

「インターンシップの成果と課題

—受入企業アンケート結果から—

浅 海 典 子

1. 問題意識

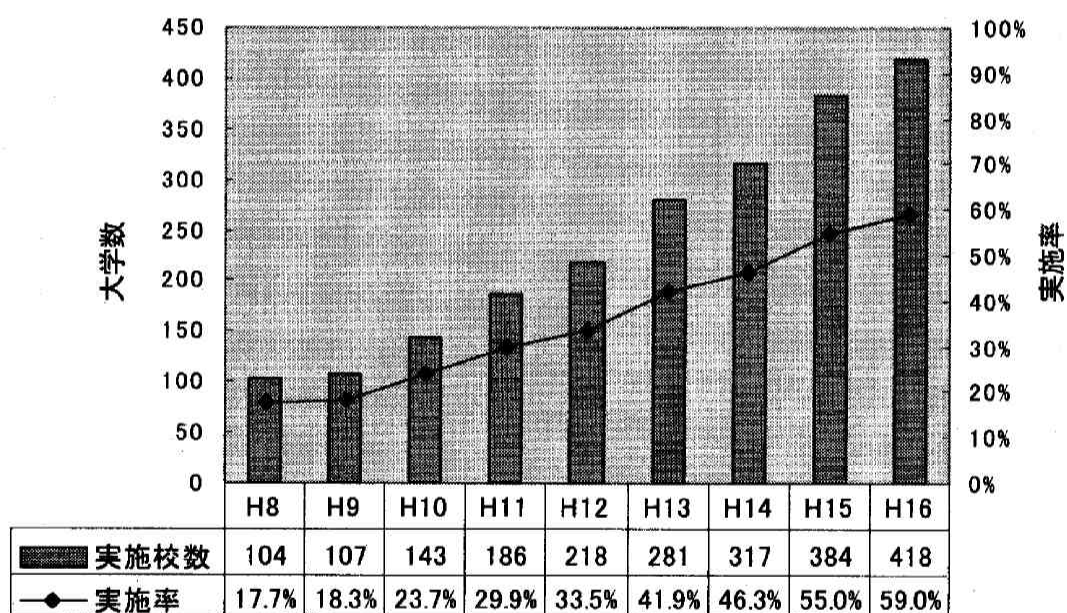
若年者の就職率の低下¹、無業者や離転職者の増加²などを背景として、若者のキャリア形成支援が大きな課題となっている。大学におけるキャリア形成支援は、従来から進められてきた就職指導から、将来のキャリア形成に向けた指導へと変化しつつある。労働政策研究・研修機構（2004）によれば、大学就職部は「自己理解」「勤労観・職業観」「生きること・働くことの意義」「職業理解」「礼儀・マナー」などの幅広いテーマによる指導を行い、低学年からキャリア形成への意識を高めようとしている³。また、大学と企業の連携によるキャリア形成支援への要望も高く、「企業のインターンシップの積極的受け入れ」を94.7%の就職部が必要であるとしている。

インターンシップとは、1997年に文部省・通商産業省・労働省（当時）がとりまとめた「インターンシップ推進に当たっての基本的考え方」によれば、「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」である。従来より、インターンシップは医療や教員養成分野などの学校教育と職業とが直結する場合に「実習」として導入されてきた。しかし上記の定義によるインターンシップは、特定の専攻を対象とせず、また必ずしも教育体系に組み込まれないなど、幅広く捉えられて推進されている。

文部科学省（2005）『平成16年度インターンシップ実施状況調査結果』に

よれば、単位認定を行う授業科目としてインターンシップを実施した大学は418校である。大学実施率は59.0%であり、毎年確実に増加している。（図1 インターンシップ実施大学数と実施率の推移）また授業科目としてインターンシップを体験した大学生は39,010人を数える。厚生労働省（2005）『インターンシップ推進のための調査研究委員会報告書』では、単位認定を受けたインターンシップ生の割合に文科省調査の学生数を当てはめて、平成14年度に全国でおよそ12万人がインターンシップに参加しているものと推計している（単位認定を受けないインターンシップを含む）。平成16年度の単位認定学生数によって推計すれば、全国でおよそ15万人の参加が推測される。

図1 インターンシップ実施大学数と実施率の推移



出所：文部科学省（2005）『平成16年度インターンシップ実施状況調査結果』より作成

一方、学生を受け入れる企業側¹もインターンシップを含む若年者のキャリア形成支援に積極的な姿勢を示しており、たとえば日本経済団体連合会・日本商工会議所（2003）「若年者を中心とする雇用促進・人材育成に関する

