HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	インターンシップ等と採用との関連に関する企業アンケート調査 調査結果（概要版） ： インターンシップを活用した新たな就職・採用システムの構築に向けた実証的研究 研究成果報告書 Vol.3
Author(s)	亀野, 淳
Description	本報告書は科学研究費補助金『インターンシップを活用した新たな就職・採用システムの構築に向けた実証的研究』（基盤研究C、研究代表：亀野淳（北海道大学・高等教育推進機構・准教授）、課題番号17K04671）の研究成果の一部を取りまとめたものです
Issue Date	2019-08
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/75280
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Type	research report
File Information	report3_rev2.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

「インターンシップ等と採用との関連に関する企業アンケート調査」
調査結果（概要版）

日本で実施されている「インターンシップ」は、建前上は就職・採用活動と切り離されて実施されているが、現実にはある程度の関連をもって実施されており、今後の就職・採用活動の大きな変化の中で、インターンシップと就職・採用活動のあるべき姿について検討すべきである。本アンケート調査ではインターンシップや採用活動の現状、インターンシップと採用を結びつけることの考え方などについて調査を実施し、その特徴を分析した。

１．就職希望学生の能力把握方法とその評価
○「面接」が最も多い。ただし、その評価は「自社でのインターンシップ経験」が高い

２．インターンシップの実施日数
○「１日」が 60%以上。ただし、理系はやや日数の長いインターンシップも実施

３．インターンシップの実施目的と達成度
○「優秀な学生の採用につなげるため」が最多。ただし、達成度は半分程度

４．インターンシップやアルバイトの参加学生に対する採用の働きかけの有無と内容
○インターンシップでは約８割の企業が働きかけ。その内容は、「参加学生への一般的な採用情報の提供」「非参加学生よりも早い時期の選考」などの優先的な対応

５．インターンシップ等を学生の能力把握に活用することについて賛否、賛成理由
○インターンシップでは約８割が賛成。アルバイトでは賛成は半数程度
○賛成理由は、「学生に当社の本当の姿を知ってもらうことができるから」「従来の採用活動よりも学生の能力を把握しやすいから」が多い

６．インターンシップを学生の能力把握に活用することについての課題
○「プログラム内容」「期間」が多く、必要と思われる期間は「１週間程度」最多。

【調 査 概 要】

調査対象：株式会社ディスコの協力により全国の主要企業 16,233 社
調査時期：2019 年 6 月 14 日～7 月 12 日
調査方法：インターネットによる回答（匿名）
回答社数：849 社

【本社所在地】

北海道	東北	南関東	北関東・甲信	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州	海外
91 社	53 社	388 社	41 社	12 社	87 社	93 社	40 社	11 社	31 社	2 社

【従業員規模】

～99 人	100～299 人	300～999 人	1,000 人～
152 社	278 社	249 社	170 社

【業種】

製造業	情報通信業	卸売業, 小売業	その他
217 社	166 社	141 社	325 社

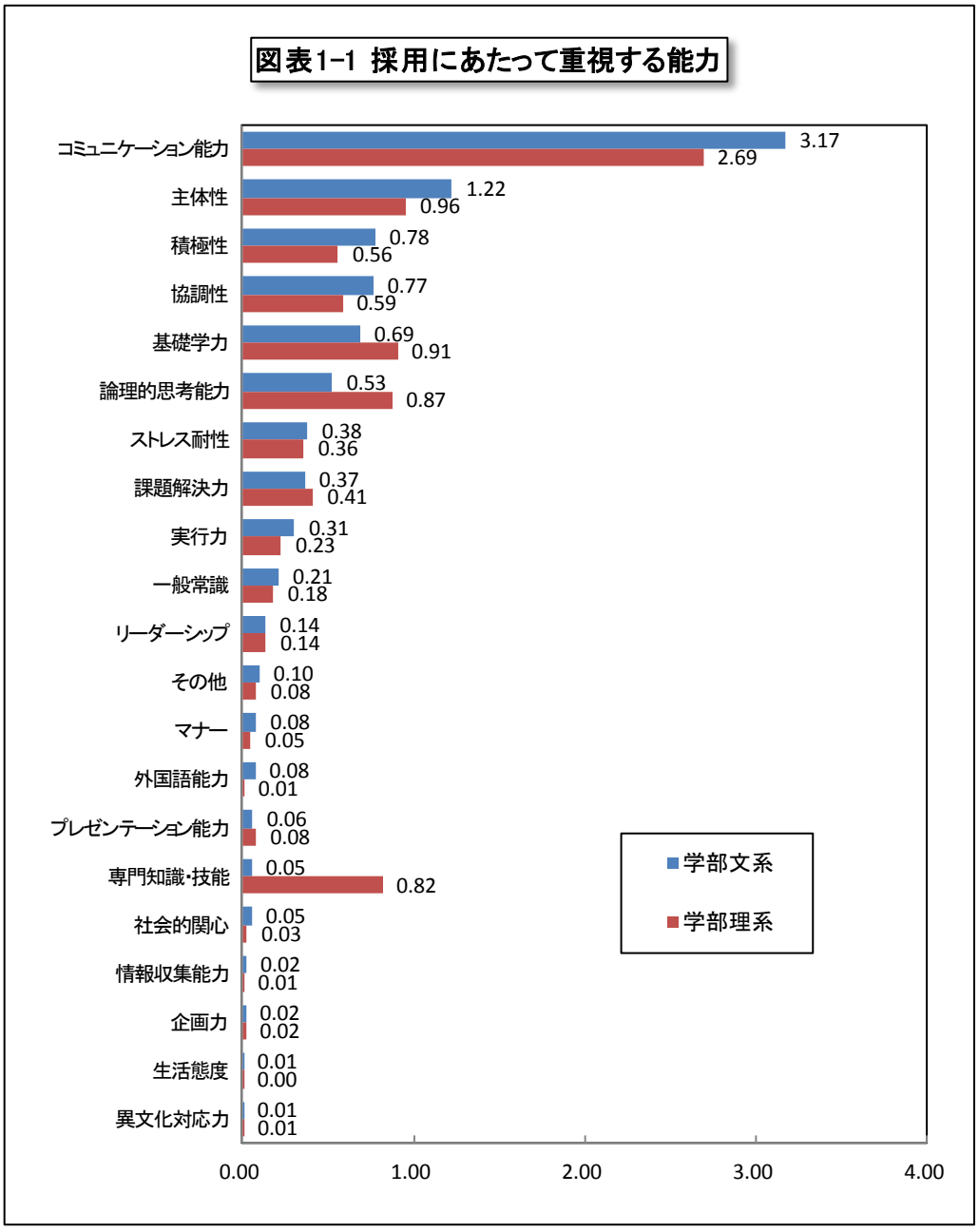
調査機関
調査主体：北海道大学高等教育推進機構准教授 亀野 淳
調査協力：株式会社ディスコ キャリタスリサーチ
調査運営：株式会社クロス・マーケティング

