

調査データで見る「インターンシップ最新実施状況」

2014年8月発行

2016年度からのスケジュール大幅繰り下げ（大学3年の3月に採用広報解禁、大学4年の8月に選考解禁）にあたり、プレ期間（2014年6月-2015年2月まで）を利用したインターンシップの実施が増えている。初めて実施するという企業も例年になく目立っている。最新のインターンシップ実施状況をまとめた。

《調査概要》

■ **企業調査** 「新卒採用に関する企業調査－中間調査」

中間調査		《従業員数》		
調査時期	2014年5月20日～28日	～299人	300～999人	1000人以上
回答社数	全国の主要企業 1,097社	422社	407社	268社

■ **学生調査** 「日経就職ナビ 学生モニター調査」

調査対象	日経就職ナビ2015 就職活動モニター
調査時期	7月1日～7日
回答人数	1,248人(文系男子400人、文系女子325人、理系男子349人、理系女子174人)

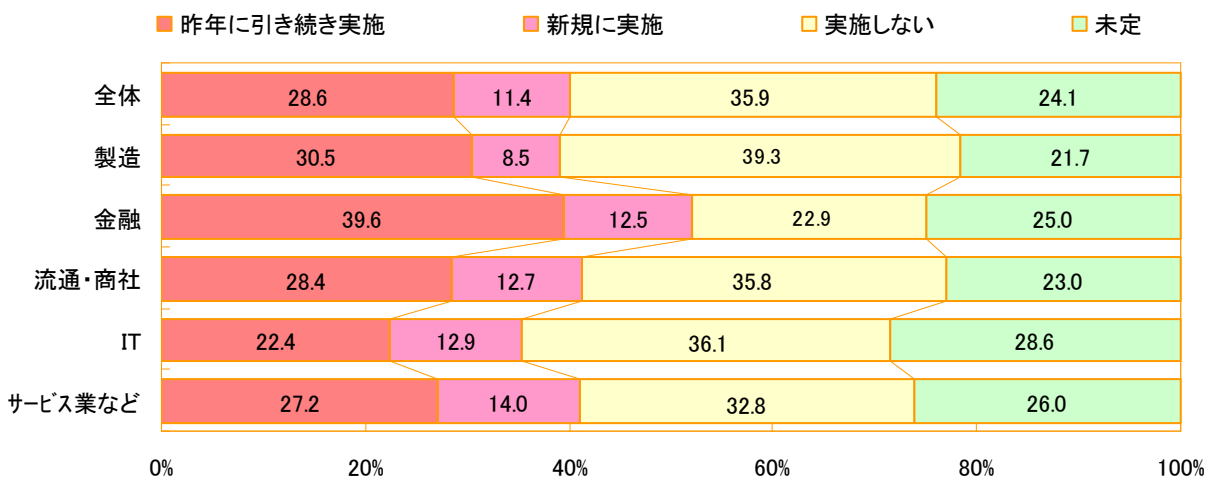
調査方法：インターネット調査法
調査機関：株式会社ディスコ キャリアリサーチ

[1] インターンシップの実施状況／企業調査

弊社が今年5月に実施した企業調査の中で、今年度（2014年4月～2015年3月）のインターンシップ実施予定を尋ねた。実施すると回答したのは全体の40.0%で、そのうち11.4%が「新規に実施」（昨年度は実施しなかったが今年度は実施）と回答した。例年は2～3%ほどなので驚異的とも言える数字だ。

