

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 調査報告

令和 2 年 3 月

経済産業省産業人材政策室

デロイト トーマツコンサルティング合同会社

①新入社員（新卒1～3年目）に対する アンケート調査結果

大学卒業1～3年目までの就業者を対象に、以下の要領で調査・分析を行った

学生・企業の接続においてインターンシップが与える効果 調査要領

調査目的

- インターンシップが学生のキャリア観醸成や離職防止にどの程度役立つかということや、学習への影響等を明らかにするものである
- 上記検証のため、特にキャリアに関するリアリティショック等があると考えられる大学卒業1～3年目の社員に対してアンケート調査を行った

調査手法

- (株)クロス・マーケティング社に委託の上、ウェブでのアンケート調査

調査期間

- 期間:2020年1月17日～1月24日

有効回答内訳

- 有効回答数:1,231(人)
- 本調査条件:大学・大学院卒後、新卒1、2、3年目の会社員・公務員・団体職員(派遣・契約社員、パート・アルバイトを除く)

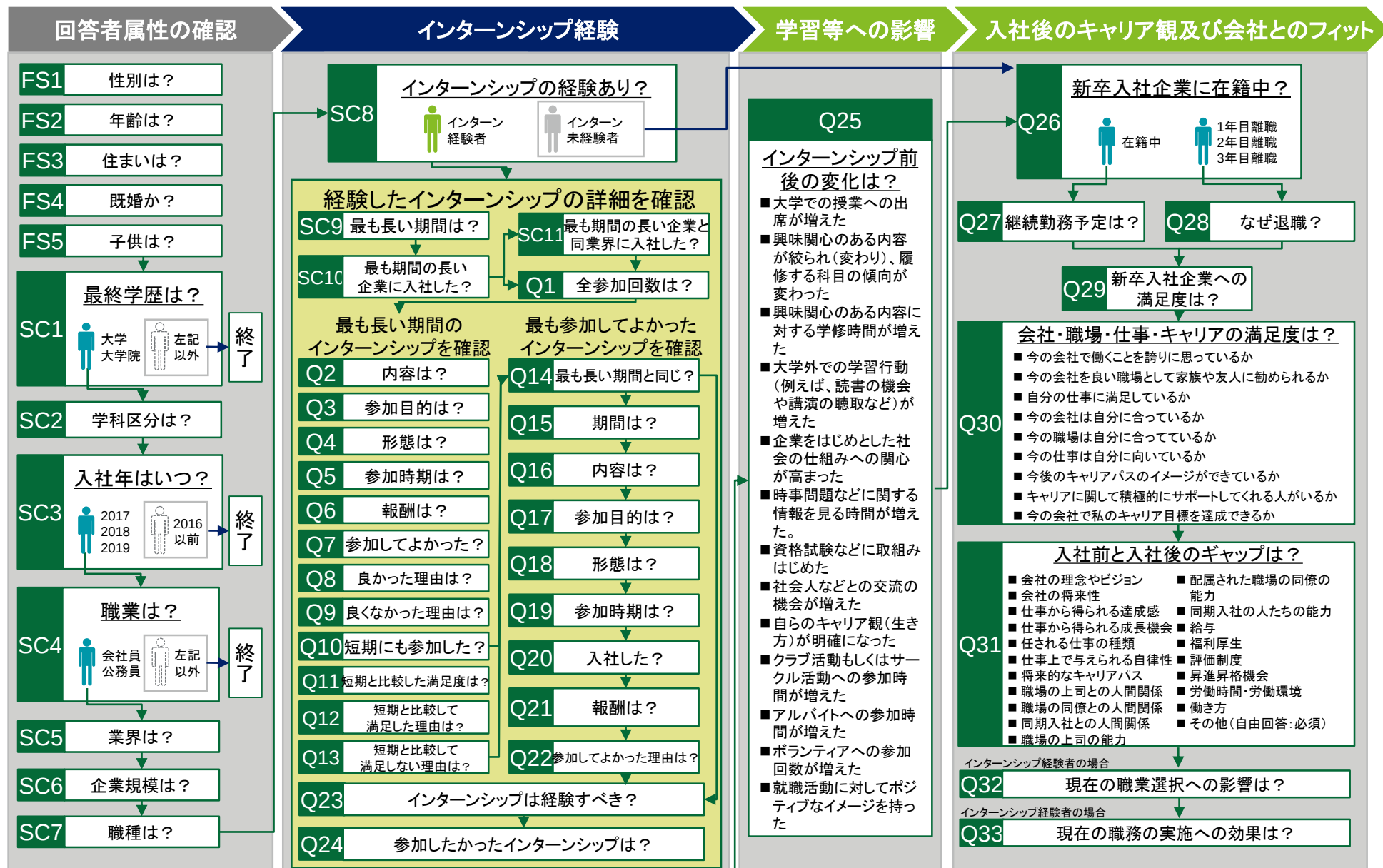
大学卒	1,058
大学院卒	173
総計	1,231

2017年卒	497
2018年卒	367
2019年卒	367
総計	1,231

会社員	1,060
公務員・団体社員	171
総計	1,231

最も長く経験した インターンシップ期間	未経験	300
	1日	175
	2日～5日未満	225
	5日～10日未満	241
	10日～1ヵ月未満	159
	1ヵ月以上	131
	総計	1,231

調査項目



調査結果

最も長く経験したインターシップの期間とインターンシップ参加者の居住地の関係

- インターンシップの経験者は人口の多い県に居住している割合が高い。特に1ヵ月以上のインターンシップ経験がある者は東京圏に集中している

回答者属性の確認

インターンシップ経験

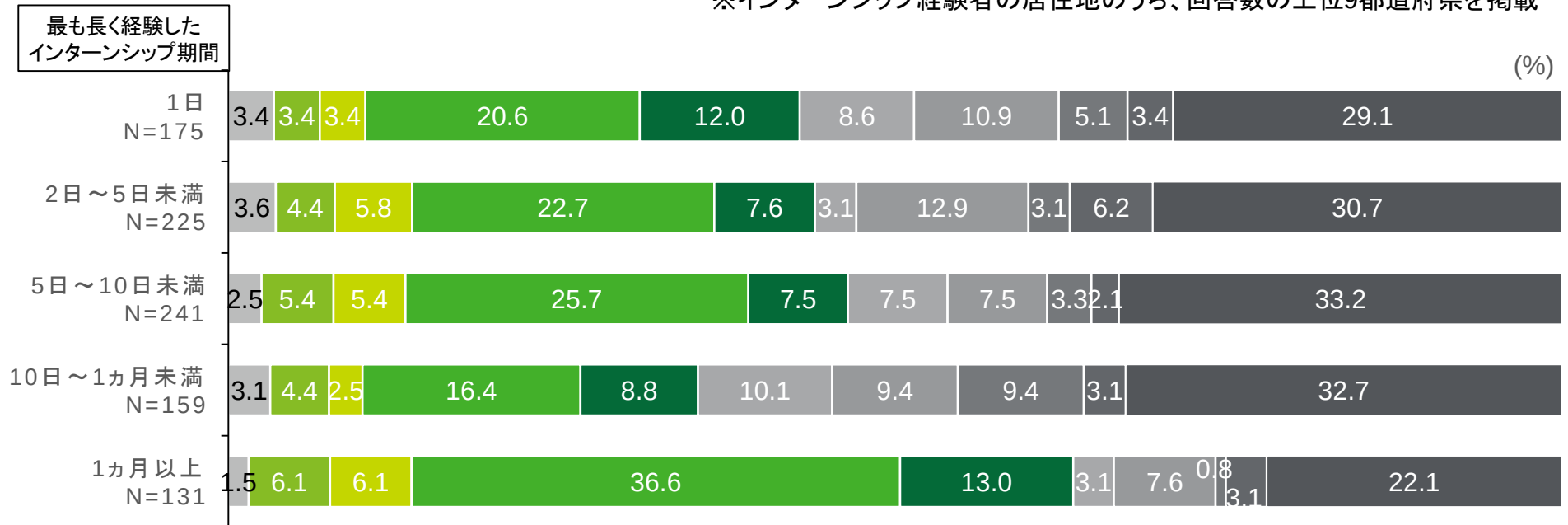
学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

居住地【FS3】

■ 北海道 ■ 埼玉県 ■ 千葉県 ■ 東京都 ■ 神奈川県 ■ 愛知県 ■ 大阪府 ■ 兵庫県 ■ 福岡県 ■ その他

※インターンシップ経験者の居住地のうち、回答数の上位9都道府県を掲載



最も長く経験したインターンシップの期間と学科区分(文系・理系)の関係

- インターンシップの経験者に文系・理系で大きな偏りはないが、期間の長いインターンシップの経験者ほど理系の割合が高くなる

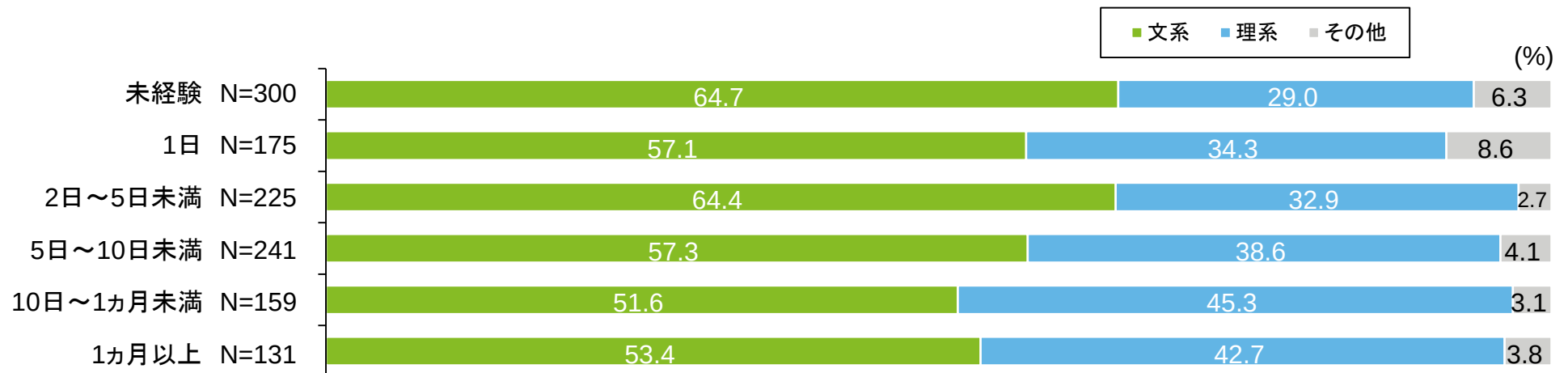
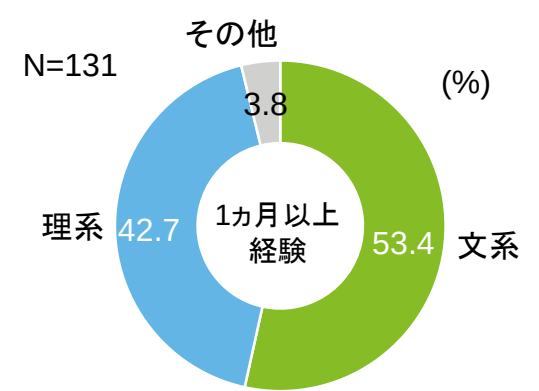
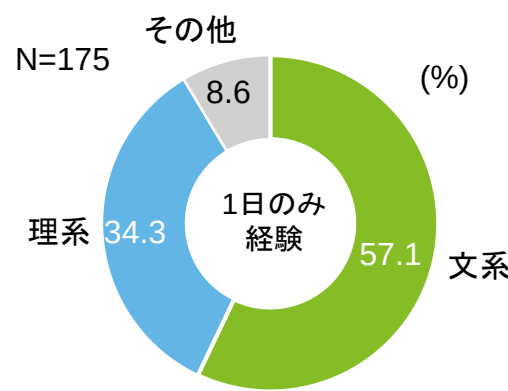
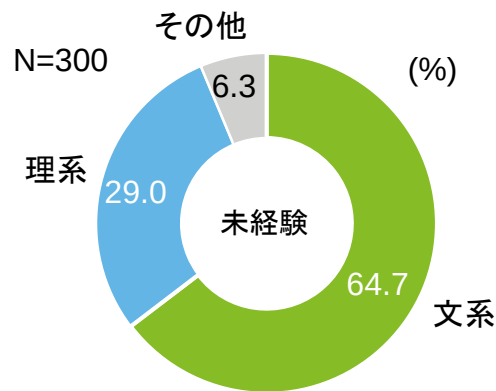
学科区分(文系・理系)【SC2】

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



最も長く経験したインターンシップの期間と現在勤務している業界の関係

- ・ インターンシップ未経験者は公務員の割合が高い。期間の長いインターンシップの経験者ほど、「建設・不動産」、「IT・メディア・広告」「自動車・機械」、「電気・精密」業界での勤務割合が高い

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

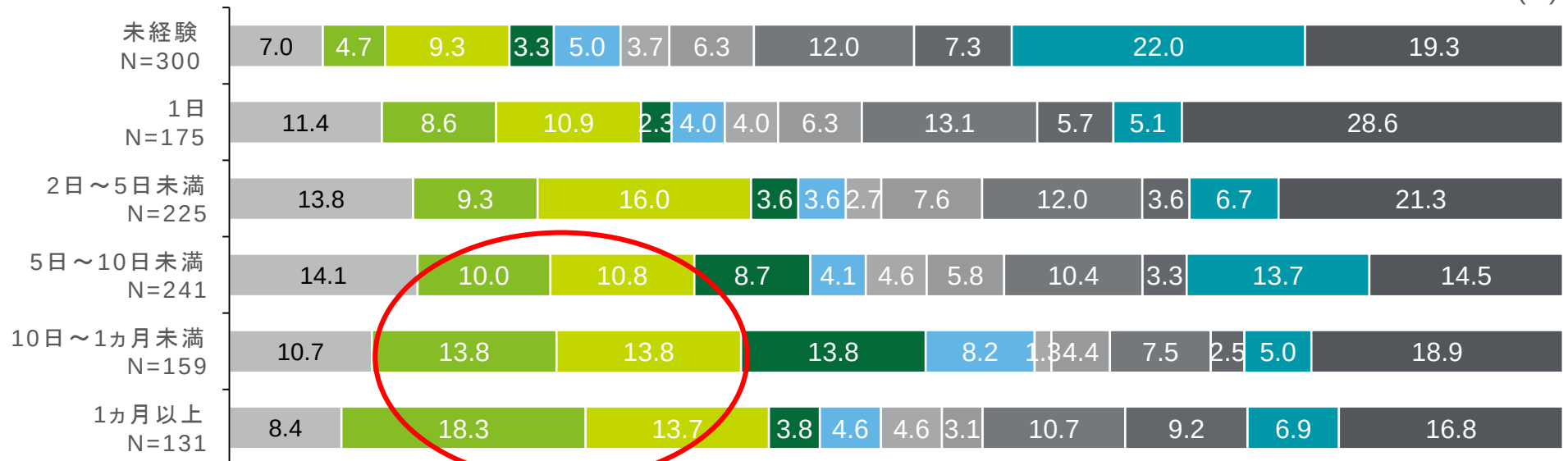
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

勤務している業界【SC5】

■金融 ■建設・不動産 ■IT・メディア・広告 ■自動車・機械 ■電機・精密 ■食品 ■小売・卸 ■サービス ■専門サービス(弁護士・監査・コンサルティング等) ■公務員 ■その他

※勤務業界のうち、回答数の上位10業界を掲載

(%)



最も長く経験したインターンシップの期間と現在従事している職種の関係

- 経験したインターンシップの期間に関わらず「営業」、「事務・管理」の割合が高い。インターンシップ未経験者は「教育・保育・公務員」が多く、「エンジニア」、「ITエンジニア」は期間の長いインターンシップ経験者の割合が高い

回答者属性の確認

インターンシップ経験

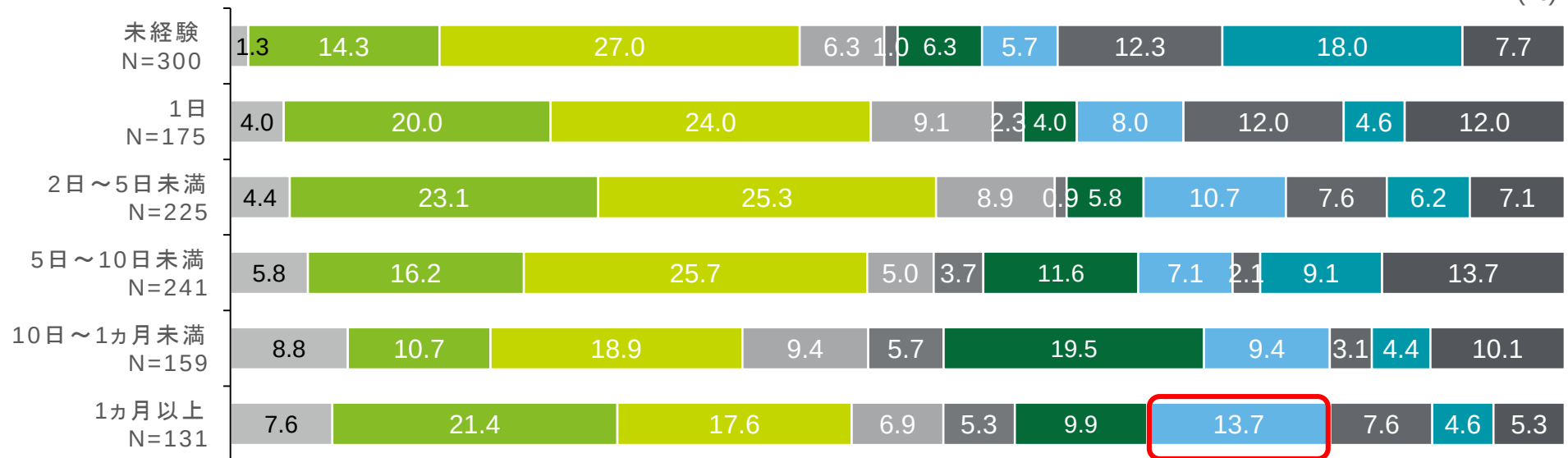
学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

従事している職種【SC7】

- 経営・企画・マーケティング
- サービス(小売・流通・外食)
- ITエンジニア(システム開発・SE・インフラ)
- その他
- 営業
- 専門職(コンサルタント、士業・金融・不動産)
- 医療・福祉・介護
- 事務・管理
- エンジニア(機械・電気電子・半導体・制御)
- 教育・保育・公務員

※従事する職種のうち、上位10職種の割合を掲載
(%)



最も長く経験したインターンシップの期間と現在勤務している企業規模の関係

- 期間の長いインターンシップの経験者は5,000人以上の企業で勤務している割合が高い。一方、1ヵ月以上のインターンシップ経験者は99人以下の企業で勤務している者も多い

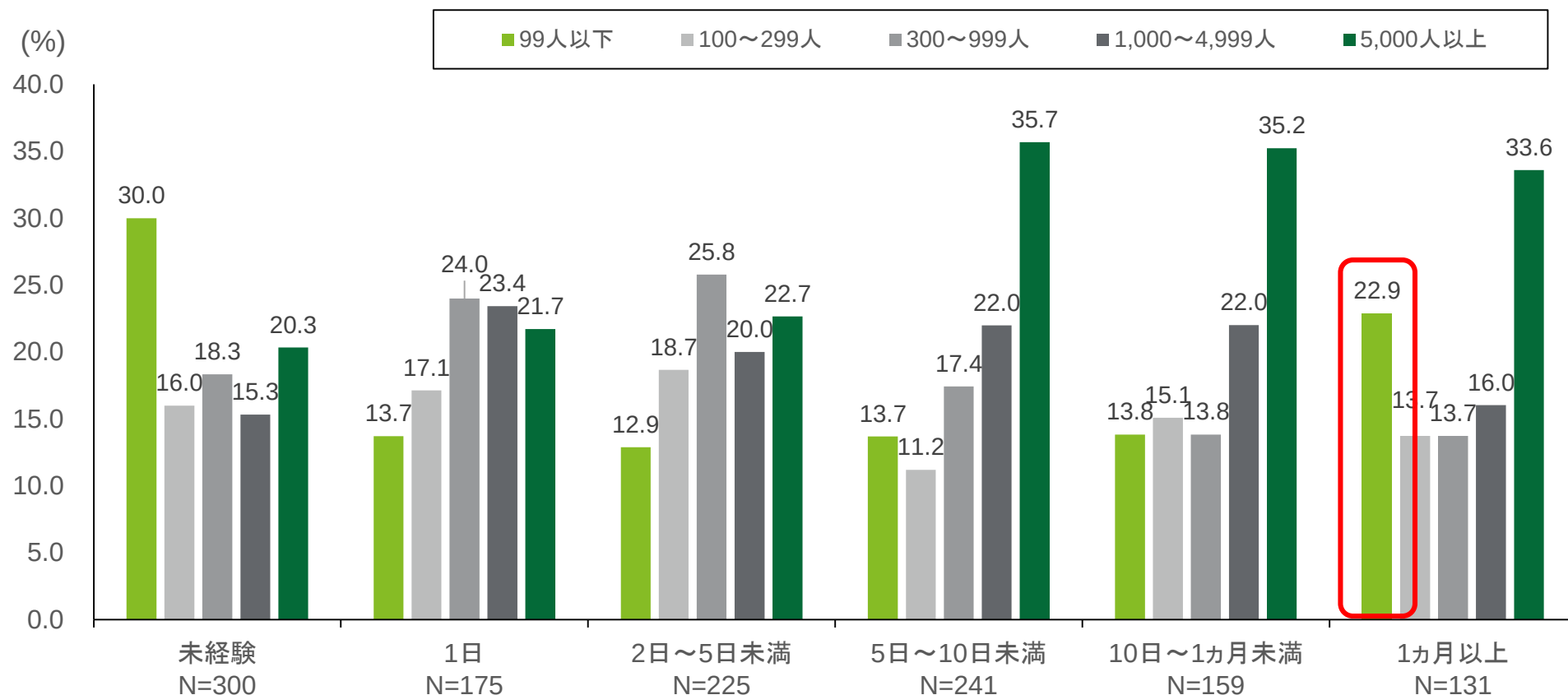
回答者属性の確認

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

勤務する企業の従業員数【SC6】



インターンシップ経験者における最も長く経験したインターンシップの実施企業・同業界への入社割合

- 期間の長いインターンシップの経験者ほど、最も長い期間のインターンシップ実施企業に入社する割合が高い。一方、最も長く経験したインターンシップの期間と実施企業と同業界への入社の相関は見られなかった

回答者属性の確認

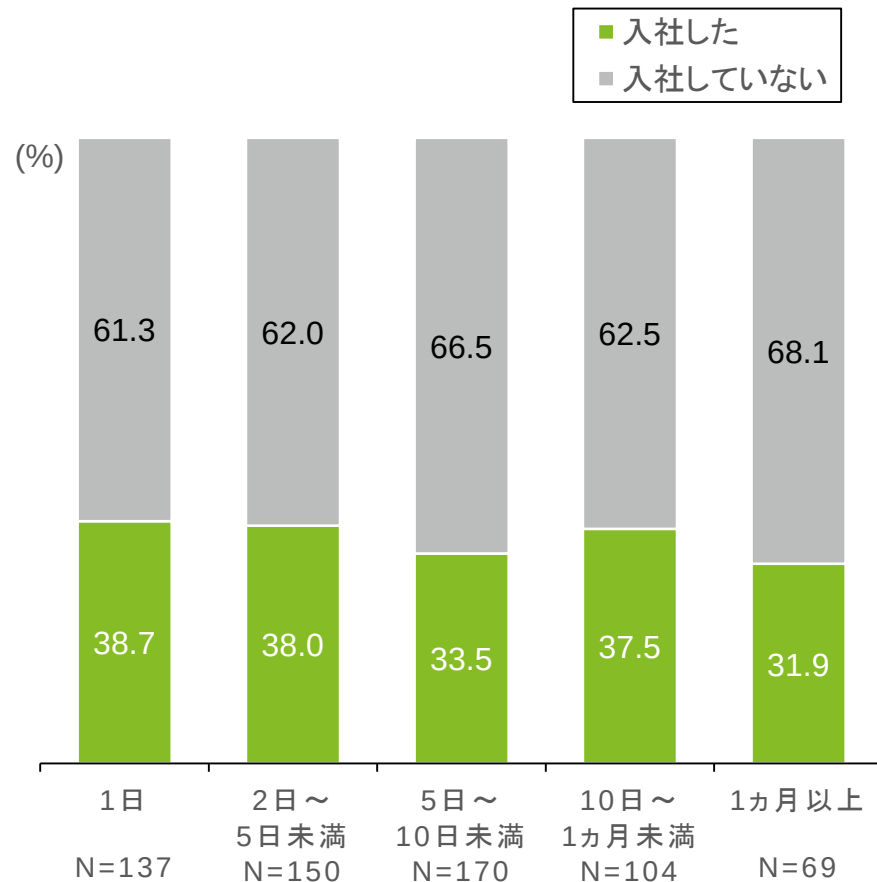
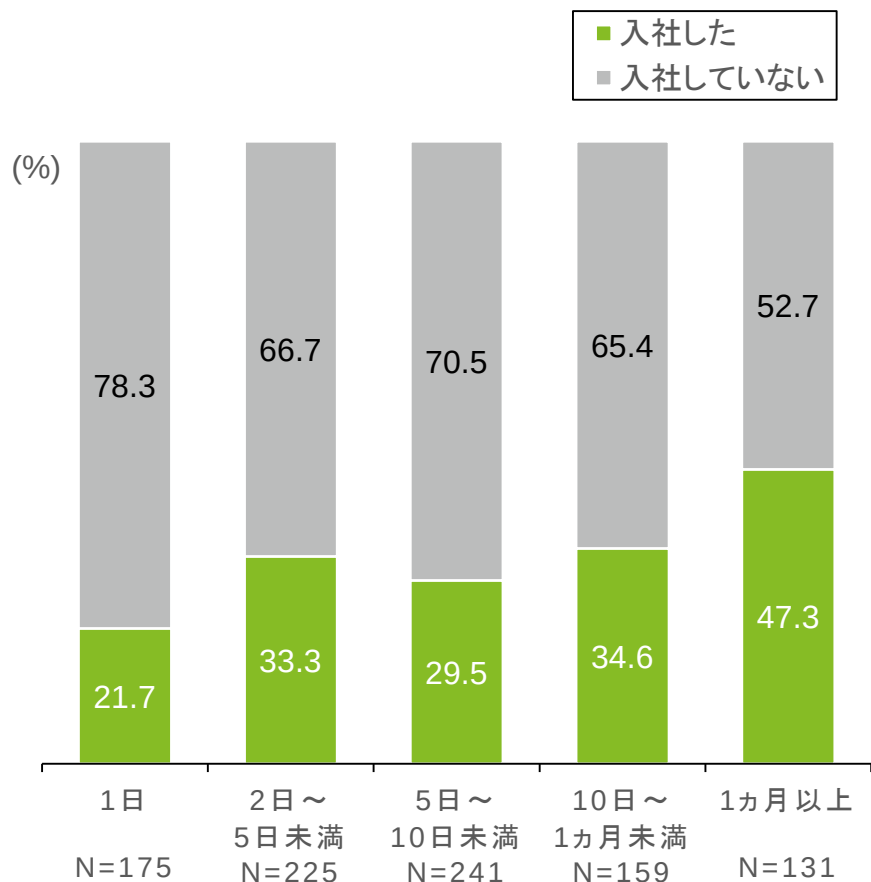
インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

期間が最も長いインターンシップの実施企業に入社したか【SC10】

期間が最も長いインターンシップの実施企業と同じ業界に入社したか【SC11】



インターンシップ経験者の通算参加回数と最も長く経験したインターンシップ期間の関係

- 1ヵ月以上のインターンシップの経験者の通算参加回数は、1回のみ又は10回以上であることが多い

回答者属性の確認

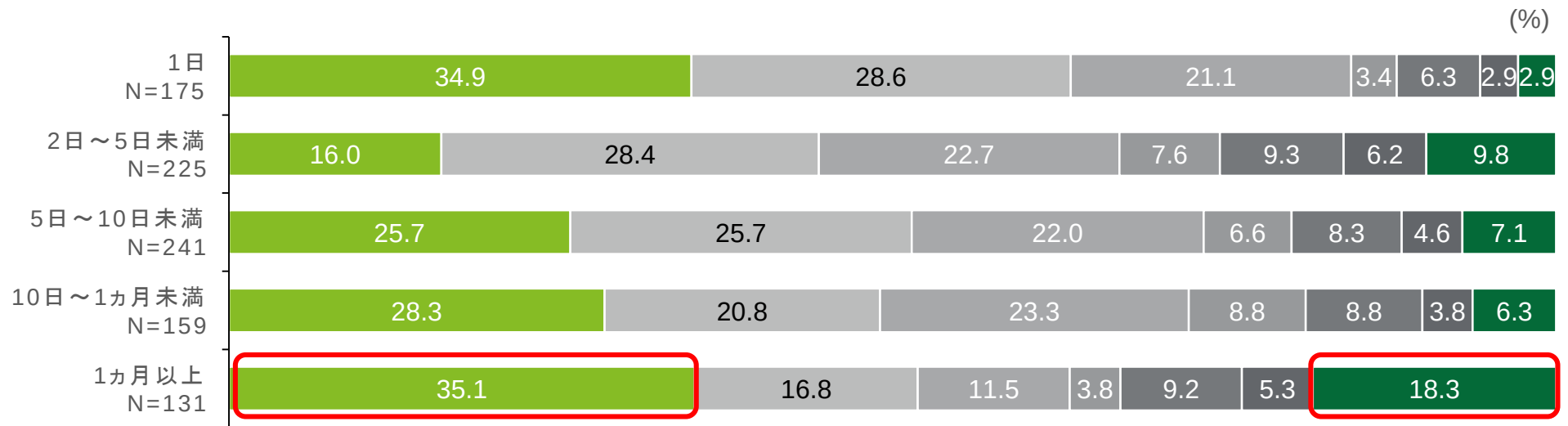
インターンシップ経験

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

インターンシップの通算参加回数【Q1】

■ 1回 ■ 2回 ■ 3回 ■ 4回 ■ 5回 ■ 6回～9回 ■ 10回以上



インターンシップの期間と中心内容の関係

- 1日のインターンシップは「座学」や「見学」が中心で、5日以上1ヵ月未満のインターンシップは、「業務シミュレーション・実習・研修・体験」が多い。1ヵ月以上のインターンシップは「基幹業務の一部経験」が多い

インターンシップの中心内容【Q2】

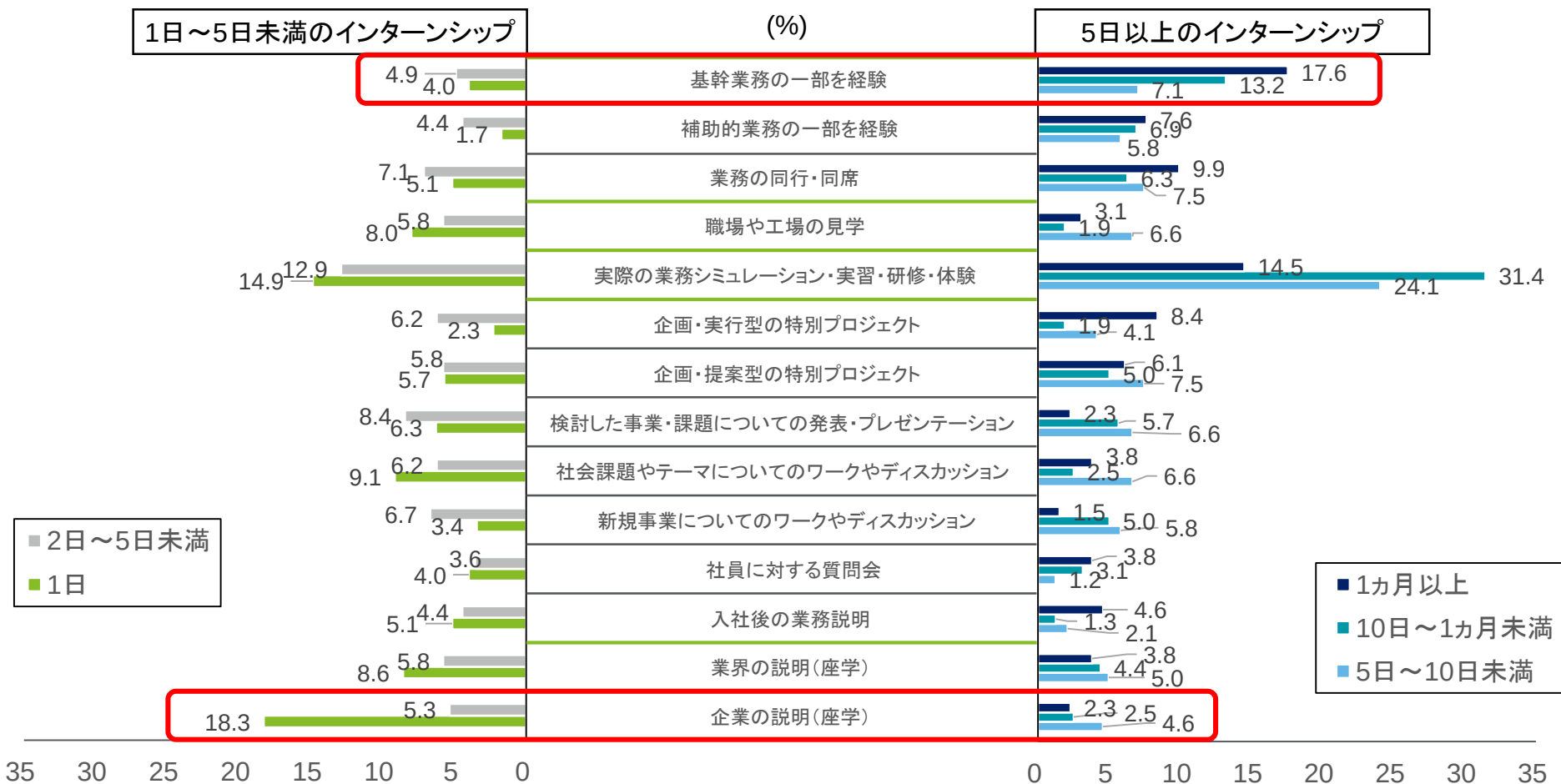
回答者属性の確認

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

N=931



インターンシップの期間と参加目的の関係

- 最も多いインターンシップの参加目的は「仕事の理解」である。また、1ヵ月以上の経験者は人脈構築や能力開発等を目的とする傾向がある。なお、就職活動を目的とした参加も期間共通で一定数存在する

最も長く経験したインターンシップの参加目的【Q3】

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

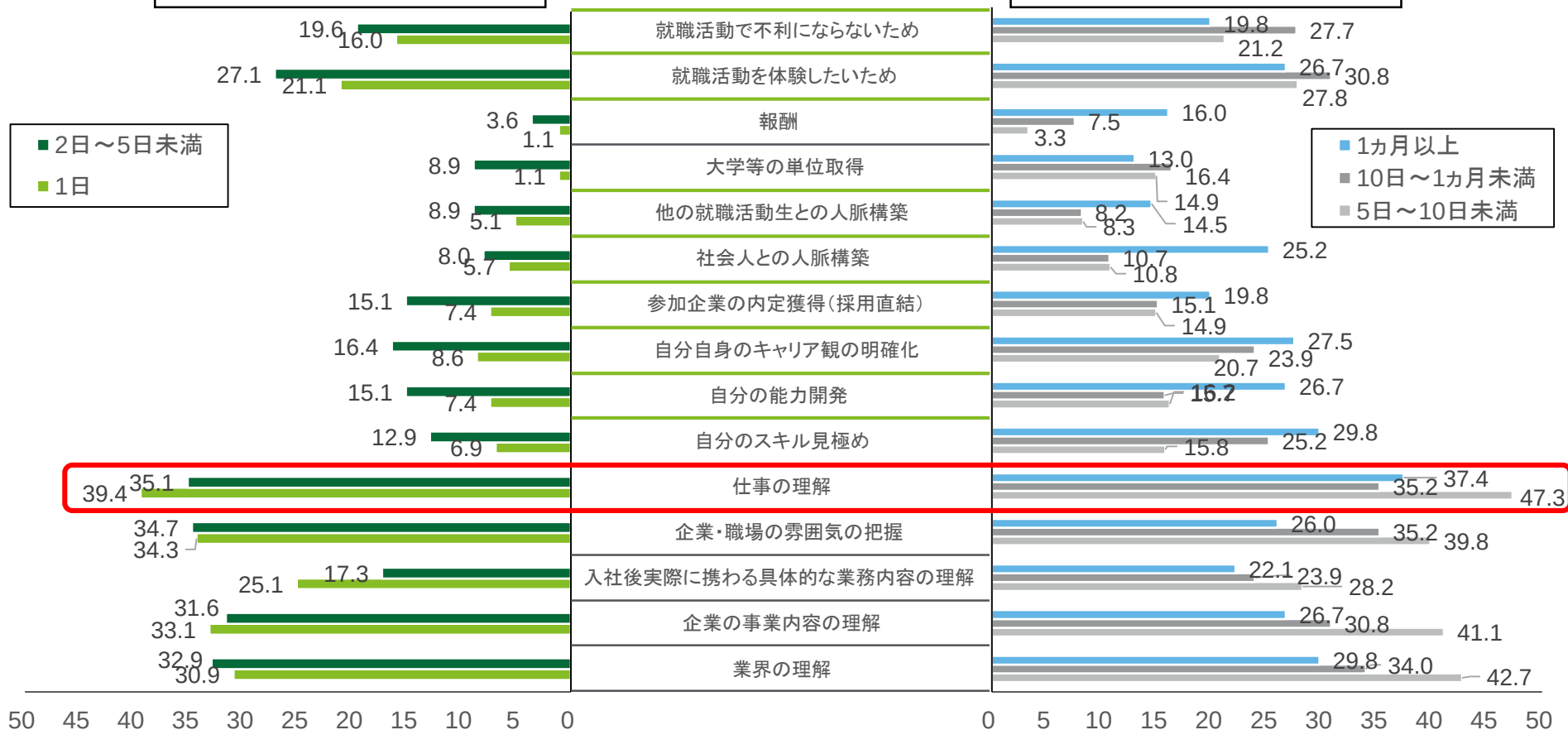
N=931(複数回答)
(%)