本資料に関するお問合せ先
北海道大学高等教育推進機構准教授 亀野 淳
E-Mail jkameno@high.hokudai.ac.jp
本研究プロジェクトの Web ページ https://kameno-labs.jp/

１．新規学卒者の採用について

(1)新規学卒者を採用するにあたって重視する能力（図表 1-1）

新規学卒者を採用するにあたって重視する学生の能力を上位３つまで順位をつけて選択してもらったところ、文系、理系とも「コミュニケーション能力」（第１位：52.3%、第２位：15.4%、第３位：9.6%）が最も多かった。次いで、「主体性」（第１位：12.5%、第２位：16.3%、第３位：11.0%）、「積極性」（第１位：6.0%、第２位：13.0%、第３位：8.7%）などが多くなっているが、理系では、これらに加え「基礎学力」「論理的思考能力」「専門知識・技能」が多くなっている。

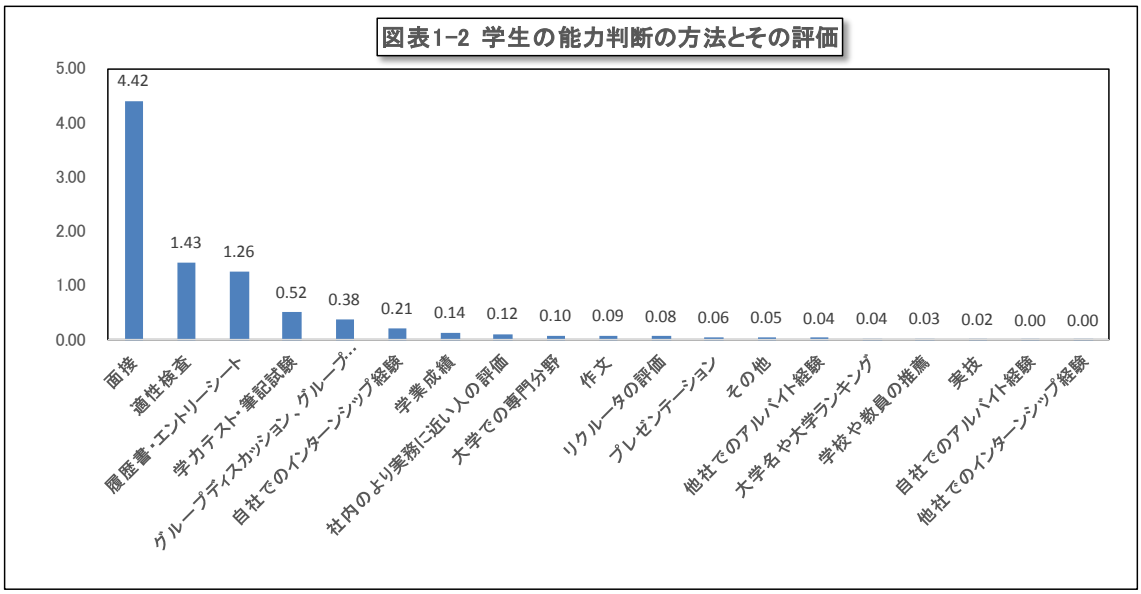


（注）第１位＝５点、第２位＝３点、第３位＝１点として平均値を算出

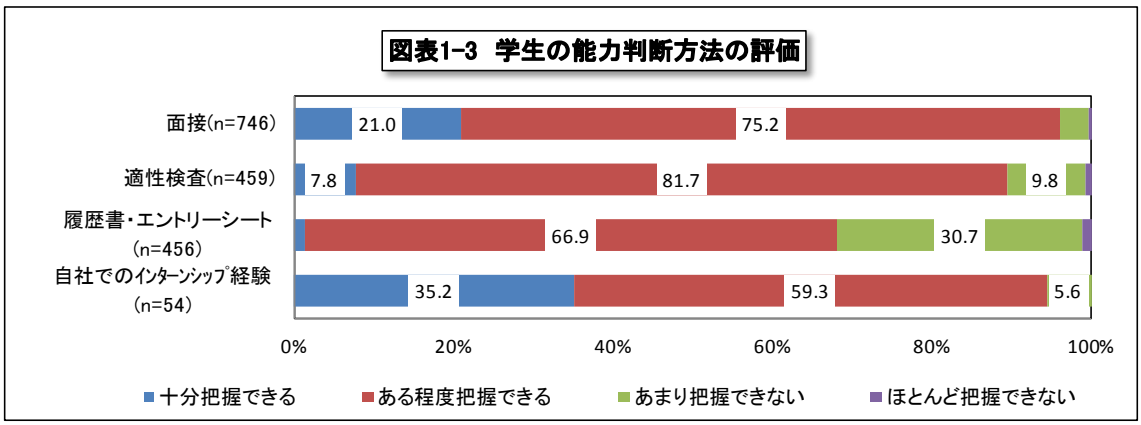
(2)就職希望学生の能力把握方法とその評価（図表 1-2、1-3）

就職希望学生の能力の把握方法を上位３つまで順位をつけて選択してもらったところ、「面接」（第１位：80.1%）が最も多く、次いで、「適性検査」「履歴書・エントリーシート」となっている。本調査の目的との関連でみると、「自社でのインターンシップ経験」（第１位：1.7%、第２位：3.7%、第３位：1.7%）はこれらよりはかなり少なく、また、「自社でのアルバイト経験」（第２位：0.1%のみ）と回答した企業はほとんどない。

