

日本におけるインターンシップの 現状について

徳永 英子 リクルートワークス研究所・研究員

インターンシップを実施する企業が見受けられるが、現状の実施状況や実施目的、実施の際の苦労や懸念点はなにかについて、リクルートキャリア 就職みらい研究所が実施した調査により紹介する。また、実施しない企業の理由についても紹介する。

キーワード： インターンシップ, プログラム内容, フィードバック, 実施しない理由, 就業体験

I. はじめに

1997年9月に、当時の文部省、通商産業省、労働省の三省合同による「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方¹⁾」が発表された。それから17年が経った現状について、企業側のインターンシップの実施状況や実施目的、実施する際の懸念・問題点などをみていく。

インターンシップの現状を明らかにするために、株式会社リクルートキャリア 就職みらい研究所が実施した「2014年卒（大学生・大学院生）の採用活動振り返り調査」を活用する。

「2014年卒（大学生・大学院生）の採用活動振り返り調査」

■調査対象：全国の新卒採用を実施している従業員規模5人以上の企業4303社

■回収社数：1332社

■調査期間：2013年12月11日～2014年1月31日

■調査方法：郵送調査

インターンシップに関する質問については、対象学年が多岐にわたるため、実施年度について聞いている。

II. インターンシップの実施状況等

①インターンシップの実施状況

2013年度にインターンシップを実施あるいは実施予定企業（調査時点以降の予定を含む）は図表1の通り43.5%である。2012年度と比較すると、増加していることがわかる。

従業員規模別にみると、300人未満企業31.3%、300～999人企業36.7%、1000～4999人企業50.0%、5000人以上企業74.4%と、従業員規模が大きくなるにつれて、実施率は高くなっている。

図表1 インターンシップ実施状況

	2013年度		2012年度	
	N	実施率	N	実施率
全体	1271	43.5%	1278	39.0%
従業員規模別				
300人未満	281	31.3%	285	27.0%
300～999人	409	36.7%	411	34.5%
1000～4999人	358	50.0%	358	45.5%
5000人以上	90	74.4%	91	61.5%

以下は、インターンシップを実施した企業を対象とした結果である。

②インターンシップの実施目的

インターンシップの実施目的をみると(図表2)、「仕事を通じて、学生に自社を含め、業界・仕事の理解を促進させる」(78.2%)がもっとも多く、「学生に就業体験の機会を提供することで、社会貢献する」(74.9%)、「採用を意識し、学生のスキルを見極める」(31.1%)が続いている。

従業員規模別にみると、それぞれの規模で順位は異なるが、目的はほぼ同じである。

③インターンシップの実施期間

実施期間をみるが、その前に、複数回実施している企業においては、主要なものについての回答であることを断っておく(図表3)。

実施期間は、「1日」8.8%、「2日」4.5%、「3日以上1週間未満」34.2%、1週間未満のものは半数近くとなっており、2週間未満までの実施期間をみると8割を超えていることがわかる。

従業員規模別にみると、1000～4999人企業は、1週間未満で実施しているのは4割であるが、それ以外の規模では、半数を超えている。

④インターンシップのプログラム内容

インターンシップのプログラム内容についてみる(図表4)。

もっとも多いのは、「社員の補助的な業務の一部」の49.5%で、「職場や工場の見学」(43.1%)、「社員に同席あるいは同行」(37.9%)が続いている。

従業員規模別にみると、300人未満企業、300～999人企業、1000～4999人企業では、「社員の補助的な業務の一部」「職場や工場の見学」が上位2項目で同じであるが、5000人以上企業では、「通常ではなく別の課題やプロジェクト」が53.7%と最も多く、次いで「職場や工場の見学」(40.3%)である。

⑤インターンシップを実施する際の苦労・懸念点

インターンシップを実施する際の苦労・懸念点をみると(図表5)、「社内協力者の巻き込み

(75.1%)がもっとも多く、「プログラムの企画・設計」(70.5%)、「運営上の事前手配」(38.5%)が続いている。

従業員規模別にみると、上位2項目は、どの規模でも変わらないが、「プログラムの企画・設計」について、5000人以上企業では8割を超えている。

また、従業員規模が大きくなるにつれて、苦労・懸念点の項目が多く挙がっている傾向がみられる。

「プログラムの企画・設計」が多いのは、前述のプログラムの内容が「通常ではなく別の課題やプロジェクト」とあることから、あらためてプログラムを設計されていることからではないかと推察される。

