学生の理解を促進

①その場で

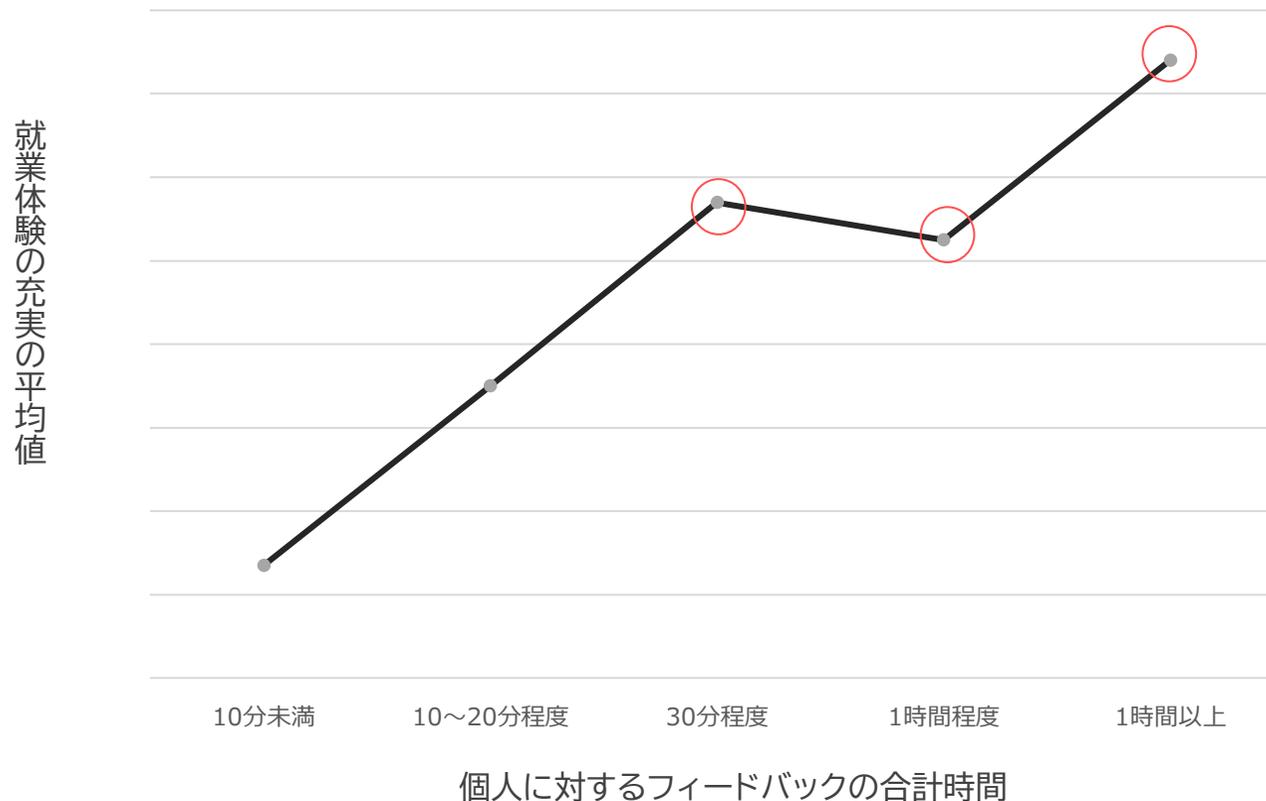
②具体的に

③学生の行動に対して

④良い点と悪い点を

⑤実行可能な内容 でフィードバックをする

■個人に対するフィードバックの合計時間と就業体験の充実の平均値



個人に対するフィードバックの時間が長いほど就業体験の充実度が高く
特に30分以上の時間を取れると充実度が大きく伸びる

効果的なインターンシップのチェックポイント

【開催前】

- 学生に何を伝えたいか感じて欲しいか目標設定をしたうえプログラム設計をしている
- 学生の「参加目的・ゴール」と「身につくスキル・能力」を学生に伝える
- 「実際の仕事体験」ができるプログラムになっている
- 現場社員など、人事以外と交流ができる
- 仕事体験以外に、形式ばらないカジュアルな交流の場を準備している
- 上記について、現場協力社員への事前の情報共有を行っている

【開催後】

- 「個人」に対する評価・フィードバックを行っている
- フィードバックは「30分以上」
- フィードバックに「インターンシップの取り組み姿勢・成果」が含まれている
- どのようなスキル・能力が身に付いたか、一人ひとりの学生と確認している(学生との共通認識)
- 定期的な学生への連絡、フォロー等が設計できている

02

採用活動につなげる取り組み

- 2-1 インターンシップ参加と志望度の変化
- 2-2 インターンシップコンテンツ設計のポイント
- 2-3 インターンシップ参加後の学生フォロー



インターンシップ内容への満足感と選考までのフォローが重要

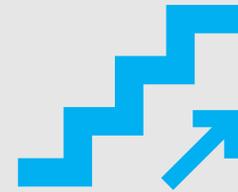
ここまでの
お話



インターンシップへの
満足感



ここから
のお話



選考までのフォロー

コンテンツ内容

貴社への志望度醸成

STEP.1



STEP.2



STEP.3



STEP.4

実施決定・事前準備

- 目的設定
- コンテンツ設計
- 日程検討
- 場所確保
- 現場協力要請
など

告知/選考

- ナビサイトやHPでの予約受付
- 書類選考・面接準備
(選考する場合)
など

インターンシップ実施

- オリエンテーション
- プログラム
- フィードバック

フォロー(終了後)

