

# COC+共育型インターンシップ 報告書

2017年8月

青森COC+推進機構 教育プログラム開発委員会  
共育型インターンシップワーキンググループ  
主査校 青森中央学院大学

## 目次

はじめに	1
1.共育型インターンシップの取り組み	2
2.事例1 若山経営共育型インターンシップ	3
(1) 若山経営 共育型インターンシップの概要	4
(2) 若山経営 共育型インターンシップ参加学生報告	6
(3) インターンシップを終えて	13
(4) インターンシップ受入れ企業担当者インタビュー	14
3.事例2 ATV 共育型インターンシップ	16
(1) ATV 共育型インターンシップの概要	16
(2) 具体的スケジュール	17
(3) ATV インターンシップのプロジェクト設計	18
(4) ATV インターンシップの目標&タスク	20
(5) 活動成果報告書	21
(6) ATV 共育型インターンシップを終えて	30
(7) インターンシップ受入れ企業担当者インタビュー	32
あとがき	33



## はじめに

「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業 COC+」では地域創生人財の育成を目的に青森中央学院大学が地元中小企業を対象とし、大学と企業が連携して企画・実施する「共育型インターンシッププログラム」を開発・実施している。

2016年度はNHK青森放送局と約1か月の共育型インターンシップを実施した。2017年3月には青森市の株式会社若山経営（以下若山経営と表記）、株式会社青森テレビ（以下ATVと表記）の二社と連携して、共育型インターンシップを実施することができた。

若山経営、ATVは、これまで短期インターンシップを青森中央学院大学とそれぞれ実施しているが、共育型インターンシップを企画するにあたり、2016年11月に開催した「企業向け共育型インターンシップフォーラム」において、ATVが「わっち!!の視聴率アップ」、若山経営が「魅力ある企業とは」をそれぞれ目標として、インターンシップの概要を説明した。この間、企業担当者とのプロジェクト設計の打ち合わせ、学生との面談や社会人マナー講習会を実施、2017年3月に若山経営2名、ATV4名の学生が参加する共育型インターンシップがスタートした。

本報告書は、学生に課した業務日報、成果レポートをもとに、企業担当者のインタビュー、インターンシップ終了後の学生インタビューを加え、共育型インターンシップ事業の実施内容、成果と反省等を取りまとめたものである。なお、本事業は本格的なインターンシップ事業（従来型インターンシップ含む）に向けた試行錯誤の挑戦であり、今後は県内各大学の参考となるようなモデル構築に向けた取り組みを続けていく予定である。

2017年8月

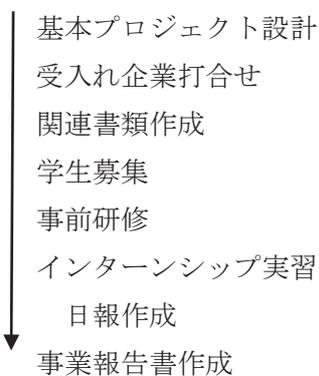
青森 COC+推進機構 教育プログラム開発委員会  
共育型インターンシップワーキンググループ  
主査校 青森中央学院大学

## 1. 共育型インターンシップの取り組み

共育型インターンシップを単なる職場体験ではなく、学生の成長、企業メリットを見込めるインターンシップとして成功させるためには、プログラム設計、学生募集・選考、事前学習、実施、事後学習など、一連のプロセスがポイントとなる。

今回の企画段階では、昨年作成した「学生と共に育つ企業のためのガイドブック」を活用しながら企業側とプロジェクト設計を行ったほか、企業担当者及び事務局合同の研修会、学生向けビジネスマナー講習会などを実施した。

### 共育型インターンシップの流れ



以下は、若山経営及びATVと連携して実施した「共育型インターンシップ」の報告書である。

# 若山経営共育型インターンシップ

報告書 2017



## 2. 事例Ⅰ 株式会社若山経営

若山経営は主要な事業活動である①セミナー（研修、講習、イベント企画）企画、人材育成研修、②経営者の伴走者として企業への専門サービス提供等を通じ、人材育成の重要性を早くから認識し、これまでも県内高校生、大学生との短期インターンシップに積極的に取り組んできた。

若山経営の企業概要は以下の通りである。

社名 株式会社 若山経営  
代表 代表取締役 若山恵佐雄  
従業員数 5名（グループ全体 37名）  
関連会社 税理士法人 NAVIS、若山経営 M&A センター、株式会社 BSC 経営）  
事業内容 経営計画、資金計画作成、実行支援、相続対策及び事業承継指導

### （１）若山経営 共育型インターンシップの概要

テーマ 「魅了ある県内企業になるには」（2017年3月6日～3月末日）

目的 青森市内の中小企業の実態を調査し、企業経営者から業界動向、業界の課題、企業ごとの課題、企業が抱える人材及び組織の課題、採用、教育訓練等について理解を深める。

参加学生 青森中央学院大学経営法学部 2年生1名、3年生1名（当時）

#### スケジュール

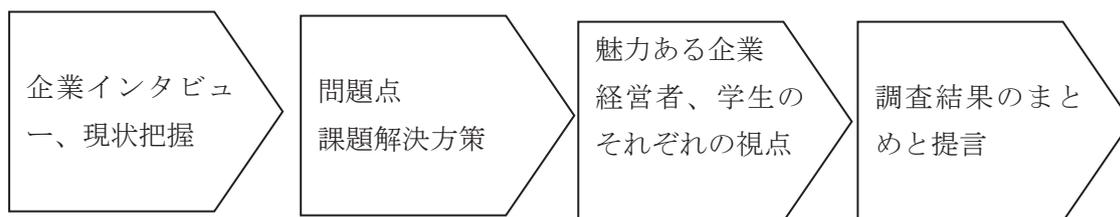
第一週 ゴールの明確化と取組み方法の共有

対象：青森市内企業経営者へのインタビュー調査（30社程度）

第二週 インタビュー調査を通じた業界動向調査、調査内容の整理と課題抽出、有効な支援策検討

第三週 魅力ある企業の定義、学生の志望企業と比較検討

第四週 調査結果のまとめ



#### 一日の流れ

8:30～8:45分 掃除

8:45～9:00分 朝礼

午前中 企業ヒアリング

午後 企業ヒアリング

日報、報告書作成

17:00 業務終了

## インターンシップ実習時間

Y.T 150 時間、M.S 134 時間

## 企業ヒアリングシートの項目

1. 業種・業態
2. 企業沿革
3. 業界動向、景気感応度
4. 顧客の視点（取引先）
5. 業務の視点（社内業務）
6. 人材採用、教育訓練
7. 企業としての魅力
8. 就活中の学生へのアドバイス
9. 県外就職と県内就職

## アウトプットの項目

- ・ 県内企業のヒアリング実態調査をまとめ、レポートを作成
- ・ 企業が抱える課題の抽出、解決策の検討
- ・ ヒアリングをもとに魅力ある県内企業とは何かを探る
- ・ 就活学生にいかにか企業を広報し、優秀な人材を県内に定着させるかを検討する
- ・ 県内大学生の県内就職をいかに増加させるかを検討する



COC+事業 共育型インターンシップ 若山経営

# 魅力ある県内企業になるには

青森中央学院大学 4年 M.S

## はじめに

今回のCOC+事業における共育型インターンシップでは「魅力ある県内企業になるには」というテーマの下、30社の企業経営者インタビューを行った。このレポートでは、青森県が掲げる「若者の地元定着」という目的のために、その原因や背景、県内の中小企業の魅力をどのように発信するかについて述べる。

