

# 学生・企業の接続において長期インターンシップが与える効果についての検討会

## 学生に対する アンケート調査結果

# 学生に対するアンケート調査結果

## 趣旨

学生・企業の接続において長期インターンシップが与える効果の検証を得るため、主に卒業・修了予定の大学4年生、大学院2年生を対象に、以下の要領で調査を実施。

## 1. 主な調査事項

### 【基本項目】

- 性別
- 学年
- 大学の種別
- 在籍学部等
- 大学所在地
- 職業観
- 就職活動の現在の状況
- 面接を受けた数
- 内定先
- 内定先の業界
- 内定先の企業規模
- 就職先における身分
- 内定が出た時期

### 【インターンシップ経験】

- 参加の有無
- 参加した数
- 参加した中で、最も長かった日数
- 4日未満のインターンシップへの参加の有無

### 【最も長いインターンシップの経験】

- 参加企業の規模
- インターンシップの形態
- インターンシップの目的、内容
- インターンシップの効果
- 参加の感想とその理由
- 当該企業への就職の有無

### 【インターンシップへの意見】

- 後輩へ薦めるか否か
- 上記の理由
- 参加したいインターンシップ
- 適切な実施時期
- 望ましいインターンシップの期間

## 2. 調査期間

令和2年2月3日（月）～2月29日（土）

## 3. 有効回答数

1,373人（うち、インターンシップの経験のある者 880人）

※調査に当たっては、国公立大学のうち、文部科学省と（独）日本学生支援機構が協力し、インターンシップの量的拡大・質的充実に向けた方策の一つとして実施している「大学等のインターンシップ届出制度」に登録を行っている大学を通じて、一大学当たり10名前後の学生に対してアンケート調査への協力を依頼し、当該学生が直接業者に回答する方法で実施。

# 調査項目の設計 (学生)

## 回答者属性の確認

1	性別	2	学年	3	学校種別	4	学部等分野	5	大学名	6	所在地
7	入試方法	8	職業観	9	現在の活動状況	10	就職活動の状況	11	応募企業数	12	面接数
13	就職予定	14	内定先企業の業界	14X	内定企業の規模	15	就職先の身分	16	内定時期		

## 参加の状況

## 参加した中で最長のインターンシップ

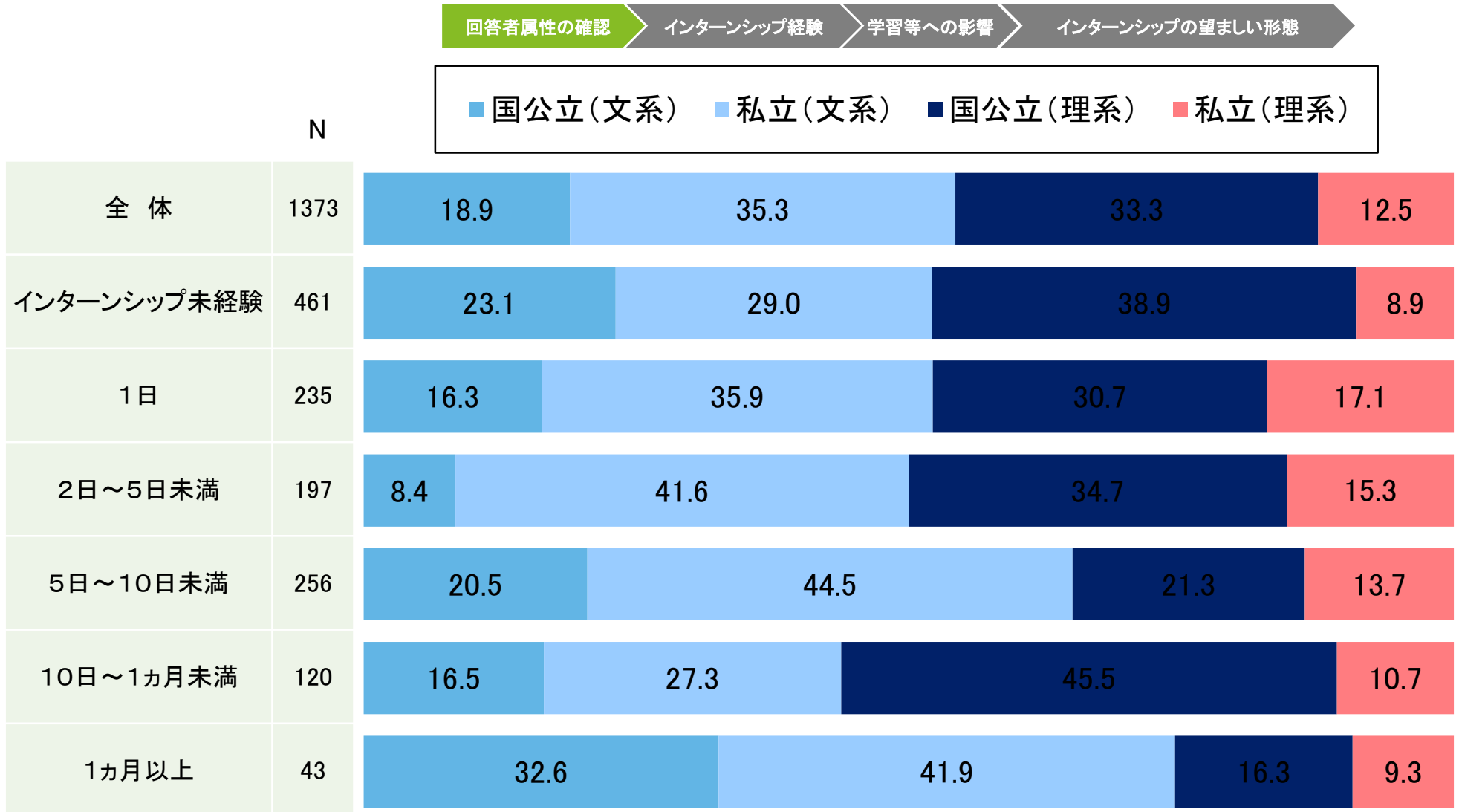
17	参加の有無	23	参加した企業の規模	28	参加目的	33	満足の理由
	無 : Q38へ	24	企業の所在地	29	インターンシップの内容	34	不満の理由
18	参加回数	25	インターンシップの場所	30	上記の中心的内容	35	インターンシップ企業の内定の有無
19	インターンシップ参加総日数	26	インターンシップ形態	31	学修行動の変化	36	上記の就職の有無
20	最長期間	27	参加時期	32	参加の感想	37	上記企業へ就職しなかった理由
	4日未満 : Q23へ						
21	他企業の4日未満に参加の有無						
22	長短の比較						

## 学生の望ましい形態のインターンシップ

38	後輩への推薦希望	40	参加したいインターンシップ	42	望ましい実施日数
39	薦める理由	41	望ましい実施時期	43	その他意見

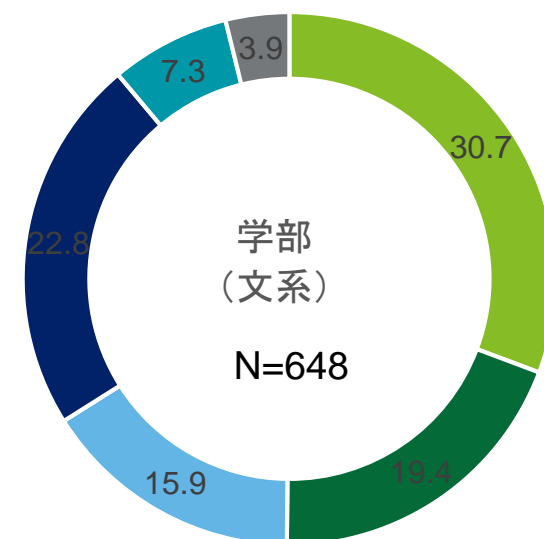
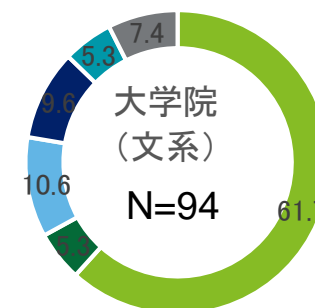
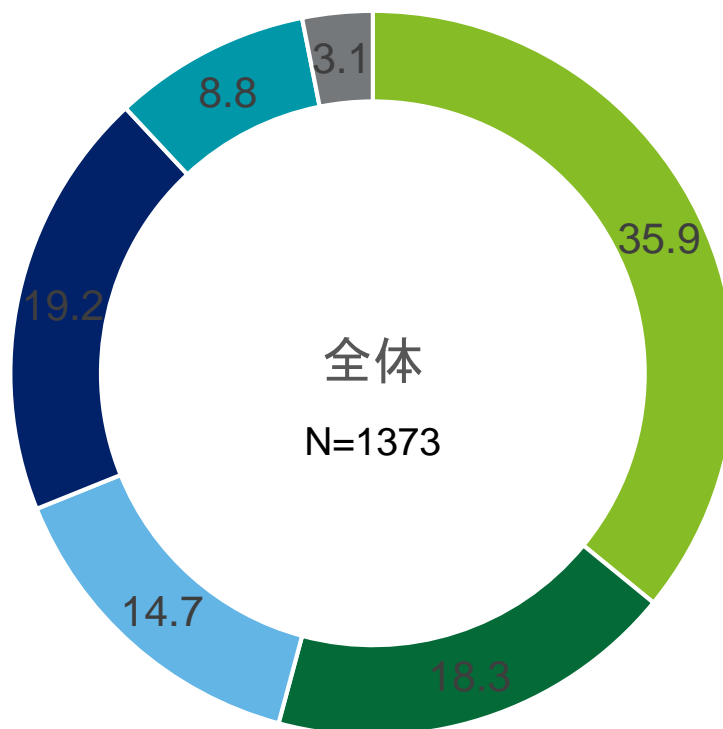
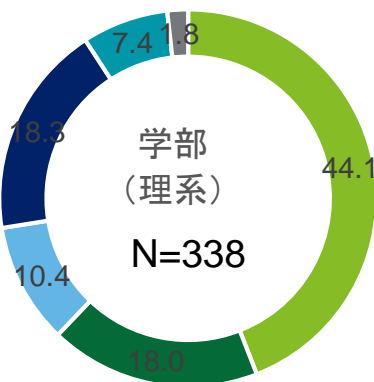
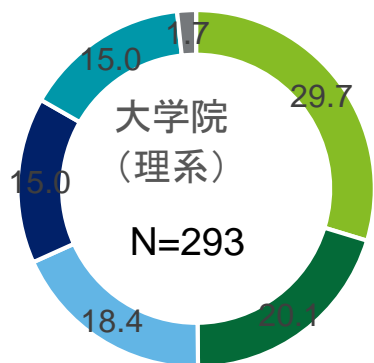
# 最も長く経験したインターシップの期間と学科区分(文系・理系)の関係

- 回答者のうち約65%がインターンシップを経験している。
- 全体としては文系・理系で大きな偏りはないが、サンプル数の少ない一ヶ月以上のインターンシップ経験者は、本調査上は文系が多い。



