

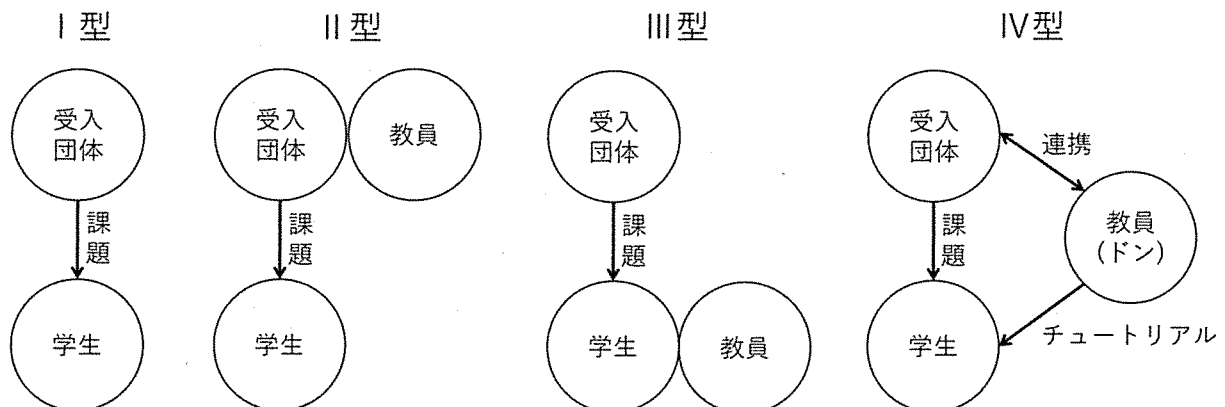
寺子屋式インターンシップの考え方について

1) 寺子屋式インターンシップの位置付け

寺子屋式インターンシップとは、本学がCOC プラス事業の一環として導入を進める新しいインターンシップの形式である。受入団体から提示されたプロジェクト型の課題に学生が取り組むに際し、チュートリアル方式を取り入れ、教員が「ドン」となって少人数の学生を担当し、受入団体のメンターとも連携して事前学習からインターンシップ、事後の振り返りまで「課題・レポート・ディスカッション」を繰り返す「寺子屋式指導法」を行うことが大きな特徴である。プログラムやその進め方が受入団体に一任されている従来型のインターンシップと異なり、専門性やプロジェクトマネジメントに知見のある教員が介在することで、より高い教育効果が得られることが期待できる。

インターンシップに参加して社会を擬似的に体験することは、大学の中では得られない学びの機会である。ある種理想的な状況に教育が設計される大学でのプログラムと異なり、実社会では答えの出ない課題、意見や立場の異なる複数の依頼人、実現不可能な要求など、不条理な壁が立ちふさがること多い。時には壁を乗り越えるだけでなく迂回路を探すようなやり方も模索しつつ、課題解決への道を探らねばならない。効果的に社会の疑似体験を得るためには、このような社会の生の課題に取り組むことが必要であるが、同時に体験が挫折で終わらぬような補助線が得られることも教育上重要である。

企業や団体と関わりながら学生が学ぶにあたり、教員が関わる形式はいくつか考えられる。教員が介在しない従来型のインターンシップ（Ⅰ型）に対して、教員と受入団体が協働で課題を考え、学びのプログラムを開発する形式（Ⅱ型）や、受入団体が課題を提示し教員と学生がチームで課題に取り組む形式（Ⅲ型）が考えられる。



Ⅱ型については、本学理工学部が専門科目として実践している「プロジェクトマネジメント基礎」の教育などが該当するであろう。「プロジェクトマネジメント基礎」では、食品加工を行う企業の食品廃棄物のリユースの手法を学生が考え、企業の担当者からレビューを受けるなど、実社会の課題を扱う PBL としての学習が提供されている。Ⅲ型については、大学院で行われている企業との共同研究や、ゼミ形式で実際の社会課題を学ぶような教育が該当するであろう。

Ⅱ型、Ⅲ型の特徴として、教員が課題設定や課題解決のプロセスの指導にあたることで、限られた時間内で効果的な教育を行うことが可能となるが、Ⅰ型の持つ社会の疑似体験的な側面は弱まる。受入団体（クライアント）と学生の独立した関係を維持しつつ、教員（ドン）が学生に対して補助線を示す役割を担う（Ⅳ型）ことが、寺子屋式指導法の狙いである。

2) 寺子屋式指導法の特徴

1) で示したように、寺子屋式指導法においては受入団体（クライアント）と学生の独立した関係を維持することが重要となる。教員は、学生がプロジェクトで取り組む作業を直接指導することは避けなくてはならない。こうした条件下で成功裏にプロジェクトを進めるためには、教員が次の点に留意しながら、受入団体・学生の双方と情報共有をしていく必要がある。

①プロジェクトの最終的な到達目標は、受入団体の経営上の課題とつながるように設定する

プロジェクトで意義のある成果を出すためには、受入団体が学生とともに課題に真剣に取り組む必要がある。インターンシップのためだけに設定した課題では、受入団体側のモチベーションは高まらず、各段階の学生の取り組みに対する評価も甘いものとなる。プロジェクトの立ち上げ段階で教員と受入団体がしっかりと協議し、企業側が望む到達目標を設定することが重要である。

②事前にプロジェクトの進め方をプロセス化し、各段階で求められる成果物を設定する

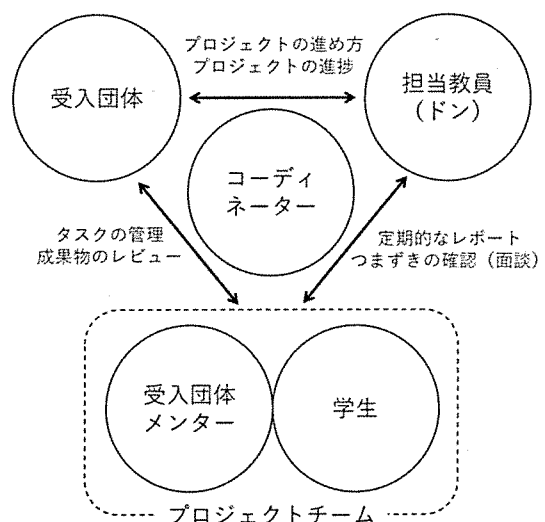
目標到達に向けてプロジェクトを進める中で陥りがちな状況として、受入団体、学生共に次にやるべきことを見失い、徒に議論や会議を重ねるだけで日数が過ぎるケースがある。この状況は、到達目標が抽象的で、受入団体と学生の間で求められる具体的な成果物が共有されていないことに起因する。このような状況を避けるため、プロジェクトの立ち上げ段階でプロセスをいくつかの段階に分け、各段階で求められる成果物を明確にする手法が有効である。

③学生の作成した成果物を定期的に確認し、つまずきに対して適切な助言を行う

目標到達に向けた歩みを停滞させず、つまずきに早期に気がつくためには、頭で考えたり机上で議論するだけではなく、何かしらの具体的な成果物を作成し、適切なレビューを受けることが必要である。担当教員は、取り組みについての報告、受入団体に提出する資料の叩き台、今後の作業計画など、学生に定期的なレポート作成を求め、レポートを作成した意図やプロセスを聞き、必要に応じて助言を行う役割を担う。

以上、3つの留意点をもとに、受入団体、担当教員、プロジェクトチームで行うべき情報共有を示したものが右図である。受入団体のメンターは、プロジェクトの完遂を使命として学生と共有し、両者合わせて一つのチームの意識を持ってプロジェクトに取り組むことが望ましい。

受入団体はチームのタスクを管理し、成果物のレビューを行う。担当教員は受入団体とプロジェクトの進め方、大まかな進捗状況を共有する。そして、プロジェクトチームが作成するレポートと定期的な面談を手掛かりにつまずきを確認し、適宜学生にアドバイスを行う。



3) コーディネーターの役割

コーディネーターは、受入団体と担当教員、担当教員とプロジェクトチーム、プロジェクトチームと受入団体が情報共有を行う場にオブザーバーとして参加し、全体的な流れを把握して三者の情報共有が円滑に行われるように調整する。最終的にはコーディネーターが介在せずとも寺子屋式指導法が成立するようにノウハウを蓄積し、担当教員に対して情報提供（FD）を行う。

インターンシップの推進に当たっての基本的考え方

平成 9 年 9 月 18 日

平成 26 年 4 月 8 日一部改正

平成 27 年 12 月 10 日一部改正

文 部 科 学 省

厚 生 労 働 省

経 済 産 業 省

1 大学等におけるインターンシップとは何か

大学等におけるインターンシップ（以下、「インターンシップ」という。）とは、一般的には、学生が企業等において実習・研修的な就業体験をする制度のことであるが、インターンシップが活発に行われているアメリカにおいては、大学のイニシアチブの有無、実施期間、実施形態等によってインターンシップと称するかどうかを区分する場合もあるとされている。

一方、我が国においては、インターンシップについては、「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られている。

2 インターンシップの意義

インターンシップは、学生を送り出す大学等、これを体験する学生、学生を受け入れる企業等それぞれにとって、様々な意義を有するものであり、それぞれの側において積極的に対応していくことが望まれる。

①大学等及び学生にとっての意義

○ キャリア教育・専門教育としての意義

大学におけるキャリア教育・専門教育を一層推進する観点から、インターンシップは有効な取組である。

○ 教育内容・方法の改善・充実

アカデミックな教育研究と社会での実地の体験を結び付けることが可能となり、大学等における教育内容・方法の改善・充実につながる。

また、学生の新たな学習意欲を喚起する契機となることも期待できる。

○ 高い職業意識の育成

学生が自己の職業適性や将来設計について考える機会となり、主体的な職業選択や高い職業意識の育成が図られる。また、これにより、就職後の職場への適応力や定着率の向上にもつながる。

○ 自主性・独創性のある人材の育成

企業等の現場において、企画提案や課題解決の実務を経験したり、就業体験を積み、専門

分野における高度な知識・技術に触れながら実務能力を高めることは、課題解決・探求能力、実行力といった「社会人基礎力」や「基礎的・汎用的能力」などの社会人として必要な能力を高め、自主的に考え行動できる人材の育成にもつながる。

また、企業等の現場において独創的な技術やノウハウ等がもたらすダイナミズムを目の当たりにすることにより、21世紀における新規産業の担い手となる独創性と未知の分野に挑戦する意欲を持った人材の育成にも資する。

② 企業等における意義

○ 実践的な人材の育成

インターンシップによって学生が得る成果は、就職後の企業等において実践的な能力として発揮されるものであり、インターンシップの普及は実社会への適応能力のより高い実践的な人材の育成につながる。

○ 大学等の教育への産業界等のニーズの反映

インターンシップの実施を通じて大学等と連携を図ることにより、大学等に新たな産業分野の動向を踏まえた産業界等のニーズを伝えることができ、大学等の教育にこれを反映させていくことにつながる。

○ 企業等に対する理解の促進、魅力発信

大学等と企業等の接点が増えることにより、相互の情報の発信・受信の促進につながり、企業等の実態について学生の理解を促す一つの契機になる。これについては、特に中小企業やベンチャー企業等にとって意義が大きいものと思われ、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。

3 インターンシップ推進の望ましい在り方

インターンシップの形態としては、おおむね次の三つに類型される。

イ 大学等における正規の教育課程として位置付け、現場実習などの授業科目とする場合。

ロ 大学等の授業科目ではないが、学校行事や課外活動等大学等における活動の一環として位置付ける場合。

ハ 大学等と無関係に企業等が実施するインターンシップのプログラムに学生が個人的に参加する場合。

いずれの類型においても、インターンシップについては、大学等の教育の一環として位置付けられ得るものであることから、大学等が積極的に関与することが必要である。この観点から、事前・事後教育等の機会を提供する等のサポート体制を構築することは、その教育効果を高めると

いう点で有益である。

なお、インターンシップと称して就職・採用活動開始時期前に就職・採用活動そのものが行われることにより、インターンシップ全体に対する信頼性を失わせるようなことにならないよう、インターンシップに関わる者それぞれが留意することが、今後のインターンシップの推進に当たって重要である。

このため、インターンシップ等で取得した学生情報の企業等の広報活動・採用選考活動における取扱いについては、別紙の「企業等がインターンシップ等で取得した学生情報の広報活動・採用選考活動における取扱いの考え方について」に基づき、実施時期に応じた取扱いに留意する必要がある。

(1) 大学等における留意事項

① 大学等におけるインターンシップの位置付け

上述の三つの類型は、インターンシップを大学等における単位として認めるか否かに関係し、イの場合には、大学等の教育課程に位置付けられたものとして単位が認定されるが、ロやハの場合には単位として認定されない場合が多い、ということになる。

インターンシップを大学等の単位に組み込むことは、大学等の教育、特に専門教育とのつながりがより明確になることや、インターンシップ・プログラムや事前・事後教育等の体系化及び充実が図られる等、インターンシップの教育効果を高め、学生が大学等における教育内容をより深く理解できるというメリットがあり、望ましいと考えられる。

なお、特に当該単位を学位の構成要件とするに当たっては、教育課程の体系の中に当該単位をどのように位置付けるか十分な検討が必要である。また、単位化を進めんがため、かえって不必要な教育内容を生じさせることのないような工夫が必要である。

一方、ロやハの形態のものであっても、広い意味でインターンシップとしての効果は認められるものも多いと思われる。このため、人材育成の観点から有益と判断されるものについては、大学等の教育課程の中に位置付けていくことを含め、その積極的な評価について検討することが必要である。

② インターンシップの実施体制の整備

企業等との連携を適切に図り、インターンシップを円滑に実施するため、インターンシップの窓口を設けるなど、実施体制の整備が不可欠である。

③ インターンシップの教育目的の明確化等

インターンシップの実施に際しては、インターンシップの教育目的を明確化し、これに基づき、必修か選択か、何年生で実施するか、授業期間中に行うか休業期間中に行うか、期間をどれくらいにするかなど様々な点について、どのように行うのが最も効果的かという観点から検討する必要がある。

また、インターンシップは企業等にとっても大きな負担を伴うものであり、こうした点からも、インターンシップの効果が最大のものとなるよう努力していくことが重要である。

さらに、インターンシップは、学生が自らの専攻や将来希望する職業に関連した職場で業務を体験することを通じ、大学等において自らが学んだ内容と社会との関連性を認識し、今後の主体的な学修への動機付けを強め、専門知識の有用性や職業自体について具体的に理解

することを促す契機となると考えられる。大学等の教育を推進する観点からも、能動的な学修を促す学修プログラムとして提供されるインターンシップの意義が重要である。

④ インターンシップによる学習成果の評価等

インターンシップは大学等の外の場所における学習であり、こうした学習成果について企業等と連携した適切な評価方法について検討し、インターンシップの目的を踏まえながら適切な評価を行っていく必要がある。特に、学生のインターンシップの成果の評価について、企業等にとって各大学等によって異なる対応が必要な現状を改めるため、大学等からの学生の評価書類における要素等の共通化を図る必要がある。

⑤ インターンシップの実施時期、期間等

インターンシップの実施時期については、インターンシップの教育目的、全体の教育課程との関係、企業等の受け入れ可能時期との関係等を検討した上で、適切な時期を選択する必要がある。また、採用・就職活動の秩序の維持にも配慮する必要がある。

さらに、大学院における実施など、多様な時期に実施することについても積極的に検討していくことが望まれる。

インターンシップの実施期間については、現状においては様々であるが、インターンシップの教育目的や教育効果などを踏まえながら、企業等の意見を十分に聞き、適切な期間を定める必要がある。

⑥ 多様な形態のインターンシップ

インターンシップの機会提供にあたっては、短期プログラムの内容の充実を図りながら拡大することはもちろんのこと、教育効果の高い中長期インターンシップや、専門教育との関連付けにより一層効果を発揮するコーオプ教育プログラム（例えば数ヶ月間～数年次にわたり大学等での授業と企業等での実践的な就業体験を繰り返す教育プログラム）、学生の責任感を高め、長期の場合には学生の参加を促す効果が考えられる有給インターンシップなど、多様な形態のインターンシップをその目的に合わせて柔軟に取り入れることが重要である。

⑦ インターンシップの場の多様化

インターンシップの場としては、一般的には企業が考えられるが、インターンシップの目的に応じて、行政機関や公益法人等の団体なども考えられる。また、受入先の企業を選ぶ場合、特定の業種や大企業に偏ることなく、中小企業やベンチャー企業等を含めバランスが保たれるよう配慮する必要がある。

さらに、職業意識を高める観点からは、必ずしも学生の専攻に関連する分野だけでなく、幅広い分野を対象にしたり、また一つの分野にだけ行くのではなく、複数の分野を体験することも有意義であると考えられる。

また、社会や経済がグローバル化する中、世界で活躍する真のグローバル人材を育成する観点から、日本人学生が海外留学中に行う海外インターンシップを推進することや、我が国の成長につながる優秀な外国人留学生を確保する観点から、日本企業による外国人留学生を対象としたインターンシップの実施を促進することも必要である。

