

インターンシップの取り組み に関する現状と課題

〈文科省のインターンシップの取組と名城
大学におけるインターンシップの事例から〉

名城大学キャリアセンター

犬飼 斉

1 インターンシップの取組に関する現状について ――インターンシップのはじまり――

日本におけるインターンシップとは、学生が企業等において実習・研修的な職場体験をする制度で、一言でいうと「就業体験」である。日本で、インターンシップが推進されてきた背景には経済環境の急速な変化が挙げられる。この変化に伴い、雇用環境が終身雇用制から能力主義に急速に変わりつつある中で、人材育成の核となる大学への人材育成に対するニーズが高くなり、その一環として、産学連

携による人材育成の一形態としてインターンシップが推進められるようになった。

政府によるインターンシップの推進が始まったのは、「経済構造改革と創造のための行動計画」（平成九年五月十六日閣議決定）及び「教育改革プログラム」（平成九年一月二十四日文部省）においてである。平成九年以降、現在に至るまでインターンシップの定着は着実に進んでいる。

そもそも日本におけるインターンシップは、米国におけるインターンシップを参考に導入されてきたものである。米国におけるインターンシップの意義の定義について、東北経済産業局のホームページで次のように紹介されている。

(<http://www.tohoku.mei.go.jp/sangaku/intern/5/2.htm>)

米国におけるインターンシップは、二つに大きく分けられる。

一、大学が主体的に授業のカリキュラムの一部として運営・管理するもの

二、企業が主体的に運営・管理するもの

「一」は『Co-op Program』、「二」は『Internship』とし

て、それぞれ呼び分けられているが、両者はともに、米国の高等教育の経験学習法、あるいは産学共同の教育の一方として位置づけられている。その成り立ちとしては、まず『Co-op Program』が教育法の一つとして産声を上げ、その熟成の過程、社会への普及の過程において『Internship』が生まれた経緯を持つ。したがって、これまでは、両者を総称してインターンシップとして述べてきたが、インターンシップの歴史とは、実は『Co-op Program』の歴史であるといえる。その普及期において、企業がその



いぬかい・ひとし ●一九六五年八月生
まれ ●主な論文著書に『高等教育マネジメント』（名古屋大学大学院教育発達科学研究科教育科学専攻高等教育マネジメント分野、四十一・四十七頁、創

刊号二〇〇七、No.1） ●今回のインターンシップ業務について調査したところ、インターンシップの普及率はここ十年でかなり高まってきているものの全国大学生総数から比較するとインターンシップ実習へ未参加学生の方が圧倒的に多い。参加して欲しい学生に対して今後どのように意識付させるかが課題である。インターンシップが学生にとって更に身近になるよう工夫する必要がある。

メリットに目覚め、従来からあった「見習い制度」と融合した形で自らが運営・管理する『Internship』が出現した。このように、アメリカでのインターンシップの制度は、大学が主体的かどうかで、区分されていることを考えると、各大学が独自で実施している日本のインターンシップは、関係者間で共通した認識がされていないといえる。

平成九年一月二十四日の文部省の「教育改革プログラム」の中で、インターンシップを「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」として幅広くとらえることとしている。

1・2 インターンシップの現況と課題

インターンシップの現況について、文部科学省の報道発表（二〇〇七年十一月二十一日 大学等における平成十八年度インターンシップ実施状況調査について）の中で、インターンシップへの大学生の参加者数（表1）は、四百八十二校で、五万四千三十名となっている。これは、平成九年の百七校で、一万三千三百九十八名と比較すると、約三・八倍に学生数が増加している。ここに、平成九年以降、各大学においてインターンシップの導入が積極的に進められてきたことがわかる。

〈表1〉 インターンシップへの大学生の参加人数

年度	学校数	参加者数	実施率
平成9年度	107校	13,398名	18.3%
平成10年度	143校		23.7%
平成11年度	186校	19,650名	29.9%
平成12年度	218校	21,063名	33.5%
平成13年度	281校	25,972名	41.9%
平成14年度	317校	30,222名	46.3%
平成15年度	384校	34,125名	55.0%
平成16年度	418校	39,010名	59.0%
平成17年度	447校	42,454名	62.5%
平成18年度	482校	50,430名	65.8%