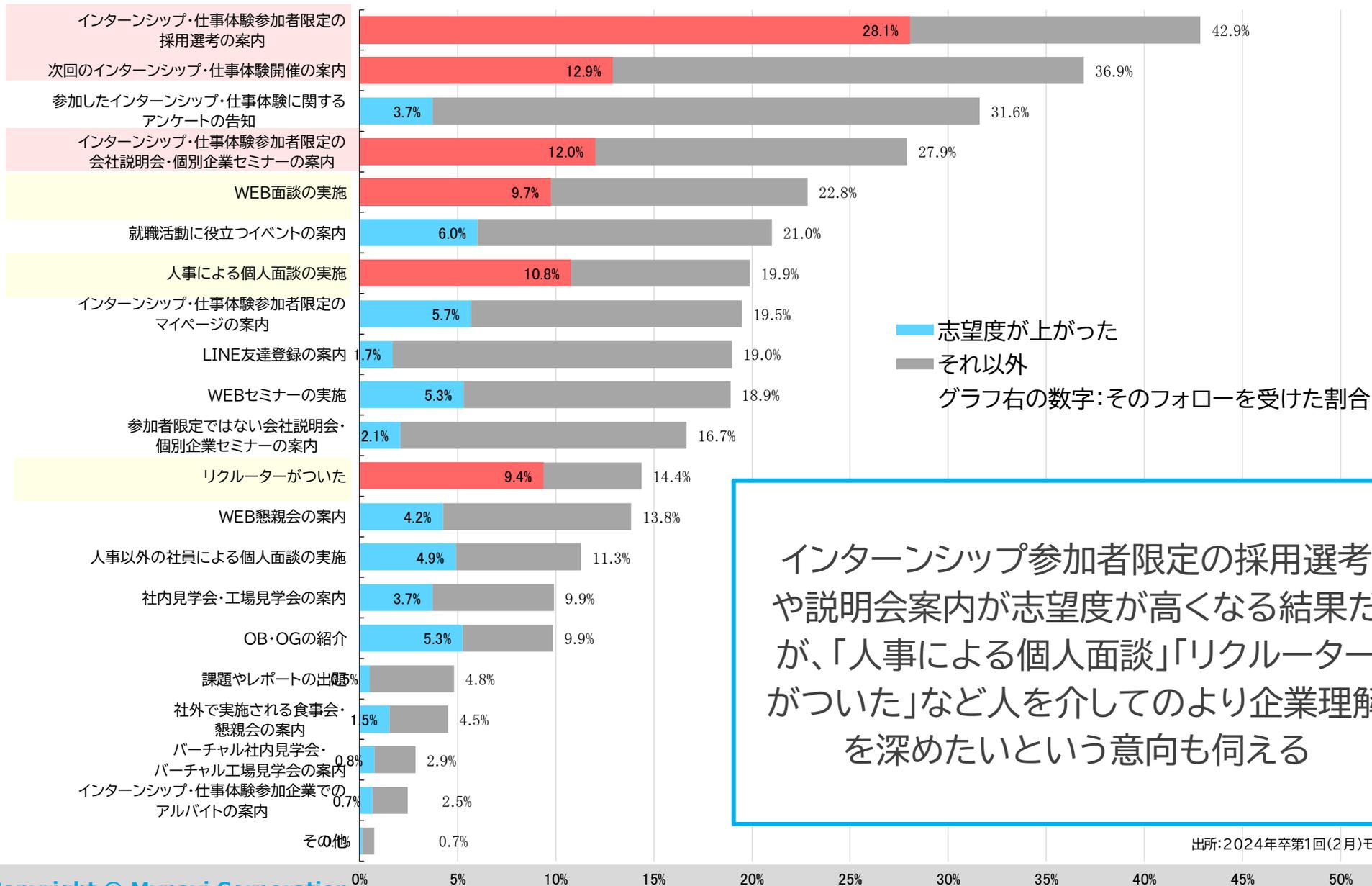
- 参加御礼メールの送信
- 定期的なメール・メルマガ配信
- 振り返りインターンシップの実施
- 先輩社員との座談会開催
など

P.31~P.38

P.39~P.44

P.46~60

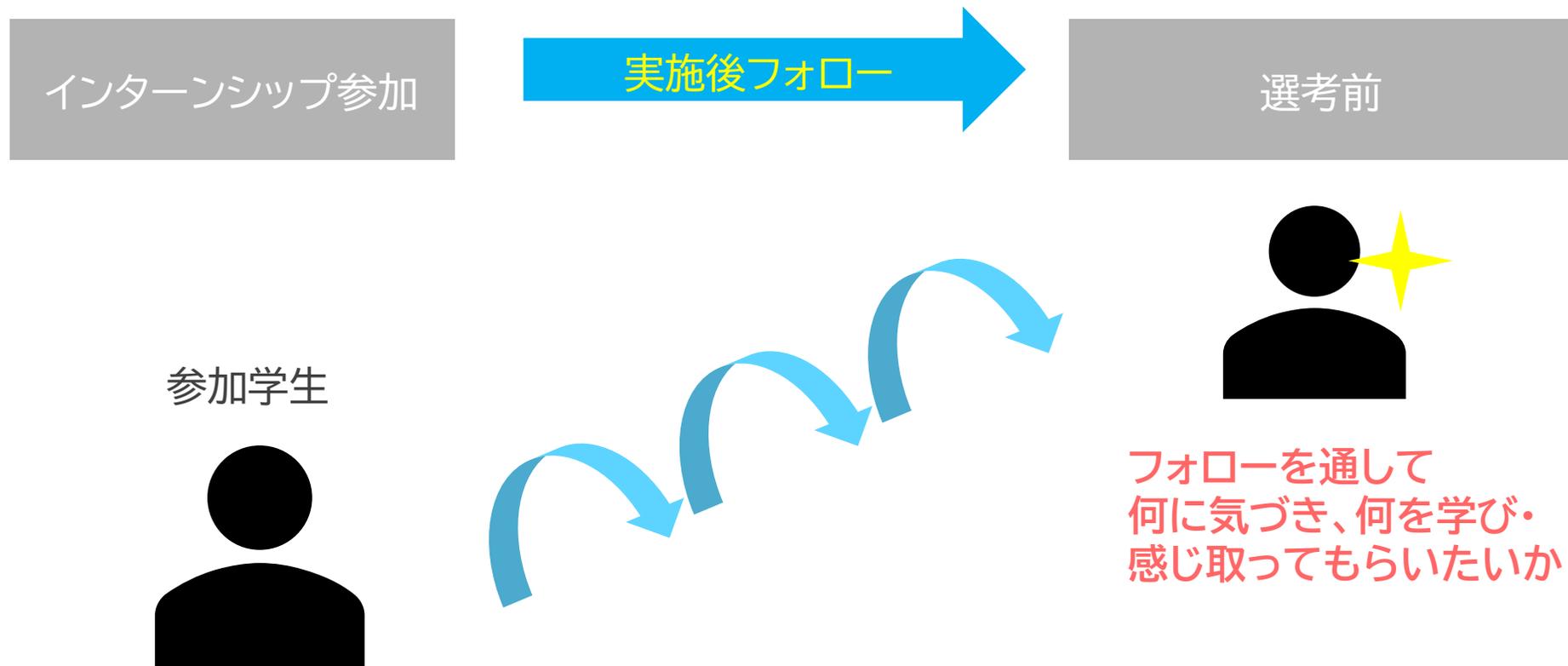
■ インターンシップ・仕事体験に参加した企業から受けたフォローのうち志望度が上がったもの(複数回答)