(2) 学生を受け入れる企業等における留意事項

① インターンシップに対する基本認識

インターンシップは、社会・地域・産業界等の要請を踏まえ、将来の社会・地域・産業界等を支える人材を産学連携による人材育成の観点から推進するものであり、自社の人材確保にとらわれない広い見地からの取組が必要である。また、こうした観点から、長期的な視野に立って継続的にインターンシップを受け入れていくことが望ましい。

インターンシップの学生を受け入れる企業等において、こうした趣旨を十分理解して対応することが、今後のインターンシップの推進において極めて重要である。

② インターンシップの実施体制の整備

インターンシップは、企業等の場における学生に対する教育活動であり、十分な教育効果をあげるためには、企業等における実施体制の整備が必要である。また、実際の教育・訓練の目的・方法を明確化するとともに、大学等と連携しながら効果的なプログラムを開発することが重要である。

③ 経費に関する問題

インターンシップに関しては、これに要する経費負担や学生に対する報酬支給の扱いなど経費に関する問題がある。

現状においては、こうした経費の扱いに関しては多様な例が見られるとともに、インターンシップの形態には様々なものがあるため、基本的には、個別に大学等と企業等が協議して決定することが適切であると考えられる。

④ 安全、災害補償の確保

インターンシップ中の学生の事故等への対応については、大学等、企業等の双方において十分に留意する必要があるが、インターンシップの現場における安全の確保に関しては、企業等において責任をもった対応が必要である。

また、万一の災害補償の確保に関しても、大学等と事前に十分協議し、責任範囲を明確にした上で、それぞれの責任範囲における補償の確保を図ることが重要である。

⑤ 労働関係法令の適用

インターンシップの実施にあたり、受け入れる企業等と学生の間に使用従属関係等があると認められる場合など、労働関係法令が適用される場合もあることに留意する必要があり、その場合には、企業等において労働関係法令が遵守される必要がある。

⑥ 適切な運用のためのルールづくり

インターンシップにより、企業等と大学等や学生との結び付きが強くなり、採用の早期化、指定校制などにつながるのではないかと懸念も指摘されている。

このため、インターンシップの実施に当たっては、学生の受入れの公正性、透明性を確保するための適切な運用のためのルールづくりが必要である。

4 インターンシップの推進方策の在り方

インターンシップの円滑な推進のため、文部科学省、厚生労働省、経済産業省が連携しつつ、大学等、企業等の協力を得ながら、以下の施策を積極的に展開することが必要であると考える。

① インターンシップに関する調査研究及び情報提供

インターンシップに関しては、文部科学省において、平成9年より「インターンシップ実施状況調査」を全ての大学及び高等専門学校に対して実施し、大学等が単位認定を行っているインターンシップについて実施状況を把握しているところである。

今後、大学等と無関係に企業等が実施するインターンシップのプログラムに学生が個人的に参加する場合の参加状況等も含め、インターンシップに関する全般的な状況の把握に努めるとともに、先進事例の収集、効果的なプログラムや専門人材の養成手法の開発などについて調査研究を行い、その成果の大学等や企業等への適切な情報提供を図る。なお、大学等と無関係に企業等が実施するインターンシップの学生の参加状況については、国において把握していくとともに、各大学等においても可能な限り把握に努めるよう協力を求める必要がある。

また、インターンシップの意義、メリットなどが十分理解されるよう、様々な広報媒体の活用やシンポジウムの開催などにより、インターンシップの普及啓発を図る。

さらに、このようなインターンシップの推進のための各種施策の実施や指導・助言等を行うための体制整備を図る。

② インターンシップ推進のための仕組みの整備

上記の情報提供に加え、実際に大学等のニーズと企業等のニーズとを効果的に結び付け、より多くの学生の参加機会を確保するため、マッチングが円滑に行われるような仕組みを整備することが必要である。このため、例えば、各地域に企業等、大学等、関係する諸々の行政機関からなる産官学による協議会等の場を活用するなどし、インターンシップに関する情報交換等を図る。

なお、当該仕組みにおけるインターンシップ・プログラムの構築の際、大学等の教育目的と企業等が提供可能な教育資源等の調整を行うなど、大学等と企業等との相互理解を前提とすることによって、より教育効果の高い取組が期待される。

③ インターンシップに係る専門人材の育成・確保

大学等はインターンシップに関する専門的知見を有する教職員の育成を行うとともに、大学等と企業等が協力して、受入れ拡大のためのインターンシップのプロジェクト設計や、大学側と企業側のニーズのマッチング等を行う専門人材（コーディネーター等）の育成・確保が必要である。

④ 大学等及び受入企業等に対する支援

インターンシップの実施は、大学等、企業等にとって、新たな負担が伴うものであり、インターンシップの推進のため、これに積極的に取り組む大学等や企業等に対する適切な支援を図る。特に、資金力や情報力等が十分でない中小企業やベンチャー企業等にもインターン

シップが普及するよう適切な支援を図る。

企業がインターンシップ等で取得した学生情報の広報活動・採用選考活動
における取扱いの考え方について

インターンシップ等の 実施（開始）時期	基本的な取扱い	あらかじめ広報活動・採用 選考活動の趣旨を含むこと が示された場合の取扱い
<u>3 学年次 2 月末まで</u> 広報活動開始時期「前」	学生情報は、広報活動・採用選 考活動に使用できない。 ※広報活動・採用選考活動にお いて、学生が企業に対し自ら 提出したエントリーシート、 成績表等にインターンシッ プの参加事実、フィードバッ ク結果等が記載されている 場合は、他の成績書類と同様 に、これを広報活動・採用選 考活動に使用することは差 し支えない。	広報活動・採用選考活動の趣旨 を含むことはできない。 ※広報活動開始日以前に開始 されるインターンシップに ついては、終了日が広報活動 開始日以降であっても、開始 時点では趣旨の明示を行う べきではないため、広報活 動・採用選考活動としての取 扱いは行わない。
<u>3 学年次 3 月</u> <u>～4 学年次 5 月末まで</u> 広報活動開始時期「後」かつ採 用選考活動開始時期「前」		学生情報を広報活動に 使用できる。
<u>4 学年次 6 月以後</u> 採用選考活動開始時期「後」		学生情報を採用選考活動に 使用できる。

注 1) 広報活動 : 採用を目的とした情報を学生に対して発信する活動。採用のための実質的な
選考とならない活動。

採用選考活動: 採用のための実質的な選考を行う活動。採用のために参加が必須となる活動。

注 2) 本表は、平成 28 年度の卒業・修了生から就職・採用活動開始時期変更後の考え方である。

インターンシップの更なる充実に向けて
議論の取りまとめ

平成29年6月16日

インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議

【目次】

1. はじめに	1
2. インターンシップを取り巻く背景・現状について	2
(1) インターンシップを取り巻く背景	2
(2) インターンシップに関するこれまでの取組	2
(3) インターンシップの現状	3
3. インターンシップの意義及び実施にあたっての課題	5
4. インターンシップの在り方について	7
(1) インターンシップに求められる要素	8
(2) 正規の教育課程としてのインターンシップ	9
5. インターンシップの量的拡大・質的充実に向けた具体的な推進方策について	11
(1) 届出・表彰制度の導入による優れたインターンシップ プログラムの普及	11
(2) 専門人材の育成・配置	12
(3) 地域におけるインターンシップ推進のための協議会の充実	14
(4) インターンシップの実施に係る負担の軽減	15
(5) インターンシップによる教育的効果の向上	17
6. インターンシップと就職・採用活動との関係について	18
7. 多様なインターンシップの推進に向けて	21
(1) 地方還流や地元定着に向けたインターンシップの活用 (地方創生インターンシップ)	21
(2) 転職・再就職に向けたインターンシップの活用 (リカレント教育プログラムにおけるインターンシップ)	22
(3) その他	23
8. おわりに	23

参考資料

○インターンシップの更なる充実に向けて【概要】	25
○インターンシップ推進のための課題及び具体的効果・有用性に 関する調査研究	26
○「インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議」	38
○「インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議」委員名簿	39
○「インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議」審議経過	40

1. はじめに

- 近年の我が国においては、産業構造や就業構造が急速に変化する中で、大学等におけるキャリア教育・職業教育¹や専門教育²を強化していくために、産学協働で人材育成に取り組むことが重要となっており、その中でもインターンシップは効果的な教育手法と考えられている。
- 平成23年4月には大学設置基準等が改正され、教育課程の内外を通じて学生の社会的・職業的自立に関する指導等に取り組むことやそのための体制整備について規定されるとともに、平成24年8月の中央教育審議会答申「新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて」でも、学生に主体的な学修を促すためのアクティブラーニングの一つの手法としてインターンシップの重要性が述べられたところである。
- 近年では、「日本再興戦略改訂2015」(平成27年6月30日閣議決定)において、未来を支える人材力強化の観点から、大学等におけるインターンシップの推進が掲げられ、また、「ニッポン一億総活躍プラン」や「まち・ひと・しごと創生基本方針2016」(ともに平成28年6月2日閣議決定)において、地域人材の確保の観点から、東京圏在住の地方出身学生の地方還流や地元在住学生の地方定着の促進のための地元企業でのインターンシップ実施の重要性を掲げている。
- 一方で、昨今におけるインターンシップについては、後述するとおり、大学等において単位認定を行うインターンシップへの学生参加率が国際的に見ても特に低いなど、量的な拡大が課題となっていると同時に、事前・事後学習が実施されず教育的効果が十分でないなど、質的な充実についても課題として挙げられている。
- そのため、インターンシップの現状、意義、課題等を踏まえたうえで、大学改革や地方創生の動きなども見据えながら、適正なインターンシップの普及に向けた方策や更なる推進に向けた具体的方策等を検討するために、「インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議」を平成28年6月に設置し、計4回会議を開催して議論を重ね、ここにその内容を取りまとめた。インターンシップは学生、大学、企業、地域の関係団体など様々な者が関わっているが、本取りまとめでは、学生の社会的・職業的自立に向けたキャリア教育の側面を重視して議論を進めた。

¹ 平成23年1月の中央教育審議会答申「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について」において、「キャリア教育」とは「一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育」、「職業教育」とは「一定又は特定の職業に従事するために必要な知識、技能、能力や態度を育てる教育」と定義している。

² 「専門教育」とは、特定の専門的な学問分野の教育を意味する。「一般教育」に対する考え方として記載している。

- 文部科学省、厚生労働省及び経済産業省においては、大学をはじめとした高等教育機関や産業界、地方公共団体並びにその他の関係省庁との一層の協働のもとで、インターンシップの更なる推進に向けて各種施策に取り組んでいただきたい。

2. インターンシップを取り巻く背景・現状について

(1) インターンシップを取り巻く背景

- インターンシップは、平成9年1月に文部省(当時)の「教育改革プログラム」において、高等教育における創造的人材育成に大きな意義を有するという観点のもとで、インターンシップを支援する取組を総合的に推進することが掲げられるとともに、同年5月に閣議決定された「経済構造の変革と創造のための行動計画」において、その在り方について関係省庁において早急に検討を行うことが提言された。
- それを受け、平成9年9月に、文部省、通商産業省、労働省(いずれも当時)において「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」(以下「基本的考え方」という。)が取りまとめられ、主に産学連携による人材育成の観点から、インターンシップに関する共通した基本的認識や今後の推進方策の在り方が提示されたことがインターンシップ普及の一つの契機となった。
- その後、徐々に拡大してきたインターンシップであるが、若者の社会的・職業的自立にあたっては、職業意識・職業観の未熟さ、進路意識・目的意識が希薄なまま大学等へ進学する者の増加等、様々な課題が見受けられる。そのため、学生に対して職業意識・職業観の育成、自己の職業適性・将来設計を考えることを促すためのキャリア教育の充実が必要であり、そのための方策の一つとして、企業や地域と協働してのインターンシップの普及・促進が重要であると考えられる。

(2) インターンシップに関するこれまでの取組

- このような背景を踏まえ、文部科学省では、平成24年度から26年度にかけて、大学等が連携して地域ごとにグループを形成し、地域の企業、経済団体、地方公共団体等と産学協働のための連携組織を設置して取組を実施することにより、社会的・職業的に自立した人材の育成に向けた取組の充実を図る事業を行った。
- その成果を踏まえ、その後も平成26年度から27年度にかけて、インターンシップを実施する大学等と企業のマッチングや専門人材の育成等の取組を支援することを通じ、当該地域全体へのインターンシップの普及・定着を図る事業を行った。

- これら2つの事業によって、インターンシップが根付いていない地域において大学等や県域などの枠を越えて連携体制の構築の在り方を示した事例や、連携校の中での幹事校のリーダーシップとともに連携校間での適切な役割分担により、インターンシップを教育課程に明確に位置付けた事例などが生まれ、大学等間でのインターンシップのノウハウの共有や、産学連携でのプログラム開発などにより、インターンシップの拡充につながる成果が見られた。また、学長や学部・研究科等の長を含む中枢的な教職員による組織的な専門人材の育成モデルも数こそ少ないものの見出された。
- 一方で、実質的な連携体制が構築されず、具体的な成果物が見られない地域や大学等が存在するなど、地域間、大学等間での差も見られた。また、専門人材の育成においても、学外の団体等に本質的な業務を一任するなど地域的な温度差が認められた。これらの点は、地域連携による事業の大きな課題であり、より実効性のある連携の在り方や専門人材の育成方法について、今後も引き続き十分な支援や取組の継続が必要であることを示唆している。
- また、経済産業省においても、平成24年度の「産学連携によるインターンシップのあり方に関する調査」から始まり、「教育的効果の高いインターンシップの普及に関する調査」(平成25年度)、「共育型インターンシップの普及に関する調査」(平成26年度)、「インターンシップ等による産学協働教育のための連携基盤構築に関する調査」(平成27年度)と、継続的にインターンシップの普及・促進のための調査研究を行い、企業向けガイドブックの作成や、地域におけるインターンシップ推進組織の実態把握など、積極的な取組を展開してきている。

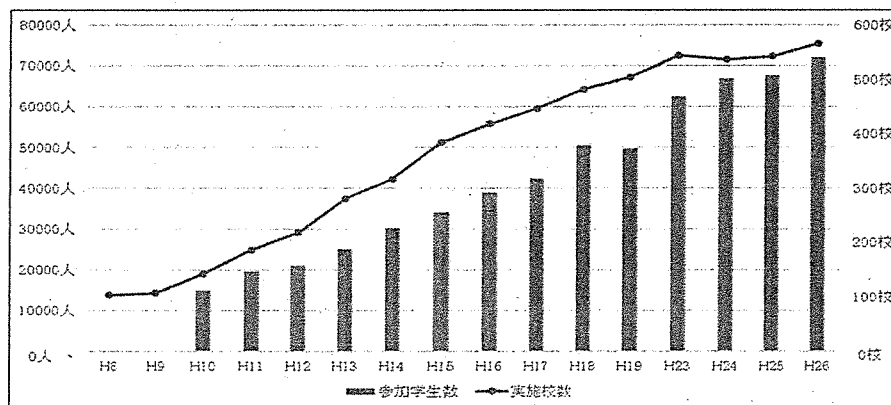
(3) インターンシップの現状

- 我が国におけるインターンシップの状況として、インターンシップの実施大学数や参加学生数は平成9年以降徐々に拡大してきており、平成26年度における実施大学数(学部・大学院)としては、全大学の72.9%がインターンシップ(特定の資格取得に関するものを除く)を単位認定するなど、平成9年当時から比較すると5倍強まで増加してきている。一方で、参加学生数も増加しているものの、単位認定しているインターンシップについては、全学生の2.6%の参加にとどまっている状況である。³

³ 平成26年度大学等におけるインターンシップの実施状況調査(文部科学省)より

図1: 大学(学部・大学院)におけるインターンシップ実施校数・参加学生数の推移
(平成8年度～平成26年度)

※単位認定を行うインターンシップであり、特定の資格取得に関係しないもの



	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H23	H24	H25	H26
実施校数	104校	107校	143校	186校	216校	281校	317校	384校	418校	447校	482校	504校	544校	536校	542校	566校
実施率	(17.7%)	(18.3%)	(23.7%)	(29.9%)	(33.5%)	(41.9%)	(46.3%)	(55.%)	(59.%)	(62.5%)	(65.8%)	(67.7%)	(70.5%)	(69.2%)	(69.8%)	(72.9%)
参加学生数	-	-	14,991人	19,650人	21,063人	25,063人	30,222人	34,125人	39,010人	42,454人	50,430人	49,726人	62,561人	66,818人	67,691人	72,053人
参加率	-	-	(0.6%)	(0.7%)	(0.8%)	(0.9%)	(1.1%)	(1.2%)	(1.4%)	(1.5%)	(1.8%)	(1.8%)	(2.2%)	(2.4%)	(2.4%)	(2.6%)