1日～5日未満のインターンシップ

5日以上のインターンシップ

■ 2日～5日未満
■ 1日

■ 1ヵ月以上
■ 10日～1ヵ月未満
■ 5日～10日未満



インターンシップの期間と実施形態の関係

- インターンシップの形態は、期間に関わらず企業主催の割合が最も高い。また、大学の関連しているインターンシップは10日～1ヵ月未満である割合が高い

最も長く経験したインターンシップの形態【Q4】

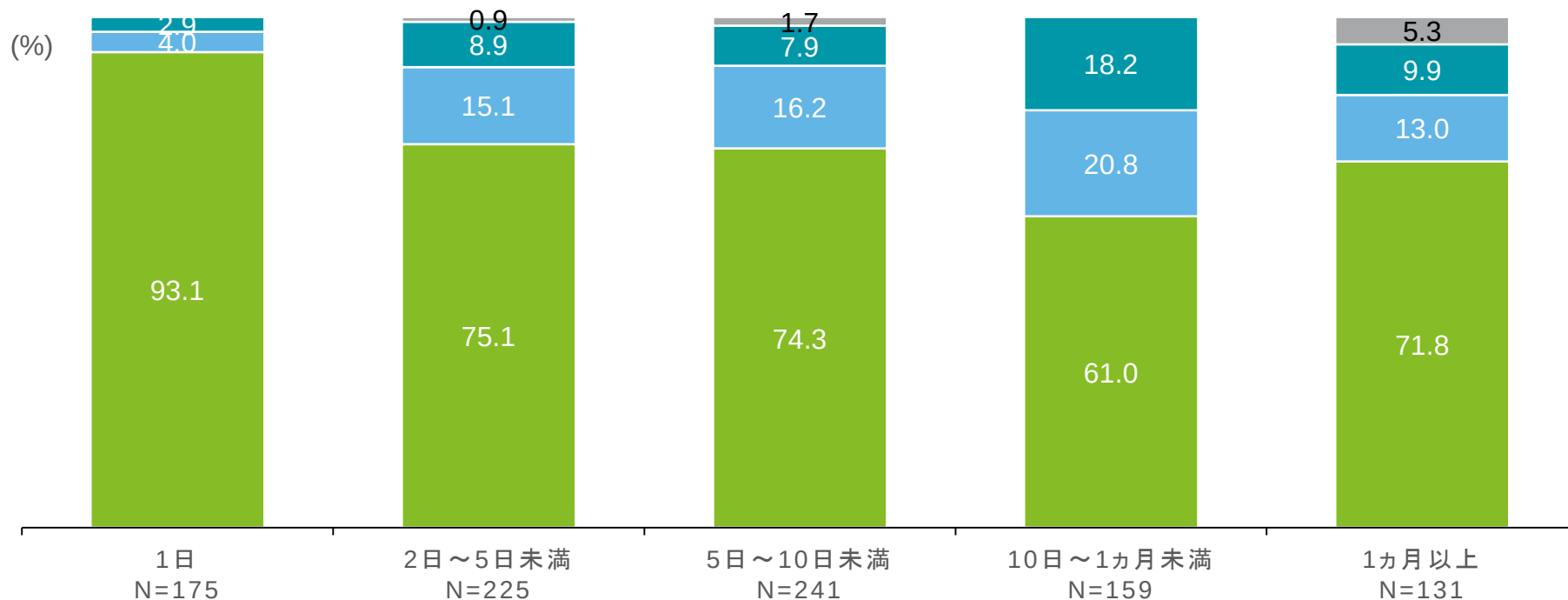
回答者属性の確認

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

■ 企業主催のインターンシップ ■ 大学等の正規授業科目 ■ 授業科目ではないが、大学等(学校等)主催のプログラム ■ その他



最も長く経験したインターンシップの期間と参加開始時期の関係(大学生)

- インターンシップの参加開始時期は大学3年生の夏季及び1～3月の割合が高い。一方、1ヵ月以上のインターンシップは他のインターンシップ期間と比較し、早期から参加開始する傾向がある

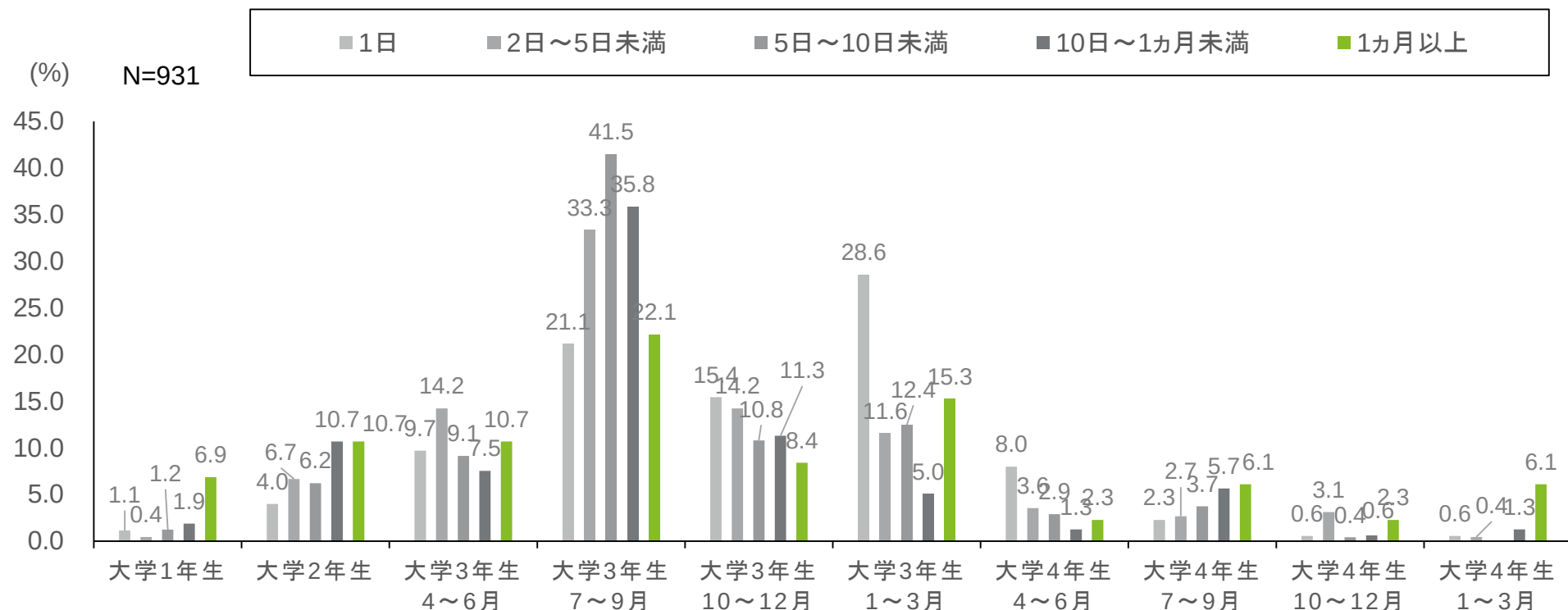
回答者属性の確認

インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

最も長く経験したインターンシップの参加開始時期(大学生)【Q5】



最も長く経験したインターンシップの期間と参加開始時期の関係(大学院生)

- 大学院生のインターンシップの参加開始時期は1年生の夏季に集中している

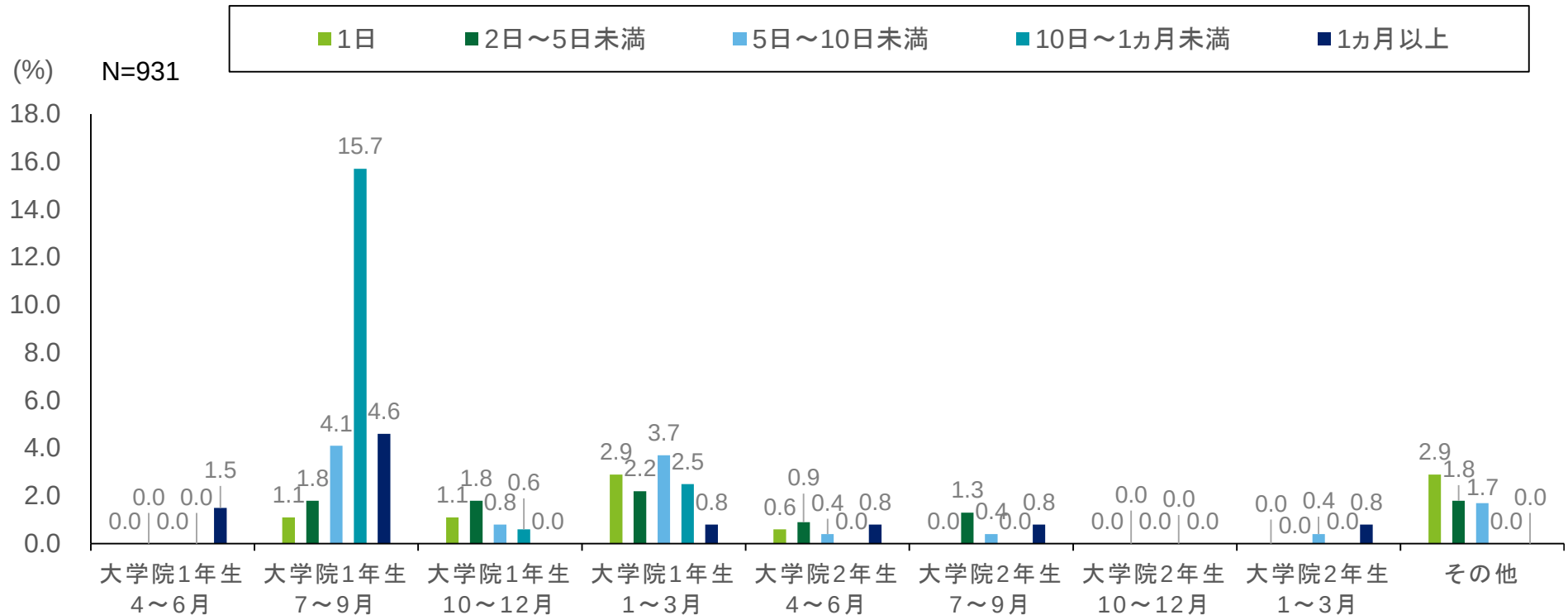
回答者属性の確認

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

最も長く経験したインターンシップの参加開始時期(大学院生)【Q5】



インターンシップの期間と参加者の満足度の関係

- インターンシップ期間が長期となるほど、インターンシップの満足度は高くなる傾向がある

回答者属性の確認

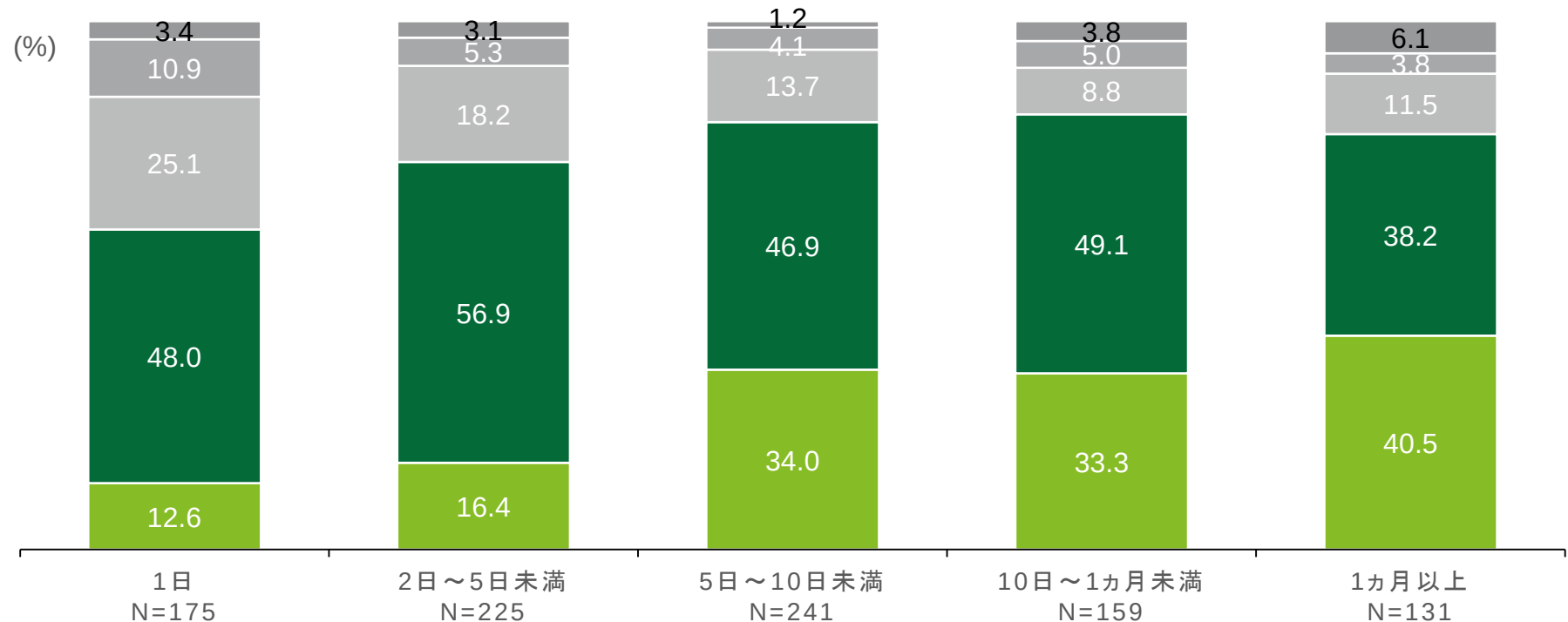
インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

最も期間が長かったインターンシップに参加してよかったか【Q7】

■ 強くそう思う ■ そう思う ■ どちらともいえない ■ そう思わない ■ 全くそう思わない



インターンシップの期間と参加してよかった理由の関係

- 1日と比較して、インターンシップの期間が長期となるほどキャリアプランや目標の明確化、自分の適正の理解等に価値を感じている。また、学業への良い影響や内定獲得に直結したと感じている割合も、期間の長さで相関がある

インターンシップに参加してよかった理由【Q8】

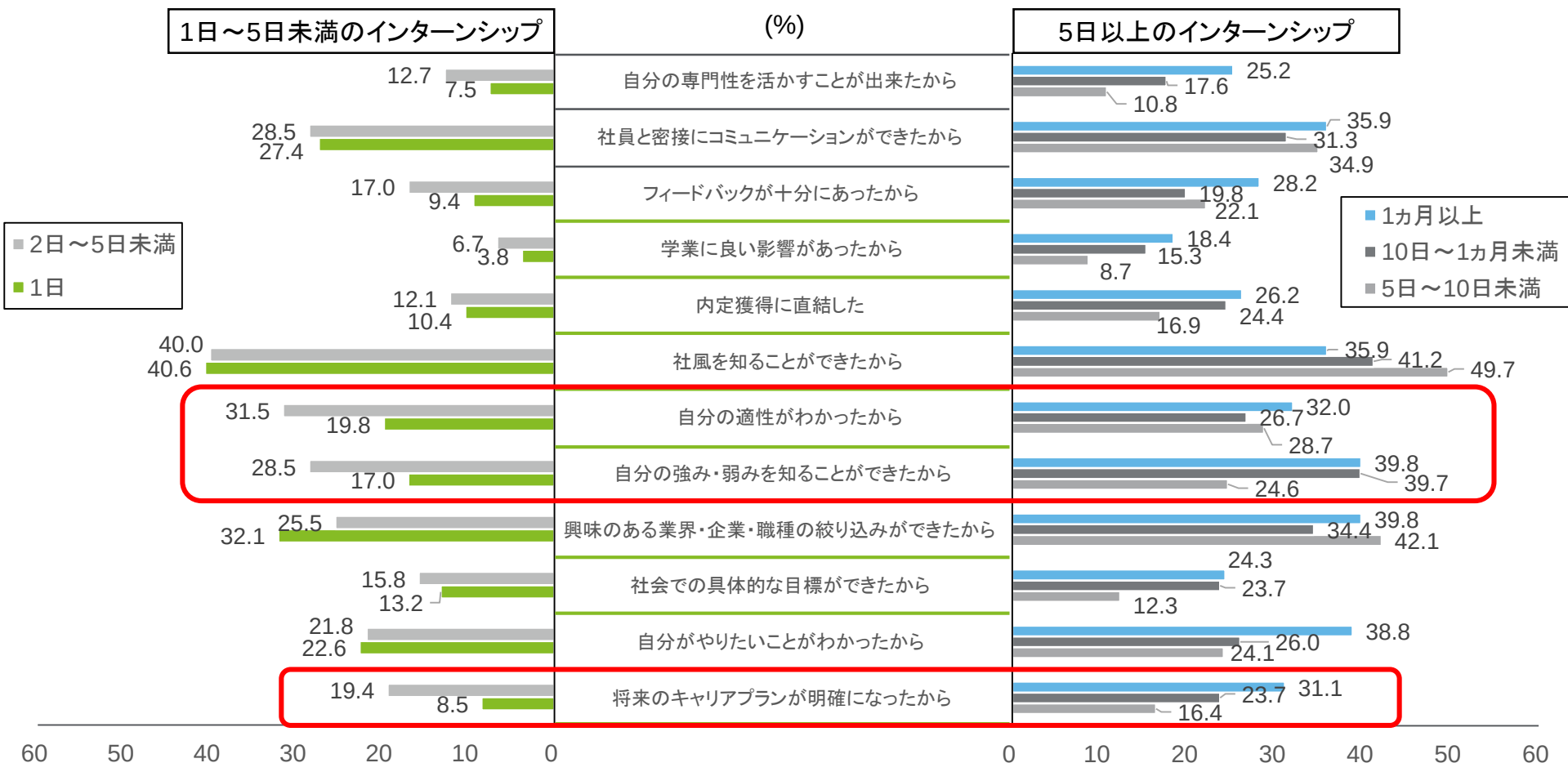
回答者属性の確認

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

N=931(複数回答)



インターンシップに満足した理由と、参加目的が内定獲得や就職活動の理解であることの相関を求めた結果、満足した理由全ての回答で負の相関は確認されなかった

- インターンシップの参加目的【Q3】のうち、就職活動に関する回答(内定獲得、就職活動の体験、就職活動で不利にならないため)を集計し、インターンシップの満足した理由【Q8】それぞれの回答結果に対し相関係数を算出した

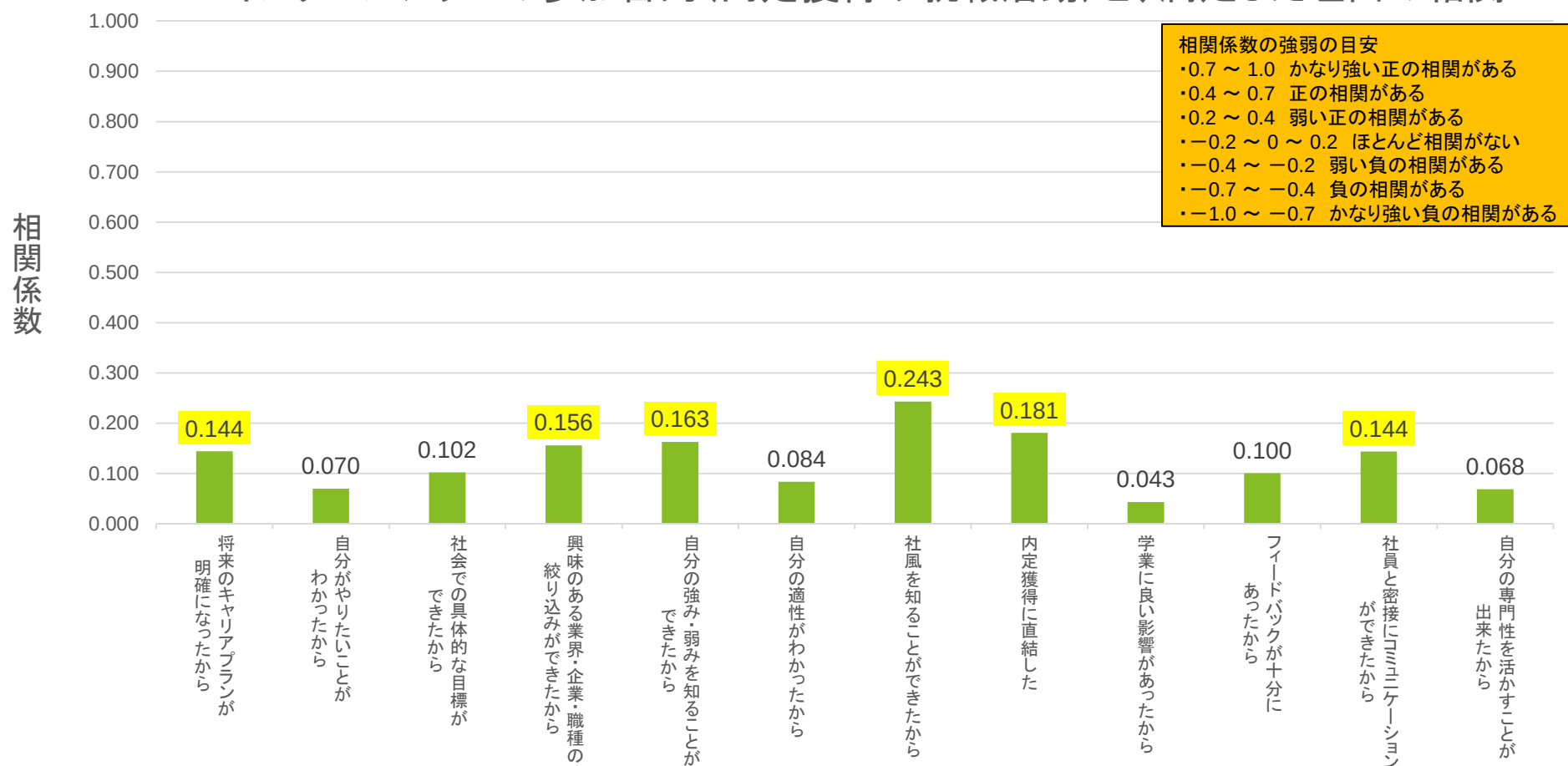
回答者属性の確認

インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

インターンシップの参加目的(内定獲得や就職活動)と、満足した理由の相関



インターンシップの期間と参加してよかったと思わない理由の関係

- インターンシップに参加してよかったと思わない理由は、負担を理由とするものが多く、特にインターンシップの期間が長期となるほどその割合は高くなる

インターンシップに参加して
よかったと思わない理由【Q9】

回答者属性の確認

インターンシップ経験

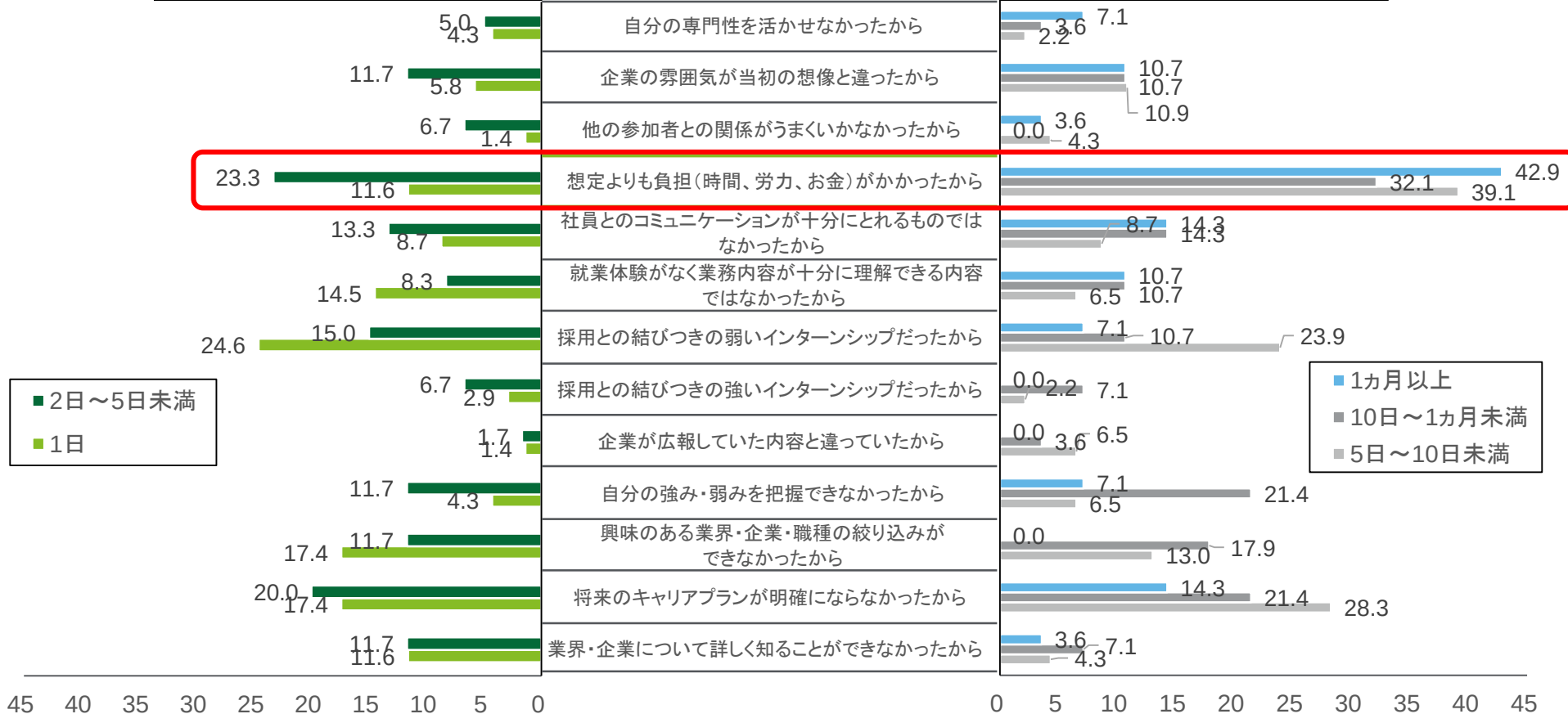
学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

N=231(複数回答)
(%)

1日～5日未満のインターンシップ

5日以上インターンシップ



最も長く経験した5日以上のインターンシップの期間と5日未満のインターンシップの満足度比較

- 5日以上インターンシップ経験者は5日未満のインターンシップも経験している割合が高い。また、インターンシップの期間が長期となるほど、5日以上インターンシップの満足度が高くなる

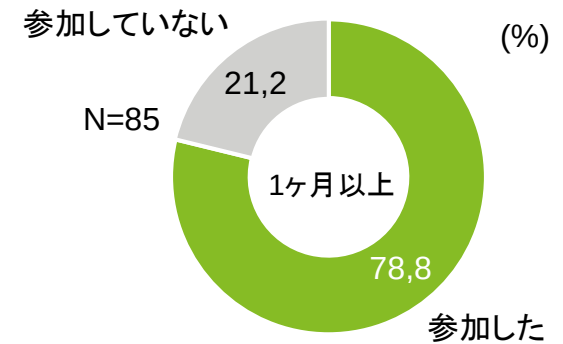
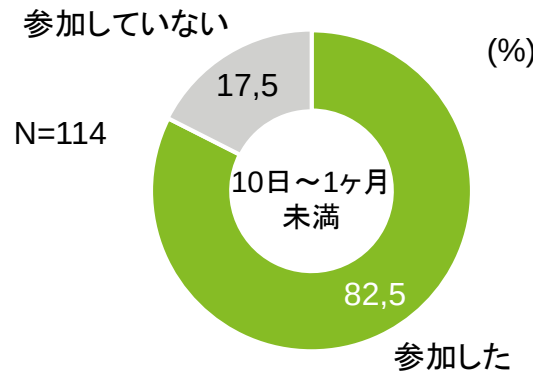
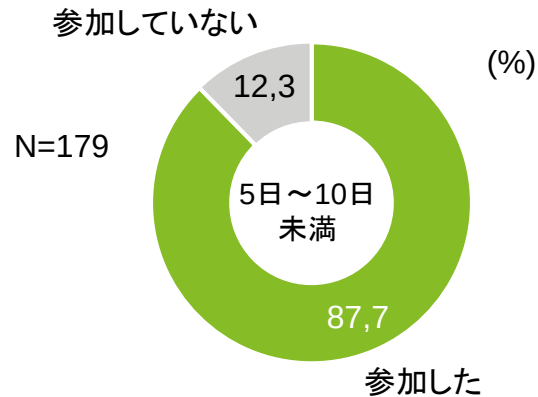
5日未満のインターンシップにも参加したか【Q10】

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

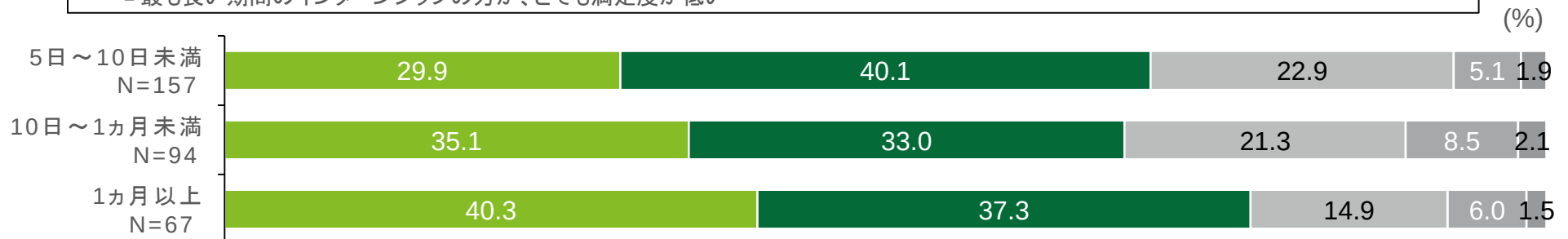
入社後のキャリア観及び会社とのフィット



5日以上最も長く経験したインターンシップと5日未満のインターンシップの満足度比較【Q11】

- 最も長い期間のインターンシップの方が、とても満足度が高い
- どちらも変わらない
- 最も長い期間のインターンシップの方が、とても満足度が低い

- 最も長い期間のインターンシップの方が、満足度が高い
- 最も長い期間のインターンシップの方が、満足度が低い



最も長く経験したインターンシップとその他のインターンシップの満足度比較

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、最も長い期間のインターンシップに満足する傾向がある

回答者属性の確認

インターンシップ経験

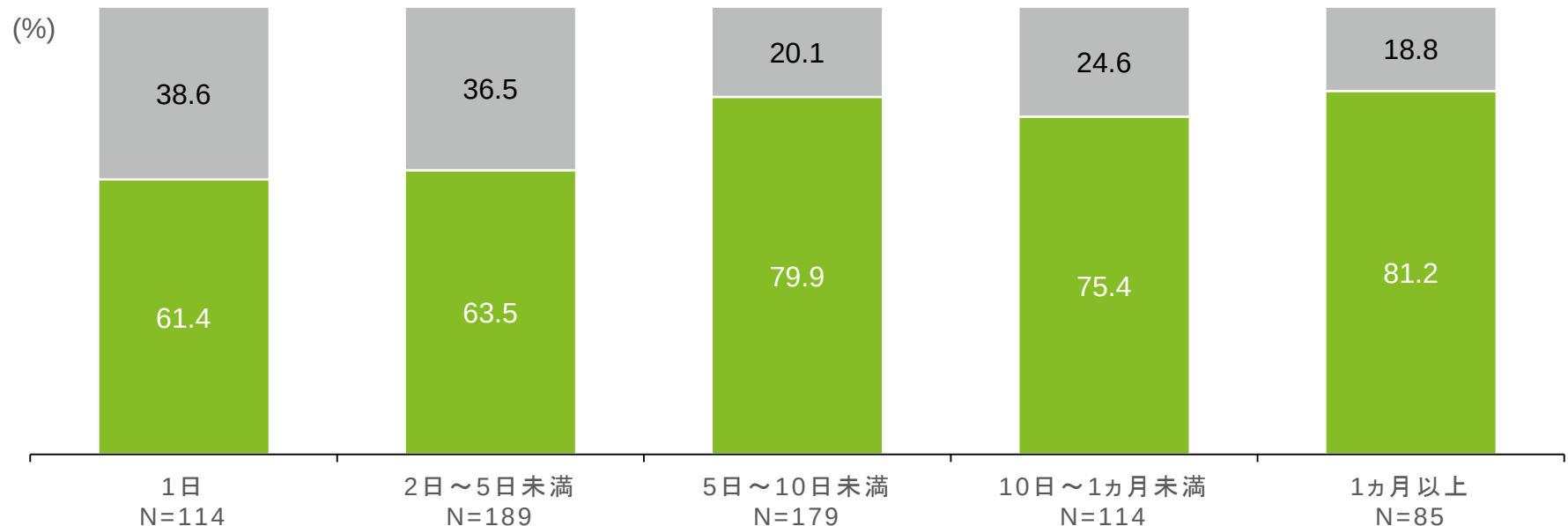
学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

最も満足したインターンシップは期間が最も長く経験したインターンシップか【Q14】

■ はい

■ いいえ



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ経験の必要性の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、インターンシップを経験すべきと考えている

回答者属性の確認

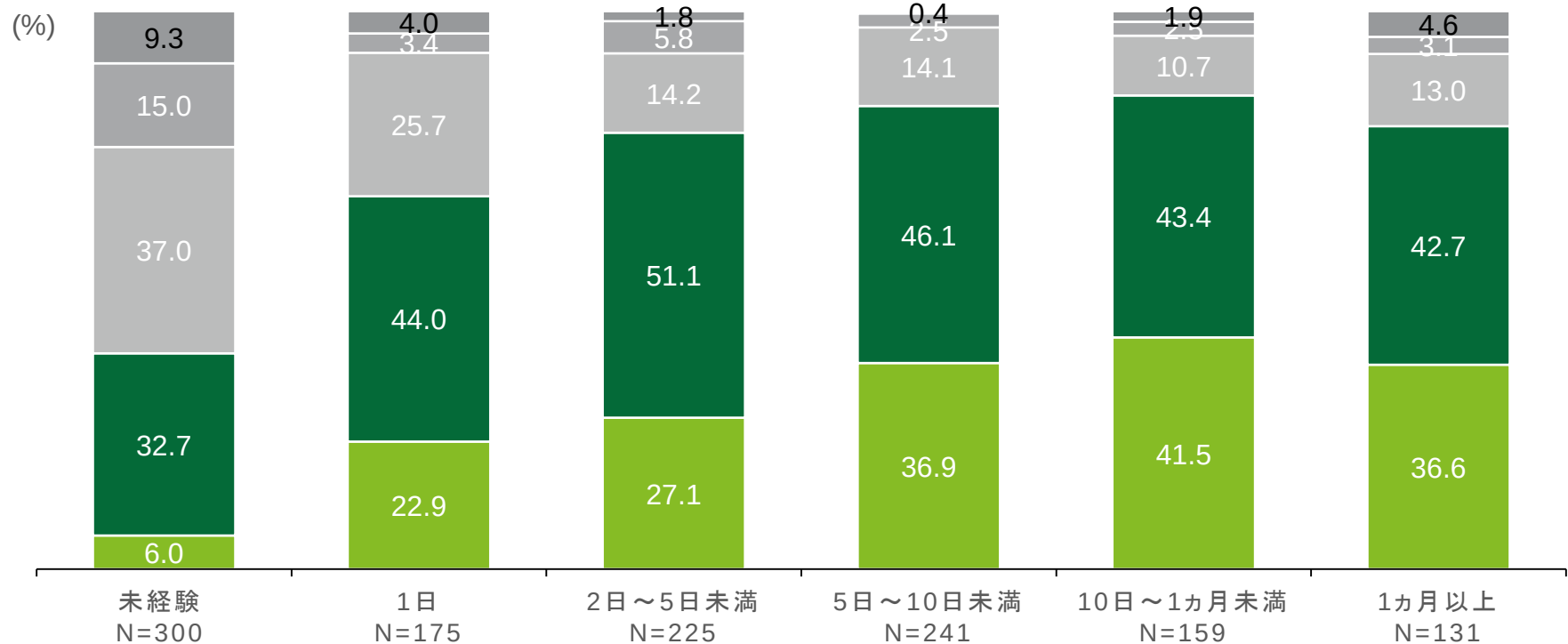
インターンシップ経験

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

インターンシップを経験すべきか【Q23】

■ 強くそう思う ■ そう思う ■ どちらともいえない ■ そう思わない ■ 全くそう思わない



最も長く経験したインターンシップの期間と参加したいインターンシップ内容の関係

- 経験したインターンシップの期間に関わらず、業務のシミュレーションや職場等の見学のニーズが高い
また、5日～1ヵ月未満のインターンシップ経験者は基幹業務の一部経験に対するニーズが高い

参加してみたかったインターンシップ
【Q24】

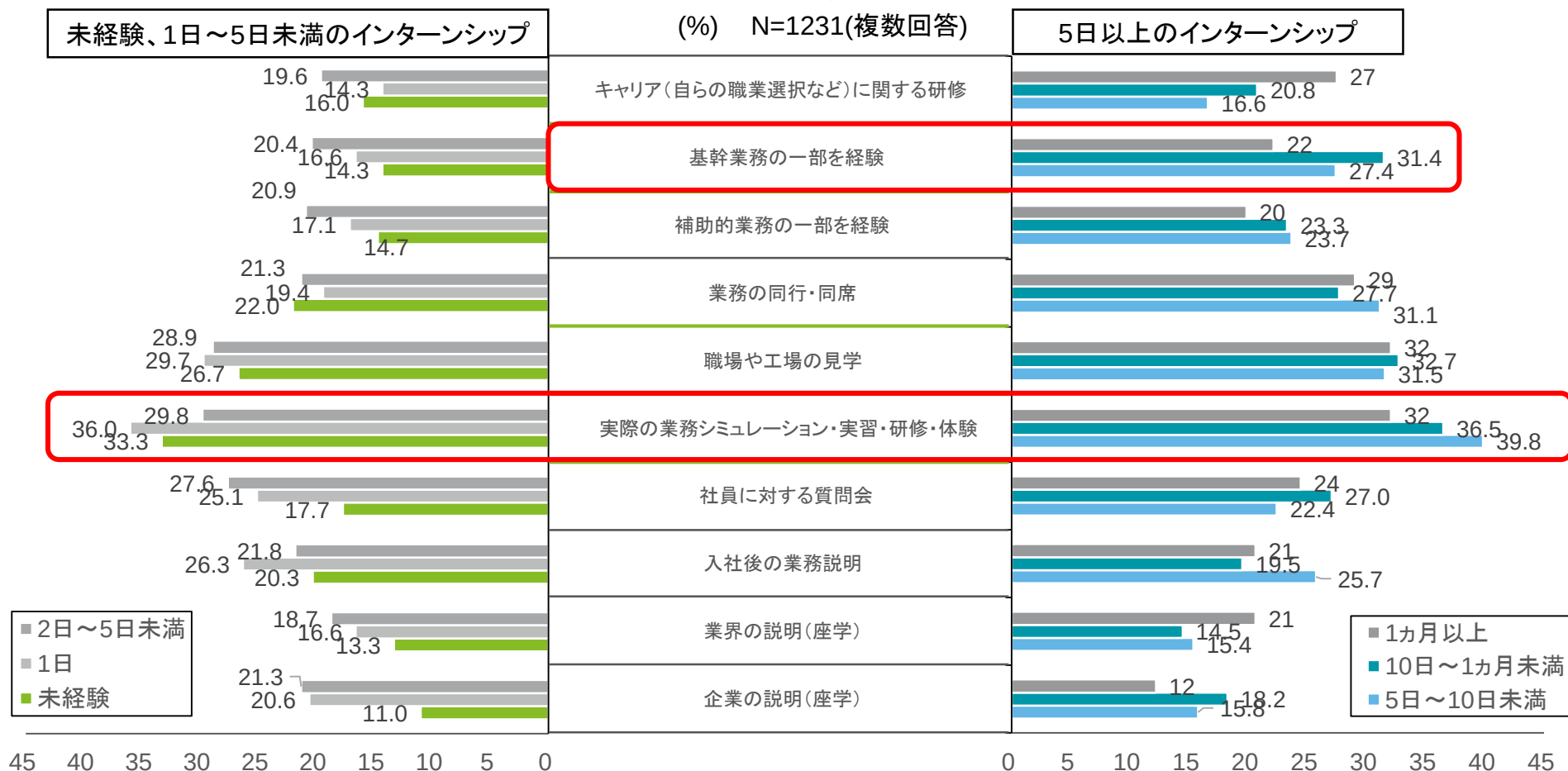
回答者属性の確認

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

※参加してみたかったと回答された、上位10のインターンシップ内容を掲載



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の学内での学習活動の変化の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、授業の出席数増加や履修する科目が変化するなど、学内での学習活動が増えた

