

地域中小企業のための オンラインインターンシップ 支援プログラム

【ノウハウ集 / 基本プログラム】

はじめに

本冊子は、広域関東圏の地域中小企業の皆さまに、オンラインインターンシップのノウハウをご提供するために作成・配布しております。

インターンシップという機会を通じて、広く学生に自社の魅力を発信いただくとともに、参加する学生の皆さまの成長や視野の広がりを実現するための、オンラインインターンシップのノウハウ集です。

本冊子に掲載されているノウハウや基本プログラムを通じて、地域中小企業の皆さまが、より良いオンラインインターンシップをスムーズに実施できる一助となれば幸いです。

皆さまの活動に、ぜひご活用ください。

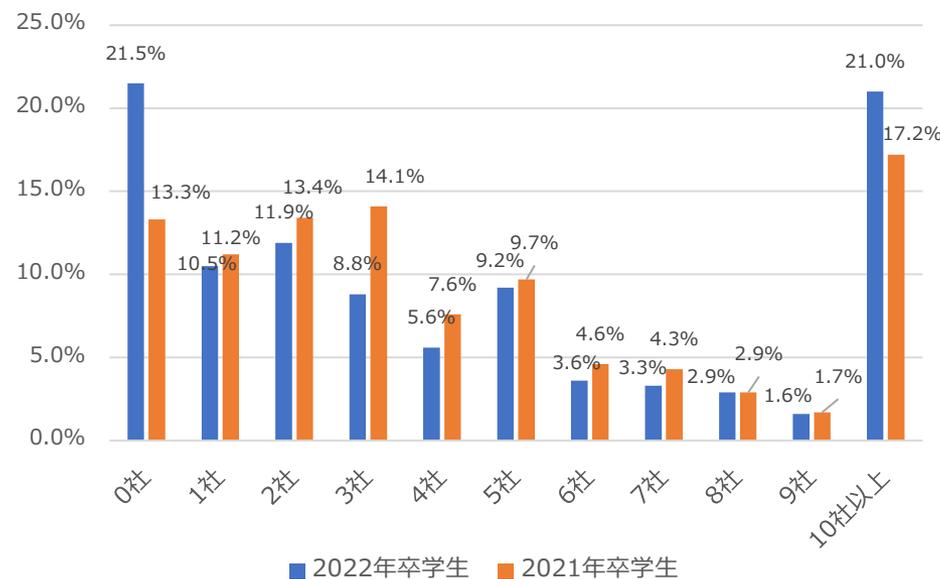
経済産業省 関東経済産業局

はじめに ～インターンシップの進化～

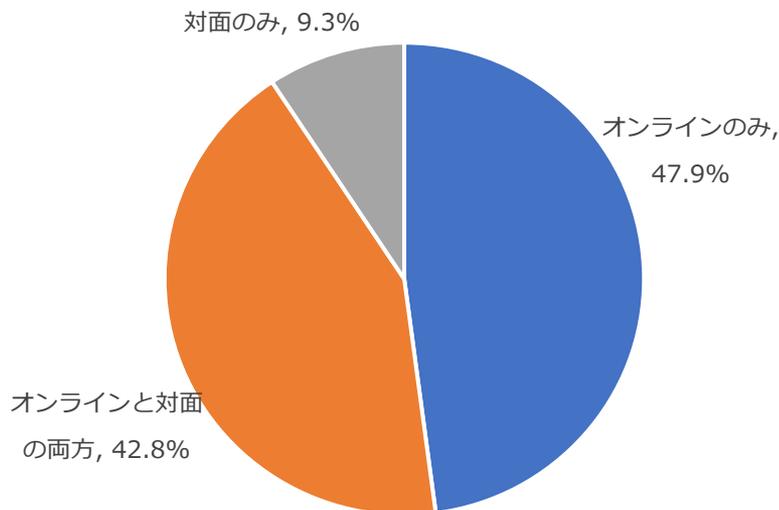
インターンシップは、大学との連携の下で教育的視点で行なっている企業もあれば、オープンに募集して採用活動の一環として行っている企業もあります。参加者に課題を提示する企業もあれば、ゲームやクイズを取り入れて楽しいプログラムに仕立てている企業もあり、日程も短期間で凝縮して行う企業もあれば、1～2週間かけて行う企業もあります。

平成9年に文部科学省、経済産業省、厚生労働省が「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」を取りまとめたから日本でも普及が進み、多様化して中小企業にも浸透しつつあります。インターンシップの実施率は年々増加の一途をたどっており、多くの学生が複数企業のプログラムに参加するようになってきました。また、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、オンライン形式のインターンシップを実施する企業、参加する学生も増加しています。

Q. インターンシップ参加社数を教えてください。



Q. 参加したインターンシップの実施形式を教えてください。



[出典] 株式会社学情 あさがくナビ会員対象 就職意識調査レポート

目次

I. 実施ノウハウ

I-1 オンラインインターンシップとは	P6
I-2 オンラインインターンシップのステップ	P7
I-3 ステップ① 目的・目標の明確化	P8
I-3 ステップ② インターンシップ参加の 学生像の明確化	P9
I-3 ステップ③ ターゲット設定	P12
I-3 ステップ④ 自社の魅力の言語化	P13
I-3 ステップ⑤ プログラムの企画・設計	P16
I-3 ステップ⑥ 参加者の募集	P19
I-3 ステップ⑦ インターンシップの準備	P21
I-3 ステップ⑧ インターンシップの実行	P22
I-3 ステップ⑨ フォロー・振り返り	P24

II. 基本プログラム

II-1 基本プログラムについて	P26
II-2 企画の種類について	P27
II-3 基本プログラム 2日間	P28
II-4 基本プログラム 3日間	P29
II-5 基本プログラム 4日間	P30
II-6 基本プログラム 5日間	P31
II-7 6日間以上の場合	P32
II-8 ワークシートサンプル	P33
II-9 オンライン会議ツール	P34
II-10 よくあるご質問	P35
【参考】～インターンシップのリスク～	P38

III. 事例

III-1 オンラインインターンシップ事例①	P40
III-2 オンラインインターンシップ事例②	P41
III-3 グループインターンシップ事例	P42

I. 実施ノウハウ

I-1 オンラインインターンシップとは

「オンラインインターンシップ」とは文字通り、学生のインターンシップを対面式ではなく、インターネット環境でのオンライン接続にて実施するインターンシップです。新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、急速に普及したインターンシップの手法で、P3に記載の通り実施する企業、参加する学生が増加しています。

オンライン会議ツールと、パソコン等インターネットに接続できる環境を用意して、参加者である学生と企業をつなぎ、オンライン上でのインターンシップをおこないます。

オンラインインターンシップは、企業・学生各々にとって、対面では得られない、以下のようなメリットがあります。

企業にとってのメリット

- ☑遠隔地から学生を集めることができる
- ☑最小限の設備や運営スタッフでの実施が可能
- ☑配布用の印刷物などの準備が
必要ない
- ☑対面による新型コロナウイルスの
感染リスクがない

参加する学生にとってのメリット

- ☑遠隔地の企業のインターンシップ
にも参加しやすい
- ☑参加する上での交通費や移動時間
などの参加コストがかからない
- ☑移動時間がない分、日程調整が
しやすく参加しやすい
- ☑対面による新型コロナウイルスの
感染リスクがない

I-2 オンラインインターンシップのステップ

オンラインインターンシップは、以下の9つのステップを通じておこないます。本冊子では、この9つのステップに沿って、ノウハウを説明しています。

1. 目的・目標の明確化	自社がインターンシップを実施する目的・目標を明確化します
2. 求める人物像の明確化	インターンシップの参加者として求める人物像及び明確になった人物像が重要視するであろう因子を検討します
3. ターゲットの設定	インターンシップの参加者として求める人物像の大学・学部・学科・学年・志向・特性などを設定します
4. 自社の魅力の言語化	自社の魅力を整理・抽出し、伝えるために言語化します
5. プログラム企画・設計	「時期」「期間」「規模（人数）」「形式」「体制」「内容」などを設計します
6. 参加者の募集	大学のキャリアセンターやインターンシップ情報メディアなどを活用して募集します
7. インターンシップ準備	資料作成、オンライン環境構築、人員体制整備、社内手続き等をおこないます
8. インターンシップ実行	プログラムに沿って、当日の運営をおこないます
9. フォロー・振り返り	参加者へのフィードバック、参加者アンケート配布・回収、振り返りをおこないます

