

『就職白書 2014 —インターンシップ編—』調査

日本における インターンシップの現状

徳永英子 (株)リクルートキャリア 就職みらい研究所/研究員

2014年3月、株式会社リクルートキャリア 就職みらい研究所より『就職白書2014』を発表した。

そのなかで、インターンシップの現状を明らかにした「インターンシップ編」について、現状をご報告していきたい。なお、この調査は、新卒採用を実施している従業員規模5人以上を対象としている。

企業の現状について

2013年度にインターンシップを実

施あるいは実施予定の企業(調査時点以降の予定を含む)は、図表1の通り43.5%である。

以下、2013年度にインターンシップを実施した企業(実施予定企業を含む)について、ご報告していくこととする。

インターンシップの実施対象をみると(図表2)、大学3年生が最も多いなかで、低学年である大学1・2年生や大学院1年生などを対象としている企業もみられ、図表2の受け入れ対象をみる限り、対象は広がっているとい

図表1 インターンシップの実施状況(全体/単一回答) (%)

	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

図表2 インターンシップの実施対象(2013年度(予定含む)/複数回答) (%)

	N	大学1年生	大学2年生	大学3年生	大学4年生	大学院1年生	大学院2年生以上	
全体	542	15.5	27.5	89.1	17.0	34.9	11.4	
従業員規模別	300人未満	87	11.5	25.3	81.6	11.5	16.1	3.4
	300~999人	147	8.8	18.4	86.4	12.2	21.1	6.1
	1000~4999人	177	16.4	28.8	92.1	18.6	48.6	14.1
	5000人以上	67	34.3	43.3	97.0	26.9	52.2	29.9

調査概要

『就職白書2014』
【企業調査】
2014年卒(大学生・大学院生)の採用活動振り返り調査
調査目的: 新卒採用に関する企業の活動実態を把握し、関係各位の参考に供する
調査方法: 郵送法
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4,303社
調査期間: 2013年12月11日~2014年1月31日
回収社数: 1,332社(回収率31.0%)

【学生調査】
2014年卒(大学生・大学院生)の就職活動振り返り調査
調査目的: 就職に関する学生の活動実態を把握し、関係各位の参考に供する
調査方法: WEBアンケート
調査対象: クロス・マーケティング社のモニターにスクリーニング調査を行い、民間企業を対象に就職活動を行った全国の大学4年生・大学院2年生の男女8,672人を対象にした
調査期間: 2014年1月6日~2014年1月19日
集計対象: 1,610人(回収率18.6%)

えるだろう。

それを裏付けるものとして、2012年度と比べた2013年度のインターンシップ対象者の変更状況を見ると、8割近くが同じではあるが、絞った企業よりも広げた企業のほうが多くなっているのである。

次に、企業がインターンシップを実施する目的を見てみよう。

実施目的は、「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」が78.2%と最も多く、「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%)と続く。ちなみに、前年に調査した結果では、上述が入れ替わった状況であった。

インターンシップの実施期間をみていきたいが、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)。

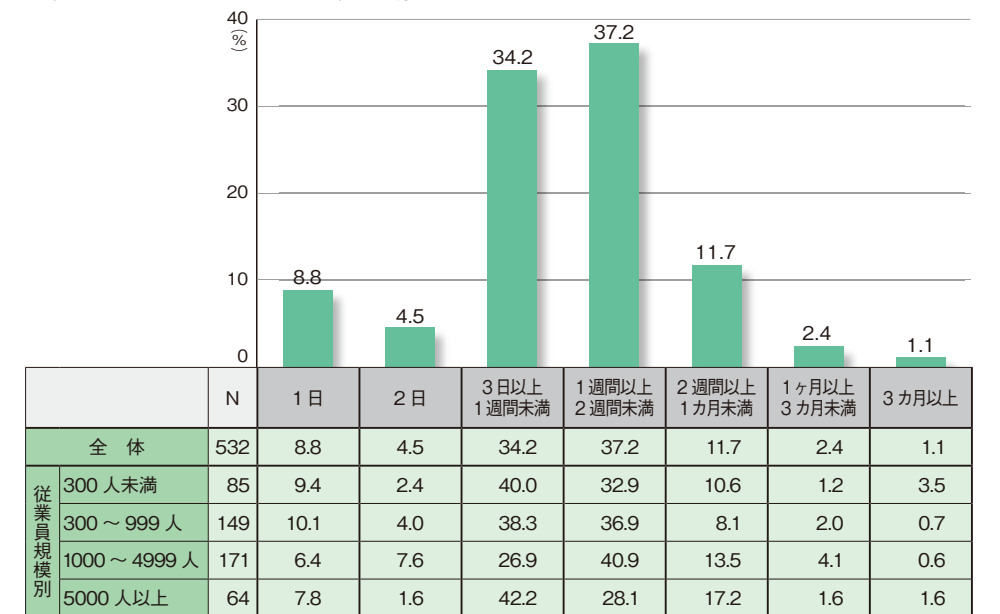
実施期間は、「1日」8.8%、「2日」4.5%、「3日以上1週間未満」34.2%と、1週間未満のものが半数近くとなっているが、1カ月以上の期間で実施している企業もみられる。