インターンシップ参加者限定の採用選考や説明会案内が志望度が高くなる結果だが、「人事による個人面談」「リクレーターがついた」など人を介してのより企業理解を深めたいという意向も伺える

出所: 2024年卒第1回(2月)モニター調査

自社が目指すゴールを定め、フォロー内容を検討することが重要。



インターンシップ期間のゴールを定め、逆算してフォロー内容を設計する。

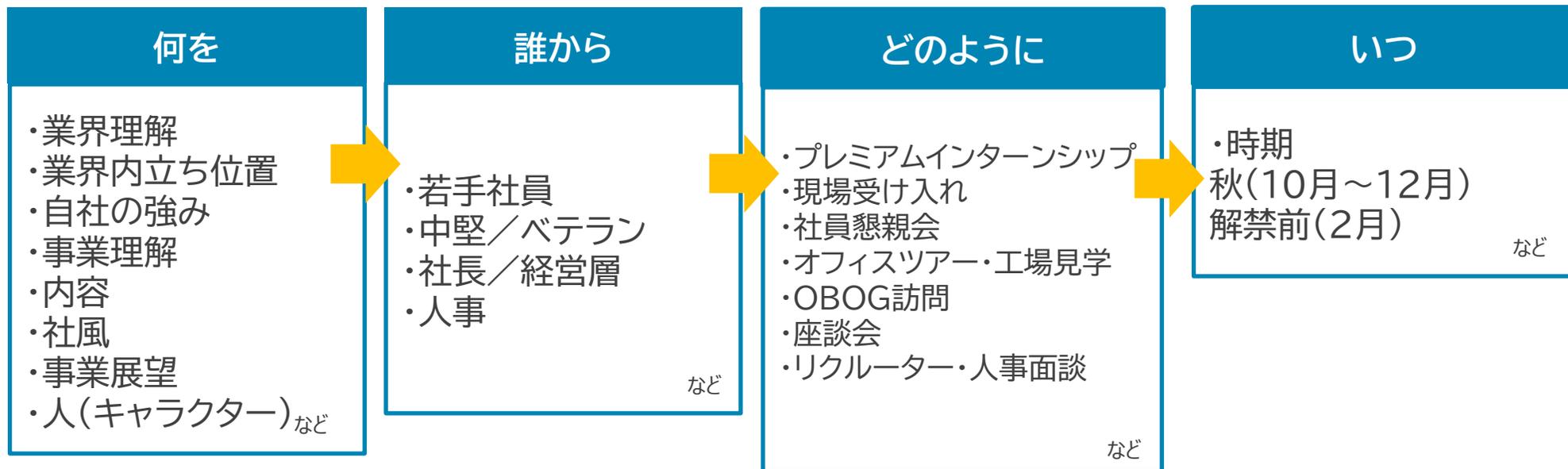
インターンシップ開催する目的

インターンシップを通して、何に気づき、何を学び・感じ取ってもらいたいのか

フォローについても

フォローを実施する目的

実施後フォローを通して、何に気づき、何を学び・感じ取ってもらいたいのか



インターンシップ期間に伝えたい**4**つの情報(魅力)