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

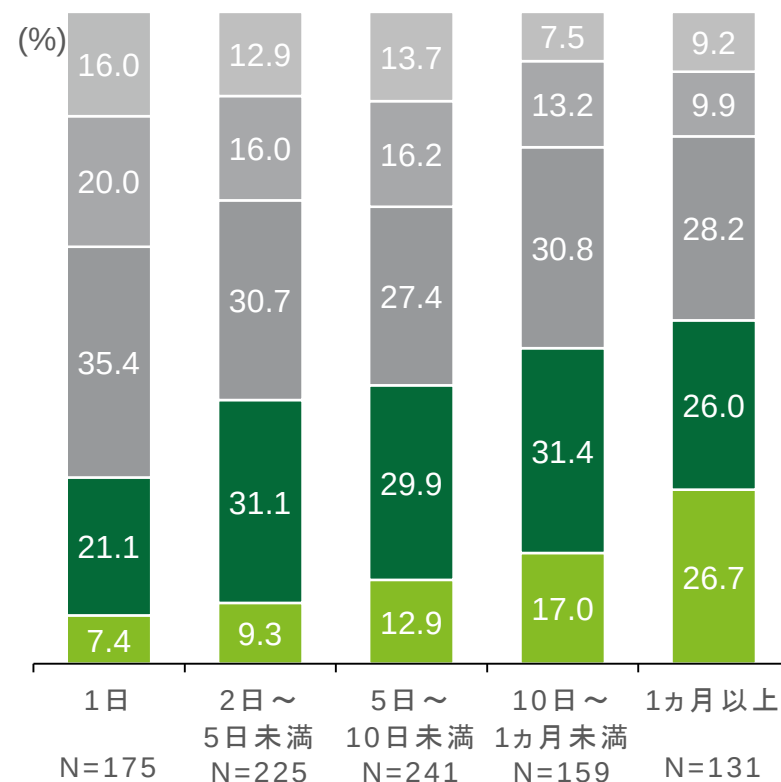
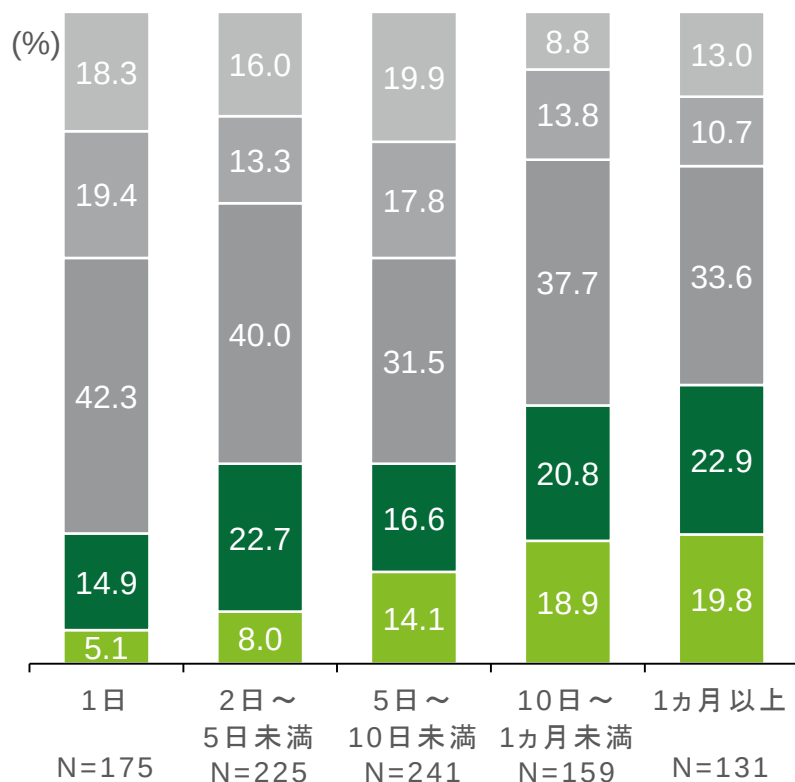
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

大学での授業への出席が増えたか【Q25-1】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない

興味関心のある内容が絞られ(変わり)、履修する科目の傾向が変わったか【Q25-2】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の学内での学習活動の変化の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、興味関心のある内容に対する学習時間が増加するなど、学内での学習活動が増えた

回答者属性の確認

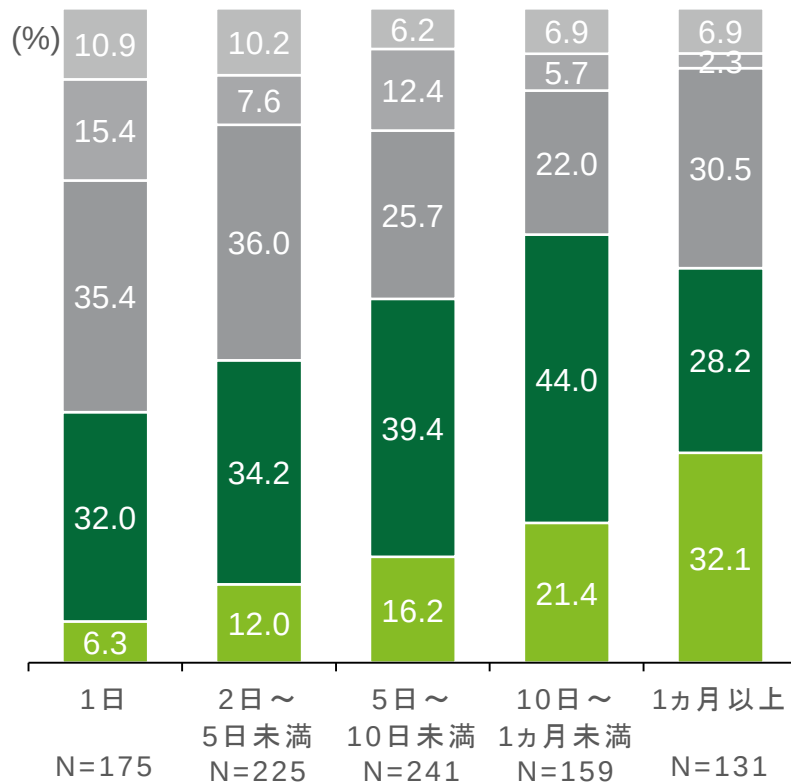
インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

興味関心のある内容に対する
学習時間が増えたか【Q25-3】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の学外での学習活動の変化の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、読書の機会や講演の聴取の増加、社会の仕組みへの関心が高まるなど、学外での学習活動が増えた

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

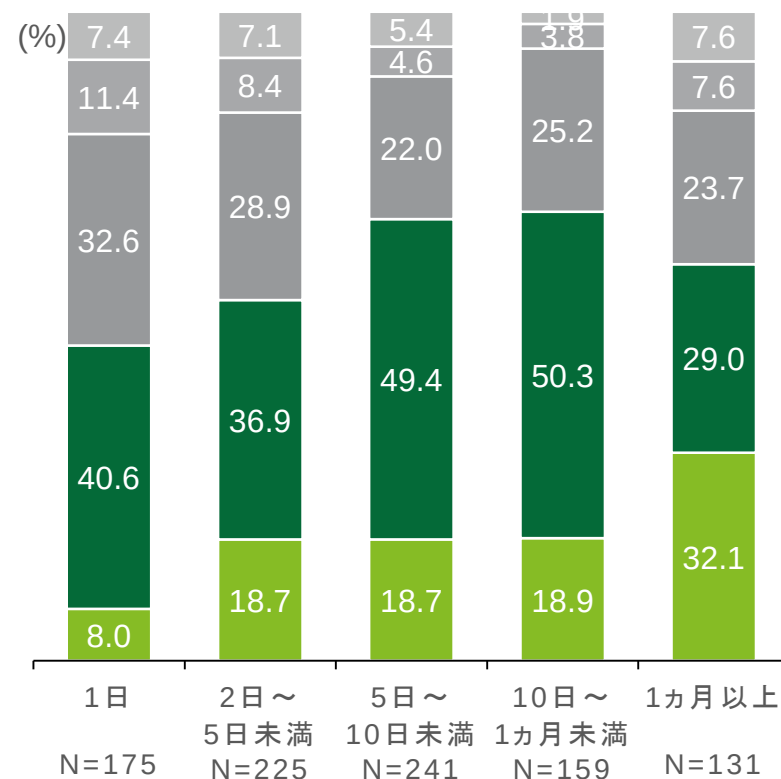
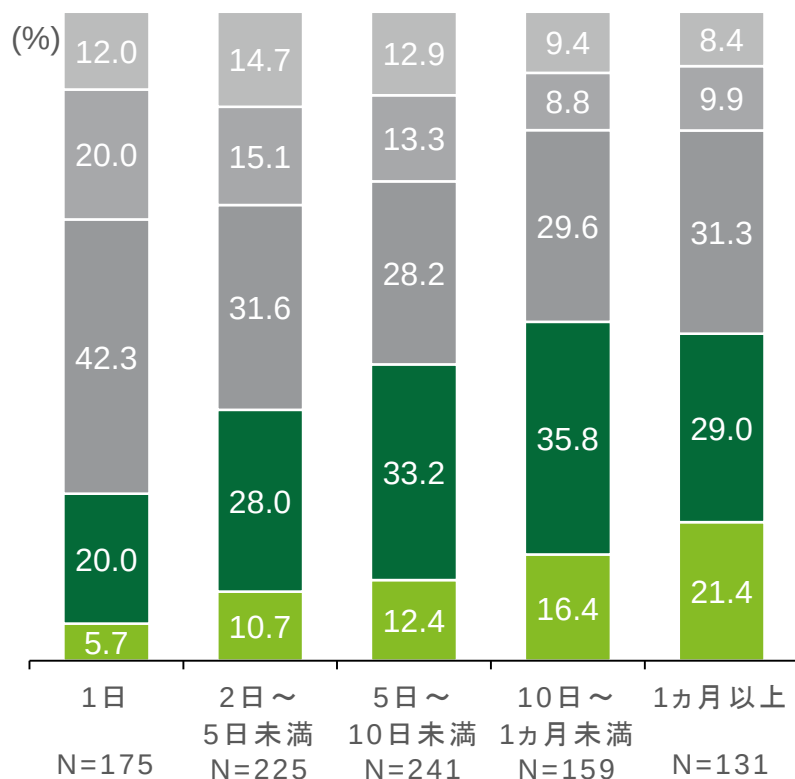
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

大学外での学習行動(例えば、読書の機会や講演の聴取など)が増えたか【Q25-4】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない

企業をはじめとした社会の仕組みへの関心が高まったか【Q25-5】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない

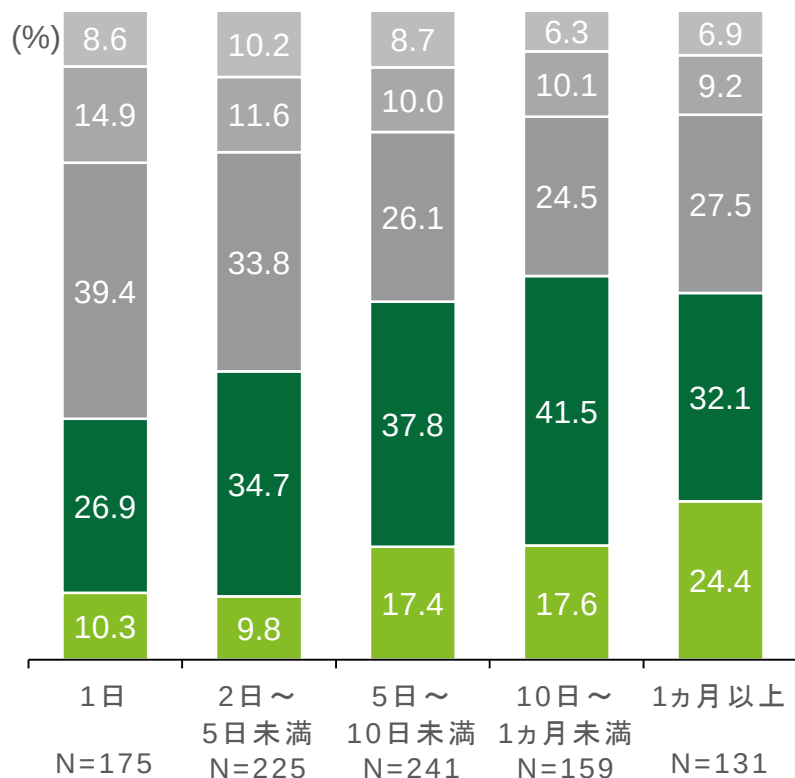
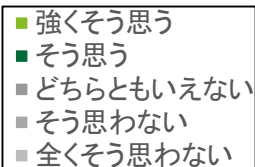


最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の学外での学習活動の変化の関係

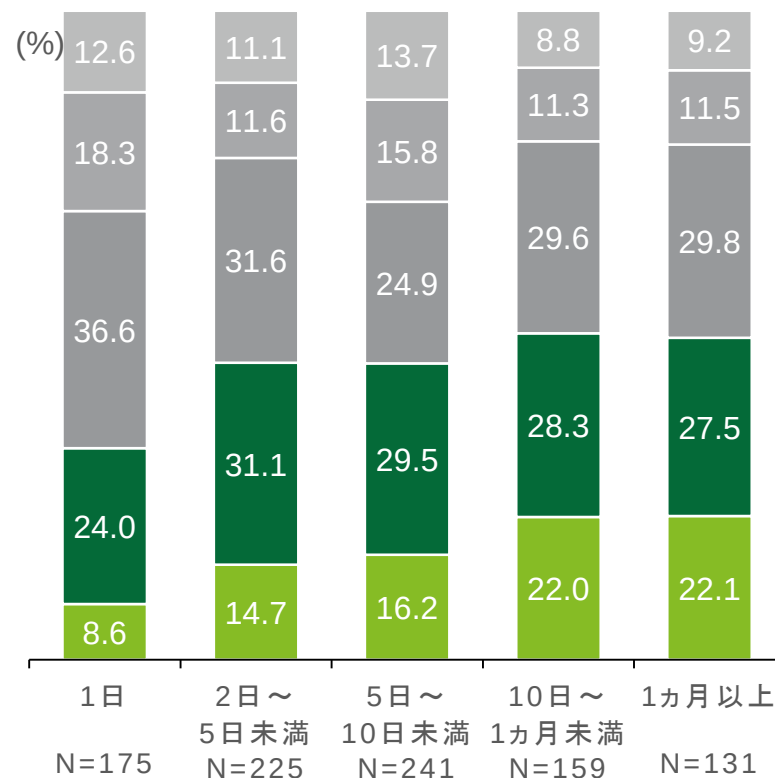
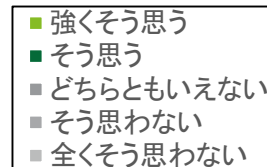
- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、時事問題に関する情報収集の増加や資格試験への取組みなど、学外での学習活動が増えた



時事問題などに関する情報を見る時間が増えたか【Q25-6】



資格試験などに取組みはじめたか【Q25-7】



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の社会人交流、キャリア観の変化の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、社会人などとの交流の機会の増加や、自らのキャリア観(生き方)が明確になった

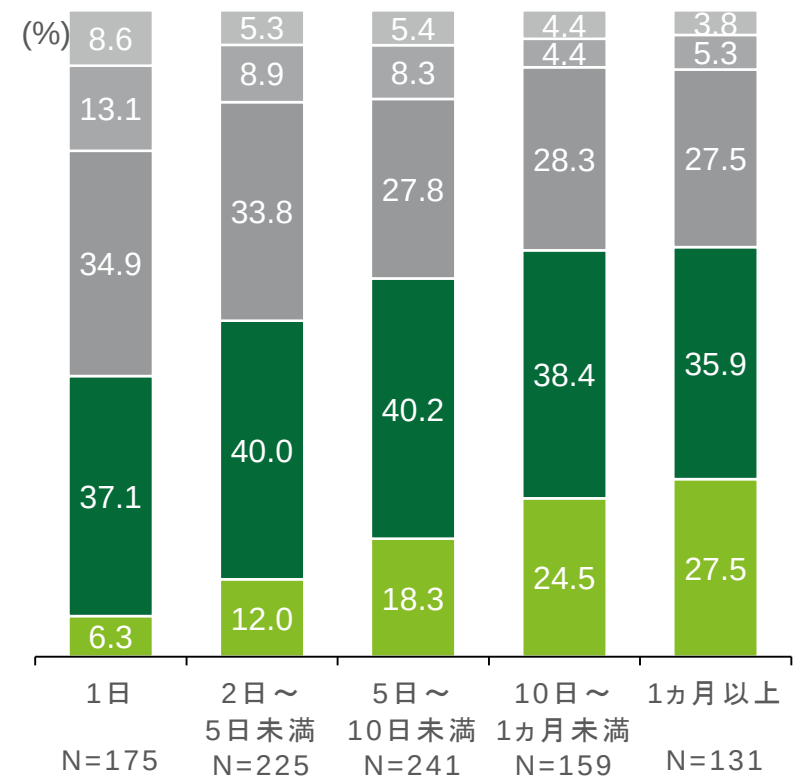
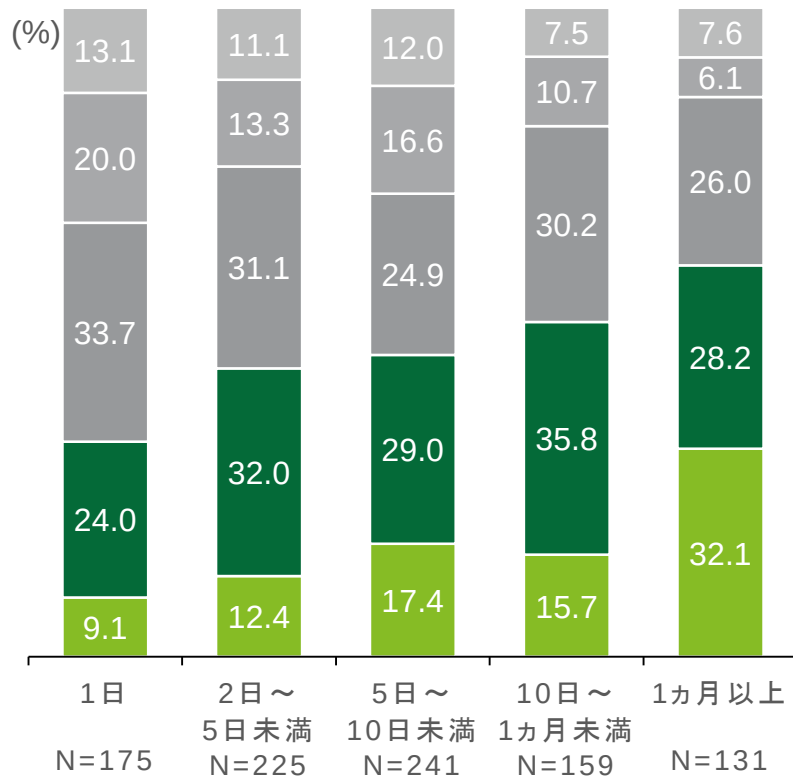


社会人などとの交流の機会が増えたか【Q25-8】

- 強く思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない

自らのキャリア観(生き方)が明確になったか【Q25-9】

- 強く思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の社会活動(ボランティア)の変化の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、社会活動(ボランティア)への参加回数が増えた

ボランティアへの参加回数が増えたか【Q25-12】

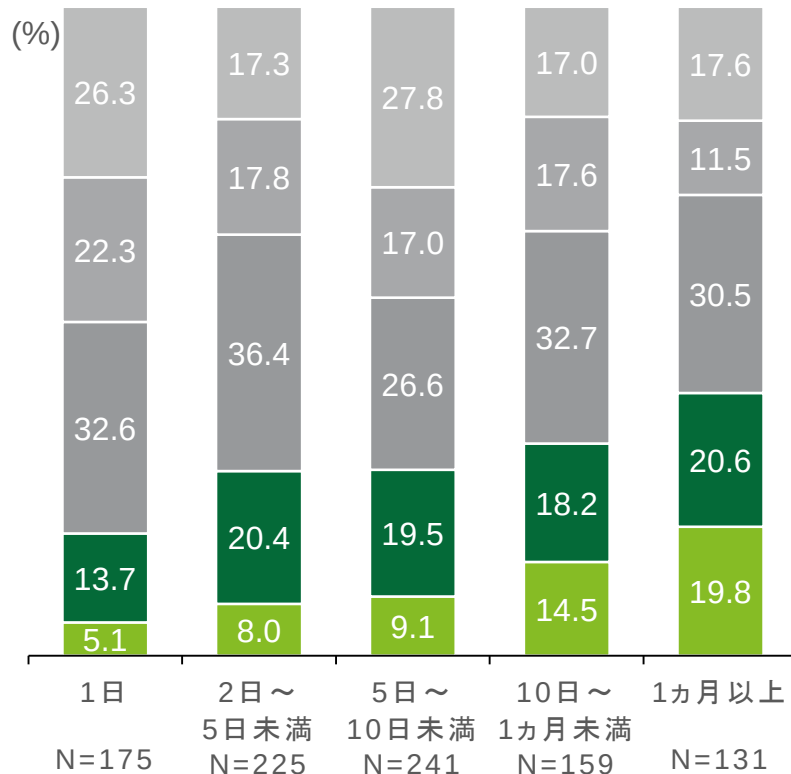
回答者属性の確認

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

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない

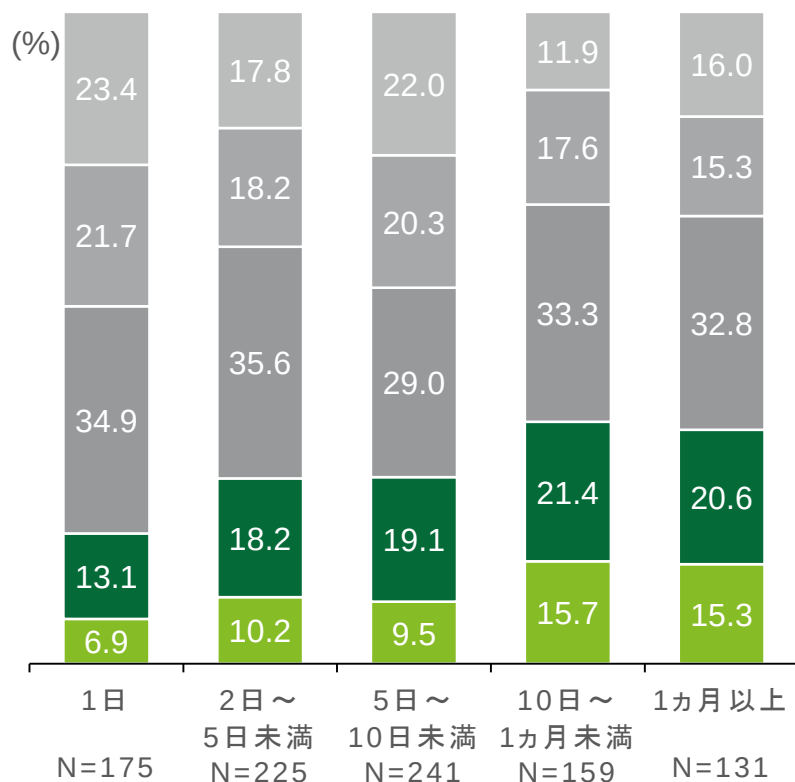
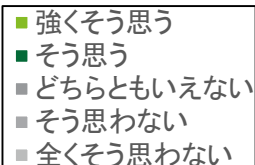


最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の社会活動(クラブ・サークル活動、アルバイト)の変化の関係

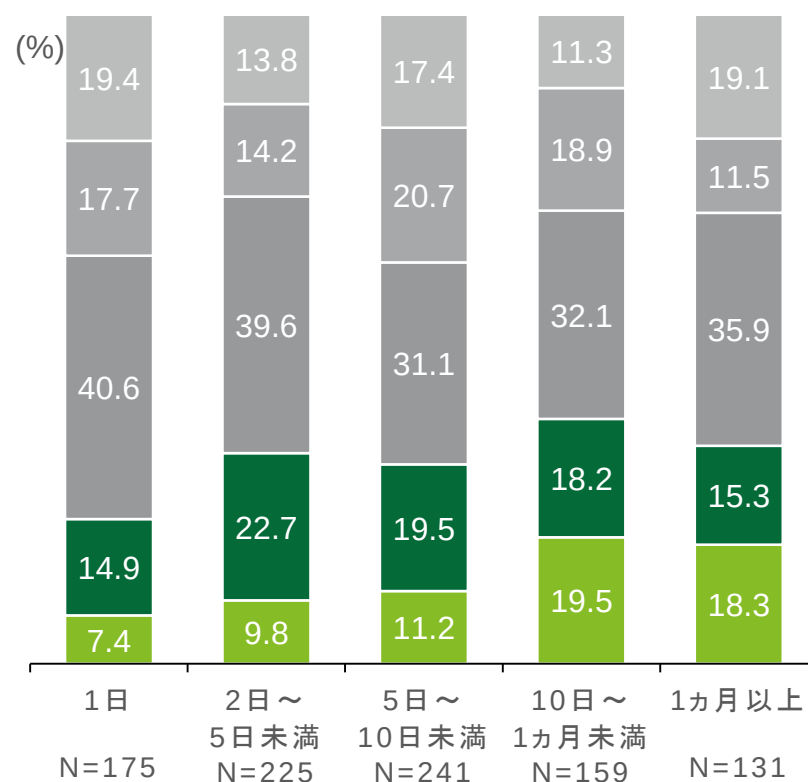
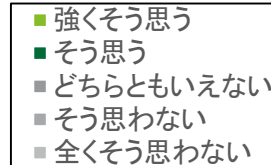
- クラブやサークル活動、アルバイトへの参加時間の増加は、いずれの期間でも「強くそう思う」や「そう思う」の割合が低い。また、期間毎の差が少なく、経験したインターンシップの期間との相関が弱い



クラブ活動もしくはサークル活動への参加時間が増えたか【Q25-10】



アルバイトへの参加時間が増えたか【Q25-11】



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の就職活動に対するイメージの変化の関係

- インターンシップ経験者は就職活動に対してポジティブなイメージを持った(社会人となる準備ができた)。特に経験したインターンシップの期間が長いほど、その傾向が高い

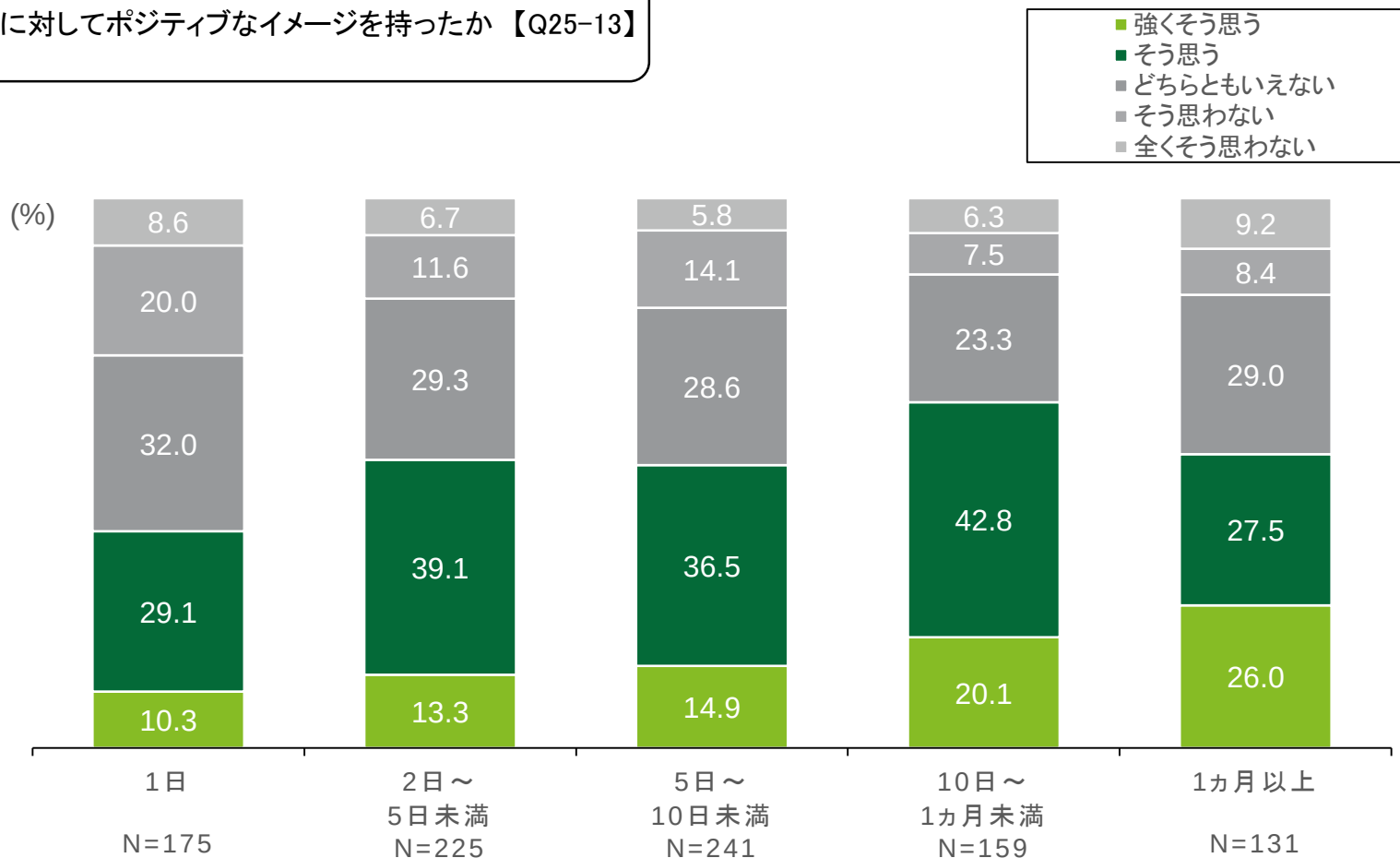
回答者属性の確認

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

就職活動に対してポジティブなイメージを持ったか 【Q25-13】



インターンシップの期間と学習への意欲向上の設問ごとに相関を求めた結果、全ての設問で正の相関が得られた

- 最も長いインターンシップ期間の区分ごとに日数の中央値 及び学習の意欲向上に関する各設問【Q25】の平均値を求め、その値から相関係数を算出した

回答者属性の確認

インターンシップ経験

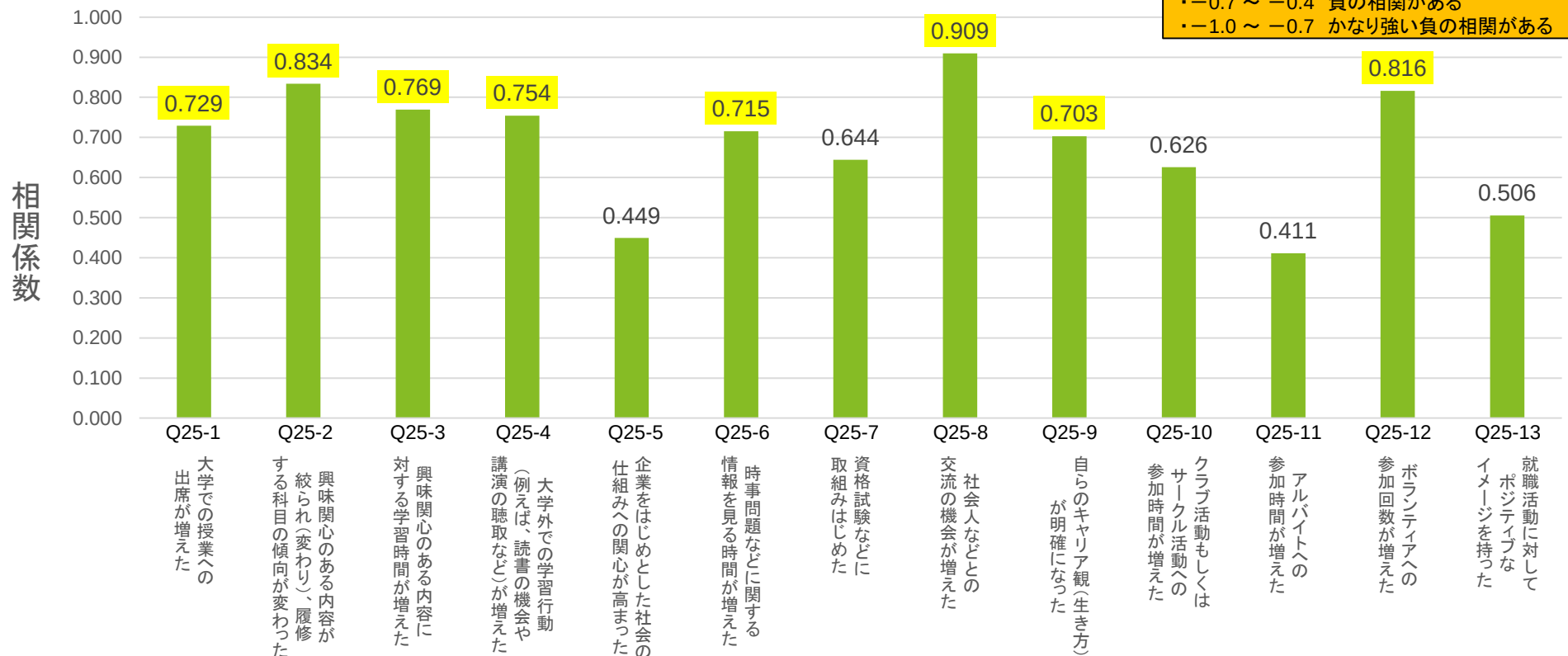
学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

インターンシップの期間と学習への意欲向上の相関

相関係数の強弱の目安

- ・0.7 ~ 1.0 かなり強い正の相関がある
- ・0.4 ~ 0.7 正の相関がある
- ・0.2 ~ 0.4 弱い正の相関がある
- ・-0.2 ~ 0 ~ 0.2 ほとんど相関がない
- ・-0.4 ~ -0.2 弱い負の相関がある
- ・-0.7 ~ -0.4 負の相関がある
- ・-1.0 ~ -0.7 かなり強い負の相関がある



最も長く経験したインターンシップの期間と3年未満の離職の関係

- 経験したインターンシップの期間と3年未満の離職との相関は見られなかった
- 未経験者等と比較しても、期間の長いインターンシップ経験者が早期離職しないというわけでもない

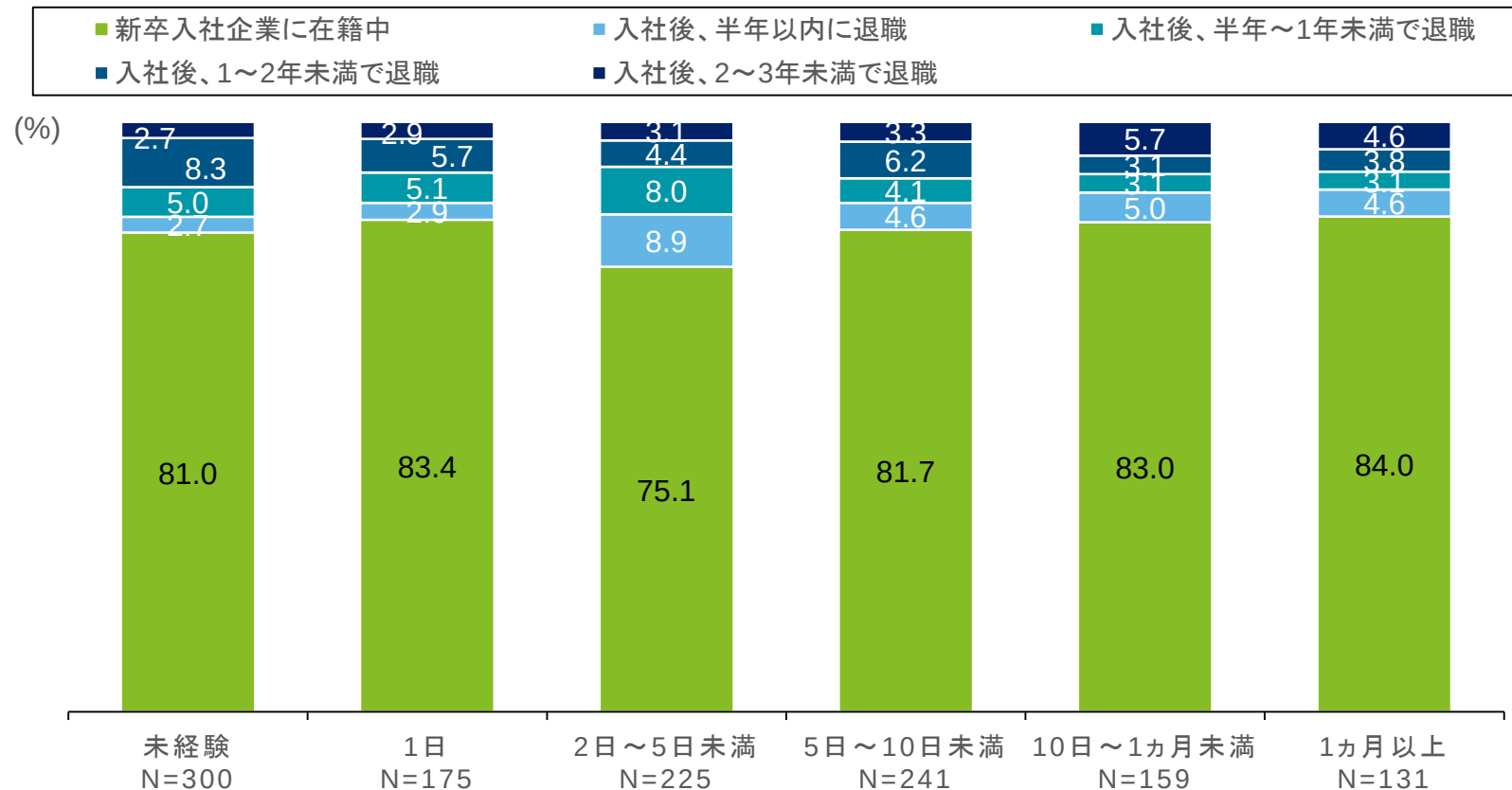
回答者属性の確認

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

新卒入社企業を何年目に退職したか【Q26】



インターンシップの期間と新卒入社企業を退職した理由の関係

- 期間が長いインターンシップ経験者ほど、人間関係や評価などインターンシップでは見えづらい理由や、キャリアチェンジや成長機会の少なさといった理由の割合が高い。一方、任される仕事が想定と違う等の割合は低い傾向があった

