

企業のための インターンシップ実践セミナー 報告書

文部科学省
地(知)の拠点

ホップ! ステップ!!
インターンシップ!!!

企業のための インターンシップ 実践セミナー

2019年
7/25 木
13:30~15:30
13:00~受付開始

会場: 青森中央学院大学
7号館フリースペース
〒030-0132 青森市横内神田 12

対象: インターンシップの実施を具体的に検討
している企業、および、すでにインターン
シップを実施している企業、自治体関係
者、教育関係者

参加無料: 専用フォームでのファックス、またはメ
ール、電話でお申し込みください

◆講演①: インターンシップへの挑戦
株式会社ムジコ・クリエイト 経営管理部次長
キャリアコンサルタント 佐々木 学 氏

◆講演②: 自社と学生の双方にメリットがある
インターンシップについて
一般社団法人 tsumugu 代表理事 小寺 将太 氏

◆意見交流

主催: 青森中央学院大学 COC+事業推進事務局

お申込み・お問合せ: 青森中央学院大学 COC+事業推進事務局
TEL:017-728-8161 FAX:017-738-8333 MAIL:acgu-coc@aomoricgu.ac.jp

青森中央学院大学 COC+事業推進事務局

目 次

	ページ
1. 開催概要	1
2. イントロダクション	2
3. 講演	
(1) インターンシップへの挑戦	4
(2) 自社と学生の双方にメリットがある インターンシップについて	14
4. 質疑応答	23
5. アンケート集計	30

1. 開催概要

【開催日】令和元年7月25日(木)13:30～15:30

【開催場所】青森中央学院大学 7号館 フリースペース

【事業名称】「企業のためのインターンシップ実践セミナー」

目的

新卒採用の厳しさを背景とした企業のインターンシップに対するニーズの高まりを受け、インターンシッププログラム作成における留意点およびプログラムの有効的な活用方法等について学ぶセミナーを開催する。また、実際にインターンシップを実施している企業責任者から、取り組み実績やインターンシップを実施するにあたっての課題等を紹介していただく。

参加対象

インターンシップ実施を予定している青森市内企業

内容

(1) 講演①「インターンシップへの挑戦」

講師：株式会社ムジコ・クリエイト 経営管理部次長

キャリアコンサルタント 佐々木 学 氏

(2) 講演②「自社と学生の双方にメリットがあるインターンシップについて」

講師：一般社団法人 tsumugu 代表理事 小寺 将太 氏

(3) 質疑応答

進行役：青森中央学院大学 COC+学内推進委員長 塩谷 未知

2. イントロダクション

青森中央学院大学 COC+学内推進委員長 塩谷 未知



今日はお忙しいところお集まりいただきましてありがとうございます。「企業のための」となっていますが、今日は皆さんと一緒に考えていきたいと思っています。最初にインターンシップについて、企業の皆さんとの付き合いの中で私が少し感じていることなど、イントロダクションを若干お話しさせていただきたいと思っています。

1970 年頃、僕がちょうど社会に出るか出ないかぐらいのころの当時の常識が、今になってみるとまったく覆っています。僕が学生のころは、とにかく人口が増えてどのようにして抑えようか、海外移住協会というものがあり、たくさん移民を出そうなどという時代でした。それから“スモーキング”といって常にタバコを手にしていたのですが、今は“スマートフォン”へすっかり変わりました。あとは夏になるとサンオイルをたくさん塗って日焼けしようという感じだったのですが、今は同じ化粧品会社でも日焼けするなといっている。ですから、インターンシップに関しても「このようなもの」というのはあるのですが、自分の判断でやっていくと企業独特のものがでてくるのではないのかと思っています。

採用力＝育成力×仲間力×業績。インターンシップで仲間力や成長している先輩を見ると、これは、刺激になるのではと思っています。また、地域や先輩に育てられると、後輩や次世代を育てる。会社や組織に入ってから最初に良い思いをすると、少し余裕ができて後輩を育てようとするのですが、最初に嫌な思いをすると後輩をいじめたりする。

インターンシップも、会社、あるいは地域で学生を育てていき、学生がよい思いをすると、すぐには採用に結びつかなくてもその学生が何かの時にまた戻って来るとも考えられるのではないのかと思っています。インターンシップは「見せる・見える・見られる」。「地域に開かれた企業」というのは、外から人が集まって来るのではないのかと思っています。

短期インターンシップの例で「ねぶたで忙しい期間ちょっとインターンシップ」。これは短期的にはメリットがあるのですが、学生もいいように使われたと思ってしまうので、まずいです。逆にいい思いをした学生は、必ず後で何かお返しを思い出します。

最後に、今日は「企業のための」となっていますが、インターンシップや企業が若い人とどのように付き合っていくのか、皆さんと一緒に悩んで考えてもがいていくと、何か次の突破口が見えてくるのではないかということで、今日はこのようなセミナーを開催させていただきました。ムジコ・クリエイトの佐々木さんは、インターンシップを受け入れている方で、いろいろとご苦勞をされていることなどお話ししていただきます。それから中・長期の少し長いインターンシップの活動支援をやっております **tsumugu** の小寺さん。お二人に忌憚のないいろいろなお話をしていただきたいと思います。

それからお手元に質問票があります。無記名で結構ですので、何か「このようなことを聞きたい」「ここがよくわからなかった」「このようなことはどうなのだろう」ということを書いていただきます。お二人のお話しが終わった後に質問タイムを設けて、いろいろお話しをしていただきたいと思います。

それでは皆さんと一緒に、インターンシップ、どのように学生や地域と関わっていけるのか考えていきたいということで始めたいと思います。

3. 講演

(1) インターンシップへの挑戦

株式会社ムジコ・クリエイト

経営管理部次長 キャリアコンサルタント 佐々木 学 氏



株式会社ムジコ・クリエイト経営管理部、主に人事を担当しております佐々木学と申します。私はムジコ・クリエイトに入社して、今年で丸 20 年を迎えました。21 年目です。

入社当初は経理部に配属され、10 年ほど経理をやっておりました。そしてある日突然、弘前モータースクールの校長が私の目の前に来て「教習指導員をやってみないか」というように言われまして。当時はいろいろなものにチャレンジしたいと思っておりましたので、すぐその話に賛同し、8 年間、弘前モータースクールで教習指導員として指導もやっておりました。

また、ある日突然、今の上司が私の前に来て「ぜひ本部に帰って来てくれないか」と。てっきり私も経理部にまた戻るのだらうと思っていたのですが、実際に配属になった所が経営管理部で、主に人事や総務を管轄する部署です。今年で 3 年目になっております。まったく畑違いのところでは自分の無力さを痛感したといういこともあり、一念発起してキャリアコンサルタントという資格を今年の 1 月に取得したばかりです。それで、自社の社員や、入社を考えていただいている学生さんのキャリアについて、いろんな部分で助言できればと、日々奮闘しているところです。

今回のタイトルですが「インターンシップへの挑戦」です。本来であれば、成功している企業の方がこちらに来て講演すべきなのだと思いますが、我々はまだなにも成功しておらず、日々挑戦し、日々もがいております。ですから挑戦し続ける一企業の事例として今回はお聞きいただければと思います。

なお受付の際に、弊社の資料もお渡しさせていただいております。中には「ご挨拶」というチラシや、昨年の 6 月に開校しましたドローンスクールのチラシなども入っております。

して、そちらのチラシや画面を見ながら進めていければと思っております。

ちなみに、こちらのクリアファイルは自分の目をあまり信じてはいけない、というつかみ等で使ったりする「亀の養殖」というもので、いわゆる錯覚・錯視のデザインです。少し眠くなってきたと思ったら、このデザインを見て脳に刺激を与えていただいて、またこちらをご覧になっていただければと思いますのでよろしくお願いします。



>>>事故のない社会づくりを目指して>>>

お話する内容は4つです。「1. 会社概要」「2. 我が社の採用の歩み」「3. モータースクール流！インターンシップ」「4. 今後の挑戦」ということでお話をさせていただきます。

まず「1. 会社概要」。資料の裏面に弊社の会社概要が載っているのですが、実は古いデータが載っていて、前期のものになっております。弊社の創立は1961年7月、今年で創業58年となります。売上高は平成31年3月期、直近ですと16.4億円、資本金が1,500万円、社員数は平成31年4月現在で242名の社員が在籍しております。

教習所を中心として交通安全を提供している会社です。事業所としては7拠点あり、本社が弘前市にあります。弘前モータースクール・青森モータースクール・八戸モータースクール・浪岡モータースクールと、県内には指定自動車教習所というのが24校あり、そのうちの4校が弊社の自動車教習所となっております。ちなみに、最新の県内のシェア、いわゆる占拠率なのですが、青森県全体の33.8%が弊社のモータースクールの卒業生ということになっております。大雑把に言うと3人に1人の方が弊社の卒業生です。