- ただし、これは大学等が単位認定という形で関与・把握している割合であり、これ以外にも、企業が独自に募集したインターンシップに対して、学生が大学等を介さずに個人で応募・参加しているインターンシップが相当数存在する状況が見受けられる。
- 平成28年度に文部科学省が行った調査(以下「委託調査」という。)⁴では、6割近くの学生が就職支援サイトや企業に直接個人で申し込みを行い、企業の56.7%が独自で募集を行っている状況となっている。これらのインターンシップの中で、特に就業体験が行われているなど、内容を伴ったものに対して大学等が適切に関与することができれば、大学等によるインターンシップの実施・参加状況のよりの確な把握につながるものと考えられる。
- また、インターンシップの実施期間を見ると、大学等が実施・把握しているものは5日以上1か月未満のものが8割強であるのに対し、企業・学生の5割程度が5日未満の実施・参加となっており、特に1日での実施・参加が企業は44.8%、学生は28.3%と多数を占めている状況である。

⁴ 平成28年度文部科学省「先導的大学改革推進委託事業」において、「インターンシップ推進のための課題及び具体的効果・有用性に関する調査研究」を実施。

○ この結果から、大学等が関与・把握していないプログラムである場合は短期間(5日未満)で実施されるものが多いと想像されるが、この中には実質的に就業体験を伴わず、企業の業務説明の場となっているもの⁵が存在することが懸念される。そのような内容であっても、学生が社会や企業を知り、働くこととは何かを学ぶというキャリア教育の観点においては有益であるとの意見もある。しかし、インターンシップと称しているにも関わらず、就業体験が行われないことは、インターンシップ全体に対する信頼性が損なわれることにつながりかねない。

○ なお、欧米をはじめとした諸外国では、大学等において単位化された、1ヶ月以上の長期、有給でのインターンシップが主流であり、多くの学生が参加している状況であると言われる。我が国においても、雇用慣行の相違など、背景の違いはあるものの、国際化の潮流がより強まるであろう近未来において社会に巣立つ学生の目線に立てば、インターンシップの実施大学等数や参加学生数の増加を図ることは重要な課題であると言える。

3. インターンシップの意義及び実施にあたっての課題

○ インターンシップは、冒頭に述べたとおり、人材育成において効果的な教育手法と考えられるが、今後の更なる推進方策を検討するうえで、インターンシップがもたらす意義やそれを実施・推進していくための課題について、あらためて以下のように整理を行った。

① 学生にとっての意義及び課題

(意義)

- ・業種理解・仕事理解の促進
- ・職業意識の育成・向上
- ・学習意欲の喚起
- ・専門性の深化・向上
- ・自身のスキル(社会人基礎力・基礎的汎用的能力等)の見極め・向上
- ・企業の事業内容の理解促進
- ・就職後の定着率の向上 等

(課題)

- ・学業など他の活動が忙しい
- ・インターンシップの内容に魅力を感じない

⁵ この種のプログラムは主に1日で行われることが多く、1日の場合は一般的に「ワンデーインターンシップ」という通称で呼ばれることが多い。

- ・交通費などかかる費用が負担になる
- ・大学等での単位取得につながらない 等

②大学等にとっての意義及び課題

(意義)

- ・企業が求める人材の素養の把握(キャリア教育・職業教育、専門教育の一層の推進)
- ・アカデミックな教育と社会での実地の体験を結びつけることによる教育内容や教育方法の改善・充実
- ・大学等の教育活動に対する企業の理解促進
- ・企業との共同教育や共同研究への発展 等

(課題)

- ・他の授業科目に支障(カリキュラムが過密)
- ・プログラムの企画・立案のノウハウがない
- ・希望学生が少なく労力に見合わない
- ・教職員等の人材不足によるプログラムの設計・実施や受入れ企業の開拓等の負担
- ・学内での理解形成が困難 等

③企業にとっての意義及び課題

(意義)

- ・大学や学生など外部の視点を取り入れることによる自社に対する理解の促進・魅力の発信、課題解決
- ・自社の若手社員の研修・育成の機会
- ・自社も含めた業界・業種内容の理解の促進
- ・就業希望の促進
- ・職場の活性化
- ・学生視点の企業活動への活用
- ・人材育成に対する社会貢献
- ・産業界のニーズの大学教育への反映 等

(課題)

- ・社内の理解形成や受入れ部署の確保が困難
- ・社内の人材不足により指導担当者の確保が困難
- ・実施するインセンティブが乏しい
- ・プログラムの企画・立案のノウハウがなく運営が困難
- ・受入れ環境の整備などの費用が負担になる
- ・業務量が増加 等

- 委託調査によると、学生にとっては「学業など他の活動が忙しい」、「実習内容が魅力的ではない」、大学にとっては「他の授業科目に支障(カリキュラムが過密)」、「プログラムの企画・立案のノウハウがない」、「希望学生が少なく労力に見合わない」、企業にとっては「社内の理解形成や受入れ部署の確保が困難」、「社内の人材不足」などが、特に課題として認識している割合が高い。
- また、本協力者会議において、インターンシップの実施にあたっては、学生は、生活費や学費を賄うため、アルバイトをしなければならず、インターンシップに参加する時間を確保するのが難しい、交通費等の経済的負担が大きいといった意見もあった。合わせて、インターンシップと称して、学生が安価な労働力とされている実態も散見されることから、こうしたことが行われないようにしていくことが必要との意見もあった。これらへの対応方策を検討することがインターンシップ推進に向けた有益な取組につながるものと考えられる。
- これらの意義及び課題や、上記2で述べた状況等を踏まえ、インターンシップの在り方や具体的な推進方策について検討することが必要となる。

4. インターンシップの在り方について

- そもそも「インターンシップ」とは、基本的考え方において、「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」と定義されている。
- 基本的考え方では、インターンシップの類型として、
 - イ 大学等における正規の教育課程として位置付け、現場実習などの授業科目とする場合
 - ロ 大学等の授業科目ではないが、学校行事や課外活動等大学等における活動の一環として位置付ける場合
 - ハ 大学等と無関係に企業等が実施するインターンシップのプログラムに学生が個人的に参加する場合
 を掲げたうえで、「いずれの類型においても、インターンシップについては、大学等の教育の一環として位置付けられ得るものであることから、大学等が積極的に関与することが必要である」とされている。
- インターンシップの内容としては、キャリア教育・職業教育としての性格と専門教育としての性格があり、それぞれによりプログラムの内容は異なってくるものと考えられる。特に、専門教育としてのインターンシップでは、例えば、理工系の大学院生向けのイン

ターンシップとして企業の研究現場で長期間共同研究を行う事例があるなど、インターンシップが発展的に活用されている例もあるため、学問分野により実態は異なるものの、専門教育の中に効果的に組み込むことが期待される。

- また、上記2(3)において述べたように、インターンシップへの大学等による適切な関与によって、より実態に近い形で大学等自身がインターンシップの実施・参加状況を的確に把握することや、インターンシップと称して様々なプログラムが行われている現状に対して、国は適切に整理することが必要であると考ええる。
- 以上を踏まえたうえで、本来あるべきインターンシップの在り方として、インターンシップを教育活動の一環として位置付け、その質の充実を図るとともに、就業体験を伴わないプログラムがインターンシップと称されることを防ぐための方策として、インターンシップに求められる要素を以下のように整理し、その明確化を図った。

(1) インターンシップに求められる要素

- 現在、基本的考え方において定めている上記のインターンシップの定義については維持したうえで、インターンシップに求められる要素としては、「就業体験を伴うこと」が必要である。
一方で、先述したとおり、いわゆる「ワンデーインターンシップ」など大学等が関与・把握していない短期間(5日未満)のプログラムの中には、実質的に就業体験を伴わず、企業の業務説明の場となっているものが存在することが懸念され、そうしたプログラムをインターンシップと称して行うことは適切ではない。就業体験を伴わないプログラムについては、インターンシップと称さず、実態にあった別の名称(例:セミナー、企業見学会等)を用いるよう促す。また、プログラムを実施する場合は、就職・採用活動における広報活動開始時期以前は、そもそも就職・採用活動の趣旨を含んではならないことに留意する必要がある。
- なお、「就業体験」とは、「仕事の実際を知ることや職業観の育成等のため、企業における業務の従事、課題の解決等を体験すること」と社会の実態に照らし幅広く捉え、例えば、社員の基幹的・補助的業務の一部を経験することや、自社の課題解決に取り組む体験(ワークショップ、プロジェクト等)等をいうものとする。
- 加えて、基本的考え方の趣旨に則って考えた場合、就業体験があることのみにとどまらず、大学等の関与を求めていくことが必要と考えられる。

- 委託調査においても、学生がインターンシップに参加するにあたり、「目標を設定しているが大学と共有していない場合」や、「目的のすり合わせを行っていない場合」、さらに「インターンシップ参加の事前・事後教育をいずれも受けていない場合」などが相当数存在することが明らかとなっており、大学等においてインターンシップによる教育的効果の把握がなされていない状況が見受けられる。
- インターンシップが大学等の教育活動の一環として位置付けられることを踏まえれば、大学等の関与を求めていくことは必要であると考えられ、また、それはプログラムの教育的効果を上げることになるであろうが、大学等が把握しているインターンシップの割合が依然として高くない現状から、関与の具体的な方法については、大学等や企業の実態を踏まえ、適切に設定する必要がある。
- 大学等の関与の例としては、例えば、大学等が窓口となってインターンシップを紹介・斡旋する、参加後の報告を課す、アンケートを提出してもらうなどの簡易的な関与から、実習における評価票を提出してもらいそれをもとに学生と面談するなどのより深化した関与まで想定されるが、学生の参加状況の把握や学修への気付きの確認などが必要と考えられる。
- また、大学等の関与を含んだインターンシップであれば、取組を充実させることで、下記(2)に述べるような、正規の教育課程としてのインターンシップへと発展することも大いに期待でき、より質を伴ったプログラム普及の一步前の段階と位置付けることができる。

(2) 正規の教育課程としてのインターンシップに求められる要素

- 委託調査においても、単位認定を行うインターンシップは、既に多くの大学等で行われているが、キャリア教育科目や専門教育科目の一部としてインターンシップが行われ、座学と合わせて単位認定が行われている場合や、インターンシップへの参加のみで単位認定が行われている場合もあり、大学等における教育目的によりその形態は様々である。
- 学修の深化や学習意欲の喚起、職業意識の醸成等といった、インターンシップの教育的効果を高めるためには、インターンシップを大学等における教育活動の一環として明確に捉えることが必要であり、担当教員の責務のもと、受入れ企業と実習内容・目的等を共有したプログラム設計、事前・事後学習の実施、実習期間中のモニタリング、実習内容に対する適切な評価やフィードバック等が行われることで、学生に対して新たな知識・技術の獲得や学修へのつながり・気付きを与えることができる。そのため、

大学等の正規の教育課程の中に位置付けて単位認定を行うインターンシップを推進していくことが重要である。

○ 正規の教育課程としてのインターンシップに必要な要素としては、以下が考えられる。

- ①就業体験を伴うものであること
- ②大学等において、正規の教育課程の中に明確に位置付けられた授業科目であること(大学設置基準等に基づく単位認定がなされていること)
- ③実習の事前に学生・企業双方との目標設定や目的のすり合わせを行うことや、実習期間中にモニタリングを行うこと、事後に振り返りを行うことなどを含めて適切な学生指導の時間が設けられていること
- ④実施後の教育的効果を測定する仕組みが整備されていること⁶
- ⑤原則として実習期間が5日間以上のプログラムであること
- ⑥大学等と企業が協働して行う取組であること⁷

○ 上記のうち、特に⑤のインターンシップの実習期間については、一般的に、長期間であれば、より高い教育的効果が期待できると考えられるが、当該地域の事情や企業規模等により、単独の大学等や企業で5日間のプログラムを開発・実施することができない場合も見受けられる。そのような場合は、例えば、3日間の実習に事前・事後学習を各1日組み合わせ計5日間のプログラムとする、1つのプログラムを複数の企業でオムニバス形式により行う(例:1日1社のプログラムを5社で行う等)などの形態も可能であると考えられるが、大学等の教育プログラムとして単位認定を行うものであることに鑑みれば、やはり5日間以上の実習期間を担保することが望ましい。また、可能であれば、連続した5日間とするなど、一定期間のまとまりにより職業生活を体験することが有益である。

○ なお、更に高い教育的効果を発揮できるよう、実習期間を1ヶ月以上とすることや、インターンシップを単独のプログラムと捉えず、大学等の教育課程の中の別のプログラムと有機的に接続させること、低学年から高学年に向けて徐々に高度化するプログラムを複数回配置するなど、体系化された教育プログラムとして整備している場合などに

⁶ 例えば、実習の実施前後でのアンケートの実施、社会で求められる汎用的能力を客観的に測定するためのテストの実施、到達度を具体的に示した評価基準の整備(例:ルーブリックの整備)等が考えられる。

※ルーブリック:米国で開発された学修評価の基準の作成方法であり、評価水準である「尺度」と、尺度を満たした場合の「特徴の記述」で構成される。記述により達成水準等が明確化されることにより、他の手段では困難な、パフォーマンス等の定性的な評価に向くとされ、評価者・被評価者の認識の共有、複数の評価者による評価の標準化等のメリットがある。

⁷ 例えば、実習内容について大学等と企業の双方で適切に評価、事前・事後学習に企業が参画、専門人材の配置によるプログラムの調整・質の担保、プログラムを大学等と企業が協働して設計等が考えられる。

については、すでに経済同友会⁸、京都産業大学等において積極的に取り組んでいる事例があるが、その教育的効果を踏まえ、将来的に目指すべき、より教育的効果の高いプログラムの例として、その取組を推奨していくことが望ましいと考えられる。

○ また、理工系博士人材が企業の研究活動に直接関わる中長期の研究インターンシップについては、そこから実際に産学共同研究につながることもあり、教育的な効果だけでなく産業界からの評価も高いことから、合わせて推進していくことが望ましいと考えられる。

○ 以上、上記(1)及び(2)のようにインターンシップの在り方を整理した趣旨を大学等・学生・企業に正しく御理解いただき、本内容に従ってインターンシップが適切に実施され、後述する推進方策とあわせて、量的拡大・質的充実につながっていけるよう、文部科学省、厚生労働省及び経済産業省並びにその他の関係省庁は、大学等や産業界に対して広く要請していくことが必要である。

5. インターンシップの量的拡大・質的充実に向けた具体的な推進方策について

○ 次に、これまでの内容を踏まえたうえで、インターンシップの量的拡大・質的充実のための具体的な方策について提案するが、国や大学等、産業界のほか、各地域における実態も踏まえ、それぞれが適切に協働しながら施策を展開していくことが重要である。なお、取り組むべき主な主体を【 】で表記している。

(1) 届出・表彰制度の導入による優れたインターンシッププログラムの普及【国・大学等】

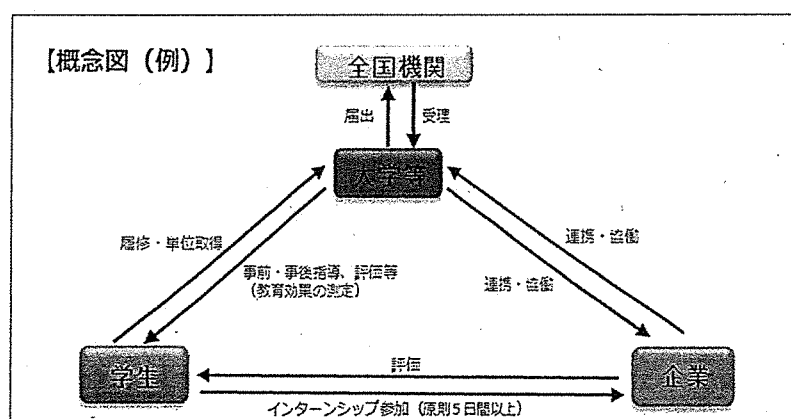
○ インターンシップの教育的効果を高めるためには、正規の教育課程としてのインターンシップに必要な要素として挙げた内容を大学等が実践することが重要である。その観点から、当該要素を満たしたプログラムについては、大学等から任意で届出を受け付けるとともに、その内容(大学名、企業名等含む)を公表する制度を検討し、それにより、正規の教育課程としてのインターンシップの普及を目指す。

○ 公表することにより、教育的効果の高いインターンシップを実施していることを社会に向けて広く発信・アピールすることができ、一定のインセンティブの効果が期待でき

⁸ 11大学等(北海道大学、小樽商科大学、お茶の水女子大学、新潟大学、九州大学、高知工科大学、上智大学、昭和女子大学、山口東京理科大学、一関工業高等専門学校、呉工業高等専門学校)と16社(デュボン、出光興産、花王、グラクソ・スミスクライン、凸版印刷、野村證券、三菱樹脂、キッコーマン、キッツ、個別指導塾スタンダード、シーエーシー(CAC Holdings)、JFEスチール(JFEホールディングス)、全日本空輸、ニフコ、富士ゼロックス、三井住友銀行)で連携して取り組んでいる(平成28年3月現在)。

