

[資料編]

- 資料 1 . . . 大学/学生向けアンケート調査票
- 資料 2 . . . 大学キャリアセンター向けアンケート調査票
- 資料 3 . . . 企業向けアンケート調査票
- 資料 4 . . . 大学/学生向けアンケート調査結果
- 資料 5 . . . 大学キャリアセンター向けアンケート調査結果
- 資料 6 . . . 学生・キャリアセンター向けアンケート比較
- 資料 7 . . . 企業向けアンケート調査結果
- 資料 8 . . . ヒアリング調査対象一覧
- 資料 9 . . . ヒアリング調査結果
- 資料 10 . . . 海外調査入手文献（一部仮訳）
- 資料 11 . . . X郡公衆衛生部門Gと公衆衛生学部の
コラボレーション・プロジェクト（一部仮訳）

資料 1 : 大学/学生向けアンケート調査票

あなたの所属学部系にチェックのうえ、学部・学科名を記入して下さい。また、該当する学年・性別に をつけて下さい。

所属学部系 " 学部名 " 学科名	文系 _____ 学部	学年	1年・2年・3年・4年	性別	男性・女性
	理系 _____ 学科				

あなたのキャリア(進路・就業)についてお聞きします。

(1)あなたは、将来の進路を決めていますか。

[決まっている 大体決まっている 決めたいがまだである まだ決めたくない 考えていない]

(2)どんな手段を用いて進路の情報を得ましたか、もしくは得る予定ですか。(複数回答可)

[相談窓口(就職部等) 就職セミナー 指導教員 友人 先輩 書籍・雑誌 インターネット
その他()]

あなたの大学のキャリアサポート(進路・就業・就職支援)についてお聞きします。

(3)あなたの大学(学部)では、将来の進路等の相談窓口はありますか。

[大学にある 学部にある 両方にある どちらにもない わからない]

(4)あなたの大学では、将来の進路に関わるセミナー等の開催はありますか。

[大学で実施 学部で実施 両方で実施 どちらもない わからない]

(5)あなたは、(3)の相談窓口や(4)のセミナー等を利用したことがありますか。

[(3)の相談窓口: はい いいえ] [(4)のセミナー等: はい いいえ]

上記の質問で、ひとつでも「はい」と答えた人のみ、以下の2つの質問((5-1)、(5-2))にお答え下さい。

(5-1)利用した内容を教えてください。(複数回答可)

[業界に関する情報収集 求人企業の情報収集 OB・OGの経験談 自己分析のためのテストなど
エントリーシートの書き方 面接対策 社会人マナーなどの講座 その他()]

(5-2)必要な情報やサポートを受けることができましたか。

[十分にできた どちらかといえぱできた あまりできなかった 全くできなかった]

(6)あなたの大学・学部ではキャリア教育を目的とした単位が出る授業(講義・演習)がありますか。

[ある・受講した(ている) ある・受講したい ある・受講しないと思う 無い わからない]

(7)大学に、どんなサポートがある(充実している)とよいと思いますか。(複数回答可)

[就職を希望する業界の情報 就職先候補企業の情報 具体的な求人情報
セミナーなど大学からの情報 先輩など経験者の情報 就職情報誌や対策本などの資料
カウンセラーなどの相談窓口 キャリアについて自ら考える機会・材料
その他()]

インターンシップ制度についてお聞きします。

(8)あなたの大学(学部)では、インターンシップ(就業体験)制度を実施(支援)していますか。

[大学で実施 学部で実施 両方で実施 どちらもない わからない]

(9)あなたはインターンシップ制度に何を期待しますか。(複数回答可)

就職を見据えた企業とのネットワーク作り 未知の業種の体験
実社会での就業体験そのもの 人間としての成長
自分の知識、技能の腕試し 単位の取得
その他()

(10)あなたがインターンシップ制度について企業側に望みたいことは何ですか。(複数回答可)

(申込前に)具体的な就業プログラムの明示

事前に会社の業務や特長を学習したい(eラーニングなど)

就職に直結するアドバンテージの獲得(内定など)

(体験後に)自分に対する評価の提示

その他()

(11)インターンシップ制度について大学側に望みたいことは何ですか。(複数回答可)

もっと積極的に広報して欲しい

単なる就業体験ではなく、大学のカリキュラムの一環としてプログラムを構築して欲しい

社会人としての基本的なマナーや作法に関する事前教育を提供して欲しい

プログラムの内容や詳細な企業の情報が欲しい

先輩など経験者からの情報が欲しい

その他()

(12)あなたがインターンシップ制度に参加するとしたら、どのくらいの期間就業してみたいと思いますか

[1週間以内 2週間 1ヶ月 2~3ヶ月 半年 1年間 それ以上]

(13)インターンシップへの参加が有料となっても利用したいですか?

有料でも参加する。

充実した教育内容やプログラムであれば有料でも良い

教育内容やプログラムに関わらず無料を望む

有料なら参加しない

(14)インターンシップ制度を利用したことがありますか。 [はい いいえ]

上記の質問で「はい」と答えた人は、以下の質問にお答え下さい。

(14-1)インターンシップを利用した理由を教えてください(複数回答可)。

単位が取得できるから

自分自身の適性を確認したいから

先生の勧めがあったから

その企業に就職したいから

その企業に興味があるから

インターンシップに興味があるから

実際の業務を経験できるから

その他

上記の質問で「いいえ」と答えた人は、以下の質問にお答え下さい。

(14-2)インターンシップ制度を利用してみたいと思いますか?

強く思う

やや思う

あまり思わない

まったく思わない

わからない

(14-3)上記の理由について簡単にお答えください。

(15)あなたがインターンシップ制度に参加することにおいて、不安な点や大学、企業への要望等があれば自由に記述して下さい。

[自由記述]

資料 2 : 大学キャリアセンター向けアンケート調査票

インターンシップ制度についてお聞きます。

(6)インターンシップ(就業体験)制度の実施について教えてください。

- 大学で実施 学部で実施 両方で実施 実施していない 導入予定(時期 頃)

インターンシップを実施されている(予定含む)大学様のみ、以下の質問にお答え下さい。

(7)インターンシップの実施(派遣)状況について教えてください。

【平成 19 年度の実績】

派遣先の企業数:(約 社) / 派遣した学生数:(約 名)

【平成 20 年度の予定】

派遣予定先の企業数:(約 社) / 派遣予定の学生数:(約 名)

(8)インターンシップ実施の目的や期待する効果は何ですか。(複数回答可)

- 就職活動支援 キャリア形成 就業経験 大学としての責務 企業との連携強化
 大学の宣伝・PR 地域
 その他:下記に入力をお願いします。

(9)インターンシップで企業に派遣する学生の選定方法について教えてください。(複数回答可)

- 希望者から面接や試験などで適性を判断 教員の推薦 成績などを考慮して大学で選定
 抽選(申込多数の場合)
 その他:下記に入力をお願いします。

(10)インターンシップで学生を派遣する企業の選定方法について教えてください。(複数回答可)

- 過去に実績のある企業 プログラムを検討して選定 学生の希望と合致する企業を選定
 OB・OG がいる企業 大企業を優先 中小企業を優先 申込みのあった企業全て
 その他:下記に入力をお願いします。

(11)派遣する学生へどのような事前指導や情報提供を行なっていますか。(複数回答可)

- 社会人マナーの指導 派遣先の企業・業界の情報 具体的な就業プログラムの明示
 特に実施していない
 その他:下記に入力をお願いします。

(12) インターンシップに参加した学生の評価方法について教えてください。(複数回答可)

- 大学(学部)共通の評価シート レポート・論文の提出 派遣先企業の報告から
 教員の直接評価 キャリアセンター等による直接評価 実施していない
 その他:下記に入力をお願いします。

学生評価を実施されている大学様のみ、(13)の質問にお答え下さい。

(13) 学生への評価結果をどのように反映(活用)していますか。(複数回答可)

- 学生へ個別に説明 成績評価(単位取得)のみに利用 担当教員へ報告し今後の指導に活かす
 来年度の実施に向けた課題抽出 派遣先企業へ報告
 その他:下記に入力をお願いします。

(14) インターンシップ先の企業の評価について教えてください。(複数回答可)

- 大学(学部)共通の評価シートによる レポート・論文の提出 派遣先企業の報告から
 特に実施していない
 その他:下記に入力をお願いします。

企業評価を実施されている大学様のみ、(15)の質問にお答え下さい。

(15) 学生や大学による評価をどのように企業へ報告していますか。

- 評価全部をそのまま報告 要約した内容で報告 要望やクレームを除外して報告
 その他:下記に入力をお願いします。

(16) インターンシップ体験において学生に期待することは何ですか。(複数回答可)

- 自己成長 実社会での就業体験 企業・業界の情報収集 大学で学んだ知識・技能の評価
 様々な業種の体験 企業とのネットワーク作り
 その他:下記に入力をお願いします。

(17) インターンシップで企業に望むことは何ですか。(複数回答可)

- 具体的な就業プログラムの明示 充実したプログラムの提供 一般社員と同様の扱い
 日常の業務体験 学生に対する明確な評価 受け入れ学生数の拡大
 その他: 下記に入力をお願いします。

(18) インターンシップ実施期間として適当と思われるものはどれくらいですか。

- 1週間以内 2週間 1ヶ月 2~3ヶ月 半年 1年間 それ以上

(19) 貴大学(学部)におけるインターンシップ制度で特徴的なものがあれば教えてください。

【自由記述】

(20) 貴大学(学部)のインターンシップ実施における成果や課題などについて教えてください。

【自由記述】

(21) これからのインターンシップへの取組みや企業との連携について教えてください。

【自由記述】

資料 3 : 企業向けアンケート調査票

貴社名		ご担当部門名	
------------	--	---------------	--

1 - 貴社の業種・業態についてお聞きします。該当するものをひとつ選んでください。

業種 : [製造業 商社・販売会社 IT系サービス業 非IT系サービス業
その他_____]

従業員数 : [200名未満 500名未満 1000名未満 1000名以上]

2 - 貴社のインターンシップ制度導入の有無について、該当するものをひとつ選んでください。

(1) インターンシップ制度を導入していますか？

[はい いいえ 今後導入を予定している 導入の予定はない]

「はい」とお答え頂いた方のみお答え下さい。

何年前からインターンシップ制度を導入していますか？ [_____] 年前から導入。

3 - インターンシップ制度を導入(予定)されている企業にお聞きします。

(1) インターンシップの実施(受け入れ)状況について教えてください。

[平成19年度の実績]

受け入れ大学数:(約_____大学) / 受け入れ学生数:(約_____名)

[平成20年度の予定]

受け入れ大学数:(約_____大学) / 受け入れ学生数:(約_____名)

(2) インターンシップの導入期間について教えてください。

[3日以内 1週間以内 2週間以内 1ヶ月以内 1ヶ月以上 3ヶ月以上]

(3) 学生対応やプログラムの作成は主にどの部門が行っていますか？

[人事部門 企画部門 受入れ先部門 特別なカリキュラムは策定しない

その他_____]

(5) インターンシップで学生を受入れる大学の選定方法について教えてください。(複数選択可)

[過去に実績のある大学 OB・OGがいる大学 貴社・部門の要望と合致する人材・学部

のある大学 有名大学を優先 貴社・部門と付き合いのある大学 要望のある大学から選定

要望のある全ての大学

その他_____]

(4) 貴社にとってインターンシップ導入の目的は何ですか？(複数選択可)

[大学との連携強化 企業の責務 企業PRのため 優秀な人材確保のため

その他:_____]

(5) インターンシップ導入の目的は達成されていますか？

[達成している ほぼ達成している あまり達成されていない わからない]

4 - 実際にインターンシップを導入した企業にお聞きします。

(1) インターン学生を実際に採用したことがありますか？

[はい いいえ わからない]

(2) インターンシップに参加した学生・大学からの評価はどのようにとりますか？(複数選択可)
【 学生へのアンケート調査 学生への面談調査 大学へのアンケート調査
大学への面談調査 特に評価は聞いていない
その他: _____]

(3) インターンシップ終了後に特定の学生へ連絡をとっていますか？
【 全くとらない ほとんどとらない たまにとる よくとる わからない]

(4) インターンシップ制度の問題点・課題として貴社に該当するものを選んでください。(複数選択可)
【 直接的な効果が見えない 受け入れ学生を選べない プログラムの作成が大変
受け入れ部門の協力・理解が得にくい 学生側の要望を事前に把握できない
採用活動と一線を画した制度としていることにジレンマを感じる 一般の社員と同様に
扱えない その他: _____]

5 - インターン学生に事前に身につけておいてほしい知識・技能は何ですか？(複数選択可)
【 話しかたや電話対応など パソコン等の操作能力 積極的に学ぼうとする意欲
協調性 何を学びたいかを明確にすること 社会人マナー 自社の情報
その他: _____]

6 - 今後のインターンシップ制度について、貴社(ご担当者)の考えに近いものを選んでください。(複数選択可)
【 当面は現状のまま維持したい プログラムの充実を図り、双方に魅力的な制度にしたい
人材発掘の手段として活用したい 導入期間を長くしたい 受け入れ学生を増やしたい
廃止を含め根本的に見直したい
その他: _____]

7 - 上記以外に、インターンシップ制度についてご意見・ご要望など自由にお書きください。

以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。

資料 4 : 大学/学生向けアンケート調査結果

アンケート集計結果

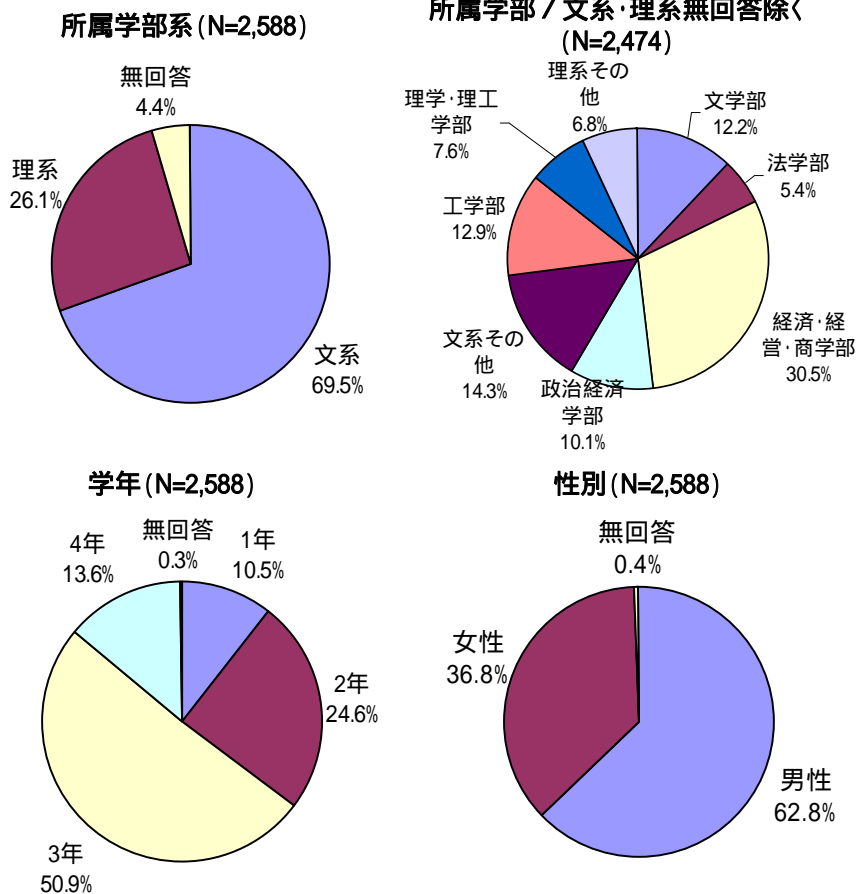
- ・全体集計結果
- ・学部別集計結果
- ・男女別集計結果

調査概要 / 基本属性

- 調査目的： 大学におけるキャリアサポートおよびインターンシップ制度の実態の把握
- 調査方法： 首都圏、関西圏、広島地区の主な40大学にアンケート協力を依頼
29大学にてアンケート実施、2588名の学生より有効回答を回収

大学名	回答数	大学名	回答数	大学名	回答数
S1大学	55	S11大学	84	S21大学	78
S2大学	87	S12大学	59	S22大学	92
S3大学	18	S13大学	99	S23大学	93
S4大学	76	S14大学	101	S24大学	74
S5大学	86	S15大学	83	S25大学	70
S6大学	116	S16大学	71	S26大学	73
S7大学	96	S17大学	110	S27大学	77
S8大学	50	S18大学	378	S28大学	122
S9大学	33	S19大学	92	S29大学	76
S10大学	45	S20大学	94	合計	2588

- 調査時期： 2008年7月
- 基本属性：



所属学部系の無回答者は、理系、文系別の集計および学部別集計では対象外とした。

全体報告

キャリア(進路・就業)

- 進路は約半数の学生が「決まっている」または「大体決まっている」となっており、理系の方が若干決まっている比率が高い。
- 1年から3年の進路の決定状況はほぼ同じ比率である。
- 情報の入手経路はインターネットと就職セミナーが高く、相談窓口は低い。

キャリアサポート

- 相談窓口、就職セミナーとも理系の方が認識率が約7～8%程度低い。
- 就職セミナーの方が相談窓口よりも15.5%利用経験が高い。相談窓口、就職セミナーとも文系の利用率が約5～8%高い。
- 利用した内容としては業界情報の入手、自己分析テストなどが高い。理系では求人企業の情報入手も高くなっている。
- 相談窓口や就職セミナーの利用者の満足度は87.8%の人がほぼ満足としており、満足度は高い
- キャリア教育を目的とした授業の存在に関しては、相談窓口や就職セミナーの認識と同様、理系の方が認識が低い
- キャリアサポートに対する要望としては、業界情報、就職先候補の企業情報、求人情報、先輩の経験談など、より具体的な情報を求める傾向にある

POINT

相談窓口は就職セミナーよりも利用されていない。

理系の方がキャリアサポートに対して、認識、関心が少ない。

より具体的な情報を求めている。

全体報告

インターンシップ制度

- インターンシップ制度の存在についても、理系の方が10.2%認識が低い。
- 理系では学部や大学と学部といったようにインターンシップ制度に学部の関与が文系よりも16.7%高い
- インターンシップ制度への期待としては、就業体験自体ができることと、人間としての成長が期待できることがあげられる。
- インターンシップ制度への要望としては、企業側に対しては事前の就業プログラムの開示が高く、大学側へインターンシップの積極的な広報やプログラムの内容や企業の詳細情報を欲している。どちらも、よりインターンシップの中身に関する情報を求める傾向が強く、現状、情報不足を感じている可能性が高い。
- インターンシップの期間としては1週間～2週間程度が妥当だと考えられる。
- インターンシップを有料とした場合、約半数の人が参加の方向で検討できる素地があるが、参加しないとした人は理系の方が6.2%多い。
- インターンシップの利用経験は全体で14.4%で高いとはいえない。特に理系は文系に比べて利用率が8.2%低い。
- インターンシップ制度の利用経験者に利用理由を聞くと、就業体験できるかが最も多く、インターンシップ制度への期待と合致する。
- インターンシップ制度を未経験者で、いずれ利用を考えている人に理由をきいても、就業体験できることが最も理由として高い。
- インターンシップ制度に対する要望や不安については、やはりプログラム自体の情報の開示、インターンシップ先企業の幅を広げてほしい、より詳細な情報提供など、プログラム自体の情報の整備とバリエーションに対しての要望が高い。

POINT

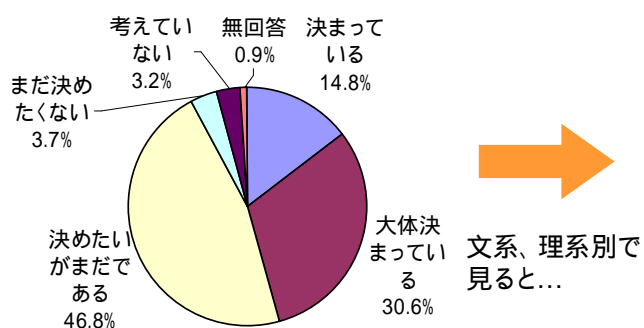
インターンシップ制度でもキャリアサポート同様、理系の人の方が認識が低く、利用率も低い。

インターンシップ制度の魅力としては、利用経験者も未経験者で参加考えている人も、就業体験自体が魅力となっている。

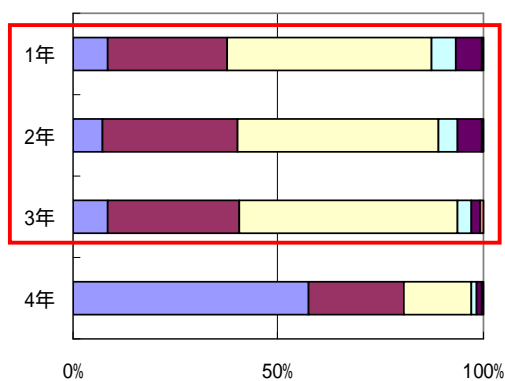
インターンシップ制度への要望としては、就業プログラムの開示、詳細な企業情報、インターンシップ先の企業のバリエーションなどの整備が求められている(キャリアサポートと同様、より具体的な情報は必要)。

キャリア(進路・就業)について

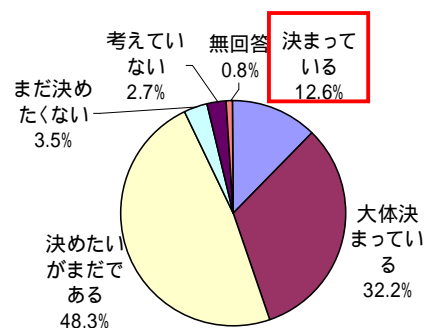
進路の決定状況(N=2,588)



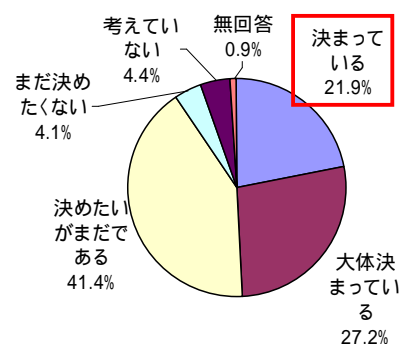
学年別で見ると...



文系(N=1,798)



理系(N=676)

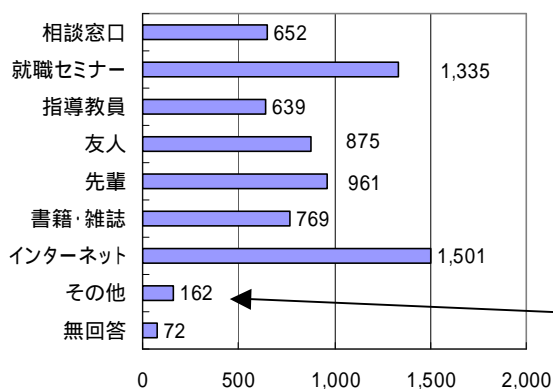


- 全体の45.4%が進路について大筋で決まっている。文系と理系を比較すると、決まっているというのは、理系の方が9.3%高く、大体決まっているまで含めると、4.3%高い。

- 学年別で見ると、1年～3年はほぼ同じ比率となっている。

キャリア(進路・就業)について

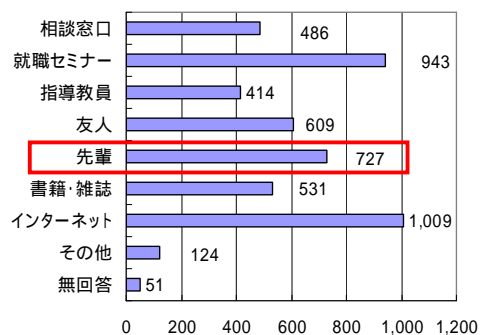
進路情報の入手手段 / 複数回答可 (N=2,588)



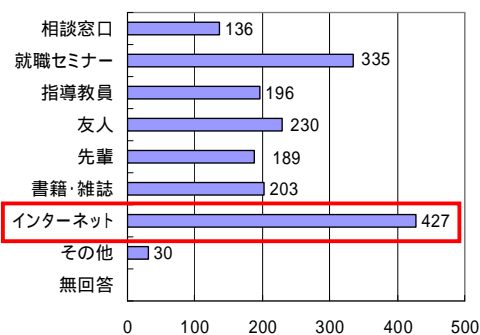
文系、理系別で見ると...

その他:
家族、身内、
授業、
専門学校等

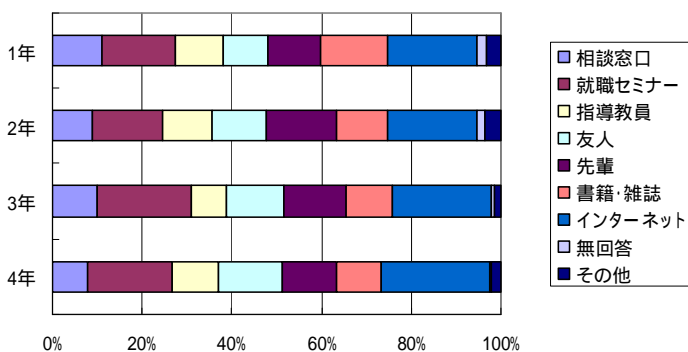
文系 (N=1,798)



理系 (N=676)



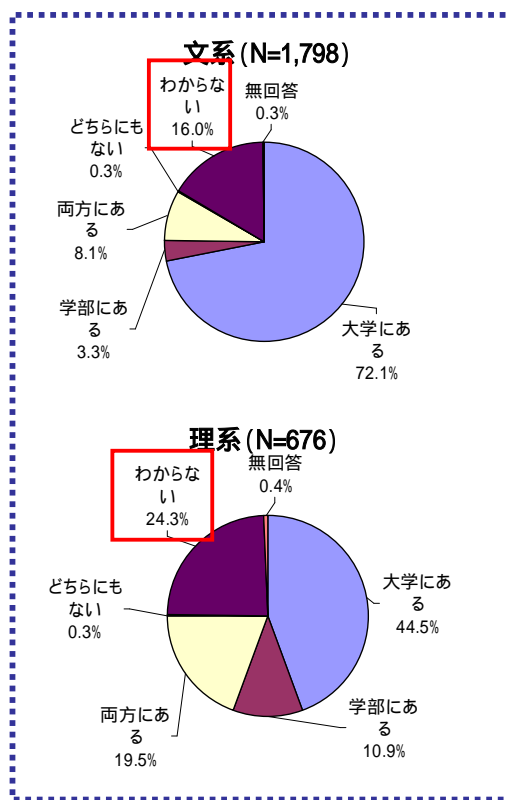
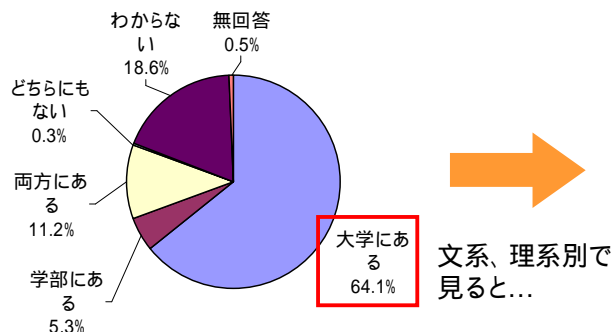
学年別で見ると...



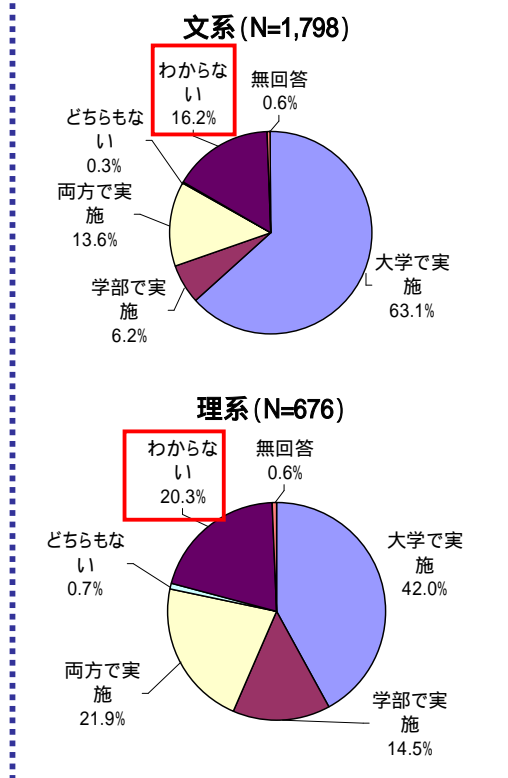
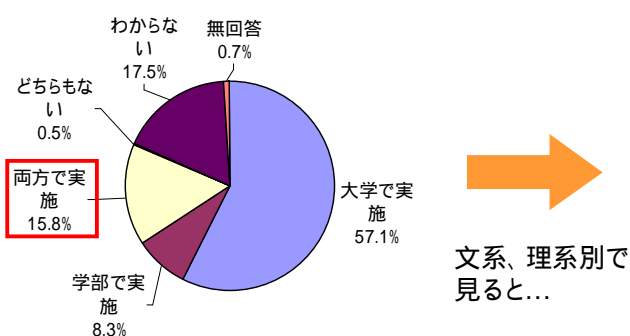
- 情報の入手経路は、インターネットを活用することケースが最も多く、次いで就職セミナーとなっている。特に理系はインターネットの比率が高い。文系では先輩が高くなっている。
- 学年別でもみても、特に偏った傾向は見られない。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について

大学での相談窓口の存在(N=2,588)



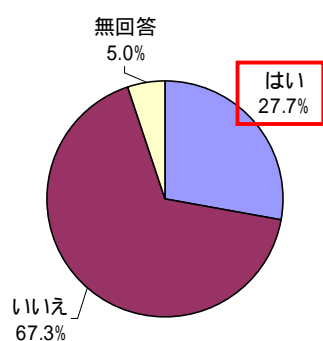
大学での進路セミナーの存在(N=2,588)



- 相談窓口は学部別ではなく、大学自身が設置しているケースが多く、64.1%となっている。理系は「わからない」と回答した人の比率が文系に比べて、8.3%高く、認識率が低い。
- 就職セミナーについて、学部または大学と学部の両方で実施する比率が相談窓口にて7.6%増加している。相談窓口のときと同様、理系の方が文系に比べて「わからない」と回答している比率が高い。

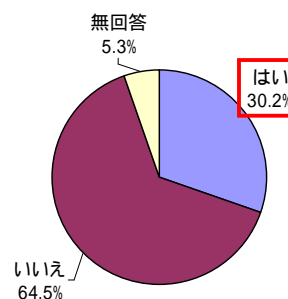
大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について

相談窓口の利用経験(N=2,588)

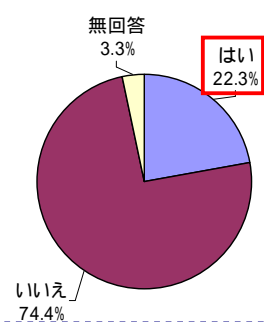


文系、理系別で見ると...

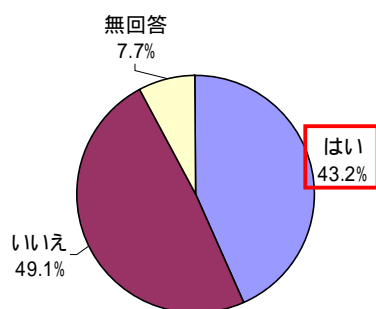
文系(N=1,798)



理系(N=676)

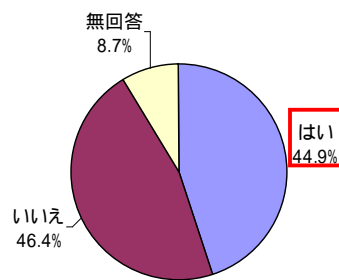


就職セミナーの利用経験(N=2,588)

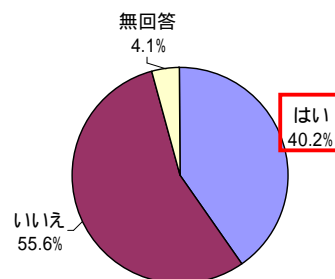


文系、理系別で見ると...

文系(N=1,798)



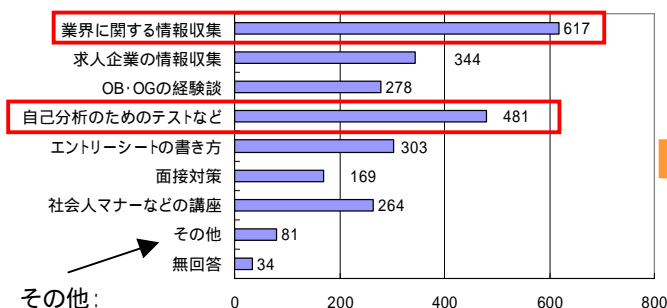
理系(N=676)



- 相談窓口の利用経験は27.7%となっており、利用実態は低い。特に理系は22.3%で文系に比べて7.9%低い。
- 就職セミナーは相談窓口に比べて利用経験が15.5%高い。ここでも理系は文系に比べて4.7%低い。

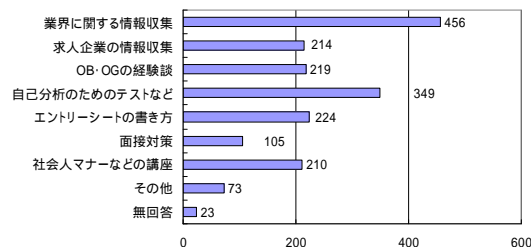
大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について

利用した内容(複数回答可) /
相談窓口、セミナー利用経験者のみ(N=1,322)

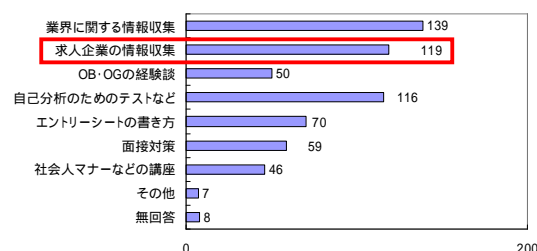


その他:
インターンシップ、
就活全体
等

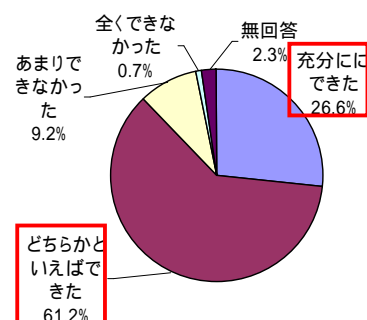
文系(N=969)



理系(N=306)

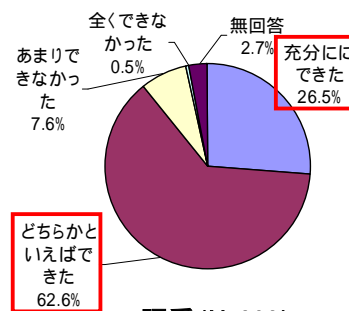


情報やサポートの満足度 /
相談窓口、セミナー利用経験者のみ(N=1,322)

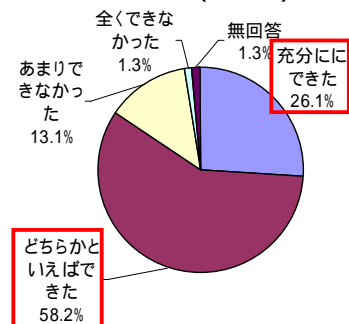


文系、理系別で見ると...

文系(N=969)



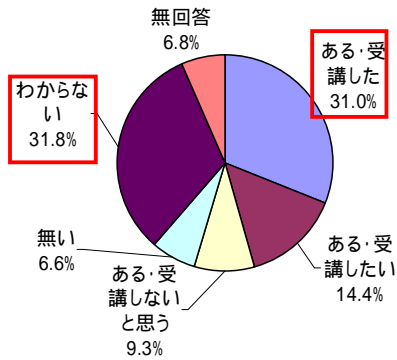
理系(N=306)



- 相談窓口や就職セミナーで利用した内容としては、業界に関する情報収集がトップで、次いで自己分析のためのテストとなっている。理系の方は、具体的な求人企業情報を収集する傾向が強い。
- 相談窓口、就職セミナー利用者は87.8%の人が満足(できた)と感じている。文系の方が理系よりも、満足と感じている人の比率が4.8%高い。

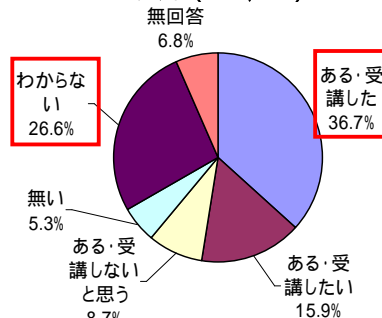
大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について

キャリア教育を目的とした授業の有無(N=2,588)

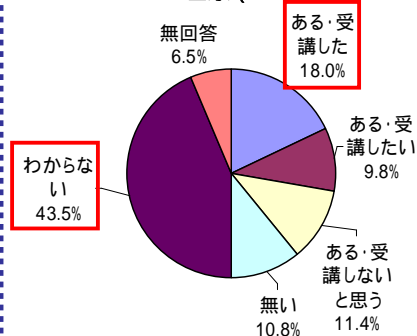


文系、理系別で見ると...