業界に関する魅力

職種に関する魅力

人に関する魅力

社風・文化に関する魅力



自社の強みと学生に理解してほしいポイントを整理することが重要
4つの魅力をインターンシップ期間で伝えられる様、スケジューリングする◎

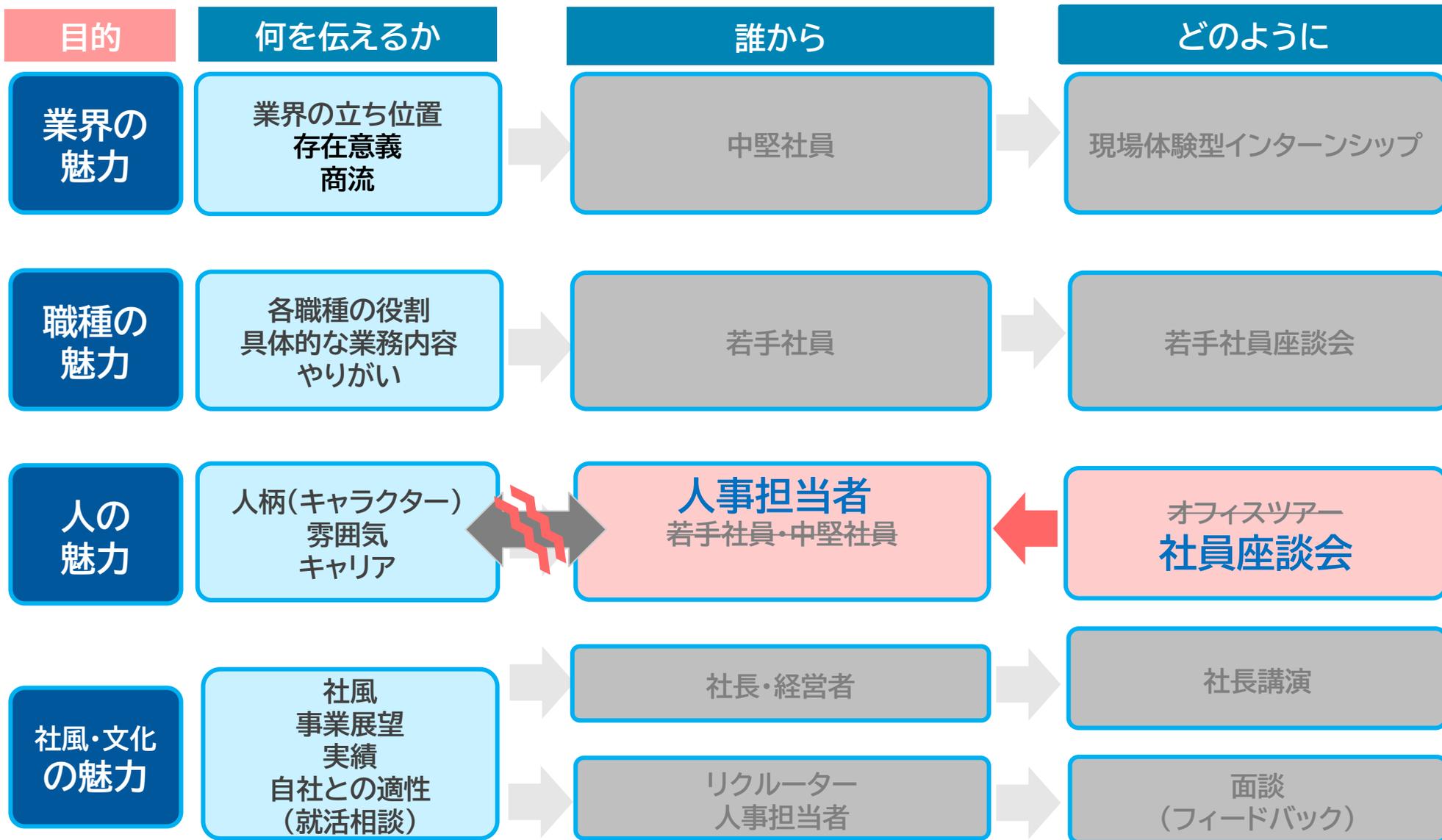
<参考> フォロー内容設計の流れ



<参考> フォロー内容設計の流れ



<参考> フォロー内容設計の流れ



業界の魅力

展示会案内

- ・自社商品の紹介
- ・ブランディング効果
- ・認知拡大

人の魅力

OB/OG訪問

- ・多様な社員との関わり
- ・業界・企業研究
- ・ミスマッチ防止

業界の魅力

業界研究イベント

- ・業界・企業研究
- ・セミナー形式で多数の学生へ広報可能

人の魅力

人事／ リクルーター面談

- ・インターンシップフィードバック
- ・思考整理のサポート
- ・人間関係の構築
- ・多様な社員との関わり
- ・就職活動のサポート

職種の魅力

職種別社員 インタビュー

- ・希望する職種の働き方、やりがいを理解することが可能

人・社風文化の魅力

先輩社員座談会

- ・多様な社員との関わり
- ・会社や社員の雰囲気伝える
- ・ミスマッチ防止

業界／職種の魅力

現場体験型 インターンシップ (追加ISの開催)

- ・リアルな職業体験

社風文化の魅力

- ・企業の雰囲気を伝える
- ・社員との交流の機会

社長講演

- ・企業文化・ビジョンの訴求

再掲

学生のキャリア形成支援として就業支援活動を4つに分類

学生のキャリア形成支援を推進するとともに、
就業体験を伴う質の高いインターンシップに改善していく観点から、プログラムが4類型に分類されます



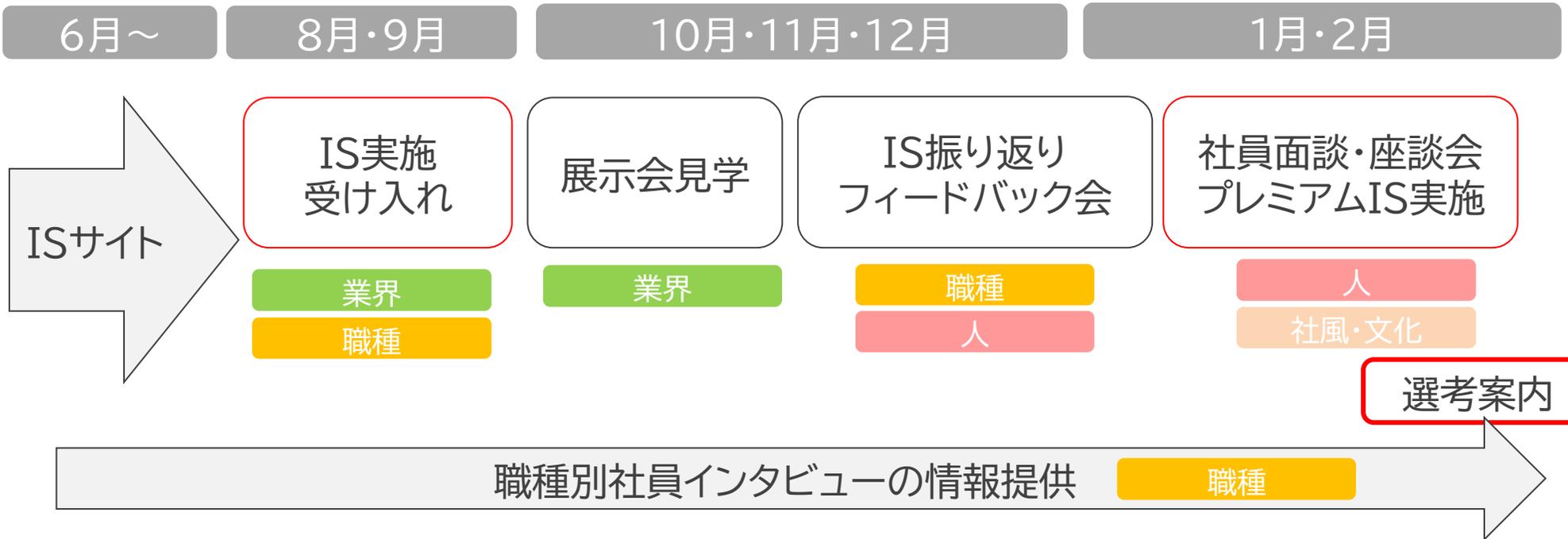
タイプ3・4は個人情報を採用活動に活用◎ ※条件有



参考(ジョブカフェしまねサイト)