こうした方法で学生の能力をどの程度把握できるかを４段階で聞いたところ、「面接」「適性検査」では「ある程度把握できる」が８割程度となっているが、「履歴書・エントリーシート」はこれらに比べるとやや少なく、「あまり把握できない」が３割程度となっている。しかし、「自社でのインターンシップ経験」は、これらに比べると「十分把握できる」が約３分の１を占め、大半の企業が「十分把握できる」または「ある程度把握できる」と回答しており、自社でのインターンシップ経験が学生の能力を把握する上で、その高い有効性を示す結果となっている。



（注）第１位＝５点、第２位＝３点、第３位＝１点として平均値を算出

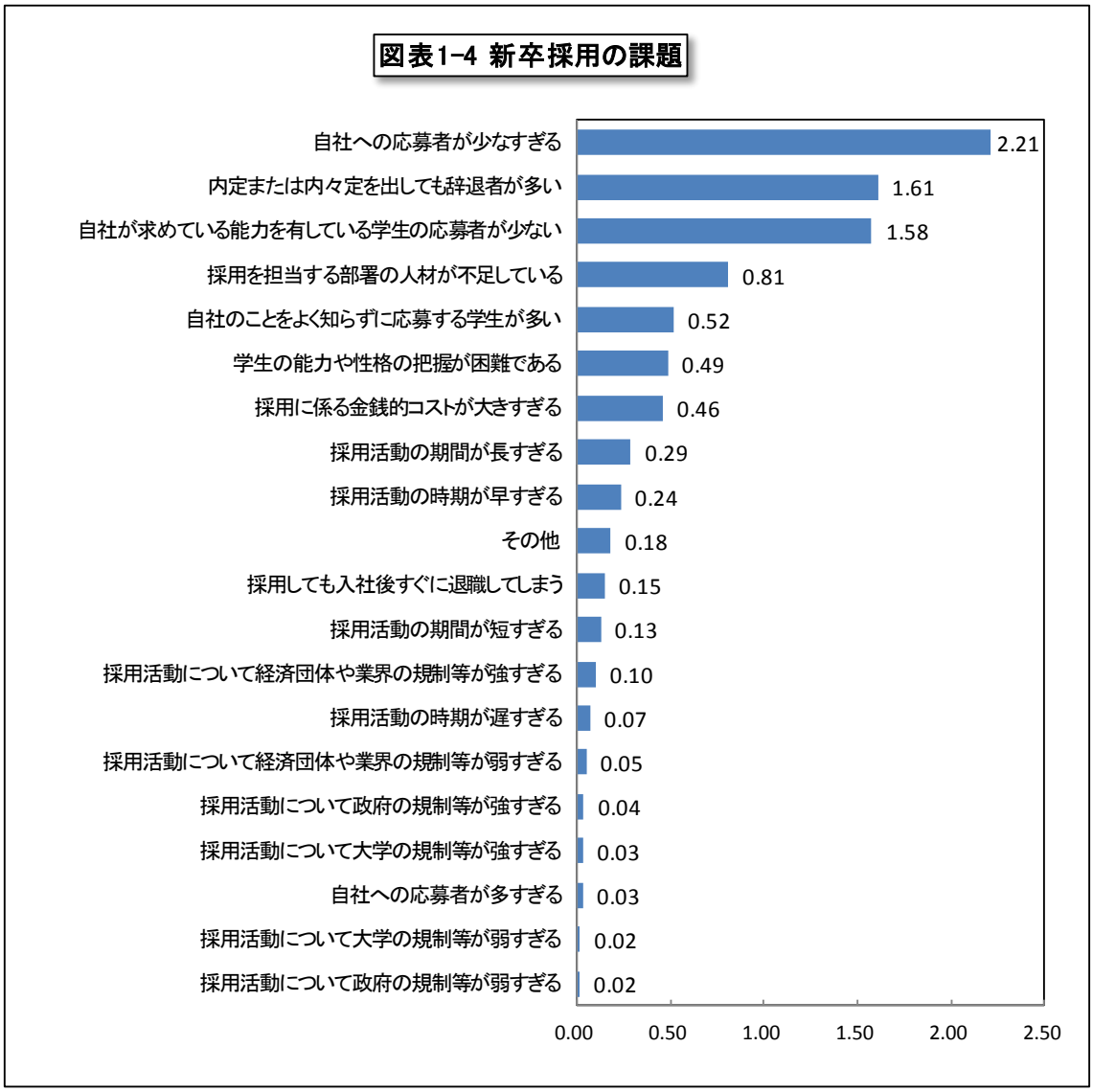


(3) 新卒採用における課題（図表１－４）

新卒採用における課題を上位３つまで順位をつけて選択してもらったところ、「自社への応募者が少なすぎる」（第１位：36.6%、第２位：10.1%、第３位：7.5%）が最も高く、次いで、「内定または内々定を出しても辞退者が多い」（第１位：15.7%、第２位：21.8%、第３位:17.0%)「自社が求めている能力を有している学生の応募者が少ない」(第１位:20.0%、第２位：16.2%、第３位：9.1%）となるなど、最近の新卒採用の売り手市場を反映した結果となっている。

本調査で関連すると思われる「自社のことをよく知らずに応募する学生が多い」(第１位:3.8%、第２位：7.7%、第３位：9.7%)「学生の能力や性格の把握が困難である」（第１位：3.8%、第２位：7.9%、第３位：5.9%）は５番目、６番目となっている。