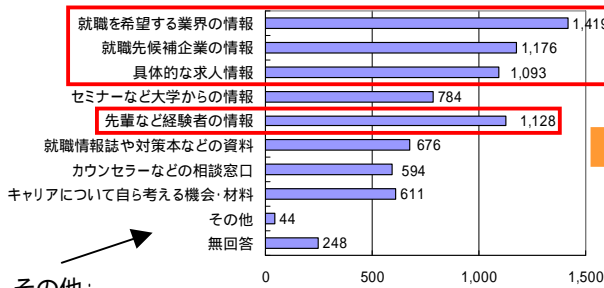
文系(N=1,798)



理系(N=676)

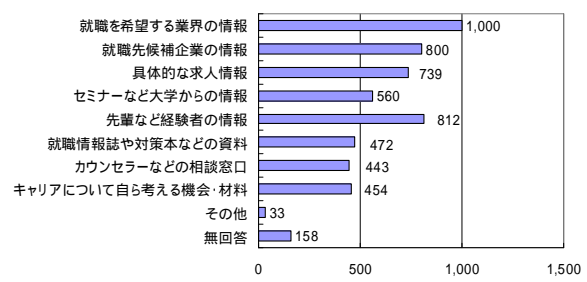


サポートに対する要望(複数回答可)(N=2,588)

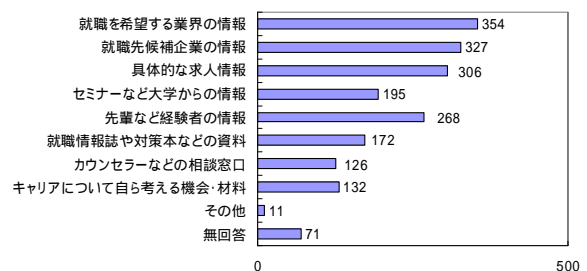


その他:
面接対策・練習 等

文系(N=1,798)



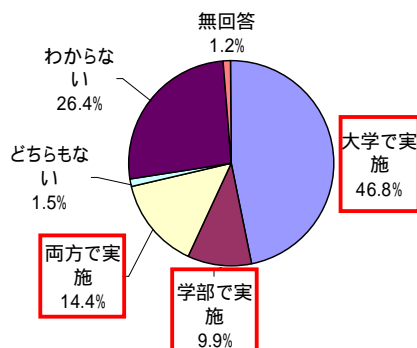
理系(N=676)



- キャリアを目的とした授業の有無について、受講経験があるのは31.0%で、わからないとした層も31.8%でほぼ同じになっている。理系は「わからない」とした比率が文系にくらべて16.9%高く、受講経験があるのは18.7%低い。理系の方がカリキュラム化がすすんでいない可能性が高い。
- サポートに対する要望は複数の回答が全般的に多い。特に業界の情報、企業の情報、具体的な求人、先輩などの経験談を求める声が高い。より実際の就職活動に直結する情報を必要としていることがわかる。

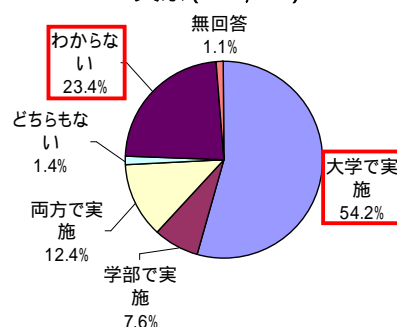
インターンシップ制度について

インターンシップ制度の有無 (N=2,588)

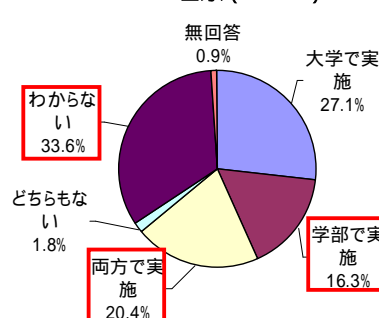


文系、理系別で見ると...

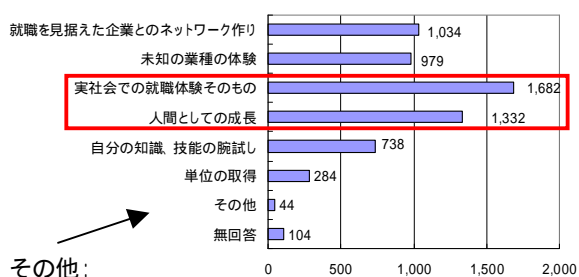
文系 (N=1,798)



理系 (N=676)



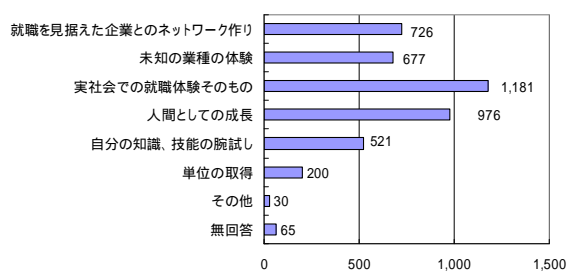
インターンシップ制度への期待 / 複数回答可 (N=2,588)



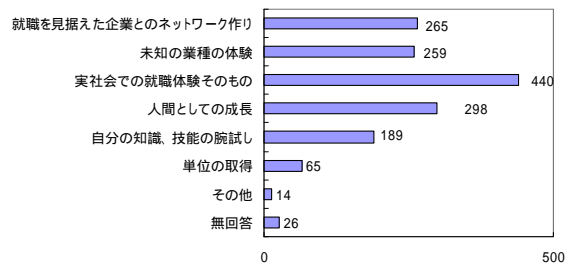
その他:
期待していない、
わからない等



文系 (N=1,798)



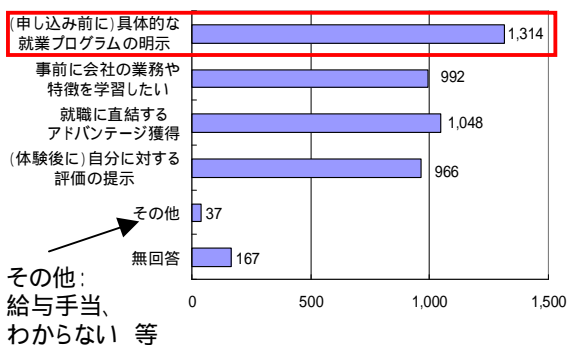
理系 (N=676)



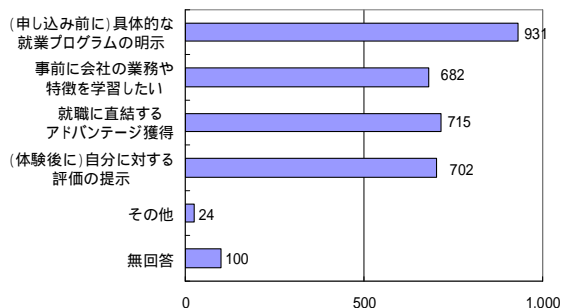
- インターンシップ制度は、71.1%の学生が実施していることを認識している。文系は大学のみで行われている場合が多く、理系は学部が関与している比率が高い。また、理系はわからないと回答した比率が10.2%多く、認知率が低い(相談窓口やセミナーの認識と同様の傾向)。
- インターンシップ制度への期待としては、就職体験ができることが最も高く、次いで人間としての成長となっている。文系、理系とも同様の傾向になっている。

インターンシップ制度について

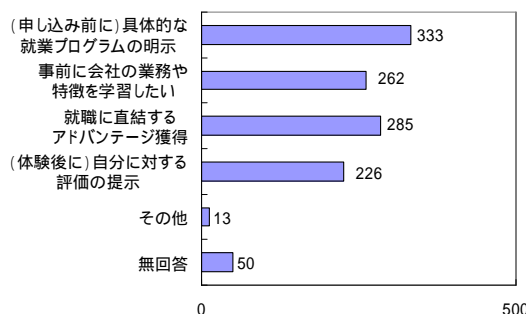
インターンシップ制度での企業側への要望 / 複数回答可 (N=2,588)



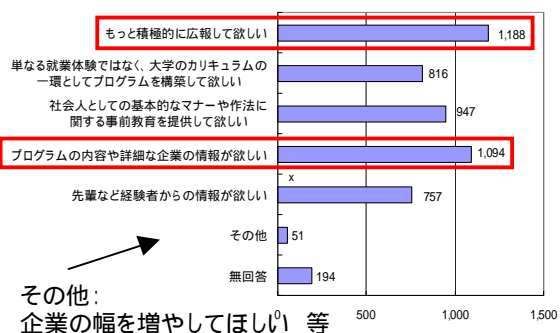
文系 (N=1,798)



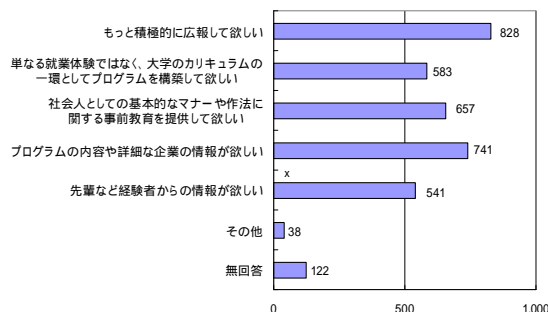
理系 (N=676)



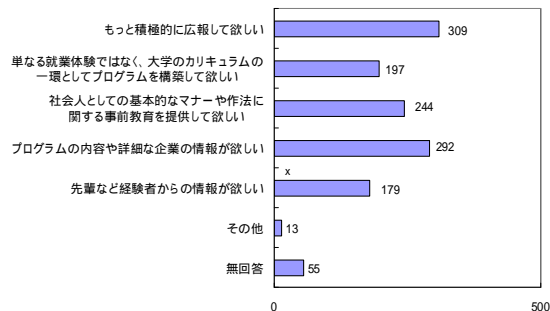
インターンシップ制度での大学側への要望 / 複数回答可 (N=2,588)



文系 (N=1,798)



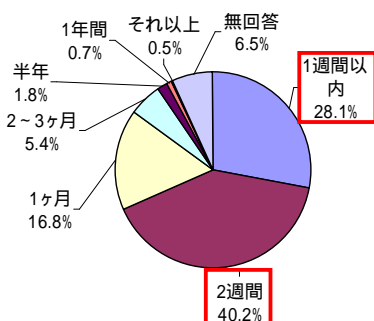
理系 (N=676)



- インターンシップ制度での企業側への要望としては、具体的な就業プログラムの開示が最も高く、それ以外は同じ程度に分散している。
- 大学側への要望としては、制度自体の積極的な広報が最も高く、次いでプログラム内容や詳細な企業情報の提供となっている。企業側に対しても大学側に対しても、どんな企業、どんなプログラムで行われるのかを事前に具体的に明示してほしいという要望が高い。

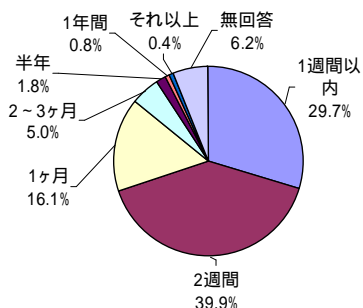
インターンシップ制度について

インターンシップ制度の希望期間(N=2,588)

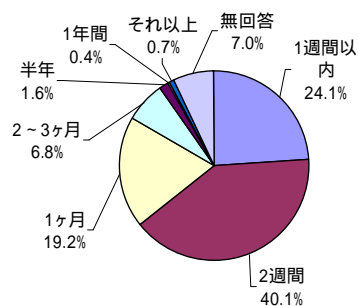


文系、理系別で見ると...

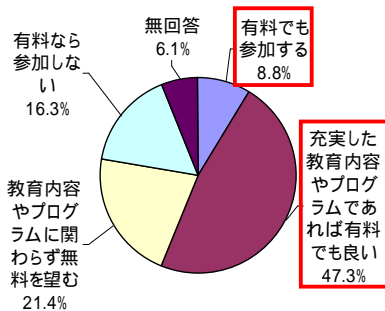
文系 (N=1,798)



理系 (N=676)

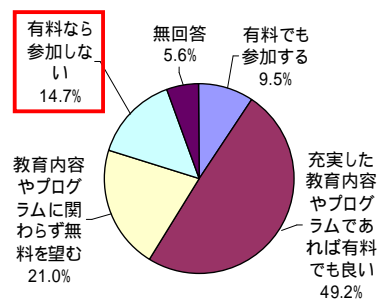


インターンシップが有料の場合の利用意志(N=2,588)

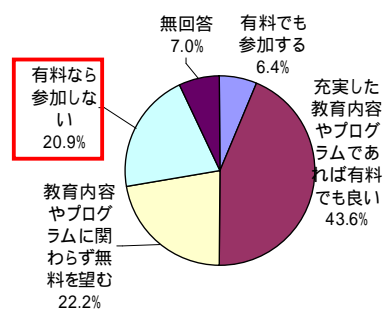


文系、理系別で見ると...

文系 (N=1,798)



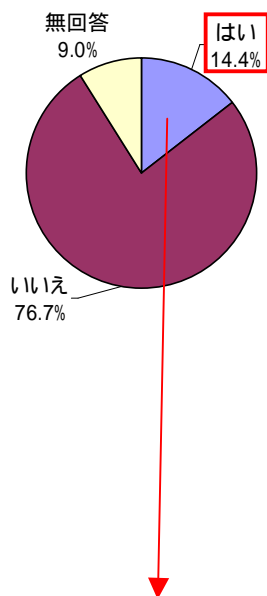
理系 (N=676)



- インターンシップの期間としては2週間が最も高く40.2%、次いで1週間以内の28.1%となっている。文系より理系の方が期間的に長い方を好む傾向が見られる。
- インターンシップが有料の場合、参加の意志をみせているのは、56.1%で約半数となっている。有料だと参加しないという回答は理系の方が文系よりも6.2%高い。

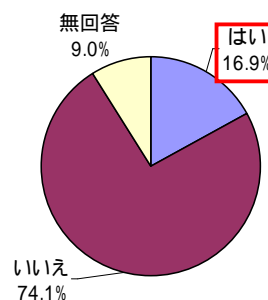
インターンシップ制度について

インターンシップ制度の利用経験 (N=2,588)

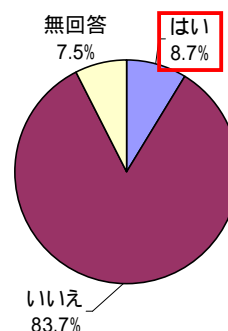


文系、理系別で見ると...

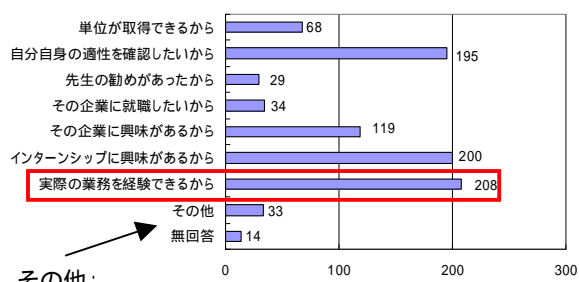
文系 (N=1,798)



理系 (N=676)



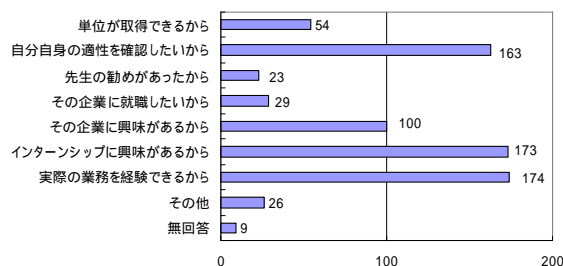
インターンシップ制度を利用した理由 / 複数回答可 / 利用経験者のみ (N=372)



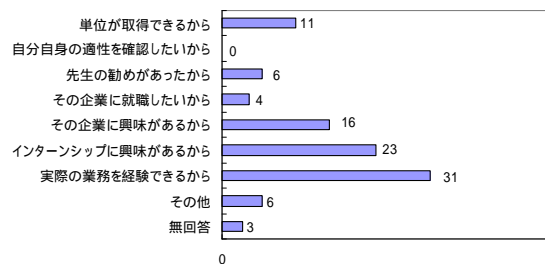
その他：
社会勉強、就活準備 等



文系 (N=303)



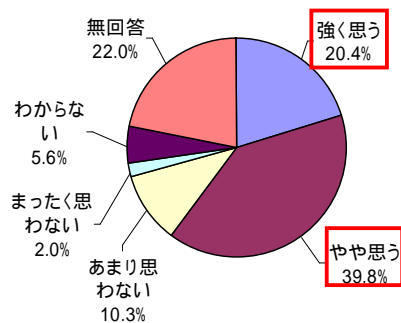
理系 (N=59)



- インターンシップ制度の利用経験は全体14.4%と決して高くない。文系の方が理系に比べて8.2%比率が高い。
- 利用した理由としては、インターンシップへの期待と結果と同様、実務体験ができることがトップで、次いでインターンシップに興味がある、自身の適性の見極めとなっている。

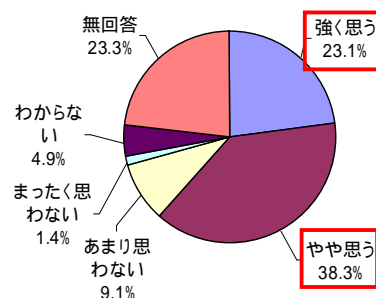
インターンシップ制度について

インターンシップ制度の利用希望 / 未利用経験者のみ (N=1,984)

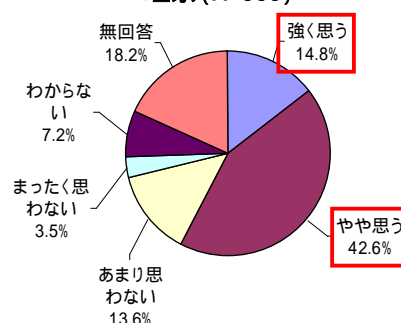


文系、理系別で見ると...

文系 (N=1,333)

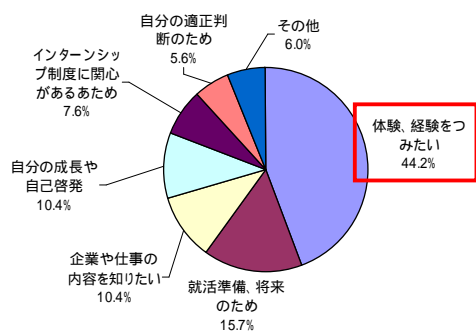


理系 (N=566)

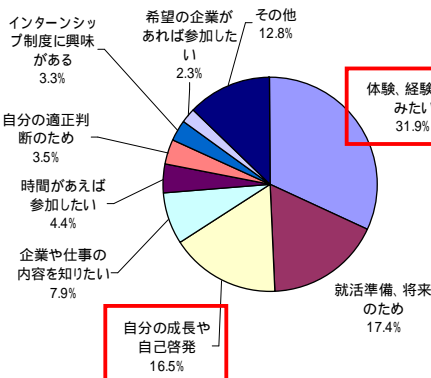


上記の理由

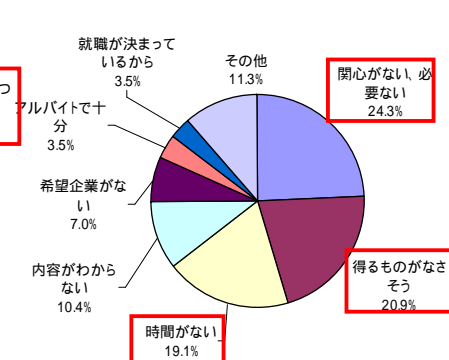
強く思う



やや思う



あまり思わない



まったく思わない

よくわからない

- ・興味がない
- ・授業優先
- ・就職が決まっているから

- ・インターンシップ制度自体をよく知らない

- インターンシップ制度未経験者の利用希望は60.2%となっている。文系の方が理系に比べて利用希望は4.0%高い。
- 利用希望者は体験、経験を重要視しており、実際の利用者の選定理由と合致する。強く思っている人ほど、その傾向がたかく、思いが漠然としてくると、自分の成長や自己啓発的な考えが多くなる。
- 利用したくないと思う人は、興味がない、得るものがない、時間がないという比率が高い。

インターンシップ制度について

インターンシップ制度参加への不安や要望等

不安な点の主なもの

- 事前に内容がわからないので、何をするかわからない。
- 最低限のビジネスマナーも知らない状態でうけるのは、不安。
- 自分がどのように評価されるかが不安。
- インターンシップ制度を受けることによる時間的拘束により、学業への影響が不安。
- 職場の雰囲気やコミュニケーションがうまくとれるのかが不安。
- 企業側がどの程度前向きにおこなってくれるかがわからないので不安。
- 単なるライン作業やアルバイトの延長みたいなものであれば、必要性を感じない。

大学への要望の主なもの

- インターンシップ制度をうけられる、業種や企業の幅をもっと増やしてほしい。
- インターンシップ自体の制度の説明や告知もっと行ってほしい。授業化してほしい。
- 就職との結びつきをもっとアドバイスしてほしい。
- 授業の一環、単位化をしてほしい。
- インターンシップを受けるに当たって、もっと大学側からのサポートをしてほしい。
- 事前にビジネスマナー講習等を行ってほしい。
- 説明会等の情報がもっとほしい。

企業への要望の主なもの

- 期間中は拘束されるため、何から手当等を出してほしい。交通費は支給してほしい。
- 事前にもっと、企業の説明や仕事の内容の説明、プログラム自体の説明を行ってほしい。
- 評価を開示してほしい。
- インターンシップ自体の人数や、インターンシップ経験者の採用人数を増やしてほしい。

- 不安については、事前に内容がわからないことや、自分がどのように評価されるかわからない、コミュニケーション等が中心で、もっと情報を欲していると思われる。
- 大学側にアンケートの選択肢と同様、大学側に広報や情報、企業幅等の充実を求めている。
- 企業側へは手当の支給以外は、アンケートの選択肢と同様プログラムの事前開示、評価の開示が主になっている。

学部別報告

キャリアサポート

- 相談窓口、就職セミナーの存在認識や利用経験は、文型では政経学部系が最も低く、理系の学部と同じような比率になっている。就職セミナーの利用経験では、政経学部系は他の学部と比べると半分ぐらいとなっている。
- 利用した内容としては、工学部系のみ求人企業の情報になっており、より就職に直結した具体的な情報を求めている傾向にある。
- キャリア目的の授業の存在の有無も、政経学部系は他の文型学部よりも低く、理系と同様の傾向となっている。

POINT

文型の中で政経学部系のみ、キャリアサポートに対する意識が低く、理系の学部と同じような傾向にある。

インターンシップ制度

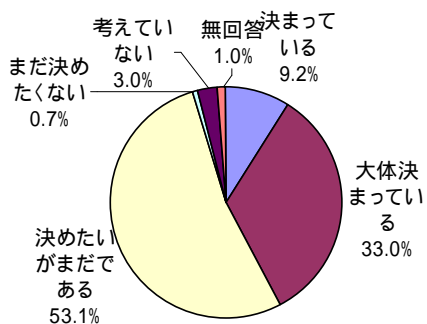
- インターンシップ制度の認知率も政経学部系が最も低く、理系と同様の傾向となっている。
- インターンシップ制度に期待するものとして、理系では人間としての成長の比率が文系よりも低い。人間としての成長よりも、まずは体験することが重要という位置づけになっていると思われる。
- 企業側への要望では政経学部系と工学部系では、就職に直結するアドバンテージを求める比率が他の学部よりも高い。
- 政経学部系と理系の学部はインターンシップの期間が1ヶ月を希望するのが、20%を超えている。
- インターンシップが有料となった場合、政経学部系と理系の学部は他の学部に比べて参加しない比率が高い。
- 実際にインターンシップ制度の利用経験は政経学部系と理系の学部は、その他の学部に比べて低い。

POINT

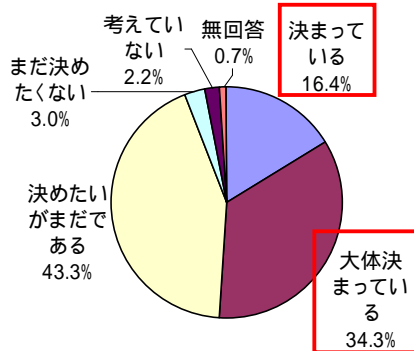
キャリアサポートの場合と同様に、政経学部系が理系の学部と近い傾向を示し、インターンシップ制度に対する全般的な認識や関心が低いですが、情報としてはより具体的で実践的な情報や結果を求めている。

キャリア(進路・就業)について 進路の決定状況

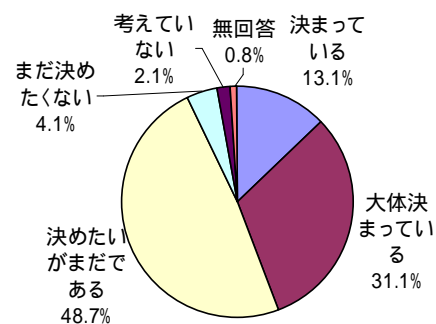
文学部系 (N=303)



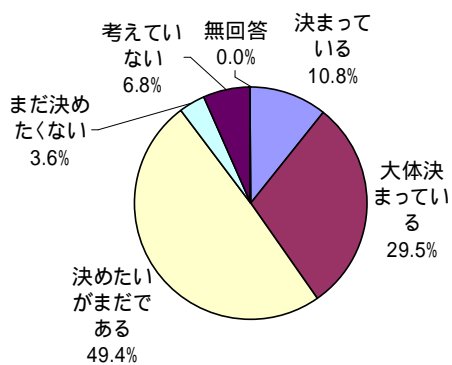
法学部系 (N=134)



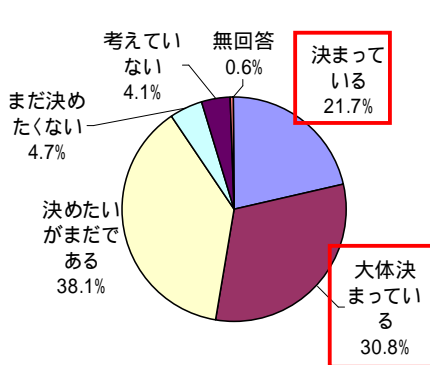
経済・経営・商学部系 (N=755)



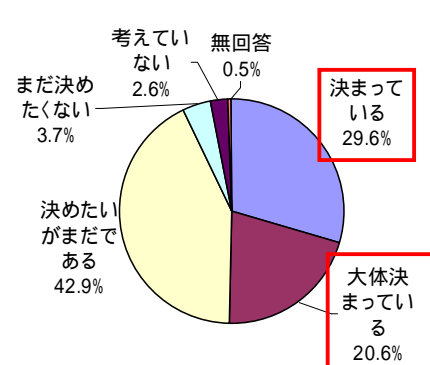
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



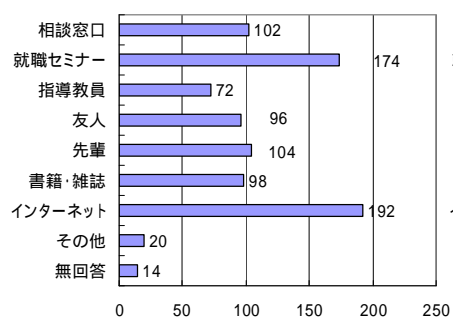
理学・理工学部系 (N=189)



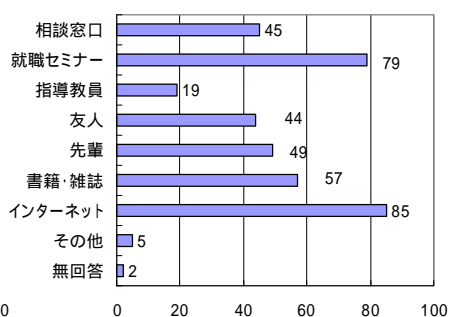
● 理系の学部と法学部系が進路の決定の比率が高い。

キャリア(進路・就業)について 進路情報の入手手段(複数回答可)

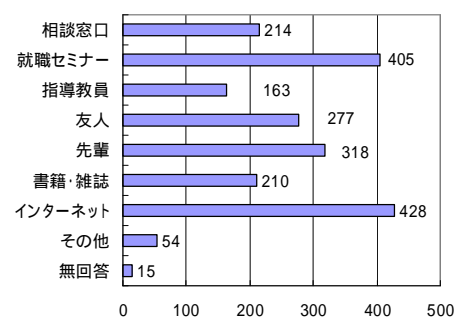
文学部系 (N=303)



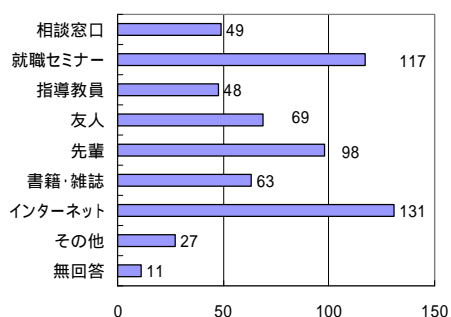
法学部系 (N=134)



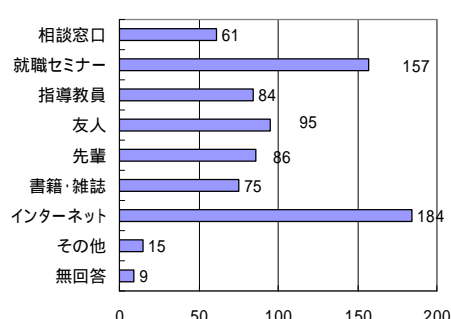
経済・経営・商学部系 (N=755)



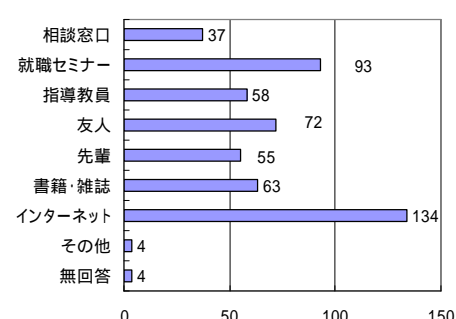
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



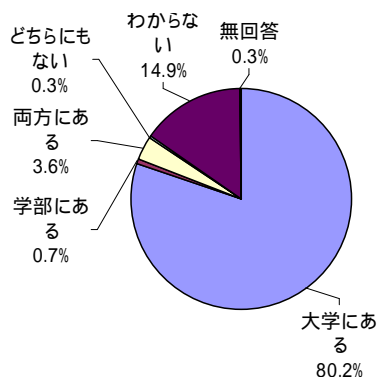
理学・理工学部系 (N=189)



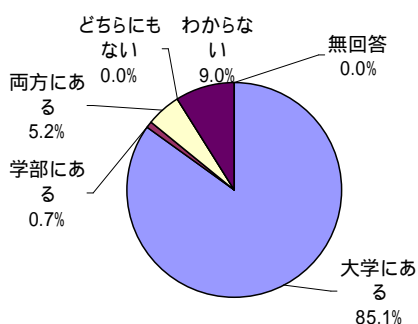
- 学部別では偏りは見られない。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について 大学での相談窓口の存在

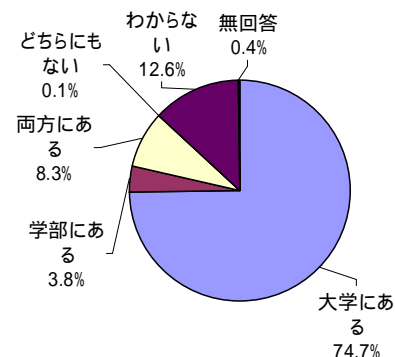
文学部系 (N=303)



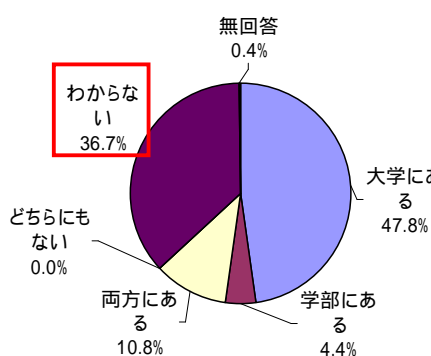
法学部系 (N=134)



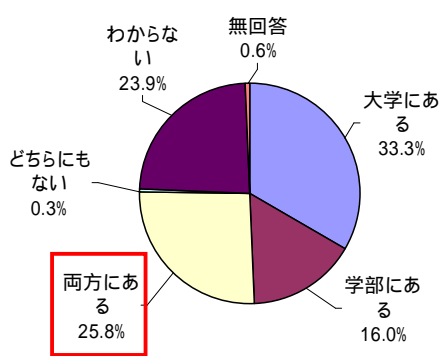
経済・経営・商学部系 (N=755)



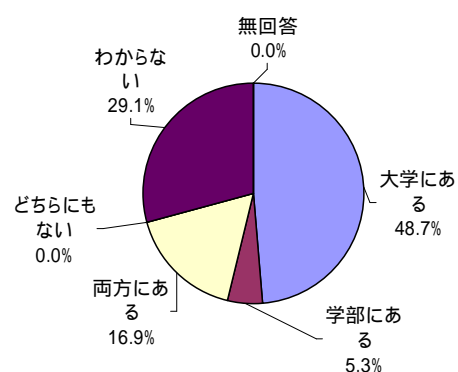
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



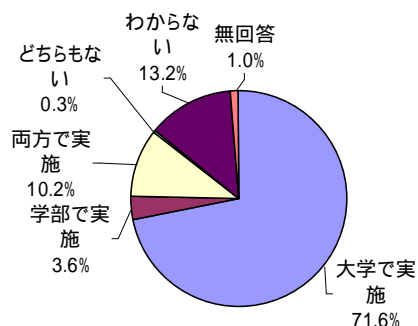
理学・理工学部系 (N=189)



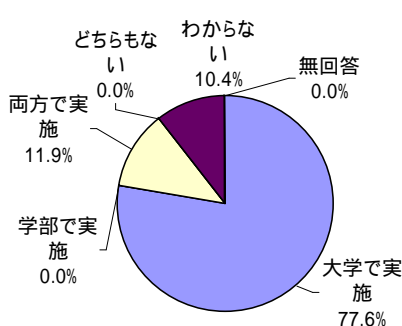
- 政経学部系では、相談窓口の認知率が最も低く、わからないと回答したのが36.7%。その他の文系の学部は9.0%～14.9%となっている。
- 工学部系は大学と学部の両方にあるケースが25.8%と高い。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について 大学での進路セミナーの存在

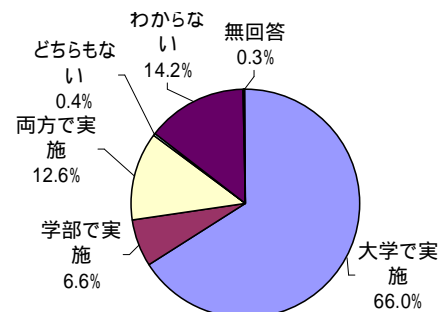
文学部系 (N=303)



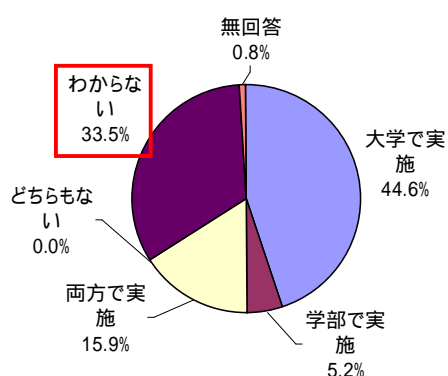
法学部系 (N=134)



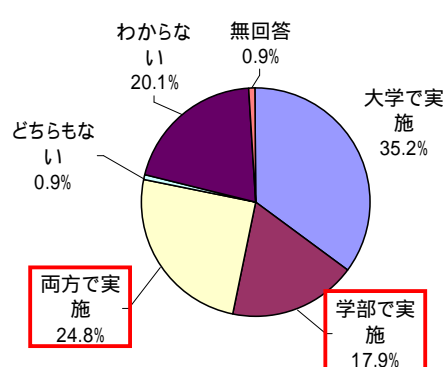
経済・経営・商学部系 (N=755)



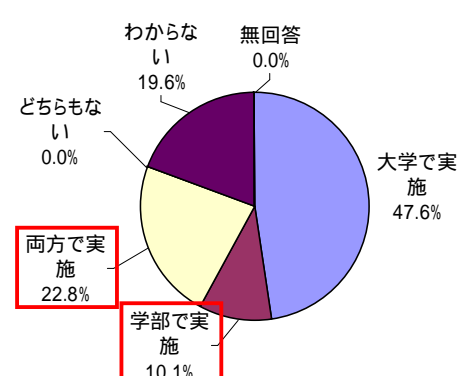
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)

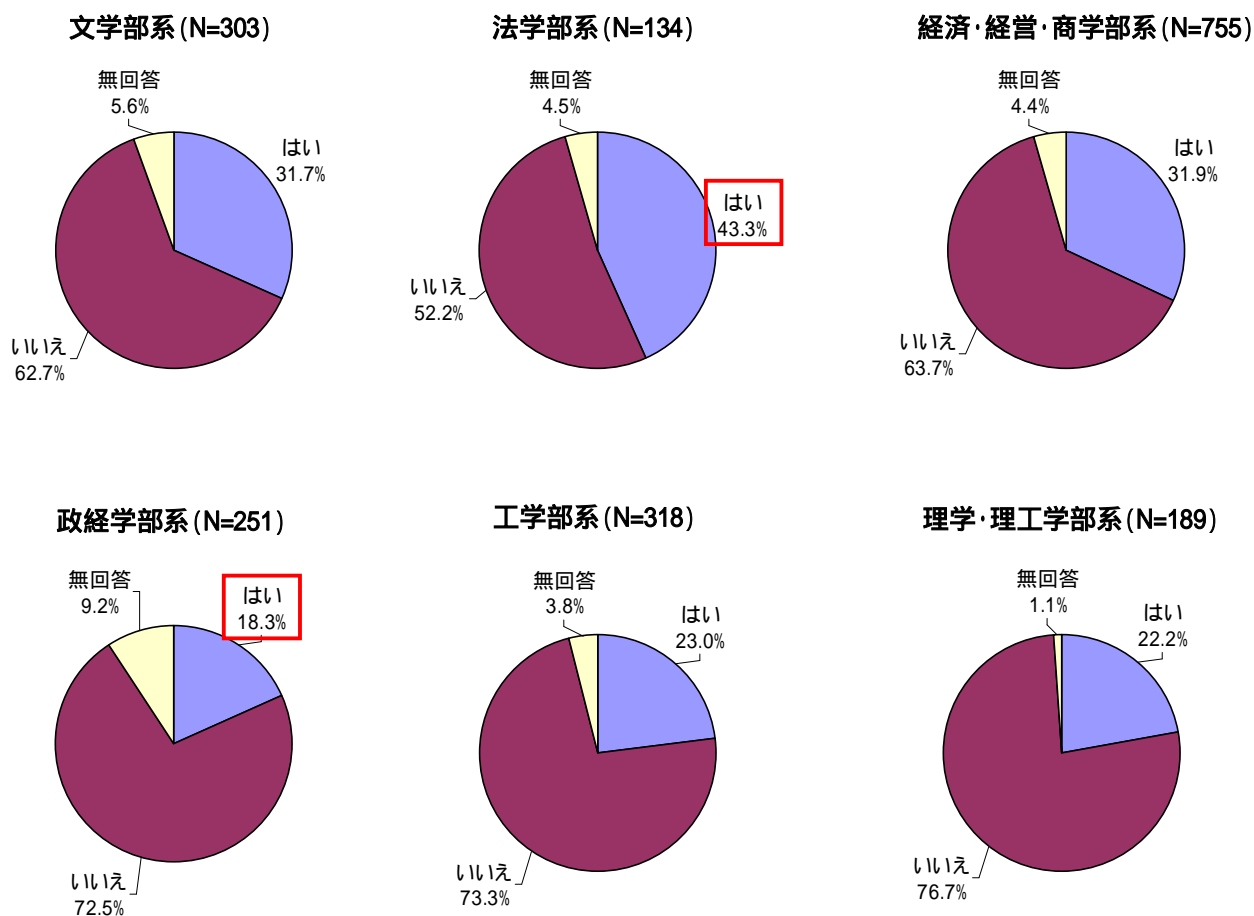


理学・理工学部系 (N=189)



- 就職セミナーでも相談窓口と同様、政経学部系の認知率が最も低く、わからないと回答したのが33.5%。
- 就職セミナーを大学と学部両方なのは、工学部系では24.8%、理学・理工学部系では22.8%となっており、文系の学部よりも10%程度高く、学部側の実施も高い。

