

日本の大学における、インターンシップによる人材育成の現状と課題<sup>1</sup>  
－企業にとって望ましいインターンシップの考察－

一橋大学 国際・公共政策大学院  
公共経済プログラム 修士2年

平田 暁

2008年8月

---

<sup>1</sup> 本稿は、一橋大学国際・公共政策大学院公共経済プログラムにおけるコンサルティング・プロジェクトという取り組みの最終報告書として、受入機関である労働政策研究・研修機構に提出したものです。本稿の内容は、全て筆者の個人的な見解であり、受入機関の見解を示すものではありません。

## 要約

本稿では、日本の大学でのインターンシップによる人材育成の現状を、先行研究を踏まえたうえで導き出し、課題についてアンケート調査などを基に分析し推定結果を検討した。

インターンシップによる大学生の人材育成を推進し社会に適合した職業人の輩出を増やしていく為には、「企業にとって、メリットを得られるような望ましいインターンシップとはどのようなものなのか?」ということを明らかにすることが、課題として挙げられる。企業は様々な目的を持ってインターンシップを行っていると考えられる。この目的を達成することが、企業にとってインターンシップを行うことのメリットに非常に近いものになると考えられる。よって、企業にとっての目的に対応した効果やメリットと感ずる効果につながるような、望ましいインターンシップのあり方を具体的に提案することは企業がインターンシップを行う上で非常に重要である。

そこで、企業にとって望ましいインターンシップの具体的な提案をする為、実行したインターンシップの目的タイプを人材確保型・採用見極め型・自社 PR 型・職場活性化型と分けて、それぞれのタイプにとって目的に対応した効果や企業がメリットと感ずる効果につながる望ましいインターンシップのあり方について違いが出てくる、ということ仮説を立てて分析を行った。その結果、企業が効果的であると感ずるインターンシップの手法・仕事タイプ・企業属性はそれぞれの目的によって違いが存在することが明らかとなった。

それぞれの目的に対応した望ましいインターンシップのあり方を明らかにすることで、企業だけでなく高等教育における人材育成への更なる具体的な取り組みや、政策的な支援に結びついていくことを期待する。

## 謝辞

本研究は、一橋大学国際・公共政策大学院におけるコンサルティング・プロジェクトという取り組みとして行われたものである。労働政策研究・研修機構を受入機関とし、約1年間を経て得られた研究成果をまとめている。報告に先立ち、受入機関としてこの取り組みに協力してくださった労働政策研究・研修機構の皆様へ感謝の意を表したい。

また、本稿を完成させるにあたって様々な分野における多くの方々から有益なコメントを頂いた。受入機関で担当をひき受けてくださった研究員の堀有喜衣様(労働政策研究・研修機構)には、本稿を完成させる上で重要な資料・文献を数多く提供して頂き何度も非常に丁寧で有益なご指導を頂いた。コンサルティング・プロジェクトの担当者である山重慎二先生(一橋大学)には、受入機関の紹介をはじめ様々な助言を頂いた。ゼミの指導教官である、別所俊一郎先生(一橋大学)には本稿の構成から執筆の段階において多くのヒントや改善点をご提示頂き、ご指導を頂いた。また、労働政策研究・研修機構の研究員の方々や一橋大学国際・公共政策大学院の先生方・学生等、多くの方々から有益なコメントを頂いた。ここに改めて感謝の意を表したい。

## 目次

### 第1章 はじめに

### 第2章 高等教育機関の人材育成への取り組みの現状と課題

- (1) 人材育成の対象としての大学生
- (2) インターンシップによる大学生の人材育成

### 第3章 インターンシップについての先行研究

- (1) インターンシップをするメリット・デメリット - 学生・学校・企業の視点から -
- (2) 望ましいインターンシップのあり方について

### 第4章 検証

- (1) 具体的な問題意識と本分析の仮説
- (2) データに関して
- (3) 実証分析
  - (i) 人材確保型
  - (ii) 採用見極め型
  - (iii) 自社PR型
  - (iv) 職場活性化型
- (4) 推定結果と考察

### 第5章 結論と今後の課題

### 参考文献

# 日本の大学における、インターンシップによる人材育成の現状と課題 －企業にとって望ましいインターンシップの考察－

一橋大学 国際・公共政策大学院 公共経済2年 平田 暁

2008年8月

## 第1章 はじめに

近年の経済状況の変化のなかで、社会が求めている高等教育、すなわち、学生が大学等を通して身に付けて行くべき能力は変化してきている。学生が社会で即戦力として通用する為には、本来の高等教育に期待される教養・専門知識の習得のみならず、より実践的な能力や技術が求められるようになってきている。岩脇（2004）では、企業が求める人材について、「大学新卒者採用市場において望ましいとされる人物像は、育成の対象から自ら行動する主体へと変容した」という知見を導き出している。

そのような変化を踏まえ、日本の高等教育機関にも変容が求められている。例えば、近年、大学をはじめとする高等教育機関は学生のインターンシップへの参加を支援し、企業もまた雇用戦略あるいは社会貢献の観点からインターンシップへの協力を積極的になってきている。

学生・学校側の視点から見た場合、インターンシップを推進していくことでのメリットは多く、この制度は高等教育機関との連携において重要であるのみならず、高等教育機関に所属していないフリーター・ニートと呼ばれる若者にとっても実践的な職業能力の開発となり、人材育成の大切な機会となりうるものである。

よって、社会に適合した職業人を輩出していくためにもインターンシップの推進・拡大は必要不可欠であると思われる。

しかし、日本でのインターンシップは、企業側にとってのメリットが曖昧なものとなっているのが現状である。企業についての具体的なメリットというものは、これまであまり語られてこなかった。企業がインターンシップによって、何かしらの便益を得なければ、企業はこの制度に参加する意義は無くなってしまう。

よって、本コンサルティング・プロジェクトでは、日本の大学でのインターンシップによる人材育成の現状を、先行研究を踏まえたうえで導き出し、その課題についてアンケート調査などを基に分析し、推定結果を検討する。

そして得られた知見を踏まえた上で、企業にとって望ましいインターンシップのあり方について提案を行い、インターンシップによる人材育成の今後の課題に結びつけた上で、本稿の結論としたい。

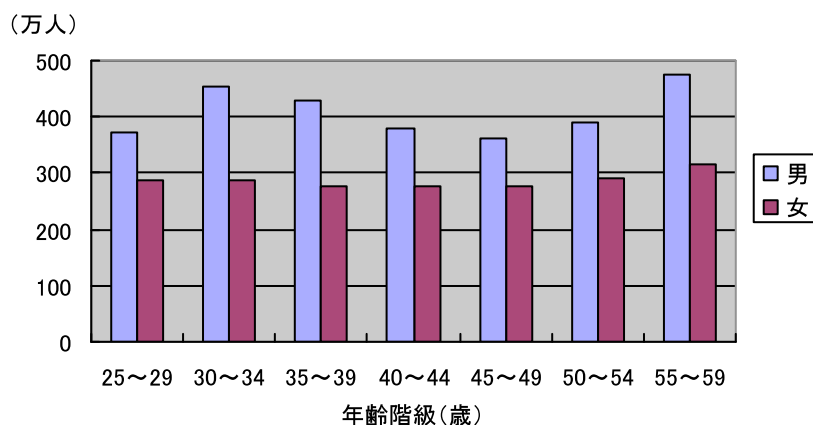
## 第2章 高等教育機関の人材育成への取り組みの現状と課題

### (1) 人材育成の対象としての大学生

まず、現在の社会においてどのような人材が必要とされているのか、そして、高等教育機関はどのような改善をすべきなのか、ということ考察するにあたって、日本での労働力の現状についての特徴を述べる。

近年の日本では、人材育成に関する取り組みが求められている。その原因の一つとして、団塊の世代が一斉に退職し労働力人口が減る問題が考えられる。図2-1は年齢階級別に見た総就業者数を示しており、定年退職適齢期世代の割合が全体の中で多くを占めていることが見てとれる。それに対して、団塊世代の次の世代の就業者の割合は、小さくなっていることが分かる。

図2-1 年齢階級別に見た、総就業者数



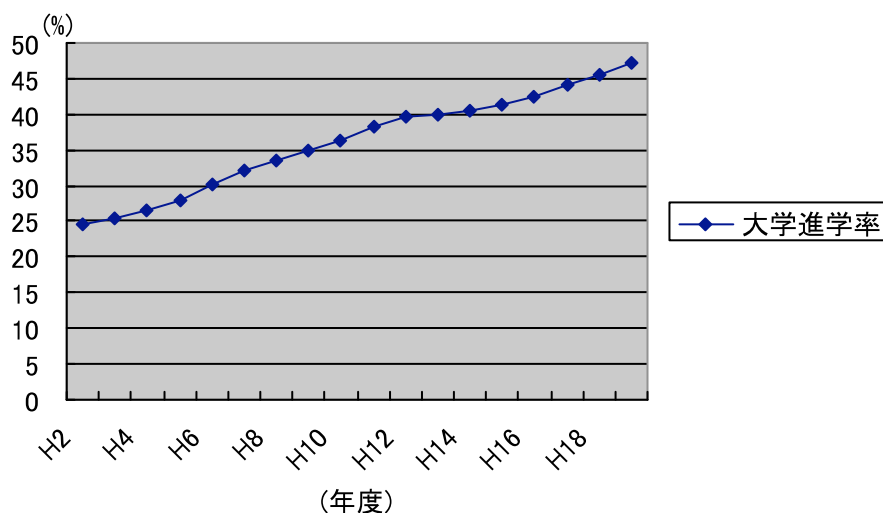
備考：総務省「労働力調査」平成18年度より作成

蓄積された技術やノウハウを持った世代が一挙にいなくなることは、十分な職業能力を持った人材の不足が深刻な問題となりかねない。だが、現代の制度において、若い世代に対する教育環境が十分に整備されているとは言いがたい。

このような状況を改善する為に、産業界のニーズを踏まえた高度な教育を享受できる環境を、提供することが求められている。近年の産業界は現場の即戦力として求める人材像やスキルが高度化しているため、人材の育成・支援をしていく上で高等教育機関の果たすべき役割は大きいものと考えられる。

そこで、人材育成の対象として大学生に着目する。まず、人材育成の対象として何故大学生が重要なのかを説明したい。

図 2-2 大学への進学率の推移



備考：文部科学省 生涯学習政策局調査企画課

「学校基本調査」平成 19 年度 より作成

図 2-2 は、大学への進学率の推移を示したものである。<sup>2</sup>近年の日本では大学への進学率が増加傾向にあり、大学へ進学する割合が以前に比べて増えていることが読み取れる。若い世代に対する人材育成として大学生に着目することは、今後割合の大きさから見てもより重要となってくることが考えられる。

また、近年の日本における企業では、即戦力のある学生に対する需要が増えてきているということが、挙げられる。近年、日本の企業は知識社会化の業務を行う傾向が強まってきており、日本での業務は誰にでも出来る仕事が少なくなり、内容が昔と比較するとより高度化してきている。

このような状況の下で日本の企業は、90 年代にバブル崩壊に伴う、大きな景気の停滞期に直面した。この不景気経済に伴い、企業では、支出を最小限に抑える為に、教育訓練費・交際費・広告費が真っ先に削減された。人的投資として考えられる教育訓練費は、1988 年と比べて 2002 年において約 1000 億円減少している。<sup>3</sup>

企業の人材投資が減少した要因として、OJT(On the job training)による教育が、困難になってしまったことが挙げられる。OJT とは社員教育方法の 1 つで、実際の仕事を通じて