るとともに、現在、正規的教育課程としてのインターンシップの実施が進んでいない大学等や企業に対しての波及効果も期待できる。本制度の具体的な仕組みは今後検討を要するが、例えば、全国的な機関として、産学官で協働した大学コンソーシアム組織、インターンシップに対する深い知見を有する独立行政法人、一般社団法人等(以下「全国機関」という。)が届出を受け付ける役割を担うことも考えられ、併せて、下記(2)や(3)に挙げる方策と組み合わせることで、インターンシップの質の管理・担保を担う機能を発揮していくことが期待される。

図2:正規的教育課程としてのインターンシップの届出制度の概念図(例)



- また、本制度を活用した大学等における取組として、例えば、公表されたインターンシッププログラムを担当している教員の教育業績の評価に適切に反映させることなども、専門人材の育成に向けた一方策になり得る。さらには、インターンシップを明確に教育活動として位置付けるとともに、学内での理解形成につながるものと考えられる。
- 併せて、学生の能力伸長に寄与するなどの高い教育的効果を発揮しており、他の大学等や企業に普及するのに相応しいモデルとなり得るインターンシッププログラムを、グッドプラクティスとして、届出のあったプログラムの中から選定・表彰する制度について検討し、その取組を広く全国に向けて発信し、普及を図ることも有益である。

(2) 専門人材の育成・配置 【大学等・国】

- インターンシップの拡大・充実のためには、教育的効果の高いプログラムの構築・運営ができ、大学等と企業との間で調整を行う専門的知見を持った人材が果たす役割が大きいことから、こうした専門人材の育成・配置が重要である。

- インターンシップに係る専門人材が果たす役割としては、例えば、
 - ・キャリア教育・専門教育に関する考え方や取組を踏まえて、学生の業種理解・仕事理解の促進、企業の自社に対する理解促進や魅力発信、課題解決など、双方にとって有意義な内容となるようインターンシップのプログラムを設計し、運営すること
 - ・インターンシップの企業での受入れ先の開拓や、学生と企業のマッチングなどの調整を行うこと
 - ・学生に対する事前・事後の指導を適切に行い、インターンシップの教育的効果を高めること
 - ・インターンシップのプログラムについて、実証的に効果や課題を検証し改善につなげていくこと
 - ・インターンシップを通じて、教育課程や教育方法の更なる改善・充実を図っていくことなどが挙げられる。

- こうしたインターンシップに係る専門人材の役割について、どのような者が実際に担うのかということは、大学等や地域の実態に応じて異なってくるが、例えば、カリキュラム開発や授業、学生カウンセリング、企業開拓などについて、教職員が、それぞれ役割を分担し、大学と地域の企業や経済団体、協議会等と協働するチームとしての体制を作ることが大切である。そのことは、大学等や企業において人事異動等で担当者が変わることがあっても取組が継続し、持続的に発展することにもつながる。

また、インターンシップの取組の推進にあたって、大学等は外部から登用した人材の知見を積極的に評価し、実践的・効果的なプログラムを作っていくことも肝要である。

- 委託調査では、インターンシップを実施していない大学等に対して、非実施の理由を尋ねているが、17.4%の大学等が「教職員等の人材不足」を挙げている。それに加えて、「プログラム設計が難しい／ノウハウが不足」が19.6%、「協力してくれる企業等の確保が難しい」が14.2%、「学生の希望と企業等の希望の擦り合わせが難しい」が13.2%となっており、インターンシップに係る専門人材が不足していることが明らかとなっている。

- 専門人材の育成・配置の方策としては、大学等の教職員を専門人材として育成すること、インターンシップなど産学協働による教育に対して専門性や経験を有する者を大学等の教職員として雇用し協働すること、インターンシップによる教育に専門性等を有する企業や機関を活用すること等が考えられるが、教育プログラムとしてのインターンシップを推進し、カリキュラムやキャリア教育の充実など大学教育の改善につなげていくためには、大学教育に継続的に関わる人材であることが重要であり、大学等の教職員が中心となってインターンシップを実施する体制を整えていくことが望ましい。

- 大学等におけるインターンシップに係る取組を進めていくためには、専門人材の育成及び配置について、国が支援していくことが求められる。
- 専門人材の育成・配置のための支援としては、FD・SD⁹の一環として大学等の教職員を対象としたワークショップや、独立行政法人日本学生支援機構が主催する研修会などが実施されてきているが、参加者の意見等も踏まえ、引き続き内容の充実を図っていく必要がある。
- また、大学等と企業が共有できるマニュアルの整備などにより、専門人材の能力向上を図り、受入れ企業の開拓・拡大等に取り組むことも期待される。
- さらに、各地域に所在する経済団体、各種業界団体、NPO法人等と協働し、地域特有の産業や歴史を身近に感じてもらいながら、地域を支えている優れた技術やものづくりを体験する活動を行うなど、地域産業の活性化にもつながる取組と連携し、その取組の中にインターンシップを組み込むことなども地方創生の観点から考えられる。その際は、こうした専門人材が先頭に立ちつつ、地方公共団体や地域の経済団体、業界団体、NPO法人等とも協働し、地域ぐるみで人材育成を実践していくことが重要である。
- 先に述べた中央教育審議会答申「新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて」では、「教員の教育力の向上を含む諸課題の発見と解決を進めるため、学長のリーダーシップの下、全学的な教学マネジメントを確立し、大学教育の改革サイクルを展開」させることが必要であると提言しているが、インターンシップを通して、学生の成長や変容等を把握し、大学等におけるカリキュラムや指導方法等の改善につなげていくことが重要であり、そのためには、インターンシップを大学等における組織的な取組として位置づけ、インターンシップに係る専門人材の役割や具体的な職務等を明確化し、その活躍を後押しすることが重要である。

(3) 地域におけるインターンシップ推進のための協議会の充実【大学等・企業・地域・国】

- 今後、我が国のインターンシップの更なる推進にあたっては、産学官協働により設置されている地域の協議会の重要性は益々増してきており、インターンシップの量的拡大・質的充実を追究するうえで、地域の協議会の充実・拡大や協議会間での協働促進、地元企業や地方公共団体との関係強化を図っていくことが不可欠である。

⁹ FD：Faculty Development の略。教員が授業内容・方法を改善し向上させるための組織的な取組の総称。SD：Staff Development の略。事務職員や技術職員など職員を対象とした、管理運営や教育・研究支援までを含めた資質向上のための組織的な取組。

- そのため、既存の協議会の存続及び継続的な活動や新規の協議会の立ち上げなどを更に推進するとともに、協議会においても、地域の実態に応じ、学生向けの事前・事後研修の実施や、企業向けのインターンシッププログラムの策定支援、地域が抱える課題解決への貢献等に一層取り組むことが重要である。これにより、大学等や産業界のほか、行政も含めたネットワークの更なる拡大につながっていくことが期待される。
- このことは、文部科学省においても、大学等に対する支援事業としてこれまでも実施してきたところであるが、地域間、大学間で取組内容等に差が見られるなどの状況があったことから、より実効性のある協議会の実現に向けて、地域の関係者間において、今後も取り組んでいくことが必要と考えられ、国においても、そのような取組に対して継続的に支援することが望まれる。
- これまでの取組では、支援期間中は有益な取組が行われていても、支援期間終了後は取組内容を縮小せざるを得ない例も見受けられることから、単独の協議会のみによる取組から更に発展させ、協議会同士での取組の共同実施、情報交換・共有などにより、相互にプログラム内容を確認しあい、協働で専門人材を育成し、お互いの取組を高めあっていけるような仕組みも必要であると考えられる。なお、その際は、上記(1)にあげた全国機関が協議会間の橋渡し役となり、全体をコーディネートする役割を担うことで、プログラムの質の向上等に寄与することなども考えられる。
- また、地域におけるインターンシップの持続的・発展的な推進のためには、地方公共団体が、地域の協議会の取組との連携強化など、産学協働による人材育成に一層積極的・主体的に取り組むことが重要であり、これは、地方創生の観点からも有益であると考ええる。

(4) インターンシップの実施に係る負担の軽減【国・大学等】

- インターンシップの実施にあたっては、大学等と企業双方に「人材不足」が課題として挙げられているため、適切な負担軽減策を講じる必要がある。
- 特に、中小企業においては組織が小規模であり、インターンシップに充てられる人員が限られていることから、学生を受け入れること自体が負担であるとの意見がある。その一方で、コンパクトな組織全体を短期間で見渡すことで企業の実態の理解を促進・深化できるとする意見もある。また、社長など幹部の考え方が直接学生に伝わりやすいといった利点もある。中小企業がインターンシップとして学生を積極的に受け入れることは、仕事や業種の理解促進につながり、それにより優秀な学生の獲得につながる可能性もあるばかりか、学生の側においてもキャリア形成の選択肢の拡大につながる

る。人材不足の中小企業でも比較的容易にインターンシップの実施が可能となるような足がかりをつくり、より多くの学生が中小企業でインターンシップに参加できる環境を醸成し、学生の目を中小企業に向けさせることが重要となる。

- このことから、中小企業と大学等をはじめとした他機関との協働が可能な環境を整備することが重要となると考えられ、例えば、中小企業の担当者向けに、インターンシップの意義や効果、学生を受け入れるにあたっての留意点、他社で行われているプログラム事例の紹介などを行うインターンシップ支援セミナーを、大学等やインターンシップ関連の協議会、地域の経済団体、業界団体、地方公共団体などで協働して実施することにより、中小企業がインターンシップを新規導入しようとした際のプログラムの企画・立案・ノウハウ等について、限られた人員の中で負担軽減を図ることも可能と考える。
- また、インターンシップに関するノウハウを有する協議会への中小企業の参加促進や、大学等における専門人材の企業への派遣によるプログラム作成に対する支援などが望まれる。さらに、親会社や元請け企業と協働したパッケージプログラムや、大学等と協働し学んだ知識の社会実装を体験できるような商品開発・共同研究型プログラムなどにより負担の軽減を図ることも可能と考える。
- このような中小企業でのインターンシップの促進に向けた支援策、負担軽減策について、中小企業庁をはじめとした関係省庁間の協働により実施することが期待されるとともに、例えば、セミナーに参加した企業名を希望に応じて公表し、当該企業がインターンシップ実施のためのノウハウを得、質の高いインターンシッププログラムを作成することを学んだことを大学等に対して広く発信することなどにより、大学等や学生に中小企業に目を向けさせる効果も期待される。
- さらに、インターンシップに限らず、中小企業の魅力発信・仕事理解・業種理解等を学生に促すための方策を国においても主導的に行っていくことが必要と考える。具体的には、学生に対してキャリア支援・就職指導を行う最も身近な存在である大学の教職員向けのセミナーや、学生のキャリア形成支援の一環として、中小企業で働くことを学生に考えさせるような取組等を推進することが考えられる。また、大学においても、こうした取組を踏まえ、中小企業の魅力発信等に貢献していくことが期待される。
- 加えて、文部科学省においては、インターンシップの実施の際の留意事項や大学等・企業それぞれにとってのメリット、実施にあたっての課題解決策などのノウハウ等をまとめた手引書（インターンシップガイド）を作成することを検討されたい。すでにこの

種の手引書としては大学等向け(「インターンシップの導入と運用のための手引き～インターンシップ・リファレンス～」(平成21年7月文部科学省作成)等)、企業向け(「成長する企業のためのインターンシップ活用ガイド(ノウハウブック)」(平成25年3月経済産業省作成)等)ともに存在するが、インターンシップの更なる量的拡大に資するよう、最新のトピックや地域の状況等も含めながら、わかりやすくマニュアル化することで、初めてインターンシップに携わった者でも容易に実施することができ、その後の継続的な実施にもつながるような構成とすることを心がけて作成する必要がある。

- 当該手引書の中には、例えば、中小企業でのインターンシップ実施にあたっての支援につながる項目を設けることや、インターンシップ関連の各種研修会で当該手引書を共通のテキストとして使用するなど、広く有効的に活用されるよう工夫する必要がある。
- なお、インターンシップの具体的な事例を好事例集としてまとめることも有益である。文部科学省では平成28年10月に「インターンシップ好事例集―教育効果を高める工夫17選―」を作成したが、ほかに簡易的な取組事例や、企業目線での事例など、課題に応じた様々な事例を継続的に蓄積し、広く公表していくことが必要である。
- その他、企業、学生の双方が同じ視点で実習内容を見ることができるよう、評価の際に共通して押さえるべき指標を国が提示し、それを必ず盛り込むことを促進することにより、大学等や企業によって様式が異なり、評価の視点が変わるなどの煩雑さを解消することに寄与することが考えられる。
- また、上記(1)であげた全国機関がインターンシップの全国的な推進組織として機能すれば、インターンシップの知見を有する専門家を全国機関に登録し、インターンシップの充実化を望む企業や大学等の要望に応じて講師派遣を行うなどの取組を実施することや、上記(2)や(3)と協働し、企業においてインターンシップに参加する学生をお客様として迎えるのではなく、特に高学年の学生に対しては、大学等において充実した事前学習を行うことで、学生が企業の中に入り込み、学生の能力やアイデアを企業活動に積極的に活用することも効果的である。

(5) インターンシップによる教育的効果の向上【大学等】

- インターンシップでは、参加したという事実よりも、先に述べたとおり、そこで得た知識・技術や、その後の学修へのつながり・気付きが重要となる。そのため、例えば、インターンシップにおいて作成・収集した資料や成果物、インターンシップの過程で学んだ点や気付いた点等を記録することなどにより、その内容について点検・評価・振り返

りを行い、修得・向上した能力を確認するなど、インターンシップ版の学修ポートフォリオ¹⁰の開発などの取組も、より一層教育的効果を高めることにつながることを期待でき、上記(1)で述べた全国機関が大学等と協働し、そのモデルケースを開発することなども有益である。

- 併せて、学修へのつながりや気づきが重要であるという点からは、大学1年生や2年生などの時期にインターンシップに参加することが効果的であると考えられることから、初年次教育の取組などとも連携を図ることが必要である。
- これらも含め、関係省庁間で有機的に協働し、より実効性のある支援策を継続的に検討・実行していくことが重要である。また、学生の正規の教育課程としてのインターンシップについて、中期的な数値目標を設定するなど、PDCA サイクルを回すことにより着実にインターンシップの量的拡大・質的充実を図っていくことを検討するべきである。

6. インターンシップと就職・採用活動との関係について

- 平成27年度から就職・採用活動時期の繰り下げ(広報活動開始を卒業・修了年度に入る直前の12月から3月に、採用選考活動開始を卒業・修了年度の4月から8月(平成28年度からは6月)に変更)が行われた。
- 昨今の就職・採用活動においては、主に、学生の学期期間が終了し広報活動が開始される前の2月に、インターンシップと称した短期間(主に1日)でのプログラムが実施されているが、実質的な就業体験を伴っておらず企業の業務説明の場となっているものが少なからずあるという実態が指摘されるなど、広報活動との区別が曖昧になることによって、就職・採用活動の早期化・長期化が懸念される状況となっている。
- インターンシップと就職・採用活動との関係については、現在の基本的考え方では、「インターンシップと称して就職・採用活動開始時期前に就職・採用活動そのものが行われることにより、インターンシップ全体に対する信頼性を失わせるようなことにならないよう、インターンシップに関わる者それぞれが留意すること」が重要であるとされている。

¹⁰ 学修ポートフォリオ：学生が、学修過程ならびに各種の学修成果(例えば、学修目標・学修計画表とチェックシート、課題達成のために収集した資料や遂行状況、レポート、成績単位取得表など)を長期にわたって収集したもの。それらを必要に応じて系統的に選択し、学修過程を含めて到達度を評価し、次に取り組むべき課題をみつけてステップアップを図っていくことを目的とする。

- また、企業がインターンシップで取得した学生情報の取扱いについて、インターンシップの実施時期を問わず、原則として¹¹、広報活動・採用選考活動に使用することができないとされている。
- これは、新卒一括採用という雇用慣行がある我が国の中で、学生の学修を第一に考え、インターンシップと称した実質的な広報活動・採用選考活動が行われることによって生じる事実上の就職活動の早期化・長期化や、それによる学修環境への影響を考慮しての考え方である。
- 一方で、インターンシップによって企業は学生の能力や自社への適性等を見極めることができ、人材不足への対応として新卒学生の採用につながる期待や、採用後のミスマッチを防ぐ効果が期待できるなど、インターンシップと就職・採用活動との何らかの連関に対する要望があることも事実である。平成27年度に東京商工会議所において中小企業向けにアンケート調査を行ったところ、中小企業315社のうち、インターンシップを実施している企業は24社であり、そのうち54.2%の企業が実施上の課題として、採用につながらないことを挙げている。このようなことから、「規制改革実施計画」(平成28年6月2日閣議決定)において、学生と企業のマッチング向上という観点を含め、インターンシップに関する大学等・学生・企業のニーズの調査や、企業がインターンシップで取得した学生情報の取扱いの在り方、中小企業がインターンシップを活用できる方策について検討するよう指摘されたところである。
- 現在は原則として認めていないインターンシップで取得した学生情報の採用活動への使用を可能とすることについては、企業にとっての明確なインセンティブとなり、インターンシップの拡大に寄与する可能性がある。しかし、可能とすることによって、インターンシップにおいて実質的な採用選考活動が行われ、教育プログラムとしてのインターンシップの趣旨が損なわれること、就職活動開始時期前から就職活動の一部としてインターンシップへの参加が過熱化することなどにより、実質的な就職活動の早期化・長期化が生じ、学生の学修環境の確保が困難となることが懸念される。
- 本協力者会議においても、以下のとおり、様々な意見があったところである。
 - ・インターンシップを一層普及する観点からは、インターンシップで取得した学生情報の取扱いを柔軟化してもよいのでは。
 - ・特に中小企業は人材不足が深刻であるので柔軟化を認めてほしい。

