

「学生が選ぶインターンシップアワード」大賞 沖縄のウェディング企業に

経済産業、厚生労働、文部科学各省と日本経済新聞社などが後援する「学生が選ぶインターンシップアワード」は5月18日、都内で第4回の表彰式を開いた。企業・大学が応募したプログラムについて、実際にインターンシップへ参加した学生の声などを基に審査。県外にも門戸を開いた沖縄のウェディング企業が大賞を受賞した。



文部科学大臣賞

鹿兒島大学（鹿兒島県）
長期プログラム、教育効果拡大

また大学ホームページを活用したきめ細かな情報提供やガイダンスの実施、60名にわたる専用ガイドブックの作成など、参加を動機づけるさまざまな施策が評価された。

同大学キャリア形成支援センターが主催する「課題解決型インターンシップ」は、全学部・全学年を対象とした10日間に及ぶプログラムだ。受け入れ先は鹿兒島県内の29の企業や自治体。学生は市外からの観光客増加策の立案や畜産の魅力発信、製造業の業務改善など地域の現実の課題に取り組んだ。受賞理由は、現場研修を中心とした前後1年間に及ぶ学修フローにある。企業や業界研究といった事前学習から成果報告会に向けた課題と解決方法の再整理、プレゼンテーションの練習までをサポートする教育課程を整備することで、教育効果を高めている。



鹿兒島大学
キャリア形成支援センター 准教授
藤村 一郎 氏



学生が選ぶインターンシップアワード 大賞

沖縄ワタベウェディング（沖縄県）
県外学生にも門戸、顧客にも理解

高い評価を得た理由は顧客を巻き込む企画力。顧客には募集の段階で、インターンシップであることを周知。個人向けサービスでハードルとなりがちなか「顧客の理解」をクリアする仕組みにした。担当者は「満足度は総じて高かったが、現状にとどまらないで改善していきたい」と話した。

募集から集客、打ち合わせ、当日の運営まで一連のウェディング関連業務を約4カ月間にわたって学生主体で行った「Wedding Produce Program (WPP)」を実施。学生はウェディングコーディネーターなど、それぞれが役割を担うチームを結成し、結婚式を作り上げる魅力や仕事の難しさ、チームワークなどを学ぶ。オンラインのメリットを生かして県外学生にも門戸を開き、80人が応募。選考を経て、うち15人がWPPを体験した。



沖繩ワタベウェディング
人事総務部人材開発チーム
リーダー 新里 麻未子 氏(右)
山城 葵 氏(左)



優秀賞

学部の量と質を高める工夫は高く評価され、参加した学生からの満足の声も多かった。

自校の教育理念である「Others」に基づいた独自プログラム「2020年夏季キャリア実習」を構築。10日または20日以上の実習を通じ、組織の一員として「実際の業務を担う」ことを特徴としている。コロナ禍においても多くの学びが得られるプログラムを実施し、過去に参加した先輩からのサポートや受け入れ先、担当教員、就職課担当者からのフィードバックにより対面的な気づきが得られる機会を提供した。このような学びの量と質を高める工夫は高く評価され、参加した学生からの満足の声も多かった。

フェリス学院大学

(神奈川県)

大王製紙と連携した課題解決型の海外インターンシップ「低学年限定！海外インターンシップ vs pin インドネシア 明治大学 vs 関西大学」イスラム市場におけるエリエール製品の拡大戦略提案」を実施。両大学から参加した計8チームが、エリエールインドネシアで展開する商品群の拡販戦略を、コンペ形式で競った。習慣や価値観の異なるイスラム市場でのマーケティング戦略を考える難易度の高いプログラムであるが、企業・大学からの手厚いフォローがあり、学生からは「得難い体験ができた」との声が上がった。

明治大学・関西大学

(東京都・大阪府)

グループ企業を横断し、1次から3次産業までを6日間で体験できるプログラム「来る前。来た後。世界が540度変わる衝撃のインターンシップ」。初日のオリエンテーション以降は、農場での原料調達から始まり、しょうゆ工場での製造業務、販売戦略の立案と実行・検証など、それぞれの産業における濃密な実務体験を提供。複数の事業と業務を体験することで、学生自らが多様な観点から社会や仕事について捉えることができ、プログラムであり、学生の本質的な成長に大きく寄与する点が高く評価された。

ロイヤルコーポレーション

(広島県)



入賞

アイグッツ(東京都) アイユーコンサルティング(東京都) 金杉建設(埼玉県)
ヤマダフーズ、小田島工務店、六郷小型貨物自動車運送、斉藤光学製作所、あきた総研(秋田県/5社共同プログラム) ユーシン精機(京都府) ※五十音順

クロージングキーノート

多摩大学 経営情報学部 准教授

初見 康行 氏



対面・非対面の並用探る

志望度向上に最も重要な要因はインターンシップの満足感だ。満足感に直接影響を与えているのは事前・事後学習の充実とスキルや能力の向上感。つまり、インターンシップ前後の対応や能力向上のサポートが重要になる。なお、実務体験が満足感向上に必ずしもつながるわけではないため、注意したい。

オンライン、オフラインでイ

ンターンシップの効果を比較したが、オンラインは避けたほうがよいという積極的な証拠は見つからなかった。コロナ禍のなかで急激な変化にさらされ、対面・非対面それぞれの強みを生かしていない面もあると推測される。インターンシップの形態が多様化するなかでここから数年、企業はベストミックスを模索していくのだろう。

審査講評

法政大学 キャリアデザイン学部 教授

梅崎 修 氏



中小企業の挑戦目立つ

コロナ禍をきっかけにオフラインとオンライン、それぞれのインターンシップ体験の役割を問い直す1年だった。こうしたなかでインターンシップの再設計を図った企業が多かった。全体的な印象として大企業よりも中小企業の挑戦が目立った。

学生はインターンシップに対して厳しい目線を持っている。単純に「面白そうだから」とい

う理由で参加していない。当事者意識を持ち熟慮のうえ選んでいる。学びに貪欲であることを企業はもっと意識すべきだ。近年、大学と企業が連携する例が少しずつ増加している。この流れはインターンシップの充実度を高めている。「見たこともないインターンシップを見てみたい」。わがままな思いだが、創意工夫に期待したい。

キーノートスピーチ

「第3回 学生が選ぶインターンシップアワード」大賞受賞企業

生和コーポレーション 人事部主任

横川 翔 氏



学生の声集めて改善

当社のインターンの特徴は3つ。1つ目は「挑戦機会の多いプログラム」だ。具体的には実際の物件の外観や内装などをコンペ形式で競う。優秀作品は実際の提案に取り入れられる可能性があり、学生の挑戦意欲をくすぐるものだ。2つ目は「学びに合わせた個別指導」。目的確認、振り返り、翌日のアクションをサイクルとして学生個別にメン

ターがフォロー。3つ目は「見える化による思考の深掘り」だ。振り返りの様子や学生の価値観を社員と共有して自分を多面的に理解する機会を設けた。当初、学生が1人しか来ないこともあったが、彼らの声を集めて改善することで現在の形になった。単に楽しいで終わらない、やりがいを見出せるプログラム作りが求められるだろう。



主催：「学生が選ぶインターンシップアワード」実行委員会 後援：経済産業省、厚生労働省、文部科学省、日本経済新聞社、マイナビ（順不同）

広告

企画・制作＝日本経済新聞社
コンテンツユニット