



企業におけるインターンシップの効果と課題

～茨城県「アイデア提案型インターンシップ促進事業」の取組を事例に～

筑波総研株式会社 研究員 富山 かなえ

～はじめに～

地域経済再興に向けて、知識や技術力を地域社会に貢献できる“若い力”の育成は、我が国にとって急務となっている。茨城県内の企業においても、新たな価値の創造やイノベーションを起こすことができる若者の確保は、非常に重要な課題である。

平成25年6月14日、「日本再興戦略」が閣議決定された。その中で「我が国の将来を担う若者全てがその能力を存分に伸ばし、世界に勝てる若者を育てることの重要性」を指摘。インターンシップについて「参加する学生数の目標設定やキャリア教育から就職までを一貫して支援する体制の強化、インターンシップ活用の推進等」が示された。

これらの状況を踏まえ、茨城県では、平成26年度から「アイデア提案型インターンシップ促進事業（以下、同事業）」をスタートしている。同事業は、少子高齢化や人口減少が進む県北地域に立地する企業に、学生をインターン生として送り込み、彼らの新しい視点で企業を活性化することを目的としている。

本稿では、同事業の概要と平成27年3月に実施されたインターンシップの取組を紹介し、同取組が企業の活性化にどのように結び付くかを明らかにしたい。

1.「アイデア提案型インターンシップ促進事業」について

1)「インターンシップ」とは

インターンシップとは、学生が企業等において実習・研修的な就業体験をする制度である。体験内容は、専攻やキャリア形成に関連するものが多い。実施期間は、1日～1週間の短期体験型と3～6ヶ月の長期実践型がある。一般的に、短期体験型のインターンシップは、採用活動の一環として行う場合が多いが、長期実践型は、一緒にプロジェクトを推進していくメンバーの一員とすることが多い。

2)「アイデア提案型インターンシップ促進事業」の概要

同事業は、茨城県県北振興課の目玉事業の1つで、平成26年度から始まった。事業内容は、主に大学生や専門学校生等の若者が、インターン生として県北地域内に事業所を置く企業へ派遣され、一定期間フルタイムで、企業が新しく試してみたい事業を共に実践するというものである。

3) 同事業の特徴とねらい

同事業の特徴として、茨城県版「地域おこし協力隊」を採用している点が挙げられる。同協力隊は、事業全体のコーディネーターとして、企業と学生を繋ぐ役割を担っている。また、実施期間は、大学等の春・夏の長期休暇期間（4～6週間）を利用し、「中期実践型インターンシップ」としている。

事業のねらいは、以下3つが挙げられる。1つ目は、有能な“よそ者”かつ“若者”を地域おこし協力隊として配置し、地元の人が気づきにくい地域や企業の魅力を発信すること。2つ目は、企業がインターン生を受入れることで、「新規事業への挑戦」、「既存事業の改革」、「人材育成の向上」、「組織の活性化」等の効果が得られること。3つ目は、学生に対し、「成長・挑戦の機会」、「地場産業との出会い」、「地域の仕事人と出会い」等を得ること、そして茨城県の良さを知り、「将来的に同地域への移住や就職を誘導する」ことである。

4) 茨城県版「地域おこし協力隊」とは

「地域おこし協力隊」とは、人口減少や高齢化等の進行が著しい地方において、地域外の人材を受入れ、地域力の維持・強化に繋げる取組であり、平成21年度から総務省が主体となって進めている。

県北振興課は、同事業のコーディネーターとして、平成26年10月から茨城県版「地域おこし協力隊」を採用。チーム名は「えぼっく」である。けん「ぼく」（県北）に新時代を開くという（“エポック”メイキング・epoch-making）という意味が込められている。

「えぼっく」は、県北地域出身の2名の男性で構成されている。1人は、若松佑樹氏（図1右）で、1985



図1：茨城県版地域おこし協力隊・えぼっく
若松氏(右)、會澤氏(左)

年生まれの30歳。日立市出身で、茨城県立日立第一高等学校、立教大学を卒業後、東京大学大学院修士課程（学術修士）を修了した。インターネット広告代理店、食農のシンクタンク会社に勤め、6次産業化の人材育成、特産品開発と販売促進、直販所の立上げ支援等を行った経歴を持つ。