共同提言」では、充実すべき施策のトップに「インターンシップ、トライアル雇用等の推進」を挙げている。

このように、行政・大学・企業が積極的に推進してきたインターンシップであるが、関心と期待が高まる一方で課題も見出されている。大学にとって最大の課題は受入企業数の確保であり、厚生労働省（2005）では、50.0%の大学が「企業の確保が難しい」としている。

企業数を確保するためには、企業のインターンシップ受け入れへの意欲を引き出す必要がある。それでは、企業はどのような目的でインターンシップ学生を受け入れているのであろうか。厚生労働省（2005）によれば、企業のインターンシップ受け入れの目的は「学生の就業意識向上（67.6%）」がトップであり、いわば社会貢献が最大の目的である。しかし、「指導にあたる若手社員の成長（40.7%）」「地元の大学等との交流の深化（40.6%）」「学生の配置による職場全体の活性化（36.3%）」なども指摘され、比率は低いが採用や繁忙期の人手確保を挙げる企業も見られる。このような企業の受け入れ目的に対して、大学教育として可能な範囲で対応し、受け入れへのインセンティブを高めることが、企業数の確保と拡大につながるものと考えられる。

神奈川大学経営学部のインターンシップは、1998年からのパイロットテスト期間を経て、2000年に経営学特殊講義としてスタートした。2002年の新カリキュラムからは単位認定を行う「実社会体験研究」として導入され、2004年から3年次科目として開講されている。2005年度のインターンシップは学生による成果報告会をもって終了し、次年度への準備期間を迎えている。そこで本稿では、2005年度神奈川大学経営学部インターンシップの受入企業へのアンケート調査結果および訪問調査結果を用いて、以下の点を検討する。

- ① 神奈川大学経営学部のインターンシップ受入企業の目的は何か。またその目的を達成し成果を得たと評価しているか。
- ② 大学は受入企業の目的に対応できているのか。課題は何か。

2. 神奈川大学経営学部の実社会体験研究の概要

(1) 「実社会体験研究」の学修目標と運営

「実社会体験研究」は、以下の4つの学修目標の達成をめざしている。①大学で学ぶ経営学の諸理論が、実社会でどのように活かされているかを研究する。②自己の職業適性や興味関心への理解を深める。③職業人となることへの意識を醸成し、働くことの心構えを学ぶ。④社会人としての基本的なスキルやビジネスマナーを学ぶ。

またこの科目は「事前学習」「インターンシップ実習」「成果報告」の3段階に分けて運営される。各段階の学習内容は以下のとおりである。

「事前学習」：組織の仕組みと働き・仕事の進め方・自己理解と他者理解・インターンシップでのコミュニケーション・職場でのマナーとルール・プレゼンテーション

「インターンシップ実習」：企業での約2週間の職場実習と課題研究

「成果報告」：インターンシップ実習の報告書提出、大学と企業合同の成果報告会での発表

「事前学習」は4～7月の授業時間内に実施し、8～9月の夏期休業中に「インターンシップ実習」を行った。成果報告会は10月に開催した。

(2) 受入企業と参加学生

2005年度のインターンシップ受入企業は、神奈川県および東京都の33社であった。その内訳は、行政機関：3社、公益法人：3社、社会福祉：2社、製造：5社、建設・工事：2社、運輸・ホテル：2社、出版・広告：2社、商社・卸売：2社、小売：4社、情報サービス：4社、その他サービス：4社である。