# 最も長く経験したインターシッの期間と学部・大学院(文系・理系)の関係

■ 理系の大学院生が最もインターンシップ経験をしている者の割合が多い。



- インターンシップ未経験者
- 1日
- 2日～5日未満
- 5日～10日未満
- 10日～1か月未満
- 1か月以上

# 回答者の通学している大学のキャンパス所在地の割合

■東京が3割を占めている。

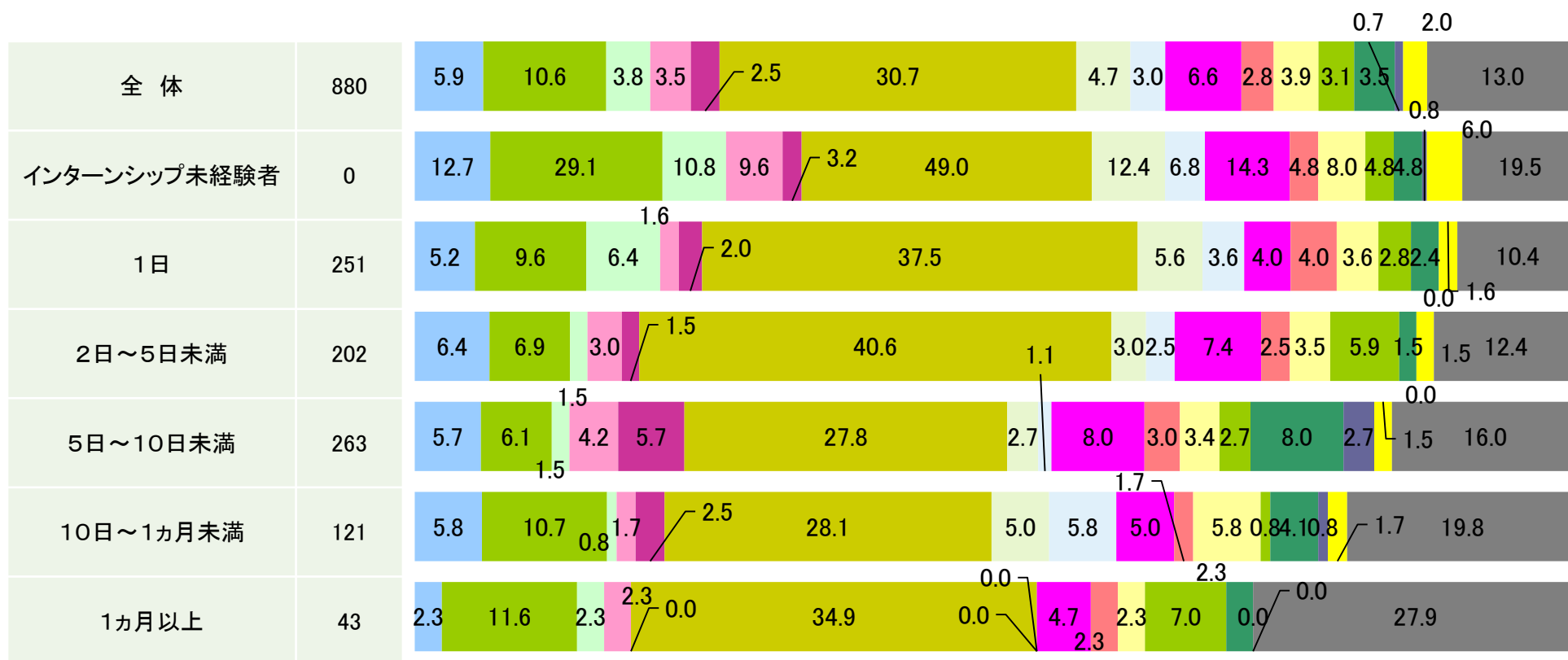
回答者属性の確認

インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

※回答数の上位15都道府県を掲載



# 最も長く経験したインターシップの実施形態

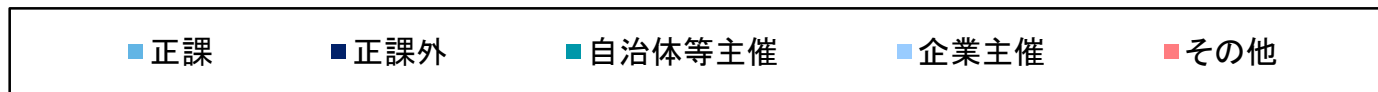
- 全体では企業主催によるインターンシップの割合が高いが、企業主催でも1か月以上の長期のインターンシップに取り組んでいる状況が見られた。
- 全体的には10日未満のインターンシップへの参加率が高く、その中でも5日以上10日未満のインターンシップに参加した学生が最も多かった。