その他、主に企業に対して交通安全講習を展開している東京営業所。他、翠明荘ですが、ご存知の方も多いと思いますが弘前公園の近くで懐石料理や中華料理の飲食店等も経営しております。

長年教習所を中心に経営してきた弊社ですが、2013年に経営理念を刷新しております。それまでの経営理念というのは「快適な免許取得と安全なクルマ社会づくりに貢献する」いわゆる免許取得を全面に出している理念でありました。それを「私たちは安全な交通社会人の育成により事故の無い社会づくりに貢献します」つまりあらゆる交通に参加する方、高齢者・小さいお子様方・免許の有る方と無い方に関わらず、すべての方を育成すること

によって、事故の無い街・社会を作っていこうというのが弊社の思いであります。

その他、ビジョンが「日本一の交通安全教育研究会社になる」人事理念が「人の成長こそ我が社の成長です。ひとりひとりが自らの無限の可能性に挑戦し、会社はその成長に最大限の支援を行ないます」ということで、経営理念とともにビジョン・人事理念も新しくなりました。

それにもなあって、実は社名も変更しております。それまでは「マルエス自工」だったのですが、まずは事故の無い社会づくりというのが弊社の思いです。そこから、無事故の社会を作る、それで無事故を作る。もう察しはついていると思いますが「ムジコ・クリエイト」ということになりました。カタカナで“ムジコ”と表記されていたり、このように“ムク”となっていたり、クリアファイルにもあるとおり“625”などという表記もあります。今後目にする機会がありましたら弊社のことですので、よろしくお願いいたします。

コーポレートブランド、企業ブランドは「MUJIKO CREATE」というものがありまして、この下にサービスブランド、主に企業に対して交通安全を提供している「ムジコサポート」、免許の無い方に初心運転講習の教育をしている「モータースクール」、フォークリフト等の作業をするための免許を扱っている「青森建機スクール」、身体の不自由な方を有償で乗せたりする際に必要な講習等を担っております「地域交通支援センター」というものが主にあります。その他にも「青森ドローンスクール」や、トラックドライバーに対しての講習を展開している「ドライビングアカデミー」等もありまして、さまざまな角度から安全を提供させていただいております。



>>> 試行錯誤の採用活動 >>>

そのような弊社であります。我が社の採用の歩みということでお話をさせていただきます。まずは弊社の『年代別比較グラフ』をご覧ください。ご覧いただいてわかるとおり40代・50代が圧倒的に多く、次いでなんと60代が多いというのが一目瞭然となっております。さらに具体的な数字でご紹介しますと、今度は『年代別の構成比』なのですが、50代ですと74名在籍しておりまして全体の30%、60代は40名在籍しておりまして全体の

16%、つまり 50 代・60 代が全体の約 46%ということで、2 人に 1 人は 50 代～60 代ということになります。そしてなによりも 10 代・20 代なのですが、10 代が 2%、20 代が 12%ということで全体のわずか 14%ということになっております。

ご覧いただいてわかるとおり、弊社は長年に渡って積極的に採用活動というのをしておらず、その影響でこのような偏った構成比になったのではないのかと思われます。さすがにこの状況に危機感を感じて、5 年ほど前から採用活動を積極的に行なっております。

弊社にはいろんな職種があるのですが、まずは教習指導員になっていただくというのが入り口にあります。「教習指導員の資格要件」というのがいろいろあるのですが、21 歳以上の方であれば教習指導員の資格を受ける権利を要することになり、要件としての年齢的なことや即戦力ということもあって、大学生をターゲットとして採用活動を行ってまいりました。

その結果、過去 5 年間の採用者数は、2014 年 3 月卒では 2 名、2015 年では 5 名、2016 年では 3 名、2017 年では 5 名、そして 2018 年昨年は 4 名、と一見コンスタントに採用できているように見えますが、実はターゲットとしていた大学生がほぼ採用できずに高校生の採用が主となっております。さらに高卒で入社していただいた方についても、いわゆる一般的にいわれる離職率と同じペースで 3 割～4 割退社してしまい、なかなか育たない状況にあったということも事実です。そのような状況の中で 2019 年 3 月、大学生が 4 名、短大・専門学校生が 2 名となっております。非常にありがたい結果となりました。

そこで、昨年から採用活動で何を変えたのかと申しますと、大きく分けて 4 点になっております。少し採用のお話もさせていただきます。まずは「情報発信」。一般的に学生は約 8 割～9 割が情報サイトへ登録するということで、弊社も情報サイトへの登録や掲載を行ないました。つづいて「積極的な PR 活動」ということで、合同企業説明会で我々を見たことがある方も多いと思いますが、我々は実は合同企業説明会では、少しでも目立とうということでハッピーを着て賑やかに活動しております。あまりお話すると来年ハッピーを着ている方がたくさん居ると大変なので、これぐらいにしておきます。ある時はモータースクールの歌を歌ったこともあるのですが、今の学生さんはモータースクールの歌がわからないのですね、少しショックだったこともありました。さらには外部への発信だけではなくて、社内にも我々の活動というのをどんどん積極的に発信をしてまいりました。

続いては「受入体制」です。当初、エントリーシートは弊社の場合は手書きでしか対応していなかったものをエクセルで入力できるようにして、内容の部分も見直して少し簡略化させていただきました。その他にも、非常に大量の添付資料を提出していただくようになったのですが、その部分を段階的に提出していただくように緩和しました。さらに、試験においては筆記試験や運転の試験、そして面接というプロセスを組んでいたのですが、コミュニケーション能力を重視するということで一次試験、二次試験ともに面接試験に変更して、試験の内容等も変更してまいりました。

さらには「スピード化」というところなのですが、このような言い方をすると変なのか

もしもかもしれませんが、我が社は採用活動において非常に真面目だったのです。実はしっかりと解禁日を遵守しておりました。当たり前なのかもしれませんがね。しっかりと3月に情報を発信して6月に選考をして、10月に内定を出していたというようなことを少し改善しました。今年のお話をさせていただくと、今年の内々定の通知に関しては、もう4月中に通知したなんていう経緯もあります。

その他、様々なセミナー等へ参加、情報収集を努めました。最後は内定フォローということで、内定者研修の開催や、ご家族向け企業説明会の開催というのをやっておりました。研修の内容についても専門的な内容ではなくて、マナーやキャリアについての勉強を主としてカリキュラムを組んでおりました。やはり我々は選択肢の中のひとつ、という認識の中で、学生の方が他の企業へ行っても役立つであろう内容をぜひ持ち帰ってほしいということで、そのようなカリキュラムにさせていただきました。ご家族向けの企業説明会も、学生さんにはいろいろお話するのですがご家族の方は心配ではないのかな、ということもありまして、実は昨年度からやってみたのですが、告知の方法の失敗なのか、昨年度はゼロだったのです。ただ今年は多数の参加をいただいております。我々も非常に驚いているところでは、ご両親で参加する学生の方もいらっしゃいます。

さらには入社までの年間スケジュールということで、内定後に改めて集まっていただきまして、以後の活動についても学生の方にお話しております。この部分に関しては非常に学生の方から好評を得ておりまして、「それ以降の流れが早めにわかって助かります」というような声もいただいております。



>>>働く喜びを伝えるインターンシップ>>>

そのような活動の中で、まずひとつめの気づきがあります。採用の対象者についてなのですが「運転（車）に興味のある方」ということで、実際に学生の方にも質問したこともあります。「運転好きですか」「車どうですか」などという話をしました。皆さんもご存知のとおりなかなかそんな学生さんは、実は今、少なかったりするのです。どうしたものかといういろいろ試行錯誤している中で、このような考えに行き着きました。「理念に共感できる方」、そして「人と関わることが好きな方」「人に教えることが得意な方」。これは直接

学生の方からいただきまして、「御社の理念に共感しました」「私は人と関わることが好きなので」など。

あと「今までの知識や経験を活かして人に教えることが得意なのです」という学生さんの答えが非常に多くあり、あらためて我々の仕事というのは機械を相手にしているのではなくて、人を相手とするしっかりとした教育機関なのだということを、恥ずかしい話ですけども学生さんの声から気づかされたというところもあります。実際に合同企業説明会等でも企業の説明や仕事の内容の話もさることながら、自分の強みや仕事の仕方、それと価値観、いわゆるドラッカーの話などを非常に時間をかけて説明していたことも影響しているのかもしれません。

そして、ある程度内定者も見込めそうということで、2020年3月、本年度の採用活動においてステップアップを試みています。それが「モータースクール流！インターンシップ」です。いろいろセミナー等にも参加させていただいて情報収集した結果、やはり学生と会う機会の創造ということで、我々はインターンシップへと辿り着きました。ですので、我々のインターンシップのポイントは、やはり採用がまず主にあったということがいえます。実は過去にもインターンシップというのは実施しておりました。独自で実施しておりましたが、次のような内容です。