「実社会体験研究」を履修しインターンシップ実習に参加したのは、神奈川大学経営学部国際経営学科3年次生57名である。履修者全員がインターンシッ

プ実習をやり遂げ、単位を取得した。

3. インターンシップ受け入れの目的

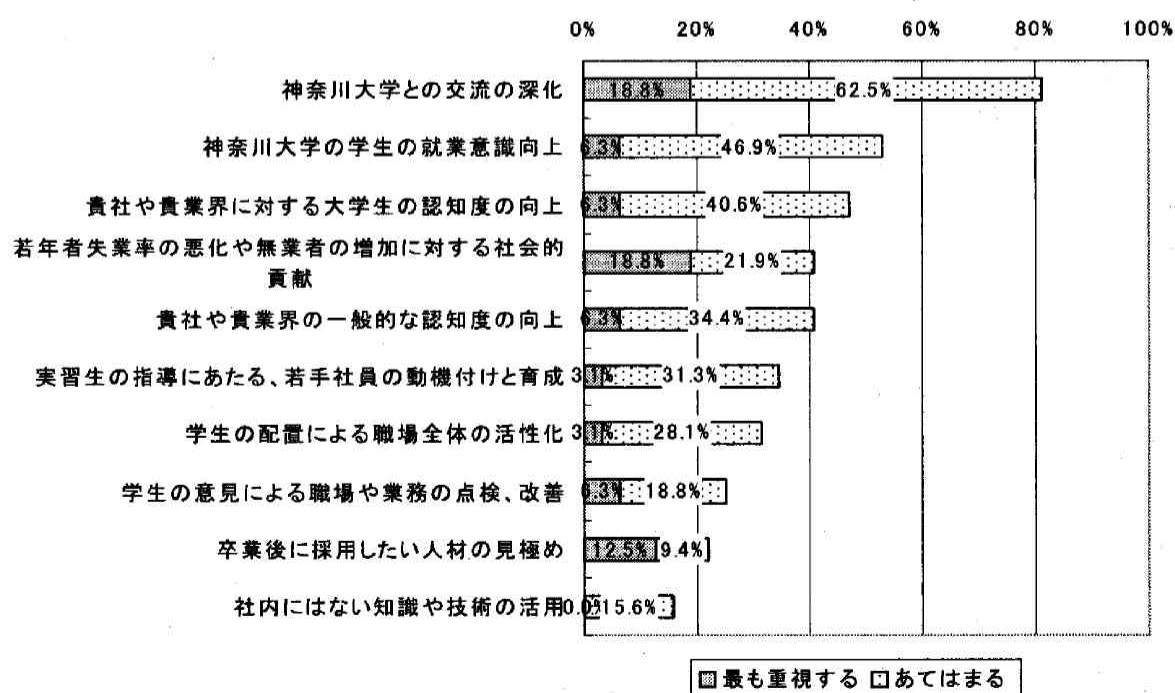
(1) アンケート調査概要

2005年度のインターンシップを評価するために、受入企業33社を対象としてアンケート調査を実施した。成果報告会を終え、すべてのプログラムが終了した2005年10月20日から11月10日の期間にアンケート調査票を郵送し、回収・集計を行った。32社から回答を得た。

(2) インターンシップの受け入れ目的

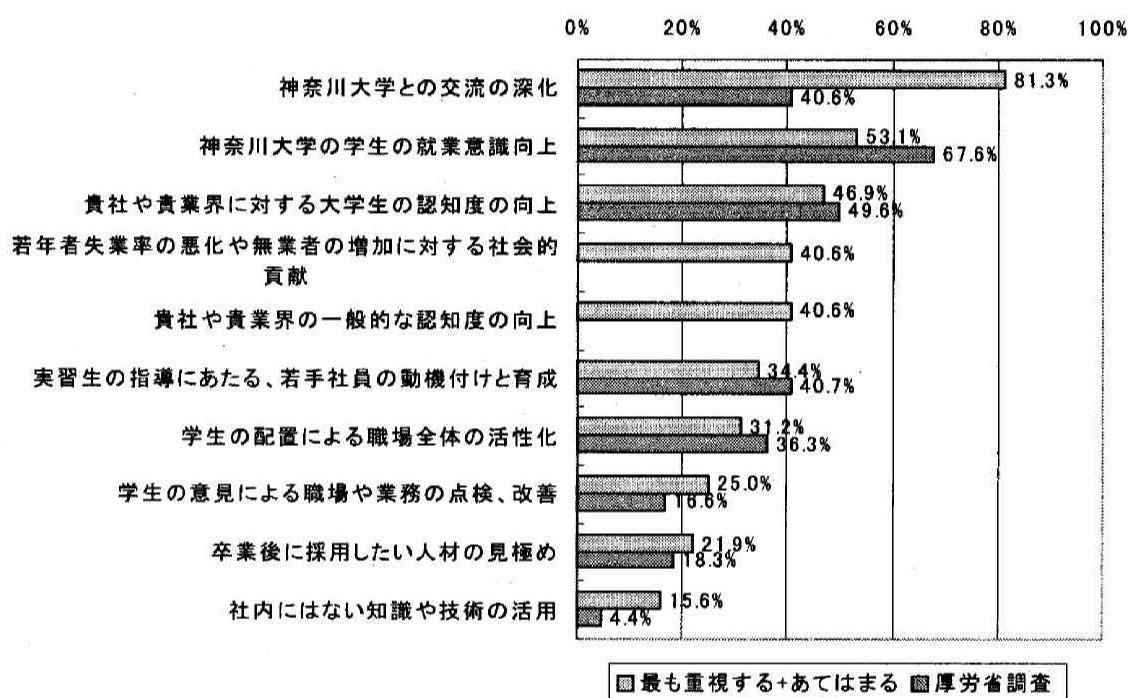
インターンシップ受け入れの目的を尋ねた結果が図2である（複数回答、回答数32社）。最も重視する目的（1つのみ選択）は、「神奈川大学との交流の深化」「若年者失業率の悪化や無業者の増加に対する社会的貢献」がともに18.8%で際立って多い。さらに「あてはまる」も含めた比率を見ると、8割以上の企業が「神奈川大学との交流の深化」を挙げている。