図表1-4 新卒採用の課題

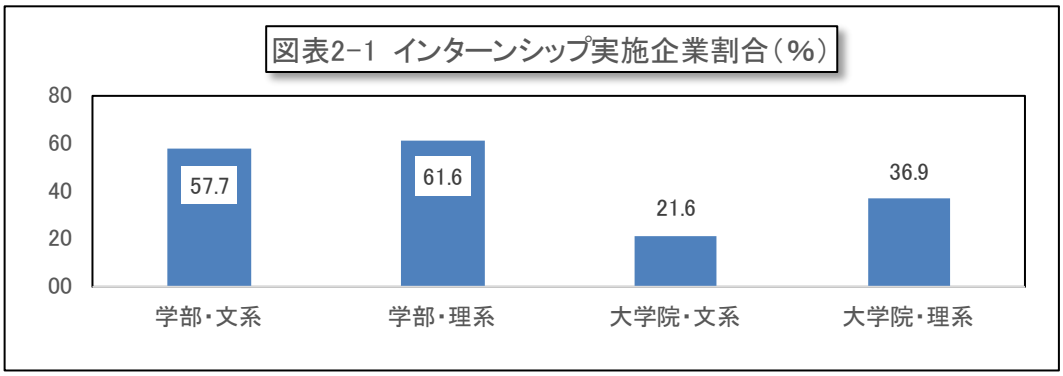


（注）第１位＝５点、第２位＝３点、第３位＝１点として平均値を算出

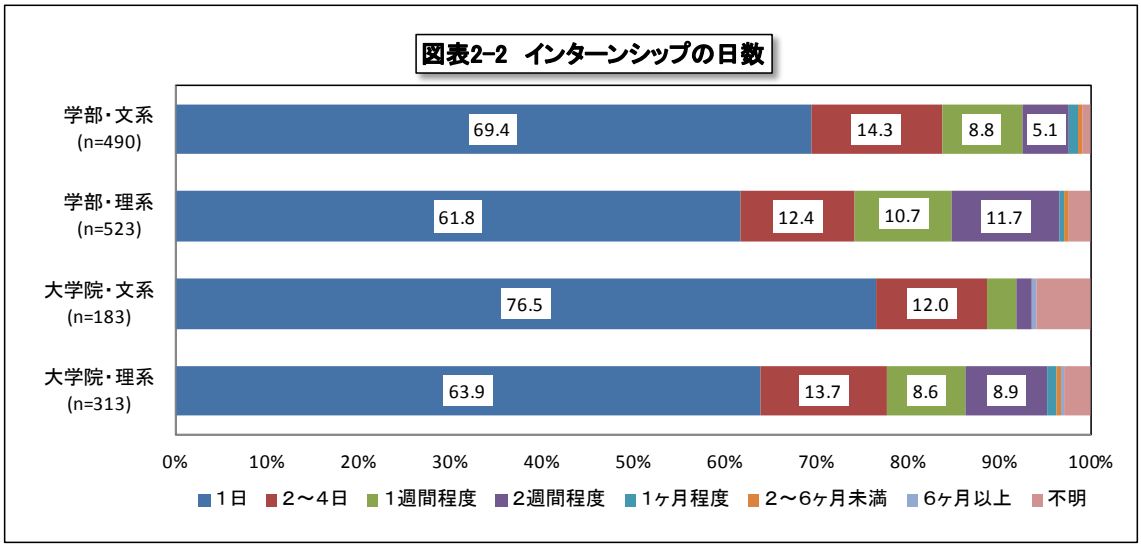
２．インターンシップの実施状況

(1)実施企業割合、実施日数（図表 2-1、2-2）

インターンシップの学生受入状況をみると、学部生に対しては文系、理系とも約６割の企業が実際に当該学生を受け入れているのに対し、大学院ではやや低く特に文系ではその傾向が顕著である。



また、日数はいずれのカテゴリーにおいても「１日」が 60%以上を占めており、いわゆるワンデイインターンシップが中心であるといえる。文系と理系を比較すると、理系では学部、大学院とも「２週間程度」が１割程度あり、理系は文系に比べてやや日数の長いインターンシップも実施されている。



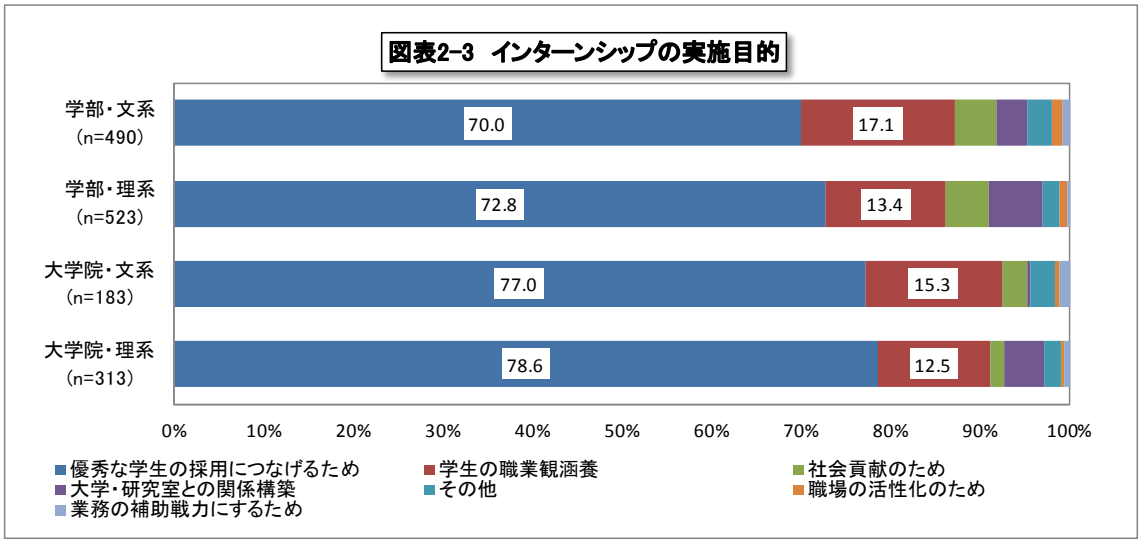
（注）企業によっては複数のインターンシップを実施しているが、本図表は最も人数が多いインターンシップの日数を集計したものである。

