

University Academic Repository

The Current Situation and Problems of Internships in Small and Medium-sized Companies: Towards the Establishment of an Internship Program Leading to Employment

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2016-06-11 キーワード (Ja): キーワード (En): Internship, Small and Medium-sized Companies, Employment, Internship Program 作成者: 古閑, 博美, 牛山, 佳菜代, 高橋, 保雄, 池之上, 美奈緒 メールアドレス: 所属:
URL	https://kaetsu.repo.nii.ac.jp/records/348

研究ノート

中小企業におけるインターンシップの現状と課題

～ 採用定着に資するインターンシッププログラムの構築に向けて ～

The Current Situation and Problems of Internships
in Small and Medium-sized Companies:
Towards the Establishment of an Internship Program Leading to Employment

古閑 博美 牛山 佳菜代 高橋 保雄 池之上 美奈緒
Hiromi KOGA Kanayo USHIYAMA Yasuo TAKAHASHI Minao IKENOUE

<要約>

我が国にインターンシップが導入されて以来、インターンシップは教育的関与を主たる目的とするもので採用とはかかわらないものとされてきた。しかしながら、経済を取り巻く環境が深刻化し、インターンシップの定義や捉え方は変化しつつ今日に至っている。

特に、人材確保に苦慮する小規模事業者や中小企業は、採用にかかわるコストや時間を削減する上で、インターンシップに注目するようになってきた。経済同友会は、青田買い等を避けるためインターンシップは採用と無関係と強調してきたが、近年その捉え方に変化が現れている。

本稿は、「中小企業のインターンシップを考える会」（代表 古閑博美。2014年11月17日～現在）が取り組んできた中小企業のインターンシップの実態をインタビュー調査と質問紙調査から分析した。その結果、インターンシップの活用に採用との関連が無視できない傾向が強まっていることがわかった。インターンシップは、中小企業の人材採用と定着に少しでも光が見える方策として期待される。そのためにはインターンシッププログラムの構築が課題である。

<キーワード>

インターンシップ、中小企業、採用、インターンシッププログラム

Internship, Small and Medium-sized Companies, Employment, Internship Program

1 はじめに

インターンシップは、三省合意（文部省、通商産業省、労働省。当時）の定義¹⁾を参考に、若年雇用問題を視野に入れたキャリア教育の一環として産官学が共同して推進するようになり、やがて人口に膾炙するようになった。

インターンシップは、導入以来、産業界は社会貢献、教育界は職業（キャリア）教育、官界は若年雇用を視野に入れた取り組みを進めてきた。経済同友会は企業での就業体験は採用と直接かかわらないとの認識を示したが、これは、ある意味でインターンシップの活用に関わりをかけたといえよう。

我が国のインターンシップは、欧米が実施する就職に直結もしくは人材発掘を視野に入れたインターンシップとは異なるインターンシップとして出発したが、今日、経済を取り巻く環境が変化するなかで、その定義²⁾や範囲の見直しが進められつつある。

経済同友会は、青田買いを避けるため、インターンシップは採用と無関係と強調してきたが、記者会見でキャリアアップ支援及び若年雇用を増やす方策とインターンシップの関連について質問され、次のように述べている³⁾。

「長谷川閑史（代表幹事）：（略）経済界の中で意見が一致しているわけではないが、経済同友会としては、インターンシップによって、学生は企業で行われている業務を実際に経験して学ぶ機会が持てるし、企業は、必ずしも採用を見極めるツールにするというものではないが、学生が肌感覚で知ることができ、結果として採用に結びつくという形があってもよいと思う。（略）

前原金一（副代表幹事・専務理事）：（略）大半の学生にとっては、インターンシップで良い出会いがあれば就職が決まるというのが望ましい時代になっている。特に中堅・中小企業や地方の企業は、もっとインターンシップを活用して良い人材を採ってほしい。地方の企業で留学生を採用したいケースもあるので、マッチングの意味でも活用できるのではないかと。」<http://www.doyukai.or.jp/chairmansmsg/pressconf/2012/120515a.html> 下線は筆者。

雇用は、産業界の問題というだけでなく、国として取り組むべき喫緊の課題である。教育界もまた、知的大衆を世に送り出すべく人材育成に精力を注入することが求められている。

また、上述した三省合意（現文部科学省・厚生労働省・経済産業省）は、平成26年に一部改正され、大学・学生にとっての意義のみならず、企業、特に中小企業の魅力発信の場として明確に位置づけられた。改正後の文章には、以下の文言が追加された⁴⁾。

—前略— 中小企業等の魅力発信としてもインターンシップは有益な取組である。さらに、インターンシップを通じて学生が各企業等の業態、業種又は業務内容についての理

解を深めることによる就業希望の促進が可能となることや、受入企業等において若手人材の育成の効果が認められる。また、学生のアイデアを活かすような企業等以外の人材による新たな視点等の活用は企業等の活動におけるメリットにもつながる。これらの企業等の受入れの意義を大学等及び企業等において共有することが重要である。