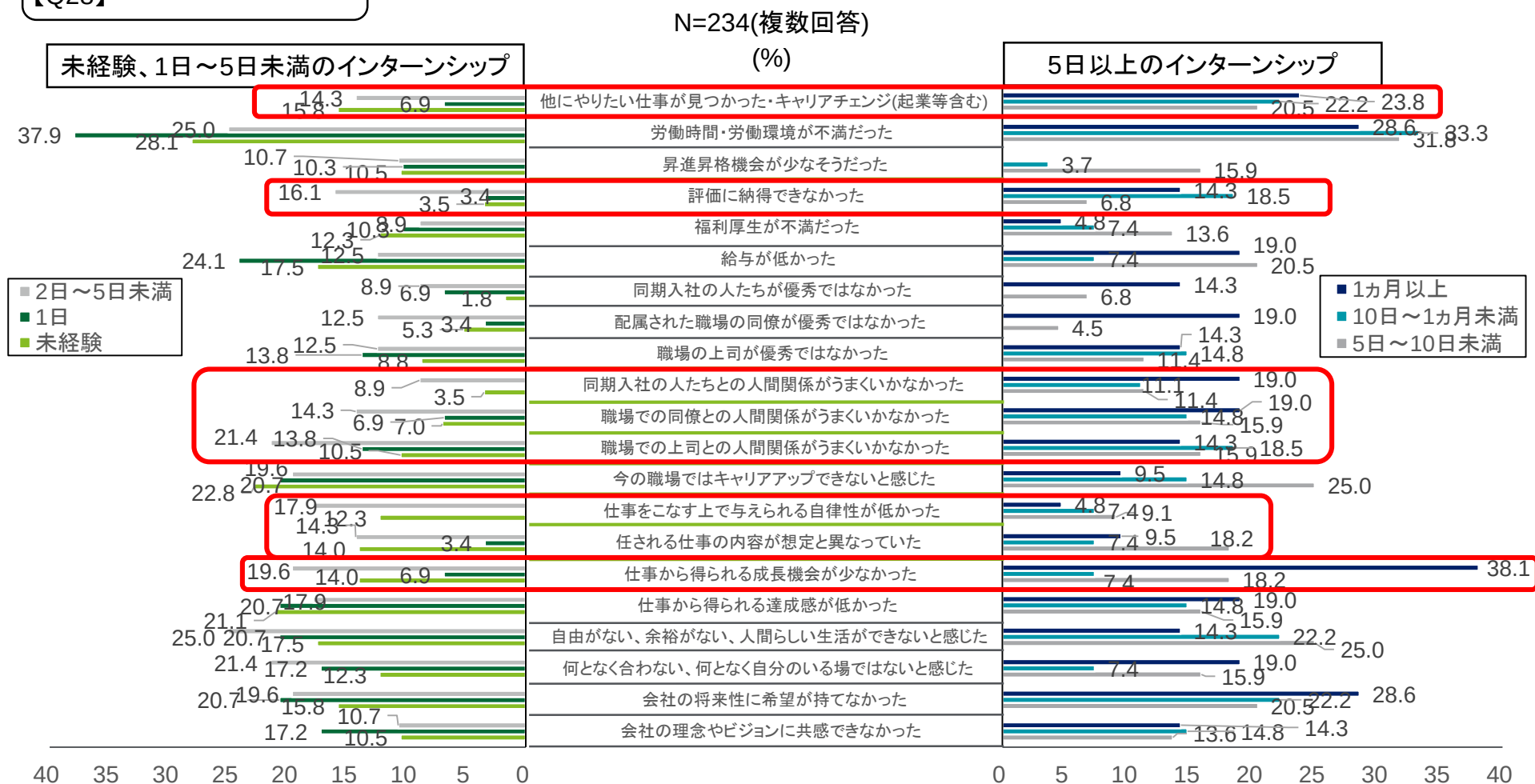
新卒入社事業を退職した理由
【Q28】

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



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の新卒入社企業への満足度の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、新卒入社企業に対する満足度が高い傾向にある

回答者属性の確認

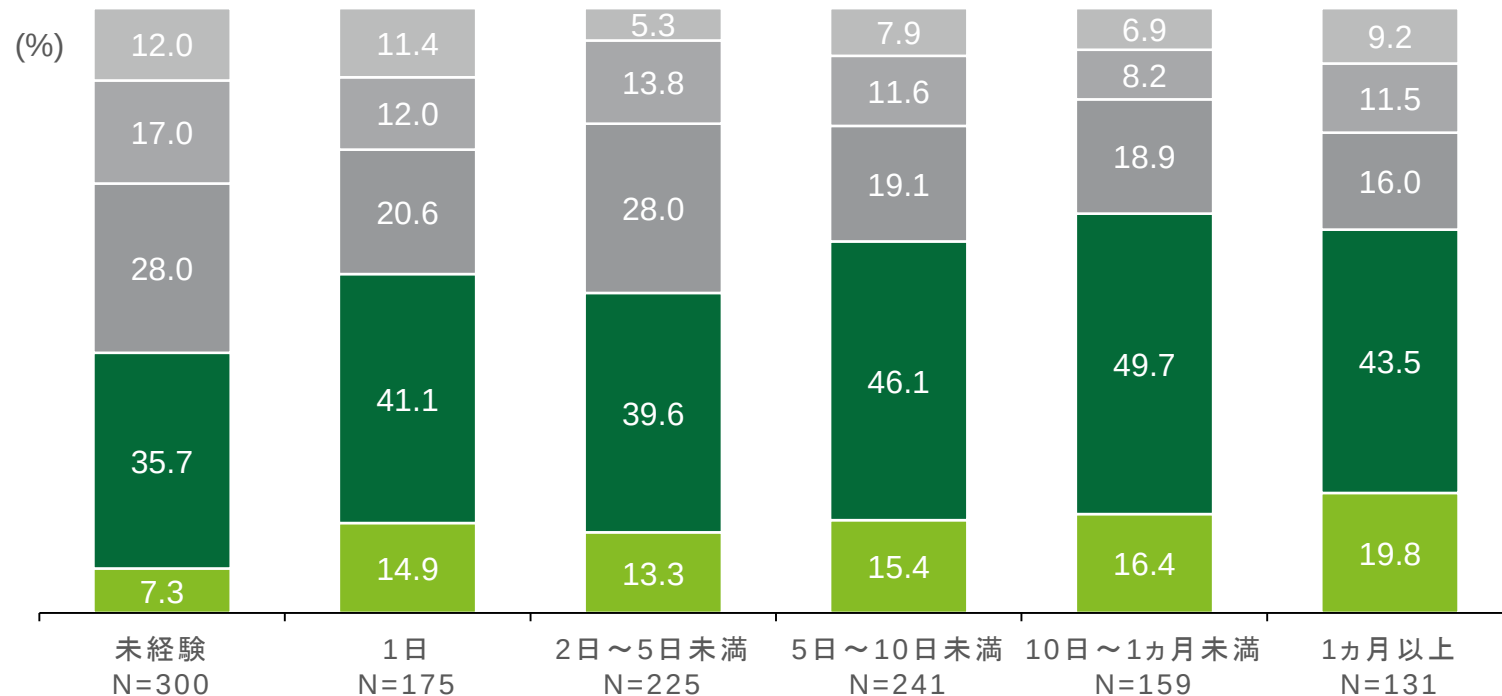
インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

新卒で入社した会社に対する満足度【Q29】

■ 非常に満足 ■ どちらかという満足 ■ どちらともいえない ■ どちらかという不満 ■ 非常に不満



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の会社への信頼度の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、今の会社で働くことを誇り思っていることや、良い職場として家族や友人に勧めることができるなど、会社への信頼感が高い

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

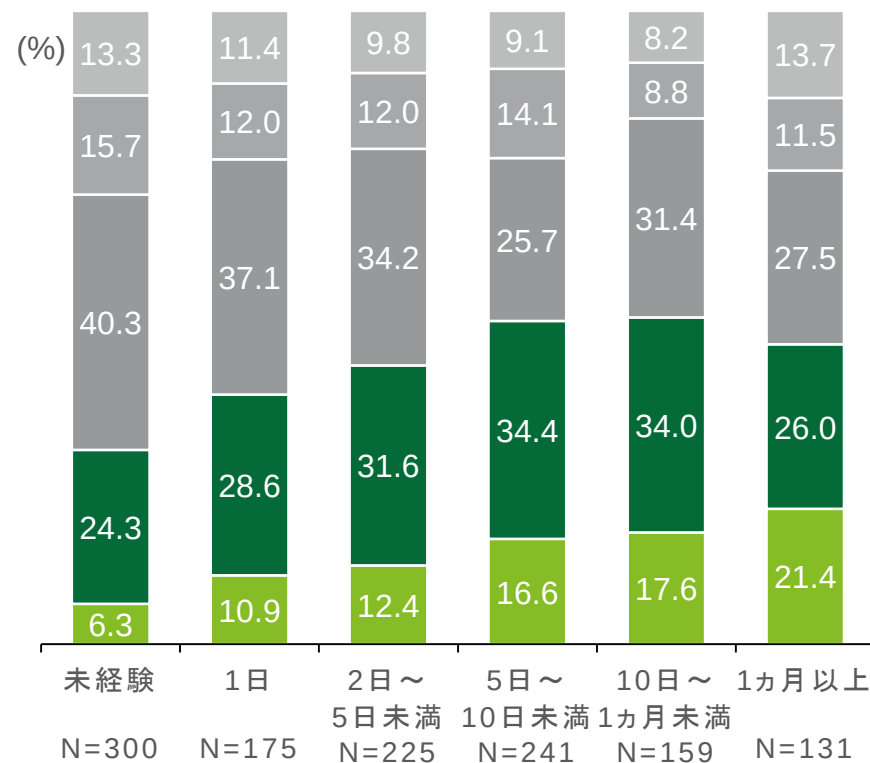
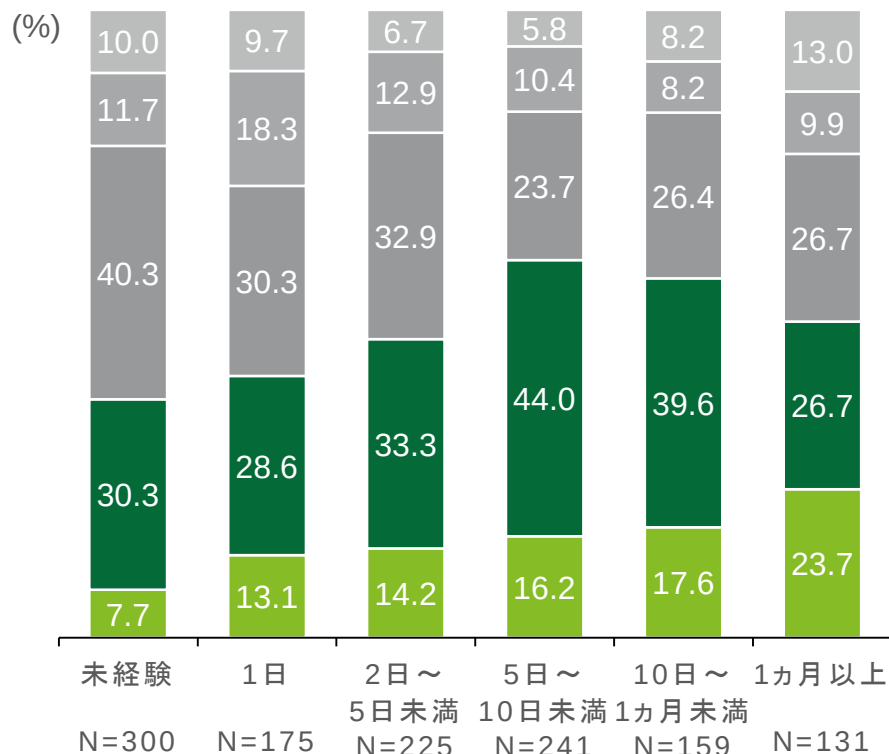
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

今の会社で働くことを誇りに思っているか【Q30-1】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない

今の会社を良い職場として家族や友人に勧めることができるか【Q30-2】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の仕事への満足度の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、自分の仕事に満足している

回答者属性の確認

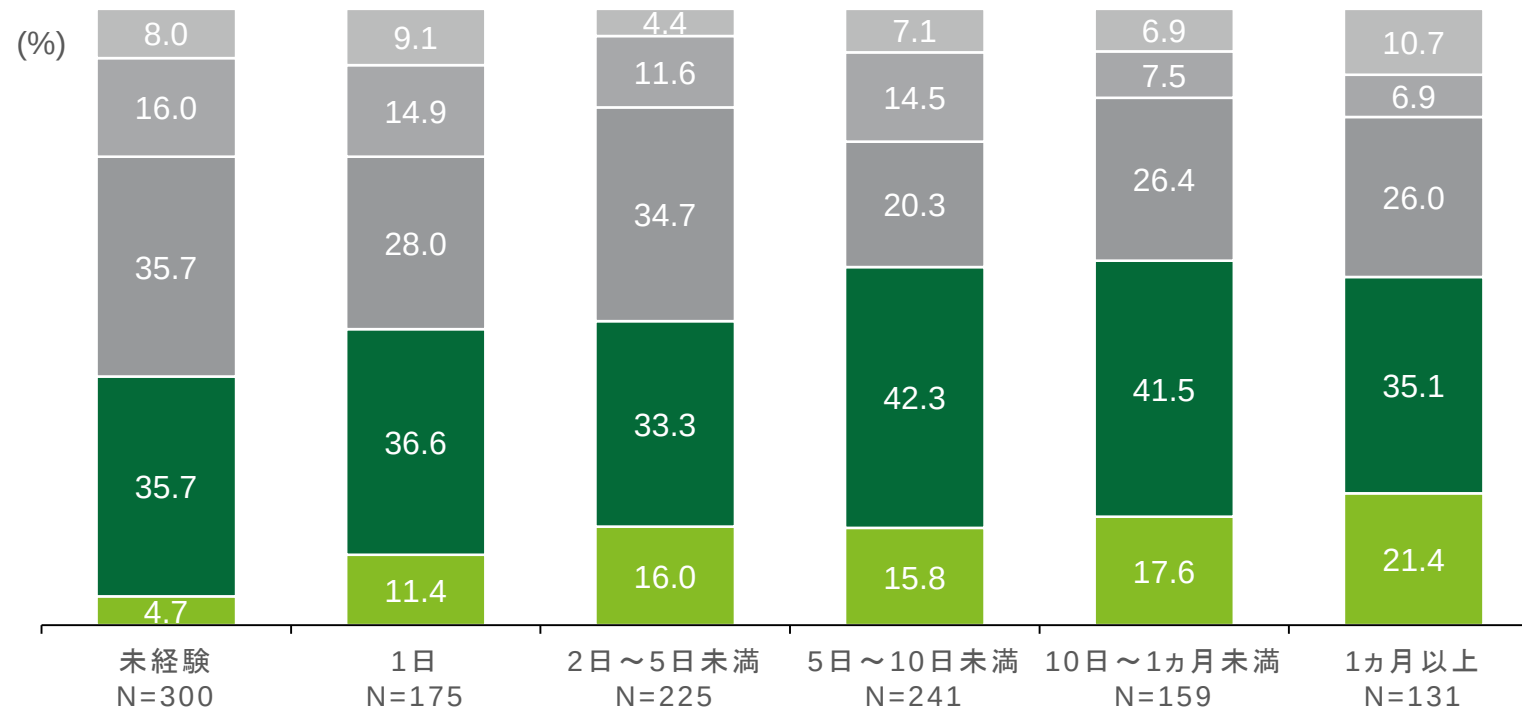
インターンシップ経験

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

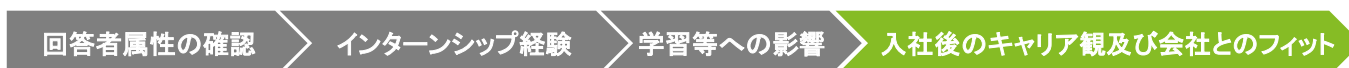
自分の仕事に満足しているか【Q30-3】

■ 強く思う ■ そう思う ■ どちらともいえない ■ そう思わない ■ 全くそう思わない



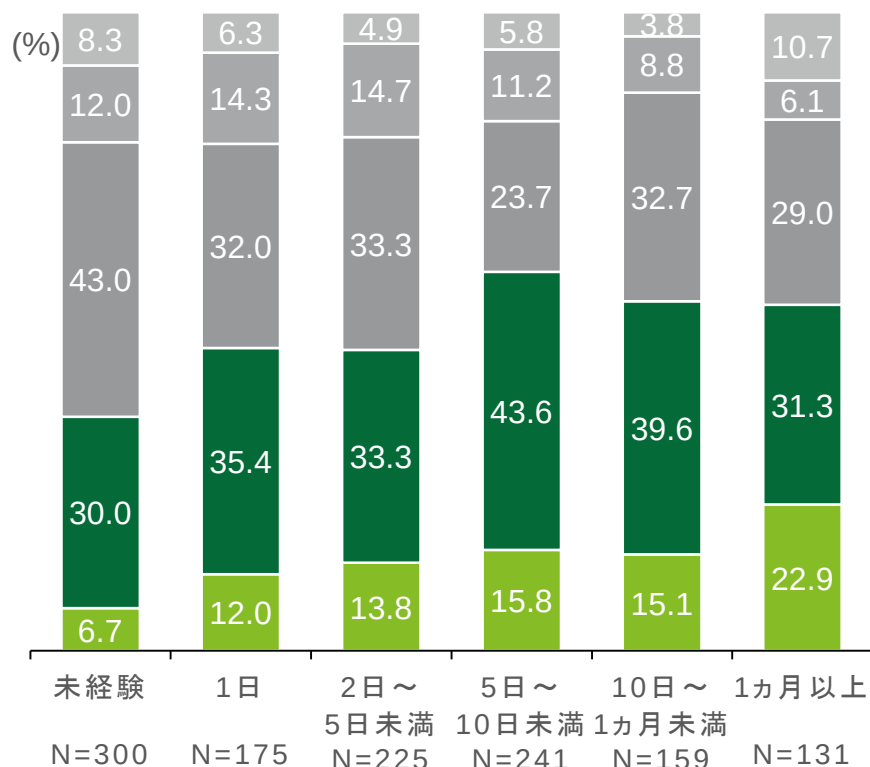
最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の会社・職場へのフィット感の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど会社・職場へのフィット感が高い



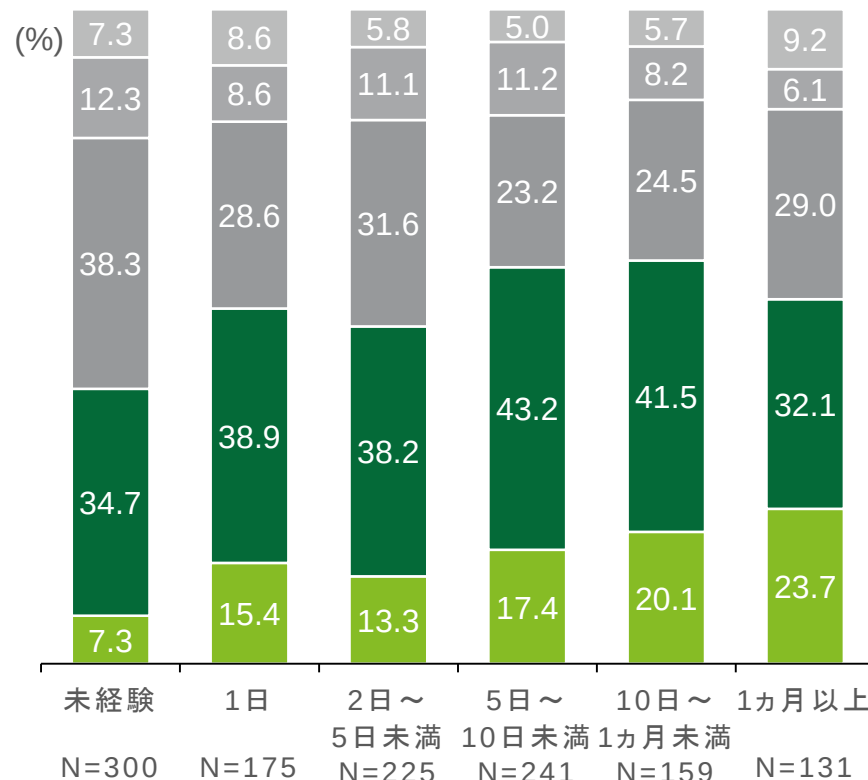
今の会社は、自分に合っているか
【Q30-4】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



今の職場は、自分に合っているか
【Q30-5】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の仕事へのフィット感の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど仕事へのフィット感が高い

回答者属性の確認

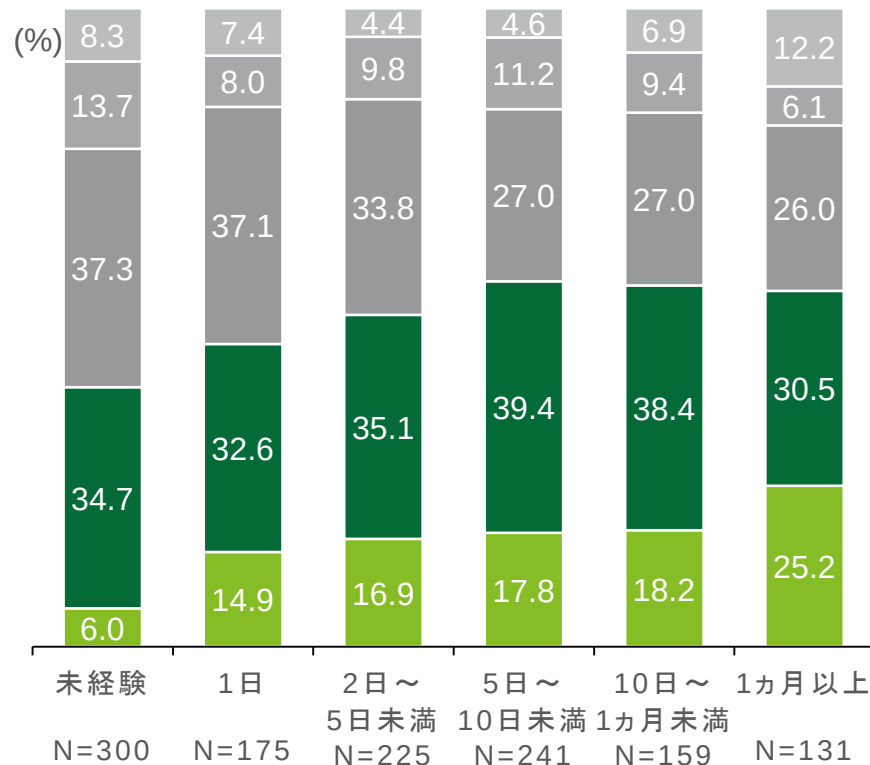
インターンシップ経験

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

今の仕事は、自分に合っているか
【Q30-6】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者のキャリアパスの実現感の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほどキャリアパスのイメージができていたり、キャリアに関してサポートしてくれる人が職場にいるなど、キャリアパスの実現性が高いと考えている

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

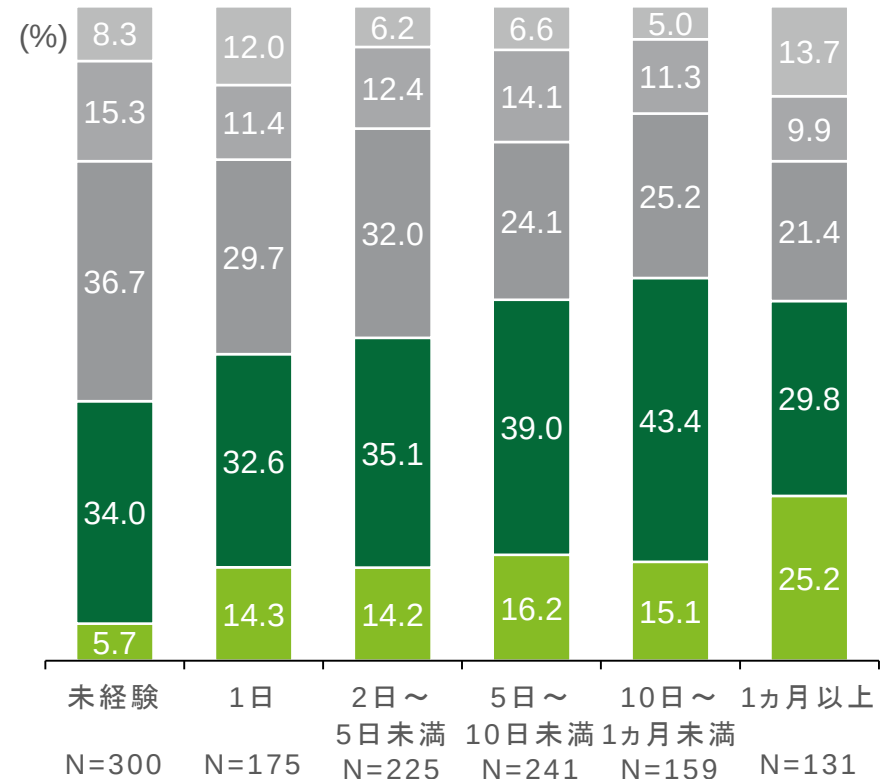
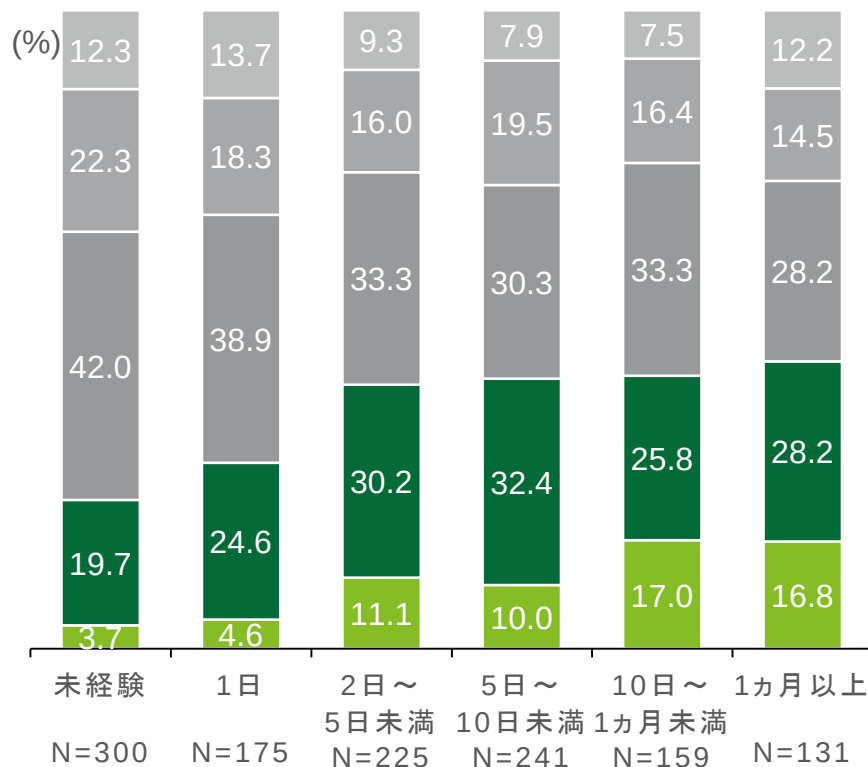
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

今の会社で、今後のキャリアパスのイメージができているか【Q30-7】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない

キャリアに関して積極的にサポートしてくれる人が職場にいるか【Q30-8】

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者のキャリアパスの実現感の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほどキャリア目標を達成できていると考えている

今の会社で、キャリア目標を達成できると思うか【Q30-9】

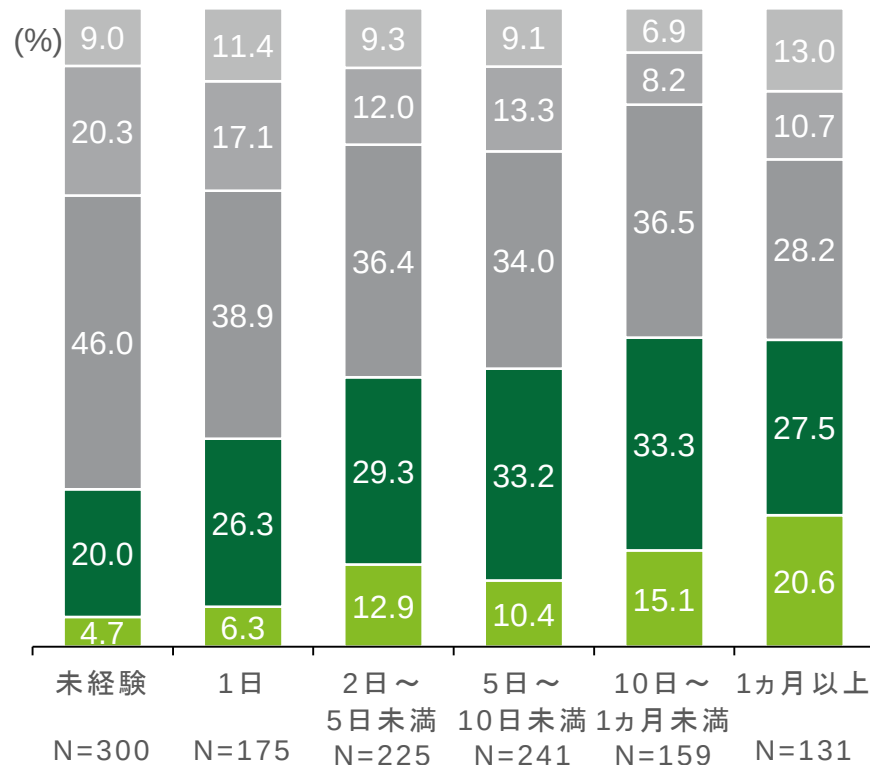
回答者属性の確認

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

- 強くそう思う
- そう思う
- どちらともいえない
- そう思わない
- 全くそう思わない



インターンシップの期間と入社後の満足度の設問ごとに相関を求めた結果、全ての設問で正の相関が得られた

- 最も長いインターンシップ期間の区分ごとに日数の中央値 及び入社後の満足度に関する各設問【Q30】の平均値を求め、その値から相関係数を算出した

回答者属性の確認

インターンシップ経験

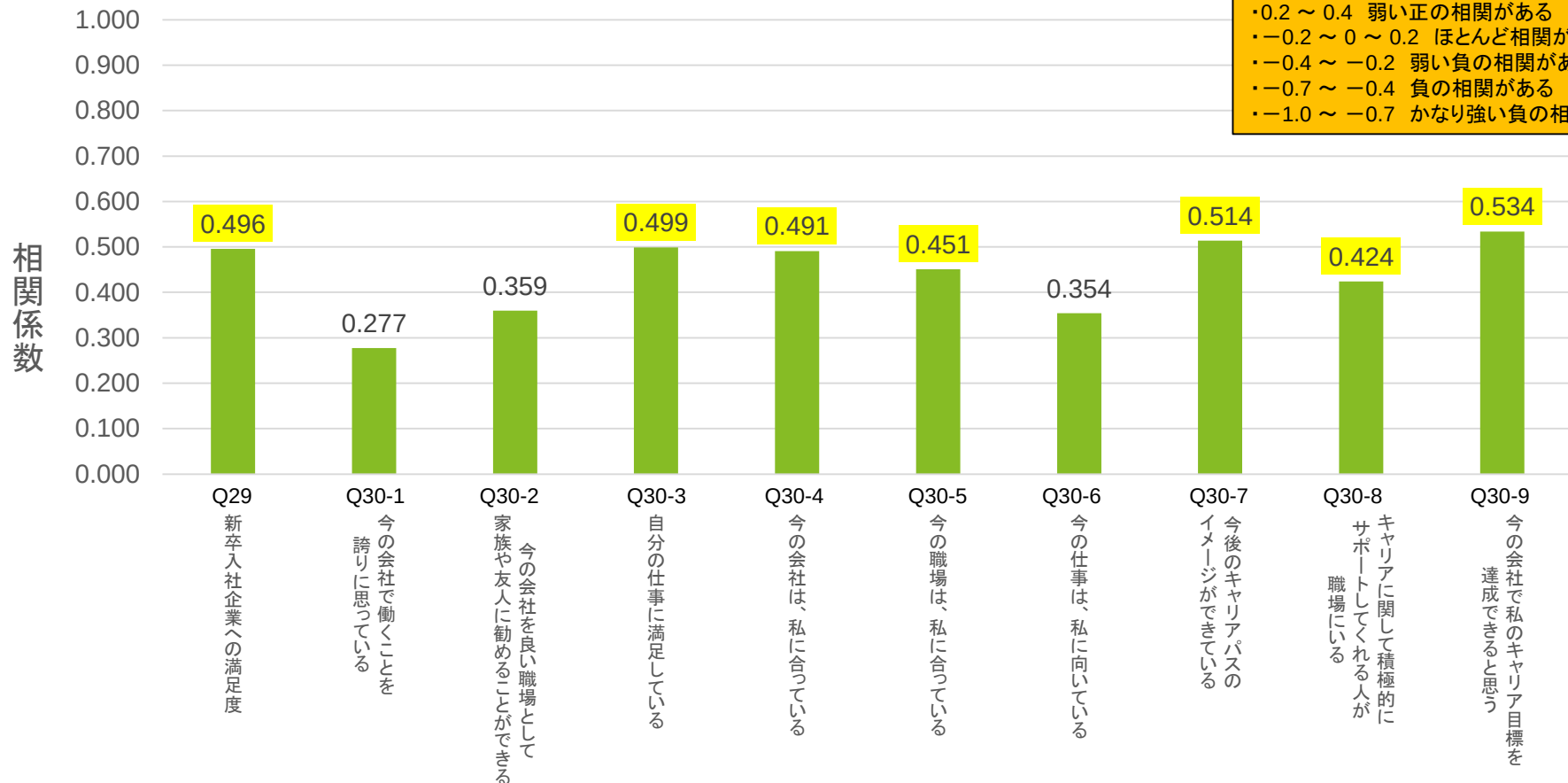
学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

インターンシップの期間と入社後の満足度の相関

相関係数の強弱の目安

- ・0.7 ~ 1.0 かなり強い正の相関がある
- ・0.4 ~ 0.7 正の相関がある
- ・0.2 ~ 0.4 弱い正の相関がある
- ・-0.2 ~ 0 ~ 0.2 ほとんど相関がない
- ・-0.4 ~ -0.2 弱い負の相関がある
- ・-0.7 ~ -0.4 負の相関がある
- ・-1.0 ~ -0.7 かなり強い負の相関がある



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(会社の方針)の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、入社後に理念や将来性など、会社の方針に良いイメージを持っている。
また、イメージよりも悪いと感じている者と経験したインターンシップの期間の相関は弱い

回答者属性の確認

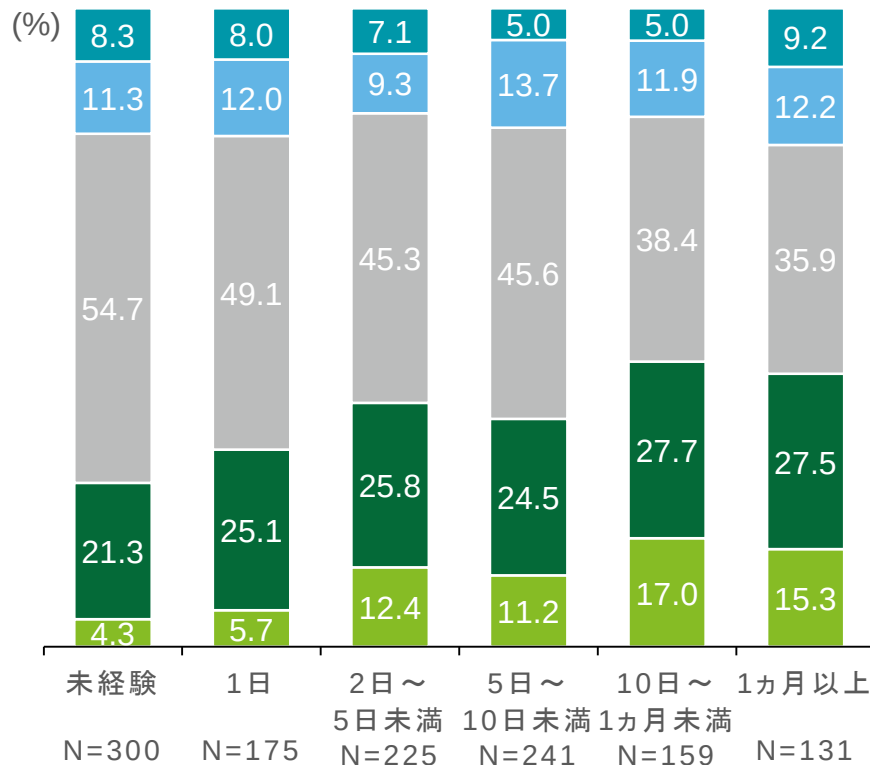
インターンシップ経験

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

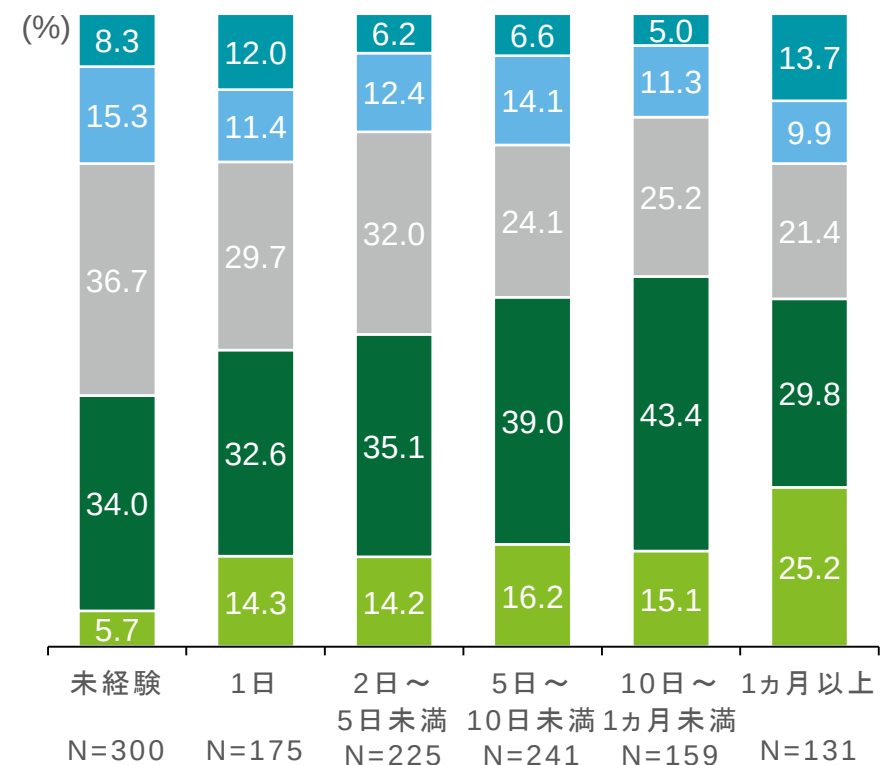
入社前後で会社の理念やビジョンに差を感じたか【Q31-1】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



