長期インターンシップの可能性に関する一考察

A Study for the Possibility of Conducting Long-term Internship

－企業のメリットを中心に－

伊藤文男（武蔵野大学）

1. 研究の背景

近年、大学新卒採用の意欲の高まりと共に、企業の実施するインターンシップが活発化している。特に、40デーインターンシップや3日間のインターンシップなど、採用活動の一環として、自社理解の促進を目的としたインターンシップが登場するなど、その目的と期待される効果も多様化している。

対象学生の卒業年別にインターンシップの実施状況について調査した「企業動向調査07」（株式会社文化放送キャリアパートナーズ 2006）によれば、2005年卒から2007年卒対象までの3年間で、インターンシップの実施率は25.6%から35.6%へ、10.6ポイント上昇している（注1）。8週間程度はほとんど変化がないが、「1ヶ月程度以下」は8.4ポイント、「1ヶ月程度以上」は5.8ポイント上昇している。一方「3ヶ月程度以上」は3.1ポイント減少している。

インターンシップの実施率は、「1週間程度以下」と「1ヶ月程度以上」が最も長い「それ以上」によって上昇しているということが言えよう。

「インターンシップの実態に関するアンケート」（桜田06）の指導担当者調査によれば（注2）、「受け入れやすい期間」と指導担当者が考えている期間は、「1ヶ月程度以下（「1ヶ月程度」と「5週間以上」の合計）」は11.2%に過ぎない。しかし、「学生が高い実習効果を得るためには必要な期間」となると77%と割合は上昇する。

学習効果を得るためには、1ヶ月以上のインターンシップが望ましいと考えながらも、「受け入れられる最長期間」となると27.6%ととどまっているのが現実である。この調査は、「学生」にとっての効果の視点で調査されており、受け入れ企業にとってどのくらいの期間が望ましいのかという視点では調査されていない。

この調査では、受け入れ企業にとって長期インターンシップにはどのようなメリットがあるのかは、不明である。

2. 研究の目的

わが国では1990年代のインターンシップ制度導入以来、産・官・学の立場から協力し合い、制度化、体系化、有効化を図ってきた。近年、その中での一つの流れとして「長期インターンシップ」を検討し、導入する大学も出てる。学生・大学・企業それぞれにとってメリットがなければ、インターンシップが有効かつ継続的に実施される。

この研究では、長期インターンシップを実施する業界を対象として、受け入れ企業の業界の傾向、業務（実習）内容の傾向、受け入れ目的、そして受け入れのメリットを考察することが目的である。

図表1

卒業年別インターンシップ実施状況の推移

データ出所：株式会社文化放送キャリアパートナーズ「新卒採用戦略総括07」を基に筆者加工

37
3. 研究方法
最初に、前年度武蔵野大学で実施した「インターンシップに関するアンケート調査」（以下、インターンシップ調査という）結果の分析に基づいて、受け入れ企業の業界の傾向、業務（実習）内容の傾向、受け入れ目的を考察し、長期インターンシップの受け入れに影響的な業界の実態を整理する。
次に、このインターンシップ調査はサンプル数が少なく、長期インターンシップの実施に特化した調査ではないため、十分企業の意図が把握できないが、その結果、調査結果の分析を整理し、長期インターンシップに影響的な業界に関してインタビュー調査を実施する。インタビュー対象者は、企業（広告代理業）のインターンシップ受け入れ担当者1名（注3）、ど宿泊業の勤務経験のある大学教員1名（注4）である。宿泊業に関して、インタビュー調査を受け入れ担当者に直接説明した宿泊業の近年人数に対して客観的なデータを確認するためである。宿泊業は、「2007年度問題」と言われる労働環境の問題により、雇用環境や業界地域などが急激に変化している。それらを踏まえたうえで、客観的な分析を行うために前述の教員をインタビューの対象とした。
最後に、アンケート調査、インタビュー調査の結果を総合的に検証し、長期インターンシップ受け入れ企業について考察し、まとめとする。
なお本稿では、3ヶ月以上のインターンシップを長期インターンシップと呼ぶとすることとする。

