

中小企業での インターンシップ 受入事例集

地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)

「ひと・まち・しごと」創生を循環させる
NIIGATA人材の育成と定着

インターンシップ改革ワーキンググループ

Contents

目次

事業紹介	2
インターンシップの社会的動向	4
新潟県内企業でのインターンシップ受入事例紹介	9
【体験談】受入企業	18
【体験談】インターンシップ参加学生	22
受入プログラム立案ワークショップで作成されたプログラムの紹介	26
受入にあたっての留意事項	28
参考WEBサイト・書籍の紹介	31
各事業に関するお問い合わせ	32

「中小企業でのインターンシップ受入事例集」 制作にあたって

本事例集は、昨今の社会で注目度が増している大学生のインターンシップ(就業体験)を企業・団体が受け入れるにあたり、これまでの受入経験が少ない企業・団体の皆様のご参考となることを願って制作しました。作成にあたっては、平成29年度に、新潟県内の自治体等に大学が協力する形で計4回開催された「企業向けインターンシップ研修会」の内容を基本とし、研修会の中で実施された受入プログラム作成ワークショップの成果なども掲載しています。

「企業向けインターンシップ研修会」をはじめとするインターンシップ関連事業は、平成27年度に文部科学省「地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)」に採択された「『ひと・まち・しごと』創生を循環させるNIIGATA人材の育成と定着」の一環として実施しています。同事業は、新潟大学を中心に、新潟県内の大学・短期大学、自治体、企業、経済団体等を事業協働機関として、「教育プログラム開発」「インターンシップ改革」「地域活性化・産業振興」等に取り組み、新潟県全体の地元就職率向上等を目指しています。

中でも「インターンシップ改革」の分野では、大学がインターンシップを学士課程のカリキュラムの一部として位置付けるとともに、学生がインターンシップ経験を通じて新潟県内の地域特性や産業理解を深め、地元企業について知る機会を創出することを目的に、各種取組みを進めてきました。

そうした取組みの中から生み出された成果の1つである本事例集を、企業・団体の皆様にご活用いただき、受入れる側と参加する側の双方にとって価値のあるインターンシップ(就業体験)が新潟でより多く生まれていくことを願っています。また、本事例集を契機として、産官学のインターンシップに関する課題・ビジョンの共有が促され、それぞれの今後の活動を進めるうえでの一助となれば幸いです。

新潟大学 副学長(学生支援・就職支援担当)
教育・学生支援機構 連携教育支援センター長

箕口 秀夫

事業紹介

地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)