¹¹ ただし、広報活動・採用選考活動開始日以降に行われるインターンシップであれば、あらかじめ広報活動・採用選考活動の趣旨を含むことが示された場合のみ学生情報を使用することや、採用選考活動の一環としてインターンシップを実施することが可能である。

- ・キャリア教育として実施されたインターンシップに参加した学生が、将来の結果として、当該企業への就職に結びつくのであれば、それは良いことではないか。
- ・採用活動開始前にインターンシップで取得した学生情報を活用可能とすることは、インターンシップが事実上の採用活動となり、就職・採用活動時期を設定していることの意味がなくなる。
- ・広報活動の開始期日前の学生の個人情報の取得は、採用選考活動の早期化を招く危険性があり、学生の学修環境に支障を与えることになりかねない。

- 特に、日本商工会議所から、「インターンシップは自社に合った人材を発掘できる有効な手段と考えられるものの、人材不足が深刻化している中小企業では、実施にかかる負担感が大きいことに加え、現状のインターンシップの枠組み(※)の中では、学生情報をその後の広報活動・採用選考活動には使用できないといった制約も大きく、中小企業でのインターンシップの実施は進みにくいと考えられる。よって、学生が自ら希望する場合には、中小企業がインターンシップにおいて取得した学生情報は、その後の広報活動・採用選考活動解禁後には活用できるようにすべき」との意見があった。

(※) 広報活動開始以前にインターンシップを実施した場合に取得した学生情報の取扱いを指す。

- 委託調査においては、大学等・企業ともに、インターンシップで取得した学生情報の取扱いについて、その活用希望が一定程度ある一方で、学生の過半数が「インターンシップと就職・採用活動は全く別ものとして運用して欲しい」と回答するなど、切り分けて運用されることを望む声も多くある。
- こうした様々な意見があることも十分に考慮しつつ、本協力者会議としては、就職・採用活動の早期化・長期化につながるようなことは避けるべきであり、現在の就職・採用活動時期の設定がなされている下では、インターンシップが就職・採用活動そのものとして行われることのないようにするという現在の取扱いは維持しなければならないと考える。
- 今後、インターンシップと就職・採用活動との関係については、学生の学修環境を確保することを前提としたうえで、幅広い観点から関係者間で中期的課題として検討していくべきである。

7. 多様なインターンシップの推進に向けて

- インターンシップは就業体験を行うものであるが、そのみにとどまらず、目的や対象者に応じて、発展的に活用することも可能である。そのような多様なインターンシップを展開することで、インターンシップに本来の目的以外の新たな付加価値をつけることも期待できるばかりか、ひいては高等教育そのものの改革につながることを期待される。以下にその例を挙げる。

(1) 地方還流や地方定着に向けたインターンシップの活用(地方創生インターンシップ)

- 前述の具体的な推進方策でも触れているが、インターンシップを実施するうえで、地域との協働が必要であることは言うまでもない。その意味で、地方創生の観点から、インターンシップによって地方に所在する企業に学生の目を向けさせることは地域の活性化や地域人材の育成につながり、また、人材の地域定着につながれば人口の東京一極集中の是正の観点から有益なものとなる。現在、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局が取り組んでいる「地方創生インターンシップ事業」の一層の推進に関係省庁でも協働して取り組んでいくことが必要である。
- 「地方創生インターンシップ事業」は東京圏在住の地方出身学生の地方還流や地元在住学生の地方定着を促進するため、地方公共団体向けの地方創生の交付金等を活用し、地元企業でのインターンシップの実施を支援する取組である。インターンシップによって地域の未来を担う若者の定着に向けた動機付けを行うことは、地域から信頼を獲得し、地域の発展に資するものとなる。
- そのため、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局では、今後、地方創生インターンシップ推進に係るマニュアル作成や、平成28年10月に設置したポータルサイト¹²の更なる活用に向けた先行事例の調査等を進めることを予定しており、関係省庁においても、より実効性が担保されるよう協働していくことが望まれる。なお、地方では中小企業が多い実態に鑑み、先に述べた実習期間を弾力的に扱うなどの一定の配慮も考えられる。
- なお、各地方公共団体においても、東京圏等に在住する学生を対象に地元企業でインターンシップを実施する際に、受入れ企業や学生本人への補助を行うことや、インターンシップへの支援も含んだUIターン就職促進協定を大学等と締結するなどし、若者の地域への還流を促す取組を行っている例がある。

¹² インターンシップを通じて、若者に対し魅力ある地方の職場を幅広く知る機会を提供するため、地方公共団体と大学等が相互の情報を共有できる場として設立（平成28年10月より試行運用開始、平成28年度末に本格運用予定）。

- 例えば、石川県では、県内企業への理解や県内で働き、暮らすことへの理解を深めることで、将来的な石川県への就職を促進するために、県とジョブカフェ石川が中心となって、県の基幹産業である製造業を中心に、県外の学生も含めインターンシップを推進している。具体的には、対面による「インターンシップフェス」と WEB 上でのインターンシップのマッチングによる2段階でのマッチングのほか、学生向けの事前・事後研修、社員と学生との交流会、企業向けプログラム策定支援研修などを県・ジョブカフェ石川が企画・運営することで、参加企業の負担軽減を図り、中小企業にも参加しやすい環境整備に努めている。こうした取組は、学生が、業界や企業を理解し、結婚・子育て・介護等との両立を含めた働き方を考えるうえで重要な機会となっているおりこのような取組を今後もより広範囲にわたり推進することが期待される。

(2) 転職・再就職に向けたインターンシップの活用(リカレント教育プログラムにおけるインターンシップ)

- 現在、政府全体として「働き方改革」の実現に取り組んでいる中で、多様な働き方を実現するために、社会人の学び直しプログラムとして、転職・再就職に役立つリカレント教育プログラムの拡充の必要性が指摘されている。産業界と協働して編成するリカレント教育プログラムの一部として、一般の学生向けのプログラムではないものの、転職・再就職向けのプログラムにインターンシップを組み込むことは、教育的効果の側面や転職・再就職支援の側面の両方の面において有効な取組となる。
- その場合、大学等の正規課程の中で行われるインターンシップに比して、受講者や企業の多様なニーズに応じた、転職・再就職先の企業や業種等を具体的にイメージできるプログラムとして行うなど、柔軟な形でインターンシップを考えていく必要がある。
- 例えば、出産・育児等といったライフイベントによりいったん離職した女性で、その後、転職・再就職を希望する者等を対象に、現場の課題や取組を実際に見聞きするとともに、ケースワークやグループワーク等を組み込んだ実践的なプログラムを運営している大学¹³もある。
- このように、転職・再就職を希望する者等を対象としたプログラムにインターンシップを組み込むことで、リカレント教育プログラムの受講者にとって、社会人として再出発する前に現場感覚を取り戻す効果や、企業や業種の実態をよく知り、未経験だった職種を体験でき視野が広がるなどの利点がある。また、企業にとっても、社内の活性化や転職・再就職希望者の適性が見極めやすくなるなどの効果が期待できる。その反面、一

¹³ 例えば、日本女子大学や、関西学院大学の取組がある。

般学生より多様な受講者ニーズにあったプログラムの開発や転職・再就職希望者を受け入れる企業の開拓が困難であるなどの課題も指摘されている。また、採用に関しては、中小企業の採用活動のタイミングやニーズと合わない場合もあり、受講者とのマッチングが正規課程より困難と考えられる。

- 一方で、人材不足にあえぐ中小企業は、トップダウンで社内改革を行えることから、子育て女性などに適した、柔軟な働き方を実践することにより、かつて大企業に勤めていた方など、働く時間に制約はあるが、能力が高く経験もある人材を雇えるメリットもある。また、リカレント教育プログラムの修了生は、労働市場において希少な人材であり、企業の男女比率や年齢構成のバランス改善に貢献することも可能である。そのため、こういったメリットを企業側にも浸透させていくことが必要である。
- これらについては、上記5(4)において述べた手引書の中に、実施にあたってのノウハウを記載することや、事例集の作成・普及などにより、プログラムの推進を図ることが考えられる。

(3)その他

- 上記(1)及び(2)以外にも、例えば、「留学生向けのインターンシップ」を推進することで、留学生の日本企業に対する理解促進や就業希望の促進、外国人の雇用を促し企業の国際化の展開につながるなどが期待できる。また、「障害を有する学生向けのインターンシップ」を推進することで、障害を有する学生でもインターンシップを通じての実際の就業に向けたイメージの構築や、社会で働くことに対する自信の獲得につながることも、また、企業にとっても障害を有する学生を雇用することに対する理解の促進につながるものと考えられるが、いずれのインターンシップにおいても、入念な事前教育の必要性、学生を受け入れるノウハウの不足などの課題があり、実施する企業も限られている。本会議においては、これらについて深い議論には及ばなかったため、課題として今後の検討に申し送ることとしたい。
- なお、今後の検討にあたっては、留学生支援や障害学生支援に関して深い知見やノウハウを有する機関と協働することが考えられる。

8. おわりに

- 以上のように議論を重ねてきたが、インターンシップが、大学等での学修と社会での経験を結びつけることで、学修の深化や学習意欲の喚起、職業意識の醸成などにつながる有効な教育手法のひとつであり、さらに、大学の教育改革につながるということ

に異論はなく、その更なる拡大・充実が求められることは、委員間の認識として一致しているところである。

- インターンシップにおける主役は学生である。個々の利益を優先するのではなく、広い見地から、将来の我が国を担う若者を育成するために、大学等と産業界の双方が協働しあう観点を持って、今後もインターンシップの更なる推進に向けて検討を重ね、実効性のある取組を持続的に実施していくことが重要であるとする。
- また、国においても、インターンシップの更なる推進に向けた方策として、今まで行ってきた様々な財政的な支援策の効果を把握・分析しつつ、本取りまとめを受けて、新たな財政的・制度的な支援に取り組んでいくことが必要であるとする。

参 考 資 料

インターンシップの更なる充実に向けて【概要】

インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議 議論の取りまとめ

背景・現状

① インターンシップの推進は当然の基本的考えが「等」により、産学協働による人材育成の観点から教育活動としてのインターンシップを推進。一方、近年は若者の職業意識が希薄化。そのための地域や企業と協働したインターンシップ推進が重要。

② 現状
大学等の実施率72～99%、学生参加率2～66%（平成26年度）
※大学等が実施している単位認定を伴うインターンシップの件数等の割合は（教育委員会に提出するもの）を除く。
学生の6割近くは個人で申し込み、企業も単独での募集が多い。
企業・学生は5日未満（平均1日）での実施・参加が多い。大学では5日以上の実施が多い。

意義・課題

- ① 意義（学生） 業理理解、仕事理解、職業意識の育成、向上、学習意欲の喚起等
（大学等） 企業が求める人材の素養の把握、教育内容や教育方法の改善・充実等
（企業） 雇用の理解促進、能力発掘、若手社員育成・研修の機会等
- ② 課題（学生） 企業など他の活動が多く、内容に魅力がない、学習意欲低
（大学等） 他の授業科目に支障、希望学生が少ない、学内の人員不足等
（企業） 社内の理解形成が困難、社内の人員不足等

これらを踏まえインターンシップの在り方や推進方策を検討

インターンシップの在り方

- ① インターンシップに求められる要素
就業体験を伴うことに加え（大学等の関与（学生の参加状況の把握、学修への気付けの確保等）を求めていることが必要）
- ② いわゆる「ワンデーインターンシップ」など短期間のプログラムの中には、実質的に就業体験を伴わず、企業の業務説明の場となっているものの存在が懸念
→そうしたプログラムは、実態に合った別の名称使用を促す
- ③ 正規の教育課程としてのインターンシップ
単位認定、事前・事後学習の実施、教育的効果測定の仕組み整備、原則5日間以上、大学等と企業との協働が必要
※将来的には国・地方公共団体による教育的効果の高いインターンシップの例として1か月以上一企業に滞在するプログラム整備を推奨

具体的な推進方策

- ① 届出・表彰制度の導入による優れたインターンシッププログラムの普及（国・大学等）
※知識の教育振興としてのインターンシップの推進を目的とした取組内容の大学等との共同で公表する「優良インターンシッププログラム」の公表・届出制度の導入によるプログラムの質の向上を図る。
- ② 専門人材の育成・配置（大学等・国）
※大学等の関係機関が協働して、地域や企業と連携した人材育成・配置の体制を整備する。
- ③ 地域におけるインターンシップ推進のための協議会の充実（大学等・企業・地域・国）
※地域・大学等・企業・国等の関係機関が協働して、地域や企業と連携した人材育成・配置の体制を整備する。
- ④ インターンシップ実施に係る負担の軽減（国・大学等）
※国・地方公共団体の関係機関が協働して、地域や企業と連携した人材育成・配置の体制を整備する。

就職・採用活動との関係

- ① 就職・採用活動の早期化・長期化につながるようなことは避けるべきであるため、インターンシップが就職・採用活動そのものとして行われることのないようにする取組が必要。
- ② ただし、様々な意見があることも十分考慮し、学生の学修環境の確保を前提としつつも、幅広い観点から関係者間で中期的課題として検討していくべき。

多様なインターンシップの推進

地方創生インターンシップ（地域経済や地方産業にインターンシップを活用し、やりがい・チャレンジ教育プログラムにおけるインターンシップ（国・地方公共団体の関係機関が協働して、地域や企業と連携した人材育成・配置の体制を整備する）等の推進が必要。

インターンシップ推進のための 課題及び具体的効果・有用性に関する調査研究

1.調査概要

学生

- 調査票タイトル
学生生活に関するアンケート
- 調査対象
全国の国公立の大学・短大及び高等専門学校に通う学生
✓ 調査会社の登録モニターに対し、文部科学省の学校基本調査をもとに、地域6区分(北海道東北/関東/中部/関西/中国四国/九州沖縄)、学校種学年(大学1-2年生/大学3年生/大学4-6年生/大学院生(修士+博士)/短大生+高専生)の構成比割付で告知をして回収
- 調査方法
インターネットリサーチ
- 実査期間
2016年10月24日～11月2日
- 回収数
3,386名
✓ インターンシップの具体に関する設問については、インターンシップ経験者1,033名が、「1日以上2週間未満(1～10営業日)」と「2週間(11営業日)以上」のそれぞれについて、主なものを特定して回答。のべ回答数は1,083件

企業等

- 調査票タイトル
インターンシップ推進のための効果・有用性に関するアンケート
- 調査対象
全国の従業員数5名以上の、新卒採用実施企業
✓ 会社四季報を台帳とし、上場企業/未上場企業を地域6区分(北海道東北/関東/中部/関西/中国四国/九州沖縄)、従業員規模4区分(5-99名/100-299名、300-999名/1000名以上)で構成比割付で抽出した2,500社
- 調査方法
文部科学省の調査である旨を示した封筒により調査票を郵送配布し、郵送で回答を受付
- 実査期間
2016年10月26日～11月18日
- 回収数(2017年1月6日×)
701社
✓ インターンシップの具体に関する設問については、インターンシップ実施企業390社が、「受け入れ期間1日」「同2日以上2週間未満(2～10営業日)」「同2週間以上(11営業日以上)」のそれぞれについて、主なものを特定して回答。のべ回答数は511件

大学等

- 調査票タイトル
インターンシップ推進のための課題及び具体的効果・有用性に関する調査(大学・短期大学・高等専門学校)
- 調査対象
全国の大学・短大・高専1,182校
✓ インターンシップを学部学科毎に実施している学校については、「全ての学部及び研究科(大学の場合)/全ての学科・本科及び専攻科(短大・高専の場合)」及び「キャリアセンター等(全学のキャリア教育担当組織)」のそれぞれの担当部署が回答
✓ インターンシップを全学共通科目としてのみ行っている場合は、「キャリアセンター等のインターンシップ担当部署」が回答
- 調査方法
文部科学省を通じて全国の大学・短大・高専に依頼した上で、専用WEBサイトに調査票を配置し、回答者のメール送信によって回収
- 実査期間
2016年10月24日～11月11日
- 回収数(2017年1月6日×)
1,019校(回収率86.2%)、2,791件
✓ インターンシップの具体に関する設問については、インターンシップ実施学部・研究科・組織1,683学部等が、「実施期間1日～1週間未満」「同1週間以上2週間未満(6～10営業日)」「同2週間以上(11営業日以上)」のそれぞれについて、主なものを特定して回答。のべ回答数は2,666件