4. 「インターンシップ調査」の結果
4-1. 調査の概要
(1) 実施対象
平成17年度夏期インターンシップ受け入れ企業77社
受け入れ要件は、期間が2週間以上で単位認定を伴うもの。
(2) 実施時期
平成17年9月22日〜10月22日
(3) 調査実施方法
郵送・FAXによる回収
(4) 回収数・回収率
61件（回収率79.2%）
(5) 質問紙
資料1

4-2. 調査の分析
(1) インターンシップ受け入れ業界
武蔵野大学のインターンシップの受け入れ業界は、「長期インターンシップ受け入れ可能業界一覧」（図表2）の通りである。全体とは、当該業界において、2週間以上の単位認定を行うインターンシップを受け入れている企業の数を表している。4社以上受け入れている業界は、宿泊業（11社）、旅行代理業（5社）、飲食業（4社）の3業界で、3社以上の受け入れ業界、飲食業、卸売業、広告代理業、出版業、小売業、情報通信業、人材サービス業、博物館の8業界であった。

図表2 長期インターンシップ受け入れ可能業界一覧

<table>
<thead>
<tr>
<th>業界</th>
<th>全体</th>
<th>受け入れ可能率（受け入れ可能/全体）</th>
<th>業界</th>
<th>全体</th>
<th>受け入れ可能率（受け入れ可能/全体）</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>シンクタンク</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
<td>宿泊業</td>
<td>11</td>
<td>63.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>印刷業</td>
<td>1</td>
<td>100.0%</td>
<td>出版業</td>
<td>3</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>飲食業</td>
<td>3</td>
<td>0.0%</td>
<td>小売業</td>
<td>3</td>
<td>33.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>製造業</td>
<td>3</td>
<td>0.0%</td>
<td>証券業</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>学習支援業</td>
<td>2</td>
<td>50.0%</td>
<td>情報通信業</td>
<td>3</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>金融機関</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
<td>人材サービス業</td>
<td>3</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>建設業</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
<td>製造業</td>
<td>1</td>
<td>100.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>広告代理業</td>
<td>3</td>
<td>66.7%</td>
<td>博物館</td>
<td>3</td>
<td>33.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>航空業</td>
<td>2</td>
<td>0.0%</td>
<td>経済業</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>行政機関</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
<td>保険業</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>行政書士事務所</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
<td>保険組合</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>放送支援業</td>
<td>1</td>
<td>0.0%</td>
<td>放送業</td>
<td>4</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>住宅コンサルタント</td>
<td>1</td>
<td>100.0%</td>
<td>旅行代理業</td>
<td>5</td>
<td>0.0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

※全体は、受け入れ企業数、受け入れ可能率は、全体のうち3ヶ月以上のインターンシップを受け入れられた回答した企業の数を示す。
図表3 インターンシップ受け入れ目的比較(受け入れ可能期間別)

<table>
<thead>
<tr>
<th>【設問5】</th>
<th>2週間以下(N=22)</th>
<th>3週間〜6週間(N=23)</th>
<th>3ヶ月以上(N=15)</th>
<th>3ヶ月以上〜5ヶ月未満(N=1)</th>
</tr>
</thead>
</table>
| 1. 学生の就職意識向上を図る社会貢献 | 63.6% | 52.2% | 53.3% | -0.3%
| 2. 学生の職業適性理解を図る社会貢献 | 54.5% | 34.8% | 53.3% | -1.2%
| 3. 就業体験希望学生への機会提供としての社会貢献 | 54.5% | 69.6% | 66.7% | 12.1%
| 4. 大学との交流の深化 | 40.9% | 60.9% | 66.7% | 25.8%
| 5. 学生に対する認知度アップ | 31.8% | 26.1% | 46.7% | 14.8%
| 6. 指導にあたる若手社員の育成 | 15.2% | 26.1% | 46.7% | 28.5%
| 7. 学生の配置による職場全体の活性化 | 36.4% | 34.8% | 46.7% | 10.3%
| 8. 学生の意見による職場の改善・点検 | 13.6% | 26.1% | 26.7% | 13.0%
| 9. 就職としての活用または期待 | 4.5% | 0.0% | 13.3% | 8.8%
| 10. 社内にない知識や技術の活用または期待 | 4.5% | 0.0% | 13.3% | 8.8%
| 11. 学生の感性の活用または期待 | 40.9% | 30.4% | 26.7% | -14.2%
| 12. 就職後に採用したい人材の見極め | 13.6% | 4.3% | 40.0% | 26.4%

