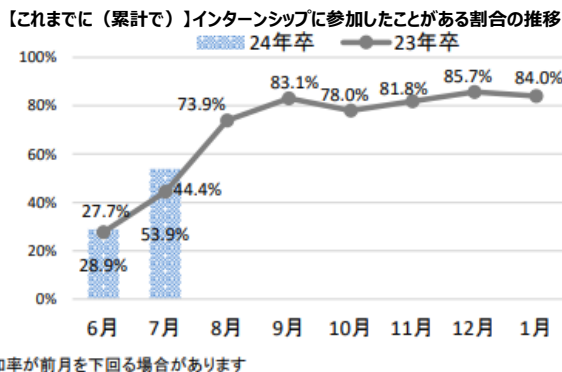
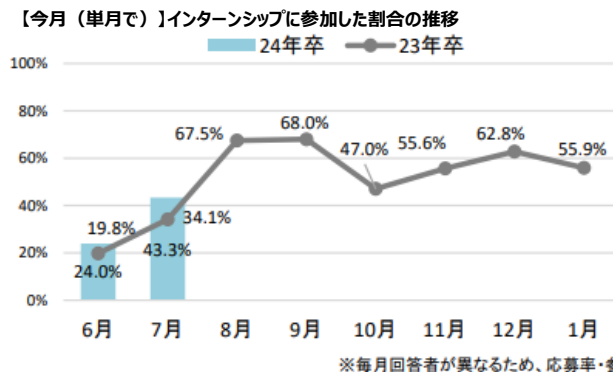


Think #01

2023年度採用以上にインターンシップへの意識が高まる。

参考：マイナビ 2024年卒 大学生 インターンシップ・就職活動準備実態調査（7月）



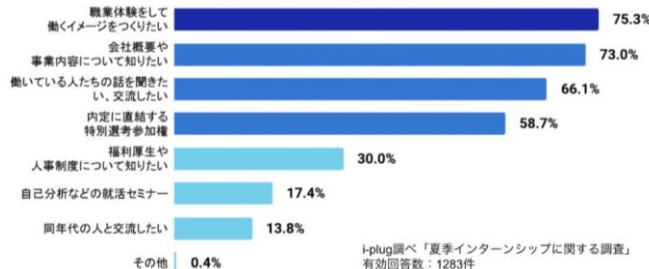
2024年度のインターンシップの初速を見ますと、7月末時点で53.9%と昨対比で9.5pt増でした。また、7月単月で見ましても43.3%で昨対比9.2pt増となっており、2024年度採用では昨年以上にインターンシップ・ワンデー仕事体験に参加する傾向となっています。これらは、就活の不安感や周囲が動いているからという今までよく話でていました行動動機だけではなく、インターンシップが就活のスタンダードになっているということが考えられ、今後より一層インターンシップ実施の重要性が高まります。

Think #02

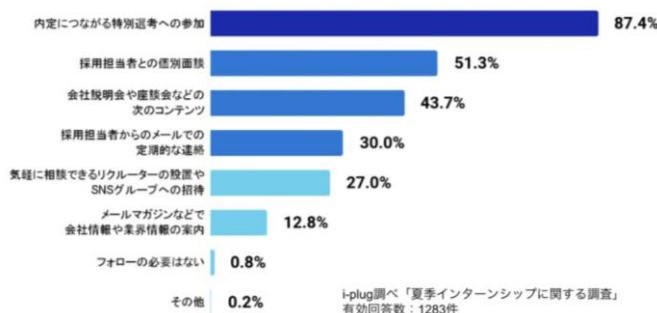
学生の“インターンシップ期間”の活動満足度を高める。

参考：i-plugin 2024年卒学生の夏季インターンシップに関する調査を発表

夏季インターンシップにおいて、どのような内容を求めていますか？



夏季インターンシップ参加後のフォローとしてどのような内容を求めていますか？



スタンダードになっているインターンシップにおいて、学生の満足度を高めることが最重要です。そのためには、ニーズの明確化と他社との差別化を意識したコンテンツの設計、そして運営が必須です。ニーズの視点では事業や仕事に触れ、自分が働いているイメージをどれだけリアルに持てるかが大切です。自分事として企業を捉えることで、実際の働く社員のトークがより鮮明に伝わります。それが理解の深化につながります。コンテンツでしっかりとグリップしたうえで、他社との差別化として特別選考や個別面談、座談会などの具体的なアクションプランを明確にして伝えることで「この会社の選考を受けたい」というモチベーションにつながります。そのためにまずはコンテンツの内容を工夫することが大切です。

Think #03

コンテンツ×フォローで“独自性”と“特別感”を演出する。

インターンシップ当日の企画内容、運営、サプライズで独自性を出すことはもちろん、そのあとのストーリーでいかに特別感を持たせるかも合わせて考える必要があります。だからこそ、インターンシップは点ではなく、線で考えるべきです。参加したことで学びや理解、そして成長が感じられるコンテンツで独自性を出し、そのあとの個別化されたフォローで特別感を演出し、採用につながるインターンシップ・ワンデー仕事体験をつくっていくことが2024年度採用の強化になります。

夏以降のインターンシップの強化策としてインターンシップコンテンツ設計とアフターフォローの企画をご提案しています！