

We are
CHANGE
PROMOTER.

“インターンシップ”からの 早期採用成功のポイントと成功事例

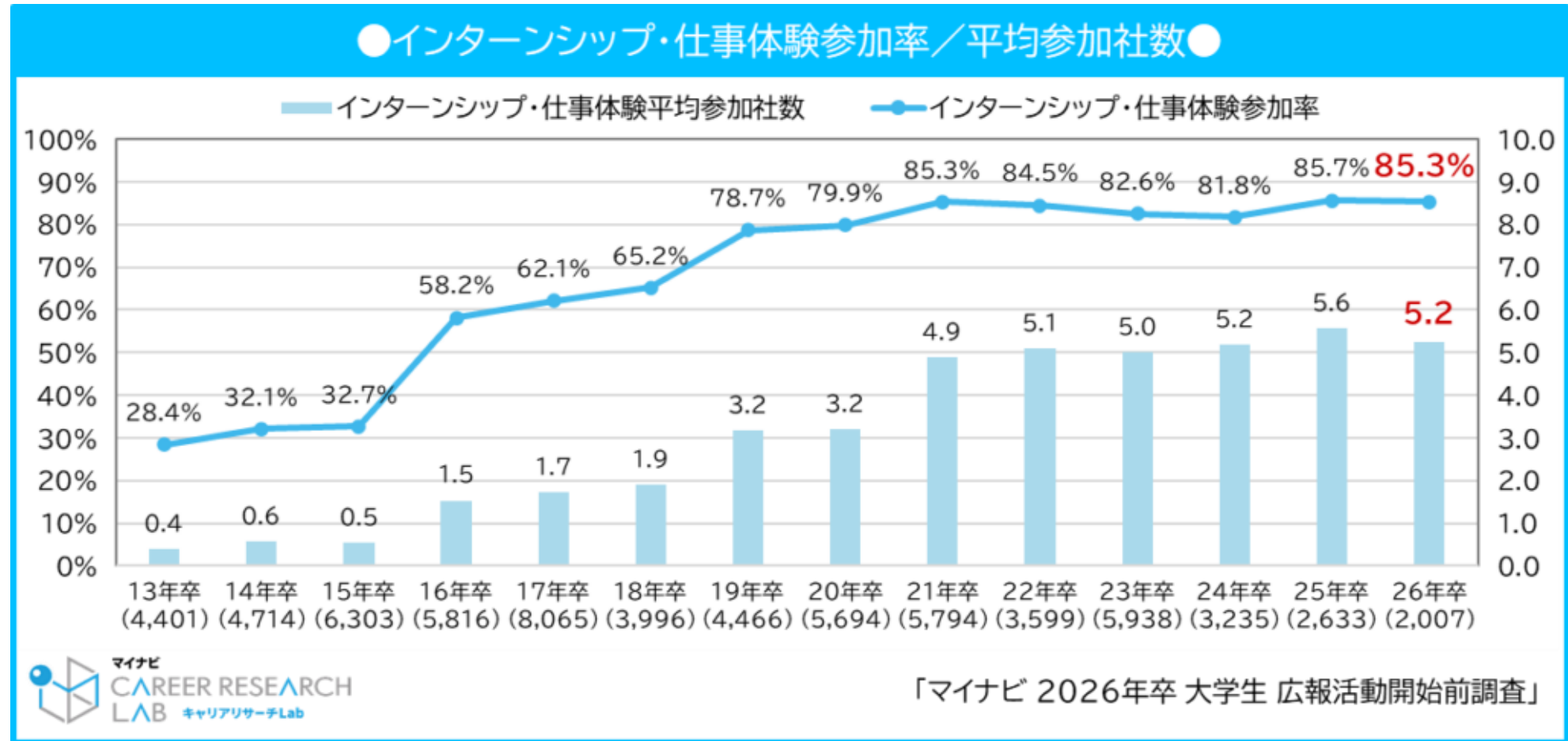
目次

- 1 「インターン」から「早期採用」のトレンド
- 2 早期採用の「成功に必要な3つの要素」
- 3 インターンシップからの早期採用 <成功事例>

「インターン」から「早期採用」のトレンド

「早期化」は常識に、今は「超早期化」の時代へ

約8割以上の学生がインターンに参加。



＜出典＞ 株式会社マイナビ「2026年卒 大学生広報活動開始前の活動調査」

<インターンシップは、特別なイベントから「採用の王道」へ>

かつて、インターンシップはメインの採用手法とは別に
一部の優秀層と繋がるための「サブチャネル」でした。

しかし、8割強の学生が参加する今、インターンシップは
企業と学生双方にとって「当たり前」の採用の第一歩として、
その戦略的な価値は年々、高まっています。

【学生1人当たりのインターンシップ参加社数】