回答者属性の確認

インターンシップ経験

学習等への影響

インターンシップの望ましい形態



# 最も長く経験したインターシッの期間とインターンシップ実施地域との関係

■ 約半数が東京でインターンシップを行っている。

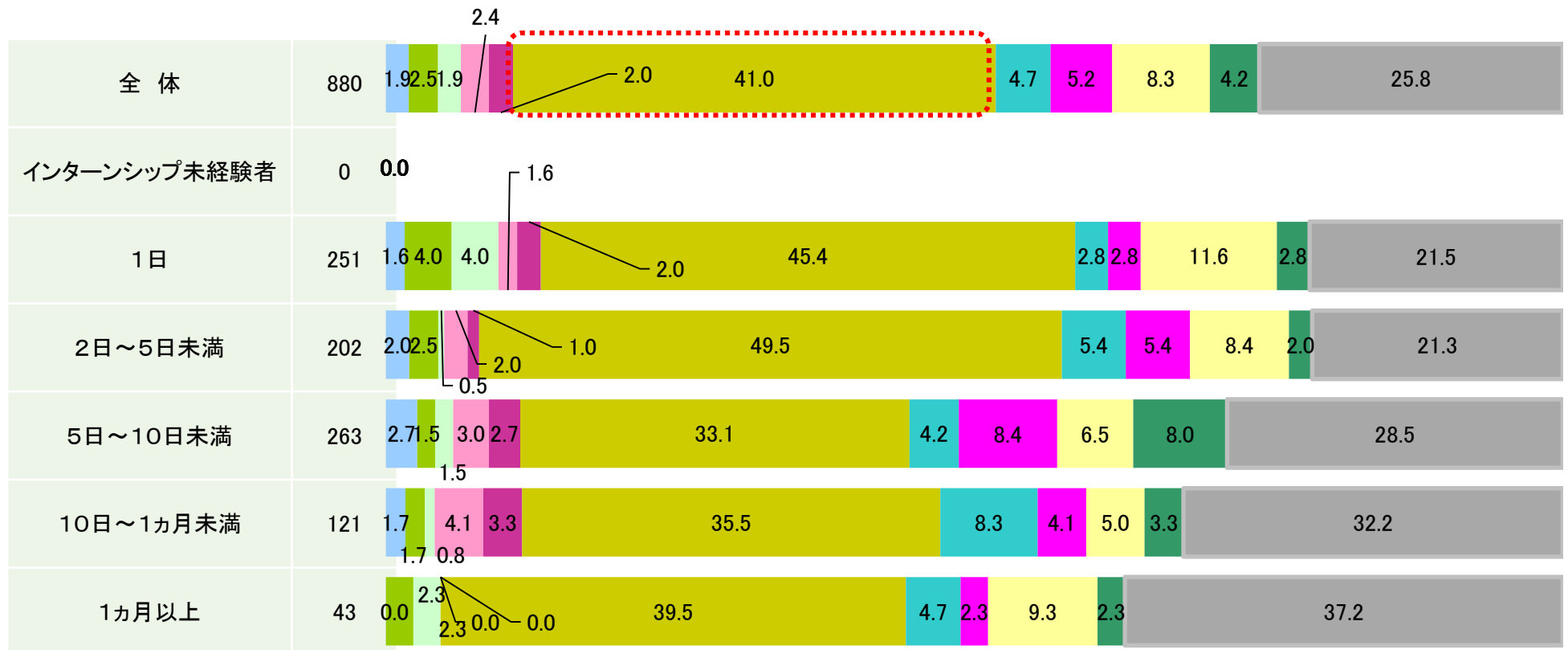
回答者属性の確認

インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

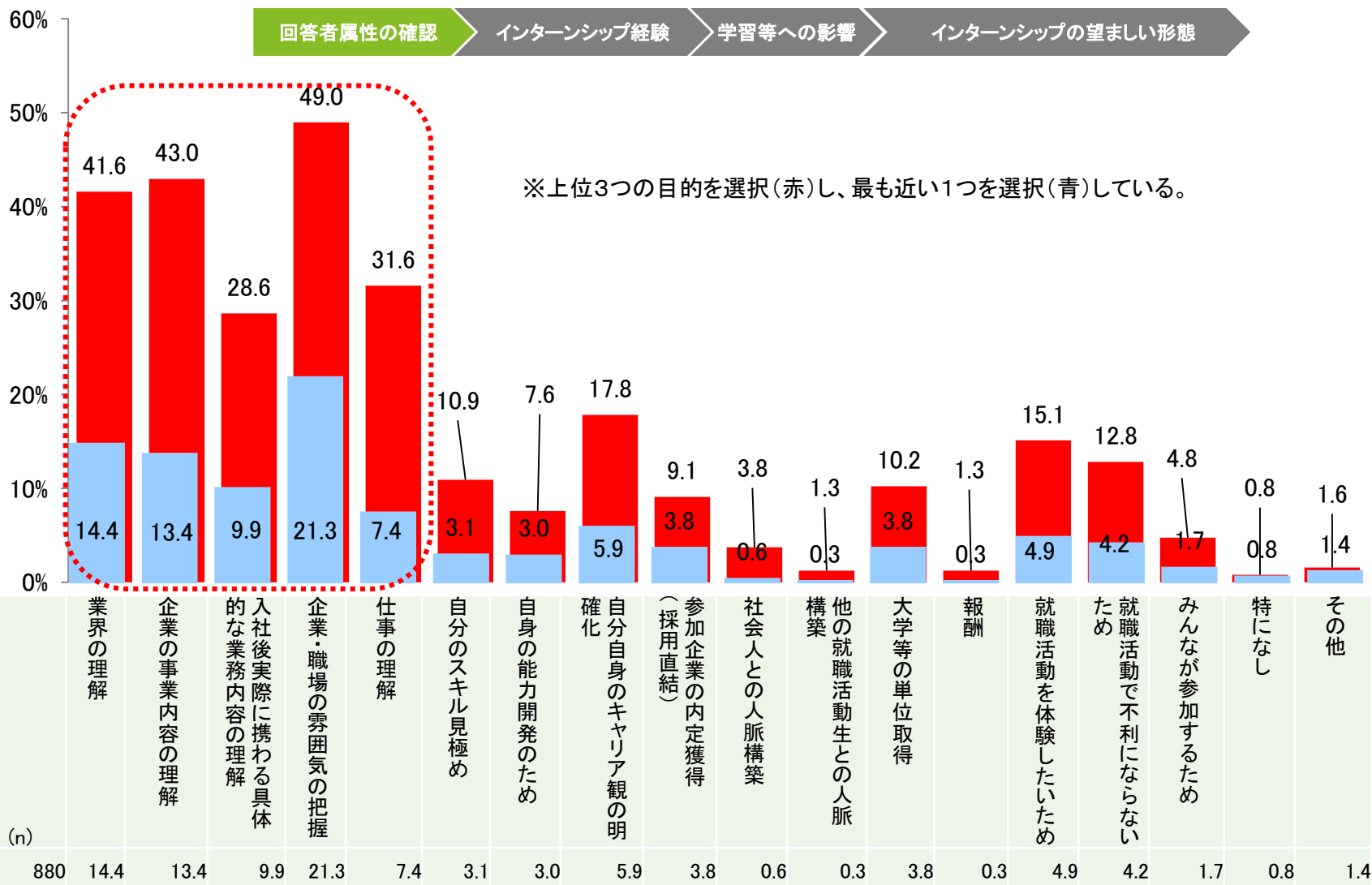
※回答数の上位10都道府県を掲載





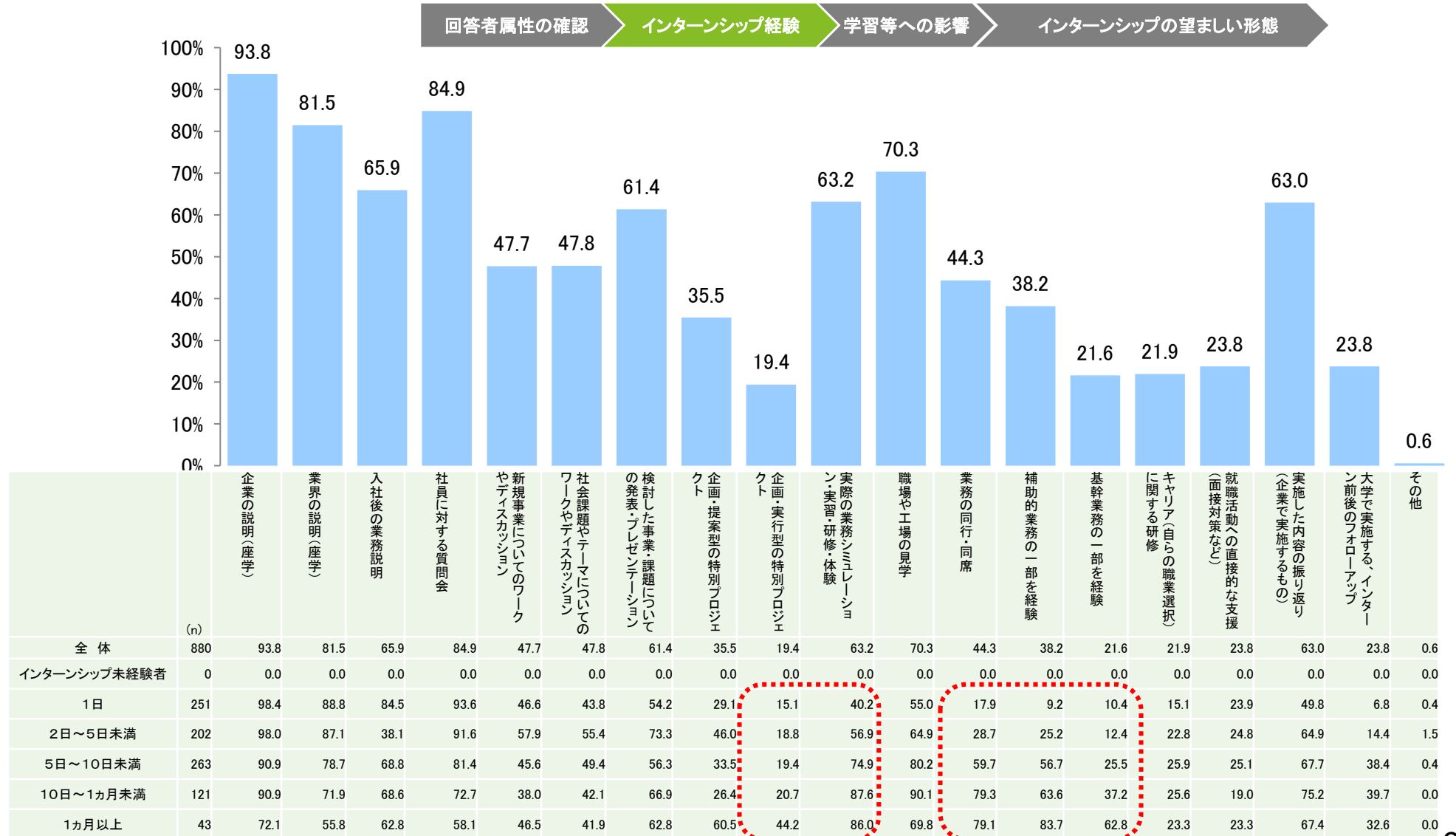
# 最も長く経験したインターシップの参加目的

■ 企業や業界を理解する目的でインターンシップに参加するものの割合が高い。



# 最も長く経験したインターシップで実施した内容

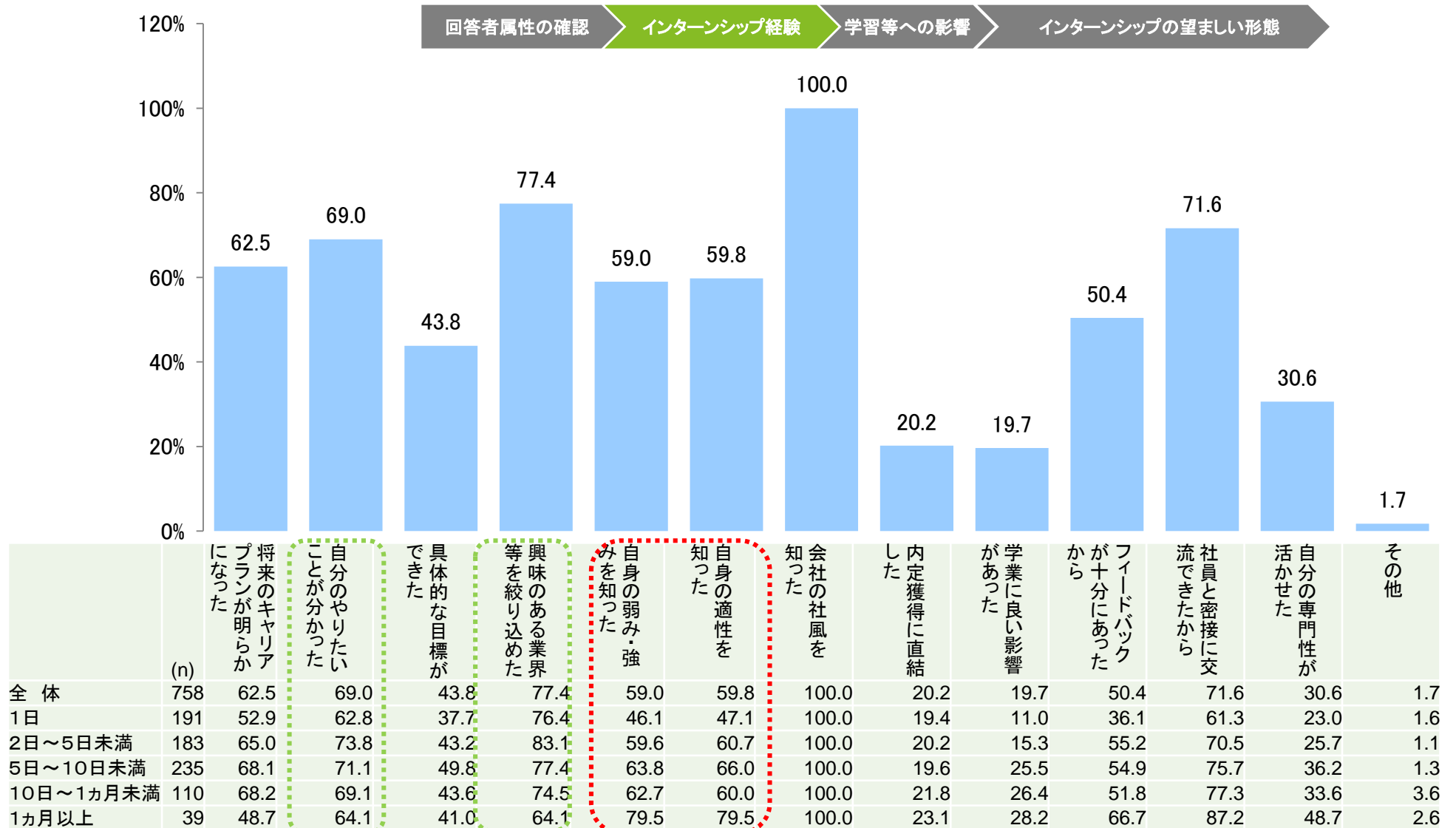
■ 参加期間が長くなるほど実際の業務の疑似体験や業務の補助に関する就業体験を経験できる傾向にある。



# インターシップの良かった点

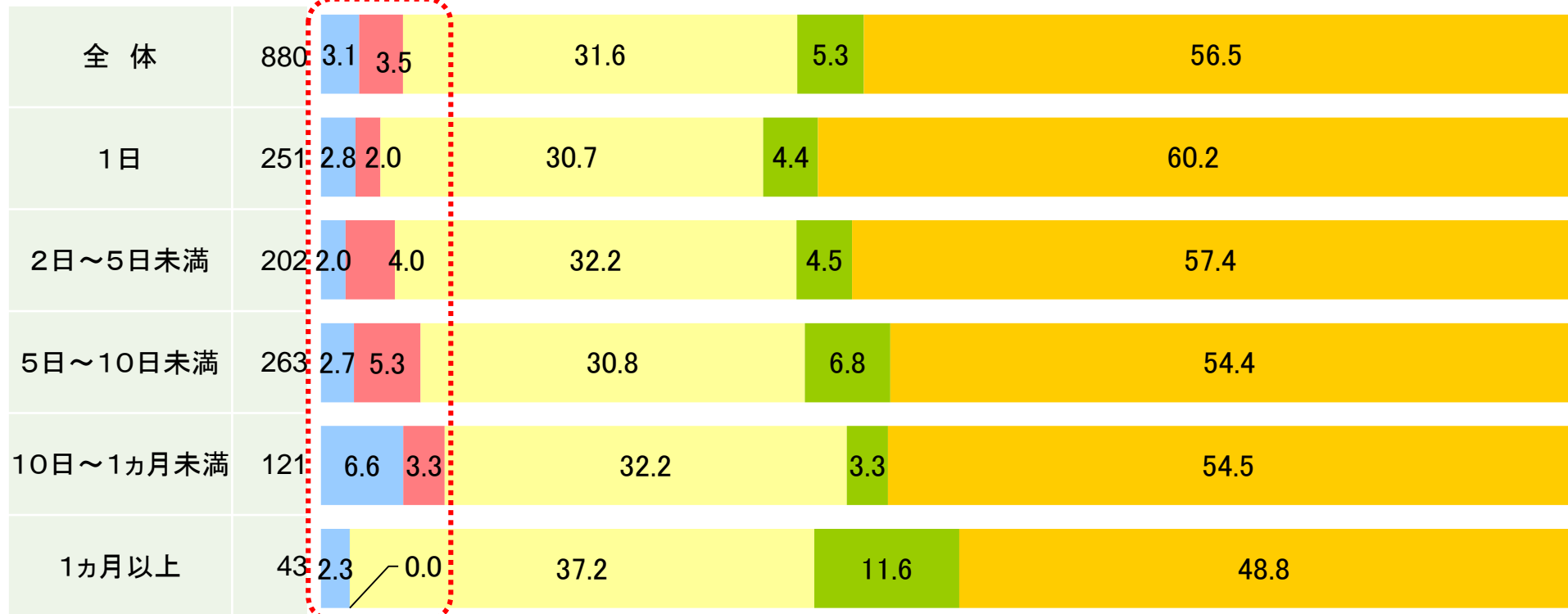
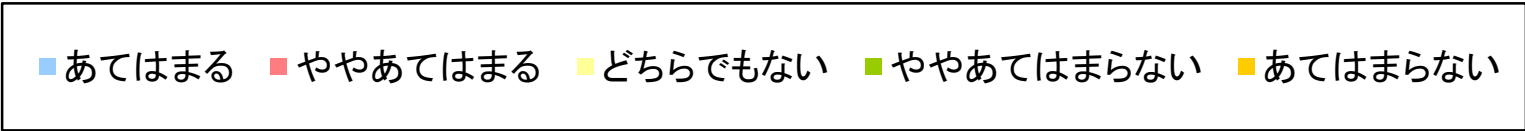
■自身がやりたいことや就きたい業界を絞りこむ上では、短期間の方が満足度が高い傾向にある。