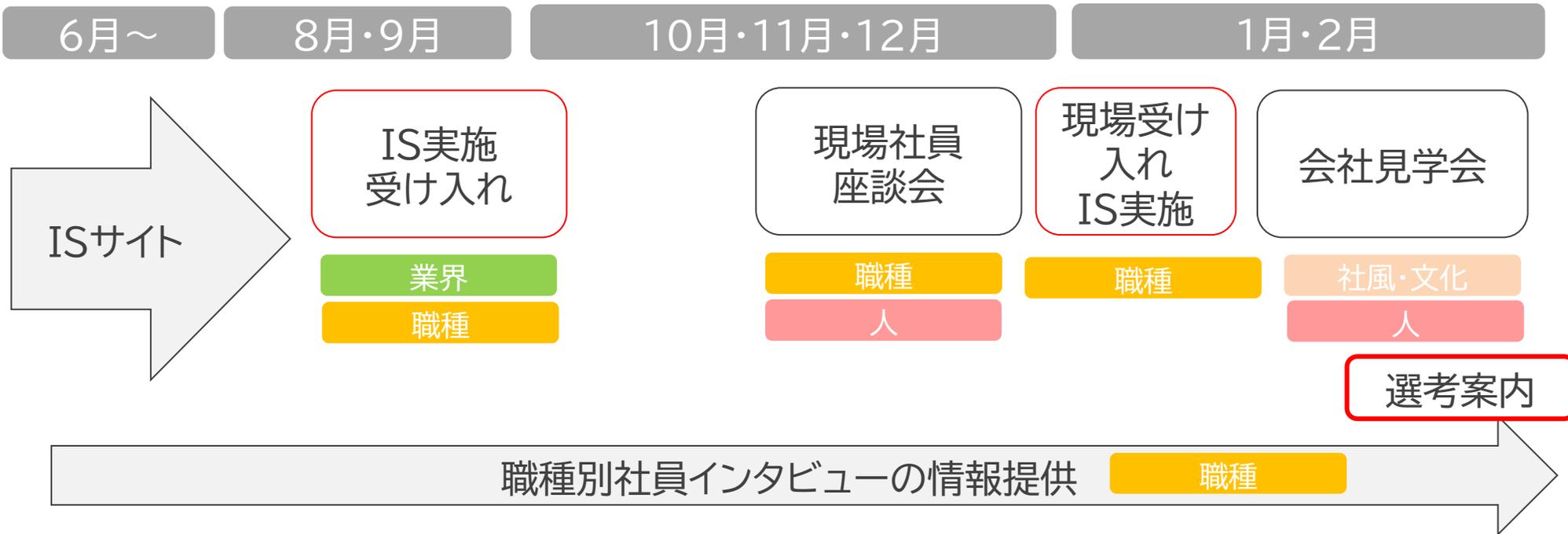
<https://www.gogo-jobcafe-shimane.jp/topics/20230329190625>

人・社風の順に魅力を伝える



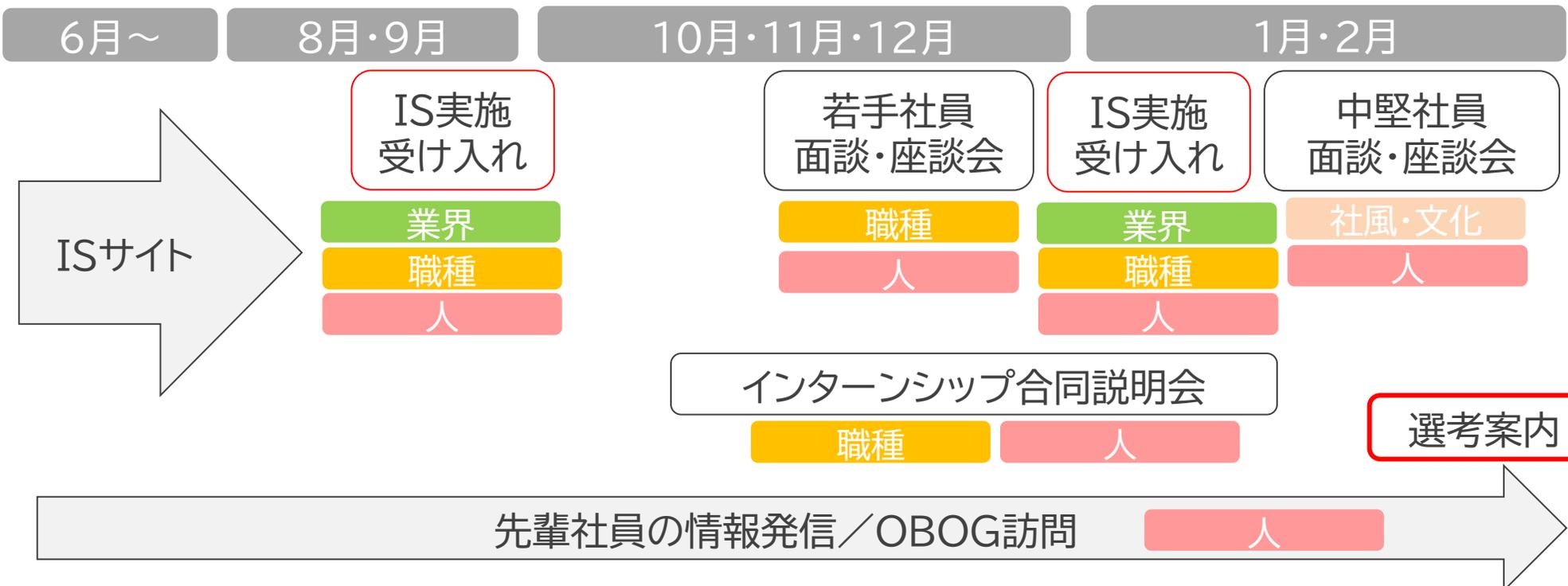
- ・対面とWEBを組み合わせて実施
- ・職種・業界理解ができたタイミングで「人・社風文化」を訴求できるコンテンツ実施
- ・順を追って、魅力を伝えていくスケジュール

