

特別調査

インターンシップに関する調査

日本経団連「倫理憲章」の2011年3月の見直しにより、5日間以上かつ学生を職場に受け入れるものに限るなど、その定義が厳格化されたインターンシップ。産学連携による人材育成を目的として見直しがなされたのだが、企業にとって実施のハードルが上げられた。学生モニターに参加状況を聞いたところ(2012年1月「第1回定期調査」。有効回答1,556名)、実際に経験できた学生は前年度より約5ポイント減少し(下図)、ますます狭き門となったことが分かった。

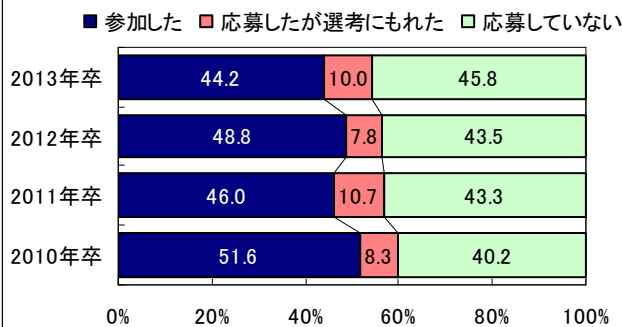
そこで、実際にインターンシップ参加経験のある学生モニターを対象に、厳格化に対する率直な考えを聞くとともに、学生の参加実態を知るべく、参加したインターンシップの内容や感想、インターン参加企業への就職意向などを調査し、分析した。

【主な調査項目】

1. インターンシップの在り方厳格化の認知
2. 主な見直し内容への考え
3. 参加したインターンシップの内容
4. 参加したインターンシップの感想
5. インターンシップの感想(プログラム別/期間別)
6. インターンシップ参加企業への就職意向
7. インターンシップ参加企業への就職エントリー状況

【参考】

インターンシップ参加経験

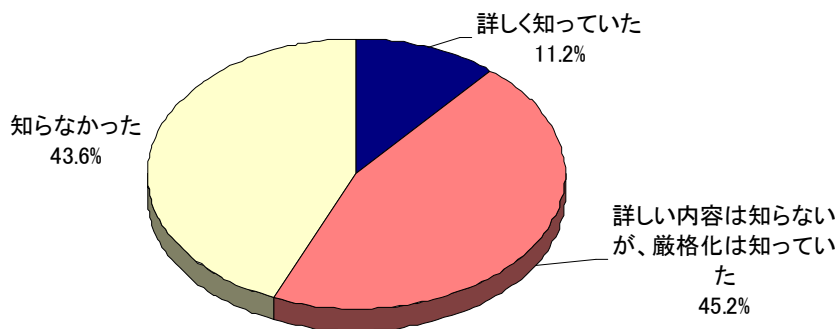


(就職活動モニター調査より)

1. インターンシップの在り方厳格化の認知

まず、「倫理憲章」の見直しに伴い、インターンシップの在り方が厳格化されたことを知っていたかどうかを聞いた。内容まで「詳しく知っていた」のは11.2%と1割あまりにとどまり、「詳しい内容は知らないが、厳格化は知っていた」が45.2%と半数弱。「知らなかった」が43.6%という結果だった。実際に参加経験のある学生でも、厳格化の認知度は高くはなかった。