もう1人は、曾澤裕貴氏（図1左）で、1987年生まれの27歳。旧水府村（現 常陸太田市）出身で、茨城県立太田第一高等学校を卒業後、新潟大学に進学、同大学大学院修士課程の建築学コース（工学修士）を修了した。不動産ベンチャー企業において新卒採用担当やマンションリノベーション事業に従事後、商業施設の開発コンサルティング会社で地域活性化事業の企画等を行った経歴を持つ。協力隊の採用にあたっては、長年インターンシップ事業を行ってきたNPO法人 ETIC.に人材の情報提供を依頼した。

2. インターンシップ実施までの流れ

同事業では、以下に示す4つのステップを経てインターンシップを実施する。

1) [STEP1]受入れ企業におけるインターンシッププログラムの設計

①企業ヒアリング

県北振興課と「えぼっく」が、県北地域の自治体、商工会、観光協会等と連携し、インターン受入れ候補となる企業を選定する。その後、候補企業に「えぼっく」が訪問し、ヒアリングを実施する。ヒアリング内容は以下の通りである。

- ・事業内容・創業の想い・企業ビジョン
- ・人材育成への取組・主な顧客層
- ・顧客ニーズ・現在の課題とその対応
- ・自分達のビジネスの強み
- ・インターン生と共に実施したいこと
- ・インターン生として欲しい人材像 等

この中で、最も重きを置くのは、「企業ビジョン」である。インターンシップは、インターン生と企業のベクトルを合わせることが何より重要であるからだ。

また、経営者が「人を育てること」や「新しいことへ積極的に挑戦すること」に可能性を感じている企業は、受入れ企業として優先される。一方、インターン生を単なる労働力と見なしていたり、はじめから補助金等外部の力をあてにしている企業の場合等は、インターン生の受入れに適さないと判断し、対象外としている。

企業業種は、特殊な機材や技能等に依存していないサービス・食品・観光・ホテル業等が適している。企業規模等は、人手・資金不足等の事情により、新規開発事業に踏込むことが困難な企業や100名以下の中小零細企業が多い。

「えぼっく」は、企業ヒアリングにおいて、受入れ企業の現状を正しく判断することに最も神経を使うという。約1ヶ月間、学生を預かるということは、企業側にも少なからず負担がある。しかしその負担によって、既存事業が回らなくなるのは、本末転倒。従って「えぼっく」には、経営状況や課題等を詳細に分析し、受入れ企業としてふさわしいかどうかを判断する確かな眼力が求められる。

②「インターンシッププログラム」の提案

企業が「インターン生を受入れる」と聞いて最初に戸惑うことは、プログラムの内容であろう。そこで同事業は、「えぼっく」がヒアリングを行った後、企業側の要望や事業内容、今後の戦略、将来ビジョン等に沿った「インターンシッププログラム」（図2）を設計し、企業側に提案する仕組みになっている。そのため、より効果的なインターンシップの活用が可能になる。



図2:「インターンプログラム」（イメージ）

③受入れ条件の確認

受入れ企業が、「えぼっく」から提案された「インターンシッププログラム」の内容を承認後、最終的なインターンシップの「受入れ条件」の確認を行う。確認内容は以下の通りである。

- ・受入れ予定人数 →〇名を予定
- ・受入れ期間中の出社頻度・時間 等
- ・住居の手配・交通費・食事・パソコン支給 等

ここで、受入れ企業の負担として、インターン実施中の心理的なケア等の支援があるが、同事業は、「えぼっく」による手厚いフォローアップ体制を整えている。（後述）

2) [STEP2]インターンシップ参加学生の募集

①「募集ページ」の作成

「インターンシッププログラム」を基に、「えぼっく」がインターン生を募集するため、チラシ作成や広報活動を行う。

訪問・配布先及び掲載する媒体は、県内外の大学や全国のインターンシップに関する検索サイト（「PROJECTINDEX（<http://www.project-index.jp/>）」や「地域ベンチャー留学（<http://www.etic.or.jp/cvr/>）」）等である。