図表4 インターンシップ実施可能な体験比較(受け入れ可能期間別)

<table>
<thead>
<tr>
<th>【設問8】</th>
<th>3ヶ月未満(N=45)</th>
<th>3ヶ月以上(N=15)</th>
<th>3ヶ月以上〜5ヶ月未満(N=1)</th>
</tr>
</thead>
</table>
| 1. 社員の基幹的な業務の一部を遂行・体験 | 46.7% | 46.7% | 0.0%
| 2. 社員の補助的な業務の一部を遂行・体験 | 73.3% | 60.0% | -12.3%
| 3. 通常の業務とは別のある課題(企画提案等) | 31.1% | 26.7% | -4.4%
| 4. 特定の社員等に対し業務の一部を行う | 66.7% | 26.7% | -40.0%
| 5. 特定の社員等に対し業務内容を理解 | 51.1% | 13.3% | -37.9%
| 6. 受入れ先部署で必要なスキルの習得 | 26.7% | 33.3% | -6.6%
| 7. 複数の部署の業務を広く体験 | 46.7% | 13.3% | -33.4%
| 8. アルバイトやパートの業務の一部を体験 | 20.0% | 40.0% | 20.0%
| 9. その他 | 2.2% | 0.0% | -2.2%

(2) 長期インターンシップ受け入れ可能業界

設問4において、「今後実施可能と思われるインターンシップ」での受け入れ期間」を問うているが、「3ヶ月以上」(注5)の受け入れを可能と回答しているのは、全体の24.6%であり、受け入れ可能と回答した企業が2社以上ある業界は宿泊業(7社)と広告代理業(2社)の2業界のみである。サンプル数が少ないため一概には言えないが、この調査の限り、宿泊業は長期インターンシップを受け入れやすい傾向にあると言えよう。

(3) インターンシップの受け入れ目的(受け入れ可能な期間別)

設問5において、インターンシップの受け入れ目的を問うた(13項目から複数選択)。その結果を受け入れ可能な期間別に分離したのが図表3である。受け入れ可能期間が、「2週間以内」の企業と「3ヶ月以上」の企業で比較した。この差が大きいもの、短期インターンシップと長期インターンシップの実施目的に差が現れる項目だと考えられるからである。その結果、20ブポイント以上の差が認められるのは、「4.大学との交流の深化」(25.8ブポイント)、「6.指導にあたる若手社員の育成」(14.5ブポイント)、「12.卒業後に採用したい人材の見極め」(26.4ブポイント)の3項目のみという結果となった。「4.大学との交流の深化」とは、自社の新卒採用をはらんで大学の就職担当者と交流を深めたいという意図と、大学を顧客とした自社の営業活動に関連的に貢献できる機能として捉えていることが考えられる。「12.卒業後に採用したい人材の見極め」は、まさに採用活動に直結したインターンシップである。採用活動や営業活動を除いて長期インターンシップが受け入れ企業にとってメリットとなり得るのは、「6.指導にあたる若手社員の育成」ということになる。

(4) インターンシップで実施可能な体験

設問4の「3ヶ月以上」の長期インターンシップを受け入れることが可能な企業と不可能な業界別に、実施可能な体験を集計したのが、図表4である。「3ヶ月以上」の長期インターンシップの方が3ヶ月未満のインターンシップよりも、実施可能割合が高いのは、「6.受け入れ先部署で必要なスキルの習得」(6.7ブポイント)、「8.アルバイトやパートの業務の一部を体験」(20.0ブポイント)の2項目だけである。実施可能と回答した企業の半数以上は、宿泊業が占めている。ベッドメーディングなどの「受け入れ先で必要なスキルの習得」は、反復練習することが必要であることから、長期インターンシップの受け入れが可能であると推測される。逆にスキルを身につければ、当該業界においてその業務に従事することができることを意味しており、習熟した後は有給のアルバイトという捉え方も可能ではないか、との疑問が浮かぶ。

また、「8.アルバイトやパートの業務の一部を体験」と回答した企業においては、長期インターンシップ
5. インタビュー調査の結果
5-1. 広告代理店に関するインタビュー調査
（1）受け入れ企業A社の概要とインタビュー対応者