⑥インターンシップ終了後の学生への評価等のフィードバック実施状況

インターンシップ終了後に、参加学生へ評価等のフィードバックの状況を見る(図表7)。

フィードバックは「特にしていない」が28.3%であるが、7割以上の企業において、フィードバックをしている。その状況は、「学生にのみ直接している」は18.6%で、「学生にしていないが大学へしている」28.6%、「学生および大学の両方にしている」24.5%である。

フィードバックの仕方や内容についての詳細は、不明確であるが、大学へ行っている場合は、大学からの受け入れ要請のケースが多く、その場合、大学からの指定や決められたフォーマットを使用して行っているようだ。

Ⅲ. おわりに

2013年6月に、政府は主要団体・業界団体等計447団体に対して、平成27年度卒業・修了(2016年卒)から、広報活動時期は卒業・修了に入る直前の3月1日以降に開始し、その後の採用選考活動については、卒業・修了年度の8月1日以降に開始することを要請した。

この2016年卒業以降の新スケジュールを見据えた、企業の新たな取り組みや検討事項²では、「採用選考活動開始から内定を出すまでの期間短縮」や「短期間の活動になるため、一時的に採用担当の増員を検討」などの採用プロセスの見直しが見られるなか、インターンシップの新規導入や、すでに実施している企業では、実施回数などを増やすことを検討している。

インターンシップを重要視している企業もあるなか、インターンシップを実施しない企業について、実施しない理由をみると（実施しない理由を自由回答で聞いている）、その理由は、「受け入れ体制が整っていない」「受け入れるための人員、マンパワー不足」「必要性を感じない」「余裕がない」が多くみられる。インターンシップ実施企業において、実施の際の苦勞・懸念点のところでもあった「社内協力者の巻き込み」からも、いかに“人手”が必要不可欠となっているかがわかる。

また、「採用に直結しない」「採用につながらない」といったコメントも少なくない。

これらのコメントのほか、「実施予定だったが、応募者がいなかった」「募集してもこなかった」といったものもみられ、実施予定だったにもかかわらず、学生からの応募がなかったことで、実施できなかった実情もある。

このことにより、インターンシップを実施したい企業に対する、広報支援なども必要ではないかと思われる。

ちなみに、学生がインターンシップに参加しなかった理由を「就職白書2014³」からみると、インターンシップの内容に魅力を感じていなかった、採用選考上有利になると思わなかった、実施時期や時間が自分の予定とあわなかった、などである。

欧米や欧州だけではなく、アジア諸国の学生でも、就業体験を積むためにインターンシップに参加している様子もみられる。

たとえば、マレーシアでは、国としてインターンシップを推奨し、卒業までにインターンシップを行わなければ卒業できない私立大学もある。

「就職白書2014」をみると、学生がインターンシップに参加して良かった点として挙げていることは、具体的な仕事内容や業種、企業・職場の雰囲気を知ることができたほか、自分のスキルを見極めることができたり、自分自身のキャリア観を明らかにすることもできたことなどだ。

日本においても、インターンシップは、学生にとって就業体験を得る重要な機会となっていくことは間違いのないと思われるため、諸外国の良いところを参考にしてはどうかと思われる。

図表2 インターンシップの実施目的（複数回答）

	N	定型業務・プロジェクト等を明示し、学生のスキルを活用して社員に対する活性化を促す	採用を意識し、学生のスキルを見極める	仕事を通じて、学生に自社を含め、業界・仕事の理解を促進させる	従来の採用とは異なるタイプの学生を見出す	将来の顧客となり得る学生に対して、自社に対する理解・イメージアップを促進させる	学生に就業体験の機会を提供することで、社会貢献する	その他	特に目的を設定していない
全体	569	13.0 %	31.1 %	78.2 %	7.2 %	30.4 %	74.9 %	3.9 %	1.1 %
【従業員規模別】									
300人未満	89	21.3 %	25.8 %	65.2 %	5.6 %	25.8 %	77.5 %	2.2 %	3.4 %
300～999人	162	10.5 %	34.6 %	77.2 %	6.8 %	32.7 %	74.7 %	4.3 %	0.6 %
1000～4999人	182	14.8 %	28.0 %	80.8 %	7.7 %	29.1 %	75.8 %	2.7 %	1.1 %
5000人以上	67	10.4 %	35.8 %	91.0 %	10.4 %	32.8 %	73.1 %	4.5 %	—

