



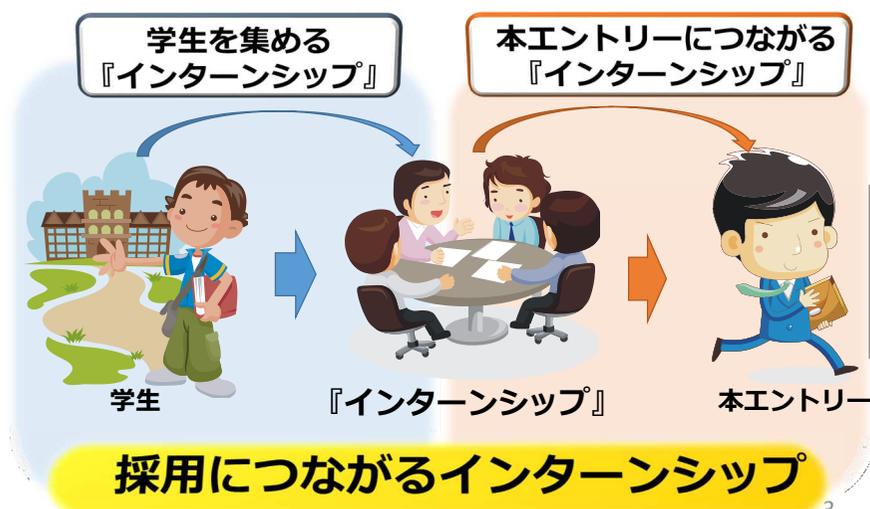
Contents

- | | |
|-----------------|------------------------|
| 1.リアルインターンシップとは | 7.データセット |
| 2.問題意識 | 8.実態調査 |
| 3.発表の枠組み | 9.仮説の検証 |
| 4.先行研究(学生のニーズ) | 10.私たちが考える
インターンシップ |
| 5.研究枠組み | 11.インプリケーション |
| 6.仮説の導出 | 12.研究の限界 |
| | 13.16卒採用へ向けて |
| | 14.参考文献 |



2

1.リアルインターンシップとは



3

2.問題意識

『**インターンシップ**』は企業と学生が直接接触する貴重な機会である。

- 人材育成 + a
- ミスマッチ解消
- 労働力
- CSR(企業の社会的責任)

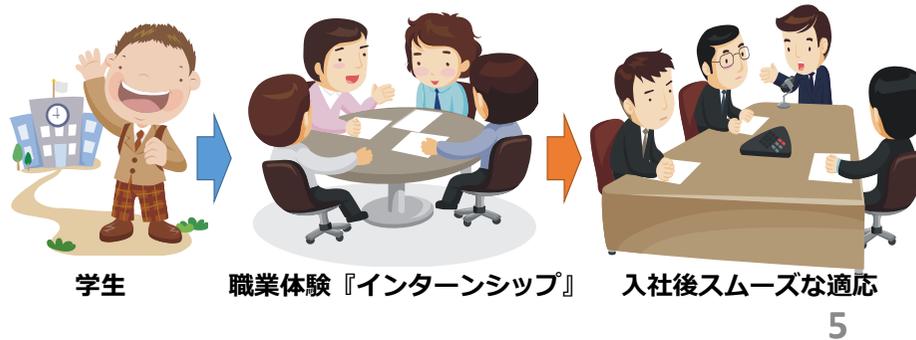
『**インターンシップ**』の
役割が変化してきている! ?