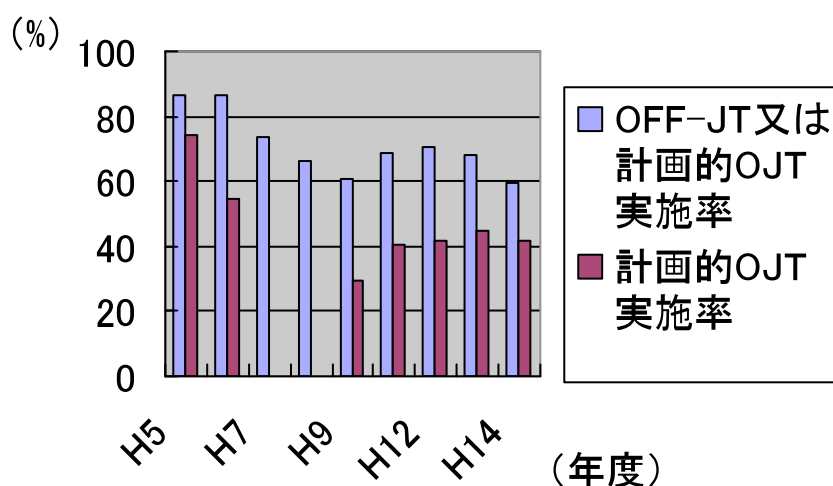
<sup>2</sup> 大学(学部)への進学率(過年度高卒者等を含む)は大学学部(過年度高卒者等を含む。)を3年前の中学校卒業生及び中等教育学校前期課程修了者数で除した比率である。

<sup>3</sup> 厚生労働省「就労条件総合調査」、文部科学省(2005)を参照。

必要な技術、能力、知識、あるいは態度や価値観、などを身に付けさせる教育訓練のことである。不況期の変革に伴う現場の大幅な人員削減や技術のサイクルが短くなったこと等により、OJT 型の教育は現代の企業の型に併せるのが困難な状況となっているのが一般的である。

職務の遂行を通じて教育を行う OJT に対して、職場を離れて行われる人材教育である Off-JT(Off the job training)教育も、人材投資として取り扱われている。一般に講師やインストラクターによって行われる集合研修を指すが、一時的に本職以外の職場を経験させること、他企業（教育ベンダー等）が行う専門技術の訓練を受けさせること、あるいは大学などの教育専門機関へ派遣（留学）、さらには自主的な学習活動を含む場合がある。

図 2-3 企業におけるジョブ・トレーニング実施率の推移



備考：厚生労働省「能力開発基本調査」資料より作成  
（平成 7 年、平成 8 年、平成 11 年のデータはなし）

図 2-3 は、企業におけるジョブ・トレーニング実施率の推移を表したものである。平成 5 年の計画的 OJT の実施率は約 74%あったのに対し、平成 14 年には約 41.6%にまで下がっている。Off-JT 又は計画的 OJT の実施率においても、平成 5 年の実施率は、約 81.6%であるが、平成 14 年には 59.5%となっている。

このような社会状況の変化により、日本の企業では、人件費を抑えられ、短期間において効率的に業務に関する知識・ノウハウを吸収していける能力を持った大学生の需要が、より高まっていると考えられる。

よって、本章では企業が直面しているこれらの状況を考慮した上で日本の企業において労働力となる人材の対象として大学生に着目し考察を行っていきたい。

## (2) インターンシップによる大学生の人材育成

まず、大学生の人材育成に関する産学官連携の取り組みについて、日本の各省庁では具体的にどのような支援策が行われているのであろうか。<sup>4</sup>

産業界と高等教育機関の連携によって人材育成を支援していく施策に関する各省庁の産学官連携の取り組みは、大きく二種類に分類することが出来る。

まず、一つ目は、月年単位の中長期的な期間で技術やノウハウ等の専門的な知識を習得することを目的とした「専門職型」である。

例えば、経済産業省では製造現場に求められる産業技術を有する産業界が技術・ノウハウを提供し技術の教育体系化や教授法等の教育を有する大学等と一体となって人材の育成を支援する、「製造中核人材育成事業」を行っている。

また、国土交通省では、我が国の観光分野における国際競争力を向上させるとともに観光による地域振興を図り、観光立国の実現を目指すため観光分野の人材育成を産学官連携方策により支援する、「観光関係人材育成のための産学官連携」に取り組んでいる。

更に、総務省では、大学間及び産学が協力し教育内容・体制を強化することにより、IT人材として求められる専門的スキルを有する人材を育成し人材を育成する教育拠点の形成を支援する、「先導的 IT スペシャリスト育成推進プログラム」を行っている。

そして二つ目は、日週単位のやや短期的な期間で、主に企業等で働く上での職業能力を身につけ、就職などにつなげることを目的とした「就労支援型」である。

具体例として、文部科学省では、産業界と学校が人材の育成・活用に関して建設的に協力しあう体制を構築することで高度で知的な素養のある人材を育成する支援策である、「派遣型高度人材育成協同プラン」を打ち出している。

これらの分類において、主に「就労支援型」として日本の高等教育で取り組んでいる一つの典型例として、大学等で一般的に浸透しているインターンシップがある。

インターンシップとは学生が在学中に自らの選好や将来のキャリアに関連した就業体験を行うことであり、授業の一環として単位認定を行う教育機関も近年では多く見られるようになってきている。インターンシップの現状<sup>5</sup>についてみると、高等教育機関ではこの取り組みに単位認定を行っているケースが一般的であり実習期間の平均は約2週間である。また、これを行う学生が最も多い学年は、大学では3年生、短期大学では1年生、高等専門学校<sup>6</sup>では4年生となっている。就職活動をする約1学年前に行うことが一般的であると言えよう。

---

<sup>4</sup> これらの具体例は経済産業省・国土交通省・総務省・文部科学省の各ホームページから引用し作成した。

<sup>5</sup> 詳しくは、文部科学省 高等教育局専門教育課「大学等におけるインターンシップ実施状況調査」平成17年度を参照されたい。

<sup>6</sup> 高等専門学校とは、中学校卒業者を入学対象とし、普通科の高等学校や工業高校とは異なった役割を担う学校で、職業に必要な能力を育成することを目的とし教育課程は一般科目と専門科目を配当して5年間一貫教育で効果的な専門教育を行っている。



インターンシップの政策的課題としては、産学連携による高度な人材の育成という面を持つ一方で若年者の雇用対策やキャリア教育としての面も合わせて持っている。<sup>7</sup>近年では、大学・短大・高等専門学校に続いて、中学校や高等学校での職業体験の取り組みや活用も進んできている。

まずインターンシップの意義について、教育機関と受け入れ企業等について大きく二つの視点から検討してみよう。文部省（現 文部科学省）が発行している「インターンシップ・ガイドブック」では、それぞれの意義として次のことを挙げている。

まず、インターンシップの大学等の教育機関と学生における教育上の意義として、職業意識の向上・自主性、柔軟性のある人材の育成・学生の学習意欲の喚起・教育の改善、充実といった事柄が主に挙げられる。

一方、企業等におけるインターンシップの意義として学校の教育への産業界等のニーズの反映・企業等の理解の促進・職業意識の高い人材の育成・学生の持つ知識や発想の活用、といったものが挙げられる。

では、企業が学生に求める、職業に関係する能力は一体どのようなものなのであろうか。小杉（2007）は、大卒者の人材観について、大学と企業の間には基本的には共通する認識があるものの、企業においては「人柄や個性」「基礎力」を重視する傾向が強いのに対して、大学側は「専門知識」を重視する比重が高いことを明らかにしている。

また、岩脇（2007）は、日本企業は大卒新卒者に、訓練期間を短縮出来て即戦力となることの出来るような、高度な基礎能力を求めていることを示している。

これらのことより明らかとなったことは、学問という分野で見られる専門的な知識などは大学等で習得可能であるが、対人関係やコミュニケーションスキルの様な社会で活躍する為の基礎的な能力については習得が難しい。インターンシップでは、大学等の講義では習得が困難となるこれらの分野の能力を習得出来る可能性が高いので、インターンシップを活用する意義は大きい。

インターンシップに参加している学生数について、厚生労働省（2005）によると、企業調査に加え、文部科学省が実施する「大学等におけるインターンシップ実施状況調査報告」（大学等の授業科目として実施されるインターンシップに限って参加学生数等を把握）に基づき推計すると、全国で概ね12万人の大学生がインターンシップに参加しているものと見込まれる、とされている。

また、インターンシップを実施していて推進の全学的な組織がある大学は半数強にのぼるが企業開拓は教職員の人的ネットワークによるものが多いなど実際には学内での情報流通・共有化が不十分であることや、過半数の大学が学生の希望に対し企業の受け入れ可能数が不足と認識していることがインターンシップの円滑な普及、拡大に関する課題として挙げられている。

---

<sup>7</sup> キャリア教育や若者就業支援の施策について、日本や他の先進国での施策の展開については、小杉礼子、堀有喜衣（編）（2006年）を参照されたい。

更に、インターンシップを実施している企業のその体制の整備に関しては全社的な推進体制の整備がされていない企業が約半数でありマニュアル・ノウハウの蓄積がない企業が約2割となっている。<sup>8</sup>

これらのことより、現代の日本においてインターンシップを推進・拡大していくことは今後更に重要になっていくことが予想されるが、企業においてはまだまだ推進体制やマニュアル・ノウハウの蓄積が出来ていない割合が多い、ということが分かる。

学校・学生側の就業体験希望者は多数に及ぶが、企業側としては負担が大きく、学生を受け入れることは容易いことではない。このような現状を改善する為には、学校・学生側はもとより企業側にとっても、負担に見合った効果を得ることが出来てインターンシップに取り組みやすいようなあり方を考える必要がある。

よって本稿では大学生の人材育成に関してインターンシップに注目して、この取り組みを推進・拡大していく為にはどのような課題があるのかということについて先行研究を踏まえた上でこれらの課題の考察を進めていく。

---

<sup>8</sup> 厚生労働省（2004）「インターンシップの実態に関するアンケート」の企業調査による結果を参照されたい。

### 第3章 インターンシップについての先行研究

#### (1) インターンシップをするメリット・デメリット

インターンシップという言葉が浸透し、その取り組みが一般的になってきたのは、この十数年の短い間であったにも関わらず、インターンシップに関する研究はレポートとしてたくさん存在する。まず、学生・学校・企業からの視点で、インターンシップをするメリット・デメリットについて研究しているものを紹介する。

##### ・ 学生からの視点

Neumark and Joyce(2001)では、高校生を対象として、就業体験とその後のキャリア形成についての関係を分析している。その結果、就業体験は大学進学に影響を及ぼさなかったが、回答者が主観的に感じた高校卒業証書を得られる見込みには影響を及ぼしていた。

国内の研究を見てみると、松行・安田・小澤(2004)は、嘉悦大学の経営経済学部の学生を対象として、学生の実習日誌等を基に企業実習の効果について論じている。結果として、「就職して働くということ、現実味を持って考えられるようになった」、「就職活動に役立った」というようなプラスの意見が大多数を占めていた。

また、槇本は、学生にとってのインターンシップを受けるメリットは、貴重な就業体験、自己分析・自己認識の機会、就職活動の予行演習、企業人との対話の機会、貴重な社会人の体験であると、まとめている。

一方でデメリットは、無いとしている。学生にとってインターンシップによるデメリットは考えることが困難である。学生は学校での単位取得を目的とする以外では、自主的にインターンシップを受けていると考えられるからである。あえて挙げるとすると、インターンシップに労力と時間を割かれることにより、学業が疎かになる可能性が考えられる。

また佐藤・堀・堀田(2006)では、インターンシップの仕事がアルバイト・パート型の内容であることや、手当てがないことは学生の満足度をさげることが明らかにしている。

##### ・ 学校からの視点

佐藤・堀・堀田(2006)は、学生への調査データでは学校のインターンシップを行うメリットとして、①地元企業等との連携強化、②理論の実践による学習効果、③就職実績の向上、産業界へのアピール、④産業界ニーズへの教育への反映、⑤大学受験生へのアピール、等の意見が多かったとまとめている。

一方、デメリットは、学校が参加者を選抜する場合、①企業の確保が困難、②希望企業に偏りがあり調整困難、③教員の負担の増加、等の意見が多く、学校が情報提供するのみの場合には、①事後のフォローアップが困難、②学生の事前指導が困難、③学生が事故を起こした時の対応が困難、等の意見が多かったとまとめている。

また、教育と企業の連携推進に関する、日本経済団体連合会（日本経団連）の調査<sup>9</sup>によると、教育界では体験活動やキャリア教育などの外部地域・企業との連携の必要性に対する認識は高まっているが、①外部との連携を担当する教員が多忙、②連携プログラム実施の経験や研修の不足、③どのようなルートで依頼ができるのかが不明確、④具体事例の紹介が少ないため授業にどのように取り入れることができるのかイメージがわからない、⑤経費負担、⑥時間負担、などの側面があると論じている。