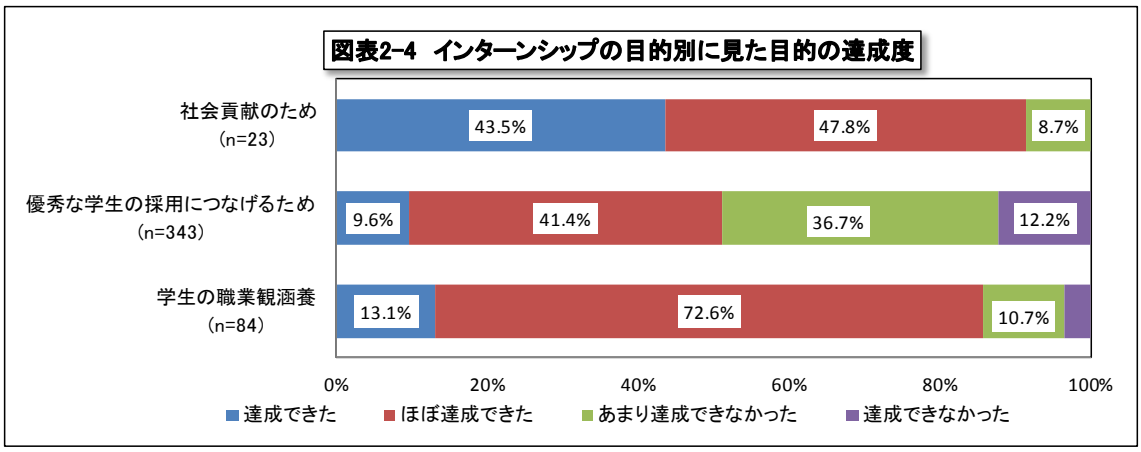
(2)実施目的と達成度（図表 2-3、2-4）

インターンシップの実施目的をみると、すべてのカテゴリーで「優秀な学生の採用につなげるため」が最も多く 7～８割を占めており、インターンシップ実施企業の大半は優秀な学生の確保を目的にインターンシップを実施している。次いで「学生の職業観涵養」が１～２割程度となっている。

その実施目的別に達成度を４段階で評価すると、「学生の職業観涵養」「社会貢献」を実施

目的としている企業は９割程度が「達成できた」または「ほぼ達成できた」と回答しているが、「優秀な学生の採用につなげるため」では半数程度にとどまっており、当初の目的が十分達成できていないことがわかる。



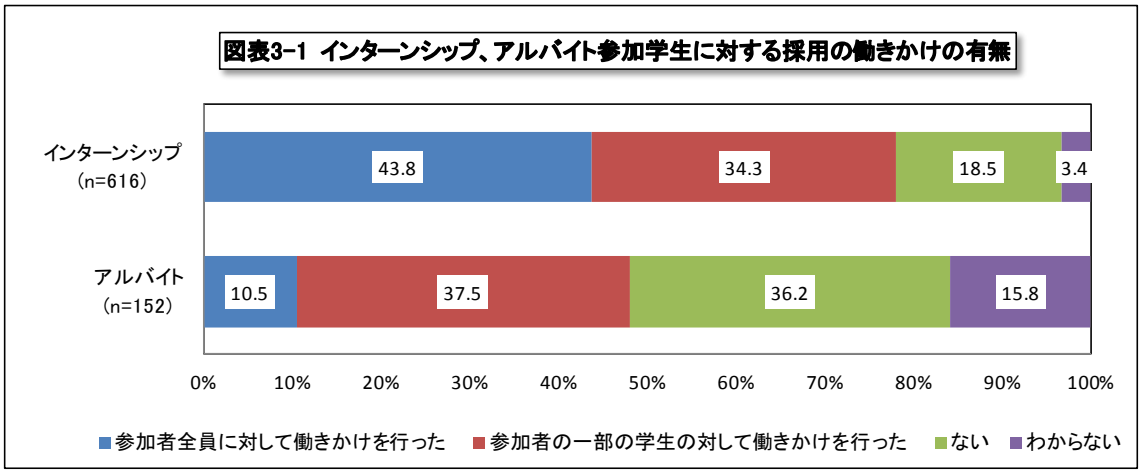


３．インターンシップやアルバイトの参加学生に対する採用の働きかけについて

(1)インターンシップやアルバイトの参加学生に対する採用の働きかけの有無（図表 3-1）

インターンシップの実施やアルバイト学生の雇用を行っている企業に対象に、インターンシップやアルバイトに参加した学生に対して採用の働きかけを行ったかを質問したところ、インターンシップでは、「参加者全員に対して働きかけを行った」（43.8%）、「参加者の一部の学生の対して働きかけを行った」（34.3%）となっており、これら合わせると約８割の企業（全企業の 56.7%）が働きかけを行っている。

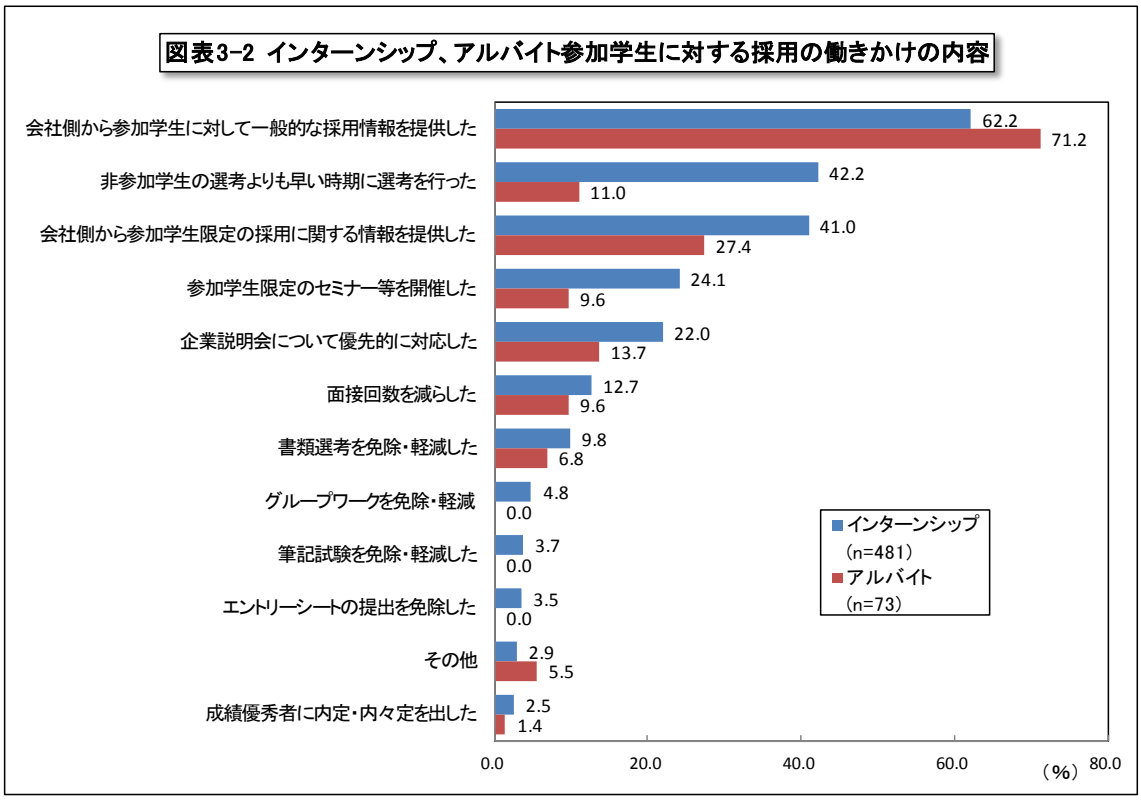
一方、アルバイトについては、「参加者全員に対して働きかけを行った」は１割程度にとどまっており、「参加者の一部の学生の対して働きかけを行った」（37.5%）を合わせても半数程度（全企業の 8.6%）である。