適性を図りながら志望度を醸成



- ・仕事のコア部分が伝わるインターンシップ実施(疑似体験・ゲーム化)
- ・学生の仕事理解が進んだタイミングで、現場受け入れ型のインターンシップを実施
- ・本選考では職種別採用を行うことも検討している

営業力(人の魅力)が強みの企業！対面で学生へ訴求



- ・対面で人の魅力での訴求(対面を重視している)
- ・グループワークも可能な限り、社員との共同グループワークを実施している
- ・先輩社員をサイトやメールで情報公開
- ・いつでも会える環境や定期的に社員と交流できる(座談会)状況に！
- ・合同企業説明会へも社員が参加し、「人」の魅力を訴求

自社への理解促進



- ・会社情報を定期的に配信(パンフレット案内/ブログ・SNS/メルマガ配信)
- ・社長講演、社員座談会はWEB配信でいつでも手軽に視聴できるように(視聴期間の工夫)
- ・より多くの学生に会社の魅力を伝える為、WEBインターンシップを検討
- ・貴社の情報が常に学生が確認できている状況に！

インターンシップ参加前のフォロー

インターンシップ中にすべてを伝える必要がなく、
インターンシップはより体験や社員との交流する時間を確保するために、別日に短時間開催する

一般的な
採用フロー



パターン①



業界の情報や企業基本情報はここでインプット

ある程度の知識を持った上でインターンシップ参加、インターンシップは体験と社員交流に充てる

パターン②



面談を通じて仕事内容や社風を伝える

面談でグリップを補い、インターンシップでは体験と企業の魅力訴求に充てる

インターンシップ前に短時間で、心理的にもハードルを低く学生と接触を作り(WEB推奨)
インターンシップ参加へと繋げる

03

事例紹介



1DAY お仕事体験	現場受け入れ・ WEB	ソフトウェア
受け入れ体制 <input checked="" type="checkbox"/> 人事担当 <input checked="" type="checkbox"/> 現場社員	対象 <input checked="" type="checkbox"/> 全体 <input type="checkbox"/> 文系 <input type="checkbox"/> 理系全体 <input type="checkbox"/> 機電 <input type="checkbox"/> 情報 <input type="checkbox"/> 土木建築	従業員数 <input type="checkbox"/> ~ 50人未満 <input checked="" type="checkbox"/> 50 ~ 100人未満 <input type="checkbox"/> 100 ~ 300人未満 <input type="checkbox"/> 300 ~ 500人未満 <input type="checkbox"/> 500 ~ 1000人未満 <input type="checkbox"/> 1000 ~ 3000人未満 <input type="checkbox"/> 3000 ~ 5000人未満 <input type="checkbox"/> 5000人以上

募集人数	各回5~10名	実施時期	8月~9月	複数のコースを準備 自社システムの活用によりリアルな仕事体験をする	
募集方法	マイナビ	選考内容	先着順実施		
分類		参加者	内容		
コース1 (1DAY)	オリエンテーション	人事担当	会社説明	自社の説明 マーケティングとは？事例紹介	
	グループワーク	先輩社員	グループワーク	グループワーク 自社の、マーケティング分析システムを利用して、店舗の売り上げ改善をする方法を考えるワーク	
	ディスカッション	学生	プレゼン	当社経営陣に対して、企画をプレゼン	
	フィードバック	先輩社員	フィードバック	担当者からのフィードバック	
コース2 (1DAY)	オリエンテーション	人事担当 社長	会社説明	自社の説明 ビジネスシミュレーションについての説明、事例紹介	
	グループワーク	社長・経営層	グループワーク	ビジネスシミュレーショングループワーク お客様の課題、自社の課題を洗い出し、課題解決のためのソリューションを考える	
	ディスカッション	学生	プレゼン	当社経営陣に対して、企画をプレゼン	
	フィードバック	経営層	フィードバック	経営層からのフィードバック	
コース3 (1DAY)	オリエンテーション	人事担当	会社説明	自社の説明	
	グループワーク	先輩社員	グループワーク	グループワーク 学生が主人公になったかのようなシミュレーション動画を用いたワークで営業やSEの仕事をリアル体験。 クライアントの課題ヒアリングから提案、受注までの流れを体験	
	ディスカッション	学生	プレゼン	企画をプレゼン	
	フィードバック	先輩社員	フィードバック	担当者からのフィードバック	

1DAY お仕事体験	現場受け入れ	商社(自動車)
受け入れ体制 <input checked="" type="checkbox"/> 人事担当 <input checked="" type="checkbox"/> 現場社員	対象 <input checked="" type="checkbox"/> 全体 <input type="checkbox"/> 文系 <input type="checkbox"/> 理系全体 <input type="checkbox"/> 機電 <input type="checkbox"/> 情報 <input type="checkbox"/> 土木建築	従業員数 <input type="checkbox"/> ~ 50人未満 <input checked="" type="checkbox"/> 50 ~ 100人未満 <input type="checkbox"/> 100 ~ 300人未満 <input type="checkbox"/> 300 ~ 500人未満 <input type="checkbox"/> 500 ~ 1000人未満 <input type="checkbox"/> 1000 ~ 3000人未満 <input type="checkbox"/> 3000 ~ 5000人未満 <input type="checkbox"/> 5000人以上

募集人数	各回5~10名	実施時期	8月~9月	地方創生に取り組む企業の強みを生かし 顧客側・接客側の両面を体験する
募集方法	マイナビ	選考内容	先着順実施	
分類		参加者	内容	
AM	オリエンテーション	人事担当	会社説明	業界および自社の説明 会社見学
	現場見学・実務体験	先輩社員	現場見学・体験	接客体験 先輩社員の接客を実際にお客様として体験 地域創生事業の店舗見学
	フィードバック	先輩社員	昼食	参加社同士の自己紹介を行い、昼食
PM	現場見学・実務体験	先輩社員	現場見学・体験	接客体験 先輩社員の接客を実際にお客様として体験 地域創生事業の店舗見学、接客体験
			体験	店内の店舗案内を体験
	フィードバック	先輩社員	フィードバック	先輩社員からのフィードバック