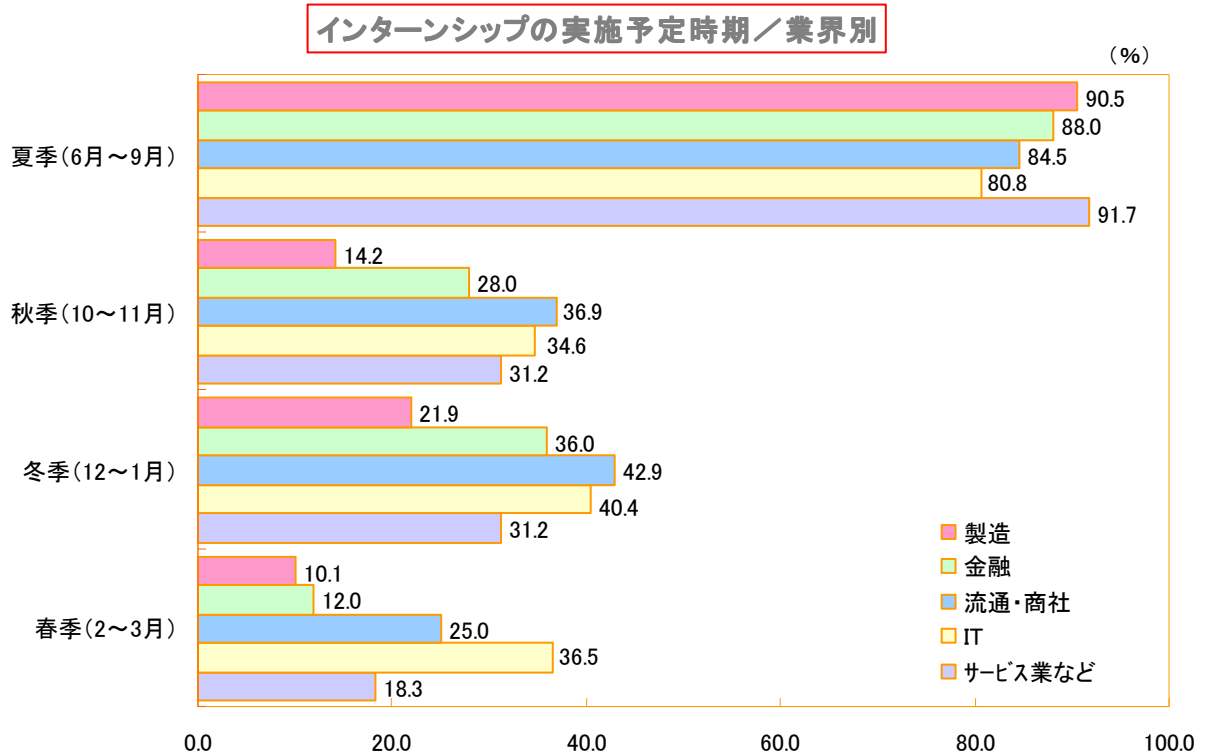
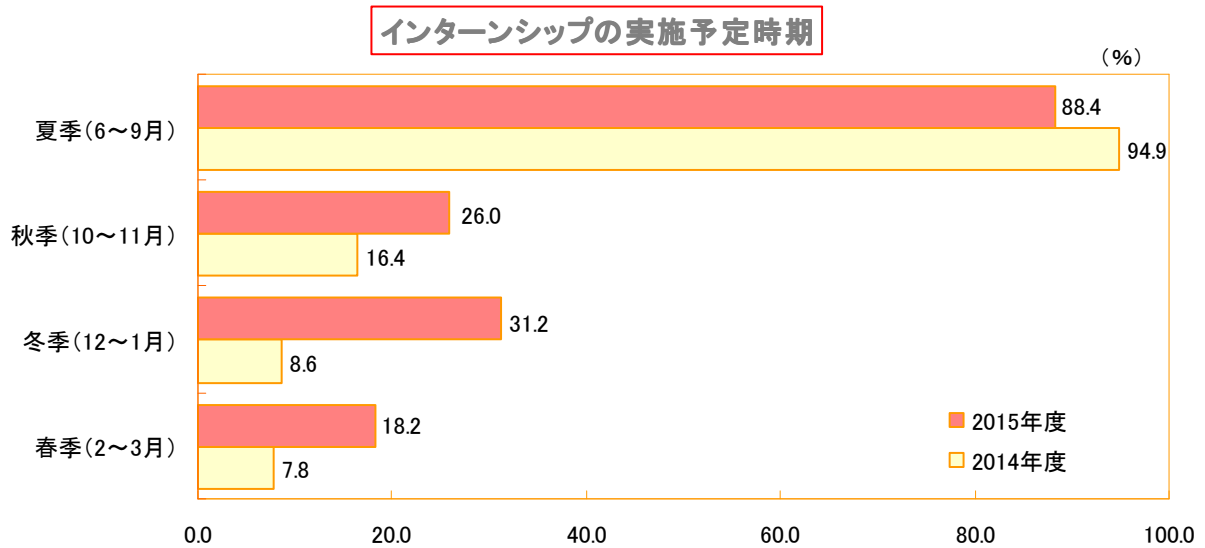
これを業界別にみると、インターンシップを「新規に実施」する割合が最も多い業界は、「サービス業など」で14.0%にのぼる。「IT」「流通・商社」「金融」も12%を超え、多い。ちなみに「金融」の実施率は52.1%と半数を超え、最も実施率が高い。

