

STEP.2 企業課題の抽出

次に広い視野をもって、企業の課題を考えましょう。

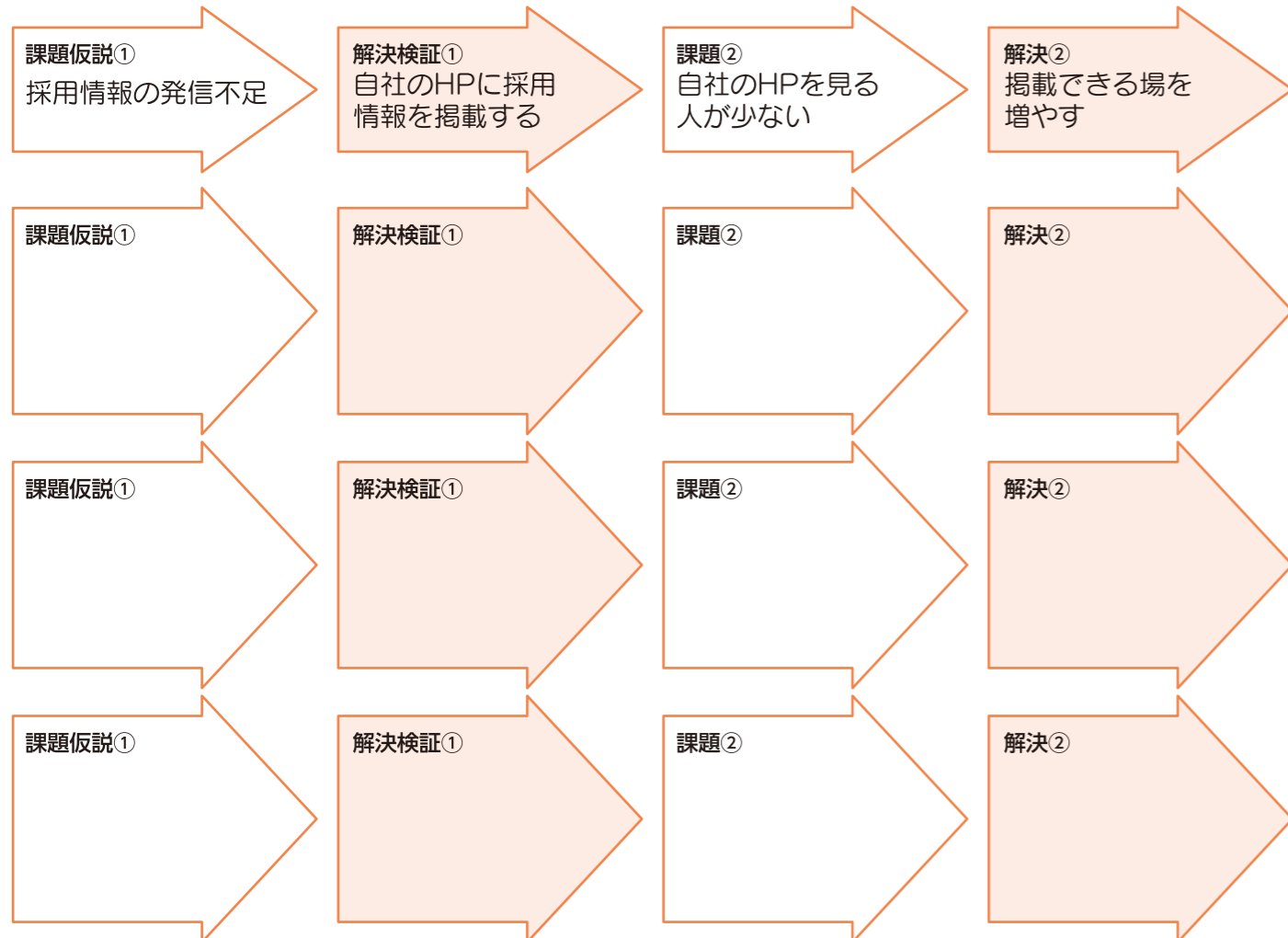
1. 外部環境による課題や業界ならではの課題を書き込みましょう。

地域・社会・環境などの外部影響による課題	「成し遂げたいこと」と 課題との関わり
業界課題	

実現に向けて

2.1の課題解決方法を、複数パターンで仮説を立てて検証しましょう。

例) 課題: 人口減で人材不足



STEP.1 企業のビジョン

企業の課題を洗い出すために、はじめに企業のビジョンを明確にしましょう。

1. 成し遂げたいことや直近の目標を書き込みましょう。

自社で成し遂げたいこと(一言、一行で)	「成し遂げたいこと」と 直近の目標との関わり
直近の目標(一言、一行で)	
いつまで: _____	

実現に向けて

2.1で記入した企業のビジョンの実現に向けて具体策を掘り下げます。

① ビジョンを実現するための具体策	いつまで: 目標達成ライン
② ①を実行するための具体策	いつまで: 目標達成ライン
③ ②を実行するための具体策	いつまで: 目標達成ライン

STEP.4 インターンシップでできること

インターンシップで実施する内容を具体的に考えていきます。

1. 一度インターンシップから離れて、事業を進めるためにしなければいけないことを思い付く限り書き込みましょう。

項目	事業として取り掛かりたいこと	取り掛かれない理由
①		
②		
③		
④		

2.1の①～④の内、インターンシップで実施する項目を1つ選びましょう。

項目	事業として取り掛かりたいこと
	※1で記入した内容を入れてください。

3. 「STEP.3-2」と「STEP.4-2」の結果からインターン生ができることを考えましょう。

インターン生ができること

STEP.3 プログラム適正診断

課題に対する現状評価をもとに適切なプログラムを選定します。

1. 項目別に自社の現状に評価点をつけてください。

項目	評価の基準					自己評価
	1点	2点	3点	4点	5点	
① 経営革新の下準備をする	経営者、従業員ともに現在の業務で手一杯である	経営者・リーダーは新しいことをしたいと思っている	経営者・リーダーは顧客の声や社外情報を収集している	多くの社員が、顧客の声や社外情報を収集している	多くの社員が新たに挑戦したい具体的なアイデアを持っている	点