＜出典＞ 株式会社マイナビ「2026年卒 大学生広報活動開始前の活動調査」

20卒 3.2社



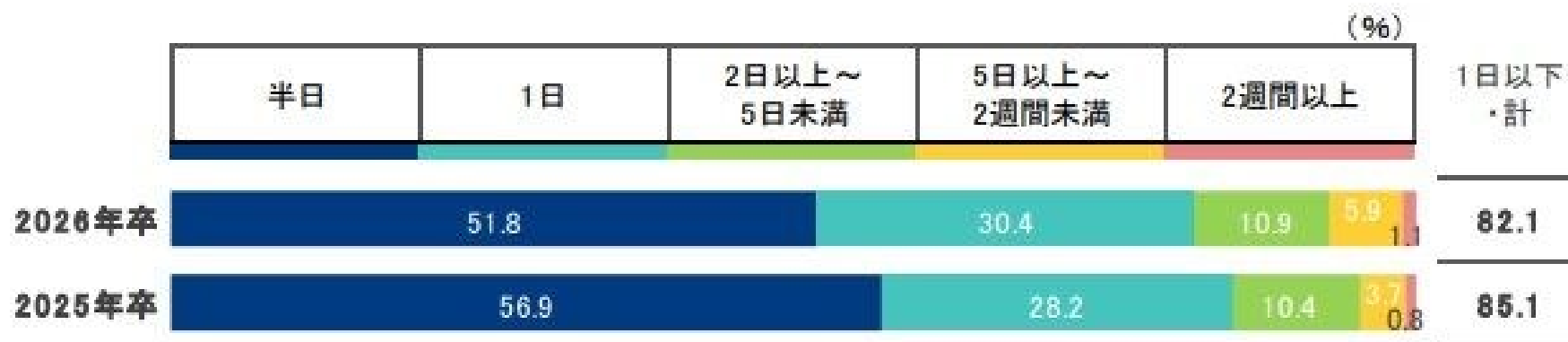
26卒 5.2社

コロナ禍を転換点としたオンラインの普及により、
複数社のインターンを経験することは今や常識となりました。

その結果、一社一社の印象は薄れがちになり、
「その他大勢」で終わらない特別な体験を提供できるかどうか、
これまで以上に重要な時代になっています。

実施は採用（個人情報獲得）を目的にした “1day以下の短期インターン”に集中。

■ インターンシップ等のキャリア形成支援プログラム 参加件数全体におけるプログラム期間の割合（再掲）
（大学生・就職意向者 まだ志望進路を決めていない含む／数値回答）



※「インターンシップ等のキャリア形成支援プログラム」は、「オープン・カンパニー（企業が主催するイベント・説明会など）、キャリア教育（大学や企業による教育プログラムなど）、インターンシップ」である旨を明示して聴取している