今年度のインターンシップ実施状況



【2】 インターンシップの実施時期／企業調査

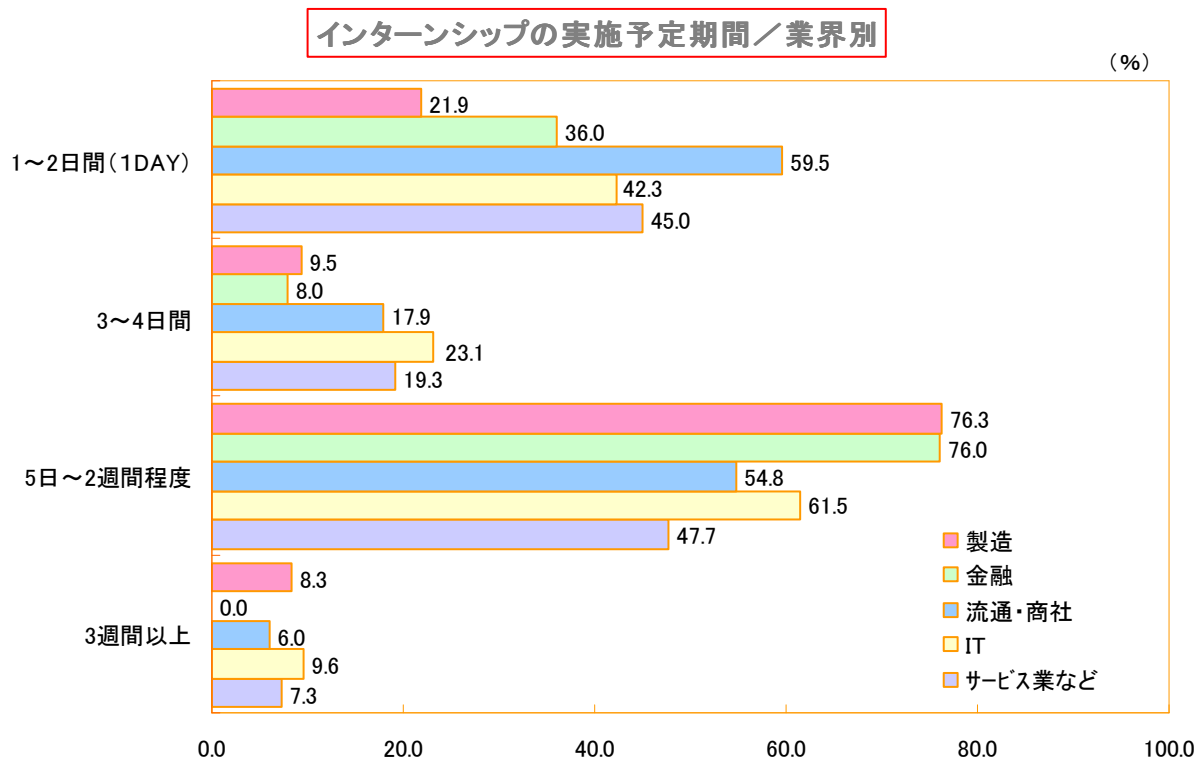
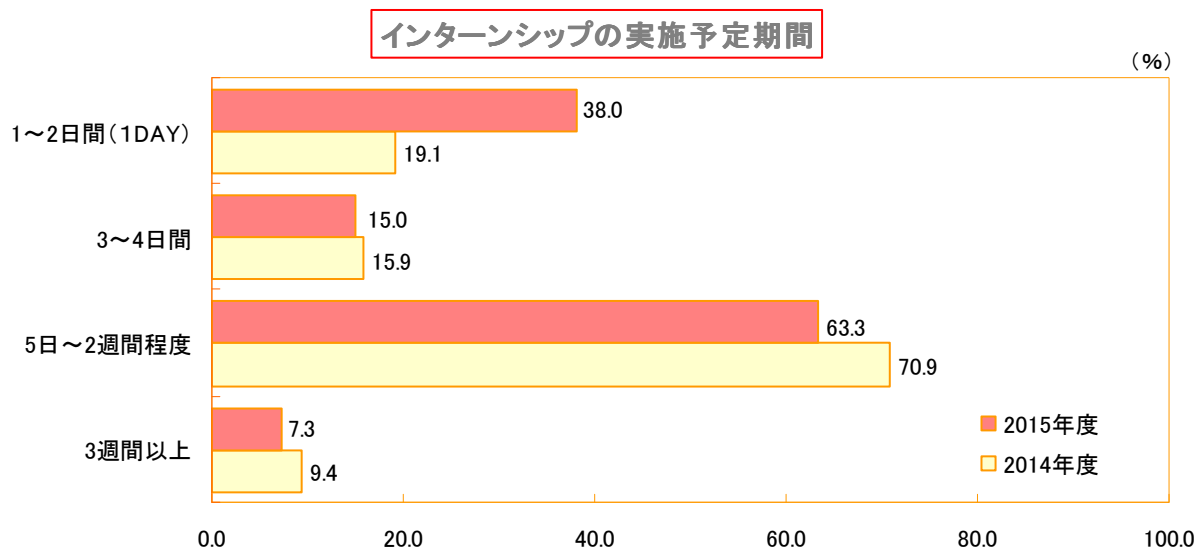
インターンシップを実施すると回答した企業に、その時期を尋ねた。「夏季（6～9月）」が88.4%と最も多いが、前年調査と比較すると6.5ポイント低くなっている。代わりに「秋季（10～11月）」が26.0%（前年比9.6ポイント増）、「冬季（12～1月）」は31.2%（同22.6ポイント増）、「春季（2～3月）」は18.2%（前年比10.4ポイント増）と、いずれも前年を大きく上回っている。昨年までは、3年生の12月が採用広報解禁だったが、今年は3月へと3カ月繰り下がったため、秋や冬のインターンシップで学生との接点を増やし、強く印象づけようという狙いが読み取れる。業界別では、「IT」が通年で行う予定の企業が多いようだが、いずれの業界も比較的冬季に比重を置いている。