■自身の強みや適性をする上では、期間が長くなるほど満足度が高い傾向にある。



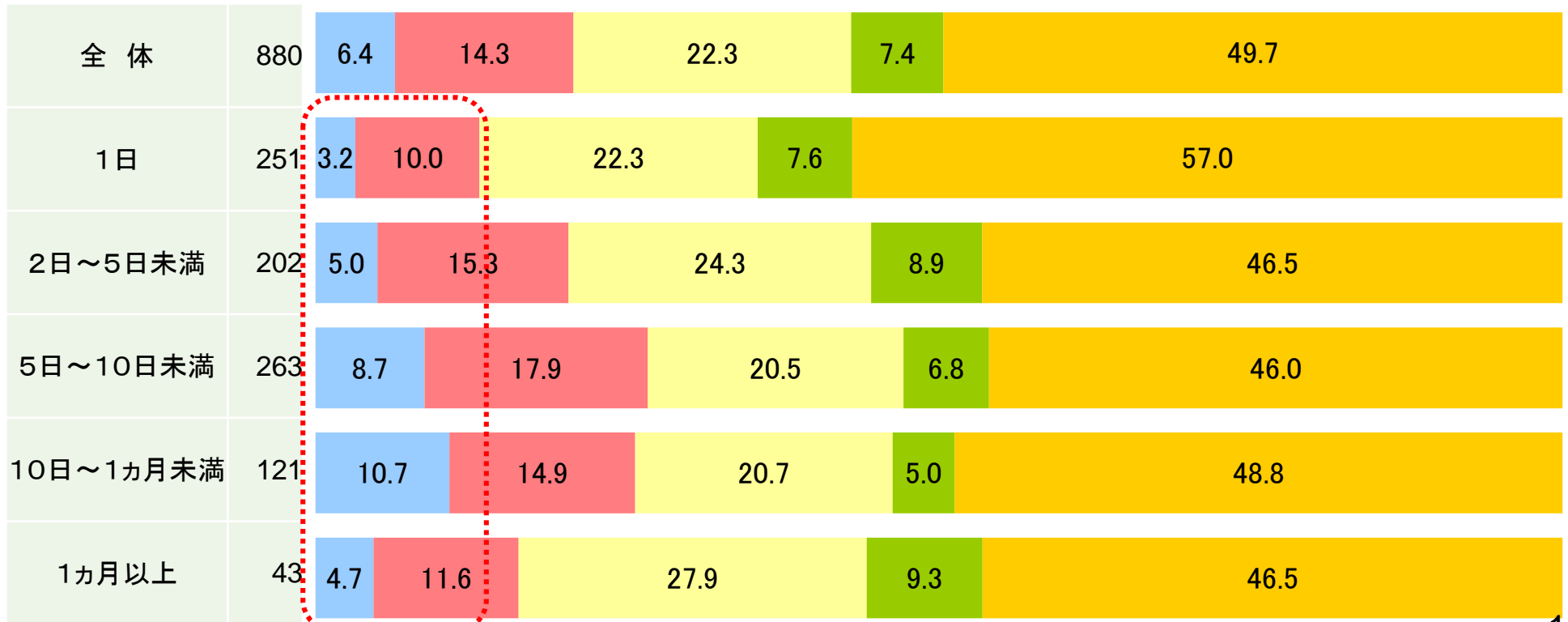
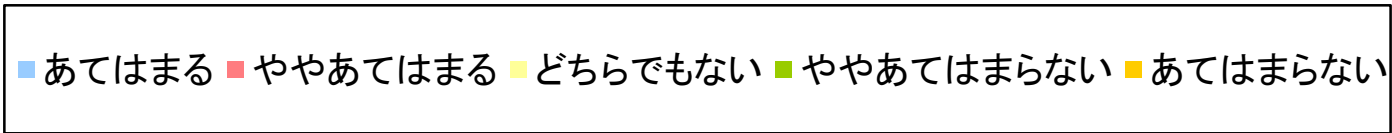
# 学修行動／授業出席日数の増加

■ インターンシップによる効果は薄いものの、その中でも、参加の期間が長くなるほど高い傾向はみられる。



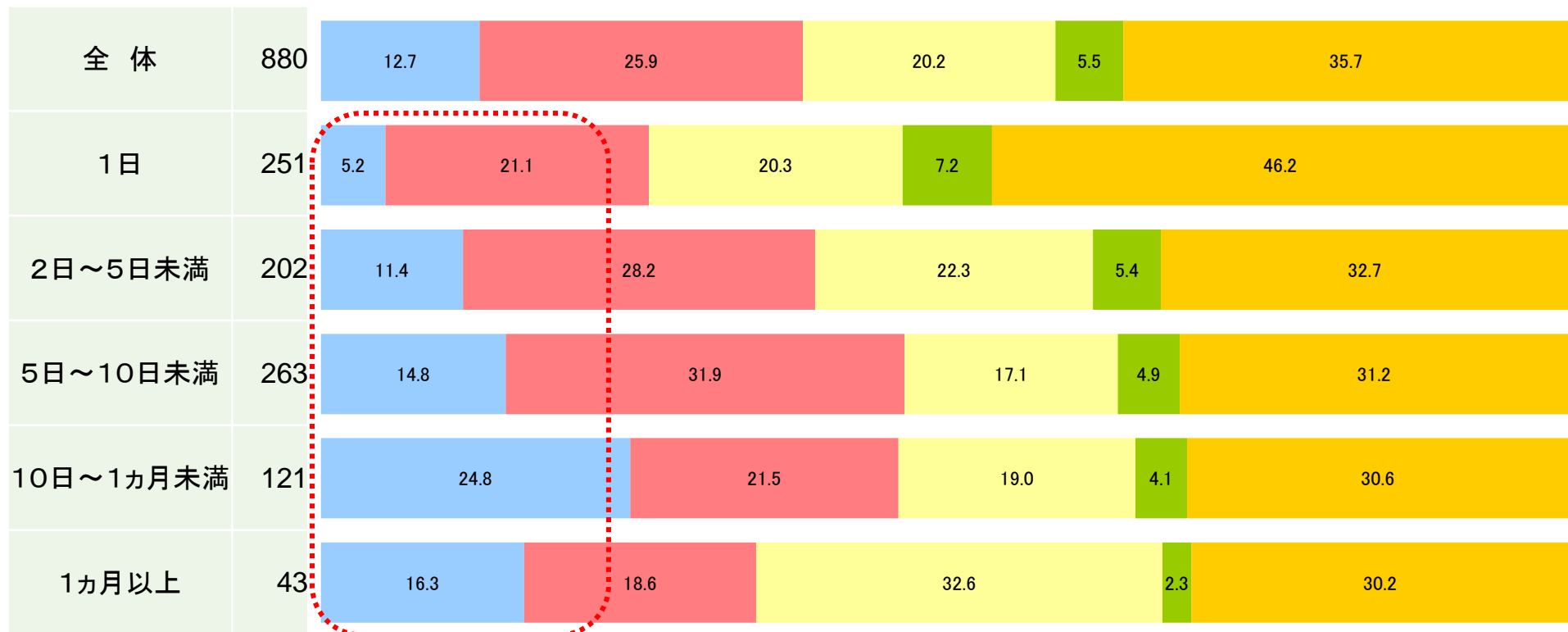
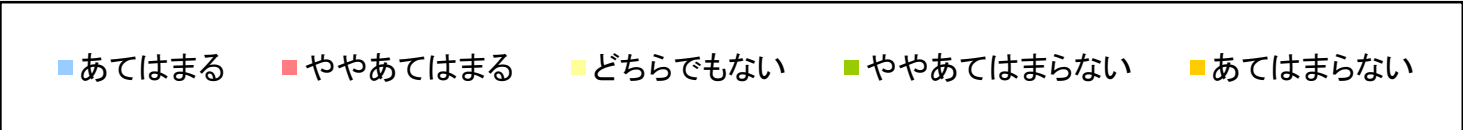
# 学修行動／履修科目の傾向変化

■ インターンシップの期間が長くなるほど高い傾向にある。



# 学修行動／学修時間の増加

■ インターシップの期間が長くなるほど高い傾向にある。

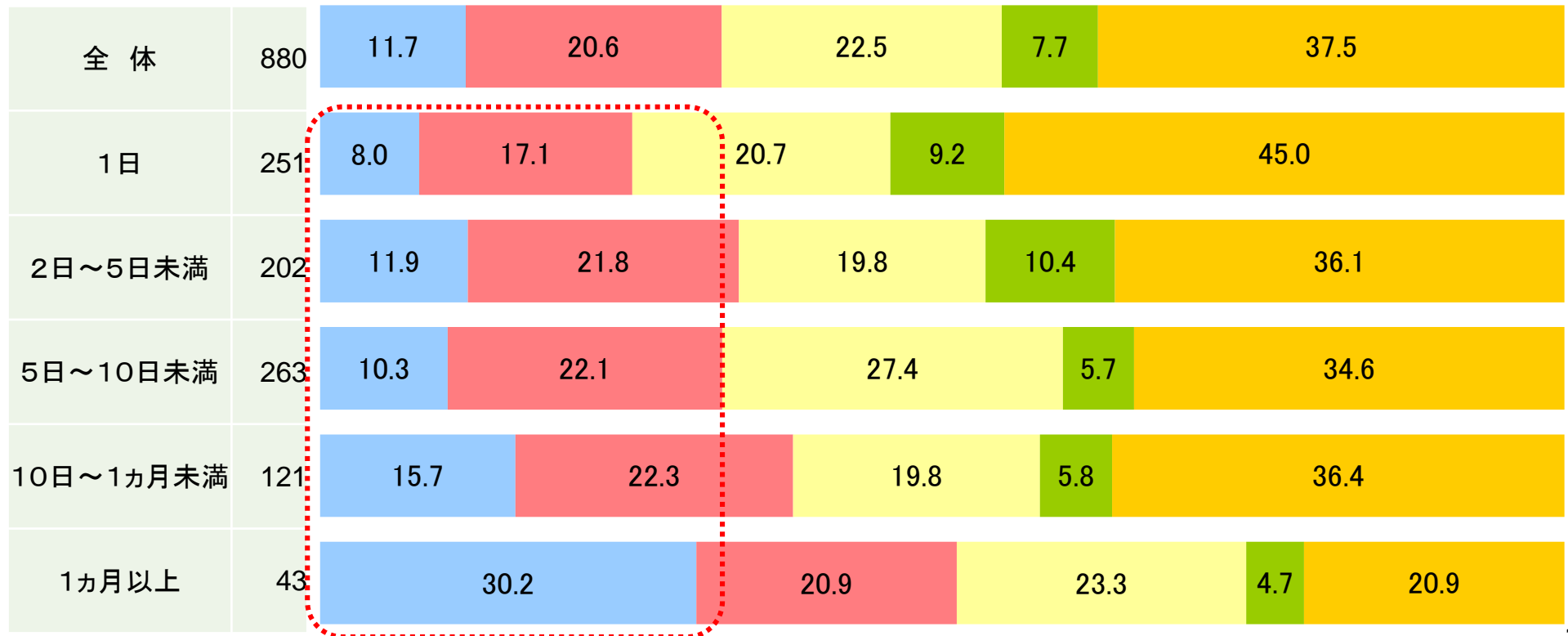


# 学修行動／学外での学修行動の増加

■ インターシップの期間が長くなるほど高い傾向にある。



■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらでもない ■ ややあてはまらない ■ あてはまらない