インターンシップを採用に結び付けたいと考える企業のほとんどは、人材獲得に苦慮する中小企業・小規模事業者（以下、中小企業という。）といえよう。これまで、中小企業のインターンシップに関する取り組みは一部を除いて進んでいなかったが、中小企業のインターンシップは、戦略的に実施することで人材確保・定着・育成に繋がる可能性が広がると考えられる。

そこで、本稿においては、「中小企業のインターンシップを考える会」（代表 古閑博美）が取り組んできたインタビュー調査及び質問紙調査を手がかりとして、中小企業のインターンシップの現状と課題について分析を行った。高等教育機関は、今や毎年10万人を超す未就業者を生んでいるといわれる。数字の上からは未就業者は出ないですむはずであるが、実際はマッチングがうまくいっていないために、未就業者だけでなく早期離職者も多いのが現状である。

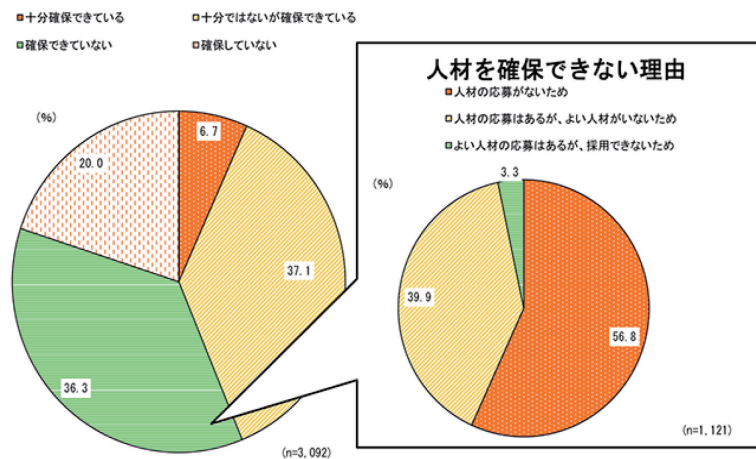
教育機関においてキャリア教育⁵⁾の導入が推進されるなか、インターンシップの「重視・活用・定着・継続」が学生の就職に貢献するであろう。本稿において、中小企業の採用及び定着に少しでも光が見えるようにするための手がかりを探り出していきたいと考える。

2 研究の背景と目的

本節では、はじめに、本研究の背景として、中小企業の人材確保・定着・育成の現状を資料調査より整理し、それを踏まえて本稿の目的について述べる。

2.1 研究背景

中小企業においては、人材の確保に関わる課題が生じており、特に規模の小さい企業ほど人材確保が困難となっている。『中小企業白書 2015年版』に中小企業の動向を見ると、「十分に人材を確保できている」中小企業は1割に満たず、「十分ではないが確保できている」は4割弱である。中小企業が人材確保に苦心していることが伺える。人材が「確保できていない」を選択した企業に注目してみると、全体の36.3%を占めるが、その理由は「人材の応募がないため」「人材の応募はあるが、よい人材がないため」が大半であり、人材不足が質的にも量的にも深刻化していることが確認できる。（図1）



資料：中小企業庁委託「中小企業・小規模事業者の人材確保と育成に関する調査」(2014年12月、(株)野村総合研究所)
 (注)「確保していない」とは、「確保する必要もしくは余裕がないため」を選択した者。

出所：中小企業庁『中小企業白書 2015年版』

図1 中小企業における人材確保の状況

これらの要因として、学生の大企業指向のほか、中小企業は認知度が低いことや中小企業と大学との関係性が薄いなどが複合的に絡み合っていると推測される。

また、人材の定着・育成に関わる課題も生じている。「従業員の定着や確保」のために中小企業の多くが賃上げを実施せざるを得ない⁶⁾状況があり、「中小企業における人材ニーズの充足は採用だけで完結せず、募集・採用と育成・能力開発との結びつきを強める必要⁷⁾」があるといえる。

一方、中小企業のなかに、インターンシップを活用し、自社の魅力発信の場⁸⁾とするとともに、人材の確保と定着に結びつけようとして貪欲に取り組むところも見られるようになった。ある経営者は、採用を明確に視野に入れてインターンシップを実施している、と述べている⁹⁾。

また、筆者らが以前に実施したインタビュー調査から、インターンシップを実施している企業のなかには、就職への回路形成にあたってインターンシップの運営プログラムを工夫している¹⁰⁾ところもあることが判明している。このように、中小企業にとって、インターンシップ実施の目的は「社会貢献」や「大学との関係」だけではなくなろうとしている。インターンシップを人材確保の機会として利用したい、という声も上がりはじめている。