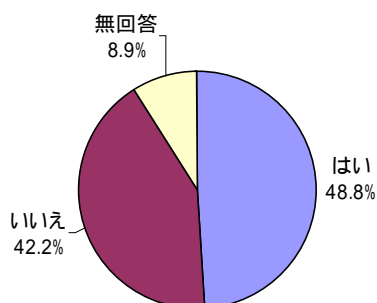
大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について 相談窓口の利用経験



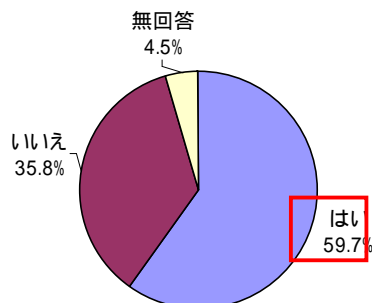
- 相談窓口の利用経験では法学部系が最も高く43.2%で、最も低いのが政経学部系の18.3%。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について
 【学部別集計】 就職セミナーの利用経験

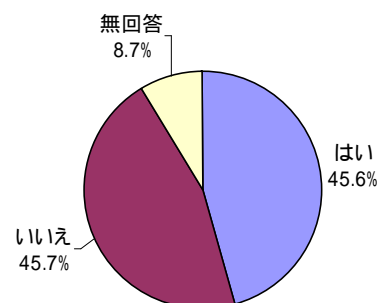
文学部系 (N=303)



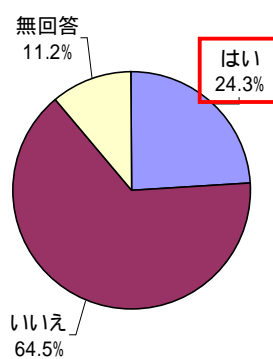
法学部系 (N=134)



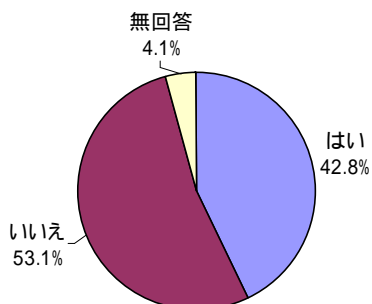
経済・経営・商学部系 (N=755)



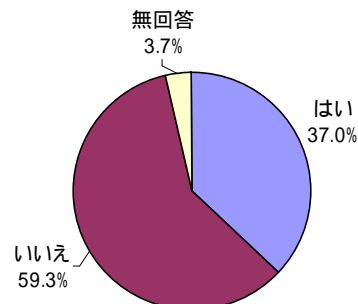
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



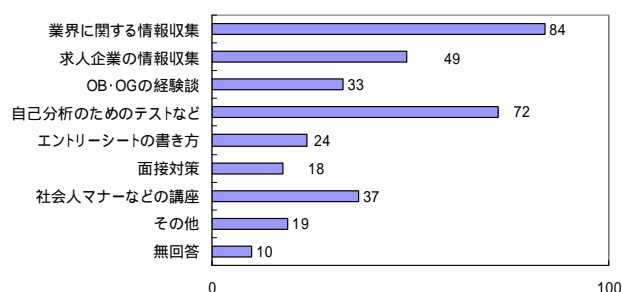
理学・理工学部系 (N=189)



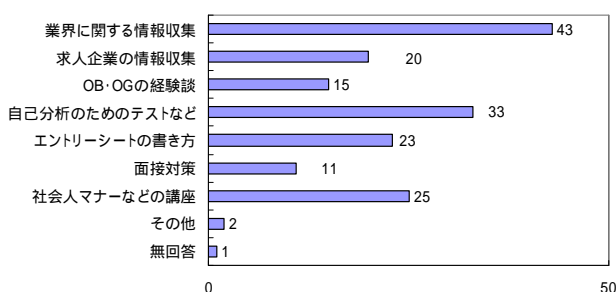
- 就職セミナーの利用経験でも相談窓口と同様、法学部系が最も高く、59.7%で、最も低いのが政経学部系の24.3%となっている。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について 利用した内容(複数回答可) / 相談窓口、セミナー利用経験者のみ

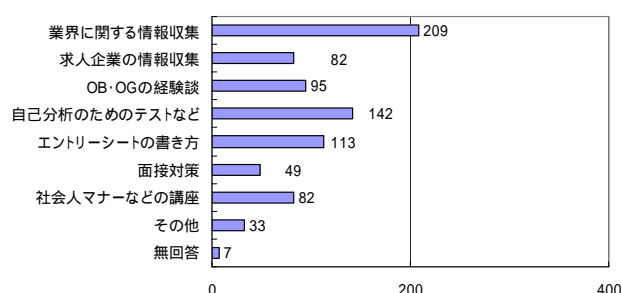
文学部系 (N=180)



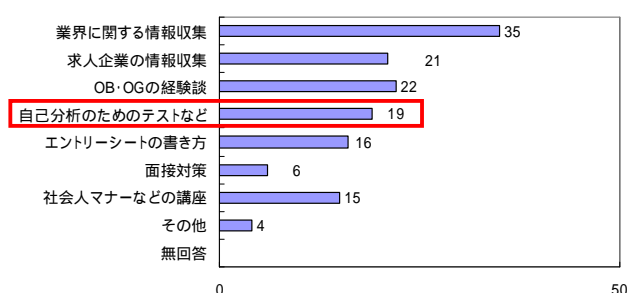
法学部系 (N=90)



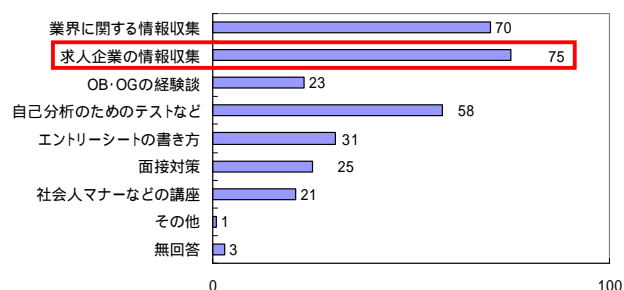
経済・経営・商学部系 (N=417)



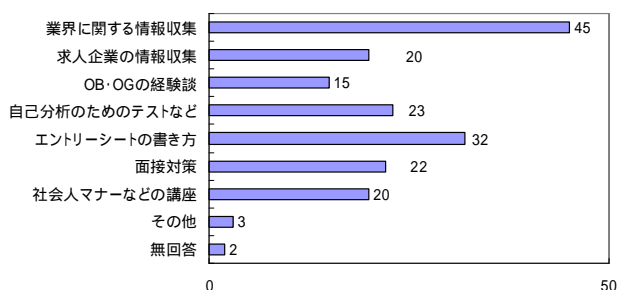
政経学部系 (N=76)



工学部系 (N=151)



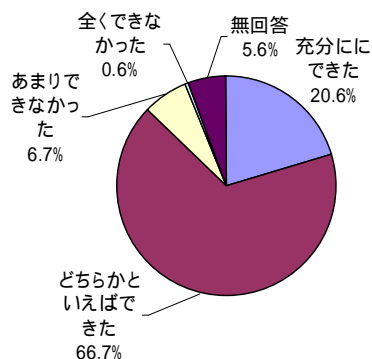
理学・理工学部系 (N=82)



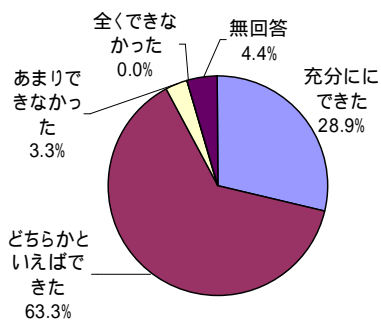
- 工学部系のみ求人企業の情報収集がトップとなっており、それ以外の学部系では業界に関する情報収集がトップとなっている。工学部系はより求人者に直結する情報を求めている可能性がある。
- 政経学部系以外では自己分析のためのテストが高いが、政経学部系では高くない。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について
 情報やサポートの満足度 / 相談窓口、セミナー利用経験者のみ

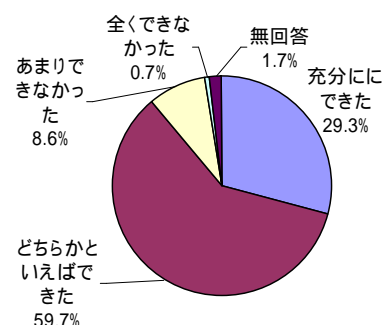
文学部系 (N=180)



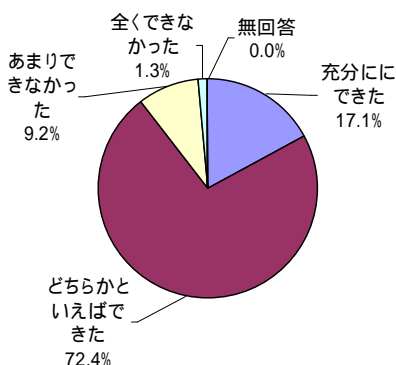
法学部系 (N=90)



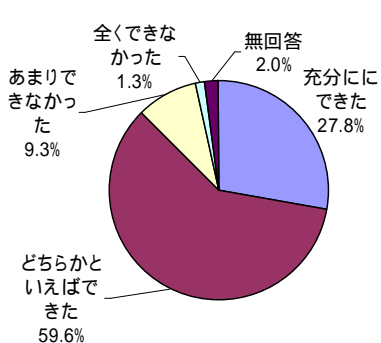
経済・経営・商学部系 (N=417)



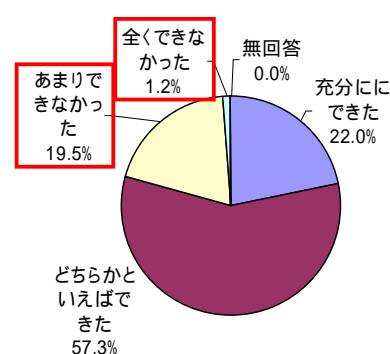
政経学部系 (N=76)



工学部系 (N=151)



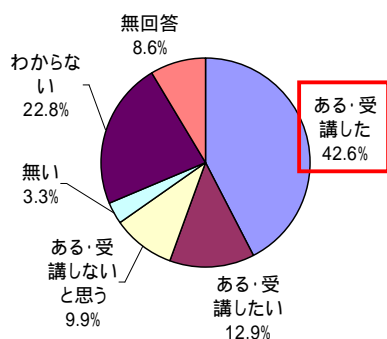
理学・理工学部系 (N=82)



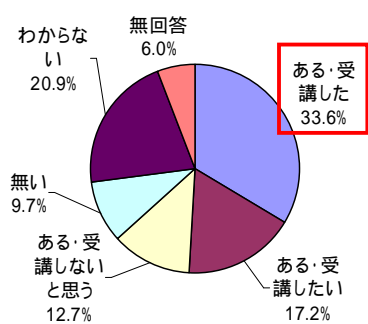
- おおむね、約90%程度で満足度が高いが、理学・理工学部系は20.7%が満足できていないとなり、満足度が最も低い。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について キャリア教育を目的とした授業の有無

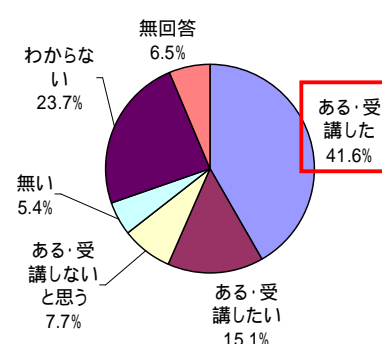
文学部系 (N=303)



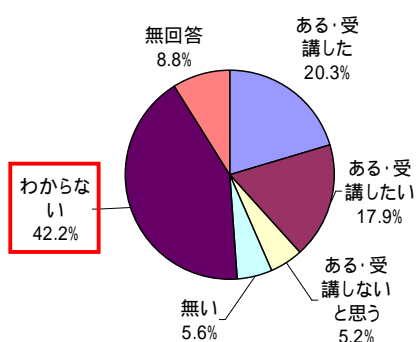
法学部系 (N=134)



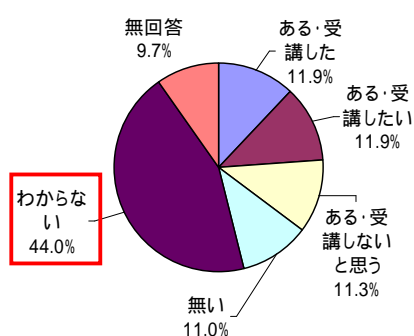
経済・経営・商学部系 (N=755)



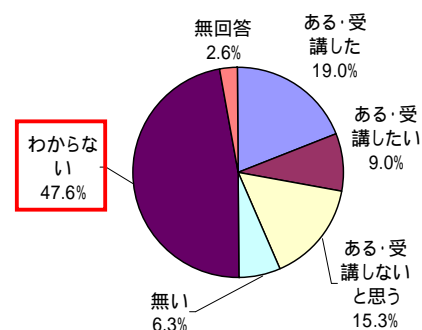
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



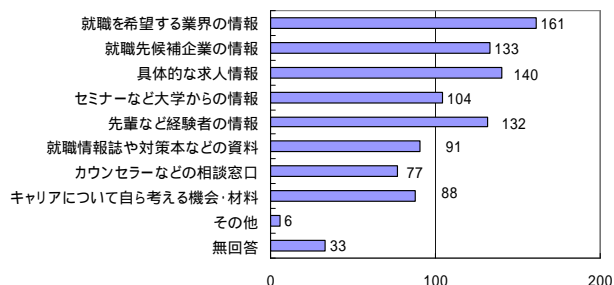
理学・理工学部系 (N=189)



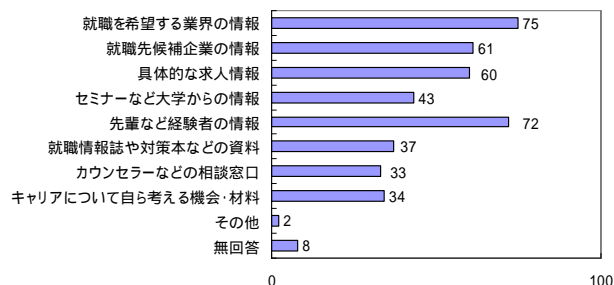
- 政経学部系、工学部系、理学・理工学部系は約45%前後が、キャリア教育を目的とした授業の存在について「わからない」と回答しており、認知度、関心度が低い。
- 文学部系、法学部系、経済・経営・商学部系では、授業の受講経験の比率が高い。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について サポートに対する要望(複数回答可)

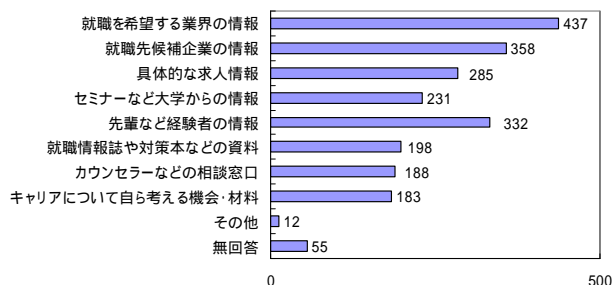
文学部系 (N=303)



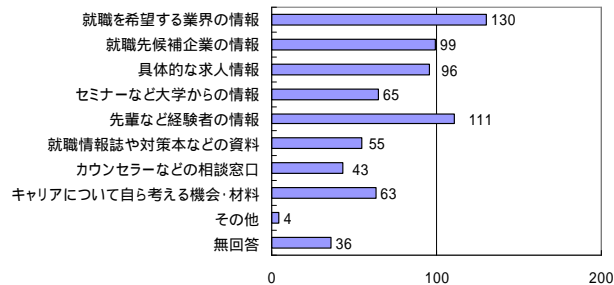
法学部系 (N=134)



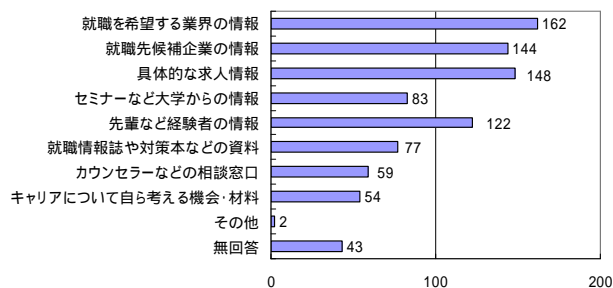
経済・経営・商学部系 (N=755)



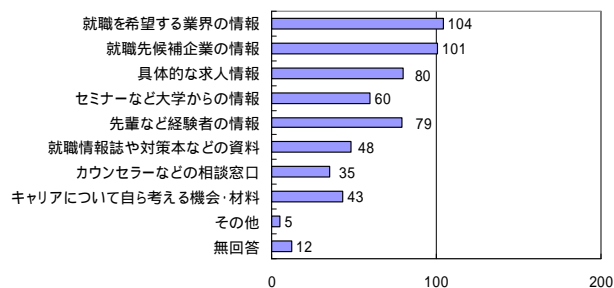
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



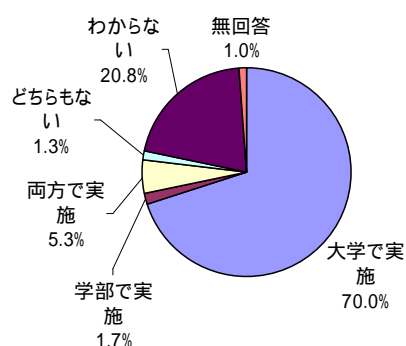
理学・理工学部系 (N=189)



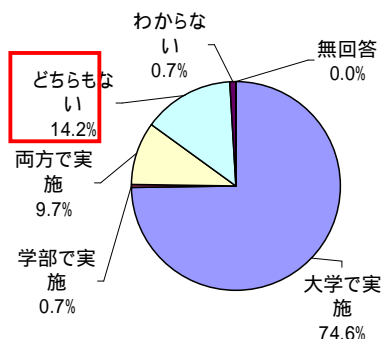
● 学部別で顕著な差は見られない。

インターンシップ制度について インターンシップ制度の有無

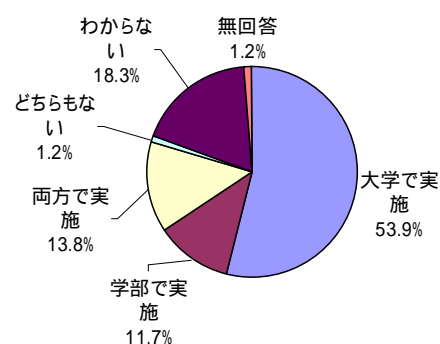
文学部系 (N=303)



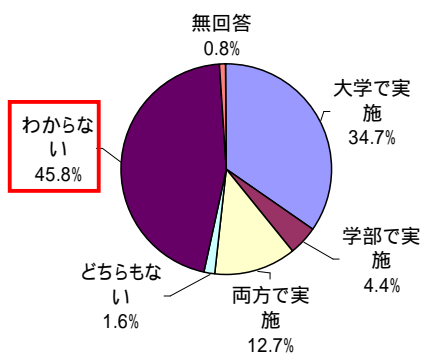
法学部系 (N=134)



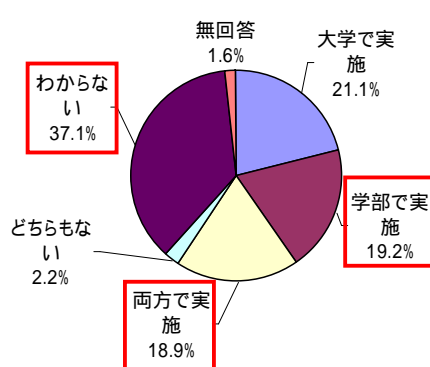
経済・経営・商学部系 (N=755)



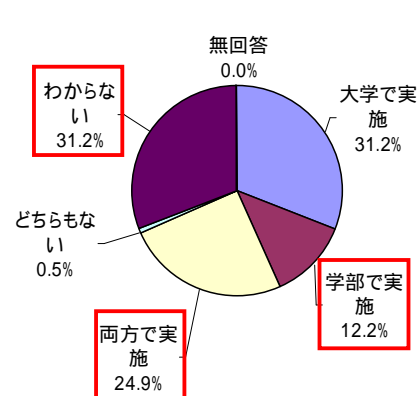
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



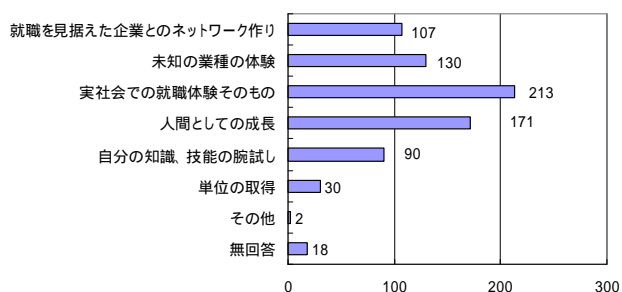
理学・理工学部系 (N=189)



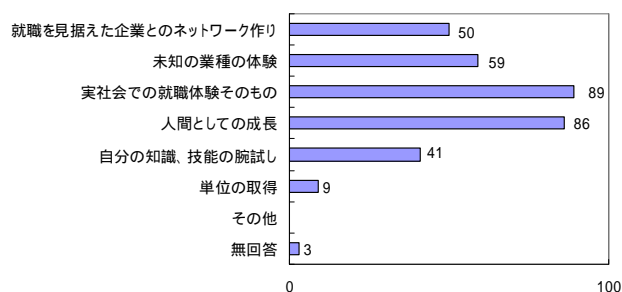
- 法学部系ではインターンシップ制度がないと回答した学生が14.2%で他の学部の数パーセントとことなっている。法学部系ではインターンシップ先が少ない可能性が高い。
- 政経学部系、工学部、理学・理工学部系ではインターンシップ制度の有無がわからないという回答が、それぞれ45.8%、37.1%、31.2%で比率が高い。これらの学部ではインターンシップ制度自体への関心または適切に告知されていない可能性が高い。
- 工学部系、理学・理工学部系ではそれぞれ学部の関与がたかく、それぞれ38.1%、37.1%となっており、文系の学部と異なっている。

インターンシップ制度について インターンシップ制度への期待(複数回答可)

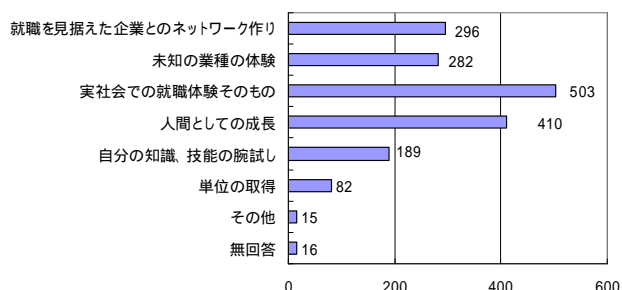
文学部系 (N=303)



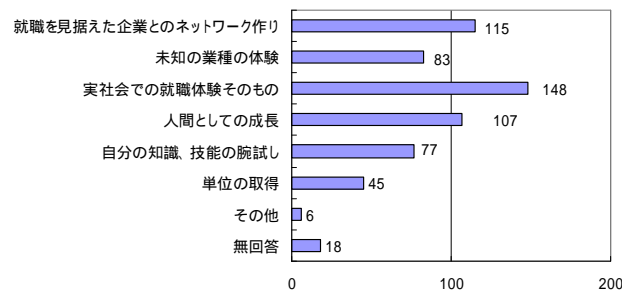
法学部系 (N=134)



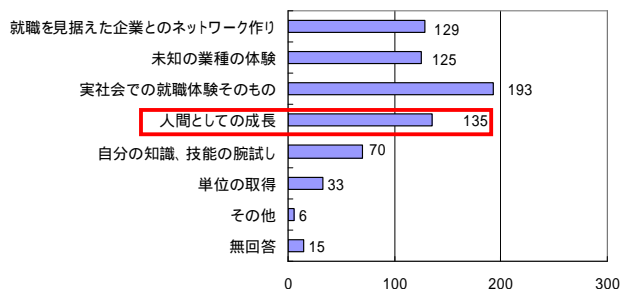
経済・経営・商学部系 (N=755)



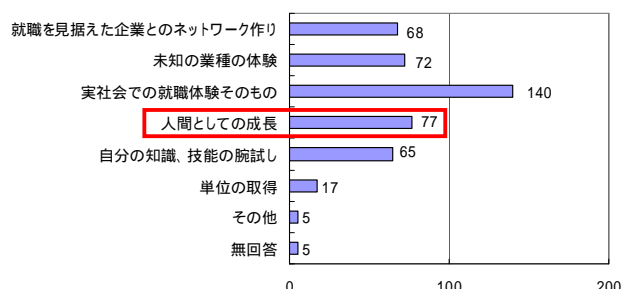
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



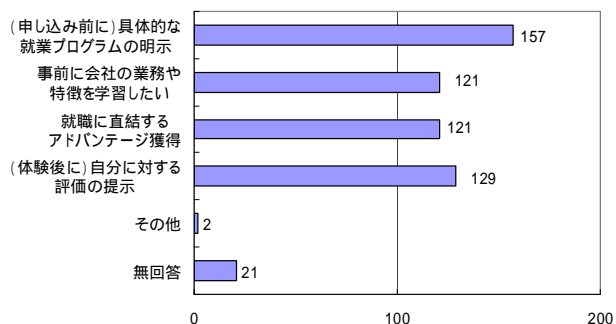
理学・理工学部系 (N=189)



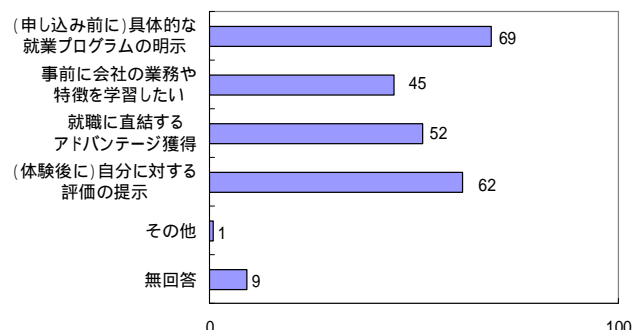
- どの学部も就業体験そのものを最も重要視している。次いで人間としての成長をインターンシップ制度に求めているが、工学部系や理学・理工学部系の理系の学部では、人間としての成長の要望の比率が、他の文系の学部に比べて落ちている。

インターンシップ制度について インターンシップ制度での企業側への要望(複数回答可)

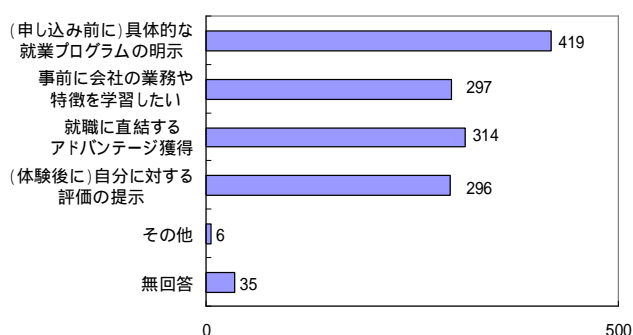
文学部系 (N=303)



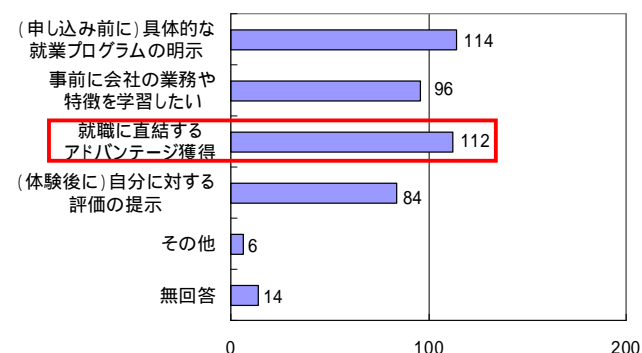
法学部系 (N=134)



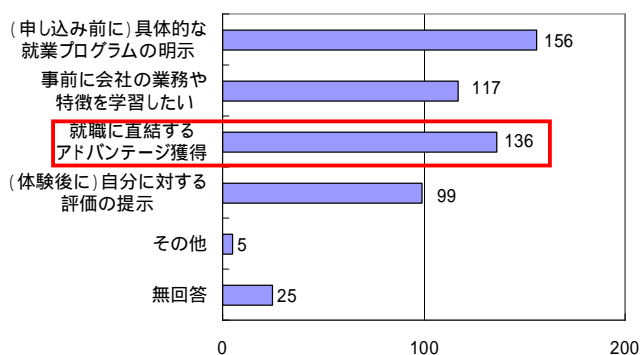
経済・経営・商学部系 (N=755)



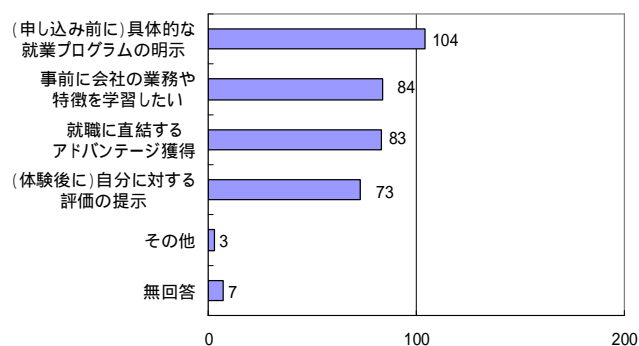
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



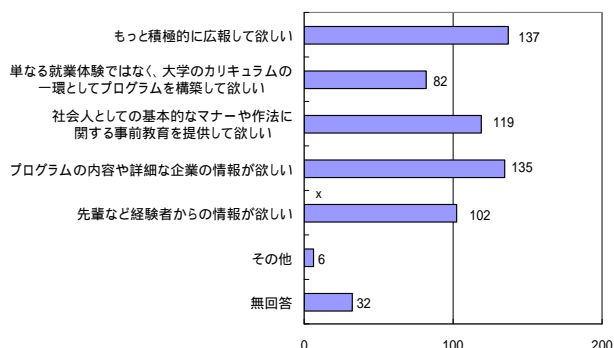
理学・理工学部系 (N=189)



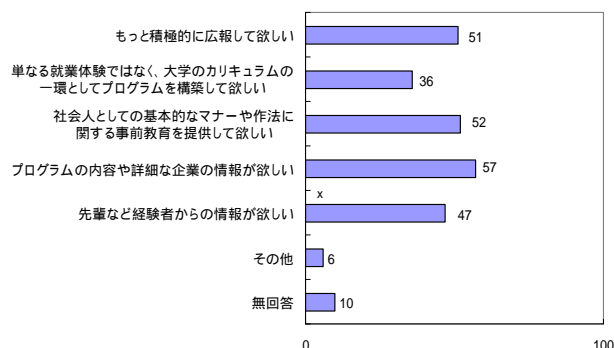
- どの学部も就業プログラムの事前開示を要望する声が高い。
- 政経学部系と工学部系は、就職に直結するアドバンテージを求めている比率が他の学部と比べて高く、インターンシップ制度自体の認識率が低い割には、より現実的な解を求めている可能性が高い。

インターンシップ制度について インターンシップ制度での大学側への要望(複数回答可)

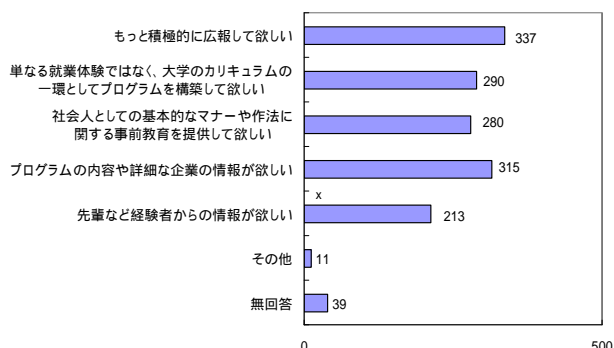
文学部系 (N=303)



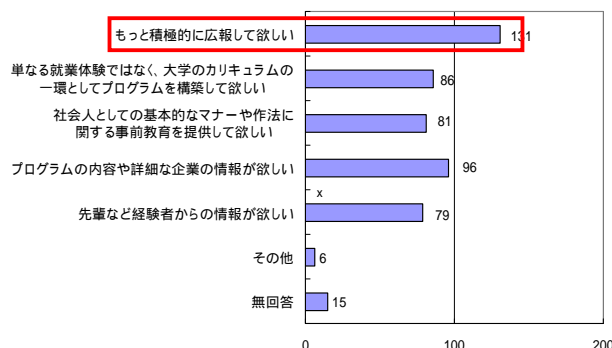
法学部系 (N=134)



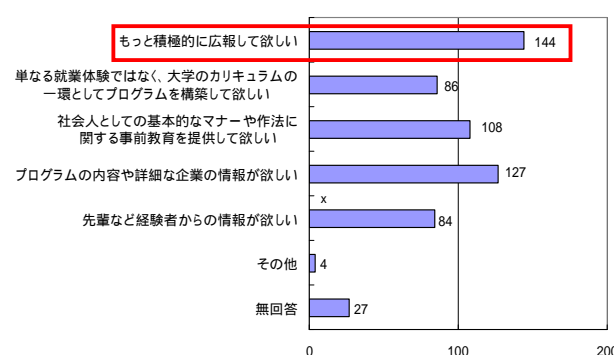
経済・経営・商学部系 (N=755)



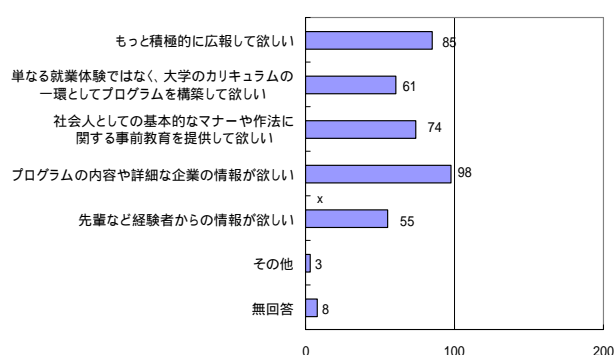
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



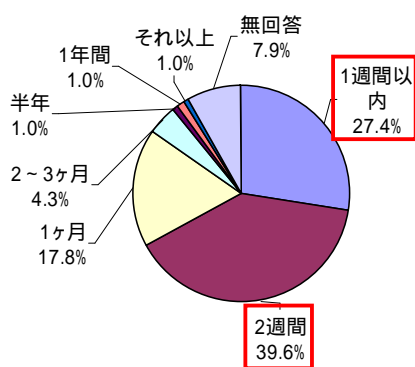
理学・理工学部系 (N=189)



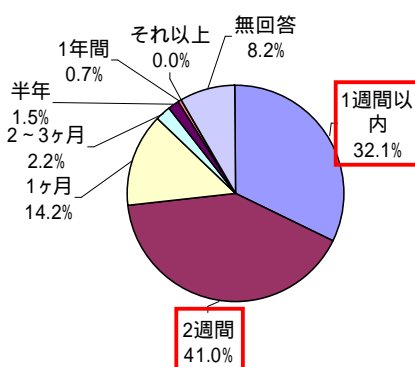
- どの学部もインターンシップ制度自体の広報や企業の詳細情報を望む声が高い。
- インターンシップ自体の認識率が低い、政経学部系、工学部系では、特にインターンシップ制度の広報を望む比率が高くなっている。

インターンシップ制度について インターンシップ制度の希望期間

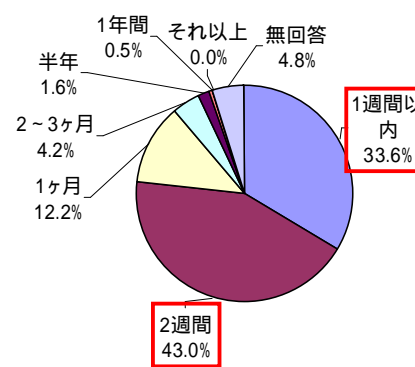
文学部系 (N=303)



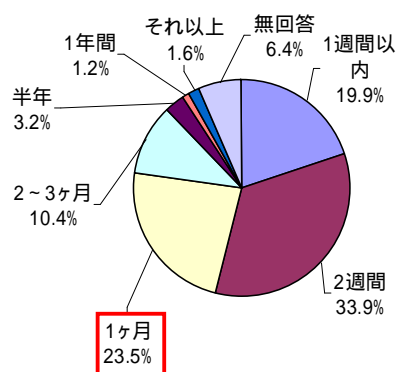
法学部系 (N=134)



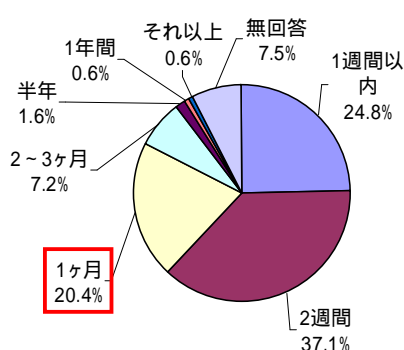
経済・経営・商学部系 (N=755)



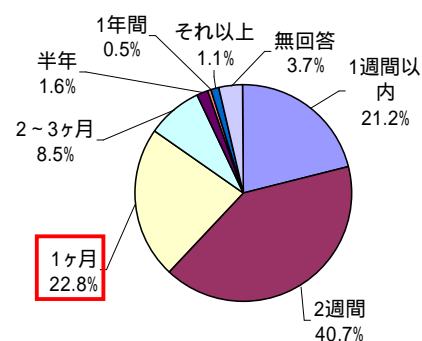
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



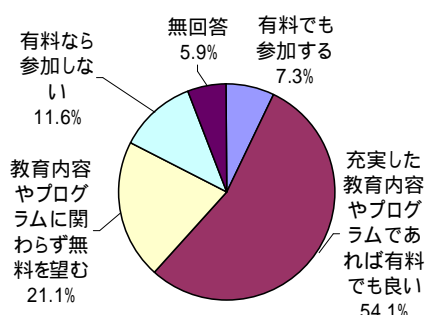
理学・理工学部系 (N=189)



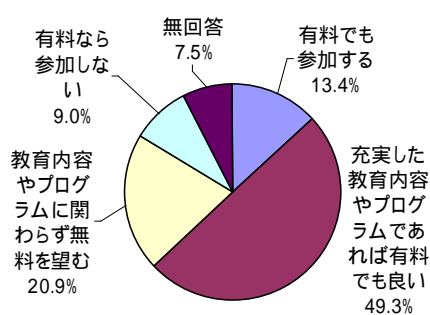
- 法学部系、経済・経営・商学部系、文学部系は、2週間以内の比率が、それぞれ73.1%、76.6%、67.0%で比率が高い。
- 政経学部系、工学部系、理学・理工学部系で1ヶ月とした回答が20%を超えている。