# 学修行動／社会の仕組みへの関心の増加

■ インターンシップの期間が長くなるほど高い傾向にある。

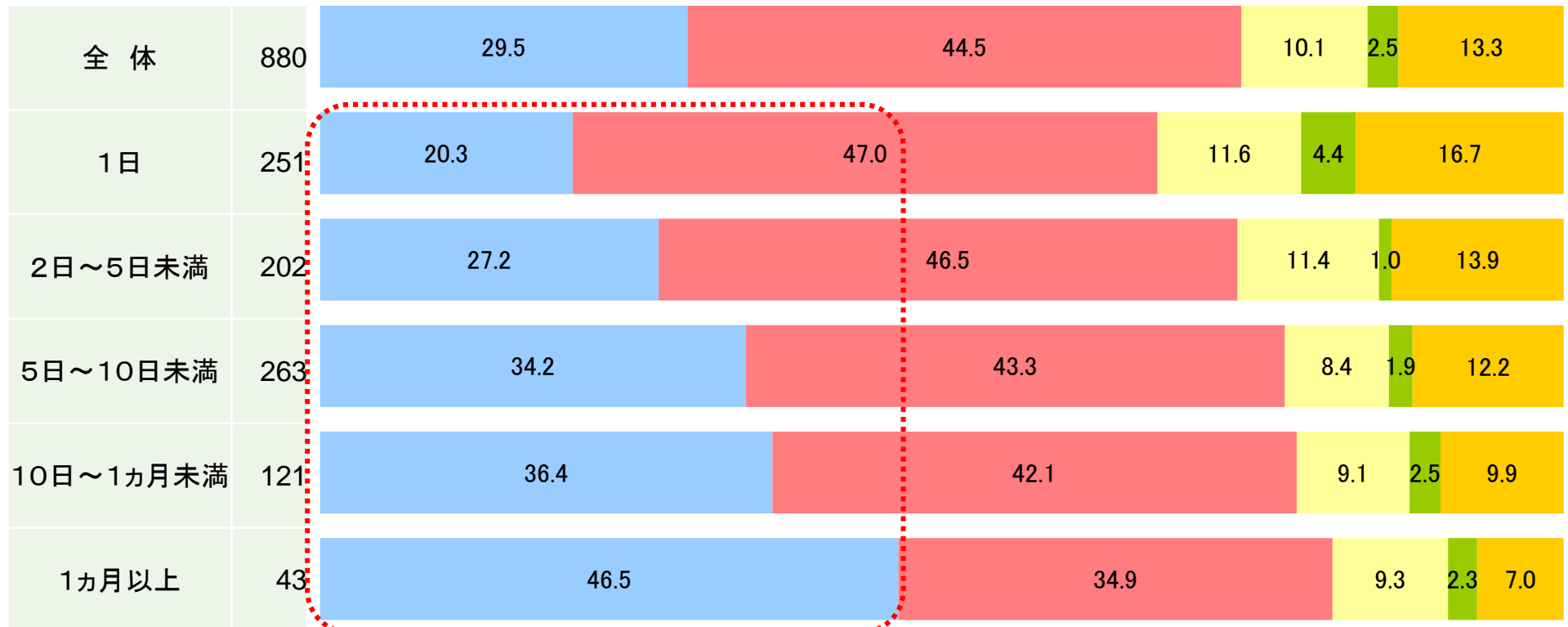
回答者属性の確認

インターンシップ経験

学習等への影響

インターンシップの望ましい形態

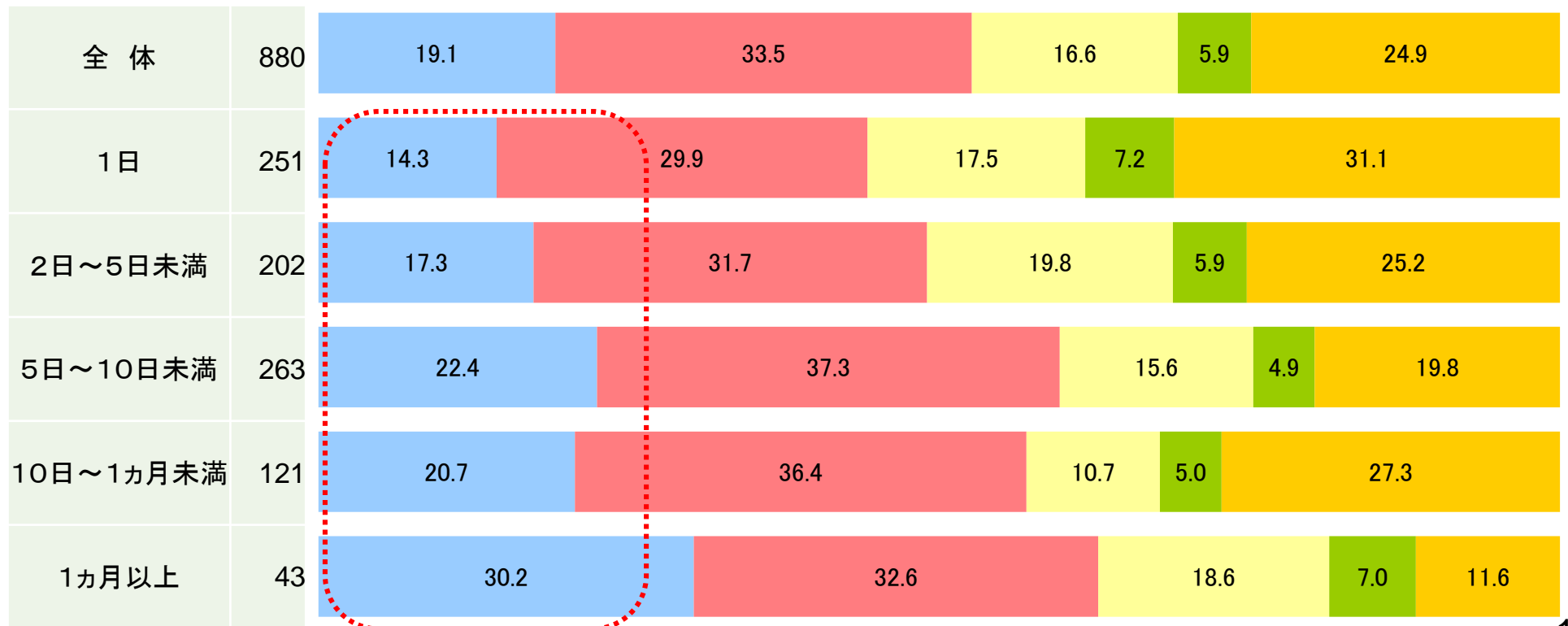
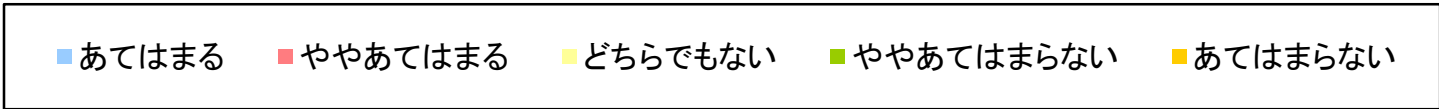
■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらでもない ■ ややあてはまらない ■ あてはまらない





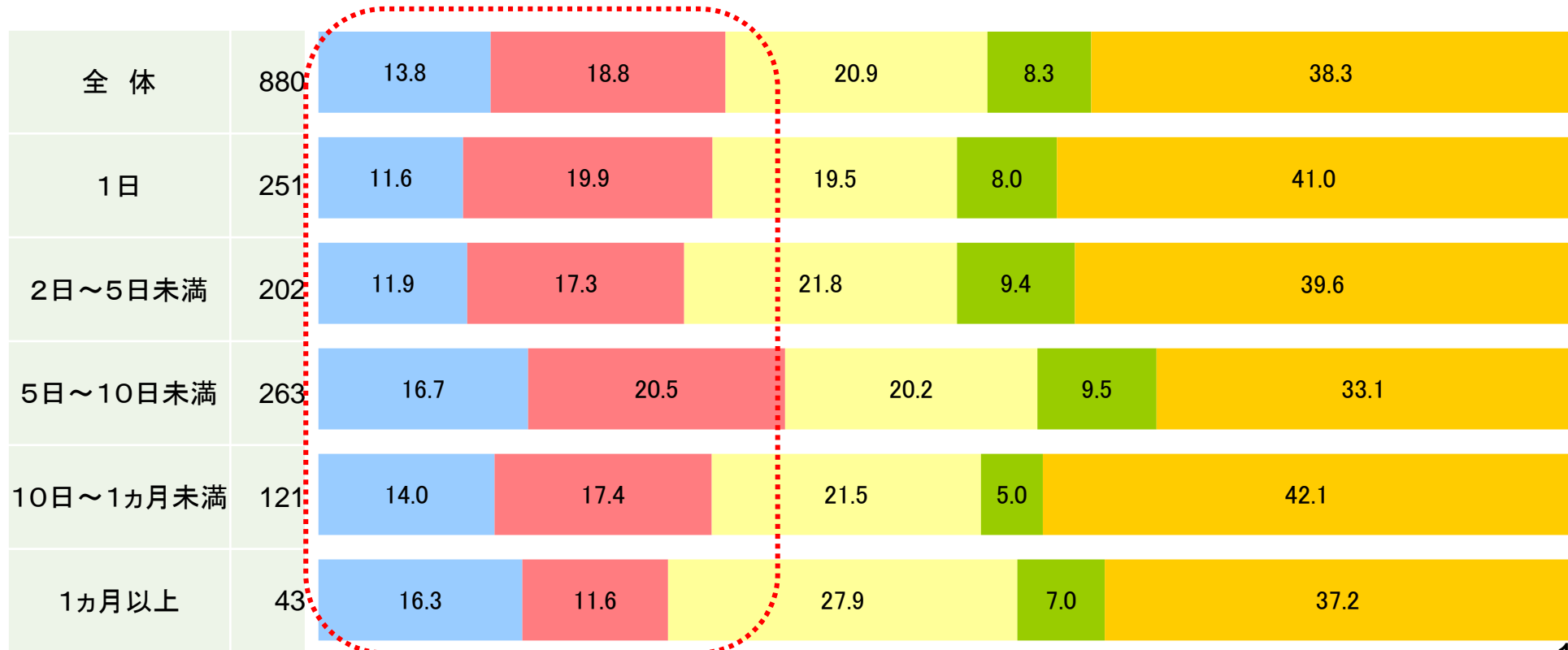
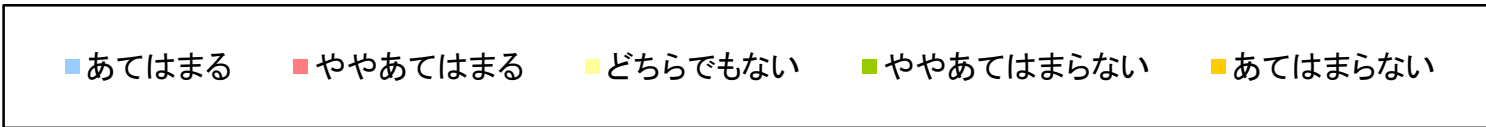
# 学修行動／時事問題への関心の増加

■ インターンシップの期間が長くなるほど高い傾向にある。



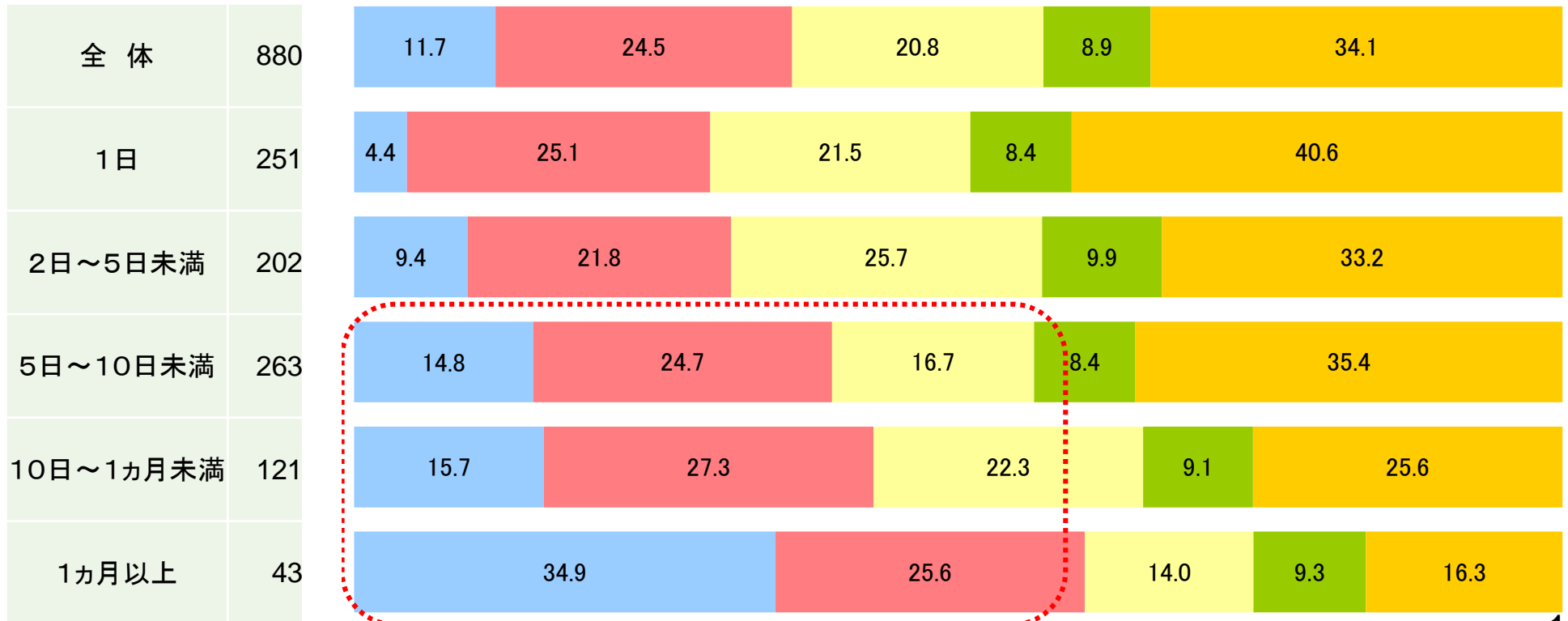
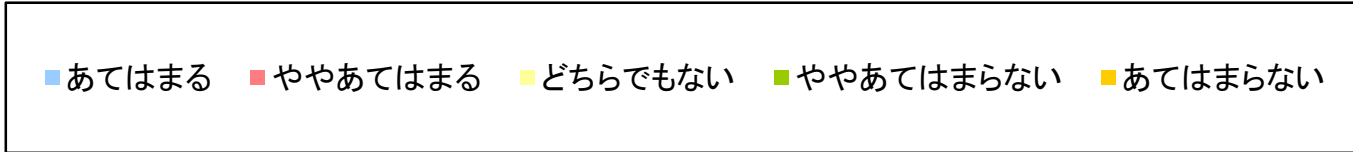
# 学修行動／資格試験取組の増加