※ 1～6 は実施形式を問わず整理すべき項目です。既に自社の対面式インターンシップでこれらステップを対応済みの企業様は、ステップ7以降と「Ⅱ.基本プログラム」の活用でオンラインインターンシップを導入できます。

I-3 ステップ① 目的・目標の明確化

まずはじめに、インターンシップを実施する目的を明確にします。
以下の目的の中で、自社が該当するものはどれにあたるかを検討・決定します。

目的のパターン	目的
教育機関リレーション構築型 (社会貢献型)	教育機関関係者に企業を認知してもらい、自社をアピールする 継続的に受け入れることで、教育機関との関係を強化する 地域のため、社会のために学生の教育に協力する CSR (企業の社会的責任) 活動の一環として取り組む
企業PR型	参加する学生に、業界・会社・仕事を理解してもらう
採用直結型	業界・会社・仕事の魅力を伝えることで、参加者の応募動機を高める 採用前の育成効果や、ミスマッチ回避による入社後の離職防止を行う
社員育成型	インターンシップの受け入れ機会を、自社社員の教育実践の場とする 学生を受け入れることで、若手社員を成長させる 経営者等の若者理解にもつながる
戦力活用品	数週間～数ヶ月間の長期実践型インターンシップを通じて、 責任あるポジションを与えて企業成長に貢献してもらう
感性活用品	マーケティング・採用活動でのPRツールの作成など、 一定のテーマを与え、学生の感性を活かした成果物をアウトプットしてもらう

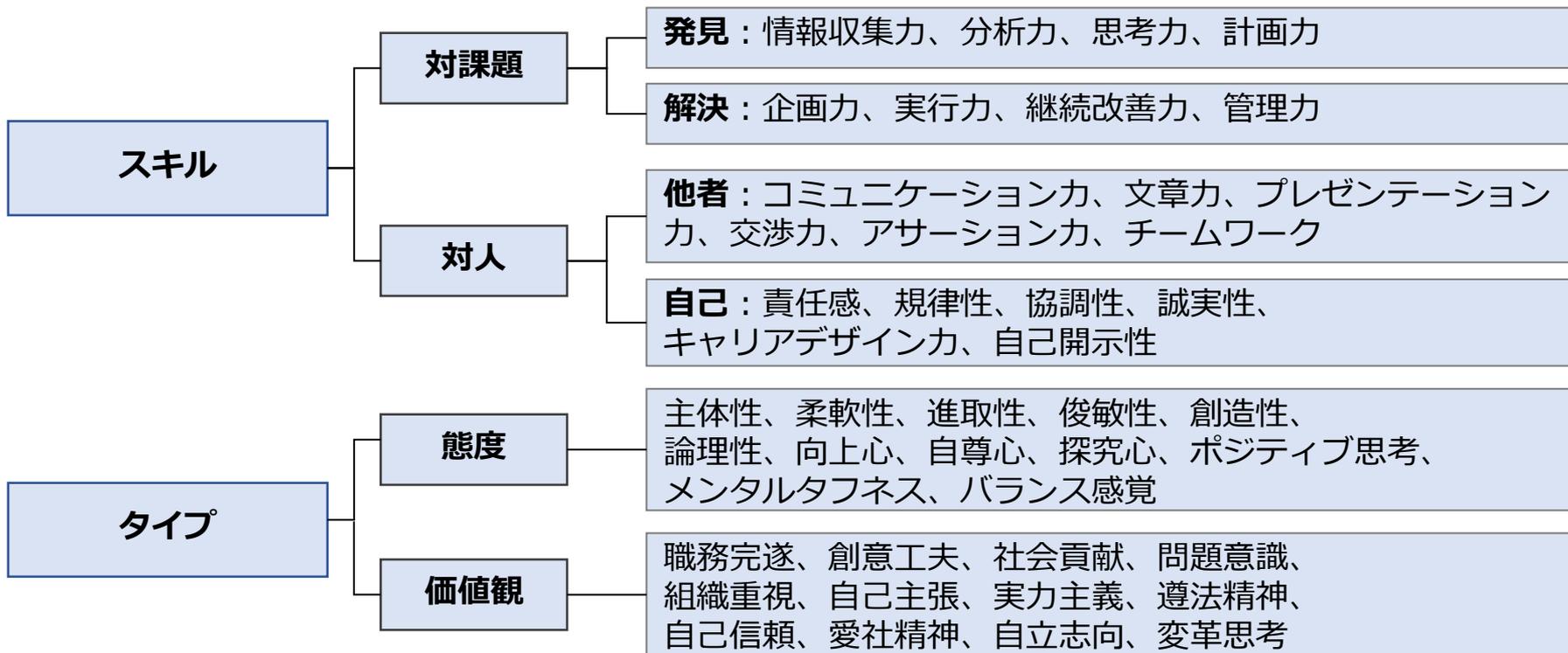
自社にとっての目的は、どのパターンがあてはまるか右の欄に書いてみましょう。



型

I-3 ステップ②インターンシップ参加の学生像の明確化

インターンシップにおいて、自社が求める人物像を明確化するために、求める人物像に必要な要素を抽出します。求める人物像の要件には、以下のような要素があります。



自社が求める人物像のスキル・タイプを明確化しましょう。（各2～4個を選択）
 ※現在、活躍している社員を参考にしたり、これから欲しい人物像を具体的にイメージすることで、検討しましょう。

スキル

タイプ

I-3 ステップ②インターンシップ参加の学生像の明確化

前ページにて選んだ求める人物像の「スキル」「タイプ」の中で、特に重視したい要素を優先順位付けします。「MUST要素＝必要不可欠な要素」「WANT要素＝できれば備えていると良いもの」「ネガティブ要素＝避けたい要素」の3つに分けて整理をおこないます。

以下のシートに記入して、より具体的な人物像をイメージしていきましょう。

	人材要件
MUST要素 (必須)	<p><スキル> 例：「コミュニケーション力：お客様のニーズを深掘りし引き出せる力」</p> <p><タイプ> 例：「誠実性：お客様に正直に向き合うことで信頼関係を築ける力」</p>
WANT要素 (あると良い)	<p><スキル> 例：「計画力：先を見越して逆算して行動できる力」</p> <p><タイプ> 例：「向上心：常に自分の成長を求めて学び続ける力」</p>
ネガティブ要素 (避けたい)	<p><スキル> 例：「責任感のなさ：お客さんからの要望に対して真摯に向き合わない」</p> <p><タイプ> 例：「遵法精神のなさ：コンプライアンス上、問題行動を起こしてしまう」</p>

I-3 ステップ②インターンシップ参加の学生像の明確化

P9～10で整理した自社が求める人物像の学生が、企業選びで重視する因子を選択します。
次に、選択した因子が学生にとってどの程度重要なのかを検討します。
このプロセスが次ページ「人材要件」の「志向」を検討する材料になり、P19以降で検討する募集時の発信すべき要素にもなります。