企業への取材も行ったのだが、インターンシップの内容等により、時期やコースなどを複数設定しているところもあり、例えば、1週間の実施のほか、海外の大学・大学院生からの要望で、諸外国並みの比較的長め(2カ月ほど)のインターンシップを実施しているところもあった。

企業の「インターンシップを実施していない理由」とは

インターンシップを実施している企業が、2012年度よりも増えてきているなか、インターンシップを実施していない企業もある。実施していない企業に、その理由を聞いたところ(実施しない理由を自由回答で聞いている)、「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

図表3 インターンシップの実施期間(2013年度(予定含む)/複数回答)



い」が多くみられた。

その一方で、「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」「要望がなかった」といったものもみられ、実施意向があったにもかかわらず、学生からの応募がなかったことや大学からの要望がなかったことにより、実施できなかった実情も見受けられた。

学生の現状について

では次に、学生のインターンシップ参加状況などをご報告していきたい。

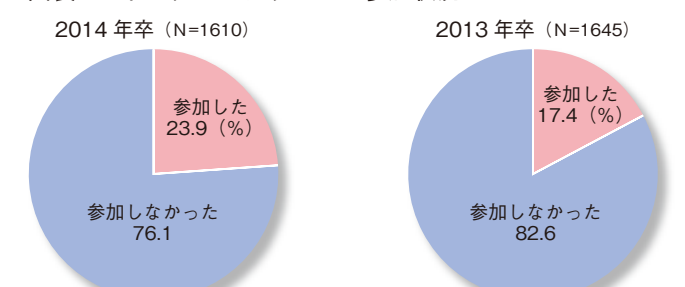
2014年卒者(大学生および大学院

生)の参加状況は23.9%と、2013年卒者の17.4%よりも増加している(図表4)。

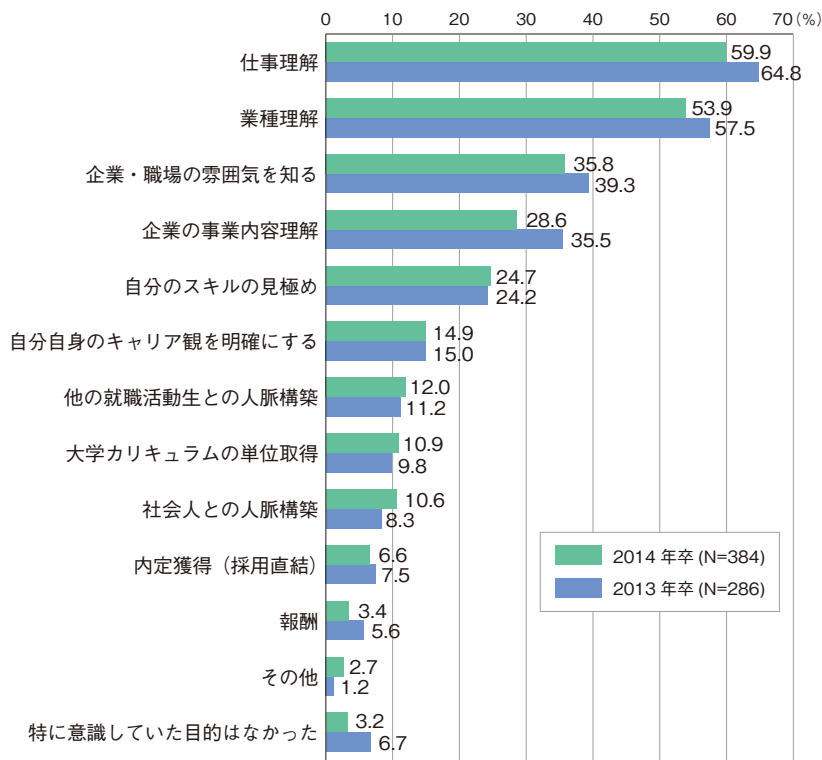
インターンシップの参加目的は(図表5)、「仕事理解」「業種理解」「企業・職場の雰囲気を知る」の順である。

