

厚生労働省

高等教育における

インターンシップの推進について

厚生労働省職業安定局若年者雇用対策室

1 はじめに

高等教育におけるインターンシップについては、平成9年5月に閣議決定された「経済構造の変革と創造のための行動計画」において、多様な実践的な人材育成、並びに大学、国等の研究開発力の活用等を実現するために、インターンシップ導入について、産学連携を支援する取組を総合的に推進することが盛り込まれたこと等を契機として、政府としての本格的な取組が開始されました。

同年9月には、当時の文部省、通商産業省、労働省によって「インターンシップの推進に当たっての基本

的な考え方」が取りまとめられ、産業界・大学・行政それぞれにおいて取り組まれるべき事項等が示されるところに、その総合的な推進が図られてきたところです。

2 インターンシップの促進に向けた取組

厚生労働省では、平成14年度から、「インターンシップ受入企業開拓事業」を実施しています。これは、大学生等のインターンシップを促進するためには十分な受入企業が必要であることから、各地の経営者協会等事業主団体の協力を得て会員企業等に対するインターンシップの周知と

受入の協力要請を行うとともに、受入意向を示した企業情報を取りまとめて大学・学生等に提供すること等

を実施するものです。

本事業の実績をみると、事業開始

当初（平成14年度）、受入企業数が

約1900社、これによってイン

ターンシップを体験した学生数は約