(2)インターンシップやアルバイトの参加学生に対する採用の働きかけの内容（図表 3-2）

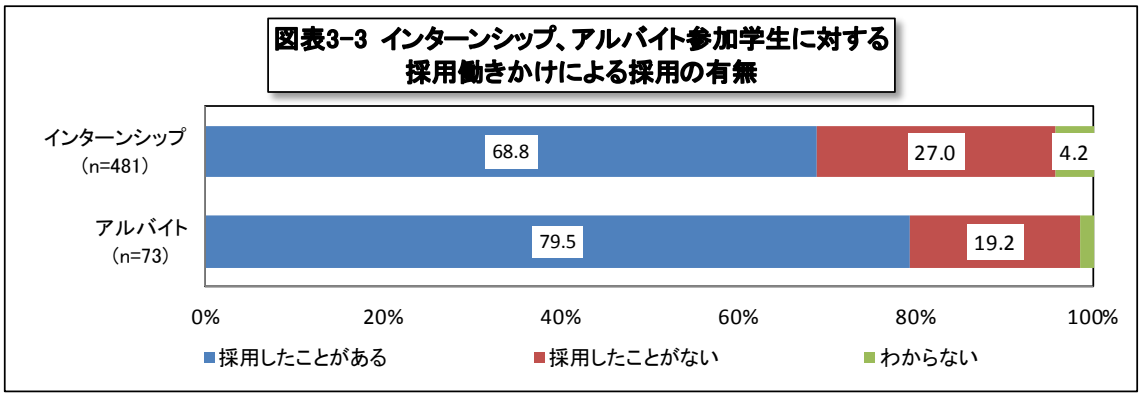
インターンシップやアルバイトに参加した学生に対して行った採用の働きかけの内容をみると、インターンシップでは、「会社側から参加学生に対して一般的な採用情報を提供した」（62.2%）が最も多くなっているが、次いで、「非参加学生の選考よりも早い時期に選考を行った」（42.2%）となっており、インターンシップ参加学生に対して優先的な対応を行っている企業が多くみられた。また、「会社側から参加学生限定の採用に関する情報を提供した」（41.0%）、「参加学生限定のセミナー等を開催した」（24.1%）、「企業説明会について優先的に対応した」（22.0%）など優先的な情報提供などが多くなっている。

一方、アルバイトについては、「会社側から参加学生に対して一般的な採用情報を提供した」（71.2%）が最も多く、次いで、「会社側から参加学生限定の採用に関する情報を提供した」（27.4%）となっているが、これら以外の項目は２割未満であり、働きかけの内容は情報提供が中心であるといえる。



(3) インターンシップやアルバイトの参加学生に対する採用の働きかけによる採用の有無（図表 3-3）

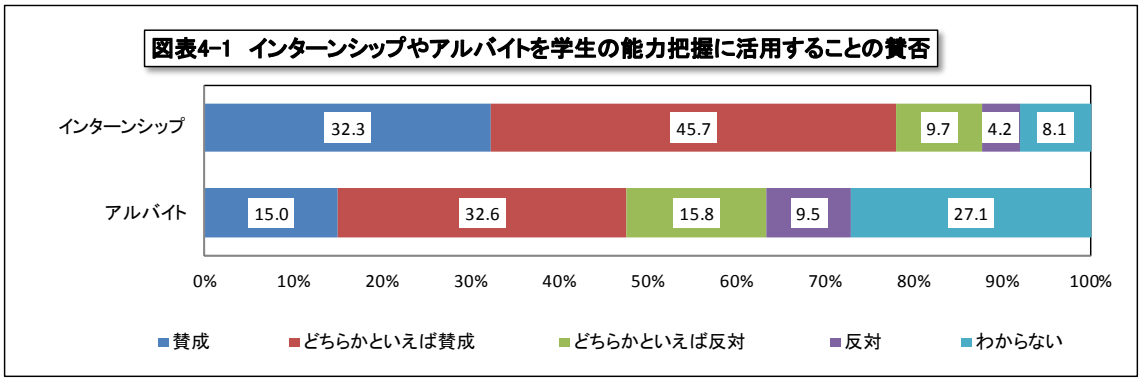
上記の働きかけを行った学生を採用したかどうかを質問したところ、採用したことがある企業がインターンシップでは 68.8%、アルバイトでは 79.5%となっており、働きかけを行った場合は、その多くの企業で実際に当該学生を採用していることがわかる。



４．インターンシップやアルバイトを学生の能力把握に活用することについて

(1) 賛否（図表 4-1）

インターンシップやアルバイトを学生の能力把握に活用することについてその賛否を４段階で聞いたところ、インターンシップでは「賛成」（32.3%）、「どちらかといえば賛成」（45.7%）となっており、これらを合わせると約８割が賛成している。一方、アルバイトでは、「賛成」（15.0%）、「どちらかといえば賛成」（32.6%）となっており、これらを合わせても半数程度とインターンシップに比べて少なくなっている。