『参加者』これは主に学校から依頼がありまして受け入れをしておりました。高校生が主でした。『日程』は2～3日、時間は10：00～15：00。『内容』ビジネスマナーの講習・フロントにて接客体験・バックヤードでの事務補助。そして、せっかくモータースクールに来たのだから交通安全について知ってもらおうという考えから、交通安全講話ということもやっておりました。今考えると少し違うのでは、という気がします。

実際のスケジュールはこちらになります。13：10～14：40 フロント業務、2日目も同じ、3日目10：00～12：10 フロント業務、13：10～14：40 フロント業務ということで、総時間数12時間のうち、実にフロント業務は6時間40分。我々もいろいろなセミナー等で聞いていて良くない事例とは知っておりましたが、まさにアルバイト状態。もしかすればこの部分というのは、弊社だけに限らずやってしまいがちな事例なのではないでしょうか。本当にこれは今更ながら反省しております。



>>>働く喜びを伝える場として>>>

そして試行錯誤する中で2つ目の気づきがありました。「インターンシップに対する考え方」です。教習所の仕事は個人情報や専門的な部分が多く、且つ教習指導員というのは資格をもっていなければならないので、自然とインターンシップとして提供できるのはフロントの業務などです。確かにフロント業務も業務の一部なのでいいのですが、接客や、本当にチーム補助しかないのではないのか、できることが限られているのでは、ということを考えておりました。でも職業体験も大事なのですが、“働く喜び”というのをまったく提供できていなかったというように感じます。やはりインターンシップというのは『“働く喜び”を伝える場』なのではないのかというところで、我々が勝手に思っているのかもしれませんが、真の目的を見失っていたように感じます。

そこであらためてインターンシップのブラッシュアップを図っていきます。マイナビの20年卒就職モニター調査からのデータによりますと、インターンシップに参加した学生さんというのは、年々増加傾向にあります。17年では63.7、18年68.2、19年では78.0、それで今年度は91.7というところで年々増加している。今年度にあっては9割以上の学生が参加している。全国での数値ではありますが、青森県もほぼ同じ傾向にあるというように考えます。時期についても同じくマイナビの20年卒の就職モニター調査によりますと、一番多いのは2月。つづいて1月、次に8月というところで弊社では全国的な数値を参考にしていたものの、単純に早いほうがいいのではないのかということで、8月にいわゆる夏のインターンシップとしてリリースしておりました。

それで2018年度はフロント業務にもこだわらず、新たなカリキュラムを追加してこのようになりました。『対象者』は大学生、しっかりと情報サイトへ掲載します。『日程』は夏休み期間として0.5日 or 1日の選択式としました。実際のスケジュールは、0.5日の方は14:10で終わります、1日の方は17:30までのカリキュラムとなります。ポイントとしてお話しするのは、「弊社の取り組みと未来」について、教習所以外での取り組みの紹介や非常に夢のある将来的な事業の方向性について説明し、「ランチ懇談会」では先輩社員と一緒に食事を摂っていただきます。それで親睦を図り、就活での体験談や仕事について、失敗談というのをテーマにしてお話していただいていたいました。

その他「技能教習の見学→グループワーク」ということで、技能教習を実際に見学していただきます。そして教習によるお客様の成長を直に感じていただいて、“効果的な教習方法”についてディスカッションをしていただく。全体的に社員と接する機会を増やして、弊社の取り組みやお客様の成長を実感していただく内容として少し変更しておりました。他に、目的の伝達やフィードバックにも時間を費やした内容となっております。

以上のようにして、満を持してリリースしたインターンシップなのですが、実際に参加したのはなんと2名だったのです。実はこの部分に関してはもう少し参加を見込んでおりました。弊社では「少し空振りをしたのか」という表現をしたのですが、非常にショックを受けたことを記憶しております。

ただ、実はその陰にもこのような事実も存在しております。情報サイトへ掲載しているというところで、アクセス数が6月325、7月338、8月336、9月235、合計で1234の告知ができたということになります。しかしイコール人数ではないので、この部分に関しては何名の方がというのは正確には言えませんけれども、確実にこの件数は弊社の告知ができたというように認識をしております。

さらにはこの参加2名のうち内定者も1名獲得することができたということもありました。ただし、まだ成功にはほど遠いと感じております。実感したのは、全国的な数値をもとに夏の時期を選択したものの、青森県ではまだ少し早かったのではと感じております。

そこで2020年3月卒、つまり本年度です。つまりそれらを考慮してこのように変更しております。『対象者』を大学生、『日程』をウインターインターンシップ、オータムウインターという言い方もしますけれども、冬休みの期間です。1日～3日間のそれぞれの選択式としております。『内容』についても、さらにボリュームをアップしまして、このような内容となっております。実際に『ポイント』としては、「教習案の作成→学科模擬教習」というところで、提示された課題について教習案を作成。作成した教習案で、実際に模擬教習をやっていただこうと考えております。それで実際の学科担当者からのフィードバック、及び“効果的な教習方法”についてディスカッションするなども考えております。

さらには「期間の選択システム」ということで、参加期間を1日いわゆる1Dayや、2日間・3日間それぞれの選択制として設定します。1日コースは主に会社概要や業界についての説明、2日間コース及び3日間コースは見学や模擬体験をとおしてやはり我々の魅力である「教えることの楽しさ」をたくさん加えるようなカリキュラムを意識しております。全体的に見ると、日程が進むにつれて“教えることの楽しさ”に重点を置いてどんどんカリキュラムを追加していく内容となっております。そして忙しい学生のニーズに応えるように選択式のシステムにしたところがポイントであります。是非、今後のエントリーに多いに期待して、機会がありましたら皆さんにお伝えできればいいと思っております。



>>>働く場として選ばれるために>>>

最後は「4. 今後の挑戦」というところで、さまざまな活動をしていく中で3つ目の気づきがありました。我々は「教習の質が高まる」と「お客様が満足」する、そして「教習効果がアップ」していく。教習効果が上がるとお客様の安全運転につながる、つまり「無事故の創造」になるということで日々励んでおります。その部分に新しい流れが生まれたのです。「お客様が満足」するとその「お客様がファンになる」、そのファンになったお客様は当社で「働きたいと思う」、つまり「お客様が我が社のファンとなり、無事故のドライバーとなり、我が社の社員となってくれる」という新しい流れができたように感じました。どうしても業種的に、リピーターというのはあまり無い、期待できないのです。そう度々自動車教習所に来る方も多くはないということもあるのですが、あまりリピーターが無い業界でありながら、この部分のリピーターというのは「究極だな」と感じた瞬間でもあります。改めて弊社のやってきた取り組みというのは「間違っていなかったのだな」と、これでいいのだと感じました。

また、このような新しい流れについても、社員へフィードバックするように心がけておりました。そのことにより以前にもまして弊社の取り組み、いわゆる採用活動において協力的になり、かつ社内が活発化したように思っております。当初は採用活動から始まったインターンシップなのですが、しっかりと取り組んだことで、たとえ参加者が少なくてもさまざまな効果を生むことがわかりました。

『活動からの気づき』としては「1. 明確なターゲティング」「2. インターンシップの目的と効果」「3. 我が社の特徴」という気づきを踏まえて、今後の挑戦についてこのように考えております。『モーター在校生向けインターンシップ』ということで、多くの学生が集まる当モータースクールを“運転”と“キャリア”について学ぶ場として位置づけ、在校生に向けてインターンシップを実施し、いわゆるインターンシップを募って“運転”と“キャリア”双方の「安全教育」を展開するというように考えております。

人事理念にあるとおり、『人が成長することへの支援』というのが我々の考えでもあります。つまり在校生に向けてインターンシップを募って“キャリア”についての考えを深め、そして成長していただくという考えです。さらには運転と同様にリアリティーショックという事故を未然に防ぎ、そしてその先には「このような会社で働いてみたいな」と思われるような取り組みを展開していくことを考えております。

最後に、我が社が今後心がけていかなければならないこと。「エンプロイメンタビリティの向上」ということで、エンプロイメンタビリティというのは「あの会社で働いてみたい」と思わせるような企業の魅力度のことをいいます。働く場所として選ばれる能力や企業の雇用能力のことをいいます。そのためには、このようなことを進めていかなければならないと思っております。「明確な情報発信」。つまり、しっかりとニーズを把握して学生に見える場所に出て、スタートラインに立って情報発信をすること。次に「自社理解の促進」。学生の方にはいろいろ自己理解、仕事理解という話をさせていただくのですが、我々とし

でも自分の会社の強みは何なのかとか、しっかりと自社について理解していただいて社内で共有することが大事だと思います。

そして、「社内の健全度の向上」ということで、どんな取り組みであっても社内の健全度が低ければ、それは決して根付いてはいかないと考えます。しっかりと健全度を向上させ取り組みをどんどん向上、継続させていくことが大事だと考えます。最後に「働きがいのある職場環境」ということで、働いている人が生き生きしなければ決して学生さんには届かないと痛感しております。あらゆる方面から環境を整備することも大事なのかなと感じておりました。内定者研修に参加した学生さんや、今年入社していただいた新人から話を聞くのですけど「事務的ではなくてしっかりと自分に興味を持ってきて、いろいろ話を聞いてくれた」とか「雰囲気良くて、ふだん緊張するけれども、この会社に来たら全然緊張しないんです」なんていうお話もよく耳にしました。今さらながら、この部分については弊社の魅力であり強みなのかなと感じております。