インターンシップ制度について インターンシップが有料の場合の利用意志

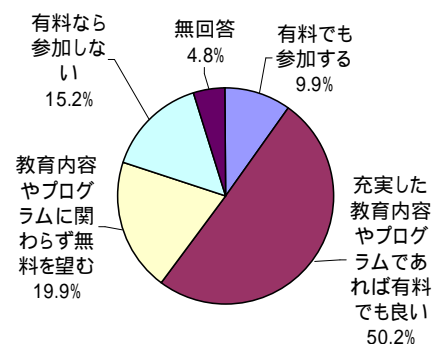
文学部系 (N=303)



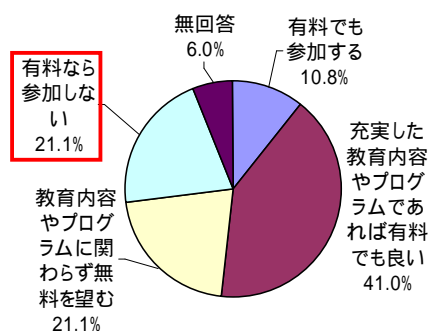
法学部系 (N=134)



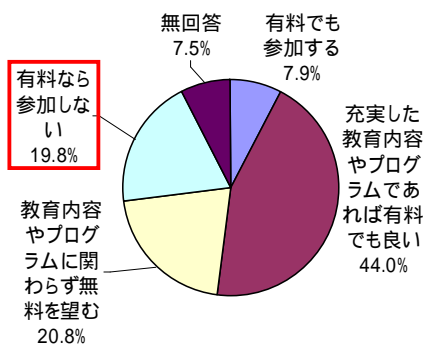
経済・経営・商学部系 (N=755)



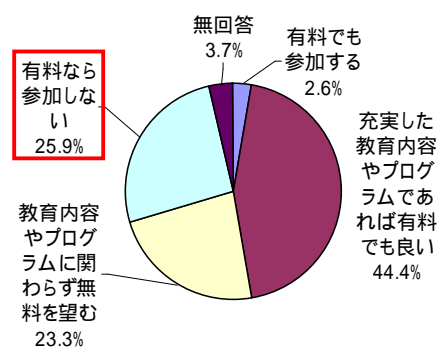
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



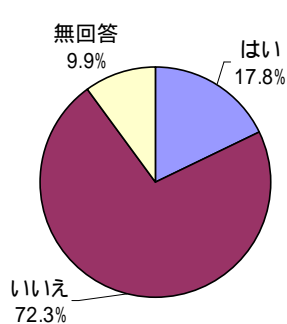
理学・理工学部系 (N=189)



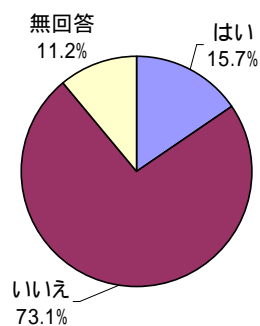
- 政経学部系、工学部系、理学・理工学部系では、有料の場合、参加しないとした比率が約20%前後ある。元々インターンシップ制度に対する認知や関心が、他の学部比べて低いため、このような結果になっていると思われる。

インターンシップ制度について インターンシップ制度の利用経験

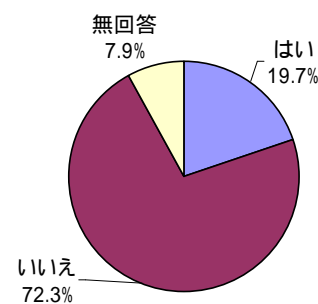
文学部系 (N=303)



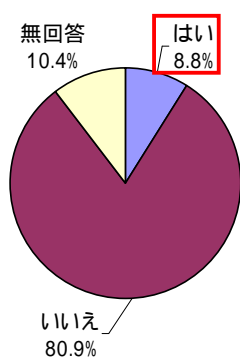
法学部系 (N=134)



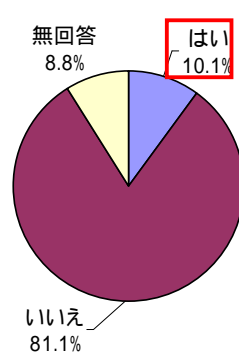
経済・経営・商学部系 (N=755)



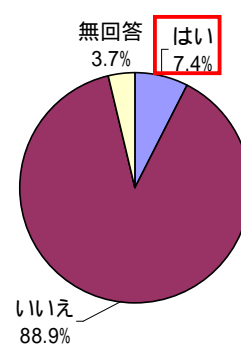
政経学部系 (N=251)



工学部系 (N=318)



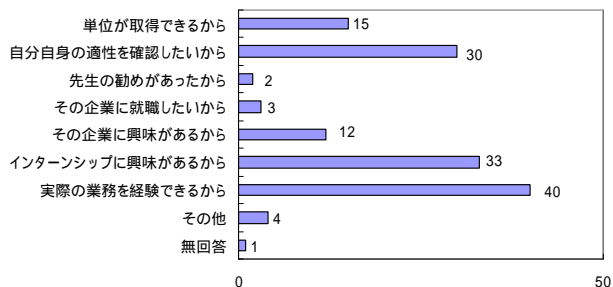
理学・理工学部系 (N=189)



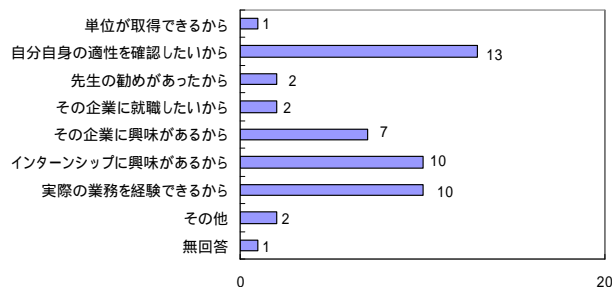
- 理学・理工学部系、政経学部系、工学部系の順にインターンシップ制度の利用率が低い。インターンシップ制度の存在の有無の認識が低い学部と回答が連動していると思われる。

インターンシップ制度について インターンシップ制度を利用した理由(複数回答可) / 利用経験者のみ

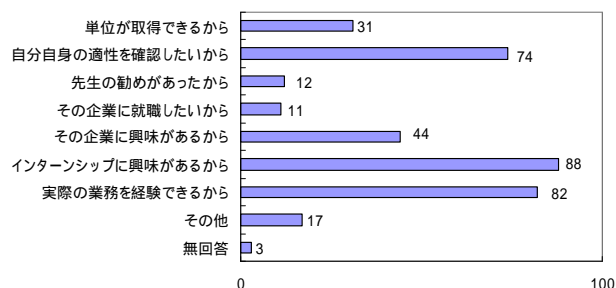
文学部系 (N=54)



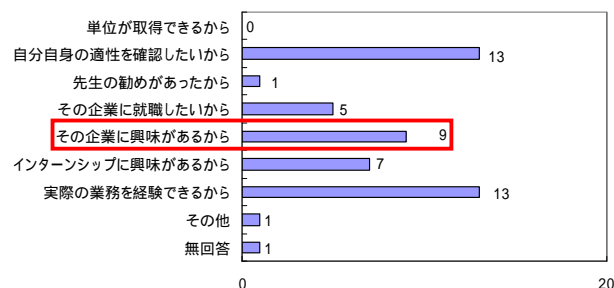
法学部系 (N=21)



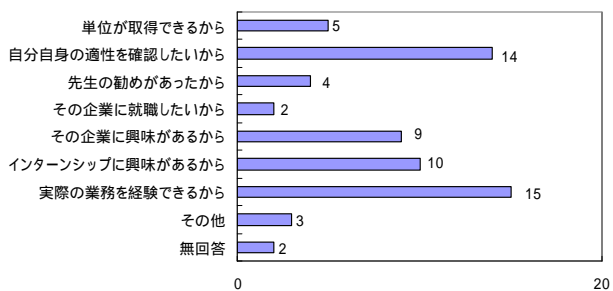
経済・経営・商学部系 (N=149)



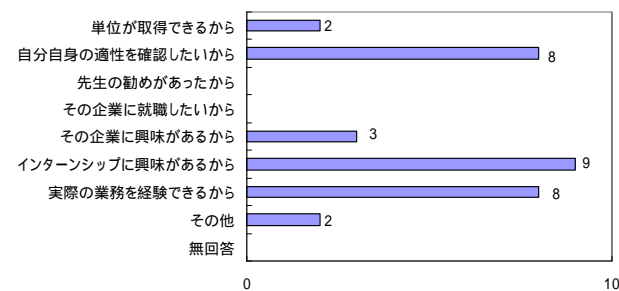
政経学部系 (N=22)



工学部系 (N=32)



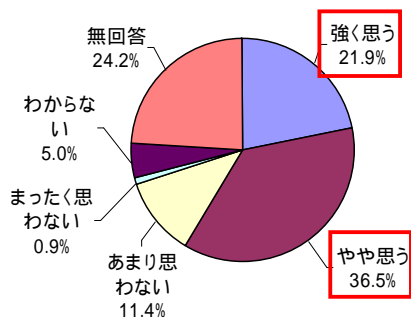
理学・理工学部系 (N=14)



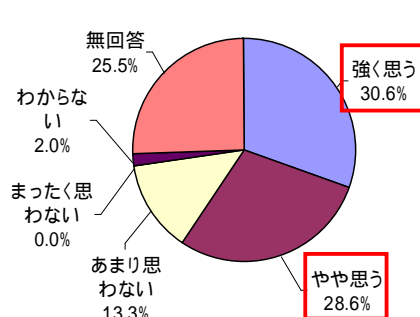
- 政経学部系を除き、上位3つの理由は、実際の就業体験、インターンシップに興味がある、自分自身の適性を確認したいとなっている。
- 政経学部系はその企業に興味があるが第3位になっており、インターンシップで企業側に求めるものでも就職へのアドバンテージの比率が高いことから、就職活動に直結したものを求める傾向が感じられる。

インターンシップ制度について インターンシップ制度の利用希望 / 未経験者のみ

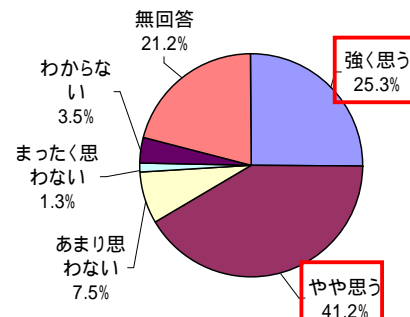
文学部系 (N=219)



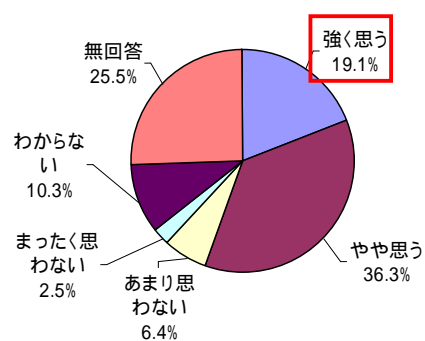
法学部系 (N=98)



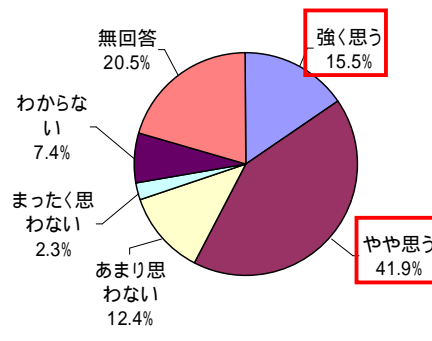
経済・経営・商学部系 (N=546)



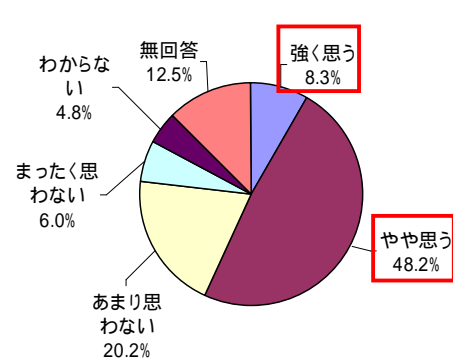
政経学部系 (N=203)



工学部系 (N=258)



理学・理工学部系 (N=168)



- どの学部も強く思うとやや思うを合わせると、約55%～60%程度が利用を希望している。但し、思いの強さは文学部系、法学部系、経済・経営・商学部系の方が高い。

男女別報告

キャリアサポート

- 相談窓口、就職セミナーの存在認識や利用経験は、男性よりも女性のほうが若干比率が高い。
- 利用した内容としては、男性は求人企業の情報を求める傾向が強い。
- キャリア目的の授業の存在の有無も、女性の方が積極的である。

POINT

キャリアサポートに対する姿勢は女性の方が前向き

インターンシップ制度

- インターンシップ制度の認知率も男性よりも女性の方が高い。
- 企業側への要望では男性の方は、就職に直結するアドバンテージを求める比率が女性よりも高い。
- 大学側への要望では男性はインターンシップ制度のカリキュラム化を望んでおり、女性は先輩や経験者の情報を欲している。
- インターンシップが有料となった場合、男性のほうが参加しない比率が高い。
- インターンシップ制度の利用経験は女性の方が比率が高い。

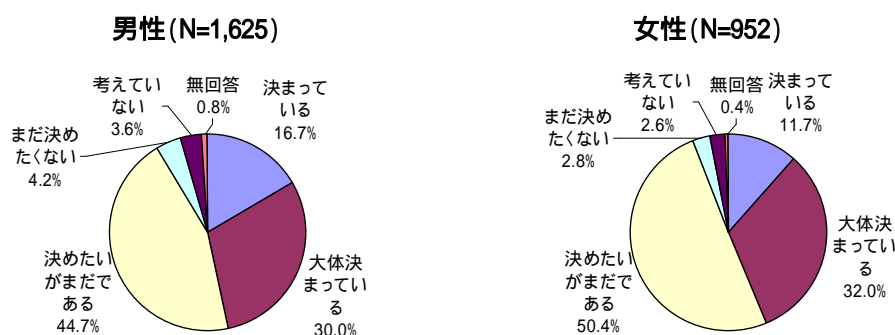
POINT

キャリアサポートの場合と同様に、インターンシップ制度の利用経験や取り組む姿勢は女性のほうが前向き。

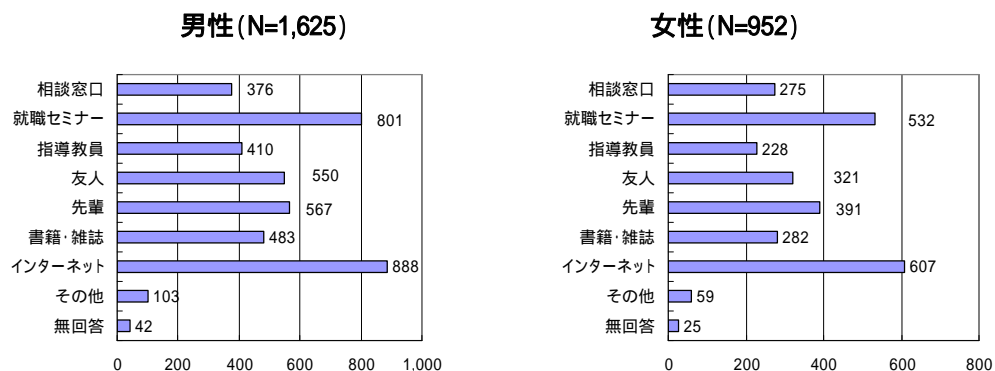
男性はカリキュラム化による強制力を求めており、女性は経験者の情報など、内容にかかわるところの充実を求めている。

キャリア(進路・就業)について

進路の決定状況



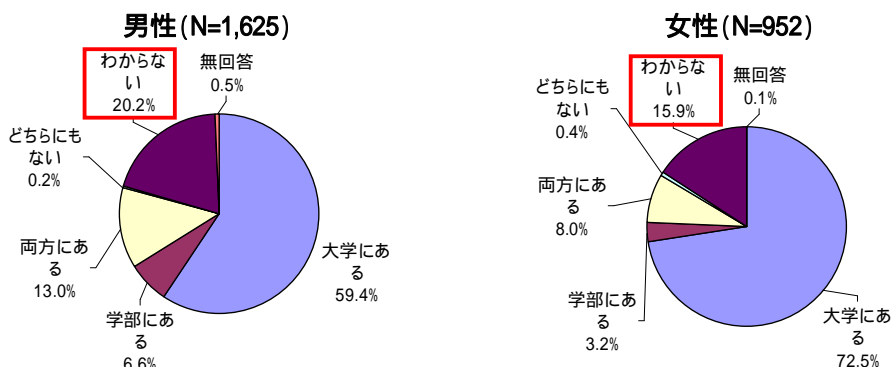
進路情報の入手手段(複数回答可)



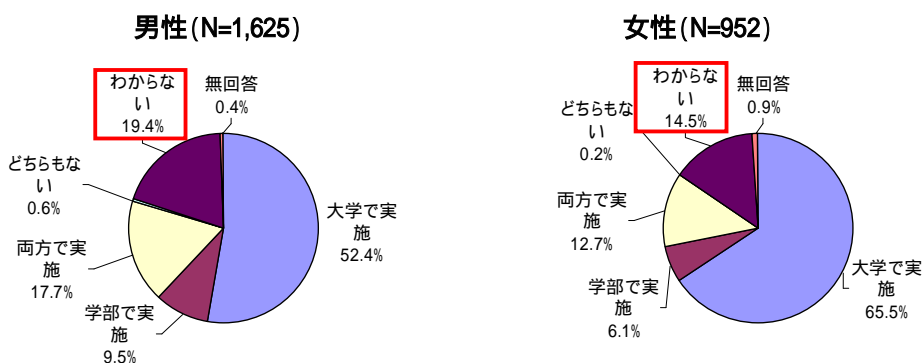
- 進路、就業の決定状況や情報の入手手段について、男女別で顕著な差は見られない。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について

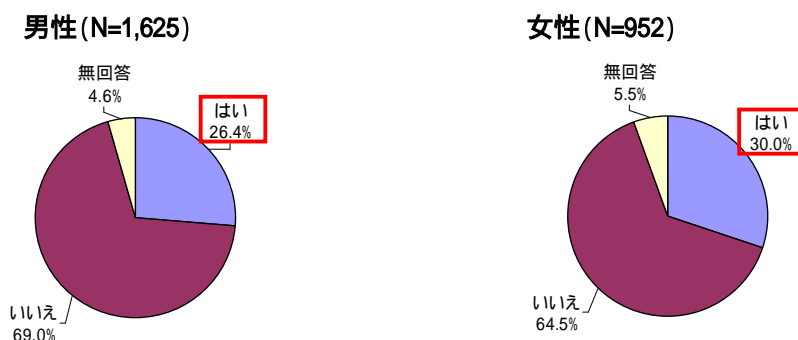
大学での相談窓口の存在



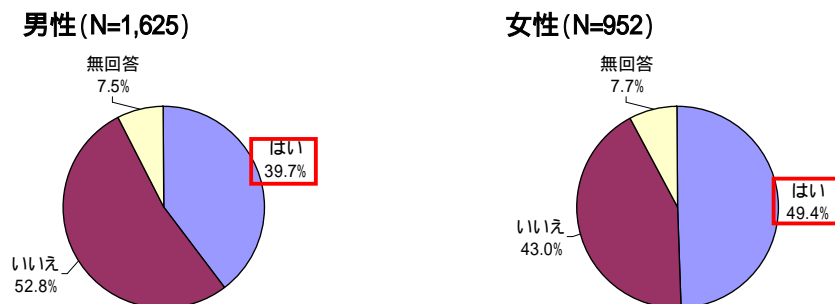
大学での進路セミナーの存在



相談窓口の利用経験



就職セミナーの利用経験

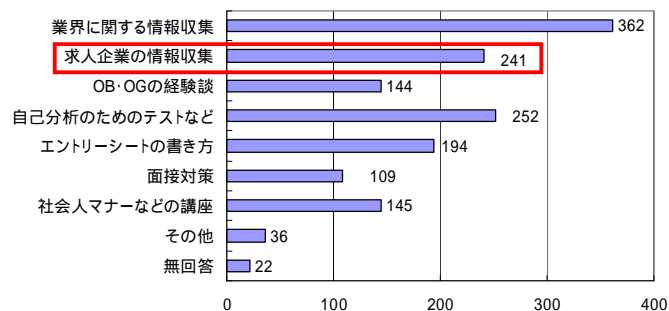


- 相談窓口や就職セミナーの存在をわからないと回答した比率は男性の方が約5%程度高い。
- それらの利用経験は女性の方が高い。特に就職セミナーは約10%程度女性の方が高い。

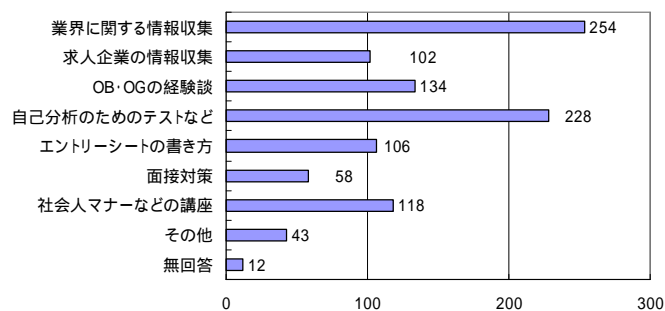
大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について

利用した内容(複数回答可) / 相談窓口、セミナー利用経験者のみ

男性(N=770)

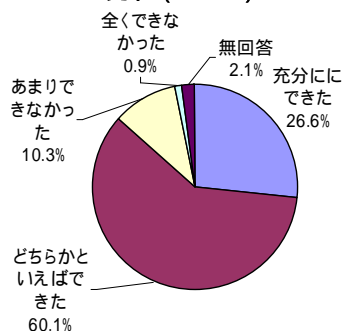


女性(N=547)

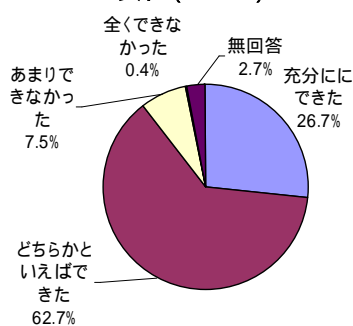


情報やサポートの満足度 / 相談窓口、セミナー利用経験者のみ

男性(N=770)



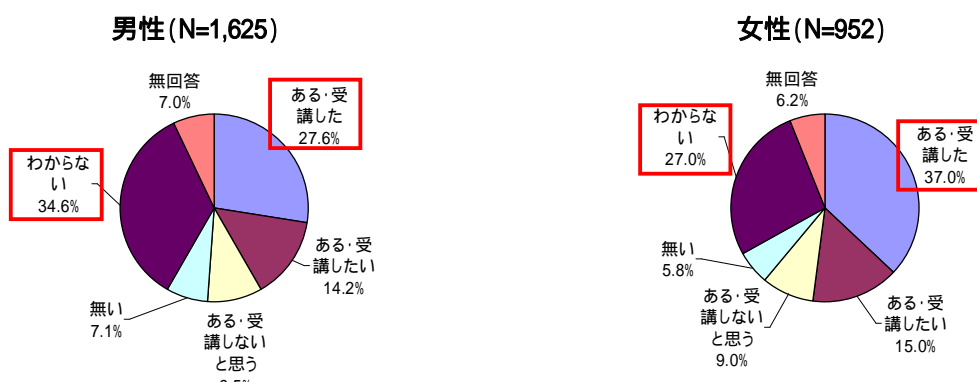
女性(N=547)



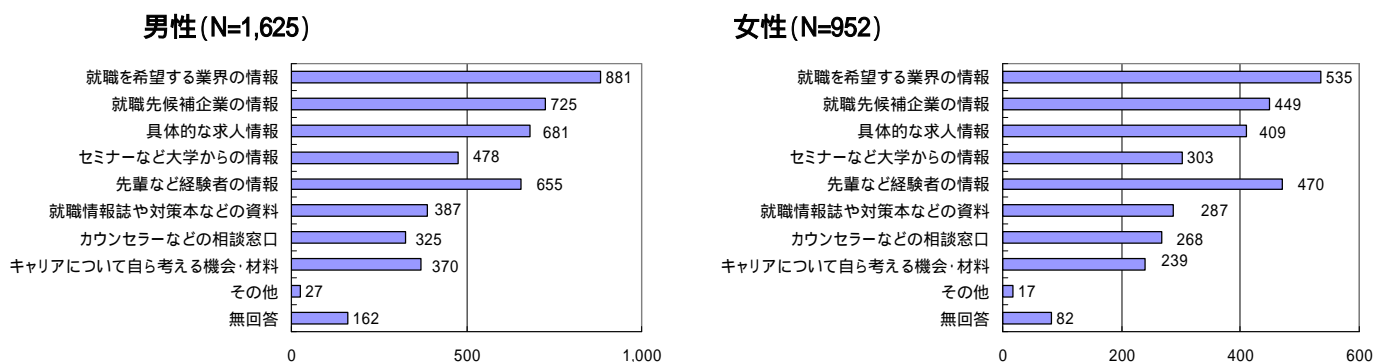
- 利用した内容では、男性は求人企業の情報収集の比率が高い。
- 情報やサポートの満足度は男女別で差は見られない。

大学のキャリアサポート(進路・就業・就業支援)について

キャリア教育を目的とした授業の有無



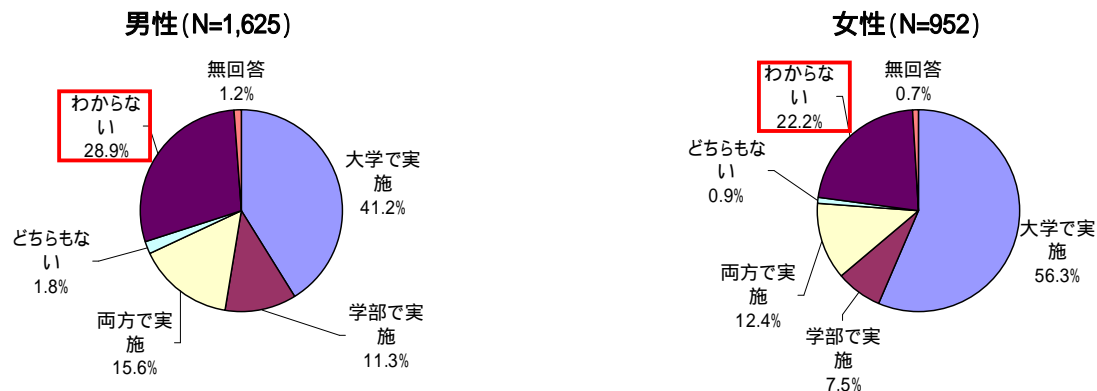
サポートに対する要望(複数回答可)



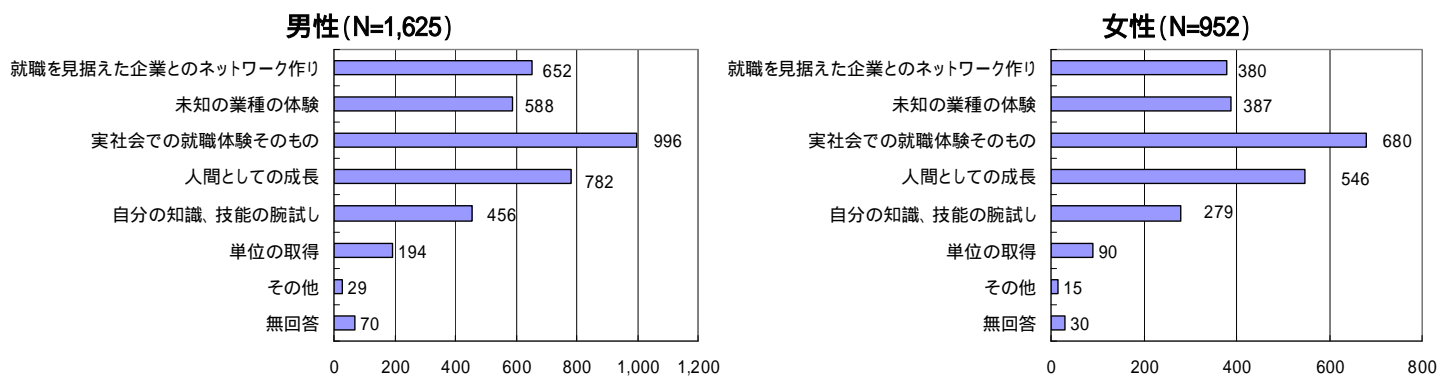
- キャリア教育を目的とした授業に関して、女性の方が受講率が高く、男性は授業の存在をわからないとした比率が高い。
- サポートに対する要望では男女別で大きな差は見られない。

インターンシップ制度について

インターンシップ制度の有無



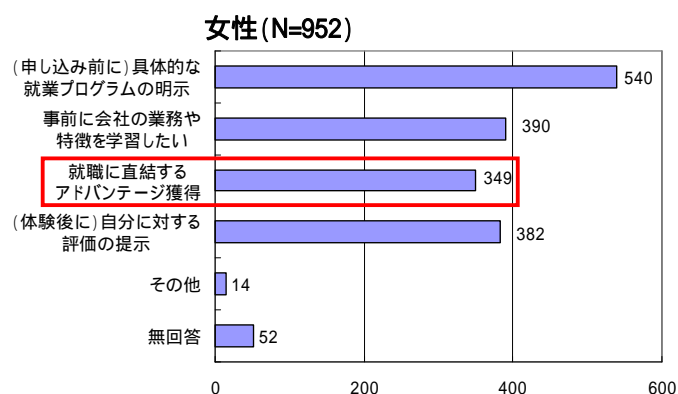
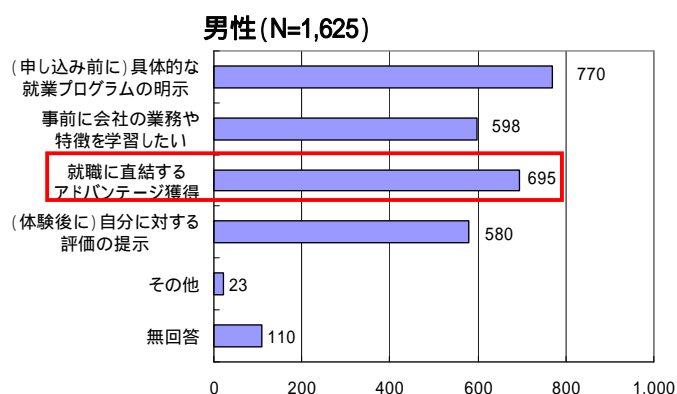
インターンシップ制度への期待 (複数回答可)



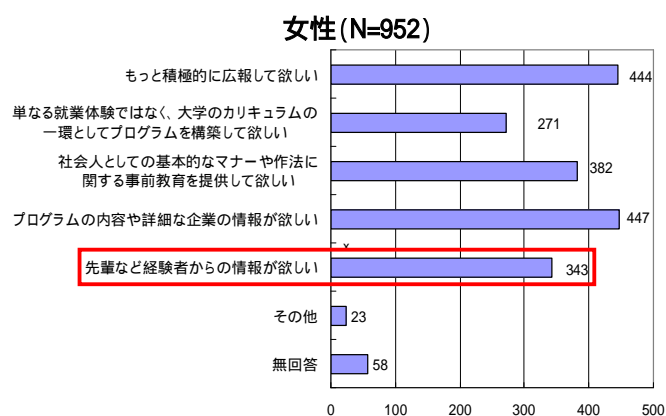
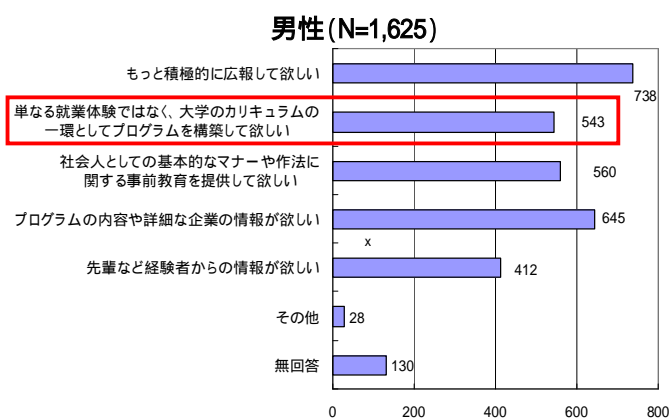
- インターンシップ制度の有無をわからないと回答したのは、男性の方が6.7%高く、認識率が低いと思われる。

インターンシップ制度について

インターンシップ制度での企業側への要望(複数回答可)



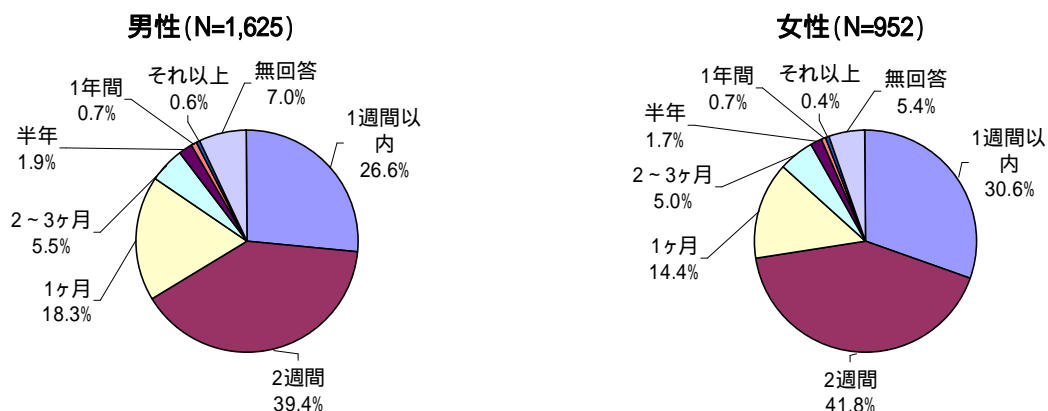
インターンシップ制度での大学側への要望(複数回答可)



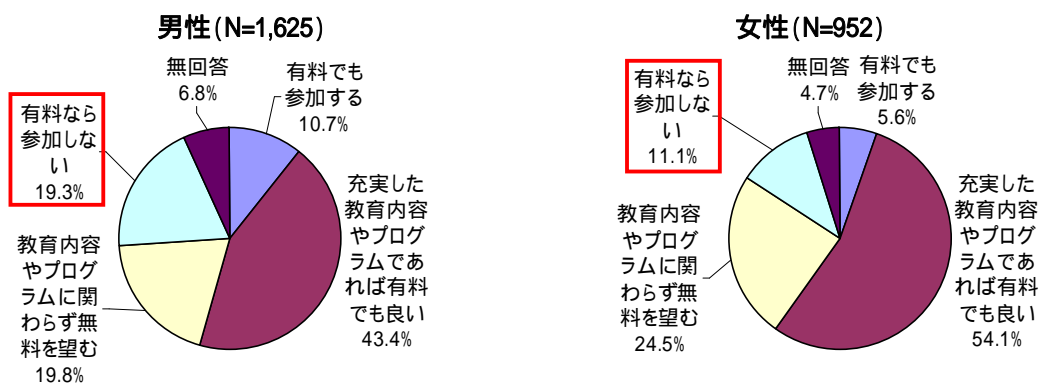
- 企業側への要望として最も高いのは、男女とも就業プログラムの事前開示。さらに男性は就職に直結するアドバンテージを求める比率が高い。
- 大学側への要望として最も高いのは広報や企業等の詳細情報だが、それ以外では大学でのカリキュラム化を望む声が男性の方が女性より比率が高い。一方女性は先輩や経験者などの情報を欲している比率が男性よりも高い。

インターンシップ制度について

インターンシップ制度の希望期間



インターンシップが有料の場合の利用意志



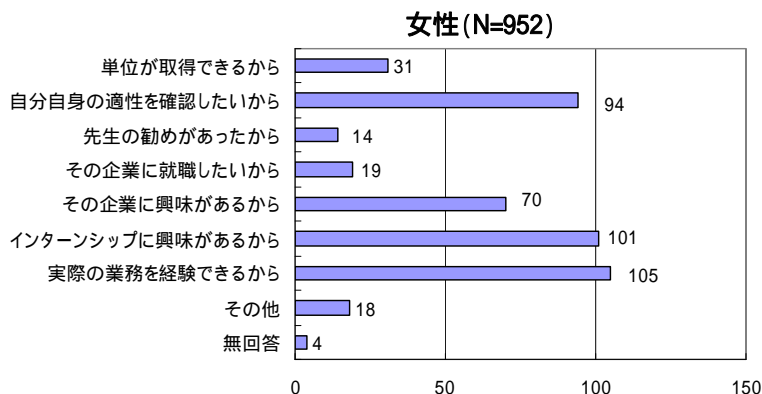
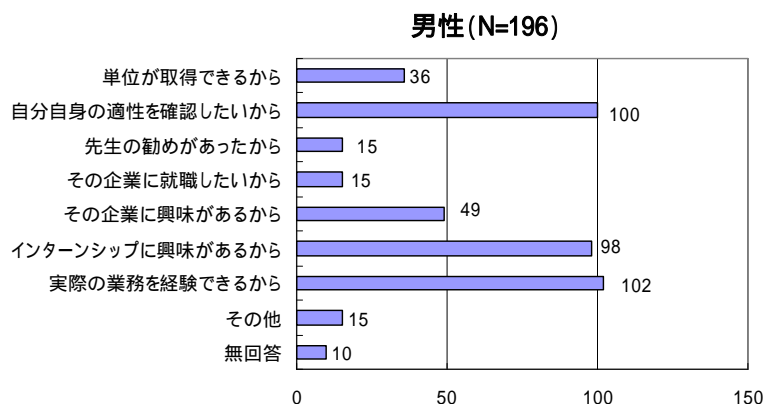
インターンシップ制度の利用経験



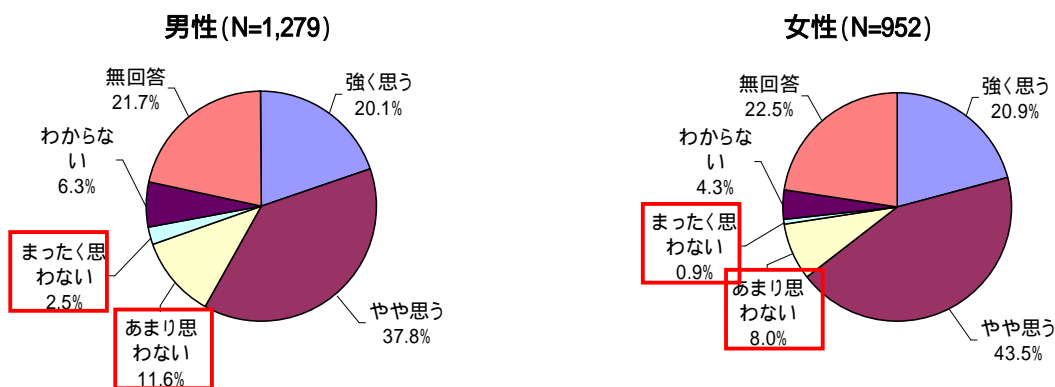
- 男性の方が女性よりインターンシップの希望期間が長めである。
- 男性の方が女性より、有料であればインターンシップに参加しないとされた比率が8.2%高い。
- 女性の方が男性より、インターンシップ制度の利用経験が6.3%高い。