5DAYS

現場受け入れ

設備工事

受け入れ体制

- 人事担当
- 現場社員

対象

- 全体
- 文系
- 理系全体
- 機電
- 情報
- 土木建築

従業員数

- ~ 50人未満
- 50 ~ 100人未満
- 100 ~ 300人未満
- 300 ~ 500人未満
- 500 ~ 1000人未満
- 1000 ~ 3000人未満
- 3000 ~ 5000人未満
- 5000人以上

募集人数	9名	実施時期	4月~11月	企業の魅力や強みを広く認知させるため広報戦略・配信業務を有償型インターンシップとして体験。
募集方法	マイナビ・大学との連携	選考内容	選考無	
分類		参加者	内容	
4月	講義 (新入社員研修参加)	人事担当・広報担当・経営層	業界知識、自社の強み 自社の特徴	業界、企業の基礎知識を学ぶ 企業の魅力を深掘り
5月・6月	広報業務体験	人事・広報担当	広報ツール選定 SNS運用	自社の魅力を幅広く訴求するための最適な手段・ツールを会議 上記、広報ツール選定にて決定したSNS運用を実施。 Instagram、Twitter、Tiktok
7月・8月	広報業務体験	人事・広報担当・現場社員	情報収集 SNS運用	社員インタビューや社員向け研修に参加し、広報に必要な自社の魅力を情報収集 Instagram、Twitter、TiktokにてSNS運用
9月	広報業務体験	人事・広報担当・現場社員	情報収集	社員インタビューや社員向け研修に参加し、広報に必要な自社の魅力を情報収集
			SNS運用	Instagram、Twitter、TiktokにてSNS運用
			夏季インターンシップコンテンツ、資料作成	本件とは別で実施をしているインターンシップのコンテンツや受け入れに必要なツールの準備を体験。学生向けの広報もあわせて体験。
			夏季インターンシップコンテンツ実施	インターンシップの一部を長期インターン生が企画&運営
			採用活動用資料作成	長期インターン生だからこそ分かる企業の魅力などを盛り込んだ資料を作成
10月	成果発表会	人事・広報担当・経営層	成果発表会	自社のステークホルダーに対して成果発表会という形式にてインターンシップでの取り組みを発表。地元テレビ局などでその模様を放送。

3DAYS

現場受け入れ

ビルメンテナンス

受け入れ体制

- 人事担当
- 現場社員

対象

- 全体
- 文系
- 理系全体
- 機電
- 情報
- 土木建築

従業員数

- ~ 50人未満
- 50 ~ 100人未満
- 100 ~ 300人未満
- 300 ~ 500人未満
- 500 ~ 1000人未満
- 1000 ~ 3000人未満
- 3000 ~ 5000人未満
- 5000人以上

募集人数	20名	実施時期	8月~2月	経営陣への提案を通じ、 リアルな仕事理解を促進		
募集方法	マイナビ	選考内容	先着順実施			
分類		参加者	内容			
初日	オリエンテーション	人事担当	会社説明	自社の説明		
			座談会	先輩との座談会		
2日目	グループワーク	人事担当	現場見学	現場を見学		
			グループワーク	グループワーク		
最終日	現場見学	先輩社員	現場受け入れ	先輩について、現場同行		
			ディスカッション	学生	チームMTG	次年度の学生に向けて、どのようなインターンシップを実施すべきかという企画を検討
最終日	ディスカッション	学生	チームMTG	前日の続き		
			プレゼン	役員	プレゼン	当社経営陣に対して、企画をプレゼン
			フィードバック	人事担当	フィードバック	担当者からのフィードバック

10DAYS **現場受け入れ** **建設**

受け入れ体制

- 人事担当
- 現場社員

対象

- 全体
- 文系
- 理系全体
- 機電
- 情報
- 土木建築

従業員数

- ~ 50人未満
- 50 ~ 100人未満
- 100 ~ 300人未満
- 300 ~ 500人未満
- 500 ~ 1000人未満
- 1000 ~ 3000人未満
- 3000 ~ 5000人未満
- 5000人以上

募集人数	20名	実施時期	8月-9月	実習ノートを通じた社員との密な コミュニケーションで仕事・企業理解
募集方法	マイナビ・学校	選考内容	先着順実施	
分類		参加者	内容	詳細
初日	オリエン	人事担当	会社説明	自社の強み・魅力
			事業内容説明	事業内容・業界での強さ・差別点などを伝える
			安全教育	現場見学時の注意点の説明
	実習ノート	先輩社員	プログラム説明	実習ノートを手渡し、疑問・質問、感じた事を毎日記入するように指示 96名の社員のうち、40名の社員が学生を受け入れる。
2日目 ~ 9日目	現場見学	先輩社員	現場受け入れ	朝礼前清掃、朝礼、危険予知活動、新規入場者教育、現場内巡回(安全管理・工程管理・品質管理)、工程打合せ等を実施。打設体験なども可能。
			振り返り	学生 & 先輩社員
	5日目	上記内容を行いながら、「どんな目標を持って何を学びたいのか」を再度確認。		
10日目	振り返り		発表	実習で学んだことを1人約5分程度で発表
			適性検査	適性試験を受験させ、適職などを後日フィードバック
			懇親会	プログラムを運営した先輩社員たちとの懇親会

04

さいごに





採用活動に困っていませんか?

「採用活動の専門家」にお気軽にご相談ください。
「採用活動に関する企業の課題」を洗い出します!