<出典> HRプロ（ProFuture株式会社）「【26卒採用】インターンシップ最新動向」

新卒採用において「**インターン経由**」が
完全に定着してきたのは事実です。

ただし、インターンを実施すべきかは、
採用したい学生層、採用人数、
かけられる工数・費用によります。

猫も杓子も・・・
“とりあえず”早期インターンをすることは、
お勧めしません。

なぜなら・・・

インターン ⇒ 早期採用の難易度は、
この数年でグッと上昇しているからです。

早期採用の「成功に必要な 3 つの要素」

1

早期に学生接触できる「会う」チャネル、費用

2

接触してから本選考に誘導する「繋ぎとめる」工夫

3

年内～5月に内定承諾してもらう「口説く」力

1

早期に学生接触できる「会う」チャネル、費用

インターン参加企業数が激増している中で、
“プレ期のメイン媒体”だけでは**集まりません**

成功企業は、新規で募集チャネル
(媒体やイベント) を**開拓しています**

2

接触してから本選考に誘導する「繋ぎとめる」工夫

これまであまり必要とされてきませんでした
が、学生1人当たりの参加企業数が増える中で、
「**繋ぎとめ**」が出来ないと成功は難しいです

インターンの企画と動員と同じぐらい、
「**接触後の設計**」が重要となってきます

3

年内～5月に内定承諾してもらう「口説く」力

インターンから早期採用する場合、
大手企業の選考が始まる前に、
内定承諾を獲得するケースが大半です

3月4月時点での内定承諾実績
(≡口説く力) が無いのであれば、
有効母集団（ターゲット学生）の構築や、
承諾までのコミュニケーション戦略の
見直しが必要になります

1～3のノウハウを持っていない場合、
「**繋ぎとめる**」難易度が高いサマーインターンに
いきなり挑戦しても、成功は難しいです…

特に「**繋ぎとめる**」工夫は、成功企業はどれも
工数を投下しているケースが多くなっています

まずは本選考に接続しやすい“2月のインターン”や、
“説明会を2月に前倒す”ことを通じて
学生とプレ期に「**会うチャネルの開拓**」、
早期に「**口説く力を磨く**」から始めることがオススメです

インターンからの早期採用 <成功事例>

早期採用を成功させる要素



2

接触してから本選考に誘導する「繋ぎとめる」工夫



の成功事例を、
簡単に何パターンかご紹介していきます

例えば…

サマーインターン（8月開催）、早期選考（12月～）だと、
4か月に渡って自社への興味を「**繋ぎとめる**」工夫が必要です

成功企業の共通点

“インターンで接触する、魅了付けすること”以上に
「**インターン実施後の接触**」をしっかりと設計しています

ある成功企業の早期採用のプロセス指標

インターン参加～本選考開始までに、
候補学生1名あたり、5回10時間の接触を確保する
(セミナー参加等も含む)

他にも次のようなプロセスで、
興味の繋ぎとめ、早期選考への連結を行っています

A社
(コンサルティング、採用数10名)

選抜インターンの説明選考会



選抜インターン面接



選抜インターン (2泊3日)



社員面談2回



早期選考 (12月～)

B社
(WEB広告、採用数30名)