青森県内で就職活動している学生と接して感じることは、さまざまな業種から何とか働く先を選ぼうとしているのかなと感じます。つまり、我々の相手というのは同業者ではない、なんていうことが多いんです。公務員の方だったり大手の企業さんだったり。我が社のような中小零細企業の、強み、魅力、いわゆる、勝てる場所は何なのかと考える必要があるのかなと思っております。しっかりと自社の強みや魅力を磨き、採用活動やインターンシップの内容に生かしていく。そして常に状況に合わせて変化し続けることが、我が社の挑戦でもあると考えております。ぜひ、あの会社で、そして青森県で働きたいと思われる会社になりたいと考えております。

以上、「インターンシップへの挑戦」ということで話をさせていただきました。今回このような機会をいただいたということで、自分の考えが改めて整理できた。そして今後、優先的にやらなければならないことが明確になったように思います。このような機会を与えていただきまして本当に感謝申し上げます。本当にありがとうございました。以上で私の方からのお話とさせていただきます。長い時間ご清聴ありがとうございました。

(2) 自社と学生の双方にメリットがあるインターンシップについて
一般社団法人 tsumugu 代表理事 小寺 将太 氏



僕は今、東通村に住んでいるんですけど。東通からの車の中で、どういう話をしようかと思い「インターンシップどう作るか」という設計について話せれば、と思ったのですが。なんと佐々木さんが明確なターゲットティング、そして目的と効果、最後にまとめていただきました。まさに僕が今日、話そうと思ったことを先に話していただいたので、中長期のインターンシップを中心にお話させていただければと思います。

先に自己紹介させてください。名前は小寺将太といいます。出身は北海道の札幌です。今、年齢 25 歳です。なぜこういう職業をやっているかといいますと、弘前大学に入った後大学院入学と同時に、実は、COC 推進室というところで職員をやっています。その時に共育型インターンシップといわれるものと、学生が県内企業を訪問し取材してその魅力を他の学生に伝える「SCENE」という雑誌を作っていました。大学院卒業と同時に、この事業の継続性をいろいろ考えた中で、今後もこういう中小企業インターンシップを主軸として続けていけるようにと思ひまして、僕自身が起業して「tsumugu」というものを作りました。

今、僕はコーディネーターという仕事をしています。どういう仕事かというと、例えば、企業さんが「インターンシップを作りたい」と思った時に、僕の方でヒアリングさせていただいて、そのインターンシップのプロジェクトがどうやったら学生に響くかを考えて「学生に企業さんの考えを翻訳する」という立場の仕事をしています。

今日お話ししたいことは、ずっとやってきました共育型インターンシップ、「中長期実践型インターンシップ」と言います。その後に、少しインターンシップの大枠の話をさせていただければと思います。最後に、そこから見えた自社と双方のメリットとなるインターンシップの作り方をお話させていただければと思います。



＜＜＜挑戦を生み出す共育型インターンシップ＜＜＜

青森県内における共育型インターンシップということで昨年起業したんですけれど、僕のミッションとしては「県内の若者と地域をつないで、県内全体に挑戦を生み出していく」ということで、実践型インターンシップというものに主に取り組んでいます。これは今、COC+と連携して「共育型企业インターンシップ」として今も継続させていただいています。共育型インターンシップとは何か。まず、COC+の目的であった「地域創生人財」育成をし、さらに県内定着させる、というような目的の一つの手段として、「共に育つ」と書いた共育型インターンシップを推進してきました。普通「きょういく」というと「教える」に「育つ」なんですけれど、これは「共に」「育つ」と書いていまして、学生のみならず、企業・地域が共に育っていくインターンシップというものを推進しています。

なぜ共育型インターンシップ、中長期の実践型インターンシップが必要なのか。まず会社にとって「挑戦したい事業があるが人員が不足している」「これは新規事業としてやりたいんだけど、今ある仕事で手一杯でどうすればいいかわからない」ということがあります。「今後、経営者の右腕となるような人材を探している」「新卒採用を検討している」、あとは「社員教育」「社内の教育」「人材育成を充実させたい」と。今まで県内、主に下北地域でずっとインターンシップを作っています。12プロジェクトに計30名の学生が1ヶ月間、夏休み春休みを利用して住み込みでインターンシップに参加していました。

ここから事例を紹介します。皆さん、下北ワインってご存じですか。むつ市にあります有限会社サンマモルワイナリーさんで、平成29年に行ったインターンシップです。このインターンシップを作るとき、必ずミッションというのをつけます。「新しいワインのオーナー制度を確立し、オーナーを5口獲得せよ！」というミッションで、弘前大学、そして拓殖大学と県外からも来ましたが、3名の学生が参加しました。期間として1ヶ月間、8月～9月。まるまる住み込みながら活動しました。どんな内容かというと、通常、業務体験を必ずします。そのあとミッションを適用した内容として、ワインのオーナー制度の構築、オーナー制度の情報発信、それを営業活動まで持っていく、というようなところまでやりました。ワインのオーナーは、基本的に1口3万円という高価な価格帯で設定するので、最

初 5 口が限界だろうと思っていたのですが、学生の頑張りによって期間中に 40 口獲得しました。インターンシップが終わったその月には 95 口獲得しまして、完売状態になってしまっ
て。それを社員が引き継いで、今年もワインオーナー募集するという実践のインターン
シップになりました。

この会社は大鰐町にも第 2 ワイナリーがあり、ここでは「りんごワインを全国的な知名
度にせよ！」という題で、弘大の女子学生 3 名が住み込んで売店業務を体験した後に、り
んごワインを PR するための POP や、いろんな情報発信ツールを作りました。後で、YouTube
で「りんご園」と検索していただけると CM5 本ぐらい出てきます。この商品をどうやって
知名度高めるかということで、ツールを作るインターンシップを実施しました。

社会福祉法人でやったインターンシップがこちらです。これは「社員の働く誇りや本音
を集めて福祉に代わる言葉を生み出せ！」という理事長さんが求めているミッションです。
これは、弘前大学とここ、青森中央学院の学生 1 名が参加して、計 3 名です。住み込みな
がら、働く社員に対してヒアリングをし、400 名の社員さんがいるのですが、アンケート調
査しました。その調査を冊子としてまとめ、理事長に提出する、というようなインターン
シップを作りました。

ホテルでは「外国人宿泊者の受け入れ構築プロジェクト」。一言でいうとインバウンド対
策です。これも弘前大学と青森中央学院大学の計 2 名参加しまして、普通の業務体験が終
わった後に、外国語に翻訳する案内板というものを作成しまして、社員に外国人の文化を
理解してもらうためのマニュアルを学生が作りました。

地域づくり系統では、東通村にあるコスモクリエイトさんというところで行ったインタ
ーンシップで、滞在型観光を今後運営していきたいという社長の思いがありまして、
滞在型観光プランを 1 ヶ月間で練り、集客して、モニターツアーを実施するというインタ
ーンシップもございました。「Web がなんとか新しくならないか」という社長の思いがあり
まして、2 名の学生が住み込みで入り、ちょっとお洒落になったという。学生の若い視点
を入れて、こういうようなデザインだったらいいよねと。これは全部学生の手書きなんです。
こういうのを学生が作ってコンテンツを集めて構築する。

これは神奈川にある日本映画大学というところからインターンシップの情報を見た学生
が突然舞い込んでくるという奇跡が起きまして、2 名参加しました。「コスモクリエイトの
ファンを増やす動画 (CM) を作成せよ！」ということで、ここはいろんな業種、いろんな
職種をやっている企業なので、こういう会社と呼ばれるような動画を作りたいという
ミッションで、学生が住み込みながら動画制作して 1 分半から 2 分くらいの動画を最終的
に作りました。



＜＜＜成長につながる教育効果＜＜＜

今までのインターンシップの事例紹介をしました。どんな効果があったのかというと、ざっくりと地域、企業、学生の3つに分けてみました。まず、地域。下北の地域には大学がないという大きな課題があるので、学生が1ヵ月も住んでいた、そして30名も住んでいたという事実があると、交流人口や関係する人口、UIターンにつながる効果があるのではないかとあります。企業にとっては、経営課題の解決にもつながるメリットがある。そして学生にとっては、キャリア設計や社会人スキルが身につく。そして企業マインドという意味での教育効果があると定義付けています。学生はお客様ではないので、学生と企業双方の成長にもつながる。そして地域の成長にもつながるインターンシップとして、共育型インターンシップというものをずっと運営してきました。地域と企業、そして学生が本気で新規事業の立ち上げや課題の解決に挑む、それが「実践型共育型インターンシップ」と呼ばれるものでした。