## 1. 青森市内の中小企業の実態調査

今回の実地調査は規模や業種を問わずに複数の企業へ訪問し、経営者及び社員にヒアリングを行った。受入企業の専任者と同行し、ヒアリング内容については、あらかじめ項目を決めたヒアリングシートに沿い、適宜質問を増やしたり減らしたりして行った。その結果、以下のことがわかった。

青森県は少子高齢化による人材不足が深刻化しており、青森県そのものの人口が減少しているため、人口と共に企業の数自体も減ってきている。その結果、新人を受け入れるための体制(人材育成や福利厚生など)が整っていない。

しかし、中小企業は大企業に比べると研修や育成に時間をかけることができないため、仕事についてはやりながら覚えてもらうしかないのが現状である。

## 2. 企業側の課題や解決策

ヒアリングを行った企業や業種によっても様々な課題があった。

まず、いくつかの業種で共通していたのが「マイナスイメージ」による人材不足である。これらは主に建設業や食品関係、老人ホーム、ペットショップ、葬儀屋などがあげられる。仕事がきつい、というイメージや命を扱っていることに対する職業全体のイメージによって、若者から敬遠されることが多いということがわかった。これを解決するには、経営者

自身から直接話を聞くのが一番、イメージの改善につながると思った。しかし、現実的にそれは難しい。よって、経営者自身から話を聞いた者が第三者に伝えるか、パンフレット作成、地元中小企業限定の企業説明会を増やすなど、関りや知識を得る機会を多く作るというのではないだろうか。

また、食品関係は他との差別化をしていかないと、生き残ることは難しいということもインタビューの中で言っていた。今、顧客が多くのものから選べる中で、自分の店や商品を選んでもらうためには、様々な工夫が必要なのだと感じた。その為には自分たちで考えることもそうだが、外部からのアドバイスもあればいいのではないか。

そして、全体を通して福利厚生や新人教育などの基本的な問題もあったが、それらは今すぐに解決する、というのは困難だ。だが、少しずつ備えていったり、見直しをしたりなど、その企業の中のできる範囲で手を付けていけば良いだろう。

### 3. その他の課題についての支援方法

学生側でも、自分はどんな企業に行きたいのか、どんな企業が自分と合っているのかしっかりと見極めなければ、ミスマッチングが起こってしまう可能性もある。また、ハローワークや就活サイトだけでは、地元の中小企業にどんなものがあるのかという情報を入手するのは難しいだろう。もっと積極的に学生自身が調べるようになるためには、意識の改善と情報を入手する手段を知らせなければならない。これは大学側と学生、企業の三つが揃わないと厳しいと考えられる。そして学生自身が何をしたいか、何なら自分ができるのか考える機会があればいいだろう。

また、県内といえども中心地から遠い地域では、初任給が安い上に住むところも厳しいという理由で県外に就職する人もいるという。そういう人が住めるような宿舎があれば、通えるようになるので県内就職も視野に入るのではないか。

### 4. 魅力ある企業とは

賃金や労働環境の良さ、福利厚生が充実している、休みがしっかりしている、というのが企業の一般的な魅力だろう。しかし、今回のインターンシップで、それと同じくらいに形に表せないような魅力が企業のサービス、商品に繋がっている企業も魅力的だと感じた。賃金や休日なども生活するためには重要なポイントだが、その企業が地元でどのような貢献をし、役立っているのかを知ること、仕事の動機やモチベーションに繋がっていくと思う。

また、県内の中小企業で働くメリットとして、慣れ親しんだ地元で働ける、大企業と違って評価がされやすい、経営者との距離が近いため何を目指しているのかがわかるなどが挙げられる。そういうところも魅力の一つではないか。

## 5. 魅力ある企業を学生に広報するには

情報雑誌を配布する、SNS の活用などの他に、実際にインターンシップを体験した人が公の場で発表することによって、聞いている学生側にも興味を持たれるのではないか。同じ学生という立場だからこそ身近に感じ、発表で知った企業が自分に合っているのではないかと思ったときに訊きに行きやすいと思う。

## 6. 県内企業に就職する学生を増やすには

中小企業以前に青森そのものに魅力をあまり感じない若者が多く、それゆえに出ていく人も多いと考えられる。しかし、青森が今後良くなっていくのを待っていたら、新しい人は来ないだろう。だからこそ、企業自身が「自分たちだけでも良くなろう、良くあり続けよう」という個々の魅力の追及が重要になってくるだろう。

## 7. インターンシップを終えて

私は今回のインターンシップを通して、自分の周りがどれだけ多くの中小企業に支えられているのかを知ることができた。また、経営者の話を聞いて自分の考え方も広がった。大学だけでは知りえなかったことに触れることができ、自分の中の世界が大きく広がったように感じた。

自分の中であまりいい印象のない職業にもインタビューを行い、実際に行ってみると、大きく印象が変わることも多かった。ここのお店、企業、経営者は自分が思い描いていたイメージとはいい意味で違うことを知ることができ、目から鱗だった。また、あまり聞いたことのない企業が、知らないところで自分たちの生活やイベントなどを支えていることも知った。それによって、前とは違う景色が見えるようになった。

## おわりに

今回のインターンシップを通して、企業側と学生、双方にそれぞれの課題が見つかった。情報の発信と受信、企業側のイメージや待遇など課題の内容は様々だったが、できるところから改善していけば、いい人材が県外に流出することは減らせるのではないか。情報発信の仕方や見つけ方も今までのやり方では、県外流出を加速させるだけだろう。少しでも学生が県内の中小企業に触れる機会を作らなければならない。

# 魅力ある県内企業になるには

青森中央学院大学 3年 T.Y

## 1. 県内企業の実態

現在、全国の会社の9割は中小企業である。しかし、その中で衰退していつているというのも現実である。

今日、様々な会社が企業活動を行う中で、ここ青森県にも大手の企業が近年増加し、地元企業と熾烈な競争を繰り返している。今では、コンビニエンスストアやスーパー、大手チェーン店が多く存在しており、多くの人たちがこれをよく利用するようになった。その結果、一昔まで栄えていた地方の企業が大きなダメージを受けた。大手企業に顧客を奪われた事で、今まで積み上げてきたものが奪われ、次第に消えていく企業も数多く存在する。これによって何が問題になるのかというと、知名度が薄れてしまうということだ。

今回、我々は「大学生の就職による県外流出に歯止めをかけ、県内でその力を発揮してもらう」ためにどうすれば良いか、という課題を与えられ、共育型インターンシップに参加した。30数社ヒアリングを実施し、企業経営者に直接インタビューを行った。

### (1) 弱い企業の情報発信力

今回のインタビュー先についての情報をほとんど持ち合わせていなかった。学生側の不勉強もあるが、企業名と事業内容が一致しない、聞いたことがない企業が大半だった。企業の知名度が低いと大学生の目に留まることはなく、県内優良中小企業を知ることなく、結果的に県外へと行ってしまふことが多いのではないだろうか。大学生が県内企業に関する情報が決定的に不足していること、そして、企業側も大学生の考え方について情報を持っていない。これは今回インタビューをして、最も感じた問題の一つであった。

企業情報の発信力の弱さが原因となり、大学生たちが関心を持たない状態なのだ。企業に対する認知度の違いが就職先を決める際の大きな要因となるうえで、知名度が低いというのは大きな痛手であるといえる。