求める人物像が重視する因子	パターン	学生にとっての重要度
<input type="checkbox"/> 経営ビジョン <input type="checkbox"/> 業界地位 <input type="checkbox"/> 経営内容 <input type="checkbox"/> 経営者の魅力 <input type="checkbox"/> 企業のブランド	企業型 (企業の魅力)	高 5・4・3・2・1 低
<input type="checkbox"/> 職場の雰囲気 <input type="checkbox"/> 上司・仲間との関係性 <input type="checkbox"/> 良好なコミュニケーション	職場型 (職場の好感度)	高 5・4・3・2・1 低
<input type="checkbox"/> 仕事そのものの魅力 <input type="checkbox"/> 顧客との関係性	仕事型 (仕事のあり方)	高 5・4・3・2・1 低
<input type="checkbox"/> 処遇の良さ <input type="checkbox"/> 評価のあり方	処遇型 (評価・処遇)	高 5・4・3・2・1 低
<input type="checkbox"/> 育成の仕組み <input type="checkbox"/> 挑戦の機会 <input type="checkbox"/> 組織における自己成長できる実感	成長型 (成長実感・予感)	高 5・4・3・2・1 低
<input type="checkbox"/> 家族・趣味を大事にしやすい <input type="checkbox"/> 自分で時間をコントロールしやすい	生活型 (自分の時間)	高 5・4・3・2・1 低

学生が重視すると思われる因子の中で、特に重要だと思われるものを抽出。

▶ 特に重要な因子
※1～3個

例) 業界地位、職場の雰囲気、処遇の良さ

I-3 ステップ③ターゲットの設定

求める人物像を設定しましたら、次はより具体的に、ターゲットとする学生の層を明確にします。ターゲットを明確にすることで、学生を募集する上でも、どのような内容をアピールすれば良いかが考えやすくなります。下表の各項目などを具体的にイメージし、インターンシップに関わるスタッフ間で共有します。参加してほしい学生の属性・志向性などを、以下のシートに書き出してみましよう。
※「志向」は、前ページの求める学生像の明確化プロセスを参考にするとイメージしやすくなります。

	人材要件
地域	<都道府県、など>
教育機関	<4年制大学、単科大学、短期大学、専門学校、など>
学部・学科	<学部・学科・専攻・ゼミ、など>
学年	<1年・2年・3年・大学院、など>
志向	<求めるキャリア・働き方、ライフスタイル、求める処遇・条件、など> 例：キャリアの方向性、住みたい場所、ON / OFF のバランス、将来的な希望年収

I-3 ステップ④ 自社の魅力の言語化

インターンシップの機会を通じて、学生に伝えたい自社の魅力を整理し、言語化をおこないます。改めて、自社の魅力を「経営視点」「職場視点」で客観的に見て書き出してみましよう。（書き方は次ページを参考にしてください）

普段、当たり前前に思っていることの中にも、客観的に見ると魅力となりうる要素は沢山あります。社員や社外パートナー等にヒアリングしてみるのもおすすめです。

以下のシートに記入してまとめることで、インターンシップの中身に反映させていきます。

経営視点	経営・理念	<理念・ビジョン・ミッション・バリュー、代表者、など>
	経営資源	<従業員数、施設・設備、資金、ネットワーク、など>
	事業戦略・業績	<戦略、ビジネスモデル、商品・サービス、業績、将来性、など>
職場視点	人材・組織	<人、キャリア、組織体制、文化・風土、など>
	仕事	<面白さ、やりがい、成長、専門性、現場など>
	評価・処遇	<給与、福利厚生、休暇、など>

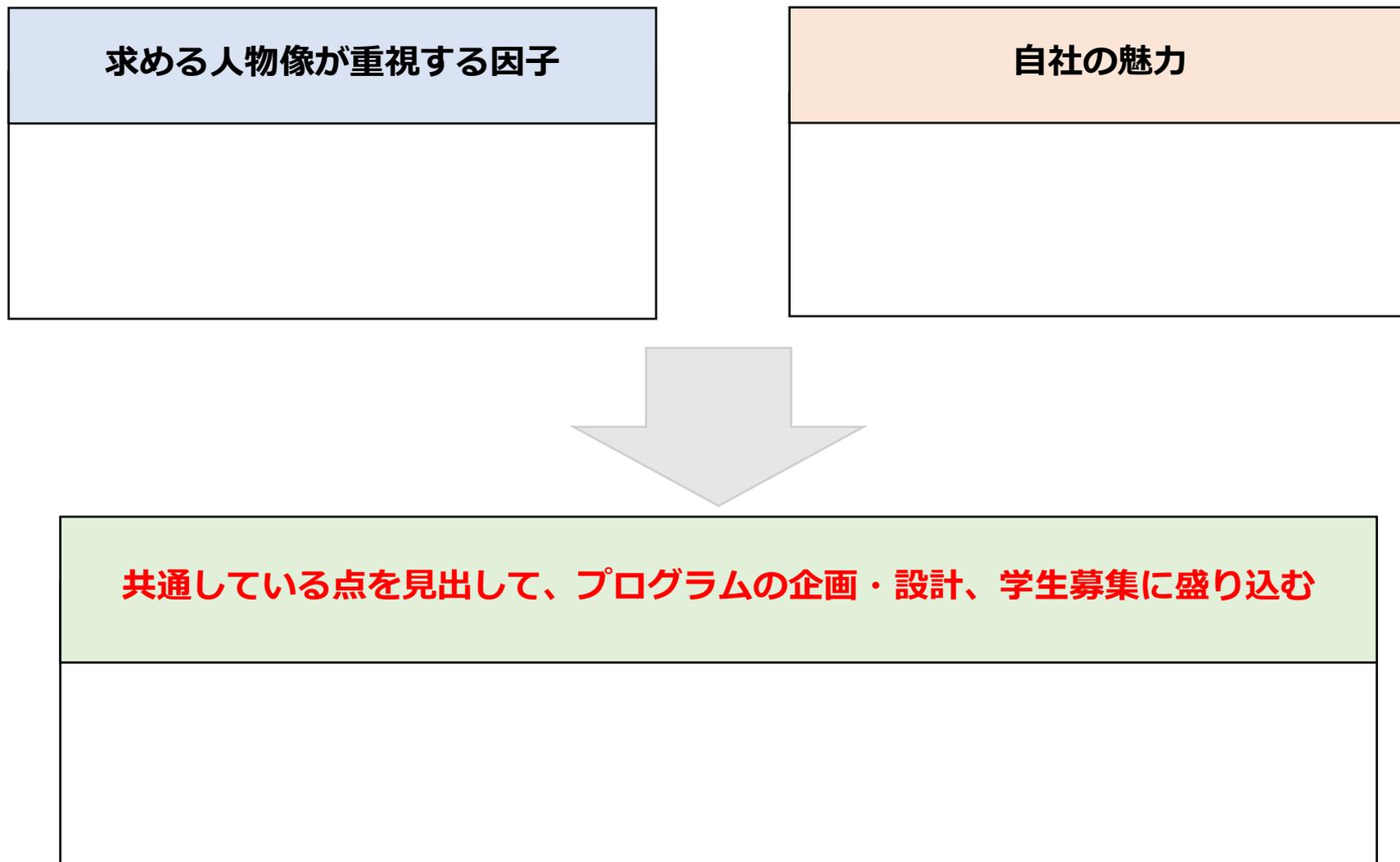
I-3 ステップ④ 自社の魅力の言語化

「自社の魅力の言語化」の書き方のサンプルを、以下にご紹介します。

経営視点	経営・理念	<理念・ビジョン・ミッション・バリュー、代表者、など> 例： ・理念：「社員第一主義」という社員を大事にする考え方 ・ビジョン：「地域の産業を盛り上げ続ける」という地域に根ざしていること
	経営資源	<従業員数、施設・設備、資金、ネットワーク、など> 例： ・独自の開発技術をもち、他社と差別化できている ・地域の企業と強いネットワークをもっている
	事業戦略・業績	<戦略、ビジネスモデル、商品・サービス、業績、将来性、など> ・過去10年、売上は伸び続けて成長し続けている ・徹底した顧客満足を追求する高付加価値サービスを提供している
職場視点	人材・組織	<人、キャリア、組織体制、文化・風土、など> ・平均年齢が30代と、若手が多く活躍している ・チャレンジをほめて奨励する文化 ・役職関係なく自由に意見が発信できるフラットな組織
	仕事	<面白さ、やりがい、成長、専門性、現場など> ・顧客の声をダイレクトに聞いて意義を感じられる ・常に新しい仕事に挑戦していて、成長を感じられる
	評価・処遇	<給与、福利厚生、休暇、など> ・成果に応じて給料に反映される ・テレワークが可能で、自宅で仕事ができる ・育児休暇、時短勤務など、女性が働きやすい