②インターンシップフェアへの参加

受入れ企業は、県内外で実施されるフェア（説明会）に参加し、自社のインターンシップの内容についてプレゼンテーションを行う。



図3:インターンシップフェアの様子

プレゼンテーションの内容や発表の仕方で、学生からの応募数に差が出る。しかし、応募数が多いからといって学生とうまくマッチングするとは限らない。学生と企業のマッチングの際に重要なことは「企業が目指すビジョンと学生のやりたいことや想いが重なるかどうか」である。

③インターン生へのキャリアカウンセリング

上記フェア等を経て、インターンシップを希望する学生は、エントリーシートを提出する。それを受け「えぼっく」がインターン生に対してキャリアカウンセリング（面談）を行う（図4）。カウンセリング内容は、①希望企業への応募動機、②スキル・専門性、③キャラクター等である。

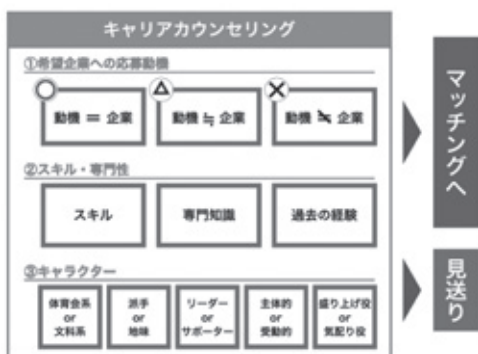


図4:「キャリアカウンセリング」の内容

同カウンセリング後、「えぼっく」は、インターン生と受入れ企業がマッチするかどうかを総合的に判断した「面談シート」（図5）を作成し、企業に提出する。同シートには、学生の基本情報、インターンシップ応募動機、将来ビジョン・性格・確認事項の他、企業への応募動機（図6）、コミュニケーション力、スキル・専門性に対してLevel.1～3までの3段階の評価や面談の印象が掲載してある。

ここで重要な点は、インターン生が持つスキルの有無ではなく、「企業への応募動機」である。インターンシップ期間中において、モチベーションが下がる学生がいるという。その際、「企業に対する想い」は、自分自身を上げる力となる。また、「企業ビジョン」に賛同した学生が、企業とベクトルを合わせプロジェクトに参画することで、インターンシップの成功率は大きく飛躍すると考えられる。



図5:「面談シート」（イメージ）

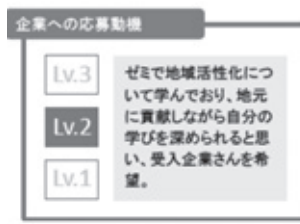


図6:「企業への応募動機」（イメージ。面談シートより抜粋）

3) [STEP3]受入れ企業とインターン生のマッチング

①事前課題の設定

インターン生は、企業との面接前に企業から提示された事前課題に取り組む。同課題は、学生の「主体性とスキルを把握」し、「面接企業に対するアピール材料」として活用される。

事前課題を行う効果は次の通りである。まず企業は、事前課題への取組状況やその成果をもとに、学生のやる気や主体性、スキルを事前に判断することができる。一方、学生には、「仕事は受け身でやるものではなく、自分から動くことが必要であるということ」を理解するきっかけとなる。また、企業から提示された課題に取り組むことで、インターンシップ実施時に必要な知識やスキルを事前に知ることもできる。

【事前課題の設定例】

「あんこうを使ったご当地弁当の開発」の場合
→全国のご当地弁当ベスト20のリサーチ
(写真、値段、年間販売個数、特徴など)

②受入れ企業とインターン生の面接

受入れ企業は、学生が作成した「エントリーシート」と「事前課題」、「えぼっく」が作成した「面談シート」を踏まえ、インターン生との面接に臨む。

この面接は、「お互いに時間を投資する“価値”があるのかどうかを見極める場」である。一般的に、採用試験は、企業が学生を“一方的に選ぶ”場合が多い。一方、同事業は、企業と学生の双方が“対等に選ぶ”ことを大切にしている。なお、「平成26年度春のインターンシップ」のマッチング実績は、希望学生11名に対し、7名であった。