## (2) 人手不足が共通の課題、給与水準、福利厚生制度で県外企業と格差

今回のインタビューで共通しているのが、「人材不足問題」である。インタビュー先のほとんどが口をそろえて言った言葉が「人材が不足している」ということだ。新入社員、あるいはそれに限らず働き手のほとんどは県外に意識を向けており、様々な点において優位かつ魅力のある企業が多く存在している。そんな中で注目度の低い青森の中小企業が割って入ろうというのは困難である。そうしていくうちに大学生は都会への憧れを強く抱くようになり、徐々に青森の大学生が減っていくという負の連鎖が生まれたのではないだろうか。

先の内容で大手企業、県外企業には「働く魅力」があると記述したが、これは2つの要因があると考えられる。それは、給与水準と福利厚生の二つである。給与水準の格差は全国の8割の水準と良く言われるが、福利厚生の面からみてもやはり青森の会社とは格差が存在するようである。まず、休暇取得・利用については、人材が多い大企業はその分取りやすいが、青森県の場合、職種にもよりけりであるが、なかなか休暇を取るという事が難しい。場合によっては、基本休みがないといった会社も存在する。また、社会保険などといったものもこちらでは用意できないところも多いため、そういった格差が大学生にとって企業を選択する際の着眼点にもなる為、大きな課題となっている。

また、新入社員の扱いにも問題点があると考えている。青森県内中小企業の新人に対する教育は、そのほとんどが実務で覚えるといった、OJT的な要素が強い内容が多かった。もちろん上司からのアドバイスやある程度の仕事の内容等を教えるといったこともあるそうだが、新入社員にとっては、できる事よりできない事のほうが多いはずだ。しかしながら、現状は研修期間を設ける余裕がないため、ほとんど実践で覚えさせられる羽目になり、その結果長く続かず、早期退職などといった問題も発生してしまうケースも多いのだろうと推察される。

## 2. 課題や解決策の検討

ヒアリングで感じた「大学生にとって魅力ある企業」のポイントをいくつか挙げてみたい。まず、企業の魅力をもっと発信することが求められる。大学生の目を引くためにもこれは絶対に改善しなければならない。今後の業績アップの推進力となる有能な人材確保を図る上でも注目度を上げておくことは得にはなっても損にはならない。

次に、意識の改善である。企業の中には「中途採用でいい」という発言や、これは個人的に感じたことだが、「ある程度はこのままでいい」といったような感じを受けた会社もあった。企業サイドからみた取り組みだけでなく、もっと就職者に近づいた目線を持ってもらいたい。「今の会社はこうだから仕方ない」ではなく「今後、働き手の為にも」と会社だけの価値観を変えることも必要だと考える。

このほか、職場、特に新入社員に対する職場環境の見直しと再構築が大切である。大学生が入りたい、更にここでなら仕事を続けられそう、などといった会社に対する価値観をよりよいものにする必要がある。

### 3. どのような解決策が想定されるか

魅力ある企業になるための解決策として地域との連携を図ることがあげられる。一番やりやすいのはやはり、大学と協力して情報発信をしていくことだろう。連携を取ることで難しい事だが、とれさえすればそれだけで協力した者たちに自社をアピール・理解してもらう事が出来る。更に情報発信を行う事で知名度がより一層強まる。また、地域住民とのボランティア活動等を行い、住民の知名度のアップも図る事が出来る。公共団体と連携することにより、より強固な発信力を身につけられればなおよい。

また、その際、新たな発信方法を開発することである。どこの会社もしていないような情報発信をしろというわけではなく、今まで手をつけなかったものにも手をつけ、より手広く、一人でも多くの人々に情報が伝わるように取り組むことが望ましい。

より自社の良さを考え、発信する。これはその会社に勤めている者でなければわからないものであり、素直に強みを発信できるようにしていく。同時に今まで気づけなかった、自社の悪い点も見つめなおし改善していくことも必要であると考え。

### 4. 県内企業の魅力

県内企業で働くことは、大企業に比べて昇進が早くなる可能性が高い。雇用規模が大きい大企業はそれだけ、出世レースが過激であるのに対し、青森県の中小企業では本人の努力次第だが、ライバルが少なく、より自分の力が発揮しやすい為、努力に対する評価が大企業に比べて大きいと思う。

また、大企業と違って社長との距離がとても近い為、社長が持つビジョンを共有する事ができ、より仕事にやりがいを持つ事が出来る。またそうなる事で、仲間意識も強まる為、人間関係で悩むことも少ないのではないだろうか。

このほか、大企業ではできない仕事をする事が出来る。大企業は様々な部署がある親会社のイメージだが、中小企業は、その会社によって様々な専門分野の仕事を行う事が出来る為、仕事にやりがいを強く感じる事が出来るのではないだろうか。

### 5. 大学生に対する企業広告の方法

大学生に対し、どのように自社をPRするかについては、近年のSNSの利用拡大を考慮する必要がある。

現在多くの大学生がスマートフォンを使っている。そのため、SNS を利用する者も多い為、SNS で情報発信をする事で、より多くの学生に、より簡単に情報を提供することが可能になる。

大学の講義で取り扱う。学生に対し講義で情報を与える事でより確実に情報を発信する事が出来る。また、一回だけでなく回数を重ね、より印象に残るようにする。企業説明会以上に密な企業と学生の交流の場を設ける。企業説明会では時間が足りず、話す事もうわべだけになってしまう事が多い。そのため会社に対する理解が深まらない為、より長く質の濃い話が出来る様な場を設ける。

## 6. 所感

今回、このインターンシップを通して私が一番印象に残ったのは、企業が見ているものはお金だけではないということだ。これまで私は仕事はお金の為に働く事だけだと認識していた。しかし、どのインターン先の社長も目を輝かせながら熱く語ってくれた。私はこれが青森の中小企業における最大の魅力なのではないかと考える。大企業では仮にそういった考えを持つ社長だったとしても、きっとそれは下の社員には伝わりにくい。だからこそこれは社長と距離の近い中小企業ならではの強みになるのではないだろうか。社長が語る姿はとても人間味にあふれており、イメージしている傲慢な社長というものは存在していなかった。どの会社も様々な魅力があった。ただ、今はその強みを発信できていない。私はどの会社も素晴らしいものであったと知る事が出来た。だが、前はこんなことは全然知らず、その会社の名前すら知らなかった。きっとそれは今の学生のほとんどがそうであるのではないだろうか。きっと彼らもこの真実を知れば感銘を受けると感じた。私自身もそうであったのだからきっとそうであると思う。大きな問題点は発信力の低さである。もしこの問題を解決できるとしたら、青森の企業はもっと成長していくだろう。会社には素晴らしい魅力が確かにある。あと一步踏み出す事が出来ればきっと都会の大企業に負けないくらいの企業が出来ていくのではないかと私は考える。

### (3) インターンシップを終えて

M.S (経営法学部 4年)

このインターンシップでは「魅力ある中小企業になるためには」というテーマのもと、30社の県内中小企業の経営者にお話を聞きました。名前は知っていても何の仕事をしているのか分からなかった企業がたくさんあり、実は自分たちの生活に密着しているという発見が楽しかった。例えば印刷会社で見たシールは、コンビニのおにぎりに貼ってあるものだったり、仮設トイレの貸出業者は、ねぶたや花火などのイベントでお世話になったりというように、たくさんの発見がありました。

また、美容師さんたちのハードな職場環境を整えたいという熱意を持った方、元気なお年寄りの自立を促したいと介護現場の改善に努める方、ペットの飼い主に寄り添いアフターケアの充実に取り組む方など、経営者の方々の熱心なお話をうかがって、自分の世界が広がりました。