4

2.問題意識

従来の『インターンシップ』

大学生や大学院生を対象として、実際に仕事を体験してもらい、リアルな職業体験をしてもらい、入社後仕事への適応をスムーズにする仕組み



2.問題意識

近年の『インターンシップ』

学生の社会人基礎力を養うことで就業力を高める一方で、自社のイメージアップをはかり、多くの学生に知ってもらおうとする



2.問題意識

私たちが研究したいこと

採用につながるインターンシップ、つまり多くの学生に本エントリーを促すインターンシップとはどのようなものかを明らかにしたい



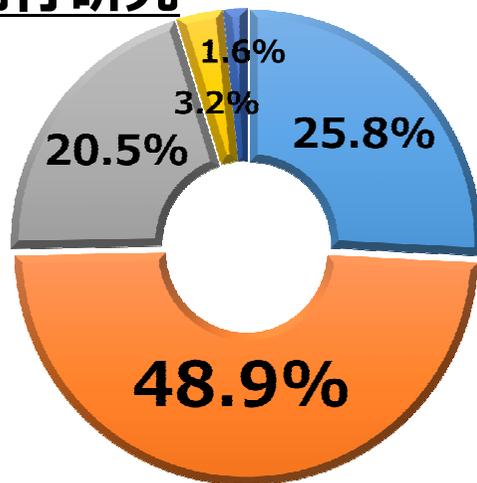
3.発表の枠組み



4. 先行研究

理想の参加期間

- 1日
- 2日以上～1週間未満
- 1週間以上～2週間未満
- 2週間以上～3週間未満
- 3週間以上～4週間未満



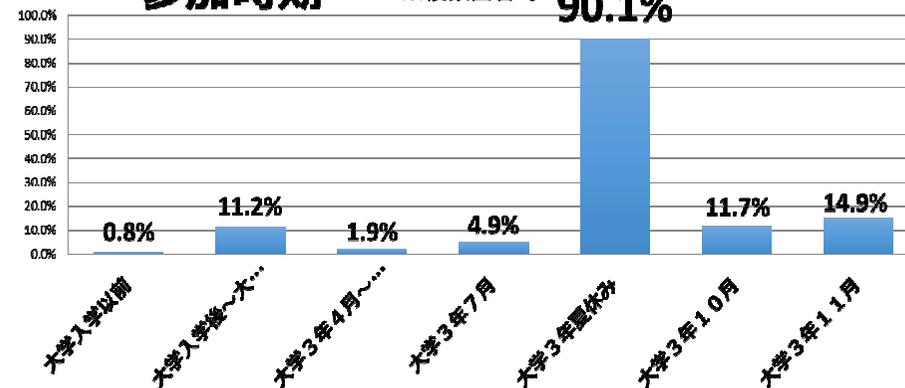
2日以上～1週間未満の期間が理想の期間であると最も多くの学生が答えている

出典: マイナビ「2015年卒マイナビ大学生 広報活動開始前の活動調査」

4. 先行研究

参加時期

※複数回答可

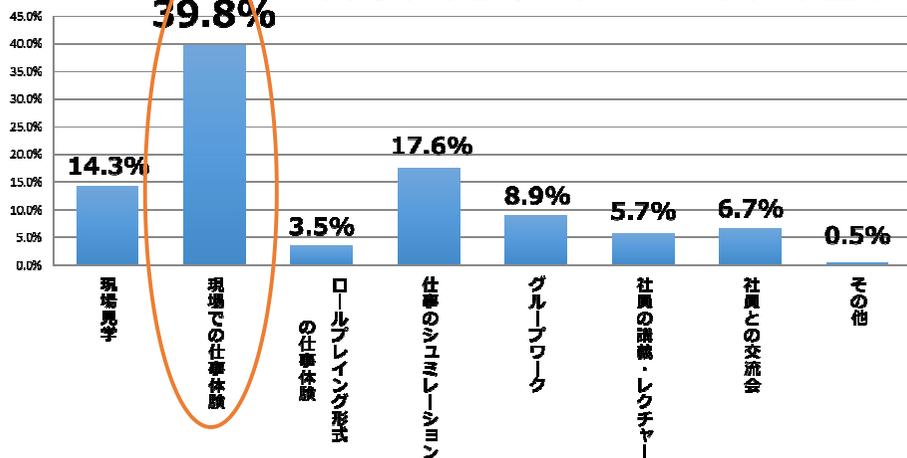