■ インターンシップの期間による影響は少ない。



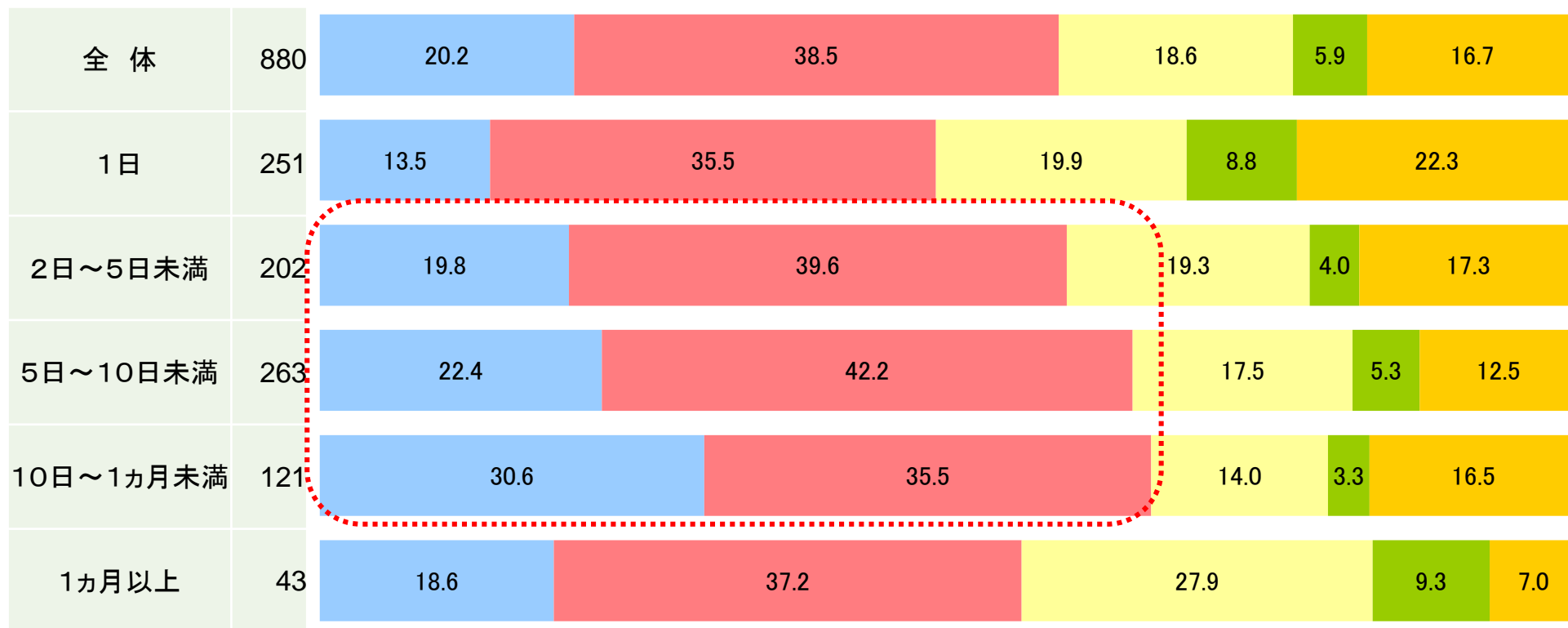
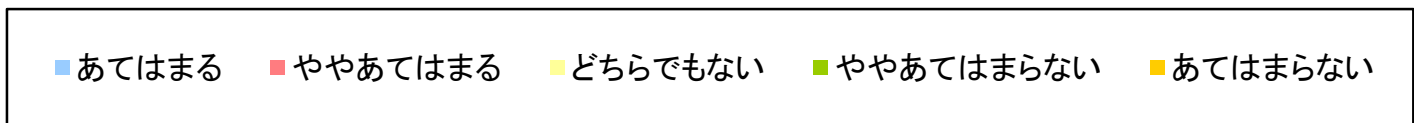
# 学修行動／社会人との交流の機会の増加

■ インターシップの期間が長くなるほど高い傾向にある。



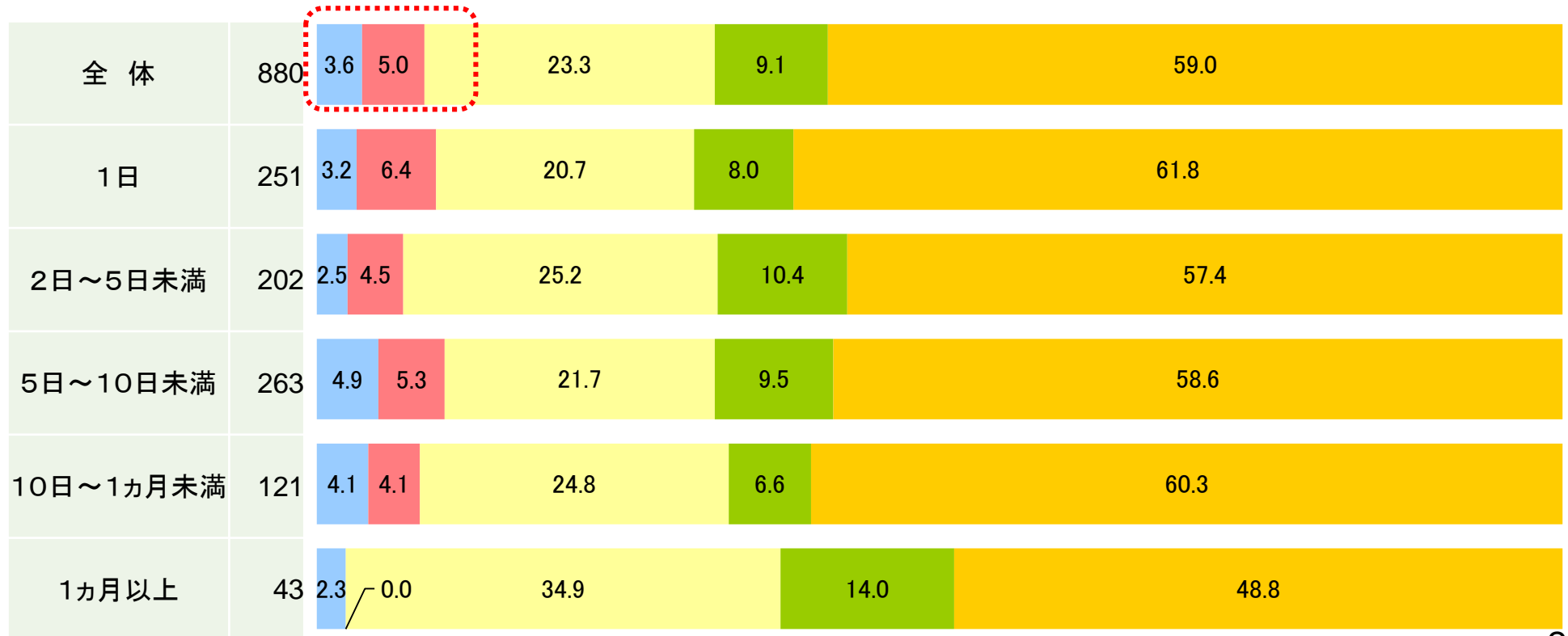
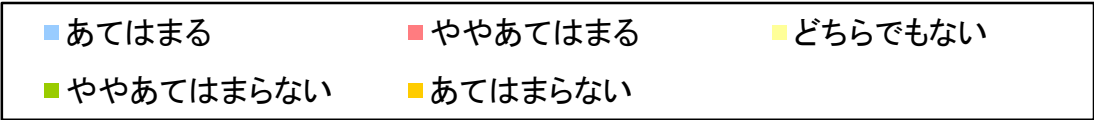
# 学修行動／キャリアの明確化

■ 基本的には、インターンシップの期間が長くなるほど高い傾向にある。



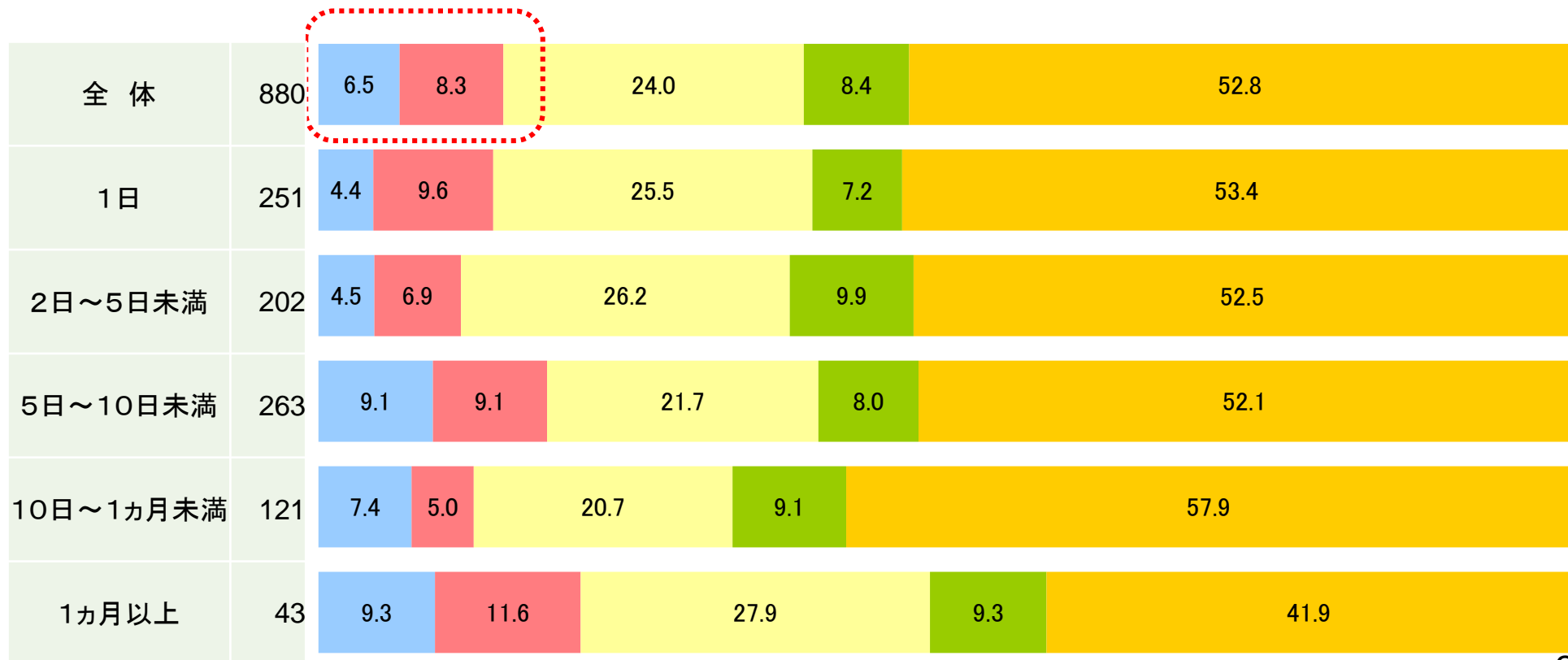
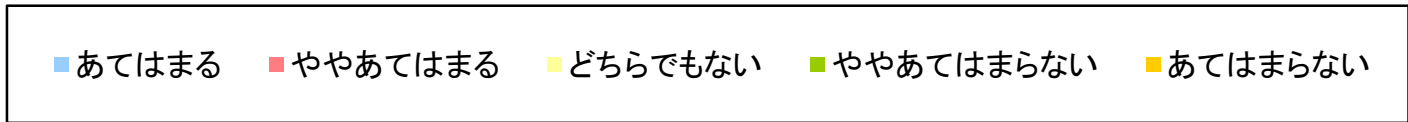
# 学修行動／部活動等への参加時間の増加

