

インターンシップ受け入れ企業様向け

学生の心を動かす インターンシップ広報

— 体験者アンケートから見えてきた「選ばれる企業」の共通点 —

株式会社とっとりずむ 代表取締役 **酒本 勇太**



本日のアジェンダ

40分で「選ばれるインターンシップ」の広報戦略をお伝えします

01

アンケートが語る現実

集計データ＋自由記述11テーマを徹底読解

02

学生が動く「広報の型」

3つの接触ポイントと訴求のポイント

03

とっとりずむの実践事例

広報改善の実例

04

効果的なプログラム登録

登録文章・写真・キーワード最適化

05

まとめ | 今日からできること

3つのアクションプラン

SECTION 01

アンケートが語る現実

学生はどこで企業を知り、何で応募を決めているか



今年度インターンシップ体験者アンケート概要

2026年3月実施 回答者：17名（鳥取大学・公立鳥取環境大学ほか）

17名

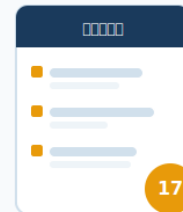
回答者数

鳥取大13名・環境大2名・神戸大ほか

70.6%

4社以上参加

2社以上では94%（16名）



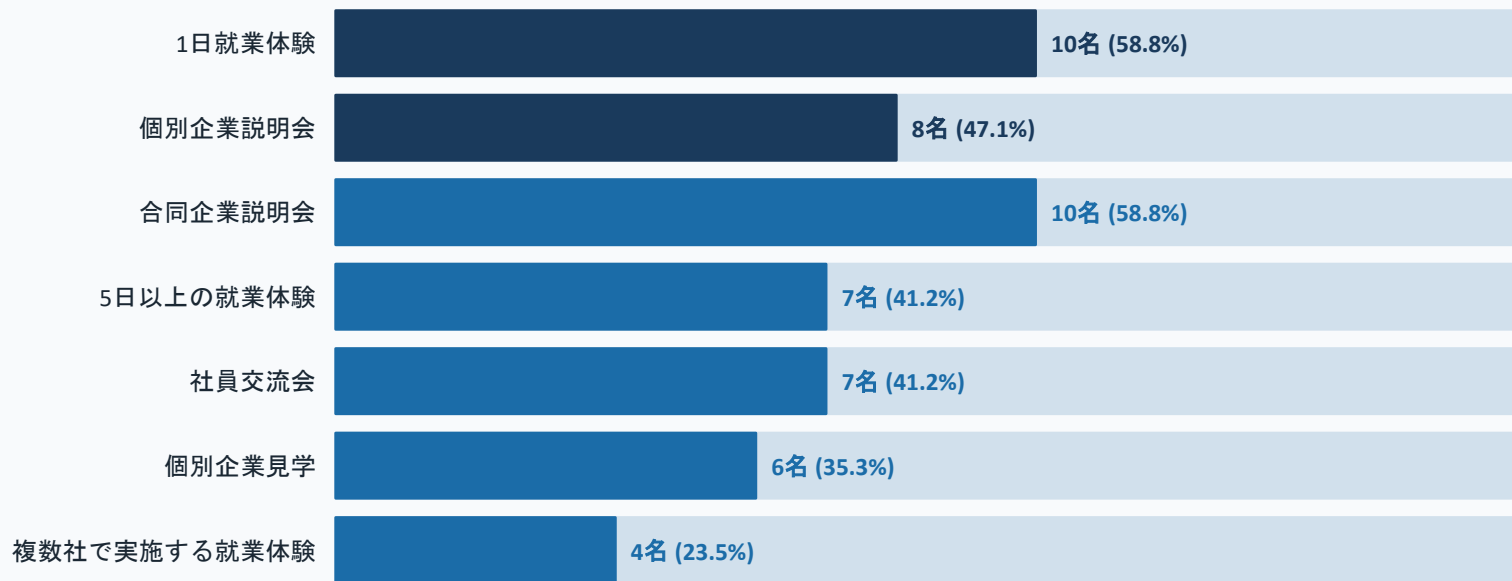
ポイント

「参加前にやっておけばよかったこと」の1位はHP・SNS・企業情報の事前確認（17名中8名）。
企業側が情報を整備するだけで、学生の「準備できた感」と志望度が大きく変わります。