#### ・ 企業からの視点

槇本(2001)は、大阪経済大学の学生のインターンシップ受入企業からの要望や感想から、受入企業から見たインターンシップの教育効果、についてまとめている。企業にとってのメリットは、①大学教育への参加、②メセナ的な社会貢献、③学生との直接対話、④職場への活性化と刺激、⑤企業の宣伝活動、⑥労働力の確保といったものを挙げている。一方、デメリットは、①経費の負担、②時間の負担、③人的な負担、④機密事項漏失のリスク、⑤具体的に見えない効果、といったものを挙げている。

日本経団連（2007）は、産業界において学校と企業の連携プログラムを実施する上で主に、①学校・教育委員会等において教育支援の社会貢献活動を相談する対応窓口が不明確、②学校側からの要請が突発的かつ連続性に欠ける、③学校側のニーズの把握が難しい、④経費負担、⑤時間負担などの導入上困難な側面がある、と論じている。

また、堀田(2007)は、企業の採用時点におけるミスマッチを軽減する採用のあり方について、企業の組織や仕事の実態について、良い面だけでなく悪い面も含めてリアリズムに徹した情報を提供する Realistic Job Preview(RJP)の観点から分析をしている。結果として、RJPは①入社後の幻滅感の緩和効果、②企業への定着促進効果、が示唆されており、企業にとって RJP として望ましいインターンシップのあり方は、企業の誠実な姿勢と配慮を示すこと、仕事内容について十分な情報の提供、現役社員との率直なかかわり、であり、これらを企業のコストを高めすぎない形で実現することが求められる、と論じている。

以上の先行研究の要点を、表 3-1 にまとめる。

---

<sup>9</sup> 日本経済団体連合会 企業と社会の関係 教育と企業の連携推進に向けて(2007年)

表 3-1 インターンシップを、するメリット・デメリット

	メリット	デメリット
学生	高校卒業証書を得られる見込みが高くなる (Neumark, Joyce)	学業がおろそかになる (一般的な見解)
	就業意識を持てる、 就職活動に役立つ (松行・安田・小澤)	アルバイト・パート型の内容、 手当てがない、場合は学生の満足度が、 下がる。(佐藤・堀・堀田)
	貴重な就業体験、 自己分析・自己認識の機会 就職活動の予行演習 企業人との対話の機会 貴重な社会人の体験 (槇本)	なし(槇本)
学校	地元企業等との連携強化 理論の実践による学習効果 就職実績の向上 産業界へのアピール 産業界ニーズへの教育への反映 大学受験生へのアピール (佐藤・堀・堀田)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 学校が参加者を選抜する場合 企業の確保が困難、 希望企業に偏りがあり調整困難 教員の負担の増加</li> <li>・ 学校が情報提供するのみの場合 事後のフォローアップが困難 学生の事前指導が困難 学生が事故を起こした時の対応が困難 (佐藤・堀・堀田)</li> </ul>
		外部との連携を担当する教員が多忙 連携プログラムの経験や研修の不足 どの様なルートで依頼出来るか不明確 授業等にどのように取り入れることが 出来るかが想定困難 (日本経団連)
企業	入社後の幻滅感の緩和効果 企業への定着促進効果 (堀田)	学校等において教育支援の社会貢献 活動を相談する対応窓口が不明確 学校側からの要請が突発的 学校側のニーズの把握が難しい (日本経団連)
	自社に興味のある人材を見出す 社会貢献 大学との親密な関係 自社 PR 社内新人教育のノウハウ蓄積 職場活性化 (松行・安田・小澤)	
	職場への活性化と刺激 企業の宣伝活動 労働力の確保 (槇本)	経費の負担 時間の負担 人的な負担 機密事項漏失のリスク 効果が具体的に見えない(槇本)

次に、学生・企業の視点から、望ましいインターンシップのあり方について、考察しているものを紹介する。

佐藤・堀・堀田（2006）は、まず、インターンシップの満足度がどのような条件で決まるのか、ということについて、学生への調査データを用いて、「インターンシップの満足度」を被説明変数、各学生別の「体験した仕事内容」「直接の指導者の有無」「性別」「企業の正社員数」「希望企業か否か」「手当の有無」「参加目的が単位取得か否か」「実習内容の説明の有無」「参加日数」「授業科目か否か」「大学幹旋のみか否か」を説明変数とした、回帰分析をしている。その結果、直接の指導者がいること・希望企業であること・実習内容の説明があることは、インターンシップの満足度を高め、参加目的が単位取得であることや手当が無いことは、満足度を低めている。そして、インターンシップでの仕事内容として中核業務を体験することは満足度を高めるが、アルバイト・パート型を体験することは満足度を低めるとの結論を出している。

次に、インターンシップのあり方や企業属性が効果にどのような影響を及ぼすのか、ということについて企業への調査データを用いて、「指導にあたる若手社員の成長」「学生の配置による職場全体の活性化」のそれぞれの効果の有無を被説明変数、各企業別の「全社的な推進体制の整備状況」「受け入れ日数」「独自選考の有無」「仕事内容」「実習計画の作成の有無」「学生の要望を把握し、受入部署の決定にあたり参考にしたか否か」「報酬や手当の支給の有無」「採用との関係の有無」「企業規模」「過去3年間の新規学卒者採用状況」を説明変数とした、最尤法によるロジット分析を行っている。その結果、独自選考を行ったこと・それぞれの仕事内容・事前に期間の最初から最後までの実習計画を作成したこと・過去3年間に新卒採用を行っていることは、若手社員の成長に正の効果を与えている。対して、報酬や手当を支給しないこと、採用と関係が無いこと、企業規模が大きいことは負の効果を与えている、との結論を出している。そして、仕事内容が中核業務型・実習計画の作成・学生の要望を把握し参考にした・企業規模が大きいことは、職場全体の活性化に正の効果を与え、過去3年間に新卒採用を行っていることは負の効果を与えている、との結論を出している。

最後に、職場にとってプラスになると感じられる要因は何か、ということについて指導担当者への調査データを用いて、「職場や自分にプラスのものになったか否か」を被説明変数、各指導担当者別の「マニュアルの整備状況」「受け入れ日数」「仕事内容」「学生の要望把握の有無」「受け入れ学生の目的意識の有無」「勤務先の企業規模」「職場での地位」を説明変数とした、回帰分析をしている。

その結果、受け入れ日数が11日以上であること・仕事内容が中核業務型・学生の要望を把握・目的意識がある・大企業であること・担当者が入社3年未満の正社員であることは、職場や自分にプラスのものになったことに正の効果を与えている、との結論を出している。

## 第4章 検証

### (1) 具体的な問題意識と本分析の仮説

第3章では職業能力開発の観点から見た日本のインターンシップの現状を、先行研究を中心にみてきた。学校・学生側の視点から見た場合、インターンシップを推進していくことでのメリットは多く、社会に適合した職業人を輩出していくためにもインターンシップの拡大は必要不可欠であると思われる。

しかしここで問題となるのは、企業からの視点としてインターンシップは重要なものとなるのかということである。先行研究を見てみると、多くが、学校や学生側からの視点の分析であり、企業からの視点でインターンシップの分析を行っているものは少ない。

また、学校・学生についてのインターンシップをするメリットについては具体的な指摘が多いのに対し、企業については、メセナ的な社会貢献や企業の宣伝活動、等といった、メリットとしてとても抽象的な意見が多く感じる。榎本（2001）でも、メリットは職場への活性化と刺激、企業の宣伝活動、労働力の確保など、かなり抽象的な内容のものがほとんどである一方で、デメリットは経費の負担・時間の負担・人的な負担・機密事項漏失のリスク・効果が見えにくいなど、かなり具体的な内容のものが多く、このバランスがインターンシップ導入の問題となっていると論じている。

では、企業についての具体的なメリットは、一体何なのであろうか。インターンシップを推進・拡大していくことが社会的に重要であることを主張する為には、このことが企業にとってメリットがあるものでなくてはならない。もし、企業がインターンシップによる人材育成によって利益を得なければ、推進策に参加する意義は無くなってしまう。これらの問題を明らかにすることが、人材育成を支援するインターンシップのあり方を考える上で非常に必要となる。

よって、インターンシップによる人材育成を推進し社会に適合した職業人の輩出を増やしていく為に、「企業にとって、メリットを得られるような望ましいインターンシップとはどのようなものなのか？」ということを明らかにすることが、課題として挙げられる。

佐藤・堀・堀田（2006）の先行研究では、インターンシップの手法、仕事タイプ、企業属性がインターンシップの効果にどのような影響を及ぼすのか、という分析において企業が行ったあらゆるタイプのインターンシップをまとめて分析を行っている。

しかし、企業は様々な目的を持ってインターンシップを行っていると考えられる。この目的を達成することが企業にとってインターンシップを行うことのメリットに非常に近いものになると考えられる。よって企業にとっての目的に対応した効果やメリットと感ずる効果につながるような望ましいインターンシップの手法を具体的に提案することは、企業がインターンシップを行っていく上で非常に重要である。

ここで、企業のインターンシップを行う目的を、人材確保型・採用見極め型・自己PR型・職場活性化型と分けて効果を分析してみると、その効果として企業にプラスになると感じることや、企業がインターンシップを行うメリットと感じている効果につながるような望ましいインターンシップのあり方に違いが出てくる可能性が考えられる。そしてもしこのことが実証できたならば、目的タイプ別の企業がそれぞれのインターンシップでメリットとなる効果を得られるために望ましいインターンシップのあり方、についてのより、具体的な結果が得られるであろう。

よって、以上の問題意識をもとに本分析では、実行したインターンシップの目的タイプについて、人材確保型・採用見極め型・自己PR型・職場活性化型と分けて効果を分析する。それぞれのタイプにとって、インターンシップの目的に対応する効果や企業がインターンシップを行うことにメリットを感じる効果を得られるようなインターンシップのあり方・仕事内容のタイプ・企業の属性について違いが出てくる、ということを仮説に立てる。

## (2) データに関して

使用データは、厚生労働省「インターンシップの実態に関するアンケート」の企業調査である。<sup>10</sup>

・ 「インターンシップの実態に関するアンケート 企業調査」の概要  
調査対象：[企業調査] インターンシップ実施企業

データ数：	回収数	回収率
[企業調査]	1,210 社	48.7% (1,210/2,486 件)

調査時点：2004年10月15日～11月8日

標本抽出：[企業調査] インターンシップ実施企業 2,500 社（一部官公庁、特定非営利活動法人、社会福祉法人等を含む）の窓口部署に調査票を送付。対象企業は、インターンシップ・データブック 2003, 2004（金属系材料研究開発センター）、（財）日本経営者協会におけるインターンシップ実施企業リスト、インターンシップ募集の WEB ページなど各種リストから無作為抽出している。

調査方法：[企業調査] 郵便留置・郵送回収における自記入方式。

これまでに大学生（学部生）をインターンシップとして受け入れたことがあると回答した 972 個の個票データを分析対象とした。

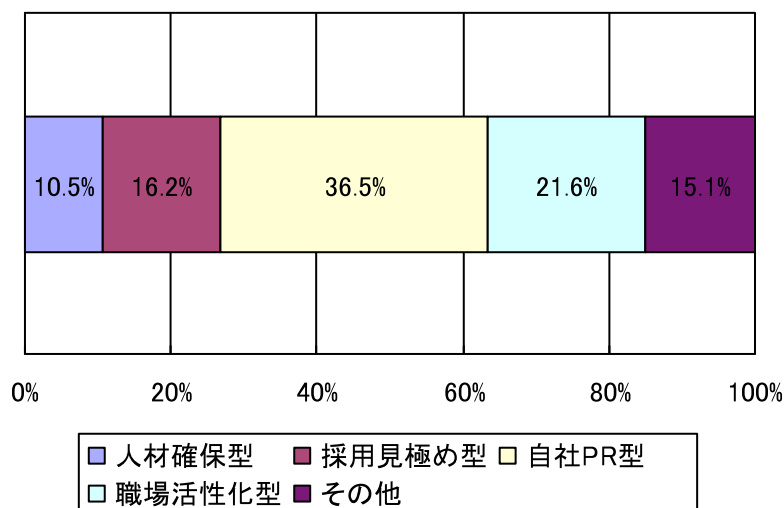
---

<sup>10</sup>（二次分析）にあたり、東京大学社会科学研究所附属日本社会研究情報センターSSJ データアーカイブから「インターンシップの実態に関するアンケート」（寄託者：佐藤博樹様）の個票データの提供を受けた。貴重なデータの提供に感謝申し上げたい。