また、インターンシップに参加して良かったと思う点について聞いたところ、「仕事内容を具体的に知ることができた」「業種について具体的に知ることができた」「企業・職場の雰囲気を知ることができた」とあることから、参加したことにより、仕事理解などの参加目的に、成果があったということであろう。

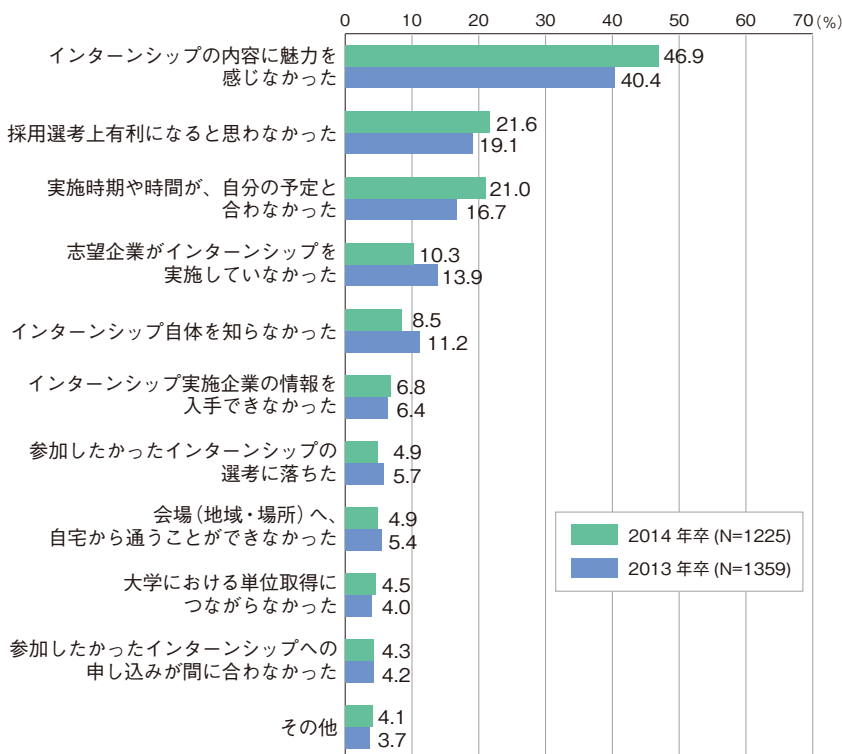
図表4 インターンシップへの参加状況(学生全体/単一回答)



図表5 インターンシップの参加目的（インターンシップ参加者／複数回答）



図表6 インターンシップに参加しなかった理由（インターンシップ非参加者／複数回答）



インターンシップに参加した学生が2割強ということは、参加しなかった学生が8割近くいることになるのだが、なぜ参加しなかったのか。

その理由を聞いたところ（図表6）、「インターンシップの内容に魅力を感じなかった」が最も多く、「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、自分の予定と合わなかった」が続いている。そのほかとして、「会場（地域・場所）へ、自宅から通うことができなかった」を挙げている学生もいるが、企業側は、自宅から通うことができない学生のために、宿泊費の負担または宿泊施設を無償提供しているケースもある。無償提供しているなかには、社員寮の空き部屋を活用しているケースもあるようだ。これらの情報は、インターンシップを募集する際の募集要項などに明記されたりするが、明記されていない場合もあると思われるため、通えないと諦めてしまう前に、確認をされたほうがよいと思われる。

企業が、入社後のギャップやミスマッチを防ぐ手段として、インターンシップを重要視し、導入していることも事実としてある。また、学生も、仕事や業種の理解は無論、その企業について理解することを重視している。つまり、企業・学生の双方が、お互いに理解したいということを重要視しているのである。

企業・学生の双方において、相互理解が深められる採用・就職を願うとともに、より良い採用・就職活動ができるよう、当研究所として、調査・研究に切磋琢磨していきたい。