1dayインターン（就活ノウハウ系）@夏



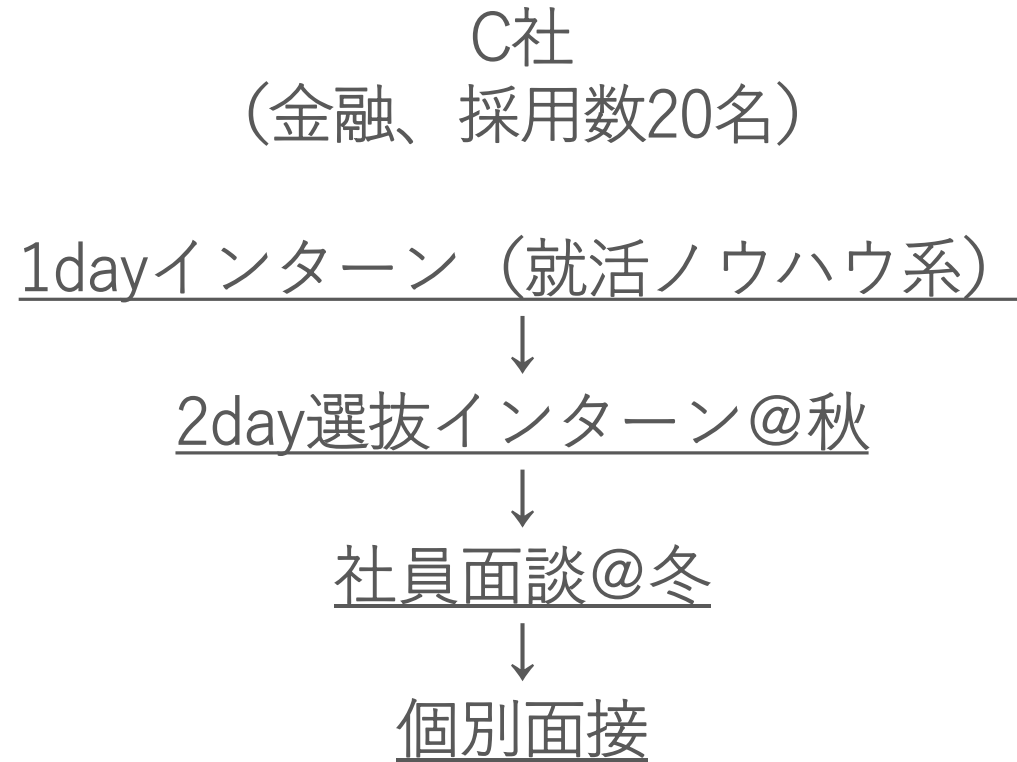
1dayインターン@秋 ※夏と別コンテンツ



1dayインターン@冬 ※夏・秋と別コンテンツ



早期選考（1月～）



D社
(IT、採用数10名)

インターン説明会&面談 ※足切り程度の選考



5dayインターン@夏



早期選考 (12月～、個別面接)

E 社
(金融、採用数30名)

1dayインターン@秋～冬 ※約600名と接触
インターン参加者のみ「説明会に参加できる権利」を付与



早期選考 (1月～、説明会)

ポイントは…

1. 複数回の接触をして早期選考へ繋げる
2. “本格的な魅了付け & 関係構築”の場合は、“選抜型”にして資源投下（合宿/経営陣の関与etc）する

イベントや面談以外での工夫①

F社

グループ発表系のインターン実施
上位者に限定して、

「現役人事による就活相談・ES添削」を提供

⇒学生から就活相談の連絡が来る状況を作る

イベントや面談以外での工夫②

G社

インターン参加時にQRコードを投影して、
LINEアカウントを友達登録してもらう

⇒軽い投稿（社内表彰、イベント、新人の活躍…）を、
週1回程度の頻度で配信

<繰り返し>

成功企業の共通点

“インターンで接触すること”、よりも、
「インターン実施後の接触」をしっかりと設計している

夏～秋のインターン母集団から早期採用をするには、
紹介した企業のような工夫が求められます。

「これまでインターンはあまり行っておらず、
3月から説明会スタートしていた」という会社に、
次ページのやり方をおすすめします。

H社
(販売系、40名採用)

2月に0.5dayのインターンを大量開催



インターン当日に3月説明選考会の日程を予約してもらう

⇒つなぎ止めの工夫がいない！

これから「**早期化**」に取り組もうという場合、
「**2月のインターン開催**」や
「**説明会のスタートを2月に前倒す**」のがおすすめです

早期採用に必要な3つの要素のうち、
①と③だけで勝負できるのが「2月開催」。
まず①③を確立し、翌年にサマーインターンを行い、
②を確立というステップを踏むのも1つのやり方です