出典：インターンシップ実施状況調査結果（文部科学省）

〈表2〉 大学学部分野別インターンシップ体験学生数

分野別	平成12年度 (218校)	平成16年度 (418校)	平成18年度 (482校)	平成19年度 (504校)	倍率 12-19
合計数	20,146	37,267	46,567	45,913	2.27
人文科学	671	4,597	6,146	6,485	9.66
社会科学	4,398	11,686	14,498	15,058	3.42
理学	887	857	1,261	811	0.91
工学	7,773	11,802	12,364	11,842	1.52
農学	945	2,420	3,734	3,299	3.49
保健	3,745	1,458	1,773	1,465	0.39
商船	87	84	78	129	1.48
家政	82	536	1,015	991	12.08
教育	1,043	1,496	1,643	1,819	1.74
芸術	184	701	862	678	3.68
その他	331	1,630	3,193	3,336	10.07

出典：インターンシップ実施状況調査結果（文部科学省）

また、文部科学省からのデータへ表2)を見てみると、従来からインターンシップを現場実習や実務訓練等として教育課程に組み込んできた工学部などに加えて、以前は実施率の低かった人文・社会科学系の学部についても実施率が伸びていることがわかる。

このことは、文部科学省における各大学等の自主的な取組を促すため国立学校特別会計や私立大学等経常費補助金によるインターンシップにかかる経費の補助やインターンシップフォーラムの開催など、より広くインターンシップの普及活動をしてきたことが浸透し、量的拡大に繋がったといえる。

このように、産学連携によるインターンシップは、参加大学も年々増加して、その裾野が拡大していることは、非常に喜ばしいことである。しかし、実際の実施率について文部科学省の平成十九年度の調査結果から、六十七・七%であり、三十二・三%の大学が実施していないことになる。

また、平成十九年度の学校基本調査によると、大学の学生数は約二百五十一万四千人である。インターンシップに参加する学生のはほとんどが、三年生に限定されていると想定した場合、一学年は、六十二万八千五百人であり、インターンシップへの参加者が、四万五千九百十三人であること

から、約七%の学生しか、インターンシップに参加していないことになる。やっと文部科学省の方針が軌道に乗ったところである。今後、引き続いて各大学におけるインターンシップ実習の参加割合の向上が必要であろう。

しかし、気になるデータとして、平成十九年度のインターンシップ実施分野の中で、理工系の分野で体験学生数が減少したことである。また、経済環境が好転していく中で、受入側も積極的であったが、果たして、経済環境が悪化した時に、どれだけ積極的な受入れを期待できるであろうか。

さらに、各大学における学生の質の違いから、インターンシップに求めるところも異なってくることが予想される。例えば、入試偏差値が四十を切った大学と六十以上の大学の学生では、受入先の違いやインターンシップの体験内容にも差がでてくる。このような状況下で、文部科学省は、従来の「職業意識の形成」などを目的としたインターンシップと峻別し、「高度専門人材」育成を目的とした、産学協同による質の高い長期インターンシップ体系の構築・普及を図るため、平成十七年度から「産学連携による実践型人材育成事業―長期インターンシップ・プログラム開発―」を実施した。また、平成十八年度からは、大学等が組織的に実施する職業意識・能力を直接的に高める実践的

な教育を体系的に行う教育プログラムを支援する「実践的総合キャリア教育の推進」を実施した。この流れの中、平成十九年に経済産業省と文部科学省の連携の下に「産学人材育成パートナーシップ」を創設し全体会議をはじめた。

しかし、この全体会議が平成二十年七月に公表した「中間取りまとめ」では、「産学の共通認識が醸成されてなく、インターンシップを単に実施することが目的化している場合もある」と指摘されている。今後は、各大学が、産業界との対話を通じて、各大学が育成する人材像を明確にし、各大学にあった質の高いインターンシップを目指し、その際には、既存の先進事例を参考にしながら取組んでいく必要がある。