本分析を行うに先立ってまず、インターンシップを行う目的の分布について説明する。図 4-(2)-2 は、企業のインターンシップを行う目的タイプ別の分布である。目的タイプでは、自己 PR 型の企業が 36.5%と最も多く、次いで職場活性化型 (21.6%) 採用見極め型 (16.2%) 人材確保型 (10.5%) となっている。これら以外である、その他は 15.1%であった。

図 4-(2)-2 目的タイプ別の分布



人材確保型：97 採用見極め型：149 自社 PR 型：336 職場活性化型：199  
 (その他：139)

・ インターンシップ 目的の分類方法

アンケート調査結果において、企業はインターンシップでどのような目的で大学生を受け入れているのかについて、企業が受け入れる目的を質問する項目であてはまるもの全てにマルをつけてもらう多重回答で聞いている。多くの企業は受け入れにあたって複数の目的を持っていて多重回答のままでは明確に目的を仕分けることが出来ないため、目的タイプ別の分布を見るために以下のようにプログラム内容を分類し企業の目的タイプを把握する。

- (i) 人材確保型：「繁忙期の人材確保」にあてはまるもの
- (ii) 採用見極め型：「卒業後に採用したい人材の見極め」にあてはまるもの(iを除く)
- (iii) 自社 PR 型：「大学や学生の自社の認知度を高める」にあてはまるもの(i, iiを除く)
- (iv) 職場活性化型：「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の点検、改善」「指導にあたる若手社員の成長」のいずれかにあてはまるもの  
(i, ii, iiiを除く)
- (v) その他：上記以外 (本分析には含まない)

### (3) 実証分析

以下では、企業がインターンシップを行う目的を人材確保型・採用見極め型・自社 PR 型・職場活性化型と 4 つに分け、それぞれについて『目的に対応した効果の有無』と、『企業がインターンシップを行うことにメリットを感じる効果の有無』を被説明変数とし、これらの規定要因を明らかにするために、インターンシップの手法・仕事タイプ・企業属性、を説明変数とした回帰分析を 4 つの型別に行う。

『目的に対応した効果の有無』を被説明変数とした分析においては、この 4 つの型において企業がインターンシップを行う目的を効果として得られた場合にメリットを得ることが出来る、とみなした上で、それぞれの目的に対応する効果が得られるインターンシップのあり方を考える。この分析ではトートロジー（変項の値のいかんにかかわらず常に真であるような論理式）となる可能性があることが問題となるが、目的別に分けて見ることでそれぞれについて望ましいインターンシップの具体的なあり方を得たいので本分析を行う。

そこで、人材確保型は「繁忙期の人材確保」、採用見極め型は「卒業後に採用したい人材の見極め」、自社 PR 型は「大学や学生の自社の認知度を高める」、職場活性化型は「学生の配置による職場全体の活性化」と、それぞれの目的に対応する効果の有無を被説明変数とした、最尤法によるロジット分析を行う。

また、インターンシップを行うことは企業がインターンシップを行う以前に考えていた目的以外にも効果が表れてくるのではないだろうか。佐藤・堀・堀田(2006)の先行研究では、企業がインターンシップを行うことにメリットがある、と感じることが受け入れ継続意向にプラスの影響を及ぼしており、企業がインターンシップにメリットを感じるためには「指導にあたる若手社員の成長」と「学生の配置による職場全体の活性化」の 2 つの効果が得られるかどうか重要である、ということを示している。

よって、インターンシップを行うことには企業が持っている目的以外にも効果がある、という仮説のもとで、企業におけるインターンシップの受け入れ拡大の観点からの分析においては企業がインターンシップにメリットを感じる「指導にあたる若手社員の成長」、「学生の配置による職場全体の活性化」を効果として得られた場合に、企業はメリットを得ることが出来てインターンシップの受け入れ拡大につながる、とみなした上でこれらの効果が得られるインターンシップのあり方を考える。

そこで 4 つの型それぞれについて「学生の配置による職場全体の活性化」「指導にあたる若手社員の成長」の効果の有無を被説明変数とした、最尤法によるロジット分析を行う。

最尤法によるロジット分析とは、被説明変数が 2 値変数のときに用いられる非線形回帰モデルによる分析である。本分析では、被説明変数が 0 と 1 の 2 値変数で説明変数が全て 0 と 1 の 2 値変数であることより、確率分布関数がロジスティック分布に近い分布となることが想定されるので、最尤法によるロジット分析を使ったほうが、最小二乗法による回帰分析に比べ、より信頼できる推定結果が得られると考えられる。

## 分析に使用する質問項目の定義

(i) 人材確保型 (ii) 採用見極め型 (iii) 自社 PR 型 (iv) 職場活性化型

【被説明変数】 ① それぞれの目的とその効果の観点から

「繁忙期の人材確保」：人材確保型での被説明変数

「卒業後に採用したい人材の見極め」：採用見極め型での被説明変数

「大学や学生の自社の認知度を高める」：自社 PR 型での被説明変数

(職場活性化型は被説明変数が②-(a)と同様なので省く。)

② インターンシップ受け入れ拡大の観点から

(a). 「学生の配置による職場全体の活性化」

(b). 「指導にあたる若手社員の成長」

(それぞれ、「効果があった」と回答したものを 1、それ以外を 0) 【Yes (1) ,No (0)】

【説明変数】 ・ インターンシップの手法

全社的な推進体制あり（「整備されている」を 1、それ以外を 0）

受け入れ日数 11 日以上、

独自選考（「行った」を 1、それ以外を 0）

実習計画の作成（「作成した」を 1、それ以外を 0）

学生の要望把握（「要望を把握した」を 1、それ以外を 0）

報酬や手当での支給なし（「報酬を支給した」を 1、それ以外を 0）

新規学卒採用者との関連なし（「採用と一切関係がない」を 1、それ以外を 0）

・ 仕事タイプ（仕事タイプ「その他」をレファレンス・グループとするダミー変数）

課題達成型（「通常の業務とは別に一定の課題を与えて取り組ませる」

に、あてはまるものを 1、それ以外を 0）

中核業務型（「社員の基幹的な業務の一部を体験させる」

に、あてはまるものを 1、それ以外を 0）

アルバイト・パート型（「アルバイトやパートが従事している業務の一部を体験させる」

に、あてはまるものを 1、それ以外を 0）

・ 企業属性

企業規模（「1001 人以上」を 1）

過去 3 年間の新規学卒者採用あり

(「採用したりしなかったり」+「毎年採用している」を 1)

【Yes (1) ,No (0)】

## 観測値数

人材確保型・採用見極め型・自社 PR 型・職場活性化型

97

149

336

199

(83)

(127)

(290)

(168)

総計 781 (668)

括弧内は欠損値を除いた観測値数

表 4-(3)-1 分析に使用するデータの総計：記述統計量

欠損値を  
除いた値

		Yes	No	無回答	Yes
被説明変数	繁忙期の人材確保	14.1%	85.9%		13.3%
	卒業後に採用したい人材の見極め	13.4%	86.6%		14.2%
	大学や学生の自社の認知度を高める	48.5%	51.5%		49.6%
	学生の配置による職場全体の活性化	44.4%	55.6%		45.2%
	指導にあたる若手社員の成長	50.3%	49.7%		50.7%
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	49.8%	48.3%	1.9%	52.5%
	受け入れ日数 11 日以上	22.4%	67.2%	10.4%	25.0%
	独自選考	27.1%	64.1%	8.7%	30.1%
	実習計画の作成	63.4%	27.9%	8.7%	69.9%
	学生の要望把握	48.7%	42.1%	9.2%	53.1%
	報酬や手当での支給なし	51.1%	40.8%	8.1%	55.4%
	新規学卒採用者との関連なし	52.1%	38.4%	9.5%	57.3%
仕事タイプ	課題達成型	29.8%	62.1%	8.1%	32.5%
	中核業務型	43.4%	48.5%	8.1%	47.2%
	アルバイト・パート型	14.9%	77.1%	8.1%	16.5%
企業属性	企業規模	16.3%	83.6%	0.1%	17.7%
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	83.6%	15.9%	0.5%	85.0%

N=781(668)、括弧内は欠損値を除いた観測値数

ここでは、分析に使用するデータの各質問項目の総計の記述統計量について説明する。表 4-(3)-1 は、各質問項目の総計の記述統計量を表している。人材確保型・採用見極め型・自社 PR 型・職場活性化型にあてはまった観測値数は総計 781 個で、欠損値を除いた観測値数は総計で 668 個となった。右列の値は欠損値を除いた上での Yes の比率である。

被説明変数である、インターンシップの効果<sup>11</sup>について見てみると、「大学や学生の自社の認知度を高める」が 48.5%で最も多く、「繁忙期の人材確保」が 14.1%、「卒業後に採用したい人材の見極め」が 13.4%であった。

また、人材育成の観点から見た場合では、44.4%が「学生の配置による職場全体の活性化」に、50.3%が「指導にあたる若手社員の成長」に、効果があったとしている。

説明変数について、まずインターンシップの手法については、「実習計画の作成」が、63.4%と最も高く、次いで「新規学卒採用者との関連無し」(52.1%)、「報酬や手当での支給無し」(51.1%)、「全社的な推進体制あり」(49.8%)、「学生の要望把握」(48.7%)が、多くなっている。このことからインターンシップを実施している企業には、学生に対する報酬や手当ではなく採用には直結しないが、学生を受け入れるための体制が準備されている所が多いことが分かる。

<sup>11</sup> この質問項目では、効果があったと思われるものにマルをつけて下さい、という質問形式なので、無回答も No に含まれてしまうことに留意されたい。

対して、「受け入れ日数 11 日以上」が 22.4%、「独自選考」が 27.1%と低い結果となった。インターンシップをすることは、独自選考を行わないことが多く、2 週間（実質 10 日間）よりも長いインターンシップを想定する企業の割合が比較的少ないことが分かる。

仕事タイプについては、43.4%が「中核業務型」で最も多く、次いで 29.8%が「課題達成型」、14.9%が「アルバイト・パート型」であった。中核業務型は高く、アルバイト・パート型は低いことから、インターンシップでしか体験できない仕事タイプの内容のものが比較的多く、学生にとってのメリットも考慮されていると思われる。

企業属性については、16.3%が「1001 人以上」と低く、83.6%が「過去 3 年間の新規学卒者採用あり」と高かった。このことより、新規学卒者採用を考慮したうえでインターンシップを行っている企業が多いことが伺える。また、企業規模が 1001 人以上の企業が少ないのは、日本全体においても相対的に少ないことが関係しているようである。

表 4-(3)-2 企業の業種の比率について

	N	比率	課題達成型	中核業務型	アルバイト・パート型
製造業	244	31.2%	37.3% (7.5%)	46.7% (3.3%)	8.6% (△6.3%)
情報通信業	75	9.6%	57.3% (27.5%)	32.0% (△11.4%)	2.7% (△12.2%)
小売・サービス業	223	28.6%	16.6% (△13.2%)	41.7% (△1.7%)	30.0% (15.1%)
公務・NPO など	84	10.8%	26.2% (△3.6%)	44.0% (0.6%)	15.5% (0.6%)
その他	155	19.8%	25.8% (△4.0%)	45.8% (2.4%)	8.4% (△6.5%)

括弧内は、総計と比較して上昇したポイントの値（△はマイナス） (N=781)

また企業の業種についての総計に占める比率について確認する。(表 4-(3)-2) 小売・サービス業には、小売、飲食店・宿泊、医療・福祉、教育・カルチャー、個人向けサービス、事業向けサービスが含まれている。31.2%と最も比率の高かった製造業では、そのうち 46.7%が実行したインターンシップの仕事タイプが中核業務型で最も多く、次いで課題達成型が 37.3%であり、アルバイト・パート型は 8.6%と低い結果となった。

