



プロジェクト型 インターンシップとは

- 【特徴】**
- 仕事理解のためのセミナーや体験中心のインターンシップとは異なり、学生・企業、双方の成長が見込まれる。
 - 企業内にある課題や新規プロジェクトなど、社員では手が回らない事業に、学生が主体となって取り組む。
 - 授業連動型、短期提案型、長期実践型など様々な形態がある。



受け入れの際の心得
メンター

学生の精神的サポーターや
仕事の助言者であるメンターとしての
マネジメント・指導力が養われる

学生と自社の中間を担う企業内コーディネーターとしての立場。社員であると同時に、学生のメンターとしての存在でもあり、仕事に対しての悩み事など、**学生の相談にのり、モチベーションアップを図る**必要があります。時には、企業で働く「先輩」としての対応、社会の「先輩」としての対応を求められることもあります。また、**学生という視点で接するのではなく、新入社員としての視点を持って指導**することで、後輩育成の研修となり、学生にとっては社会人としてのマナーや行動が身につくなど、双方の成長につながります。

【受け入れ担当になったら】

関わり方のポイント①

「プロジェクトの設計を工夫する」

アルバイトとは異なり、通常の業務を実施するのではなく、企業が本当に解決したい課題を学生に取り組みさせることが重要。学生は企業が直面する課題に取り組むことで、企業を取り巻く状況を把握しようと奔走し、職業意識の高い人材として大きく成長することができます。一方、企業は、若者の柔軟な発想・視点を取り入れ、活性化につなげることができます。

関わり方のポイント②

「つまずきのサインを見落とさずサポート」

学生が壁にぶつかった時は、企業と学生双方にとって成長のチャンス。困難な場面を共有し、一緒に乗り越えることで、信頼関係や組織の一体感も強くなります。壁を乗り越えるために、①課題の再認識、②原因の把握、③課題解決のための別のアプローチなどを自ら考えさせる働きかけを行うことで、社員も仕事を振り返る機会となり、課題解決のための新たな視点の創出につながります。

関わり方のポイント③

「期間限定正社員として接する」

学生は、自分の成長を目的にインターンシップに参加します。「お客様」扱いをせず、期間限定の「正社員」として指導することで、学生は企業に期待されると感じ、意欲の向上につながります。一定期間、正社員としての指導を行うことで、能力ややる気の引き出し方、専門性の高い業務の教え方など、社内の人材を育てていくために必要な指導力を磨くことができます。

流れを知ろう 基本のプログラム

流れと関わるタイミング

タイプ	授業連動型	短期提案型	長期実践型
基本的な期間	3～6ヶ月	2週間～1ヶ月	6ヶ月以上
人数	3名～	2名～	1名～
課題設定			
情報収集			
企画提案			
具現化			
振り返り			
プロジェクトの設計ポイント	・学部の特徴を踏まえ、学問的視点を取り入れることが必要	・期間が限られているため、より具体的なプロジェクトの設計が大切	・状況に応じて課題を修正したり、より具体的な課題に取り組むことも可能
社員の関わり方	メリハリを持たせる ・部分的なサポート ・関わりが少ない分、学生の至らない点については、企業目線で厳しく指摘する	達成感を持たせる ・集中的にサポート ・各学生の特徴、スキルを見極め、限られた期間で達成感を得られるよう、随時振り返りを行う	見守る ・長期にわたる細かく丁寧なサポート ・長期のため、危険信号を見逃さないことが大切

プロジェクトの設計や学生のフォローアップがインターンシップの成果を左右するため、コーディネーター団体の協力により取り組んでいる事例が多く見られます。

事例①

女性社員による社内活性化 (授業連動型インターンシップ)

商業施設の内装・装飾・施工を手掛ける企業では、「女性が活躍する企業」を課題とし、入社4年目の女性社員1名と女子学生5名によるプロジェクトチームを発足。課題の背景には、男性社会へ女性の柔軟な視点を取り入れたいにも関わらず、女性の新入社員が入ってこない、結婚や出産を機に退職してしまうという切実な現実がありました。

学生は、今後の新卒採用の対象となる女子学生に、女性の働き方について、受け入れ企業の女性社員に職場の働きやすさ、育児をしながらの働き方について、意識調査を実施しました。

この結果、女性の働きやすさをホームページ等で対外的に発信し新卒採用時の応募を増やす、女性社員だけで意見交換をする場を設け、本音を吐きだしてもらうことが大切だと提案するに至りました。

インターンシップを通じて、社内では事務部門と製造部門の交流が生まれ、担当社員は仮想部下(学生)をもったことで、管理職としての目線が生まれています。また、担当社員が採用担当でもあったことから、学生の中小企業や製造業に対する本音が聞けたことで今後の採用の方向性を検討する材料にもなったようです。

事例②

マーケティング調査による市場拡大 (短期提案型インターンシップ)

いちご狩りを開催している農園では、若年層の顧客の少なさが課題。そこで、大学生は若年層へのいちご狩りの意識調査、来場客への満足度調査を実施し、求められるサービス、イベントを提案。学生の提案により、手ふきおしぼりの提供、関連商品の購入拡大に向けたホットココアの無償提供など、新しいサービスが生まれました。また、新しい顧客層に向けて、通常プランに「スイーツ作り」を盛り込んだスペシャルプランや記念日プラン、VIPプランを提案し、企業としても前向きに検討することになりました。