



Title	インターンシップやアルバイトを活用した企業の大卒新卒採用活動に関する実証研究 : 企業へのアンケート調査結果をもとに
Author(s)	亀野, 淳
Citation	北海道大学大学院教育学研究院紀要, 137, 259-270
Issue Date	2020-12-23
DOI	https://doi.org/10.14943/b.edu.137.259
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/80271
Type	departmental bulletin paper
File Information	16-1882-1669-137.pdf



インターンシップやアルバイトを活用した 企業の大卒新卒採用活動に関する実証研究

—企業へのアンケート調査結果をもとに—

亀 野 淳*

【要旨】 本稿においては、インターンシップやアルバイトを就職希望者（学生）の能力把握（企業側の視点）や企業・業種の実情把握（学生側の視点）などに利用するという直接的効果に着目し、企業に対するアンケート調査を実施した。その結果、①新規学卒者の採用にあたっては、能力把握の方法として「面接」が最も重要視されており、インターンシップやアルバイトは少ないが、これらの方法の評価としては、面接よりもインターンシップ経験の方がその有効性を企業が認識していること、②こうした有効性の認識もあり、多くの企業が採用目的でインターンシップを実施しているが、当初の目的を十分に達成しているとは必ずしもいえないこと、③平均すると、企業は新卒採用の2.4倍程度の学生をインターンシップ学生として受け入れ、そのうち、6.4%程度を実際に採用している。新卒採用者全体でみると、約7人に1人をインターンシップ経由で採用していることなどが明らかになった。

【キーワード】 インターンシップ、アルバイト、採用、アンケート調査、実証研究

1. 本稿の趣旨・目的

若年者の就職・雇用問題は多くの国の政策的課題となっており、日本の高等教育機関においても、職業教育・キャリア教育の拡充が図られているが、学生の志向が大企業に集中し、企業も学生の能力を十分に把握できないなど双方の情報不足・ミスマッチが存在している。

こうした中で、キャリア教育の主要な手段としてインターンシップが位置づけられているが、日本では大学におけるインターンシップは就業体験型の1～2週間型が中心であり、教育面においてその質的拡充を図る観点から、長期型・実践型のインターンシップへの転換を模索している。しかし、こうした拡充を図るためには、受入側である企業側の協力が不可欠であるが、そのメリットが不明確である。

したがって、本稿においては、インターンシップの受入側である企業のメリットや目的に着目して分析を行いたい。なお、企業側のメリットとしては、文部科学省・厚生労働省・経済産業省『インターンシップの推進に当たっての基本的考え方』（平成27年12月10日改正版）においても、「実践的な人材の育成」「大学等の教育への産業界等のニーズの反映」「企業等に対する理解の促進、魅力発信」の3つが挙げられているが、採用活動への活用については明確な言及はなく、政府としてもインターンシップを企業の採用活動の一環として位置づけることをタブー視しているといえる¹。

一般的に、企業は様々な方法を用いて就職希望者（学生）の能力を把握し、選抜をしようとしている。これは採用研究のうち、選抜研究（Selection Research）に該当するものである

* 北海道大学高等教育推進機構・准教授
DOI : 10.14943/b.edu.137.259

が、同研究を総括したRyan&Tippins (2004) では、面接やアセスメントテストよりも実際の仕事状況に近い形を用いた選抜方法の方が将来の業績の予測力が高いことを明らかにしている(服部 (2017))。こうした観点でみれば、新規学卒労働市場において「実際の仕事状況に近い形」として、インターンシップなどが想定されるが、インターンシップと就職・採用の関連についての研究は、インターンシップの役割や定義、インターンシップの設計や評価に比べて少ない(見館 (2017))。

同様に、アルバイトについても「実際の仕事状況に近い形」を体現したものであるといえる。しかしながら、後述するようにアルバイトと採用・就職の直接的な関連性についての先行研究は見当たらない。