インターンシップの在り方厳格化の認知



## 2. 主な見直し内容への考え

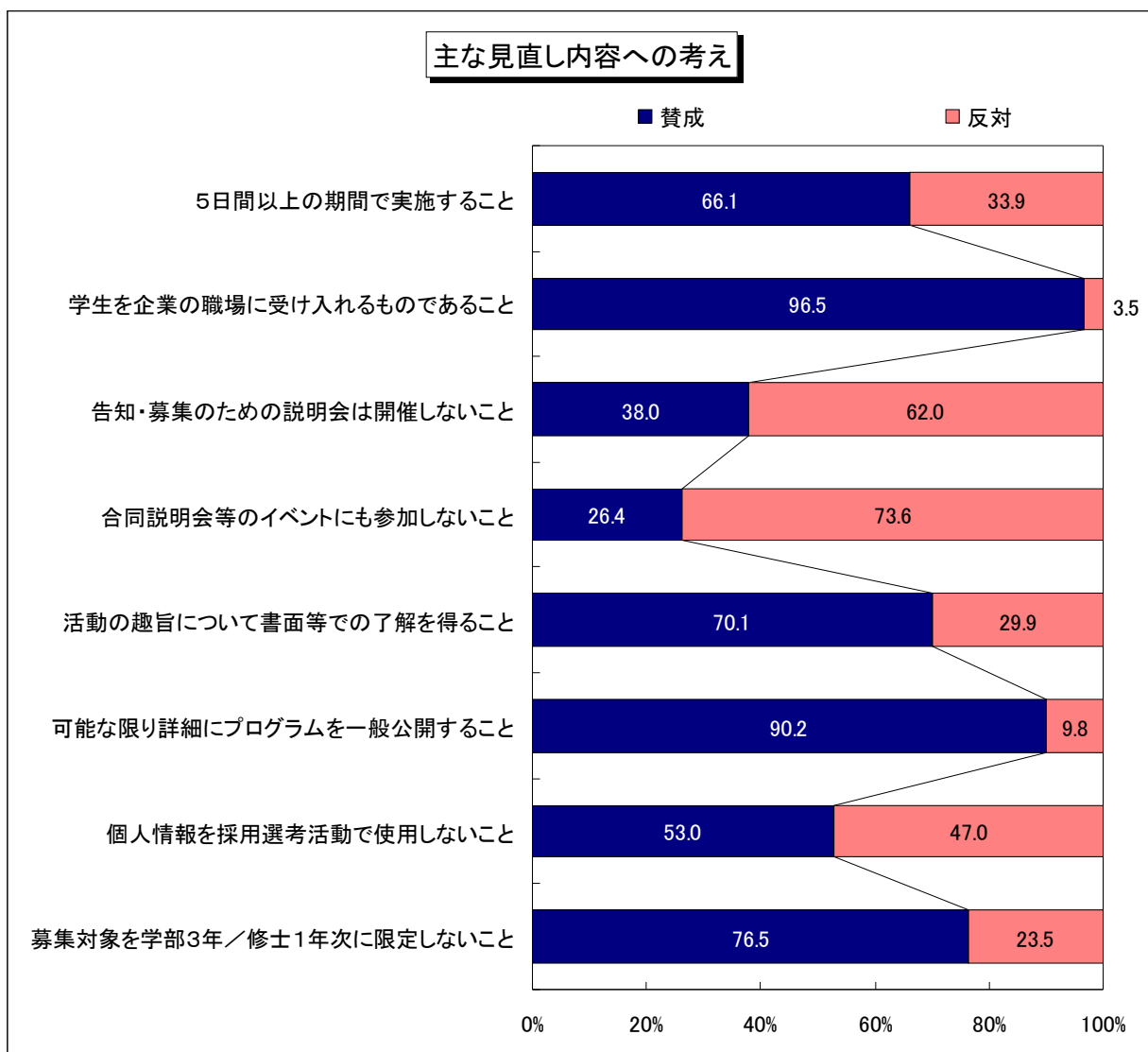
主な見直し内容を確認してもらい、項目ごとに「賛成」か「反対」かを選んでもらった。

1-day を含むショートプログラムが制限され、企業側にとって影響が大きかった実施期間、すなわち「5日間以上の期間で実施すること」については、66.1%が賛成、33.9%が反対と回答した。学生側は賛成者のほうが多く、「短いと十分に理解ができない」「セミナーや社会見学と変わらない」といったものが主な理由。一方、反対理由では「長いと学業に支障が出る」「短期間のものを数多くこなしたい」といった意見が目立った。

「学生を企業の職場に受け入れるものであること」は、96.5%が賛成した。

告知・募集に関する項目については反対の姿勢を示す学生が多く、「告知・募集のための説明会は開催しないこと」は62.0%が、「合同説明会等のイベントにも参加しないこと」は73.6%が反対と回答した。「業務内容を知ってから応募したい」「企業について知る機会が減る」などが主な理由だ。

また、インターンシップに際して取得した個人情報、その後の採用活動に利用しない旨が明記されたが、これについては賛成53.0%、反対47.0%と、学生の意見は分かれている。インターンシップをあくまで「就業体験」と捉えるか、「就職活動の一環」と捉えるかで意見が違ってくるようだ。



**■「5日間以上の期間で実施すること」について**

《賛成》

- 企業の雰囲気、業務などを掴むためには、最低それぐらいの期間は必要だと思う。 <文系男子>
- 1日、2日ではちょっとした社会見学のような感覚になってしまうから。 <文系女子>
- 会社側も学生側も、5日間くらいないと十分に理解できないと実感しました。 <文系男子>

《反対》

- 学生には、学業などの都合で短い期間でないと参加できない人や、数多くの就業体験をしたい人もおり、そのニーズを満たせない。私も後者であった。 <文系男子>
- 必ずしも5日間以上にする必要はないと思う。学校の関係で5日間休めない人もいるので3日間などの選択肢もあってよいと思う。 <理系男子>