図2 インターンシップ受け入れの目的（MA、n=32）



この結果を厚生労働省（2005）の調査と比べてみると⁵（図3 受け入れ目的の比較）、神奈川大学経営学部のインターンシップ受入企業では、大学との交流深化を挙げた企業の比率が高いことがわかる。さらに、厚生労働省調査では用意されていない選択肢であるが、神奈川大学経営学部のインターンシップ受入企業の4割が、「社会貢献」を目的としており、地元大学との連携や教育・人材育成への貢献に対する意欲が高いことがわかる。

図3 受け入れ目的の比較（神奈川大学経営学部/厚生労働省調査）



（3）受け入れ目的別3つの企業グループ

各企業が選んだ受け入れ目的によって、回答企業32社は大きく3つのグループに分けることができる。

①社会・地域・大学への貢献志向企業（20社）

「神奈川大学との交流深化」「自社や業界の一般的な認知度の向上」「若年者失業率の悪化や無業者の増加に対する社会的貢献」「神奈川大学の学生の就業意識向上」を選んだ企業であり、直接的なメリットよりも地域や社会への貢献、大学教育への協力を志向する企業グループである。回答企業の中で最

も多い20社を数えた。

②組織への波及効果志向企業（5社）

「実習生の指導にあたる、若手社員の動機付けと育成」「学生の配置による職場全体の活性化」「学生の意見による職場や業務の点検、改善」「社内にはない知識や技術の活用」を重視する企業であり、インターンシップ実施による変化や何らかのメリットを見出そうとしている5社の企業である。

③採用活動志向企業（7社）

「卒業後に採用したい人材の見極め」「自社や業界に対する大学生の認知度の向上」を重視する企業であり、インターンシップを採用活動に役立てたいとの意欲を持つ企業が7社見出された。

4. 訪問調査で見出された各企業グループの特徴

2005年度インターンシップでは、8～9月のインターンシップ実習中に大学スタッフが企業を訪問して中間指導と訪問調査を実施した。数社の受け入れ担当者の発言を引用して、インターンシップへの取組み姿勢や意欲に関する特徴を、上記の3つの企業グループごとに検討したい。

①社会・地域・大学への貢献志向企業

建設業A社

「神奈川大学経営学部からのインターン受け入れは3年目である。学生にいろいろな経験をさせたいので、建設現場へ連れて行ったり、入札や営業回りに同行させている。インターンシップ受け入れによる見返りを期待するつもりはない。受け入れ学生は1人ではあるが、あくまで人を育てるつもりで協力している。したがって、受け入れる学生に条件をつけるつもりはない。学生によって意欲や姿勢に違いはあるが、それは仕方がないと考えている。

学校教育と実社会とのギャップを埋める事が重要である。」

社会福祉法人B社

「学生には、福祉作業所、重度障害者通所施設などを複数回って実習させている。福祉系学部以外のインターンシップは、ほとんどの学生が就職活動とは別に捉えているようであり、受け入れ側も人間形成や社会勉強が目的だと認識している。ただし、最近の学生は依存的で何が知りたいか、どのような目的で実習したいかが本人から出てこない傾向がある。」

②組織への波及効果志向企業

広告代理業C社

「当初は、社会貢献になればと考えてインターンシップを受け入れた。しかしスタートしてみると、当社にとってもいろいろな利点があることに気づいた。採用活動の一環として捉えることもできるし、学生にとって広告業界や当社の魅力がどこにあるかを知ることにもできる。職場に「新しい風」を吹き込むことにもつながる。いろいろな可能性が考えられるので、今後も積極的に協力していきたい。」