1

早期に学生接触できる「会う」チャネル、費用

2

接触してから本選考に誘導する「繋ぎとめる」工夫

3

年内～5月に内定承諾してもらう「口説く」力

主要ナビ媒体ではできませんが、
それ以外の媒体、イベント、人材紹介等を使えば、
「2月の説明会動員」は十分に可能です

※3月以降よりも圧倒的に説明会の開催数が少ないため、
「**競合**」が少なく、知名度等が低くても動員しやすいという利点もあります

インターン動員・早期選考・3月以降まで追加費用なしで使える！

“活躍人財”だけを集められる 新卒採用メディアのご紹介



“うちの会社で活躍する学生”をモデル化

組織診断をもとに自社の活躍人財モデルを策定。自社にマッチした学生を明確化

- 組織の価値観や仕事内容について、約160問の専用分析シートに回答（所要時間：15～20分）
- 2～3年後をイメージして回答頂くことで、組織開発に向けた人財モデルの作成が可能。

アンケート

モデル分析

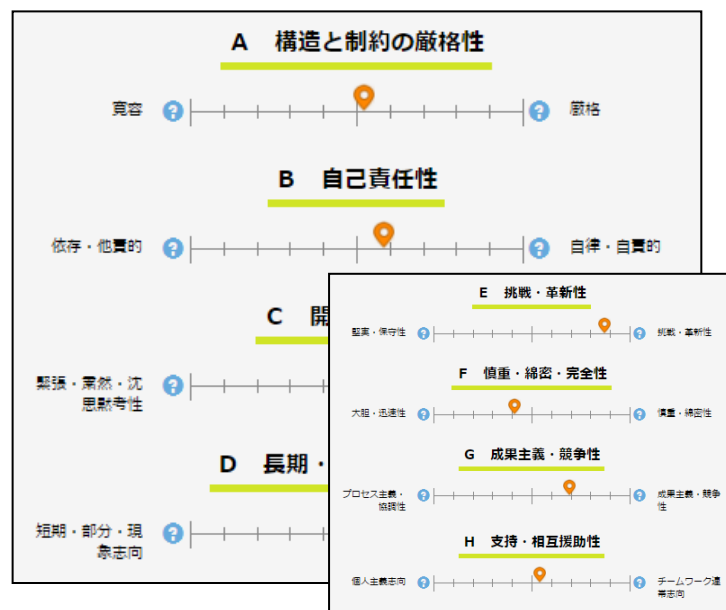
言語化

明確化



組織風土

言語化されていなかった「うちらしさ」が、全8分野で分析されて数値として見える化。



職質（必要能力）

曖昧になりがちな「仕事に必要な能力」を明確化。自社にとっての有能な人材を表現することができる。

全7項目から分析する職質

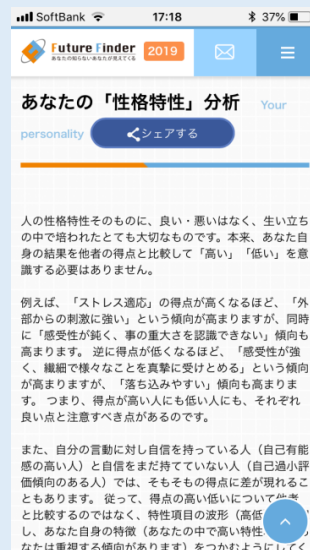
- A.仕事の要素
- B.仕事に必要とされる「能力や特性」
- C.仕事のやり方・進め方（ワークスタイル）
- D.幹部候補に期待する要素
- E.必要とする特性
- F.適合しやすい仕事の動機
- G.求める組織行動