[3] インターンシップの実施期間／企業調査

インターンシップの実施期間を尋ねたところ、「5日～2週間程度」が63.3%と最も多いが、前年調査を7.6ポイント下回っている。逆に「1～2日間（1DAY）」が38.0%と前年（19.1%）の倍近くに増えている。

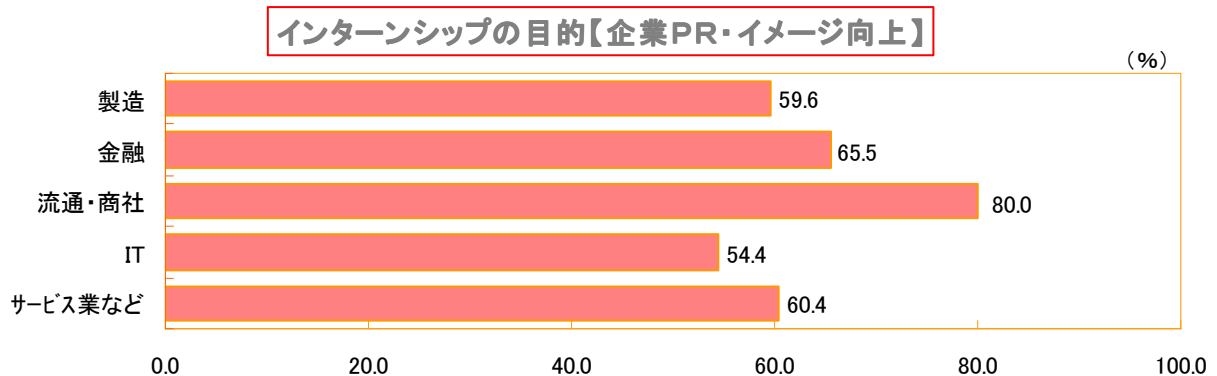
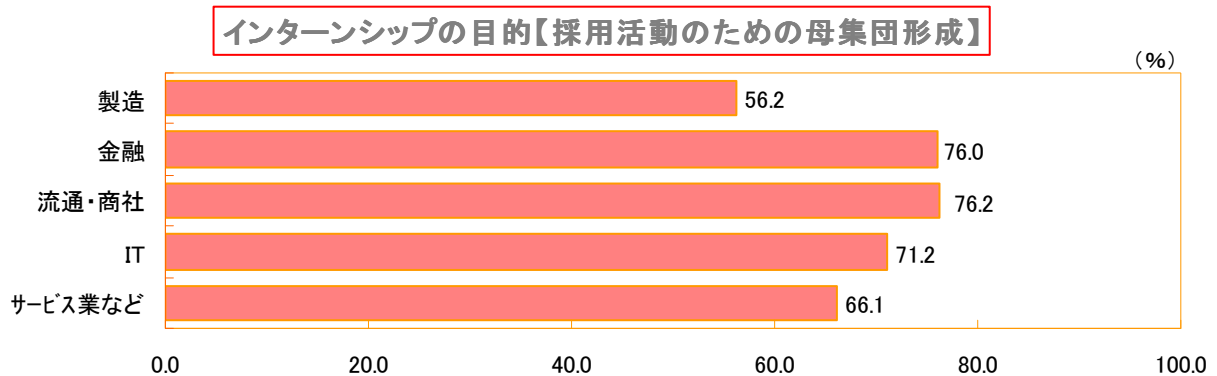
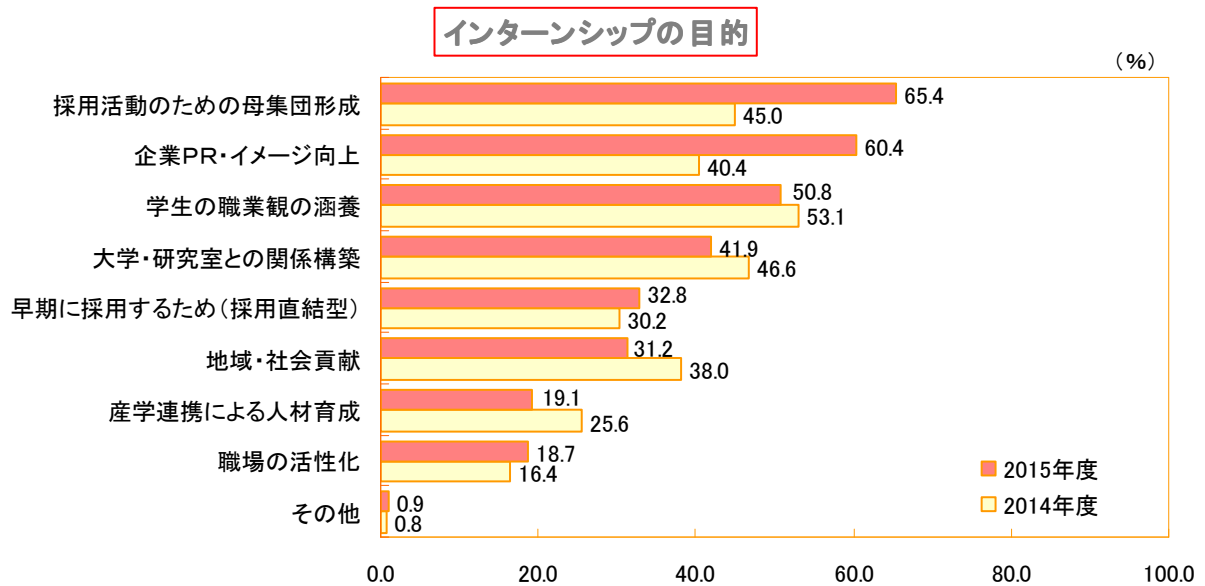
業界別でみると、「流通・商社」は59.5%が「1～2日間（1DAY）」で実施するとしており、全体値を押し上げている。また、「5日～2週間程度」で実施するのは「製造」（76.3%）、「金融」（76.0%）が多い。