I-3 ステップ④ 自社の魅力の言語化

P11で検討した求める人物像が重視する因子と前ページで言語化した自社の魅力の共通点を見出して、次ステップ以降のプログラムの企画・設計、学生の募集で盛り込むようにしましょう。



I-3 ステップ⑤ プログラムの企画・設計

インターンシップのプログラムを企画・設計する上で、まずは必要項目を決める必要があります。目的や、自社のリソース・状況など対応可能な範囲を検討し、全体概要を決めます。必要に応じて、関係部署や関係者と調整し、受け入れができる企画・設計をおこないます。※詳細につきましては、次章「II 基本プログラム」より説明しますのでここでは省略します。

	概要	決めること
時期	夏（7～9月）は、冬に比べてじっくり取り組める長期間プログラムになりやすい。冬（1～2月）は、夏に比べて短期的でより採用活動・キャリアを意識したインターンシップとなる傾向	月 日 ～ 月 日 時 分 ～ 時 分
期間	短い日数のほうが、学生としてはハードルが低く参加しやすいので、参加者を集めやすい。採用・育成観点では長期のほうが効果的	2日間・3日間・4日間 5日間・6日間以上
受け入れ人数	インターンシップに参加する学生の人数を決める。現実的に対応できる範囲内で決める	名
受け入れ部署	受け入れ部署を決め、その部署の受け入れ体制の調整・整備を行う	部 課
体制	主となる運営スタッフ 1～2名の他に、学生サポーターとして関われる社員を数名程度配置できると理想的。学生と年齢が近く、学生目線でフランクに寄り添えるスタッフほど、学生との親和性が高い。また、自社のことを全体的に話せる、経営層なども参加できるとよい	主担当： サポーター： 経営層：
オンライン会議ツール	オンライン会議ツールとしては「Zoom」「Microsoft Teams」「Cisco Webex」などがあるので、どれを使用するか決める	・ Zoom ・ Microsoft Teams ・ Cisco Webex
社内申請	自社で学生を受け入れるにあたって、必要な社内申請を確認・実施する	

I-3 ステップ⑤ プログラムの企画・設計

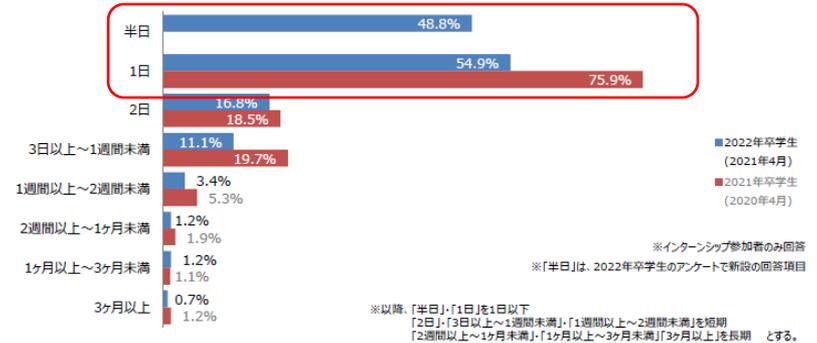
プログラムの企画設計をする上で、参考となる資料・データをご紹介します。

■ インターンシップの一社あたりの参加期間

一番多いのが「1日」、次に多いのが「半日」となっている。ただし、いわゆる「就活ルール」では、1日以下は「インターンシップ」としては認められないことになっています。

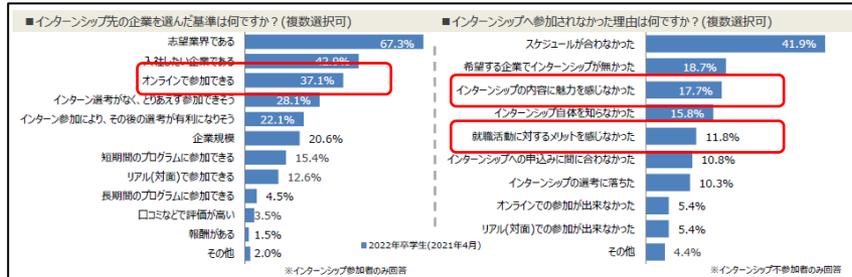
※上記の理由より、本ノウハウ集では、2日間以上のインターンシップを推奨しています。

■ インターンシップの1社あたりの参加期間は、大体どの程度でしたか？ (複数回答可)

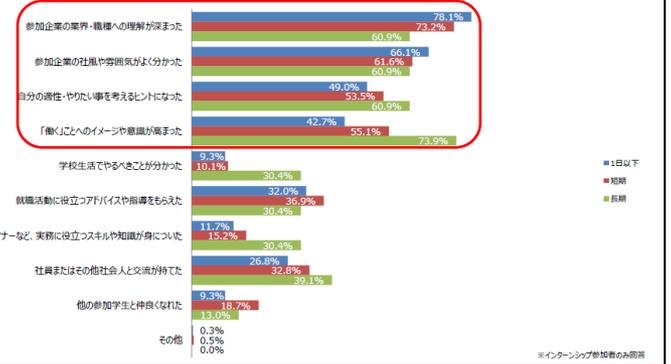


■ インターンシップを選ぶ基準 / 不参加の理由 / 良かった点

選ぶ基準において「オンラインで参加できる」ことは上位に入るため、選択理由になりやすいです。また「インターンシップの内容が魅力的か」「就活の役に立つか」も参加の理由となります。参加者は「業界・職場理解」「仕事・雰囲気理解」「自分の適性・やりたいことの気づき」等を求める傾向にあるため、そのような内容をプログラムに盛り込むと効果的です。



■ インターンシップに参加し、良かった点は？ (複数回答可)



あさがくナビ2022会員対象「就職活動意識調査」レポート 2021年6月発表

【調査概要】
 ● 調査内容：就職活動意識調査 ● 調査対象：あさがくナビ2022登録会員 ● 有効回答数：942件
 ● 調査期間：2021年4月15日～4月30日 ● 調査方法：Web上でのアンケート
 ● 前年比較データ調査期間：【2021年卒】2020年4月20日～4月30日、【2020年卒】2020年6月22日～6月30日】
 ※レポート内の数値は小数点第二位を四捨五入し小数点第一位までを表記しているため、採一方式の回答の合計が100.0%とならない場合があります。

I-3 ステップ⑤ プログラムの企画・設計

<企画・設計する内容について>

数あるインターンシップの中で学生に自社のインターンシップを選んでもらうためには、他社と差別化するための工夫が必要となります。「参加すると、学生は何を得られるのか」を明確にした企画内容にしましょう。

学生がインターンシップに参加する目的

- 【仕事理解】 業務の内容が具体的に理解できる
- 【自己理解】 自分の強み・弱み、適性、課題などが発見できる
- 【スキル理解】 仕事で必要となるスキルや専門性がわかる
- 【人脈づくり】 目標となる社会人や、他大学の学生と交流できる
- 【就活準備】 応募書類や面接、ビジネスマナーなど、就職活動に活かせる経験が積める