次に多かった小売・サービス業(28.6%)では、中核業務型(41.7%)がもっとも多く、次いでアルバイト・パート型(30.0%)、課題達成型(16.6%)という結果となった。アルバイト・パート型の総計の比率と比較すると 15.1%ポイント高いことを考慮すると、小売・サービス業では仕事タイプがアルバイト・パート型の割合が相対的に高いことが分かる。

また、公務・NPO などは 10.8%を占め、中核業務型 (44.0%)、課題達成型 (26.2%)、アルバイト・パート型 (15.5%) という平均的な結果となった。

情報通信業は 9.6%であり、課題達成型 (57.3%)、中核業務型 (32.0%)、アルバイト・パート型 (12.2%) という結果となった。課題達成型が 27.5%ポイント高く、アルバイト・パート型が 12.2%低いことを考慮すると、情報通信業のインターンシップでは、課題達成型が相対的に多く、アルバイト・パート型が少ないことが分かる。

## (i) 人材確保型

表 4-(i)-1 人材確保型の記述統計量 (N=83) (欠損値を除く)

		Yes	Yes(総計)
被説明変数	①繁忙期の人材確保	69.9% (56.6%)	13.3%
	②-(a) 学生の配置による職場全体の活性化	55.4% (10.2%)	45.2%
	②-(b) 指導にあたる若手社員の成長	53.0% (2.3%)	50.7%
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	56.6% (4.1%)	52.5%
	受け入れ日数 11 日以上	45.8% (20.8%)	25.0%
	独自選考	30.1% (0%)	30.1%
	実習計画の作成	53.0% (△16.9%)	69.9%
	学生の要望把握	56.6% (3.5%)	53.1%
	報酬や手当での支給なし	45.8% (△9.6%)	55.4%
	新規学卒採用者との関連なし	63.9% (6.6%)	57.3%
仕事タイプ	課題達成型	24.1% (△8.4%)	32.5%
	中核業務型	42.2% (△5.0%)	47.2%
	アルバイト・パート型	36.1% (19.6%)	16.5%
企業属性	企業規模	4.8% (△12.9%)	17.7%
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	79.5% (△5.5%)	85.0%

括弧内は、総計と比較して上昇したポイントの値 (△はマイナス)

人材確保型にあてはまった観測値数は 97 個で、欠損値を除くと 83 個となった。右列の値は総計における欠損値を除いた上での Yes の比率である。総計と比較して考察すると、被説明変数である、インターンシップの効果については、「学生の配置による職場全体の活性化」(10.2%ポイント上昇)、「指導にあたる若手社員の成長」(2.3%ポイント上昇)と、総計の結果より少々高くなっている。また、人材確保型の目的である「繁忙期の人材確保」の効果があったとする企業は 69.9% (56.6%ポイント上昇) であり、人材確保型の目的と結果がうまく結びついていることが分かる。

説明変数について、まずインターンシップの手法については、上昇ポイントが高かったのが、「受け入れ日数 11 日以上」(16.8%ポイント上昇)となった。人材を確保することをインターンシップの目的としているので受け入れ日数は長くなる傾向があるようである。対して、下落ポイントが高かったのが、実習計画の作成 (16.9%ポイント下落) であった。ここでは業務における人手の確保を目的としているため、特に実習計画を作成する必要は感じていないと考えられる。

仕事タイプについては、増加したのが「アルバイト・パート型」(19.6%ポイント上昇)、減少したのが「中核業務型」(5.0%ポイント下落)、「課題達成型」(8.4%ポイント下落)であった。人材を確保するという目的がアルバイト・パート型のインターンシップの実行に

つながると考えられる。このことより、人材確保目的のインターンシップは、お金を払わなくてもよいアルバイトのようなかたちになってしまっていることが感じられる。

企業属性については、「1001人以上」(12.9%ポイント下落)、「過去3年間の新規学卒者採用あり」(5.5%ポイント下落)となった。

① 目的とその効果の観点から

表 4-(i)-2 人材確保型 ①の推定結果

被説明変数：「繁忙期の人材確保」の効果

		係数値	標準誤差
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	0.966 ***	0.585
	受け入れ日数 11 日以上	1.312 **	0.668
	独自選考	0.391	0.669
	実習計画の作成	0.243	0.573
	学生の要望把握	0.055	0.663
	報酬や手当での支給なし	0.431	0.623
	新規学卒採用者との関連なし	-0.161	0.635
タイプ仕事	課題達成型	1.222	0.840
	中核業務型	0.217	0.586
	アルバイト・パート型	0.352	0.628
企業属性	企業規模	-1.873	1.391
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	1.193 *	0.671
定数項		-1.812 *	1.037
N		83	
-2 対数尤度		-41.239	

\*\*\* :  $p < 0.01$     \*\* :  $p < 0.05$     \* :  $p < 0.1$

・ 「繁忙期の人材確保」の規定要因

企業の推進体制があること、受け入れ日数が長いこと、過去 3 年間の新卒採用がいることは、人材確保の効果にプラスの影響を与えている。

人材の確保を目的としている場合、過去 3 年間に新入社員を迎えていて、企業の推進体制が既に存在していることが人材確保の目的をスムーズに達成できる環境であり、長期間継続してインターンシップとして学生に業務をしてもらうことが繁忙期の人材確保に役立っていることがうかがえる。

しかしこのことが学生側のメリットにつながるのかどうかは疑問である。学生にとって負担感が大きいものになってしまうならば、学生の要望もしっかりと把握し、報酬や手当での支給等の学生の負担感を減らすような施策も考慮に入れた上でのインターンシップを考えることが重要となる。

② インターンシップ受け入れ拡大の観点から

表 4-(i)-3 人材確保型 ②の推定結果

		(a)職場活性化		(b)指導社員の成長	
		係数値	標準誤差	係数値	標準誤差
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	-0.215	0.556	-0.723	0.557
	受け入れ日数 11 日以上	-0.471	0.583	-0.420	0.564
	独自選考	-0.023	0.573	0.336	0.586
	実習計画の作成	0.638	0.512	1.050 **	0.513
	学生の要望把握	1.338 **	0.617	0.931	0.605
	報酬や手当への支給なし	0.015	0.545	0.199	0.537
	新規学卒採用者との関連なし	0.401	0.565	0.118	0.549
仕事タイプ	課題達成型	0.238	0.646	-0.400	0.627
	中核業務型	0.709	0.519	0.618	0.512
	アルバイト・パート型	-0.356	0.556	0.259	0.552
企業属性	企業規模	-0.113	1.258	0.243	1.239
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	1.200 *	0.668	1.277 *	0.655
定数項		-1.952 **	0.961	-1.914 **	0.962
N		83		83	
- 2 対数尤度		-48.480		-49.731	

\*\*\* :  $p < 0.01$     \*\* :  $p < 0.05$     \* :  $p < 0.1$

(a) 「学生の配置による職場全体の活性化」の規定要因

学生の要望を把握したこと、過去 3 年間に新規学卒者採用があることは、職場活性化にプラスの影響を与えている。

人材確保を目的とした場合、学生の要望を把握した上で業務を行わせることが学生の意欲を引き出し、かつ忙しい時期の人材確保の目的にも沿い、職場全体の活性化につながっていることが伺える。

(b) 「指導にあたる若手社員の成長」

実習計画を作成したこと、過去 3 年間に新規学卒者採用があることは、若手社員の成長にプラスの影響を与えている。

インターンシップで指導にあたる上で、若手社員が人材確保を目的として学生の実習計画を作成し実行させることが、学生だけでなく指導にあたる若手社員のスキル向上にもプラスとなっていることが伺える。

また、人材確保型はどの仕事タイプにおいても強い相関は見られなかった。理由として、人材確保型は人材の一時的な利用を目的としているので、インターンシップで行う仕事タイプが職場の活性化や若手社員の成長にはつながりにくい、ということが考えられる。



## (ii) 採用見極め型

表 4-(ii)-1 採用見極め型の記述統計量 (n=127) (欠損値を除く)

		Yes	Yes(総計)
被説明 変数	①卒業後に採用したい人材の見極め	47.2% (33.0%)	14.2%
	②-(a) 学生の配置による職場全体の活性化	38.6% (16.6%)	45.2%
	②-(b) 指導にあたる若手社員の成長	56.7% (6.0%)	50.7%
インター ンシップ の手法	全社的な推進体制あり	58.3% (5.8%)	52.5%
	受け入れ日数 11 日以上	30.7% (5.7%)	25.0%
	独自選考	42.5% (12.4%)	30.1%
	実習計画の作成	72.4% (2.5%)	69.9%
	学生の要望把握	53.5% (0.4%)	53.1%
	報酬や手当での支給なし	37.8% (△17.6%)	55.4%
	新規学卒採用者との関連なし	20.5% (△36.8%)	57.3%
仕事 タイプ	課題達成型	49.6% (17.1%)	32.5%
	中核業務型	49.6% (2.4%)	47.2%
	アルバイト・パート型	14.2% (△2.3%)	16.5%
企業 属性	企業規模	17.3% (△0.4%)	17.7%
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	92.9% (7.9%)	85.0%

括弧内は、総計と比較して上昇したポイントの値 (△はマイナス)

採用見極め型にあてはまった観測値数は 149 個で欠損値を除くと 127 個となった。欠損値を除いた総計と比較して考察すると、被説明変数である、インターンシップの効果については、「学生の配置による職場全体の活性化」(16.6%ポイント上昇)、「指導にあたる若手社員の成長」(6.0%ポイント上昇)となっている。また、採用見極め型の目的である「卒業後に採用したい人材の見極め」の効果があったとする企業は 47.2% (33.0%ポイント上昇)であり、(i)と同様に採用見極めの目的と結果がうまく結びついていることが分かる。

説明変数について、まずインターンシップの手法についてはポイントが上昇したのが、「独自選考」(12.4%ポイント上昇)、「全社的な推進体制あり」(5.8%ポイント上昇)、「受け入れ日数 11 日以上」(5.7%ポイント上昇)、となった。採用を見極めるとい目的の場合、独自選考を行う傾向が高くなるようである。

対して、下落ポイントが大きかったのが「新規学卒採用者との関連なし」(36.8%ポイント下落)、「報酬や手当での支給なし」(17.6%ポイント下落)であった。

採用を見極めるとい目的の場合、新卒採用者との関連がある傾向が高く、学生はその企業の内定を得る、という目的をもってインターンシップに参加することが想定される。よって、企業側の報酬や手当での支給がないとしても学生が敬遠する可能性が低く企業側も採用見極めの目的の為にインターンシップにかかるコストを軽減することが出来るから、と考えられる。

仕事タイプについては、上昇したのが「課題達成型」(17.1%ポイント上昇)、「中核業務型」(2.4%上昇)、下落したのが「アルバイト・パート型」(2.3%ポイント下落)であった。

企業は採用を見極めるうえで、学生に課題を与えそれに対してどのような結論を出すかということ把握したいことが、伺える。よって、採用を見極めるという目的が課題達成型のインターンシップの実行につながったと考えられる。

企業属性については「1001人以上」(0.4%ポイント下落)、「過去3年間の新規学卒者採用あり」(7.9%ポイント上昇)となった。

#### ① 目的とその効果の観点から

表 4-(ii)-2 採用見極め型 ①の推定結果

被説明変数：「卒業後に採用したい人材の見極め」の効果

		係数値	標準誤差
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	-0.196	0.404
	受け入れ日数 11 日以上	0.967 **	0.450
	独自選考	0.151	0.421
	実習計画の作成	-0.908 **	0.458
	学生の要望把握	-0.554	0.412
	報酬や手当での支給なし	0.346	0.413
	新規学卒採用者との関連なし	-1.016 **	0.518
仕事タイプ	課題達成型	0.447	0.403
	中核業務型	0.544	0.410
	アルバイト・パート型	0.196	0.565
企業属性	企業規模	0.447	0.554
	過去3年間の新規学卒者採用あり	0.773	0.860
定数項		-0.667	1.038
N		127	
-2 対数尤度		-78.6	

\*\*\* :  $p < 0.01$     \*\* :  $p < 0.05$     \* :  $p < 0.1$

#### ・ 「卒業後に採用したい人材の見極め」の規定要因

受け入れ日数が長いことは、採用見極めの効果にプラスの影響を与えている。一方で、実習計画を作成したこと、新卒採用者との関係がないことは、採用見極めの効果にマイナスの影響を与える。