**■「学生を企業の職場に受け入れるものであること」について**

《賛成》

- 実際に職場に入らないとわからないことがあるから。 <文系男子>
- 学生が働くことをより真剣に考えるきっかけになると思うから。 <文系女子>
- インターンシップとは職業体験であり、企業が特別に組んだプログラムでは意味がないと思う。 <理系女子>

《反対》

- 別に、職場に受け入れなくても業務理解は可能だと思う。職場に入り、社風を肌で感じることも大切だが、情報管理の厳しい企業などがインターンシップを受け入れる際の障壁になっている気がする。 <文系女子>

**■「告知・募集のための説明会は開催しないこと」について**

《賛成》

- 採用活動と関係ないと定義している以上、説明会を開いてまで学生を集める必要はないと思う。 <文系女子>
- インターンシップに参加したい学生なら自分で調べるはずだと思うから。 <理系男子>

《反対》

- ある程度の説明は必要。貴重な時間を費やすものだし、安易には決められないと思う。 <文系男子>
- インターンシップと本選考を間違えることはないと思うから。企業を知るいい機会であることは間違いないので、説明会を開催すること自体に問題はないと思う。 <文系女子>
- 説明会を開催しないことで、採用選考活動と明確に区別が可能という論理がよく分からない。 <理系男子>

**■「個人情報を採用活動で使用しないこと」について**

《賛成》

- インターンシップはあくまで職業体験であり、就職活動ではない。インターンシップに参加したからといって、採用選考に有利に働くということはないから。 <理系男子>
- 興味のある学生は採用活動用のプレエントリーも必ず行うと思うから。 <文系女子>
- 正直いってどちらでもよいが、採用選考活動とは無関係であるとするなら使用しない方が、筋が通っている。 <文系男子>

《反対》

- 学生側は登録が二度手間となる。そもそもインターンシップに参加する時点である程度その企業に興味を持っているはずなのだから、個人の上承を取れば使っても良いのでは。 <理系男子>
- インターンシップに参加することで、参加していない学生に比べると意思表示をしているつもりである。故に会社説明会の優遇案内など欲しい。 <文系女子>
- インターンシップに参加した企業に就職を希望することは十分に考えられ、優秀な学生に対して企業側からアプローチがあることは自然な流れであると思う。 <文系男子>