したがって、学生の能力を把握するためにインターンシップを活用し、学生を「採用」という企業行動に着目したい。

2. 先行研究

インターンシップと採用・就職の効果に関する研究においては、佐藤・梅崎 (2015) はその効果を育成仮説(インターン経験自体が学生の成熟度や社会に対する知識を深め、就職活動時にそれらが評価される)とマッチング効率性仮説(就職活動と採用活動への直接的な支援)に分類している。前者としては、真鍋 (2010) はインターンシップにより社会人基礎力が向上し、それが学生自身の就職に有利なことを明らかにし、古田 (2010) は入社後のキャリア適応力の向上などを明らかにしている。後者としては、Acemoglu and Pischke (1998) は「職場でインターンシップなどの訓練生を受け入れるメリットとして訓練生の情報上の優位性を利用できる」とし、企業側の能力把握の優位性を明らかにしている。亀野 (2019a) は就職内定者に対するアンケート調査により、インターンシップ先に就職を予定している学生はインターンシップ経験学生の約3割であることなどを定量的に明らかにし、インターンシップと就職・採用が密接に関連していることを明らかにしている。また、この両者を厳密に区分したわけではないが、インターンシップと就職の関係を直接分析した佐藤・梅崎 (2015) は、もともと成績がよく、就職活動に対して高い意欲を持つ大学生ほどインターンシップに参加しているという自己選別によりインターンシップ経験の就職効果を否定している。本稿はこの分類でみればマッチング効率性仮説を企業側からみたものであるといえる。

また、アルバイトについては、学業などへの支障など否定的な側面を指摘するものもあるが(木戸口 (2013), 渡辺 (2015) など)、肯定的な影響として、キャリア意識に関する影響を分析したもの(杉山 (2007,2009), 関口 (2010) など)、ジェネリックスキルの向上に関する影響を分析したもの(見館 (2007), 石山 (2017) など)などがあるが、採用・就職との関連を明示的に分析したものとしては、平尾・梅崎・田澤 (2018) が非難関校においてアルバイト経験が就職に効果があること、アルバイト経験だけではなく学業やサークル活動との両立が就職に効果があることを明らかにしたのみであり非常に少なく、アルバイトを学生の採用と関連付けるといふ企業側からの視点の先行研究は見当たらない。

3. 本稿において明らかにしたいこと

上記の趣旨・目的及び先行研究から本稿においては、以下の2点を明らかにしたい。

- ①企業における学生の能力把握の方法に着目し、インターンシップやアルバイトを活用した企業の採用状況やその具体的内容
- ②インターンシップを活用した企業の採用活動の定量的把握

4. 分析方法（アンケート調査の概要）

本報告で使用するデータは、筆者が実施した「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」²におけるアンケート調査の結果³である。

調査は、株式会社ディスコの協力により全国の主要企業16,233社を対象者として、2019年6～7月にかけてインターネット上の質問紙により849社の回答を得た（有効回答率5.2%）。回答企業の内訳は図表1-1～1-3のとおりである。

図表1-1 従業員規模別回答数

	n	%
～ 29人	24	2.8
30～ 99人	128	15.1
100～ 299人	278	32.7
300～ 499人	116	13.7
500～ 999人	133	15.7
1,000～2,999人	110	13.0
3,000人～	60	7.1
合計	849	100

図表1-3 本社所在地別回答数

	n	%
北海道	91	10.7
東北	53	6.2
南関東	388	45.7
北関東・甲信	41	4.8
北陸	12	1.4
東海	87	10.2
近畿	93	11.0
中国	40	4.7
四国	11	1.3
九州	31	3.7
海外	2	0.2
合計	849	100

