

インターン、実施率過去5年で上昇



▲プレゼンテーションを行う

資料はこだわって作成したものを使う▶



一方、リノベーション総合職向けのコースでは、リノベーションの顧客のペルソナを例に出し、エリアや広さなどの条件が異なる複数の物件からそのペルソナに合う物件を選び、その物件のアピールポイントなどをプレゼンする。

両コース共にスタッフと厚食を食べる機会があり、就職活動の相談などさまざまなことを話している。プレゼンテーション終了後、懇親会を行う。懇親会は社員ほぼ全員が参加する。

説明会参加の学生が顧客に

同社ではインターンシップ参加者の約5割が、会社説明会に参加する。説明会まで自社への興味を持続させるために、インターンシップの情報を

掲載している就職情報サイトを通してDMを定期的に送るなどの工夫を行っている。

参加者からのアンケートでは、5段階評価のうち約4・5の高評価を誇る。参加者からは「スタッフのフィードバックが好評」と早坂氏。また、スタッフとの接点が多いため、会社の雰囲気を感じ

やすい点も満足度が高い理由となっている。臼田英司社長は「ホームページを見れば何をしている会社なのかは分かりませんが、どんな人が働いているのかは分かりませ

「10年以上前に新卒採用を開始した時、リノベという事業が今後ろなまか見えておらず、会社として顧客を作らなければなりません。リノベーションは単に家を購入するだけでなく、どう暮らすかが醍醐味。顧客を作る上でそれを発信する必要があります。会社説明会で学生に伝えることで、彼らが住宅購入年齢期になった時にうちを思い出してくれれば」と。実際、説明会に参加した学生のうち2組がうちに依頼したことがあります」

実施満足度は4.5の高評価 社員のフィードバックが好評

毎年インターン参加者が入社

デザイン性の高いリノベーションを強みとするニューユニークス（東京都渋谷区）は、2016年からインターンシップの実施を開始し、採用へとつなげている。2020年度の新卒入社4人中



ニューユニークス 臼田英司社長

参加者は設計職2人、新卒入社3人中インターン参加者は設計職2人、

インターン参加者は設計職2人、2021年度の設計職向けが1日。両コース定員は約12人。設計職向けのコースで

は、グループでの設計課題がメイン。プランをプレゼンテーションし、同社のチーフデザイナーがフィードバックする。学生からは、さまざまなユニークなアイデアが発表されるという。広報の早坂真依氏は「きちんと評価をしてほしい意欲的な学生が多いです。課題を提出するだけでなく的確にフィードバックすることで、学生から高い満足度を得ています」と語る。

総合職1人。

同社では年2〜3回ほどインターンシップを実施している。実施期間は、設計職向けが2日間、リノベーション総合職向けが1日。両コース