しかしながら、インターンシップを導入したいが、手掛かりやノウハウがなく導入に至らない中小企業も多い。経済産業省資料によれば、「インターンシップの経験あり」の中小企業は27.4%、「実施したいが取り組めないでいる」中小企業は28.8%にとどまっている状況である¹¹⁾。実際にインターンシップを行っても、担当者の負担や社内の理解醸成等により、取り組みが頓挫する企業も見受けられる。

2.2 研究の目的

人材確保及び質の高い人材の定着と育成は、企業経営に直結する課題である。特に、中小企業の健全な事業の維持・拡大のためには中小企業の求める人材を確保し、育成しやすい事業環境を整備することが求められる。

今後の中小企業の人材確保・育成にあたり、インターンシップをそのひとつの経路として位置づけることができるのではないか。採用経費や採用後の人材確保の観点からは、インターンシップを採用のマッチングに活用する企業が少数ながら見られる。とはいえ、実際に多くの企業が行うには種々の課題があると考えられる。

そこで、本研究においては、主に中小企業を対象とした質問紙調査及びインタビュー調査により、現状と課題の分析を行い、採用定着に資するインターンシップに関して実現可能且つ今後必要となる取り組み等について検討を進める。

3 調査の枠組み

本研究は、実際に採用型のインターンシップを行うもしくは行おうとしている企業5社を対象としたインタビュー調査及び中小企業を対象とした質問紙調査によって構成される。以下、詳細を述べる。

3.1 質問紙調査

- ①調査方法：インターネット調査
- ②実施期間：2015年2月6日～2015年6月15日
- ③対象：「東京中小企業家同友会」2,000社、「千葉県経営者協会」169社¹²⁾
- ④回答数：81社
- ⑤調査項目：実施環境、プログラム、採用との関連ほか¹³⁾

3.2 ケーススタディー

インタビュー調査では、商社、農業、金融、ホテル、外食産業の5社を抽出した¹⁴⁾。調査対象の詳細は、以下の通りである。

表1 ケーススタディー先の概要

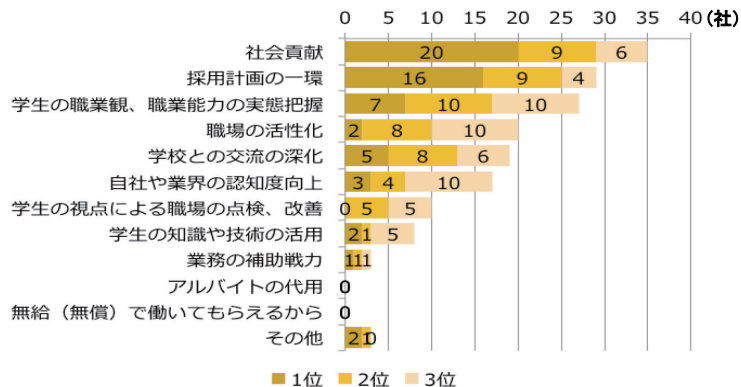
	業種	インターンシップ実施状況	インターンシップと採用との関連
A社	商社	受入：最大24人/夏季 形式：2週間	インターンシップ生の半分が受験（実際の採用に至らない）
B社	農業	受入：約200人/年間 形式：5日間の合宿	インターンシップ生1名応募→1年で退職
C社	金融	受入：最大28人/夏季 形式：5日間。他に、1day&全9回/月1（採用型）※塾・セミナーとして開催	夏季インターンより3~4名内定 学生塾より11名入庫
D社	ホテル	受入：最大3人/夏季 形式：2週間（学生の都合を優先）	検討中（新卒採用のきっかけ）
E社	外食	受入：最大20人/8~10月 形式：10日間（含イベント参加）	高校生の採用実績→大学生への拡大

4 中小企業におけるインターンシップの現状と課題

本節では、主に質問紙調査結果より、中小企業におけるインターンシップの現状と課題について整理する。

4.1 受入目的

インターンシップの受入目的を尋ねたところ、1位 社会貢献（20）、2位 採用計画の一環（16）、3位 学生の職業観、職業能力の実態把握（7）であり、社会貢献と採用目的に二分化されていることが伺える。一方、3位に多く選択された回答（同点各10社）は、「学生の職業観、職業能力の実態把握」「職場の活性化」「自社や業界の認知度向上」であった。企業名が知られていないことは中小企業にとって痛い点である。我が国の中小企業が企業全体に占める割合は、99.7%であることを考えると、学生の中小企業研究を促す必要がある。

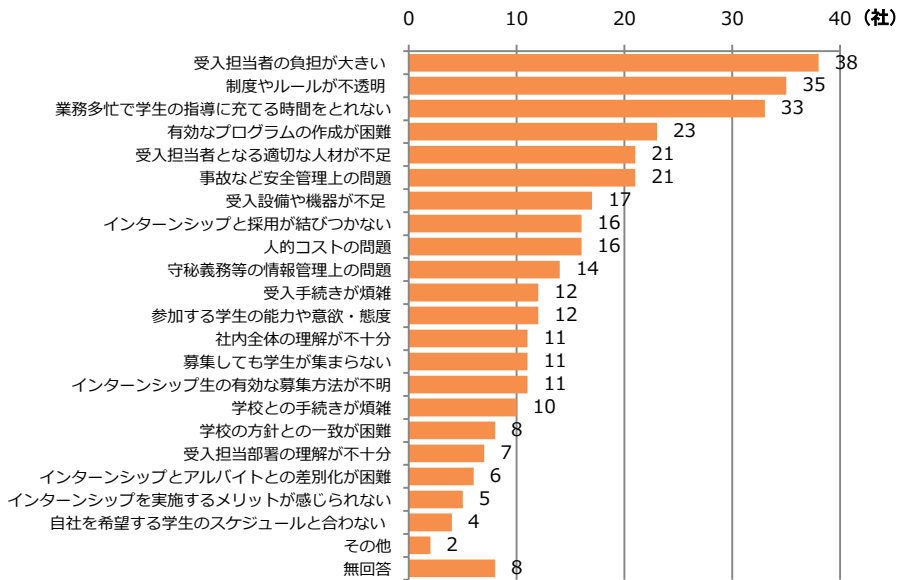


出所：「中小企業のインターンシップを考える会」質問紙調査

図2 インターンシップの受入目的

4.2 実施上の課題

インターンシップ実施上の課題は、1位 受入担当者の負担が大きい、2位 制度やルールが不透明、3位 業務多忙で学生の指導に充てる時間をとれない、である。受入側の課題として、「受入担当者の負担」「業務多忙」「受入担当者となる適切な人材が不足」が挙げられているほか、「インターンシップと採用が結びつかない」「参加する学生の能力や意欲、態度」「募集しても学生が集まらない」「インターンシップを実施するメリットが感じられない」など、人材確保・育成・開発に関する中小企業ならではの諸問題に戸惑う現場の様子が伺える。



出所：「中小企業のインターンシップを考える会」質問紙調査

図3 インターンシップ実施上の課題

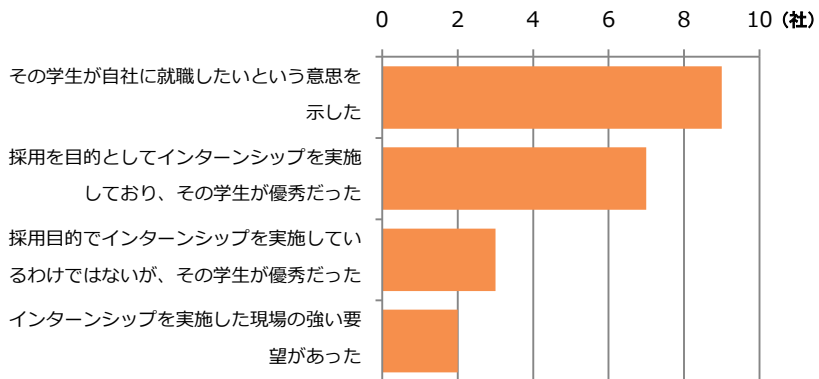
4.3 インターンシップと採用の関係性

新卒採用を行っている企業は、比較的インターンシップ生を積極的に採用しようという傾向が見られる。新卒採用を行っていない企業はそもそも採用の意思がないか、インターンシップを義務的に実施していると考えられ、人材不足の悪循環が考えられる。

表2 インターンシップ生への採用の働きかけ

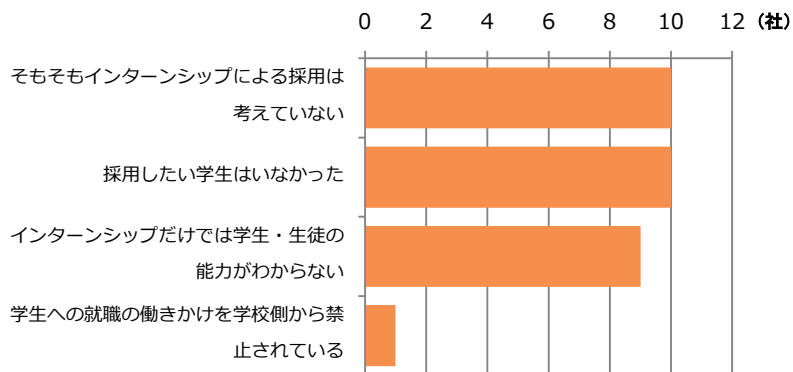
	はい	いいえ	無回答	全体	(社)	
新卒採用の有無	行っている	14 40.0%	17 48.6%	4 11.4%	35 100.0%	
	行っていない	7 17.9%	18 46.2%	14 35.9%	39 100.0%	
	その他	1 14.3%	5 71.4%	1 14.3%	7 100.0%	

出所：「中小企業のインターンシップを考える会」質問紙調査



出所：「中小企業のインターンシップを考える会」質問紙調査

図4 採用を働きかけた理由



出所：「中小企業のインターンシップを考える会」質問紙調査

図5 採用を働きかけなかった理由

インターンシップを採用に結びつけ積極的に活用しようとする意思を持っている中小企業もあれば、最初から採用を諦めている中小企業もある。では、単なる青田買いではなく、人材確保と定着に向けたインターンシップはどのように実施すればよいのであろうか。次節で、企業側の動向をさらに詳しく見ていくこととする。

5 ケーススタディーからの示唆

前節では、中小企業等におけるインターンシップの実施には多くの課題があることが判明した。しかしながら、インターンシップと採用に関しては積極的な活用意思を持っているところもある。単なる青田買いではなく、人材確保、定着に向けたインターンシップはどのようにすればよいのか。本節では、すでに採用を念頭に置いたインターンシップを行っているもしくは行おうとしている企業へのヒアリングを踏まえてその解決策を探っていく。ポイントとして、導入、実施環境、プログラムの3つを軸に考察する。

5.1 導入経緯

ヒアリング結果より、インターンシップの導入に至った経緯として外部機関からの要請と企業側からの働きかけの双方が見られた。外部機関としては、大学や地域団体、経済団体等が考えられるが、「大学とのつながりを重視（大学で就職説明会を開催するなど）。キャリア教育の一端を担う意識。会社を知ろうとも研究しようともしない学生が増え、インターンシップで確認するため。（A社）」というように、大学との付き合いを重視する観点からインターンシップが開始されるケースも多いことが推測される。

また、「社団法人TAMA産業活性化協会産学連携のインターンシップ事業参加から。（C社）」との回答のように、地域団体が実施の動機づけになるケースも見受けられる。

一方で、企業自身の働きかけにより、インターンシップの実施に至る場合もある。このパターンは2つに分類される。それらは、「定期新卒採用をしたいと考えており、まずは大学内のインターンシップ制度を活用して当社のことを知ってもらいたい。（D社）」「外食産業のマイナスイメージ払拭と大卒採用のための戦略。（E社）」というもので、前者は大学のインターンシップ制度、後者は業界周知に制度を活用しようとするものである。共通事項は、最初から採用を念頭において実施する意図があるということである。

また、「5年前に大学の農学部を対象に募集をしたところ、北海道大学から13名の応募があった。その後は、多くの大学からの要請・依頼が学部学科を問わずあったのでプログラム内容を試行錯誤しながら、現在に至っている。当初、社会貢献としてスタートしたが、現在は社会貢献だけでなく、学生の就職活動に役立つ見地にも立つ。学生にやる気があり、将来の果樹農業従事者として相応しい人材と見込むと採用を視野に入れる。（B社）」と回答した企業は、元は社会貢献として考えていたものである。しかし、実施過程において採用を視野に入れるようになった。最初は受身であっても、その後の展開により、採用との関連性が

高まるケースといえよう。

いずれにせよ、インターンシップの導入は、企業側の危機意識のみならず、大学や外部機関（経済団体、業界団体）等との関わりが重要になる。インターンシップを実施していない企業が自ら働きかけを起こすには相応の仕掛けが必要であり、まずはインターンシップ実施のメリットや意義について外部からの働きかけが必要であろう。そして、企業は“やらされている”感で行うのではなく、いかに自社戦略に変換していけるかが重要になると考えられる。すなわち、インターンシップに取り組む上で、中小企業の自主性が問われることになる。

5.2 経営者層の関与

5社の共通点として挙げられたのは、経営者層の積極的な関与である。「2014年度に新入社員にインターンシップ指導を任せがうまくいかず、2015年は代表取締役が担当した。(B社)」というように止むを得ず経営層が担当する場合もあるが、「夏季インターンシップ以外、創業80周年記念行事の一環としてトップダウンで『学生塾』（年9回実施）を設置。本取り組みは採用を視野に入れており、学生の注目度は高い。地域貢献。地域に特化した経済活動を展開する金融機関として、雇用と地域で活躍する人材の育成を目指す。人事部が力を注いでいる。(C社)」「インターンシップ制度の活用は、支配人のトップダウン。夏休みの繁忙期に指導に時間を取られ煩わしいとの反対意見もあったが、実際は学生がマンパワーとして活躍し、毎年受け入れることを決定した。(D社)」というように、経営層のリーダーシップが、インターンシップの定着に影響を及ぼしていると考えられる。

その結果、「人財共育部が担当し、プログラムは人財共育部長が作成する。これにより現場は、社員教育の一環であり、人財獲得の戦略と捉え、インターンシップ生を快く迎える雰囲気醸成されている。(E社)」というように、インターンシップ生にとって研修しやすい雰囲気が生まれる可能性がある。

したがって、特に規模が小さい中小企業の場合、代表取締役または経営層の関与が必要且つ有効であるといえよう。経営層が積極的にかかわることで社内の認知度や協力体制の向上に至り、継続性が担保され、学生へのアピール度の向上と特色あるインターンシップの構築に繋がると考えられる。

5.3 特徴あるプログラムの構築

研修プログラムは、業種や職種によって多様であるが、企業実務を実際に行うプログラムが中心である。「農業の6次産業化を実体験。1次（生産・収穫）×2次（加工品製造）×3次（販売・サービス）の各部門を5日間で浅くではあるが体験し、農業という業種への理解を図ること、また、他大生との共同生活により人と人とのつながりや出会いを大切にすることを体感させ、新しい農業ビジネスモデルを学んでもらうことが目的。(B社)」「ホテル経営に関わるあらゆる業務を体験。客室の清掃、チェックイン・チェックアウトのフロント

業務、予約・キャンセル業務、営業活動への同行、ホテル周辺の環境調査と把握（例えば、一番近い駐車場とその料金、美味しいケーキ店、レストラン、最寄駅の階段の有無、エレベーターの場所等）。業務内容が豊富なプログラムとし、大手ホテルとの差別化を図っている。

（D社）」「店舗業務の合間に、改革改善全体会議、店長プロジェクト活動、社員研修に参加するため、会議の決定事項がどのように実行されるかを時系列で確認できる。さらに、町の収穫祭にも参加し、社員と一緒に社会貢献を体験。最終日はインターンシップを振り返る研修があり、社員がインターンシップ生にフィードバックする。プログラムの充実を図り、大卒者を獲得する狙いがある。（E社）」「夏季5日間コースは、本部での座学と営業店での就業体験。オリエンテーション、企業概要、金融の業務と仕事、CSとビジネスマナー、札勘練習など。午前見学及び講義。営業同行、預金事務、融資事務、ロビー業務、取引先企業2社見学、人事部『模擬面接・グループワーク・まとめ』など。模擬面接は、本格的な形式で行っている。学生の満足度は高い。（C社）」など、多種多様なプログラムを実施している。

大企業の方が人員豊富であることを鑑みれば、中小企業に比して充実した内容のプログラムを構築できる可能性は高いであろうが、中小企業の場合、研修に来た学生と経営者ないしは担当者が直接対面しながらきめ細かな就業体験や採用試験を彷彿とさせるプログラムを組むことにより、学生の満足度が上がると予想される。また、現場において、仕事の流れ、スピード感、責任の所在などを学生が実感できるケースも多いことが推測できる。

一方、インタビュー調査から、中小企業にとって長期間の受け入れは負担が大きく、実施が難しいとの認識が得られた。長期インターンシップの有効性が高まっているところではあるが、中小企業においては、短期間（5～10日間程度）で、現場体験のほか現場体感プログラム（共同生活、共同体験）を構築することが有効であるといえよう。

また、プログラムは、実施したというだけでなく、その成果と評価を的確に行うことで、採用へのステップになると考えられる。そのためには、まず実施段階での目標を定める必要がある。「インターンシップを受け入れるにあたり、3つの目標を掲げ、プログラム作成の軸にしている。①我が事として仕事に取り組む姿勢を学ぶ ②PDCAの重要性を理解する ③チームで仕事をする重要性・チームカアップの仕組みを学ぶ。これらの目標は、成果や到達度が可視化しにくい面がある一方、目標を達成すべくチームの一員（社員と同格）として指導する姿勢は、学生の満足度を高めると推察できる。大卒採用を目指す以上、相思相愛の環境創りが必須である。（E社）」「インターンシップ生に目的意識を持たせて、実習成果を視覚的に「見える化」する。実習中に使われる専門用語の解説や仕事手順や注意事項などをパワーポイントでまとめて解説し、日々の仕事の中で確認させながら仕事の成果に結びつく指導を工夫している。（B社）」というように、短期間であってもインターンシップの目標を具体的に定めることが重要となる。それに加えて、「他社にない、他社にできない『nEQアセスメント』を基準にしたプログラムを実施。前任者が開発し、現在の担当者が引き継い

で改良を加えて進めている。このデータが、面接時に役立っている。これは『ビジネスに欠かせないEQ能力を確認する指標』として、教育と人事異動、面接時の参考資料になっている。(A社)」といった独自性のある指標を作成することが、人材の採用後の定着につながるのではないだろうか。むろん、独自の成果・評価システムを構築するには時間も労力も必要であるが、長期的な視野で見れば、学生の離職率を下げ、中核人材の育成にインターンシップは寄与する可能性があるため、今後取り組むべき課題のひとつであるといえよう。

6 まとめ

以上、本稿では、中小企業を対象とした質問紙調査及び5社を対象にしたインタビュー調査から得られた結果を述べてきた。ヒアリング対象の特性、規模などが大きく異なるため、実際の回答についてはバラツキも見られたが、以下、今回の調査を通じて得られた知見を整理する。

6.1 調査から得られた知見

質問紙調査より、中小企業の受入目的を踏まえると、社会貢献型と採用目的型に分類されることが明らかになった。特に後者の場合、新卒採用の有無との関連性が指摘できる。さらに、インタビュー調査の対象とした採用目的のインターンシップを実施しているもしくはしようとしている企業の動向を踏まえると、導入経緯は様々であるものの、共通点として経営者の関与が明確であること、また、短期間であっても、大企業にはないプログラムや評価指標を導入することにより、採用を踏まえたインターンシップにつながる可能性があり、企業側の実施意義を見いだしていることが判明した。

6.2 今後に向けて

インターンシップを推進し、活用する上で、企業が個々の実状と目的に合わせたプログラムを開発することが重要であり、その支援が求められているといえる。逆にインターンシップの実施に二の足を踏む中小企業は、インターンシッププログラムを持たず、作成の仕方がわからないか、作成したがうまく運用できないといった悪循環に陥っているといえよう。

中小企業の場合、中・長期のインターンシップから始めるのではなく「3日間の社長の弟子入り」など実行しやすい短期のプログラムを考えるのも方策である。とはいえ、社長に密着するのであるから、社長の負担は軽いとはいえ、経営者のインターンシップへの理解が不可欠となる。

東京中小企業家同友会の会員は、大学等教育機関へ社長自ら出向く出張講座を積極的に行うなど、座して応募を待つのではなく自ら打って出ようとしている。よい人材を一人でも多く確保したいという願いは切実であり、そのため工夫し、取り組んでいる。インターンシップは、学生の実態や能力等を知る機会であり、自社の社員育成の一助としても活用できる。

社会貢献のほか、採用を視野に入れた現実的取り組みとなる雇用形態としてインターンシップを考える経営者は増えていくのではなかろうか。

また、キャリア教育の観点から、中小企業におけるインターンシップ発展の4段階として、筆者はインターンシップの①重視⇒②活用⇒③定着⇒④継続を挙げたい。調査からもいえることだが、①のインターンシップ重視は、インターンシップをマイナス面から考えるのではなくメリットを理解することが人材確保に繋がる。2016年春採用より採用時期が後ろ倒しになり、また新たな変更が予想されるなど、新卒採用のあり方は従来の日程通りとは考えにくくなっている。国際化、情報化が進む今日、政治経済が企業経営に与える影響は大きく、中小企業も変化についていく力量が問われる。大企業と比較すると、中小企業は、新卒者の採用にも工夫を凝らす必要が一層高まっており、その一助として経営者層がインターンシップを重視し、導入に積極的なことが望ましいといえよう。

②のインターンシップ活用は、企業の知名度を上げ、学生に人材育成の姿勢をアピールできるなど、採用を視野に入れた事前の人材開発、キャリア教育となる。自社の社員教育にもなる。③のインターンシップ定着は、産官学と友好的関係を築く上で有効である。情報化、国際化への対応、留学生や外国人の受け入れ、社内の活性化など将来の展望が広がる。④のインターンシップ継続は、産官学の人材交流、関係の度合いが増し、人材交流、情報交換とともに年間を通じた人材開発・人材教育等に繋がると考えられる。

取り組みや活用の仕方がわからないという中小企業は少なくないといえる。インターンシップのさらなる活性化を目指す上で、受入側の負担軽減、制度やルール等を浸透させる努力が求められる。学会への参入を促進したり、産官学協同の勉強会や交流会を開いたりする努力のほか、学生はインターンシップで活躍する能力や人間的魅力の向上が不可欠である。中小企業はあらゆる機会を捉え、自社の魅力を紹介することに貪欲でありたい。努力を惜しむべきではなく、的を射た努力が肝要である。

そこで、中小企業は、中長期のインターンシップをすぐに導入するのは人的・経済的な面からも困難であることから、短期の効用を見直すことからはじめたい。就業体験型(1、2週間程度)の内容の見直しや、学生を「客扱い」しない実習プログラムを開発する必要がある。中小企業に努力を促す上で、高等教育・研究機関の取り組みが問われる。両者は両輪であって、送る側の人材育成に疑念を持たせるようなことがあってはならないのである。

今後、学生も参加して業界・企業理解を深めるプログラムを構築し、その後継続して企業と接触する機会を設けるなど、戦略的且つ機動的なプログラムの構築について研究を深めたい。マッチングの重要性からキャリアカウンセラー等の有効活用に注目している。

謝辞

研究に際し、質問紙調査にご協力いただきました「東京中小企業家同友会」「千葉県経営者協会」の事務局並びに会員のみなさま、取材でお世話になりました企業のインターンシップ

担当各位に御礼申し上げます。また、査読の労をお取りくださいました方々にも記して謝意を申し述べます。

注

- 1) 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。「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」1997年9月19日
- 2) ①学生が在学中に、教育の一環として、企業等で一定の期間行う職業体験およびその機会を与える仕組み。「関西経営者協会インターンシップ制度研究会『日本的インターンシップ制の在り方』1997年12月
②学生が在学中に、教育の一環として、企業等で、企業等の指導のもと、一定の期間行う就業体験およびその機会を与える制度。仁平征次「日本におけるインターンシップ制度」古閑博美編著（2001年）『インターンシップ—職業教育の理論と実践—』学文社、p.10
③キャリア形成に資する短・中・長期の就業体験。古閑博美「キャリア教育とインターンシップ」古閑博美編著（2015年）『インターンシップ〈第二版〉—キャリア形成に資する就業体験—』学文社、p.13
- 3) 経済同友会記者会見（2012年5月15日）
- 4) 文部科学省、厚生労働省、経済産業省「インターンシップの推進にあたっての基本的考え方」2014年
- 5) 「今、子どもたちには、将来、社会的・職業的に自立し、社会の中で自分の役割を果たしながら、自分らしい生き方を実現するための力が求められています。この視点に立って日々の教育活動を展開することこそが、キャリア教育の実践の姿です。」http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/career/ 2015年9月29日閲覧
「学校と社会及び学校間の円滑な接続を図るためのキャリア教育（望ましい職業観・勤労観及び職業に関する知識や技能を身につけさせるとともに、自己の個性を理解し、主体的に進路を選択する能力・態度を育てる教育）を小学校段階から発達段階に応じて実施する必要がある。」1999年中央教育審議会答申
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo3/004/siryo/attach/1303768.htm 2015年9月29日閲覧
- 6) 「中小企業の65%、賃上げ実施「人材確保のため」最多」朝日新聞デジタル（2014年8月16日）
- 7) 藤本真「中小企業における人材育成・能力開発—取り組みの現状・課題とこれから求められるもの—」『日本政策金融公庫調査月報』No.049、pp.4-15、2012年
- 8) 「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」（2014年改定）
- 9) 東京中小企業家同友会共同求人委員会主催「就職情報交歓会」2015年9月9日、アルカディア市ヶ谷
- 10) 古閑博美、牛山佳菜代「中小企業における、就職に結びつける回路としてのインターンシップ—株式会社ディグの事例—」『日本インターンシップ学会年報』（15）、pp.31-35、2012年
- 11) 経済産業省「企業における『新卒採用等への取り組み状況』に関する調査データ」平成26年度
- 12) 本質問紙調査は、東京中小企業家同友会に対しては事務局経由で会員企業全体にメーリングリストで回答依頼を行った。また、千葉県経営者協会に関しては、インターンシップの実施企業リストを入手し、ハガキにて回答依頼を行った。したがって、母数が大きく異なっており、統計的に有意のあるデータ抽出には至っていない。しかしながら、中小企業の視点からインターンシップを分析する試みは未だ数は多くなく、今後の調査深化の一助になるものと考え、本稿においても一部その結果を取り上げている。
- 13) 実際の質問項目は、以下の3項目及び企業概要である。
 - 1.インターンシップ実施環境について（実施環境に対する意識12項目、新卒採用有無、採用達成度、実施上の課題、今後の予定）
 - 2.インターンシップ実施状況（過去5年間）（実施有無、採用を念頭においたインターンシップ実施予定、毎年の実施状況、受け入れ人数、期間、実施のきっかけ、受け入れ目的、目的達成度、選抜方法、受け入れ主導者、応募学生増加のための努力、賃金等の支払い状況、採用試験を受けた人数、実施上の工夫や特徴的な取り組み）
 - 3.インターンシップと採用に対する考え（採用への働きかけ、採用した人数、採用を念頭においた

インターンシップへの考え)

本稿においては、上記の一部を記載しており、いずれ別稿において詳細の報告を行うことを予定している。

ケーススタディーは、上記の項目を踏まえつつ、質問紙調査だけで把握することができない、実施に影響を及ぼしている可能性のある要因（新卒採用との関係性、受け入れ部門及び指導担当者の過不足状況等）を探るため、半構造化式で実施した。

- 14) 本ケーススタディーの対象に関しては、本研究会のメンバーが日頃より状況を把握している企業の中から特に採用とインターンシップを結びつけている、またはそれを企図している企業を抽出した。今後は、さらに調査対象を拡大し、汎用性を高めていく予定である。

参考文献

- [1] 古閑博美編著（2001）『インターンシップ 職業教育の理論と実践』学文社
- [2] 古閑博美編著（2011）『インターンシップ キャリア教育としての就業体験』学文社
- [3] 古閑博美編著（2015）『インターンシップ〈第二版〉キャリア形成に資する就業体験』学文社
- [4] 高良和武監修（2007）『インターンシップとキャリア 産学連携教育の実証的研究』学文社

（平成 27 年 10 月 12 日受付、平成 27 年 12 月 11 日再受付）