登録学生7万人が特性検査を受検済み

学生は統計心理学（類型論・特性論etc）に基づいた特性検査を受検

自己分析



特性検査では以下のような項目を分析

- ・ 16タイプ分析
- ・ 基本的性格特性（Big5）
- ・ ビジネスBig5
- ・ マッチする組織風土

- ・ 仕事で発揮する特性
- ・ 得意な組織行動
- ・ 仕事への動機
- ・ ビジネスセンス

学生の検査結果と自社の活躍人財モデルを照合

組織風土・職質の2軸で“適合性”を計測し、活躍可能性を算出

企業



組織風土

- うちの「社風」ってなに？
- 「うちっぽい」ってなに？



職質（必要能力）

- 業務に必要な能力は？
- 特に重視したいポイントは？

Matching

Matching

学生



価値観

- どんな価値観、志向を持っているか
- どんな組織だとマッチするのか



能力

- 発揮しやすい能力は？
- どの会社のどの職種なら発揮できるか？



総 合
74

=

組織風土
81

×

仕事内容
65

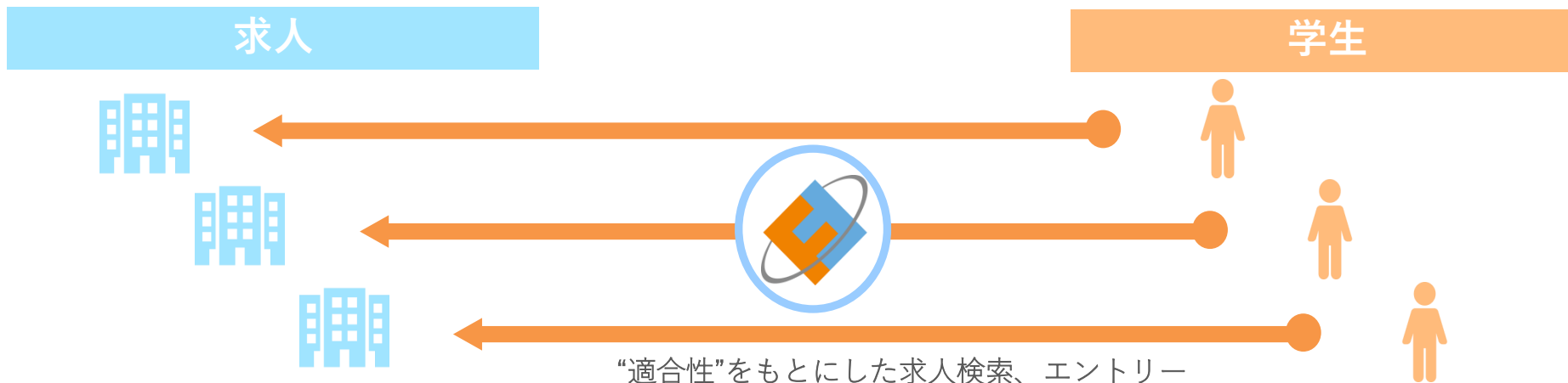


偏差値と同じく、“50点（A）”以上が適合性が高い

CHANGE PROMOTER.
JAIC 人と組織のチェンジ・プロモーター
ジェイック

求人サイト形式でマッチング

学生には“適合性が高い”求人を自動レコメンド

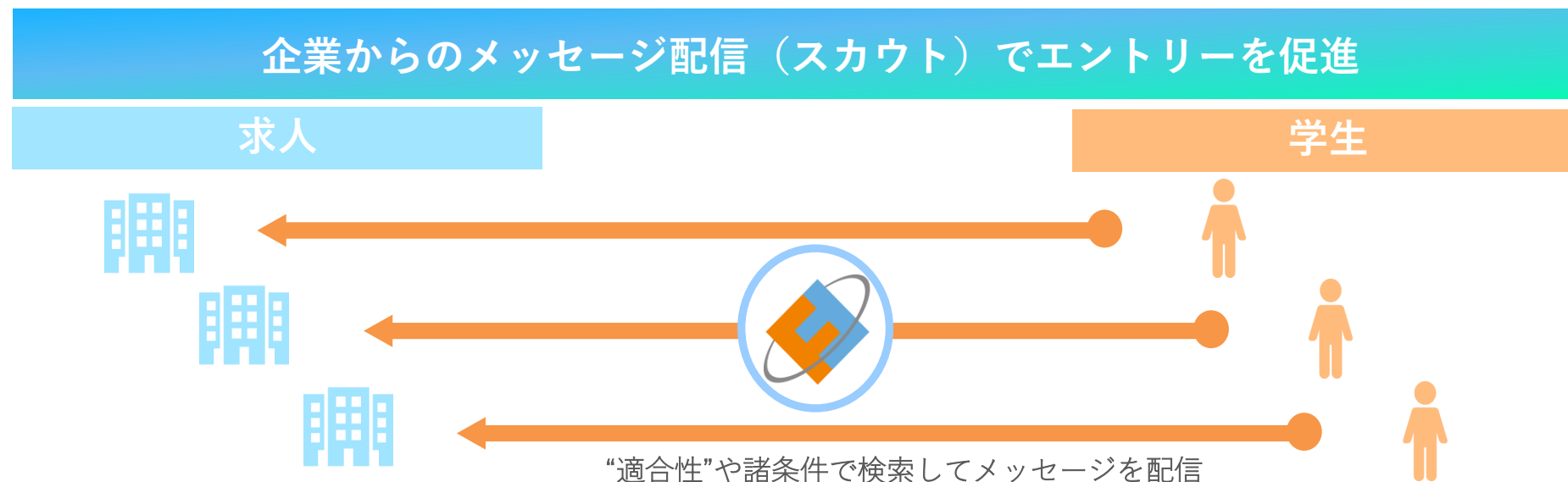


求人検索



検索結果では“適合性が高い”＝自分の強みや価値観を生かせる順番に表示される

企業からのメッセージでエントリーを促進



こんにちは。ジェイックの岡田です。

就活を成功させる「7つの習慣 (R)」インターンシップで講師をしていた人間なのですが覚えていませんか？

【子供たちが未来に夢や希望を持てる豊かな社会を実現する】というビジョンを熱く語っていた人間です！
(何となく思い出してききましたか？)