ビジネスマナーがわからなかったり質問が不慣れだったりと不安なこともありましたが、若山経営さんがしっかりサポートしてくださり、充実したインターンシップでした。これからの就職活動に向けてとても参考になりました。

T.Y (経営法学部 3年)

初めてのインターンシップ参加で、企業の社長とお話しするということが、はじめはとも緊張していましたが、皆さん仕事に対して情熱的で積極的、人間味のある魅力的な方々ばかりだと思いました。

学生に対して思うことについて質問をしたとき、仕事へのやりがいを感じられる人が少なく、仕事への向き合い方がなっていないため簡単に会社を辞めてしまう人が多い、ということをお話されたことが印象に残っています。入社したからにはとりあえずそこで働いてみる「我慢する力」を身につけてほしい、仕事を続けるために大切なのはお金よりも「やりがい」だと教えられました。

仕事の基礎となる知識や常識も大切なので、仕事に対する姿勢を明確にするために資格を取ることも必要だと感じました。なんとなく、で職業選択していた今までの自分では、きっと就職してもすぐ辞めてしまうかもしれません。これから就職活動をする時には、会社の内容をよく見て、自分のやりがいに繋がる部分を見つけるようにします。

#### (4) インターンシップ受入れ企業担当者インタビュー

(若山経営 経営支援部長 T氏)

##### ① 全体の感想

・地元企業の魅力を探る全体のテーマに沿った取り組みで、地元企業30社にインタビューをすることで多くの情報が得られ、学生にとっても中小企業の実態が理解できた部分が非常に大きかった。

・地元中小企業にとって、企業の求人票になった瞬間、その企業像が全く見えなくなり、魅力も薄れ、企業の持つ商品力も発信されてこなかった実態が、今回のインターンシップを通じて改めて立証されたので、中小企業家同友会にも働きかけていきたい。そういう点では、中小企業家同友会が発行したWINGは学生に対する訴求力が強く、パンフレット以上に効果があったと思う。

##### ② 今後の課題（反省点）

・インターンシップのテーマに沿った内容で動いてきたなかで、魅力ある企業になるにはどうすれば良いのか、自分たちの企業がどうすれば学生の目に留まるのか、また輝いて見えるものは何なのかについて、ふだん我々がやっている仕事のポイントでもあるが、残念ながら詰め切れなかった。

・インターンシップ開始前から、学生の目に留まる企業と顧客の目に留まる企業はイコールの関係で共通点があると模索してきたが、この点についても追求できなかったことが反省点である。

・1か月間でスケジュールを組むことは大変で、午前・午後、すべてインタビューで埋めることは至難の業であった。次回また実施するとすれば1か月は厳しい。30社でやるとすれば1日1社が適当かなと思う。

##### ③ 参加した学生の成長ぶりについて

・インターンシップ開始当初は、恐る恐る、言われるままに活動していたが、途中からインタビューの質問方法など自分なりに工夫し、内容も自分が聞きたい事柄に変えていた。企業経営者の声を多く聞くにしたがって学生たちもインタビューが楽しくなり、経営者の熱意によって働くことが素敵に感じるようになったのではないか。学生たちの今後の進路についても、自分で収集した情報が親たちから得られる企業情報よりも新鮮で、有効であったと思う。

##### ④ 参加人数について

・参加人数は3～4人が適当と思う。

# A T V 共育型インターンシップ

報告書 2017



### 3. 事例 2 ATV 共育型インターンシップ

#### (1) A T V 共育型インターンシップの概要

ATV は青森県内をエリアとした民間放送事業会社。ほかに政治、経済、スポーツ、文化面の各種事業を開催。番組編成面では、JNN ネットワークに加盟、2015 年春にスタートした平日夕方帯の生ワイド『わっち!!』(月-金曜 16 時 48 分)のコーナー企画・制作の提案が今回のインターンシップの目標である。

ATV の会社概要は以下の通り。

社名 株式会社 青森テレビ  
従業員数 115 名  
事業内容 放送事業、放送番組の企画・制作、文化事業  
デジタルコンテンツの制作・販売

参加学生 青森中央学院大学経営法学部 2 年生 1 名、3 年生 3 名 (当時)

#### スケジュール

実施期間：2017 年 2 月～3 月末日

#### 具体的な活動内容

第 1 週 ガイダンス

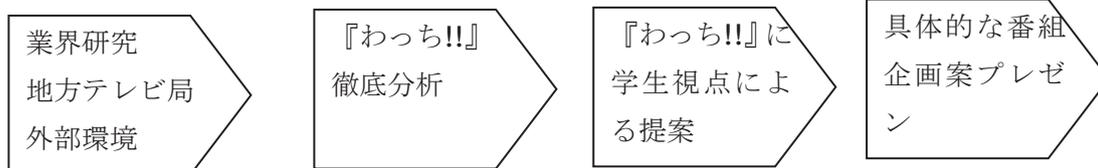
メディアとは何か

地方テレビ局の現状と使命、ATV が目指すもの、地域のニーズや情報を把握

第 2 週 『わっち!!』のコンセプト・課題・魅力を探る→A T V の魅力向上

第 3 週 『わっち!!』への具体的提案

第 4 週 『わっち!!』の新コーナー企画提案



## (2) 具体的なスケジュール

- 2月15日(水) 10:00~16:00  
オリエンテーション、社内見学、アイスブレイク、講義、スタジオ見学
- 2月16日(木) 10:00~16:00  
オリエンテーション、わっち!!視聴、地方テレビ局の現状
- 2月20日(月) 10:00~16:00  
わっち!!視聴、わっち!!企画制作
- 2月21日(火) 10:00~16:00  
わっち!!視聴、ネットデジタル化時代のテレビ、お天気相談所訪問
- 2月27日(月) 10:00~16:00  
オリエンテーション、番組考案
- 2月28日(火) 10:00~16:00  
番組考案①②
- 3月6日(月) 10:00~16:00  
番組企画① 番組企画② 番組企画のプレゼンテーション
- 3月7日(火) 10:00~16:00  
番組企画(パワーポイント作成)
- 3月21日(火) 10:00~16:00
- 3月23日(木) 10:00~16:00  
プレゼン資料作成、若山経営グループとの意見交換会
- 3月24日(金) 10:00~16:00  
プレゼン資料作成、グループ検討、わっち!!見学
- 3月28日(水) 10:00~16:00  
プレゼン作成、ロケ見学、プレゼン・意見交換会
- 3月30日(木) 10:00~16:00

ATV との共育型インターンシップ実施に当たり、ガイドブックをもとに、どんな業務、どんな役割を担ってもらうのか、期待される目標などを明確化したプロジェクト設計を次の通り作成した。

### (3) ATVインターンシップのプロジェクト設計

プロジェクト設計-1

経営者が本気で挑戦したいことを確認する

Sheet. 1

それは、社会にとってどんな価値があることか？

社会のあり方や価値観が変化中、小さなコミュニティが地域の中にたくさん形成される時代になりました。世代を越えた多様なコミュニティは、バラバラに存在するのではなく、情報で「つながる」ことによって地域の活力や多様性を創り出し、地域の将来を創生します。ここに地方テレビ局が担いする役割があり、東京一極のマスメディアだけでは、このタスクに対応することはできません。