学生が参加したくなるインターンシップの要素

- 自分の成長や視野の広がりにつながるか
- キャリアや会社・仕事選び、今後の就職活動の役に立つか

I-3 ステップ⑥ 参加者の募集

<募集時の告知手段について>

参加する学生を募集するには、

- ・ **対象とする大学のキャリアセンターへの直接的な依頼**
- ・ **民間運営のインターンシップ情報サイトなどへの情報掲載**

などが一般的な手法です。

特に地方企業の場合は、都市部の学生にアプローチするために、協定締結を結んだ教育機関にアプローチを行うことが主流となっています。

<募集時の留意点について>

学生が参加するメリットが感じられる「企画内容」「タイトル」「キャッチコピー」でアピールすることが効果的です。

I-3 ステップ⑥ 参加者の募集

・P15で抽出した「求める人物像が重視する因子」と「自社の魅力」の共通項目が参加者の募集の告知文言や自社ホームページの中でアピールできているかをチェックします。

共通している点を見出して、プログラムの企画・設計、学生募集に盛り込む

効果的な参加者募集の告知におけるチェック項目

- 求める人物像が重視する因子**（企業の魅力、職場の好感度、仕事のあり方、成長実感・予感、自分の時間）が、少なくとも1つ以上アピールできているか。
- 自社を紹介するにあたり、**自社の魅力の言語化**（経営視点、事業視点）が、参加者にとってわかりやすく魅力的に表現されているか。
- 参加したくなるインターンシップの要素**（「成長や視野の広がり」「キャリアや就職活動に役立つこと」）が、わかりやすく魅力的にアピールできているか。

I-3 ステップ⑦ インターンシップの準備

オンラインインターンシップを実行する前に、必要な準備があります。以下のタスクを確認します。

☑参加者への事前案内・リマインド連絡

開始日の遅くとも1週間前には、メールなどで事前案内を送る。「挨拶」「日時」「参加URL」「服装」「事前に準備するもの」「担当者名」「緊急連絡先」などを必ず記載。可能であれば、前日～2日前位に、事前リマインドメールを送る。事前に「会社案内・商品案内」「商品サンプル」「地域の特産品」などを送るのも効果的。

☑運営用パソコン

配信用のパソコンを準備する。機器の不具合やネット回線の不調のリスク回避のために、できれば複数台用意しておく。

☑マイク・カメラ

パソコンに内蔵されていない場合は、外部機器を接続して、映像・音声を配信できる環境を整える。

☑インターネット回線

回線が不安定にならないように安定した回線を用意する。無線だけでなく、有線も用意しておくほうがよい。また、事前に接続テストを実施する。

☑運営用の会議室

外部環境の騒音が入らないよう、なるべく静かな環境を確保できる部屋を用意。一定の明るさが保てることや、雑多な背景になっていないか等にも気をつける。

☑投影用資料・ワークシート・プログラム

オンライン会議ツールで投影するための資料を用意する。投影されないリスク回避のために、資料ファイルを参加者に事前にメールでも送っておくほうがよい。

☑運営スタッフ・サポート社員

主となる運営スタッフ 1～2名の他に、学生サポーターとして関われる社員を数名程度配置できると理想的。学生と年齢が近く、学生目線でフランクに寄り添えるスタッフほど、学生との親和性が高い。また、自社のことを全体的に話せる、経営層なども参加できるとよい。

I-3 ステップ⑧ インターンシップの実行

いよいよオンラインインターンシップの実行となります。オンラインインターンシップの実行にあたって、学生の満足度を向上させることと、企業側の目的を達成するためには、オンラインならではの特性を考慮する必要があります。大きく「企業視点」「学生視点」において、それぞれ工夫すべきポイントがあります。以下のポイントを事前に把握し、考慮した上での運営を行うことが必要です。

※詳細につきましては、次章「II 基本プログラム」より説明しますのでここでは省略します。

企業視点で工夫すべきポイント

☑参加する学生を観察する

「I-4 求める人物像の明確化」のパートで検討した「スキル」「タイプ」などの要素についてオンラインインターンシップの一連の取り組みにおける、一人ひとりの学生の一連の行動を観察し自社の求める人物像に適合しているか、チェックを行う。

☑企業の魅力・雰囲気の効果的な伝え方・コミュニケーションを工夫する

プログラムの中で自社の魅力が最大限に伝わるように工夫を行う。特にオンラインの場合は、雰囲気が伝わりにくいので、撮影した写真・録画した動画をオンライン上で見せたり、オフィスや現場、働く人の雰囲気が伝わるよう、ライブでオフィス内をカメラで映す時間をつくるのも効果的。

I-3 ステップ⑧ インターンシップの実行

学生視点で工夫すべきポイント

☑適切なタイムマネジメントを行う

事前にプログラム表をメールなどで送り、そのタイムテーブルに沿って、時間通りに進行管理を行う。開始時間、終了時間は厳守。開始時、ネット回線が不安定な可能性もあるため、30分前にはオンライン会議システムに接続し、スタンバイしておく。学生の集中力持続のため、60分～90分に1回程度は休憩が取れるように考慮する。

☑ストレス・集中力・緊張感を緩和させる

オンライン会議の環境は、参加者にとって集中力の欠如や肉体的・精神的疲労を与えやすい。そのため、合間にリフレッシュできる時間をつくる。例えば、ストレッチなどで体を動かす時間をとったり、おかしを食べながら、お茶を飲みながら気軽に話す時間を設けたり、画面をオフにして過ごす時間を設けたり、窓を開けて空気の入れ替えをしてもらったりするなど、リフレッシュできる時間を意識的に設ける。

☑参加者と企業との距離感を縮める工夫をする

オンライン会議では、画面越しのコミュニケーションのため、相手から受け取れる情報量が少なく、反応がわかりにくいいため、距離感がつかみにくい。そのため、相槌、身振り手振り、拍手、表情などのオーバーリアクションを意識的に行う。そのため、スタッフは事前に練習しておくことが必要。またオンライン会議システムのチャット機能は、心地よい距離感をつくることことができる。チャットを積極的に書き込み、親密な雰囲気をつくる。

なお、学生と年齢が近い社員や、学生の目線になって寄り添えるような社員、会社の本音をオープンに話せる社員を選し、学生サポーターとして配置するのも効果的。また、事前にインターンシップの目的や意義・自社のメリット・求める人物像などを共有し、共通認識を持った上で取り組む。

☑参加者が体験から学びを得られる機会・時間を提供する

なるべく学生一人ひとりに対して、フィードバックを行う。良かったこと、改善できるためのアドバイスなど、参加者に遠慮せず、なるべく明確にフィードバックを行うことが重要。参加者はフィードバックを通じて、成長する機会が得られることを求めている。また、参加者が、自分自身で整理する・振り返る・アウトプットするなど、体験の振り返りができる機会・時間を設ける。

I-3 ステップ⑨フォロー・振り返り

オンラインインターンシップの終了後は、事後フォローや振り返りを行う必要があります。フォローを通じて、参加した学生との関係性を構築・維持できるとともに、自社への親近感の醸成や、採用への接続、参加者からの情報収集などを行うことができます。

オンラインインターンシップ終了後に行うこと

☑お礼のメールを送る

オンラインインターンシップの終了後、2～3日以内に、参加者に向けて、感謝の気持ちを記載したお礼のメールなどを送る。できれば、一斉メール配信ではなく、一人ひとりに個人名を入れてメールを送るほうが効果的。

また、一言でも良いので、参加者に対しての簡単なフィードバックコメント（インターンシップの中で評価できる点・今後の成長・就活に向けたアドバイスなど）を合わせて送るとより満足度が高まる。

☑アンケートを回収する

オンラインインターンシップの「満足度」「会社・社員の印象」「成長できたと思えること」「特に印象に残った内容」「意見・感想」「改善点」などについて、参加した学生に聞きたい項目についてアンケートを送り、回収する。回収したアンケート内容を集計・分析して、次回のオンラインインターンシップの改善に活かす。

☑受け入れ部署やサポート社員にフィードバックする

参加した学生のアンケート結果などを受け入れ部署やサポート社員にフィードバックする。気づきや改善点を得られたり、また運営に参加した社員のモチベーションアップ・育成などにつながる効果が期待できる。

II. 基本プログラム

II-1 基本プログラムについて

本冊子では、皆様がスムーズにオンラインインターンシップを実施できるように「基本プログラム」を用意しています。この基本プログラムは、2日間～5日間のパターンごとに設計しています。基本プログラムに沿いながら企画・設計することで、効率よく受け入れの準備ができます。