データより夏休み(8、9月)に行われるインターンシップへの参加の割合が高い。学生は長期休暇に参加する傾向がある。

出典: マイナビ「2015年卒マイナビ大学生 広報活動開始前の活動調査」

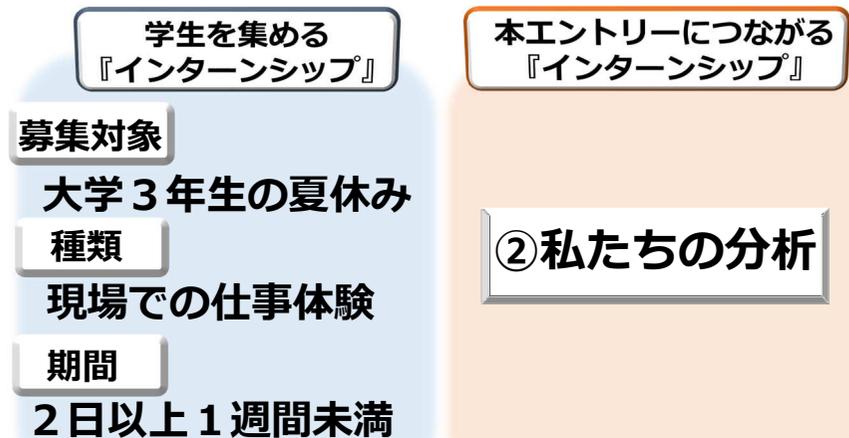
4. 先行研究

興味のあるインターンシップの種類

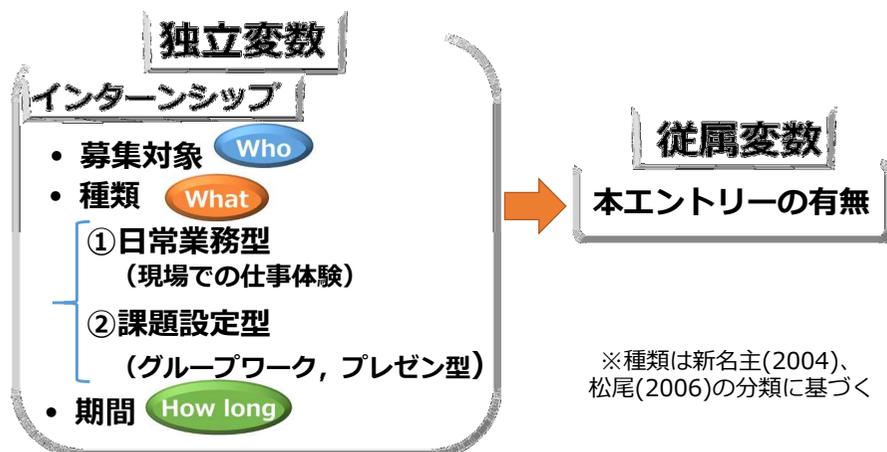


出典: マイナビ「2015年卒マイナビ大学生 広報活動開始前の活動調査」

私たちが考えるリアルインターンシップ



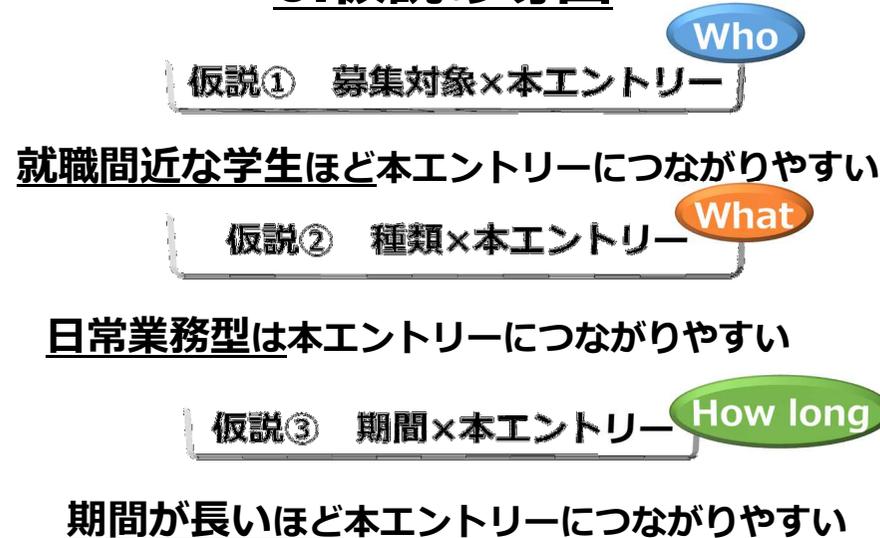
5. 研究枠組み



誰に対してどのような種類のインターンを
どのくらいの期間行ったらいいのか？

13

6. 仮説の導出



14

サunkコスト(埋没費用)

「過去に支払った費用で、
今となっては取り返しのつかないコスト」
(藤田, 2011)
=もったいない

例えば...

「このプロジェクトにはすでに10億円も投資した。
いまさらやめられない」
「はじまってすぐに退屈な映画だとわかったが、
入場料が惜しいので最後まで観つづけた」
(三浦, 2005)

15

サunkコスト(埋没費用)

「過去に支払った費用で、
今となっては取り返しのつかないコスト」
(藤田, 2011)
=もったいない

→インターンに置き換えると...