インターンシップ制度について

インターンシップ制度を利用した理由(複数回答可) / 利用経験者のみ



インターンシップ制度の利用希望 / 未経験者のみ



- インターンシップ経験者の利用した理由では、男女別で大きな差は見られない。
- インターンシップ未経験者の利用希望では、男性の方が希望が少なく、あまり思わないとまったく思わないを合わせた比率が男性の方が5.2%高い。

資料 5 : 大学キャリアセンター向けアンケート調査結果

調査概要 / 基本属性

- 調査目的： 大学におけるキャリアサポートおよびインターンシップ制度の実態の把握
- 調査方法： 首都圏、関西圏、広島地区の主な40大学にアンケート協力を依頼
33大学のキャリアセンター等より有効回答を回収

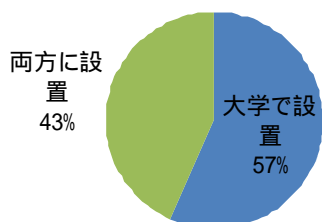
大学名	担当部署名
T1大学	進路支援センター インターンシップ課
T2大学	就職センター 就職課
T3大学	キャリア形成支援課
T4大学	キャリア就職支援課
T5大学	キャリアセンター キャリア支援課
T6大学	キャリア教育研究開発センター 事務室
T7大学	キャリア サポートセンター
T8大学	学修進路支援部 就職課
T9大学	キャリアセンター キャリア支援課
T10大学	キャリアセンター
T11大学	キャリアオフィス 共通教育課
T12大学	キャリアセンター
T13大学	キャリアセンター
T14大学	キャリアサポート課
T15大学	キャリアセンター
T16大学	総合学生部就職課
T17大学	キャリアセンター

大学名	担当部署名
T18大学	キャリアセンター
T19大学	キャリア支援部
T20大学	学務部学生支援課
T21大学	TXキャリア支援課
T22大学	学生部就職支援課
T23大学	キャリアセンター
T24大学	インターンシップ支援オフィス
T25大学	教育支援部 就職・キャリア形成支援事務室
T26大学	学務部学生支援課
T27大学	学務部教務課 大学院係
T28大学	キャリアセンター
T29大学	キャリア教育・就職支援センター
T30大学	キャリアセンター課
T31大学	キャリア支援グループ
T32大学	キャリアセンター
T33大学	キャリアセンター事務室

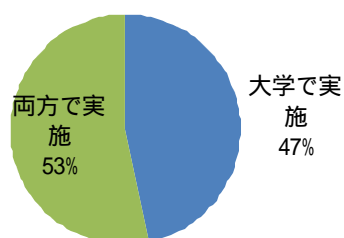
- 調査時期： 2008年8月

キャリアサポート(進路・相談・窓口)について

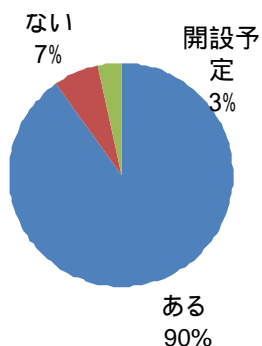
1. 学生に対する進路相談窓口



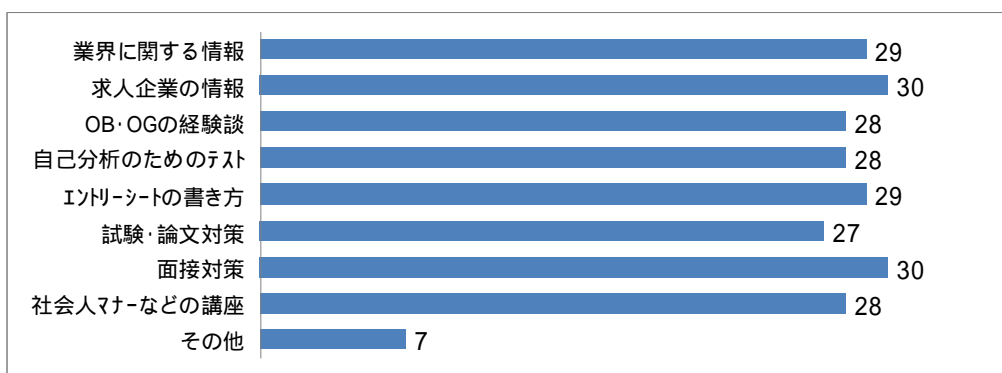
2. 進路に関するセミナー等の開催について



3. 単位取得が可能なキャリア教育目的の授業有無



4. 相談窓口やセミナー等で提供しているサービスについて(複数回答可)

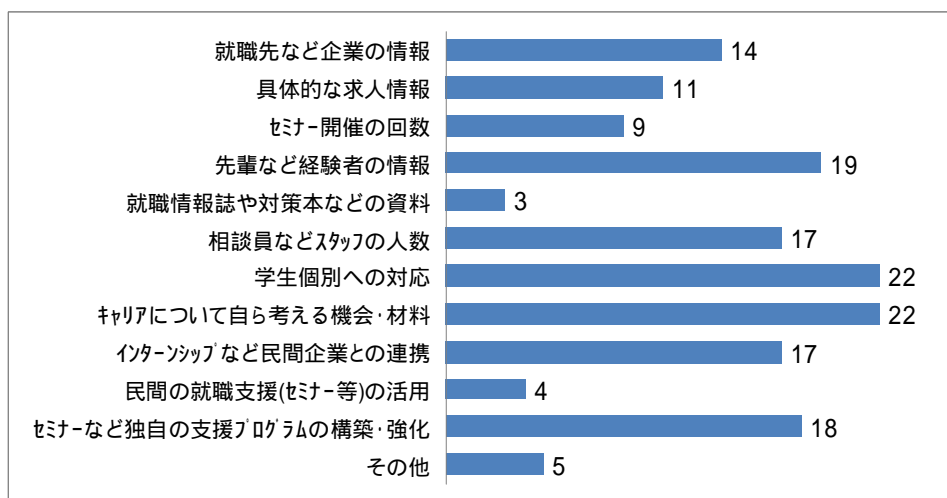


キャリアサポート(進路・相談・窓口)について

【その他回答】

OB・OGの紹介・公務員・教員の相談員の設置・ファッションセミナー・メイクセミナー
 キャリアアドバイザーを設置。金融業界、自動車業界、食品飲料業界、広告業界、商社業界等を志望
 する人のため、各業界の第一線で活躍していたアドバイザーによるセミ形式の少人数セミナーを実施。
 業界や企業情報などについてのアドバイスを行っている。
 学内における学内説明会
 履歴書添削、進路相談
 就職活動の流れ・就職試験対策(SPI等)・グループディスカッション対策
 公務員試験対策、インターンシップ、Uターン、女子学生向け、理系向け、留学生向け、低学年向けなど。

5. 今後、充実していきたいサービスについて(複数回答可)

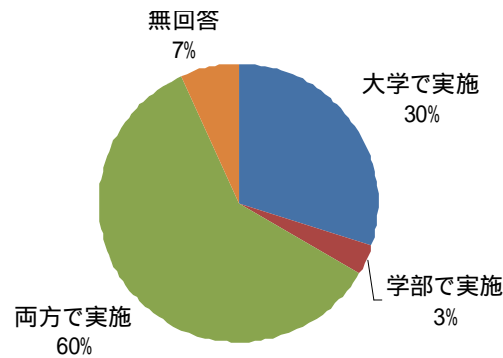


【その他】

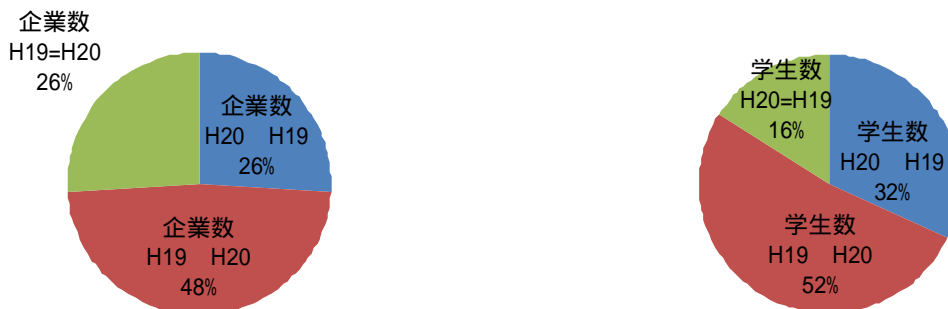
独自のキャリアナビの充実
 4年次向け就職支援
 低学年向けキャリア形成支援
 すべて総合的に判断して決定していきたい。
 就職のノリノリにとられすぎる傾向にあるので、今後は学生自身の自発性、自分が考えて行動できるようなサポートの必要性を強く感じる。ひとりひとりに個性があってもいいと思うのに、みんな同じスタートラインにのせてしまうような今の就職活動のスタイルに少し疑問を持っています。
 留学生への支援
 Webシステムの充実
 キャリア教育の全学展開
 博士課程の学生支援

インターンシップ制度について

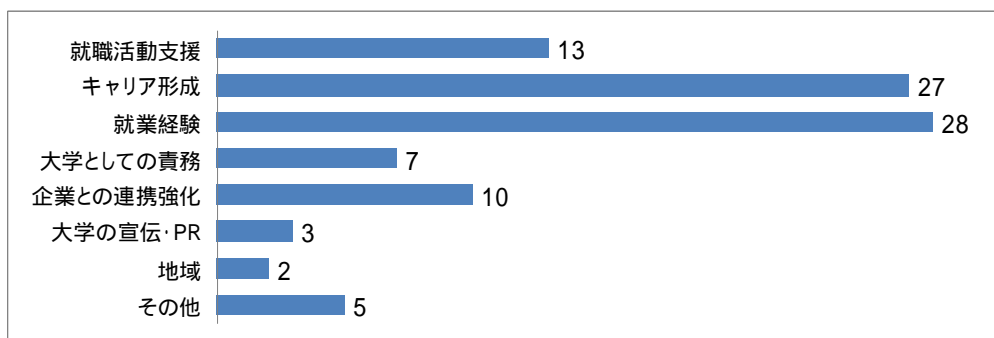
6. インターンシップ制度の実施について



7. インターンシップの実施(派遣)状況



8. インターンシップ実施の目的や期待する効果(複数回答可)



【その他回答】

人脈作り(学生や社会人)

専門科目の教育効果を高める。

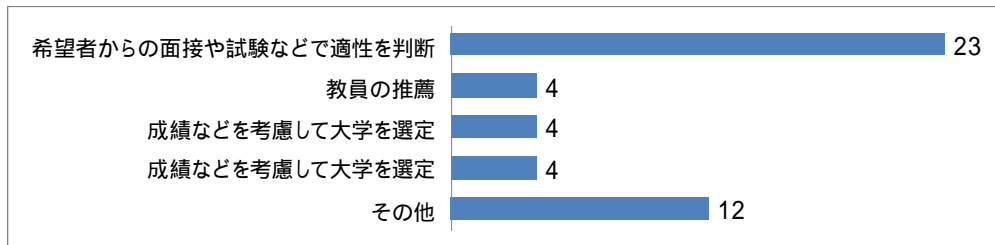
大学で学んできたことを現場で体験でき、また今後の学習や研究の方法付けとなる。

学生自身の能力の発掘や気づきの効果。実習を通して、今の自分の学生生活を見つめ直し、自分の能力のよい点は更にのばし、欠点は克服していこうという姿勢をみつけられることが大きな効果と考えています。

ビジネスの現場において主体的に行動することを通じて、高い職業意識を形成し、「自分で考え行動できる人材」を育成するとともに、それらの経験から「大学を活用して学ぶ」意識を醸成する。

インターンシップ制度について

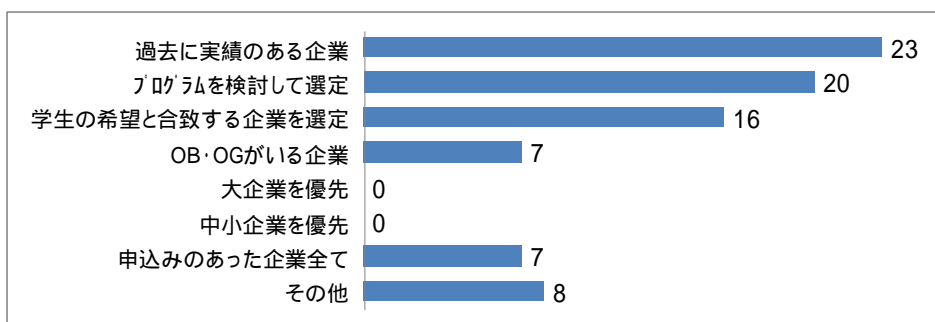
9. インターンシップで企業に派遣する学生の選定方法について(複数回答可)



【その他回答】

学生の実習希望を考慮して、教員・職員でマッチング。全学生に対して面接を行う。
 (キャリアセンター担当(非単位型))人数制限がない限り希望学生すべてを派遣する。その際は派遣するに
 相応しい学生になるように事前指導を行なう。
 (各学部担当(単位型))各学部・学科が判断
 授業「インターンシップ準備演習」履修者を優先的に派遣
 大学提携型については、書類審査を行う。
 インターンシップ実習を希望する学生は、全員派遣する。
 学生の動機を聞いて判断
 学生が自分で探してきた受け入れ先と動機を聞き承認
 実習に行きたいという意欲の高さで行ってもらうこともあります。学生の熱意に負けてという感じが……。
 ハイパーキャンパス等を利用し学生が企業にエントリーする。
 希望者について、特に問題がなければ、学部から大学へ推薦する。
 学生の希望に応じて、基本的に希望者全員に派遣先を斡旋
 学生の希望
 大学院では、学外研修(インターンシップ)が必修になっている。

10. インターンシップで学生を派遣する企業の選定方法について(複数回答可)



インターンシップ制度について

【その他回答】

申込のあった企業のプログラムや企業自体について検討し、派遣に相応しいものを学生に告知。他に学生が自己開拓した企業・団体に派遣する場合もある。

学業に合う企業や公的機関を選定

例え、内容がアルバイトと同じようなものであっても、(自ら、目的意識をもって、実習に出かける)学生でさえあれば、全てがプラスになると考えて送り出しています。ただし、その場合は2週間に限定するように企業にお願いしています。問題は、マッチングの作業だと思います・・。

申込のあった企業

募集のあった企業及び学生本人から希望のあった企業

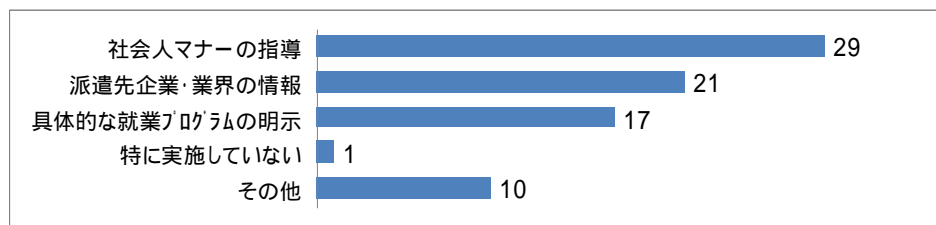
受入先機関の就業体験の内容を考慮

毎年4月にインターンシップ受入の依頼状を出しており、そこで受入可能と連絡があった企業を選定している。

栃木県農業士会に仲介を依頼している。

学生の要望によっては新規の開拓企業や学生自らが見つけた企業を追加する。

11. 派遣する学生への事前指導や情報提供(複数回答可)



【その他】

履歴書・誓約書やお礼状の書き方(文章表現力向上)

インターンシップガイダンスを実施。インターンシップの目的や参加にあたっての注意などを指導する。自己分析などを行い、インターンシップへの目的意識を明確にさせるグループワーク

前年度体験者の体験談を聞く。

受入れ企業の「受入れるにあたってについて」「学生に望むこと」を聞く。

明確な目的の設定、日誌・報告書の作成、報告会での発表、実施後の受け入れ企業への礼状
建学の精神(学長による講義)

リスクマネジメント(就業現場でのリスクに関する講義)

グループワーク(目標設定、ディスカッション、プレゼンテーション等)

単位取得の手続きなど

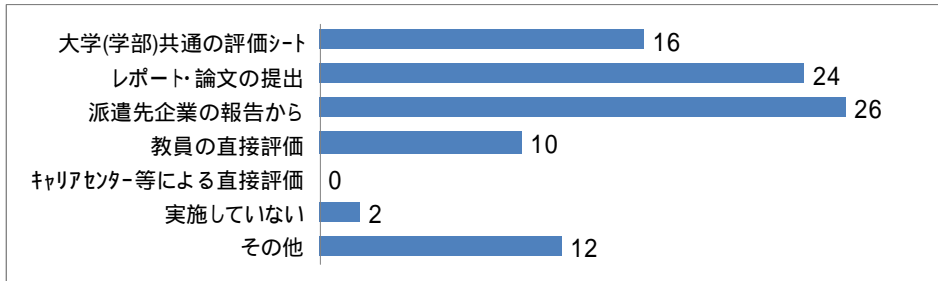
事前説明会(「学外実習の意義」)の実施、実施後に学生の報告会の実施

安全上の注意事項を事前説明会で実施、終了後に実習生への礼状の送付等をするを指導

教養教育科目(総合科目)として設置されているインターンシップ前提科目のいずれかの受講を、インターンシップ申請の条件としており、インターンシップの単位認定は、これらの科目の単位取得を条件としている。これらの科目の中で、必要とされる心構え、マナーなども学ぶ形式を取っている。

インターンシップ制度について

12. インターンシップに参加した学生の評価方法(複数回答可)

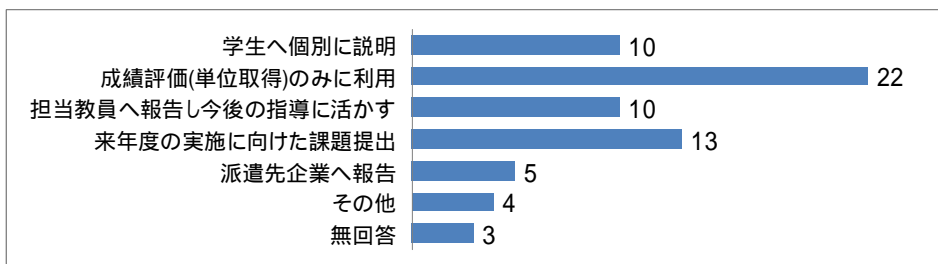


【その他回答】

(キャリアセンター担当(非単位型)実施していない。
 (各学部担当(単位型))レポート・論文の提出、派遣先企業の報告
 授業への出席回数
 派遣先企業へ大学から評価シートを依頼
 授業の出欠状況
 学部:担当教員 大学(キャリアセンター・課外で実施):企業による評価(任意)
 キャリアセンター主催にて、インターンシップ事後報告会を実施
 学部により評価方法は異なります。上記以外にプレゼンの発表も評価に加える学部もありますが、

これは担当教員が評価をします。
 本学では、インターンシップの単位認定をしておりませんので、評価する目的ではなく、報告書の提出を必須としております。
 日誌や報告会での内容発表
 インターンシップ「作業日誌」、「作業報告書」及びインターンシップ参加発表会での報告による評価
 キャリアセンター独自に作成した評価レポートによる。
 「インターンシップ専門委員会」の委員が学生のインターンシップ報告会に出席し、少なくとも3名の教員によるヒアリングに基づく評価を実施している。
 報告会を行い、討論する。
 大学(学部)共通の評価シートを企業の担当者に渡し、企業の実習担当者に評価してもらっている。

13. 学生への評価結果の反映(活用)について(複数回答可)

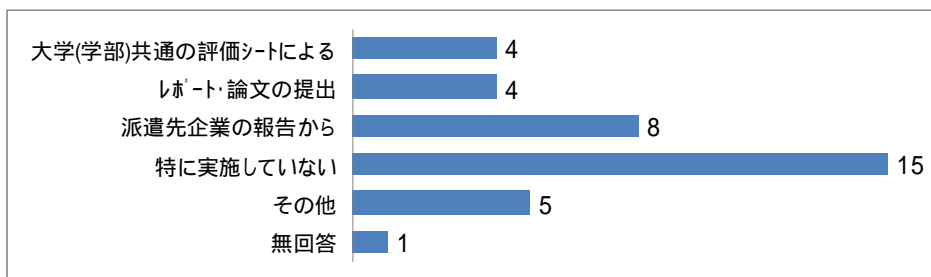


インターンシップ制度について

【その他回答】

【各学部担当(単位型)】学生へ個別に説明、成績評価(単位取得)のみに利用。
特別な問題または優れたことがある場合のみ
「インターンシップ専門委員会」の委員が学生のインターンシップ報告会に出席するので、そのヒアリングを通じて学生に説明している。

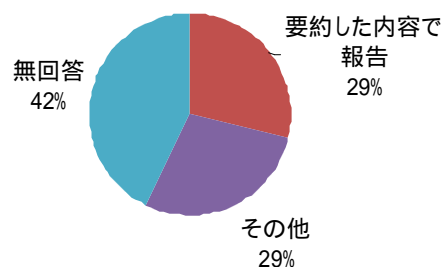
14. インターンシップ先の企業の評価(複数回答可)



【その他回答】

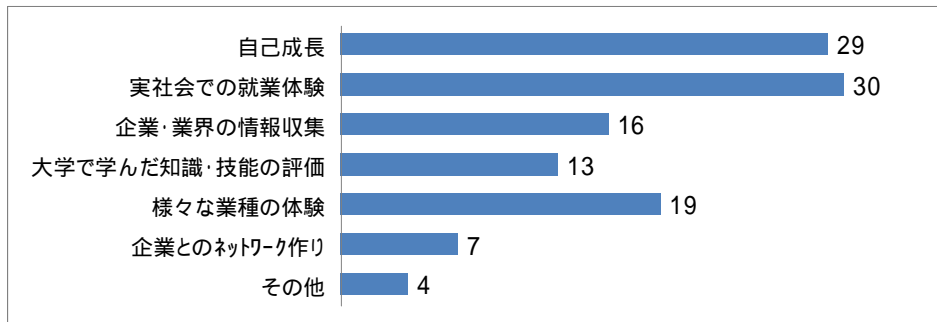
学生へのアンケートを実施
学生から問題点等があれば検討
中間指導時のヒアリング
学生の報告から
学生から苦情があった場合、調査する。
インターンシップ参加の学生からのヒアリングも評価対象とする。
実習生アンケート

15. 学生や大学による評価をどのように企業に報告しているか



インターンシップ制度について

16. インターンシップ体験において学生に期待すること(複数回答可)



【その他回答】

今後の学生生活、就職活動へ生かして欲しい。

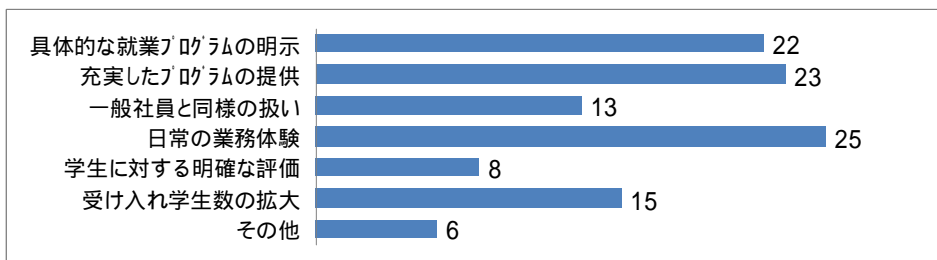
自分自身の課題、目標を見つけてほしい。

学生にとっての学習プログラムであることへの確かな認知、理解が期待される。ともすると就職活動の一環に巻き込まれやすいものだけに。

インターンシップを通じて、実際のビジネスを知るとともに、企業人・社会人として何が必要であるのかを学ぶ。大学で行われる授業を「生きたもの」、「活かせるもの」として捉え、学習・実践へのモチベーションを高め、また、ビジネスの現場からの情報を得ることによって、カリキュラム、講義内容の改善に資する効果も期待される。

他大学の学生や企業の担当者とのネットワーク作り。

17. インターンシップで企業に望むこと(複数回答可)



【その他回答】

単純作業の繰り返しとなるアルバイト的なものではなく、社会で働くということを学生が体験できるプログラムを希望。

相互メリットは重要だが、次代の人材育成に企業も本腰を入れる時代でもある。広く社会的見地に立ち、学生を受入れてほしい。特に業界を牽引する立場の企業に強く期待したい。

学んだことの発表(プレゼン)をする機会を設けていただきたい。

窓口部門(交渉相手)と受入現場の意識統一、情報連携

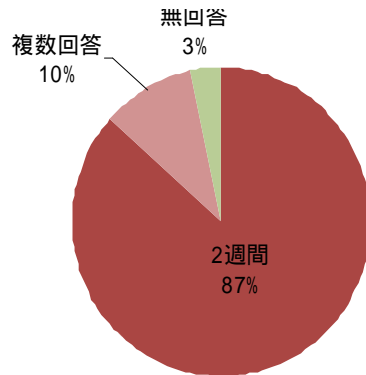
工学系ということもあり、「学外実習」の主目的は、講義で学んだことを実社会で体験することであり、就職指導は「従」です。とはいえ、受け入れ先によっては、就職活動とリンクさせる意図を持っているところがあり、大学側との意識の違いを感じることがあります。学生に対しては、進路を考えるきっかけにしてほしいという指導をする一方で、「就職したい企業での体験」や「就職活動」に直結しないで広い視野で実習に望むように指導しています。

業務についての説明(目的など)

大学と連携した就業プログラムの提供

インターンシップ制度について

18. インターンシップ実施期間として適当なのは



19. 貴大学(学部)におけるインターンシップ制度で特徴的なもの

実習前の準備(講義内容の充実)、全学生に対して面接の実施

事前教育として、マナー講座の他に、少人数(5~6名)を集めての指導を行なっています。

「オン/オフ・キャンパス・フュージョン(O/OCF)」:本学が独自に開設する4年間自己能力開発プログラム。受講学生は、毎年インターンシップに参加して職業観を磨き、各自の将来を見つめ直します。(現代GP採択)

「インターンシップ3」:本学独自の国内インターンシップ。事前・事後学習を19講行い、受講学生の自己成長の助となっています。

「インターンシップ4」:本学独自の海外インターンシップ。「インターンシップ3」と同様に、事前・事後学習も充実させています。

「インターンシップ5」:学生の自己開拓型インターンシップ。学生が就業体験先を開拓し、さらに大学での事前・事後学習を通して、その自主的な活動をバックアップしています。

学内でのインターンシップ受入可

今年度から始まった海外インターンシップ(ドイツ、カナダ、中国)

決定者に対し、外部講師によるマナー研修を実施している。また、インターンシップ終了後には、事後研修を行い、学生へのフィードバックを行っている。

(長期インターンシップと短期インターンシップ)前者はコーオプ教育の雛形の性格を持ち、後者は事実上の会社セミナーであり本来、インターンシップから除外されるべき性格のもの。

(プロジェクトタイプ)工学系で始まった問題発見、課題解決型インターンシップで、長期間のものや海外で展開されるもの、博士課程を対象としたものなど多様性が目立つ。

先修条件を満たした学生のみ、インターンシップ(単位認定型)の実習を履修することができる。

「現代社会()インターンシップ」の授業の履修を義務づけ、その授業の一部に“こころの知能指数”とも呼ばれる“EQ(Emotionally Intelligence Quotient)”の理論を応用。

国際インターンシップを実施している。(オーストラリア、カナダ)すべてのプログラム(事前研修、実習、事後研修、報告会)を終えた学生には、プログラム費用の3分の1を補助金として支給している。

事前事後指導を徹底することで、学生の意識を高めると共に体験談のモチベーションも維持するようプログラムを工夫している。独自のインターンシップノートを作成して、学生に持たせ、体験を記録化することで自分のものにするよう意識させる。

本学主催のインターンシップ制度は、2年次生を対象としています。

学生の希望、学業の関連、就職などを考慮して大学と受け入れ先と連携を行い、また受け入れ先の希望を反映させ、当大学の学生の受け入れがスムーズになるように取り組んでいる。

インターンシップ制度について

19. 貴大学(学部)におけるインターンシップ制度で特徴的なもの

すべての学部(4学部)、学科の学生を対象に実施。学部共通の「地域インターンシップ」を2年～4年生を対象に実施。授業以外で自発的に経験したい学生を対象に支援。文系の大学では、先駆的に1996年よりコミュニケーション学部を導入。海外インターンも手がける。毎年、300名近い実習生を送り出している。インターンシップ推進委員会による大学全体としての取り組みあり。

社会現場を通じた幅広いスキルの教育、職業観確立への支援、自主性、自立性の涵養といった「質」の向上を重視している。具体的には

学長による建学の精神講義をはじめ、全19講におよぶ事前・事後学習の内容充実

京都の文化、社会、歴史、経済をコンセプトにした受入先企業の充実

専任教員による少人数クラス制

中間指導の実施による実態把握と、学生・企業双方の意見聴取を基にした次年度以降の改善点の抽出
経済学部では、インターンシップ参加発表会を派遣先関係者をお迎えして実施し、終了後に大学関係者、参加学生、派遣先関係者で懇親会を開催している。

また、参加者のインターンシップ報告書をまとめて「インターンシップ報告書」を冊子として作成している。

中長期・実習型のインターンシップを単位認定の対象として位置づけており、「期限付きの正社員」として働いた就業経験を評価している。・博士課程前期国際経済学専攻(留学生英語コース授業)「internship(1)(2)」について。発展途上国税務官僚による公共政策・租税の学習を中核としており、締結協定により国税庁・税務大学の「国際租税研修制度」によるインターンシップを必修としている。また、経済学としての基幹科目であるマクロ経済学・財政学や公共政策について、机上学習のみでは獲得できない租税制度・先進国の税務行政の実際を体験することが、留学生にとり、不可欠の経験となることが成果として期待される。・法曹実務専攻ローリングについて。法曹実務(法科大学院)の学生に弁護士業務の一端を実際に体験させることによって、法曹としての責任を自覚させたうえ、実務上生じる問題の解決方法を修得させることを目的とし、実社会には様々な法律問題があり、法律家に対して広範なニーズが存在することを自覚させることを成果とする。

・PEDプログラムにおいて、モジュールの1つとしてインターンシップを実施できる点

栃木県では栃木県経営者協会がハイパーキャンパス(インターンシップ実習先を探すシステム)によるインターンシップの推進を行っており、本学ではそれを積極的に活用している。・各学部でそれぞれ授業科目としてインターンシップを行っているが、その実施状況の把握がなされている。・学部生向けの「実務体験インターンシップ」の他に、企業の課題をいただいてそれを解決するアイデアを博士課程前期課程の学生に出させる「知識実践型インターンシップ」や、解決アイデアに止まらず実際に解決方法を博士課程後期課程の学生に提案・実施させる「双方向インターンシップ」を準備している。学生が進むに従い、自主性が要求されるようなインターンシップを段階的にプログラムしている。・農業経営への派遣。

本大学キャリアセンターでは、本大学生を優先的に受け入れる企業を開拓し、毎年度インターンシップを実施している。実施期間中は、担当教員が受け入れ先の企業を訪問し、実施状況を視察するなど、企業担当者や打ち合わせ等を行っている。

経営情報学部 Web会議による実習指導・事前学習プログラムの充実

国際インターンシップ(海外の企業、団体での実習)・長期インターンシップ(週1,2日の実習を3ヶ月～半年間行う実習)・プレ・インターンシップ(2年次生を対象とした、3年次生になる直前の春休みに行う実習)・学校インターンシップ(小・中・高等学校、養護学校、幼稚園等の教育現場で行う実習)・学芸員インターンシップ(学芸員資格取得者及び取得見込者を対象とした美術館・博物館で行う実習)・監査法人インターンシップ(会計専門職大学院生を対象とした監査法人事務所で行う実習)

インターンシップ制度について

20. 貴大学(学部)のインターンシップ実施における成果や課題

フィードバックへの充実、事後報告会の充実

(成果)視野が広がり、業界研究の1つとしても、大いに役立っています。(課題)派遣学生の選定や、希望先へ行けなかった学生の派遣先の決め方など、学生と受入団体、双方のミスマッチを防げるよう注意したいと考えています。

本学独自のインターンシップ科目(特に「インターンシップ3~5」等)では、事前・事後学習(履修オリエンテーション・ビジネスマナー講義、業界研究、グループディスカッション等)を充実させ、受講学生アンケートからも満足度が高い結果となっている。特に受講生の85%が「卒業までの目標設定が出来た。」と回答しており、成果の一部と考えられる。また、課題としては、受講学生募集時での学生への教育目標・授業内容等の周知方法、受講生選考企業マッチング、受講生が多数の為、授業の円滑な運営等があげられる。

インターンシップ先への就職実績有・中途辞退者をなくす。

事務手続きの単純、簡素化が急務。学生のインターンシップに対する関心が高まってきている。

インターンシップに参加することにより、就職活動に対する意識も未参加学生より高いように感じられる。早い段階から就職活動の準備ができているという点で成果があるのではないかと。

インターンシップの関心は高まっているが、受け入れ企業と学生側の希望に十分に伝えることができない。新規受け入れ企業の開拓が課題である。

本質的には産学連携教育である以上、産業界との相互メリットの担保が最重要課題。この点は、日本に限らない。成果としては、普及の結果として昨今、教育手法や教育効果にまで関心が及び始めた点にある。そもそも教育プログラムであり、これからが真価の問われる時代と言えよう。

正課授業「インターンシップ」を通じ、低学内からインターンシップの参加に意欲的な学生が増加している反面、受け入れ企業が限られ、参加できない学生が増加している。従って、様々な業界の受け入れ企業を探すことが急務な課題となっている。

学生が希望する企業からの受け入れがない。・授業期間とインターンシップ期間が重なる。

(成果)・学生が自分なりの職業観を考えるようになり、就職活動に比較的スムーズに入っている。・自分の強み、弱みをあらためて見つめ直す機会になり、インターンシップ終了後の学生生活の過ごし方に目標をもつようになる。(課題)・希望者数が増加している中で、受け入れ先をさらに増やさなければならない。

(成果)インターンシップに参加した学生は、結果として就職活動に対するモチベーションが上がり充実した就職活動を過ごし、最終的に満足度の高い就職活動になっているようである。(課題)「就業体験」というテーマをしっかり認識して、業界・企業にとらわれずにインターンシップに参加してくれる学生が増えることを期待したい。

大学と企業とは、インターンシップに対する考え方に違いが見受けられる。大学は就業体験を目的としているが、企業によってはリクルートの一環と考えているところも少なくない。

学生の希望、学業の関連、就職などを考慮した提携型のインターンシップの受け入れ企業の拡大・インターンシップを担当する大学のリソースの確保

学部に通じているのは、実習生の獲得。毎年、履修生が減る傾向にあるので、量的にも質的にもレベルの高い学生を獲得していきたい。告知の工夫 学部間の事前、事後授業の違いをどのように同じ水準まで持っていかかが課題。 教員間の相互理解

(成果)・インターンシップに関する認知が高まり、短大を除くほとんどの学部で単位認定されることとなった。・協定型インターンシップ開始から3年目を迎え、企業との連携が深まっている。・学生の意識が高まり、協定型のみならず、自己応募やコンソーシアム京都が実施するインターンシップ参加希望者が増加している。

(課題)・学生のニーズに対応する受入先企業の開拓・マッチングに漏れた場合の対応(代替先企業の確保)・指導教員の継続的な確保

受け入れ先企業の業種拡大が課題

・インターンシップ参加者の就業意識の高まりが認められるのみならず、大学での学びへの意欲の形成も認められる。このような経験、意識を参加していない学生とも広汎に共有できる仕組みを作ることが課題である。・学生の勉学意識の向上、実務体験、一般社会や企業でのルール・実社会を身をもって知ることにより、研究の位置づけと方向性を考える。・学部時代に履修した講義内容の実践での応用を体験・企業における安全管理・規律を体験・学生の見識や経験を高め、モチベーションの向上につながっている。

インターンシップ制度について

20. 貴大学(学部)のインターンシップ実施における成果や課題

単位認定の有無によらないインターンシップ受付窓口の統一、およびインターンシップ先の更なる拡充・授業科目としてではなくインターンシップに参加する学生の把握と、一貫した事前・事後指導の方法について模索中である。・毎年工夫しながら学生にインターンシップの受講を勧めているが、この数年は受講生が激減している。受講人数の増加が今後の課題である。・授業と実社会の繋がりの理解、インターンシップで得た経験を、その後の勉学に生かすためのノウハウがない。プログラムの作成が不十分である。

(成果) 学生の職業及び職場コミュニケーション等、理解増大による自己成長している事。

(課題) インターンシップ先企業に送り出す前の事前学習時点からの学生把握

毎年度、インターンシップを修了した学生対象の事後指導において、学生の態度に「社会性を身につけたのでは」と思われる頼もしい態度変化が伺われる学生が増えていると感じる。

(成果) 参加学生の学習意欲向上・大学行事の積極的な参加(コミュニケーションの向上)

(課題) ・単なる就業体験ではなく、専門性も考慮した就業プログラムの提供(質の向上)

・企業・団体等との連携

公募型インターンシップの増加に伴って、学生への周知・広報等の推進。・大学からの派遣型インターンシップの受入先確保、拡大。

21. これからのインターンシップへの取り組みや企業との連携について

企業が取り組むインターンシップの考え方が、今後さらに多様化する中で、受け入れ団体と大学の連携は、より重要なものになっていくと考えます。

従来の就業体験型インターンシップだけではなく、今後は「社会人基礎力(経済産業省公表)」に提唱されている能力を育成、強化する為の実践型教育の取り組みが必要であると考えます。企業との連携は、就職先であるという視点だけではなく、大きな意味で若者達を育てるという視点を持って頂き、学生のより実践的な能力を養成できるよう協力を強化していきたいと考えます。

現在は、企業とのやりとりは、事務手続き、書類手続きがほとんどだが、今後はプログラムに関する企業との連携できればと思う。

企業、団体にご協力いただき、現状の受入れ企業数を確保するとともに、できるだけ多くの学生を派遣させていきたい。

大学の主体性が問われる。教育プログラムである以上、高等教育機関である大学が常に主体性を持ち、企画から運営にまで責任を持って立案すべき。受入者が何をなすべきかまで、大学はソフトを提示する社会的責務を負っている。学生を送り込めばあとはお任せでは、大学の存在意義を問われかねないと思う。