学生が体験したインターンシップの種類



アンケート：体験したインターンの種類（複数回答、n=17）



ポイント：1日就業体験と合同説明会が最多。複数社・パッケージ型の参加者からは「複数社を比較できた」という声が多い。

参加前の不安

アンケート：自由記述を分類（n=17）



1 コミュニケーション・グループワークへの不安

8名 47%

2 内容・流れ・服装など事前情報の不足感

3名 18%

3 失敗して企業に迷惑をかけること

3名 18%

コミュニケーション不安が最多（8名/47%）。雰囲気・流れ・服装の事前発信で、学生の不安を大きく解消できる。

SECTION 01 — 自由記述 詳細

学生の「リアルな声」を読む



参加目的

学んだこと

よかったこと

印象に残ったこと

失敗エピソード

事前準備

参加前の不安

SNS希望

鳥取の魅力

参加目的 — 学生はなぜインターンに来るのか



自由記述 全17名（キーワードで3分類）

業界・仕事理解

自分の適性に合った業界・職種を見極めるため

仕事内容を把握し、会社の雰囲気を見るため

実際の仕事内容を知り、具体的なイメージを持つため

その業界や会社形態について知りたかった

企業についてWeb情報より深く知るため

雰囲気・社員との接触

実際に働いている社員の方の意見を聞くため

社風を知るために

会社の雰囲気を知り、自分の適性を確かめるため

業務体験し、自分に合う会社かどうかを判断するため

地元で働くとはどんな感じが知りたかった

キャリア・将来像

自分が何をを目指したいのかハッキリさせるため

早期選考のチャンスをいただくため

将来的に鳥取で働くことを想像し可能性を考えるため

会社内の組織論に興味があった

「雰囲気を知る」「適性を見極める」が2大目的。Webだけでは得られないリアルを学生は求めている。

インターンシップで学んだこと

自由記述 全17名 - 3カテゴリに整理



コミュニケーション・人間関係

上司や部下との関わり方を学んだ

人との関わり方、自分のことを伝える話し方

コミュニケーション能力の大切さ・チームとして動く意識

社会人としての責任感・忍耐力・他者とのコミュニケーション

この社会は人と人の関係性で動いているということ

仕事・業界・組織への理解

グループワーク攻略法・企業ごとの強みを深く知れた

社長から聞いた組織論で会社理解度が格段に深まった

チームワークの面白さと難しさ、多様な仕事があること

働くことの意義ややりがいを学べた

鳥取発で全国と取引する企業の存在を知った

自己理解・スキル

- ・ 採用したくなる人の特徴・社会で何が求められるかがわかった
- ・ エントリーシートや面接に役立つ業界知識が得られた

- ・ 大学生の自分にとって足りていないスキルが明確になった
- ・ 鳥取で働き暮らす自分のキャリアについてじっくり考えられた

参加してよかったこと・役に立ったこと



自由記述 全17名 - 6つのキーワードに整理

01 解像度が上がった

「業界・業種だけでなく、仕事とは何かに対する解像度が上がった」

02 現場リアルを体感

「現場の雰囲気を見ることで、実際に働くイメージがついた」

03 選択肢を絞れた

「実際に行ってイメージと違い、逆に選択肢を絞ることができた」

04 早期選考・モチベ向上

「早い段階から企業訪問し、就活モチベーションが上がった」

05 社員のリアルな声を聞いた

「ネット情報だけでなく、社員の生の声が聞けた」

06 キャリアを考えられた

「鳥取で暮らし働く自分のキャリアについてじっくり考えることができた」

「行ってよかった」の声がほぼ全員。参加後の満足度は高い。問題は参加前の「情報不足」。

インターンシップで印象に残ったこと



自由記述 全17名 — 「社員の姿」が記憶に刻まれている

「社員のon/offの切り替えが早いところが印象に残った

「会社のことを誇りを持って説明されているのが印象的だった

「やめることを「卒業」と捉えてくれ、人の繋がりとして今後も生かしてほしいと言われた

「機材トラブルも親身に対応してくれ、動画へのコメントが一つ一つ参考になった

「鳥取大学の先輩が働いていると知り、企業を身近に感じた

「忙しいのに質問の一つひとつ丁寧に答えてくれ、仕事に誠実だと感じた

「社員の方が自分の仕事に誇りを持っていらっしゃった姿が印象に残った

「社員の方が自分のやりたいことを実現しようとしている姿