学生「就職間近の貴重な時期にインターンに
参加したから本エントリーしなければ」→仮説1へ

学生「長い間インターンに参加したから
本エントリーをしなければ」→仮説3へ

16

7.データセット

- **調査方法** ネット調査+質問紙調査
- **対象** 大学4年生
- **サンプル規模**

全体：949人

マクロミル：776人
首都大：105人
横国：68人

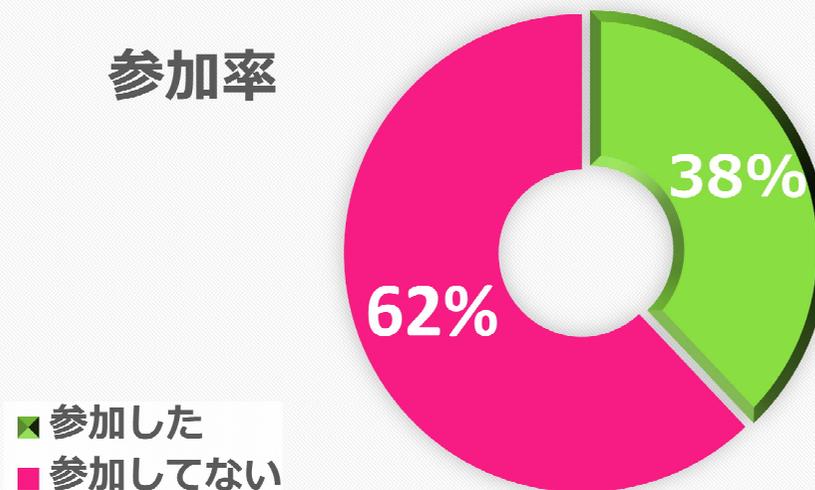


17

8.実態調査

Q.あなたはインターンシップに参加しましたか

参加率

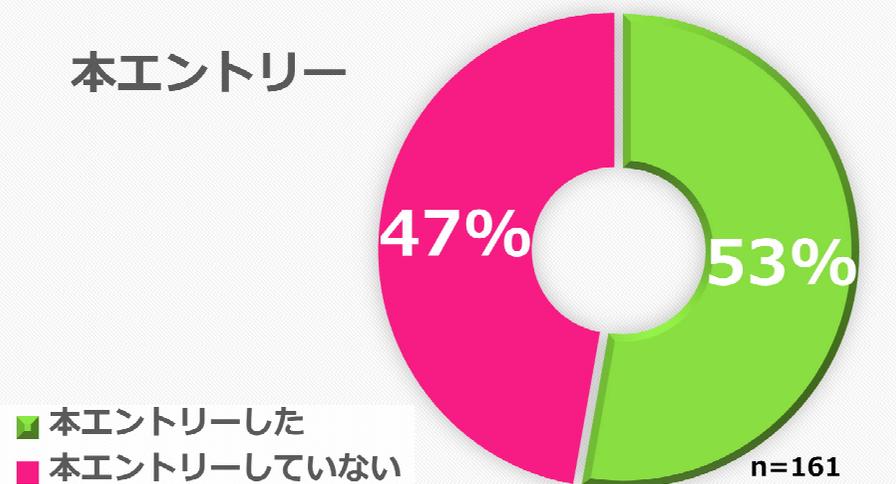


18

8.実態調査

Q.最も印象に残ったインターンシップ先に本エントリーしましたか

本エントリー



n=161

→仮説検証ではこの質問に回答したn=161を分析対象とする

9.仮説の検証

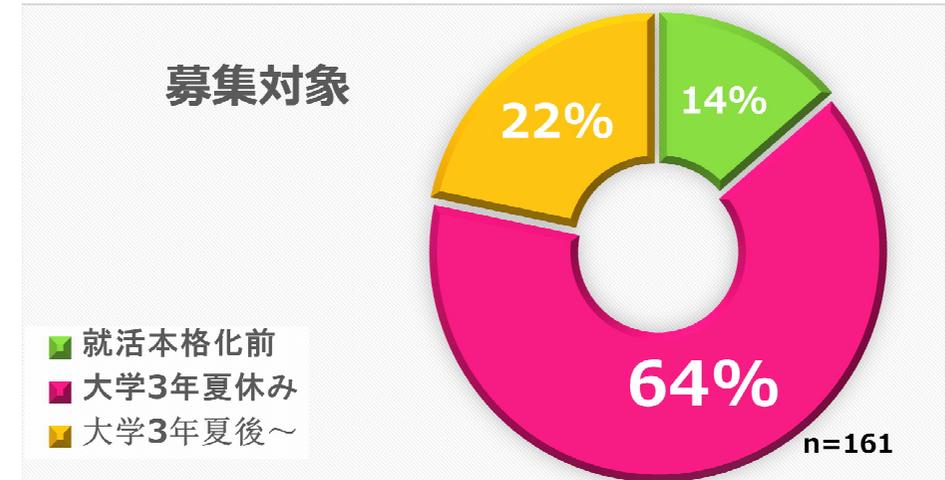
20

9. 仮説の検証

21

仮説 1 募集対象×本エントリー

就職間近な学生ほど本エントリーにつながりやすい

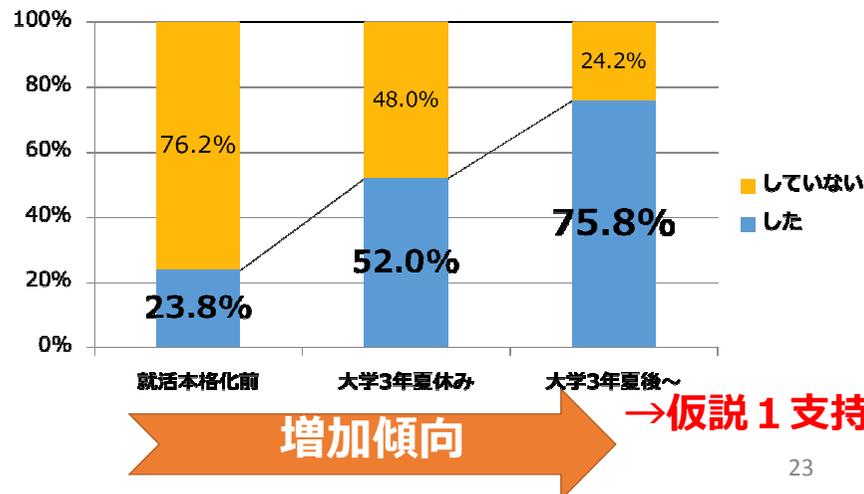


Q.参加したインターンシップの時期を教えてください

22

仮説 1 募集対象×本エントリー

就職間近な学生ほど本エントリーにつながりやすい



23

仮説 1 募集対象×本エントリー

就職間近な学生ほど本エントリーにつながりやすい

→仮説 1 支持

<考察>

早期インターン

= 「働く」ことへの興味から参加意思が起こる。
インターン参加先への就職が意識されていないのでは。

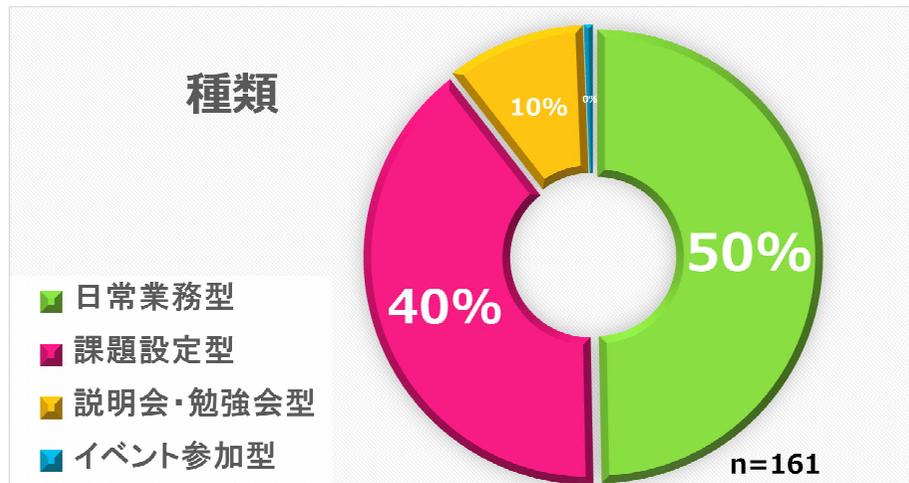
大学3年夏後のインターン