今、実践型共育型インターンシップの話をしたのですが、インターンシップって何かというところから振り返っていきたいと思います。塩谷先生の話の中で「こういうインターンシップは駄目だよ」という話があり、なるほどなと思って先ほど作りました。さらに、県の方から冊子を配っていただきましたが、これにも素晴らしいことが書いてあり「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」がインターンシップです。よくあるのが、アルバイトやボランティアとインターンシップ、何が違うのか。インターンシップって乱立しています。まさに今オリンピックが始まりますけど、オリンピックの1日手伝いもインターンシップにするという、すごい声もあがっています。けれど、それはあくまでインターンシップではなくてボランティア・アルバイトとなります。「インターンシップってどういうことなの」というと、『教育効果』というところが特に大事です。ここを無視してしまうと「ブラックインターン」と呼ばれて訴えられたり、労働法に適用されてすごく大変なことになります。教育効果は学生もそうですけれど、企業さんにとっても効果がないと、アルバイトやボランティアに適用されることがあります。

どんなインターンシップがあるかという、基本的に2つに分類されています。経産省

の資料からまとめました。従来型のインターンシップと実践型インターンシップの2つに分類されています。採用につながるものとしては、従来型のインターンシップを適用して期間としては数日～2週間程度。実施内容としては、業務の見学・体験。導入の狙いとしては、採用広報と企業の理解。学生の立場としては研修生と見学生という立場になっております。さっき紹介したインターンシップはこちら。期間が1ヵ月～1年間とすごく長いもので、実施内容も見学・体験だけでなく、新規事業の立ち上げや課題の解決。当面のお願いとしては広報するだけではなくて、挑戦したくてもできなかった企画や事業等の推進という狙いで実施しております。学生の立場は、見学しに来た実習生ではなくて、期間限定のプロジェクトを任された社員のような感じで入っています。

従来型インターンシップと言っても、実はこんなに分けられています。従来型インターンシップは主に「見学型」「体験型」の2つになっています。「見学型」のタイプといたしましては、単独あるいは合同で説明会を開催し、会社の理念や事業内容などを学生にPRする。「体験型」は実は2つの体系に分かれていて、「仕事理解型」と「採用直結型」と呼ばれています。「仕事理解型」は、インターンシップで実際の業務に触れることで総合的に企業や業界について伝えるもの。「採用直結型」は、採用活動の一環としてインターンシップを実施し、企業と学生のミスマッチを防ぐというものの。

共育型インターンシップも3つに分かれていて、1つは「業務補助型」。1ヵ月延々と書類作成させるというものでこれは基本やっていません。やるとすれば「課題協働型」と「事業参画型」の2つかと思います。「課題協働型」というのは、PDLという言葉が最近ありますけれど、学校の中でも勉強してそれを外に持ち出し、企業の中で適用するというもの。主に提案までで終わります。先に話した県内の事例は、主に「事業参画型」ということになります。企業の新規事業や社内の変革プロジェクトに学生が参加する。学生にとっては基礎的な能力、そして企業型の思考や行動特性の獲得、高度専門教育の実質化ということで、教育効果が高いといわれているのが「事業参画型」になっています。

インターンシップとは何かを少しまとめました。青森県内はどうなっているのかというと、先ほど佐々木さんが最初に表をあげていましたが、インターンシップの参加者数は伸びています。なぜかという、弘前大学では学部ごとに授業化しているので、インターンシップの単位化で増えている。そして、今キャリア教育を必修にしている大学が多く、将来のことを1年次から考える学生が増えていますので、その時点で「一旦飛び込んでみたいな」というのが増えています。そういうことから、従来型及び共育型どちらも学生の参加率が高くなっているということが青森県内の実情でした。ここまでがインターンシップの枠組み、大きな枠みたいところを話させていただきました。



<<<目的を明確にしてミッションづくり<<<

共育型インターンシップについて話し、そして多様のインターンシップの話をさせていただきましたが、ここからは一番重要なところとして「自社と学生双方にメリットがあるインターンシップの作り方」ということをまとめさせていただきます。これは、共育型インターンシップの話だけではなくて、計画型・体験型の「従来型」と呼ばれるところに落とし込んで話したいと思います。共育型インターンシップを設計して見えてきたポイント、他社との差別化を図るためにということを話させていただきます。

何が大事かという、インターンシップを作るときに、インターンシップを行う目的を作ることが本当に重要だと思います。急いで採用に結びつけたいのか、それともただ学生との接点を作りたいのか。それとも長期的にずっと学生が来る仕組みを作りたいのか、または自社の成長を考えているのか。目的によってインターンシップの分類いっぱいありましたが、全然違います。それぞれの目的に合わせたインターンシップの構築・ミッションづくりというのがすごく大事です。

そのミッションづくりやインターンシップの作り方をまとめている冊子を青森中央学院大学で作っています。共育型インターンのガイドブックが皆さんのお手元にあると思いますが、この中にも載っていますけれども、共育型だけでなく従来型にも対応できると思います。まず、インターンシップを行う目的を明確にする。インターンシップの設計の流れは、プロジェクト設計をして、学生募集して、企業と学生のマッチングをします。そしてインターンシップを始めますが、目的によってどのタイプのインターンをやるか明確にしないと、学生も「3年が行くインターンシップか」とか「1、2年の時行った方がいいのか」と結構ばらついてしまいます。

2つ目ですが、さっき「インターンシップとは？」というところで「アルバイトとボランティアとは違う。教育的効果が必要だ」と言いましたけれども、そのポイントとして大事なことは、学生のみならず自社にとってもメリットがある内容でミッションを設定することです。ムジコ・クリエイトさんのプログラムの中でも「教習案をたてる」というのがすごくいいなと。共育型インターンシップをやってくれないかなとすごく思うんですけれど

も。そのぐらい本気になって作らないと、学生も、ただお客様としていただけでぼけーとしちゃう。やはり自社にとってもやりたいことを学生に合わせてやっていくことがすごく大事です。社員と学生と一緒に活動できるプログラムはとても大事だと思っていますが、自社にとってメリットがあるミッションをまず作ることです。

流れでいうと、目的を明確にし、目的に合わせたミッションを作るのが大事です。先ほどの社会福祉法人では、保育を改革したいという理事長さんの思いがあったので今回のインターンシップ「幼児期の子どもたちが外でとことん遊び尽くせるイベントを企画・実践せよ！」というタイトルになります。今の子どもたちはゲームをたくさんやるので家の中に引きこもってしまうという大問題が発生しているのですが、青森県という地域はすごくたくさんのフィールドがあるよね、という話の中から作りました。このように自社にメリットがあるようなインターンシップを作った方が自社にとっても楽しいし、学生にとっても成長できると思います。

次に 3 つ目。どんな人に来てほしいかを明確化することがすごく大事だと思っております。僕はいつも共育型インターンシップを作るときに「こんな学生さん募集です」と載せます。どういうことかという、例えば「メディア志望の学生募集」とか、「企画を生み出したい学生募集」とか、「一歩でも踏み出したい人募集」というような感じで書いています。いつも学生に「なんでインターンシップに来るの」って聞くと『『こういう人を求めています』っていうところを見てきました』という学生がほとんどです。ですので、従来型のような短期のものであっても、どんな人に来てほしいかを明確化して、それを提示することが学生の決定要因につながるので大事だと思っています。

学生は、御社のインターンではどんな人に来てほしいのか、求める人材というのを見えています。それは性格だったり、能力だったり、将来こんなことをやりたい学生でもいいと思います。マイナビさんとかリクナビさんのインターンシップの募集のところに将来性等を細かく記載した募集要項がありますが、しっかりと読み砕いて書くこと。目的を明確にして、目的に合わせたミッションを設定した後に、そのミッションに合わせて求める人材像を作っていくことが大事です。

みちのく福祉会さんではこんな感じでやっていました。将来、企画や事業を生み出していく仕事に興味がある人、何かにチャレンジしてみたい人、自分を少しでも変えたい人、青森県内の企業の魅力を知ってみたい人。細分化していますが、ここのインターンシップに来る学生さんは、専門人材来ません。弘前大学でいうと、例えば理工学部とか農学生命科学部とか、そういう学生が入ってきます。なぜかという、その業種はもともと知らないけれど求めている人材や職種にひっかかりを得て学生が来ます。ですから、求める人材をしっかりと書くことが大事です。



くくく信頼関係が未来の仲間を増やすくくく

最後に、学生と社員と一緒に活動するプログラムということがすごく大事です。学生はそこで働く人や環境に特に着目しています。本質的な会社の良さ、会社の環境の良さを知ってもらうためには、学生と共に活動していくことが重要です。具体的な内容を設定し、社員さんと活動できるようなポイントを入れることが学生の中のひっかかりになってくる感じがします。みちのく福祉会さんの例を挙げると、「地域を知る通常業務体験」や「イベントのアイデア出し 10 本」、その後に「イベントの企画づくり及び集客」とありますが、これにはいつもスーパーバイザーをつけていて、インターンシップ学生と共に活動する社員をつけています。そうすると、社員さんの悩みも聞けたり、今後行ってみたいことを学生といちから一緒に考えていけるということがすごいいい。学生と企業の信頼関係が構築されます。