ATVは青森県で築いてきた47年の実績の上に、地方テレビ局の新しい役割を確立するため、【わっち!!】を核にした挑戦的な取り組みを進めたいと考えています。

どれくらい本気？

それは、学生が「一緒に実現したい!」と思えることか？

こんな風にやったらうまくいくと思っている or こんな準備を始めている

学生諸君には、【わっち!!】の新年度のコーナーを企画・制作することを通じて、地域に暮らす多様な人達をよりよく「つなげる」ための仕組みを、ATVと一緒に創っていただきたいと思っています。

- 8 -

3

プロジェクト設計-2

課題と解決のための仮説を確認する

Sheet. 2

ビジョン・将来像

【わっち!!】を核に、多様なコミュニティが「つながる」社会を創る

	課題	仮説(こうやればうまくいかも)	1年後のゴール	
 現状	<b>市場・顧客創造</b> ・テストマーケティング ・関係性構築 ・ブランド強化	TVチャンネルの「習慣的選択」、 「ながら視聴」	どうしても見ずにはいられないコンテンツを、 番組の一部に用意する	番組視聴率、地域No1。 広告収入10%アップ
	<b>業務改善</b> ・品質向上 ・商品開発 ・生産性向上	取り扱うニュースソースが各社同じ。	民間特派員的なサポーターからの情報を吸い上げる仕組みを創る	経費負担を増やさずに、地域の掘り出し情報を年間20本獲得
	<b>人材育成</b> ・組織強化 ・チームワーク ・リーダーシップ ・ビジョン・戦略の浸透	地域コミュニティの情報発信力が弱い(活動が見えない)。	地域コミュニティとの連絡会や共催イベントを準備する	地域コミュニティ情報提供者30人以上

4

1年後までに実現したいこと

番組視聴率No1

☞多様な世代間の情報共有ができるコンテンツづくり

だれがやる？

- 現在の社員
- 新しい社員/育った社員
- 外部の事業者
- インターン生

広告収入10%アップ

☞事業成果を測定する方法の検証

- 現在の社員
- 新しい社員/育った社員
- 外部の事業者
- インターン生

地域の掘り出し情報年間20本

☞県内の多様なコミュニティとのネットワーク構築

- 現在の社員
- 新しい社員/育った社員
- 外部の事業者
- インターン生

【わっち!!】での地域コミュニティ情報提供者30人以上

☞多様なステークホルダーとの連携

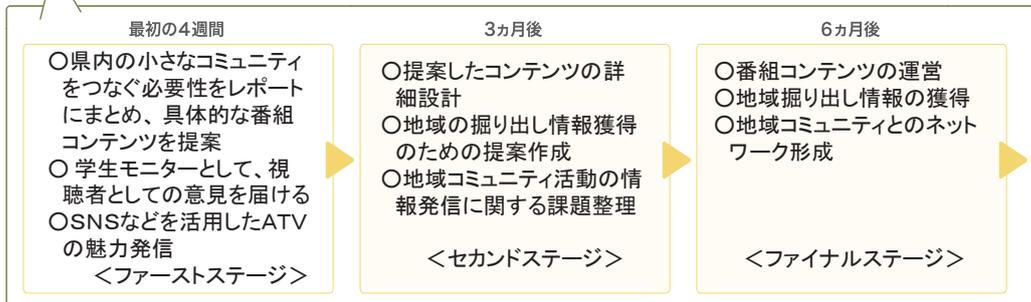
- 現在の社員
- 新しい社員/育った社員
- 外部の事業者
- インターン生

5

1年後までにインターン生を活用して実現したいこと

【わっち!!】をプラットフォームにして、地域に「つながる」仕組みができあがること。

さらに細分化



4週間で達成すべき成果目標

インターン生が達成したくなる目標？

具体的な番組コンテンツ案をレポートにまとめる

6

#### (4) A T V インターシップの目標&タスク

##### 到達目標

- ・わっち!!の時間帯視聴率、地域 NO.1
- ・わっち!!をプラットフォームに、地域に「つながる」仕組み構築

##### タスク

- ・県内の小さなコミュニティをつなぐアイデア
- ・SNS などを活用した A T V の魅力発信
- ・学生モニターによる、情報収集
- ・わっち!!サポータークラブの検討
- ・活動スケジュール作成
- ・番組コンテンツの提案、活動成果のプレゼンテーション