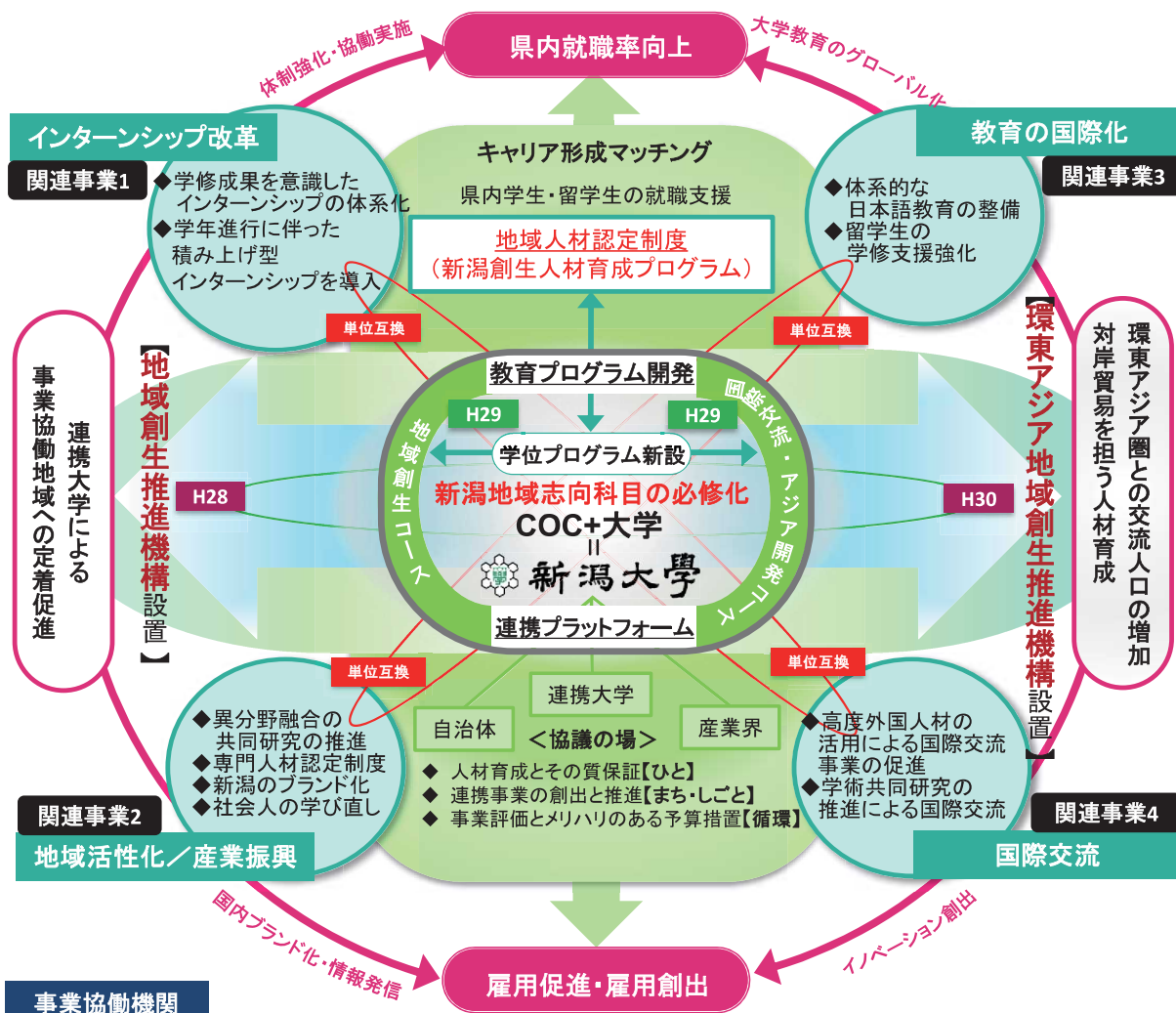
「ひと・まち・しごと」創生を循環させる NIIGATA人材の育成と定着

事業概要

- ▶ COC+大学の教育改革による地方創生を牽引する地域人材育成のための教育プログラム開発【人材育成】
- ▶ 大学・自治体・産業界の強みを活かした連携事業の創出と規模拡大【新潟地域からのアジアへの展開】
- 地域活性化, 産業振興, 雇用創出, 人口流入, 若者の地元定着を実現する基盤的土壌と連携体制を整備

達成指標

- ▶ 事業協働地域への**就職率10.0%**向上 (H26年度57.3%→H31年度67.3%)
- ▶ 事業協働機関へのインターンシップ参加数**4.7倍増** (H26年度109人→H31年度514人)
- ▶ COC+大学が開発する教育プログラム履修者数**600人** (COC+大学入学生の約27%)



〈インターンシップ改革〉実施事業紹介

■ 各分野におけるインターンシップ授業科目の展開

インターンシップやそれにつながる授業科目を実施するとともに、学修成果の質を担保するためのプログラム開発や成績評価基準の明確化等に取り組めます。

■ 教育的観点重視したインターンシップの普及・拡大・認知向上

○「メッセ見学研修会(志事messe見学tour研修)」開催

メッセ見学研修会は、新潟県内を中心とした中堅・中小企業が集まるビジネス商談会・見本市の場を学生が訪れ、見学する研修会です。商談会・見本市を開催する自治体等とも協力し、学生は地域の魅力的な企業に出会い、業界についても広く研究することができます。

平成29年度 開催実績

「にいがたBIZEXPO2017」「フードメッセinにいがた2017」

「燕三条ものづくりメッセ2017」等に延べ153名の学生が参加

○インターンシップ・マッチングフェア開催*

新潟県主催で、県内各大学や市町村および地元企業と連携して開催したものです。このマッチングフェアが、県内企業へのインターンシップ参加に関心を持つ学生と様々な業種の企業の出会いの場・対話の場となることで、これをきっかけに多くの学生がインターンシップに参加しています。

平成29年度 開催実績

5月・12月に開催し、延べ625名の学生が参加

○インターンシップ・地域活動フォーラム開催

インターンシップや地域活性化の活動に取り組んだ各大学・短大学生の発表を通じて、「学生の成長」と「企業・地域にとっての成果」を共有し、企業・地域・自治体の皆様とともに、学生の活動の拡大・改善に向けた今後の可能性や課題を考えることを目的として開催しています。