また、各大学独自の教育目標に対するインターンシップの実践を行い、実践後の評価の指標を如何に作り上げるかが課題であるとされている。

2 名城大学におけるインターンシップ

2-1 名城大学におけるインターンシップの始まりと

参加者の推移

労働政策研究・研修機構研究員の堀有喜江らの調査によると、先進的な大学を調査の対象として、「一九九六年以

前」から「二〇〇三年」までの間でインターンシップを初めて行った時期が多いのは、一九九八年（平成十年）であると調査結果を出している。

名城大学のインターンシップが組織として開始した時期は、一九九九年（平成十一年）で、当時は教務課が窓口と

〈表3〉夏季インターンシップの状況

年	登録者数	応募者数	参加者数	受入機関数
平成15年	428	234	205	123
平成16年	505	289	283	204
平成17年	496	296	276	212
平成18年	457	251	240	182
平成19年	494	296	278	203
平成20年	611	380	336	216

〈表4〉春季インターンシップの状況

年	登録者数	応募者数	参加者数	受入機関数
平成16年	109	68	68	44
平成17年	82	40	38	27
平成18年	53	34	33	24
平成19年	72	38	38	31
平成20年				

〈表5〉夏季・春季インターンシップの状況

年	登録者数	応募者数	参加者数	受入機関数
平成15年	428	234	205	123
平成16年	614	357	351	248
平成17年	578	336	314	239
平成18年	510	285	273	206
平成19年	566	334	316	234

〈表6〉夏・春インターンシップの3年生の参加状況

年	参加者数	学生数 9月現在	参加率
平成17年	256	3,565	7.1%
平成18年	192	3,288	5.8%
平成19年	233	3,548	6.5%
平成20年	281	3,288	8.5%

なつて実施した。文部科学省のインターンシップの調査で、平成十一年に実施した大学は、百八十六校である。

平成十五年四月に、名城大学就職課は就職センターへ改組され、インターンシップ業務も教務課からキャリアセンターへ移された。その後のインターンシップ参加者の推移

は〈表3〉〈表4〉〈表5〉〈表6〉のとおりである。

2-2 名城大学における

インターンシップの基本事項と流れ

2-2-1 基本事項

コンセプト…在学中に、企業・公的機関・法律事務所等で実際の就業（仕事）を体験する制度。これは、卒業後の進路を決定するにあたり、自分の適性を確認する有効手段として学生に参加を募集している。

実施日数…二週間以上（十日以上）

実施時期…春と夏

保険加入…強制加入（大学負担）

提出書類…報告書・実習日誌を実習後に提出

単位認定…殆どの学科で実施。

2-2-2 インターンシップの流れ

〈表7〉インターンシップの流れ
(夏季・春季の年2回実施)

内容	夏	春
ガイダンス	5月	11月
マッチング	6月～	12月～
事前研修	7月	1月
実習期間	8月～9月	2月～3月
事後報告会	10月	5月

2-3 インターンシップ実習参加者と卒業後の進路との関連

平成十八年度インターンシップ参加学生の進路先(平成十九年度)を調査した。本調査には、当該年度の実習生の中から三年生を抽出した。

この結果から、インターンシップに参加する学生自体が意識の高い学生が多いことは十分考えられる。少なくとも

インターンシップに行く意識を持たせることは重要であると言えるのではなからうか。

―高校での調査(国立教育政策研究所生徒指導研究センター『職場体験・インターンシップに関する調査研究報告書』2007年)ではあるが、高校のインターンシップ実施の有無と卒業生の無業率を比較した結果、インターンシ

〈表8〉名城大学におけるインターンシップ参加学生と未参加学生の平成18・19年度の進路の違い

年度の進路状況から	割合
18年度卒業生が17年度3年生の時にインターンシップに参加した率	7.4%
19年度卒業生が18年度3年生の時にインターンシップに参加した率	5.7%