※本調査における「インターンシップ」の定義＝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

✓ 企業等における実習がないもの、特定の資格取得に関係するもの(教育実習、看護実習、臨床実習等)は含まない

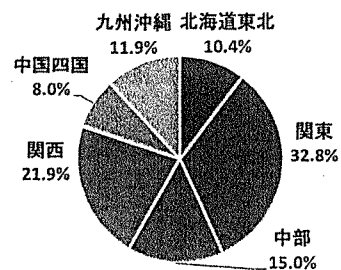
2.回答者属性

- ・ 学生:いずれも全回答者ベース
- ・ 企業:いずれも全回答者ベース
- ・ 大学:地域別は学校単位、学校種別・専攻分野別は全回答者ベース

- ・ 学生は、大学4～6年が回答全体の約4割を占める
- ・ 企業等は他に比べて関東、中部の割合が高い
- ・ 大学等は、大学・大学院が回答全体の約8割

学生

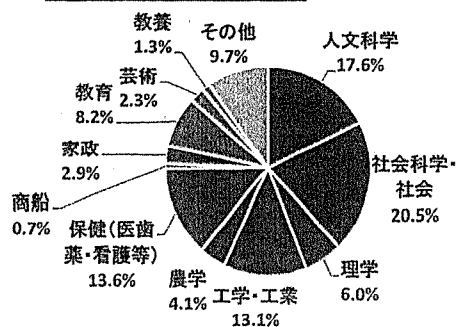
● 地域別 (n=3386)



● 学校種×学年別 (n=3386)

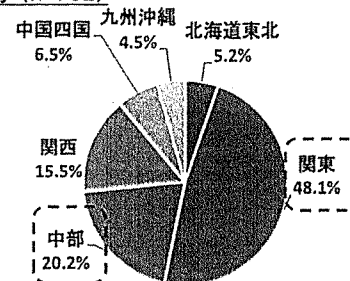
	大学 1・2年生	大学 3年生	大学 4～6年生	大学院生 (修士・博士)	短大 +高専
全体	11.9%	26.8%	41.8%	11.8%	7.7%
北海道・東北	1.1%	2.7%	4.3%	1.3%	1.0%
関東	4.8%	9.0%	13.9%	3.6%	1.4%
中部	1.7%	4.1%	5.8%	1.5%	1.9%
近畿	2.3%	5.7%	9.5%	3.3%	1.2%
中国・四国	0.7%	2.2%	3.5%	0.8%	0.8%
九州・沖縄	1.5%	3.1%	4.8%	1.2%	1.2%

● 専攻分野別 (n=3386)

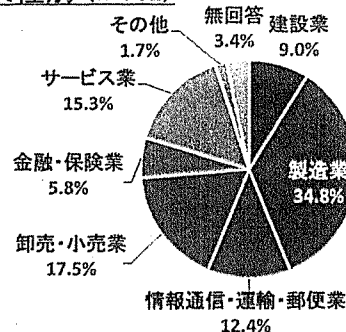


企業等

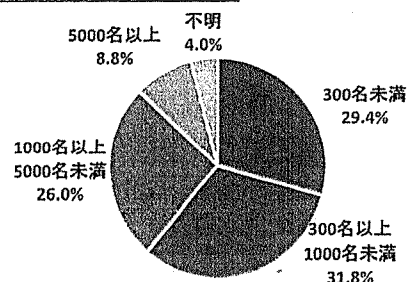
● 地域別 (n=701)



● 業種別 (n=701)

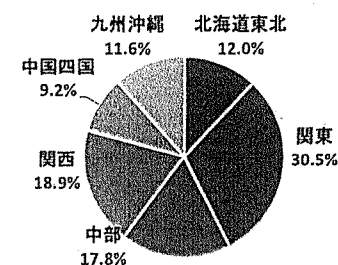


● 従業員規模別 (n=701)

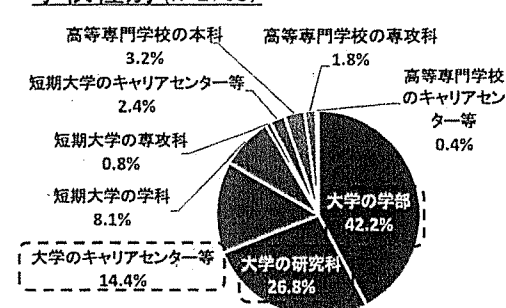


大学等

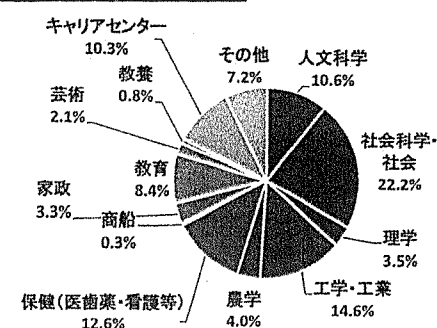
● 地域別 (n=1019)



● 学校種別 (n=2768)



● 専攻分野別 (n=2630)



3. インターンシップ実施状況①

- ・ 学生: 参加率は全回答者ベース、参加期間・応募ルートは実施者(のべ)ベース
- ・ 企業: 実施率は全回答者ベース、実施期間は実施社ベース、募集ルートは実施社(のべ)ベース
- ・ 大学: 実施率は全回答者ベース、実施期間は実施組織ベース、企業開拓ルートは実施組織(のべ)ベース

- ・ インターンシップの参加/実施率は、学生が約3割、企業等は5割強、大学等は約6割
- ・ 実施期間は、学生・企業等(実施ベース)で5日未満が多いのに対し、大学等(実施・把握ベース)では5日以上1か月未満で8割強
- ・ 企業等の過半数は自社による独自募集を導入。学生も自主応募が6割近くを占める

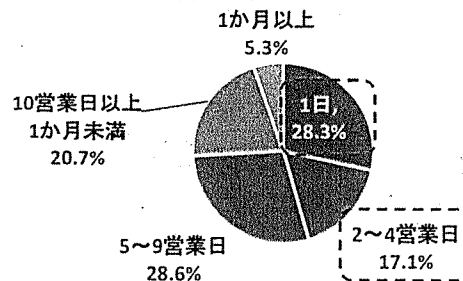
学生

● 参加率 (n=3386)

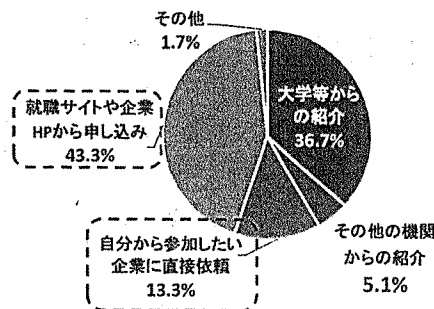
(縦100%)	全体	大学 1・2年生	大学 3年生	大学 4～6年生	大学院生 (修士・博士)	短大 +高専
インターン あり	30.5%	5.0%	27.9%	38.5%	38.7%	23.1%
インターン なし 実習あり	19.5%	12.9%	17.8%	21.3%	15.3%	32.3%
インターンも 実習もなし	50.0%	82.1%	54.3%	40.2%	46.0%	44.6%

※ 実習=特定の資格取得に係る実習
(教育実習、看護実習、臨床実習等)

● 参加期間 (n=1083)

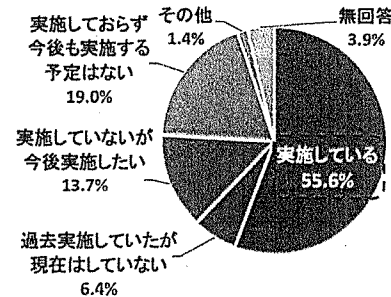


● 応募ルート (n=1083)

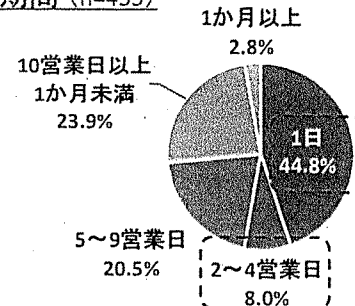


企業等

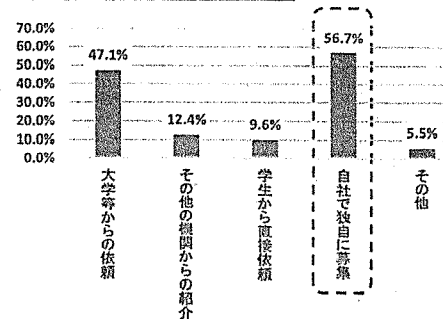
● 実施率 (n=701)



● 実施期間 (n=435)

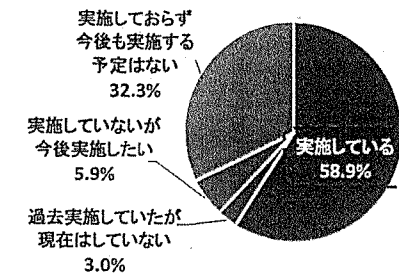


● 募集ルート (n=510; MA)

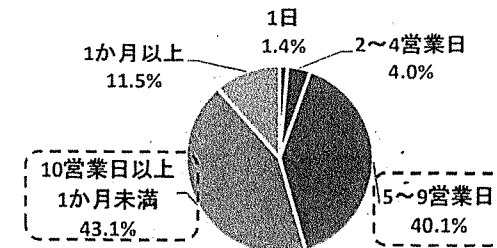


大学等

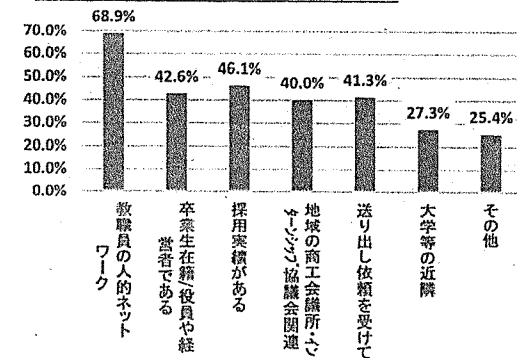
● 実施率 (n=2782)



● 実施期間 (n=2491)



● 企業開拓ルート (n=2450; MA)



3. インターンシップ実施状況②

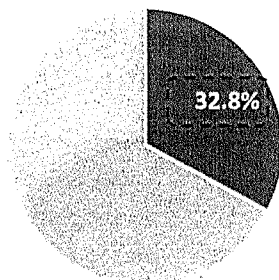
- ・ 学生: いずれも実施者(のべ)ベース
- ・ 企業: いずれも実施社(のべ)ベース
- ・ 大学: いずれも実施組織(のべ)ベース

- ・ 学生の3割強が、「単位取得の成果があった」と回答
- ・ 企業等の4割強が単位認定に関連したインターンシップを実施
- ・ 報酬については、学生・企業等いずれも約半数が「支給なし」

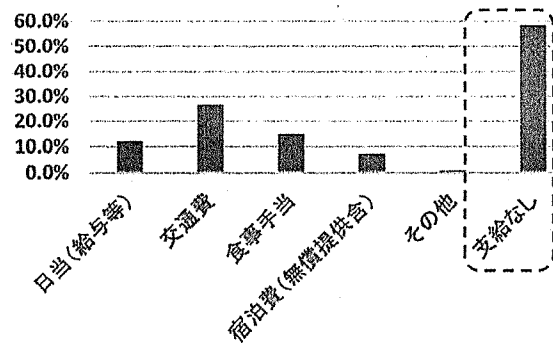
学生

● 単位取得状況 (n=1083)

※インターンシップについて「単位取得」の成果が「大いにあった」「ややあった」と回答した学生の割合

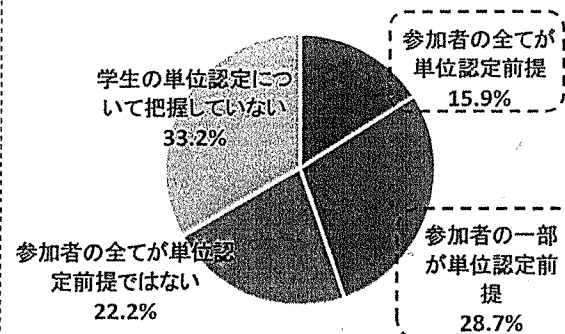


● 報酬の有無 (n=1083; MA)

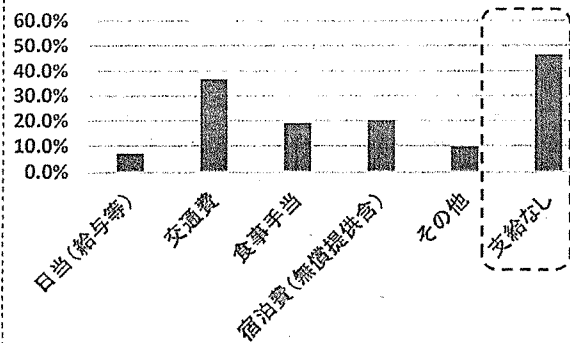


企業等

● 単位化の状況 (n=509)

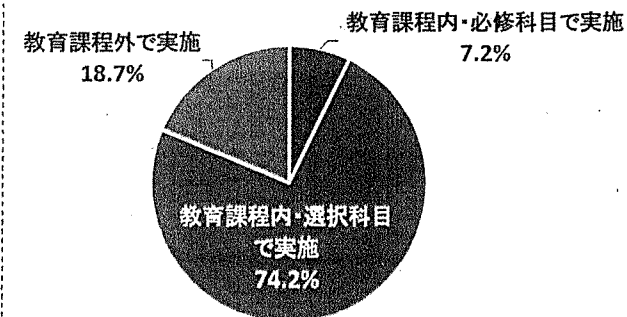


● 報酬の有無 (n=511; MA)



大学等

● 実施形態 (n=2511)



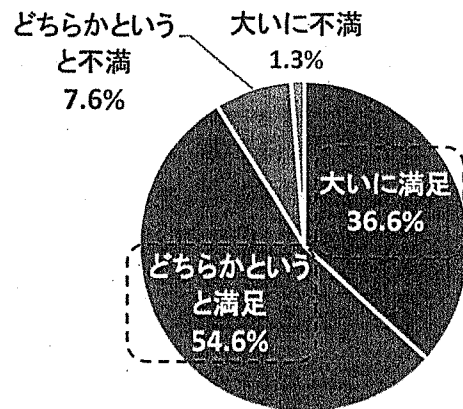
4.満足度、継続意向

- ・ 学生:いずれも実施者(のべ)ベース
- ・ 企業:いずれも実施社(のべ)ベース
- ・ 大学:満足度は実施組織(のべ)ベース、継続意向は実施組織ベース

- ・ 学生の9割以上がインターンシップに満足。一方の企業等は3割近くが不満としている
- ・ 大学等については、「質的不満(教育的効果)」が1割程度に留まるのに対し、「量的不満(学生の参加者数)」は3割強となっている
- ・ 継続意向は、企業等・大学等いずれも極めて高い

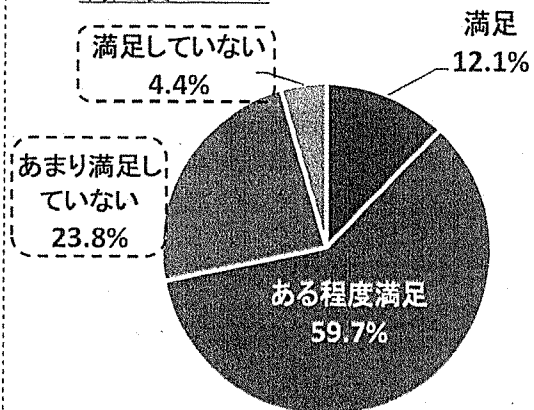
学生

● 満足度 (n=1083)

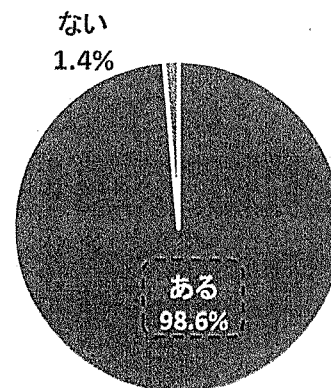


企業等

● 満足度 (n=496)

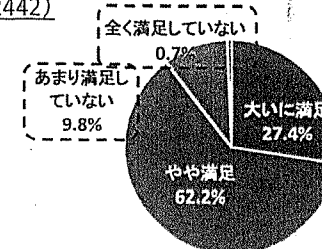


● 継続意向 (n=496)