入社前後で会社の将来性に差を感じたか【Q31-2】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(個人の成長)の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、入社後に仕事の達成感や成長機会の多さなど、個人の成長に良いイメージを持っている。また、イメージよりも悪いと感じている者とインターンシップの期間の相関は弱い

回答者属性の確認

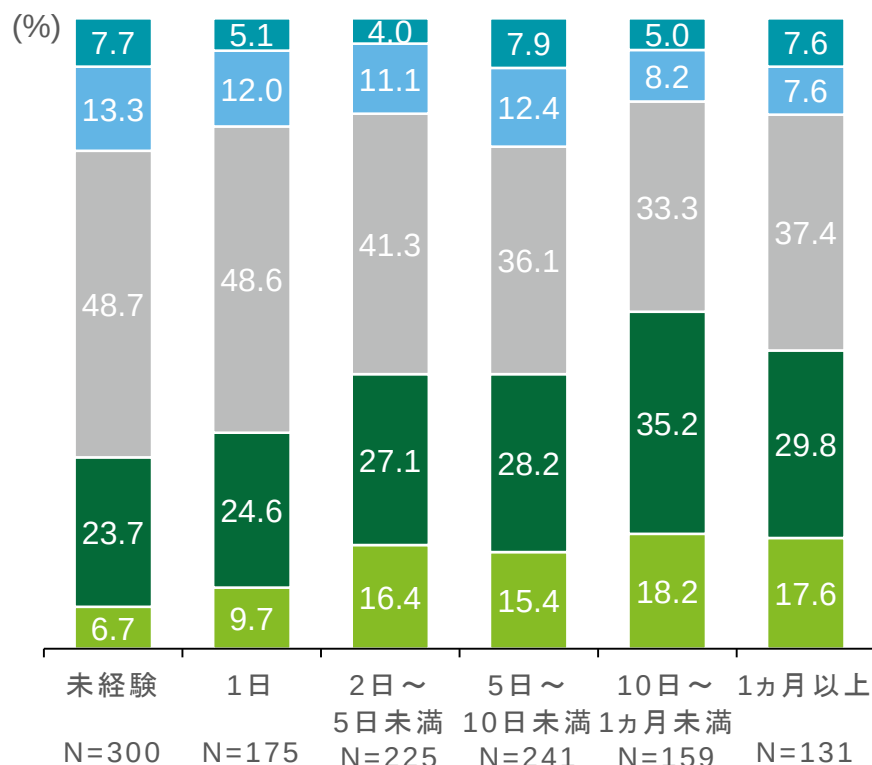
インターンシップ経験

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

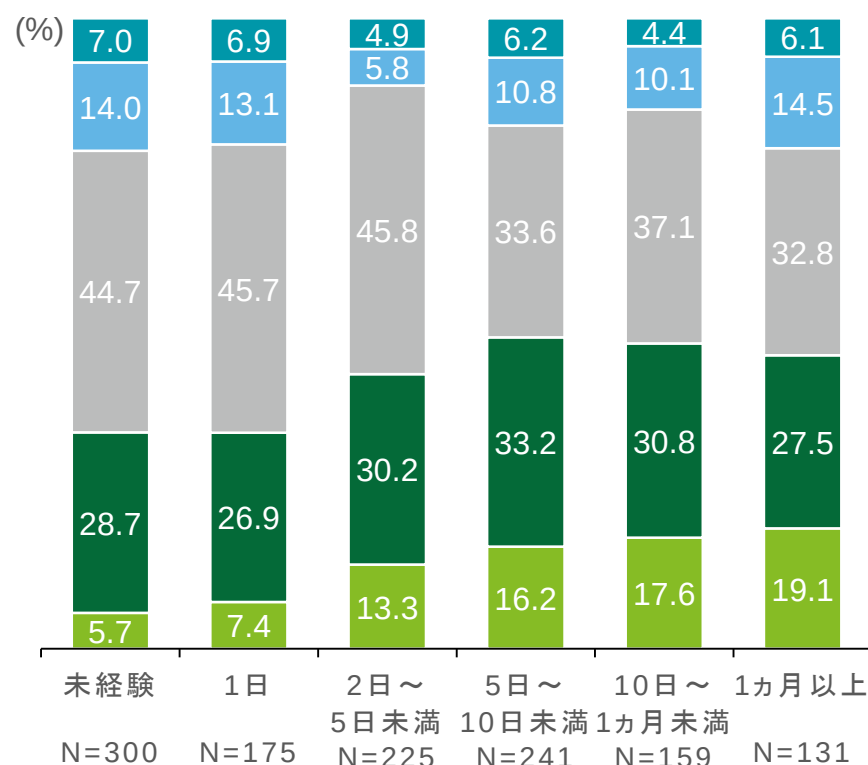
入社前後で仕事の達成感を得られる機会の多さに差を感じたか【Q31-3】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



入社前後で仕事から得られる成長機会の多さに差を感じたか【Q31-4】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(仕事への関与)の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど入社後、任される仕事や与えられる自律性など、仕事への関与に良いイメージを持っている。また、イメージよりも悪いと感じている者とインターンシップの期間の相関は弱い

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

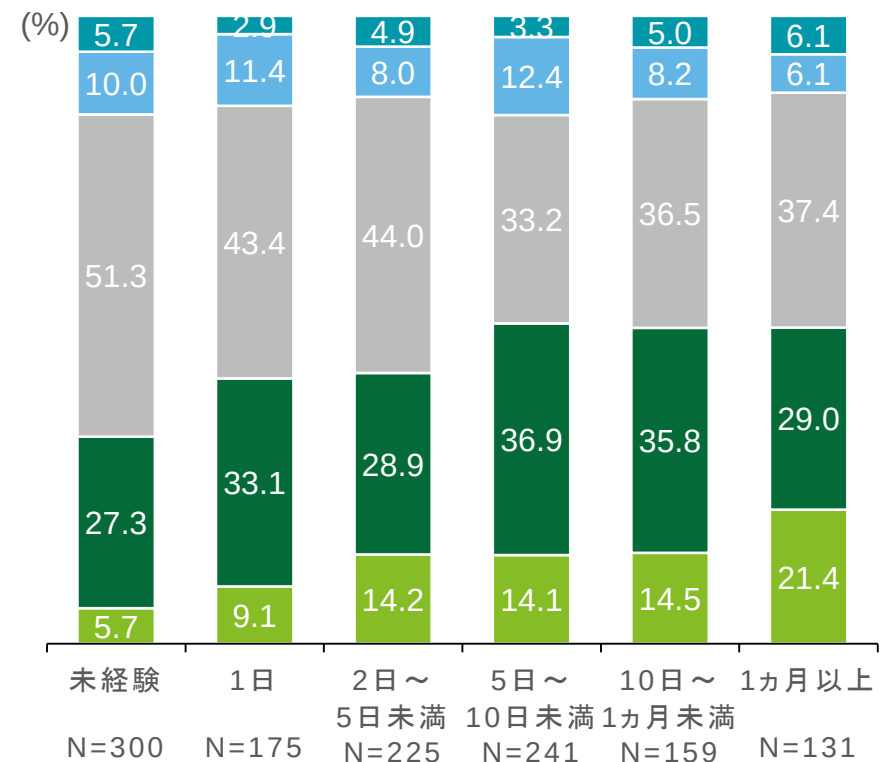
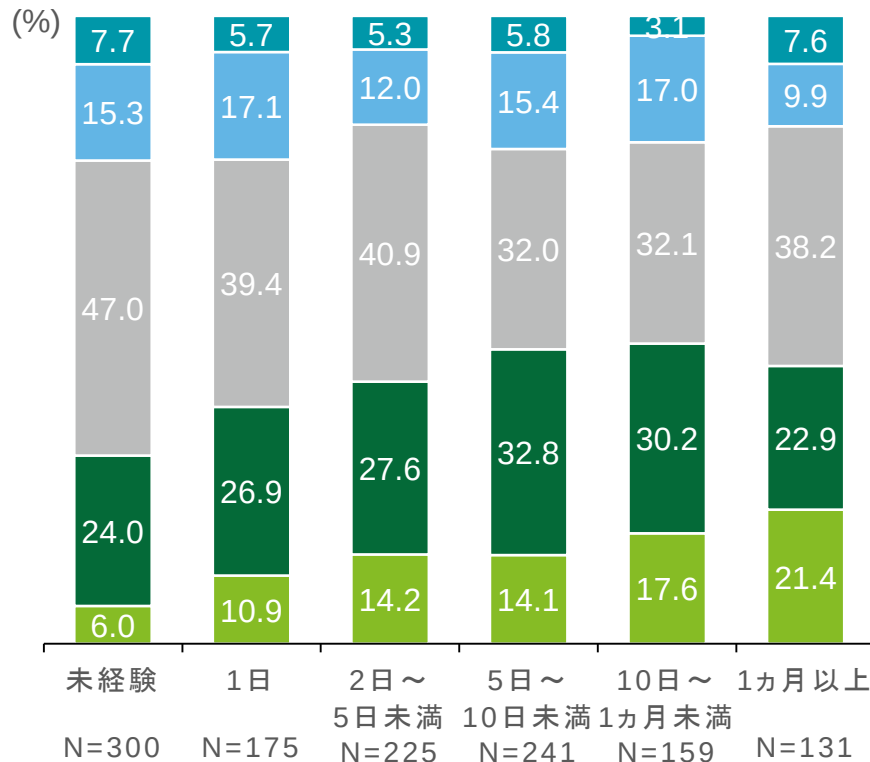
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

入社前後で任される仕事の
種類に差を感じたか
【Q31-5】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった

入社前後で仕事をこなす上で与え
られる自律性に差を感じたか
【Q31-6】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(キャリアパスイメージ)の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど入社後、将来的なキャリアパスに良いイメージを持っている。また、イメージよりも悪いと感じている者とインターンシップの期間の相関は弱い

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

入社前後で将来的なキャリアパスに差を感じたか【Q31-7】

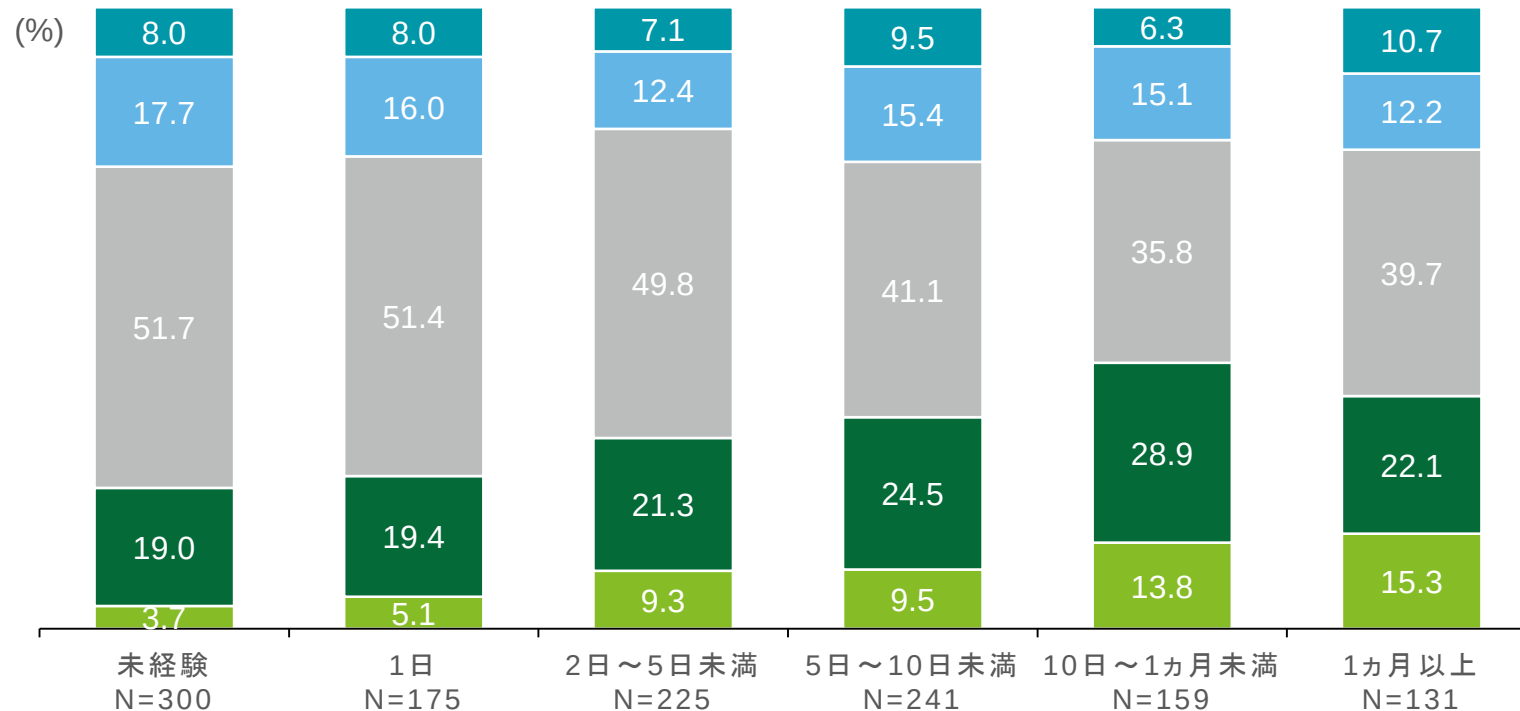
■ イメージよりも良かった

■ イメージよりもやや良かった

■ 差はあまり感じない

■ イメージよりもやや悪かった

■ イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(上司・同僚との人間関係)の関係

- 職場の上司や同僚との人間関係は、インターンシップの期間と入社前後のイメージ差の相関は弱い

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

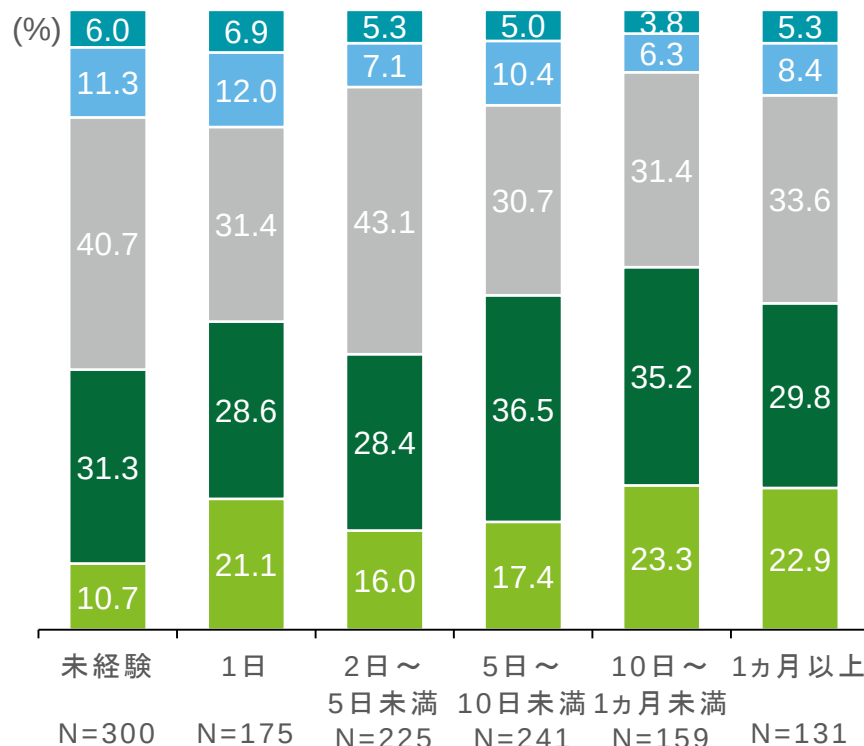
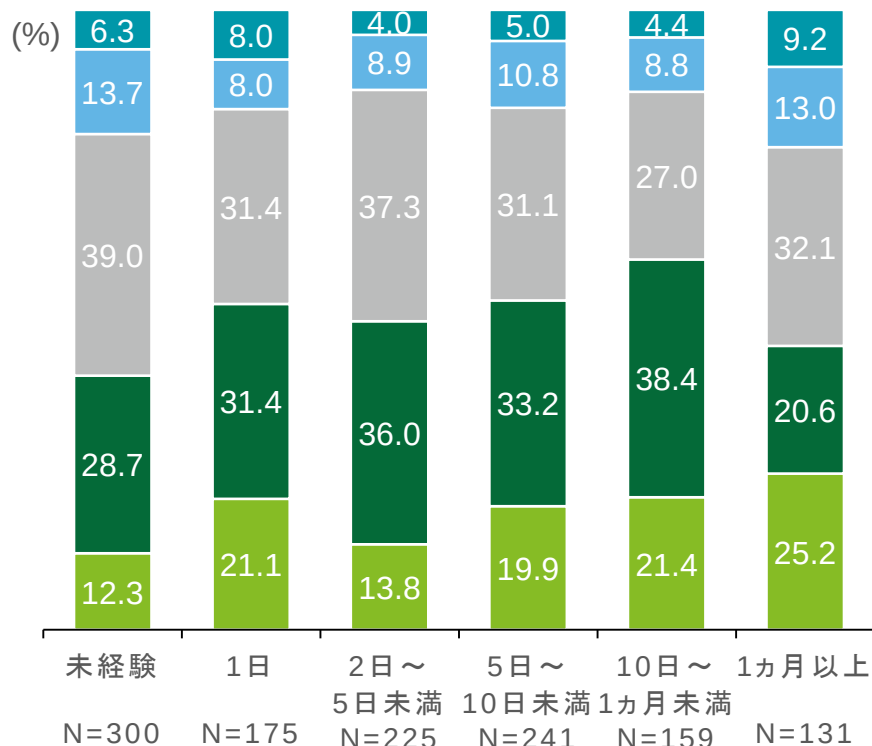
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

入社前後で職場での上司との人間関係に差を感じたか【Q31-8】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった

入社前後で職場での同僚との人間関係に差を感じたか【Q31-9】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(同期入社との人間関係)の関係

- 職場の同期の人たちとの人間関係は、インターンシップの期間と入社前後のイメージ差の相関は弱い

回答者属性の確認

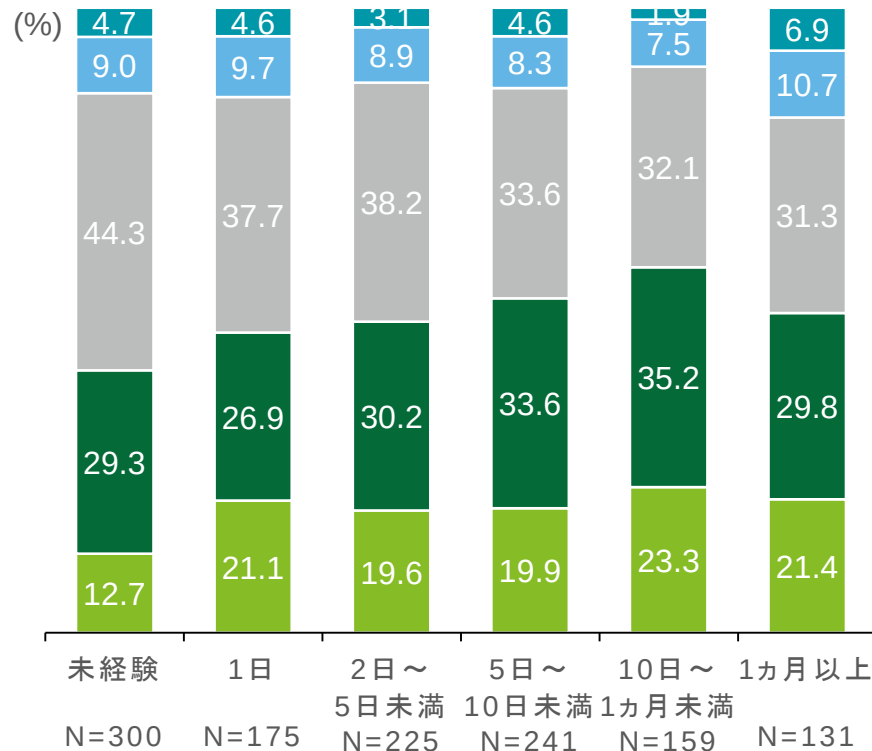
インターンシップ経験

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

入社前後で同期入社の人たちとの人間関係に差を感じたか【Q31-10】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(職場の上司、同僚の能力)の関係

- 入社後、職場の上司や同僚の能力に対して、イメージよりも悪いと感じている者とインターンシップの期間との相関は弱い

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

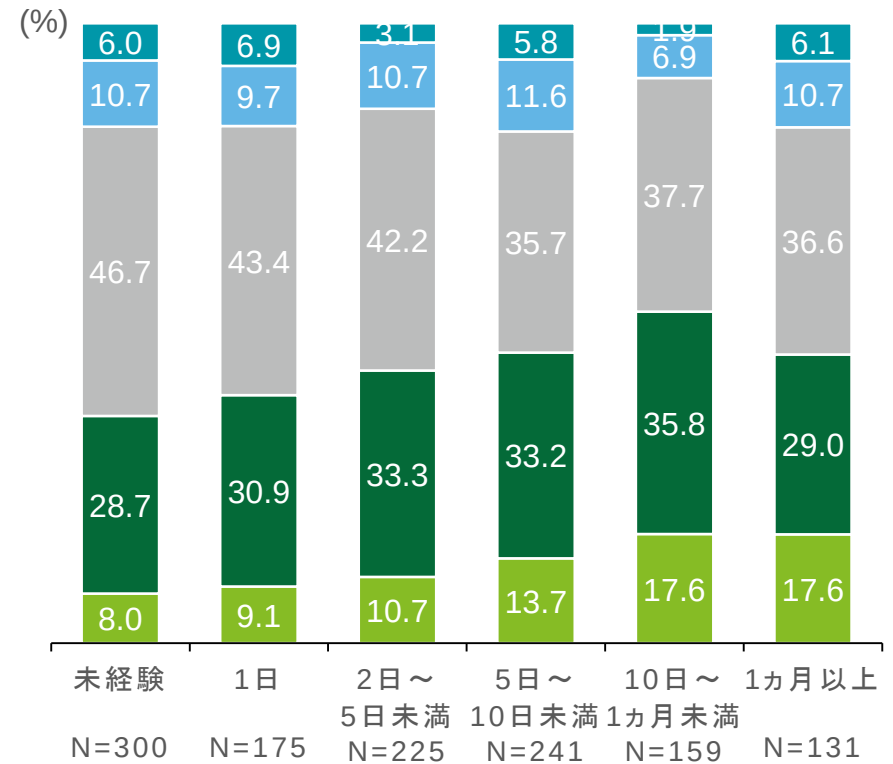
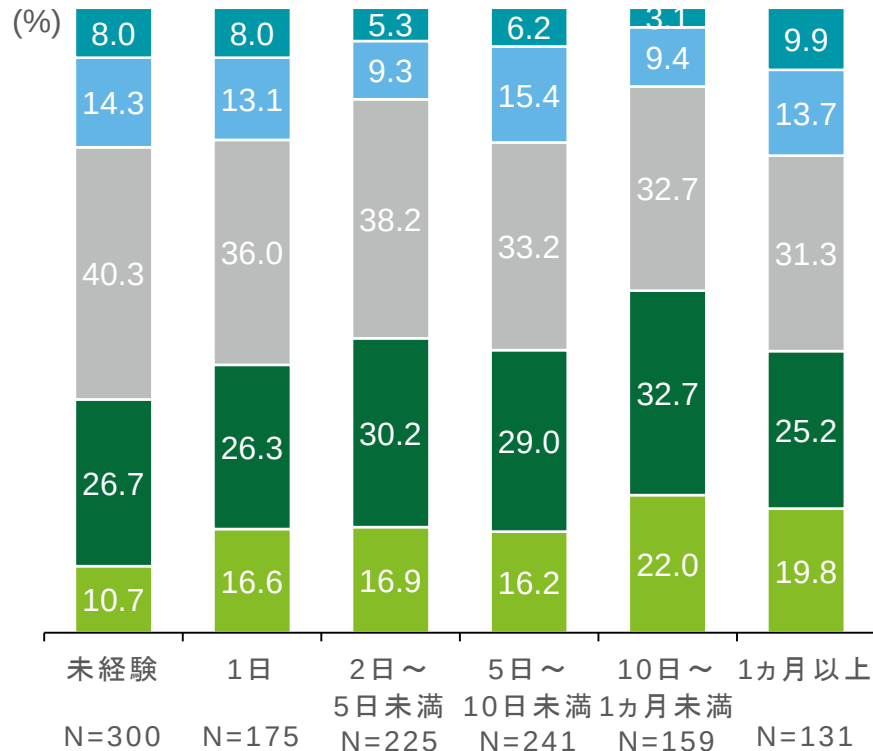
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

入社前後で職場の上司の能力に差を感じたか【Q31-11】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった

入社前後で配属された職場の同僚の能力に差を感じたか【Q31-12】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(同期入社能力)の関係

- 入社後、職場の同僚や同期入社の人たちの能力に対して、イメージよりも悪いと感じている者とインターンシップの期間との相関は弱い

回答者属性の確認

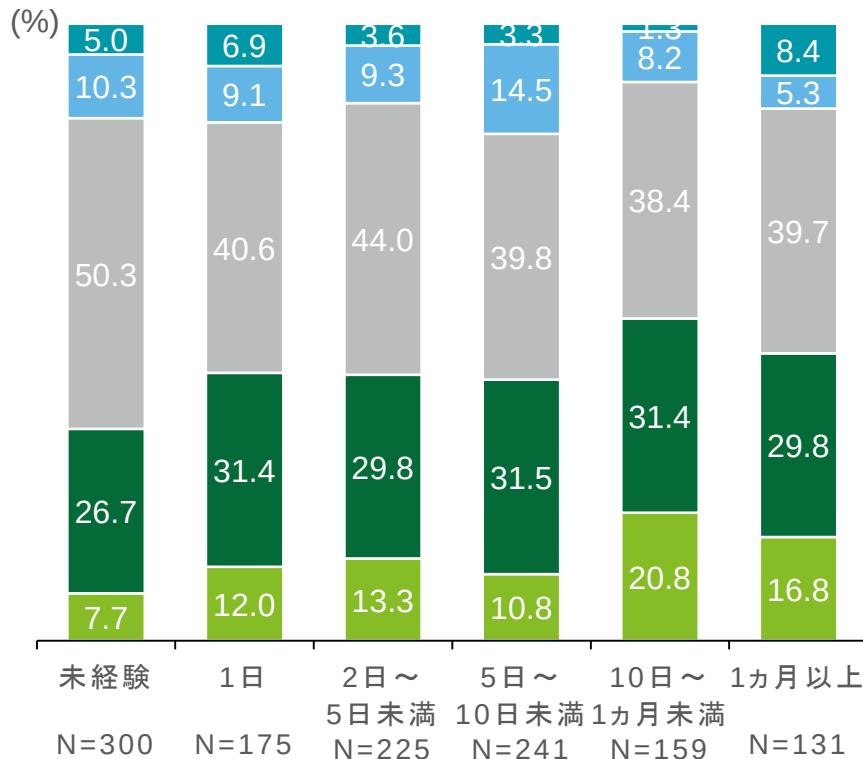
インターンシップ経験

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

入社前後で同期入社の人たちの能力に差を感じたか【Q31-13】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(給与・福利厚生)の関係

- 未経験、1日及び1ヵ月以上のインターンシップ経験者は入社後で、給与や福利厚生など、会社の待遇に対しイメージ差を感じている

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

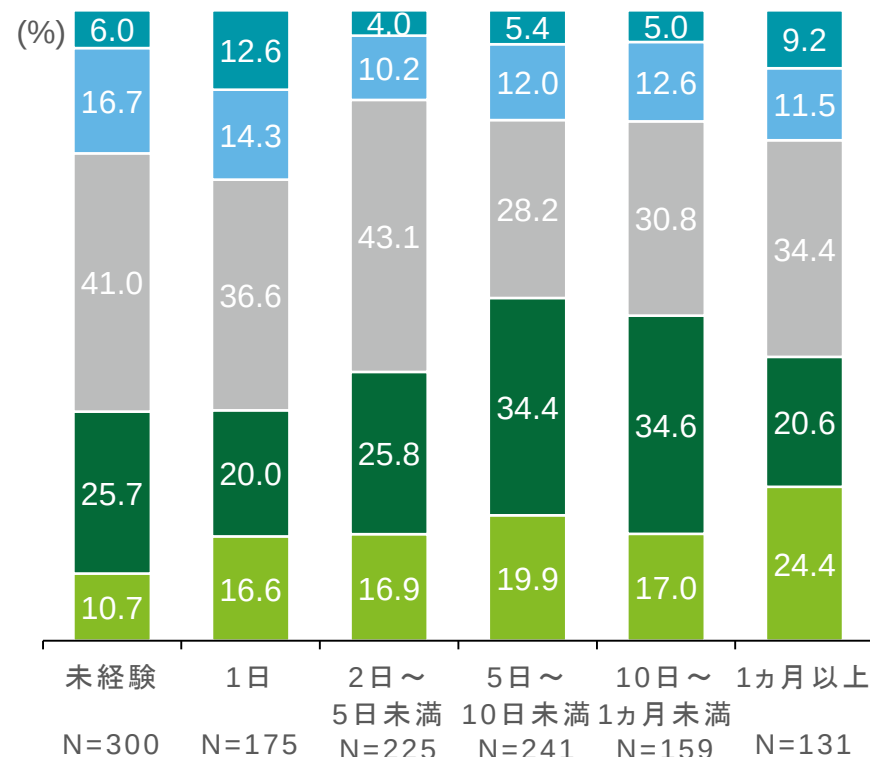
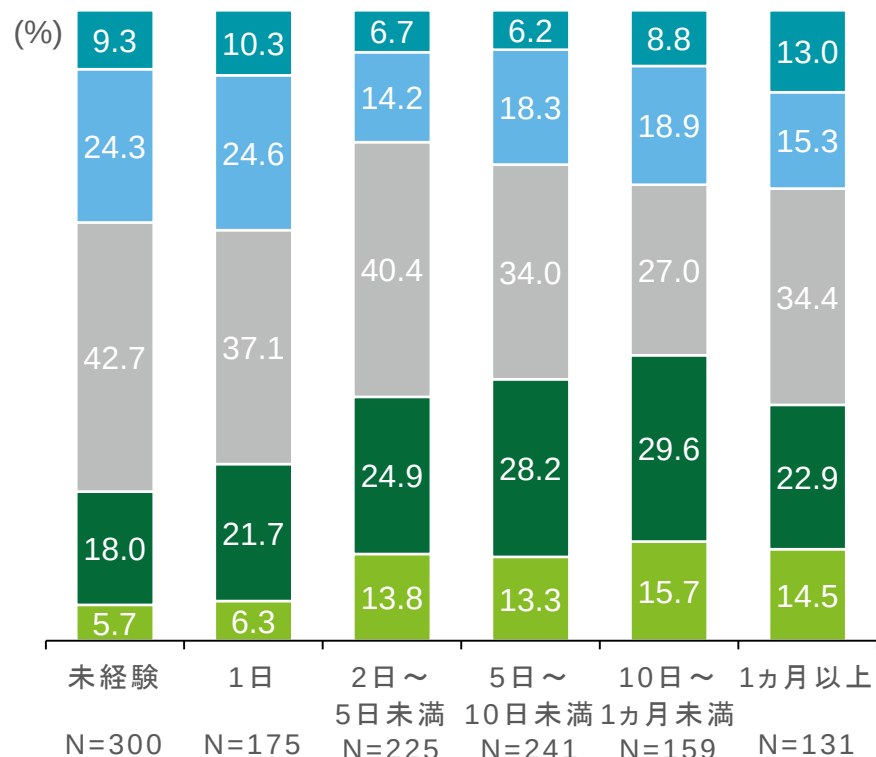
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

入社前後で給与に差を感じたか【Q31-14】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった

入社前後で福利厚生に差を感じたか【Q31-15】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(評価制度・昇進機会)の関係

- 未経験、1日及び1ヵ月以上のインターンシップ経験者は入社後で、評価制度や昇進昇格機会など、会社の制度に対しイメージ差を感じている

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

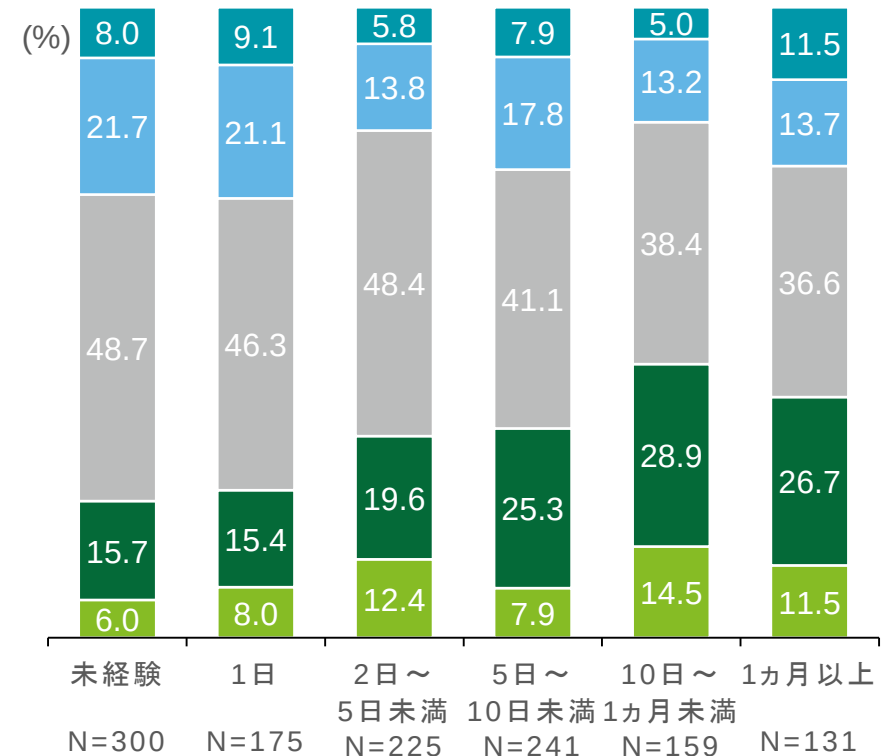
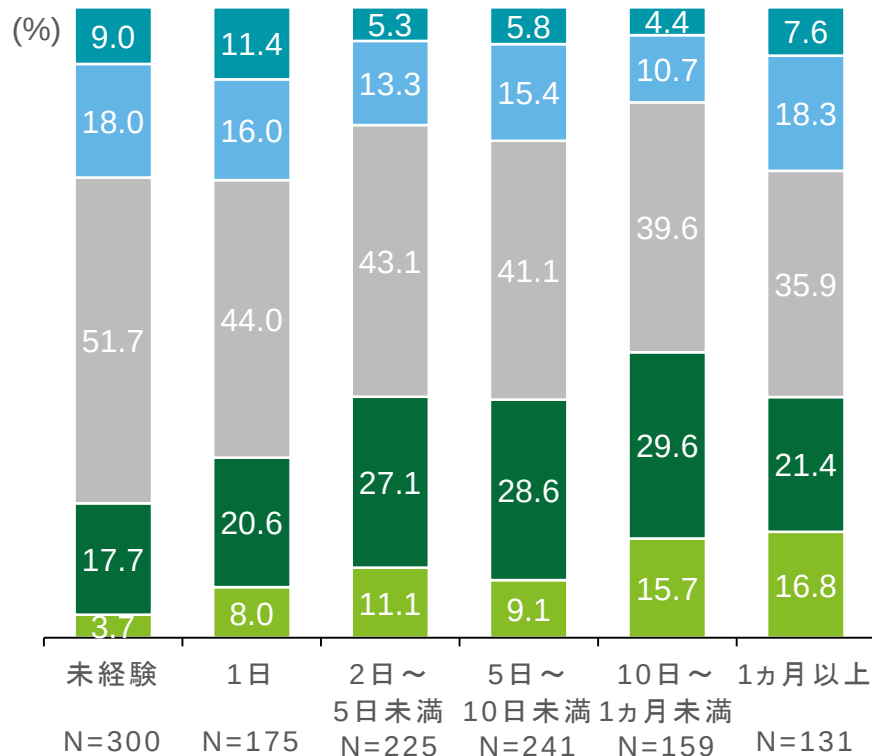
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

入社前後で評価制度に差を感じたか【Q31-16】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった

入社前後で昇進昇格機会に差を感じたか【Q31-17】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の入社前後のイメージ差(労働環境、働き方)の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど入社後、労働時間や労働環境、働き方に良いイメージを感じている。また、イメージよりも悪いと感じている者とインターンシップの期間との相関は弱い