(5) 活動成果報告書

## 番組企画書

# 「ゆるつなプロジェクト」



青森中央学院大学インターシップ生

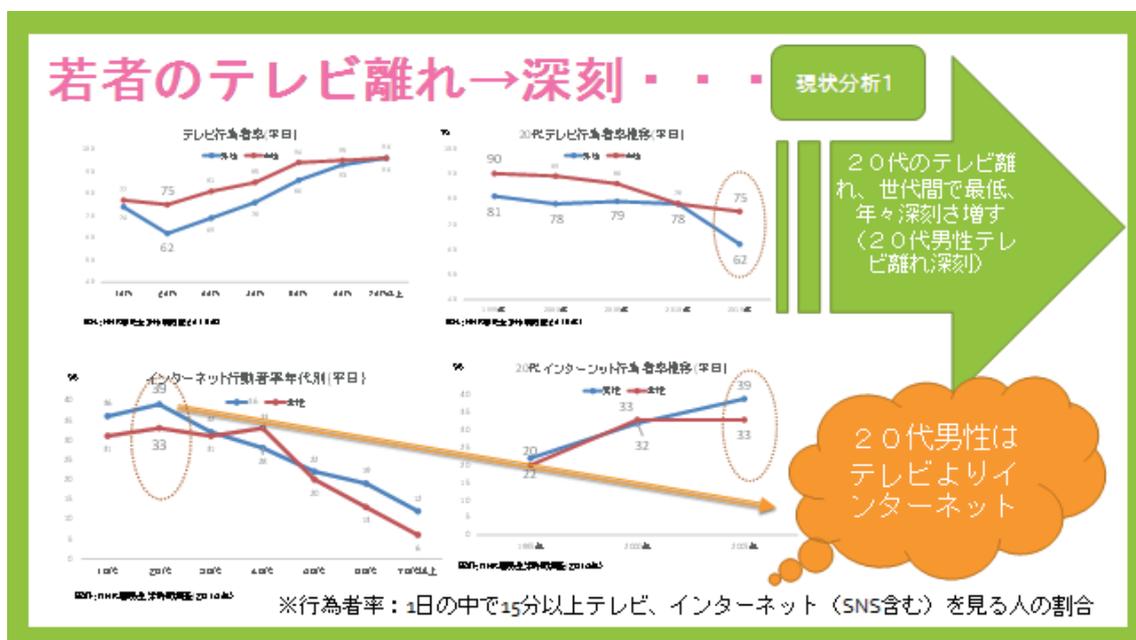
平成29年5月29日

## 目次

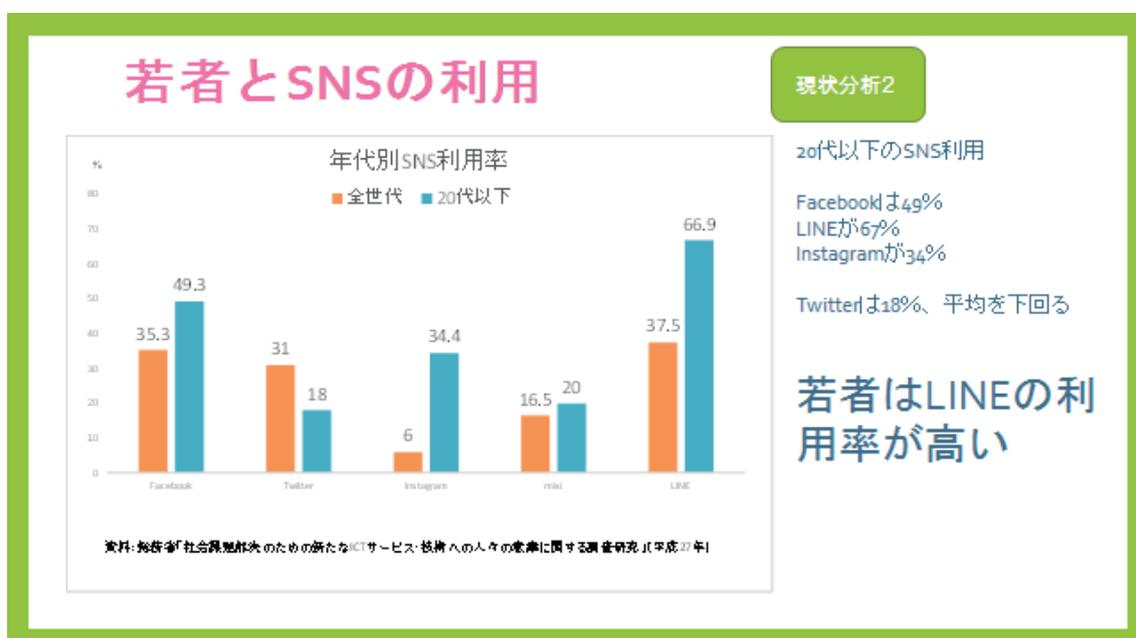
1. 現状分析 若者のTV離れ、インターネット
2. ATV三つの課題
3. コンセプト・ターゲット
4. 番組概要
5. リサーチ
6. プロモーション