= 「インターン参加先」への興味から参加意思が起こる。
就職観が形成されている中で、インターン先の企業を選ぶため、本エントリーにつながると推測される。

24

仮説 2 種類×本エントリー

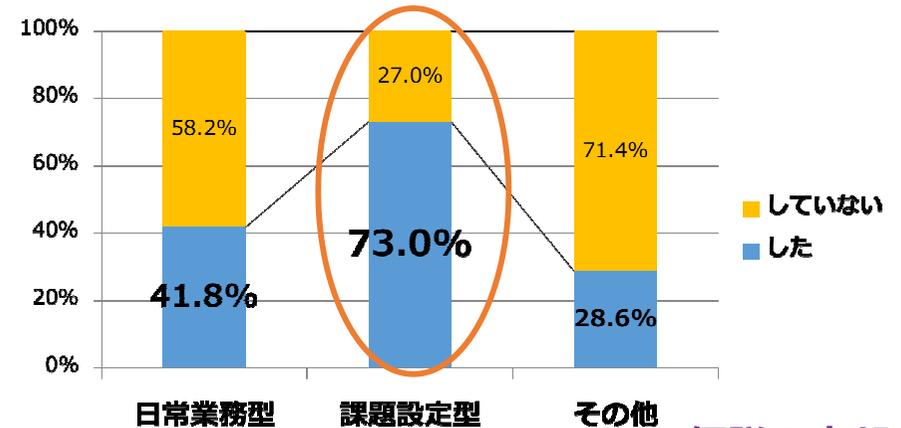
日常業務型は本エントリーにつながりやすい



Q. インターシップの内容について以下から最も近いと思うものを選択して下さい。²⁵

仮説 2 種類×本エントリー

日常業務型は本エントリーにつながりやすい



→仮説 2 棄却

26

仮説 2 種類×本エントリー

日常業務型は本エントリーにつながりやすい

→仮説 2 棄却

<考察>

日常業務型インターン

- = 学生は受動的に活動する状況が多い
- 受動的な活動では働きがいを感じづらいはず。
- 自分の能力を発揮しにくい

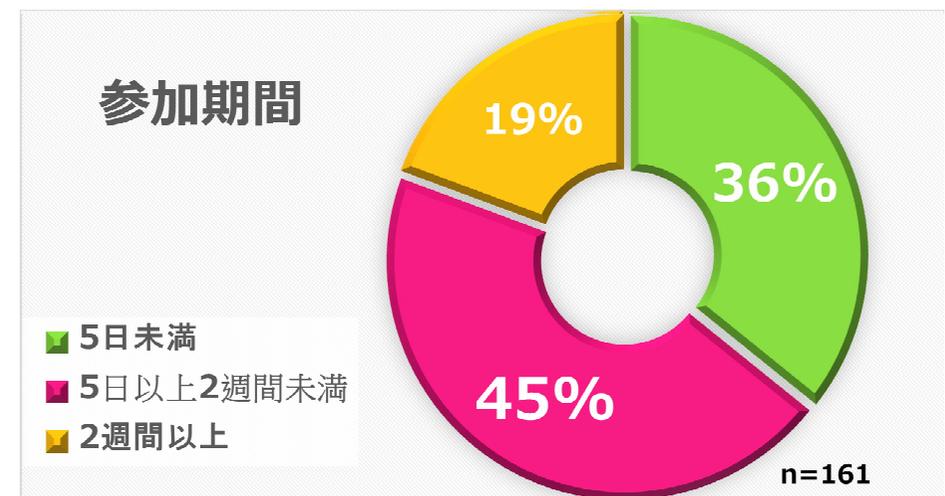
課題設定型インターン

- = 主体的に活動する状況が多い
- 主体的な活動により、働きがいをより感じた結果、就労意欲が湧き、本エントリーにつながったと推測される。
- 自分の能力を発揮しやすい

27

仮説 3 期間×本エントリー

期間が長いほど本エントリーにつながりやすい

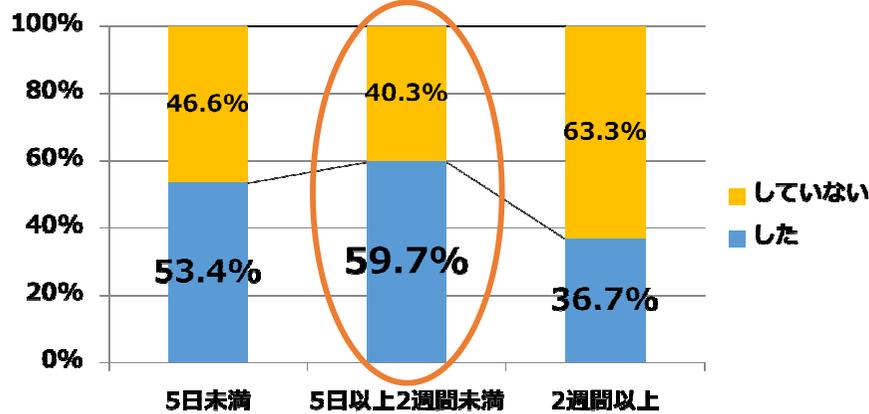


Q. 最も印象に残ったインターシップの期間を教えてください。

28

仮説 3 期間×本エントリー

期間が長いほど本エントリーにつながりやすい



5日以上2週間未満のインターンが最も本エントリーにつながりやすい。 →仮説3 棄却

29

仮説 3 期間×本エントリー

期間が長いほど本エントリーにつながりやすい

→仮説3 棄却

<考察>

インターンの期間が短すぎる場合