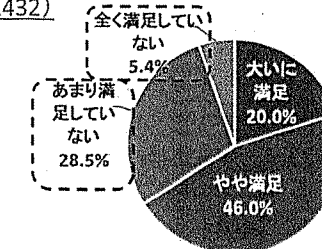


大学等

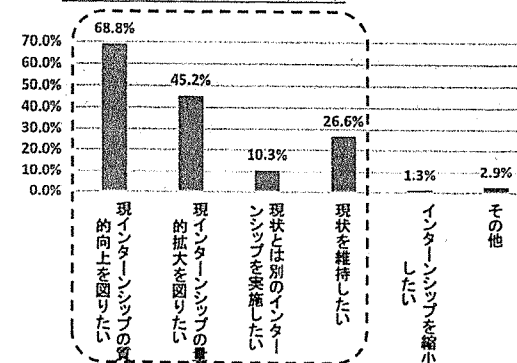
● 質的な満足度(教育的効果) (n=2442)



● 量的な満足度(学生の参加者数) (n=2432)



● 継続意向 (n=1556; MA)



5. インターンシップの内容

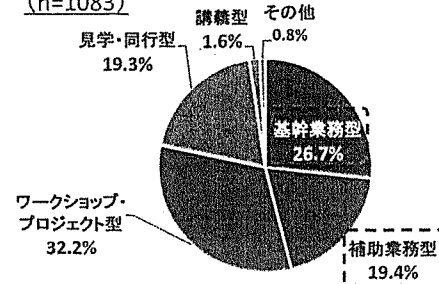
- ・ 学生: いずれも実施者(のべ)ベース
- ・ 企業: いずれも実施社(のべ)ベース
- ・ 大学: いずれも実施組織(のべ)ベース

- ・ 学生及び企業等で最も多い形態は「業務経験型(基幹業務型+補助業務型)」で5割弱。ワークショップ・プロジェクト型は3割程度。見学・同行型も2割程度を占める。「講義のみ」は僅少
- ・ インターンシップへの期待は、学生・企業等・大学等いずれも「キャリア関連」「業界・企業研究関連」で高く、「就職関連」は限定的
- ・ 「学習・スキル獲得関連」は、期待においては大学等が顕著に高いが、成果は学生とほぼ同水準にとどまっている

学生

● インターンシップ内容(形態別割合)

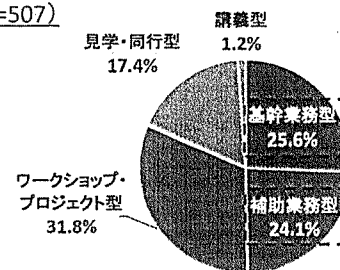
(n=1083)



企業等

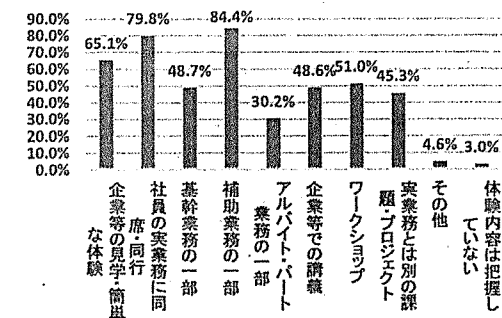
● インターンシップ内容(形態別割合)

(n=507)



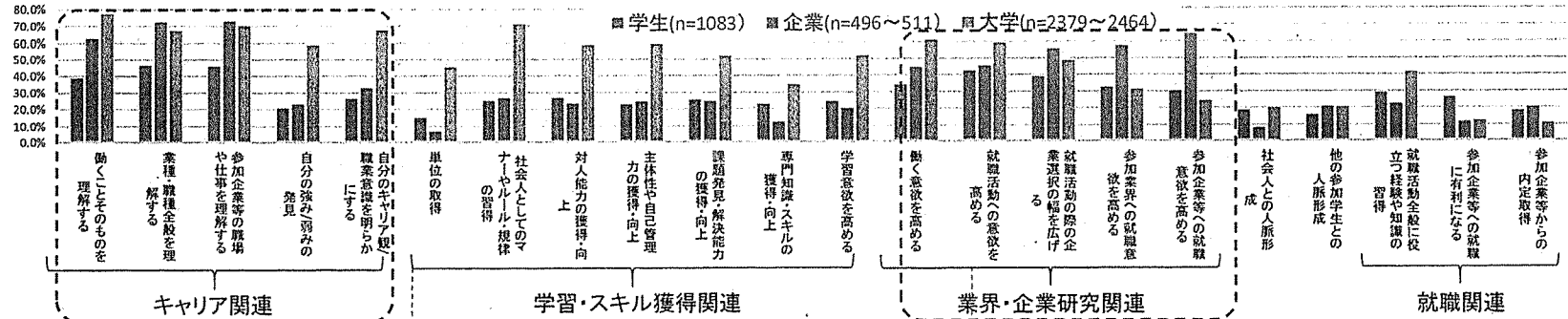
大学等

● インターンシップ内容 (n=2454; MA)



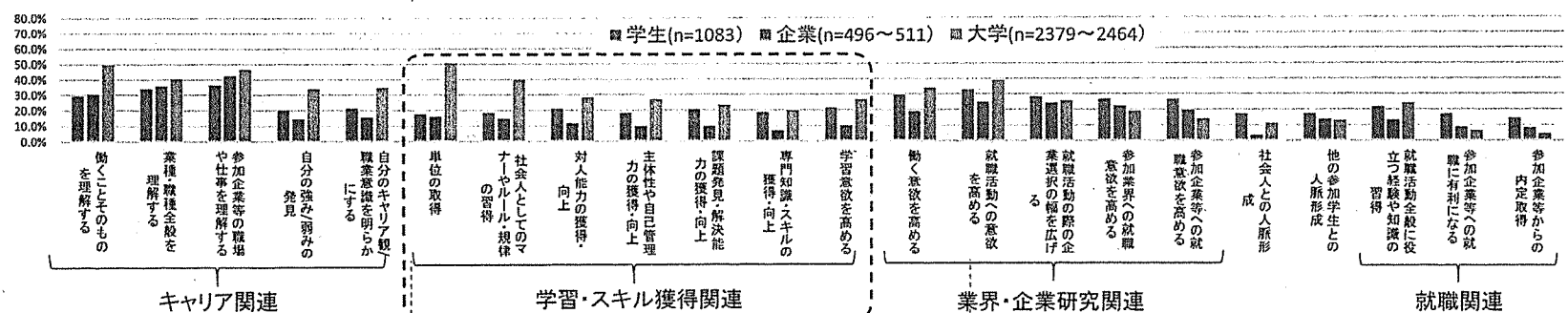
● 期待

※「大いに期待する」の割合



● 成果

※「大いに成果があった」の割合



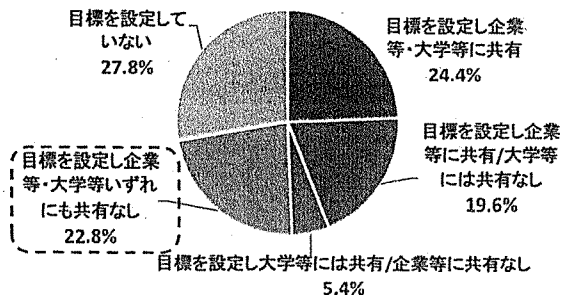
6.教育的効果を高める取り組み①

- ・ 学生:いずれも実施者(のべ)ベース
- ・ 企業:いずれも実施社(のべ)ベース
- ・ 大学:いずれも実施組織(のべ)ベース

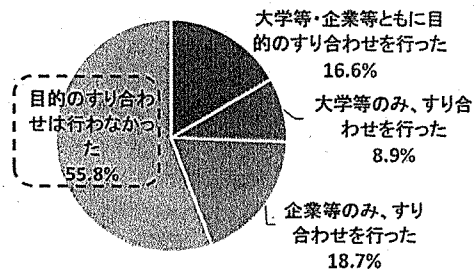
- ・ インターンシップ参加にあたって目標を設定している学生は7割程度。但し2割強は企業等・大学等いずれにも共有していない
- ・ 学生の半数強、企業等の3/4が、他者との目的のすり合わせを行っていない
- ・ 学生の半数以上が、事前事後学習を受けていない。事前事後ともに受けた学生は2割弱にとどまっている

学生

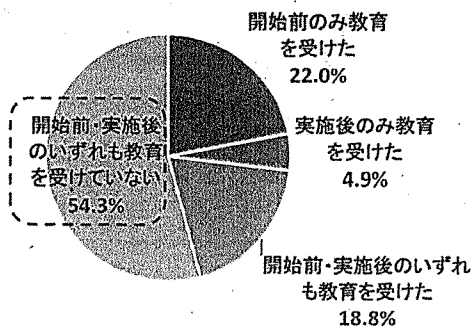
● 参加にあたっての目標設定の有無 (n=1083)



● 目的すり合わせの有無 (n=1083)

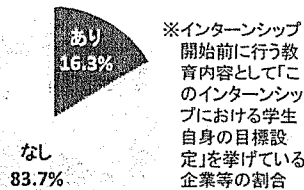


● 事前事後教育の有無 (n=1083)



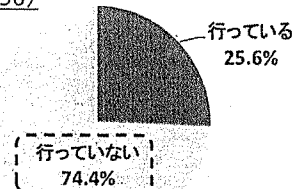
企業等

● 参加学生の目標設定の有無 (n=508)

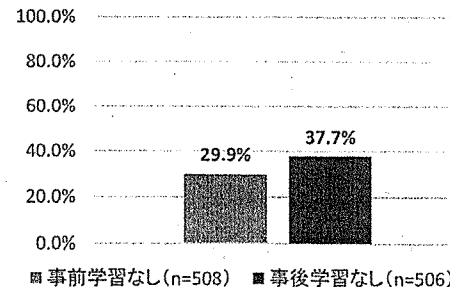


※インターンシップ開始前に行う教育内容として「このインターンシップにおける学生自身の目標設定」を挙げている企業等の割合

● 大学等との実施目的すり合わせの有無 (n=496)

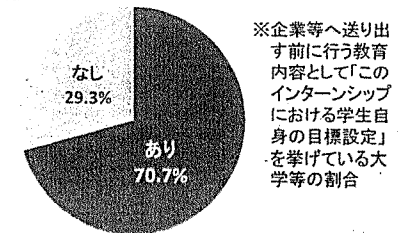


● 企業等による事前事後教育の有無



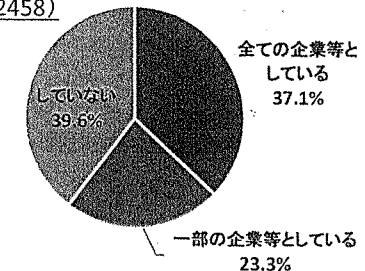
大学等

● 参加学生の目標設定の有無 (n=2440)

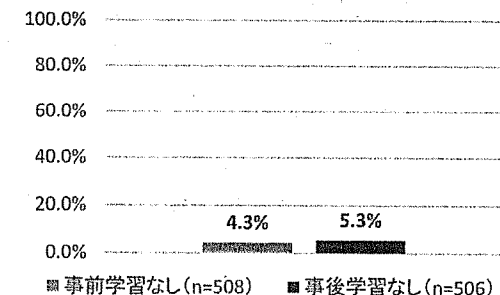


※企業等へ送り出す前に行う教育内容として「このインターンシップにおける学生自身の目標設定」を挙げている大学等の割合

● 企業等との実施目的すり合わせの有無 (n=2458)



● 大学等による事前事後教育の有無



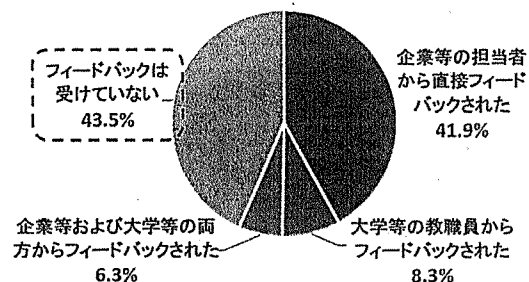
6.教育的効果を高める取り組み②

- ・ 学生:フィードバックの有無は実施者(のべ)ベース、フィードバック評価の根拠はフィードバックあり回答者ベース
- ・ 企業:いずれも実施社(のべ)ベース、
- ・ 大学:評価の有無・評価の有無とその根拠は実施組織(のべ)ベース、振り返りの連携は実施組織ベース

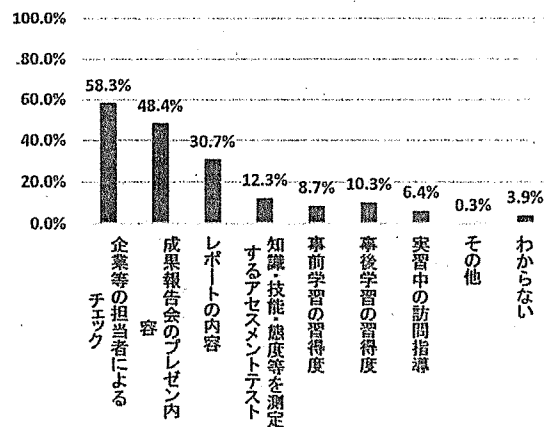
- ・ 学生の4割強が、フィードバックを受けていない。大学等からのフィードバックを受けた学生は15%程度にとどまっている
- ・ 企業等の半数強が、学生へのフィードバックを実施。4割弱は大学等へも行っている。一方で3割弱はいずれにもフィードバックなし
- ・ 評価は個別企業等に委ねられている傾向

学生

● フィードバックの有無 (n=1083)

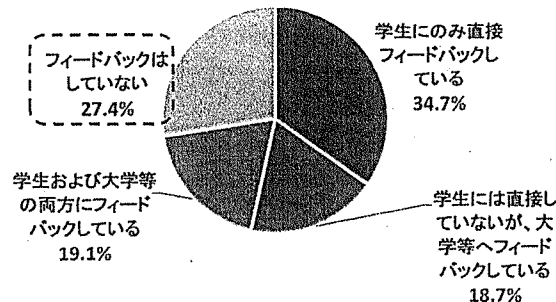


● フィードバック評価の手法 (n=612; MA)

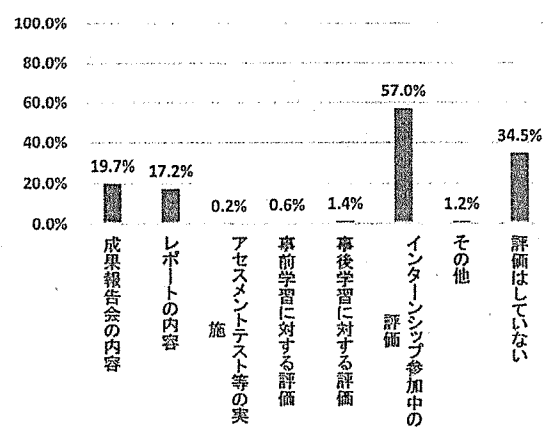


企業等

● フィードバックの有無 (n=507)

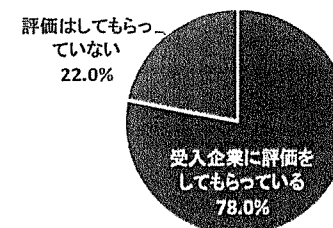


● 評価方法 (n=507; MA)

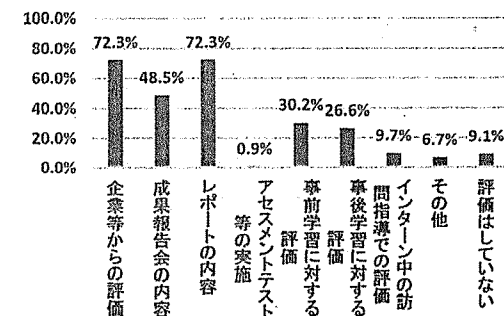


大学等

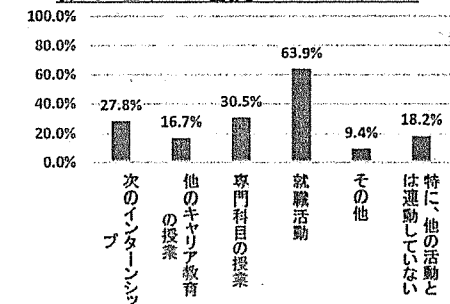
● 評価の有無 (n=2461)



● 評価方法 (n=2468; MA)



● 振り返りの連携 (n=1943; MA)



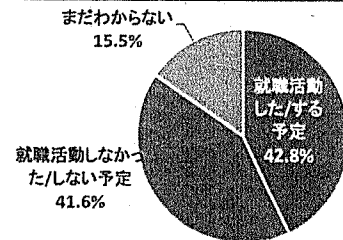
7.就職との関係の実態

- ・ 学生: いずれも実施者(のべ)ベース
- ・ 企業: 採用活動上の取り扱い・採用選考上の取り扱いは実施社(のべ)ベース、応募/入社状況は実施社ベース
- ・ 大学: 実施組織(のべ)ベース

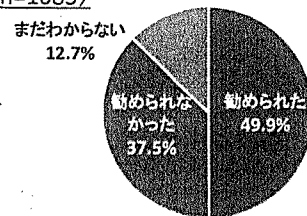
- ・ インターン先への就職活動の有無は拮抗、プレエントリーを勧められた実態の有無も二分。2割強がインターン先から内定を取得
- ・ 企業等でのインターン参加学生の採用広報活動上の取り扱いは、半数弱は「一切行っていない」か「解禁後に案内」。採用選考上の取り扱いについては、半数強が「一切行っていない」
- ・ インターンシップ実施目的として「仕事理解の促進」「学生自身のキャリア観の明確化」を挙げる大学等が8～9割であるのに対し、「就職実績の向上」は約25%と低い