② 社内外の関係性の把握	自社の強みやビジネスモデルの特徴が分からない	経営者・リーダーは他社と比較した強み・弱みを認識している	経営者・リーダーは自社を取り巻く外部環境の変化を認識している	多くの社員が他社と比較した強み・弱みを認識している	多くの社員が自社を取り巻く外部環境の変化を認識している	点
③ ビジョンの大切さ	会社のビジョンは曖昧で語られる機会も少ない	会社のビジョンは明文化されており、経営者が社員に対して語っている	ビジョンを実現するためのステップとしての中長期目標が明確になっている	中長期目標達成のための戦略とKPIが明確になっている	中長期目標達成のための年度計画があり、社員の行動や成長のイメージが明確になっている	点
④ 課題の社内共有	経営革新やビジョンを実現するための仮説が立てられていない	経営者・リーダーは課題を認識し、仮説を考えている	経営者・リーダーは仮説を検証する具体的な手段が明確である	多くの社員が課題を認識し、仮説を考えている	多くの社員が仮説を検証する具体的な手段が明確である	点
⑤ 社員の当事者意識	仕事の目的や背景が説明されることがなく、目の前の指示出しがされている	仕事の目的や背景を理解しやすい仕組みやマニュアルがある	日報や面談など、業務の振り返りと改善のために使うツールがある	面談等を通じて、社員が自ら目標を設定し行動計画を立てている	社員が、自己研鑽の活動に励み、それが仕事に生きている	点
⑥ 課題解決への仮説検証	課題解決のための仮説が曖昧	課題解決のための仮説はあるが、検証がされていない	課題解決への取り組みに着手し、仮説検証が始まっている	課題解決のための仮説検証が次々と進むものの、現場の仕事量とのバランスが取れていない	課題解決のための仮説検証が進み、利益に直結するPDCAが回っている	点

2.1の自己評価の採点結果を参考に、インターンシップで取り組みたいものを下記より選びましょう。

項目	内容

項目	内容	説明
A	テストマーケティング	やりたいことが明確で、やるべき方法もあるが、忙しくて試している時間もマンパワーもない。
B	社員教育	経営者の理念が浸透しておらず、また新しいことをさせるにも特別な知識や経験をもつ社員が少ないので育てたい。
C	情報発信	自信のある商品・サービス、制度、魅力的な人材はいるものの、会社の知名度が低い。
D	ビジョンの整理	企業のビジョンの実現に向けてやりたいことが出てきているが、まだ道筋が明確ではなく、社内での共有もできていない。