別のインターンシップの事例ですが、常に学生のそばに社員がずっと寄り添っています。このことによって学生も社員さんとのつながりを切らないので、インターンシップが終わった後もずっと好意的に一緒に活動できる形をとってつながっています。できればインターンシップ参加だけでは終わらない仕掛けづくりが大事だと思っています。インターンシップ後も会社と接点を持つ仕組みを考えてもらって、その時一瞬で終わるものではなくて、戻ってこられる仕組みのようなものをつくってあげる。すると、例えば 4 年間の学生生活の中で挫折してあるんですけど、そういう時に寄り添っていただければ戻ってくると思う。そういう継続的につながることができる仕組みを作っていただきたいと思っていました。

下北で行った共育型インターンシップの場合だと、例えばインターンシップ終わった学生が下北のまつりの時に戻ってきて企業さんと一緒に出店したりしました。そのようにインターンシップが終わった後にも「おいでおいで」って言ってくれるような信頼関係の中での作業がすごく大事なかなと感じております。少しでも戻って来られる仕組みっていいなと思います。インターンシップ学生の募集が一番困るのですが、そのような信頼関係を得た学生が次の後輩、例えばサークルの後輩や部活の後輩、学部の後輩を連れてきてくれる、

いい仕掛け、仕組みにもなります。一ヵ月も学生が取り組むのでいつも学生集めにすごい苦勞します。でも、どのように学生が来るかというと、Aさんがインターンシップに入った後その友達Bさんが来たり、Aさんの後輩Cさんが来たり。やっぱり信頼をしている企業には自分の信頼している友達、後輩を送りたいと学生も思う。そのように人がつながるよう継続的な仕組みで、その1人をずっと離さないことが大事だと思っていました。

インターンシップをつくる大事なポイントの話をさせていただきましたが、共育型インターンシップだけではなく「見学型」と呼ばれる従来のインターンシップにも適応できるのではないかと思います。また、取材型インターンシップもいいなと思ってやっています。例えば1〜3日目通常業務体験した後、会社を知ったうえで学生が考えた魅力をもとにパンフレットやリーフレットを作る。取材型インターンシップでは、企業にとっても物は帰属しますし、学生にとっても書くスキルやメディア志望の学生が入ってくる1つの要因になる。体験・見学だけではなくその先に何があるか考えた体験型、さらにブラッシュアップしたインターンシップを今後やっていこうと思っております。1週間、2週間でも提案型のインターンシップはできると思います。「教習案を考える」とはまさにこれだと思いますけれども、通常業務だけではなくて、通常業務を通して会社の未来や課題を考え提案していただくというインターンシップも、学生にとって教育になりますし、企業さんにとってもブラッシュアップできれば今後帰属できる1つの要因になると思っています。

今、下北の方でも短期のインターンシップ、1週間のものを作ろうと思っています。最近SDGsって言葉がすごく流行っていますけれども、学生に1週間通常業務体験してもらいながら「御社にとってSDGsって何」ということを探して表にはめ込むというインターンシップをしています。それは学生だけのメリットじゃなくて、自社にとってもメリットがあるインターンシップになります。こういうインターンシップは、今後県内で増えていくと思っています。

まとめです。インターンシップを行う目的を作り、学生と社員と一緒に活動するプログラムを作り、どんな人に来てほしいかを明確化して、学生のみならず自社にとってもメリットがあるテーマを設定する。そして最後に、インターンだけでは終わらないような、塩谷先生がおっしゃる「仲間力」が大事です。先ほど塩谷先生が「採用力」の中で「育成力」「仲間力」「業績」と言っていましたが、まさに全部当てはまります。こういう意識をどんどん県内でも推進していくことが県内定着、企業の採用力向上にもつながると思っています。何かしら今日の話の中で、少しでもためになるものがあれば嬉しいなと思っております。ご清聴ありがとうございました。

4. 質疑応答



塩 谷：佐々木さん、よろしいですか。インターンシップを受け入れるにあたって、社内の社員の方がどのように協力したり、社内にもどのように周知していったのかお話ししていただこうかと思います。

佐々木：はい。講演の中でも少しお話させていただいたんですが、我々、決して成功をしてないのであまりうまく伝えられないかもしれないんですけども。1つは、インターンシップもそうですし、採用でもそうなんですけど、エントリーというシステムがありまして。エントリーで「我々の会社に興味を持っている学生がいるよ」というのをまずは社員にどんどん告知して共有していこうと努めております。反応としては「そんなに」とビックリする社員がほとんどなのです。どれだけ我々の会社に興味を持っている学生がいるかということで、自分の仕事にまずは自信を持てたり、とか。あとは、実際にその学生が来て見学をする、そして自分の教習している後ろに同乗して、それを見る、というところで、どうしてもマンネリ化しかける現場の中で、非常に新しい刺激になっているのかなと感じるところがけっこうありました。これからもエントリーに限らず、どのように、どれくらい学生に興味を持たれているとか、支持されているのかということ、を、どんどん現場に落とし込むことが大事なのかなと感じております。

塩 谷：具体的にはどのように落とし込んだりしているのですか。

佐々木：まずは所属長などの会議の場で我々の活動を報告すると同時に「実際こういうことがありましたよ」と所属長から各所属の社員に対して通知していただくということを考えておりまして。あと、まだ計画段階ではあるんですが、各モータースクールに回って我々の活動の勉強会の時間を作ってもらって、「働くこととは」ということと同時に、今の採用活動の状況も報告できればと考えております。

塩 谷：ありがとうございます。それでは小寺さん、長期のインターンシップをしていくにあたって、事務的な事とか啓蒙だとかコストの問題だとか、企業負担がいろいろ

る発生してくるかと思うのですが、そのあたりについては。

- 小 寺：共育型インターンシップを進めるうえでの契約というものは何種類かあります。まず大学と企業が覚書を交わすということがありまして、その後に学生と企業が処遇内容確認証というんですけど「インターンシップで来ているんですよ」というものに、しっかりとサインをしてもらうのがひとつ。最後に、大学と学生が同意書を交わすという 3 つの契約するものがあります。コストの部分は、下北に関していうと、住み込み型のインターンシップを推進していますので、宿に泊まる場所というのは基本的に企業さん負担になっています。あと、食費とか学生が活動するうえで生活に資する経費というのは、例えば 1 日 1,000 円とか、1 日多くても 1,500 円ぐらいは企業さん負担で持っていていただいています。共育型インターンシップの考え方としては、先行投資するものと捉えて受け入れていただいています。



- 塩 谷：ありがとうございます。このあたりのところ、実際にやるときに相談させてもらうことが大事かと思います。あと小寺さんに 1 つ質問ですが、守秘義務について。
- 小 寺：守秘義務は、本当に内部の人に係わることなどに関しては覚書を交わして絶対言わないようにしていただいています。今回、自治体でもインターンシップをやることになっていて、自治体の場合、なおさらセキュリティ問題がすごくある。例えば USB を持ち込まないというようなところは、しっかり規制していました。
- 塩 谷：そうですね、USB とかスマートフォンとか、いくらでも。知らないこと知ったらつい得意になって言っちゃいますよ。これは一般社会でもそうですからね。あと、佐々木さん、理念とかビジョンっていういろいろ会社の中で時間をかけて作られたと思うんですが、インターンシップの学生に知ってもらうために、具体的にどんなふうにしていらっしゃるのでしょうか。
- 佐々木：なかなか私も勉強不足の中で、「自分だったら」ということを常に考えて学生には説明をしていまして。働いていく中で辛いことってきっとあるので、そこでグッと踏みとどまれるっていうことは、例えば何なのかなと。よく学生に話をするの

は「私の理念は」なんていう言い方はしていないんですけど、「私は働くことによって家族を守れると思っています」と。なぜかと言うと、例えば自分が安全な交通社会人になることもそうだし、そのことで私の周りの家族もどんどん安全な交通社会人になっていくということは、自分も家族を守れることだよ、ということをよく学生の方にはお伝えしています。なかなか難しいところなんですけども、私もうまく説明できない中で、自分のことに落とし込んで、理念をうまく説明していると思っておりました。

塩 谷：経営学を学んだ学生って教科書的な理解をしていて、学校の理念なんですか？と
かって平気で聞く学生がいますよね。理念って考えればけっこう難しいですよ、
伝えること。実際に学生に説明したり、あるいはそのことで社員に説明すること
によって広がっていくものでしょうか。

佐々木：しっかりと広がって伝わっていているものだとちょっと感じているところもあ
って。社内でも、理念についての勉強会もなかなかうまく時間を作れずに、進ん
でもないところもあるんですが。そういう勉強会をしている効果もあって、それ
をアウトプットできるようになってきたのかな、というのはちょっと感じている
んですけども。ただやっぱり、うまく伝わっているかというのは、模索中という
感じでしょうか。