③受入れ諸手続き

面接を経て、企業と学生双方においてインターンシップの合意が取れた後、受入れの諸手続きを行う。詳細は以下の通りである。

- ・インターンシップ参加申込書、処遇概要確認書・誓約書等の提出
- ・インターンシップ保険への加入（学生）

4) [STEP4]インターンシップの実施

諸手続が完了した後、インターンシップが始まる。期間中は、学生及び企業に対する事前・中間・事後研修等のフォローアップ（図7）が行われる。

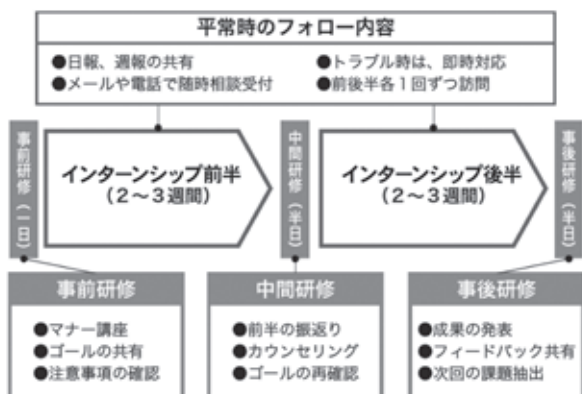


図4:「キャリアカウンセリング」の内容

「えぼっく」は、同研修の講師も務める。事前研修では、インターン生がプロジェクトの実現に向けて課題を洗い出し、成果目標を設定する。平成26年2月に行われた同研修では、よりよい成果を出すために、学生が出した企画に対し、「えぼっく」は「目標数値が足りない。数が質を生むため、自身が設定した10倍の目標数値を出すように」と厳しく指摘したという。

また、インターンシップ期間中のフォローとして、日報・週報の共有、2回の面談、企業訪問等が行われる。インターンシップが始まると、インターン生の中には「最初は自分でできると思っていたのに、いざやってみたら難しい、できない」等、“自分の限界”に戸惑う者もいるとう。「えぼっく」は、「このような学生に対してフォローアップを行い、自分の限界を知り、それを超えるたくましさを学んでほしい」と話す。またトラブルが発生した場合は「えぼっく」が即対応する体制を整えているため、受入れ企業及びインターン生

は安心してプロジェクトに臨むことができる。

インターンシップの最後には、社内外に向けて報告を行う。

3. 「平成26年度春のインターンシップ」の取組について

1) 受入れ企業とインターン生の概要

同事業が始まって最初の取組となった「平成26年度春のインターンシップ」は、受入れ企業6社、インターン生7名（図8）という実績を残した。企業名やプロジェクト概要等は表1に示す通りである。



図8: 受入れ企業担当者とインターン生

本稿では、受入れ企業の中で、春のインターンシップに引続き「平成27年度夏のインターンシップ」に参加予定の企業にインタビューを行った。(株)魚の宿まるみつ（本社：北茨城市）の「まるみつ旅館」と姉妹店である(株)創榮（同）の「てんごころ」である。お話を伺ったのは、(株)魚の宿まるみつの代表取締役である武子能久氏たけしよしひさと常務取締役のおのさとし小野智氏である（図9）。

2) 企業概要

「まるみつ旅館」は、茨城県を代表する冬の味覚・あんこう料理を楽しむことができる老舗旅館であり、武子氏は、同旅館の3代目社長。インターンシップの内容は、「あんこうのご当地弁当の開発」である。

表1: 「平成26年春のインターンシップ」の受入れ企業とインターン生の概要

受入れ企業				インターン生		
企業名	概要	所在地	プロジェクト内容	性別	所属	学年
(株)魚の宿まるみつ	あんこう一筋60年の老舗旅館	北茨城市	あんこうのご当地弁当開発	女性	東洋美術学校クリエイティブデザイン科	3年
(株)創榮	老舗陶芸・菓子工房	北茨城市	クレープの商品開発	女性	茨城キリスト教大学経営学部	2年
日立観光開発(株)	地域に開かれた老舗ゴルフ場	日立市	大学ゴルフ部の合宿プラン開発・営業	男性	茨城大学工学部	3年
(株)里山ホテル	里山30というコンセプトのホテル	常陸太田市	夏の宿泊プラン作成	女性	立教大学観光学部	2年
ストームフィールドガイド	清流・那珂川のカヌーガイド	常陸大宮市	中学校向けプラン開発・営業	男性	日本大学国際関係学部	1年
(株)龍崎工務店	公益型経営の工務店	常陸大宮市	地域振興活動PR用HP	女性	東洋大学国際地域学部	1年