受入れ期間と実施機関を「学生」の授業スケジュールに合わせてほしい。

長期のインターンシップ実施・春期インターンシップ実施企業の開拓

大学提携型の在り方を検討していく必要があると考えている。・受入れ先の確保について検討すべきであると考えている。

企業からの案内は目立つところに掲示し、学生にインターンシップ参加を促す。近い将来には、受け入れ企業との反省会を開催することで、インターンシップの質と量を確保し、大学への認知度を上げ就職活動にリンクさせ、更に共同研究へ発展させたい

毎年、同プログラムをそのまま実施するのではなく、学生や時のニーズに合ったプログラムに変更してもらえ、企業に働きかけをしていきたい。安易にインターンシップを経験することで、就職に生かせるという考えを改めさせていきたい。また、待ちの姿勢の学生を自発的に行動できる授業のプログラムに変更していく必要性を感じる。

インターンシップ制度について

21. これからのインターンシップへの取り組みや企業との連携について

成果を重視した「長期プロジェクト型インターンシップ」の継続実施と内容の充実。(08年度より開拓)プログラムや教育方法の改善など、協定型インターンシップを核とした人材育成パイプルの強化。企業懇談会における成果発表を通じ、企業間のビジネスマッチングや、新たな受入先企業開拓など、企業との連携強化。

インターンシップの経験を共有し、情報を提供するため、インターンシップを含めたキャリア教育支援サイトの構築を検討している。

就職活動に結びつける。実施時期に自由度を持たせる。学生の意欲・目的意識を高くする。

学生が実社会で就業体験することができる絶好の機会ととらえ、今後もインターンシップに対しては積極的に取り組んでいきたいと考える。また、インターンシップのみならず、様々な面で地域の企業との連携をはかっていきたい。

地元企業との連携について検討中である。

これからの取り組みとしては、大学院博士前期課程の学生向けの「知識実践型インターンシップ」と、大学院博士後期課程の学生向けの「双方向インターンシップ」を拡充する方向である。これらは、企業の課題を学生に提供する必要があるため、共同研究を実施している企業や、工学部に共同研究を求めて来た企業などにこれらのインターンシップの意義を理解していただく必要がある。そのためには、インターンシップに限らず、多角的に企業との連携を深めていくことを考えている。

大都市に比べて地方都市において、インターンシップ受け入れ企業が少ない。企業に対して負担を強い面もあり、就職(採用)に直結しないインターンシップに、積極的に取り組む企業が少ないように感じている。今後、受け入れ企業の拡充が望まれる。

学生のインターンシップへの興味、関心は年々増加しているので、事前・事後講座等を含めたインターンシップ・プログラムの充実、受入先の確保・拡大。

資料 6 : 学生・キャリアセンター向けアンケート比較

【学生 キャリアンセンター(大学)アンケートから】

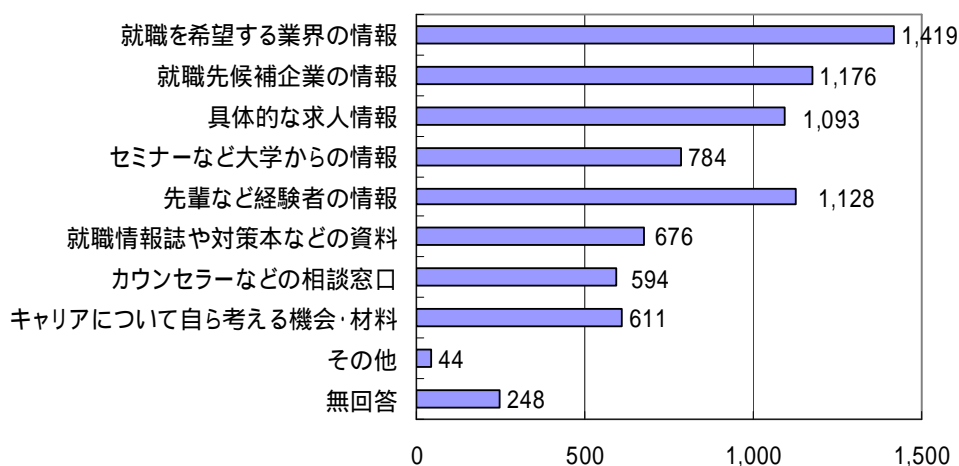
- 調査目的: 大学におけるキャリアサポートおよびインターンシップ制度の実態の把握
- 調査方法: 首都圏、関西圏、広島地区の主な40大学にアンケート協力を依頼
学生向けは29大学、キャリアセンター向けは33大学からのアンケートを回収

【学生 キャリアンセンター(大学)アンケートから】

キャリアサポートについて

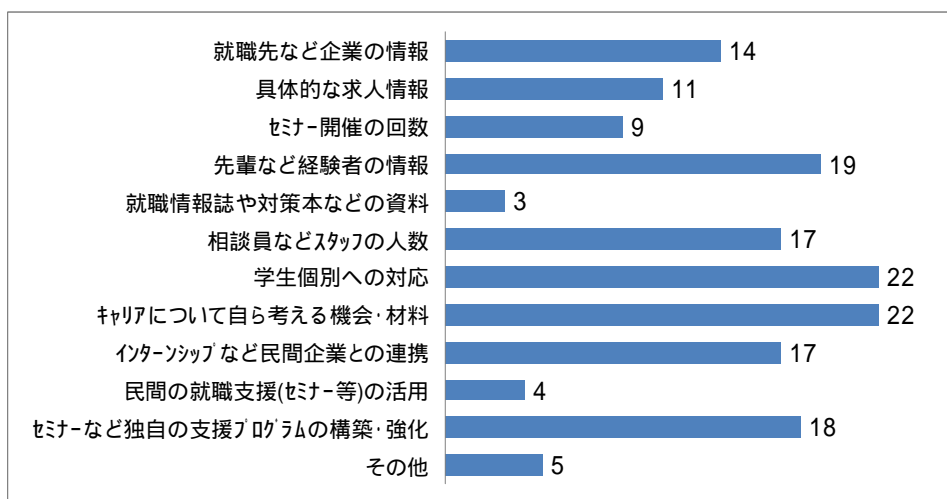
今後、充実して欲しい内容

学生



今後、充実していきたい内容

大学



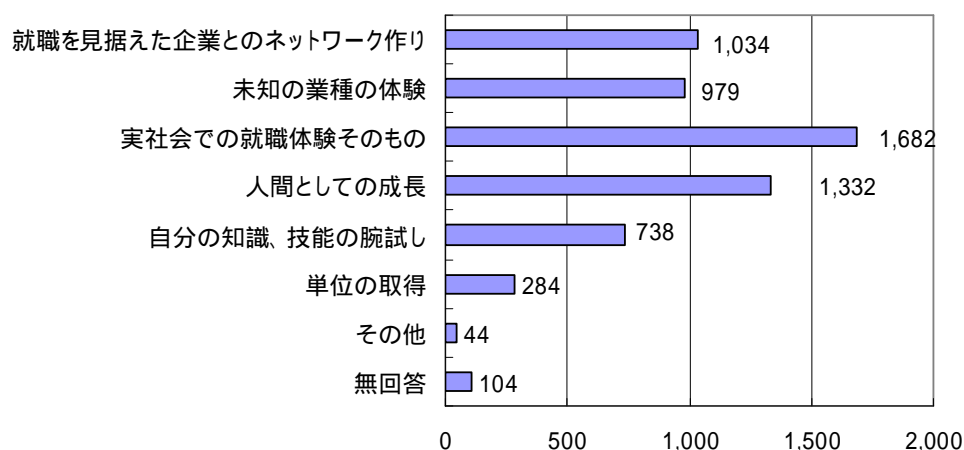
- 学生は就職を希望する業界・企業の情報、先輩・経験者などの情報が上位。就職活動に直結する内容の充実を求めている傾向がみられる。
- 大学は学生個人への対応、キャリアについて考える機会・材料の提供などを情報提供よりも重視しているという傾向がみれる。

【学生 キャリアンセンター(大学)アンケートから】

インターンシップについて

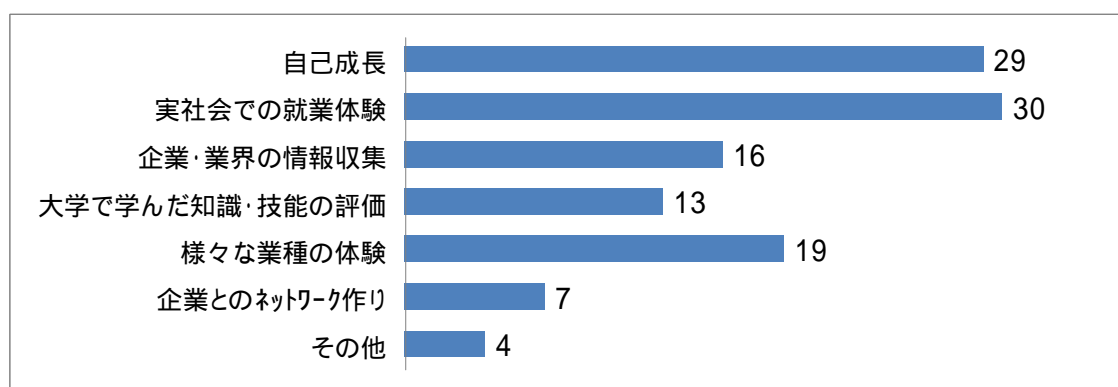
インターンシップ参加で期待すること

学生



インターンシップ参加で学生に期待すること

大学

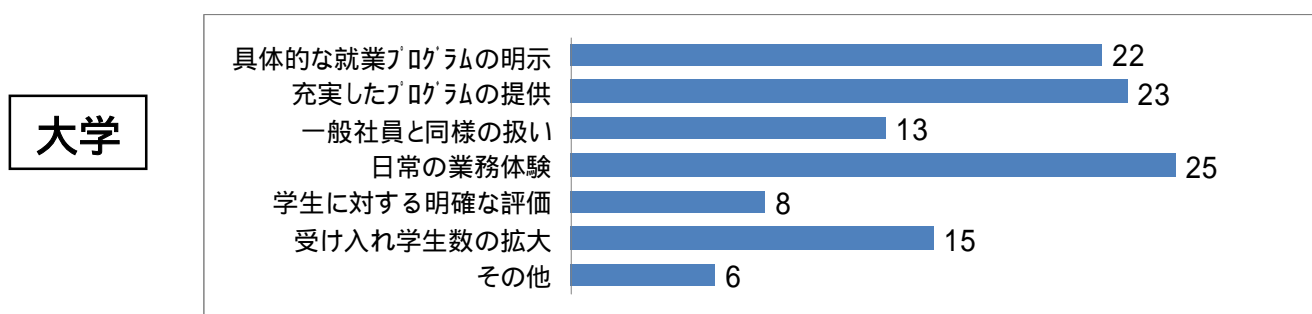
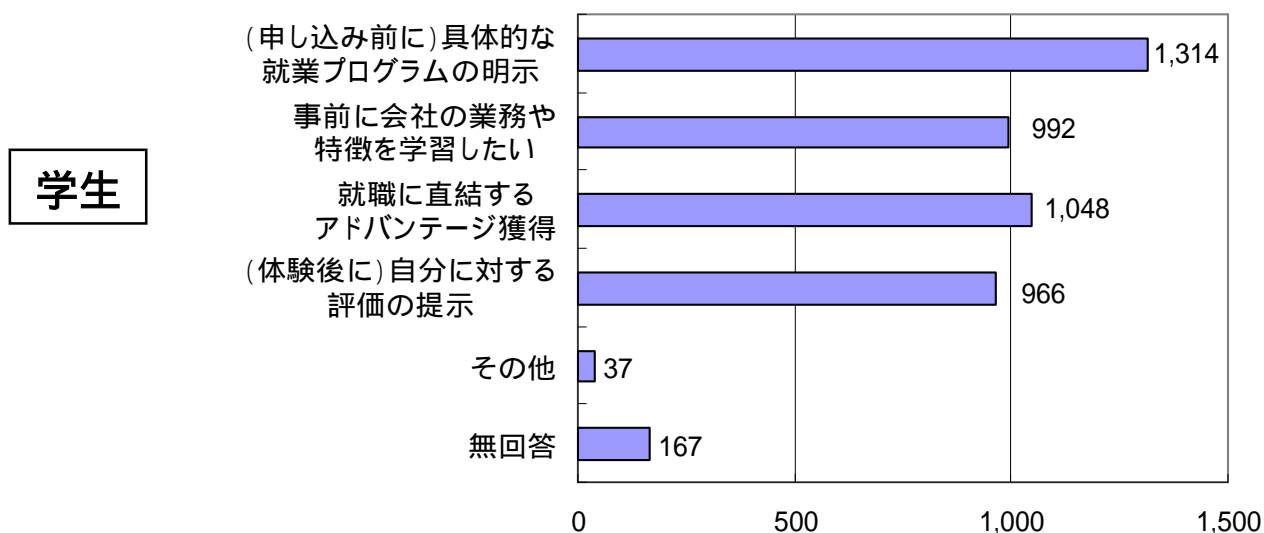


- インターンシップに期待する事は実社会での就業体験、自己成長と上位2項目については学生、大学側ともに一致している。
- 学生はインターンシップに就職を見据えた企業とのネットワーク形成への期待も大きく、この点においては大学側の意識と乖離がみとれる。

【学生 キャリアンセンター(大学)アンケートから】

インターンシップについて

インターンシップで企業に期待すること



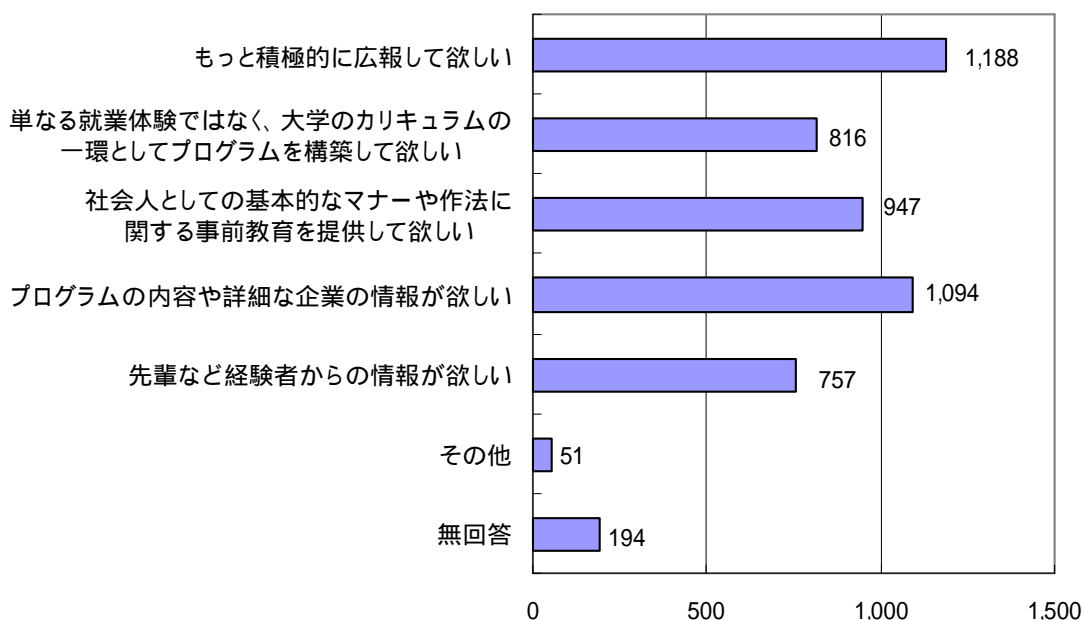
- 具体的な就業プログラムの提示や充実したプログラムの提供などが学生、大学ともに企業への期待、要望の上位を占める。また、大学側は日常的な業務体験に対する要望も高く、学生の就業体験を重視している。
- 学生は就職に対するアドバンテージの獲得、自分に対する評価の提示という項目でも高い数値を示している。学生はインターンシップに就職活動と直結する効果を期待する傾向がここでもみとれる。

【学生 キャリアンセンター(大学)アンケートから】

インターンシップについて

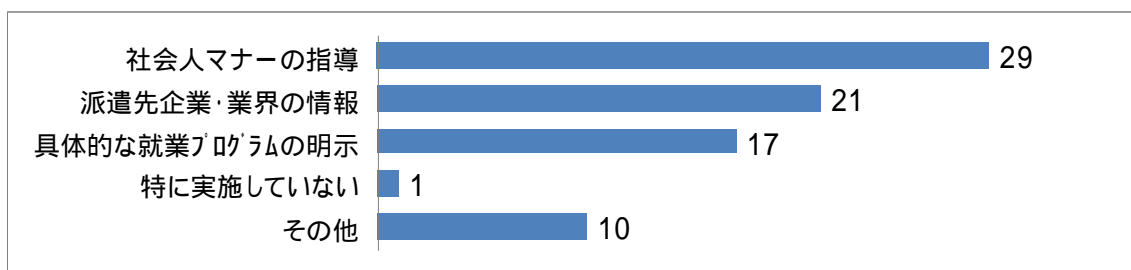
インターンシップで大学に期待すること

学生



学生への派遣状況や情報提供

大学



- 大学から提供されるサービスとして、社会人マナーの指導については学生、大学ともに合致している。
- 学生の大学への要望として最も高いものはプログラムの内容提示やインターンシップの積極的な広報といった情報提供となった。

資料 7 : 企業向けアンケート調査結果

調査概要 / 基本属性

- 調査目的： 企業におけるインターンシップ実施状況の把握
- 調査方法： 国内の主な8企業にアンケート協力を依頼、5企業より回答を回収

回答企業基本情報

A社

回答部門： 人事部
業種： 商社・販売会社
従業員数： 1000名

B社

回答部門： 人材開発部
業種： 製造業
従業員数： 1000名

C社

回答部門： 人事部
業種： 製造業
従業員数： 1000名

D社

回答部門： 記入なし
業種： ITサービス系
従業員数： 200名未満

E社

回答部門： 人事部
業種： ITサービス系
従業員数： 500名未満

- 調査時期： 2008年9月

回答数5社と十分な母数が得られない為、集計結果のみを報告する

集計結果

インターンシップ実施状況

A社

平成19年度実績

受入れ大学数： 29大学

受入れ学生数： 48名

平成20年度実績

受入れ大学数： 36大学

受入れ学生数： 56名

B社

平成19年度実績

受入れ大学数： 54大学

受入れ学生数： 155名

平成20年度実績

受入れ大学数： 54大学

受入れ学生数： 155名

C社

平成19年度実績

受入れ大学数： 非公開

受入れ学生数： 非公開

平成20年度実績

受入れ大学数： 非公開

受入れ学生数： 非公開

D社

導入予定なし

E社

導入予定なし

インターンシップ実施期間

A社

2週間以内

B社

3日以内

C社

2週間以内

D社

該当なし

E社

該当なし

学生対応やプログラムの作成の主な担当部門

A社

学校対応: 人事部

カリキュラム: 受入先部門

B社

人事部門

C社

人事部門

D社

該当なし

E社

該当なし

インターンシップで学生を受入れる大学の選定方法

A社

過去に実績のある大学
OB・OGがいる大学
貴社・部門の要望と合致する人材・学部のある大学
有名大学を優先
貴社・部門と付き合いのある大学
要望のある大学から選定
要望のある全ての大学
その他__

B社

過去に実績のある大学
OB・OGがいる大学
貴社・部門の要望と合致する人材・学部のある大学
有名大学を優先
貴社・部門と付き合いのある大学
要望のある大学から選定
要望のある全ての大学
その他__

C社

過去に実績のある大学
OB・OGがいる大学
貴社・部門の要望と合致する人材・学部のある大学
有名大学を優先
貴社・部門と付き合いのある大学
要望のある大学から選定
要望のある全ての大学
その他__

D社

該当なし

E社

該当なし

インターンシップの導入目的

A社

大学との連携強化
企業の責務
企業PRのため
優秀な人材確保のため
その他

B社

大学との連携強化
企業の責務
企業PRのため
優秀な人材確保のため
その他

C社

大学との連携強化
企業の責務
企業PRのため
優秀な人材確保のため
その他

D社

該当なし

E社

該当なし

インターンシップ導入目的の達成について

A社

達成されている

B社

あまり達成されていない

C社

ほぼ達成されている

D社

該当なし

E社

該当なし

インターン学生の採用実績

A社

採用の実績あり

B社

採用の実績あり

C社

採用の実績あり

D社

該当なし

E社

該当なし

インターンシップに参加した学生・大学からの自社評価の方法

A社

学生へのアンケート調査
学生への面談調査
大学へのアンケート調査
大学への面談調査
特に評価は聞いていない
その他

B社

学生へのアンケート調査
学生への面談調査
大学へのアンケート調査
大学への面談調査
特に評価は聞いていない
その他

C社

学生へのアンケート調査
学生への面談調査
大学へのアンケート調査
大学への面談調査
特に評価は聞いていない
その他

D社

該当なし

E社

該当なし

インターンシップ終了後の特定学生への連絡について

A社

ほとんどとらない

B社

全くとらない

C社

たまにとる

D社

該当なし

E社

該当なし

インターンシップ制度の問題点・課題

A社

直接的な効果が見えない
受け入れ学生を選べない
プログラムの作成が大変
受入れ部門の協力・理解が得にくい
学生側の要望を事前に把握できない
採用活動と一線を画した制度としていることにジレンマを感じる
一般の社員と同様に扱えない
その他：受入側の負担が大きい

B社

直接的な効果が見えない
受け入れ学生を選べない
プログラムの作成が大変
受入れ部門の協力・理解が得にくい
学生側の要望を事前に把握できない
採用活動と一線を画した制度としていることにジレンマを感じる
一般の社員と同様に扱えない
その他

C社

直接的な効果が見えない
受け入れ学生を選べない
プログラムの作成が大変
受入れ部門の協力・理解が得にくい
学生側の要望を事前に把握できない
採用活動と一線を画した制度としていることにジレンマを感じる
一般の社員と同様に扱えない
その他：学生の興味・スキルと実習テーマのマッチングが困難

D社

該当なし

E社

該当なし

インターン学生に事前に身につけておいてほしい知識・技能

A社

話しかたや電話対応など
パソコン等の操作能力
積極的に学ぼうとする意欲
協調性
何を学びたいかを明確にすること
社会人マナー
自社の情報

B社

話しかたや電話対応など
パソコン等の操作能力
積極的に学ぼうとする意欲
協調性
何を学びたいかを明確にすること
社会人マナー
自社の情報

C社

話しかたや電話対応など
パソコン等の操作能力
積極的に学ぼうとする意欲
協調性
何を学びたいかを明確にすること
社会人マナー
自社の情報

D社

話しかたや電話対応など
パソコン等の操作能力
積極的に学ぼうとする意欲
協調性
何を学びたいかを明確にすること
社会人マナー
自社の情報

E社

該当なし

その他については各社とも記載なし

今後のインターンシップ制度に関する貴社の考え

A社

当面は現状のまま維持したい
プログラムの充実を図り、双方に魅力的な制度にしたい
人材発掘の手段として活用したい
導入期間を長くしたい
受け入れ学生を増やしたい
廃止を含め根本的に見直したい
その他

B社

当面は現状のまま維持したい
プログラムの充実を図り、双方に魅力的な制度にしたい
人材発掘の手段として活用したい
導入期間を長くしたい
受け入れ学生を増やしたい
廃止を含め根本的に見直したい
その他

C社

当面は現状のまま維持したい
プログラムの充実を図り、双方に魅力的な制度にしたい
人材発掘の手段として活用したい
導入期間を長くしたい
受け入れ学生を増やしたい
廃止を含め根本的に見直したい
その他

D社

該当なし

E社

該当なし

自由記述

A社

近年、インターンシップを実施する企業側の内容が就業体験とはいえない場合があるように感じている。
学生側も3年生になるとインターンシップ = 就職活動の入り口と考えている。
場合も多く、様々な目的を持つ中の対応に課題を感じる。

B社

採用活動と連動したインターンシップ制度の検討があっても良いのではないかと。

C社

該当なし

D社

該当なし

E社

該当なし

資料 8 : ヒアリング調査対象一覧

	組織名	面談者	訪問者	実施日	ヒアリング概要
(ア) 企業関係者(産業界)					
企業、団体等					
	株式会社A	H Cビジネス本部グローバルキャリア推進部課長	額田、宮澤、古俣	平成20年7月10日 14:00 - 15:30	キャリアフォーラムの運営、運営側の視点からインターンシップに関する調査、等
	B経済同友会	B県を考える委員会委員長 (株式会社B X副会長)	額田、佐藤、古俣	平成20年9月5日 13:00 - 14:30	B県における人材育成に関する産学連携の取り組みについて
	株式会社C	C1氏:代表取締役 CEO C2氏:リクルーティンググループ C3氏:経営企画グループ	野島、古俣	平成20年9月19日 17:00 - 18:30	インターンシップに関する調査(事例収集)
(イ) 大学関係者					
大学					
	県立D大学	D1氏:県立D大学学長 D2氏:DX大学事務局長	額田、古俣	平成20年9月5日 18:00 - 19:30	D地域における産学連携教育、県立D大学におけるインターンシップ(現代GP)等
産学連携教育					
	NPO法人E	E1氏:代表理事 E2氏:プログラム参加推進事業責任者 E3氏:カリキュラムディレクター	額田、野島、古俣	平成20年8月13日 14:30 - 16:30	NPOとしてのインターンシップなど産学連携教育手法に関する経験談、事例、等
(ウ) 海外事例					
	F社	Staffing Recruiter 他、3人いるキャンパスリクルーターのうちの1名	額田、折登、古俣	平成20年9月26日 8:30 - 10:00(現地時間)	F社におけるインターンシップ(事例収集)
	X州X群政府 公衆衛生部門G	Public Health Training Unit Manager 他、インターンシップ経験者3名	額田、折登、古俣	平成20年9月26日 11:00 - 12:10(現地時間)	X州X群政府 公衆衛生部門Gにおけるインターンシップ(事例収集)
	X州X群政府 人材開発部門H	H1氏: Director of Personnel H2氏: Manger of Administrative Internship Program	額田、折登、古俣	平成20年9月26日 14:50 - 16:10(現地時間)	X州X群政府 人材開発部門Hにおけるインターンシップ(事例収集)
	I Career Forum	A1氏:A社海外法人 International Director A2氏:株式会社A H Cビジネス本部副本部長	額田、折登、古俣	平成20年9月26日 16:40 - 17:30(現地時間)	I キャリアフォーラム実地調査(事例収集)
	J大学		額田、折登、古俣	平成20年9月27日 12:00 - 14:00(現地時間)	米国学生のジョブサーチおよびインターンシップに関連する文献収集
	K社	University Programs Manager, Corporate Human Resources 他、インターンシップ生1名	折登	平成20年9月29日 10:00 - 10:30, 11:00-11:30(現地時間)	K社のインターンシップ(事例収集)
	L社及びInRoads プログラム卒業生	L社員及びInRoads プログラム卒業生	折登	平成20年9月29日 10:30 - 11:00(現地時間)	米国で定評のあるインターンシップ InRoads Program(事例収集)

訪問者一覧: 横浜国立大学教授 額田順二
 広島女学院大学教授 折登美紀
 早稲田大学IT教育研究所 宮澤賀津雄、古俣升雄

成城大学教授 野島久雄
 株式会社内田洋行 佐藤喜信

資料 9 : ヒアリング調査結果

調査票

場所	株式会社A 会議室
日時	平成20年7月10日 14:00 - 15:30
対象者	株式会社A HCビジネス本部グローバルキャリア推進部課長
調査内容	キャリアフォーラムの運営、運営側の視点からインターンシップに関する調査、等
実施者	横浜国立大学 教育人間科学部教授 額田順二（本事業委員） 早稲田大学 IT教育研究所 宮澤賀津雄、古俣升雄

【ヒアリング結果】

A社とキャリアフォーラムの概要について
<ul style="list-style-type: none"> ・ A社は1973年創業。学生（大学、専門学校等）を対象に就職情報誌を無料で提供するのがスタート。経済系メディアグループと協力関係。あわせて合同説明会も事業としてスタート。近年では、インターネットもふくめ、紙、対面と3つのメディアを通じて展開。 ・ 留学生を対象とした支援は1987年～。日本からボストンに持ち込んで始まった。 ・ 合同説明会などいわゆるお見合い形式のマッチングは、国内ではA社が早期から取り組んでいた。海外では似たようなイベントはあったかもしれないが起源など確かな情報はわからない。 ・ A社以外で、海外で同内容、同規模でキャリアフォーラムを展開している話はあまりない。米国以外でも上海、ロンドンなどでも行っている。中国でのイベント参加者は1～2割が日本人、8割が中国人、企業は8割方日系企業で、その点は米国とは異なっている。 ・ ボストンが発祥なのは、「学園都市」「日本人が多い」「治安がよい」といったことがあった。現在の状況からすればニューヨークでもよいのだろうが、「ボストンキャリアフォーラム」として地域でも認知されていることもあり、現在も継続して行っている。 ・ ここ3～4年、グローバルな人材を求める要望はある。インドなどやっていない国でも要望は出てきている。フォーラムを開催するかどうかは、最終的には採用側（企業）のニーズの数が左右される。出会いの場として成り立つかどうか、バランスを含めて検討する（1社あたり 人など）。 ・ ボストンキャリアフォーラムの規模の傾向は、年々増加している（別途資料有）。2001年はテロの影響があった。景気動向は影響指数にはなっている（日米ほぼ同期）。 ・ 2008年7月に開催した東京サマーフォーラムは、2日間で184社参加、2日間で来場総数5015人（実数3395人）前年比1割程度増加。 ・ 東京サマーフォーラムの内容は、対象者は同じような学生層。夏は一時帰国者も含まれる。ボストン等と異なる点としては、一時帰国者などが多いので、世界各国に留学している学生がいるところ。インターンシップに関する募集は少ない。

- ・フォーラムを成り立たせるための仕組みのポイントとしては、学生と企業のニーズを汲み取りながらきちんと結びつけることを前提としてものごとを進めていくのが基本。どちらかのニーズ汲みすぎのようなことも無いように展開。ビジネスありきということではなく、学生のキャリア形成を支援する、企業の発展に貢献する、といった文化や風土があると思う。
- ・キャリアフォーラムと一般的な就職イベントとの違いは、来場者の意欲が異なる。フォーラムへの参加者のほうが、貪欲であり滞留率も高いと思う。

キャリアフォーラムの参加者（学生）について

- ・フォーラムの参加者は日英、日中などバイリンガルが前提。結果的には8~9割方、日本人になる場合が多い。日英バイリンガル、日中バイリンガルがイベントコンセプトであるため、英語や中国語の語学レベルをチェックする場合を除き、会場内では日本語対応が条件となる。就職後は日本で勤務の場合が圧倒的に多い(ビザ等の問題もあるようだ)。
- ・フォーラムに参加している学生の属性は、日本では8~9割が学士課程。米国(ボストン)では、7割弱が学士課程、MBAが2割弱(別途資料有)。
- ・フォーラムへの参加者は、インターンが目的なのか、就職が目的なのかといえ、参加者の属性(卒業見込み時期)で異なる(別途資料有)。ボストンキャリアフォーラムは10~11月開催なので、正規入社を目的として参加するのは、翌年の5~6月が卒業見込みの学生となる。それ以降の見込みの学生であれば、インターンシップや早めの就職活動が目的となる。
- ・米国ではインターンシップの経験を、学生が職務経歴書のような形でPRとして記載する傾向にある。
- ・学生に対するフォローとして、インターネットやメーリングリスト等での情報提供なども行っている。

キャリアフォーラムの参加企業について

- ・企業がフォーラムを利用する理由は、優秀な人材が集まっている場と認識しているからと考えられる。日本にいないから海外に求める、日本にもいるがさらに上を意識した人材を求める、グローバルな人材を求めるなど、企業によっていろいろなケースがある。優秀な人材とは企業によって様々だが、アンケート等で共通して見られるのは「コミュニケーション力」「バイタリティ」最近では「ストレス耐性」などがある。それを満たせる人材として、海外で経験している人材のほうが国内よりも多いという企業の声がある。異文化で揉まれている、卒業までのプロセスが大変、などいろいろと理由はあると思う。
- ・文理でいえば、全体の傾向としてボストンでもどこでも理系のほうがニーズは高い。
- ・フォーラムに参加する企業は、基本は正規雇用を求めており、プラスアルファとしてインターンシップを行っている(パンフレットにインターンシップの有無の記載)。パンフ

レットには、対象となる学位や分野も表記している（A社としては、効率よく学生に対象先企業を見極めてほしい）。

- ・日系企業はインターンシップがない傾向（外資系のほうがある）。
- ・参加企業のなかでインターンシップや採用についてノウハウのない企業については、担当レベルでアドバイスすることや専門部隊が支援することもある。企業によって様々だが、募集のかけ方、採用対象や企業の強みの見極め、参加者の傾向などからアドバイス等を行う。現段階では、インターンシップのプログラムの立ち上げ等までは行っていない。費用は、出展費用に含まれている。今後、ビジネスとして付加価値をつけて展開する可能性はある。
- ・参加企業のインターンシップに関するノウハウは、金融系の企業がある程度質の高いものを持っている傾向にあるようだ。AX社（某外資系企業）ほど高いものを持っている企業は限られる。

その他、産学連携教育、インターンシップ等に関する意見

- ・日本の学生に不足している点としては、就職する、働くという意識をもう少し高めてほしい。ボランティアで就職指導をしていた経験もあり、その経験からもある。
- ・大学のキャリアセンター等には、先ほどあげたような企業側のニーズ（「コミュニケーション力」、「バイタリティ」、「ストレス耐性」等）をよく理解したうえで学生指導に取り組んでほしい。大学がキャリア教育の力を入れていくという方向であれば、A社としてはコンテンツの提供や情報提供など外から働きかけをしていくことは考えている。自然発生的に大学（キャリアセンター）の中から、我々のような感覚を持っている人材が出てくることは難しいとは思いますが、きっかけを支援することはできると思う。
- ・A社で働く人材は、研修よりも現場での経験で成長している。企業や学生と対話する機会や場が多い。
- ・大学からキャリア教育などに関してアウトソースされて引き受けるという方向（話）はあるようだ。
- ・私見ではあるが、就職意識を高めるための手段など、インターンシップを活用していく方向性はよいと思う。
- ・学生の意識は時代によって異なる。たとえば今は売り手市場で「大手志向」「商社志望」などがある。そのような視点ではなく、自身のキャリア形成などを意識したような形で取り組んでもらえれば、今までと違った採用の出会いが増えるのではないかと（中小企業、地方企業...）。
- ・日米でのインターンシップの違いは、望む人（学生、企業...）の意識が異なる。
- ・大学との連携方法は、大学によって異なるが「求人傾向の提供」など企業や学生にとってお互いに知らないところを結びつけることをきっかけに行っていく。大学側の窓口はいわゆる就職部。

調査票

場所	株式会社 B X
日時	平成 20 年 9 月 5 日 13:00 - 14:30
対象者	B 経済同友会「B 県を考える委員会」委員長(株式会社 B X 取締役副会長)
調査内容	B 県における人材育成に関する産学連携の取り組みについて
実施者	横浜国立大学 教授 額田順二(本事業委員) 内田洋行教育総合研究所 佐藤喜信 早稲田大学 IT 教育研究所 古俣升雄

【ヒアリング結果】

B 県における人材育成、産学連携教育の概要
<ul style="list-style-type: none"> ・「B 県の次世代を担う人づくり」における昨年度の 3 つの提言(後述)から「社員教育」を「社会人教育」と捉えて、その教育手法の検討に絞りで今年度は活動している。 ・採用対象である若い世代は「企業の専門教育に入る前に社会人としての教育を行う必要があるのではないか?」という前提にたち、若い世代の実態把握、企業の取り組みを目的にアンケートを実施する予定。アンケート作成は B Y 銀行経済研究所、B Z 女学院大学教授など、「B 県を考える委員会」メンバーが担当。 ・アンケートは全 25 問。対象は新入社員(正社員)とした。正社員の定義は企業によって異なるので、回答企業に一任する。主な構成は以下の通り。 <ul style="list-style-type: none"> 新入社員の採用状況と現状に関する項目 人材育成面での学校・家庭・地域社会との連携に関する項目 新人教育等に関する項目 ・このような B 地域における経済界からの人材育成に関するアンケートの実施は初めての取組みと思われる。 ・対象企業の多くは中小企業(経済同友会の会員企業)。 ・このアンケート結果から新入社員を対象とした共通の社会人教育の仕組みができればよいのではないかと考えている。 ・B 県における人づくりの取組みについては、昨年度からコアメンバーを中心に取り組んできたもので、これら活動として普及させていきたい。

地方における社会人(新人)教育の課題
<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業はここ数年、採用自体を控える状況もある。 ・新入社員を教育するインストラクターの教育(研修)も課題である。 ・入社前研修などで基礎的な教育を補完するという事は想定していない。 ・企業によって人材確保、育成の手段は異なる。地方でも銀行などの大手企業はそれなりに人材を確保し、自前の研修プログラムを持っているが、B 経済同友会の大多数メンバ

ーは中小企業であるため、新人研修プログラムを持ち得ない。経済同友会としてそれらをどう支援していけるかを考える必要がある。

- ・基礎的な（社会人）教育は小学校段階から始まるため、小学校・中学校段階から系統立てられた取り組みが理想。
- ・今後の採用対象は「ゆとり教育世代の学生」となるため、教育（研修）負担が大きくなっていく事が懸念される。

B県内のインターンシップについて

- ・県内の文系学生のインターン先が見つからない、実施プログラムがない。
- ・インターンを受入れる企業には「お客様」を迎えるという意識があるのではないか。B Xも8月にインターンを39名受入れたが、物を包めない、接客の基本も知らない状況の学生にどう対応するかは課題となっている。現状は“売り場の雰囲気を経験してもらう”という内容が中心になっている。
- ・雰囲気を味わうだけのインターン生の受け入れでは、企業としてはあまり意味（メリット）がない。
- ・インターン生に対して賃金を支払うという考えもあるようだが、（前述のB Xの事例のような）現状を考えれば“お客様”の域を出ないのではないか。
- ・例えば、金融機関へのインターン生で金融（商品）に対する理解・知識が十分であれば窓口に立って接客し、対価を支払うというケースは考えられると思う。ただし、セキュリティの問題などは別に検討が必要であろう。
- ・経済同友会は会社規模も業種も多種多様な中小企業からなっているため、一概に同じような内容でのインターンシップ実施は難しい。ただし、中小企業にとって効果のある、共有できるインターンシップの在り方、制度があれば良いと思う。
- ・B経済同友会において、インターンシップに関連した就職につながる制約（ガイドライン、協定）のようなものは特にないと思う。中小企業や地方の企業が人材を確保するための手段の1つとして考えられる。

B経済同友会としての今後の人創りへの取り組み

- ・昨年度の3つの提言を受けて今年度、社会人教育にフォーカスして対応し、アンケートの実施と分析を踏まえ、Bの人創りをどうしていくのか経済同友会として提言をしていく。