[4] インターンシップを実施する目的／企業調査

インターンシップの実施目的を尋ねた。前年調査では「学生の職業観の涵養」(53.1%)が最も多かったが、今年度は「採用活動のための母集団形成」(65.4%)が最も多くなっている。次いで「企業PR・イメージ向上」(60.4%)が続き、「学生の職業観の涵養」(50.8%)は3位だった。採用スケジュールの変更を控え、より採用を意識したインターンシップへとシフトしているようだ。

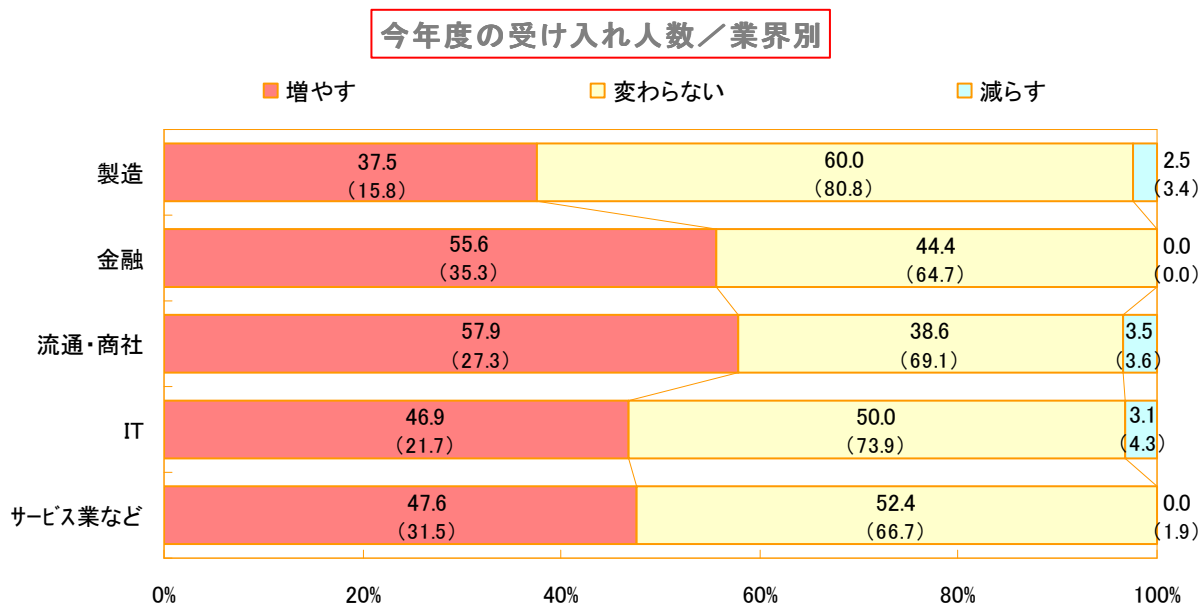
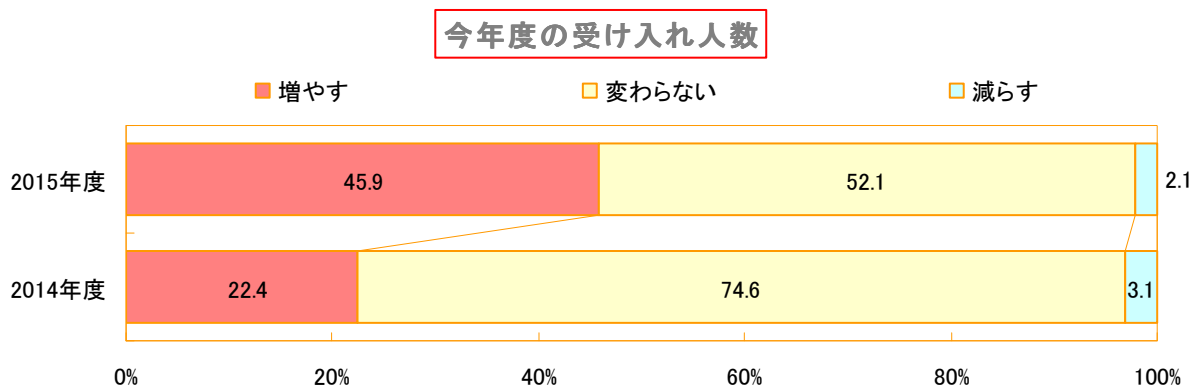
上位2項目を業界別にみると、「採用活動のための母集団形成」は「流通・商社」(76.2%)、「金融」(76.0%)、「IT」(71.2%)の3業界が7割を超える。「企業のPR・イメージ向上」は「流通・商社」が80.0%と最も高い。