図表 1-2 業種別回答数

	n	%
農業、林業、漁業	2	0.2
鉱業、採石業、砂利採取業	1	0.1
建設業	87	10.2
製造業	222	26.1
電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.6
情報通信業	174	20.5
運輸業、郵便業	29	3.4
卸売業、小売業	143	16.8
金融業、保険業	22	2.6
不動産業、物品賃貸業	10	1.2
学術研究、専門・技術サービス業	51	6.0
宿泊業、飲食サービス業	19	2.2
生活関連サービス業、娯楽業	16	1.9
教育、学習支援業	10	1.2
医療、福祉	11	1.3
複合サービス事業	7	0.8
サービス業(他に分類されないもの)	36	4.2
その他	4	0.5
合計	849	100

5. 分析結果

5.1 インターンシップやアルバイトを活用した企業の採用状況

(1) 就職希望学生の能力把握方法とその評価

本稿の目的を勘案すると、まず学生の能力把握が企業側にとっては重要な要因であるが、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%)が他の方法に比べて圧倒的に多く、次いで、「適性検査」「履歴書・エントリーシート」となっている。つまり、学生の能力把握としては「面接」を重要視し、それを補完するため「適性検査」や「履歴書・エントリーシート」を用いているといえる。本稿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(図表2)。

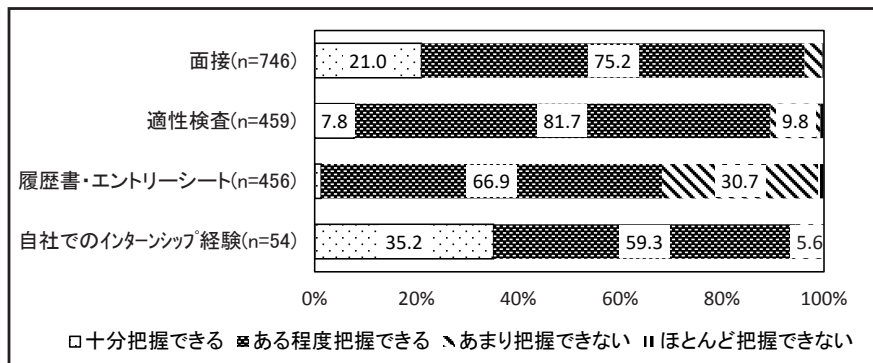
図表2 学生の能力判断の方法

	1位	2位	3位	得点
面接	80.1	11.8	5.7	4.42
適性検査	6.7	27.8	26.0	1.43
履歴書・エントリーシート	3.7	25.6	30.9	1.26
学力テスト・筆記試験	3.1	8.7	10.7	0.52
グループディスカッション, グループワーク	1.4	9.3	3.3	0.38
自社でのインターンシップ経験	1.7	3.7	1.7	0.21
学業成績	0.7	1.4	6.4	0.14
社内のより実務に近い人の評価	0.5	2.6	1.5	0.12
大学での専門分野	0.4	1.7	2.4	0.10
作文	0.3	1.8	2.4	0.09
リクルーターの評価	0.0	2.2	1.5	0.08
プレゼンテーション	0.5	0.8	0.9	0.06
他社でのアルバイト経験	0.0	0.7	2.1	0.04
大学名や大学ランキング	0.0	0.7	1.5	0.04
学校や教員の推薦	0.1	0.4	1.3	0.03
実技	0.4	0.1	0.1	0.02
自社でのアルバイト経験	0.0	0.1	0.0	0.00
他社でのインターンシップ経験	0.0	0.0	0.1	0.00

(注) 得点は第1位=5点, 第2位=3点, 第3位=1点として平均値を算出

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、その高い有効性を企業が認識しているといえる(図表3)。つまり、前述したAcemoglu and Pischke(1999)がいうようにインターンシッ