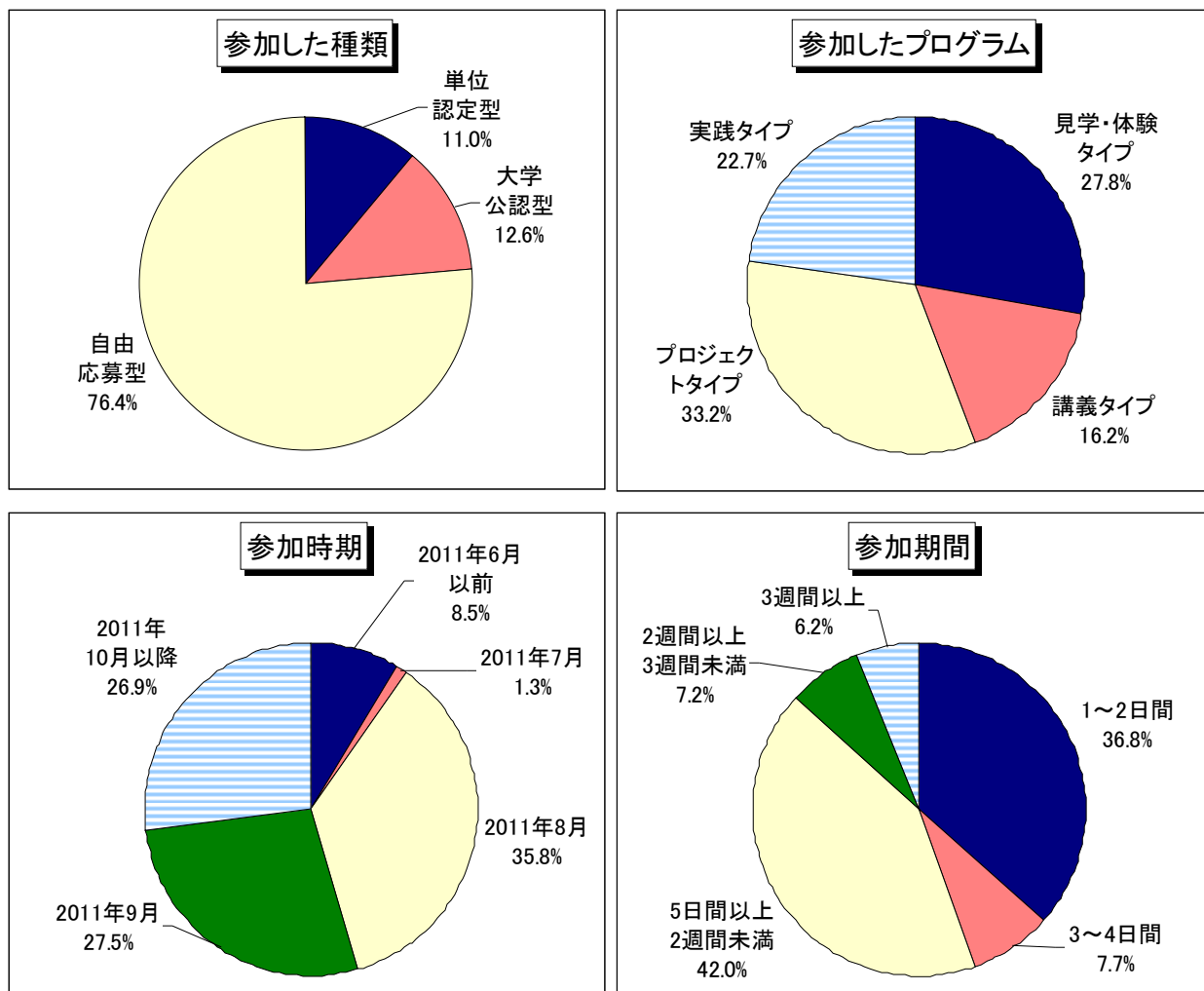
### 3. 参加したインターンシップの内容

実際に参加した内容を聞いた。種類としては「自由応募型」が76.4%と7割強を占め圧倒的に多い。授業の一環として行われる「単位認定型」、大学のキャリアセンターなどが取りまとめて応募する「大学公認型」は、それぞれ11.0%、12.6%と1割程度。

参加したプログラム（下注）は、「プロジェクトタイプ」が最も多く、33.2%。職場に配属され業務を任される「実践タイプ」は、22.7%と2割強だった。

参加時期は、大学の夏休みにあたる時期が多く、「8月」35.8%、「9月」27.5%と、あわせて63.3%にのぼる。後期授業の始まる「10月以降」も26.9%と3割弱ある。

注目の参加期間は、「5日間以上2週間未満」が42.0%と4割強で最多だが、倫理憲章の条件を満たさない「1～2日間」36.8%、「3～4日間」7.7%をあわせると44.5%にのぼり、ショートプログラムへの参加も実際は多かったことが分かる。



(注)各プログラムの違い

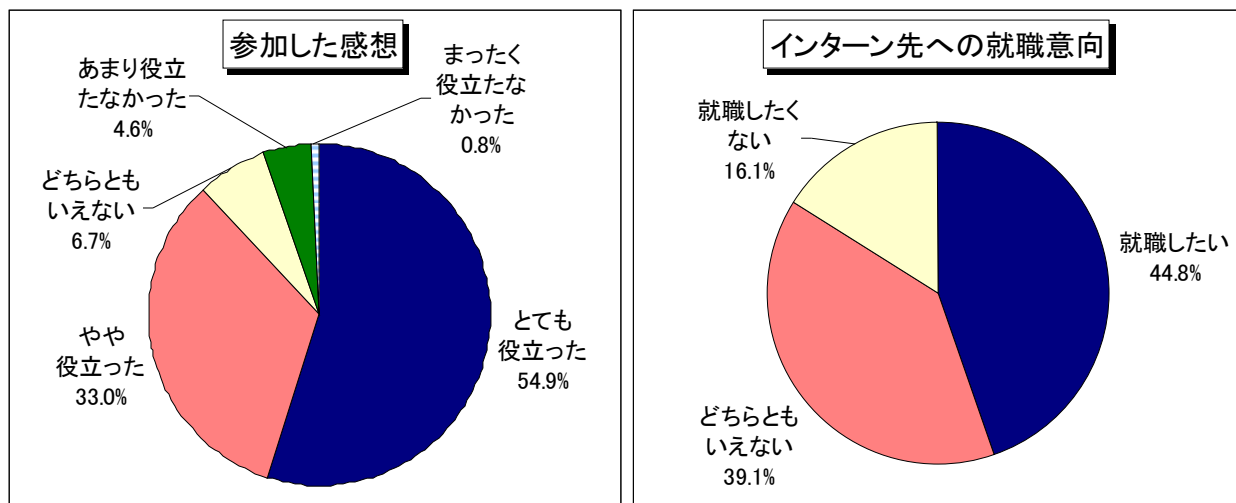
- 見学・体験タイプ = 実際の職場で業務について説明を受け、仕事を少しだけ体験できる。
- 講義タイプ = 業界・企業・仕事についての講義のなかで、その企業の事業内容を理解し、「働く」について学ぶ。
- プロジェクトタイプ = 学生でチームを組み、その企業の事業にかかわる課題に取り組む。
- 実践タイプ = 各部署に配属され、社員の一人として業務を任される。

