

# 5 インターンシップと入社後の関係

インターンシップは入社後の戦力化する期間、就業意欲の変化に関係するの？

## 自社インターンシップ参加者は戦力化期間が短い傾向

入社後の戦力化とインターンシップの関係を見てみた。新卒入社者全体では、戦力になるまでの実際の期間の平均は、「1年～1年半未満」(25.1%)、「2年～3年未満」(21.0%)、「3年～5年未満」(20.2%)の順に高かった(グラフ①)。これを、自社インターンシップの参加経験の有無別で見ると、全体の30.0%は戦力化の期間は不明であった。不明を除く企業では、自社インターンシップ参加者の戦力化期間は、「半年未満」「半年～1年未満」「1年から1年半未満」のいずれの期間でも、自社インターンシップ未参加者

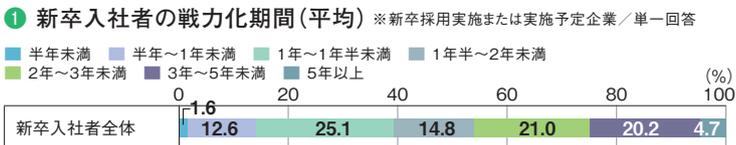
よりも高い割合であり、インターンシップ参加者の方が入社後戦力化するまでの期間が短いことがわかる。また、業種別に見ると、インターンシップ参加有無であまり差がない業種もあるが、「流通業」「サービス情報業」では、「入社1年半未満」までの合計値が、インターンシップ参加者で5ポイント以上高かった(グラフ②)。

## 入社が決め手が「インターンシップ」では就業意欲が継続

入社後の就業意欲の変化について、興味深いデータがある。全国求人情報協会(全求協)が行った「2019年卒新卒者の入社後追跡調査」によると、入社時に「就業意向」であった人の半年後は、

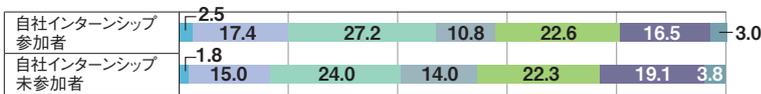
「就業意向」が76.8%、「転職意向」が23.2%。入社時「就業意向」者の半年後の就業意向別に「入社企業のインターンシップ経験」を聞いたところ、入社後「就業意向」者の50.5%、入社後「転職意向」者の37.9%で参加経験があった。その経験が「入社を決め手になった」割合(「とても決め手になった」「やや決め手になった」の計)を見ると、入社後「就業意向」者は84.9%、入社後「転職意向」者は53.2%で、入社後「就業意向」者が30ポイント以上高かった(グラフ③)。全求協のレポートでは、インターンシップへの参加が企業を深く知る機会になった結果、入社後も就業意欲を持ち続けていることが考えられるとまとめられている。

**企業** 自社インターンシップに参加した新卒入社は戦力化する期間が短い傾向がある

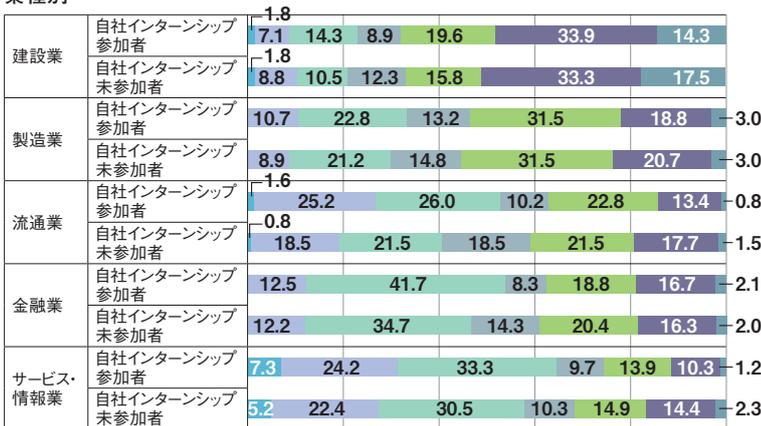


新卒入社者全体の戦力化期間は「1年～1年半未満」(25.1%)が最も高く、「2年～3年未満」(21.0%)、「3年～5年未満」(20.2%)と続いた。

② 自社インターンシップ参加有無別の新卒入社者の戦力化期間(平均) ※新卒採用実施およびインターンシップ実施企業/単一回答(不明を除き集計)



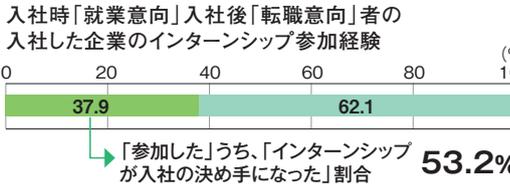
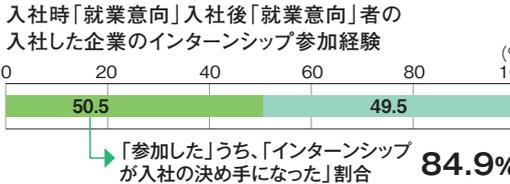
業種別



**若手社会人** 入社後就業意欲の継続にはインターンシップの効果が見られる

③ 入社後の就業意向変化別 インターンシップ参加有無と入社への影響

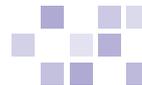
※新卒入社時「就業意向」者/単一回答  
※就業後は約入社半年時点  
■ 参加した ■ 参加しなかった