A社の設立は1990年6月8日、資本金は2,000万円で、従業員8名の中小企業である。主な業務内容は、①雑誌・新聞・テレビ・ラジオ・セルスプロモーション・メールDMその他すべての広告およびバブルリリーフジョン業務の取り扱い、②交通機関および屋外広告、展示・装飾等の設計、施工、監理、③雑誌・単行本・ムック等の企画および編集、写真、制作、印刷・市場調査・情報収集・分析・コンサルティング等のマーケティング業務、などである。

インタビューに応じてくれたのは、A社の営業部長であり、インターネットの指導担当者である。

（2）インタビュー調査内容

現状は2週間という時間的な制約があり、営業同行などアシスタント的な業務中心であるが、広告代理店においてインターネットに参加した、という体験をさせていると考えている。しかし、このようなインターネットの場合には、成績評価が難しい。

広告代理店なので、クライアントの業界研究、課題の発表のし、ディスカッション、アイディア出し、企画書の作成、提案（プレゼンテーション）までの一連の流れを経験させたいが、2週間では難しい。プレゼンテーションがある程度の到達点に達するようなものになるには、最低1ヶ月は欲しい。

インターネット受入れのメリットは、社内の雰囲気が明るくなり、モチベーション上がることがあるなど、活性化に役立つ。取引先企業でも認知されており、客よりも増加する。

新卒採用も実施しておらず、また、定期採用もしていないので、一番下の20代の若手社員にとっては期待ができることになり、業界が高いが丁寧になるなど、指導者の若手社員の成長の効果が大きい。

インターネットを実施していることを理解していただくと、クライアントからの社会的評価が向上する。

F1層発を対象とするイベントや書籍などの企画については、ターゲットと同じ年代なので、参考になる。

3ヶ月あれば、書籍などの場合、企画段階から参加でき、入稿・校正・品揃という流れを一通り体験できる。また、イベントでも、企画の立ち上げから、実施までの流れを体験できる。

（3）新卒採用を実施せずに即戦力となる経験者のみを採用している当社では、インターネットの学生の能力を見て、会社の中に、新卒採用の実施についても一定の理解が得られるようになっている。

（3）広告代理店における考察

インターネットで挙げられたメリットは、2週間程度のインターネット受け入れの実施が可能で、期間インターネットでなければ生じないということではない。では、長期インターネット特有のメリットがあるのか。この問いに対して、営業部長からは明確な回答はなかった。

近年、企画の仕事を希望する学生が多い。広告代理店であれば企画の仕事も多く、そこでインターネットができれば、企画に対する学生の持つイメージと現実のギャップを体験することになり、学生にとっては大変有意義なインターネットになる。しかし、現在のように、2週間程度では、短すぎると企画プレゼンテーションが上手くいかない。その前段階の情報収集や調査が過ぎてしまう。そのため、営業同行などの“見学”に近いインターネットにとまっていくということである。

3ヶ月あれば、F1層を対象とした企画を伴うインターネットが実施できること、営業部長は繰り返し強調する。同年代の学生が企画に加わることに対して、企業はメリットを期待しているのだろう。一方で、同年代だから、ということだけで素晴らしい企画ができると考えるのでは、安定であることも営業部長はよく知っている。そのため、長期インターネット特有のメリットを言い切れないのもかもしれない。

5-2. 宿泊業に関するインタビュー調査

（1）インタビュー調査の内容

（1）宿泊業（ホテル）における長期インターネットの一番の目的は、業務の理解である。宿泊業の業務は、肉体的に辛く、イメージだけで志望してくる者の離職率が高い。インターネットなど長期の実習をすれば、学生が現実を理解し、就職後の離職率低下的効果が期待される。

（2）次に、即戦力としての期待である。宿泊業の業務は、最低3ヶ月というと一人前にはならない。インターネットやアルバイトで、入社前に業務に関わりスキルを習得していれば、入社後即戦力として期待できることになる。実際、インターネット終了後に、インターネット先のホテルでアルバイトとして雇用された学生もいる。