※複数のプログラムを組み合わせて実施する場合には、主なもの1つを選択

#### 4. 参加したインターンシップの感想

インターンシップに参加した感想を聞いた。「とても役立った」が54.9%と過半数で、「やや役立った」33.0%とあわせると87.9%と高い数字を示し、満足感が高い。

但し、その企業への就職意向となると、「就職したい」は44.8%にとどまる。「どちらともいえない」は39.1%、「就職したくない」は16.1%。単に職業経験として参加した層がこれらを選んだと思われる。また、就職を意識して参加した層でも、必ずしも就職希望先に応募したとは限らない。就職先として考えていたが、インターンシップに参加することでイメージと違ったり、自分に合わないと感じたりした学生も少なくない。後者の中には、就職活動前に気付くことができた点で、インターンシップが「役立った」と評している者もいる。



#### ■応募動機や感想など

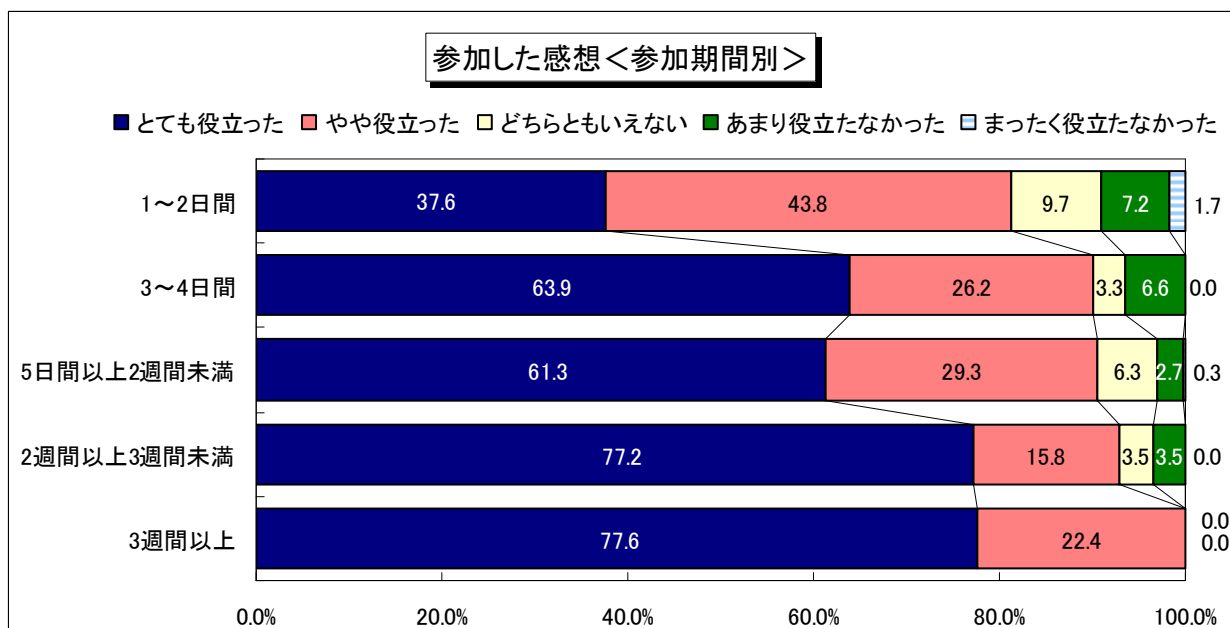
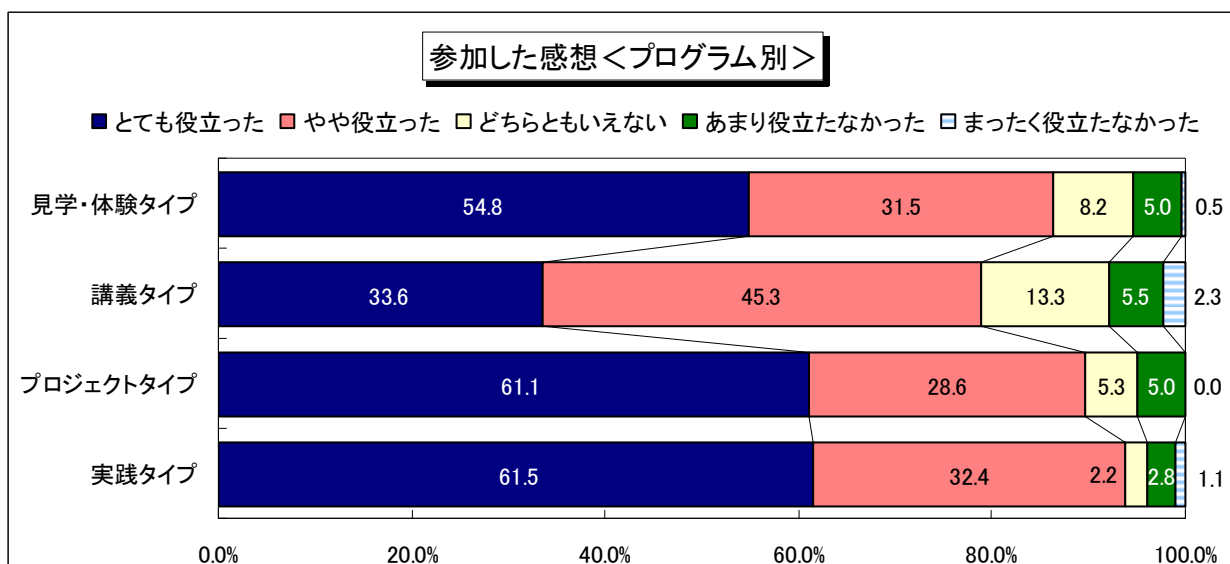
- 実際に営業さん同行し、クライアント先へ行くというものでした。今まで興味のなかった営業という職種に、興味を持つことができました。 <1~2日間>
- 体験型で実際にブラウザを作成しました。また、社員の方々と座談会を行いました。職種や同社に対する理解を深めることができました。 <1~2日間>