ブは学生の能力を把握する上での優位性は日本企業においても認識しているが、何らかの制約があり実際は面接重視の採用活動を実施しているといえる。



図表3 学生の能力判断方法の評価

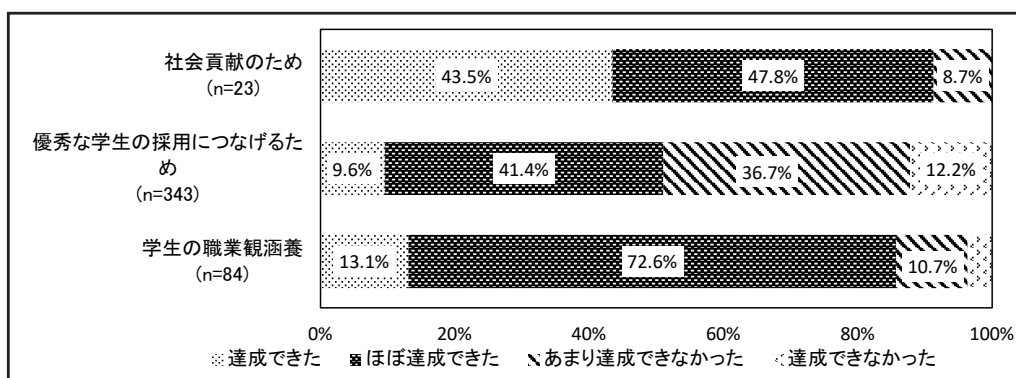
(2) インターンシップの目的とその達成度

次に、企業がインターンシップの実施においてどの程度学生の採用を意識しているのかをみてみたい。まず、採用インターンシップの実施目的をみると、学部・大学院、文系・理系を組み合わせた4つのすべてのカテゴリーで「優秀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といえる。次いで「学生の職業観涵養」であるが、1～2割程度であり、大半の企業は何らかの採用目的でインターンシップを実施しているといえる（図表4）。

図表4 インターンシップの目的

	学部・文系 (n=490)	学部・理系 (n=523)	大学院・文系 (n=183)	大学院・理系 (n=313)
優秀な学生の採用につなげるため	70.0	72.8	77.0	78.6
学生の職業観涵養	17.1	13.4	15.3	12.5
社会貢献のため	4.7	4.8	2.7	1.6
大学・研究室との関係構築	3.5	5.9	0.5	4.5
その他	2.7	1.9	2.7	1.9
職場の活性化のため	1.2	1.0	0.5	0.3
業務の補助戦力にするため	0.8	0.2	1.1	0.6

では、その実施目的がその程度達成されているのかを実施目的別に達成度を4段階で評価した結果をみると、「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」という採用が第一目的の企業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（図表5）。



図表5 インターンシップの目的別に見た目的の達成度

(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

インターンシップの実施にあたって採用を第一目的としている企業が約7割あったが、採用活動において具体的にどのような働きかけを学生に行ったのかをみてみたい。つまり、働きかけの有無や内容によって企業が採用活動においてインターンシップをどのように活用しようとしているのが明らかにすることができる。なお、ここではアルバイト学生を雇用し、当該学生に就職を働きかけたことのある企業に対してもインターンシップと同内容の質問を行った。

まず、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を対象に、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（図表6）、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た。

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%）にとどまっていた。

つまり、インターンシップは採用を第一目的としている企業が多いので何らかの働きかけをおこなっているが、アルバイトはあくまでも労働力の確保が目的であることから採用につながる活動をしている企業はより少なくなっているといえる。

図表6 インターンシップ、アルバイト参加学生に対する採用の働きかけの有無

	インターン シップ (n=616)	アルバイト (n=152)
参加者全員に対して働きかけを行った	43.8	10.5
参加者の一部の学生の対して働きかけを行った	34.3	37.5
ない	18.5	36.2
わからない	3.4	15.8

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具体的な内容をみると（図表7）、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も多くなっている。しかしながら、「面接回数を減らした」（12.7%）、「書類選考を免除・軽減した」（9.8%）などインターンシップによって参加者の能力把握がなされているという前提での働きかけはかなり少数である。つまり、優先的な情報提供が中心であることから、当該企業への就職希望者の母集団拡大という意図が大きいと思われる。