基本プログラムを活用して企画・設計するにあたって、以下を決める必要があります。

- ・何日間のプログラムを実施するか
- ・プログラムの中身の企画を何にするか

企画の種類および日数ごとのプログラムについては、次ページよりご説明します。

プログラム設計時の留意点

基本プログラムでは、以下の留意点を考慮して作成しています。

- ☐開始時と終了時には必ず全員が集合する。一方で、それ以外の時間は、学生による活動や体験などを行う時間を中心に構成する。
- ☐初日は参加者が緊張しているため、午前中にはリラックスして関係性をつくるために学生同士の交流を設ける。
- ☐プログラムの中間付近、もしくは最後に、社員や社長・役員等との交流の時間を設ける。
- ☐学生による発表時間をつくることで、アウトプットの場を設ける。

II-2 企画の種類について

プログラム内で実施する企画については「講義セミナー型」「インタビュー型」「業務体験型」「課題解決型」「実務実践型」「社員交流型」があります。目的や実施可能性を考慮し、以下から選びましょう。

講義セミナー型	業界説明	自社を取り巻く業界について解説する
	企業説明	自社の理念・ビジョン・戦略・事業・商品・組織・制度などについて解説する
	業務説明	各組織・部門の業務内容について解説する
	社員紹介	社員の自己紹介を聞いて、学生の質疑応答に答える
	社員研修プレ体験	社内で行っている若手向け研修を、参加者にも提供する
インタビュー型	社員インタビュー	社員に質問したい内容を考えて、インタビューをおこない、まとめる
業務体験型	営業・接客同行	事前に営業についてヒアリングしたあと、営業担当への同行（オンライン）をおこない、振り返り（感想・気づき）をまとめる
	会議参加	事前に会議内容についてヒアリングしたあと、会議に参加し、振り返り（感想・気づき）をまとめる
	現場見学	現場についてヒアリングしたあと、実際に見学（オンライン）し、振り返り（感想・気づき）をまとめる
課題解決型	新規事業・新商品・新サービス企画提案	新規アイデアについて、グループでアイデアを検討し、社員にプレゼンテーションを行う
	マーケティングプラン提案	マーケティング課題・解決策について、グループでアイデアを検討し、社員にプレゼンテーションを行う
	採用マーケティングプラン提案	採用プランについて、グループでアイデアを検討し、社員にプレゼンテーションを行う
実務実践型	資料作成、市場・競合調査、データ入力・品質チェック、各種作業など	実際の業務の中で、学生にもできる範囲のものを実際に行ってもらい、振り返り（感想・気づき）をまとめる
社員交流型	社員交流会	社員との交流会で、質問したいことを自由に聞いて話し合う
	社長・役員交流会	社長・役員との交流会で、質問したいことを自由に聞いて話し合う

II-3 基本プログラム 2日間

プログラム内容

- ・ 10時開始～18時終了
- ・ 一日目の午前、企業からの説明と学生交流を行う
- ・ 一日目の午後は、企画を実施する時間とする
- ・ 二日目の午前に、社員交流の時間をつくる
- ・ 二日目の午後、学生による発表準備
- ・ 二日目の最後に、学生による取組の発表と振り返り・まとめを行う

		1日目	2日目
10:00	11:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本インターンシップの説明（企業より） ・ 自社の紹介（企業より） 業界紹介、企業紹介、社員紹介、業務紹介など 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の予定共有（学生より）
11:00	12:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 参加者同士の交流（自己紹介など） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社員相談・交流会
12:00	13:00	昼食	昼食
13:00	14:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企画①の説明（企業より） 業務体験型 or 課題解決型 or 業務実践型など 	【学生による発表準備】
14:00	15:00	【企画①への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
15:00	16:00	【企画①への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
16:00	17:00	【企画①への学生による活動・体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 取組発表（学生より）
17:00	18:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の実施報告（学生より） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 振り返り・まとめ（企業より）

II-4 基本プログラム 3日間

プログラム内容

- ・ 10時開始～18時終了
- ・ 一日目の午前、企業からの説明と学生交流を行う
- ・ 一～二日目の午後は、企画を実施する時間とする
- ・ 二日目の午前に、社員交流会を行う
- ・ 二日目の最後に、学生による中間発表
- ・ 三日目の最後に、学生による取組の発表と振り返り・まとめ、社員交流会を行う

		1日目	2日目	3日目
10:00	11:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本インターンシップの説明（企業より） ・ 自社の紹介（企業より） 業界紹介、企業紹介、社員紹介、業務紹介など	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の予定共有（学生より） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の予定共有（学生より）
11:00	12:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 参加者同士の交流（自己紹介など） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社員相談・交流会 	【学生による発表準備】
12:00	13:00	昼食	昼食	昼食
13:00	14:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企画①の説明（企業より） 業務体験型 or 課題解決型 or 業務実践型など	【企画①への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
14:00	15:00	【企画①への学生による活動・体験】	【企画①への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
15:00	16:00	【企画①への学生による活動・体験】	【企画①への学生による活動・体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 取組発表（学生より）
16:00	17:00	【企画①への学生による活動・体験】	【企画①への学生による活動・体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 振り返り・まとめ（企業より）
17:00	18:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本日の実施報告（学生より） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 取組の中間発表（学生より） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社員相談・交流会

II-5 基本プログラム 4日間

プログラム内容

- ・ 10時開始～18時終了
- ・ 一日目の午前、企業からの説明と学生交流を行う
- ・ 一～二日目の午後は、企画①を実施する時間とする
- ・ 三～四日目の午後は、企画②を実施する時間とする
- ・ 二日目の午前に、社員交流の時間をつくる
- ・ 二日目・四日目に、学生による発表を行う
- ・ 四日目の最後に、振り返り・まとめ、社員交流会を行う

		1日目	2日目	3日目	4日目
10:00	11:00	・本インターンシップの説明（企業より） ・自社の紹介（企業より） 業界紹介、企業紹介、社員紹介、業務紹介など	・本日の予定共有（学生より）	・企画②の説明（企業より） 業務体験型 or 課題解決型 or 業務実践型など	・本日の予定共有（学生より）
11:00	12:00	・参加者同士の交流（自己紹介など）	・社員相談・交流会	【企画②への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
12:00	13:00	昼食	昼食	昼食	昼食
13:00	14:00	・企画①の説明（企業より） 業務体験型 or 課題解決型 or 業務実践型など	【企画①への学生による活動・体験】	【企画②への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
14:00	15:00	【企画①への学生による活動・体験】	【企画①への学生による活動・体験】	【企画②への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
15:00	16:00	【企画①への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】	【企画②への学生による活動・体験】	・企画②の取組発表（学生より）
16:00	17:00	【企画①への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】	【企画②への学生による活動・体験】	・振り返り・まとめ（企業より）
17:00	18:00	・本日の実施報告（学生より）	・企画①の取組発表（学生より）	・本日の実施報告（学生より）	・社員相談・交流会

II-6 基本プログラム 5日間

プログラム内容

- ・10時開始～18時終了
- ・一日目の午前、企業からの説明と学生交流を行う
- ・一～二日目の午後は、企画①を実施する時間とする
- ・三～四日目の午後は、企画②を実施する時間とする