この業界では、あるホテルで当たるとすぐにスキルは、他のホテルで転職が十分可能であり、前職で関わるのを、どこで勤務していたかに加えて、何をしていただかである。

入社後に専門教育し、長期的な展望にいたる人材育成を実施しないのは、当該業界の固有の背景がある。宿泊業では、日本固有の企業内労働組合が形骸化し、横断的な組織を組織している欧米のような色彩を強めている。その結果、他のホテルなど
への流出が可能な業界として、ホテルの専門職のキャリアアップのために、人材の流動化が起きている。

5. キャリアアップをしなければ、給与水準も上がらないことから、社員には自社に対するロイヤリティが低いため、近年の外資系ホテルの新設ランスムは、特に宿泊業の人材の流動化に拍車をかけている。

6. 人材の流動化は、長期勤続年数に伴う人件費の増加を抑制する意味で、経営的にも貢献している。

2. 宿泊業における考察
インタビューに応じたB准教授は、宿泊業界に就職に就いた者の雇職率が高いということを指摘している。それに、スキルをもった人材がキャリアアップを果たしながら、他のホテルに勤職できる環境、すなわち人材の流動化は、経営者にとっても、被用者にとっても必要だと考えている。

ホテル業としては、業務内容を理解し、即戦力となる人材の確保は、重要な課題である。2週間〜1ヶ月程度のインターンシップでは、当該業界における仕事の本当の面白さが理解できないという可能性もある。

肉体的にも辛く、一見単純労働に見える業界だからこそ、その仕事の本質が理解でき、即戦力としてのスキルを身につけた3ヶ月後が望ましい、と考えることとは不思議ではない。

一方で、宿泊業におけるインターンシップは、ペットメニューや飲食部門での実習が多く、アルバイトと同じだと思える学生がいるもののも多い。

今回のインターンシップ調査は、「今後実施可能と思われるインターンシップ」で受け入れ期間と言っているもので、最低必要な期間を問っているわけではない。
従って、調査結果は短期インターンシップの受け入れが可能であるということ、その受け入れは企業にとってメリットがあるということを示しているに過ぎない。

宿泊業においては、3ヶ月以上のインターンシップが当該業界の人材育成に、人材確保（採用）にも有効な制度であるということをB准教授は示唆している。

6. まとめ
(1) 今回の調査で明らかになったこと
今回の調査では、以下の3つのことがわかった。
一つ目、長期インターンシップの受け入れが、比較的容易な業界とそうでない業界に分かれる傾向があるということである。武蔵野大学でのインターンシップの受け入れ業界は少数で多岐にわたっており、一般化できるとは言い切れないと、宿泊業と大学生を消費者とする商品や広告媒体などを扱う広告代理業、長期インターンシップが比較的容易に受け入れられたということである。その他の業界では、長期インターンシップの受け入れについては比較的難易度である。

二つ目、長期インターンシップの受け入れが可能と考えられる業界であっても、実際には企業によってのメリットがはっきりとしている業界そのオッズがどちらの業界がそれぞれあるということである。宿泊業は、人材育成や人材確保（採用）という観点から、2週間程度のインターンシップでは得られない明確なメリットが認められる。広告代理業では、2週間程度のインターンシップにおけるメリットと長期インターンシップの差異は明確ではなかったが、2週間のインターンシップで企業が受けたメリットと同様、あるいはそれ以上の効果を期待しているということは明らかである。

三つ目は、インターンシップをすることで、業界や職業の表面的な理解にとどまり、本質的な理解には至っていない可能性があるということである。その結果、当該業界への興味を低下させた、あるいは、就職先として選択したにもかかわらず早期離職を招いた、ということがないとは言い切れない。特に、ワンデーインターンシップや1週間程度のインターンシップでは、その可能性は高いのではないかと思われる。

(2) この調査で明らかになったこと
インターンシップは、主体的な職業選択の能力や高い職業意識の育成などの観点で大きな意義を持っている（職業能力開発研究室 2001）。また、就職体験を通じて業界や職業を理解することも目的としている。
しかし、インターンシップに参加することによって、一括解雇のま、業界に対する興味を失う、あるいは逆に、表面的な理解だけを就職後の離職率を上げる結果になっていないとも限らない。
このことについては、インターンシップ参加学生のその後の職業選択があるどのように行われたのか、インターンシップ先と業界同学生の就職後の状況等を調査する必要があり、今後の研究課題とした。