- グループで企画を練り、社員の方にプレゼンをするという内容でした。チームでの仕事は、お互いの能力を最大限まで引き出すことが大切だと感じることができました。 <1~2日間>
- 職務内容の講義+デスクローテーションだったので、それまでまったく証券会社の知識がなかったのですが、興味がわくきっかけとなりました。 <3~4日間>
- 接客に興味があり、ホテルでのインターンシップに応募したが、やった仕事内容はドリンクを用意運ぶなど、居酒屋でのアルバイトといった感じを受けた。 <3~4日間>
- 興味のある業界だったため、選考で少しでも有利になれば良いかなと思って応募。同じ志を持つ仲間ができたのは良い機会だった。 <5日間以上2週間未満>
- 大企業の営業というものを体験したかった。法人営業のしくみ、おもしろさが理解できた。そのうえで会社の良いところも悪いところも見られて、就職活動の参考になった。 <5日間以上2週間未満>
- 業務内容を知りたかったが、講義とちょっとした体験ばかりでたいして役には立たなかった。社員の雰囲気を感じられた点は有意義だった。 <5日間以上2週間未満>
- 実際に一社員として寮に入って働くことができ、社会に出てからのイメージを掴むことができたので、とてもよかったです。現場の社員の方も親切に指導してくださいました。 <2週間以上3週間未満>
- 就職活動とは関係なく、社会勉強として参加した。技術を得ることができ、経営者と近い距離で活動できたので、働くことや利益を追求すること、自分の仕事内容に責任を持つことを考えさせられた。 <3週間以上>