「社員同士の会話から良い雰囲気だと知ることができた

「何人もの社員を引っ張る社長の考え方を知れたことが一番大きかった

共通点：「社員の人柄・誠実さ・熱量」が印象に残る。これは写真・動画・インタビューで事前発信できる。

失敗エピソードー学生はどこでつまずくか

自由記述ー企業側がケアできるポイントが多数



7件 連絡・スケジュール管理

メールの返信が遅くなった（複数名）

担当者からの連絡を見落として迷惑をかけた

日程を間違えて不参加になり再調整をお願いした

担当者との面談時間を間違えた

SNSの投稿を忘れてクライアントに迷惑をかけた

3件 当日・現場でのトラブル

朝5:00の出勤に遅刻してオーナーを働かせてしまった

パソコン操作やWiFi環境整備でつまずいた

フォルダがいっぱいでメールが受け取れなかった

2件 準備・情報不足

事前に質問案を考えておけばよかった

私服可の場所で服装の基準がわからなかった

企業ができるケア: ①連絡ルールを事前に明示 ②当日スケジュール・服装を早めに案内

参加前にやっておけばよかったこと

自由記述 全17名 — 学生が「知りたかった」情報とは



1 企業HP・業界知識の事前確認

「ホームページをもっと見ておくべきだった」「業界内の立ち位置を知っておくこと」「専門用語を調べておきたかった」

8名 47%

2 質問の事前準備

「すぐ分かるような質問をしないよう事前に調べる」「質問はもっと具体的な内容を準備すべきだった」

3名 18%

3 目的・得たいことの言語化

「インターンで何をしたいのかを詳しく言語化する」「参加する動機をしっかりと確認しておくこと」

2名 12%

4 企業SNSのチェック

「HPは見ていたがSNSにも力を入れていることを知らなかった」「SNS・新聞記事などをじっくり見おけばよかった」

2名 12%

HPとSNSに「仕事内容・用語・雰囲気・当日の流れ」を掲載するだけで、学生の準備の質が劇的に向上する。

参加前の不安 — 全回答の詳細

自由記述 全15名分（「特になし」2名を除く）

| | |
|------|------------------------------------|
| コミュ | 同期や先輩・社員とコミュニケーションがうまく取れるか心配だった |
| コミュ | 他の人とのコミュニケーションと緊張しすぎることに |
| コミュ | 積極的に発言できるか。自分の考えを言語化できるか |
| コミュ | 周りに馴染めるのか、雰囲気かわからず不安だった |
| 情報不足 | インターンの内容が分からず何をするか心配。試されているような気がして |
| 情報不足 | どんな準備をすれば良いか不安。周りが3年生ばかりでとても不安 |

| | |
|-------|--------------------------------|
| コミュ | コミュニケーションが苦手な不安だった |
| コミュ | グループワークで意見を言えるか。何も分からないので失敗したら |
| コミュ | うまく企業の方と交流できるか不安だった |
| コミュ | グループワークへの不安（発言できるか） |
| 情報不足 | 服装や一日の流れなどがもっと早く教えてほしかった |
| 評価・失敗 | 失敗して迷惑をかけたか企業からの評価が下がること |

コミュ (8名)

情報不足 (3名)

評価・失敗 (2名)

その他 (2名)

SNSアカウントで見たい内容 – 学生のリクエスト



自由記述 (n=2) + 不安データから導くコンテンツ戦略

学生からの実際のリクエスト (n=2)

参加した人のリアルな声

「自分が検討しているインターンに参加した人の声を実際に聞けたら嬉しい」

服装の基準 (オフカジって?)

「オフィスカジュアル・私服可の基準が知りたい。オフィスカジュアルって何!？」

社員のオフの日の過ごし方

「鳥取で働くとオフの日はどう過ごすのか知りたい」

インターンに参加している様子

「インターンシップに参加している様子を投稿してほしい」

不安データから導くおすすめ投稿テーマ

雰囲気

社員の笑顔・ランチ・日常写真

→ コミュ不安47%をケア

当日の流れ

一日のタイムライン投稿

→ 情報不足18%をケア

服装

今日の服装ストーリーズ

→ 服装不安のリクエストに応える

先輩の声

インターン体験者インタビュー

→ 最多リクエスト (n=1)