商社D社

「インターン受け入れが若手の育成になることについては、実際に受け入れてから気づいた。若手のトレーナーにとって良い体験になる。正しく教えなくてはいけない、嘘は言えない、自分なりに整理し直さないと教えられない、お手本になる必要がある、などたくさんのメリットがある。ほとんどの若手がトレーナーをやりたくないと言うが、実習を終えると「おもしろかった」と言ってくれる。近年、新卒採用が少なくなっているので、先輩として後輩に教える代わりにインターンシップで体験させている面もある。」

③採用活動志向企業

事業所向けサービスE社

「インターンの受け入れを採用に繋がりたいと考えている。そのメリットがなければ受け入れの負担ばかりが大きくなって長続きしないだろう。採用を見据えてどこかのゼミから誰か選んでインターンに来てもらう方が、効果的だということになってしまう。

これまで、採用ではまじめな人がいいかとか、がんばりが大切かとか、いろいろ試行錯誤してきたがなかなかうまくいかない。学生時代にこの業務に関する初級の資格を取得し、次の級をめざすくらいの学生を採りたい。就職すると安心してしまって勉強しなくなる人が多いので、意欲と能力の高い人を採りたい。そのためにインターンシップを活用したい。

実習の指導には2年目の社員があたっている。『学生が就職したくなるように教えなさい』と指示している。」

情報サービスF社

「企業の業務処理に関わる情報処理サービスを行なっているため、営業、SE、プロバイダ技術、ネットワーク技術、オペレーターなど職種横断的な実習プログラムを作成している。

インターン受け入れは3年目であり、今年度は4大学から2名ずつが参加した。当初は学生に関する条件をつけずに受け入れたが、昨年からは情報サービス業界に興味を持ち、SEやプログラマーを希望する学生を募集している。学生がこの業界や仕事に興味を持っていれば、教えた内容について探究心をもって取り組んでくれる。その学生の探究心と一所懸命さが、受け入れ側の充実感につながっていく。

情報サービス業界は、各社の機能や組織・仕事の違いがわかりにくい。学生にとっても区別がつかないのではないかと思われるので、インターンシップを通して分かりやすく伝えていく必要があると考えている。」

以上のように、受入企業はそれぞれの状況に応じてインターンシップを企業活動に組み込み、目的とメリットを明確に認識して参加している。この受入企業のさまざまな目的に対応することが、受入企業の確保を、さらにインターンシップの安定と拡大を可能にするといえよう。もとより、就職活動の早期化や学生の囲い込みのような、大学教育を阻害するインターンシップは認められない。また、インターンシップを人手不足解消に利用するような企業が見過ごされてはならない。これらの点を踏まえた上で、受入企業のインターンシップへの意欲を引き出すことが課題であろう。

5. インターンシップの成果

(1) 学生の学修目標・企業の受け入れ目的とインターンシップの成果

次に、企業でのインターンシップ実習によってどのような成果が得られたかをアンケート調査結果から検討する。授業科目である「実社会体験研究」は、以下の4つの学習目標を掲げていることは既に述べた。