島根県委託 令和5年度 企業の採用活動支援事業
この事業は島根県(商工労働部雇用政策課)が株式会社マイナビに委託して実施しています。

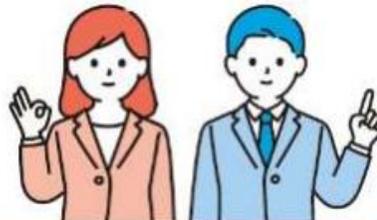
専門家の無料派遣



事業の流れ

① お申し込み・ヒアリング

お申し込み後、採用力強化支援員が事業に関する簡単なヒアリングを行います



② 専門家が訪問して課題を洗い出し、支援策や相談窓口を紹介します

“採用活動に関する企業の課題”
= 生徒や学生の視点と企業の視点とのギャップ を明確化

「学生が企業を選択する際のポイント」

- ①安定性 ②社風、働く社員が良い・良さそう ③福利厚生
- ④待遇面(給与、休暇制度含む) ⑤社会貢献性 ⑥技術力、商品開発力
- ⑦女性活躍、男性育休制度 ⑧業界上位

出展：マイナビ 2023卒 大学生活動実態調査(3月)

改善に向けたアドバイス、解決に向けた支援策や相談窓口を紹介します!

課題の明確化

設備投資支援、デジタル化支援、経営改善 など

採用に必要な企業の取組への支援策



こんなお悩みありませんか？

- ・ 自社の採用WEBページやSNSを開設したのに求人が増えない。
- ・ 学生が興味を持つインターンシッププログラムになっているか不安。
- ・ マイナスイメージを持たれやすい業界だど払拭するような広報は？
- ・ 福利厚生を充実させたけどどのようにPRしたらいいの？
- ・ 高卒だけでなく大学新卒なども採用したい。何から始めたらいいの？
- ・ 理系に限定してきたけどもしかしたら文系でも興味を持つ学生はいるのでは？
- ・ 合説に出展したけど周りの企業と比べるとブースが地味だった。



◇ 課題を踏まえ、今まで気づけなかった・重要視していなかった手法を助言したり、支援策・相談窓口を紹介します。

支援策の活用事例① いきいき職場づくり支援補助金

- ・ テレワーク環境の整備、休憩室やトイレなどの改修・整備
- ・ 勤怠管理システムの導入とペーパーレス化
- ・ 人事評価制度の導入
- ・ SNSによる広報人材を育成するための研修 など



企業ごとのお悩みに沿った専門家の分析と助言

◇ 採用活動の専門家(株式会社マイナビ)が、最新の学生・企業の動向などをもとに、採用活動に関する各企業の課題を洗い出します。

専門家の視点

- ・ 学生が企業選択の際に重要視しているポイントへの対応状況
- ・ 採用活動の早期化、オンライン化への対応状況
- ・ インターンシップの活用状況 など



支援策の活用事例② 採用ブランディング支援補助金

- ・ 求める人物像の明確化とそれに合わせた広報媒体の整備
- ・ 働きやすい職場環境を整備し、就活生に見える化
- ・ インターンシップを強化して業界・自社・若手社員のPR
- ・ 企業説明会の資料やPR方法・伝え方などのブラッシュアップ
- ・ 自社WEBページの改修 など



採用力強化支援員がフォローします

◇ 県内の商工会議所や商工会に駐在する「採用力強化支援員」が、初期のヒアリングや専門家派遣後の状況確認などを行います。

氏名	担当商工団体地区	氏名	担当商工団体地区
細谷 清 持田 信治 星野 正雄 Tel 0852-23-1616	松江商工会議所、安来商工会議所、 東出雲町商工会、まつえ北商工会、 まつえ南商工会、安来市商工会	原田 徹治 小倉 敏郎 Tel 0855-22-3025	浜田商工会議所、益田商工会議所、 江津商工会議所
宮本 光夫 Tel 0853-25-3710	出雲商工会議所、平田商工会議所	神田 良則 Tel 0854-82-0765	大田商工会議所、江津商工会議所
金森 朗 Tel 0853-72-0674	斐川町商工会、出雲商工会、 雲南市商工会、奥出雲町商工会、 飯南町商工会	大畑 英徳 Tel 0855-75-0805	美郷町商工会、川本町商工会、 桜江町商工会、銀の道商工会、 邑南町商工会
堀 正博 Tel 0856-72-3131	津和野町商工会、吉賀町商工会、 石中央商工会、美濃商工会	若林 俊裕 Tel 08512-2-1157	隠岐の島町商工会、隠岐國商工会、 西ノ島町商工会

※採用力強化支援員は、島根県が松江商工会議所に委託して県内の商工会議所や商工会に配置しています。
下線のある商工会議所又は商工会に駐在しています

申込期間 4月～2月 **派遣回数** 1～2回(1か月程度)

派遣する専門家 株式会社マイナビ

対象企業 次のいずれにも該当する企業

- ・ 県内に事務所又は事業所があること
- ・ 事業実施年度の翌年度から3年以内に、新規学卒者等の採用の計画又は見込みがあること

※採用の計画は、県内の事務所又は事業所に配属することを目的とするものに限り、
※新規学卒者等とは、原則として新規学卒者(大学院、大学、短期大学、専修学校、高等専
門学校や高等学校などを新たに卒業する者)としますが、広く修士課程卒業後3年以内の者
を想定しておおむね30歳未満までの若者を含めた方とします。

事業のお問い合わせ、お申し込みは、
株式会社マイナビ山陰支社

TEL: 0852-60-1730

E-mail: job-senmonkahaken@mynavi.jp

(企業名、担当部署、担当者名、住所、電話番号を記載してください。)

または、お近くの採用力強化支援員まで(裏面参照)

ご清聴、ありがとうございました



視聴後はアンケートにご協力をお願いいたします。

アンケート回答いただいた方に本日のワークシートを配布いたします。

株式会社マイナビ

就職情報事業本部

関西・中四国営業統括本部

関西・中四国営業推進統括部

地域人材支援担当



〒530-0011
大阪府大阪市北区大深町4-20
グランフロント大阪 タワーA 30階



job-saiyoshien.w@mynavi.jp



06-4802-1314

本ドキュメントの著作権は、
株式会社マイナビ 事業推進統括事業部 就職情報販促支援部に帰属します。
著作権者の許可なく無断でコピー・複製および無断転用を行うことを固く禁じます。