3200名でしたが、18年度には受

入企業数約7200社、参加学生数

約1万2000人と、4年間で4倍

近くまで増加しています（図1）。地

域の事業主団体が中核となり、地域

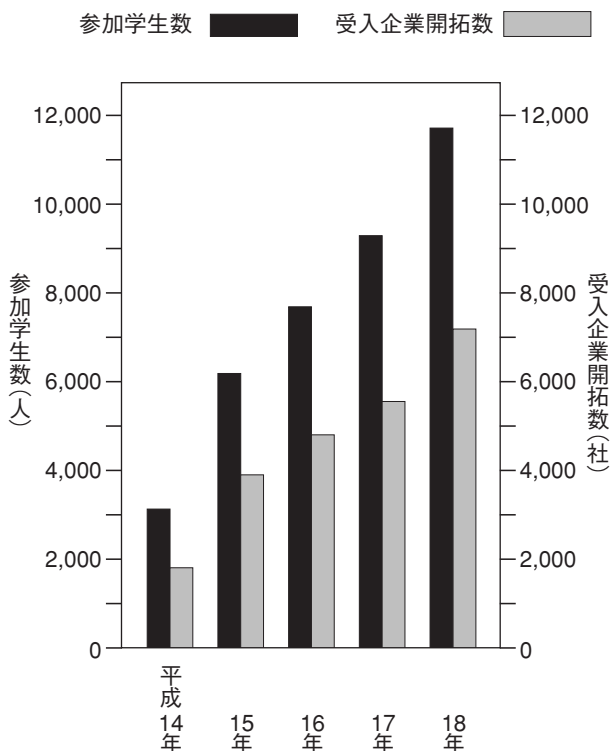
企業における受入促進のための工夫

を積み重ねるなかで、特に従前イン

ターンシップを実施していなかった

中小企業や地域への普及にも寄与し

図1 インターンシップ受入企業開拓事業の実施状況



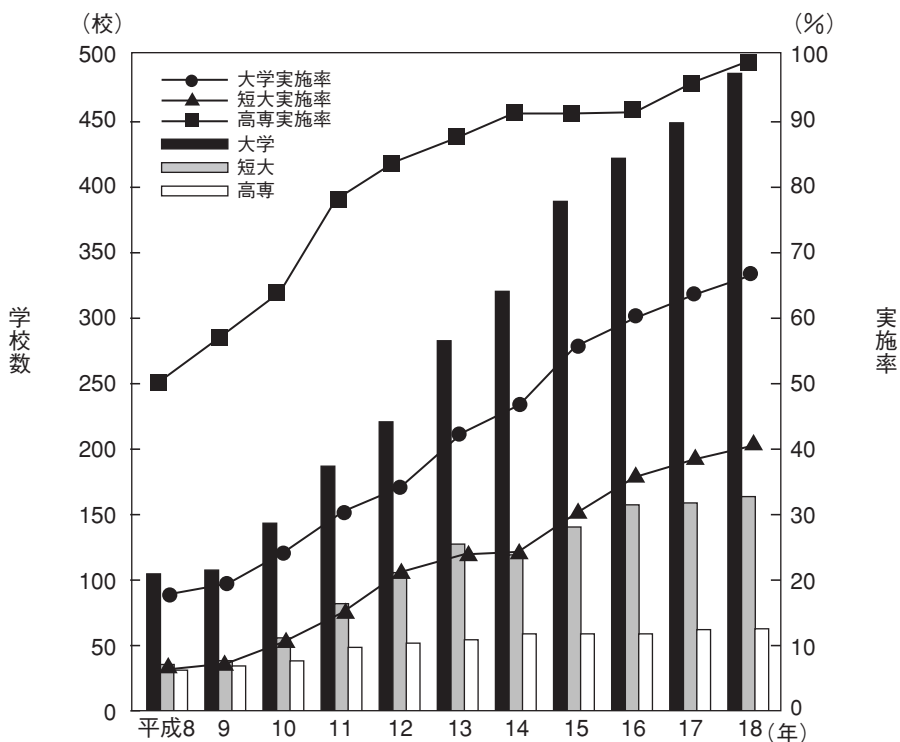
ているところです。

3 インターンシップを取り巻く現状と課題

インターンシップは、学生が職業や働くことを体験を通じて理解し、その後の専攻や職業選択に活かすこ

とができるばかりでなく、企業にとっては、指導に当たる若手社員の成長、職場の活性化などの社内での効果のほか、自社の認知度の向上、地元との交流など社外との関係における効果が見られるなど、個々の学生・企業双方の立場から意義の

図2 大学等におけるインターンシップの実施状況



資料出所:文部科学省「大学等における平成18年度インターンシップ実施状況調査」

図4 インターンシップ受入企業から大学への要望

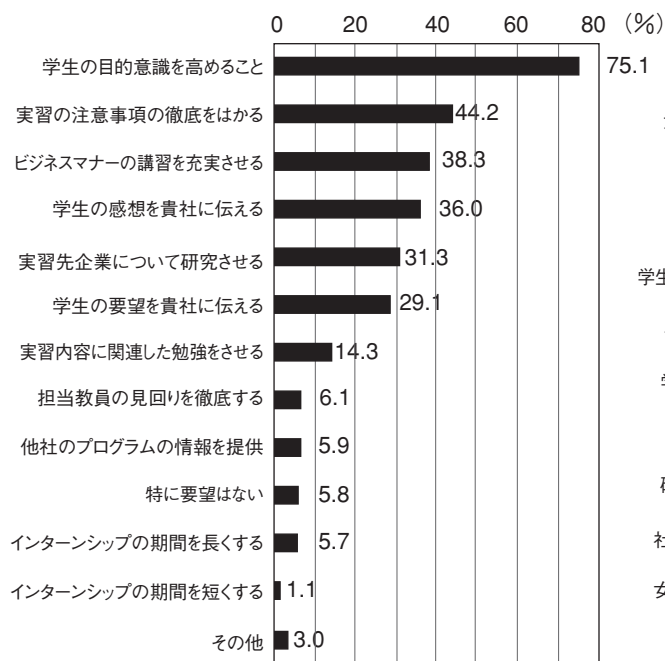
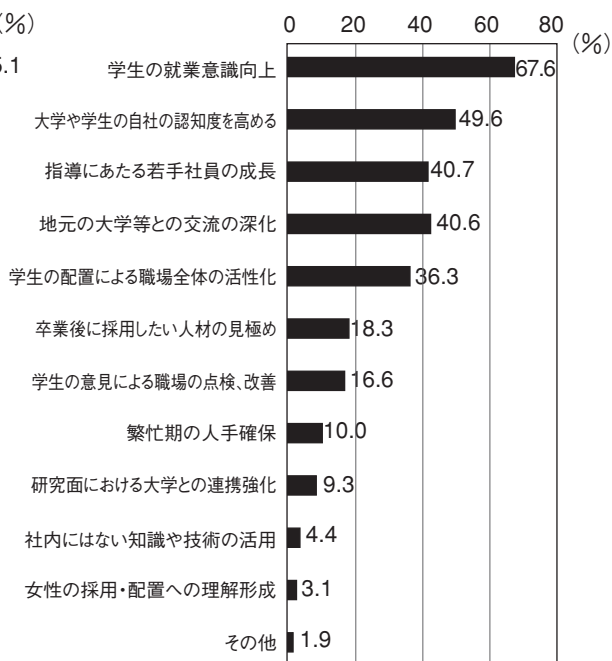