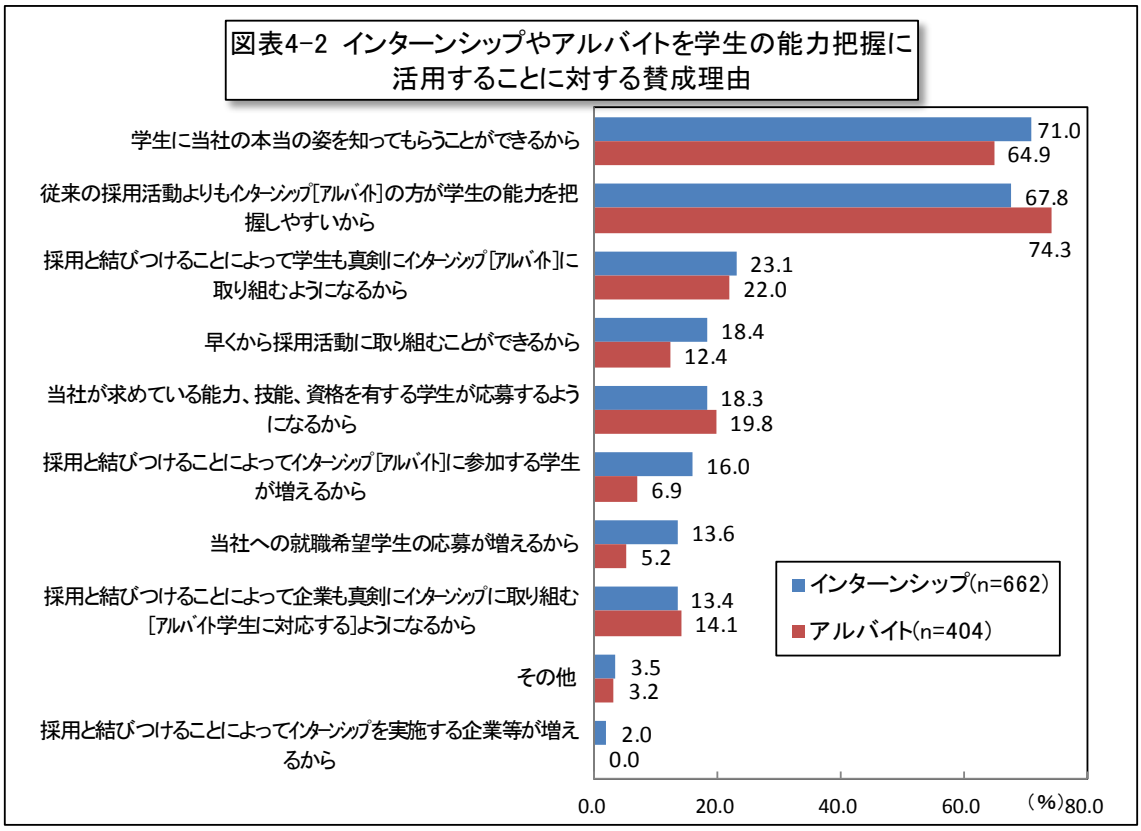


(2) 賛成理由（図表 4-2）

(1)で「賛成」または「どちらかといえば賛成」と回答した企業に対してその理由を上位３つまで選択してもらったところ、「学生に当社の本当の姿を知ってもらうことができるから」（インターンシップ：71.0%、アルバイト：64.9%）、「従来の採用活動よりもインターンシップ［アルバイト］の方が学生の能力を把握しやすいから」（インターンシップ：67.8%、アルバイト：74.3%）となっており、インターンシップ、アルバイトとも上位１、２位となっている。つまり、企業及び学生双方の本当の姿を知ることができるということが大きな理由となっている。