【5】受け入れ人数の増減／企業調査

今年度のインターンシップで受け入れる人数を前年度よりも「増やす」と回答した企業は 45.9%と前年調査の 2 倍以上になっている。

「増やす」という回答が最も多いのは、「流通・商社」の 57.9%で、前年比 30.6 ポイント増と増加幅も大きい。次いで「金融」が 55.6%（前年比 20.3 ポイント増）。増加幅で見ると、「流通・商社」に次いで大きいのは「IT」（同 25.2 ポイント増）である。「[4]インターンシップを実施する目的」（P4）で確認したが、インターンシップでの母集団形成に力を入れていくとの方針を裏付ける。

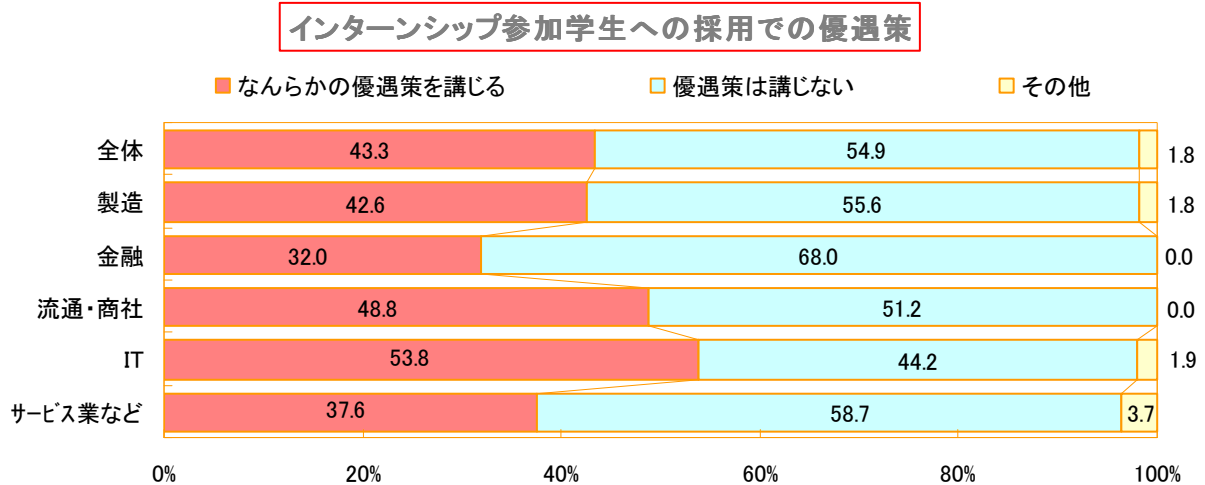


※()内は前年同期の数値。

【6】インターンシップ参加学生への優遇措置／企業調査

インターンシップに参加した学生が採用選考（入社試験）に応募してきた場合に、優遇策を講じるかどうかを尋ねた。「なんらかの優遇策を講じる」と回答したのは全体では43.3%と4割強にのぼる。

業界別でみると、半数を超えているのは「IT」（53.8%）のみで、逆に「金融」は32.0%と最も少ない。「金融」はインターンシップ実施率は最も高いが、優遇策を講じるケースは少ないという特徴が見られる。



■インターンシップを重要と考える理由

○早い段階で学生へ訴求する、また学生の企業理解の助長という点で、重要だと考える。特に選考期間が短くなる中で、早い時期に業界志望の学生に会えるということは、学生の感覚をつかむためにも重要。
 <運輸・倉庫>

○2015年度採用でインターンシップに参加した学生が内定に繋がったのでインターンシップを通じて弊社への理解を深めてもらい、双方にとっていい結果につながったため。
 <商社（専門）>

○会社の風土になれた学生は採用後の定着率が良いと感じます。ミスマッチによる退職をなくすためにも重要と判断します。
 <ホテル・旅行>

○広報開始時期が延び、実際の就職活動期間も短くなるため、早期に認知されていないと採用するのも厳しくなり、インターンのような活動はとくに大事になってくると思います。
 <情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト>