→企業の良い面が見えにくい可能性

インターンの期間が長すぎる場合

→企業の悪い面が見えすぎてしまう可能性

5日以上2週間未満のインターンに参加した人は、

→企業の良い面、悪い面を踏まえて本エントリーにつながったのでは？

インターンは短すぎても長すぎてもよくない！ 30

10. 私たちが考える インターンシップ

学生を集める
『インターンシップ』

募集対象

大学3年生の夏休み

種類

日常業務型

期間

2日以上 1週間未満

本エントリーにつながる
『インターンシップ』

募集対象

大学3年生の夏後

種類

課題設定型

期間

5日以上 2週間未満

リアルインターンシップ！

31

私たちが考える インターンシップ

リアルインターンシップ！

募集対象

大学3年生の夏以降

種類

学生を集める⇒日常業務型
本エントリー⇒課題設定型

期間

1週間程度

32

私たちが考える リアルインターンシップ

パターンA

- 前半 日常業務型
- 後半 課題設定型

1週間程度

パターンB

- 基本 日常業務型
- 適宜 課題設定

パターンA:1週間で前半に日常業務型、後半に課題設定型を行って学生に能力を発揮してもらう形

パターンB:1週間で日常業務型の中に課題を与えて学生に能力を発揮してもらう形

33

11.インプリケーション

- 先行研究では学生のニーズの研究が中心であったが、インターンシップの具体的なモデルを示したことで企業にとって実用的な研究成果を得ることができた。



34

12.研究の限界

- 仮説1~3の検証におけるサンプル数が少ない
- インターンシップ先の企業情報が加味されていない
- 今回の私たちの研究では15卒のデータを用いているのでこれから変わってくるであろうインターンシップに同じ研究成果を当てはめられるかは確定的ではない