（平成19年度提言）

提言 地域社会や学校などとの連携と協働を推進し、社会に貢献する人を育成する。

提言 社員教育を「社会人教育」の一つと捉え、基礎・基本と専門性とのバランスの取れた人の育成をする。

提言 B県の特性を活かし、文化の薫り高い、住んで楽しいB県を作る。

これまで経済同友会は提言段階で留まることが多かったが、今後は“行動できる経済同

友会”を目指し、歩を進めていく。

- ・ 中小では新入社員を1人採用するかしないかの現状であり、OJTしか社員教育の方法がない。異業種・規模の相違など状況が異なるため解決すべき課題は多いが、人材育成の共通プラットフォームのようなものを作成することで、一同に会しての研修プログラムが可能となり、スケールメリットも生まれてくるのではないか。そのようなことも検討していきたい。
- ・ 来年の3月までの目標としては、アンケート結果をふまえた提言を行いたい。その調査結果（ニーズ）によって、もう1つのテーマ（コンパクトシティ）への取組みが中心になるかもしれない。

産学連携による人材育成の課題

- ・ 人材育成、教育に関して踏み込んだ取組みがなされていない。インターンシップに関しても企業によって定義が異なり、企業は申し込みがあったから受入れるといった対応に現状は留まっている。もっと双方にメリットのある取組み・制度にしていかなければならない。
- ・ アンケートの結果次第という条件付ではあるが、新人教育のインストラクターへの教育についてもこれから考えていく。
- ・ 大学全入時代に向けて、垣根が低くなり学生の質の低下への不安は感じている。
- ・ 社会人教育のような基礎的な人材教育を大学だけで実践するには無理がある。むしろ大学は学問的な専門性の向上が期待される段階であり、人材育成は小学校段階の目標、中学校段階の目標、高校段階での目標とそれぞれのゴールを設定し、体系的に積み上げていく必要がある。

調査票

場所	株式会社C 会議室
日時	平成20年9月19日 17:00 - 18:30
対象者	株式会社C C1氏：代表取締役 CEO C2氏：リクルーティンググループ C3氏：経営企画グループ
調査内容	インターンシップに関する調査（事例収集）
実施者	成城大学 教授 野島久雄（本事業委員） 早稲田大学 IT教育研究所 古俣升雄

【ヒアリング結果】

Cのインターンシップについて
<ul style="list-style-type: none"> ・インターンシップのきっかけは、当初中途採用向けにIT業界以外の優秀な人材を確保するための手段としてはじめた。日本ではIT業界はハードウエア業界の下請け構造的で二流のイメージが強く、優秀な人材が集まりにくい状況にある。中途採用だけでは限界があり、採用コストも割に合わない状況にあった。優秀な人材が集まらない状況ではグローバルな企業との競争を生き抜くことができず、とにかく優秀な人材を集める必要があった。当初は大企業の中にいる若手社員のなかでミスマッチを起こしていると考えられる層をターゲットに中途採用向けのプログラムで運用していたが、新卒（学生）を対象としたプログラムも後につくった。 ・プログラムは、元々CX社にあった1年間のSE向け研修を参考に、中途採用向けに半年コースにカスタマイズした。ITの経験の無い若手人材を対象に問題解決能力発掘型プログラムとして、有給で6ヶ月間の研修期間を設けて、社員、企業がお互いに適正を見極めたうえで採用を行った。6ヶ月の期間で専門学校2年分と実務の半年分の研修を詰め込んで、適正を見極めた。このプログラムは応募者が殺到し、実際に体験した社員から「もっと早い時期に、学生時代にこのようなプログラムがあれば自分の適性を見極められてよいのではないか」という声が出て、インターンシップに取組みはじめた。 ・学生時代に自分の適性（解決型、分析型、ベンチャー志向・・・）がわかっていたら勉強の仕方も変わっていたなどの声もあった。 ・現在実施しているインターンシップは、期間は1ヶ月、年2回の学生の休みの時期（春季、夏季、各2クール）を使って実施している。 ・現在は年間3万人の学生が応募している。春夏各15,000人くらいの応募で、流れは「応募（15,000人）書類/試験（ロジカルシンキング）/面接選考 第1ステージ（1500人ほど）最終ステージ（800人ほど）」で、最終ステージ突破者には、Aパス（5年）またはBパス（3年）という「入社パス（期間内ならいつでも入社ができる）」が与えられ

る。第1ステージ以降は1日1万円の有給となっている。日給を支払うことは、学生を「プロ」として認めて扱っている（学生として扱わない、課題を解決するのが仕事と最初に宣言している）。

- ・非常識でもよいが、適正のない学生は絶対に突破できないようになっている。参加している学生は、（頭をやわらかくして）変わっていくか、挫折するかのどちらかになる。面接だけでは見抜けないことも見えてくる。ロジカルシンキングの高い学生は、面接の時に「自分の頭は柔らかいフリ」ができるので見極められない。自社のインターンの面接は基本的には他人に迷惑をかけそうな学生や目的を勘違いしている学生をスクリーニングする程度の位置付けで、重視していない。
- ・参加者には「課題解決型インターンシップ」として大きなテーマが1つ与えられる。課題としてどの学生も同程度に知らない内容をテーマとする必要があり、たとえば今年であれば通信教育ビジネスの業務効率化のシステム提案とした。これは、まず前提として業務の想定力がないといけない。時間中はインターネットの使用や他者との相談も禁止しており、基本的に1人ですべてやらないといけないようになっている（想定力を見極める）。
- ・「Creative Mission（19日）」か「Marketing Mission（13日）」のいずれか1つで参加となる（資料より）。インターンシップの参加で学生に期待することは「適正の見極め」と「ものの考え方を身につけさせる」ことがある。
- ・参加対象は全学年、全学部。参加者の文系/理系の合格率は変わらず、プログラミングの経験が左右しているわけでない。応募者の割合は文系学生のほうが多い。参加する学生は個人ベースでエントリーしてくる（大学等の経由はなし）。先輩からの紹介、クチコミなどをつてに応募してくるケースが多い。インターンシップへの参加が後に単位認定されるケースもあり、毎年50人程度は単位認定に必要な修了証を出している。単位認定については大学や学部によって違いがあるので、学生からの申請に対して自社が対応するかたちになっている。
- ・最終的な採用コストは1人@1,300万円で、単なる採用手段との位置付けではコスト高になるだろう。戦略的に優秀な人材を確保するという覚悟が必要。自社では新卒採用にあたってはインターンシップ経験者しか採用していない。唯一、例外は昨年参加しはじめた海外の「キャリアフォーラム」を経由して集まった学生がいる。
- ・自社では、営業することやモノを作ることと同様に「優秀な人材を発掘すること」を最も重要と位置づけている。一般募集しても多くの応募はあるが、その中で優秀な人材は100人に1人くらいになる。はじめから優秀な学生にアプローチすれば30人に1人くらいで確保できる。
- ・企業としては利益を追求する必要があり、そのための採用（優秀な人材の確保）に結びついている点が第一であるが、副産物としては学生の中に極めて認知度が高くなっている点もある。とくに優秀な層の学生に広がっており、たとえばニューヨークの投資会社

に就職した学生が自社の入社パスを持っていたケースもあった。参加した学生にとっても参加したことで自分の適性を見極められたなど意義のあるものとなっている。

インターンシップの実施体制について

- ・体制は、講師1人あたり30人前後の学生の面倒を見ている。講師になるスタッフは現場の第一線で活躍しているトップクラスの人材。講師はアドバイザー、メンター、チェッカーの役割をこなす。講師は課題を出した学生に対して教えることは一切せずに、顧客目線でコメントをする。「絶対に教えないこと」をポリシーとしている。フィードバックにあたっては、当社のコアとなるスタッフを中心に内容を評価し、最後にフィードバックするようにしている。「よくできる」というのは「自分の考え、工夫で課題を突破できる」こと。

入社パスについて

- ・「入社パス」は内定ではないので期限（いつまでに回答する）が無い点が不利ではある。ただ、学生にとって「就職活動」として学生時代に時間を費やしてもらうのではなく、学業に専念する時間を有効に使ってもらうために春季と夏季の休みの間に有給で参加してもらっている。単にアルバイトをして夏休みを過ごしてもらうのではなく、実りの多い学生生活を送ってほしいという思いがある。「入社パス」を早い段階で獲得した学生から何をしたらよいか聞かれることがあるが「自分の専門分野を今の2倍集中して勉強なさい」といっている。
- ・入社パスについては、全員同時に入社したとしても採用をする。みな優秀な人材なので、自社の業務特性もあるが一時的には赤字になるだろうが、1年間でかならずキャッチアップして貢献してくれると考えており、株主総会でも説明をしている。実際には、3～4年生のタイミングで出したパスについては3分の1から4分の1くらいの割合で行使して入社している。残りは他社に行くことになるが、そのうち5%くらいは戻ってくる。また、パスの有効期限を活用して海外留学するなどいろいろなタイプの学生がいる。
- ・仮に入社パスをなくしてしまうと就職に直結しないため「広告」の一環となる。その場合に、かけている多くのコストをどこまで吸収できるかという点が問題になる。一番大きいのはオフィスや研修講師の人件費などである。参加する側にとっても就職に直結しないという前提になると、問題解決や仕事に対する考え方について身につく度合は小さくなってしまふと考えられる（「面白かった」で終わってしまう）。

その他、産学連携教育、インターンシップに関する意見等

- ・インターンシップについて、日本の企業が採用直結を謳うと大学側から意見がでる場合もあるので積極的に出来ないという背景もあるかもしれない。
- ・インターンシップを通じた採用については、大手は基本的には人材が集まりやすく「落とすための試験」を行っており、採用コストも低く抑えられるため、面接と試験で採用を行うことで十分と考え、採用を前提としたインターンシップにコストをかけることもない。ただし、この場合だと入社基準が就職市場の需給が影響する。自社は業務が複雑で一定の基準を満たした優秀な人材でないと業務が回らないという特性があるため、どんなにコストをかけても優秀な人材を集める必要がある。米国の企業も同様に、「成果の出せる人材」を集めるためにインターンシップにお金をかけて採用を行っているのではないかと。
- ・大学は就職予備校ではなく自分の知識を深め、能力を高める場と考えている（自分が主役にならないといけない）。それは、文系も理系も同じ。職業に直結する内容は入社してから行うべきである。ただ、現在の教育は小・中・高と学生に染み付いているものとして「アーカイブを上手にキャッチアップして間違いなくこなせるか」が大事になってしまっており、その延長線上に大学と社会があるように思われている。そのような学生に対して、「自分が何をやらなければいけないか」など社会に出て（仕事で）必要なモノの考え方を、インターンシップを通じて学んでもらいたい。
- ・自社で行っているインターンのプログラムは、もっと多くの企業が実践したほうがよいと考えており、ノウハウなども提供している。最終的にはそのような環境を整えてあげた中で競争をすればよい。自社のパスを持っていることが他社の採用選考に利用されているケースもあるようだが、それも社会貢献の1つというくらいに考えている。もちろん、3年生以降のオファーが可能になったタイミングでパスを所有する学生には連絡をとっている。
- ・大学との連携は、少しずつ声をもらっており協力をしていきたいが、現時点ではまだ体制はそこまで整っていない。将来的にやりたいと考えていることは、高校生を対象としたプログラムを検討しており、そのようなニーズ（声）も受けている。たとえば、一番偏差値の高い大学に入るのではなく、自分が学びたい分野がある大学を選ぶための適正を見極める機会として提供してほしいということになる。

調査票

場所	京都市内（D1氏出張先にて）
日時	平成20年9月5日 18:00 - 19:30
対象者	D1氏：県立D大学学長 D2氏：DX大学事務局長
調査内容	B地域における産学連携教育、県立D大学におけるインターンシップ（現代GP）等
実施者	横浜国立大学 教授 額田順二（本事業委員） 早稲田大学 IT教育研究所 古俣升雄

【ヒアリング結果】

B県における人づくりについて

- ・ B県は「ひとづくり懇話会」を設置し、実施の段階に入っている（D大学は先のB県と同地域に所在する）。提言とビジョンについては役所が部局としての取り組みにとどまっている。経済界は工学系においてインターンシップを大々的にやるためにDY工業大学など地域の大学と連携している。本学（県立D大学）は当初、工学系の学部が無いため声をかけられなかったが、実際には特許取得の実績も多く、後ほど声をかけられて参加している。

県立D大学のインターンシップについて

- ・ 本学としては、経営情報関係のテーマで現代GPによりインターンシップを実施している。インターンシップでは、学生が業務分析ソフトを活用し、フローチャート化し、問題点を発見し、ちょっとした提案を行うなど企業側に驚かれることもある。期間は10日程度、20名ほどが参加している。スキルについては、学部でのフレッシュマンセミナー等を通じて身につけてもらっている。社会人としての対応力については、教員が通常時や参加前の短期間の導入教育などを通じて養っている。
- ・ キャリア教育については全学生が必ず受けるものではなく、選択科目としてある。インターンシップ参加の前提条件にはなっていない。
- ・ (女子系)文科系の学生も、一般的なインターンシップは実施されている。全学部で卒論が必須であり、学士力の13項目のうち3項目（倫理、コミュニケーション力、対人折衝力）以外については、きちんとやれば卒論指導で取り組むことが可能な内容と認識している。来年度からは、13項目をマトリクス化し、自己採点をしてもらい、一定の期間、卒業研究に取り組んでもらった後にどのように変化したかなどを教員とともに採点し、測定することで、教育を明示的な形としていきたい。学部によって異なるが、3年生くらいからのアプローチを想定している。
- ・ 人文系のインターンシップでは、たとえばDZ銀行であれば経済誌の編集などの業務を

行う。自治体などはボランティア的な業務でうまくいくケースがある。

その他、産学連携教育・インターンシップに関する意見

- ・昔は工学部であれば卒業研究で実際に企業に入って業務を経験するようなケースがあった。
- ・韓国の延世大学の工学部に行くと産学連携の建物があり、半分は企業、半分は大学が入居している。状況としてはまさに実地のインターンシップといえるのではないか。
- ・立命館大学は草津にインキュベータ施設を設置しており、そのモデルを参考に国立D大学でやっているようだ。ただ、東京の大田区（東工大）のように地域と密着した形でできているかどうかはわからない。
- ・大学と企業との連携教育にあたり、共同研究でいくのか、インターンシップでいくのかという話がある。たとえば、B県内のとあるお茶の会社の経営状況をゼミ生が調べるという取組みは、ある種の産学連携教育（インターンシップ）としても考えられるかもしれない。
- ・学士力について日本は品質保証ができていない状態。経済学部を卒業した人材は経済をできないといけない。

D X大学での取り組み

- ・D X大学では、専門学校とは異なる「実践における実学の高等教育（リハビリテーション学部など）」を意識してとりくんできた。また、すべての授業でITを活用した「e-University化」を実現した。D1先生には数年前に定員割れした本学の状況下で大学改革を実施した際に協力いただいた。

調査票

場所	NPO 法人 E 会議室
日時	平成 20 年 8 月 13 日 14:30 - 16:30
対象者	NPO 法人 E E1 氏：代表理事 E2 氏：プログラム参加推進事業責任者 E3 氏：カリキュラムディレクター
調査内容	NPO としてのインターンシップなど産学連携教育手法に関する経験談、事例、等
実施者	横浜国立大学 教授 額田順二（本事業委員） 成城大学 教授 野島久雄（本事業委員） 早稲田大学 IT 教育研究所 古俣升雄

【ヒアリング結果】

NPO 法人 E の概要について

・団体の活動の概要については「インターンシップ / 産学連携教育白書」としてこれまでの経緯を年表でとりまとめている。スタートは 1988 年頃に外国人の雇用を日本国内で広めたいという思いで海外の採用調査でインターンシップ等を知り、それらの産学連携教育の制度を日本の社会、企業に生み出していくことを中心に進めてきた。1990 年頃に政策に取り入れてもらい、制度と概念の普及を目的に活動を進めていった。これまでは産学連携教育を行う組織を支援するなど第 3 者的な立場だったが、今は具体的なプログラムの開発・提供（実践）する側としてもコミットしている。1 つはアメリカの E X 社（アミューズメント施設運営）がやっているプログラムのコーディネーター。もう 1 つは、日本にいる海外の留学生に対する日本企業へ就職するにあたってのキャリア支援プログラムを行っている。

E X 社国際カレッジ・プログラムについて

・E X 社のプログラムは 25 年ほど前からあり、200 校以上の大学と提携している。「働く」「学ぶ」「生活する」の 3 つの要素を E X 社が提供する。実際のアミューズメント施設がフィールドとなって、職員が学生のメンターとなって受け入れる。大学のカリキュラムの一端として取り入れられるようなプログラムとなっている（アメリカの認証組織から単位認定されている）。年間に 12,000 人くらいの学生が利用している（米国フロリダ）。それらをインターナショナルなプログラムとするために、日本、中国、オーストラリア、カナダ、東欧、南米、各国に広めはじめている。その日本におけるコーディネーターとして E はコミットしている（対象は日本人学生。本年度は 14 の大学から 23 名の学生が参加する予定である。（人数は不確実））。

- ・日本で始めたE X社のプログラムは、産学連携教育を支援する側として、企業内プログラムを大学のなかでキャリア教育の一環としてどう位置づけるのか、立場が変わるとどうなるのかなど、視点を変えると学べることも多いという意図ではじめている。
- ・日本人留学生はJ1のビザで、期間は最短で6ヶ月、語学力が不足している学生の場合は語学訓練を含めて12ヶ月程度。学生によっては、休学をしていく場合や、国際経営学科のようところであれば単位認定を前提に送り出す場合もある。参加条件は英語力と送り出す大学の協力、認可（米国の大学と日本の大学の間で覚書の締結が必要なため）。
- ・E X社では新卒採用はなく、インターンシップ経験者のみを採用している。社長も経験者の1人。
- ・参加者は大学に授業料を支払い、インターン生として生活費をまかなえる程度の報酬で働く。コースも充実しており、全11回（44時間）のアカデミックなコースも組み込まれている（ホスピタリティビジネス、人材管理など）。
- ・E X社のメリットは、アミューズメント施設の運営には多くの人材が必要であり、教育プログラムとして活用している（採用）。また、プログラムをよくすることでE X社への評価、ブランドも高まる（すべてがお客様）。相当の持ち出しをしている。

産学連携教育、インターンシップについて

- ・Eの前身の組織が最初にスタートしたときにモデル事業として東海地域でインターンシップの実証事業を行った。その時に企業側と議論をしてインターンの期間としては、夏休みで2週間くらいが適当ということになった。現状のインターンシップもその流れから抜け出せていない状況もある。その後、長期のものや、大学の教育プログラムとしての組織的な取組み、組織・人材・教育という3つ巴で取り組むべきといったことを活動として進めてきた。一方で、実践の難しさも感じており、現在はプログラムの作成などに取り組むステージに入っている。
- ・実際に提供する側に立ってやってみて、非常に難しいところも感じている。人の移動は同じでも、大学は学ぶ、企業は働くなど、教育に対する考え方や方法が異なっている。そこをつなぐ人がいない。
- ・大学の授業としてみるとインターンシップはプロジェクト学習であるとみることもできる。とりあげる社会の問題意識と学生の問題意識を関連付けることが重要。過去に行ったプロジェクトでは、学生が直接、企業まで行かなくても関連付けをしてあげることによって効果があることもわかった。それは、あるコンビニエンスストアから課題をもらい提案をするプロジェクトで、教室の中でも関係付けを明確にして取り組むことができた。そのような取組みが企業からはどのように見えるかは判断できないが、新入社員研修に近いものに見えていればよいのではないか。
- ・インターンシップ利用者と就職先との関係においては、日本はインターンシップ利用者の絶対数が少ないのではないか。E X社では毎年1万人規模で、その数%がE X社に就

職しているだけでも数百人ということになる。

- ・ 米国では就職協定のようなものはない。4月の一斉入社のようなものもあまりないのではないか。このような日本の就職活動の状況について海外からの留学生に説明するには苦労する。日本の就職状況を米国で説明するときには、たとえ話として運動会のパン食い競走のようなもので、日本では「よーいドン」で一斉に始める仕組みになっている、などとしている。
- ・ 2週間という期間でも学生にとっては経験になるのでよいという認識があると思うが、企業にとっては（就職に結びつけばよいが）メリットがみえない。一方で、E X社のプログラムは長期にわたるもので、日本から学生を送り出すことを考えたとき、エントリーにあたっては語学力のほかに「期間の長さ」がハードルになる場合もある。短期であれば多くの応募もあると思われるが、受け入れるE X社にとって何のメリットもないということで断られた経緯もある。どんなに短くても6ヶ月くらい取り組まなければお互いに得られるものは少ないというのがE X社側の考えである。
- ・ 実務ができるようになるということではなく、学習というセッティングがされている状況がなければ学習できないような学生であっては、職場での成長は望めない。企業が欲しい人材は、そのような状況がなくても自ら学び、問題を発見、解決して成長していく人材と思われる。
- ・ 大学は専門知識だけを教えていると、知識の適応力がない（現場で使えない）学生は発展させていくことができない。大学が研究ではなく教育を目指すのであれば、社会に出てから必要となる学習能力も身につけさせておくべきではないか。もちろん、現場で必要とされている専門知識の更新も必要。
- ・ インターンシップがコーオプ教育として教育、学習、キャリアなどを含めたかたちで産学連携して実施されていくのが理想。米国であれば、ノースイースタン大学、シンシナッティ大学、などは実績がある。カナダであればウォータールー大学などがある。日本では最近、金沢工業大学がコーオプ教育に取り組みはじめたようだ。
- ・ 理系の大学や先生は企業との付き合いはしやすいが、文系の大学や先生は企業との付き合い（産学連携）についてイメージーションが沸かない。そこは産学連携を進める上で大きな問題である。
- ・ 一昔は文系の学生でもS Eなるなど、大学時代に学んだことと仕事を結びつけることもできていた（国文科の学生が全文検索のプログラムに関わるなど）が、現在はなくなってきているのではないか。

C G A (Career Gateway to Asia) プログラムについて

- ・ C G A (Career Gateway to Asia) プログラムではI T業界が積極的に関わっている傾向にある。大企業は組織も大きくノウハウがあるので独自でやり、C G Aは協力や支援が主な目的なので中堅、中小企業が多い。企業は自社の事業と直接結びつきのある専門

課程の学生を求める傾向にある。しかし、実際には企業内における活動範囲は広く、学生を受け入れる間口をもっとひろくすべきと考えている。この考えは学生に対しても同様なことが言える。このような状況からCGAプログラムにおいて企業内でのポジションを開拓（提案）していくことが我々の役割と認識している。ただし、大学外からのサポートでは限界もある。本来であれば大学側でそのような動きができるとういのではないが。

その他、産学連携教育、インターンシップに関する意見

- ・ 伝統教授（ 1 ）の概念では産学連携教育の活性化は難しい。たとえば、コーオプ（産学連携）を担当する教員（ 2 ）に対してもプロフェッサー（事務職ではなく）として位置づけることで、動きやすくなる。
- ・ 新しい動きをしていく際に、大学を変えるのには時間がかかる。今は企業と学生が中心になって動いていったほうが短期的な視点では効果はある。一方、長期的な視点であれば大学を変えていかないといけない。
- ・ 社会人基礎力のような概念は、米国のインターンシップであればつけるべき力として「transferable スキル」など、何をするにも必要な力としての認識はある。位置づけとしては学校でも地域でもそれぞれの発達段階に応じて身につけていくもの。日本の大学は、社会との最後の接点として解決が求められておりしわ寄せがきている。米国の履歴書では、コミュニティでの活動で身につくものがあり（リーダーシップ、大人と会話ができる...）それを一生懸命書いている。そしてそれを評価する社会がある。
- ・ 学校の点数では評価されない力が社会では必要とされている。インターンシップのなかでそこに気がつく、学生の中に動機が生まれる。
- ・ 他に動きがある団体としては「インターンシップ学会」がある。

1 伝統教授：各分野の専門教育を学生に提供する学部の教授、教官のこと（インターンシップ産学連携教育白書 98 ページ）

2 コーオプ教授：コーオプ教育を運営するための専門人材のこと（インターンシップ産学連携教育白書 98 ページ）

調査票

場所	F社
日時	平成20年9月26日 8:30 - 10:00 (現地時間)
対象者	F社 F1氏: Staffing Recruiter F2氏: Campus Recruiter
調査内容	F社におけるインターンシップ(事例収集)
実施者	横浜国立大学 教授 額田順二(本事業委員) 広島女学院大学 教授 折登美紀(本事業委員) 早稲田大学 IT教育研究所 古俣升雄 現地協力者 Eiko Moriyama 現地通訳 前田未希

【ヒアリング結果】

F社のインターンシップについて
<ul style="list-style-type: none"> ・学部生向けのプログラムは二つある。「インターンプログラム」と「フルタイム雇用」。 ・インターンシップの目的は「優秀な人材の獲得」。インターンシップ参加者の6割くらいが入社している。できればより高い割合で入社してもらいたい。 ・学部生向けのインターンシッププログラムは4種類ある(FINANEC & CONTROL、LOGISTICS、F社 BUSINESS SERVICES PROCUREMENT、OPERATIONS MANAGEMENT TRAINING PROGRAM)。3年生の夏季に実施して、優秀な人材に対してはそのまま就職のオファーをする。 ・4つの大学を中心に実施している。USC(南カリフォルニア大学)、オハイオ州立大学、ウェスコンシン大学、ミシガン大学の4校。他大学(カリフォルニア州立大学ノースリッジ校など)もリクルートしているが、「Not Active」の状況。 ・上記4大学が主となっているのは「立地的条件」と「自社の事業に適した授業(プログラム)がある」から。たとえば、オハイオ州立大学では全米でも上位に入る「サプライチェーン/ロジスティクス」のプログラムがある。南カリフォルニア大学は自社からも近く、会計、IE(Industry Engineering)、マネジメントなどの良い授業がある。 ・キャンパスリクルーターを大学のJob Fairに派遣して説明しているが、最も有効な手段ではない。有効な手段はUSCでは学生組織(student society)との連携で、IEのクラブなどの専門領域に結びついた組織との連携をしている。前述の「自社の事業に適した授業」の講義の場で説明することも有効。そのためには、担当教授とのコネクションが大切。担当教授への説明は重役クラスも参加することで確実に理解をしてもらう。 ・教授からの推薦でインターンシップに参加してもらう学生もあり、スクリーニングの役割にもなっている。ただし、教授の推薦だからといって、必ずしも参加できるとは限らない。教授との関係を深め、教授からの推薦により良い生徒を確保するが一番の道と考

えている。必ずしもいつもうまくはいかないが、この方法で良い人材を確保できるように努めている。毎年何人と決めているわけではなく、該当する人材がいれば、という質を重視。普通に募集して何百もの応募書類を選考するよりこの方がずっと効率がよく手間が省ける。

- ・以前は4大学以外にも対象を広げていたが、時間やコストがかかり効率がよくなかった。インターンシップの説明会を行っていく方法は“打率”が低く、コストパフォーマンスが劣る。
- ・インターンシップの説明、実施には「バランス」が重要である。就職してくれそうな大学の学生にターゲットを当てなければ、効果的に人材を獲得することができない。たとえば、スタンフォードやUC L Aなどの有名大学卒はF社にはなかなか来てくれないので対象外になる。

【インターンシップのプログラム】

- ・参加資格は、G P A 3.0以上の成績が必要。申し込み方法はW e bからオンライン申請。所定のフォーマットに情報を入力してもらう。
- ・3ヶ月、夏期休暇中に実施。卒業後の採用をオファーするのはインターンシップを行った部門になる。ある部門で採用されたからと言って、必ずその部門で働くということではない。
- ・プログラム修了者に対するサーティフィケートはとくにない。大学への率直なフィードバックは行う。インターン管理者が終了時に大学側へ評価を通知する（特定フォーマットはない）。雇用したい生徒がいた場合にはその旨の推薦状を大学側へ書く。インターンシップが単位になる大学もあるようだが、積極的に関与はしていない。
- ・インターンシップ実施分野は下記の通り。
 - 財務・管理
対象人数は4～5人。約12週間。
 - ロジスティクス（サプライチェーン）
対象人数は3人採用が目標。今年は二人だった。該当者が他に見つからなかったため。約10～12週間。
 - F社ビジネスサービス調達（M B Aが対象）
対象人数は6～7人。約12週間。
 - オペレーションマネジメントトレーニングプログラム
対象人数は30人。約12週間。
- ・プログラムの共通事項として、全体の流れが同じ。最初の1～2週はJob Shadowingなどの導入教育を実施。その後、それぞれのテーマに応じた課題を提示し、最終的にはプレゼンをしてもらう。たとえば、ロジスティクスでは、A地点～B地点へのより良い製品輸送方法をリサーチ&発表を行う。社内の色々な人にインタビューをしたり、データを収集・分析するスキルが求められる。

- ・ポイントは Something Real。何か「実際の」仕事をインターン生に与えること。特定の作業を行わせ、F社で働く感覚やイメージをクリアにすることが大事。こうした作業を通して会社との「結びついている感覚」(attached)を高める。これにより、翌年、実際に就職したときに働きやすくなる。入社してからの仕事内容がインターン中と異なっても、インターン中に研修生は十分にイメージがつかめるのでギャップはない(No surprise)。
- ・参加者への給与を支払っている。オハイオ州立大学だと遠いこともあって、交通費、含めて月 2000～3000 ドルを支払っている。オハイオからきてもらうときは航空券やハウジングも負担する。
- ・インターンシップは集団指導体制。学生 1 人にメンター 1 人を就けている。プログラム以外にも、F社が楽しい職場であることを知ってもらうために、お互いが楽しめるようなパーティを開いたり、野球観戦をするなどしている。
- ・プログラムは、キャンパスリクルーター、部門（現場）のマネージャーやディレクターなどF社がベースを作っている。大学にはF社側で企画して持ちかけるので、大学と共同してインターンシップを企画することはない。
- ・R & Dのような分野でのインターンシップはなさそう。大学との共同研究もなさそう。
- ・F社は日本では神戸に支社があるが、日本からのインターン生の受け入れは行わないだろう。
- ・大学で学んでいることの専門性よりも、コミュニケーションや自社の風土とのマッチングを重視している。スキルに関するリクアイアメントはそれほど多くはない。
- ・インターンシッププログラムは、部門ごとに必要な人材の配分を決めて人数を決める。プログラムにかかるコストの負担は部門ごとで担っている。
- ・大学へのリクルートについては、1人が3～4大学程度を担当している（キャンパスリクルーターは3人）。

調査票

場所	X州X群政府 公衆衛生部門G
日時	平成20年9月26日 11:00 - 12:10 (現地時間)
対象者	X州X群政府 公衆衛生部門G G1氏: Public Health Training Unit Manager 他、インターンシップ経験者3名
調査内容	X州X群政府 公衆衛生部門Gにおけるインターンシップ(事例収集)
実施者	横浜国立大学 教授 額田順二(本事業委員) 広島女学院大学 教授 折登美紀(本事業委員) 早稲田大学 IT教育研究所 古俣升雄 現地協力者 Eiko Moriyama 現地通訳 前田未希

【ヒアリング結果】

X州X群政府 公衆衛生部門Gにおけるインターンシップ
<ul style="list-style-type: none"> ・インターンシップの対象は学部生ではなく専門分野を対象とした院生で、大学によっては単位認定が前提になる(卒業要件になる)。学生にとっては勉強(情報入手や経験)の場として意味がある。実施時間は内容によるが200~400時間になる。インターンシップ修了でサーティフィケートを出したりはしていないが、サーティフィケートを出すというのは良いアイデアである。学生は、参加する前提として大学の決められた複数の授業(6~7)を受ける必要がある。 ・インターンシップの目的は地域連携にある。地域の大学(公衆衛生学部)とのコラボレーションは公衆衛生部門Gではこれまでになかった取組み。 ・対象校は、UCLA、カリフォルニア州立大ノースリッジ校、同ロングビーチ校、南カリフォルニア大など「地元」大学である。 ・指導教員にはe-mailなどで報告書を提出している。インターンシップを指導する担当者は、大学の教員レベルのスキルを有しており、それぞれがプログラムを考えている。 ・公衆衛生部門Gのインターンシップには有給、無給、両方ある(エントリー用のシート参照)。学生にとっては無料でも経験の場として申し込みインセンティブがある。 ・サマーインターンシップに今回参加したのは15名である。 ・SPA(Service Planning Area)ごとに固有の課題がある。X群は面積が広いこと或いは地域ごとに抱えている課題が異なるので、8つのエリアに分けている。8つのエリアにはそれぞれ地域特性がありそれぞれの地域が抱えている課題が異なる。例えば、地域により、HIVが重要課題になっているところもあれば、肥満が課題となっているところもある。 ・インターンシップのガイドラインのようなものはない。しかし、実務、実践として取り

- 組むインターンシップなので、インターンシップの質そのものが「本業」そのものの「でき」を左右することになり、ガイドラインのようなものがなくても自ずと定まってくる。
- ・有給の場合は 11 ドル / 時間、3000 ドル / サマーインターンという金額で、スキルレベルによって差を付けてはいない。
 - ・公衆衛生部門 G に就職しているものがここでインターンシップを行っているかどうかは、就職に直結していないだけに数えにくく、数十年前にインターンシップを行ったことがあるというような逸話を耳にする程度である。
 - ・インターンシップという表現は適切ではないかもしれないが、学生を受け入れた取組みは 1800 年代の設立以来行われてきている。

プログラム体験者のコメント

- ・ G X さん：ノースリッジ校では 20 単位 (3 unit × 7 コマ(class)) 取ってからでないと参加できず、インターンシップは卒業に必修となっている。4 割は教科書ベース、6 割は現場での適用実践ベースのカリキュラムとなっている。
- ・ G Y さん：インターンシップは就職と直結はしていない (注：教員養成における教育実習のような位置づけのようである)。インターンシップに参加した理由は、N G O など様々な分野での就業を検討しており、その選択肢の 1 つとしてよい経験ができるから。
- ・ G Z さん：インターンシップは (履修の) プロセスとして存在している。
- ・ G Z さん：(G Z さんは現在公衆衛生部門 G に就職している) インターンシップと正規職員との違いは責任面の重さがあるかもしれない。インターンシップでリーダーシップを発揮でき、将来のビジョンが持てることが分かったのでここ (公衆衛生部門 G) で働きたくなった。
- ・ G X さん：インターンシップとして、上司や指導者がここはしっかりしているので魅力である。
- ・ G Y さん：多様性を経験できることがすばらしいし、公的機関なので多様な人と接する機会も多く、民間に比べてしっかりとっていて信用がある。

調査票

場所	X州X群政府 人材開発部門H
日時	平成20年9月26日 14:50 - 16:10 (現地時間)
対象者	X州X群政府 人材開発部門H H1氏: Director of Personnel H2氏: Manger of Administrative Internship Program
調査内容	X州X群政府 人材開発部門Hにおけるインターンシップ (事例収集)
実施者	横浜国立大学 教授 額田順二 (本事業委員) 広島女学院大学 教授 折登美紀 (本事業委員) 早稲田大学 IT教育研究所 古俣升雄 現地協力者 Eiko Moriyama 現地通訳 前田未希

【ヒアリング結果】

X州X群政府 人材開発部門Hにおけるインターンシップ
<p>【H1氏へのインタビュー】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ X郡政府には10万人の被雇用者、39部署がある。地域最大の雇用団体である。法執行機関(地方検事、公選弁護士などを含む)からヘルスケア、社会奉仕、動物ケア/コントロール、消防局まで幅広くこの39部署に含まれる。非常に多様な部署から成り立っている。 ・ X群政府の構造は、5つの管理委員会(Board of supervisors)がトップにある(選挙で選ばれる)。その下にCEOがある。 ・ 人材開発部門Hは307人とX郡政府の中では小規模の部署である。各部署の部長が雇用、解雇の全権限を持つ。 ・ H1氏は1976年のインターン卒業生。CEO(当時はCAOだった)のすべてのポジションを経験。そのプログラムには彼ともうひとりの二人だけだった(当時米国が財政危機に陥っていたため、二人しかインターンを雇わなかった)。 ・ X群政府のインターンは1933年から始まっており、歴史がある。現在は10~12人のインターン生が毎年2年間のインターンプログラムに参加。H2氏は彼等の面倒をみている。今年は10人で9月22日(月)に始まったばかりである。 ・ 応募者数は、通常、12のポジションに対し、全米から約1000通の応募がくる。非常に競争が激しい。応募者の出身校例: USC(南カリフォルニア大学)、UCLA、スタンフォード大学、UCバークレー、カリフォルニア州立大学(LA、ロングビーチ)、ニューヨークや中西部など各方面からも応募がある。 ・ インターン生は各部署をインターン期間中(2年)、人材開発部門、CEO、ほかの部署を3~4か月ごとに担当。インターンプログラム修了後はどこかの部署に就職するケースが一般的。何人かは人材開発部門に残るが、各部署に就職させようとしている。

・インターン生のサクセスストーリーの例:ルイジアナ州からの(LSUルイジアナ州立大学)生徒は2年間のインターン終了後、検察医/検視官(Coroner)の下で働き、その他いくつかの部署での職務経験を経て、消防局のトップマネージャーに就任。そして現在はルイジアナ州政府と共に緊急準備プログラムに関わるトップクラスの仕事をしている。

【H2氏(コーディネーター)へのインタビュー】

・新しい研修生10人のオリエンテーションを担当している。全員の面倒を見ている。彼女はこの部署で担当しているプログラムが他にも10あり、これは抱えている11のプログラムのうちのひとつにすぎない(ほかの仕事の例:課の予算管理、財務状況管理、など)はじめての2週間で研修生は、全体説明会を教室で郡政府についての基本構造や基本知識を学習し、そのあとは実際に各部署がどのように機能しているのか(39部署からセレクトされたいくつかの部署での)実地訓練を3~4か月単位でローテイトしていく。全体説明会では実際に各部署の部長がきて、自分の部署について研修生へ紹介する。

・ローテイトする順番の例は、最初の一年間は人材開発部門内の各課をまわる。次にCEO内の各課をまわる。人材開発部門やCEOのほかの例としては保安官事務所や徴収部に派遣され、各部署で課題が課される。最初はやはりH2氏の近くでケアがゆき届くように、よくなじめるように人材開発部門から始まる。2年目に研修を行う他の部署については、ボランティア。各部署の部長が「メンターになってもいい、インターン生の面倒をみてもいい」という声があがってからH2氏と調節して決まる。メンターともなる各部署の部長は非常に知識があり、ハイレベルである。

・各部署にとってのメリットは、インターン生の面倒をみて、よい人がいればその人を雇用できる可能性が高く、実際の給料を払うころには「使える人材」になっていること。インターン期間により、実際の社員に払う給料と比較して沢山セーブできる。

・インターン生の好みももちろん考慮する。もし、インターン生受け入れを希望する部署の業績が悪いときは、そこには派遣しない可能性もある。学生には良い経験・ポジティブな経験をしてもらいたいという願いが強い。彼女がマッチング、派遣コーディネートを行う。