(3) 大学側の課題
今回は、長期インターンシップの可能性を企業側のメリットを中心に検討した。宿泊業は、長期インターンシップを受け入れることが、企業側にメリットをもたらす数少ない業界と言える。そのメリットとは、前述の通り人材育成、人材確保（採用）の一つの重要な対策となり得るという点である。
しかし、学生を送り出す大学側の立場で見ると、長期インターンシップ先として適切な業界かどうかは、別途検討する必要がある。ペットメニューや飲食部門での実習が多く、アルバイトと同じようなインターンシップを3ヶ月間無給のまま実施するのは、無給の労働層であるとの誤解を招くことが予想されるからである。

重要なのは、長期インターンシップが、当該大学の教育課程にどう位置づけられ、何を目的として行っているかである。職業選択の能力や高い職業意識の育成という目的であれば、前述のよう内容の実習を3ヶ月間実施することは、無給の労働層に、この批判が是免れないであろう。
しかし、大学の人材育成および教育課程などにおいて当該業界の人材育成を目指しており、その実務能力の習得を目指すことをインターンシップの目的としているのであれば、適切なインターンシップと言える。この場合には、効果を上げるためにも、当該業界の労
以上

＜注＞
注1「企業動向調査07」は、上場企業を中心とした主要企業に対し、2006年5月～6月に、文化放送キャリアパートナーズ就職情報研究所がWebアンケートによって実施した調査。有効回答数社数は133社である。
注2「インターンシップの実態に関するアンケート」は、厚生労働省雇用安定局若年者雇用対策室を事務局として2005年度に関連させた「インターンシップ推進のための調査研究委員会」(佐藤・佐藤博樹)において実施された。大学調査、学生調査、企業調査、指導者調査から構成されている。
注3 武蔵野大学では3ヶ月以上の企業におけるインターンシップは実施していないので、「インターンシップに関するアンケート調査」の設問において、「3ヶ月」以上の受け入れが可能と回答した企業を対象とした。
注4 この4社の歴史は、ホテルの宿泊フロント・予約・セールス各部門の課長、取締役支配人、テーマパークプロジェクトホテル担当ディレクターを経て、現在は大学院教授。専門はホテルビジネス、サービスオリラティーの創造、ホスピタリティマインドの高質化。
注5 「6ヶ月」という回答も11.7%あったが、これらの企業は全て「3ヶ月」も可能と回答している。
注6 PO舎とは個人診断の業界区分の俗称で、20～34歳の女性のこと。

＜参考文献＞
インターンシップ推進支援センター（2000）Mの高いインターンシップの実現に向けて」東京経営者協会
河津劦司（2006）『平成17年度 武蔵野大学インターンシップ』武蔵野大学
職業能力開発研究所（2001）『21世紀を拓く人材を育成するためのインターンシップ・ガイドブック』北海道
http://www.hrd.pref.hokkaido.lg/kennyu/internship.pdf (2007.03.01閲覧)
田中宣秀（2005）『パネル討論 高等教育機関におけるキャリア教育のあるべきカリキュラムについて』名古屋大学キャリア教育の推進とカリキュラム研究開発プロジェクト『キャリア教育の推進とカリキュラム構築に関する最終報告』P69～72
新文化放送キャリアパートナーズ（2006）『新卒採用戦略総括07』
堀田聡子（2006）『企業と指導担当者』佐藤博樹・佐藤幸也・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－」労働新聞社 P104-194
リンクオーロソノ、寺崎武監修、渡辺三枝子・三村隆男（2000）『インターンシップが教育をえる－教育者と雇用主はどう協力したらよいのか－』社団法人雇用問題研究会

42
【資料1】
武蔵野大学 学生支援部 キャリア開発課行 FAX:0424-68-9076

『武蔵野大学 インターンシップに関するアンケート』

今後のインターンシップをよりよいものに改善するために、インターンシップの実習生を受け入れてくださった際の率直な意見をお聞かせいただき、大変恐縮ですが下記アンケートにご記入のうえ、上記FAX番号にご返信くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。（多肢選択の設問の場合、該当する番号に○を付けてください）