■ インターンシップによる影響はほとんど見られない。



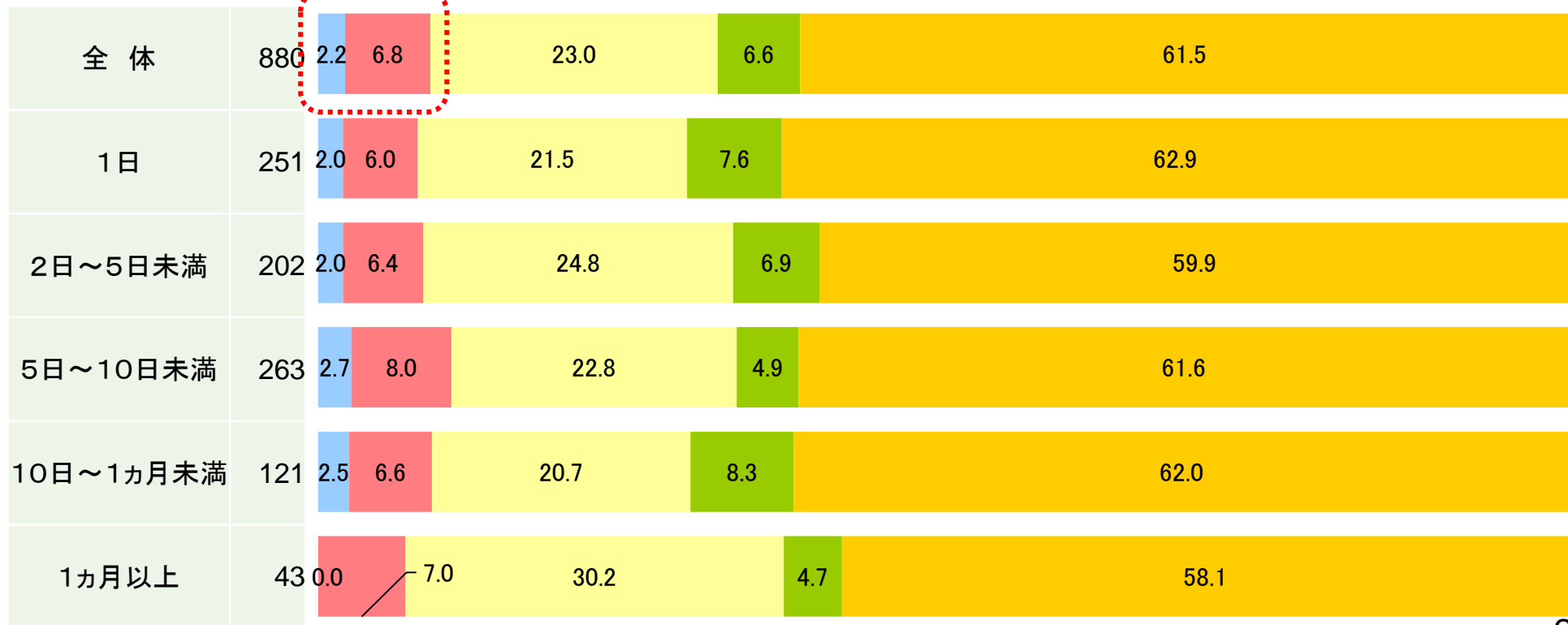
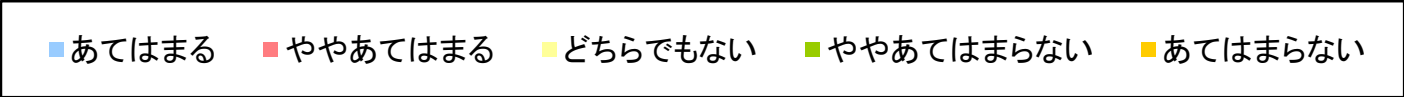
# 学修行動／アルバイトの参加時間の増加

■ インターンシップによる影響はほとんど見られない。



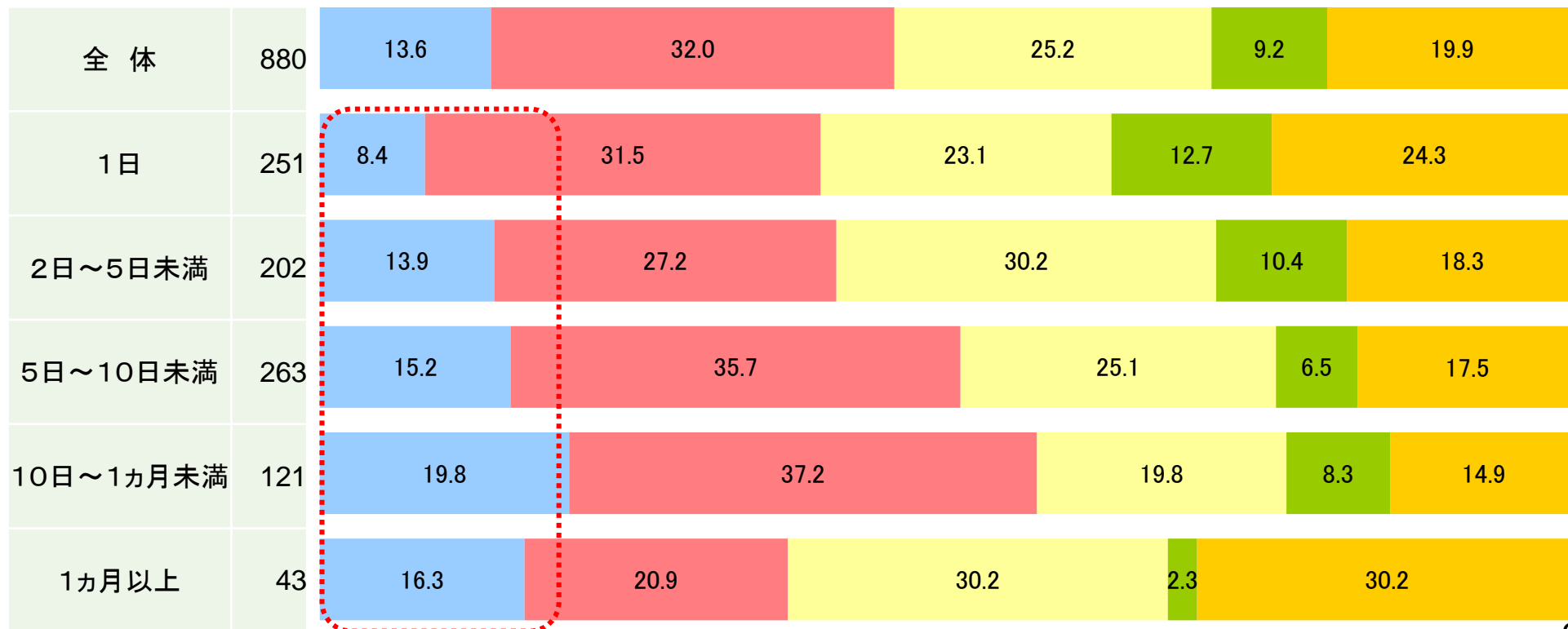
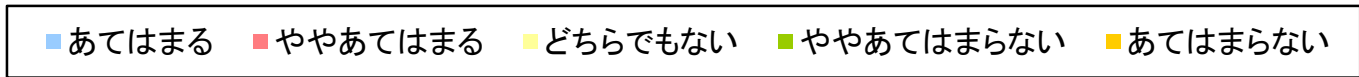
# 学修行動／ボランティアの参加時間の増加