学生

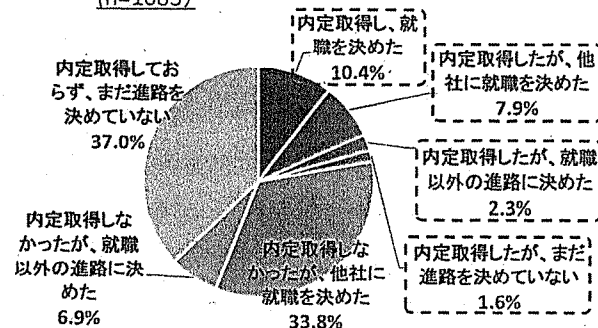
● インターン先への就職意向 (n=1083)



● プレエントリーを勧められた実態 (n=1083)

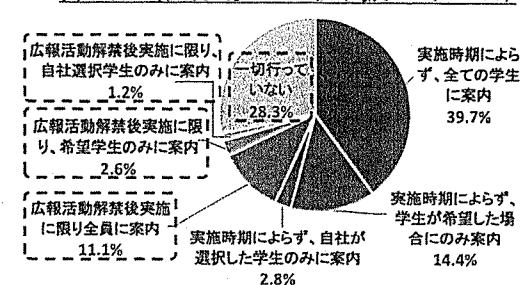


● インターン先への就職(内定)の実態 (n=1083)

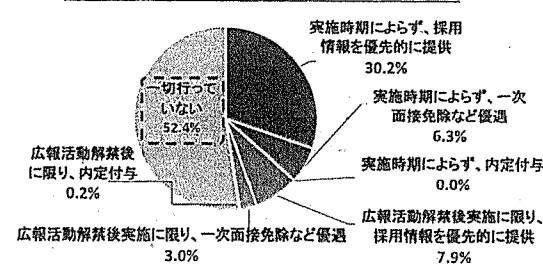


企業等

● 採用広報活動上の取り扱い (n=506)



● 採用選考上の取り扱い (n=504)

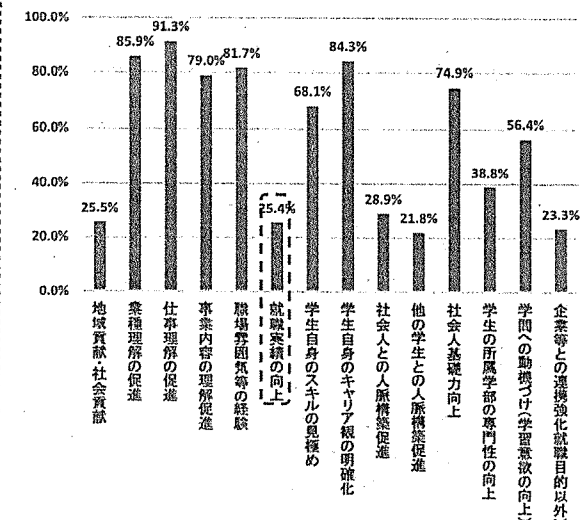


● 応募/入社状況 ※過去3年間累計 (n=360~415)

平均(人)	大学生	大学院生	短大生	高専生
インターン参加	98.6	14.3	2.3	2.5
採用応募	58.9	7.4	0.5	0.4
入社	5.8	1.7	0.2	0.3

大学等

● インターンシップの実施目的 (n=2495)



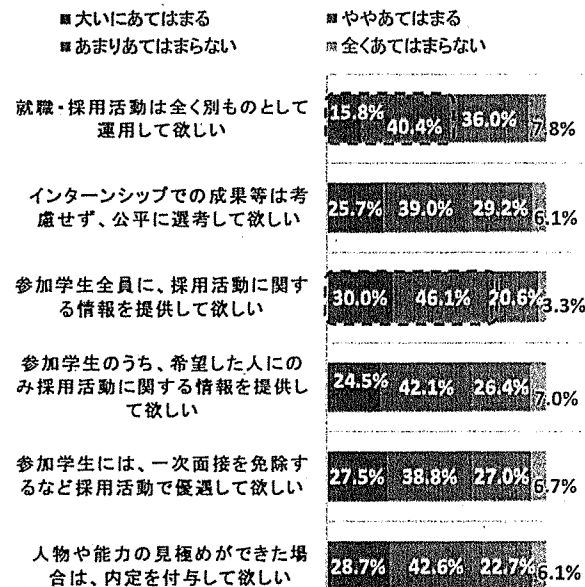
8.就職との在り方に関する意見

- ・ 学生:実施者(のべ)ベース
- ・ 大学(インターン実施):実施組織ベース
- ・ 大学(インターン非実施):非実施組織ベース

- ・ 学生の半数以上は、インターンシップと就職採用活動との別運用を希望する一方、採用情報の提供希望も一定数あり、賛否はわかれる
- ・ 大学等も、採用情報の提供については否定派と肯定派に回答がわかれる。採用上の優遇措置には否定的

学生

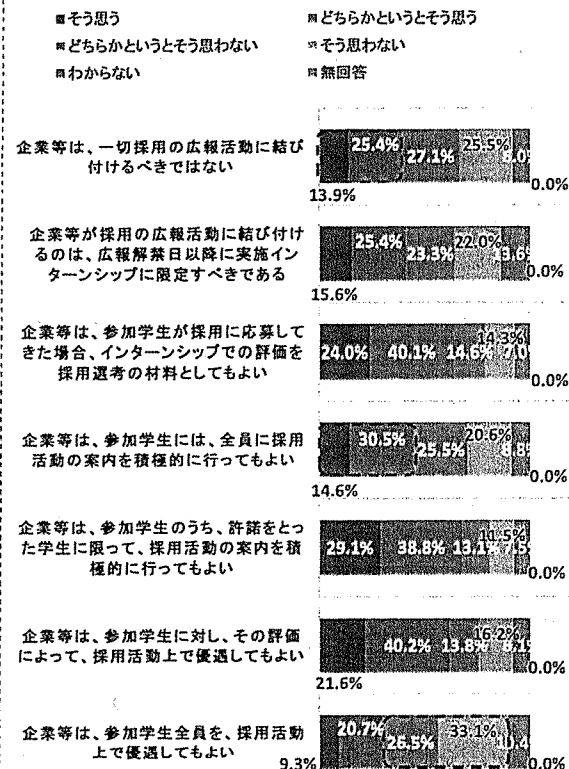
● インターンシップ情報の取り扱いに対する意向 (n=1033)



大学等の学部・キャリアセンター等

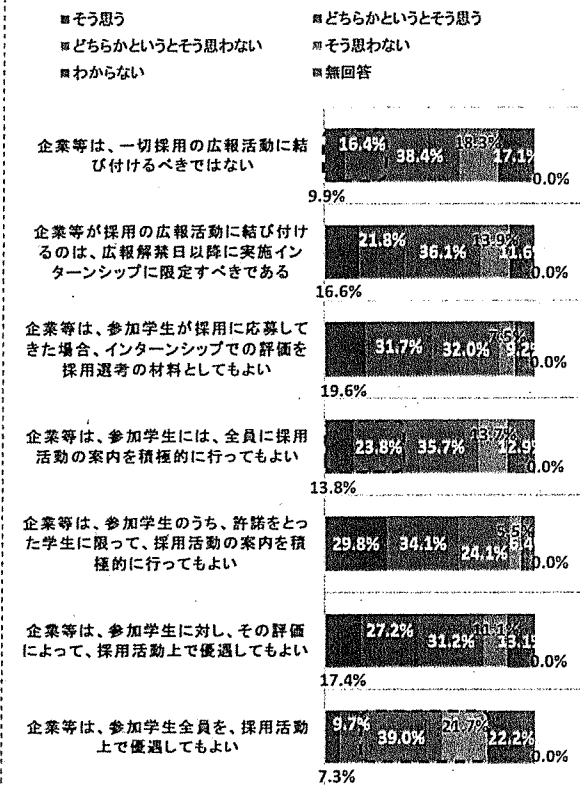
(インターン実施)

● インターンシップ情報の取り扱いに対する意向 (n=1560~1567)



(インターン非実施)

● インターンシップ情報の取り扱いに対する意向 (n=1058~1073)



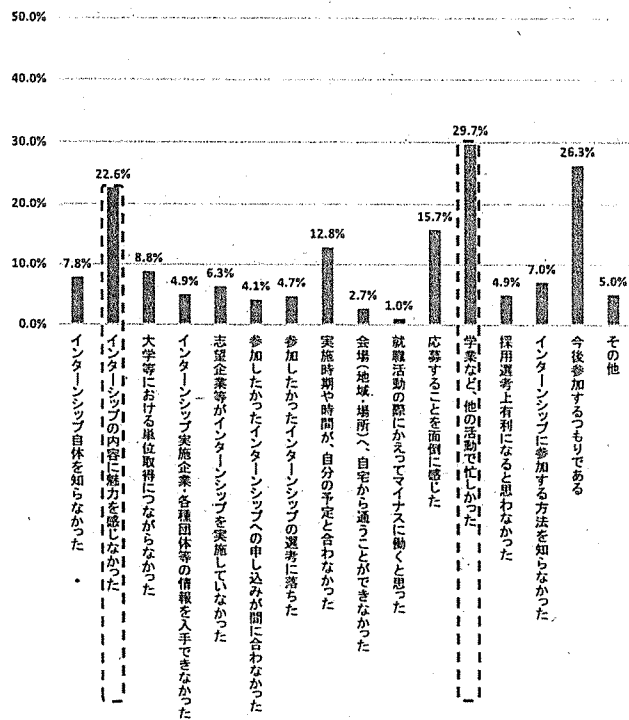
9.実施における課題

- ・ 学生:不参加者ベース
- ・ 企業:実施社ベース
- ・ 大学:非実施組織ベース

- ・ 学生の不参加理由は「忙しい」「魅力を感じない」がトップ2
- ・ 企業等の6割前後が、「社内調整」「人員・場所確保」を課題に挙げている。「採用に繋がらない」は3割程度
- ・ 非実施の大学等においては、3割がカリキュラムの過密さを指摘。また2割近くが希望者数不足・教職員不足を挙げている

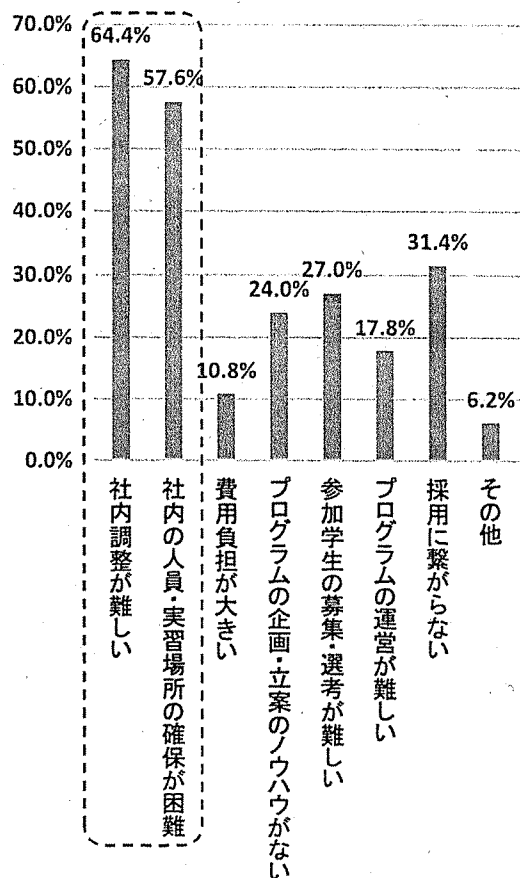
学生

● 不参加の理由 (n=2353)



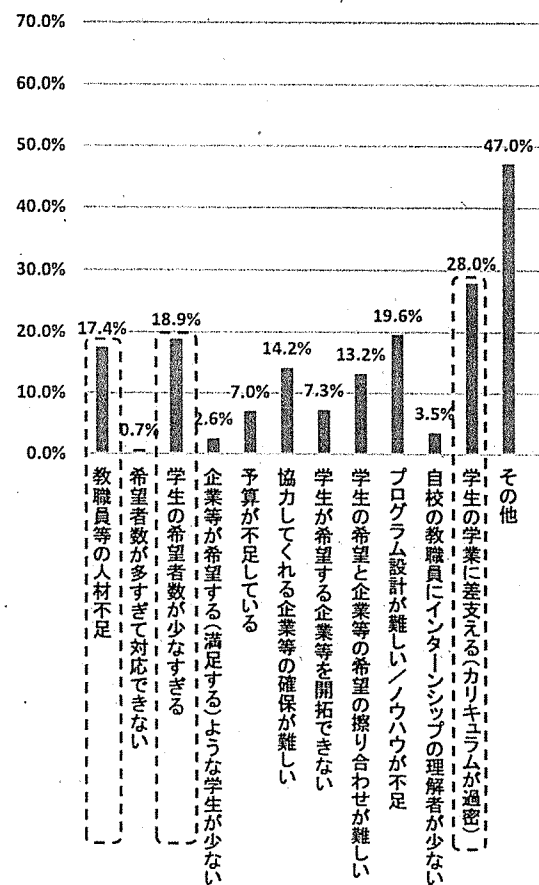
企業等

● 実施上の課題 (n=455)



大学等

● 非実施の理由 (n=1129)



インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議

(平成28年6月16日設置)

【目的】

- 大学等におけるインターンシップについては、文部科学省、厚生労働省、経済産業省の三省により、インターンシップに関する共通した基本的認識及び今後の推進方策の在り方等を定めた「インターンシップの推進に当たっての基本的 考え方」（平成9年9月18日策定、平成26年4月8日一部改正）に基づき推進を図っているところ。
- インターンシップの現状や課題、大学等における実施状況等を踏まえ、適正な インターンシップの普及に向けた方策やさらなる推進に向けた具体的な方策等を検討。

【調査研究事項】

(1) インターンシップの類型化・推進方策について

- 教育的効果（学生の能力向上、新たな学習意欲の喚起、高い職業意識の育成等）、単位認定の有無・大学等の関与、実習内容・参加学年・実習期間等の区分によりインターンシップの類型分けを行い、各類型ごとの推進方策等について検討・意見交換を行う（好事例に取り組んでいる大学等によるヒアリング等も行い参考にする）。

(2) 適正なインターンシップの普及に向けた方策について

- 就職・採用活動との関係も含め、以下の事項について調査・検討を行う。
 - ① インターンシップに関する大学等・学生・企業のニーズ
 - ② 企業がインターンシップで取得した学生情報の取扱いの在り方
 - ③ 中小企業が多様なインターンシップ・プログラムを有効かつ柔軟に活用できる方策の在り方
 - ④ その他（地方創生の観点等）

※本協力者会議の庶務は、厚生労働省職業安定局派遣・有期労働対策部企画課若年者雇用対策室及び経済産業省経済産業政策局産業人材政策室と連携し、文部科学省高等教育局専門教育課において処理。

インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議 委員名簿

五十嵐	敦	福島大学 総合教育研究センターキャリア研究部門 教授
岡 崎	仁 美	全国求人情報協会 新卒等若年雇用部会 事務局 (株) リクルートキャリア 就職みらい研究所 所長
○荻 上	紘 一	東京都立大学名誉教授、大学評価・学位授与機構名誉教授 前大妻女子大学学長
加 藤	敏 明	元立命館大学教授
小 林	信	全国中小企業団体中央会 事務局次長
小 林	治 彦	日本商工会議所 産業政策第二部長
高 橋	弘 行	日本経済団体連合会 労働政策本部長
崔	耿 美	九州インターンシップ推進協議会 事務局次長
深 澤	晶 久	実践女子大学 大学教育研究センター 特任教授
藤 巻	正 志	経済同友会 執行役
堀	有喜衣	(独) 労働政策研究・研修機構 主任研究員
松 高	政	京都産業大学 経営学部 准教授
門 間	由記子	ジョブカフェ石川 インターンシップコーディネーター

計 13 名 (敬称略・五十音順、○：座長)

インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議 審議経過

○第1回

日 時： 平成28年7月12日（火）

議 事： （1）協力者会議の運営について
（2）協力者会議の設置趣旨及び協議事項について
（3）その他

○第2回

日 時： 平成28年10月18日（火）

議 事： （1）インターンシップの取組に関する事例発表について
（2）その他

○第3回

日 時： 平成29年2月2日（木）

議 事： （1）インターンシップ推進のための課題及び具体的効果・有用性に関する
調査結果（概要版）について
（2）インターンシップの推進方策について
（3）その他

○第4回

日 時： 平成29年5月17日（水）

議 事： インターンシップの更なる充実に向けて（議論の取りまとめ（案）について）