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

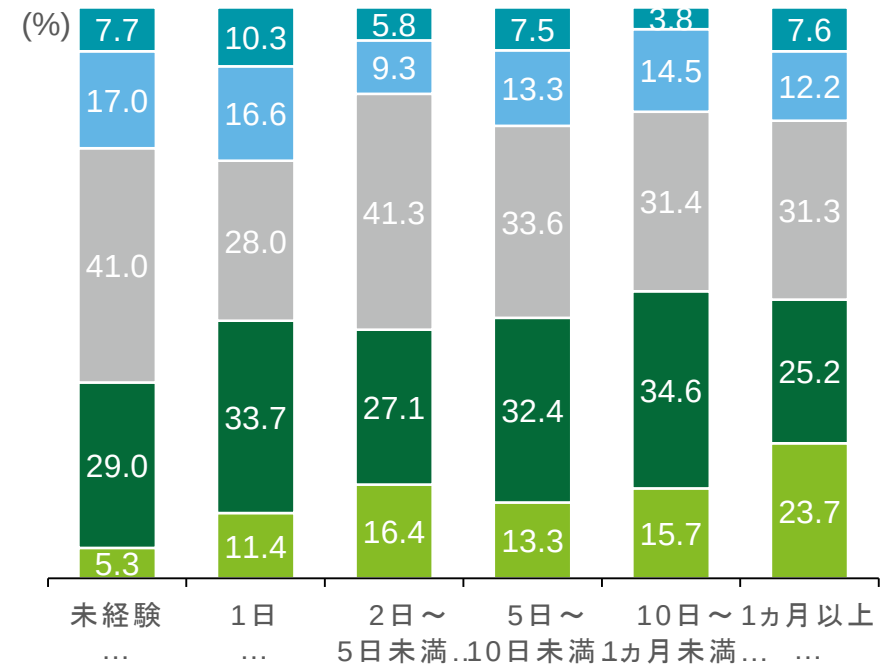
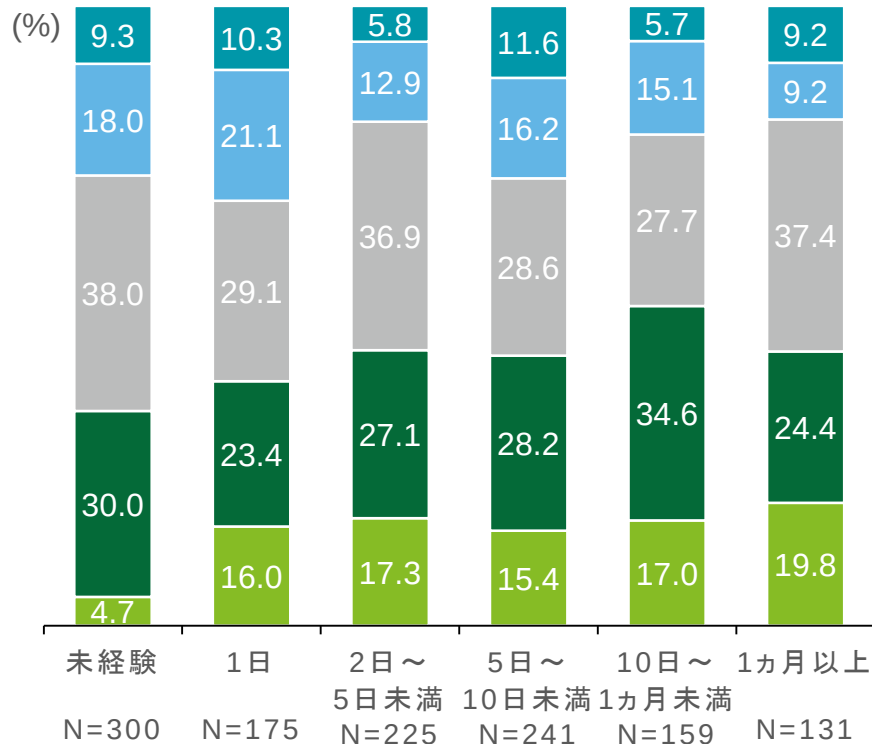
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

入社前後で労働時間・労働環境に差を感じたか【Q31-18】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった

入社前後で働き方に差を感じたか【Q31-19】

- イメージよりも良かった
- イメージよりもやや良かった
- 差はあまり感じない
- イメージよりもやや悪かった
- イメージよりも悪かった



インターンシップの期間と入社前後のイメージ差の設問ごとの相関を求めた結果、高い割合で正の相関が得られた。一方、人間関係については相関が弱い結果となった

- 最も長いインターンシップ期間の区分ごとに日数の中央値 及び入社前後のイメージ差に関する各設問【Q31】の平均値を求め、その値から相関係数を算出した

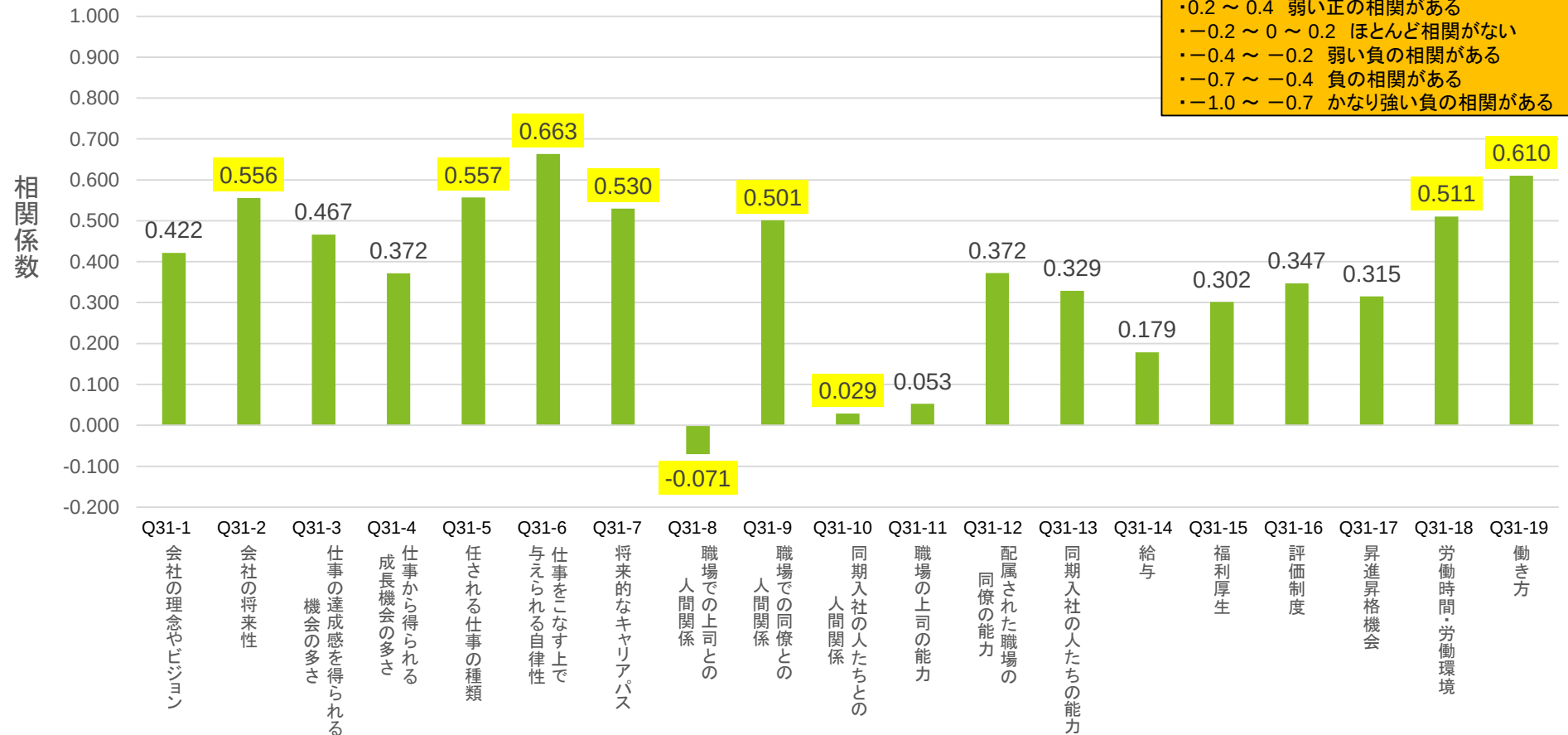
回答者属性の確認

インターンシップ経験

学習等への影響

入社後のキャリア観及び会社とのフィット

インターンシップの期間と入社前後のイメージ差の相関



最も長く経験したインターンシップの期間とインターンシップ参加者の職業選択・仕事への影響度の関係

- 期間が長いインターンシップの経験者ほど、インターンシップ経験が職業選択や、仕事に良い影響を与えていると感じている

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

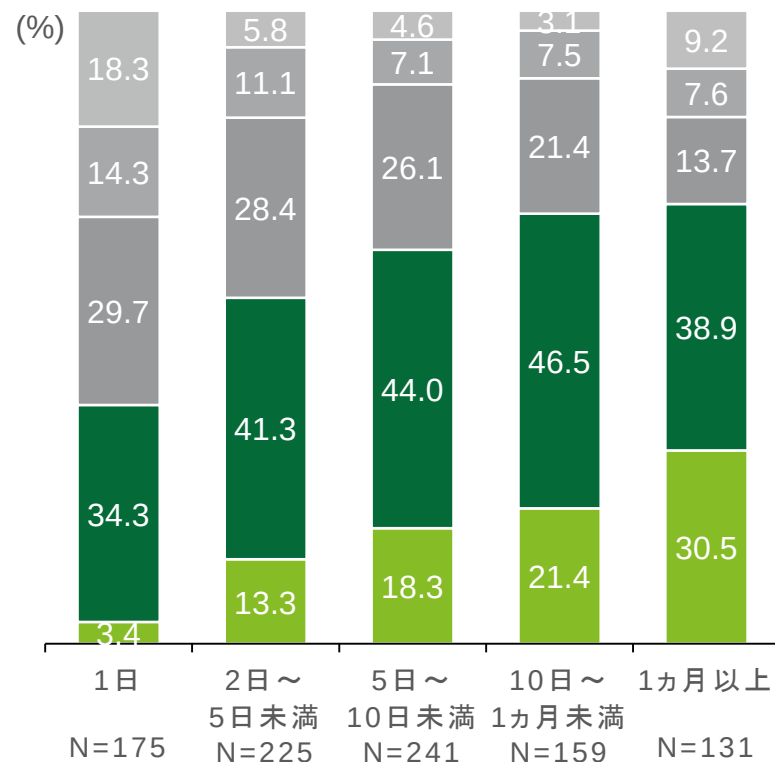
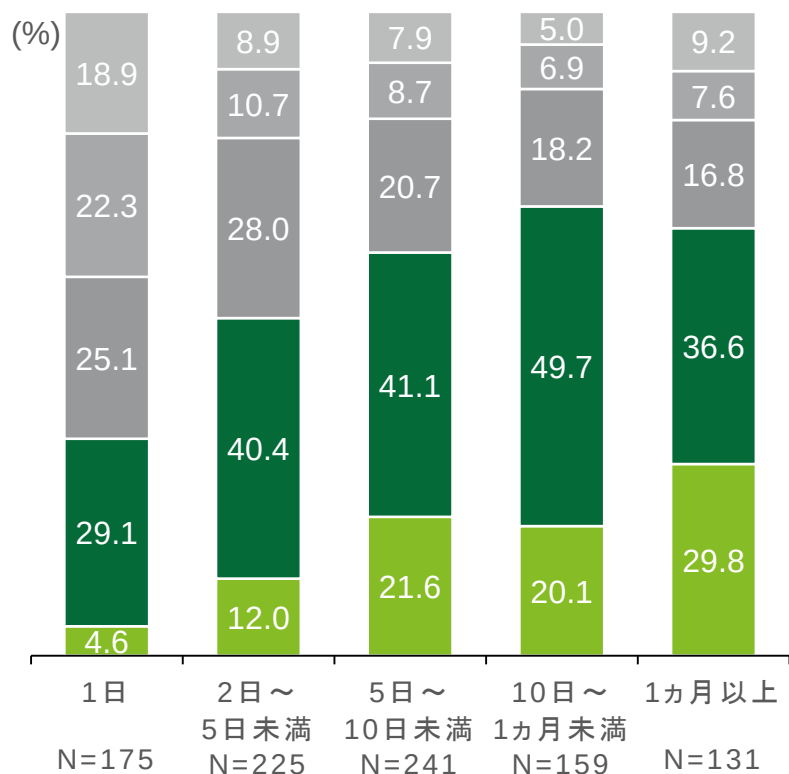
入社後のキャリア観及び会社とのフィット

インターン経験は今の職業選択に影響あるか【Q32】

- とても影響があった
- 影響があった
- どちらともいえない
- 影響がなかった
- 全く影響がなかった

インターン経験は今の仕事に良い効果があるか【Q33】

- とても効果があった
- 効果があった
- どちらともいえない
- 効果はなかった
- 全く効果はなかった



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 インターンシップの主観的満足度や職業選択・仕事への影響度などは、期間が長いほど向上する。一方、5日以上であれば、この向上の割合は少ない項目も存在。（p.17、p.52参照）
- ② 学習に対する効果もインターンシップの期間と比例している。特にクラブ活動やアルバイトへの参加は増えていない一方、学習に関する意欲・時間が増えているとの回答が見られ、本調査の結果としては、学習への正の効果が確認された。（p.24～31、p.54参照）
- ③ 内定や就職活動への理解といった、採用関係を目的としたインターンシップの参加であっても、自己理解やキャリアプランの明確化等に対する効果は一定程度ある。（p.55参照）
- ④ 離職率との関係は弱い。他方で、退職理由をみると、期間が長いインターンシップ経験者ほど「キャリアチェンジ」等のポジティブな理由や、人間関係や評価などインターンシップでは見えづらい理由の割合が高い。（p.32、33参照）
- ⑤ リアリティショックの観点では、会社の将来性やビジョン、個人の成長機会等についてはインターンシップの期間が長いほど良いイメージを持っている割合が高い。（p.41～44、p.51参照）
- ⑥ 期間の長いインターンシップの課題は、
 - ・ インターンシップ参加者の負担が大きいこと（p.19参照）
 - ・ 1ヵ月以上のインターンシップの開催は東京圏が多く、相対的に地方での開催は少ないこと（p.5参照）
 - ・ 入社してからの人間関係等については十分に理解を得られておらず、これによるリアリティショックの緩和には寄与できていないこと（p.33、p.45、p.46参照）
等が挙げられる。

②企業ヒアリング結果

調査要領

- 先進的なインターンシップへの取り組みを行っている企業に対してインタビューを実施した

インタビュー対象企業

インタビュー実施企業名	基本情報				
	所在地	従業員数	売上高	事業内容	期間
旭建設株式会社	千葉県	約100人	124億 (18年)	総合建設業	10日・20日
オイシックス・ラ・大地株式会社	東京都	約670人	640億円 (18年度)	ウェブサイトやカタログによる一般消費者への食品・食材の販売	1ヶ月以上
株式会社応用社会心理学研究所	大阪府	約20人	—	社会心理学的研究、法人向けコンサルティング事業、マーケティング事業等	5～6ヶ月
株式会社キュービック	東京都	約300人	57億円	成功報酬型インターネット集客代行業業、広告代理事業等	6ヶ月以上
株式会社昭栄美術	東京都	約300人	83億円	展示会・イベント等に関する企画、設計、製作、施工および運営	1.5日・2日・3日・5日
ソフトバンク株式会社	東京都	約17,100人	3兆7,463億円	移動通信サービス・インターネット接続サービスの提供、携帯端末の販売等	7日・2週間・4週間・2ヶ月
株式会社力の源ホールディングス	福岡県	約620人	274億円 (19年3月期連結)	国内・海外の店舗運営事業、フランチャイズ事業等	2日・2週間・6ヶ月
ボッシュ株式会社	東京都	約6,100人	3,250億円 (18年連結)	エンジンマネジメントシステム・コンポーネント等の開発・製造・販売	2週間・2週間～2ヶ月・3ヶ月～1年
三菱電機株式会社	東京都	約146,000人	4兆5,199億円 (19年3月期連結)	重電システム・情報通信システム・電子デバイス・家庭電器事業等	1～2週間・1ヶ月・1～6ヶ月

調査要領

- 企業に対するインタビュー内容は、長期インターンシップ実施状況と制度内容、効果検証状況と結果、および長期インターンシップを実施した際の課題から構成した
- 複数日にわたり実施されるインターンシップを調査対象とした

インタビュー内容

インタビュー項目	内容
長期インターンシップ実施状況	
インターンシップの種類	■ 実務体験型／課題解決型／新規事業創出型／大学講義型
実施目的	■ 認知度向上、会社理解、就職活動支援、優秀人材見極め、選考等
実施時期	■ 学年別に当年4～翌年3月
実施期間	■ 2日・3～5日間・2週間以上・3か月以上
プログラム内容	■ 会社説明等座学、PJアサイン、職場見学、仕事体験等
報酬有無	■ 有無、支給の場合は金額
大学との連携有無	■ 有無、連携時は連携大学・方法等

インタビュー項目	内容
長期インターンシップ効果検証結果	
インターンシップの効果検証有無、方法	■ 有無 ■ 実施の場合は方法
長期インターンシップ経験者の離職率	■ 経験者と離職率の相関 ■ 未経験者との差分
長期インターンシップ経験者の評価・ロイヤリティ・エンゲージメント	■ 経験者と離職率の相関 ■ 未経験者との差分
長期インターンシップ活性化に向けた課題	
長期インターンシップの更なる活用に向け課題	■ プログラムの設計、受入れ体制、自社の風土・旧来型の人事制度、コスト(人件費込み)等

企業事例:旭建設株式会社

基本情報	
所在地	千葉県
従業員数	約100人
売上高	124億(18年)
事業内容	総合建設業

インターンシップ概要

- ・ 学生の就業意識と意欲を高め、進路決定に役立つよう努める
- ・ 実践的な現場実習と多面的なフィードバックを実施し、入社へ繋がった際のミスマッチ低減を目指す

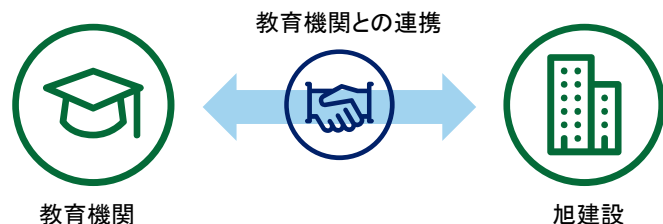
取り組み・目的	■ 社員の半数以上が指導に関与し、学生の希望が叶う指導を実施 ■ インターンシップを採用直結と位置付け ■ 初日と中間で計2回学生へヒアリングを実施し、学生の興味や関心に沿った実習を提供 ■ 教育機関と連携し、単位認定 ■ 業務理解を促進し、入社後のミスマッチを低減	目的	■ キャリア教育としての就業機会の提供 ■ 業務内容への理解を深めることによるミスマッチの低減
開催時期：長期休暇中 10日間インターンシップ 20名程度 20日間インターンシップ 数名程度 開催場所：首都圏中心 (学生の通勤時間を考慮し場合によっては宿泊場所を手配)		内容	◆ 導入研修 安全教育 8日間/18日間： 現場実習 ◆ 成果発表 ■ 全学年・学部学科共通にて実施 ■ 建築施工管理業務を体験 ■ 新人・若手社員が学生の指導を担当 ■ 現場に権限委譲し実践的なプログラムを提供 ➢ 朝礼リーダーの体験 ➢ 協力業者へ工事内容の説明・安全指導 ➢ 設計図書の活用・図面指導 ➢ 他現場見学 ➢ 地域貢献活動(周辺清掃)への参加他 ■ 毎日1時間、当日の学びや振返り、質問を記載する「実習ノート」を作成 ■ 最終日[成果発表・適正テスト・社員との懇親会]
教育機関との連携	■ 単位認定		フィードバック ■ 「実習ノート」へのコメントバック ➢ 日々メンターや役職者が赤入れやコメントを記入することで習熟度と理解度を確認する ■ 「適正テスト」結果通知 ➢ 学生が自身の長所・短所を理解し、進路決定へ向けての行動を考えるきっかけを与える ■ 「成果発表」評価通知 ➢ 評価を個別に通知し学業へ活かす
受入人数	■ 20名程度		

インターンシップの特色

- ・ 教育機関と密に連携する
- ・ 全社的な取り組みとして社員の協力体制を築いている

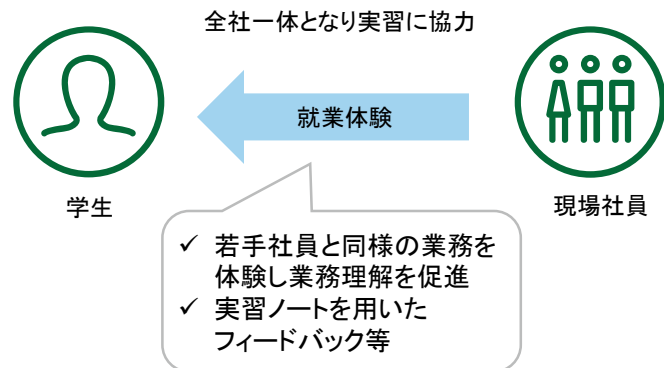
教育機関との連携

- 主に近隣の千葉工業大学や日本大学と連携し学生の受け入れを実施
 - 特に日本大学生産工学部はインターンシップの先駆けとして50年以上の歴史があり、旭建設では毎年3学科(建築工学・土木工学・環境安全工学)から学生を受け入れている
- 各教育機関で単位認定を受ける



社員の半数以上が指導に関与

- 工事の進捗や天候等に合わせて現場が実習内容を組み立て、最適なプログラムを提供
- 実習初日と中間の2回ヒアリングを行い、学生の希望する内容を実習に反映
ex)[☒設計業務が知りたい ☒設備工事に興味がある]
- 多面的なフィードバックを実施



地場ゼネコンとしての業務・会社風土への理解を深める

インターンシップの効果・課題

- ・ 学生はキャリア目標を明確に持てるようになり、組織は受入れを通し多方面での活性化が実現する

中長期インターンシップの効果

- キャリア目標の明確化
 - 各企業の良さを理解し、進路決定に活かすことができる
 - 数ある建築系職種の中で、施工管理職についての理解を深め適職かどうか見極めることができる
 - インターンシップの経験を通し、建築系学部への編入希望の検討事例あり(文系2年次生)
- インターンシップ経由で入社した社員のトップレベルの活躍
 - 退職した社員も一定数いるが、入社後にスピード感と遣り甲斐をもって活躍することができる
- 新人・若手社員の成長を促進・活発なコミュニケーションによる組織の活性化
 - 入社して4ヶ月の新入社員や若手社員が学生に教えることで、自らの振り返りや勉強にも繋がり、高い成長を感じることができる
 - 受入を通し、世代・部門間を超えてのコミュニケーションが活発になり、組織の活性化が叶う

インターンシップの今後の課題と教育機関への期待

- 今後の課題
 - 入社後のミスマッチを更に解消していくための施策
 - インターンシップ未経験者に対する内定後インターンシップの実施
- 教育機関への期待
 - 学生が希望する業界のインターンシップを多数経験できるようになること

企業事例:オイシックス・ラ・大地株式会社

基本情報	
所在地	東京都
従業員数	約670人
売上高	640億円(18年度)
事業内容	ウェブサイトやカタログによる一般消費者への有機野菜、特別栽培農産物、無添加加工食品等、安全性に配慮した食品・食材の販売

インターンシップ概要

- ・ インターンシップ生を会社のメンバーとして受入れ、社員と同様の役割を付与しパフォーマンスを引き出す

取り組み・目的	■ 2018年以降、新卒は自社の長期インターンシップ経験者のみ採用 ➢ 採用リードタイムが長い新卒採用から、中途・第二新卒採用を中心にし、新卒採用はインターンシップ経験者のみに変更 ■ インターンシップ生を戦力として活用	目的	■ インターンシップを戦力獲得のチャネルとして活用
開催時期: 通年 期間: 1ヶ月以上 長期インターンシップ 20名程度(学年不問) 開催場所: 東京		内容	1ヶ月以上: 実務経験 ■ メンバーとしての実務経験 ■ 給与支給 ■ 社員と同様、一担当としての役割・責任を付与 ➢ 他者を巻き込んでプロジェクトを達成することや顧客目線での課題解決手法の実践することを経験 ・ EC事業でのSNSを活用した顧客獲得活動 ・ 消費者や生産者向けイベントの企画運営 ・ 新規顧客向けのサービス企画 ■ メンターを付けて教育
大学連携	■ 単位認定	フィードバック	■ 毎日メンターとの1on1を実施し、実務面に関するフィードバックを実施 ■ インターンシップ期間最後の成果発表時には、今後のキャリアや伸ばすべき強みについて等パーソナルな部分についてもフィードバックを実施
受入人数・採用実績	■ 年間20名程度(学年不問) ※左記のうち、2～3名が入社		

インターンシップの特色

- ・ 意欲の高い学生を一戦力として受入れ能力開発し、インターンシップ終了後も継続的な関係を構築している

実践的な業務経験により、意欲の高い学生の更なる成長に寄与、
インターンシップ終了後も優秀人材との繋がりを継続

■ インターンシップ募集時

意欲の高い学生の採用

- 大々的に広告を出していないため、インターンシップ経験者等の紹介や、自分で探してきた意欲の高い学生からの応募が多い
- 課題意識を明確に持った学生を選抜している

■ インターンシップ在籍中

一戦力としての受入れ、能力開発

- 社員と同様に役割・責任を付与し、学生へ成長機会を提供している
- 日々1on1を実施しフィードバックを行う



■ インターンシップ終了後

優秀な人材との関係継続

- 優秀な人材に経営陣が定期的な会う機会を設定している
- 一度大企業に就職後、2 - 3年を経て戻ってくるなど、採用機会に繋がっている



インターンシップの効果・課題

- ・ 仕事に対してより明確な覚悟を持つため、入社後も高いエンゲージメントが見られる
- ・ 学生ならではの視点が、受入れ部署の戦力となる

中長期インターンシップの効果

■ 高いエンゲージメント・低い離職率

- インターンシップ経験者は会社の良い点、悪い点両方を理解しており明確な覚悟を持つ。定性的ではあるものの、パフォーマンスやコミットメントが高い。よって、「新卒」という枠に特化した採用を撤廃している現在においても、インターンシップ経由の採用は継続している
- 2018年、19年度長期インターンシップ経験者の離職者は現在0名
- 一度大企業に就職したインターンシップ経験者が、中途入社で戻ってくるケースもある

■ 学生視点の活用によるデジタルマーケティング活性化

- デジタルチャネルを活用したプロモーションなどでは、学生の視点が学びになることが多く、受入れ部署にとって戦力となっている

インターンシップの今後の課題と大学への期待

■ 今後の課題

- 初心者でもできる仕事を増やすなど、インターンシップ受入れポストを増加させること

■ 大学への期待

- 「実践の場」の提供や、大学発信のインターンシッププログラム提案

企業事例:株式会社応用社会心理学研究所

基本情報	
所在地	大阪府
従業員数	約20人
売上高	—
事業内容	社会心理学の研究、法人向けコンサルティング事業、マーケティング事業等

インターンシップ概要

- ・ 長期のプロジェクトワークを実践することで、苦労・やりがいなど仕事の本質を理解する機会を提供している

取り組み・目的

- 2011年より長期インターンシップを開始
- 長期インターンシップを採用とは分離して実施
- 大学や大学研究者との関係が深いため、教育貢献としてインターンシップを実施
- インターンシップを受け入れることで、キャリア教育への研究が深まる効果を期待

開催時期: 8月～2月

期間: 5～6ヶ月

長期インターンシップ
数名程度

開催場所: 大阪

受入人数

- 2019年度: 1名
- 2018年度: 3名
- 2017年度: 2名
- 2016年度: 5名
- 2015年度: 4名
- 2014年度: 5名
- 2012年度: 4名
- 2011年度: 5名

目的

- 就業機会の提供による教育への貢献
- キャリア教育研究の深化
- ブランディング形成

内容

5～6ヶ月: プロジェクトワーク

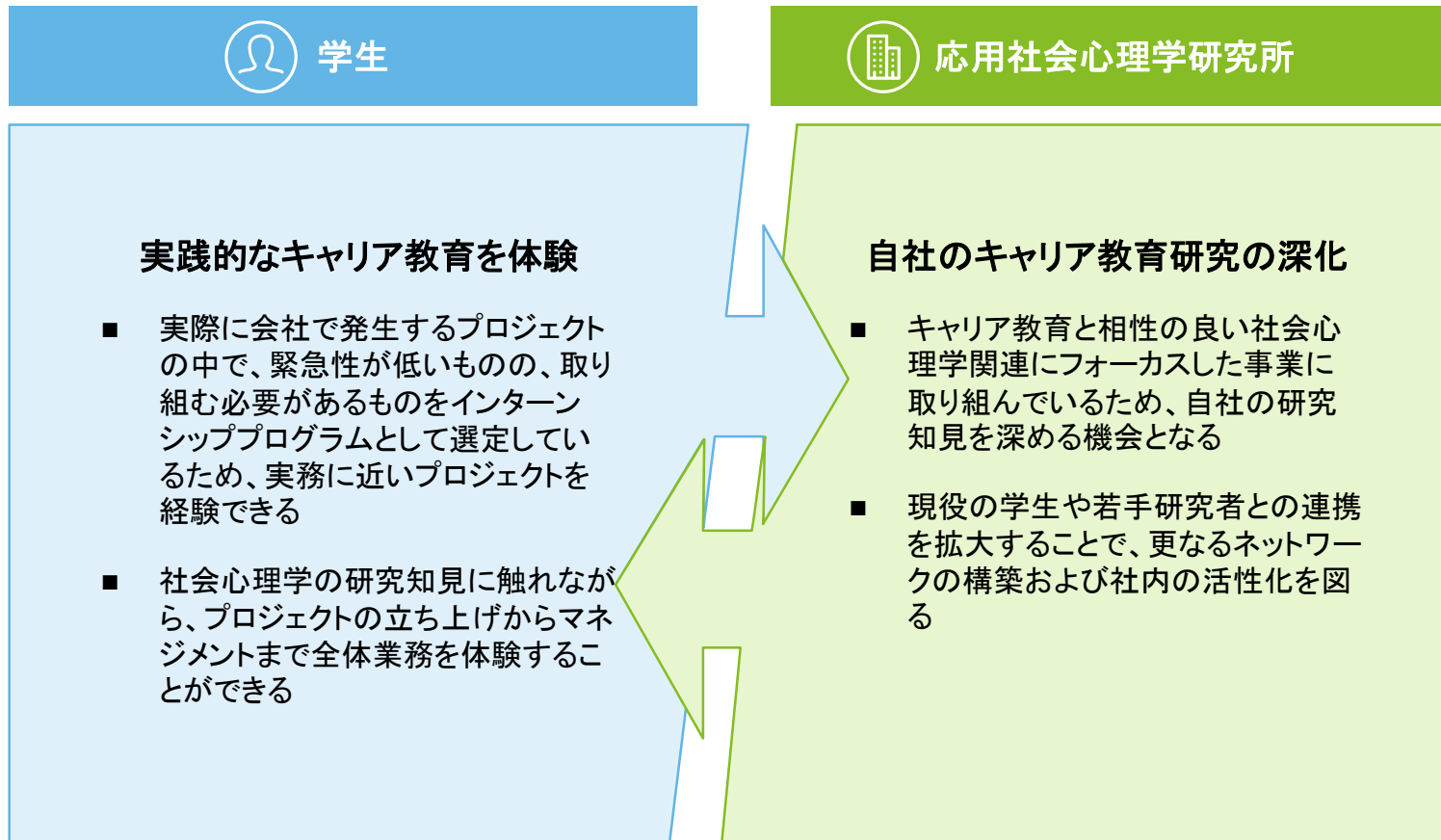
- 週に1～2回、合計20回弱出社
(ワークのボリュームが多いため、出社日以外も別途グループで集まりながら進行)
- グループでプロジェクトワークを実施
- 掲示するテーマは、実務として存在するもの
 - 高校生の進路選択において、本人や保護者が現在のうちに知っておくべきことをまとめた冊子を作成
 - 高校生のキャリア教育実態調査
 - 健康関連データをもとに、2015年“健康行動”研究会を発足し事業化するための基盤作りの実施

フィードバック

- 毎回社員からチームへプロジェクトのフィードバックを実施
- 個人に対して、月次でインターンシップへの関りや目標の達成度に対するフィードバックを実施
 - 学生はプロジェクト開始時に目標を設定し、毎回振り返りを記載

インターンシップの特色

- ・ 学生へのキャリア教育の提供を通じ、自社の同分野への研究を深める効果も期待される



インターンシップの効果・課題

- ・ 学生のプロジェクトへの理解が深まり、学問とビジネスの関係の理解も深まる

中長期インターンシップの効果

- 能動的に動く必要のある実際のプロジェクトへの理解促進
 - 実際に会社で発生するプロジェクトに携わることにより、工夫のポイント、苦労のポイント、やりがい等を実際の業務を通じて理解することができる
- 学問とビジネスとの結びつきへの理解促進
 - 一般的にビジネスとの結びつきを意識しにくい社会心理学と、ビジネス・社会との関わり方を身をもって体験することでキャリアイメージが具体化される

インターンシップの今後の課題と大学への期待

- 今後の課題
 - 長期インターンシップと採用活動を分離する現状のスタンスを崩さず、どのように優秀な学生の採用への選択肢を広げていくか
- 大学への期待
 - ギャップイヤーの導入や休学制度の充実、あるいは大学の授業との連携や単位認定など、学生が興味があることに時間を費やせるための制度を整備すること

企業事例:株式会社キュービック

基本情報	
所在地	東京都
従業員数	約300人
売上高	57億円
事業内容	成功報酬型インターネット集客代行事業、広告代理事業、インターネットメディア事業

インターンシップ概要

- ・ インターンシップ生に社員と同様の役割・責任を付与する

取り組み・目的

- 14年程前からインターンシップの受入れを開始
- 基本的には60時間/月の勤務を6ヶ月以上継続できることを条件とし、大学1・2年生をメインに募集
- インターンシップ生を戦力として活用
- インターンシップ未経験者の新卒採用選考プロセスに3日～2週間の就業体験を組み入れ、入社前に会社を知る機会を提供

開催時期：通年

期間：6ヶ月以上

長期インターンシップ

常時130名程度

開催場所：東京・福岡

大学連携

- 単位認定

受入人数

- 常時130名程度が在籍

目的

- インターンシップを戦力獲得のチャネルとして活用

内容

6ヶ月以上：実務経験

- メンバーとしての実務経験
- 給与支給
- 業績に応じて賞与支給
- 勤務時間は原則月60時間以上だが、学生の状況に応じて柔軟に対応
- 社員と同様、一担当としての役割・責任を付与
 - インターネット記事の企画
 - サイトの設計
 - SNSマーケティング
 - Web広告の運用等

評価・フィードバック

- インターンシップの評価制度を設け、四半期に一度評価を実施
 - 給与は評価に応じて決定
- 定期的にMVPを選出
- 月次で目標設定と1on1を上司の社員と行い、フィードバックを受ける

インターンシップの特色

- ・ 評価制度も含め、インターンシップ生を徹底的に戦力として期待・育成する

社員と同様の役割を付与し、戦力としての成長を促す

インターンシップ生向け 人事制度構築・運用



- インターンシップ生向けに3段階の等級制度を設け、役割定義を定めている
- 四半期毎に評価を実施し、報酬を連動させている
- 業績に応じて賞与も支給している
- 定期的にMVPを選出してインターンシップ生の活躍を評価している

戦力としての活躍期待



- インターンシップ生としては扱わず、社員と同様の業務を担う
- ジョブローテーションも実施され、多様な経験を積むことができる

手厚い育成体制



- 入社後60時間は人事で育成を行う
- 現場に配属された後も育成担当として社員が付き、業務指導を受ける
- 月次のフィードバックを行い、個人目標に対する達成度を振り返る

インターンシップの効果・課題

- ・ インターンシップ生のエンゲージメントは高く、業務を通して大学の学問への理解が深まる効果がある
- ・ 部下を持つ経験が若手社員の成長機会となる

中長期インターンシップの効果

■ 入社後の低い離職率と高いエンゲージメント

- インターンシップを経験していない中途入社社員の離職率は約10年で37.6%である一方、インターンシップを経験した社員（新卒・出戻り入社）の離職率は20.5%と低い
- エンゲージメントスコアの調査では、全社平均が63.9ポイントであるのに対し、インターンシップ生のスコアは72.6ポイントと、高い傾向にある（※リンクアンドモチベーション社の組織診断サーベイを使用）

■ 学問への理解・興味の深化

- 大学の学びの実践の場としての効果がある
- 長期インターンシップを行うことで、実務に直結する学問のみでなく、教養など様々な分野への興味が高まる

■ 入社後すぐに部下を持つことで若手社員の成長に寄与

- 入社してすぐにインターンシップ生の部下を持つことになり、社員の成長スピードが上がる
- 役職者になる前に、マネジメントのプレトレーニングができる

インターンシップの今後の課題と大学への期待

■ 今後の課題

- 新人がインターンシップ生と自分の成長を同時に実現しなければならず、新人の成長に寄与する一方で負担も多い

■ 大学への期待

- 長期インターンシップへの単位認定などの開放を、学校側から啓蒙してほしい
- 単位の取り方の調整や休学などを柔軟に行えるようにしてほしい

企業事例:株式会社昭栄美術

基本情報	
所在地	東京都
従業員数	約300人
売上高	83億円
事業内容	展示会・イベント等に関する企画、設計、製作、 施工および運営

インターンシップ概要

- ・ 実際のクライアントとの関係もある仕事の体験を提供している

取り組み・目的	■ 学生、顧客、会社にとって「三方よし」となるプログラムを目指す ■ 複数の大学のキャリアセンターからのアドバイスや要望を踏まえ、学生にとって本当に良い経験を提供できるプログラムを考案 ■ 業界や会社への理解を深め、採用母集団を形成することが目的	目的	■ 業界や昭栄美術への理解促進
東京開催 大阪開催 期間:1.5~5日 1.5Daysプログラム 数名程度 3Daysプログラム 30名程度 5Daysプログラム 10名程度 ■ 12月開催 ■ 8~9月、1~2月開催 ■ 8~11月開催 2Daysプログラム 10名程度 ■ 11~12月開催 開催場所:東京・大阪		1.5Daysプログラム	1日目: レクチャー 2日目: プレゼン ■ 建築・デザインを専攻している学生が対象 ■ テーマに基づいたデザインの考案と、プレゼンテーションを実施 ■ 時間や予算制限の中で顧客の要望を入れ込み、課題解決する事を体験
大学連携	■ 大学からの学生受入	3Daysプログラム	1日目: オリエンテーション 2日目: 提案書作成 3日目: ブース作成実習 ■ グループで顧客企業からの課題解決に向けた提案書・デザイン制作を実施 ■ 提案の方向性検討、提案書作成、ブース施工までの業務の一連の流れを経験 ※大阪では2日間にアレンジして開催
受入人数	■ 50名程度	5Daysプログラム	1日目: オリエンテーション 2日目: 提案書の骨子作成 3日目: 提案書作成・プレゼン 4日目: 仮組施工運営プラン 5日目: 設営運営補助 ■ 約4ヶ月の間に5日間実施 ■ 浦安フェス市民参加型パレードのイベント装飾提案・現場設営・運営サポートを体験 ■ インターバル期間はWebツールを用いてコミュニケーションを実施
フィードバック	■ 内定者による個別フィードバック ■ クライアントからのフィードバック		

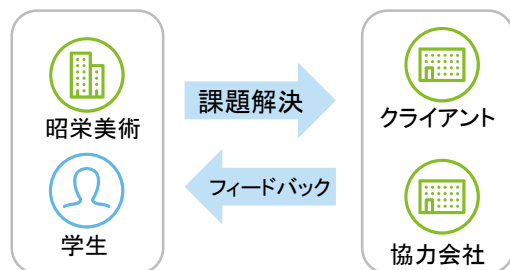
インターンシップの特色

- ・ 長期に渡るプログラムで実務に近い就業体験を得るため、業務や業界への理解が深まる

クライアントからのフィードバックなど 実務に近い体験の提供

- 各インターンシップのテーマは実際のクライアントから受けた課題であり、本格的な就業体験ができる
- 実施内容に対してクライアントからフィードバックを受ける
- クライアント・協力会社を巻き込んでプロジェクトを進めるため、会社を取り巻く環境への理解が深まる

クライアントの声を直接聞くことができる



長期に渡るプログラムにより、 実習に関する高い質を確保

- 複数日のプログラムは、インターバル期間を設けて長期間かけて実施する
- インターバル期間に学生同士や社員とのコミュニケーションが可能となるよう、Webツールを利用する
- 課題への疑問や悩みを吸い上げ、気づきを与えるというサイクルを繰り返し、課題の完成度を高める