進路状況	インターンシップ参加者		インターンシップ未参加者	
	18年度	19年度	18年度	19年度
進路未決定者	3.3%	4.6%	7.1%	8.8%
アルバイト	0.0%	1.3%	1.4%	1.7%
家事手伝い	0.0%	0.0%	0.4%	0.5%
就職しない	0.0%	0.0%	0.2%	0.3%
就職活動中	0.4%	0.4%	0.6%	0.7%

ップを実施する高校が、実施しない高校と比較して無業者数が少ない結果が報告されている。その他、インターンシップを始めた年度が早ければ早いほど、無業率が低いという調査結果も報告されている。

このことから、本学の調査内容と照らし合わせても、インターンシップの効果が見て取れよう。

2-4 受入先からの報告内容について

ここでは、名城大学における平成十九年度夏の受入先(企業等)からの報告書について取り上げてみる。報告書「自由記入欄」の記載事項として、次の三つに大別される。

- ① インターンシップの意義と学生派遣に対する受入側からのお礼の内容(六十二件)。
- ② 学生に会社を知ってもらい採用への繋がりを目的とした内容(七件)。
- ③ 実習前の十分なマナー等の事前教育の実施を行って欲しい内容(八件)。

特に、③については、改善しなくてはならない問題点であり、受入先に迷惑をかけている部分である。この③の内

〈表9〉大学への事前教育等についての要望

連番	内容
1	実習先の情報を得てから実習に参加されると、もっと主体的に実習に取り組めたのではないかと思います。
2	本人なりの研修テーマを持ってきていただけるとよかった。
3	事前研修として、ビジネスマナー、ワード・エクセルのパソコン操作の研修をお願いします。
4	事前に研修先の情報を入れて、本人なりの研修テーマを持ってこられた方が良いのではないかと思います。
5	事前の勉強、下調べ等をして、目的を明確にして(何を学びたいか)来てもらえると、より実習が活きると思います。
6	研修に入る前に、やはり頭髪の色(最近の若い方は茶系が大変多い)で募集の身なりの認識を持って頂くと(大学の方で指導)大変助かります。
7	実習生はインターンシップに来ることを目的とせず、今後の学生生活の中で、この経験をどう活かしていきたいのか、目的意識を持って望んでいただきます。
8	年々学生の質(意欲・礼儀など)が低下している感じがあります。大学内でのインターンシップに参加する意義や取組方など学生に講義をしていただければ幸いです。

容をへ表9)にまとめた。

③について、受入先から大学に対する要望は一割程度ある(自由記入欄への記載件数が七十七件に対して大学に対する要望は八件)。②についても、受入先の宣伝や就職の求人に繋がることを意識した内容であり約一割(七件)ある。採用や広報を目的としている受入先として、取えて大学へ厳しく指摘を避けていると予想できるので、受入先からの要望件数は潜在的にかなり多いといえる。

2・5・5 インターンシップにおける課題

2・5・5・1 名城大学における課題

名城大学におけるインターンシップの課題は、大きく三つに大別される。

- ① 単位認定がない学科があり、全学共通の取組内容でない。
- ② キャリアセンター主導で、インターンシップのプログラムを手づくりで進めて来たため、教員の領域である授業との連携が不足している。そのため事前・事後の研修が不十分である。
- ③ インターンシップの効果は「専門科目との関連性」

により大きく左右されるといわれている。しかし、本学のインターンシップは、「職業観・勤労観」といった就職体験を主としたもので、学部の専門教育と直結したものは殆どない。

それでは、他の機関がまとめた調査を参考にして、名城大学との課題について比較してみる。

2・5・5・2 厚生労働省におけるインターンシップ推進の

まとめと名城大学との比較

厚生労働省が平成十七年三月十八日発表した「インターンシップ推進のための調査研究委員会」の取りまとめへ表10)・へ表11)・へ表12)では、以下のような課題が指摘されている。

1) 長期インターンシップの実施に関する課題

『インターンシップの受入側も学生もインターンシップの実習期間が、一ヶ月くらいあると内容の濃いものができるとしているが、実際そこまでは難しい。さらには、殆どの企業で、インターンシップの受入れ態勢が十分整ったところは、半分にも満たない。』と公表している。その意味で、