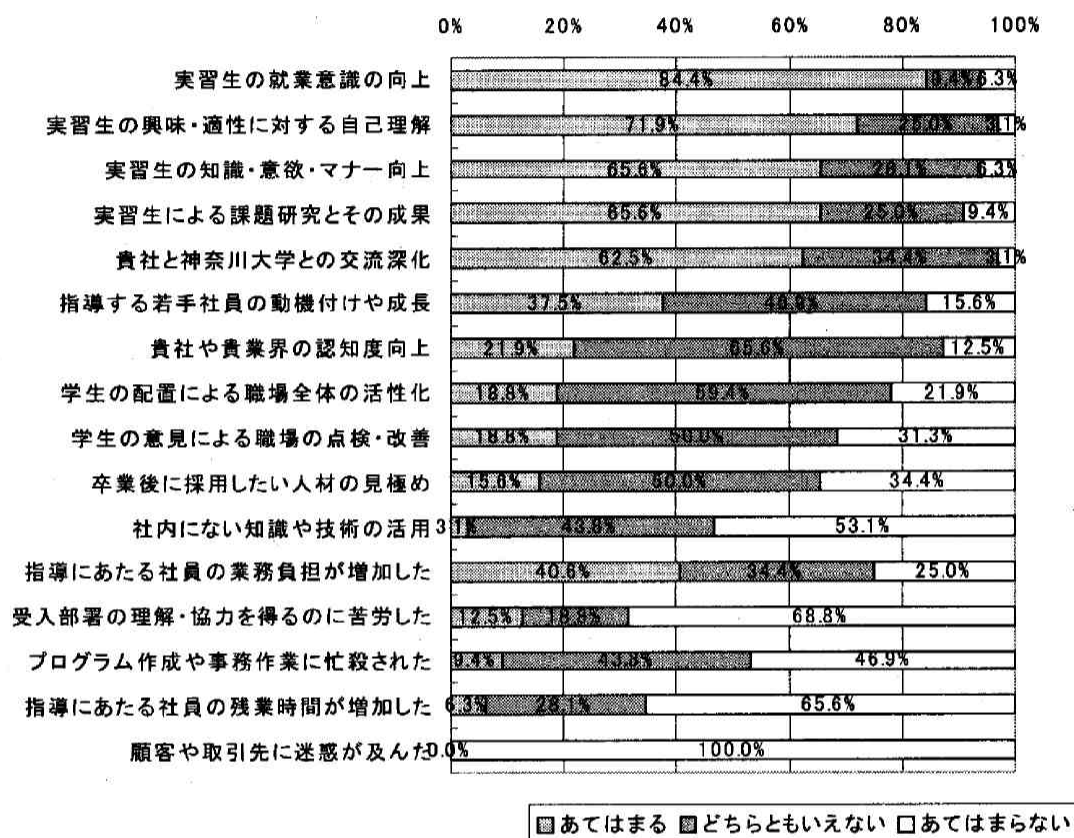
- ① 大学で学ぶ経営学の諸理論が、実社会でどのように活かされているかを研究する
- ② 自己の職業適性や興味関心への理解を深める
- ③ 職業人となることへの意識を醸成し、働くことの心構えを学ぶ
- ④ 社会人としての基本的なスキルやビジネスマナーを学ぶ

各々の学修目標は、受入企業へのアンケート調査票において①＝「実習生による課題研究とその成果」、②＝「実習生の興味・適性に対する自己理解」、③＝「実習生の就業意識の向上」、④＝「実習生の知識・意欲・マナー向上」に表わすことができる。さらに、受入企業にとってのインターンシップの目的が達成されたかをあわせて検討する。

図4では、受入企業が「成果が上がった」と考えている項目から順に列挙した。上位4項目は、「実社会体験研究」の学修目標を表わす項目であり、いずれも6割以上の企業が成果を認めている。さらに、5番目には受入企業が最

も期待している「神奈川大学との交流深化」を62.5%の企業が指摘しており、学生にとっての目標と企業にとっての目的が、ともにある程度達成されていることがわかる。

図4 インターンシップの成果 (n=32)



なお、図4において下から5項目は、受入企業にとってマイナス評価となる項目を挙げた。「指導にあたる社員の業務負担が増加した」を40.6%が、「受入部署の理解・協力を得るのに苦労した」を12.5%の企業が指摘している。企業の負担を軽減する方策を探っていく必要がある。

(2) 受入目的別インターンシップの成果評価

今年度のインターンシップ受入企業には、受入目的別に3つの企業グループが見出された。では、このグループによって、成果への評価に特徴が見出せるであろうか。

表1 受け入れ目的別、インターンシップの成果

	「あてはまる」とした企業の割合		
	社会貢献 志向企業 (20社)	波及効果 志向企業 (5社)	採用活動 志向企業 (7社)
社会貢献 実習生の就業意識の向上が見られた 実習生の知識・意欲・マナーなどの向上が見られた 実習生が自ら設定した課題を探究し、ある程度の成果を得た 実習生の、自己の興味・適性に対する理解が深まったと見られる 貴社と神奈川大学との交流深化に役立った	85.0% 65.0% 70.0% 75.0% 75.0%	80.0% 40.0% 60.0% 80.0% 40.0%	85.7% 85.7% 57.1% 57.1% 42.9%
採用 卒業後に採用したい人材の見極めに効果があった 貴社や貴業界の認知度が高まったと考えられる	15.0% 30.0%	0.0% 0.0%	28.6% 14.3%
波及効果 指導にあたる若手社員の動機付けや成長に役立った 学生の配置による職場全体の活性化が見られた 学生の意見が職場の点検、改善に役立った 社内にはない知識や技術の活用がなされた	35.0% 10.0% 20.0% 0.0%	80.0% 20.0% 40.0% 20.0%	14.3% 42.9% 0.0% 0.0%