平成29年度 開催実績

2月に新潟市・長岡市でそれぞれ開催し、延べ176名が参加

■ 円滑なインターンシップ推進のための運営体制整備

○大学教職員向け研修会の実施

○企業向けインターンシップ研修会の実施*

インターンシップの受入に関心を持つ新潟県内企業を対象に、県内各地で実施する研修会です。すでに受入実績のある事業所の先進事例や参加学生の体験談を聴くとともに、参加者同士がワークショップ形式で議論し、受入プログラムを作成する等、貴重な研修の機会です。

平成29年度 開催実績

下記4カ所、延べ131名(71社)が参加

□日程:平成29年10月4日(水)
□場所:長岡市まちなかキャンパス
□主催:長岡市
□協力:新潟大学

□日程:平成29年10月7日(土)
□場所:燕三条地場産業振興センター
□主催:(公社)日本青年会議所 北陸信越地区 新潟ブロック協議会
□協力:新潟大学

□日程:平成29年10月25日(水)
□場所:新潟県庁
□主催:新潟大学・新潟県

□日程:平成29年11月21日(火)
□場所:上越市市民プラザ
□主催:上越市
□協力:新潟大学

※各事業に関するお問い合わせは、32頁をご参照下さい。

インターンシップの 社会的動向



インターンシップの推進の望ましい在り方

引用 文部科学省・厚生労働省・経済産業省(2015 一部改正)
「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」

http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afieldfile/2015/12/15/1365292_01.pdf

※上記から一部を抜粋して紹介

1. 大学等におけるインターンシップとは何か

(前略)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

(前略)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って有益である。

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。

(中略)

(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といった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。

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といった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。

(後略)

インターンシップの類型や教育効果

引用 経済産業省(2013)

「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報告書」

http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/houkokusyo_H24FY_internship.pdf

※上記から一部を抜粋して紹介

第3章：日本における長期インターンシップの普及状況や課題の整理 (2) 類型による整理と普及の方向性

日本におけるインターンシップの類型の整理

■ 教育効果や企業・社会メリットから、以下の類型に分けることができるのではないかな。

	教育効果	企業・社会メリット	特徴	具体例
キャリアガイダンス型 <体験中心>	a. 仕事理解型 キャリアガイダンス 自己の適性・志向の理解 働くことや業界の理解	企業・業界広報 (採用広報)	・1〜2週間程度の職場・業務体験が中心。最後にレポートやプレゼンによる報告を実施することが多い。業界や企業について総合的に理解する。	・大企業のインターンシップ ・大学が奨励・紹介する体験中のインターンシップ ・推進協議会等による地域中小企業のインターンシップ
	b. 採用直結型	採用マッチング (採用活動の一環として、ミスマッチを解消)	・お互い良い面も悪い面も理解した上での採用ミスマッチ解消が目的(リアリティチェックプレビューとしての効果) ・内容はaに近いものが多い。	・新興大企業や外資系大企業の採用直結インターンシップ(ワークスアプリケーションズ、PRC等)
キャリア教育型 <体験から実践へ>	c. 業務補助型 キャリアガイダンス+ 本来のキャリア教育 社会人基礎力等の 汎用的能力の育成	若者を活用した 業務の推進	・企業の人材ニーズに基づき募集・実施され、通常業務に取り組み。期間は1か月以上の長期が多い。 ・経験・学びの質は内容やマッチング次第で差が大きい。	・ワークプレイズメント ・ベンチャー企業の自主募集インターンシップ ・学内インターンシップ(金沢工業大学等)
	d. 課題協働型 専門教育 理論と実践の反復	若者の発想の活用・ 社内活性化など	・大学の産学協働教育として、近年広く実施。NPO等とも連携。 ・職場と教室を反復してのグループワーク形式が多く、社会人基礎力等の汎用的能力の養成に主眼	・地域の企業やNPOの現場で特定の課題の調査・企画提案に取り組み(福岡女子大学等)
	e. 事業参画型 教養教育 社会の関係性の理解	若者を活用した 新規事業や変革 プロジェクトの推進	・企業の変革・R&Dプロジェクトや新規事業の一員として取り組む。通常1か月以上の長期が多い。 ・社会人基礎力等に加え、リーダーシップの磨きや高度専門教育の実践化を目指す。	・中小・ベンチャーの経営変革推進型インターン(G-net、高知大学等) ・高等専門教育の一環としてのインターンシップ(日本では主に大学院で実施)