13.16卒採用へ向けて

16卒以降の就活後ろ倒し



インターンシップの変化

しかし、今回のデータセットは15卒によるものなので、16卒以降のインターンシップはどうあるべきかを私たちの研究と絡めてマイナビのデータをもとに考察してみました。

36

14. 参考文献

- 新名主雪絵(2004)「インターンシップ生は何を得られたか？—実習プログラムとコミュニケーションから見えてくるもの—」『労働社会学研究』Vol.6, pp.41-72.
- 藤田精一(2011)「精算性分析における埋没費用の扱い」『早稲田国際経営研究』No.42, pp.55-64.
- 松尾睦(2006)『経験からの学習 プロフェッショナルへの成長プロセス』同文館出版
- 真鍋和博(2010)「インターンシップタイプによる基礎力向上効果と就職活動への影響」『日本インターンシップ学会年報』Vol.13, pp.9-17.
- 三浦克人(2005)「サンク・コストのレレバンス」『商経論叢』Vol.55, pp.41-74.
- マイナビ「2014年度マイナビ大学生インターンシップ調査」
http://saponet.mynavi.jp/enq_gakusei/internship/data/internship_2014.pdf アクセス日: 2014年12月15日.
- マイナビ「2015年卒マイナビ大学生 広報活動開始前の活動調査」
http://saponet.mynavi.jp/enq_gakusei/pre_action/data/pre_action_2015.pdf アクセス日: 2014年12月15日.
- マイナビ「2016年卒採用等に関する企業調査」
<http://www.mynavi.jp/news/2014/06/2016.html> アクセス日: 2014年12月2日.
- マイナビニュース <http://s.news.mynavi.jp/articles/2014/06/07/muno6/index.html> アクセス日: 2014年12月15日.

ご清聴ありがとうございました



付録

データセット

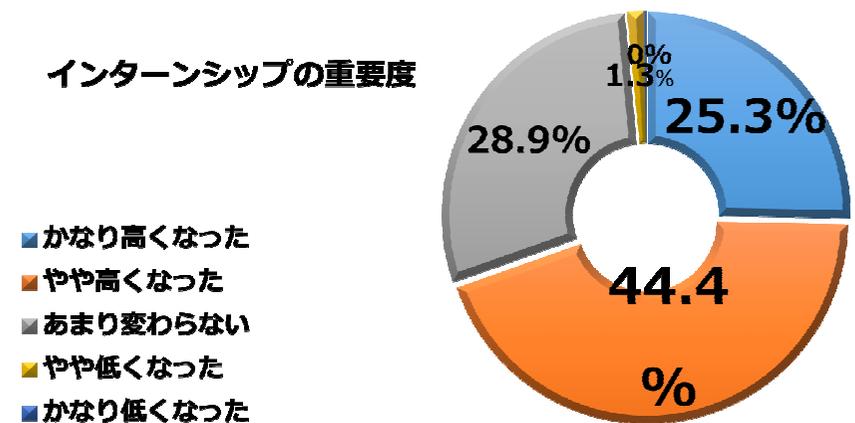
2014年度 マイナビ大学生インターンシップ調査
調査期間: 2014/9/12~2014/9/28

調査方法: 9月12日時点のマイナビ2016全会員にハイブリッドDM(WEB DM)で配信。
その後、定期的に新規登録会員にハイブリッドDM(WEB DM)を配信。

有効回答数: 3,562名 (男性1,288名、女性2,274名)

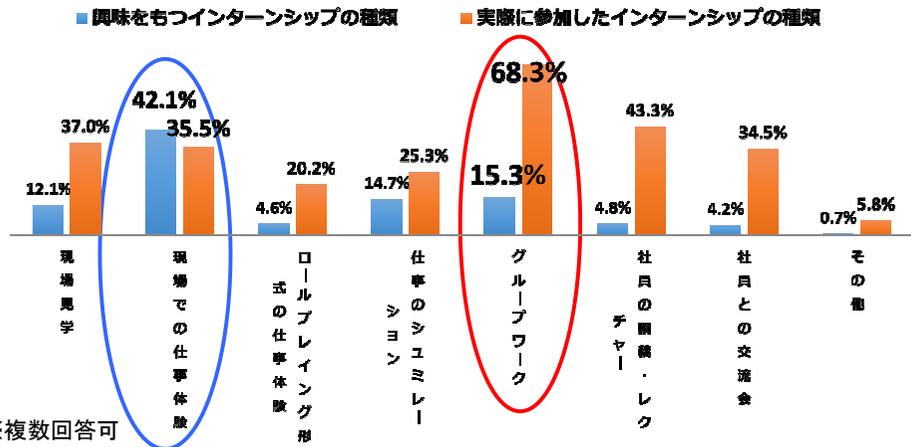
Q.先輩たちと比べてインターンシップの重要度がどうなったか

インターンシップの重要度



インターンシップの学生への影響力が増してきている!