採用を見極めるうえで、日数をかけて学生を評価していくことを通じて、より企業にとって適切な判断が下せるということが伺える。また、インターンシップで受け入れた学生自体は採用に関係がないことや、採用見極めの目的なのに学生にわざわざ実習計画を提供することは、採用見極めの効果に悪影響を及ぼすことが伺える。

② インターンシップの受け入れ拡大の観点から

表 4-(ii)-3 採用見極め型 ②の推定結果

		(a) 職場活性化		(b) 指導社員の成長	
		係数値	標準誤差	係数値	標準誤差
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	0.113	0.403	0.162	0.387
	受け入れ日数 11 日以上	0.097	0.444	0.232	0.441
	独自選考	-0.357	0.429	-0.228	0.406
	実習計画の作成	0.098	0.455	0.270	0.433
	学生の要望把握	0.408	0.403	-0.195	0.389
	報酬や手当での支給なし	0.280	0.411	0.050	0.399
	新規学卒採用者との関連なし	-0.472	0.506	-0.361	0.461
仕事タイプ	課題達成型	0.359	0.440	0.455	0.382
	中核業務型	0.571	0.408	-0.603	0.390
	アルバイト・パート型	0.930 *	0.550	0.430	0.571
企業属性	企業規模	1.104 **	0.551	-0.246	0.530
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	-0.194	0.778	0.080	0.741
定数項		-1.356	0.969	0.165	0.858
N		127		127	
- 2 対数尤度		-78.883		-83.144	

\*\*\* :  $p < 0.01$     \*\* :  $p < 0.05$     \* :  $p < 0.1$

(a) 「学生の配置による職場全体の活性化」

仕事タイプがアルバイト・パート型であること、企業規模が大きいことは、職場活性化にプラスの影響を与えている。

採用を見極めることを目的とした場合、アルバイト・パート型の業務を学生に行わせて、その効率等を基に人材を見極めていけることで職場全体の活性化につながるものが伺える。

(b) 「指導にあたる若手社員の成長」

特に相関関係は見られなかった。

採用見極め型は、仕事タイプがアルバイト・パート型であることは職場活性化にはプラスの影響を与えるが、実行しているインターンシップの仕事タイプの割合としては最も低く、人材育成の観点から見て理想的な仕事タイプと現実に行われている仕事タイプに不一致が見られた。また、佐藤・堀・堀田(2006)では、アルバイト・パート業務の体験が学生の満足度を下げることが明らかにしている。よって学生への配慮を考慮した場合、アルバイト・パート型の業務を行うことには注意が必要である。

## (iii) 自社 PR 型

表 4-(iii)-1 自社 PR 型の記述統計量 (n=290) (欠損値を除く)

		Yes	Yes(総計)
被説明変数	①大学や学生の自社の認知度を高める	72.8% (23.2%)	49.6%
	②-(a) 学生の配置による職場全体の活性化	39.3% (△4.9%)	45.2%
	②-(b) 指導にあたる若手社員の成長	42.1% (△8.6%)	50.7%
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	50.7% (△1.8%)	52.5%
	受け入れ日数 11 日以上	20.7% (△4.3%)	25.0%
	独自選考	25.2% (△4.9%)	30.1%
	実習計画の作成	75.5% (5.6%)	69.9%
	学生の要望把握	50.7% (△2.4%)	53.1%
	報酬や手当への支給なし	61.7% (6.3%)	55.4%
	新規学卒採用者との関連なし	64.8% (7.5%)	57.3%
仕事タイプ	課題達成型	30.3% (△2.2%)	32.5%
	中核業務型	47.9% (0.7%)	47.2%
	アルバイト・パート型	12.4% (△4.1%)	16.5%
企業属性	企業規模	25.2% (7.5%)	17.7%
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	86.9% (1.9%)	85.0%

括弧内は、総計と比較して上昇したポイントの値 (△はマイナス)

自社 PR 型にあてはまった観測値数は 336 個で、欠損値を除くと 290 個となった。欠損値を除いた総計と比較して考察すると、被説明変数であるインターンシップの効果については「学生の配置による職場全体の活性化」(4.9%ポイント下落)、「指導にあたる若手社員の成長」(8.6%ポイント下落)と、総計の結果より少々低くなっている。また、自社 PR 型の目的である「大学や学生の自社の認知度を高める」の効果があったとする企業は 72.8% (23.2%ポイント上昇)と、自社 PR の目的と結果がうまく結びついていることが分かる。

説明変数について、まずインターンシップの手法については、ポイントが上昇したのが、「新規学卒採用者との関連無し」(7.5%ポイント上昇)、「報酬や手当への支給無し」(6.3%ポイント上昇)、「実習計画の作成」(5.6%ポイント上昇)であった。

対して、下落ポイントが高かったのが、「独自選考」(4.9%ポイント下落)、「受け入れ日数 11 日以上」(4.3%ポイント下落)であった。

仕事タイプについては上昇したのが「中核業務型」(0.7%ポイント上昇)、下落したのが「アルバイト・パート型」(4.1%ポイント下落)、「課題達成型」(2.2%ポイント下落)であった。自社を PR するには、基幹的な業務の一部を体験させることが一般的と考えられる。

企業属性については、「1001 人以上」(7.5%ポイント上昇)、「過去 3 年間の新規学卒者採用あり」(3.0%ポイント上昇)となった。自社 PR をインターンシップの目的としているので、採用とは関係のない傾向があり、受け入れ日数も長くはならないと考えられる。

① 目的とその効果の観点から

表 4-(iii)-2 自社 PR 型 ①の推定結果

被説明変数：「大学や学生の自社の認知度を高める」の効果

		係数值	標準誤差
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	0.411	0.287
	受け入れ日数 11 日以上	-0.544	0.345
	独自選考	-0.067	0.355
	実習計画の作成	0.061	0.330
	学生の要望把握	0.239	0.286
	報酬や手当での支給なし	0.191	0.317
	新規学卒採用者との関連なし	0.676 **	0.282
タイプ仕事	課題達成型	0.250	0.315
	中核業務型	-0.190	0.283
	アルバイト・パート型	0.599	0.471
属企業性	企業規模	0.489	0.367
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	0.240	0.400
定数項		-0.134	0.567
N		290	
-2 対数尤度		-160.334	

\*\*\* :  $p < 0.01$     \*\* :  $p < 0.05$     \* :  $p < 0.1$

- ・ 「大学や学生の自社の認知度を高める」の規定要因

新卒採用者との関連がないことは自社 PR の効果にプラスの影響を与える。

自社の PR を目的とした場合、地域への貢献や知名度を上げていくことを中心に考えていて、新卒採用者は、インターンシップとは全く切り離された採用選考時点で決めていくと考えられるので、インターンシップ自体が新卒採用者と全く関連のないことが、効率的な自社 PR の目的につながられるということが伺える。

② インターンシップの受け入れ拡大の観点から

表 4-(iii)-3 自社 PR 型 ②の推定結果

		(a) 職場活性化		(b) 指導社員の成長	
		係数値	標準誤差	係数値	標準誤差
インターンシップ の手法	全社的な推進体制あり	0.287	0.264	0.561 **	0.258
	受け入れ日数 11 日以上	0.274	0.329	-0.234	0.326
	独自選考	0.523	0.327	0.219	0.321
	実習計画の作成	0.430	0.318	0.242	0.305
	学生の要望把握	0.622 **	0.266	-0.165	0.261
	報酬や手当での支給なし	0.407	0.301	-0.427	0.287
	新規学卒採用者との関連なし	-0.441 *	0.269	-0.188	0.262
仕事 タイプ	課題達成型	-0.577 **	0.295	-0.529 *	0.284
	中核業務型	0.249	0.261	0.292	0.254
	アルバイト・パート型	0.102	0.399	0.224	0.390
企業 属性	企業規模	0.523 *	0.312	-0.027	0.307
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	-0.221	0.381	0.775 *	0.409
定数項		-1.314 **	0.554	-1.026 *	0.559
N		290		290	
- 2 対数尤度		-179.784		-186.890	

\*\*\* :  $p < 0.01$     \*\* :  $p < 0.05$     \* :  $p < 0.1$

(a) 「学生の配置による職場全体の活性化」

学生の要望を把握すること、企業規模が大きいことは職場活性化にプラスの影響を与え、仕事タイプが課題達成型、新卒採用者と関連がないことは、マイナスの影響を与えていた。

自社の PR を目的とした場合、学生の要望を把握し参考にした上で受け入れ部署や業務が決定されることが予測され、このことによって学生のインターンシップへの意欲が増し、このことが職場全体の活性化につながったと考えられる。また、仕事タイプが課題達成型であることや新卒採用者と関係がないことは、自社 PR 目的のもとでは企業の負担感が増し、職場の人々の意欲の低下につながり職場活性化に悪影響であることが伺える。

(b) 「指導にあたる若手社員の成長」

全社的な推進体制があること、過去 3 年間に新規学卒者採用があることは、若手社員の成長にプラスの影響を与えていた。一方、仕事タイプが課題達成型であることは、若手社員の成長にマイナスの影響を与えていた。

自社の PR を目的とした場合、全社的な推進体制に基づいて学生を指導する社員を決めることで、その社員への教育を効率よく使うことが出来ると考えられ、仕事タイプが課題達成型であることは若手社員を指導分野で教育させるには不向きであることが伺える。

(iv) 職場活性化型

表 4-(iv)-1 職場活性化型の記述統計量 (n=168) (欠損値を除く)

		Yes	Yes (欠損値を除いた総計)
被説明変数	②-(a) 学生の配置による職場全体の活性化	55.4% (10.2%)	45.2%
	②-(b) 指導にあたる若手社員の成長	60.1% (9.4%)	50.7%
インターンシップの手法	全社的な推進体制あり	49.4% (△3.1%)	52.5%
	受け入れ日数 11 日以上	17.9% (△7.1%)	25.0%
	独自選考	29.2% (△0.9%)	30.1%
	実習計画の作成	66.7% (△3.2%)	69.9%
	学生の要望把握	55.4% (2.3%)	53.1%
	報酬や手当ての支給なし	62.5% (7.1%)	55.4%
	新規学卒採用者との関連なし	69.0% (11.7%)	57.3%
仕事タイプ	課題達成型	27.4% (△5.1%)	32.5%
	中核業務型	46.4% (△0.8%)	47.2%
	アルバイト・パート型	15.5% (△1.0%)	16.5%
企業属性	企業規模	11.3% (△6.4%)	17.7%
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	78.6% (△6.4%)	85.0%

括弧内は、総計と比較して上昇したポイントの値 (△はマイナス)

職場活性化型にあてはまった観測値数は 199 個であり、欠損値を除くと 168 個となった。欠損値を除いた総計と比較して考察すると、被説明変数であるインターンシップの効果については、「学生の配置による職場全体の活性化」(10.2%ポイント上昇)、「指導にあたる若手社員の成長」(9.4%ポイント上昇)と、総計の結果より高い結果となっている。職場活性化目的で行ったインターンシップは、職場活性化の効果につながるだけでなく若手社員の成長にもつながりやすい傾向があるようである。

説明変数について、インターンシップの手法については、上昇ポイントが高かったのが、「新規学卒採用者との関連無し」(11.7%ポイント上昇)であった。対して下落ポイントが高かったのが、「受け入れ日数 11 日以上」(7.1%ポイント下落)、であった。職場の活性化を目的とした場合、新規学卒採用者との関連がなく受け入れ日数も短くなると考えられる。

仕事タイプについては、「課題達成型」(5.1%ポイント下落)、「アルバイト・パート型」(1.0%ポイント下落)、「中核業務型」(0.8%ポイント下落)となった。職場活性化目的の場合、仕事タイプがこれら 3 つ以外の、仕事をしている社員に同席・同行させることや、職場や工場の業務を見学させることが多くなるようである。