■ インターシップの期間による影響は少ない。



# 学修行動／就職活動のイメージ向上

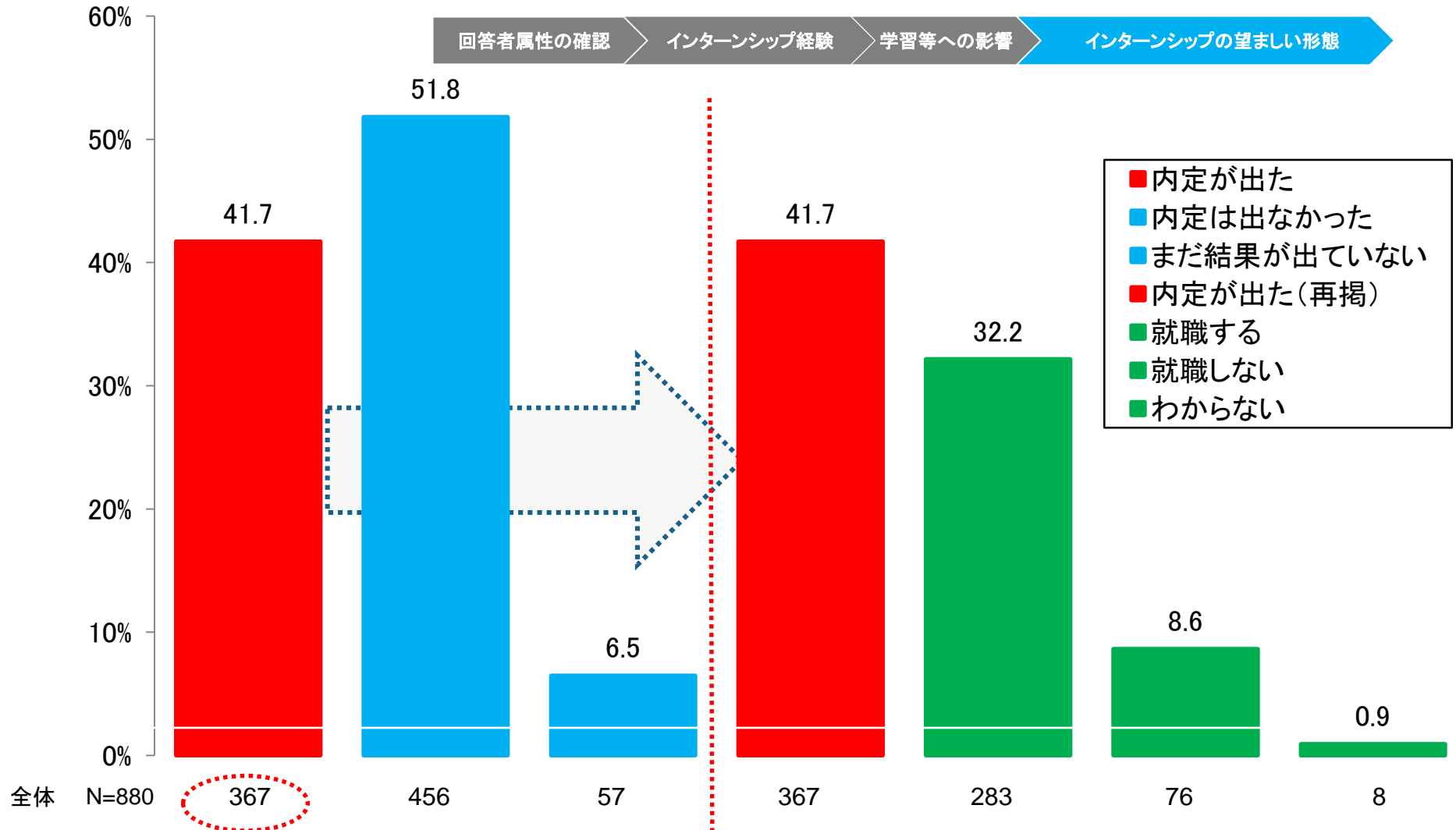
■ インターシップの期間が長くなるほど高い傾向にある。





# インターンシップ参加企業からの内定

- インターンシップ参加企業から内定をもらったケースは約42%。
- 上記のうち、当該企業へ就職するのは約77%。

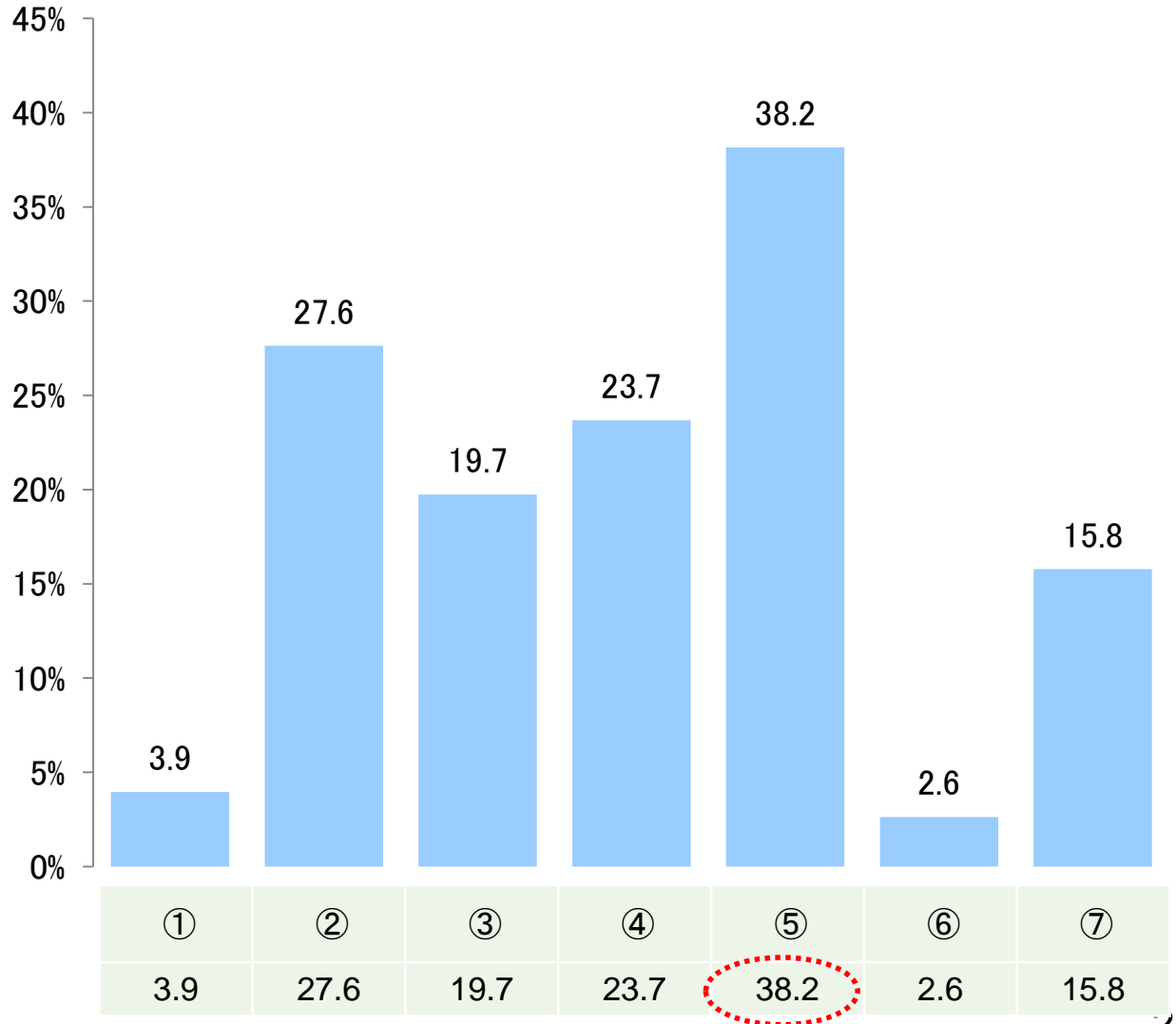


# インターシップの参加企業を就職先としなかった理由

■ インターンシップによる影響は少なく、就職活動を通して他業種に関心が移ったことが要因であると考えられる。

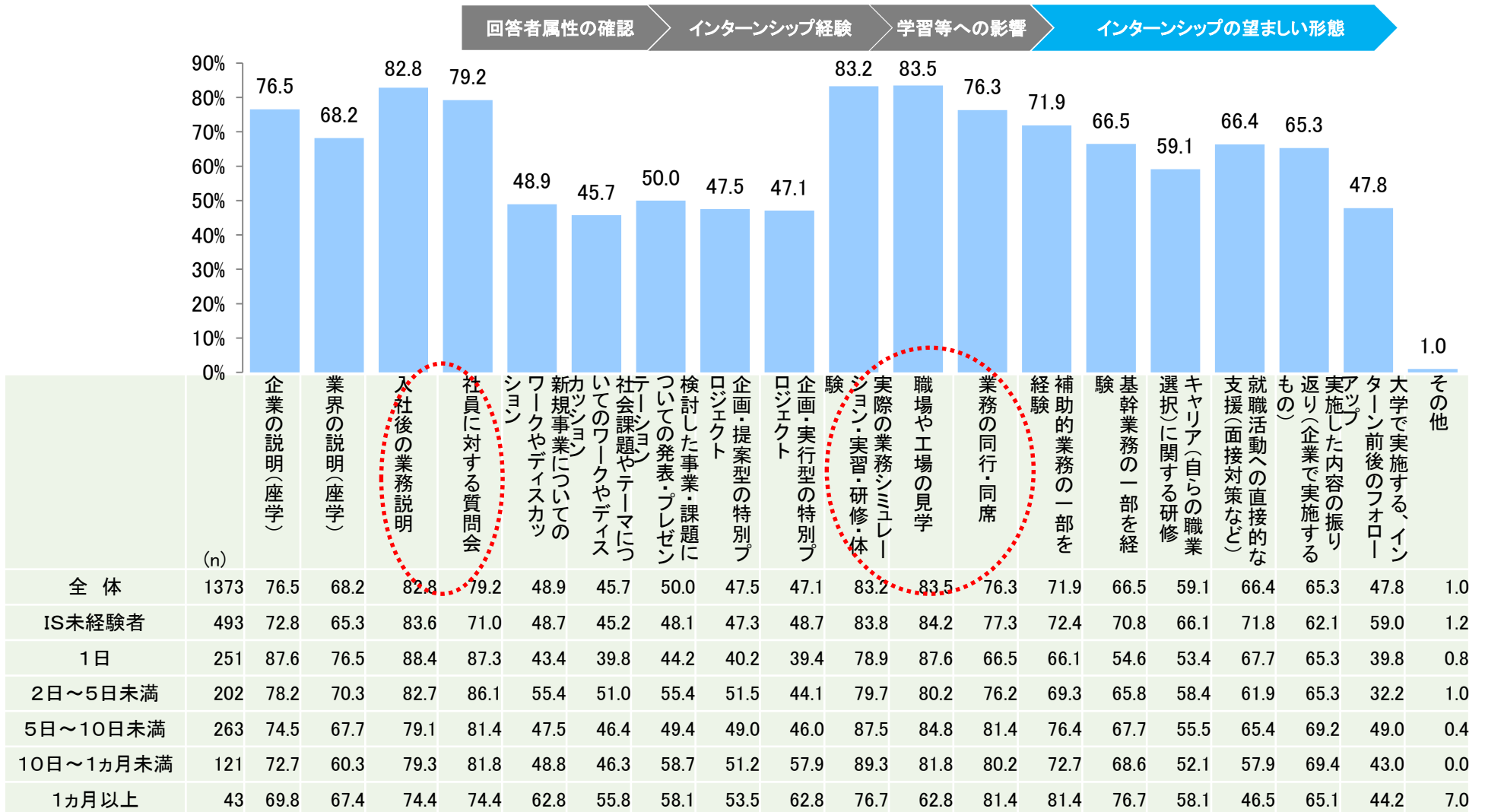


	(n)	① 業界・企業について詳しく把握できなかった	② 志望する業界・企業ではなかった	③ 会社の内容を把握し興味がなくなった	④ 事業の内容を把握し業界の関心が薄れた	⑤ 就職活動中に他業種に関心が移った	⑥ 希望した内定を得られなかった	⑦ その他
全体	76	3.9	27.6	19.7	23.7	38.2	2.6	15.8
1日	20	10.0	35.0	25.0	35.0	45.0	5.0	25.0
2日～5日未満	9	0.0	33.3	22.2	22.2	22.2	0.0	22.2
5日～10日未満	29	0.0	24.1	13.8	17.2	34.5	3.4	10.3
10日～1ヵ月未満	12	8.3	25.0	16.7	16.7	41.7	0.0	16.7
1ヵ月以上	6	0.0	16.7	33.3	33.3	50.0	0.0	0.0



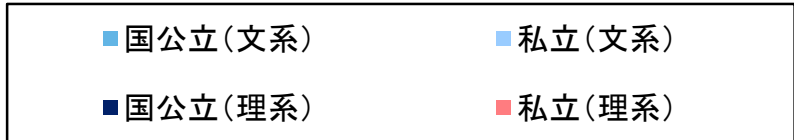
# インターンシップに求める内容

■ 具体的な業務に関わることのできる体験型のインターンシップを求める傾向にある。



# インターンシップの望ましい期間

- 学部段階においては2日～5日の1週間程度のインターンシップを望む傾向にあり、大学院段階で10日以上以上のインターンシップを望む傾向にある。



# 調査結果から得られるインターンシップの効果に関する示唆のポイント

- ① 今回の調査では、学部・大学院及び文理の別において最も長いインターンシップへの参加状況を尋ねたところ、理系の大学院生が最も長期のインターンシップに参加している割合が高かった。(p5)
- ② 学生の参加の目的は、職場の雰囲気や企業の事業内容の理解などを中心にして参加している者が多い(p7)
- ③ インターンシップの参加期間が長いほど、実際の業務に触れられる内容となっている。(p8)
- ④ 参加期間に関わらず、インターンシップに参加することで、業界の理解や絞り込みは進むが、自分の適性や強みを知る上では、長期間のインターンシップの方が影響を与える結果となった。(p9)
- ⑤ インターンシップの参加期間が長くなるほど、学修行動における効果が大きくなる傾向にあり(p11~13)、また、参加期間が長いほど、社会への関心等も高まる傾向にあった。(p14, 15)
- ⑥ 一方で、ボランティアやアルバイト等その他の活動へは、インターンシップによる影響は見られなかった。(p19~21)
- ⑦ インターンシップの期間は、就職活動へのイメージも大きく変更する傾向があった。(p22)