実務に近い就業体験で、業務理解・業界理解を深める

インターンシップの効果・課題

- ・ インターンシップ経験者の内定辞退率は低い傾向にある
- ・ 学生の視点を取り入れることで、受入れ側の業務や社員にも好影響をもたらす

中長期インターンシップの効果

- 内定辞退率の低減
 - インターンシップ参加者は、未参加者と比べて内定辞退率が少ない
- 学生のアイデアの取り入れ
 - 例えばSNSの活用など、学生の目線が重要となるプロジェクトも存在する中、こうしたアイデアをビジネスで取り入れることが可能となる
- 社員の意欲向上
 - 受入れ側の社員の意欲が向上する。ベテラン、若手関わらず良い影響を受けている

インターンシップの今後の課題と大学への期待

- 今後の課題
 - 長期の方が多くの情報を伝えられる一方、学生の負担となり応募人数が伸び悩む傾向にあるため、いかに5Daysプログラムの応募人数を増やしていくか
- 大学への期待
 - クリエイティブな分野を専攻している学生に、ビジネスの観点を持ち制作を行ってもらえるようなプログラムを増やしてほしい

企業事例：ソフトバンク株式会社

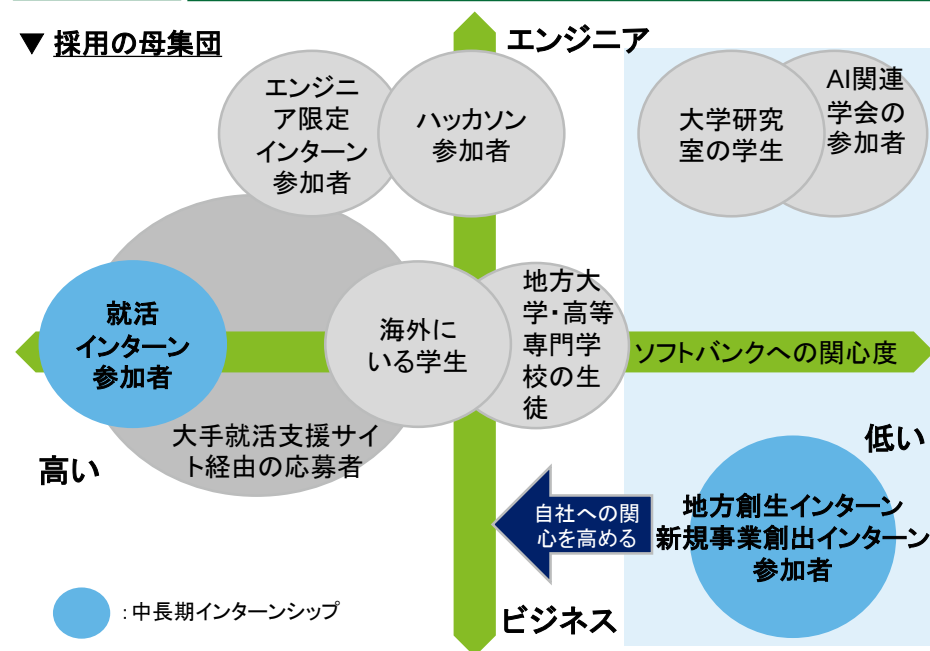
基本情報	
所在地	東京都
従業員数	約17,100人
売上高	3兆7,463億円
事業内容	移動通信サービス・インターネット接続サービスの提供、携帯端末の販売等

インターンシップ概要

- ・ 就業体験や社会課題解決など、様々なタイプのインターンシップを展開する
- ・ 多様な学生に機会提供をすることで、様々な学生へのアプローチにつなげる

採用活動 全体の 取り組み	■ 各事業で求める人材が属している母集団へソフトバンク側からアプローチを行なう事で、効率的にソフトバンクで活躍が期待できる人材にリーチ ■ 成長戦略の軸である「通信事業活性化」と「新規事業創出」に資する優秀な人材を採用 例：新規事業を生み出せる人材、IoTプラットフォームの開発ができる人材、通信ネットワークインフラの保守・運用ができる人材 等
インターン シップの 取り組み・ 目的	■ 様々なタイプのインターンシップを通じ、リアルな「働く事」の体験を提供 ■ ソフトバンクへの関心有無に関わらず、入社後に活躍が期待できる志の高い人材を採用することが目的

▼ 採用の母集団



就活 インターン	目的	■ ソフトバンクへ興味がある学生への徹底した就労体験を提供し、入社後のミスマッチを事前防止
	内容	2週間または4週間：実務体験 ■ 2週間または4週間の実務体験 ■ 7～9月に開催 ■ 給与支給 ■ 営業・企画、エンジニアの2コースをメインに設計、各コース内に多様な業務内容を用意
地方創生 インターン 「TURE-TECH」	目的	■ ソフトバンクには関心がない層を含め、社会課題に挑む志の高い学生にリーチ
	内容	2日間：仮説検討 ◆ 3日間：解決案検討 ◆ 提案 ◆ 事後研修 ■ 7日間の課題解決型プログラム ■ 8～9月に開催 ■ 2019年は愛媛県と宮城県にて開催 ■ 学生と社員がチームを組み、ITを用いて地方創生の課題解決を検討し、自治体の首長に提案
新規事業創出 インターン (01gateway)	目的	■ ソフトバンクには関心がない層を含め、事業創出に挑戦したい人材にリーチ
	内容	約2ヶ月：新規事業開発 ■ 約2ヶ月間の新規事業創出型プログラム ■ SBイノベーション社と連携しプログラム提供 ■ 8～9月に開催
受入人数		■ 400名程度
フィードバック		■ 若手社員や課長クラスの社員からの指導・フィードバック

インターンシップの特色

- ・ 就労体験型のみならず、社会課題解決や新規事業開発などのテーマを設け、志が高く優秀な学生に広くリーチする

取り組み

<就活インターンの場合> 徹底した就労体験の提供

- 実際に働く社員と同様の業務内容と環境を提供する
- 2週間または4週間の完全就労体験型

<地方創生インターン TURE-TECHの場合> 地方自治体のリアルな課題解決機会を提供

- 自治体の持つリアルな課題に対して、実際の現場へ出向きチームで解決提案を行う
- 採用すべき案に対しては自治体が予算を確保し、継続的に実行する事となっている

<新規事業創出インターン 01gatewayの場合> 起業支援プログラムの提供

- 新規事業を0からチームで検討し、事業化に向けた提案を行う
- 最終審査通過案件は500万円の資金とメンター社員が付き継続検討をサポートする

結果

- 就活インターン参加者は、実際の業務内容や雰囲気を理解し入社をするのでミスマッチが少ない
- 直接ソフトバンクの業務を体感するわけではないインターンシップからも、結果として課題解決の出来る人材や新規事業創出人材など、多様な学生がソフトバンクに入社している
- 多様な事業展開や、様々なチャレンジ機会への認知が広まり、ソフトバンクのレピュテーションが向上する



志の高い学生

採用へ寄与

インターンシップを通じて
ソフトバンクへ
興味を持つ学生が増える



ソフトバンク

インターンシップの効果・課題

- ・ 明確に入社後のパフォーマンス、離職率に良い影響あり

中長期インターンシップの効果

- 高い入社率
 - インターン経験者はその後入社をする率が非常に高く、採用効率の観点でも効果が高い
- 入社後の高いパフォーマンス発揮
 - インターン経験者は入社後に「ハイパーフォーマー」(昇進率と人事評価で定義)になる率が、通常の採用者よりも高い。また、離職率も低い
 - インターンシップ経験者は、受け入れ部門と配属希望がマッチしているパターンが多く、この場合の社員の活躍度と定着率はより高い
- 多様な活躍機会に関する認知度向上
 - 通信事業のみでなく、多数の事業でチャレンジの機会があることをアピールする効果がある
- インターンシップ参加者の高い満足度
 - 参加者の満足度は99%と高く、ソフトバンクのレピュテーション向上に寄与している

インターンシップの今後の課題と大学への期待

- 今後の課題
 - 学生個人のニーズをより満たすため、カスタマイズ型のインターンシップを増加させる
- 大学への期待
 - 教育機関側での学業に専念できる仕組みと、企業側での既卒採用や通年採用の取り組みを連携させ、学生にとってより良いファーストキャリアが実現できるようにしたい
 - 教育機関と企業が連携した上で、実践的な学びの機会を学生へ提供したい
(インターンシップの単位化や早期キャリア教育の実施など)

企業事例：株式会社力の源ホールディングス

基本情報	
所在地	福岡県
従業員数	約620人
売上高	274億円(19年3月期連結)
事業内容	国内・海外の店舗運営事業、フランチャイズ事業等

インターンシップ概要

- ・ 地元の学生に向けた課題解決型のプログラムを複数実施し、キャリア教育の機会を提供している

取り組み・目的		■ 地元大学や地元協会と連携してインターンシップのプログラムを開発し、学生のスキルアップがなされるよう工夫 ■ 事前にマーケティング基礎を学ぶ機会を提供することで、よりスムーズなフィールドワークを実施 ■ キャリア教育への貢献と事業理解を深めることが目的	
2日間		2週間	
国内 インターンシップ 10名程度		グローバル インターンシップ 数名程度	
■ 年間2～3回開催 開催場所：福岡・シンガポール		■ 夏季に海外で実施	
約半年		産学連携 インターンシップ 数名程度	
		■ 大学の後期授業としての取り扱い	
大学連携		■ 大学からの学生受入 ■ 単位認定 ■ 大学での講義実施	
受入人数・採用実績		■ 20名程度 ※左記の10～20%が入社	
フィードバック		■ 社員からの日次フィードバック ■ 海外役員・国内役員からプレゼンに対するフィードバック	

国内 インターン シップ	目的	■ 社員との交流による企業理解と事業理解の促進
	内容	1日目：企業説明 ケーススタディ 2日目：商品制作 振り返り ■ 福岡にて1泊2日で開催 ■ 企業説明や海外事業の事例を用いたケーススタディ、ラーメン製作などを実施 ■ 1日目には懇親会を設け、社員との交流を実施

グローバル インターン シップ	目的	■ 事業理解促進と成功体験の提供
	内容	2週間：海外実習 1ヶ月：国内で ブラッシュアップ ◆ 最終プレゼン ■ 提携大学2校から各校2名2チームが参加 ■ シンガポールで現地店舗の課題解決を考案し、大学同士のコンペを実施 ■ 現地では中間報告とプレゼンを実施 ■ 帰国後1ヶ月間、内容のブラッシュアップを行い、最終プレゼンを実施

産学連携 インターン シップ	目的	■ 企業事例や経済情勢を取り扱った教育貢献
	内容	約半年：大学の授業として実施 ■ 福岡大学生を対象とした課題解決型のプログラム ■ 大学後期の授業としての取り扱い ■ 力の源HDでは、SDGsの観点より「愛され続けるブランドになるためには」というテーマを設定

インターンシップの特色

- ・ 地元大学と密に連携している
- ・ 地元大学と共同開発した実践的なプログラムを実施する

地元大学との強固な連携

- 地元企業や福岡近辺の大学と強固に連携している
 - グローバルインターンシップでは北九州市立大学と下関市立大学と提携し、教員もプログラムに同行している
 - 単位認定にとどまらず、プログラムの共同開発や学生の推薦等にも大学が関与している
 - 福岡大学でのキャリア関連講義も実施している



大学



地元大学との連携



力の源HD

実践的な課題の提供

- グローバルインターンシップにおいては、「月間300名の顧客を増やすための施策」という課題の下、商品企画を含めて多角的なアプローチで取り組む
- 最終プレゼンには創業者や海外役員も出席し、フィードバックを行う



「顧客を増やす施策」

- ✓ 地元飲食店を想定した事前課題
- ✓ 現地での英語街頭インタビュー
- ✓ 商品開発
- ✓ フレームワークを駆使したビジネス施策

課題解決のアプローチ

実践的なプログラムにより、学生がビジネススキルを体得

インターンシップの効果・課題

- ・ 学生はキャリア目標を明確に持つようになり、入社後に活躍する傾向にある
- ・ 事業への認知度が向上するため、採用活動へ好影響をもたらす

中長期インターンシップの効果

- 入社後の高いエンゲージメント
 - 人事部の感覚として、インターンシップ参加者の採用後のエンゲージメントは、定量的な調査はしていないものの高い傾向にある
- 目標の明確化
 - インターンシップ参加者は、事業理解と成功体験に加え、海外で活躍している社員と接点を持つことで目標が明確になり、入社後のパフォーマンスが高い傾向にある
- 事業への認知度の向上
 - 地元大学でのインターンシップやキャリア関連講義により事業認知度や家族・友人等周囲の理解を得やすくなり、採用環境への好影響につながっている

インターンシップの今後の課題と大学への期待

- 今後の課題
 - 企業全体でインターンシップの質向上を目指す意識を醸成すること
- 大学への期待
 - グループワークや課題解決型の授業の強化
 - 外国人留学生に対し、日本での就職を見据えた学部選択のアドバイスを行うこと

企業事例: ボッシュ株式会社

基本情報	
所在地	東京都
従業員数	約6,100人
売上高	3,250億円(18年連結)
事業内容	エンジンマネジメントシステム・コンポーネント、 自動車用センサー類等の開発・製造・販売

インターンシップ概要

- 多くのコースを用意し、国外の学生含め多様な学生を受け入れる

取り組み・目的		■ 学生が参加しやすいよう、時期・期間・頻度等様々なプログラムを用意 ■ 学生向けのトピックを用意するのではなく、学生をメンバーの一員として受け入れ、従業員と同様の実務に携わせることで、キャリアを展望化できる機会を提供 ■ 現状では学生へのキャリア教育の提供が第一目的で、採用直結型ではない為低学年層なども歓迎												
<table><tr><td>8～9月</td><td>8～10月</td><td>通年</td></tr><tr><td>2週間</td><td>2週間～2ヶ月</td><td>3ヶ月～1年</td></tr><tr><td>グローバル インターン シップ</td><td>シーズナル インターン シップ</td><td>スタンダード インターンシップ</td></tr><tr><td>20名 程度</td><td>40名 程度</td><td>110名 程度</td></tr></table> 開催場所：国内・海外（ベトナム、タイ、インド等）		8～9月	8～10月	通年	2週間	2週間～2ヶ月	3ヶ月～1年	グローバル インターン シップ	シーズナル インターン シップ	スタンダード インターンシップ	20名 程度	40名 程度	110名 程度	
8～9月	8～10月	通年												
2週間	2週間～2ヶ月	3ヶ月～1年												
グローバル インターン シップ	シーズナル インターン シップ	スタンダード インターンシップ												
20名 程度	40名 程度	110名 程度												
大学連携	■ 単位認定もあり													
受入人数	■ 170名程度（海外大生を除くと60名程度）													
スタンダード インターン シップ		目的 ■ 実務体験の提供 3ヶ月～1年：実務経験 内容 ■ メンバーの一員としての実務経験 ■ フルタイムまたはパートタイムを選択 ■ 有償インターンシップ（手当支給） ■ 海外の学生（特にドイツ人）の参加比率が高い												
グローバル インターン シップ		目的 ■ 日本の大学に通う学生への海外での就業経験の提供 2日間：事前研修 → 2週間：業務・課題取組 → 2ヶ月 → 発表 内容 ■ 日本の大学に通う理系学生が対象 ■ 海外（ベトナム、タイ、インド等）で業務や課題へ取り組み、英語でプレゼンを実施 ■ 帰国して2か月後、インターンシップの振り返りを発表												
シーズナル インターン シップ		目的 ■ 実務体験の提供 2週間～2ヶ月：実務経験 内容 ■ メンバーの一員としての実務経験 ■ 学生に合わせ、受入れ日程調整を柔軟に対応												
フィードバック		■ メンターからの日々のフィードバック ■ 最終発表後の総括としてのフィードバック												

インターンシップの特色

- ・ 欧州の長期インターンシップをベースに、日本の学生にも本格的な就業体験を提供する

欧州の長期インターンシップをもとに、日本の学生向けにアレンジ

- ・ スタンダードインターンシップは、外資系企業であることや実施期間が半年以上と長期間になる為、海外大学の学生の参加が中心
- ・ 日本の大学に通う学生は学業との両立が難しい為、長期間のインターンシップだけでなく、様々なプログラムを用意することで就業体験機会を提供

オーダーメイド型の運用で
多くの学生を受け入れ可能に



- 日本の大学の学生は海外の大学の学生に比べ、長期インターンシップに参加しづらいため、インターンシップの時期・期間・頻度を柔軟に対応できるプログラムを用意している
- 腰を据えて長期で実務に参加することで、成果がボッシュの業績につながっていく経験ができる

グローバルな
就業体験の提供



- 日本の大学の学生が、インターンシップを通じてグローバルなリレーションを築く機会となる
 - グローバルインターンシップでは、実際の海外拠点での就業体験を積むことができる
 - 国内インターンシップでは、多様性あふれる環境で国内にしながらグローバルな環境でインターンシップ参加学生は就業体験できる
 - インターン生を集めた交流機会（インターンネットワーキングデイ）を提供しており、日本の学生にとっては特に様々な国から来た優秀な学生と出会うことができる刺激の多いイベントとなる

インターンシップの効果・課題

- ・ グローバルな就業経験が学生の学習意欲を向上させるとともに、入社後のエンゲージメントに寄与する
- ・ 学生指導の経験がメンター社員自身の成長に寄与する

中長期インターンシップの効果

- 入社後の高い活躍度やエンゲージメントとの相関
 - グローバルインターンシップ参加者の活躍度やエンゲージメントについては高い傾向がある。インターンシップ経験者の離職実績は現時点ではない
- 学習意欲の向上
 - 本インターンシップを契機に、大学院進学や海外へ留学等を決断した例があるなど、実務体験や他の学生との交流から刺激を受けることで、学習意欲が高まる傾向がある
- メンター社員自身の成長に寄与
 - 学生を指導することが若手社員の成長機会となる。このため、30歳前後の職員をメンターに任命している

インターンシップの今後の課題と大学への期待

- 今後の課題
 - インターンシップと本選考の関係性の再検討。現時点では採用に直結するインターンシップという位置づけではないが、学生側からの魅力向上の観点からも、再検討が必要
- 大学への期待
 - ディスカッションやグループワークなど、プラクティカルな学習を強化すること
 - 長期インターンシップなど実務経験機会を後押しする

企業事例：三菱電機株式会社

基本情報	
所在地	東京都
従業員数	約146,000人
売上高	4兆5,199億円(19年3月期連結)
事業内容	重電システム・産業メカトロニクス・情報通信システム・電子デバイス・家庭電器事業

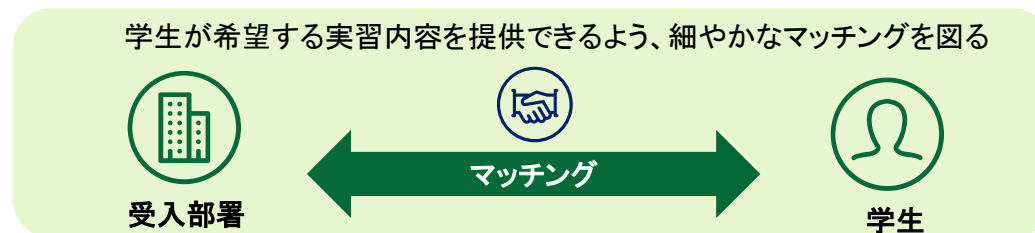
インターンシップ概要

- 期間・コースともに多様なメニューを提供。産学連携も公募も活用し、多くの人数を受け入れる

取り組み・目的	■ 古くから産学連携の取り組みを行っており、2000年より一般公募をスタート。2014年以降、冬季インターンシップの募集を開始し、受入れ人数もそれ以前の倍程度まで拡大 ■ 学生の志向に合わせてプログラムを選択できるよう各シーズン事務系約60テーマ・技術系約300テーマを設定 ■ キャリア教育への貢献が目的
日程固定(夏・冬) 日程個別調整(通年) 1~2週間 1ヶ月 1~6ヶ月 一般公募 産学連携 事務系 実習型 200名程度 技術系 実習型 500名程度 海外大 技術系 数名程度 産学連携 技術系 80名程度 開催場所: 国内34拠点	
大学連携	■ 大学主催のものや、共同研究先からの受入れ ■ 単位認定
受入人数・採用実績	■ 2019年: 約800名 ■ 2018年: 約700名 ■ 2017年: 約550名 ■ インターンシップ開始当初: 数名 ※採用直結とはしていないものの左記の4割程度が入社している
技術系	目的 内容 ■ 学生の専門性とキャリアの結び付け 10日間: 現場実習* → 2ヶ月: 学びの深堀 → 集合研修* ■ 現場実習の後、期間を空けて集合研修を実施 ■ 現場実習と集合研修の間の期間は、学んだ内容を大学に持ち帰り、実践と学びを深める期間として定義 ■ 「画像認識技術開発」「車載向けセンシングデータ解析」など、具体性の高いテーマを設定 ※産学連携の現場実習期間は個人の状況に応じて決定、集合研修は無し ※海外大の実施期間は長期休暇中で個別に調整
事務系	目的 内容 ■ 職種に対する固定概念の撤廃ならび視野拡大 5日間: 現場実習 → 集合研修 ■ 現場実習の後、集合研修を実施 ■ 顧客への同行など、現場で実務を体験 ■ 仕事概要説明を受け、実習、フィードバック、改善などのPDCAを実施
社員交流・フィードバック	■ 部署・職種・年次を超えた様々な社員とのミーティングや食事の機会を設定 ■ トレーナーが日々の業務内容や改善点についてのフィードバックを実施 ■ 集合研修では部門責任者より、良かった点や今度に向けたメッセージを記入した手紙を配布

技術系インターンシップの特色

- 多彩なコンテンツと90%を超える現場の協力により、学生の専門性や志向に合わせた受入れを実施



34拠点・300テーマを設定

- 「全事業」×「全職種」より選択できるプログラムラインナップにより、学生の多様な志向性や専門性に対応

「全事業」×「全職種」



技術営業、研究開発・設計、生産技術、知財管理etc...

適切なマッチングを図るための情報開示

- 「画像認識技術開発」「車載向けセンシングデータ解析」など、各テーマは具体的な実習内容を設定
- 実習プロセス、各部署の三菱電機における役割、必要スキルなどの詳細情報を学生に提示
- 受入学生が決定した後、保有スペックに合わせて実習内容も適宜リバイス

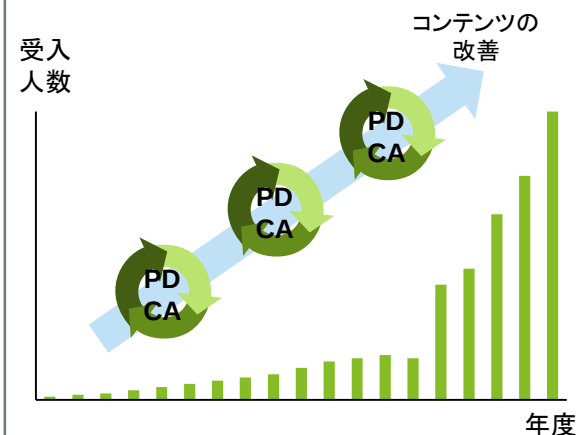


募集情報

- ✓ テーマ
- ✓ 職種
- ✓ 事業分野
- ✓ 実習内容
- ✓ 部門の役割
- ✓ 必須スペック
- ✓ 望ましいスペック

長年の実績により構築された社内の受け入れ態勢

- 3,000人を超える社員が協力し、専門的な実体験を提供
- 一般公募開始以来20年弱に渡り、コンテンツの改善を積み重ねている



インターンシップの効果・課題

- ・ 個人の志向に合った実務を体験することで、採用母集団の形成と学生のキャリアの展望化に繋がる

中長期インターンシップの効果

- 採用母集団形成、採用後の定着・活躍に寄与
 - 定量的なデータは無いものの、人事部の感覚としてインターン経験者の定着率・活躍度は高く、実習を行うことで志向とキャリアの深いマッチングが図られている。
 - よって、母集団形成の意味もあり、ここ数年インターンシップ受入数を増加させている
- キャリアに対する意欲の向上
 - 個人別アンケートにより、インターンシップを経験した結果、就労意欲の向上や、キャリアの展望化に繋がったという結果が得られた
 - 専攻している内容を実践することができ、大学との学びとの連携効果が出ている
- 若手社員へアウトプット機会の提供
 - 学生指導が若手社員のアウトプット機会となり、成長に繋がる

インターンシップの今後の課題と大学への期待

- 今後の課題
 - インターンシップ受入数増加に伴うプログラムの質の維持について、現場負担との兼ね合いをどう検討していくか
- 大学への期待
 - 企業側だけでは完結しない、実践と学びの棚卸しについて、大学との連携強化

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

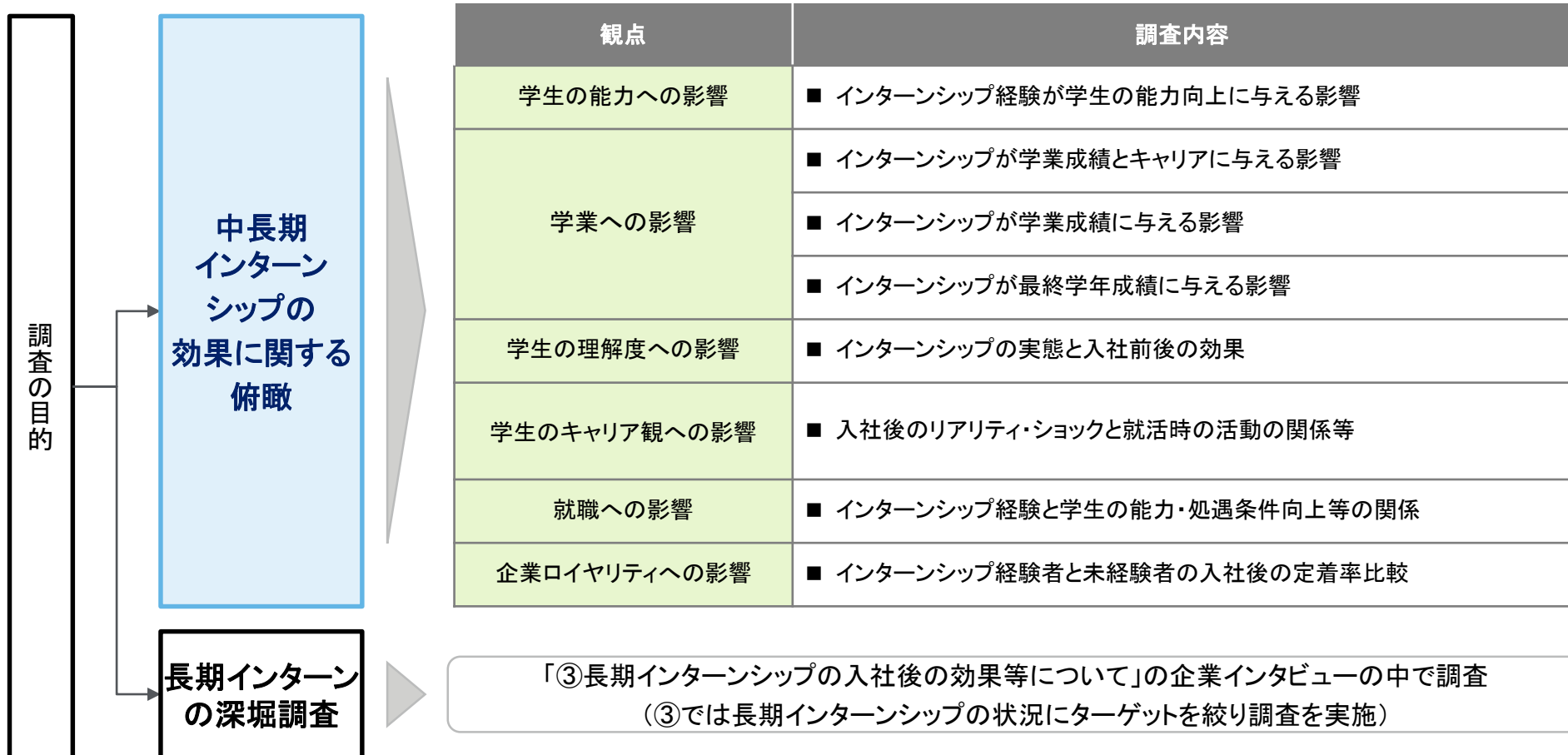
- ① 期間の長いインターンシップは、入社後の定着やパフォーマンスに良い影響
(三菱電機社、ソフトバンク社、BOSCH社、オイシックス社、力の源社、キュービック社)
内定辞退率にも好影響(昭栄美術社)
- ② インターンシップ生のキャリア観醸成にも良い影響(三菱電機社、応用社会心理学研究所社)
学習意欲向上もみられる(BOSCH社、キュービック社)
- ③ 社員教育にも良い影響。特に、若手社員にマネジメントの実務を経験する場として活用する例も多い(三菱電機社、キュービック社)
- ④ 学生のアイディアを取り入れる場としても有用(オイシックス社、昭栄美術社)
- ⑤ 中堅・中小企業でも上記と同様の効果が発揮
また、中小企業において地元大学と密に連携する例もあり(力の源社、旭建設社)

(参考)
③文献調査

調査要領

- 中長期インターンシップに係る全体俯瞰を行うために、既存の調査文献から、学生側と企業側の双方に関する効果を調査した

文献調査の観点



*【本レポート上での中長期インターンシップの定義】 中期:5日～1ヶ月、長期:1ヶ月以上

調査要領

- 調査対象となる文献は、国内外から選定した

調査文献一覧

資料作成主体	資料名	国内・海外
NACE	Students: Internships Positively Impact Competencies (NACE's 2018 Student Survey)に基づくWEB記事	海外(米国) ^{*1}
Zenobia Ismail University of Birmingham	Benefits of Internships for Interns and Host Organisations	海外(英国) ^{*1}
Jens F. Binder, Thom Baguley, Chris Crook, Felicity Miller	The academic value of internships: Benefits across disciplines and student backgrounds	海外(英国) ^{*1}
NACE	The Impact of Undergraduate Internships on Post-Graduate Outcomes for Liberal Arts	海外(米国) ^{*1}
Eugene T. Parker III, Cindy A. Kilgo, Jessica K. Ezell Sheets, Ernest T. Pascarella	The Differential Effects of Internship Participation on End-of-Fourth-Year GPA by Demographic and Institutional Characteristics	海外(米国) ^{*1}
株式会社パーソル総合研究所	企業インターンシップの効果検証調査	国内 ^{*2}
株式会社パーソル総合研究所 パーソルキャリア株式会社・CAMP	就職活動と入社後の実態に関する定量調査 結果報告書	国内 ^{*2}
NACE	2019 Internship & Co-op Survey Report	海外(米国) ^{*1}

*1.欧米の一般的な採用実務を鑑みると、インターンシップの期間は1ヶ月以上の長期と考えられる

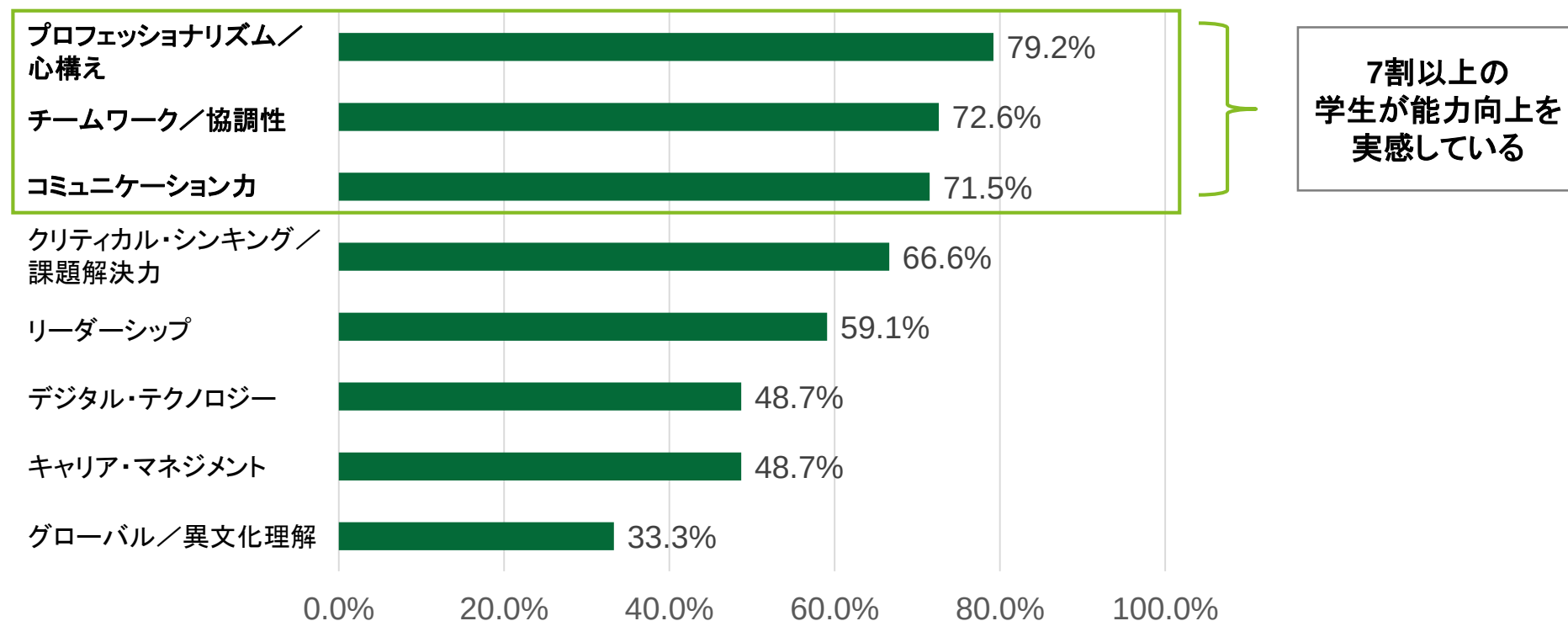
*2.国内の研究については、中長期インターンシップに限定されない

【海外文献調査】学生の能力向上に関する先行調査(1/2)

- 7割以上の学生がインターンシップを通じ、特に「プロフェッショナリズム／心構え」「チームワーク／協調性」「コミュニケーション力」といった能力の向上を実感している

インターンシップ経験による能力向上

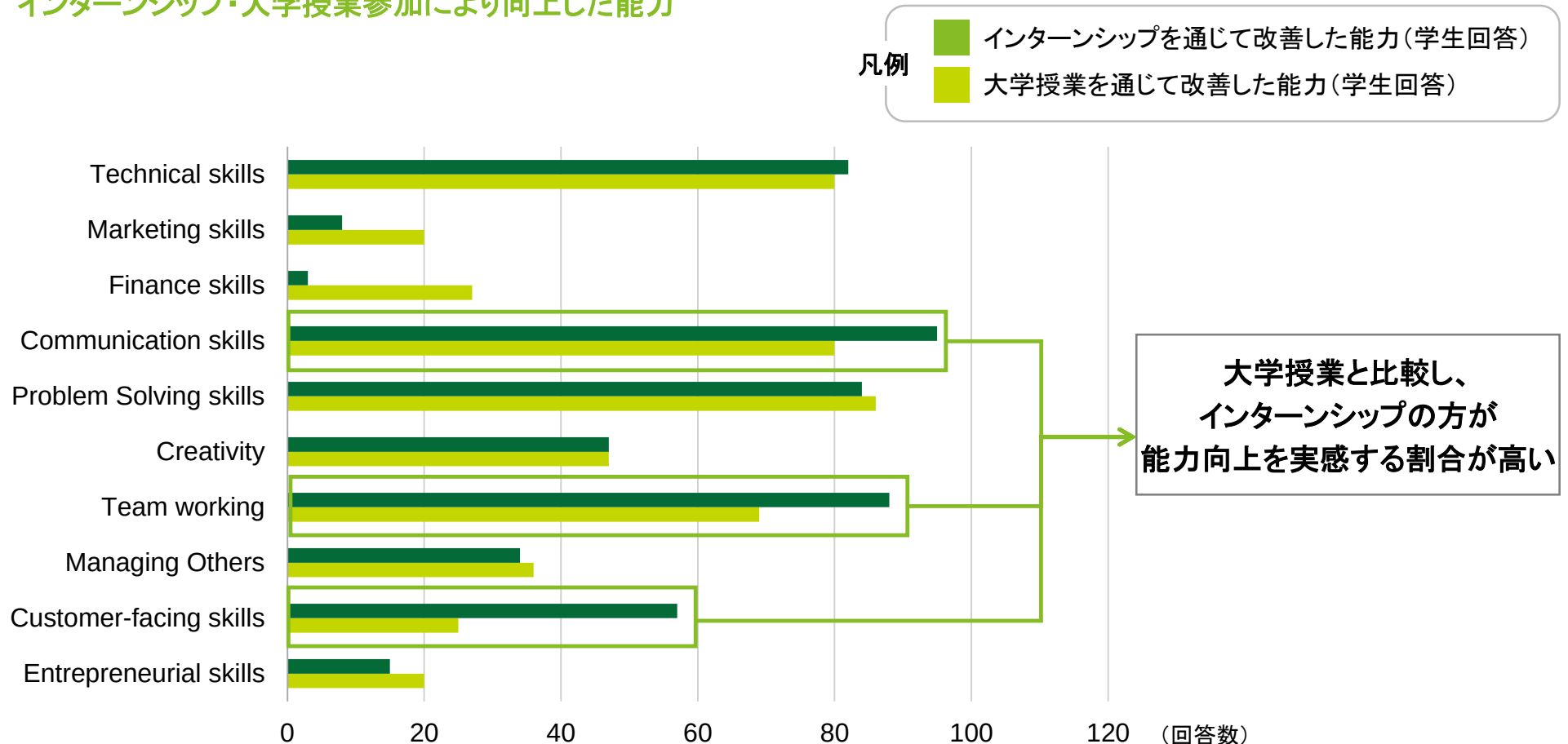
インターンシップ経験により能力が「とても向上」「著しく向上」したとの回答割合



【海外文献調査】学生の能力向上に関する先行調査(2/2)

- 大学授業と比較し、インターンシップを通じて「コミュニケーション能力」「チームワーク」「顧客対応能力」の向上を実感する学生の割合が高く、インターンシップは従来の教育カリキュラムにはない能力開発機会が提供できると考えられる