○職業観の涵養として、最低限必要だと思う。アルバイト経験と異なる視点で、企業活動を観察する好機会なので参加を勧めたい。参加するからOKではなく、そこで何を考え・どう判断したかが重要。
 <信用金庫・労働金庫・信用組合>

○就職活動の短縮化により学生の動機形成が甘くなっていると感じる。そのためインターンシップでの経験・知識は今まで以上に重要となってくると考える。
 <機械・プラントエンジニアリング>

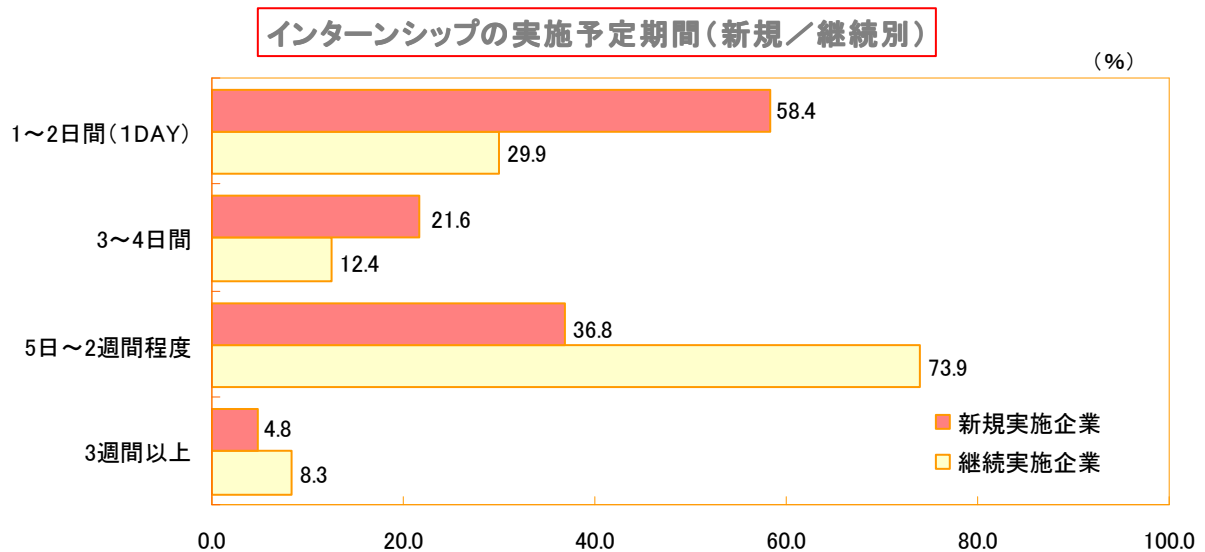
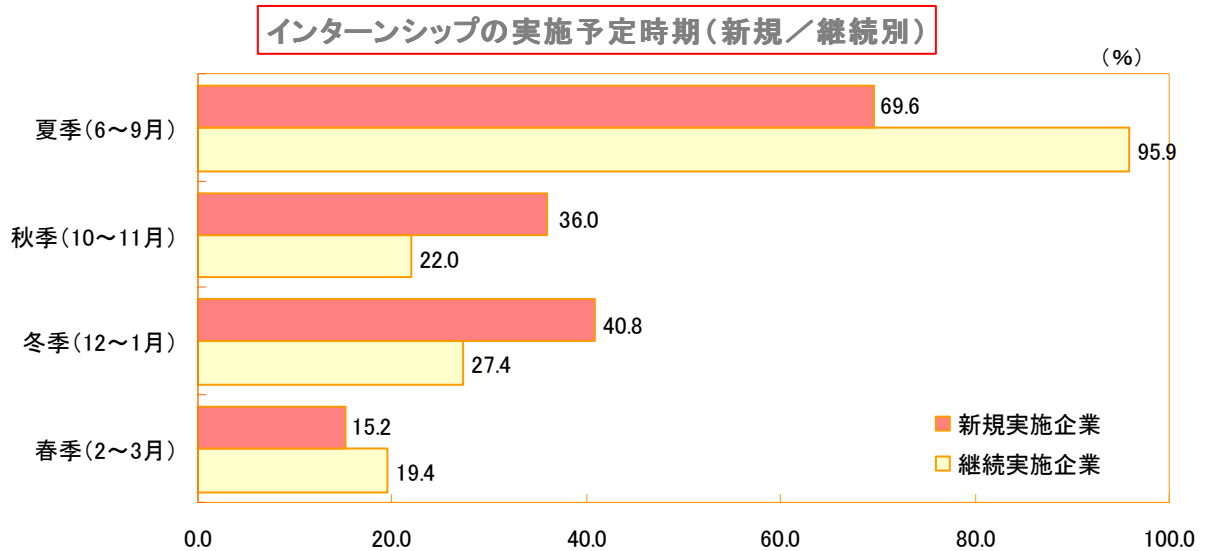
○採用広報の重要なツールとしての位置付けが確立されている。特に実習の巡回時に教員が職場訪問していただける学校については、次年度推薦確率が上昇する。
 <電子・電機>