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、働きかけの内容はインターンシップ同様に情報提供が中心であるといえる。

図表7 インターンシップ、アルバイト参加学生に対する採用の働きかけの内容

	インターン シップ (n=481)	アルバイト (n=73)
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	71.2
非参加学生の選考よりも早い時期に選考を行った	42.2	11.0
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	27.4
参加学生限定のセミナー等を開催した	24.1	9.6
企業説明会について優先的に対応した	22.0	13.7
面接回数を減らした	12.7	9.6
書類選考を免除・軽減した	9.8	6.8
グループワークを免除・軽減	4.8	0.0
筆記試験を免除・軽減した	3.7	0.0
エントリーシートの提出を免除した	3.5	0.0
その他	2.9	5.5
成績優秀者に内定・内々定を出した	2.5	1.4

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その中から学生を採用していることがわかる（図表8）。

図表8 インターンシップ、アルバイト参加学生に対する採用働きかけによる採用の有無

	インターンシップ (n=481)	アルバイト (n=73)
採用したことがある	68.8	79.5
採用したことがない	27.0	19.2
わからない	4.2	1.4

つまり、インターンシップ等が学生の能力把握に有効であると認識しているものの、実際には何らかの制約要因により就職希望者の母集団形成の拡大にとどまっているといえる。

5.2 インターンシップを活用した採用の定量的把握

(1) 新卒採用者数とインターンシップ受入人数

本アンケート調査において2019年3月卒の新規学卒者（大学学部及び大学院）の採用を行った企業は765社（90.1%）であり、そのうち、インターンシップの学生を受け入れ、かつ、インターンシップの受入人数の記載のあった企業521社のみを集計すると、新卒採用者数は13,588人、インターンシップ受入人数は32,795人となっており、1社平均でみると、採用者数の2.4倍のインターンシップ学生を受け入れている。これを学部・大学院、文理別にみると、最も多い文系・学部では約2.8倍であるのに対し、理系・大学院では1.6倍と大きな差がみられた（図表9）。

ただし、この数値は企業によって大きなばらつきがみられた。採用者数の2倍以上のインターンシップを受け入れている企業が4割を超えている一方で、0.5倍未満の企業も約2割存在している（図表10）

図表9 新卒採用者数とインターンシップ受入人数

	全体 (521社)	学部・文系 (378社)	学部・理系 (358社)	大学院・文系 (39社)	大学院・理系 (161社)
①新卒採用者数	13,588	6,180	3,615	503	2,588
②インターンシップ受入人数	32,795	17,558	8,666	859	4,091
新卒採用者に占めるインターンシップ受入人数（②/①）	2.41	2.84	2.40	1.71	1.58

（注）上記の数字はインターンシップを受け入れかつその人数を記載している企業の人数のみを集計

図表10 IS受入人数/新卒採用者数の構成比

	n	%
～0.5	106	20.3
0.5～1.0	88	16.9
1.0～2.0	97	18.6
2.0～	230	44.1
合計	521	100

(2) インターンシップ経由の採用人数

図表8でみたようにインターンシップ参加学生に採用を働きかけ、実際に採用した学生（以下「インターンシップ経由採用」という）がいる企業でその人数の記載があった企業は266社となっており、その人数は全体で1,969人となっている。これをインターンシップ経由採用者がいる企業のためのインターンシップ受入人数を用いて、その割合を計算すると、9.1%となっている。つまり、インターンシップ経由の採用者がいる企業ではインターンシップに参加した学生の約1割を当該企業が採用しているといえる。なお、インターンシップ学生を受け入れ

ているものの、インターンシップ経由採用の学生がいない企業についてインターンシップ経由採用人数を0人として計算すると平均6.4%となる（図表11）。

ただし、この数値についてもばらつきが大きい。平均は9.1%であるが、25%以上の企業も約4分の1あるのに対し、5%未満の企業も約4分の1ある（図表12）。

図表11 インターンシップ受入人数とインターンシップ経由採用人数

	インターンシップ経由 採用者がいる企業のみ (266社)	インターンシップ経由採 用者がいない企業も含む (533社)
②インターンシップ受入人数	21,743	30,765
③インターンシップ経由採用人数	1,969	1,968
インターンシップ受入人数に占めるイン ターンシップ経由採用人数 (③/②)	9.1%	6.4%