図表3 インターンシップ実施期間（主要なものについて）

	N	1週間未満・計	1日	2日	3日以上1週間未満	1週間以上2週間未満	2週間以上1ヶ月未満	1ヶ月以上3ヶ月未満	3ヶ月以上
全体	532	47.6 %	8.8%	4.5%	34.2%	37.2%	11.7%	2.4%	1.1%
【従業員規模別】									
300人未満	85	51.8 %	9.4%	2.4%	40.0%	32.9%	10.6%	1.2%	3.5%
300～999人	149	52.3 %	10.1%	4.0%	38.3%	36.9%	8.1%	2.0%	0.7%
1000～4999人	171	40.9 %	6.4%	7.6%	26.9%	40.9%	13.5%	4.1%	0.6%
5000人以上	64	51.6 %	7.8%	1.6%	42.2%	28.1%	17.2%	1.6%	1.6%

図表4 インターンシップのプログラム内容

	N	社員に同席あるいは同行	社員の基幹的な業務の一部	社員の補助的な業務の一部	通常ではなく別の課題やプロジェクト	職場や工場の見学	アルバイトやパートタイマーが行う業務の一部	その他
全体	541	37.9 %	18.9 %	49.5 %	39.9 %	43.1 %	7.9 %	2.2 %
【従業員規模別】								
300人未満	85	40.0 %	22.4 %	50.6 %	28.2 %	47.1 %	3.5 %	1.2 %
300～999人	148	43.2 %	11.5 %	48.6 %	39.9 %	45.9 %	7.4 %	1.4 %
1000～4999人	177	37.3 %	20.3 %	51.4 %	40.1 %	41.2 %	7.9 %	2.8 %
5000人以上	67	26.9 %	22.4 %	37.3 %	53.7 %	40.3 %	11.9 %	1.5 %

図表5 インターンシップを実施する際の苦労・懸念点（複数回答）

	N	プログラムの企画・設計	運営上の事前手配	事務手続き	社内協力者の巻き込み	参加者の募集・選考	プログラムの実施	プログラム終了後のフォロー	その他	特になし
全体	566	70.5 %	38.5 %	24.9 %	75.1 %	29.0 %	36.0 %	21.4 %	0.7 %	6.7 %
【従業員規模別】										
300人未満	88	64.8 %	27.3 %	14.8 %	70.5 %	10.2 %	34.1 %	15.9 %	—	8.0 %
300～999人	161	68.3 %	36.6 %	18.0 %	75.8 %	23.0 %	34.2 %	16.8 %	0.6 %	7.5 %
1000～4999人	181	70.2 %	44.2 %	30.4 %	72.9 %	37.0 %	31.5 %	22.7 %	0.6 %	8.3 %
5000人以上	67	80.6 %	46.3 %	38.8 %	76.1 %	46.3 %	46.3 %	31.3 %	—	4.5 %

図表6 インターンシップ終了後、参加学生への評価等のフィードバック状況

	N	学生にのみ直接している	学生にしていなが大学へしている	学生および大学の両方にしている	特にしていない
全体	538	18.6 %	28.6 %	24.5 %	28.3 %
【従業員規模別】					
300人未満	83	12.0 %	42.2 %	25.3 %	20.5 %
300～999人	148	14.9 %	35.1 %	20.9 %	29.1 %
1000～4999人	177	19.2 %	26.6 %	22.6 %	31.6 %
5000人以上	66	31.8 %	10.6 %	27.3 %	30.3 %

高等教育における創造的人材育成に大きな意義を有するとともに、新規産業の創出等を通じた経済構造の改革にもつながるという観点から、「経済構造の変革と創造のための行動計画（1997年5月16日閣議検定）および『教育改革プログラム』（1997年1月24日文部省）において、インターンシップを総合的に推進することとしている」ものが発表されている。

²（株）リクルートキャリア 就職みらい研究所が2013年6月に調査した「採用状況中間調査」より参照。

³（株）リクルートキャリア 就職みらい研究所が2014年3月に発表。

注

¹ 1997年9月18日に、当時の文部省、通商産業省、労働省の三省合同で発表されたもの。これに先んじて、「インターンシップが、