

③企業の活動実態(インターンシップ)

インターンシップの実施率や目的、期間、プログラム内容、学生の参加率は?

約96%の企業が インターンシップを実施

新卒採用を実施している企業のうち、2018年度にインターンシップを実施(予定含む)した企業は95.9%と、17年度(84.6%)から11.3ポイント増加(グラフ①)。ほとんどの企業がインターンシップを実施したという結果に。従業員規模別に見ても、300~999人企業では96.8%、1000~4999人企業では98.7%、5000人以上企業では99.1%と高い実施率を示し、最も低い300人未満企業でも88.6%だった。一方、19年度に実施を予定している企業は94.8%と、18年度から1.1ポイントの減少となった。

学生の参加率を見ると、15年卒から上昇を続け、19年卒では55.9%と18年卒(55.2%)と同水準となっている(グラフ②)。属性別に見ると、大学院生の参加率は59.0%と、18年卒の68.7%より9.7ポイント減少。大学生は55.5%と18年卒の53.5%から微増した。

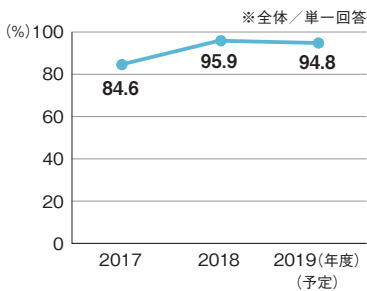
ただ、インターンシップに参加した学生の平均参加社数は15年卒以降年々増加しており(データ③)、19年卒においては平均4.69社だった。また、2社以上のインターンシップに参加した学生の割合は73.3%で、18年卒の66.5%から6.8ポイント増加。「仕事理解」や「業種理解」「内定獲得」などの場として、学生にとってインターンシップの重要度が増している

ことがうかがえる。

次に、インターンシップを実施(予定含む)した企業にプログラム内容について尋ねたところ(グラフ④)、最も多かったのは、「通常業務でなく別の課題やプロジェクト」で55.4%。次に、「職場や工場の見学」(51.9%)、「社員に同席あるいは同行」(31.7%)、「社員の補助的な業務の一部」(27.5%)が続いた。17年度に比べて多くのプログラム内容において実施率が増加したが、中でも「職場や工場の見学」と「会社・仕事・業界に関する説明のみ」は、それぞれ4.4ポイント増、4.6ポイント増とほかの内容に比べて増加した。工数が少なめかつ、現場の負担が軽めのプログラムに取り組む企業が増えているようだ。

企業 95%前後が実施
ないし実施予定

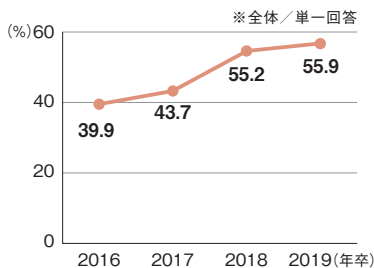
① インターンシップ実施の割合



従業員規模別に見ると、19年度(予定)はすべての従業員規模で微減。業種別では、18年度は全業種(建設業、製造業、流通業、金融業、サービス・情報業)で95%を超えたが、19年度は製造業を除いて微減した。

学生 参加率は約56%で
18年卒と同水準

② インターンシップ参加の割合



19年卒の参加率を属性別に見ると、理系大学院生(63.5%)、理系大学生(59.9%)、文系大学生(53.3%)、文系大学院生(29.0%)の順に高かった。また、男女では、女性の参加率(61.8%)が男性(51.2%)を上回った。