（注）上記の数字は②及び③の人数を記載している企業の人数のみを集計

図表12 IS経由採用人数/IS受入人数の構成比

	n	%
～0.05	59	22.2
0.05～0.1	55	20.7
0.1～0.25	84	31.6
0.25～	68	25.6
合計	266	100

さらに、新卒採用者に占めるインターンシップ経由での採用者数を試算すると、インターンシップ経由採用者のいる企業のみでは24.9%となっており、4人に1人が同社でのインターンシップ経験者といえる。なお、新卒採用者がいるものの、インターンシップ経由採用の学生がいない企業についてインターンシップ経由採用人数を0人として計算すると平均13.7%となっており、約7人に1人がインターンシップを経由して採用されていることがわかる（図表13）。

図表13 新卒採用人数とインターンシップ経由採用人数

	インターンシップ経由 採用者がいる企業のみ (266社)	インターンシップ経由採 用者がいない企業も含む (533社)
①新卒採用者数	8,409	15,284
③インターンシップ経由採用人数	2,098	2,098
新卒採用者数に占めるインターンシップ 経由採用人数 (③/①)	24.9%	13.7%

（注）上記の数字は①及び③の人数を記載している企業の人数のみを集計

6.まとめ

本報告では、明らかになった点は以下のとおりである。

第一は、学生 の能力把握の方法としては、「面接」が最も重要視されており、インターンシップやアルバイトは少ない。ただし、これらの方法の評価としては、面接よりもインターンシップ経験の方がその有効性を企業が認識している。

第二は、こうした有効性の認識もあり、多くの企業が採用目的でインターンシップを実施しているが、学生への働きかけは情報提供が中心となっており、当該企業への就職希望学生 の母集団形成の拡大にとどまっている。

第三は、平均すると、企業は新卒採用の2.4倍程度の学生をインターンシップ学生として受け入れ、そのうち、6.4%程度を実際に採用している。新卒採用者全体でみると、約7人に1人をインターンシップ経由で採用しているといえる。

しかしながら、定量分析で明らかになったように、各企業の数値に大きなばらつきが存在している。そのばらつきを規定している要因や就職希望学生 の能力把握など企業の採用活動とそのばらつきの関連性については十分に分析することができなかつたので今後の課題としたい。

※本研究は、JSPS科研費JP17K04671及びJP19H00622の助成を受けた成果の一部である。

【謝辞】

本稿の分析にあたっては、データ処理等について、北海道大学高等教育推進機構の林はるみ氏に多大な協力を得た。ここに感謝を記したい。

注

¹ 別紙の「企業がインターンシップ等で取得した学生情報の広報活動・採用選考活動における取扱いの考え方について」の中の「基本的な取扱い」として「学生情報は、広報活動・採用選考活動に使用できない」としており、かなり強い歯止めがかかっているといえる。ただし、その注釈として、「広報活動・採用選考活動において、学生が企業に対し自ら提出したエントリーシート、成績表等にインターンシップの参加事実、フィードバック結果等が記載されている場合は、他の成績書類と同様に、これを広報活動・採用選考活動に使用することは差し支えない。」とも記載されている。

² 同研究はJSPS科研費JP17K04671「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」に基づくものであり、その詳細については、<https://kamenolabs.jp/project02/>を参照