企業属性については、「1001 人以上」(6.4%ポイント下落)、「過去 3 年間の新規学卒者採用あり」(6.4%ポイント下落)となった。

①② 目的とその効果、インターンシップの受け入れ拡大、の観点から

表 4-(iv)-2 職場活性化型 ①②の推定結果

		(a) 職場活性化		(b) 指導社員の成長	
		係数値	標準誤差	係数値	標準誤差
インターンシップ の手法	全社的な推進体制あり	-0.124	0.352	-0.310	0.372
	受け入れ日数 11 日以上	0.636	0.490	0.469	0.509
	独自選考	0.361	0.402	0.352	0.417
	実習計画の作成	0.817 **	0.378	0.527	0.385
	学生の要望把握	0.766 **	0.360	0.508	0.365
	報酬や手当での支給なし	0.103	0.368	-1.036 **	0.402
	新規学卒採用者との関連なし	0.480	0.390	-0.684 *	0.410
仕事 タイプ	課題達成型	-0.625	0.403	-0.282	0.432
	中核業務型	0.131	0.356	0.551	0.373
	アルバイト・パート型	0.986 *	0.509	0.727	0.511
企業 属性	企業規模	1.076 *	0.074	-0.537	0.601
	過去 3 年間の新規学卒者採用あり	-0.891 **	0.048	1.047 **	0.448
定数項		-0.728	0.656	-0.109	0.663
N		168		168	
- 2 対数尤度		-102.794		-97.112	

\*\*\* :  $p < 0.01$     \*\* :  $p < 0.05$     \* :  $p < 0.1$

(a) 「学生の配置による職場全体の活性化」

実習計画を作成したこと、学生の要望を把握したこと、仕事タイプがアルバイト・パート型、企業規模が大きいことは、職場活性化にプラスの影響を与え、過去 3 年間に新規学卒者採用があることは、マイナスの影響を与えていた。

職場の活性化を目的とした場合、学生の要望を把握した上で実習計画を作成し、このことが学生の意欲を高め、かつ仕事タイプをアルバイト・パート型にすることより、学生が職場の人手不足の手助けとなり、職場の活性化につながったことが伺える。

(b) 「指導にあたる若手社員の成長」

過去 3 年間に新規学卒者採用があることについては、若手社員の成長にプラスの影響を与え、報酬や手当での支給がないこと、新規学卒採用者との関連がないことはマイナスの影響を与えていた。

職場の活性化を目的とした場合、若手社員が指導にあたる上で受け入れ学生に対して報酬や手当での支給がないことは学生に対して遠慮や申し訳なさを感じさせてしまい、指導担当社員は思うとおりに指導することを敬遠してしまうと考えられる。また、受け入れ学生が採用と関係のないことで、指導担当社員の意欲が下がり悪影響となることが伺える。



表 4-(3)-3 目的とその効果の観点からみた、規定要因の要約

	正の影響	負の影響
人材確保型	①企業の推進体制があること ②受け入れ日数が長いこと ③過去3年間に新卒採用あり	無し
採用見極め型	①受け入れ日数が長いこと	①実習計画の作成 ②新規学卒採用者との関連なし
自社PR型	①新規学卒採用者との関連なし	無し

表 4-(3)-4 企業における人材育成の観点からみた、規定要因の要約

「学生の配置による職場全体の活性化」

「指導にあたる若手社員の成長」

の規定要因

の規定要因

	正の影響	負の影響	正の影響	負の影響
佐藤・堀・堀田 (2006)	①中核業務型 ②実習計画の作成 ③学生の要望把握 ④企業規模が大きい	①過去3年間に新卒採用あり	①独自選考を行った ②それぞれの仕事内容 ③実習計画の作成 ④過去3年間に新卒採用あり	①報酬や手当での支給なし ②新規学卒採用者との関連なし ③企業規模が大きい
人材確保型	①学生の要望把握 ②過去3年間に新卒採用あり	無し	①実習計画の作成 ②過去3年間に新卒採用あり	無し
採用見極め型	①アルバイト・パート型 ②企業規模が大きい	無し	無し	無し
自社PR型	①学生の要望把握 ②企業規模が大きい	①課題達成型 ②新卒採用者との関連がない	①全社的な推進体制あり ②過去3年間に新卒採用あり	①課題達成型
職場活性化型	①実習計画の作成 ②学生の要望把握 ③アルバイト・パート型 ④企業規模が大きい	①過去3年間に新卒採用あり	①過去3年間に新卒採用あり	①報酬や手当での支給なし ②新規学卒採用者との関連なし

#### (4) 推定結果の要約と考察

(3)では、企業にとって、望ましいインターンシップの具体的な提案をする為に、目的を人材確保型・採用見極め型・自社 PR 型・職場活性型と分け、それぞれのタイプにとって、目的に対応した効果や企業がメリットと感じる効果につながる望ましいインターンシップのあり方に違いが出てくる、ということ仮説を立てて、分析を行った。

それぞれの目的における、望ましいインターンシップの手法・仕事タイプ・企業属性について、得られた知見の要約と考察をまとめる。

##### (i) 人材確保型 (備考：括弧内は欠損値を除いた総計との比較)

- ・ インターンシップの手法については、「新規学卒採用者との関連なし」(17.1%ポイント上昇)、「受け入れ日数 11 日以上」(16.8%ポイント上昇)となり、人材を確保することをインターンシップの目的としているので、採用と関係はないことが多く、受け入れ日数は長くなる傾向があるようである。
  - ・ 仕事タイプについては、上昇したのが「アルバイト・パート型」(7.7%ポイント上昇)、下落したのが「中核業務型」(8.8%ポイント下落)、「課題達成型」(9.2%ポイント下落)であり、人材確保目的のインターンシップは、お金を払わなくてもよいアルバイトのようなかたちになる傾向があるようである。
  - ・ 企業属性については、「1001 人以上」(12.2%下落)、「過去 3 年間の新規学卒者採用あり」(7.3%下落)とどちらも下落ポイントになった。人材確保を目的とする企業は、大企業ではない割合が高く、過去に新卒採用があることが少ない傾向があるようである。
- ① 人材確保の目的とその効果の観点から見た場合、企業の推進体制があること、受け入れ日数が長いこと、過去 3 年間に新卒採用があることは、人材確保の効果にプラスの影響を与える。人材の確保を目的としている場合、過去 3 年間に新入社員を迎えていて、企業の推進体制が既に存在していることが人材確保の目的をスムーズに達成できる環境であり、長期間継続してインターンシップとして学生に業務をしてもらうことが繁忙期の人材確保に役立っていることが伺える。
- ② インターンシップの受け入れ拡大の観点から見た場合、学生の要望を把握していること、過去 3 年間の新卒採用者があることは、職場活性化にプラスの影響を与える。人材確保を目的とした場合、学生の要望を把握した上で業務を行わせることが学生の意欲を引き出し、かつ忙しい時期の人材確保の目的にも沿い、職場全体の活性化につながっていることが伺える。
- 実習計画を作成したこと、過去 3 年間の新卒採用者があることは、若手社員の成長にプラスの影響を与える。インターンシップで指導にあたる上で、人材確保を目的として学生の実習計画を作成し実行させることが学生だけでなく指導する社員のスキル向上にもプラスとなっていることが伺える。

(ii) 採用見極め型

- ・ インターンシップの手法についてはポイントが大幅に上昇したのが、「独自選考」(12.4%ポイント上昇)であり、採用を見極めるという目的の場合には、独自選考を行う傾向があるようである。下落ポイントが大きかったのが「新規学卒採用者との関連なし」(36.8%ポイント下落)、「報酬や手当での支給なし」(17.6%ポイント下落)であり、採用を見極めるという目的の場合新卒採用者との関連がある傾向が高く、学生はその企業の内定を得る、という目的をもってインターンシップに参加することが想定される。よって、企業側の報酬や手当での支給がないとしても学生が敬遠する可能性が低く、企業側も採用見極めの目的の為にインターンシップにかかるコストを軽減することが出来るから、と考えられる。
  - ・ 仕事タイプについては、ポイントが大幅に上昇したのが「課題達成型」(17.1%ポイント上昇)であり、採用を見極めるという目的の場合、企業は採用を見極めるうえで学生に課題を与えそれに対してどのような結論を出すかということを知りたいことが、課題達成型のインターンシップの実行につながったと考えられる。
  - ・ 企業属性については「過去3年間の新規学卒者採用あり」(7.9%ポイント上昇)となり、採用見極め目的の場合、ここ数年中に新卒採用者を取っている傾向が高い。
- ① 採用見極めの目的とその効果の観点から見た場合、受け入れ日数が長いことは採用見極めの効果にプラスの影響を与える。実習計画を作成したこと、新卒採用者との関係がないことは採用見極めの効果にマイナスの影響を与える。採用を見極めるうえで、日数をかけて学生を評価していくことを通じて、より企業にとって適切な判断が下せるということが伺える。また、インターンシップで受け入れた学生自体は採用に関係がないことや、採用見極めの目的なのに学生にわざわざ実習計画を提供することは、採用見極めの効果に悪影響を及ぼすことが伺える。
- ② インターンシップの受け入れ拡大の観点から見た場合、仕事タイプがアルバイト・パート型であること、企業規模が大きいことは職場活性化にプラスの影響を与える。  
採用を見極めることを目的とした場合、アルバイト・パート型の業務を学生に行わせ、その効率等を見極めていくことが職場全体を活性化させていることが伺える。

### (iii) 自社 PR 型

- ・ インターンシップの手法については、上昇ポイントが高かったのが、「新規学卒採用者との関連無し」(7.5%ポイント上昇)、対して下落ポイントが高かったのが、「独自選考」(4.9%ポイント下落)、「受け入れ日数 11 日以上」(4.3%ポイント下落)であった。自社 PR をインターンシップの目的としているので、採用とは関係のない傾向があり、受け入れ日数も長くはならないと考えられる。
- ・ 仕事タイプについてはポイントが上昇したのが「中核業務型」(5.7%ポイント上昇)、下落したのが「アルバイト・パート型」(4.1%ポイント下落)、「課題達成型」(2.2%ポイント下落)であった。
- ・ 企業属性については、「1001 人以上」(7.5%ポイント上昇)、「過去 3 年間の新規学卒者採用あり」(3.0%ポイント上昇)と、どちらもポイント上昇となった。

① 自社 PR の目的とその効果の観点から見た場合、新卒採用者との関係がないことは、自社 PR の効果にプラスの影響を与える。

自社の PR を目的とした場合、地域への貢献や知名度を上げていくことを中心に考えていて、新卒採用者は、インターンシップとは全く切り離された採用選考時点で決めていくと考えられるので、インターンシップ自体が新卒採用者と全く関連のないことが、効率的な自社 PR の目的につながれるということが伺える。

② インターンシップの受け入れ拡大の観点から見た場合、学生の要望を把握していること、企業規模が大きいことは職場活性化にプラスの影響を与え、新卒採用者との関連がないことは職場活性化にマイナスの影響を与える。

自社の PR を目的とした場合、学生の要望を把握し参考にした上で受け入れ部署や業務が決定されることが予測され、このことによって学生のインターンシップへの意欲が増し、このことが職場全体の活性化につながったと考えられる。また、仕事タイプが課題達成型であることや新卒採用者との関係がないことは、自社 PR 目的のもとでは企業の負担感が増し、職場の人々の意欲の低下につながり職場活性化に悪影響であることが伺える。

また、企業の推進体制があること、過去 3 年間の新卒採用者があることは若手社員の成長にプラスの影響を与え、課題達成型であることは若手社員の成長にマイナスの影響を与える。

自社の PR を目的とした場合、全社的な推進体制に基づいて指導する社員を決めることでインターンシップ指導を若手社員の教育に効率よく使うことが出来ると考えられ、仕事タイプが課題達成型であることは若手社員を指導分野で教育させるには不向きであることが伺える。

(iv) 職場活性化型

- ・ インターンシップの手法については、上昇ポイントが高かったのが、「新規学卒採用者との関連無し」(11.7%ポイント上昇)、対して、下落ポイントが高かったのが、「受け入れ日数 11 日以上」(7.1%ポイント下落)、であり、職場の活性化を目的としているので新規学卒採用者との関連がなく、受け入れ日数も短くなると考えられる。
- ・ 仕事タイプについては、「課題達成型」(5.1%ポイント下落)、「アルバイト・パート型」(1.0%ポイント下落)、「中核業務型」(0.8%ポイント下落)と、3つ全ての仕事タイプで下落ポイントとなり、職場活性化を目的とした場合は、仕事タイプがこれら 3 つ以外の、仕事をしている社員に同席・同行させたり、職場や工場の業務を見学させたりすることが多くなるようである。
- ・ 企業属性については、「1001 人以上」(6.4%ポイント下落)、「過去 3 年間の新規学卒者採用あり」(6.4%ポイント下落)とどちらも下落ポイントとなった。