表1に示したように、受入目的別に分けた各企業グループは、各々の目的に対する成果を高く評価している。したがって、各企業はインターンシップ受け入れの目的を、一定以上達成できたと考えていると見なせよう。ただし、採用活動志向企業の採用関連項目への評価は、他の企業グループよりは高い

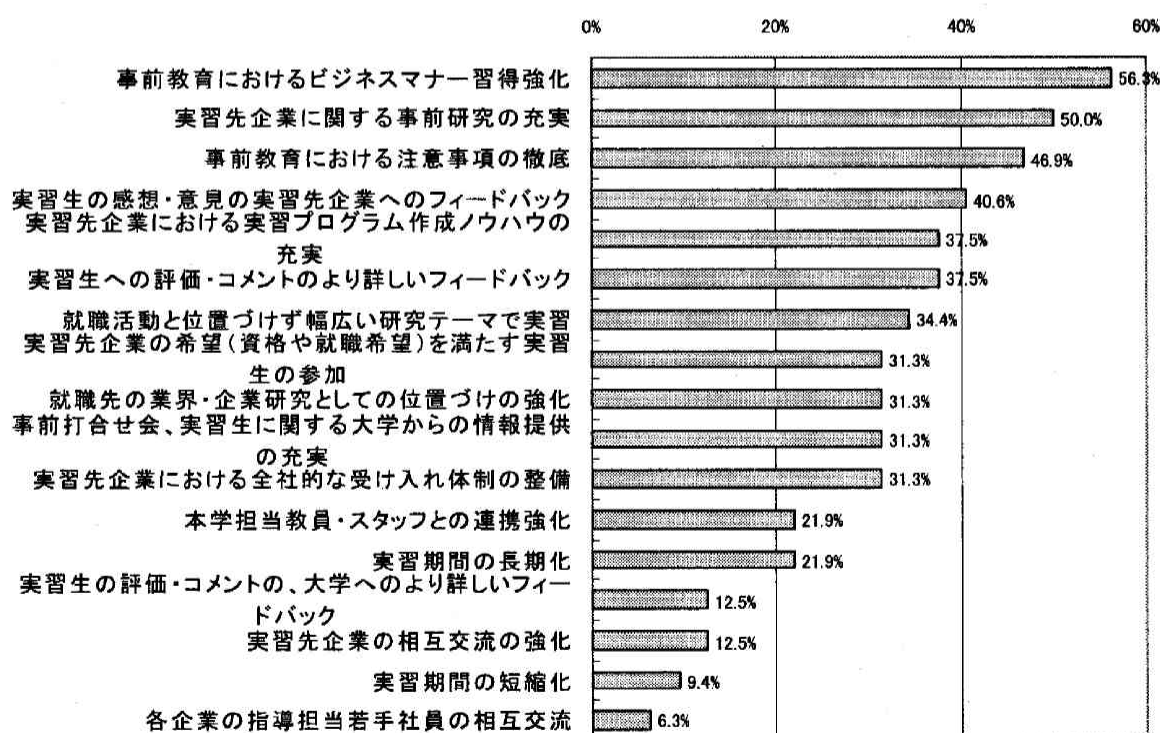
ものの、相対的に低いレベルにとどまる。インターンシップと採用をどこまで結びつけて考えるかは企業によって異なるであろうし、そもそもの程度の成果が適正であるかは十分に検討されるべき課題である。したがって、インターンシップを採用活動と関連付けて受け入れる企業に対しては、あらかじめ企業側の期待水準や、教育としてのインターンシップの特性などについて話し合い、相互理解を深めておく必要があると思われる。

6. インターンシップの効果向上策

(1) 効果向上策

インターンシップの効果をさらに高める方策について尋ねた。図5に示したように、「事前教育におけるビジネスマナー習得強化（56.3%）」「実習先企業に関する事前研究の充実（50.0%）」「事前教育における注意事項の徹底（46.9%）」など、実習準備の充実に望む声が高い。

図5 インターンシップの効果向上策（MA、n=32）



次に、受け入れ目的別の企業グループごとに指摘する項目の特徴を比較する。①社会貢献志向企業は、特に「事前教育でのビジネスマナー習得強化」「事前教育での注意事項の徹底」「実習先企業に関する事前研究の充実」を指摘しており、全般的な実習準備の充実を期待している。

②波及効果志向企業は「事前教育でのビジネスマナー習得強化」「実習先企業のプログラム作成ノウハウの充実」を挙げている。インターンシップのメリットをさらに引き出すために、実習プログラムの内容充実を検討していると考えられよう。