この前のインターンシップでも暑苦しく語っていたのですが、参加学生の1人から、ゼミの教授をご紹介いただきました。割と近いビジョンを持っていらっしゃる方とのことなので、お忙しい方ようですが、近いうちに来てほしいです。

ミッションを形骸化（作って掲げただけの状態）しないためには、やっぱり【語る】という行為は大事ですね。これから説明会が増えたと必然と語る機会が増えるので、身体はきつい反面、精神的にはますます充実する予定です。

のっけから脱線してしまいましたが、今回メールをお送りしたのは、どうしても見てほしいお知らせがあったから。

引っ張っても仕方がないので結論から言いますね。

【ジェイックの説明会に来てみませんか？】

なぜ今このタイミングで私が案内をしているかというと、先日のインターンで学生からこんなことを言われたからです。

CHANGE PROMOTER.
JAIC 人と組織のチェンジ・プロモーター
ジェイック

求人作成からメッセージ配信まで代行

運用を任せることで既存媒体、新卒紹介、イベントと併用しても負担がない

『新しいチャネルを増やすと手間が…その余裕はない』

- ・ 求人原稿作成
- ・ メッセージ文章の作成
- ・ メッセージ（スカウト）配信 ⇒ 結果を見ての修正
- ・ 説明会の登録、日程の追加、受付の停止
- ・ エントリーやメッセージ返信への対応



運用ノウハウを蓄積したFuture Finder運営事務局が代行
状況を見ながらPDCAの運用、追加での施策を展開して、集客を最適化

現在使っている他チャネルと並行させながら、
“説明会と選考での魅了付けと見極め”に時間を投下できます。

「とりあえず詳細資料を確認したい」方は
下記より今すぐダウンロードできます



手間をかけずに、自社での活躍可能性が高い学生と会える
新卒ダイレクトリクルーティング「FutureFinder」
【資料をダウンロードする】

「うちの業界での成功事例」や「料金プラン」
「うちならどれぐらい動員できるか？」を知りたい方は
下記へお問い合わせください



株式会社ジェイック ( 7073)

FutureFinderメディア事業部

Mail : ff@jaic-g.com