塩 谷：ありがとうございます。理念をどう伝えていくかというのは悩ましいところでも
あって。これはやっぱり、実際に学生に説明することによって自分で理解が進ん
でいくんじゃないかと思っています。あと、佐々木さん、具体的な質問ですが、
家族向けの会社説明会における参加者が急増した理由としてどんなことがあげら
れますか。

佐々木：昨年と今年と何が違ったかという、昨年は内定者を通してご家族に通知したん
ですね。今年は直接ご家族に「我々はご子息のこういうところに非常に共感して、
こういうところが良くて、一緒に仕事がしたくて内定を出しました。ついてはそ
の学生の方だけではなくて、ご家族の方ともお話ししたり、機会を作りたい」と
通知しました。今年は学生それぞれに別な文面で通知したということも少し効
果があったのかなと感じております。





塩 谷：どうもありがとうございました。あと、僕も聞きながらお伺いしたくなったのは、採用やインターシップをきめ細かくやられているのですが、何人ぐらいでやられているんですか。

佐々木：弊社の上司も今日参加させていただいているんですけども、上司と私と、あともう1人サブで付いて、2人ないし3人で少し活動をしております。

塩 谷：すごいですね、2人で。いろんな気付きとか提案を多面的にやられているところはすごいなと思います。あとですね、小寺さんの共育型インターンシップ。長くやるので費用だとかいろんな面もあるのですが、事前に中小企業との話の中で、検討とかプログラム設定したりというのは、どう検討したり実行されていますか。

小 寺：インターンシップの主担当となるような社員さん、若手と限定しているんですけど、若手社員の方と社長さんと僕の三者でしっかりとプロジェクト設計をすることになっています。僕もだいぶ未熟だった時、社長の考えを聞かずにミッションを作ったら「社長の決裁通るか大変だ」と始まりまして。そういうことから、社員さんも理解するような形をとっていました。

塩 谷：あと、どのぐらい社員の方ってグループワークに関与するのでしょうか。

小 寺：つきっきりになってしまうと通常業務に差支えるので、ポイントごとに入っています。例えば、朝礼が終わった後にインターンシップのスケジュールを1日ごとに各企業さんに出してもらっていますが、1時間単位のものを作ってもらっています。ですから1時間ごと、学校でいう休憩時間の時に1回様子見に行ってもらい、コミュニケーションをとるということを大事にしてやっていました。

塩 谷：そうですね、付きっきりでやるのは大変なことになります。佐々木さんにも質問が来ているのですが、過去にやったインターンシップでフロント業務が多かった頃、その頃の学生の反応っていうのはどんな感じだったのでしょうか。

佐々木：参加している学生の方が高校生ということもあって、こちらのスケジュールに沿って「そういうものなのだろう」とカリキュラムをこなしていたのかなと考えております。実際、実はまた8月に高校のほうから要請があって、先ほどご紹介し

たようなカリキュラムでやろうとしていたんです。そこに私も入り込んで「インターンシップは何のためにやるの」とか、お仕事について少しかみ砕いてお話をできればということで、少しカリキュラムを変えております。今後しっかりフィードバックしたり、いろんな部分でフォローしていきたいと思いました。

塩 谷：佐々木さんのリピーターの話で、県内の大学生や高校生の 3 分の 1 は自分のところのお客さん。そこをどうリピートするかという、すごく身近な資源に気付いています。実際、教習の場で「私たちはインターンシップをやっています」とどんなふうに伝えているのでしょうか。

佐々木：はい、もちろん運転中は教習に集中していただくことは大前提です。私もアドバイザーとして教習をやっているんですけども、中には大学 3 年生や大学 4 年生がいて、そういう方については、少しぎくばらんなお話の中で就活の話や今の状態などを少し会話の中で聞き出せたりすることがあるんですね。実はこういう取り組みをしているんだよというのを話したりしています。ただ、社員には「教習中こういうお話をしましょう」なんて投げかけてはいないです。

塩 谷：そうですね、教習は運転中ですから。最後に、小寺さんと佐々木さんから一言ずつ、あまり退屈しないようにどうやって学生に刺激を与えたり、関心を持ってもらえるようにするか質問したいと思います。

小 寺：最後のポイントで、どんな人を求めるかを書かせていただきましたが、社会福祉法人でも理工学部や農業生命科学部の学生がインターンシップに入っていると先ほども伝えました。それは業種の中のスペシャリストを求めるのではなくて、例えばどんなに難しい業種の中でも広報担当があったり営業があったりします。専門的な人材ということではなくて、ジェネラリスト的な人材を募集要項に埋め込むことはすごく大事だと思います。あと、共育型インターンシップに関しては、**SCENE** という雑誌を使用して募集しています。**SCENE** で学生が取材に行った企業が手を上げるパターンが実は多く、最初に **SCENE** を読んだ学生が飛び込むものもけっこう多い。



佐々木：先ほどお話したとおり、考えが凝り固まっている部分があるんですよね。なかなか学生に伝えられない、なんていうところでいろいろ試行錯誤したんですけども。自分の中で少し腑に落ちたのは、「何で自分はこの仕事を続けているんだろうな」と思い、その続けている理由をしっかりと伝えたいと思ったことがまず最初だったんですね。よく学生の方にお話しするのは、縦列駐車や方向変換、S字クランクなんていう難しい課題があって、中には泣いたりする教習生の方がいらっしゃるんですよね。それを隣で一生懸命指導することによってできるようになる、そして検定に合格する、免許を取る。すごい喜んでくれるんですよね。その喜んでいる隣にいるのが我々アドバイザー、一緒に喜べるのが我々の仕事なんだよ、と伝えたりするんです。そういうことをカリキュラムの中にどんどん入れるべきなのかなという考えに至って、インターンシップの内容を少し変えるきっかけになったと思っています。少しこだわり過ぎていたところも、反省も含めて、これからどんどんブラッシュアップできればと考えておりました。

塩谷：はい、どうもありがとうございます。確かにそうですね、車が運転できるようになるというすごい喜び。先ほど小寺さんが言ってくれた、インターンシップとボランティアとアルバイトがごちゃごちゃになっているということ。うちの学生で、共育型インターンシップに参加した学生が言っていたことで印象に残っているのは「アルバイトはできることしかやらせてくれない。でもインターンシップは仕事を少し教えてもらいながら、できないことにも挑戦できて、自分の世界が広がった」というようなことを言っていました。両方にとってメリットが少しでもあれば、地域も会社も自分もハッピーだということです。



【参加企業から講師への質問】

佐々木氏に質問

- ・会社告知のためのインターンシップの導入が奏功していると思う
- ・高校生・大学生の 1/3 が御社に行ったことがあるというのは相当な強み。在校生にインターンシップを呼びかける情報発信手法について、教習等の場でさりげなく伝えるのか
- ・家族向け会社説明会の参加者が急増した理由として考えられるのは何か
- ・理念や VISION にある安全と交通、今年度のインターンシップのカリキュラムにはどう反映しているか
- ・インターンシップを受け入れる際、社員はどう変化したか
- ・過去のインターンシップ（フロント業務が多かった頃）の学生の反応はどうか
- ・採用試験の見直しとは、具体的に教えてほしい
- ・インターンシップ学生を受け入れる時の社員の負担、受入体制について

小寺氏に質問

- ・実際にインターンを設計する事前の準備期間と人員
- ・実践型インターンシップにおける学生の立場は期間限定の社員等とあるが、アルバイトのように賃金を支払う対応になるか
- ・インターンシップの中で学生に開示した財務データ等の情報についての守秘義務は、契約等結んでいるか
- ・学生と職員が一緒になってミッション・グループワークを行っているが、なるべく学生に主体的に考えてもらうようにし、基本的に学生の質問に答えるだけで、具体的なアドバイスはしないこととしている。グループワーク等の際にどの程度関わるのが良いのか
- ・インターンシップの作り方をしっかりと学ぶ機会になった。本年より当社も 5 日間の提案型を考えているので参考になった
- ・長期間のインターンシップは受入れ企業もとても負担があると思う。企業側のメリット・デメリットについて
- ・共育型（実践型でも良いが）インターンシップに参加した学生のうち、実際採用試験を受けた割合について教えて
- ・長期のインターンシップを担当した企業側の社員は、どんなことを学生から感じるのか
- ・共育型インターンシップにおける、学生への課題設定について、難易度の設定はどのようにしているか