学生 平均参加社数は4社を超え、増加の一途

③ インターンシップの平均参加社数

※インターンシップ参加者/実数回答

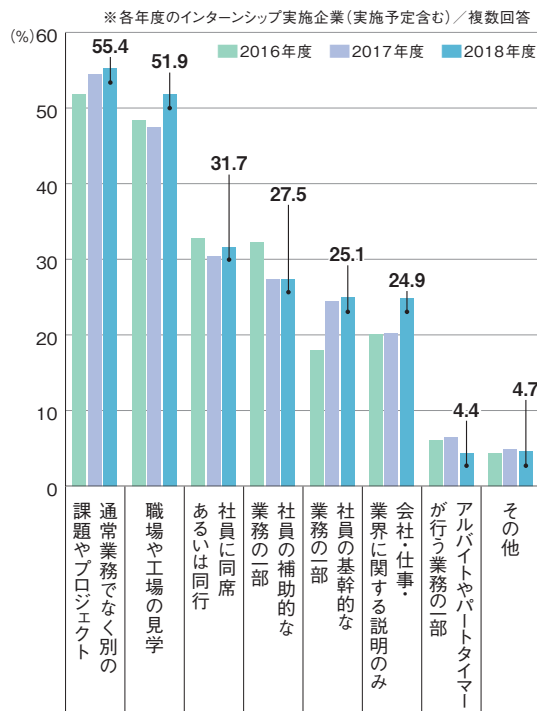
4.69社

2018年卒 3.30社
2017年卒 3.07社
2016年卒 2.32社

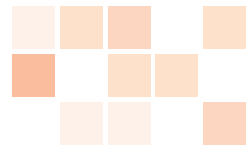
一方、参加社数を「1社」と回答した学生の割合は17年卒37.6%、18年卒33.5%、19年卒26.7%と減少の一途をたどっている。2社以上のインターンシップに参加した学生は、18年卒の66.5%から6.8ポイント増加し、73.3%。

企業 「職場や工場の見学」「会社・仕事・
業界に関する説明のみ」が増加

④ インターンシップのプログラム内容



18年度は、インターンシップ実施企業の約半数が、「通常業務でなく別の課題やプロジェクト」ないし「職場や工場の見学」を実施。また、「職場や工場の見学」「会社・仕事・業界に関する説明のみ」などが増加した一方で、「社員の補助的な業務の一部」は前年並みだった。



実施目的に採用を意識したものが増加

さらに、17年度から19年度のいずれかにインターンシップを実施(予定含む)した企業に実施目的を尋ねたところ、最も多かったのが「仕事を通じて、学生に自社を含め、業界・仕事の理解を促進させる」で88.2%。次に、「入社意欲の高い学生を絞り込む」(46.1%)が続いた(グラフ⑤)。また、近年増加傾向にあるのが、「採用を意識し学生のスキルを見極める」(42.5%。前回調査から3.1ポイント増)、「採用に直結したものと実施」(12.6%。前回調査から2.6ポイント増)など採用を意識した目的。一方、「学生に就業体験の機会を

提供することで、社会貢献する」は年々減少しており、採用を意識してインターンシップを行う企業の多さが見てとれる。

なお、同じ対象にインターンシップの実施目的に対する成果を尋ねたところ、最も多かったのが、「仕事を通じて、学生に自社を含め、業界・仕事の理解を促進させる」で79.0%。次に、「学生に就業体験の機会を提供することで、社会貢献する」(30.1%)、「入社意欲の高い学生を絞り込む」(28.2%)が続いた。

また、同じく各年度でインターンシップを実施(予定含む)した企業に、主なプログラムの実施期間を尋ねたところ(グラフ⑥)、19年度(予定)で最も多かったのは「1日」で、62.6%。18年度(予定含む)