平成24年度産業経済研究委託事業「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」 27

第2章：インターンシップの教育効果について

インターンシップの教育効果とは何か

①キャリア教育

(表面的な就職活動支援とは異なる)

- ・社会人基礎力などの汎用的能力や、キャリア自律、リーダーシップの育成
 - ・自己の適性の理解(キャリアガイダンス)
- 単なる就職活動支援ではない。

キャリア教育の3段階

日本のキャリア教育は「就職活動支援」の段階にとどまっていることが多い。

本来のキャリア教育	・社会人基礎力 ・リーダーシップ ・キャリア自律 等
キャリアガイダンス	・自己の適性や志向の理解(Realistic Job Preview) ・働くことや業界の理解
就職活動支援	・面接・ES対策等

*高橋委員発表より

②専門教育の実質化

- ・専門分野と関連した業務の実践→学習へのフィードバック、学習意欲の向上

<米国ではコーオペ教育を次のように定義>

- ・教室での学習と、学生の学問上・職業上の目標に関連する分野での有益な職業体験とを統合する、組織化された教育戦略。
- ・これにより理論と実践を結びつける漸進的な経験を提供する。
- ・コーオペ教育は学生、教育機関、雇主間の連携活動であり、当事者それぞれが固有の責任を追う

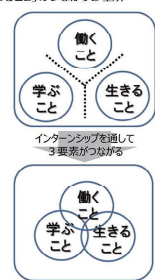
(National Commission for Co-operative Education 全米コーオペ教育委員会による)

*松高委員資料より

③教養教育

(社会における関係性の理解)

インターンシップを通して「学ぶこと」「生きること」「働くこと」のつながりを理解



*佐藤委員資料より

しかし、日本ではこうした教育的効果の高いインターンシップの普及が量的にも質的にも極めて不十分ではないか

平成24年度産業経済研究委託事業「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」

経済界からの提言

〔引用〕経済同友会(2015)

「これからの企業・社会が求める人材像と大学への期待 ～個人の資質能力を高め、組織を活かした競争力の向上～」

<https://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2015/150402a.html>

※上記から一部を抜粋して紹介

(前略)

Ⅲ. 教育・採用に関する企業の意識 ～大学との対話を通じて～

(中略)

(1) 企業が求める人材像と必要な資質能力

企業が求める人材像を描きながら、業種や文系・理系を問わず、普遍的に求められる資質能力を中心に、経営者の視点から整理した。

- 変化の激しい社会で、課題を見出し、チームで協力して解決する力(課題設定力・解決力)
- 困難から逃げずにそれに向き合い、乗り越える力(耐力・胆力)

グローバル化や技術革新の波が急速に押し寄せるなかで、膨大な情報から課題を発見、設定して、その解を見出すことは容易ではない。単純に先行モデルを模倣して成功する時代ではなくなっている。

予測困難な状況下で課題設定力を身につけるには、常に社会情勢に関心を持つこと、世の中の出来事を当たり前のことと捉えず、なぜそうなるのかを自分なりに考える習慣をつけることが必要である。そして、当然のことながら、思考のベースとなる基礎学力や教養が備わっていなければならない。

課題は他者との関わりのなかで見つかることが多く、また課題解決にあたっては、一人でできることは限られており、他者との協働、チームワークが必要となる。他者に何が課題かを説明し、課題解決の必要性について理解を得て、協働していくための双方向での対話力(コミュニケーション能力)、課題解決に向けた企画力、実行力が求められる。

課題は大きいほど、それを乗り越えた時に成長できる。社会に出ると、否応なく多くの試練に直面するが、それらを乗り越える「耐力」を備えておくことが重要である。ここで言う「耐力」とは、困難に直面した際に、逃げずに向き合い、それを乗り越えて目標を達成できる精神力や課題を克服する力を指す。

「耐力」を備えるためには、学生時代から様々なことにチャレンジすることが重要である。失敗しても経験から学ぶことは大きく、次につなげ活かすことが自己を成長させ、経験を重ねることで多少の失敗には動じない胆力も備わっていく。

- 多様性を尊重し、異文化を受け入れながら組織力を高める力
- 価値観の異なる相手とも双方向で真摯に学び合う対話力(コミュニケーション能力)

海外での事業展開や外国人労働者の増加、女性や高齢者の社会参加などにより、多様な価値観を持つ人々との協働の機会が増えているが、組織内では、自分と異なる価値観を持つ相手とともに成長し、組織全体の力を高めていける人材が必要である。