①② 職場活性化の目的と、インターンシップの受け入れ拡大の観点から見た場合、仕事タイプがアルバイト・パート型であること、実習計画を作成したこと、学生の要望を把握したこと、企業規模が大きいことは職場活性化にプラスの影響を与える。過去 3 年間に新卒採用者がいることは職場活性化にマイナスの影響を与える。

職場の活性化を目的とした場合、学生の要望を把握した上で実習計画を作成し、このことが学生の意欲を高め、かつ仕事タイプをアルバイト・パート型にすることより、学生が職場の人手不足の手助けとなり、職場の活性化につながったことが伺える。

また、過去 3 年間に新卒採用者がいることは若手社員の成長にプラスの影響を与える。報酬の支給がないこと、新卒採用者との関連がないことは若手社員の成長にマイナスの影響を与える。

職場の活性化を目的とした場合、若手社員が指導にあたる上で受け入れ学生に対して報酬や手当での支給がないことは学生に対して遠慮や申し訳なさを感じさせてしまい、指導担当社員は思うとおりに指導することを敬遠してしまうと考えられる。また、受け入れ学生が採用と関係のないことで、指導担当社員の意欲が下がり悪影響となることが伺える。

## 第5章 結論と今後の課題

本稿では、企業にとってメリットのある望ましいインターンシップの具体的な提案をする為に、実行したインターンシップの目的タイプを、人材確保型・採用見極め型・自社PR型・職場活性型と分けて、それぞれのタイプにとって、目的に対応した効果や企業がメリットと感じる効果につながる望ましいインターンシップのあり方について違いが出てくる、ということ仮説を立てて、分析を行った。

その結果、企業が効果的であると感じるインターンシップの手法・仕事タイプ・企業属性は、それぞれの目的によって違いが存在することが明らかとなった。

よって、得られた知見を踏まえた上でそれぞれの目的タイプ別に、企業にとって望ましいインターンシップのあり方について提案を行う。

### (i) 繁忙期の人材確保を目的とした場合

- ・ インターンシップを、繁忙期の人材確保に役立てる為には

企業のインターンシップ推進体制が既に存在しており新入社員を迎える体制がある環境にすることによって人材確保の目的をスムーズに達成できる。また、長期間継続して学生に業務をしてもらうことが繁忙期の人材確保につながるの、学生の要望もしっかりと把握し、報酬や手当の支給等の学生の負担感を減らすような施策も考慮に入れた上でのインターンシップを考えることが重要となる。

- ・ 企業がインターンシップにメリットを感じ、受け入れ拡大につなげるためには

学生の要望を把握した上で業務を行わせることが学生の意欲を引き出し、かつ忙しい時期の人材確保の目的にも沿い、職場全体の活性化につなげることができる。

また、インターンシップで指導にあたる上で、人材確保を目的として学生の実習計画を作成し実行させることによって、学生だけでなく指導する社員のスキル向上にもつなげることが出来る

### (ii) 採用見極め型

- ・ インターンシップを、卒業後に採用したい人材の見極めに役立てる為には

インターンシップに日数をかけて学生を評価していく体制にすることによって、企業にとって採用を見極めるうえで、適切な判断が下せる。また、インターンシップで受け入れた学生自体は採用に関係がないことや、採用見極めの目的なのに学生にわざわざ実習計画を提供することは採用見極めの効果にマイナスとなってしまう。よって、採用の見極めを目的としている場合、インターンシップで受け入れた学生と就職活動における選考の関連を持たせた上で実行し、実習計画についてはあまり重点を置かないことが望ましい。

- ・ 企業がインターンシップにメリットを感じ、受け入れ拡大につなげるためには採用を見極めることを目的とした場合、仕事タイプがアルバイト・パート型の業務を学生に行わせ、その効率等を見極めていくことが職場全体の活性化に有効である。しかし、アルバイト・パート型の業務は学生の満足度を下げるので、学生への配慮を考慮した場合、代わりに、直接の担当者があること、希望企業であること、手当てや報酬の支給することなどの学生にとって満足度が上がるような措置の考慮も大切となる。

#### (iii) 自社 PR 型

- ・ インターンシップを、大学や学生の自社の認知度を高めることに役立つためにはインターンシップ自体が新卒採用者と全く関連のないことで、企業は地域への貢献や知名度を上げていくことを中心に考えることが出来て、新卒採用者はインターンシップとは全く切り離された採用選考時点で決めていくことが出来るので、本来の目的に沿った効率的な自社 PR の目的につなげられる。

- ・ 企業がインターンシップにメリットを感じ、受け入れ拡大につなげるためには自社の PR を目的とした場合、学生の要望を把握し参考にすることが受け入れ部署や業務を決定し、このことによって学生のインターンシップへの意欲が増し、職場全体の活性化につなげられる。また、仕事タイプが課題達成型であることは、自社 PR 目的のもとでは企業の負担感が増し、職場の人々の意欲の低下につながり職場活性化に悪影響であるので、課題達成型以外の仕事タイプでインターンシップを行うのが望ましい。

また、課題達成型であることは、担当する社員を受け入れ学生の指導分野で教育させる上でも不向きである。そして全社的な推進体制に基づいて指導する社員を決めることで、インターンシップでの指導をその社員の教育に効率よく使うことが出来る。

#### (iv) 職場活性化型

- ・ 企業がインターンシップにメリットを感じ、受け入れ拡大につなげるためには職場の活性化を目的とした場合、学生の要望を把握した上で実習計画を作成することが学生の意欲を高め、仕事タイプをアルバイト・パート型にすることより、学生が職場の人手不足の手助けとなり、職場全体の活性化につなげることが可能となる。学生にとってアルバイト・パート型は満足度を引き下げる要因となるので、学生の要望を把握する、実習計画を作成する、報酬手当ての支給を考慮するなどの措置を考えることが望ましい。

また、若手社員が指導にあたる上で、受け入れ学生に対して報酬や手当ての支給がないことは学生に対して遠慮や申し訳なさを感じさせてしまい、指導担当社員は思うとおりに指導することを敬遠してしまい、受け入れ学生が採用と関係のないことで指導担当社員の意欲が下がり悪影響となる。これらの問題を考慮した上で、学生の満足度を低めすぎず企業のコストを高めすぎないような形でインターンシップを実現していくことが望ましい。

以上、得られた知見を踏まえた上でそれぞれの目的タイプ別に、企業にとって望ましいインターンシップのあり方について提案を行った。

本稿には残された多くの課題がある。

第一に、望ましいと思われるインターンシップを導入するうえで企業にとって何が課題であるのかを明らかにすることである。この点については、アンケート調査だけでなくインタビュー調査を通じて事例を収集することが効果的であると考えられる。

第二に、企業の業種によつての考察が不十分であることである。業種別に見たインターンシップの目的と効果を考察する上で、それぞれの目的別に分け、さらに業種ごとに分けて、どのような形のインターンシップが望ましいのかという分析も試みたが、それぞれの観測値数が少なくなってしまう、信頼の出来る結果が得られなかった。よつて、新たなデータや望ましい分析方法を探し企業の業種別の傾向を探つた上で、業種別に見た望ましいインターンシップの具体的な提案も試みたい。

第三に、今回は企業の視点から見た望ましいインターンシップの提案を企業が変えられる可能性のある範囲において提案を行ったが、インターンシップ制度自体の問題においては、行政側の施策や支援の問題や高等教育機関におけるキャリア教育との関係においても更なる検討が必要と考えられる。よつて、企業がインターンシップを行いやすいような制度を設計し、高等教育機関側では学生が職業能力を培い職業を自己選択できるようなキャリア教育の出来る環境を整えていかななくてはならない。

高等教育機関における人材育成の施策は、企業・行政との連携が求められる。本報告で着目したインターンシップはその重要な第一歩である。本報告で得られた、企業にとって望ましいインターンシップのあり方を基に、企業だけでなく高等教育における人材育成への更なる取り組みや政策的支援に結びついていくことを期待して、本報告の結論としたい。



〈参考資料〉

日本経済団体連合会ホームページ

「産学官連携による高度な情報通信人材の育成強化に向けて」(2005年)

<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2005/039/index.html>

「新卒者採用に関するアンケート調査結果」(2006年)

<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2006/002kekka.pdf>

「企業と社会の関係 教育と企業の連携推進に向けて」(2007年)

<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/index.html>

総務省ホームページ 「労働力調査」平成18年度

<http://www.stat.go.jp/data/roudou/2.htm>

厚生労働省ホームページ

「就労条件総合調査」平成19年度

<http://www.mhlw.go.jp/toukei/list/11-19.html>

「能力開発基本調査」平成18年度

<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2007/07/h0719-1.html>

「ものづくりにおける技能の承継と求められる能力に関する調査」(2005年)

<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2005/05/h0530-3c.html>

「インターンシップ推進のための調査研究委員会報告書」(2005年)

<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2005/03/h0318-1.html>

経済産業省ホームページ 「技術移転を巡る現状と今後の取り組みについて」(2006年)

<http://www.meti.go.jp/press/20060606003/gijyutsuiten-houkokusho-set.pdf>

文部科学省ホームページ

生涯学習政策局調査企画課 「学校基本調査」平成19年度

[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/001/08010901/index.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/001/08010901/index.htm)

高等教育局専門教育課 「大学等におけるインターンシップ実施状況調査」平成17年度

[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/001/05120601.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/001/05120601.htm)

中央教育審議会資料 「企業活動を支える「人材の育成」」(2005年)

[http://211.120.54.153/b\\_menu/shingi/chukyo/chukyo2/siryou/002/05120801/002.pdf](http://211.120.54.153/b_menu/shingi/chukyo/chukyo2/siryou/002/05120801/002.pdf)

東京大学社会科学研究所附属日本社会研究情報センターSSJ データアーカイブ

「インターンシップの実態に関するアンケート,2004」個票データ(寄託者:佐藤博樹様)

<http://web.iss.u-tokyo.ac.jp/jinzai/>

David Neumark; Mary Joyce(2001)

“Evaluating School-to-Work Programs Using the New NLSY”

Journal of Human Resources, Vol. 36, No. 4, 666-702.

<http://links.jstor.org/sici?sici=0022-166X%28200123%2936%3A4%3C666%3AESPUN%3E2.0.CO%3B2-T>

Economics of Education Review(2006)

“School-to-Work and Educational Reform Symposium” Volume 25, Issue 4

<http://dx.doi.org/10.1016/j.econedurev.2006.02.001>

槇本淳子『インターンシップの実態とその教育効果』（2002年）日本インターンシップ学会  
年報 No.5 pp.34~40

<http://ci.nii.ac.jp/naid/110003151346/>

松行彬子、安田利枝、小澤美弘『嘉悦大学における産学連携によるインターンシップ』  
(2004年) 嘉悦大学研究論集 Vol.46, No.2 pp.105~122

<http://ci.nii.ac.jp/naid/110004628072/>

佐藤博樹、堀有喜衣、堀田聡子『人材育成としてのインターンシップ-キャリア教育と社員  
教育のために-』2006年、労働新聞社

小杉礼子、堀有喜衣（編）『キャリア教育と就業支援』2006年、勁草書房

堀田聡子『採用時点におけるミスマッチを軽減する採用のあり方 - RJP(Realistic Job  
Preview)を手がかりにして-』2007年労働研究雑誌 No. 567

岩脇千裕『大学新卒者採用における面接評価の構造』2007年労働研究雑誌 No.567

岩脇千裕『大学新卒者採用における「望ましい人材」像の研究』

2004年教育社会学研究第74集

小杉礼子『需給両面の変化に対する大学のキャリア形成支援の課題』2007年キャリア教育  
研究 第25巻 第1号

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

雇用問題研究会『効果的なインターンシップの推進のために』（2008年）春季号

『若者ジョブサポーター取組事例集』2007年東京都産業労働局

『入校案内2008』2008年東京都立職業能力開発センター