### 5. インターンシップの感想（プログラム別／期間別）

インターンシップに参加した感想を、参加したプログラム、期間別に集計してみた。

満足度が高いのは「実践タイプ」と「プロジェクトタイプ」で、それぞれ6割以上が「とても役に立った」と回答。とりわけ実践タイプは、「やや役に立った」をあわせると93.9%と9割を超える。一方、「講義タイプ」は比較的満足度が低く、「とても役に立った」は33.6%と、他のプログラムより20ポイント以上低い。複数のプログラムを組み合わせ実施された場合には、主なもの1つを選択してもらったが、講義がメインのプログラムは短期間での実施が多く、そのこととも関連しているのだろう。

期間別に見ると、期間が長くなるほど満足度が高くなることが表れている。3週間以上の長期プログラムは全員が役に立ったと回答した。長期間となると、実践タイプやプロジェクトタイプがメインとなり、先に見たプログラム別の感想とも繋がっている。

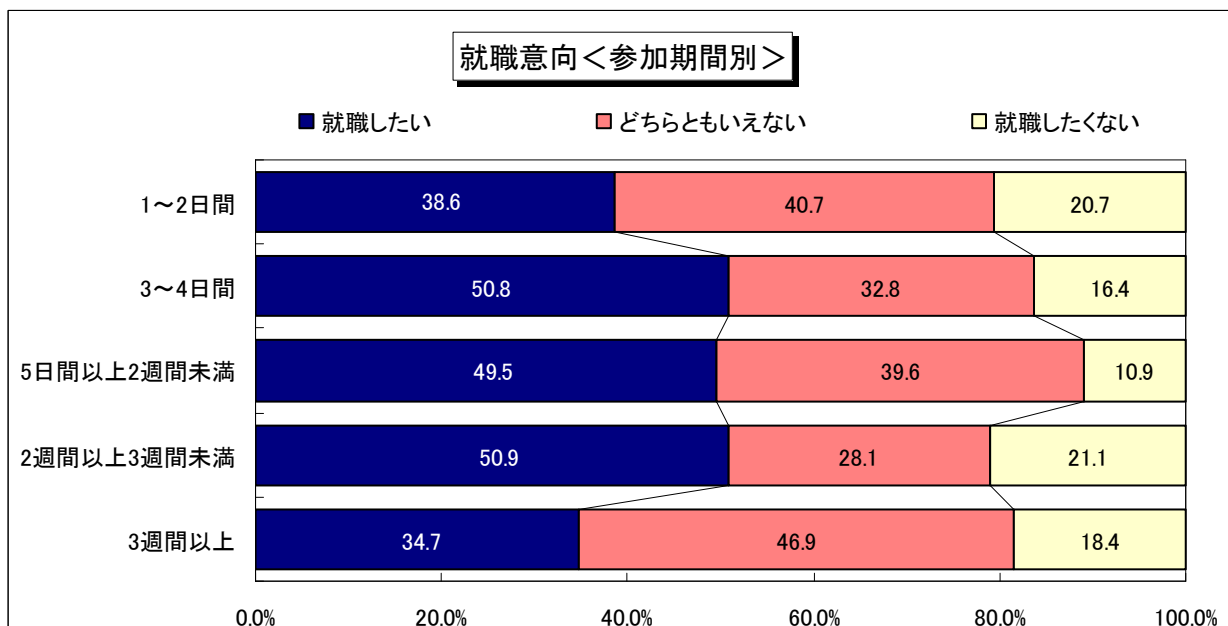
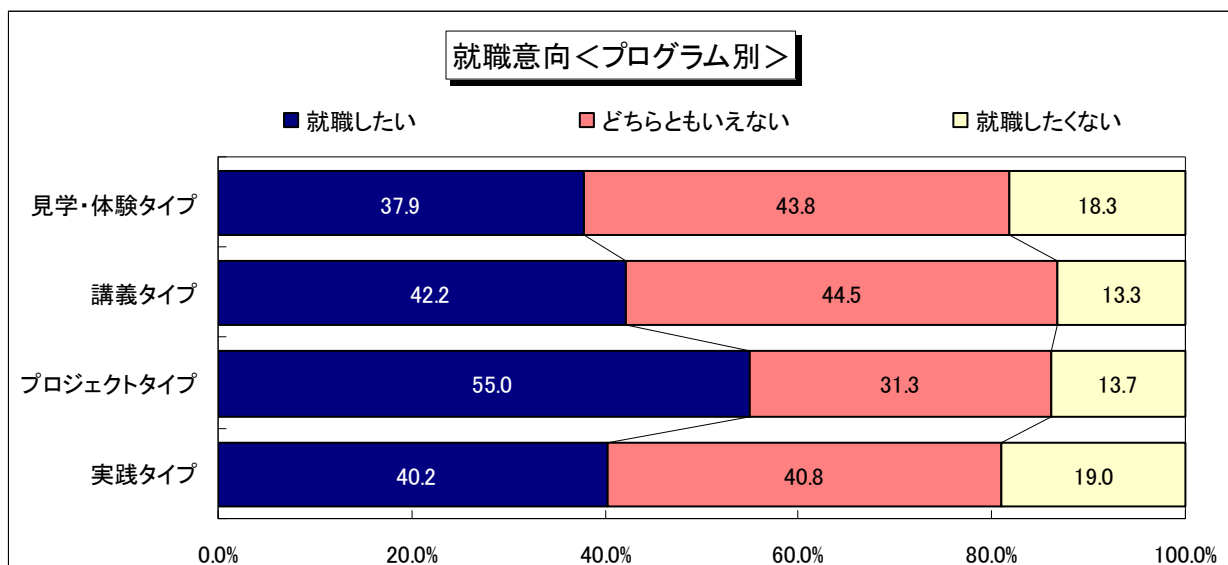


### 6. インターンシップ参加企業への就職意向（プログラム別／期間別）

今度は、インターンシップ参加企業への就職意向を、同じく参加したプログラム、期間別に見てみよう。

その企業に「就職したい」という回答が最も高いのは「プロジェクトタイプ」。55.0%と過半数が選んだ。ここで注目したいのは「講義タイプ」で、先ほど見た感想では「とても役立った」の割合が極端に低かったが、就職意向では2番目に高い。職業体験という面では不満があったとしても、業務や業界に関する知識や現状を講義してもらったことで、就職先として興味をもったという学生が少なくないと推測できる。