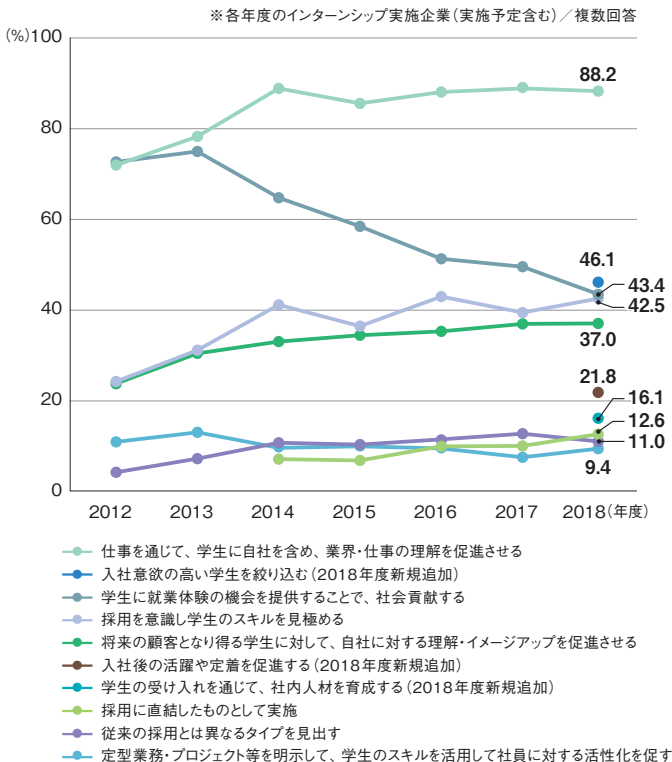
の59.4%から3.2ポイント増加した。経年で見ると、「1日」のインターンシップは増加傾向だが、3日以上は減少傾向にある。採用難の中、より工数のかからない短期のインターンシップに取り組む企業が増えているようだ。

一方、19年卒予定の学生に対して参加したインターンシップの期間を尋ねたところ(グラフ⑦)、「1日」と回答した学生の割合が最も高く、71.4%だった。これは、18年卒の65.5%から5.9ポイント増加している。また、1週間以上のプログラムへの参加率が減少傾向にあり、平均参加社数の増加とあわせて、短期間で効率的に複数の企業・業種の理解を深めたいという学生の考えがうかがえる。

企業

インターンシップの実施目的は、「業界・仕事の理解の促進」が6年連続でトップ

⑤ インターンシップの実施目的



18年度においては、「入社意欲の高い学生を絞り込む」(46.1%)、「採用を意識し学生のスキルを見極める」(42.5%)など、採用を意識した目的も上位に入っている。

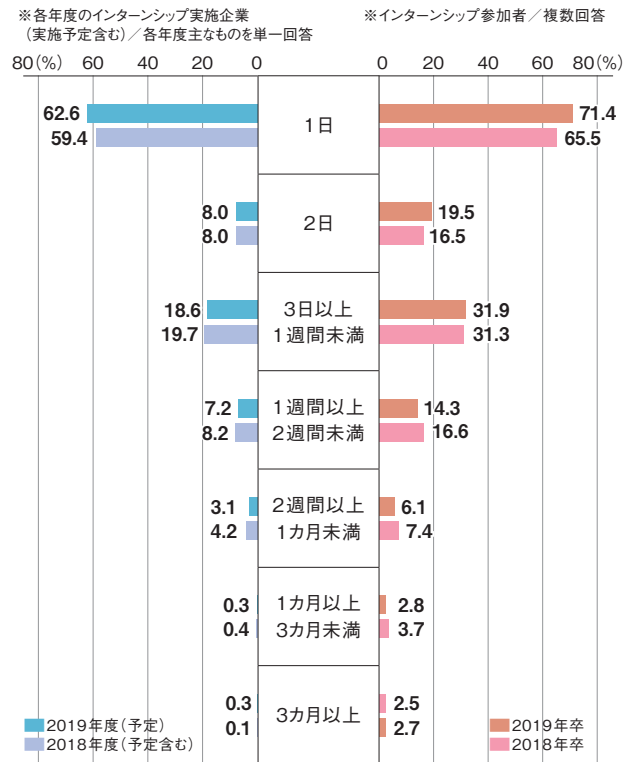
企業

実施・参加ともに1日のプログラムが最多

学生

⑥ インターンシップの実施期間

⑦ インターンシップの参加期間



企業の19年度の実施予定期間、19年卒の学生の参加期間ともに「1日」が最も多く、ともに6割以上に。学生の参加期間は、「1日」「2日」「3日以上1週間未満」が増加したが、1週間以上の期間は減少した。