オフの日

鳥取での週末の過ごし方

→ 移住・定住意向の醸成

「参加した人の声」と「服装・雰囲気のリアル」が求められている。学生の不安の取り除く投稿が増やしていく

学生が語る「鳥取の魅力」

自由記述 全17名 — インターン誘致広報のキーワードが集結



自然・食 最多 11名

- ・ 自然が豊かで食べ物が美味しい
- ・ 人が少なくストレスなく生活できる
- ・ 毎日気候が移り変わり景色が違う

ちょうどいい田舎 4名

- ・ 田舎すぎず、車があれば生活に困らない
- ・ 大学周りに学生街が形成されている
- ・ 小さなコミュニティに入れば物事が進む

人の温かさ 5名

- ・ 人がいい！優しいところ
- ・ 会う人全員が真摯に話を聞いてくれる
- ・ 人とのつながりの中で挑戦・成長できる

チャレンジしやすい 3名

- ・ 若者が新しいことを始める際に大人が協力的
- ・ 何かをやるにもチャレンジしやすい
- ・ 娯楽がなく自分で生み出す力がつく

「自然・食・人の温かさ・チャレンジしやすさ」が鳥取インターンの強み。広報文章のキーワードに積極活用を。



01

自由記述まとめ — 企業への示唆

全17名のリアルな声から見えた「企業がすべきこと」

01

学生は「雰囲気と人」を確かめに来る

参加目的の最多は「社員・雰囲気を知ること」。Webでは得られない情報こそインターンの価値。情報発信でその片鱗を見せることが応募につながる。

02

印象に残るのは「社員の熱量と誠実さ」

「仕事に誇りを持っている」「丁寧に答えてくれた」—これは写真・動画・インタビューで事前発信できる。

03

失敗の大半は「連絡・スケジュール管理」

企業が事前に連絡ルールや日程・服装を明示するだけで大きく防げる。受け入れ側のひと手間が双方の体験を向上させる。

04

参加前に「HP・SNS」を見ておきたかった

やっておけばよかった1位が企業情報の事前確認（8名/47%）。SNSの存在自体が知られていない。

05

SNSでは「参加者の声・服装・オフの日」が求められている

体験者インタビュー・服装投稿・社員の休日投稿—すべて低コストで作成可能なコンテンツ。

SECTION 02

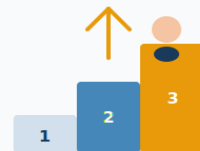
学生が動く「広報の型」

3つの接触ポイントと伝え方のポイント



インターンシップ広報の3ステップ

「知る」→「興味を持つ」→「応募する」の流れを設計する



STEP 1

認知

まず存在を知ってもらう

- ・とっとりインターンシップ公式サイト登録
- ・登録サイトの検索ワード最適化
- ・SNSでの発信

STEP 2

関心

「いいかも」を引き出す

- ・職場・社員の雰囲気を見せる写真
- ・「一日の流れ」具体的な仕事内容
- ・先輩社員のコメント・体験談

STEP 3

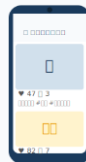
行動

応募ボタンを押させる

- ・明確なプログラム内容と期間
- ・選考フローのわかりやすさ
- ・「この企業に決めた」背中を押す一言

SNS活用：社内の雰囲気を伝える

文字より写真・動画。学生は視覚的に「会社のリアル」をチェックする。



投稿すると効果的なコンテンツ

社員の「一日のルーティン」リール動画

オフィス・現場の雰囲気写真（明るく・自然体）

インターン生が撮った写真・コメント

「この仕事のやりがい」短文インタビュー

地元ならではの暮らし・働き方の紹介

Instagram運用の実践ポイント

投稿頻度 週2～3回が目安。継続が信頼につながる

ハッシュタグ 地域名＋社名＋業種など

ストーリーズ 日常感を出す。採用色を出しすぎない

プロフィール文 「インターン歓迎」を明記、リンクを設置

トーン 硬すぎず・崩しすぎず。社風を正直に

SECTION 03

とっとりずむの実践事例

鳥取企業と取り組んだ広報改善の実例



【2026年夏】1DAY地域密着のライター体験①



先輩の声

大学生
(3年生)