STEP.6 シミュレーション

インターンシッププログラムの中で学生が行うことと、それに伴い学生と社内が生じる変化をシミュレーションしましょう。

期間： 1日 ・ 1週間 ・ 1カ月 ・ 3カ月～ ※○をしてください

①知る

いつ?:

インターンシップでやることを伝える前に、企業の理念や商品、社員やクライアントなどの基礎知識を学生に教えることが大切です。社内の教育スキルが試される場面です。社員だけでなく、経営者やリーダーとの対話の機会があるとより効果的でしょう。

インターン生の活動内容:

活動による変化:

②提案する

いつ?:

学生にインターンシップに自発的に取り組むという当事者意識をもってもらうために、アイデアを交わす社内会議を取り入れましょう。会議のための準備も学生の期待感を高めるポイントになります。また学生が社員の前で発表することで、社内のインターンシップへの理解が深まるきっかけとなります。

インターン生の活動内容:

活動による変化:

③実行する

いつ?:

決めたことを、いつまでにどうするかを学生に考えてもらいましょう。実行のためには時間の調整や自主的な作業が必要だと気付くことができるはずです。そのため、学生からは日々の報告を受けて進捗管理を行ってください。その上で、目標変更や軌道修正が必要な場合は柔軟に対応しましょう。

インターン生の活動内容:

活動による変化:

④振り返る

いつ?:

インターンシップによる学生の変化、社内の変化をしっかりと把握するように心掛けてください。些細な変化も次のインターンシップや企業戦略の打ち手につながるヒントになるかもしれません。振り返りによって、さらなる企業課題の抽出を行い、再度仮説を立て検証へと結び付けていきましょう。

インターン生の活動内容:

活動による変化:

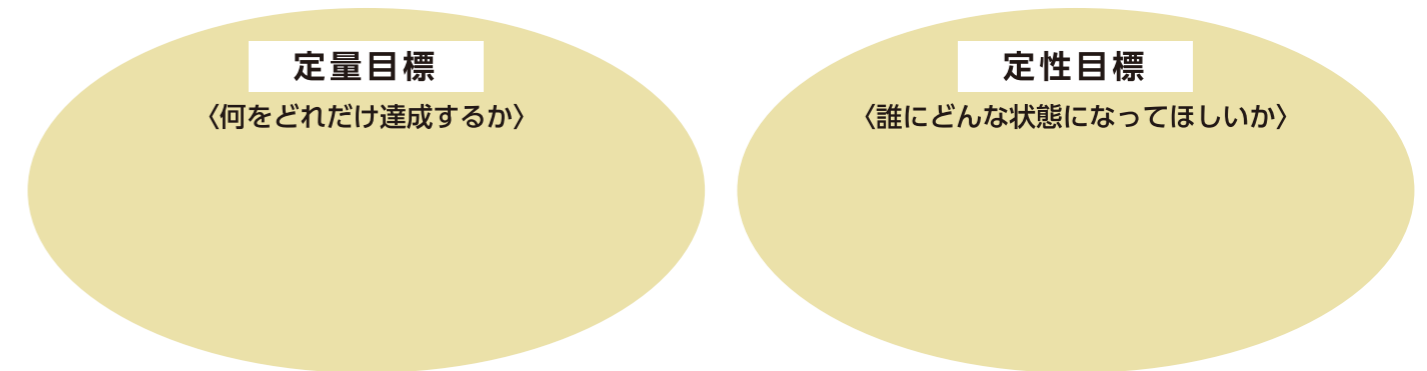
STEP.5 インターンシップの目標設定

目標を定め、インターンシップでどんな変化が生まれるかを想定します。

1.インターンシップで達成したい目標を決めましょう。

目的:

※ 会社経営上のインターンシップを行う目的。プログラム診断をもとに、インターンシップで経営や事業戦略に与えたい影響



2.インターンシップにより誰にどのような影響が生じるかをイメージしましょう。
具体的に影響が及ぶ対象者名や変化の内容を記入してください。

関係する人への影響

経営者 が 誰が: どうなる:	インターンシップ責任者 の 誰が: どうなる:	クライアント の 誰が: どうなる:
インターンシップ担当社員 の 誰が: どうなる:		現場社員 の 誰が: どうなる:
学校 の 誰が: どうなる:	学生の友人・知人 が 誰が: どうなる:	学生の親 が 誰が: どうなる: