

第4章 インターンシップ等に対する企業の対応

1. 問題意識

従来から学校と企業は生徒・学生の送り手側と受け手側として、就職を媒介として連携をとってきた。しかし、若年者の職業問題における昨今の厳しい状況を受けて、従来とはまた異なる形で学校と企業と連携が求められるようになってきている。特に、企業側の力を借りて、実際に企業の現場で働く人の姿を見たり、また、実際の仕事を体験することによって、若年者の職業意識啓発を行おうとする動きが広がっている。

企業が参画するキャリア形成支援のなかでも、インターンシップや職場体験などの試みは大学・高校で既に幅広くなされており、学校と企業が連携したキャリア形成支援は初動の段階を終え、次段階へテイクオフしようとしている。

この段階で、企業側が、若者のキャリア形成支援に関する学校からの働きかけにどのように応じているのか、そして、今後はどのように応じようと考えているのかを検討しておく意義は大きい。その意義には大きく2つの側面がある。

第一に、現状における学校と企業の連携を検討することによって、現段階における問題点を明らかにし、適切な対応をとることによってインターンシップや職場体験などの試みをこれまで以上に定着させることができる。逆に、この段階で次段階に向けた適切な対応をとらなければ、現状の取り組みは変質したり形骸化することも考えられるであろう。

第二に、現段階において学校と連携してインターンシップ等に取り組んでいる企業には、学生・生徒受け入れのノウハウが蓄積されている。そのノウハウを取り出し、参照することによって、今後、学校と企業との連携に取り組もうとする際の良い模範例が得られるであろう。

以上の問題意識に基づいて、本章では、すでに学校と連携してインターンシップ等で学生・生徒を受け入れている企業を中心にヒアリング調査を行った。以下に調査手法を示す。

2. 調査手法

ヒアリング対象企業は、すでにインターンシップを実施している企業6社であった。大きく2つに分類され、1つは都心に本社を置く大企業である。もう1つは地方に本社がある企業であり、中小企業が中心となっている。ヒアリング対象企業が2つのタイプに分かれている理由は、インターンシップ等に対する企業の対応が、都心に本社がある場合と地方に本社がある場合で異なると予想されたためである。企業と地域社会の関わり方を1つの軸として捉えることが、企業が参画するキャリア形成支援を考える際には重要となる。実際、ヒアリング調査の結果、地方企業と都心企業では著しい対照がみられていた。そこで、分析にあたっては両者の区別を念頭に置きながら整理を行った。

具体的な質問項目は以下の通りであった。

1. インターンシップ等の実際の運営

インターンシップ他、職場体験・職場見学などの受け入れの現状はどうか

2. 実際の運営に際しての問題点

企業と学校が連携して、職場体験・職場見学、インターンシップなどの試みが盛んに行われているが、実際の運営に際しての問題点にはどのようなものがあるか（学校、企業、生徒、地域など）。

3. 企業が行いうる支援

学校側はどんな支援を必要としており、それに対して、企業側はキャリア準備に関するどのような支援を行うことが可能か。

4. 企業と学校の望ましい連携のあり方

今後の企業と学校の望ましい連携のあり方とはどのようなものか。

5. 行政に求められる支援

企業と学校が連携する上で、行政側はどのような支援を行うべきか。

以上の5つの質問に対して、各質問に対する回答をさらに掘り下げる形で質問を行う半構造化面接的な手法を用いてヒアリングを行った。

なお、本章では、企業が参画するキャリア形成支援の最も代表的なものとして「インターンシップ」を検討対象とした。企業が参画するキャリア形成支援には、その他にも、職場見学・職場体験、企業人を招いた講演会、卒業生や社会人に対するインタビューなど様々なタイプのものがある。ここでは、「インターンシップ」が企業と学校双方にとって最も実施が困難であり、それゆえに、企業・学校双方にとって課題や問題点が最も明確になりやすいと考えて検討対象とした。現実的にも、企業にとってはインターンシップの受け入れこそが最も負担の多い取り組みであり、インターンシップの受け入れを行っている場合には、既にその他の取り組みは行っていることが多い。したがって、より実施の容易なキャリア形成支援における問題は、インターンシップ実施上の問題に集約されていると考えられる。以上のことから、今回の調査では、インターンシップを受け入れている企業を調査対象とし、インターンシップを中心にしつつ、関連する取り組みについては随時ヒアリング調査のなかで詳しくたずねることとした。

本章では、以下に、おもにインターンシップの実施・運営を中心に結果を取りまとめるが、同時に、インターンシップに代表される企業が参画するキャリア形成支援施策全般に通じる知見を記述することを心がけた。まず、各社のインターンシップ受け入れの概要等について記すこととする。

インターンシップ受け入れの概要

(1) 地方造船A社

【企業概要】 船舶・海洋構築物等の各種試験、計測、解析などを行う会社。大手エンジニアリングメーカーのグループ会社。従業員数 110 名。

【インターンシップ受け入れの実態】 5年前ぐらいから毎年各 1 名。期間は 2 週間。

【実際の運営】 受け入れ動機として、当初は何らかの労力として期待していた面があった。地域に対する社会貢献、地元大学などとの人脈を閉ざさないようにする目的で学生を受け入れている。通常業務に支障がないように学生はおもに補助的な業務を担当する。インターンシップを難しく考える必要はなく、むしろ、企業の通常業務をやれる範囲内でやらせ、企業のルールや厳しさを伝え、結果的に学生にプラスになっていれば良いと考えるべき。受け入れのメリットは地域・学校に対する社会貢献であり、営業目的・採用目的という面は薄い。

【問題点】 学生を受け入れる職種・業務の有無。その他、自社の操業を維持しなければならない、受け入れにあたって経費が伴う、学生とレベルがあわないなど。

【企業と学校の望ましい連携】 本当は、どんな実習をしたいのかを聞いてからやりたいことを学生にやらせたい。材料も設備も使ってもらって結果も心配しなくて良い、コストも関係ないという形でやるのが、インターンシップのあるべき姿だと思う。

【企業の行いうる支援】 (採用型インターンシップについて) 企業が重視するのはやる気であって、その判断にはインターンシップは必ずしも有効ではない。インターンシップを採用に結びつけようという考えはない。現状では 2 週間程度では、実習生を労力として期待するのは難しい。

【行政の支援】 交通費、食費などの補助はどこかが負担するようにしてほしい。

(2) 地方物流B社

【企業概要】 スポーツ用品を扱う物流会社。各種スポーツ・レジャー用品の製造・販売を行う上場企業子会社。従業員数は 255 名。

【インターンシップ受け入れの実態】 4年前ぐらいから受け入れを開始し、毎年 3～5 名。期間は 2 週間。

【実際の運営】 インターンシップで来る学生に対して企業でなければできない教育を行うことを重視。あらかじめ課題を与え、インターンシップ期間中に提案書を出させることが特色。企業の厳しさを理解させるために、できるだけ企業の全体像を理解させようとしている。地域に対する社会貢献を目的としつつも、若者に対して企業が行える教育といっ

たことに自覚的に取り組んでいる。受け入れ動機は、地域社会の繁栄に貢献することであり、労力として助かる面もあるが、むしろ社会貢献の方が大きい。宣伝ということはあまり考えていない。良い印象は持って欲しいと思うが、コマーシャルベースでは考えていない。インターンシップが必ずしも学生のキャリアにはなるとは思わないが、仕事やものの見方を理解してもらえる。インターンシップ受け入れにあたっては、短期で人を雇用することはあるのだから、その感覚で受け入れれば良い。短期のアルバイトも多く活用しており、そのノウハウがあるので、受け入れやすい方だと思う。特に、受け入れを数年経験すると受け入れやすくなる。

【問題点】 事故や作業の間違いの面で特に注意が必要となるが、現状で十分な対応がなされており、問題ない。むしろ、学生が希望する職種を実際に経験させるのが難しい（学生がこなせる業務は少ない）。

【企業と学校の望ましい連携】 インターンシップ以外に企業が積極的に貢献できることはあまりない。

【企業の行いうる支援】 大学生用の受け入れプログラムを高校生などに適用するのは難しい。大学生だからインターンシップがやれる面がある。また、フリーターを対象としたインターンシップも、2週間無給のアルバイトという形になるので来るかどうか疑問がある。

【行政の支援】 若者は職業やキャリアに対する情報が乏しいので、職業情報・キャリア情報の提供が必要である。

【その他】 現在以上の人数を受け入れるとインターンシップの目的を果たせなくなるので、人数増の話は断った。現在のところ、社内の全部署が協力してくれるのでやりやすい。

(3) 地方食品C社

【企業概要】 お菓子その他食品の製造・販売。従業員数約 2,500 名。地元本社以外に全国に工場、支社、営業所あり。

【インターンシップ受け入れの実績】 5年前ぐらいから毎年 8 名程度。うち大学から 2～3 名を直接受け入れ。

【実際の運営】 地元密着型の企業。つきあいのある大学から学生を受け入れ。初日に会社組織の全体像を教え、会社の仕組み、仕事の流れを理解してもらうことを重視。就職に関する若者の意識は高まっているものの、インターンシップに送られてくる学生の動機づけは低く、大学側の目的意識が求められる。インターンシップは広げた方が良く、企業側はそれほど重く考えずに受け入れる方が良い。

【問題点】 学生を指導する人員の確保。夏休みならば受けやすい。秋や春は忙しい時期

になり不可。面倒をみている人間の手がある程度離れたところではなくなってしまふ。作業着や靴、パソコンなど経費、指導する人の人件費などはかかるが、それほど問題ではない。

【受け入れの動機】 地元大学に出資していたり、研究室教授とのパイプもあるので依頼があれば受ける。地元への貢献が主目的なので、例えば、東京から依頼があっても受けない。PRとインターンシップは全く無関係。

【受け入れのメリット】 地域貢献、ボランティア、教育目的のつもりで割り切ってやるしかない。企業はインターンシップに特にメリットを求める必要はない。

【企業と学校の望ましいあり方】 インターンシップに送られてくる学生の動機づけが低い場合があり、大きな問題となる。大学側でインターンシップの目的をはっきりさせて、しっかりとした動機づけを行ってほしい。講演会のようなものよりは、インターンシップの方が有意義であると思う。本来の趣旨から言えば現状の期間は短いので長期でやりたいが、大学も本人もそれは希望しないのではないか。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 あえてカリキュラムを組まなくてもアルバイトのような位置づけで入ってもらって、その中で学んで帰ってもらう。最初はやはり負担になるが、毎年受け入れていると受け入れやすくなる。

【様々なインターンシップの可能性】 インターンシップは地元大学だけが対象なので、採用目的でインターンシップを行うには、接触できる学生数が少なすぎ、可能性は低い。インターンシップの学生の中から優秀な学生を採用することはありうるがメインのルートにはならず、1割も居れば十分である。

【行政に求められる支援】 経費の話はあるが、受け入れの助成金は必要ない。国全体でどう考えるかだが、インターンシップのような取り組みは広げた方がよい。

【その他】 受け入れ側の環境もあり、これ以上増やすのは難しい。仕事を体験するという意味ではアルバイトでも何でも良いと思う。

(4) 地方ホテルD社

【企業概要】 北関東都市部に立地する大手チェーンのホテル。

【インターンシップ受け入れの実態】 地元私立大学から毎年5名を受け入れ。その他、県立技術専門校から8名程度受け入れ。毎年2月と10月の2回に分けて実施。

【インターンシップの特徴】 地域密着型のインターンシップ。中学校から大学までの多くの生徒・学生を受け入れる。短期のアルバイト受け入れのノウハウがあるために短期間の実習を受け入れやすい。また、地元とのパイプを保つことが営業的にもメリットがあり、積極的に受け入れ。年間を通じて、ある時期に集中して受け入れることはできない。分散

しなければこれ以上の受け入れは困難。

【実際の運営に際しての問題点】 問題はあまり感じていない。インターンシップ生があまりに集中するとスタッフに負担がかかるので、現在でも3つのグループに分けてやっている。期間がばらけると受け入れやすい。

【受け入れの動機】 地域貢献やつながりを維持するために受け入れた。地域とコミュニケーションをとることが、営業的にも必要となる。

【受け入れのメリット】 人手を減らしている状況なので、実習生が手伝ってくれるとありがたい面がある。

【インターンシップの効果】 インターンシップをやった結果、さらにアルバイトに来る子もいる。

【企業と学校の望ましいあり方】 学校に対する要望はそれほどない。担当の先生方との連携もうまくいっている。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 積極的に地域に機会を開放

【様々なインターンシップの可能性】 将来、長期間受け入れる可能性もあるかもしれないが、今は短期でやっている。

【行政に求められる支援】 特になし

(5) 都心化学E社

【企業概要】 繊維・化学を中心に多角的な事業を展開する総合化学大手。グループ全体で従業員数 25,000 人。

【インターンシップ受け入れの実態】 7年前から文系・理系 40 ～ 50 名前後を受け入れる。毎年、様々な形態にインターンシップを試すが、現在は3つのタイプのインターンシップを募集。

【インターンシップの特徴】 学生を公募で募集する教育を主目的とした教育型インターンシップ。様々な形態のインターンシップを試すが、より内容的に高度なものを検討している。全て企業任せではなくて、学校や家庭でやれるところはきちんとやってもらった上で企業でやりたい。単位認定型インターンシップは大学との打ち合わせなど制約が多い。採用型インターンシップは採用活動全体の時期が動かないと難しい。

【実際の運営に際しての問題点】 毎年現場にお願いしているが、そろそろ勘弁してくれという声も出ることがある。また、保険や機密保持の問題は若干ある。

【受け入れの動機】 世の中から求められている企業の社会的責任として率先してやっている。また、アメリカなどでの状況を認識してはじめた面もある。

【受け入れのメリット】 唯一のメリットは会社のPR。副次的に就職希望の学生が増え

ればよいと考えている。また、若手や中堅が指導に当たることで、自分の仕事を見直す機会になっている。

【インターンシップの効果】 会社に来てただ座って見ているだけでも効果があるようだが、より高度な内容に変えていこうとしている。

【企業と学校の望ましいあり方】 企業の仕組みを知るなどの初級編は学校でやってもらいたい。学校に話に行くのは、大勢と接することができるので楽し、効率的である。全て企業任せだと困る。学校や家庭でやるべきことはきちんとやった上で企業でやるべきだと思う。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 やれるところから受け入れてやりながら考えようということでスタートした。

【様々なインターンシップの可能性】 採用直結型のインターンシップは予定していないが、タイミング的にも採用活動全体の時期が動かないと難しい。採用人数がある程度の規模になるとインターンシップから採用するのは難しい。

【行政に求められる支援】 結構、費用がかかるので企業努力に報いてほしい。受け入れが評価され、表彰され、新聞に出るといふことがあると現場にも受け入れを依頼しやすい。

【その他】 単位認定型のインターンシップは学校と綿密な打ち合わせが必要となり、制約も多い。

(6) 都心電機 F 社

【企業概要】 大手電気機器・機械のメーカー。国内・海外に多くの事業所を持ち、従業員数は約 4 万人。

【インターンシップ受け入れの実態】 年間文系 50 名、理系 100 名程度を春と夏に受け入れ。期間は、文系が春 1 週間、夏 2 週間から 1 ヶ月。理系が春夏とも 3 週間程度。

【インターンシップの特徴】 新卒採用の変化に対応して、自社の仕事内容をあらかじめ広く知ってもらいたいと思って始めた。HP で事前にテーマを提示して、募集する公募型のインターンシップ。希望学生を書類選考する。大学でインターンシップに関する正しい知識を与えて、学生の意識を高めるべき。大学教育との関連でインターンシップを考慮するのでなければ、将来的に良い影響はない。

【実際の運営に際しての問題点】 実際の受け入れ先であるラインや職場では負担感は大い。また、期間が短いため、対応の仕方が分からないという面もある。

【受け入れの動機】 社会貢献と言えるが、働く意識を就職前に作れば良いと考えて開始した。就職活動時期が早まり、十分に企業研究をする時間がなくなってしまったので、学生に考える機会を与えたいと思った。企業 PR と同時に学生の意識づけになるように考

えた。

【受け入れのメリット】 企業PR。直接選考とは関係ないが、学生に関心を持たせ応募してくれればと思っている。公募型でなければメリットがない。企業側も学生のモチベーションが高くないと負担感が多い。

【インターンシップの効果】 学生は、会社のスピード感や周りの動きの緊迫感に驚いている。自分で決断して責任を持ってやるという姿勢を感じるらしい。

【企業と学校の望ましいあり方】 各地域の事業所では小中高生の職場見学などを受け入れているが、中学校段階ではインターンシップなどはまだ早い。学生にしっかりとした意識と、インターンシップに関する正しい知識をつけてほしい。大学そのものが要らなくなるようなインターンシップや採用活動では将来的には良い影響がない。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 大学が起点である。休学してインターンシップということであれば大学の意味が何かということになる。

【様々なインターンシップの可能性】 日本のインターンシップは直接採用に結びつけられるほど、学生を見極める精度が高くない。採用目的ならばある程度長期でやる必要があるが、日本の新規一括定期採用のシステムでは難しい。無目的にフリーターにならないような対策として、学生時代のインターンシップなり、企業の接点を作るということでは協力できる。

【行政に求められる支援】 日本のインターンシップはどうあるべきかというスタンスや目的を行政側ではっきりさせてほしい。

【その他】 今の学生は勉強もしており、能力も高くなっている。ただ、責任感が弱くなったと思う。2年間ぐらいベンチャーでインターンシップをやってビジネスを立ち上げたというのも本来のあり方かもしれないが、日本の大学教育を考えると、それは日本のインターンシップではないと思う。

(7) 都心コンピュータG社

【企業概要】 外資系のコンピューターハードウェア・ソフトウェアの製造・販売会社。従業員数約2万人。

【インターンシップ受け入れの実態】 夏に50名、秋に50名程度を受け入れている。

【インターンシップの特徴】 1週間のグループワーク、2週間の実習のインターンシッププログラムを提供。将来的には採用型インターンシップも視野に入れているが4月新規学卒一括採用の現状では難しい。現状では、受け入れの直接的なメリットは多くないが、企業として若い力を求めているので、その手伝いができればと考えている。

【実際の運営に際しての問題点】 特になし。

【受け入れの動機】 採用には直結しないが、企業イメージの向上、自社を知ってもらうという企業PRがある。企業として若い力を欲しているので、手伝いできればと考えている。

【受け入れのメリット】 現状ではメリットがないのは事実である。採用と関連づけられればメリットになると思うが、現状では、採用時に情報提供をする程度となっている。インターンシップはあくまでインターンシップであって、人・金・時間を投資して学生に何かを与えても企業へのフィードバックにはならない。

【インターンシップの効果】 学生には理系だからコンピュータ会社でインターンシップをして就職するという狭い視野で捉えないようにしてもらっている。

【企業と学校の望ましいあり方】 学校とタイアップして低学年からやっていけるようなものがあれば良い。学校に話をしに行っているが、学生にアドバイス、アプローチするには良い。厚労省と文科省に線を引くのではなく、企業と学校が一緒にコンテンツを作っていくと、幅が広がって良い。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 将来的に、良い人材を求めるツールの1つとなる可能性があるとして説明して、各部門に協力依頼している。

【様々なインターンシップの可能性】 早期に優秀な人材を発掘できるツールだと思うが、選考の時期に縛りがあり、100%活かすことができない。4月の一括採用のため、インターンシップと採用活動が別物になっている。

【行政に求められる支援】 行政が認定したインターンシッププログラムを選考とリンクさせるシステムを認めてほしい。遠方の学生は交通費や宿泊費がかかるので、学生の負担を軽減する補助金があれば良い。行政側でインターンシップのプログラムを作って、大学などの教育機関に提供する。フリーターのインターンシップを、国とタイアップして、人、金、時間を提供するというのであれば、何かできることはあるかもしれないが難しい。

【その他】 昔の大学生に比べればよく勉強している。

3. インターンシップの受け入れに関する問題

インターンシップの受け入れに関しては、今回のヒアリング調査全体に関わる1つの重要なポイントがある。それは、ある意味では当然ながら、インターンシップを受け入れられる絶対数にはおおむね各社の規模に応じた上限があるという点である。

まず、インターンシップを行うにあたっては、社内的に、実際に作業を行う実習先を探す必要がある。しかし、実習先の確保は大企業でも容易ではない。インターンシップ受け入れにあたっては、学生が一定期間従事するまとまった単位の仕事を用意する必要がある。

・学生を受け入れる職種・業務があるのかないのか。これがまず1つ（中略）どういう職

種をやってもらうかということにも相通じるものがあるのだが、なかなかやってもらえる職種が少ないというところに問題がある（地方造船A社）。

- ・実際にインターンシップを希望した時に、本当にその職種が経験できるかどうか。それが難しい（地方物流B社）。
- ・当社の事情だけではないかもしれないが、学生さんを1人受け入れるというのは相当の負担がかかる。会社自体に余裕がないと何もできない（地方食品C社）。

また、職場での基本的なスキルや知識の不十分な学生を指導する担当者が必要となる。社内の各部署で学生に割り当てる仕事が見つけられない場合、または、人員的に厳しく指導担当者を用意する余裕がない場合には、インターンシップを受け入れることができない。

- ・稼働日では10日間の受け入れをマンツーマンでいろいろ研修をやったりしなければならぬ。そういうことをするだけの要員があるかないか（地方造船A社）。
- ・電話もとれないという人を受け入れるので、側に指導員がどうしても必要になる。それがいちばん大きい。受け入れは具体的には人員的に余裕があるところということになる（地方食品C社）。
- ・若手と中堅がインターンシップ生の面倒を見るので、自分の仕事をレベルアップする良い機会になるのがメリット。これも毎年行っていると、現場からはそろそろ勤弁してくれ、他を当たってくれと言われ始めている（都心化学E社）。
- ・将来のお客さんですよという話をして間接的に理解してもらっているが、実情として、受け入れてくれないところもある（都心電機F社）。

さらに、インターンシップを受け入れ可能な時期にも制約がある。仮に、学生に実習させる仕事を用意でき、指導の人員を確保できたとしても、業務繁忙期には受け入れることができない。企業活動を年間を通じてみた場合、受け入れ可能な時期には限りがあるのが実態である。

- ・夏休み期間中に1～2週間お願いしたいとなると、まだ、受けやすい時期ではある。これが秋とか春とかになると忙しい時期になる。率直なところ、構ってられなくなるので、それがいちばん大きい（地方食品C社）

以上の制約は、企業努力で一定水準まで克服できるとしても、受け入れ数に上限があることに変わりない。日本においてインターンシップを考える際には、この現実を無視できない。

- ・受け入れ側の環境もあるし、正直なところ、これ以上増やすのは難しい。今は限られた部署でやっている（地方食品C社）。
- ・受け入れは、このくらいが限度だと思っている。インターンシップ生があまり集中することになると、うちのスタッフの負担もかかってくる（地方ホテルD社）。

また、仮に、インターンシップの受け入れ人数を増やした場合、現在、行っているような内容のインターンシップは継続できない可能性もある。学生に職場を体験させ、一定の教育効果を得ることのできる適正な人数は、受け入れ企業の事情に応じてある程度、決まってくるようである。

- ・ 20 ～ 30 人受け入れると新入社員研修でも寝ている人がいる。これが少人数なら寝られないし、全員に発表させることでプレッシャーをかけている（地方物流B社）。

その他の問題としては、一般に言われるとおり、労災事故や作業ミスによる損害や補償がある。

- ・ 一番怖いのは労災事故である。リフトなどで事故をされると深刻な事故になるので、その辺りには注意している。保険には気を使う。うちの負担ではなく、大学の方でやってもらっている（地方物流B社）。

さらに、インターンシップの実施には学生、企業、学校それぞれに費用負担がかかる。これは必ずしも重い負担として認識される訳ではないが、例えば、学生は「給料は貰えない、交通費は自己負担、弁当は自分で用意する（地方造船A社）」、一方で「作業着やロッカーなどは会社が出す、保険は学校が出すとなっている（地方造船A社）」といった状況がある。こうした軽い費用負担であるゆえに、学生や企業が自己負担として行っているものについては、「通勤費や給食の補助などについてはどこかが負担するルール作りをした方が良くと思う（地方造船A社）」という意見も出された。

- ・ 工場に入れば作業着、靴から用意する。パソコンも1台用意しなければならない。経費はかかる。指導する人の人件費もかかる。ただ、経費の面だけで言えば何でもない。ただし、張り付く指導員の時間が厳しい。結局はお金ということになると思うが、学生を受け入れて面倒をみている時間が厳しい（地方食品C社）。

4. インターンシップ受け入れの動機

それでは、厳しい経済状況下にあつて企業がインターンシップを受け入れる動機は何か。基本的に企業がインターンシップを受け入れる際、「本音で言うと、メリットがなくて困っている（都心化学E社）」「はっきり言って受け入れの満足度合いは低い、そこに満足を期待する方が間違っている（地方食品C社）」という認識が実情であり、明確な形ではメリットは見出せない。インターンシップ受け入れの直接的なメリットはないという認識は、今回、ヒアリングを行った企業に共通している。

(1) 地方企業におけるインターンシップ受け入れの動機

そうしたなか、インターンシップ受け入れの動機に関して、地方企業でもっとも多く語られたのは社会貢献であり、教育の場を提供したいということであった。

- ・受け入れの経緯は、地元企業なので、地域貢献のようなことにつながる。(中略)今は、地元への貢献が主目的になっている。例えば、東京の大学から依頼があっても受けないと思う。(中略)どうしてもボランティアのような気持ちでやらざるをえないのは仕方ない。残念ながら、そういうレベルだ。教育目的と言え、教育目的になる(地方食品C社)。

とくに、今回の話を聞いた地方企業では、学校や仲介する団体で事前にインターンシップ先の調整がなされているため、必ずしも、実習に来る学生はその事業所の業務に直接的な関心を持っていない場合もある。これは、地方では、インターンシップの受け入れ可能な事業所の絶対数が限られ、インターンシップが可能な業種や職種が限定されがちである点とも関連しているであろう。そして、インターンシップのための職種を作り出すことが難しいことの一因もここにある。若者が希望する職種を常にインターンシップでやってもらえる訳ではない。

- ・理想的には何をしたいのかを聞いてから、やりたいことを学生さんにやってもら、材料も設備も使ってもらって、結果も心配しなくて良い、コストも関係ない、安全だけ注意してくれ、整理整頓はちゃんとしてくれと、こういうある程度任せる形で、それでも本人が関心があるのでやらせてくださいとなり、それで結果として1ヶ月かかってモノができあがり、満足感を得るとなるのが、インターンシップのあるべき姿だとは思。そうなれば幸せだと思う(地方造船A社)。

したがって、地方でインターンシップを行う際には、実際に仕事を体験して、その仕事の内容を知るとか、その仕事そのものに意義を感じるというよりは、もう少し抽象的な教育目標を掲げることが多くなる。希望する職種でインターンシップはできないにせよ、できるだけ若者に何か有意義な経験を、と思えば、企業活動全体の理解をしてもらいたいと考えることになる。

- ・就業規則、時間管理、民間企業は商品売って会社が成り立っているという、そういう物作りの基本のことを分かって貰えるというのがインターンシップの目的の1つではないか。(中略)企業のルール。特に時間。学生生活にもルールはあると思うが、企業のルールとは違うということを知ってもらう(地方造船A社)。
- ・将来、実際に学生の役に立つのかといえば、そうではない。仕事とかものの見方を理解してもらうことがインターンシップのメリット(地方物流B社)。

そのため、特定の仕事を学生に経験させるというよりは、むしろ、一定の範囲内でいろいろな部署を見せて各部署の役割について教えるといったことが行われる場合がある。つまり地方企業の規模が比較的小さいことが逆にメリットとなっており、学生に企業活動の全体像を見せやすいということが運営上の利点を最大限生かしていると言える。

・ 全部の部署が協力してくれるのでいい。そうでなければ、受け入れた部門だけでやることになる。そうなる学生がいろいろ見て回りたくても、ある部門だけ見れないといけない（中略）。各部署の役割はどういうものを教えている（地方物流B社）。

また、「基礎教育がなければ次に進めないのが大事ではある。しかし、それ以外で、問題にぶつかったときに自分で問題を解決していく方法論を教えるべきではないか（地方物流B社）」のように、教育に対する関心が深く、高い教育理念をもっている場合もある。

結局、地方におけるインターンシップは、現在のところ、地元の大手企業が率先して行っている段階であり、その大手企業の業種に限定されてしまう。したがって、学生・生徒が体験できる職種も限定される。結果的に、限定された業種・職種による体験をどれだけ学生・生徒にとって意味あるものに仕立てていけるかが、企業にとって考慮すべき事項となる。この場合、企業で毎年、学生・生徒を受け入れて様々な試行錯誤を行うことによって、学生の体験をより広い意味で捉え直し、企業社会全体を体験することによる教育へと高めていくことが重要であると言えるであろう。

(2) 都心企業におけるインターンシップ受け入れの動機

一方、都心大企業ではどうか。都心大企業では様々なインターンシップの形態があり得る。そのため、企業にとってのインターンシップの意味づけも多様であろう。しかし、都心大企業にとっても、学生にインターンシップの場を提供する理由は、教育目的であることも多い。

・ いろんなスタイルのものが出てきている。採用直結型のようなものや、成果追求型ですごい報酬が出るようなものもある。いろいろ検討課題の1つに入っているが、あくまでも我々のインターンシップは教育型インターンシップ、教育研修を目的としたインターンシップ（都心化学A社）。

その理由として、都心大企業がインターンシップに取り組んだきっかけが、多くの場合、新卒の採用活動を行ってきた上での問題意識に源があることに着目できよう。

例えば、都心化学E社では、海外に留学中の日本人学生または日本に留学中の外国人学生と採用面接で接した結果、海外と国内における学生の意識面での成熟に大きなギャップがあったことを、根本的な問題意識として挙げている。日本の学生は企業活動についてあまりに知るところが少なく、その原因の1つとして、在学中に企業について勉強し、企業と接する

機会がないことを挙げ、そのためにインターンシップ実施を計画したと述べる。

また、都心電機F社では、大学在学中に会社を理解してもらうことが主眼となっていた。特に、在学中の学習内容と企業における仕事内容の距離が比較的近い技術系に対して、文科系は具体的に企業内で何をやるのかがイメージしにくいいため、「文科系の人社会に出たときにどのような仕事をするのか」というイメージを持ってもらう機会があれば」ということで開始している。

このように、新卒採用時に、大学生があまりに企業のことを知らないということに対する驚きや困惑が根底にある。そのため、基本的には、企業社会全般について大学生に理解を深めてほしいと考えている。そして、そういう教育・学習の場を提供したいと考えている。

なお、今回のヒアリング調査に協力した都心企業はいずれも製造業であり、「文系の学生は、理系の学生に比べて、メーカーの文系は何をしているのか（都心電機F社）」について理解が不十分であるという認識がある。文科系の学生に仕事内容を学習してもらうことと、企業PRをするという目的が表裏一体になっていると捉えることもできよう。

(3) 企業PR・地域貢献とインターンシップの受け入れ

ただし、企業PRという点については、地方企業と都心企業で若干の認識の違いもみられた。地方企業では企業PRの目的はないと述べる。したがって、地方企業では、直接、何らかの宣伝効果を期待しているという側面はない。

- ・インターンシップを受け入れているということがお客さんの拡大につながるのか、そういうことはない（地方造船A社）
- ・宣伝ということあまり考えていない。会社としての看板があるので、よい印象を持ってほしいとは思っている。店に行った時に、他社よりもうちの製品を買おうというようなファンにはなってほしい。ただコマーシャルベースでやろうとは思っていない（地方物流B社）。
- ・インターンシップが宣伝となるということは全くない。そこは全く無関係。工場の受け入れは、実際に製品を作っているところを見てもらうと、潜在的にお客さまということにはなる。PRとインターンシップは関係ないと思う（地方食品C社）。

一方で、都心企業では企業PRを数少ないメリットの1つとして考えている。この認識の違いの背景には、インターンシップの募集形態の違いがある。今回ヒアリング調査に協力した地方企業は、地方経営者協会がインターンシップの仲介を行っている一方で、都心企業は、インターネットを通じて広く公募する形式をとっていることにある。そのため、都心企業ではインターネットの公募の告知自体が企業PRにつながるという認識がある。また、インターンシップに参加した学生がさらに別の学生に口コミで会社の紹介をすることも期待されている。

- ・唯一のメリットは会社のPR。学生に口コミでどんどん広がるという企業PRの一貫だと思っている。それがインターンシップのメリット。インターンシップをやる際に募集告知をかけるので、そのことでもPR効果があるし、実際にやれる学生は人数が限られているが、終わった後にこんな会社だった、こんな仕事があったと口コミで広まっていく（都心化学E社）。
- ・本音を言えば、採用には直結しないが、企業イメージということがまずある。インターンシップへのチャレンジを通じて、会社の内容をより知っていただき、採用にチャレンジする学生の裾野を広げたいと考えている（都心コンピュータG社）。

また、注意が必要なのは、インターンシップは採用活動とも全く無関係に考えられている点である。「まったく選考とは関係なく、やったからといって選考に近づく訳ではなく、やらなかったからといって応募が出来ない訳ではない（都心電機F社）」

ただし、地方企業では地域貢献の意味は多様である。例えば、技術部門は地元大学の研究室と共同研究などの形でつながりを持っており、そのパイプの維持が目的となる。「むしろ先生とのつながりが大きい。例えば、我々の研究室の担当者と大学の先生とが情報交換をするようなおつきあいをさせていただいている（地方食品C社）」があり、インターンシップを開始した経緯も大学研究室との個別のコネクションから話が出てきている場合が多い。そもそも、地元に着した企業の場合、大学そのものに出資している場合もある。「仕事でいろんな大学にお世話にならないといけないということがあるので、そういう人脈をきちんと閉ざさないようにする（地方造船A社）」ということが、地域貢献のもう1つの意味でもある。そして、大学生に対するインターンシップ受け入れは営利目的という側面はないにしても、地元中学生などの受け入れにあたっては、「地元の人が買いに来る店では、悪評を立ててほしくないということもある。宣伝というよりは、負担にならない程度に受け入れていぐらいの感じだ。積極的に手を挙げることはないが、頼まれれば断りもしないというスタンス（地方物流B社）」。したがって、現実には、地域に対する営業目的という面が地方では全くないという訳ではない。

- ・当初は、地域貢献、つながりということで受け入れた。いつかは、無理してやらなくてもということも内部の会議ではあった。地域とのつながりということがあって、土着してやっていると、この地域の資本の企業ではなく、よそ者扱いの時もあるので、できるだけ地域に貢献したいと考えた。それが、ひいては営業面にもつながってくる（地方ホテルD社）。

5. 様々な形態のインターンシップの可能性

(1) 公募型インターンシップについて

今回のヒアリング調査対象となった都心企業は、ほとんどが自社のホームページにインターンシップ募集の告知を出すか、インターンシップ募集専門サイトに登録して募集するかのどちらかであり、直接、インターンシップを希望する学生を公募している。なかには、従来は、学校側からの依頼を受けてやっていた企業が、最近、公募型に変えたケースもある。

そこで、以下に、これら公募型インターンシップに関する発言から、企業が参画する若者のキャリア形成支援の今後を考える際に留意しておきたい点についてとりまとめる。

まず、公募型インターンシップに関しては、公募の告知を出すことによる企業PR効果が念頭に置かれている。したがって、学生の目に触れやすい媒体を選んで公募告知を出すのが、一方で、インターンシップ受け入れの上限の問題は常にあるため、無制限にインターンシップ希望の学生を受け入れることができない。そのために、インターンシップの学生を選抜するというプロセスがある。したがって、企業PRを考えれば大勢の学生に告知したいが、一方、受け入れ人数は一定であるために選抜からもれる学生があまりに多くなると、企業PRという観点からは逆効果になる。公募型インターンシップを行う企業は、この点のバランスに苦慮している。

公募型インターンシップにおける選抜は、「採用面接ではないので合格不合格という発想はないのだが、結果として人数を絞り込まなければならないというなかで、インターンシップをやる上でのコミュニケーション能力の確認や、スケジュールや本人のやりたいこととのマッチングをみる（都心化学E社）」。

たいていの場合、インターンシップ募集の告知で、どのようなテーマのインターンシップなのかが示され、参加のための必要要件や資格要件が細かく指示されている。必要とされる水準は比較的高く、そこで一定水準以上の学生を対象としていることが示される。テーマとしては、例えば、都心電機F社では、外向けのPRのホームページを作る、他社の動向を調査してもらう、資材調達部門における契約書作成の手伝い、海外との英語の契約書の作成、営業関係の伝票作成などがある。

インターンシップのテーマと学生のマッチングは技術系の場合は容易であり、学生もテーマが合致しない場合応募してこない。ただし、文科系の場合には少し面接が必要になる。おもに「目的意識や会社に入って実際にどのような体験をしたいのか（都心電機F社）」を面接によって決めている。

そのため、都心企業が公募型インターンシップの形で自社のインターンシップのテーマを細かく設定し、そのための必要要件を提示し、選考を行うことによってインターンシップを厳選しているのとは少し事情が異なる。

(2) 採用型インターンシップについて

今後、インターンシップを含めた若者のキャリア形成支援を考える際には、企業側のメリットをどのように出していくのかというのが大きな課題となる。

ヒアリング調査の結果、インターンシップに関して「可能性としては採用直結型と成果追求型がある（都心化学E社）」。しかし、それぞれについて現状ですでに明らかになっている課題がある。

従来から採用型インターンシップの是非が日本では問題になってきた。しかし、この点について、採用を視野に収めてインターンシップを運用している企業は、今回のヒアリング調査では1社もなかった。今後の見通しとしても、将来的に検討される可能性はあるが、すぐには難しいという回答が多かった。

- ・採用型のインターンシップは経験がないので分からないというのが本音で、今のところ、やるつもりもない（都心化学E社）。
- ・インターンシップと採用というのは直接結びつく訳ではない。限られた人になるだろう。デュアルシステムやトライアル雇用というのもあるが、それと連動させた形ではありうる。しかし、実際のことを考えると、きわめて可能性は低い（地方食品C社）。

採用型インターンシップが行われていない理由として、採用を目的としたインターンシップにはいくつかの問題が指摘された。

第一に、受け入れ学生の学年の問題がある。現在、インターンシップで受け入れている学生は3年生が中心となっている。したがって、現状のまま採用型インターンシップを行うとすると3年生の夏休みに選考を行うということになる。しかし、現在でも、大学生の採用選考の早期化が問題となっているなか、これ以上の早期化については企業側としても踏み出すことができない。また、仮に早期化を問題にしないとしても、大学生活がさらに1年半残っている状況では、適切な採用選考が行えるのか疑問となる。

- ・インターンシップの学生さんに勉強していただくが、その学生さんを採用するというつもりもない。結果的に採用につながる場合はあるかもしれないが、受け入れているのは2年生なので4年生を受け入れている場合とは少し違う（地方造船A社）
- ・夏に採用型のインターンシップをやるとしたら、何年生を相手にするかが難しくなる。3年生の夏休みに採用というのはやはり無理だと思う。あと1年半もまだ学生期間が残っていて、その間、どう成長するのか分からない（都心化学E社）。

したがって、採用型インターンシップを行うとすれば4年生の夏休みになる。しかし、それには「採用活動の時期が全体的に動かないと難しい（都心化学E社）」。

第二に、上記の点と関連して、現在の新規大卒の採用活動を前提として考えた場合、スケジュール的な難しさがある。

- ・ 時期的な問題はある。インターンシップをやりやすいのは夏休みである。休みを利用すると、企業側にとっても、学生側にとっても動きやすい。4月の一括採用からいえば、インターンシップはあくまでインターンシップであり、採用選考のスケジュールは採用選考のスケジュールである（都心コンピュータC社）。

様々な学生がいろいろな形でインターンシップを行えるような多様性を確保することを望ましいと考えることとしよう。その場合、採用型インターンシップを成立させる鍵のひとつは、新規大卒の4月の一括採用という現状をできるだけ柔軟なものにすることである。現状では、採用のピークが4月から5月となり、年度末の繁忙期と重なる。そのため、採用型インターンシップを行う時間的な余裕がない。仮に、大卒者の9月採用または通年採用がより一般的となれば、各企業の採用戦略に応じて4年生または卒業後1年目の夏休みに採用プロセスの一貫としてインターンシップを実施することが可能となる。

ただし、採用型インターンシップに関しては、採用人数がある程度の規模になると、全てをインターンシップから採用するのはやはり無理になるという側面があり、将来的にもあくまで企業側にとっては大卒採用活動の副次的なオプションである可能性が強い。

第三に、採用選考の効率の問題がある。インターンシップを採用プロセスの一貫として位置づけた場合、その上限の範囲内で学生に接することになるため、接触できる学生の絶対数が限られる。従来の採用選考ではインターネットなどを駆使することにより、接触できる学生の絶対数を確保できている状況にある以上、企業側はインターンシップを採用の主要なルートとしては考えにくい。インターンシップにきた学生が実習先の会社への入社を希望しているケースも少ないために「1割もいれば、上出来ではないか。学生の側でも希望があるので、そこは難しいと思う（地方食品C社）」との見通しが述べられている。

- ・ 分母が限られてしまう。一般の公募であれば、特に今はインターネットがあるし、数千人からの応募者が来る。インターンシップは地元の大学しかない（地方食品C社）。

また、仮に、採用選考の一部をインターンシップで行うと考えたとしても、一般に考えられているほど、インターンシップは有効な採用手段ではないという意見も多い。企業では、やる気や働く意欲の評価が採用時にもっとも重要なファクターになると考えられていることも多いが、その判断を正確に行うために、わざわざコストのかかるインターンシップを実施する必要がないと考えられている。

- ・ ただ、今のところ、会社が採用するのはやる気。基礎能力とか適性とかは、後からついてくるのであって、やはりやる気はその会社で働くという意欲があるかないかで決断する（地方造船A社）。
- ・ 一定の採用基準があるので、優秀な方、やる気がある方を採用するということになる。

そういう人がインターンシップの中から見出せるとは思わない（地方食品C社）。

日本のインターンシップはおおむね2週間程度が平均的な期間となっており、その間に学生を見切れない。また、現在の日本のインターンシップの形では学生を見切れるほど精度は高くないという考え方もある。そのため、インターンシップを採用活動の1つのチャンネルとして活用するには時期尚早であるという認識がなされている。

それでは、採用型インターンシップは、日本社会ではまったくあり得ない発想だろうか。そうではない。これは現在の新卒採用の雇用慣行をめぐる問題と関連が深い。様々な議論の末、最終的に就職協定を廃止したように、今後の学卒採用が新卒の四月一括採用から、即戦力の重視、求人需要と連動した採用等へと検討されていくなかで採用型インターンシップが新卒採用の新たなあり方のイメージを提供することは十分にありうるであろう。将来的に適切な社会的選択を行う上で考慮に入れておきたいオプションの1つである。

- ・採用を目的とするのであれば、インターンシップとは呼ばずに新たな仕組みの採用であって、選考プロセスの中に実習が入っているということになる（都心化学E社）。
- ・今は制約が多いが、何年か先に向けてきちんとしたフレームを整えておくことで、世の中の考え方が変わった時に、良い人材を求めるツールの1つに成りうる可能性を捨てていない（都心コンピュータC社）。

(3) 成果追求型インターンシップについて

それでは、現状において、インターンシップの学生を労力として考えることはできるだろうか。しかし、それも難しい。第一に、実習期間は1～2週間程度と短いために学生が仕事を覚えた頃には実習が終わってしまうというインターンシップの期間の問題がある。第二に、学生が手伝うことのできる仕事内容には限りがあり、逆に、学生が手伝うことが可能な仕事内容を補う労力の調達は比較的容易であることがある。

第一のインターンシップの期間の問題に関して、地方や中小企業でいう成果追求型のインターンシップとは即戦力となることである。したがって、仕事を覚えて戦力となるためにはある程度の期間、働いてもらえなければ事実上難しいという考え方がある。そのため、「どうせやるならば長期でやりたい。2ヶ月ぐらいは必要かもしれない。戦力になってもらうということになる（地方食品C社）」という発言も出るようになる。

- ・中小企業で考えれば、即戦力、アルバイトで来てもらうような位置づけで、実際に仕事をしてもらって、そこから付加価値を見出すくらいの気持ちでないとできない（地方食品C社）。

ただし、成果追求型インターンシップの本質的なあり方は、実は長期間企業で労働力とし

て活用するという事ではない。むしろ、何らかの専門的な知識・スキルを身に付けた学生に仕事を任せることによって、企業側は学生が生み出した成果を安価に受け入れ、一方、学生側は実際の企業と協働することによって学ぶというのが本来のあり方となろう。しかし、この点にも問題がある。なぜなら、企業側が是非ともその成果を欲しいと考えるような高度な専門性を持つ学生はそれほど多くない。企業側にとって希少価値をもつ学生の絶対数がないということから、成果追求型のインターンシップは、インターンシップの主流とはなりえない。現段階では、企業側は学生の労働力に着目しているのであり、学生の専門性に期待している訳ではない。

・数はそんなに多くないし、人も選ばないと誰でもできるものではない。だから、ここは今すぐに広がるというよりはトライアルとなる（都心化学E社）。

ただし、逆に言えば、この点こそインターンシップの将来像は隠されているであろう。企業側にとって希少価値をもつ学生を学校教育において創り出せば、企業側としては報酬を支払っても実習に来てもらいたいということなる。学生に付加価値をつけることによって、インターンシップ等に対する企業側のインセンティブを引き出すことが、今後の若者のキャリア形成支援にとっては1つの理想的な道筋となるであろう。こういうタイプの成果追求型インターンシップは、採用直結型インターンシップへとつながっていくことであろう。

(4) インターンシップの対象者をフリーターにも拡大することについて

今回ヒアリング対象となった企業のインターンシップは平均して2週間の実習期間のある大学生向けのプログラムであった。そのためこのプログラムを高校生を対象にはできないという意見もあった。

・このプログラムを高校生に適應できるかといえば難しい。現在の学校教育は、問題意識を持って考えさせることが弱いのではないか。年齢的な問題があるのかもしれないが、大学生には言っていることが通じる（地方物流B社）

概して、企業側は、「企業でしか行えない教育は何か」を潜在的に模索している。大学までの学校教育段階でやるべきことは、学校でやるべきだと考えている。例えば、企業や社会の仕組みなどの基礎的な知識は、学校で教育されるべきであると考えている。

・何で自分は企業じゃなくてフリーターになるのかということを考える機会として、学生時代のインターンシップで企業との接点をもたせるなどの協力はできる（都心電機F社）。

この問題は、現在、企業が行っているインターンシップの対象を、現在の大学生から他の

特徴をもった若者に拡大していこうとする際の議論にも発展する。

例えば、いわゆる「フリーター」を対象としたインターンシップというものを仮に想定するとしよう。しかし、「フリーター」を対象にしたインターンシップということが概念的にも成立しにくい面がある。例えば、地方物流B社では「フリーターも対象にできるようにとも思う。しかし、誰がフリーターを出すかという問題がある。フリーターがうちで2週間働いたとしても給料は一切でない。それでフリーターが来るかどうかだ」と述べる。

確かに、「フリーター」は仮にインターンシップのようなプログラムに参加しようとした場合、その間、賃金が支払われないことになる。賃金が支払われず、時間が拘束されるプログラムに参加するだけの付加価値が、そのプログラムで用意できるのか。地方物流B社では、インターンシップの受け入れ学生に5人組のグループを作らせてレポートなどをまとめさせている。その点について地方物流B社では「しかし、フリーターの人たちが集まって、学校を卒業した後に同じことをやってそういう経験をしてもらっても、なかなかまとまりがつかないのではないか（地方物流B社）」と述べる。結局、学生インターンシップは教育目的ということでモチベーションの高い学生を前提に考えることができるが、フリーターの若者に対しては「他のことは考えずに限られた仕事だけやってもらって、全体のことを見てもらったり、こっちが教えたりということはない。全然スタンスが違ってしまう」というのが実情である。

「フリーター」としての生活を一時中断してもなお見返りのあるプログラムがあって、はじめて「フリーター」の若者は関心を向けることであろう。

6. インターンシップ受け入れに際して学校側への要望

すでにインターンシップを受け入れている今回のヒアリング対象企業では、学校に対する要望はそれほど多くなかった。実際、学校側とは簡単な打ち合わせ程度で済ませていることが多い。

これには2つの側面がある。第一に、今回、ヒアリング調査を行った地方企業はいずれも地方経営者協会が企業と学校を媒介しており、直接的な接触をとっていない。逆に言えば、何らかの中立的な団体が企業と学校を媒介している場合には、連携がスムーズに行くことを示すであろう。第二に、都心企業の場合には、ほとんどが公募型のインターンシップであり、インターネットを通じて直接、インターンシップの学生が募集されている。対学生の直接的な接触がなされており、学校は関与していない。したがって、現状における日本型のインターンシップのモデルとして、①地方と学校を中立的な団体が仲介する場合、②企業が直接、学生を募集する場合の2通りが考えられることになる。

ただし、より広い観点からは、学校に対する要望がある。第一に、インターンシップに送り出す前の動機づけを十分に行うこと、第二に、学校で教えられる企業に関する基礎的な知

識を付与することである。

- ・大学の担当の方とも話をしたが、企業側として言いたいのは、派遣する時にしっかりと動機づけをしてほしいというのが第一となる。(中略) 学生も気の毒な面はある。送り出す側できっちりと動機づけをしていない(地方食品C社)。
- ・受け入れやすくなるということ言えば、学生に意識をもたせてほしい。うちは公募制なので大学側には責任はないが、「インターンシップとは何か」ということについて正しい知識を身につけてほしい(都心電機F社)。
- ・やはり企業活動の理解は大学レベルでやってほしい。我々は理解した人に対してもっと深く伝えるものがあるんじゃないかということで考えた(都心化学E社)。

同様の趣旨では、単位取得を目的としたインターンシップの受け入れについても企業側は消極的である。

- ・学校が全部セットして、それをただ受け入れるというのはどうかと思った。弊社のインターンシップは全て公募制で、本人の意志を尊重して、本人がやりたいというのを受け入れる。単位認定するかどうかはその後であって、こっちからは公募制でやりたい(都心化学E社)。

現在、企業側は、社内で調整を行って受け入れ先を決め、人員をやりくりして受け入れ担当を決め、万全の体制で学生を迎えているが、その際、企業側は、モチベーションの低い学生を受け入れた場合、最も不満に感じている。

- ・熱心な学生が来てくれるので何とかなっている。単位を取るために全員来るようになったらめだろう(地方物流B社)。
- ・インターンシップの目的をはっきりさせる必要がある。本来は、単位をとるためだけということではないと思う。きちんと送り出す前に学生に動機づけをして目的意識を持たせるべきだ(地方食品C社)。

そもそも学校がインターンシップの目的をどのように考えているかを問題視している場合も多い。たんに時流に乗って、明確な目的意識を持たずにやるのでは、企業側としては不満が残る。したがって、企業は、学校や家庭でやるべきことはきちんとやっておいてほしいと考えている。

- ・あまりにも全部、企業任せだと困る。ある程度までは学校教育と家庭教育でちゃんとやるべきことをやった上で、企業でやるべきところがあると思う(都心化学E社)。
- ・大学が起点である。大学の勉強が終わって実力プラス α であれば良い。大学を休んで、休学してインターンシップということでは、大学に行っている意味は何かということになる(都心電機B社)。

ただし、企業で採用を行っている立場からは、最近の若者の就職に対する意識づけは上がっているように感じるとの意見も多くみられた。比較対象となっているのは、バブル期の学生などであり、現在、若者の就職が厳しいなか、就職活動を行っている若者は相対的にレベルが高いと認識されている。

- ・今の学生は勉強もしているし、企業研究もしているし、全体的には一生懸命に就職活動をしていると思う。相対的に学生の就職に対する意識は上がっているのではないか。今の学生が決してレベルが低いとは思わない。氷河期と言われて、バブル期に比べれば明らかに今の学生は意識の面では優秀である（地方食品C社）。
- ・振り返ってみると、自分が学生のときに勉強していたよりも、今の学生は勉強もしているし、能力は高くなっている（都心電機F社）
- ・われわれの大学時代に比べれば、本当によく勉強していると思う（都心コンピュータG社）。

一方で、インターンシップで送り込まれてくる学生には、本人の資質に問題がある者もいると述べる。例えば、「挨拶もろくにしないと、仕事をやっても2人来て私語ばかりしているという、そういうひどい学生もいた（地方食品C社）」。

この両極の評価からは、現在の学生を含めた若者の間に、就職に対する意識の面だけでみても大きな格差が生じつつあることがうかがえる。

望ましくは、企業と学校がともに若者のキャリア形成支援のプログラムを考え、「若者に教育・学習の場を与える」という理念のもとで連携をとれることが、将来的には望ましいあり方かもしれない。きわめてモチベーションの高い学生とハイレベルな教育内容が密接に関連した場合、望みうる最高の連携が行われる可能性は高い。おそらく、対象となる学生はごく一部に限定されるが、インターンシップからさらに一步進んだ高度な教育プログラムの方向性は模索されて良いであろう。

- ・学校とタイアップして、低学年のときからやっていけるようなものがあれば良い。（中略）企業として場を提供するということで企業を題材にすることは必要になってくる。単に学校側だけで教育するというだけでなく、企業側から提供しつつ、協力させていただくことはできるだろう。（中略）企業も学校も最終的な目的が見えてくるようなものであれば、取り組みが前に進んでくるだろう（都心コンピュータG社）。

7. 相対的に受け入れが容易な企業

基本的に企業にとって、インターンシップの受け入れをはじめ、若者のキャリア形成支援に参画することの直接的なメリットを感じることは難しい。現在、インターンシップを受け入れている企業は、受け入れる余裕があるからこそ、その範囲内で受け入れているのであって、受け入れが容易であるという企業はほとんどない。

ただし、今回のヒアリング調査からは、相対的に、若者のキャリア形成支援に参画しやすい企業としにくい企業があることもうかがえた。

第一に、もともと短期のアルバイトを多く活用している企業である。「短期で人を受け入れるノウハウがある（地方物流B社）」ことによって、インターンシップで経験させる仕事、その管理を行いやすい。これは、インターンシップで学生にどのような仕事を割り当てるかという問題と関連する。改めてインターンシップの学生に割り当てる仕事を考える必要がなく、導入時の訓練も容易である点が、インターンシップの受け入れやすさにつながっている。

そのため、短期のアルバイトを多く活用している企業では、インターンシップを労力としてもメリットがあると感じており、学生が来ることを想定した運営を行っている場合もある。また、特に地方において、ぎりぎりの人員体制で運営している場合には、インターンシップの学生・生徒を実質的な労働力として期待できる場合もある。

- ・ 学生の方のインターンシップということであれば、給料を払わずに要員をいただけるということになる（地方造船A社）。
- ・ 今、人手が足りない状況なので、そこに実習生が1人入るとありがたい面もある。雑務的なものもあり、倉庫内の整理やバックスペースの整理整頓などもあるので、そこにスタッフが入ってくるとありがたい。重宝がって使っている面もある（地方ホテルD社）。
- ・ 労力して助かる面はあるなしで言えばある。ただ、むしろ社会への貢献の方が大きい（地方物流B社）。

なお、企業規模については2つの考え方がある。つまり、大規模企業では社内にはいろいろな意味で若干の余裕があり、インターンシップの受け入れは容易である。しかし、大規模企業は組織が細分化されており、実習生に何らかの有意義な職場体験をさせるためのまとまった仕事を作り出すのが難しい。

また、インターンシップなどの受け入れは、あまり負担に感じずにできる範囲で受け入れてみるのが重要だという考えも述べられた。

- ・ 他の企業でも派遣社員などを受け入れており、短期で入り込むことがあるのだから、そういう感覚で受け入れればよいのではないかと。変に考えるとかえって難しくなる気がする（地方物流B社）。

8. 企業が行いうる支援

今回、調査に応じたインターンシップを受け入れている各社では、今後も積極的にインターンシップは受け入れていきたいという回答が多かった。

その際のおもな動機は、広く社会に貢献したいというものである。

- ・ 経営理念として地域社会の繁栄に貢献するという項目がある。物流会社としてどのような貢献ができるか考えたときに、インターンシップなどは積極的に受け入れて喜んでもらえるのであれば受け入れていこうと考えている（地方物流B社）

現在、企業が手がけている若者のキャリア形成支援活動は、おもに地方においては、小中学校生を対象とした工場見学・職場見学、地域の大学研究室との共同研究が多く、ほとんどの企業で実施している。

ただし、現在、企業側がもっとも負担感なく実施できていると考える活動は、学校へ出向いての講演である。とくに都心企業ではほとんどの企業がこの活動を行っている。もともと学生に対するキャリア形成支援活動を企業PRと位置づけていることが多いため、インターンシップに比べて効率の良い方法と考えられている。

- ・ こちらから一人行って90分間の授業をする。学生数が200人から300人いるので、1人が行って300人に話をするのは効率的なので、インターンシップに比べたら非常に楽だということになる（都心化学A社）。
- ・ 就職を目指す学生向けへのガイダンス的なものが動いている。学校の要望によってスケジュールをいただいて、1時間なり1時間半なり話をすることはある。（中略）キャリアセンター主体となって学生に対してビジネスマインドを植え付けるというような試みは良い（都心コンピュータC社）。

また、すでにインターンシップを受け入れている経験から、企業側のインターンシップに対する理解の問題もあることが指摘された。例えば、インターンシップということで特別なプログラムを準備しなければならないと考え、そのことが企業側にとっては心理的な負担につながっている。しかし、すでに、受け入れている企業はそれほど深く考える必要はなく、初めのうちは手探りで受け入れているうちに、次第にノウハウが蓄積されると述べる。

- ・ いちばん問題になるのは学校ではなく企業の方かもしれない。受け入れる企業の方がインターンシップを理解していないとか、就労をさせてはいけないとか、研修オンリーとか、インターンシップで来ていただく方のために何かカリキュラムを作ってやらなければならないと思っているのではないか。通常の業務を会得してもらおう。それが結果として、来ていただいた方にプラスになっていると思っていただければいい。実際に来ていただいている企業の方では、そんな気持ちでやっている（地方造船A社）。
- ・ 受け入れ側で必要以上に気をつかわなくても、とにかく来て、一緒にやって帰っていただく。その中で自分で勉強してもらおう。そういうことであれば良い（地方食品C社）。
- ・ やれるところからやってみようということにして、受け入れるところだけを決めて、カリキュラムはやりながら考えようというのでスタートしたのが本当のところになっている（都心化学E社）

受け入れを継続していれば、結果的に、数年のうちにインターンシップ実施は容易になると述べている。

- ・インターンシップは毎年受け入れていると、受け入れやすくなる。例えば、システム部門は夏休みにくるということを計画に入れている（地方食品C社）。

9. 行政に求める支援

インターンシップを中心としたキャリア形成支援活動に企業が参画するにあたって、行政側にどのような支援が求められているだろうか。

まず、第一に、何よりも金銭的な支援が求められている。インターンシップは無償ではない。実際的に財政的な支援を行うか否かはともかく、相応のコストがかかっているという認識はもつ必要がある。

- ・今は、できる範囲でやっていて、お金を出してくれというつもりも全くないが、もし企業努力に報いてもらえるのであれば、ほしい（都心化学E社）。

具体的な費目としてあがっているのは、地方では「交通費、昼の食事代、作業服・安全装備（地方造船A社）」である。また、公募型で全国から学生を集めたい都心企業では「九州、関西、名古屋圏の学生の方は、会社の方である程度の負担はしているが、交通費や宿泊費等の負担を強いられている（都心コンピュータG社）」面があり、「学生の負担を軽減できるような援助金や補助金（都心コンピュータG社）」が求められている。

第二に、インターンシップ等の取り組みに対する顕彰制度も求められている。インターンシップに取り組んでいることが社会的に評価される仕組みが求められている。これは企業全体としてというよりは、実際に受け入れを行っている各現場へのメリット、精神的支援につながるという。実際、「経費の話もあるが、例えば、受け入れの助成金のようなものは、特に必要ないと思う（地方食品C社）」という意見もあるように、それほど金銭面での援助が深刻に求められている訳でない。

企業にとって教育活動は、企業の活動理念やミッションを表現する1つの表現形態になっている。その表現形態に報いる方法は、1つには適切なフィードバックがあることであろう。たとえ金銭的に報われなくても、社会的な評価が得られることが企業にとっては1つの成果となる。若者のキャリア形成支援を行う上で、このようなフィードバックのシステムは十分に考慮されるべきであろう。

- ・受け入れが評価される仕組みがほしい。表彰されたり、新聞に出たりするなど、経済新聞の1面に出るといことがあると現場に言いやすく、やりやすくなる（都心化学E社）。

第三に、インターンシップも含めた企業が参画するキャリア形成支援プログラムの開発を行政側が主導となって行うことが求められている。特に、インターンシップの目的、意義、プログラムの内容などについて継続的に検討がなされ、広く啓蒙普及が図られるべきだと考えられている。

- ・国全体でどう考えるかだが、インターンシップのような取り組みは広げた方が良いと思う（地方食品C社）。
- ・行政サイトでは、インターンシップの目的をはっきりさせてほしい。（中略）日本のインターンシップがどうあるべきかというスタンスがあってしかるべきだ（都心電機F社）。

関連する事柄として、フリーターなどの学校を卒業してしまった若者に対する就職支援を企業と連携して行う可能性についても、行政側の強力なリーダーシップが求められるという意見がある。いわゆるフリーターの若者に対して何らかの支援を行う必要性については企業側も認めるものの、「100%企業が場を提供して、人・もの・金まで提供するかといえば、人事の理想だけでは（会社は）動けない（都心コンピュータG社）」というのが現実である。そのため、何か大がかりな仕組みが必要となると考えられている。

- ・行政と一緒にあってそういう取り組みをすとか、国家レベルでといえれば言い過ぎかもしれないが、国の大きな問題としてフリーターの増加を捉えて、企業と国がタイアップして、人も金も時間も提供するのであれば、何かできるものはあるかもしれない（都心コンピュータG社）。

10. まとめー多様なインターンシップのあり方に向けて

今回のヒアリング調査をもとに、インターンシップ等に対する企業の対応を表にまとめた。調査結果を地方企業と都心企業の2つに分けて整理すると、以下のとおりとなる。

概して地方企業においては、地域密着型のインターンシップの受け入れが主流であり、地元とのパイプを意識して大学や高校から受け入れを行っている。特定の仕事を経験させるというよりは企業活動全体をできるだけ理解させようとすることが多い。受け入れ可能な部門、受け入れ可能な人数でとりあえず始めることによって受け入れのノウハウは蓄積していき、数年で受け入れは比較的容易になる。

一方、都心企業においては、インターネットを介して学生を公募するタイプのものが主流であり、本社人事部でモチベーションの高い学生を選抜して受け入れた後、具体的な受け入れ先として地元事業部に振り分ける。実質的なメリットよりは企業のPRが目的となっており、独自のプログラムを用意することによって学生の教育を効果的に行いたいと考えている。

このようなインターンシップに対する取り組みの実態を踏まえて、今後の課題として浮か

び上がってくる事からは以下の2点に概括される。

第一に、インターンシップなどの受け入れには一定の上限があるのも現実であり、社会貢献（地域貢献）・企業PRといった動機づけ以外にも、採用型インターンシップなど多様な取り組みが可能となるような環境整備が必要となる。第二に、最低限の意識づけは学校で行われることが必要であると考えられており、インターンシップの目的、意義、プログラムの内容などについて、行政が主導となって継続的に検討を行い、広く啓蒙普及することが求められている。

今回のヒアリング調査結果に見られるインターンシップ等に対する企業の対応の実態からは、本章冒頭で述べたとおり、企業のインターンシップ受け入れは可能な範囲で盛んに進められており、すでに初動の段階を終えた段階であると言える。そして、すでにインターンシップ等の受け入れを行っている企業は、おおむね共通して「インターンシップの受け入れをそれほど難しく考える必要なく、今後、よりいっそうの工夫をして効果の高いものへと変えていきたい」と考えていた。インターンシップの受け入れに関する次の段階のイメージは、各企業が置かれた状況、社会から求められているニーズ、地域社会の特徴などによって異なることであろう。

ただし、今回のヒアリング調査は、インターンシップ等の取り組みを積極的に行っている企業のみを対象としており、調査対象を広げることが難しかった。そのため、今回のヒアリング調査によって一定の知見を得ることができたが、一方で、その調査の性格は予備的なものであったという側面は残る。現在のところ、大多数の企業にとって企業が参画するキャリア形成支援は先進的な取り組みであり、そのために、一定規模の企業を母集団とした大規模調査よりも、個別に詳しく話を聞く質的な調査の方が手法としては望ましかったと考える。しかし、今後は大規模な質問紙調査などによって、企業全般の意見分布を推測し、インターンシップを行っていない企業については、その理由も含めた実態を検討する必要があると思われる。その意味でも、今後の大規模な質問紙調査などによる実態把握が期待される。

今後とも企業に対しては、若年者のキャリア形成支援への積極的な参画をよりいっそう求めていく必要がある。しかし、そのためには、企業が積極的に参画しやすいような環境整備を行う必要がある。その1つの鍵は、企業の意図や目的にそった形で様々なタイプのキャリア形成支援を行いうるよう多様なオプションを確保しておくことであろう。また、学校は在学中の生徒・学生に対して最低限の意識づけを徹底して行う必要があり、行政はインターンシップをはじめキャリア形成支援の目的や意義などについて、継続的に検討し、啓蒙普及を行っていく必要がある。

なお、企業が参画するキャリア形成支援には、高校におけるインターンシップ、中学における職場体験・職場見学など様々なものがある。今回の企業ヒアリング調査においても、高校や中学校における取り組みについても一部質問を行ったが、おおむね以上のようなトピックに集約される。本章で得られた知見の多くは、インターンシップだけに限定されるもので

はなく、企業がキャリア形成支援に参画しようとする場合には総じて当てはまるものであると思われる。