³ アンケート調査結果の概要については、亀野（2019b）、亀野（2019c）を参照

参考文献

- Acemoglu, D. and J. Pischke (1998), "Why Do Firms Train? Theory and Evidence", *Quarterly Journal of Economics*, vol. 113, pp. 79-119.
- 古田克利 (2010)「インターンシップ経験が新入社員のキャリア適応力に及ぼす影響」『インターンシップ研究年報』13号, pp.1-7
- 服部泰弘 (2017)「採用」中原淳編『人材開発研究大全』東京大学出版会
- 平尾智隆・梅崎修・田澤実 (2018)「大学生のアルバイト経験と就職活動の結果」『キャリアデザイン研究』, 第14号, pp.91-99
- 石山恒貴 (2017)「大学生のアルバイト経験が職業能力とジェネリックスキルに与える影響」『人材育成研究』, 第13巻, 第1号, pp.21-42
- 亀野淳 (2019a)「インターンシップやアルバイトと就職活動との関連についての大学生アンケート調査結果」『北海道大学大学院教育学研究院紀要』, 第134号, pp.131-143
- 亀野淳 (2019b)『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 単純集計結果報告書 (Ver.1)』 (<https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/handle/2115/75279>, 最終閲覧日2020年9月30日)
- 亀野淳 (2019c)『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)』 (<https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/handle/2115/75280>, 最終閲覧日2020年9月30日)
- 木戸口正宏 (2013)「学生とともに「働くこと」を学ぶ(教養科目「現代社会と教育」における試み) その1-大学生のアルバイト経験に関する調査と大学教育・学生支援の課題」『釧路論集:北海道教育大学釧路分校研究報告』第45巻, pp.75-84
- 真鍋和博 (2010)「インターンシップタイプにおける基礎力効果と就職活動への影響」『インターンシップ研究年報』13号, pp.9-17
- 見館好隆 (2007)「顧客接点アルバイト経験が基礎力向上に与える影響について-日本マクドナルドに注目して」『Works review』第2巻, pp.8-21
- 見館好隆 (2017)「インターンシップによるキャリア育成の効果」中原淳編『人材開発研究大全』東京大学出版会
- 佐藤一磨・梅崎修 (2015)「インターンシップへの参加が就職活動結果におよぼす影響: Propensity Score Matching法によるSelf-Selection Biasの検証」『大学評価研究』14号, pp.89-100
- 関口倫紀 (2010)「大学生のアルバイト経験とキャリア形成」『日本労働研究雑誌』, 第52巻第9号, pp.67-85
- 杉山成 (2007)「アルバイト経験はキャリア意識の形成にどのような影響を与えるのか」『小樽商科大学人文研究』, 第113巻, pp.87-98
- 杉山成 (2009)「アルバイト経験はキャリア意識の形成にどのような影響を与えるのか (2):アルバイトの位置づけに関する検討」『小樽商科大学人文研究』, 第117巻, pp.1-14
- Ryan, A. M. & Tippins, N. T (2004) "Attracting and Selecting: What psychological research tells us." *Human Resource Management*, Vol. 43 No. 4, pp.305-318
- 渡辺裕子 (2015)「学生におけるアルバイトの実態と位置づけ:駿河台大学学生生活基本調査から」『駿河台大学論叢』, 第50号, pp.169-187

Empirical Research on Recruitment of University New Graduates by Enterprises using Internships and Part-time Jobs

— Based on the Results of a Questionnaire Survey of Companies —

Jun KAMENO

Key words

Internship, Part-time Job, Recruitment, Questionnaire Survey, Empirical Research

Abstract

In this paper, the questionnairng for the enterprise was carried out focusing on the direct effect of using internship and part-time job for the ability grasp of the student.

As a result, (1) when recruiting new graduates, "interviews" are the most important means of identifying abilities.

There are few internships and part-time jobs, companies are more aware of their effectiveness than interviews; (2) many companies have conducted internships for recruitment purposes, but they have not achieved the original objectives sufficiently; and (3) companies accept 2.4 times as many students as new graduates as internship students, of which 6.4% are actually recruited. Looking at the total number of new graduate recruits, it became clear that about one in seven was recruited through internships.