図3 インターンシップ受入の目的



資料出所:「インターンシップ推進のための調査研究委員会調査(平成16年)」

あることが知られています。

一方、インターンシップの普及・促進に伴い、企業の実施目的やプログラムの内容等も多様化しています。学生の職業意識の向上を図ろうとするものばかりでなく、実施企業の理解促進・イメージアップを主目的とするもの、また最近では、採用選考等と区別がつかないもの等が散見されることから、インターンシップの趣旨を踏まえた取組が必要となっています（図3）。

また、学生の参加目的や参加意識も多様化しており、目的意識の希薄な参加学生の問題が受入企業からも指摘されています（図4、図5）。

4 今後のインターンシップのあり方

いわゆるフリーターやニートが依然として高い水準にあるほか、新規学校卒業者の早期離職の割合が増加傾向にあるなどの問題に関連して、学校卒業時に職業や働き方を適切に選択し決定できるよう、学校教育の早い段階から職業や自己についての理解を深めていくことが重要になっ

ています。その有効な方策の一つとしてインターンシップが注目され、ここ10年足らずの間に急速に普及・定着してきました。文部科学省の調査によれば、大学等において授業科目として実施されているインターンシップは、平成8年度には実施大学はわずか100校程度にすぎませんでしたが、18年度には実施大学数482校まで増加し（図2）、体験学生数も約5万人となっています。

一方、インターンシップの普及や関心の高まりに伴い、学生の参加目的意識の在り方やその他の準備状況等の如何にかかわらず、インターンシップが職業や自己理解を深め、専攻や就職希望の方向付け、就職への動機付け等に効果を発揮することに對して過大な期待が寄せられる傾向も見られるところです。

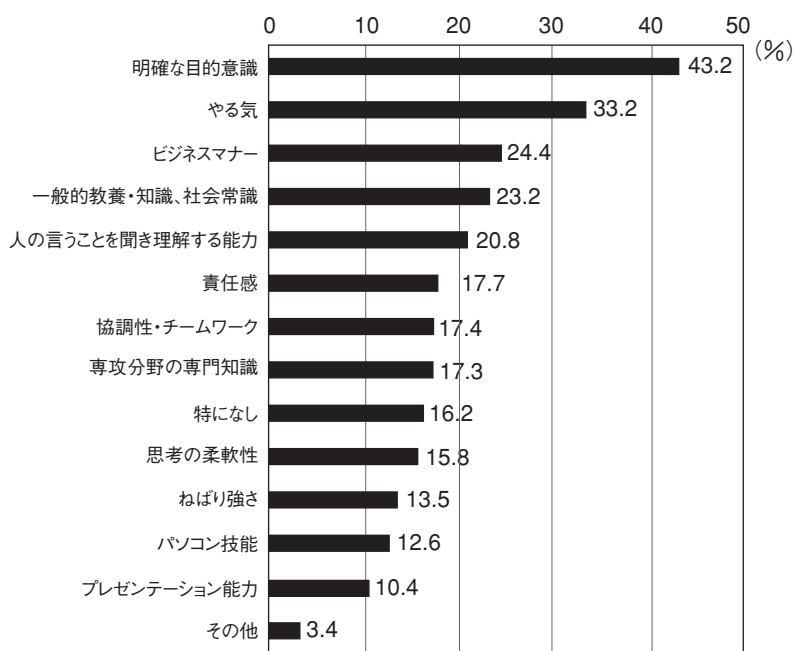
インターンシップは、中学・高校段階でのキャリア教育を通じた、働くことの意義についての基本認識、自己と社会、職業を関係付けて考えることの習慣付けといった成果を踏まえ、また、大学におけるキャリア教育の一環として、低学年時からの適切な指導やインターンシップに先

立つ事前指導の積み重ねの上に実施されることによって初めて多様な成果が生まれると考えられます。

今後のインターンシップの推進に当たっては、単に量的拡大を目指すということではなく、各学校段階でのキャリア教育の機能強化を図ることと併せ、こうした取組によって適切に意識醸成が図られた学生を対象に、また、これに協力することに積

極的な意義を見出す企業との間で、大学も含めて、それぞれの立場で実りある多様なプログラムを確立することにより重きが置かれるべきであり、こうした取組が結果として今後より多くの大学、学生、企業にインターンシップの意義を知らしめ、実の伴う取組の拡大に資するものと期待されることです。

図5 インターンシップ受入企業の担当者の“学生に備えてほしい能力・資質”



資料出所：「インターンシップ推進のための調査研究委員会調査（平成16年）」