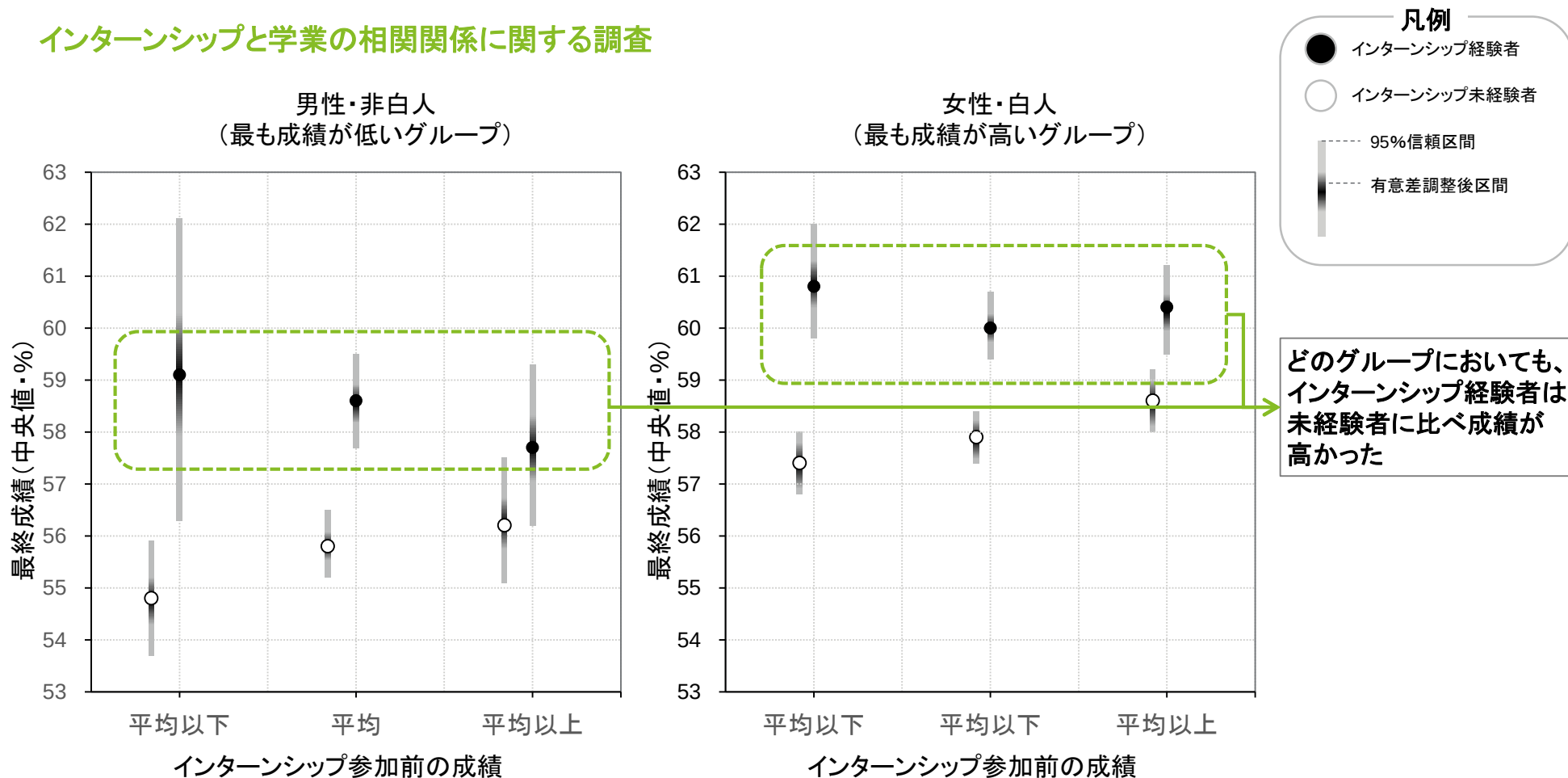
インターンシップ・大学授業参加により向上した能力



【海外文献調査】学業への好影響に関する先行調査(1/3)

- ・ インターンシップ経験者の学生は、未経験者に比べて成績が高い傾向にある
- ・ また、本傾向は性別・人種・インターンシップ参加前の成績に関わらず見られる

インターンシップと学業の相関関係に関する調査



出典: Jens F. Binder, Thom Baguley, Chris Crook, Felicity Miller, 2015 「The academic value of internships: Benefits across disciplines and student backgrounds」

【海外文献調査】学業への好影響に関する先行調査(2/3)

- 成績がよい学生ほど、より多くのインターンシップに参加している傾向が強い
- 但し、先行研究はインターンシップと成績の相関関係の調査に留まっており、因果関係の証明までに達していない

インターンシップと学業の相関関係に関する調査

大項目	小項目	経験者(1つ参加) 対 未経験者		経験者(複数参加) 対 経験者(1つ参加)	
		回帰	標準誤差	回帰	標準誤差
成績(GPA)	中	.502	.153	.258	.167
	高	.641	.180	.716	.189
大学キャリアセンター の利用回数	1~3回	.649	.172	.449	.237
	4回以上	1.248	.180	1.062	.255
振り返りセッション	参加	2.908	.391	.708	.148

成績優秀者であるほど、
インターンシップ経験
回数が多い傾向にある

【海外文献調査】学業への好影響に関する先行調査(3/3)

- 25項目以上のファクターとの回帰分析の結果、大学の最終学年成績に対して「インターンシップ経験」は三番目に強い相関関係があった

インターンシップと最終学年成績の相関関係に関する調査

項目	最終学年成績(四年生)との相関関係	
	回帰(降順)	標準誤差
大学一年(学年末)時点の成績	0.55	0.02
オナーズ・プログラム (成績優秀者の特別教育プログラム)	0.27	0.04
インターンシップ経験	0.23	0.04
ACT(大学入学学力テスト)合計点数	0.13	0.02
大学入学前の勉学に対する モチベーション	0.01	0.01
課外活動(大学在学中)	0.01	0.01
地域大学	0.01	0.07
入学選考の厳しさ	0.00	0.01
賃金労働経験(高校在学中)	-0.00	0.02

インターンシップ経験と
最終学年の成績は
強い相関関係にある

⋮

- 出典: Eugene T. Parker III, Cindy A. Kilgo, Jessica K. Ezell Sheets, Ernest T. Pascarella, 2016
「The Differential Effects of Internship Participation on End-of-Fourth-Year GPA by Demographic and Institutional Characteristics」

【国内文献調査】企業理解の効果に関する先行調査

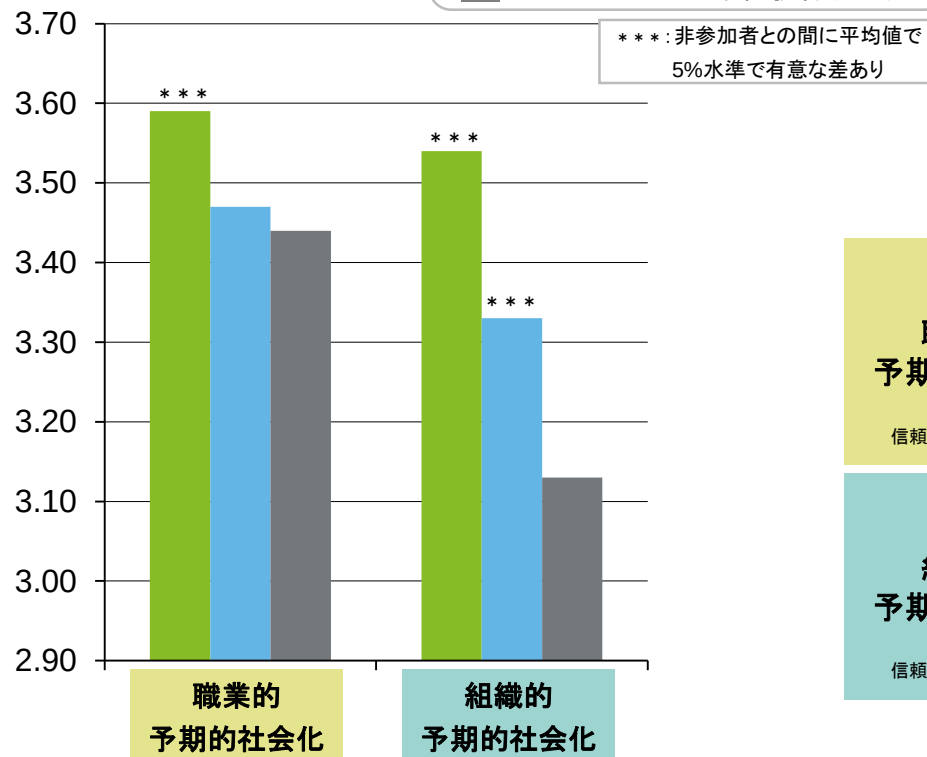
- インターンシップ経験者は、自分の能力や適性、必要とされるスキル、社風などについて、未経験者よりも理解できている(職業的/組織的な予期的社会化の度合いが高い)

インターンシップの予期的社会化への影響

予期的社会化の度合い

凡例

- インターンシップ企業入社者(421)
- インターンシップ業界入社者(388)
- インターンシップ未経験者(691)



インターンシップ経験者は
未経験者と比較して、
組織や自分自身の特性をより理解し、
会社に適応していく傾向にある

職業的 予期的社会化

信頼性係数=0.801

- 自分自身の能力や適性
- その会社で必要とされるスキルや知識
- 会社の仕事に対する自分自身の向き・不向き
- 自分がどのような仕事に就くことになるか

組織的 予期的社会化

信頼性係数=0.789

- その会社の社風・雰囲気
- その会社の業績
- その会社の報酬制度や福利厚生
- 一緒に働くことになる上司・同僚について

※予期的社会化:これから所属する集団の規範や行動様式を前もって学習し、内面化すること

【海外文献調査】処遇／報酬に関する先行調査

- ・ インターンシップ経験は大学卒業後の処遇条件に有利に働く傾向があり、主に内定獲得率、報酬水準、採用担当者からの印象に対して好影響が見られる

インターンシップ経験による処遇条件への影響に関する調査

見込める効果・傾向	調査内容(概要)
内定獲得率の向上	✓ 経験者の58%は大学卒業直後までに内定を獲得している(未経験者:30%) ✓ 経験者は未経験者に比べ、常勤の仕事に就く確率が4%高い
報酬水準の向上	✓ 参加者は未参加者と比較し、高い報酬を得やすい(9-13%の向上) ✓ インターンシップ経験を活用することで、大学卒業から5年後までに報酬が約6%向上する傾向にある
採用担当者からの好印象	✓ 人事採用担当者は経験者を未経験者より好みやすい ✓ 未経験者に比べ、経験者は仕事に対する積極性やコミットメントが高いとの印象を抱きやすい

【国内文献調査】リアリティ・ショックに関する先行調査(1/4)

- リアリティ・ショックが高い人は、「成長実感無し」「仕事を楽しんでいない」「3年以内離職者」に該当する傾向が見られる

リアリティ・ショックが高い人の傾向

リアリティ・ショック高群の割合

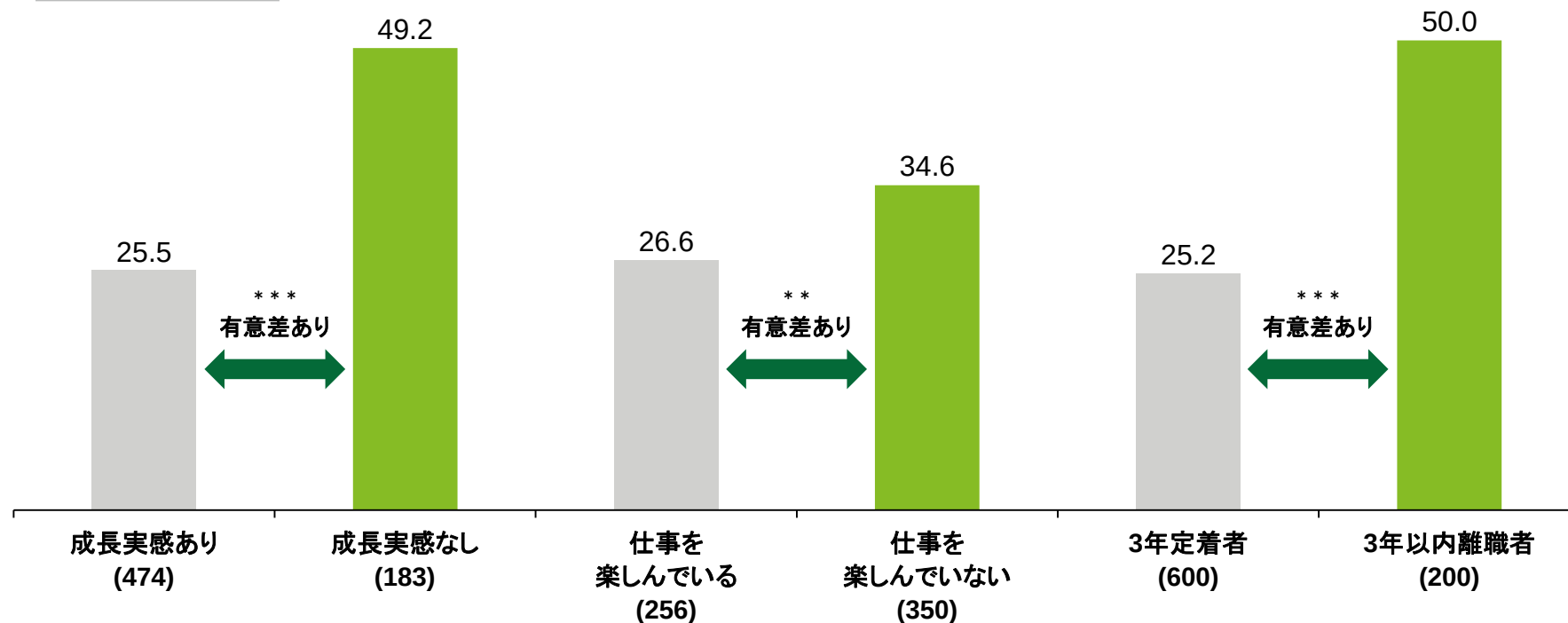
(%)

*** : 1%水準で有意
** : 5%水準で有意

【リアリティ・ショック高群/低群】

入社後の報酬や人間関係などの11項目に対しギャップを感じたかどうかを回答。
ギャップを感じた項目数の回答分布に応じて、ほぼ均等になるように分割。

6個以上⇒高群/2~5個⇒中群/0~1個⇒低群



【国内文献調査】リアリティ・ショックに関する先行調査(2/4)

- リアリティ・ショック低群は、自分の能力や適性、必要とされるスキル、社風などについて、高群よりも入社前に理解できている(職業的予期的社会化・組織的予期的社会化が促進されている)

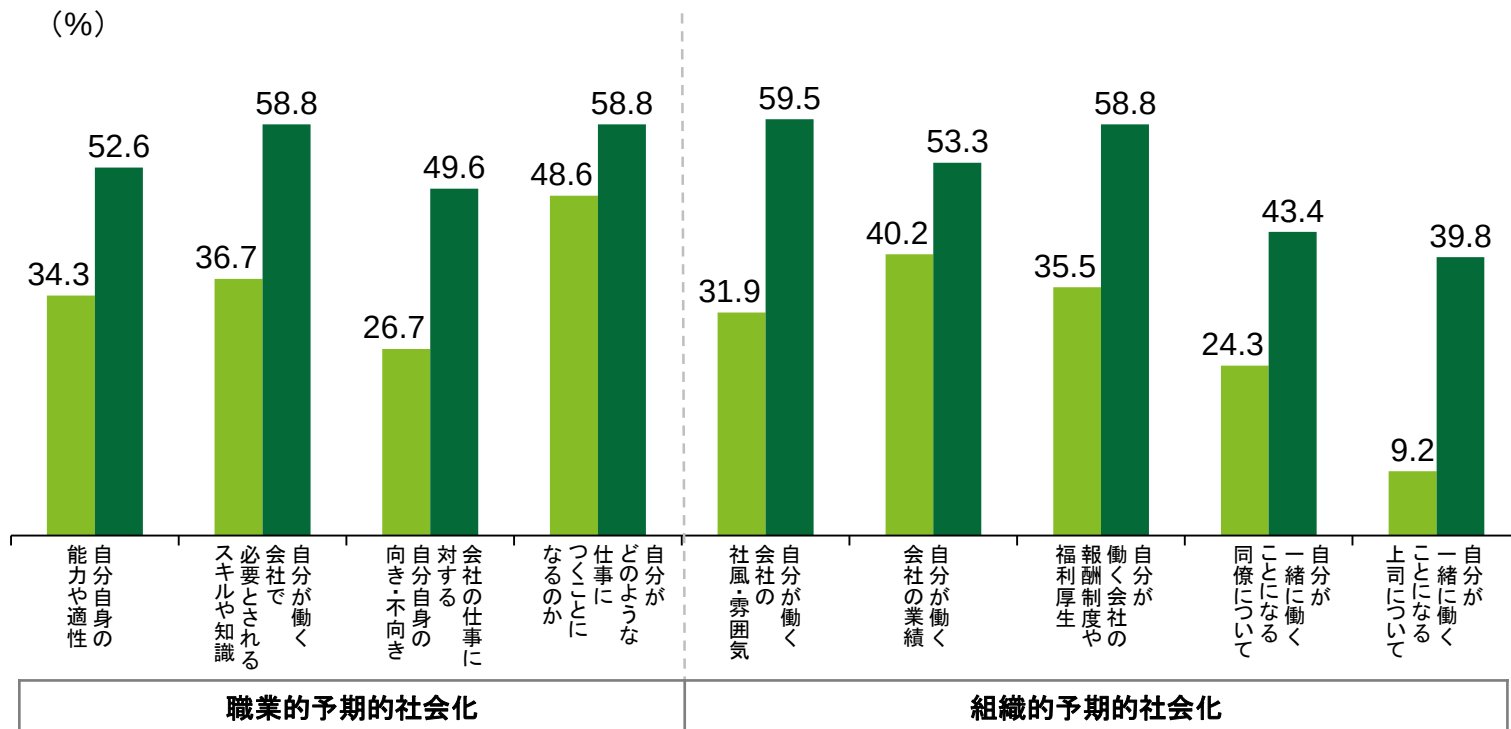
理解度によるリアリティ・ショックへの影響

入社前の会社・自己適性理解

■数値
5段階尺度聴取
「理解していた+やや理解していた」選択率

凡例

リアリティ・ショック高群(251)
リアリティ・ショック低群(274)



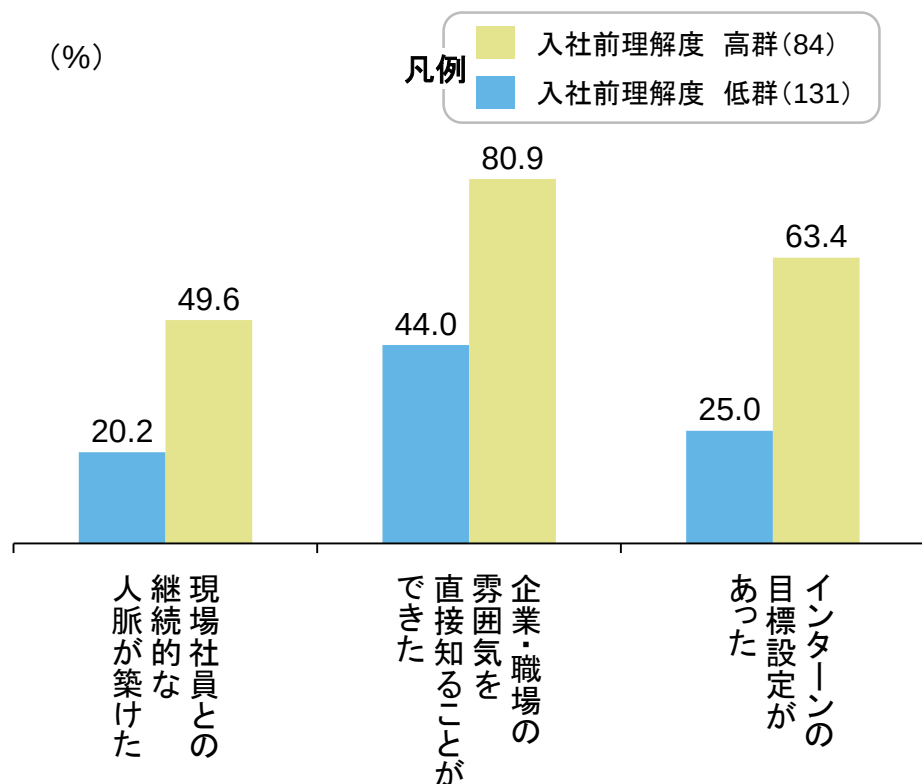
入社前の理解度が、リアリティ・ショックに影響する

【国内文献調査】リアリティ・ショックに関する先行調査(3/4)

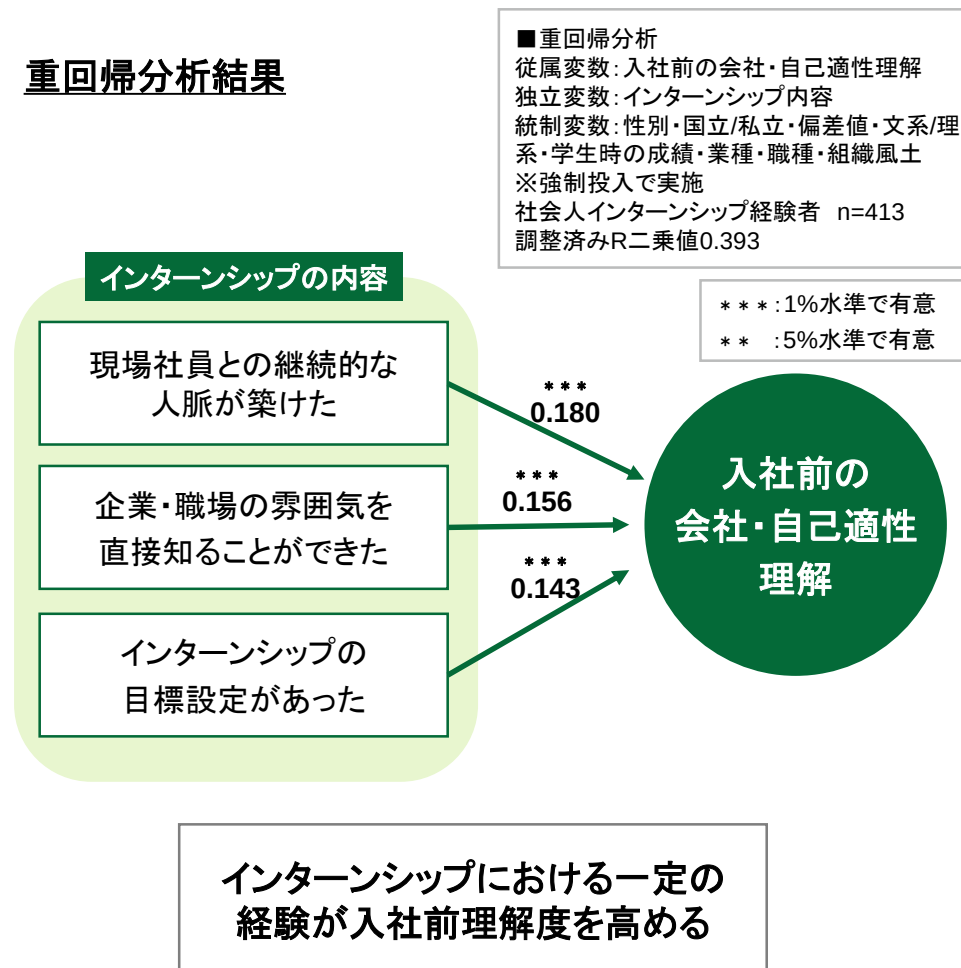
- インターンシップにおける「現場社員との継続的な人脈構築」「企業・職場の雰囲気への理解」「目標設定」の経験が、入社前の理解を促進している

入社前理解度を高めるインターンシップ内容

記述統計結果



重回帰分析結果

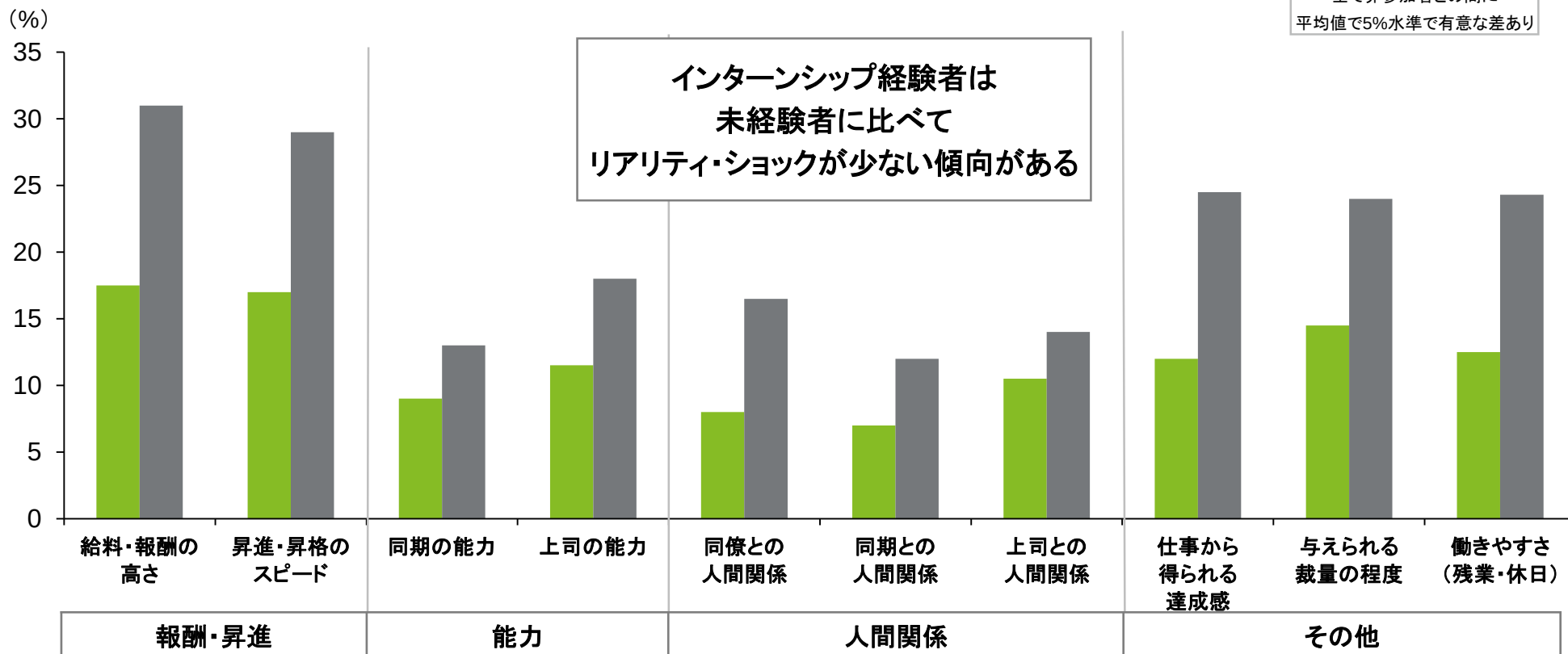


【国内文献調査】リアリティ・ショックに関する先行調査(4/4)

- インターンシップ経験により、報酬・昇格スピード、人間関係、裁量の程度など、入社前のイメージとのギャップ(リアリティ・ショック)を防ぐ効果が広く確認された

インターンシップ企業入社者と未経験者のリアリティショックの差

入社前イメージより実態が「悪かった」の回答率



出典: パーソル総合研究所「企業インターンシップの効果検証調査」

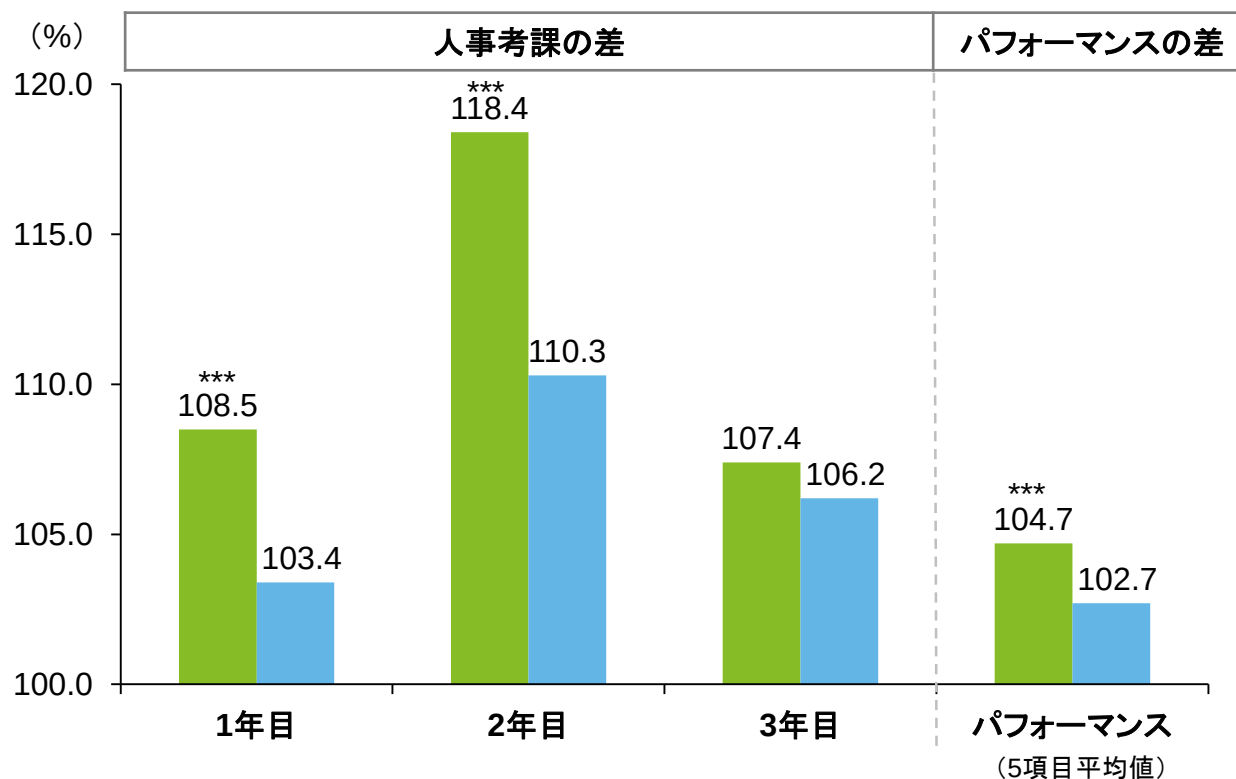
【国内文献調査】入社後の人事考課・パフォーマンスに関する先行調査

- ・ インターンシップ経験者の入社後のパフォーマンス・人事考課は、未経験者よりも3年平均で11%高い
- ・ インターンシップ企業入社者とインターンシップ業界入社者では、統計的に優位な差は無い

インターンシップ経験者と未経験者の入社後効果

人事考課・パフォーマンスの差

※インターンシップ未経験者を100%とした場合の%



凡例

- インターンシップ企業入社者 (421)
- インターンシップ業界入社者 (388)

***: 非参加者との間に平均値で
5%水準で有意な差あり

インターンシップ経験者の入社後の
パフォーマンス・人事考課は
未経験者より高い

・ 出典: パーソル総合研究所「企業インターンシップの効果検証調査」

【国内文献調査】入社後の定着・パフォーマンスに関する先行調査

- 性別・業界・大学レベル・学生時の成績などをコントロールしても、入社後の就業継続意向、満足度、パフォーマンスなどへのプラスの影響が確認された

インターンシップの入社後効果

入社後の定着・活躍・満足度

有意な影響が見られる

	定着	活躍		満足度		
	継続就業意向	ジョブ・パフォーマンス	人事考課	会社満足度	人間関係満足度	仕事満足度
調整済み決定係数	0.128	0.112	0.153	0.237	0.185	0.156
インターンシップ 企業入社者	*** 0.137	*** 0.061	*** 0.091	*** 0.130	*** 0.112	*** 0.133
インターンシップ 業界入社者	*** 0.080	有意差無し	有意差無し	*** 0.086	*** 0.058	*** 0.074
インターンシップ 他業界入社者	有意差無し	有意差無し	有意差無し	有意差無し	有意差無し	有意差無し

統制変数：性別、業界、企業規模、学歴、学生時の成績、偏差値、文系/理系、入社後の受けているサポートの程度

***：5%水準で有意

—：有意な影響が見られない

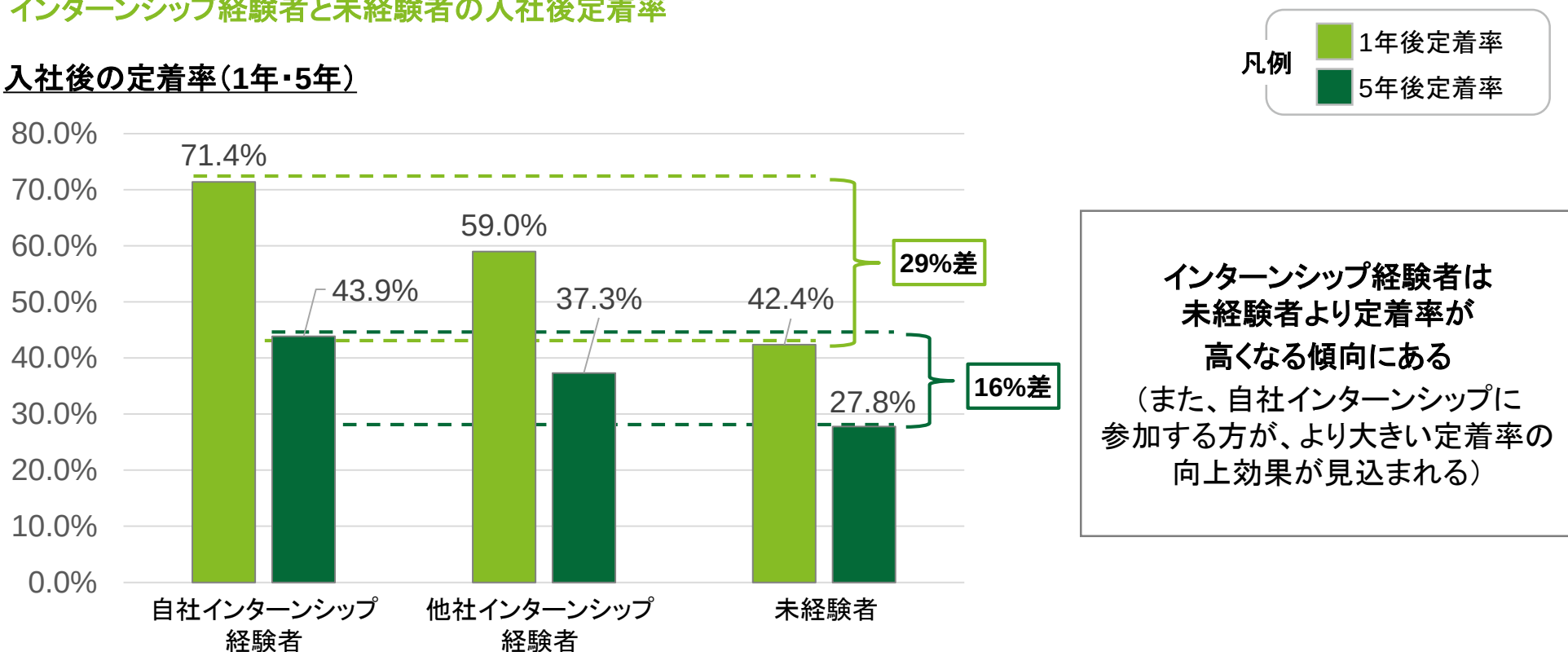
- 出典：パーソル総合研究所「企業インターンシップの効果検証調査」

【海外文献調査】入社後定着率向上に関する先行調査

- ・ インターンシップ経験者の入社後定着率は高く、1年後は7割強、5年後は4割強が在社している
- ・ 入社者の内、自社のインターンシップ経験者は、他者のインターンシップ経験者に比べ定着率が高い

インターンシップ経験者と未経験者の入社後定着率

入社後の定着率(1年・5年)



※インターンシップの定義(NACE): 学生の専攻やキャリア目標に関連する領域での一時的な就業経験。期間中は社員の監視・監督の下、実際の職場にて実施する。有給・無給のどちらの場合もあり、また、完了することで学科の履修単位を取得できることもある

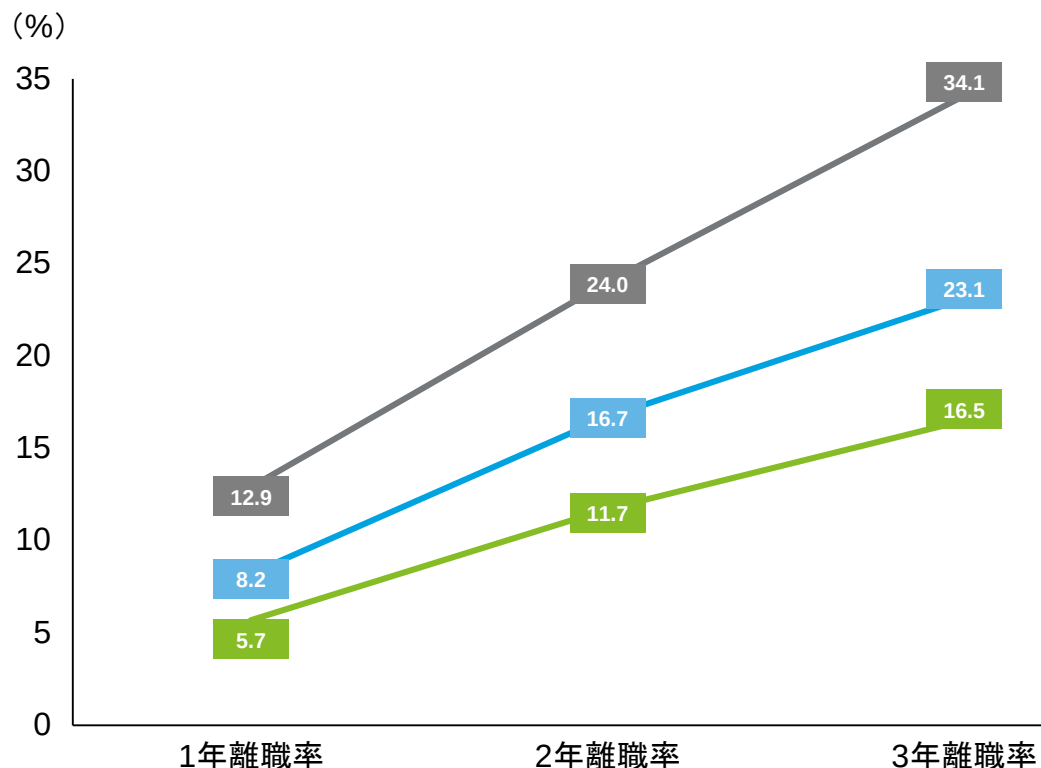
【国内文献調査】入社後定着率向上に関する先行調査

- ・ インターンシップ経験者の入社後3年間の離職率は、未経験者に比べて低い
- ・ インターンシップ参加企業への入社者の離職率は、インターンシップ業界への入社者と比べて低い

インターンシップ経験者と未経験者の入社後離職率

n=10750

入社後の離職率(1年・3年・5年)



凡例

- インターンシップ企業入社者(1274)
- インターンシップ業界入社者(1034)
- インターンシップ未経験者(6606)

**インターンシップ経験者は
未経験者より入社後3年間の
離職率が低くなる**
(インターンシップ企業入社者は、
インターンシップ業界入社者に比べて
離職率が更に低い)