他者と協働する際に重要となるのが、双方向の対話力(コミュニケーション能力)である。企業が「コミュニケーション能力」を備えた人材を求めていることは、よく知られているが、その真意は広く伝わっていない。

企業が求めるコミュニケーション能力とは、単に友人と楽しく会話ができればよいということではない。コミュニケーション能力とは対話力であり、企業内外の公の場で、上司や部下、同僚、あるいは顧客等、相手の主張を正しく理解して円滑に対話できる力、また、そこで臆することなく自らの考えを明確に述べ、説得することができる力であり、交渉力も含まれる。

営業職はもちろんのこと、技術職であっても、一人で仕事が完結することはありえないため、時には意見が違う相手の協力も得て仕事を進めていかなければならない。円滑なコミュニケーションを図るためには、個人として信頼される人間力の豊かさ、価値観の異なる相手と相互に認め合い、学び合う姿勢(協調性)、相手を良く理解して自己の考えを明確に伝えるための知識や教養が不可欠である。

(中略)

IV. 人材育成に向けて企業・大学がなすべきこと

(中略)

(2) 企業と大学が協力すべきこと

① インターンシップの強化・充実

・インターンシップの課題

職業観の醸成に向けてインターンシップへの関心が高まるなか、積極的に実施する大学、企業も増えているが、現状のインターンシップには多くの課題がある。まず、大学が組織的に関わっている事例がまだ十分とは言えない。また、参加している学生は大学3年生、大学院修士1年生が中心であり、参加人数も不十分であることから、広がりが少ない。

さらに、企業も含めた課題としては、1週間程度のインターンシップが主で、期間が短いこと、企業の社内体制やプログラムの企画・立案が未整備であること、インターンシップ生に対する交通費、食費、宿泊費といった実費を除いた報酬の支給がないこと等が挙げられる。

・望ましいインターンシップの枠組み

企業、大学、学生にとって有益なインターンシップとするために、課題を踏まえて望ましいインターンシップの枠組みを提示したい。現状のインターンシップは、プログラム開発を企業に全面的に委ねたものが多く、企業にとって大きな負担にもなっている。大学生の約7割が企業等に就職することや、インターンシップの教育効果に鑑みて、今後、大学主導のPBL(Project-Based-Learning)型のプログラム開発を増やしていく必要がある。その際には、事前学習、事後学習も含めた総合的なプログラム開発が不可欠となる。

課 題	望 ま し い 枠 組 み
○大学の組織的な関与が少ない ○企業側の体制、プログラム企画・立案が未整備	○大学での支援体制整備 ○大学が関与する形でのプログラム開発 ○教員の関与によるPBLの実践 ○大学でのより一層の単位化
○期間が短い(1週間程度が主)	○長期化(1ヵ月以上)
○大学3年生、修士1年生の参加が主で参加者が少ない	○学部1、2年生からの早期参加により、裾野を広げるとともに、その後の学びに生かす
○報酬の支給がない	○報酬の支給(実費の支給は必須)

学生が気づきを得て、その後の教育効果を高めるためには、長期のインターンシップ(最低でも1ヵ月以上)や大学での単位化が有効であり、学部1、2年生からインターンシップに参加することが望ましい。こうして複数回のインターンシップに参加すれば、仕事についての理解が深まり、自らの職業適性のある程度見極めることができ、有意義な職業選択につながるはずである。そのためには、専門人材・支援体制の充実も必要であるが、何より理事長・学長のリーダーシップを原動力とする全学的なインターンシップ推進が欠かせない。

また、現状では実費以外の報酬がないインターンシップが多いが、企業もインターンシップ生をお客様扱いせず、やりがいと責任感、緊張感を持って職務を担当させるために、相応の報酬を支払うインターンシップを増やしていくべきである。

一方で、インターンシップの裾野を広げる意味では、長期的にインターンシップ生を受け入れる余裕がない中小企業や、インターンシップの受入れ母体となる企業が少ない地方にも配慮する等、様々な事情に応じて、ある程度柔軟な運用が期待される。まずは、学生が仕事を通じて実社会を体験し、職業観を育み、自らのキャリアデザインを描けるように、参加する企業、大学の数を増やし、学生が成長する機会を拡充することが重要である。

また、現状ではインターンシップと採用活動は切り離して運用されているが、インターンシップを通じて、学生、企業双方の理解が深まり、それが結果的に就職につながることも、将来的には認知されるべきであろう。

(後略)