【2026年夏】1DAY地域密着のライター体験②

実習名

【2026年夏】1DAY地域密着のライター体験

ワンデー仕事研究

実習のテーマ

自分の視点で切り取る、地域の魅力発見インターン

実習内容

鳥取県内のお店に訪問して取材を実施します。取材を通して、ヒアリング力、撮影スキル、ライティングスキルなどが身に付きます。

実習タイプ

現場での仕事体験

実習タイプその他

現場での仕事体験、課題対応やプロジェクト、ロールプレイング

会社説明+簡単なワークで終わらない

どんなスキルが身につくのかを記載する

文系理系問わず幅広い学生が応募しやすくする

実習で学んで欲しいことを記載する

【2026年夏】1DAY地域密着のライター体験③

実習で学んで欲しいこと

① 正解のない問いに向き合う力

取材には、模範解答がありません。

「このお店にはどんな魅力があるんだろう?」「どう伝えれば届くんだろう?」

自分で考え、悩み、決める経験をしてほしいです。

② 自分の視点を信じること

「こう書くべき」ではなく、

「自分はどう感じたか」を大事にすること。

自分の視点には価値があると知ってほしいです。

③ 地域には“可能性”が詰まっていること

地方＝選択肢が少ない、ではなく、

挑戦できる余白がたくさんある場所だということ。

取材を通して、地域の見方が変わる体験をしてほしいです。

④ 行動すれば、世界はちゃんと広がること

知らない人に会い、話を聞き、記事を書く。

小さな一歩が、自分の世界を確実に広げてくれる。

その実感を持ち帰ってほしいと思います。

SECTION 04

効果的なプログラム登録

登録文章・写真・キーワードの最適化



プログラム名：「仕事が見える」タイトルにする

学生はタイトルで「自分ごと化」できるかを瞬時に判断する

NG

とっとりずむ1day業界研究



OK

1day地域密着の取材体験

NG

農業体験インターン



OK

梨農家の収穫期に密着！鳥取の農業経営を学ぶ5日間

NG

事務体験

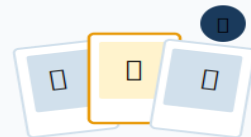


OK

Webマーケ×地域PRを企画・発信の3日間

公式：「何をするか（動詞）」＋「どのくらい（期間）」＋「得られるもの」＝応募したくなるタイトル

写真はインターンの雰囲気が伝わるもので選ぶ



1 人（社員・笑顔）



笑顔の社員が映る写真。
「この人たちと働けるか？」が
学生が最初に見るポイント。

Tip: 暗い・真剣な顔はNG。明るく自然体が◎

2仕事（作業・成果物）



実際の業務シーン。
「何をするのか」を視覚的に
示すことが応募動機に直結。

Tip: 制服や道具も写すと具体性が増す

プログラム説明文：学生目線で「具体的に」書く

「やる気のある方」以外にもしっかりと書く



① 何をするか（具体的な業務）

例：「商品の企画提案～チラシデザインまでを担当していただきます」

② 誰と働くか（チーム・担当者）

例：「マーケティング担当の田中が終日サポートします」

③ 何が身につくか（成長・スキル）

例：「地域ブランディングの実務経験を積めます」

④ どんな学生に来てほしいか

例：「地方の仕事に興味がある方、実践志向の方に向いています」

⑤ 参加後の声（先輩インターン生）

例：「社員さんに任せてもらえる範囲が広くて驚きました（大学3年生）」

SECTION 05

まとめ・今日からできること

05

今日から始める3つのアクション



ACTION 1

プログラム登録を見直す

- 1 プログラム名を「仕事が見える」タイトルに変更
- 2 説明文に業務内容・担当者・成長ポイントを追加
- 3 写真をインターンのイメージが伝わる内容に差し替える（人が映る画像が特に良い）

ACTION 2

SNSアカウントを作る

- 1 Instagramアカウントを開設
- 2 プロフィール文に「インターン歓迎」を明記
- 3 社員の日常写真やインターン内容を定期的に投稿

ACTION 3

夏インターンに備える

- 1 体験者の「声」を1~2名分収集してテキスト化
- 2 昨年のプログラムを振り返り、内容を具体化
- 3 登録開始日（7月頃）に合わせて情報を整備

本日のまとめ

01

学生の72%が「事前情報不足」を感じている

広報は採用活動の第一歩。情報の量と質が機会を左右する

02

とっとりインターンシップサイト+公式サイト+SNSを整備する

この3つで学生の約7割が情報収集している

03

「具体性」が応募率を変える

業務内容・担当者・成長ポイントを明示するだけで大きく変わる

04

写真はインターンの内容が伝わるものに

視覚的にインターン内容が分かると良い

05

まず1つ実行する

完璧にやろうとしない。小さな改善の積み重ねが結果につながる

ありがとうございました

学生に選ばれ続けるために。

学生のニーズをしっかりと把握して情報発信をしていきましょう！

酒本 勇太 代表取締役

株式会社とっとりずむ | tottorizumu.com