【7】新規実施企業の特徴／企業調査

今年度新たにインターンシップを実施する企業が大幅に増える中、新規実施企業の実施時期や期間にどのような特徴があるだろうか。新規実施企業と継続実施企業とに分けてグラフ化してみた。

実施時期は、新規実施企業・継続実施企業ともに「夏季」が最も多い。但し、割合に差が見られ、継続実施企業は95.9%と9割を超えるのに対し、新規実施企業では69.6%と7割弱にとどまる。その代わり、「冬季」「秋季」が継続実施企業よりかなり多く、「秋季」36.0%、「冬季」40.8%と、継続実施企業をともに10ポイント以上、上回る。新規実施企業はこれまで実施が少なかった「冬季」「秋季」に実施する傾向にあると言える。

一方、実施期間は、新規実施企業と継続実施企業で大きく異なる。継続実施企業は「採用選考に関する企業の倫理憲章の理解を深めるための参考資料」に示された期間（5日間以上での実施）を守る傾向にあり、「5日～2週間程度」（73.9%）が最も多い。一方、新規実施企業で最も多いのは「1～2日間」（58.4%）で、次いで「5日～2週間程度」（36.8%）である。新規実施企業の場合、できる範囲で始めようという企業が多いのだろう。

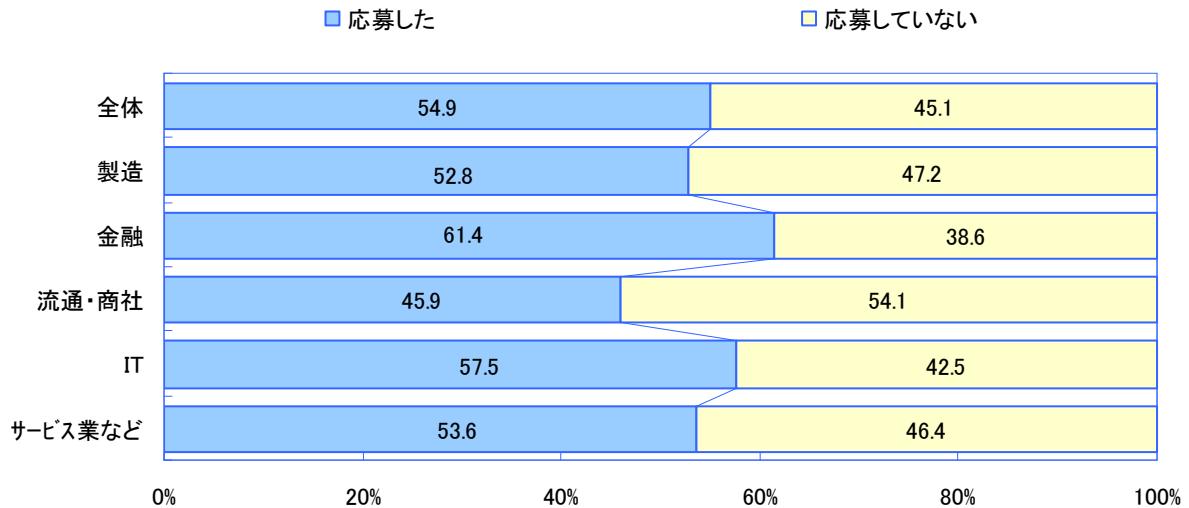


【8】 インターンシップ参加企業への採用選考応募状況／学生調査

最後に、学生側のデータを紹介したい。インターンシップ参加後に、就職先としての志望度が高い業界はどこだろう。2015年度の就職活動モニターに、インターンシップ参加企業の採用選考への応募状況を尋ねたところ、全体では半数以上の54.9%が応募していた。

業界別に集計すると「金融」が61.4%と最も多い。次いで「IT」が57.5%。「流通・商社」(45.9%)を除く4業界で半数以上の学生が採用選考に応募していた。

インターンシップ参加企業への採用選考応募状況



インターン参加企業の採用選考に応募した学生のうち、24.9%が「インターンシップ参加企業から内定を得て、その企業に決定」している。また「インターンシップ参加企業から内定を得たが、別の企業に決定」、つまり内定を辞退したのは10.6%。残りの64.5%は本選考に応募したものの内定には至っておらず、インターン先から内定を得たのは3人に1人であった。

業界別では、「インターンシップ参加企業から内定を得て、その企業に決定」の割合がもっとも高いのは「IT」(28.6%)だが、辞退も多い(16.7%)。「流通・商社」も、内定辞退が17.6%と高い。インターンシップ参加者の採用選考応募が最も多い「金融」は、内定を得ていない割合が69.4%と最も高く、採用と切り離して実施しているケースが多いことがうかがえる。

インターンシップ参加企業への就職決定状況