長期インターンシップの必要性があるが、大学の授業の
関係と受入側の関係で上手くいかないのが現状である。

名城大学においても、今後長期のインターンシップを視
野に入れる必要がある。本学キャリアセンターで「十日間
のインターンシップにどれだけ効果があったかは疑問であ
る。」と言われていたが、この点についても検討する必要
がある。

2) 学生の実習参加の目的意識を高めるための 事前教育の課題

また、同発表の中で、『受入側は、学生の積極性ややる
気を重視するが、学生は、働く経験が目的となって受身に
なりがちである。この点を事前に積極的に取組む姿勢を高
めるための事前指導する必要がある。』と述べている。

名城大学においても、事前指導の中で、受身的な学生を
減らし、積極的な学生を増やす工夫がますます必要となっ
てくる。ここには、単位取得を目的としてインターンシッ
プに参加する学生や人気受入先に人数制限のため参加でき
ない学生が、希望以外の受入先に参加していることも積極
性の低下に繋がっていると思われる。

3) 人気受入先の新規開拓

人気のあるインターンシップの受入機関の開拓は今後も
必要である。また、事前説明の中で、インターンシップの
重要性と、インターンシップの取組は、大学側・受入側の
双方の大きな負担によって成り立っていることを十分に理
解させることが必要である。その趣旨を学生に浸透させる
ために説明の改善が必要であると思われる。

名城大学でも、へ表9の中で、自由記述欄に記載した
受入先の一割が、実習前の事前教育の充実を求めている。

4) 企業の採用とインターンシップの受入関係について

へ表10の②で、三十七・〇%の企業がインターンシッ
プ参加を採用に活用している。⑤では、学生が実習効果を
得るには1か月程度が必要と(大学も同様の認識)してい
る。このようなことから、経済環境が悪化して、採用枠が
絞られた時のインターンシップの受入枠や、真の意味での
インターンシップのプログラムを作成することは、相当困
難であるといえよう。

名城大学においては、今までのインターンシップの自己
評価がしっかりされていなかったことを今後の反省点と

〈表10〉 企業からのまとめ

「インターンシップ推進のための調査研究委員会」

番号	内容
①	インターンシップとして学生に従事させている業務の内容は、「社員の補助的業務の一部」が61.1%で最多、「社員の基幹的な業務」が44.7%（複数回答）。
②	自社のインターンシップ参加を採用に活用している企業の割合は37.0%。
③	企業がインターンシップ実施の効果として認識する点として、 <ul style="list-style-type: none"> ・指導に当たる若手社員の成長 ・大学や学生への自社の認知度の向上、地元の大学との交流の深化 ・学生の配置による職場全体の活性化などのメリットが多く挙げられた。 学生の配置による職場全体の活性化などのメリットが多く挙げられた。
④	インターンシップの効果が上がっている企業では、次のような取組が見られた。 <ul style="list-style-type: none"> ・全社的なインターンシップ推進体制の整備 ・マニュアルの整備、ノウハウの蓄積 ・実習計画の作成と学生への事前の伝達 ・受入担当者の配置（さらに、会社から受入担当者への事前説明・指示がある場合に、受入担当者の今後の受入意向が高い。）
⑤	企業が受け入れやすいインターンシップ期間は、1週間（31.3%）から2週間（44.5%）程度。一方、企業、受入担当者ともに、学生が実習効果を得るには1か月程度が必要と認識している（大学も同様の認識）。

〈表11〉 学生からのまとめ

「インターンシップ推進のための調査研究委員会」

番号	内容
⑥	インターンシップ応募企業数は平均1.9社、参加企業数は平均1.2社。
⑦	インターンシップ参加期間は2週間程度（10～14日）が多数（56.4%）。
⑧	インターンシップに参加した学生が得た印象や意見としては、次のようなものが挙げられた。 <ul style="list-style-type: none"> ・社員との交流機会が増えること、実習内容が事前に十分説明されることなどが、インターンシップの効果を高めるために有効。 ・参加期間中には、3週間を超える場合に最も満足度が高く、また、参加期間が長期になるほど、働くことの楽しさや社会に出る自信を実感。 経験した業務の内容別には、「社員の基幹的業務の一部」で満足度は高く、「アルバイトやパートの業務の一部」では満足度が低い。