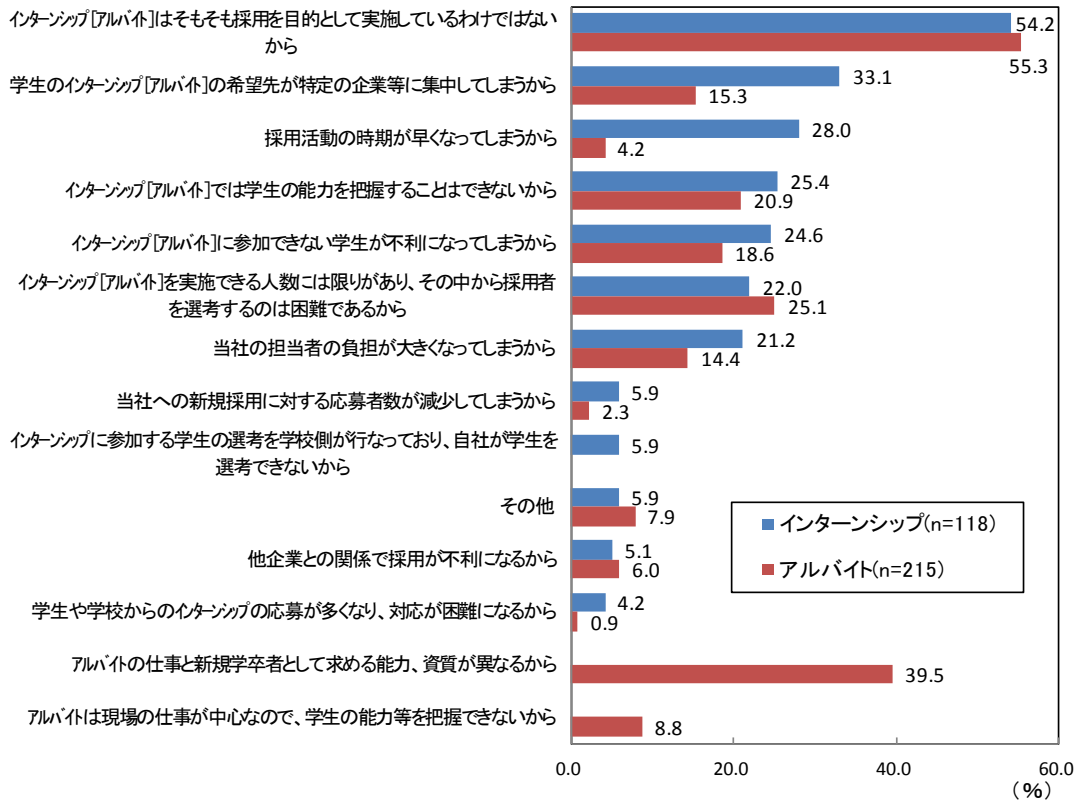
(3) 反対理由（図表 4-3）

(1)で「反対」または「どちらかといえば反対」と回答した企業に対してその理由を上位３つまで選択してもらったところ、インターンシップ、アルバイトとも「インターンシップ［アルバイト］はそもそも採用を目的として実施しているわけではないから」（インターンシップ：54.2%、アルバイト：55.3%）が最も多くなっている。次いで、インターンシップでは、「学生のインターンシップの希望先が特定の企業等に集中してしまうから」（33.1%）、「採用活動の時期が早くなってしまうから」（28.0%）、「インターンシップでは学生の能力を把握することはできないから」（25.4%）が多くなっている。一方、アルバイトでは、「アルバイトの仕事と新規学卒者として求める能力、資質が異なるから」（39.5%）、「アルバイトを実施できる人数には限りがあり、その中から採用者を選考するのは困難であるから」（25.1%）、「アルバイトでは学生の能力を把握することはできないから」（20.9%）が多くなっている。



（注）［　］内はアルバイトに関する選択肢の文言である。図表 4-3、4-4 も同様。

図表4-3 インターンシップやアルバイトを学生の能力把握に活用することに対する反対理由

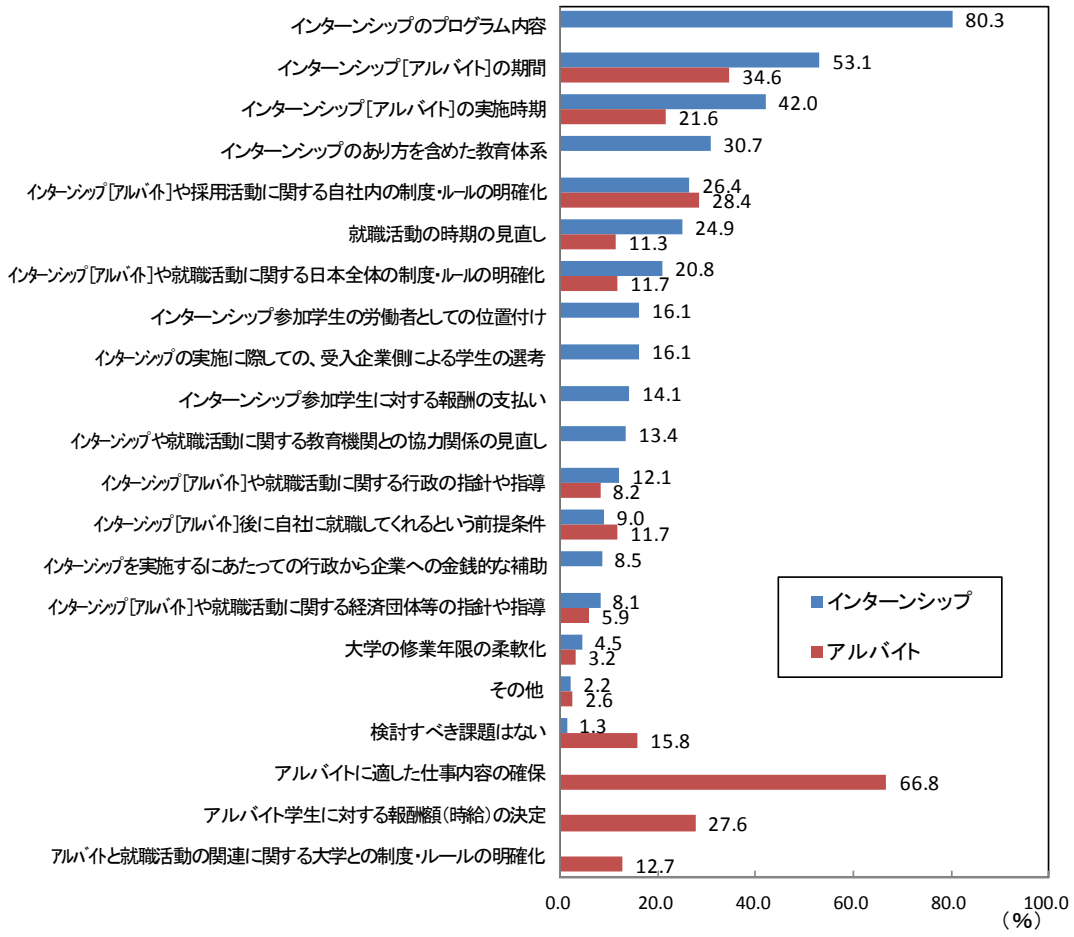


(4) 課題（図表 4-4、4-5）

インターンシップやアルバイトを学生の能力把握に活用する場合、検討すべき課題として該当するものをすべて選択してもらったところ、インターンシップでは、「インターンシップのプログラム内容」(80.3%)が最も多く、次いで、「インターンシップの期間」(53.1%)、「インターンシップの実施時期」(42.0%)、「インターンシップのあり方を含めた教育体系」(30.7%)、「インターンシップや採用活動に関する自社内の制度・ルールの明確化」(26.4%)となっており、現行のインターンシップのままでは不十分であり、内容等の再設計や自社内の制度・ルールが不可欠であると認識しているといえる。また、「インターンシップの期間」と回答した企業に必要と思われる期間を質問したところ、「１週間程度」が 32.2%と最も多く、次いで「２～３日間」(22.8%)、「２週間程度」(16.2%) となっており、現行実施しているインターンシップよりもやや長い期間が必要であるという認識であることがわかる。

一方、アルバイトでは、「アルバイトに適した仕事内容の確保」(66.8%) が最も多く、次いで、「アルバイトの期間」(34.6%)、「アルバイトや採用活動に関する自社内の制度・ルールの明確化」(28.4%)、「アルバイト学生に対する報酬額（時給）の決定」(27.6%) となっており、報酬に関する事項以外はインターンシップと同様の項目が上位にあがっている。

図表4-4 インターンシップやアルバイトを学生の能力把握に活用する場合に検討すべき課題



図表4-5 インターンシップを新卒採用に結びつける場合に必要と思われる期間(n=451)