新卒入社者の入社半年後を比較したところ、入社時「就業意向」入社後「就業意向」の自社インターンシップの参加経験は、50.5%で、入社時「就業意向」入社後「転職意向」では37.9%だった。

出典：公益社団法人 全国求人情報協会「2019年卒新卒者の入社後追跡調査」

「不明」を除き、自社インターンシップの参加有無別に新卒入社者の戦力化期間を見ると、自社インターンシップ参加者(全体)では、戦力化期間が「半年未満」「半年～1年未満」「1年から1年半未満」の短い期間において自社インターンシップ未参加者よりも高い割合であった。また戦力化期間は業種により異なることもわかった。



## ジョブマッチ型で相互理解が進み 入社後の定着・活躍も実感

ソフトバンク株式会社  
人事部 採用・人材開発統括部  
人材採用部 部長  
杉原倫子氏

### COMPANY PROFILE

1986年設立。経営理念である「情報革命で人々を幸せに」のもと、スマートフォンを中心とした魅力的なサービスや5Gネットワークで通信事業を強化するとともに、AIやIoT、ビッグデータなどの活用や、グローバルに事業を展開するグループのテクノロジー企業群とのコラボレーションにより積極的な革新と挑戦を続ける。

### 「JOB-MATCHインターン」で 全社的に受け入れる

完全就労型のプログラムの中で、学生時代の経験やスキルとソフトバンクでの仕事のマッチングを確かめることができるインターンシップが、「JOB-MATCHインターン」です。メインとなる8～9月の夏休み期間は文系・理系ともに行いますが、一部、理系のエンジニア対象のインターンシップは春休みにも実施しています。夏休み期間中のプログラムは、4週間と2週間のコースがあり、実際の職場で社員と同様に仕事をしてもらうことを大事にしています。

働く経験をしないまま就職活動をする、どうしても知名度などで就職先を判断しがちになります。しかし実際は、職場に入らないとわからない会社の雰囲気、一緒に働く人、仕事の進め方などがとても重要です。例えば当社の場合、変化が激しい会社ですので、インターンシップ中に任される仕事も朝と夕方内容が変わるということがたびたび起こります。そういう状況を体験したり、目の当たりにしたりして、学生自身がどう考えるか。また、短い時間で言いたいことをまとめて結論から伝えるなどのソフトバンク流

の仕事のやり方を、会社の中に入ることによって実感してもらうことが重要だと考えています。

### さまざまなコースを用意し 学生の希望とマッチング

応募してもらう際は、大きくビジネスコースとエンジニアコースに分けていますが、さらに、20コース近くに細分化して希望業務を聞き、マッチングを図ります。配属先と学生の希望やスキルをマッチさせたいと考えており、インターンシップそのものの受け入れ人数も、2～3年前は200～300人くらいだったのを、2019年は春が約70人、夏が約420人、合計して500人近くまで増やしています。それに比例して、インターンシップ経験者の新卒入社も増えています。

受け入れ部門にとっても、年齢の近い社員が先輩として指導役を担うことで、自分自身の仕事を見直し理解する成長機会になるというメリットがあります。また、最初はインターンシップの受け入れが大変だと思っても、学生たちの熱意ややる気、優秀さが伝わり、受け入れを歓迎するムードが醸成されました。今では全社的に、インターンシップの受け入れは夏のちょっとしたイベントのように受け止められています。

### 内定承諾率も入社後の活躍度合いも インターンシップ参加者は高い

インターンシップを本格的に始めたのは、2013年卒の学生からでした。当初から採用直結型で、そこから選考に進んだ学生たちの内定承諾率は、その他の学生よりも高く、また、入社後の人事考課でも、活躍の度合いが高いという結果が出ています。これは、当社の仕事を理解したうえで入社しているスタートダッシュの違いとも言えるでしょうが、このような実績の積み重ねから、社内でもインターンシップの受け入れは肯定的に捉えられています。

いわば、相思相愛のような状況で採用選考を進められるのが、インターンシップのメリットだと考えています。お互いに理解し合い、納得し、選考に進むことができる。肌で感じるカルチャーフィットの重要性は、とても大きいと感じています。ですから、インターンシップ以外の応募経路の場合もいろいろな部門の社員と接点を持てるよう、面談できる機会の設定や、Webサイトでのさまざまな社員の記事の発信などを通して、「動くイメージ」をふくらませてもらえるような取り組みを実施しています。

### 就労体験型・ジョブマッチ型【JOB-MATCHインターン】

実際の職場での就業体験である「JOB-MATCHインターン」では、一人ひとりにスマートフォンやパソコンが貸与されるなど、社員とほぼ同レベルの環境が用意されている。社員の仕事を目の当たりにし、学生自身も社員から直接仕事のフィードバックをもらう中で、ソフトバンクならではのやり方、風土を実感できる。

また内定に至った際に、参加者とソフトバンク双方がインターンシップで参加した業務への配属を希望する場合は、配属を確約するという、まさにジョブマッチ型のプログラムになっている。

春 理系エンジニア対象  
約70名受け入れ

夏 文系・理系対象 約420名受け入れ  
2週間コース/4週間コース

【ビジネスコース】 コンシューマ営業、法人ソリューション営業、財務、法務、人事・総務 など  
【エンジニアコース】 ネットワークエンジニア、AIエンジニア、システムエンジニア、研究開発など

### インターンシップの応募から選考までのフロー

