

報道関係各位

応募前から価値観に触れる、「採用×社会貢献」の体験型インターンを開始

～グッドデザイン賞受賞の社会貢献事業を基盤に新入社員が企画・運営～



ポスト・宅配ボックスシェア No.1※1の株式会社ナスタ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小川憲嗣 以下、ナスタ）では、学生が社会課題に向き合い、社会貢献を実体験できる新たな取り組みを開始します。2026 年 3 月、学生が実際の社会貢献活動を体験できるイベントを開催し、「世の中の役に立つこと」の手応えを感じてもらうとともに、社会貢献を重視する当社の企業姿勢を伝えます。本プロジェクトは、2025 年度入社の新入社員 4 名が主体となり、企画から運営まで担います。

今回行う社会貢献イベントは、単なるボランティア体験に留まらず、学生が社会課題に対して自ら問いを立て、解決に向け行動する実践型の体験プログラムとして設計します。対象は 27 卒内定者および 28・29 卒の学生で、学生にとっては、社会貢献を通じて社会課題への理解を深められるだけでなく、就職活動において自ら語れる経験、いわゆる「ガクチカ（学生時代に力を入れたこと）」につながる実践の場となることも期待されています。

本イベントは、2025 年度入社の新入社員が中心となり、社会課題の Research から企画立案、協働先との調整、当日の運営、実施後の効果検証・発信までを一貫して担う点が特徴です。主体的なプロジェクトの推進を通して、課題設定力や仮説設定力、チームワークなど、将来の業務に直結するスキルの育成を図ります。

活動の内容に関しては、環境、防災、福祉、子ども支援など、複数の社会課題を候補に、新入社員と内定者が具体的な内容を共創していく予定です。学生が「参加したくなる」「学びになる」社会貢献イベントを通じて、採用広報や内定者フォローにつなげることも目指します。

■売り手市場の新卒採用で、新入社員の視点を生かしたアプローチ

近年、新卒採用市場は売り手市場が続き、多くの企業が学生との接点づくりや内定辞退防止に課題を抱えています。本プロジェクトでは、学生と年齢の近い 25 卒の新入社員が企画を担うことで、学生の目線に寄り添った内容やコミュニケーションを重視しています。

従来の採用プロセスでは見えにくい、主体性や価値観を学生と共有でき、社会貢献という志を同じくする次世代のリーダーとの深い接点を創出する、新しい採用のあり方を目指しています。

今回の取り組みを通じて、27 卒内定者へのフォローのみならず、28・29 卒の学生に対しても、応募前の段階でナスタの価値観や企業姿勢に触れてもらえたらと考えています。

ナスタでは、全社員が業務時間の最大 10%を社会貢献活動に充てることを定めた「Nasta My Action※2」を推進しました。昨年には、本事業が評価され、2025 年度グッドデザイン賞を受賞しました。※3 今回のプロジェクトも、その一環として、社会貢献を一過性ではなく、企業文化として根付かせることを目指しています。新入社員が早い段階から社会貢献活動に関わり、企業理念を実践を通じて理解することで、社員一人ひとりが社会への貢献を考え続ける組織づくりにつなげます。

■参加者コメント（27 卒学生）

・「これまで参加する側であった採用イベントに、企画する側として携われる点に魅力を感じ参加しました。より良い企画にするために試行錯誤するプロセスは、実際の業務にも通じる貴重な経験だと感じています。」（27 卒 文学部学生）

・「企画会議では、社員との交流が出来ただけでなく、他の内定者の意見も聞けたことが学びに繋がりました。より多くの学生にイベントに参加していただき、社会貢献活動やナスタの魅力を伝えていきたいです。」(27 卒 国際学部学生)

・「ナスタの製品や事業がどのような社会課題から生まれたのかという背景に共感していただける機会になればと思います。『採用×社会貢献』というテーマに対し、面白いと思っていただけるように頑張ります！」(27 卒 社会学部学生)

■今後の予定

本プロジェクトは、2026 年 1 月から企画を開始し、2 月に内容を確定、3 月に社会貢献イベントを実施する予定です。実施後は、学生・内定者の声や成果を振り返り、次年度以降の改善や展開につなげていきます。また、取り組みの様子は採用広報向けのコンテンツとしても発信する予定です。

ナスタは今後も、社会貢献と人材育成、採用活動を結びつけた取り組みを通じて、社会課題の解決と企業価値の向上の両立を目指してまいります。

■ナスタについて

ナスタは今年で創業 96 年、住環境に係るプロダクトやサービスを通じて、“すべての人に あたらしい きもちよさ”を提案している企業です。近年では、社会課題となっている物流問題に対して課題解決に取り組み、再配達削減のソリューションとして注目をされている郵便受け・宅配ボックスのプロダクト開発を推進、国や自治体、大手 EC 企業や物流企業と協働し普及に努め、シェア No.1※1 の実績を獲得。暮らしが大きく変化する現代において、インターホン市場にも新規参入し、新しい価値をお客様へ提供しています。「住むを良く」をコーポレートミッションに掲げ、今後も課題解決に取り組むリーディングカンパニーとして、皆様に必要とされる企業となれるよう努めてまいります。

※1 ナスタ調べ（2024 年郵便受け・宅配ボックス市場シェア数及び実績販売数量より推計）
※2 Nasta My Action ホームページ (<https://www.nasta.co.jp/socialcontributions/>)
※3 参考プレスリリース：社会貢献事業がグッドデザイン賞受賞 (<https://www.nasta.co.jp/news/2025/2025101501.html>)

<p>〈会社概要〉</p> <p>【代 表 者】代表取締役社長 小川憲嗣</p> <p>【創 業】1930 年 8 月 4 日</p> <p>【資 本 金】1 億円</p> <p>【事業内容】新しいライフスタイルの企画・開発</p>	<p>〈本件に関するお問い合わせ〉</p> <p>株式会社ナスタ 広報担当 宮本仙葉 / 山口芽生</p> <p>Tel: 03-6897-3537</p> <p>Mail: s-miyamoto@nasta.co.jp / mei-yamaguchi@nasta.co.jp</p>
--	---