③採用活動志向企業は、「実習先企業のプログラム作成ノウハウの充実」「実習評価の実習生へのより詳しいフィードバック」「実習生の感想・意見の実習先企業へのより詳しいフィードバック」を向上策としており、企業と実習生の相互の情報交換を期待していることが明らかになった。

(2) 就職活動との関連性

インターンシップの効果向上策に関する質問では、インターンシップと就職活動との関連性に対する企業の意見を知るために、相反するふたつの選択肢を用意した。すなわち、「就職先研究としての位置づけを強化して実習に臨ませること」と「就職活動としてではなく、幅広い研究テーマを設定して実習に臨ませること」の二項目である。

集計結果を見ると、①社会貢献志向企業と②組織への波及効果志向企業が「幅広い研究テーマの設定」を支持しているのに対して、③採用活動志向企業は「就職先としての位置づけ強化」を支持している。全体での指摘率はほぼ同じ程度であり、神奈川大学経営学部のインターンシップ受入企業は、インターンシップと就職活動との結びつきについて、大きく二方向の意見を持っているといえよう。

7. 今後の課題

アンケート結果の考察から、神奈川大学経営学部のインターンシップにおける今後の課題について検討したい。

① 企業の受け入れ目的に応じた対応の充実

企業のインターンシップへの意欲を高めるためには、企業の期待により一層応えられるインターンシップをめざす必要がある。大学の役割と教育としてのインターンシップの位置づけを見据えた上で、たとえば、社会貢献志向企業や波及効果志向企業には学生の研究テーマをより明確にして実習に臨ませる、採用活動志向企業に対しては希望学生に就職先としての業界研究を求めるなどの、きめ細かい対応が求められよう。

② 学生への受入企業に関する情報提供を充実させ、ミスマッチを防ぐ

学生にとっても、受入企業が何を求めているのかをあらかじめ知らせることが重要である。受入企業の概要だけでなく、受け入れの目的、過去の実習内容、先輩実習生の成果報告書や実習中の日誌などの情報を学生に提示し、企業の期待と学生の目的とのマッチングを確実なものにする必要がある。

③ 受入企業との連携の強化

神奈川大学経営学部のインターンシップ受入企業は、神奈川大学との交流深化を強く求めていることが明らかになった。したがって、「交流の深化」の具体的な内容を探り、産学連携を強化することがインターンシップの拡大には欠かせない。また、インターンシップの受け入れにとどまらず、キャリア教育全般への協力を企業に求め、大学から社会への移行を積極的に支援する方策を考えていくことが求められよう。各企業からのインターンシップに関する情報提供や、職業・仕事をテーマとした講演、神奈川大学OBによる体験談紹介など、さまざまな試みが考えられよう。今後の課題としたい。

インターンシップの効果が明らかになるにしたがって、各大学による受入企業の確保が大きな問題となりつつある。量的拡大だけでなく、一組ずつの企業と学生の組み合わせが確実な成果と双方の満足を生むように努めなければ、プログラムの継続は望めないであろう。2005年度は受入企業によるインターンシップの評価を試みたが、今後は学生からのプログラムへの評価や意見の収集も検討し、より効果的なインターンシップの推進をめざしたい。

1 文部科学省「平成17年度学校基本調査」によれば、大学卒業者の2004年度の就職率は59.7%で、過去最低であった2002年度に比べると改善されているが、1999年度以降は50%代が続いている。

2 厚生労働省『平成17年版労働経済白書』は、15～34歳の非労働力人口のうち、家事も通学もしていない者を「若年無業者」としている。2004年では64万人であり、2002年から同程度の高水準が続いている。同白書はまた、2001年大学卒業就職者における3年以内に離職する者の割合は35.4%、入社1年以内の離職率は2003年大学卒業就職者において15.3%と、いずれも高い水準であるとしている。

3 労働政策研究・研修機構（2004）『企業が参画する若年者のキャリア形成支援』労働政策研究報告書No.11.

4 本稿の「企業」とは、行政機関や公益法人、福祉団体などを含むものとする。

5 「神奈川大学との交流の深化」は、厚生労働省（2005）の調査票では「地域の大学等との交流の深化」、「神奈川大学の学生の就業意識向上」は「学生の就業意識向上」との表現である。また、「貴社や貴業界の一般的な認知度の向上」「若年者失業率の悪化や無業者の増加に対する社会的貢献」に関する選択肢は厚生労働省（2005）にはないので比較できない。