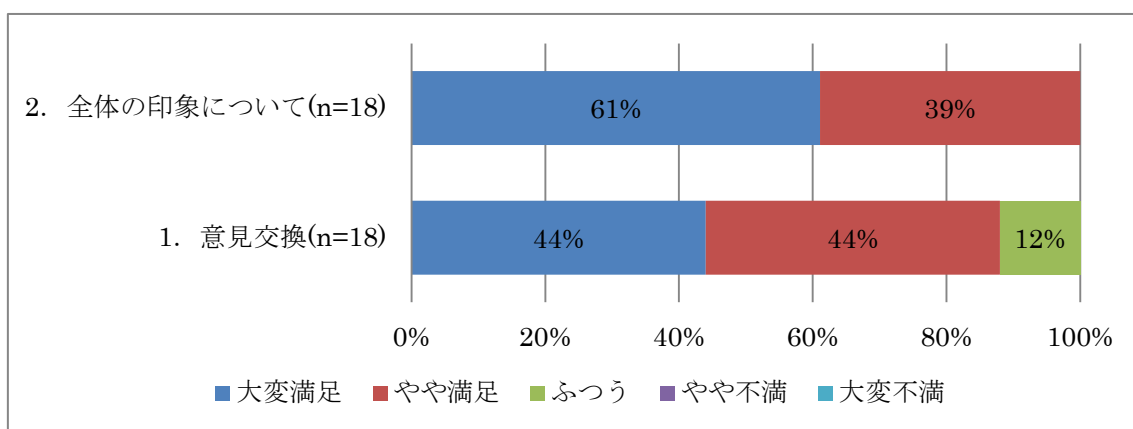
両講師に質問

- ・専門性の高い業務の場合、学生に退屈な思いをさせずに興味を持ってもらえるようにするにはどうしたらよいか

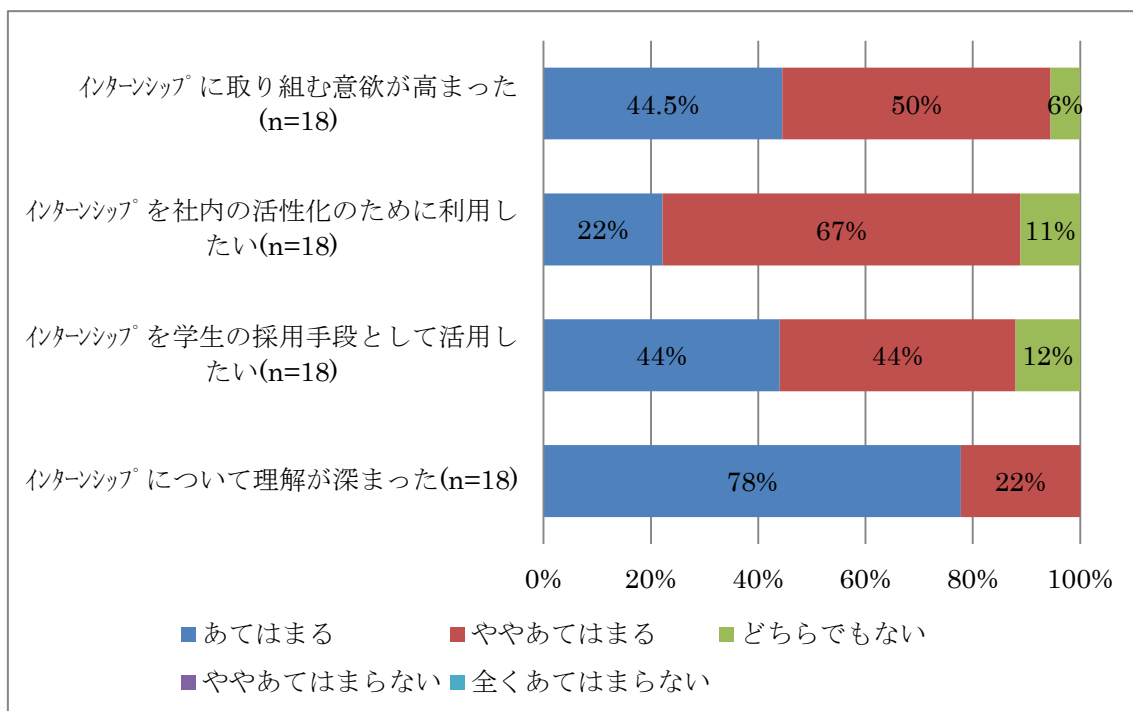
4. アンケート集計

本セミナーでは参加した企業関係者等にアンケート調査を行った。セミナー各項目の満足度、及び、全体の総合評価をまとめた結果と、満足度と総合評価の相関関係を示したCSグラフは下記の通り。セミナー各項目の満足した割合について、「満足」「やや満足」あわせて100%となり、高い評価を得たことが分かる。また、CSグラフからは重要度が高い「意見交換」の満足度をより高めることが必要であると分析される。

(1) セミナーの満足度



(2) セミナーに参加して



(3) 自由記述

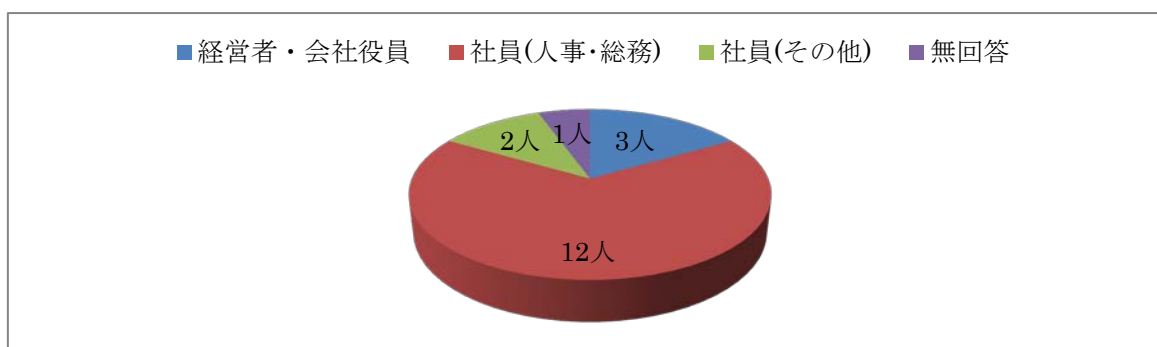
気づいたこと

- ・今までは 1day を実施していたが、本年より 5 日間のプログラムを検討している。学んだ事を活かして行きたい
- ・思った以上に県内企業でもインターンシップが利用されていること
- ・具体的事案の紹介が多くて参考になった
- ・インターンシップに参加した学生さんの声を是非聞いてみたい
- ・画期的なインターンシップの態様があることがわかった
社内で実施できる体制づくりが自社には考えなければいけないと感じた
- ・インターンシップは受け入れる側も一体となって、社会のために何ができるか考える

その他、意見、感想等

- ・これからのインターンシップ受入れに際しての参考になった
- ・チャイムの音を消していただければ…

回答属性 (N=18)



企業向け調査票

「企業のためのインターンシップ実践セミナー」 アンケートご協力のお願い

本日は、「企業のためのインターンシップ実践セミナー」にご参加ありがとうございました。

今後の参考にさせていただきますのでお手数ですが、下記アンケートに御協力ください。

1、2分で回答できるアンケートです。ぜひご協力お願い致します。お帰りの際に、回収箱に投函下さい。

設問 1 今回のセミナーの満足度をお知らせください。1～5 の選択肢の中から一つ選んで○をつけて下さい。

		大変満足	やや満足	ふつう	やや不満	大変不満
Q1	講演 1「インターンシップのめざすもの」	5	4	3	2	1
Q2	講演 2「インターンシップの具体的な取り組み方について」	5	4	3	2	1
Q3	意見交換	5	4	3	2	1
Q4	全体の印象について	5	4	3	2	1

設問 2 セミナーに「参加する前」と「参加した後」を比較して、以下の設問について回答して下さい。

1～5 の選択肢の中から一つ選んで○をつけて下さい。

		あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない	ややあてはまらない	全くあてはまらない
Q1	インターンシップのめざすものについて理解が深まった	5	4	3	2	1
Q2	インターンシップを学生の採用手段として活用したい	5	4	3	2	1
Q3	インターンシップを社内の活性化のために利用したい	5	4	3	2	1
Q4	インターンシップに取り組む意欲が高まった	5	4	3	2	1

以下の設問について、回答を記述して下さい。

Q5	セミナーに参加して、気づいた事柄があれば、それについて教えて下さい。 { }
Q6	その他、意見、感想等があれば、それについてぜひ教えて下さい。 { }

Q7	回答者ご自身について伺います。あてはまる選択肢の中から1つに○をつけて下さい。				
	性別	1. 男性		2. 女性	
	経営者・会社役員・社員	1. 経営者・会社役員		2. 社員(人事・総務)	3. 社員(その他)
	現住所	1. 青森市	2. 弘前市	3. 八戸市	4. その他

御協力、ありがとうございました。アンケート調査結果は本事業の目的以外で使用することはありません。



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 令和元年 9 月
青森中央学院大学 COC+事業推進事務局
〒030-0132 青森市横内神田 12
TEL: 017-728-8161(直通) FAX: 017-738-8333(代表)
E-mail: acgu-coc@aomoricgu.ac.jp