図9:「まるみつ旅館」の前で
武子氏(左から2番目)、小野氏(左から3番目)

また、「てんごころ」は、「まるみつ旅館」の姉妹店として、お菓子等を製造・販売している。インターンシップの内容は、「クレープの新商品開発」である。

3) インターン受入れ企業となった経緯

武子氏は、企業経営者として常に新しい挑戦を行っている。その実績を買われ、商工会から同事業を受けてみないかという誘いを受けた。同氏は、「インターンシップ」という言葉を聞いたことはあったものの、具体的な内容が想像できず、「不安」があった。しかし、「えぼっく」から同事業の目的や手厚いフォローアップ体制等の説明を受けたことにより、不安は解消されたという。

4) インターン生とプロジェクト内容

希望するインターン生像は、「元気でやる気があり笑顔が素敵な人」であった。武子氏は、「最初から、スキルや専門知識は期待していない。採用した後、育てれば良い」と考えていたという。ここに、同氏の同事業に対する積極性や人材育成に対するセンスが光る。以下、同2社のインターンシップの概要を示す。

①「まるみつ旅館」

同社で受け入れたインターン生は、学校法人専門学校東洋美術学校クリエイティブデザイン科に所属する木村静香さん(21)(図10)である。木村さんは、大洗町出身で、普段は東京都内でデザインの勉強している。

木村さんは、インターンシップ期間の最初から最後までモチベーションを高く持った学生であった。タイ料理屋でアルバイトをしていた以外は、特別な技術は無かったという。しかし持ち前のバイタリティーで商品開発



図10:木村さんと「あんころのご当
地弁当」販売の様子

は順調に進んだ。また、弁当の開発を行うことで、より地元の食材にも興味が出る等の効果も見られた。

開発された商品(図10)は、今後も改良を行い、通信販売や地域のイベント等に出品する予定である。

②「てんごころ」

同社で受け入れたインターン生は、北茨城市内に住む茨城キリスト教大学経営学部所属の鈴木ありささん(20)(図11)である。

鈴木さんは、最初の面接時、自信が無さそうにしていたが、プロジェクト期間中はクレープ開発にのめり込み、自身のアルバイトよりインターンシップを優先するようになった。また、インターンシップが終了した現在も、目指す理想の形を追求して、同社に通っているという。



図11:鈴木さんと
開発した「クレープ」

5) インターンシップの効果と課題

①効果

【新規事業の開拓】

特に中小零細企業は、通常業務に追われる日々が続き、新規事業の開拓に割く時間や人件費を確保することが難しい。「てんごころ」の場合、クレープ生地モチモチ感を出すために、各材料のグラム数や生地を寝かす時間を変えるという作業が発生した。しかし、通常はそのような細かい作業を専門に行う社員を雇う余力は無い。小野氏は、「インターンシップを通して、開発にどの程度の時間と労力を要するかを知れたことは、当社にとって大きな成果であった」と話す。

【従業員の活性化と社内に新しい風】

インターンは研修であり時給が発生しない。しかし、従業員に負けず劣らず、一生懸命ひたむきに働く姿は、同2社の従業員に対して良い刺激を与えることとなった。例えば、商品の飾り方について、今までは上司からの指示で動いていた従業員が、自分でディスプレイを考えて提案するようになったという。

また、武子氏は、学生の自由な発想や頑張る姿は、会社全体に新しい風を入れてくれたと感じているという。

②課題

【仕事量の増加】

小野氏は、「自分が抱える仕事をこなす時間は減り、正直残業は増えた。しかし「負担感」は感じなかった」と話す。また、学生へのフォローも大切だと思い、毎日1回は顔を合わせるようにしたという。