- ・二日目の午前に、社員交流の時間をつくる
- ・二日目・四日目・五日目に、学生による発表を行う
- ・五日目の最後に、振り返り・まとめ、社員交流会を行う

	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目
10:00	11:00	11:00	11:00	11:00	11:00
	・本インターンシップの説明（企業より） ・自社の紹介（企業より） 業界紹介、企業紹介、社員紹介、業務紹介など	・本日の予定共有（学生より）	・企画②の説明（企業より） 業務体験型 or 課題解決型 or 業務実践型など	・本日の予定共有（学生より）	・本日の予定共有（学生より）
11:00	12:00	12:00	12:00	12:00	12:00
	・参加者同士の交流（自己紹介など）	・社員相談・交流会	【企画②への学生による活動・体験】	【企画②への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
12:00	13:00	13:00	13:00	13:00	13:00
	昼食	昼食	昼食	昼食	昼食
13:00	14:00	14:00	14:00	14:00	14:00
	・企画①の説明（企業より） 業務体験型 or 課題解決型 or 業務実践型など	【企画①への学生による活動・体験】	【企画②への学生による活動・体験】	【企画②への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
14:00	15:00	15:00	15:00	15:00	15:00
	【企画①への学生による活動・体験】	【企画①への学生による活動・体験】	【企画②への学生による活動・体験】	【企画②への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】
15:00	16:00	16:00	16:00	16:00	16:00
	【企画①への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】	【企画②への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】	・企画②の取組発表（学生より）
16:00	17:00	17:00	17:00	17:00	17:00
	【企画①への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】	【企画②への学生による活動・体験】	【学生による発表準備】	・振り返り・まとめ（企業より）
17:00	18:00	18:00	18:00	18:00	18:00
	・本日の実施報告（学生より）	・企画①の取組発表（学生より）	・本日の実施報告（学生より）	・企画②の中間発表（学生より）	・社員相談・交流会

II-7 6日間以上の場合

本冊子では、2～5日間の基本プログラムまでを用意しているため、6日間以上の基本プログラムは用意しておりません。

6日間以上のプログラムを実施する場合は、基本的には、プログラム5日間の構成をベースにしながらかスタマイズにより作成します。

☑提供する企画の数を増やす

☑一企画あたりの、学生の活動・体験の時間数を増やす

特に、「業務体験型」「実務実践型」の企画は、学生の活動・体験の時間を長期間に増やしやすいため、調整しやすい企画です。

ただし長期間での企画を実施する場合は、参加者が放置される状況にならないような工夫が必要です。社員が定期的に状況をチェックし、コミュニケーションやフィードバックを行うことで、継続的な伴走体制を維持しながらすすめる必要があります。

長期間での実施がしやすい企画の一例

業務体験型

- ・ 営業・接客同行
複数の営業担当や複数の顧客とのオンライン営業に参加・同席する。
- ・ 現場見学
複数の現場をオンラインでライブ配信により見学を行う。

実務実践型

日々の通常業務の中で、学生ができる範囲の業務を切り出して体験できる機会を提供する。例えば、資料作成、データ入力、市場調査・競合調査、品質チェック、各種作業など、オンライン環境でもできる業務について、一定の期間を設け、締切を意識しながら実施する。

II-8 ワークシートサンプル

各企画で使用するワークシートの見本は、
別冊「ワークシートサンプル集」にて紹介しています。
そちらをご参照ください。

II-9 オンライン会議ツール

オンラインインターンシップでは、オンライン会議ツールを使用します。オンライン会議ツールは、種類によって機能（「チャット」「画面共有」「ブレイクアウトルーム」「投票」など）や、料金が異なります。

自社で使い慣れているツールがない場合は、必ず事前にテスト使用を行い、当日までに操作に慣れておく必要があります。

オンライン会議ツールの一例

- **Zoom**

<https://zoom.us/>

- **Microsoft Teams**

<https://www.microsoft.com/ja-jp/microsoft-365/microsoft-teams/group-chat-software>

- **Cisco Webex**

<https://www.webex.com/ja/video-conferencing.html>

※機能、料金、利用方法などは、各社サイトよりご確認ください。

II-10 よくあるご質問①

本事業ではオンラインインターンシップのノウハウ提供や実施アドバイスを目的に、33社35回の個別コンサルティングを実施し、その際に寄せられた質問の中から抜粋し以下にまとめました。

Q、「参加者を集めるには、どうすれば良いのでしょうか？」

- A、一般的には「対象とする大学のキャリアセンターへの直接的な依頼」または「民間運営のインターンシップ情報サイトなどへの情報掲載」が基本です。情報を掲載する際には、参加してほしい対象者が参加したくなるような情報掲載・表現方法の工夫が重要となります。また他社と合同でのインターンシップを開催することで参加者を集める手法もあります。詳しくは本ノウハウ集の「P19～P20」をご覧ください。

Q、「大学から、実施日数を長くしてほしい、と言われているのですが、企画内容に困っています。どうすれば良いのでしょうか？」

- A、参加者に課題を提示して、個人ワーク・グループワークを行ってもらおう企画（課題解決型）を取り入れることで実施日数を長めに調整することが可能です。詳しくは本ノウハウ集の「P25～P34」をご覧ください。

Q、「運営はどのようなスタッフの体制で行うのが良いのでしょうか？」

- A、主となる運営スタッフ 1～2名の他、サポーター数名程度配置できると理想的です。学生目線でフランクに寄り添えるスタッフほど、親和性が高くより効果的です。詳しくは本ノウハウ集の「P21」をご覧ください。

II-10 よくあるご質問②

- Q、「インターンシップに協力してくれる従業員を増やすために、従業員をうまく巻き込むには、どうすれば良いでしょうか？」**
- A、自社にとってのインターンシップの意義や目的、メリットを伝えることで、従業員の協力が必要であることを丁寧に周知します。また経営層が主体となって発信することで自社にとって重要な取り組みであることを伝えることができます。
- Q、「当社は製造業のため、リアルでのインターンシップでは工場の現場見学を中心に行なっていました。オンラインの場合は、どうすれば良いでしょうか？」**
- A、工場の現場を動画で撮影しオンデマンド動画で見せる、または現場をライブ動画配信しリアルタイムで説明して、質疑応答を行う、というやり方があります。また、実際に現場で働く方とオンラインで対話をする機会をつくることもあります。いまはスマホでもきれいに撮影できますので、コストをかけずに行うことが可能です。実際に、ある会社ではオンライン工場見学を行うことで、県外からの参加者を増やすことに成功した企業事例があります。
- Q、「参加者が少人数でグループワークができない場合、どうすれば良いでしょうか？」**
- A、もし参加者が1~2名の場合は、自社の従業員に入っただき、場合によってはマンツーマンと一緒に意見交換やグループワークを行うやり方もあります。

II-10 よくあるご質問③

- Q、「参加者が話を聞くだけの受け身になってしまい、双方向のコミュニケーションにならず、なかなか盛り上がらないのですが、どうすれば良いのでしょうか？」**
- A、例えば、合間に業界・会社・仕事に関するクイズ形式・ゲーム形式を取り入れるなど、参加して発言をしてもらうための双方向の仕掛けをたくさん入れるようにすると効果的です。実際にオンラインボードゲームなどを取り入れている企業事例もあります。
- Q、「オンラインだとどうしても固くなってしまうのですが、リラックスした和やかな雰囲気をつくるには、どうすれば良いのでしょうか？」**
- A、インターンシップの内容以外の話題（従業員のプライベートの話・参加者が興味を持ちそうな話等）の雑談の時間を積極的につくることで親近感を高めることが効果的です。
詳しくは本ノウハウ集の「P23」をご覧ください。
- Q、「参加者のその後のアフターフォローは、どうすれば良いのでしょうか？」**
- A、インターンシップ終了後、参加者にとって有益となる情報提供や相談受付などを行うのも効果的です。例えば「業界・会社の最新情報提供」「就職活動のアドバイス」「応募書類チェック」「面接の練習」などを行うことで、自社の入社につながった事例もあります。継続的なコミュニケーションを行うことで学生の満足度向上・自社との関係性構築を推進することができます。

【参考】～インターンシップのリスク～

インターンシップのリスクについても、理解促進が必要です。インターンシップにおいて想定されるリスクは、学生が被災する事故、学生の行為による企業の損害、学生による機密の漏洩、企業に対する過度の負荷、当初目的に合致しない結果などが考えられます。事故については移動中の事故や現場での災害が考えられますが、どれだけ注意してもそのリスクはゼロにはなりません。それについては保険などが対応策として考えられます。その種類は民間の保険商品や公的機関によるもの、保証機関によるものなど多岐にわたっており、学校が手配していることも多くあります。オンラインインターンシップの場合は、直接職場に來ない分リスクが軽減されている一方で、機密情報漏洩等については配慮する必要があります。