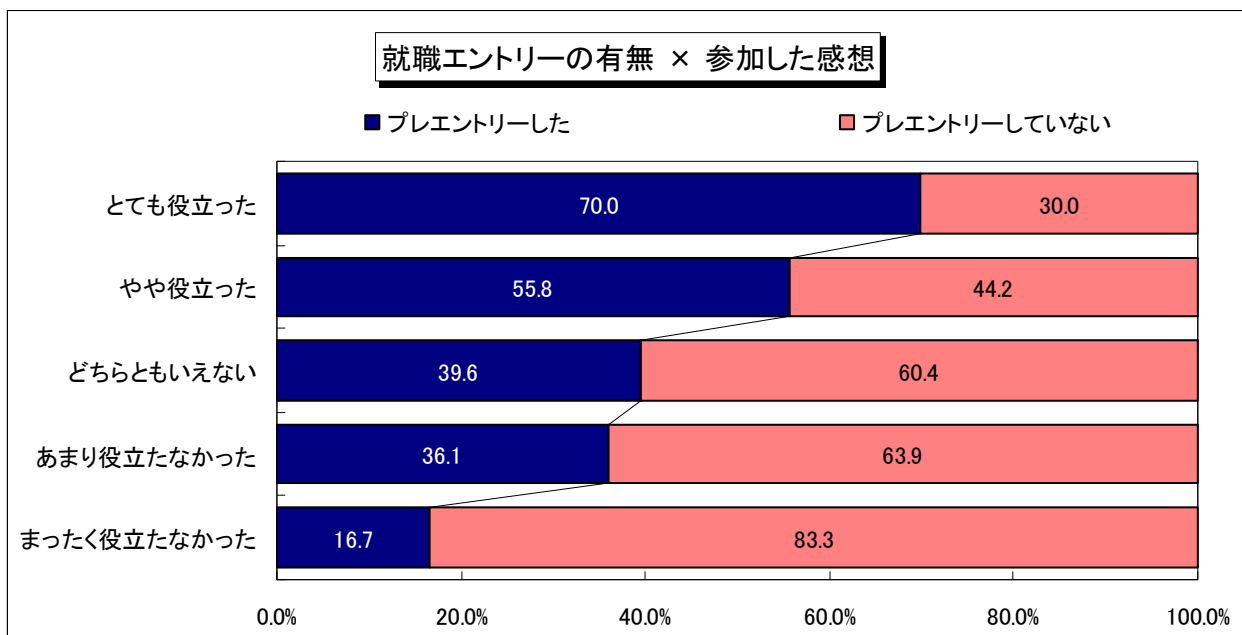
一方、就職意向を期間別に見ると、1～2日間のショートプログラムでは「就職したい」が38.6%にとどまり、「どちらともいえない」(40.7%)より少ない。参加者の就職意向を高めたいなら、ある程度の日数は必要だということだろう。3週間以上の長期プログラムも就職意向が低い、長期にわたり参加したことで、仕事や企業の実情がある程度見え、判断材料が増えたことによると思われる。



### 7. インターンシップ参加企業への就職エントリー状況

インターンシップに参加した感想、すなわち役立ち度合いと、「就職エントリーの有無」との関係をクロス集計してみた。役立ったと感じるほど、「プレエントリーした」の割合が多く、相関関係がはっきりと表れている。

興味深いのが、「どちらともいえない」とした場合でも39.6%、「あまり役立たなかった」でも36.1%と、少なからずの学生が参加企業にプレエントリーをしていることだ。採用広報開始前、いわゆるプレ期のアプローチの効果がうかがえる。



《調査概要》

調査対象：2013年3月卒業予定の全国の現大学4年生（理系は大学院修士課程2年生含む）のうち、1社以上のインターンシップ参加経験者

回答数：489人

文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
169人	161人	98人	61人

《参加期間》

1~4日間	5日間以上
のべ264人	のべ342人

《参加社数/平均》

1~4日間	5日間以上
1.7社	1.4社

調査方法：インターネット調査法

調査期間：2012年1月24日~31日

サンプリング：日経就職ナビ2013 就職活動モニター

◆本資料に関するお問い合わせ先：03-5804-5567/株式会社ディスコ キャリアリサーチ

「日経就職ナビ 就職活動モニター調査」は、株式会社日経HRと株式会社ディスコが大学生の就職活動状況を調査することを目的として実施しています。日経就職ナビは株式会社日経HRが企画・管理を担当し、株式会社ディスコが運営事務局を務めています。