・インターン生希望の部署がいないといった場合は、似たような部署へ派遣。だが、実際には多くの部署がインターン生の受け入れを希望している。

・インターンシップの目的は、優秀な人材をX群政府に確保するため。年をとってリタイアする優秀なジェネレーションが抜けた後のギャップをうめるため、タレント(才能)をもった人材を確保すること。

・対象者は、既に修士号をもっている人が多い。学部生も応募できるが、入れる可能性は非常に低い。たとえば、今年は1200名が10ポジションに応募してきた(今年は受け入れを希望する部署が多かったのでたまたまポジションが増え、より多くの人を雇うことができた)。2年前は1500名が4ポジションに応募した。

・選考方法は、いくつかの筆記テスト、3回の口頭インタビュー(パスするごとに次のステ

ップへ進める)。選考者は、各部署の上級マネージャーが人事権を持っている。

- ・選考の要件、必要なスキルとして、学士号は必須。また、政府に関する一般知識。だが、選ばれた応募者の殆ど修士号を持っており、プラスアルファの実務経験があったりするとさらに強みとなり、パスしやすい。彼等のほうが学部生よりも目的がはっきりしており、キャパシティも広い。
- ・インターンは有償で、フルタイムは月～4000ドルが目安。医療給付(medical benefit)もある。
- ・インターン初期での研修例としては、郡政府の雇用者募集プロセス、テスト実施プロセス、テスト結果に不満があった場合の上訴プロセスなどを学ぶ、がある。研修生はリサーチ・調査を多く課される。
- ・各課の部長がメンターとして研修生の様子をモニターし、相談者にもなる。
- ・インタビューが終わるころには、ここで24か月間にやろうとしていることが自分のインターンのイメージと違い、辞退する学生もたまに出てくる。
- ・まだ修士課程にいる生徒は、昼間に働いて夜間学校にいたりする。過去の生徒の例(学士号しか持たず、修士号を目指していた学生)では、昼は労働、夜はUCLAで6:30～クラス開始(土曜日にも授業があった)。米国では多くの学生は仕事と学業を両立している。この例の学生は、彼女の家族で唯一大学まで行くことができた。実際にはUCLAで修士号まで取得した。学校の授業と時間が重なる日は、授業のない日に早退した分の残業をするなど調節が可能である。
- ・単位認定はなし。大学(院)とは関係がない。
- ・プログラム内容作成者は、10年前に専門家が作って以来、ほとんど変わっていない。内容は同じ。それだけ完成度が高い。だが、環境・テクノロジー・時代の変化に従って適宜調節は行っている(リクルート基準・分類基準の新しいものを作成中)。昔に比べ賃金も5.5%UPしている。
- ・どこの部署でもインターン生は最初の一か月が辛いだらう。何も知らないところでいきなりいろいろな課題をこなさなければならない。その部署に慣れてきたころにはもう次の部署に回されるので、相当ハードである(だから、乗り切れるような人材を選ばなければならない)。
- ・インターン二年目にはインターン生は昇格し、給料も上がる。郡の行政アナリスト(アドミニストレイティブ・アナリスト)として調査を行い、そのアナリストのポジションから試験・評価をされて、雇用に至る(試験方法は面接と筆記試験の両方の場合もあり、部署による)。
- ・インターンをしない場合で職を得たいときは、例えば人材開発部門のウェブサイトを通して空きのあるカウンティのポジションを見て、職務経験や希望条件などをインターネット上で入力し、次の画面で自分が条件を満たしているかどうか、など結果が出てくる。そうやってアプライするので、公務員試験はない。

- ・ H2氏は1997年からここで働いている。はじめはヘルスサービス部門の経理だった。今は人材開発部門にいる。持ち回り制（ローテイト式）のトレーニングを通して経理以外の様々な仕事ができるようになった。友人はCEOの予算案アナリスト(budget analyst)だったが、今はトレーニングを通して景観設計家になっている。
- ・ メンターは各部署の部長がメンターとなり、インターン生の面倒をみる。上級社員がメンターになるところがポイント。したがって、部長(Director)クラスなど最高レベルの会議にもインターン生は参加でき、近くに座って会議の様子を聞くなどモチベーションの高まる経験ができる。カウンティのハイレベルの地位にある人たちに囲まれることによってインターン生は刺激を受け、さまざまな形で仕事について学べる。また、身近なメンターとしてはインターン生自身がお互いのメンターとなる。ペアとして派遣するので、派遣された二人の研修生同士で仲間、横のつながりを築いていく（ペアとして同じタイミングで次の部署にも回されるので苦しさを共に乗り切れ、アドバンテージとなる。親友になることもある）。
- ・ 人材開発部門部署にはメンターがH2氏を含め3人いる。インターン生はいつでもメンターにアクセスできる。他の部署についても、必ず部長(Division Manager)とそのアシスタント(Division Manager Assistant)を含む2~3人がインターン生ひとりずつについてメンターとなる。H2氏はインターン生が派遣されている部署を定期的(隔週で)に回って、ちゃんとやっているかチェックしに行き、その部署の部長とも話す。グループ全員(今年は10人)で集まる機会も3か月に一度設けている。お互いの経験をシェアする場面となり、各人が新職場へローテイトされる前にこれを行うので効果的である。先に経験した人から職場の様子や人々についてなど予備知識が学べる。
- ・ H2氏が担当するインターン生の1人は、すでにX群政府のヘルス・ディパートメントで2年職務経験がある(修士課程在籍中)。修士号取得後、めでたくこのインターンに応募・合格し、今年のインターン生のひとりとなった。
- ・ 実際にインターン後にX群政府に残る人(就職する人)は75%程度。確保できなかった人は、更なるキャリアアップを図るためにハーバードやスタンフォードに行ったりする。それでも残らなかった人々も、またこのインターン経験があったからこそ、ここでの知識があったからこそ今の道を選び、成功しているわけなので、H2氏とは個人的に食事に行くなど、関係をお互いに保っている。
- ・ ニューヨークから、など交通費はすべてインターン生側の負担。ディレクターなどハイレベルの職種の社員採用のときだけX群政府が払う。

調査票

場所	I X ホテル (5th Floor)
日時	平成 20 年 9 月 26 日 16:40 - 17:30 (現地時間)
対象者	I キャリアフォーラム、A 社 (キャリアフォーラム運営企業) A1 氏 : A 社海外法人 International Director A2 氏 : 株式会社 A H C ビジネス本部副本部長
調査内容	I キャリアフォーラム実地調査 (事例収集)
実施者	横浜国立大学 教授 額田順二 (本事業委員) 広島女学院大学 教授 折登美紀 (本事業委員) 早稲田大学 IT 教育研究所 古俣升雄 現地通訳 前田未希

【調査結果】

実地調査およびヒアリング内容

- ・参加者数は 2 日間の実数で約 800 名、対象はバイリンガル (日英中心) の学生。過去のアンケートでは参加者は参加の目的として、フルタイムが 79%、インターンシップが 16% であった (I キャリアフォーラム 2007 年実績)。
- ・遠距離から参加する学生に対しては、トラベルスカラシップという交通費補助制度を設けている (Zone1 : 50 ドル ~ Zone6 : 350 ドル)。
- ・参加企業数は 38 社で西海岸に所在する企業 (日系、現地企業) が中心。ボストンキャリアフォーラムは 10,837 名、204 社が参加 (2007 年実績)。
- ・以前は理工系の企業と学生が中心であったが、近年は企業ニーズへの対応により金融系など参加対象が広がり、イベントの規模も大きくなってきている。
- ・キャリアフォーラムは、企業・学生いずれにとっても真剣勝負の場となっており、実際にフォーラムで内定が決まる学生も少なくない (参加者アンケートによれば 2007 年は 27% が期間中に内定)。企業からも重役クラスが参加しており、現場には緊張感がある。
- ・I キャリアフォーラムではインターンシップに関する募集よりも、実際の採用 (面談) の場として活用されているのがほとんどである。
- ・インターンシップについては、配布されているフォーラムのパンフレットの各企業の紹介の項目のなかに「インターンシップ有無」が記載されている。パンフレットでは、今回の参加企業 38 社のうち 14 社が「有」の記載。
- ・企業の出展形式は「ブース型」で一定の間取りで企業紹介のプレゼンテーションや面談ができるように各企業、レイアウトをしている。また、セミナー (1 時間) も開催している。
- ・会場には、各企業のブースとイベントコーナーのほか、別のフロアにインタビュールームやビジネスセンター、リファレンスエリア、などが設置されている。

- ・会場近隣ではいわゆる「リクルート姿」の日本人学生が多くみられ、I地域らしからぬ雰囲気となっていた。入口ではスタッフによる厳重な入退出のチェックが行われていた。
- ・インタビュールームは、企業ブースでの一般的対応の後、より採用に向けての密な話を詰めて行うための場所として設定されている。
- ・企業としては、即採用ということに備えて、人事権を持った上司がきており、このフォーラムは採用に向けた「真剣勝負」の場として使われている。会社側も人事を決められる本社の上司と在米のスタッフという緊張関係があり、学生を加えた三者間の緊張関係はその「場」を緊迫したものにしていた。

調査票

場所	J 大学
日時	【訪 問】平成 20 年 9 月 27 日 12:00 - 14:00 (現地時間)
	【事前調査】平成 20 年 9 月 27 日 9:30 - 10:30 (現地時間)
調査内容	米国学生のジョブサーチおよびインターンシップに関連する文献収集
実施者	横浜国立大学 教授 額田順二 (本事業委員) 広島女学院大学 教授 折登美紀 (本事業委員) 早稲田大学 IT 教育研究所 古俣升雄 現地通訳 前田未希

【調査結果】

実地調査内容

- ・米国大学生のジョブサーチやインターンシップに関連する文献収集を目的として、近隣にある大学を訪問し、文献収集を行った。J 大学生協と学生向けの教材を販売している学内の書店を中心に訪問した。訪問にあたり、調査対象の整理、現地交通手段の確認等の事前調査と打ち合わせを行った。
- ・ジョブサーチやインターンシップに関連する文献は、「レジュメ (経歴書) の書き方」など日本においても一般書店で並んでいる「就活本」「How To 本」などと同じ棚で整理されていた。インターンシップに関連する文献の数ないし割合は、いわゆる「How To 本」に比して、多くはなかった。この限りで、ジョブ、インターンシップの意義や大学教育との関連付けよりも、既に実社会に組み込まれたものとして、どう利用していくのか、そのために何が必要なのかという極めて実践的内容の文献が学生の関心事項になっているものと推測される。
- ・ここは日本の書店のような平積みはなく、図書館の開架書庫と同じ体裁であった。書架の 1 段は 90cm 程度で、5 段ほどびっしりと展示されていた。就職テスト対策・練習問題のような本はこの量には含んでおらず、「多種である」との印象を受けた。
- ・関連文献としては以下の 3 つの書籍を入手した (概要に関する和訳は別途参照)
 - 文献 1 「TOP INTERNSHIPS」
 インターンシップのガイドブックで、760 社にもおよぶインターンシップ実施企業の紹介が記載されている。
 - 文献 2 「JOB SEARCH」
 大学生の職探しのための本で、その手段の 1 つとして「インターンシップ」や「ジョブフェア」などが紹介されている。
 - 文献 3 「CAREER GUIDE」
 J 大学の学生向けのキャリアガイドで、キャリアセンターの役割やインターンシップやジョブフェアの活用などについて記載されている。

調査票

場所	K 社
日時	平成 20 年 9 月 29 日 10:00 - 10:30, 11:00-11:30 (現地時間)
対象者	K 社 K1 : University Programs Manager K2 : Corporate Human Resources K3 : インターンシップ生 1 名
調査内容	K 社のインターンシップ (事例収集)
実施者	広島女学院大学 教授 折登美紀 (本事業委員) 現地協力者 Eiko Moriyama

【ヒアリング結果】

K 社におけるインターンシップ
<ul style="list-style-type: none"> ・ インターンシップとして、様々なプログラムが用意されているが内容はどれも似ている。 ・ インターンシップ期間中は、当然、給与が支払われる。 ・ インターンシップ参加に際して要求される資格要件としては、GPA (3.0) を設定している。資格要件というわけではないが、その他にも、大学のランク・クォリティー (トップクラスの大学)、参加希望者の専門 (ファイナンス、エンジニアリング、ハイテクノロジーなど)、バックグラウンド、応募動機等を審査する。大学生とか大学院生とか対象などとターゲットを絞っていない。審査をすれば有能さは感知できる。教授の推薦などは必要ない。 ・ インターンシッププログラムでは、一般的スピーチ、知識、エンジニアリング、ハイテクノロジー等のワークを行うこととなる。メンターが付いている。 ・ インターンシッププログラムの目的は、優秀な人材の確保にある。 ・ 優秀な人材の獲得、インターンシップ参加をしてもらうために、優秀な大学に出向いてリクルーティング活動を積極的に展開している。大学の質やランキングは重要。 ・ 当社では、インターンシップ生に対して、社会的つながりをできる限り持つように YES Network (Young Engineer & Scientist Network) を提供している。これは、インターンシップでのフィールドにおいて社会性を養うだけでなく、一緒に仕事について議論をしたり将来に役立つネットワークづくりなどを行っている。これらの活動は参加者だけでなく、結果として当社にとっても利益となる。 ・ 対象者の募集活動は、通常、Career Fair (大学や教室でのプレゼンテーションと同じような内容) で行っている。 ・ 評価は、通常、学生に会うマネージャーによって行う。 ・ 通常、インターンシップ期間中に夏季レビューや終了に向けた議論などを担当者とインターン生が face-to-face で面談を行っている。

・インターンシップを終了した者の約 50%が当社に就職をしている。

【インターンシップ生】

・現在、大学に在学しておりインターンシップ中である。

・現在のインターンシップが終われば大学（4 th Semester）に戻るが、また、来年も当社のインターンシップに参加する希望を持っている。もう一度ここに戻ってきたい。

・このインターンシップは自分にとって非常に有益でリーダーシップの育成にも役立っている。仕事の訓練がしっかりできている。

・K社のインターンシップは、ウェブ上で見つけてウェブから登録申し込みをした。大学などで宣伝がなされていたわけではない。

・数多くの同種企業がある中で、この企業を選んだのは、同種企業の中でもトップにあるからである。

調査票

場所	K社（この社の会議室を借りて電話会談）
日時	平成20年9月29日 10:30 - 11:00（現地時間）
対象者	L社 L1氏：L社 InRoads プログラム担当者 L2氏：InRoads プログラム卒業生
調査内容	米国で定評のあるインターンシップ（事例収集）
実施者	広島女学院大学 教授 折登美紀（本事業委員） 現地協力者 Eiko Moriyama

【ヒアリング結果】

InRoads プログラムについて
<ul style="list-style-type: none"> ・ InRoads プログラムは、非常に定評のあるインターンシッププログラムとして評価及び認知されている。InRoads は、サービスフォーチュン 500 社へインターンシップを適切に紹介するために、プログラムのアプリケーション、インタビュー、選択プロセスなどを援助する全国組織である。InRoads では 25-30 才で、多様な民族で経済背景の学生を対象に、高い成果につながるインターンシップを選択している。 ・ このプログラムに登録、参加する資格に関しては、さほど厳しいものを設定しているわけではない。例えば、GPA は 2.8 レベル、また、いわゆるトップ大学である必要はない。 ・ プログラム参加希望者は、ウェブ上から登録をする（http://www.inroads.org/）。毎年夏からプログラムは始まるが、登録者は大体 1,500 ~ 2,000 人程度で、その後、様々なスクリーニングをかけていき、実際の参加者は 10%（150 の position）となる。スクリーニング段階では、登録申し込みシートによる情報の審査、InRoads Staff による電話でのインタビュー、面談などが行われる。このスクリーニングを何度もかける。 ・ インターンシッププログラムはいくつかの段階に分かれている。例えば、第一段階では、マーケティング、仕事をする際の基本的・一般的知識とスキル、第二段階では、エンジニアリング、より高度なマーケティングなどが行われる。さらに上の段階では、コミュニケーションスキル、ビジネスの実態把握、IT スキルの習得などが行われる。 ・ インターンシッププログラムの実施中は給与が支払われる。給与は参加者 1 人につき、約 8 週間で \$ 3,000 ~ 4,000 であるが、これはその参加者のスキルや学年（school year）による。 ・ InRoads のインターンシッププログラムの特徴は、国際的な点にある。これは他のインターンシップにはない特徴となっている。拠点はアメリカにあり、一部メキシコでも活動している。参加者は全員アメリカ人であるが、その大部分は、黒人、ヒスパニック、アジア系の人である。 ・ InRoads のインターンシップの目的は、非常に能力があり優秀であるが、社会的・経済的

理由により仕事獲得への道が厳しい生徒や学生に対してリーダーになる道を開こうとすることである。人の潜在的能力を見抜くこと。つまり、マイノリティな人材郡から優秀な人材を発見し、その者に対してリーダーになる道を開くことである。

- ・週末に行うワークショップでは、様々なテーマに取り組んでいる（コミュニケーション、電子のメール手順、成功のための服装、他社のインターンの情報収集、等）
- ・InRoads のプログラムに参加したことは、現在の自分にとって非常に有益であった（ヒアリング対象はプログラム経験者）。能力の獲得と向上に非常に役に立ったし、現在もその経験を活かしている。プログラムは魅力的なものである。
- ・このプログラムの参加者について、大学院生（graduated student）や特定の専門分野の人に限るなどのターゲットの絞込みをかけていない（not target, not focus）。開かれている。
- ・このプログラムを終了した者は、アメリカのトップ大企業への就職の道が開かれる。実際、このプログラムを終了した者の9割が、職を獲得している。
- ・企業はスクリーニングされたインターン生1人あたり\$4,000を支払っている。

【InRoads プログラムのサイト】

<http://ext1.inroads.org/10L%5FApplication/Login.aspx?Contact=Intern>

資料 10 : 海外調査入手文献(一部仮訳)

V A L Tガイド（一部抜粋 仮訳）
トップ インターンシップ 2008 年最新版
VAULT CAREER LIBRARY
VAULT GUIDE TO TOP INTERNSHIPS

トップ 760 以上のインターンシッププログラムにおける必要不可欠なインフォメーション
および内部情報

はじめに

インターンシップとは何か？

インターンシップは企業での試運転のようなものです。将来性のある職業分野や雇用主を実地検証するよい方法の一つです。インターンシップには様々な期間のものが用意されています。2週間というものもあれば、1年に渡るものもありますが、多くは3ヶ月という期間です。ほとんどのインターンシップは夏の間に行われ、その他は秋や春に行われます。同様にインターンシップの大多数がフルタイムで、わずかですがパートタイムもあります。

なぜインターンシップをするのか？

あなたはお金を稼ぐためだけに仕事をしようとするかもしれません。そのことに間違いはありません。しかしインターンシップから学べる多くのことがあります。たとえば、もしあなたが、エンターテインメント、広告、政治のような門戸の狭い業界に入りたい場合、その業界で仕事を得るための最善策はインターンシップなのです。あなたの履歴書に素晴らしい経歴をのせることになるだけでなく、人との接点が沢山でき、将来の先輩たちに会えるでしょう。同様に、一流会社でインターンとして働くことは、その会社やあるいはその会社の競合他社から正規雇用のオファーを得るという、出世への道をあなたにもたらずでしょう。多くの大企業は“その辺にいる誰か”よりは、既に雇用したインターンを採用したがるものです。もしあなたが雇用主のために仕事をするだけという結果に終わらなければ、あなたは計り知れないほど貴重で得がたい経験を得られるでしょう。

やっぱり給与を得たい

インターンシップは全く収入を得られないものだとはいえないで下さい。多くのインターンシップは給与が無いが履修単位を提供するのみというのは事実ですが、同時に、これらのインターンシップは、小規模で関心を引くような組織で行われるか、魅力的な業界の企業で行われます。しかし、その他の多くのインターンシップは、固定給あるいは通勤手当に始まり手厚い給与という様に何らかの報酬を提供しています。旅行や業界でのイベントへ出席する機会といった面白い特典を提供しているインターンシップもあります。

インターンシップに申請するためのアドバイス

仮に興味のあるインターンシップをあなたがひとつ見つけたとしましょう。あなたがまずすべきことは全て指示どおりにすることです。インターンシップに申請をする際、あなたがすべき簡潔なチェックリストを下記に示します。

- ・ 期限までに申請しましょう。締め切りより数ヶ月前までが更によいでしょう。小さな機関では一番早く申請してきた適任のインターンを採用するかもしれないのです。
- ・ 指示に従いましょう。もしあなたが何らかの文書を要求された場合、写真作品などは送らないでください。推薦状の提出を求められたら、担任や教授への訪問を始めてください。
- ・ 履歴書が最新版になっているか確認しスペルチェックを徹底的に行いましょう。もしあなたが一度も履歴書を書いたことがなければ、あなたの学校のキャリアガイダンスセンタに行き協力を求めてください。経験豊富な本職や履歴書を精査できる人物に尋ねてみてください。もしあなたが違う分野のインターンシップに申請しているなら、異なる経験を強調する履歴書を1バージョン以上もつ必要があるかも知れません。あなたの現在の連絡先が履歴書に記載されていることを確認してください。
- ・ カバーレターをないがしろにしないようにしましょう。あなたが本当にその会社でインターンとして働きたい旨のカバーレター（それぞれのインターンシップに対応したもの）で説得力のある状況を作り出してください。なぜこの機会があなたにとって最適なのかについて、あなたが調べたことを具体的に正直に示してください。そしてもう一度、カバーレターを注意深く校正してください。信頼できる友人や先生にもそれを読んでもらいましょう。
- ・ フォローアップをしましょう。もしあなたが本当にそのインターンシップに興味があるなら、あなたがどう興味をもっているかをその機関に伝えるために、申請書を送った数週間後に簡潔な電話やEメールを送るのは何も問題ないでしょう。毎日電話をかけるといったことはしないでください。
- ・ 現在の機会をとらえましょう。もしあるインターンシップに興味があり、あなたの適正がそれに合わなくても、とにかく申請し、あなたが本当に興味がある旨を強調してください。もしあなたが本当にやりたいなら、あなたが希望するインターンシップで働くためにパートタイムでも受けることを視野に入れてください。

インターンシップは大学生ためだけのものではありません。多くの企業や機関が、優秀で熱意のある高校生、大学卒業生や大学院生に対しても進んで受け入れていることにあなたは驚くでしょう。もしあなたの経歴が思うように順調に進んでなくても、あなたが興味のある会社でインターンとして働くことができるかもしれません。それは正規雇用へ向かうあなたの道をネットワークにのせる理想的な方法なのです。

インターンシップを実りあるものにするために

おめでとうございます。あなたは希望するインターンシップを獲得しました。ここにはあなたの経験の多くを生み出すための秘訣を示します。

- ・ 満足できる人間でいましょう。もしあなたにとって物足りなく、期待していたこととは違う仕事を与えられたとしても、引き受け喜んで行いましょう。素晴らしい態度や仕事に一生懸命取り掛かる姿勢が同僚の心に印象に残るでしょう。そしてあなたは予想以上の沢山さんのことを学ぶでしょう。一度あなたの価値を証明できれば、あなたに関連するプロジェクトや仕事を任されるかもしれません。
- ・ 人脈を広げましょう。インターンシップは、あなたが選択した業界で内部の関係者らに会う重要な方法となります。周りにいる同僚や上司に限定せず、その機関にいる他の人たちにもあなた自身を紹介してください。彼らの仕事や職業についてあなたと話す時間を持ってもらえるか聞いてみましょう。あなたは将来性のある仕事や職業について多くを学べ、将来あなたを支援してくれる可能性のある先輩や友人と出会うでしょう。
- ・ あなたの連絡先窓口の人や上司と一緒にインターンシップについて話し合しましょう。話し合う事はあなたが何をしたいのかやインターンシップから期待する経験を与えられているのかを雇用主に知らせる助けとなります。
- ・ できあがった関係を絶たないようにしましょう。実社会で学ぶこと一つ挙げるなら、取るに足らない人物などいないということです。あなたがインターンシップで出会った人たち皆が、アドバイスや交際の源であり、あなたの経歴を延ばす潜在的な源なのです。
- ・ 特典をフルに生かしましょう。もしあなたが CEO の講演に出席できる機会や会議に行く機会を与えられたら、行って下さい。
- ・ 連絡を取り続けましょう。インターンシップで出会った人々の連絡先を必ず入手しておき、あなたの仕事や教育上の進展について知らせ続けましょう。

本著の各項目のためのガイド

注目ポイント

この項目では企業側の第一印象や何がその企業でのインターンシップの特徴を気軽に見ることができます。下手な冗談も含まれているかもしれません。まずインターンシップがどんなものかを見て、もし先を読みたいと思ったら続けて見てみてください。

統計資料

業界：雇用主の専門分野を示します。複合的な業界や特化している分野をリストにあげている雇用主もいます。

場所：インターン受け入れ先のオフィスの場所を示します。市と州でアルファベット順に記載しています。

インターンの数：該当する場合、一年のある期間にどのくらいの数のインターンを雇用主が受け入れるかを示します。例えば、ある雇用主が夏期に20名のインターンを受け入れるけれども、秋期には5名、春期には2名、ということです。もしそれに該当しない場合、1年あたり受け入れる数として表記しています。

報酬：もしあれば、インターンが得られる給与です。給与の無いインターンシップでは履修単位が与えられる場合があります。実際、あなたが履修単位を得ることを必要としているインターンシップもあります。「報酬」のセクションではインターンシップでの特典もリストに挙げています。特典とは、無料のTシャツから住宅費の助成まで含まれます。

インターンシップの期間：インターンシップの典型的な期間を示します。インターンシップの期間はその年によって変化します。

最新情報

ここでは歴史、組織、現在の活動、注目すべき業績を含む雇用主の簡潔な情報を得られます。

実際の仕事上のこと

インターンを受け入れる部署、インターンの職責とインターンの特別な活動やプロジェクトを含むインターンシッププログラムの説明が載っています。

雇われるために

申請：申請の期限です。オンライン上での申請が可能な場合、リンク先も載せています。「申請」のセクションでは小論文や推薦状といった申請にあたって特別な要項も載せています。

応募資格：インターンの必要条件を示しています。学年（加えて、高校生、大卒者、大学生やあるいは国外からの申請者も参加できるインターンシップかどうか）や、必須の専攻と GPA を含めて示せる場合は載せています。

連絡窓口：インターンシップの連絡先は「連絡窓口」セクションでわかります。直通電話番号や E メールアドレスと同様に、できるだけいつでも特定できる明確な名を挙げています。もし雇用主がウェブサイト上にインターンシップセクションを持っていたら、そのアドレスもここに記載されています。

以上が本書の第 2 版です。ここに載せている以外でも素晴らしいインターンシップがあるでしょう。あなたの会社、機関、団体が、掲載したいインターンシップのスポンサーになるなら、あるいは既にインターンシップを行っており、それを世間に知らせたいなら、我々の E メールアドレス internship@valt.com にご一報ください。掲載となった場合、本書の来年版を無料で差し上げます。

Valt のトップ 10 インターンシップ方法論

本著では、職業上の筋力を磨き柔軟にするためのチャンスを学生に与えるトップクラスの職業機会として代表されるようなインターンシップを紹介しています。しかしながら、幾つかのインターンシップは群を抜いています。それが Valt のトップ 10 インターンシップです。ここでは Valt の編集者らがどのように（難しい）選抜をしたかを述べます。

支給と特典

多くのインターンシップで給与が支払われないため、対価には様々な差異が生じます。対価は、ただ単にお金そのものではなく、インターンへの居住スペースや交通費、参加などが制限されたイベントを利用できるといったことであり、大きなプラスになります。

実際の仕事上的こと

実際に体験できる仕事や指導される機会があればあるほど、よいでしょう。だからトップ 10 を選ぶにあたり、我々は、インターンらにフルタイム勤務の体験と同時に人脈を広げる機会を与えることによって、彼らが卒業後に経験を生かせるような職業を選んでいきます。

将来の見通し

インターンシップは、難しい業界に挑戦させたり、ある一つの業界に的を絞らせたりすることで、将来に向けて学生や大学新卒者に準備をさせるというものです。インターンに対する正規雇用の職業斡旋率が重要な要素です。それに加え重要なのは、我々が言うところの履歴書に加えられる一文“履歴書の輝き”です。これは将来の雇用主となる側により印象を与えることになるでしょう。

The Complete Job Search Book for College Students (最新改訂版) 第3版

リチャード ウォルシュ編

～適した仕事を発見するためのステップバイステップガイド～

(目次/一部抜粋 仮訳)

目次

序文 vi

はじめに viii

第1部：就職に向けての準備をする

第1章：就職活動について、学生は今何を知らなければならないか？

第2章：雇用主は何を真に求めているか？

第3章：始動

第4章：仕事を見つけ出す為の最良の方法と最悪の方法とは

第5章：仕事を探し出す計画作成する

第6章：よくある落とし穴を避ける

第7章：企業へ直にコンタクトをとる

第8章：仕事へ向かってのネットワーキングとは

第9章：競争で優位に立つ

第2部：商売道具となる履歴書とカバーレター

第10章：履歴書の書き方

第11章：履歴書ワークシート

第12章：履歴書の改良

第13章：カバーレター

第14章：カバーレターワークシート

第15章：履歴書とカバーレターのサンプル

第3部：ふさわしい印象を与える

第16章：面接の前にすべきこと

第17章：面接時にすべきこと

第18章：一般的な質問と回答とは

第19章：面接の後にすべきこと

第4部：仕事を獲得する

第20章：仕事のオファーが来たらすべきこと

第21章：Q&A

結び

付録A：大卒学生向けの最適の仕事

付録B：オンラインでの就職活手段

索引

インターンシップ (P16)

インターンシップの機会を素早くとらえる利点は幾つかあるが、その中で最も重要なのは、インターンシップは正規雇用につながる可能性があることです。企業が新入社員を募集するとき、外部からの求職者よりもその企業のインターンを優先的に考慮することがしばしばあります。なぜなら、(1)そのインターンは既にその企業自体やその企業のプロダクト、従業員、そして通例の業務に関し既に精通しており、(2)企業側は、そのインターンが既にこなした仕事を鑑み、そのインターンがよき人材であるかどうか既に承知しているからです。

インターンシップはあなたが競争の一步先を行ける機会を与えるのに加え、幾つかその他の利点ももたらします。もし、あなたがどんな職を選ぶべきか確信が持てずにいるなら、ある特定の分野で働くための直接的な知識をインターンシップは与えてくれます。インターンシップはあなたの履歴書の補強にもなり、あなたに幾つもの価値あるビジネスコンタクトを提供してくれるのです。

キャリアガイド 2008-2009 (一部抜粋 仮訳)
J大学キャリアセンター

目次

- 第1章：J大学キャリアセンター
- 第2章：キャリアプランニング
- 第3章：キャリア調査
- 第4章：求職のための戦略&BruinView
- 第5章：履歴書と連絡方法
- 第6章：専門学校と大学院の選択と出願
- 第7章：博士と修士学生のためのサービス
- 第8章：成功する面接術
- 第9章：給与の交渉
- 第10章：仕事のオファーの見極め
- 第11章：初めての仕事ですべきこと、就業にあたって

スポンサー

J大学の生徒及び卒業生に向けた我々の事業に対するご支援に感謝の意を表します。

第1章 J大学キャリアセンター

紹介

入学したその日から卒業まで利用できる場所です。

キャリアセンターは職にまつわるあらゆる事柄を紹介し、学生の専攻と職業をつなぐ役割を果たしています。

学位の取得に向かっていく都度の段階に沿って、仕事の選択、履歴書の書き方、面接、人脈づくり、インターンシップを通しての“実社会”体験、といった支援をします。

キャリアセンターの経験豊かなスタッフが学生の未来を支援します。

開館時間 月～金 9:00～5:00

所在地(WEB サイト career.j.u-tokyo.ac.jp/HowToFindUs)

- カウンセリング&キャリアラボ 2階
- インターンシップ&インターナショナル 2階
- 博士、修士学生のキャリアカウンセリング B11 学生生活センター
- 学生向け 2階
- 雇用主向け 2階

キャリアカウンセリングサービス(WEB サイト career.j.u-tokyo.ac.jp/DropInCounseling)

経験豊かなキャリアカウンセラーが学生の仕事上の好み、選択を明確にし、仕事探しの狙いを定めて計画する支援をします。彼らは、学生が作成した履歴書やカバーレターを批評もします。

- オンラインによる履歴書評価サービス(WEB サイト career.j.u-tokyo.ac.jp/jobsrch/resume.)
- キャリアアセスメント

ピアアドバイザー

訓練されたJ大学の学生がアドバイザー（ピアアドバイザー）となり、学生の職に関連する問題解決を支援します。

ワークショップ&イベント

ワークショップ

年間通じて提供される数々のワークショップの一つに参加することにより、仕事の知識や仕事探しをより強化してくれます。

- インフォメーション・セッション
- オンライン履歴書作成ワークショップ
(WEB サイト career.j.edu/OnlineWorkshops.)
- オンラインキャリアフェア準備ワークショップ
(WEB サイト [career.j.edu/jobsrch/ OnlineWorkshops](http://career.j.edu/jobsrch/OnlineWorkshops).)
- オンライン面接ワークショップ

インターンシップ (P7)

地方と州のインターンシップ

可能性とは実に素晴らしい！広告・広報から政府機関、教育、非営利団体、公益・ロビイスト団体、ラジオ・テレビ、企業・産業、映画・演劇、美術、社会科学、その他多岐にわたる分野から選べます。インターンシップは売上規模全米上位 100 に入る大企業から中小企業や機関まで利用できます。

インターンシップ一覧については career.j.edu/BruinView にある BruinView にアクセスするか、更なる機会を得るために、キャリアセンターのインターンシップ&インターナショナルオフィスにお立ち寄りください。

国のインターンシップ

人気サイトには議員オフィス、非営利団体、政府機関、民間企業、メディア、芸術、国際機関、その他あらゆるものがあります。住宅手当、固定給、奨学金、ローンなどがプログラムのおお半で利用できます。

- ・ ワシントン DC：10 週間のインターンシップが秋・冬・春・夏の各学期で利用できます。
- ・ サクラメント：10 週間のインターンシップが夏期に利用できます。

情報については、ニューヨークからサンフランシスコに至る各都市での他のインターンシップの機会にも利用することができます。

インターンシップ インフォメーション・セッション

キャリアセンターのインフォメーション・セッションにご参加ください。最新のスケジュールは career.j.edu/Students/Workshop に掲載されます。

キャリアフェア (P19)

もしあなたが仕事の目的を探し積極的に正規雇用を求めていくなら、キャリアフェアに参加することが、あなたにとって間違いなく価値あるものになるでしょう。くつろげ、親しみやすい“オープンハウス”形式のおかげで、質問をしたり、職業の選択肢を探求したり、仕事上の接点となる人脈を広げたり、就職口を見つけやすい環境となっています。そして時には面接の機会を得る場ともなっています。その全てがこの一つの場所で可能なのです。

資料 11 : X群公衆衛生部門Gと公衆衛生学部の

コラボレーション・プロジェクト(一部仮訳)



X郡 公衆衛生部門 G と公衆衛生学部の コラボレーション・プロジェクト

目的: 地元大学公衆衛生学部学生とのコミュニケーションを深め、学生を対象した職業紹介を一層積極的に行うことにより地元大学との協力関係を深めること

背景:

公衆衛生部門 G は、地元大学公衆衛生学部の学生および大学院生を対象にインターンシップや雇用の機会を提供するため、地元大学との関係を構築しようとしています。

公衆衛生学部を扱う大学は下記の通りです。:V大学v校、W大学、X州立大学x校、Y州立大学y校、Z大学

これまで、多分野におけるインターンシップ/雇用(すなわち、疫学、公衆衛生管理、環境衛生、公衆衛生通信、公衆衛生教育など)に学生がアクセスできるようにするための集中的・組織的な試みは殆ど試されることがありませんでした。

組織開発・訓練部の公衆衛生トレーニングユニットでは、各校の学生課課長および公衆衛生部門 G プログラム/SPAs に参加している学部生/院生とのつながりを一層深めようとしています。

SPA (Service Planning Area)

プログラムの目的:

1. X地域における公衆衛生大学の分野と接点を評価する。
2. 公衆衛生省プログラムレベルおよび SPA レベルインターンシップ機会と各レベルの対象について特定する。
3. インターンシップや就職のために公衆衛生部門 G の各職場に配置される生徒数を増やす。
4. 公衆衛生を扱う地元大学と公衆衛生省において生徒と管理者の関係を深め、質を高める。

12/20/2007



**作業プラン: 公衆衛生部門 G/公衆衛生学部 共同プロジェクト
(Collaboration Project)
Project Lead: ODT/PHTU**

アクティビティ	結果測定	スケジュール
公衆衛生学部を持つ地元大学のリサーチ: <ul style="list-style-type: none"> • 学生課課長もしくは同等の人物への連絡先確認 • 学科科目リスト/各学部からの小冊子 	School, Dean, and discipline contact information logged into database	Tracts list completed by Dec. 31, 2007
公衆衛生プログラム教師への「アドバイスリスト」: <ul style="list-style-type: none"> • アドバイスリスト作成 • 役員、プログラム管理者、およびその連絡先に対してリストを広める。 	Tip list content: <ul style="list-style-type: none"> • Types of paid/non paid internships options (e.g., SPW, Summer internship program, volunteers) • HR steps needed (e.g., Life scan, physicals needed, HIPAA, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Create: Feb. 27, 2008 • Disseminate: Feb. 29, 2008
すべての公衆衛生部門 G プログラムあるいは SPAs を大学院生対象のインターシップにするか就職の機会にするか特定する。Establish point person for Division or Program/SPA as Public Health School internship coordinator <ul style="list-style-type: none"> • Description of internship opportunities including tasks and minimum time commitments gathered 	<ul style="list-style-type: none"> • List of internship coordinators and internship types maintained on database • All info listed on DPH website for student accessibility 	<ul style="list-style-type: none"> • Point person established and description collected by Jan 31, 2008 • Website updated Feb 27, 2008
Contact local Schools of Public Health: <ul style="list-style-type: none"> • Letters drafted and mailed to Dean of Student Affairs from Dr. Fielding 	<ul style="list-style-type: none"> • Letter sent and communication initiated with the 5 local Schools of PH 	Mailed by Feb. 29, 2008
公衆衛生トレーニングユニット(PHTU)は学部長や公衆衛生学部、あるいは学部長から指名された人との関係を維持する。	Ongoing communication via email, phone, meetings, student orientations programs, etc	Ongoing
PHTU は公衆衛生部門 G のサマーインターシッププログラムのコーディネーター、公衆衛生部門 G 人事、教育管理部門との関係を維持する。	Ongoing communication via email, phone, meetings, to identify gaps or overlaps in DPH College Collaboration Efforts	Ongoing