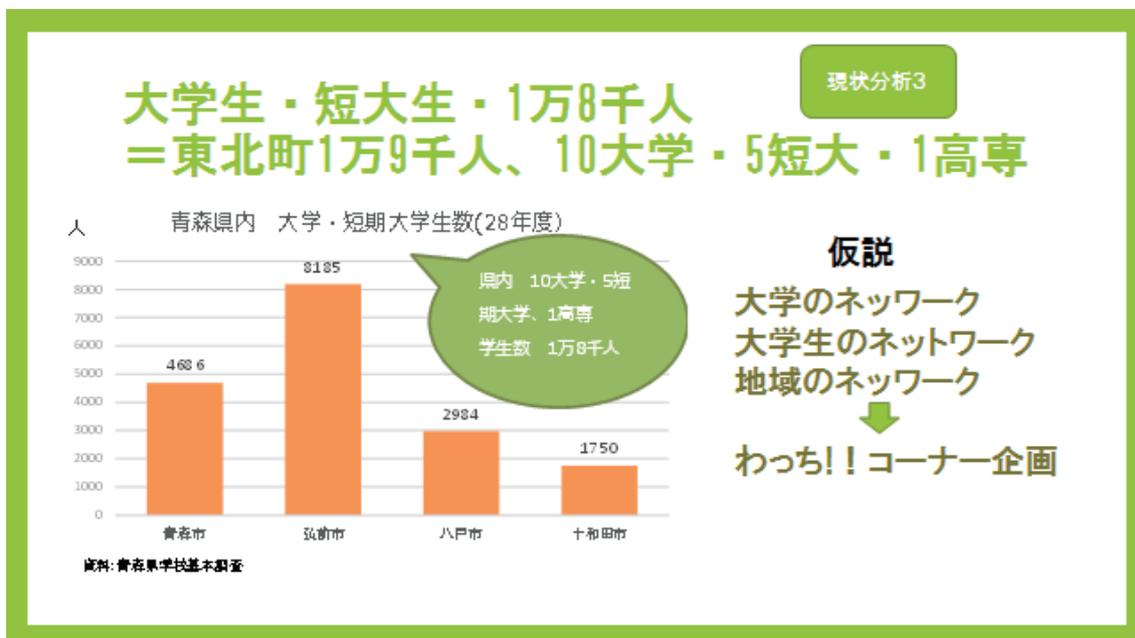
現状分析 1 若者のテレビ離れ



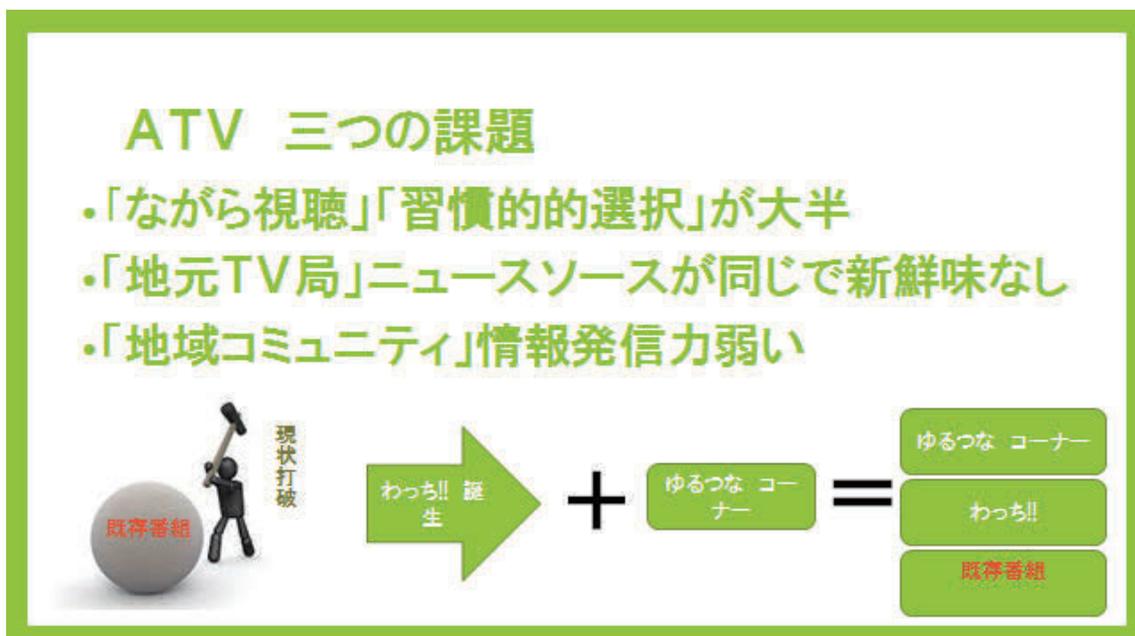
現状分析 1 若者とSNS

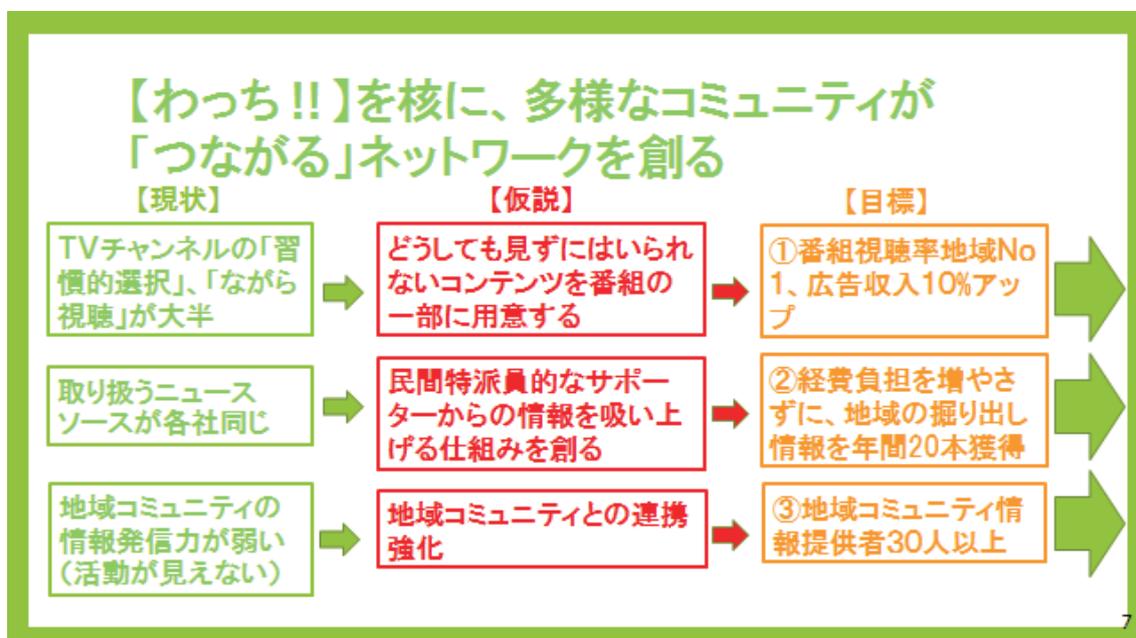


現状分析 3 県内大学生

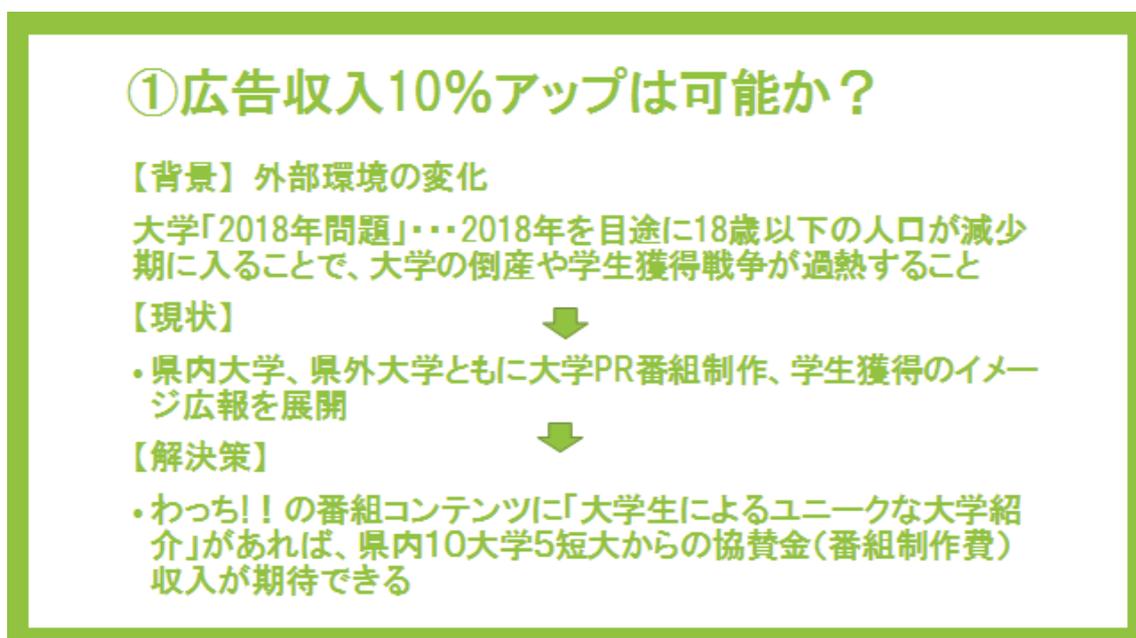


ATVの課題





仮説1 広告収入アップ



## ②「わっち!!」を核に多様なコミュニティ形成が可能か？

- ・ 県内大学・短大が青森市、弘前市、八戸市、十和田市に1万8千人の学生、潜在マーケット規模→学生1%の1,800人+(父母+祖父母)
- ・ 1,800人+(1,800×3人の家族)=7,200人
- ・ 県内4都市に10大学・5短大の高等教育機関
- ・ 県内各地の多様なコミュニティ

### ③三つのネットワーク

- ①若者+主婦・年金生活者
- ②大学間のつながり
- ③大学生のネットワーク



## 大学生ネットワークのイメージ

### わっち!!で大学生ネットワーク形成

わっち!!サポーター大学生組織化



おもしろい・NEWS素材発掘



5分間コーナー制作

ATVわっち視聴者へ



孫・子どもの大学生生活、興味あるセミナー・イベント情報!

## コンセプト・ターゲット

【わっち!!】を核に、多様なコミュニティが「つながる」社会を創る

### コンセプト

若者の多くが視聴するYouTubeやネット動画のような、とっつきやすい内容の「ゆるい」番組で、県内大学、若者のおもしろい、ユニークな情報を発信し、TV離れが進む若者世代と「ながら視聴者」「主婦・年金世代」を「つなぐ」新しい番組制作を目指す。



## プロモーション戦略

## プロモーション戦略

「ながら視聴」族に現代の若者をテーマにした番組を視聴してもらう周知活動!! **レポーターに女子大生起用**

- 学校や商業施設、学校近くのバス停等に**ポスター**を掲示
- 学生が自ら取材、街の話題、若者の活動、大学紹介、ユニークなサークル紹介、出演した学生に大学を宣伝してもらう
- SNSで「ゆるつな動画」や番組CMを配信し、「わっち!!」を宣伝
- 商業施設の休憩スペースのテーブルに**QRコード付きの番組ステッカー**を貼付
- 学校で定期的な**イベント**開催  
(わっちtheキッチン出張版 in ○○高校)



## リサーチ

相互利益のある関係

ATV ← 出演・情報発信の機会 → 学生団体  
情報・提案

### 1.大学間ネットワーク(学友会・学生自治会など)構築

- 県内で活動している学生団体をネットワーク化、イベント情報、サークル活動、ユニーク人材紹介、お店などの情報発信を県内大学・短大の学生が番組制作。
- FacebookやLineなどのSNSで情報発信。
- ヒットする検索ワードで情報を探る。  
(例：「青森 イベント」のように「青森 ○○」で検索)

青森 イベント 検索

「ゆるつな」とは？

## 番組概要

タイトル・テーマ

### ゆるいつながり(ゆるつな)

POINT → 県内のわっつ!! どうでもいいゆるい話題をソフトタッチする番組

### 内容

- お年寄りの疑問を若者がリサーチして解説
- 大学生がお年寄りに消費者教育
- 大学サークル・イベントを勝手に紹介
- 突撃取材で県内著名人にインタビュー
- 映画紹介、ベストセラー、ちょっと紹介



## 具体のコンテンツ提案



## 若者へのアプローチ 1

### 若者むけリサーチ

#### 2. 間接収集

- 画面にQRコードを表示し、メールやTwitter投稿に簡単に飛べる仕組み作り。
- 景品当選をキリ番制にし、早い番号と遅い番号を設けてより多くの投稿を促す。  
(例：15番と100番の方が当選)



## 若者むけリサーチ

### 2. 間接収集

- 画面にQRコードを表示し、メールやTwitter投稿に簡単に飛べる仕組み作り。
- 景品当選をキリ番制にし、早い番号と遅い番号を設けてより多くの投稿を促す。  
(例：15番と100番の方が当選)