リスク分類	内容	予防策
①学生が被災する事故	学生が通勤中や実習中に被災する事故 ・通勤中の交通事故 ・作業中の事故 ・オフィス内での転倒 等	・事前研修等での注意事項・指導の徹底 ・リスク等に関するQ&Aの作成 ・学生の能力・適性等に合う業務への派遣 ・各種保険への加入 ・大学と受入先との十分な確認調整 ・文書での責任・守秘義務・知的財産権の帰属、ハラスメント等に関する取り決め ・大学、受入先内での各種相談窓口の設置等 ・オンラインインターンシップによるリスクの軽減
②学生の行為による損害	学生が実習中に受入先の備品等を破損した場合、商取引の妨害となる場合 ・備品等の破損 ・従業員・顧客等の怪我 ・売上の損失 等	
③学生による機密の漏洩	学生が受入先で知り得た秘密情報等を社内外に漏洩する場合 ・新製品開発に関する情報 ・人事情報 ・ファイナンス情報 等	

出典：文部科学省「インターンシップの導入と運用のための手引き」

III. 事例

III オンラインインターンシップ 実施事例①

株式会社プライムネット

所在地：新潟県新潟市 設立：2002年 資本金：3,500万円
従業員数：43名 業種：情報通信サービス

目的のパターン：教育機関リレーション構築型（社会貢献型）

目的・背景：地域の学生の成長への貢献 / 地域の教育機関との関係性づくり / 若者の地域（県内）就労の促進

ノウハウ集／基本プログラムの主な活用

求める人物像の明確化（ステップ②）、ターゲットの設定（ステップ③）

これまでターゲットを意識できていなかったが、今回をきっかけにスキル、タイプを明確化した上で、学生・自社の共感接点となる因子を成長型（挑戦の機会）に設定した

■求める人物像

地域（新潟）が好き・地域に貢献したいと考えている高校生・大学生（不登校学生も含む）※個人の成長機会の提供を重視する一方で、条件は絞りすぎず、学生のタイプ・ニーズに合わせてプログラムを調整

プログラムの企画・設計（ステップ⑤）

オンライン形式の経験がなくプログラム設計に悩んでいたが、ノウハウ集内の必要項目を活用し、また対応可能な範囲の検討と社内調整を行い、全体概要を決定した

■実施概要

- ・年間を通して、常に募集・実施
- ・実施期間は1日～1年（最低限5日間程度を想定）
- ・一回あたり1～10名程度受け入れ
- ・オンライン会議ツール「Zoom」を使用

取り組み内容や工夫

<学生が参加したいと思うプログラムの企画>

- 学生にやりたいことを聞き、引き出す。その希望に合わせたインターンシッププログラムを柔軟に実施
- なるべく学生をチームにすることでチームで取り組む機会を提供する
- 「新潟を元気にする」をテーマに課題解決型プログラムを提供（新商品開発、メディアづくり、市場調査・取材、市議への地方創生案提案 等）

<学ぶ機会・時間の提供>

- 実習の参加前に3日間「インターンシップのゴールを考える」マインドセット機会をつくる
- 人前で話す機会を提供する成果発表会、参加証明書発行、事後の就職活動サポート・アドバイス
- オンラインでのコミュニケーションを重視。朝礼・昼礼・夕礼を行い、毎日一人ひとりに徹底的にフィードバック

<社内との連携>

- 学生の取り組みの中で社員を巻き込み交流機会をつくる

取り組みの成果

- 地域との協力関係構築 ■ 若手社員のモチベーション向上
- 参加者の自社採用活動への接続
- オンラインインターンシップを3回実施、10名受入

III オンラインインターンシップ 実施事例②

マリモ電子工業株式会社

所在地：長野県上田市 設立：1980年 資本金：4,000万円
従業員数：79名 業種：ソフトウェア・システム開発

目的のパターン：採用直結型

目的・背景：自社にあった学生の採用 / 採用に向けた母集団の形成

ノウハウ集／基本プログラムの主な活用

求める人物像の明確化（ステップ②）、ターゲットの設定（ステップ③）

今後の採用活動に繋がる学生を募集できないかという課題があり、ノウハウ集内のステップを活用し以下のように設定した

■求める人物像

- ・回路設計、プログラミングが好きな学生。主に理系で、素直・真面目、地道にコツコツやる、取り組むことができる学生

プログラムの企画・設計（ステップ⑤）

オンライン実施での年間計画はできておらず、今回ノウハウ集を活用し、以下のとおり全体概要を決定した

■実施概要

- ・夏期・秋期・冬期（8月～2月）
- ・1日間、2日間、一ヶ月の3パターン
- ・1回あたり1～5名までで、年間約15回実施
- ・オンライン会議ツール「Zoom」を使用

参加者の募集（ステップ⑥）

インターンシップナビサイトを活用する他、ターゲットとなる学生が在籍する教育機関と連携し募集を行った

取り組み内容や工夫

<実務体験を組み込んだプログラム設計>

- 組み込みソフトの開発などの実務体験ができることを重視しており、長期インターンの場合は業務プロジェクトの中に入れてもらう（調査やコーディング、部分的な設計など）。中期インターンについては指摘した機材で組み込みソフトをつくってもらう
- オンライン上では学生にソースコードや設計書を渡し、インターン担当がコンパイルして動かす進め方に行っている。ウォーターフォール型の開発を体験し、仕様書や設計書を学生に手を加えてもらいながら進める

<学ぶ機会・時間の提供>

- 社員との交流会は必ず1時間は提供。事前に質問を考えてもらい質問してもらう

<実施後のフォロー>

- 事後は社内報を送りコミュニケーションしたり、イベント情報や就活アドバイスを行う

取り組みの成果

- 参加者の自社採用活動への接続
- 県外など広域エリアからの応募の増加
- オンラインインターンシップを4回実施、8名受入

III グループインターンシップ 実施事例

プログラム準備や学生募集に苦戦している等の理由から、自社単独でのオンラインインターンシップ実施が難しい企業を対象に、地域や企業の特徴の 카테고리によりグループを組成し、合同企業インターンシップを企画・実施した。実施概要及び結果は以下のとおり。

■当日のプログラム

<1日目> 実施内容	グループ	参加企業・地域	参加学生数
事務局によるオリエンテーション	IT・ものづくりを学ぶ、神奈川県本社の企業グループ	日興テクノス株式会社（神奈川県）	6名
参加企業による企業説明（2社×20分程度）		コアフューテック株式会社（神奈川県）	
参加企業からの課題の発表		株式会社feat（神奈川県）	
1日目の振り返り		東京精密発條株式会社（神奈川県）	
<2日目> 実施内容	知らないと損をする！？暮らし・産業の基盤を支える企業グループ	株式会社越佐ロード（新潟県）	3名
グループワークセッション （各社の課題解決策を学生同士で話し合う）		東精機株式会社（群馬県）	
学生の発表準備		株式会社大双（埼玉県）	
参加企業からのフィードバック	実はお世話になっている、身近な生活を豊かにする企業グループ	株式会社ハース（埼玉県）	3名
2日目の振り返り		山陽精工株式会社（山梨県）	
		株式会社サイプレス・ソリューションズ（千葉県）	
		株式会社ハマネツ（静岡県）	
	伊豆箱根交通株式会社（静岡県）		
	静岡県の地域を支える企業グループ	株式会社ヒラテ技研（静岡県）	3名
		株式会社新日本特機株式会社（静岡県）	

企業の参加メリットとして、自社単独で実施するインターンシップに比べて企業担当者の準備や当日運営の手間を軽減することができる。また学生の参加メリットとしては、1回の参加で複数の企業を知ることができ、効率的に業界・企業研究を行うことができる。

■ 経済産業省関東経済産業局 担当連絡先

地域経済部 社会・人材政策課

TEL
048-600-0274

メール
bzl-kanto-syajin@meti.go.jp

ホームページ：
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/jinzai/jinzai_coordinate.html