【実施期間の短さ】

新規商品開発は、内容が多岐にわたり開発に時間を要する。武子氏は、「弁当の開発は、最低3ヶ月はかかることが分かった」と話す。

6) インターンシップ後のアンケート結果

①学生アンケート

インターンシップの満足度は、77.9%と高い結果となっている。また、「働く」ことに対する意識調査において、「就職に対して『不安』を感じるか」という問いでは、インターン前では、4.0 (4.0: 少し不安) から0.3ポイント下がって3.7ポイントとなり、不安が解消された結果となった。

また、「『地元』への就職を考えているかどうか」という問いでは、インターン前では、3.1 (3.0: どちらでもでない) から0.3ポイント上がって3.4ポイント (4.0: ややあてはまる) となった。地元への就職に対する意識醸成に寄与したと考えられる。この結果を受け、若松氏は以下の通りに分析した。

- ・就職活動で会社を選ぶ際に「業界」よりも、「社内の雰囲気」、「事業内容」や「理念・ビジョン」を重視する傾向に変化した
- ・インターンを通して、「地域」や「地方」に対する意識が高まった

②企業アンケート

インターンシップの満足度では、全企業で「満足」及び「非常に満足」となった。また、課題として、事例2社同様、インターンシップの短期受け入れの難しさが反省点として挙げられた。

以下、企業の声を抜粋する。

- ・学生の若さ、前向きな姿勢が会社の風土を良くしてくれた
- ・何より成果に満足している
- ・取組により一層弾みがついた
- ・新たな視点の方と一緒に、改めて私たちの強みとは何か、どういったターゲットに訴求していくのが良いのかを考える良い機会となった
- ・スタッフの受入れやトレーニングをスムーズにするための手掛りも得られた

同アンケート結果から、受入れ企業は、企業ビジョンや経営体質、既存事業等を見直す良い機会を得ることができたと考えられる。

4.まとめ

以上が同事業の概要と「平成26年度春のインターンシップ」の結果である。同事業を担当する県北振興課主査市村明夫氏 (図12右) は、「同事業が県北地域を活性化させるひとつとなってほしい。元気な企業が増えることで、地域に活力が芽生えて欲しい」と話す。



図12: 常陸太田県合同庁舎内県北振興課内の様子と市村氏(写真右)

また、「えぼっく」は、同事業を企業の経営革新に役立てたいと考えている。その中で若松氏は、中小零細企業の中には、「企業ビジョン」が存在しない場合もある。学生は「企業ビジョン」に共感してインターンシップに参加するため、「企業が試されている」といっても過言ではない。また、「作れば売れる」という時代ではなくなっているが、その変化に気づいていない企業は多い。企業が時代に合わせて変わらなければ、地域で生き残ることはできない。社員一人ひとりが「自立自走」する企業になるための1つの方法として、インターンシップで学生を受入れることは、組織体制や既存事業を見直す良いきっかけになり、企業革新に向かう1つ方法として有効であるとみている。

今後の展望として、會澤氏は、課題として挙げられた「期間」についての反省から、半年程度の長期インターンシップを実施したいと考えている。また、インターン生を受入れた企業間の“横の繋がり”づくり (経営者同士の悩みや交流の場のセッティング、地域内企業の合同新人研修等) を検討しているという。また若松氏は、今後インターンシップのみならず、希望する企業に対してコンサルティングの要素も強めていきたいと考えているという。

～さいごに～

現在、県北振興課では、「平成27年度夏のインターンシップ」の受入れ予定の企業を調整中である。同事業に賛同した企業の多くは、「会社を変えたい」という思いが共通している。また個別にみると、「経営方針を従業員と共有したい」、「長年新規の採用を行っておらず、後輩がいない社員のマネジメント力を向上させるきっかけにしたい」、「既存事業を拡充したい」等となっている。

同事業は、今後2年間継続する予定である。県内の企業において、同様の課題を抱えている場合は多いと考えられ、本稿が同事業やインターンシップ自体に興味を持つきっかけとなれば幸いである。

今後も同事業の動向と茨城県版地域おこし協力隊「えぼっく」の活躍に注目したい。