ご静聴ありがとうございました

FIN

## (6) A T V 共育型インターンシップを終えて

このインターンシップでは、参加メンバー4人で新たな番組企画をし、プレゼンテーションしました。自分ひとりでは足りない部分を仲間の意見で補いながら、ひとつのものを作り上げるという体験を通して、これまでの自分中心の考え方を改め、謙虚に周囲の意見を取り入れることの大切さを学びました。

また、毎日、報告書を書くのですが、日々起こったことを文字にして振り返ることできまざまな「気づき」を得ることができたと思います。例えば、普段から一緒にいてよく知っている仲間たちではなく、初対面の人たちをとりまとめることの難しさと、その力が自分にはまだ足りないということがわかりました。普段からアルバイトをしているので、社会勉強はしていると思っていたのですが、インターンシップでの経験はアルバイトとは違うものでした。

僕は将来、人を笑顔にする仕事につくことが目標です。4年生となり、本格的な就職活動も始まっていますが、この経験を活かして希望の職場へ積極的にチャレンジしていく自信に繋がったと思います。

K.N (青森中央学院大学 経営法学部 4年)

インターンシップで実際の職場を体験してみると、テレビ局には面白い人が多かったです。私たちにも若い人ならではの情報や感覚を求められていたのですが、ありきたりのことしか考えられませんでした。番組をつくるには、豊かな発想が必要だと思いました。

番組企画では、ゆるキャラを使うと面白いと思ったので、キャラクターの『お米大使』を利用してはどうかと提案したとき、「それでは視聴者から農業関係のコネがあると思われる」とアドバイスをいただきました。企画するときにはただ面白いから、かわいいから、ということではなく、きちんとその背景を考えることが大切だということを学びました。

今回は生放送を視聴する機会もあったのですが、本番前の練習場面でのスタジオの楽しい雰囲気がとても印象的でした。また、インターンシップの仲間との話しやすい雰囲気もよかったです。よい番組をつくるためにも、よい人間関係を築き上げるための雰囲気作りが大事だと思いました。

R.S (青森中央学院大学 経営法学部 4年)

私は最初、「テレビ局の仕事はなんとなく楽しそうだな」という軽い興味からインターンシップを決めました。しかし実際に仕事をしてみると、その楽しさは見えている部分で、中では難しいことがとても多いと感じました。

例えば新しい企画を考えプレゼンすること。自分たちなりに考えてプレゼンしてみたけれど、職員の方々を納得させるのは難しかったです。テレビ局の方々は広い視野を持っていて、自分の視野の狭さ、頭の固さを実感しました。

職場の方とお話をして、私もいろいろな角度から物事を見ることができる人間になりたいと思いました。大学に入学したころには、あまり深く考えずに公務員にでもなれればと思っていた私ですが、仕事を体験した今では、「地元の良いところをアピールする仕事に就きたい」と考えるようになりました。職業への考え方が変わり、価値あるインターンシップになりました。

M.S (青森中央学院大学 経営法学部 4年)

テレビ局の仕事では、ディレクターが責任を持って企画から撮影まで一通り行うところに魅力を感じました。新しいことを企画するには、いろいろな知識や情報が必要で、ユニークな発想も求められるのですが、これはどんな職業にも必要なことだと思います。さまざまな角度から物事を見て考えることを学びました。

また、今回お世話になったテレビ局の方々には、仕事のことだけでなくプライベートでもたくさん相談にのっていただきました。特に印象に残っているのは、確かにお金は必要だけど、それよりもまず仕事はやりがいがある、ということです。やりがいを感じられれば、時間外でも楽しく仕事ができるというスタッフの皆さんの話を聞いて、自分もやりがいを持てる仕事に就きたいと思いました。

自分が変わったと思えるたくさんの学びがあり、大切な人脈を築くことができたこのインターンシップに参加できて本当によかったです。

H.N (青森中央学院大学 経営法学部 3年)

## (7) インターンシップ受入れ企業担当者インタビュー (A T V 報道制作局 N 次長)

### 全体の感想

・インターンシップ実施前の立て付けのところ、いわゆるプロジェクト設計には苦勞した。会社の課題は明確であったが、プラットフォームあおもりのサポートもあり、何とか作成することができた。

・当初はどのような態度で学生に接して良いか戸惑いがあったが、学生との接点、雑談も含めた対話の機会が少ない企業としては、学生からのフィードバックや学生目線の意見を聞くことが非常に新鮮であった。学生にとっても就業意識の向上に有益だったのではないか。

### 今後の課題（反省点）

・プログラム設計に基づいてインターンシップを実施していくうえで、素人の学生に対応することは長いインターンシップを受け入れた経験の無い企業にとって難しいところもあり、大学ともっと話し合いの場を持つべきであった。コーディネートする役割が非常に重要だと痛感している。

・インターンシップ期間中の進捗管理については、スケジューリング全体（期間の山の部分、谷間の部分）をもっと詳細に管理すべきであった。また毎日学生から提出してもらう日報の内容についても、今後改善の余地がある。

・学生たちの活動および成果を、「わっち」の番組内でパイロット版として発表することも必要だったと思っている。

### 参加人数について

・今回の4人程度がちょうど良かった。

## あとがき

共育型インターンシップを参加受入れ企業 2 社の協力で無事終了することができた。参加した大学生のなかには、インターンシップをスタートした時期が就職活動と重なり、すべてのプログラムに参加することができなかった学生もいたが、自分たちが企業の一員として担当者の指導を受けながら、インターンシップで与えられた課題や目標に取り組み、それらをレポートにまとめる活動は有意義だったと思う。日頃の友人・家族との和やかな人間関係から離れ、企業の一員として、経営者、先輩社員と緊張感のある関係を構築することは貴重な経験となった。

インターンシップ学生の立場ではあるが、与えられた課題解決に向け、現状分析、課題抽出、仮説検証、最終提案まで、個人の考えをグループの提案にまとめあげる作業を続け、とりあえず最終段階まで到達できたことは、まずは評価できよう。

ただ、反省点としては、事務局が学生に対し事前のプロジェクト説明が十分でなかったため、学生の取り組み姿勢にバラツキが見られたほか、進捗管理が十分でなかったことがあげられる。インターンシップ期間が約 1 か月という時間に対応した準備のハードルが高いことを改めて認識させられた。

ともあれ、学生の日報からは、企業人としての戸惑いあるいは充実感が感じられ、学生から企業人へのアプローチとなる共育型インターンシップの成果が感じられた。

あらためて、受入れ企業や関係者の皆様に感謝申し上げたい。

COC+共育型インターンシップ

担当教員 青森中央学院大学  
経営法学部 高山 貢

平成 27 年度採択 文部科学省 地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）  
オール青森で取組む「地域創生人財」育成・定着事業

発行日	2017 年 8 月 24 日
発行	青森 COC+推進機構 (共育型インターンシップワーキンググループ)
事務局	青森中央学院大学 COC+事業推進事務局 〒030-0132 青森市横内字神田 12 TEL 017-728-8161 (直通) FAX 017-738-8333 E-mail: <a href="mailto:acgu-coc@aomoricgu.ac.jp">acgu-coc@aomoricgu.ac.jp</a>

 文部科学省  
**地(知)の拠点**  **青森中央学院大学**

青森中央学院大学は、「オール青森で取り組む『地域創生人財』育成・定着事業」の参加校です。