インターンシップのトレンド

インターンシップの実施率や目的、採用・就職活動との関係は? ※インターンシップには1日以内の仕事体験型プログラムも含む



Webインターンシップへの参加率・社数が増加

学生と企業の大きな相互理解の場となっているインター ンシップ。近年の実施・参加動向やその変化を見る。

企業に2023年卒および2024年卒対象のインターンシ ップの実施状況を聞いたところ、2023年卒対象に「実施ま たは実施予定」という企業は73.9% (グラフ❶)。実施形態 は、「対面・Web両方」が最も多く31.8%で、「対面でのみ」は 21.2%、「Webでのみ」は20.9%だった。

一方、学生の参加率は、2022年卒は61.4%と2021年卒 (70.8%)に比べ減少したが、Webインターンシップの参加 率は48.4%と2021年卒(15.7%)に比べ32.7ポイント上昇 した(表2)。また、平均参加社数は、2022年卒は2021年 卒に比べ約1社増と微増だったが、Webインターンシップ の平均参加社数は6.05社と、2021年卒(2.61社)に比べ約 3.5社増加した。

学生の約6割が参加企業または同業種に入社

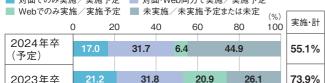
インターンシップへの参加と、入社企業との関係につい ては、インターンシップに参加経験のある学生の6割強が 参加企業または同業種に入社予定(グラフ3)。また、 2022年卒採用および2022年卒対象のインターンシップ を実施した企業においては、内定人数のうち平均3割程度 が自社のインターンシップ参加者であった(表4)。この2 点に加えて、内定者の中に自社のインターンシップ参加者 が「いた|企業が約8割という結果(グラフ⑤)は、この2年 間大きく変化していない。

形骸化されたインターンシップが問題視される中、本質 的な就業体験を通じて学生が実務を知り「学ぶ」と「働く」を つなげる設計がなされた、低学年から参加できる産学連携 の長期インターンシップを実施する動きも進んでいる。 19ページで広島銀行、愛媛大学の事例を紹介する。

3割が対面・Web両方で実施または実施予定

● インターンシップ実施状況 ※全体/単一同答

■ 対面でのみ実施/実施予定 ■ 対面・Web両方で実施/実施予定



Webインターンシップの参加率・社数が大幅増 3人に1人がインターンシップ参加企業に入社予定

② インターンシップ参加の割合と平均参加社数

※参加率: 学生全体/単一回答、参加社数: インターンシップ参加者/実数回答

)内は、Webインターンシップの参加率・社数

	参加率	参加社数
2022年卒	61.4%(48.4%)	6.69社(6.05社)
2021年卒	70.8% (15.7%)	5.79社(2.61社)

3 インターンシップ参加企業への入社予定

※就職先確定者のうち、インターンシップ参加者/単一回答

- インターンシップ参加企業に入社する予定
- インターンシップ参加企業ではないが、同業種の企業に入社する予定
- 全く異なる業種の企業に入社する予定

■ その他	0		40	60	80	(%) 100	同業種·計
2022年卒	3	6.9	28.1		34.9		65.0%
					0	.1	

内定人数の平均3割が インターンシップ参加者

4 採用数における自社インターンシップ参加者の割合

※2022年卒採用実施かつ2022年卒対象インターンシップ実施企業/実数回答

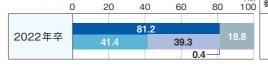
	n	平均值
全体	503	29.1%
従業員規模別		
300人未満	104	36.4%
300~999人	186	29.2%
1000~4999人	173	29.8%
5000人以上 ※1	32	26.9%
地域別		
北海道·東北 ※1	47	28.0%
関東	209	27.2%
中部·東海	101	29.5%
関西	70	38.4%
中国·四国 ※1	49	34.7%
九州 ※1	27	20.7%

※1 サンプル数50未満のため参考値として掲載

⑤ 内定者のインターンシップ参加状況

※2022年卒採用実施かつ2022年卒対象インターンシップ実施企業/単一回答

■ 内定者の中に自社のインターンシップ参加者がいた ■ 採用を 目的として実施している | 採用を目的とはしていないが、結果的に 内定者の中に参加者がいた 一 不明 ■ 内定者の中には、インタ ーンシップ参加者がいなかった