インターンシップの種類

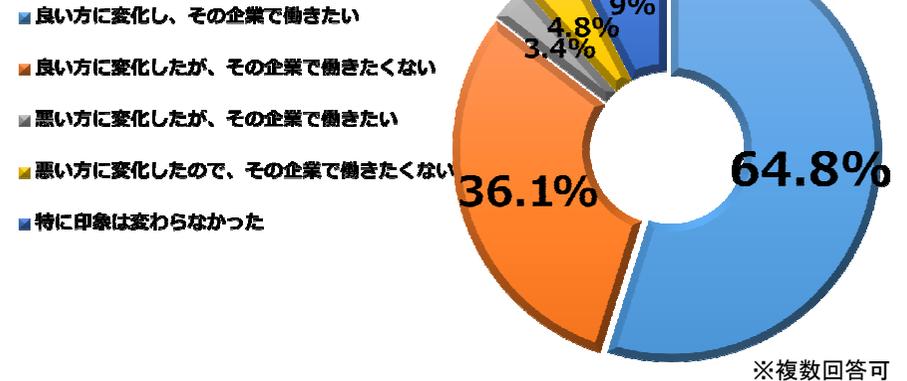


※複数回答可

興味は日常業務型のインターンシップのほうが課題設定型よりかなり多いが、実際に行われているのは課題設定型のほうが日常業務型よりも多い。

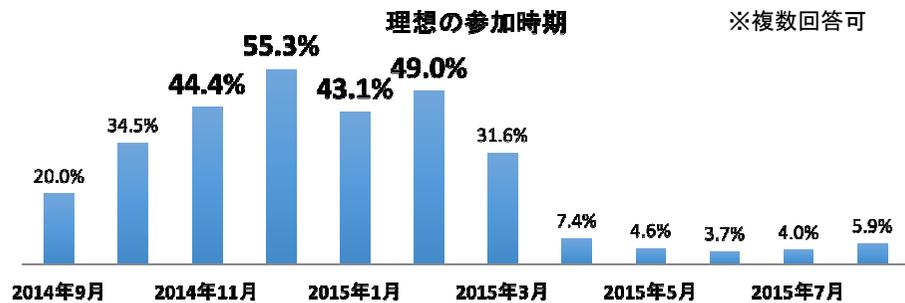
→学生のニーズには対応していない現状
しかし...

Q.インターンシップに参加してその企業の印象はどうか インターンシップ先の印象の変化



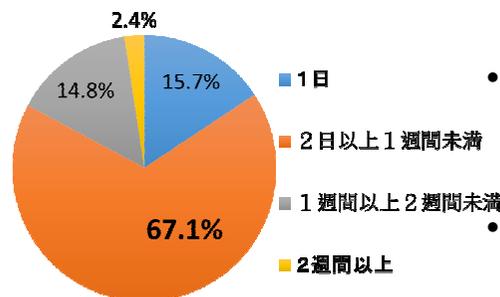
※複数回答可

学生のニーズを満たしていないにもかかわらず、本エントリー意志につながっているということは課題設定型にはやってみなければわからない魅力があり、学生は実際にやってみて満足している結果と捉えることができるのではないか。



※複数回答可

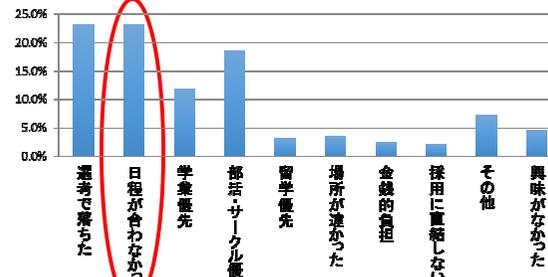
長期休暇の期間に参加しやすい期間



学生のニーズ

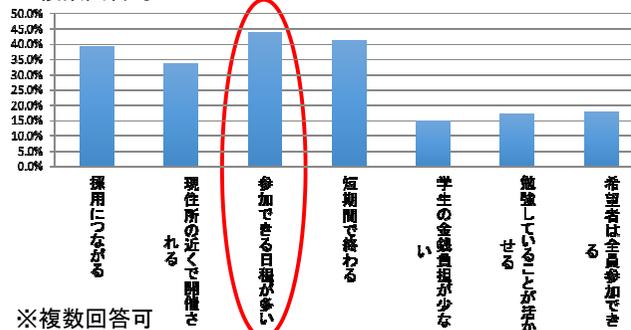
- 時期は11月～2月という冬休みや春休みのある長期休暇時期
- また長期休暇における理想の期間は2日以上1週間未満

参加しなかった理由



※複数回答可

参加したい条件



※複数回答可

企業側が数パターン日程を用意したり、インターンシップ合格者の参加日程を要相談にしたりすればコストはかかるが、インターンシップに参加したいけどできなかった層の参加を促せる可能性が高いので「学生を集める」につながるはず！