【設問1】インターンシップ実習生の事前準備・姿勢は充分だったでしょうか。

| ① 働くことに関する意識 | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ② 参加目的の明確化 | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ③ 取組みたい仕事の具体化 | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ④ 業界に関する知識 | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ⑤ 業務内容に関する知識 | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ⑥ 挨拶や敬語などのマナー | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ⑦ パソコンなどのOA操作 | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ⑧ 自分から仕事を見つけようとする意欲 | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ⑨ 他の社員とのコミュニケーション（ホウレンソウ） | 7 | イ | ウ | イ | オ |
| ⑩ その他不足したこと（ ） |

【設問2】インターンシップ実習生の実習態度は全体として満足できるものですか。

① とても満足 ② やや満足 ③ どちらともいえない ④ やや不満 ⑤ とても不満

④、⑤とお答えの場合、何が不満でしたか

【設問3】今回のインターンシップで実施していただきました内容に該当するものを左から、今後受け入れの際に実施可能と思われるものを右の中からお答えください。（いくつでも）

《今回実施したもの》
① 社員の基幹的な業務の一部を遂行・体験
② 社員の補助的な業務の一部を遂行・体験
③ 通常の業務とは別の一定の課題（企画提案等）
④ 特定の社員等に同行し業務の一部を体験
⑤ 特定の社員等に同行し業務内容を理解
⑥ 受け入れ先部署で必要なスキルの習得
⑦ 複数の部署の業務を広く浅く体験
⑧ アルバイトやパートの業務の一部を体験
⑨ その他（ ）

《今後実施可能と思われるもの》
① 社員の基幹的な業務の一部を遂行・体験
② 社員の補助的な業務の一部を遂行・体験
③ 通常の業務とは別の一定の課題（企画提案等）
④ 特定の社員等に同行し業務の一部を体験
⑤ 特定の社員等に同行し業務内容を理解
⑥ 受け入れ先部署で必要なスキルの習得
⑦ 複数の部署の業務を広く浅く体験
⑧ アルバイトやパートの業務の一部を体験
⑨ その他（ ）
【設問 4】設問 3「今後実施可能と思われるインターンシップ」での受け入れ可能な期間はどのくらいでしょうか（いつでも）
① 2週間 ② 3週間 ③ 4週間 ④ 6週間 ⑤ 3ヶ月 ⑥ 6ヶ月

【設問 5】貴社でインターンシップを受け入れる目的はどれですか（いつでも）
① 学生の就業意欲向上を図る社会貢献
② 学生の職業適性理解を図る社会貢献
③ 就業体験期待学生への機会提供としての社会貢献
④ 大学との交流の深化
⑤ 学生に対する認知度アップ
⑥ 指導にあたる若手社員の育成
⑦ 学生の配置による職場全体の活性化
⑧ 学生の意見による職場の改善・点検
⑨ 即戦力としての活用または期待
⑩ 社内にない知識や技術の活用または期待
⑪ 学生の感性の活用または期待
⑫ 卒業後に採用したい人材の見極め
⑬ その他（ ）

【設問 6】インターンシップの実習にあたり、何かお気づきの点がございましたらお記入ください。

【設問 7】インターンシップ実習生の受け入れ先として、本学のHP、パンフレット等で貴社名を公表してもよろしいでしょうか。
① 社名・業種ともに可 ② 業種のみ可 ③ どちらも不可

【設問 8】本学では学部2年生を対象にインターンシップの実習を予定しておりますが、下記期間内で実習生を受け入れていただくことは可能でしょうか。

| 期間 | 2006年1月下旬〜2006年3月上旬 | 受け入れの可否 | 可 | 不可 | 未定 |
|------|-----------------------------|----------------|-----------------|----------|

【設問 9】本学では、インターンシップで学生を受け入れていただきました企業等の方々へのお礼として、武蔵野大学でも教育・研究成果を還元する意味で、無料の研修プログラム（例、リーダーシップ開発、チームビルディング）、組織におけるコミュニケーションスキルアップ等）の実施を検討していますが、そのような機会を利用することについてどう思われますか。
①是非参加したい ②都合があえば参加したい ③内容によっては参加したい ④研修は自社で行っているので特に必要はない

<table>
<thead>
<tr>
<th>貴社名</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>部署名</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ご協力ありがとうございました。

44