低学年も対象に 地域の大学と連携した インターンシップを実施

株式会社広島銀行 人事総務部 花村 茜氏

大学での2日間の事前学習後に職場でのワークを実施

IT人材の採用強化に伴い、当行ではグループ全体のDXへ の取り組みや銀行のIT業務の実際に関する学生の認知度向 上を課題としていました。このような背景のもと、県立広島大学 経営情報学部経営情報学科(*)と連携して地域人材の育成 を目指す長期インターンシップ「けんひろインターンシップ」を 2021年の夏休み期間中に実施しました。 学年を限定せず募 集し、2年生7名、3年生5名が参加。参加動機を明確化したり、 金融業界や当行への理解を深める2日間(計8時間)の事前学 習を大学で行った後、金融業界や当行デジタル戦略部でスマ ートフォンアプリ「ひろぎんアプリ」の企画に携わってもらいました。

職場でのプログラムは4日間。社員が日常的に使用している データを企業秘密に触れない範囲で提供して作業をしてもらい、 アウトプットへのフィードバックを手加減せず行うなど、仕事をリ アルに体感してもらうことを大事にしました。

■低学年を対象としたインターンシップの意義は大きい

「けんひろインターンシップ | の最大の成果は、金融業界や 広島銀行に対する学生と私たちの認識のギャップを具体的に 把握できたこと。これは採用コミュニケーションを見直す上で非 常に価値のある情報であり、当行への関心度が高い学生との 接点が主となるこれまでの取り組みでは得られないものでした。 また、「けんひろインターンシップ」をきっかけに当行に関心を持ち、 企業インターンシップに参加してくれた学生もおり、企業認知に おいても大きな成果を感じています

当行での低学年を対象としたインターンシップの実施は今回 が初めて。スキルや知識が十分でない学生がリアルなビジネス 課題に取り組むにはサポートも必要であり、相応の負担もありま したが、それを上回る利点があります。第一に、学生の固定概 念が形成される前に業界や企業について知ってもらえること。 第二に、学生が企業との関係に利害を感じにくく、選考の機会 では表出されない率直な意見や対話が生まれることです。

「けんひろインターンシップ」によって大学や学部の研究につ いて理解を深め、大学との関係性が強まったことにも大きな価 値を感じており、来年度以降も実施を考えています。

事業内容●広島・岡山・山口・愛媛県を中心に約150支店を展 開する地方銀行。2020年10月より「ひろぎんホールディングス」と して持株会社体制に移行。

※2020年4月以降入学の学生が参加する場合は、地域創生学部地域創生学科地域産業コース



産学連携のプログラムで 学生のキャリア支援と 地域経済への貢献を目指す

愛媛大学大学院農学研究科 生命機能学専攻 教授 菅原 卓也氏

食品業界に関心を持つ学生の実践的な学びの場に

愛媛大学農学部生命機能学科および大学院農学研究科 生命機能学専攻は、2021年度より、愛媛県内の食品関連企 業との産学連携による長期インターンシッププログラム「愛媛 Food Camp」を開始しました。学生が製品開発プロセスに関 して企業から提示される課題に取り組みながら、大学と企業の ニーズが合えばさらに具体的な共同開発・製品開発を目指す、 学生のキャリア支援と、大学と地域企業双方のリソースを活か し合った地域経済への貢献を見据えた取り組みです。

企画の背景には、「将来は食品メーカーで商品開発をしたい」 と入学してくる学生が多くいるにもかかわらず、大学として実践 的な学びの機会を用意できていないことがあります。通常のイ ンターンシップでは就職が目的になってしまうため、大学として 企業と学生が一緒に商品を作り上げる機会をつくり、学生が自 身の「持ち味(強み)」を自覚すること、さらには、実践的な学び の機会を通じた深い仕事理解や地元企業の魅力の発見にもつ なげたいと考えました。低学年のうちからインターンシップに参 加することで、大学で研究するモチベーションにつなげてほしい という思いもあります。

■自分自身や仕事に対する気づきを今後に活かしてほしい

2021年度は、県内の食品関連企業18社と学部1年生から 修士1年生までの62人の学生が参加。「健康ニーズに応える ヘルシー総菜」という課題に対してマーケティング調査を実施し レシピを考案、実店舗での販売において同カテゴリ内で月間売 上2位をという成果を挙げたチームもありました。

学生からは「"作りたいもの"と"作って売れるもの"を考えるこ とに苦労した」「理想を追求する姿勢や周りへの気配り力を評価 してもらったので、さらに伸ばしていきたい」などの声が挙がって います。責任の重さを感じたこともあったと思いますが、それが 社会に出たときのプレッシャーであり、本当の意味での実践的 な取り組みになったのではないでしょうか。加えて、企業のさまざ まな人と触れ合う中で抱いた「こんな人になりたい」「こんな風に 働きたい という具体的なイメージなども、ぜひこれから活かして いってほしいと思います。

愛媛Food Camp●「愛媛県の地方創生を食品業界がリードする」 を合言葉とした産学連携での実践型学習プラットフォーム。学生の 「学ぶ」と「働く」をつなげることを目指す。

18 19