〈表12〉 大学からのまとめ

「インターンシップ推進のための調査研究委員会」

番号	内容
⑨	学生がインターンシップに関心をもったきっかけは、大学就職課などの勧めが25.2%と最も多い。 大学が把握する希望学生数と企業の受入可能数の関係について、企業の受入可能人数が不足（52.5%）、総数は釣り合っているが特定企業に希望集中（32.5%）等の指摘。

し、今後の評価軸作成が必要であると考ええる。

3 今後のインターンシップのあり方

「インターンシップに参加しないより、参加したほうがいい。」この点は異論のないところであろう。しかし、インターンシップ参加学生は全体の割合として非常に少ない。インターンシップに参加するよう学生の意識を高める必要がある。

また、名城大学のインターンシップ参加学生への調査では、「参加してよかった。意識が高まった。」という満足度の高い結果が出ている。しかし、参加学生の能力が高まったかどうかの調査までは行われていない。今後、インターンシップ実習前と後で、学生の能力がどの程度、変化したかを確かめる評価手法を確立する必要がある。それにより、インターンシップの効果的な実施につながるのではないかと考える。

ここに、一つの手法となる事例がある。日本インターンシップ推進協会が実施した『平成十八年度社会人基礎力調査』（表13参照）が、平成十九年

〈表13〉「社会人基礎力」の内容（経済産業省が定義）

1) 前に踏み出す力（アクション） ～一歩前に踏み出し、失敗しても粘り強く取り組む力～	
主体性	物事に進んで取り組む力
働きかけ力	他人に働きかけ巻き込む力
実行力	目的を設定し確実に行動する力
2) 考え抜く力（シンキング） ～疑問を持ち、考え抜く力～	
課題発見力	現状分析し目的や課題を明らかにする力
計画力	課題解決のプロセスを明らかにし準備する力
創造力	新しい価値を生み出す力
3) チームで働く力（チームワーク） ～多様な人とともに目標に向けて協力する力～	
発信力	自分の意見を分かりやすく伝える力
傾聴力	相手の意見を丁寧に聴く力
柔軟性	意見の違いや立場の違いを理解する力
状況把握力	自分と周囲との関係性を理解する力
規律性	社会のルールや人との約束を守る力
ストレスコントロール力	ストレス発生源への対応力

<http://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/index.html>（経産省HPから社会人基礎力）

三月においてインターンシップ参加者の社会人基礎力との関係が公表されている。参加者は、「ストレスコントロール」「創造力」について大きく上昇し、変化の少ないのは「計画力」という結果となっている。各大学が手探りでインターンシップを行っている以上、全ての大学で同じ結果になるとは限らない。今後は、調査手法を実習前後の比較だけでなく、卒業時点の内定状況や卒業後の離職状況との相関関係等を調査することでインターンシップの効果についてのより正確な評価を期待し、長期的な視点を短期的視点と併せ持つようなものになりたいと考える。

参考文献及び参考

東北経済産業局 <http://www.tohoku.meti.go.jp/sangaku/intern/5/2.htm>

文部省（二〇〇〇）『インターンシップ・ガイドブック』ぎょうせい

文部科学省（各年度）『大学等におけるインターンシップ実施状況調査結果について』

厚生労働省（二〇〇五）『インターンシップ推進のための調査研究委員会』の取りまとめ

佐藤博樹・堀有喜衣・堀田聡子（二〇〇六）『人材育成と

してのインターンシップ』労働新聞社
高良和武・石田宏之・太田和男・古閑博美・田中宣秀（二〇〇七）『インターンシップとキャリア』学文社
職業研究（二〇〇八）『特集 インターンシップの効果と意義』社団法人 雇用問題研究会
国立教育政策研究所生徒指導研究センター（二〇〇七）『職場体験・インターンシップに関する調査研究報告書』

