

報道関係各位

2016年8月23日
株式会社クロス・マーケティング

学生のインターンシップ参加率は約6割

参加理由は「自身の適性把握」のほか、「学外での人脈形成」を重視する学生も

—インターンシップに関する調査—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国47都道府県に在住する18~34歳の男女学生を対象に「インターンシップに関する調査」を実施しました。

■調査背景・目的

学生を対象に、一定期間企業などの中で就業体験を行える制度であるインターンシップ。就職活動の解禁時期の後ろ倒しなどの影響により、企業側・学生側ともにインターンシップ制度に対する需要は年々増加しています。

そこで本調査では、学生のタイプを5つに分け、タイプごとのインターンシップ参加経験の有無や参加・非参加理由、インターンシップに対する評価などについて調査し、意識や実態について明らかにしました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/workstyle/is20160823/>

■企業選択時の意識タイプ(クラスター分析)

今回の調査では、学生のタイプを把握するにあたって、企業選択時に重視することを質問し、質問項目から因子を抽出。因子分析によって抽出されたその因子に対する反応から5つのタイプ(クラスター)に定義付けしました。

- やりがい重視層: 事業・業務内容より、理念への共感やワークライフバランス、職場の雰囲気を重視
- 平穏・安定層: 成熟企業での長期安定雇用を重視し、事業・業務内容や働きやすさに対して関心が薄い
- こだわりなし層: 企業や労働環境、業務内容など特定の要素に対するこだわりがなく、働くことに関心が薄い
- ブランド意識層: 多様な事業展開をし、成長性を感じる大企業で、自分も挑戦的に業務に励めることを求める
- 自己実現層: ワークライフバランスや給与形態より研究や専門スキルの習得など具体的な目標を掲げその達成を目指す

■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ インターンシップ参加経験の有無では、全体として「参加したことがある」(43.9%)が最も高く、「参加したことはないが、具体的な参加予定がある」(16.2%)を含めると約6割がインターンシップの参加率といえる。学生のタイプ別では【ブランド意識層】の「参加したことがある」(63.5%)が他のタイプと比べて10pt以上高く、インターンシップへの関心の高さがうかがえる <図1>
- ✓ インターンシップ参加理由では、「業界・企業に対する自身の適性把握」(45.2%)が最多。全体的に企業や業界の理解が参加の理由として多いが、学生のタイプ別にみると【やりがい重視層】と【自己実現層】が他のタイプに比べ「学外での人脈形成」を目的としている割合が非常に高い <図2>
- ✓ 今後のインターンシップ参加意向では、「参加したい」(46.2%)と、約半数近くが参加意向を持っている。インターンシップの参加歴の有無別でみると、参加歴がない人でも37.9%と4割近い人が参加意向を示していることが判明 <図3>

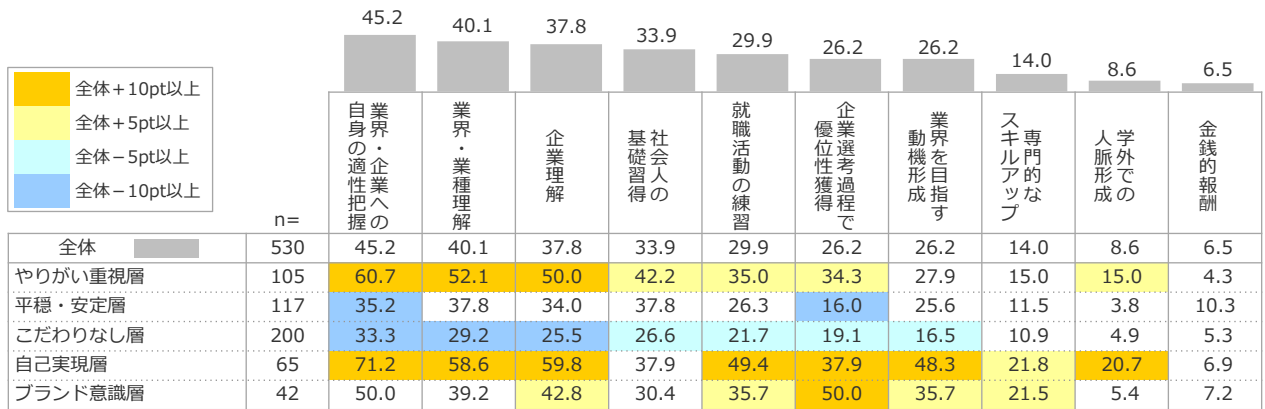
<図1> インターンシップ参加経験

(%)

		参加したことがある	参加したことはないが、具体的な参加予定がある	参加したことがない
	n=			
全体	882	43.9	16.2	39.9
やりがい重視層	183	42.2	15.2	42.6
平穏・安定層	221	33.0	20.1	46.9
こだわりなし層	324	46.4	15.5	38.1
自己実現層	99	52.3	13.6	34.1
ブランド意識層	56	63.5	12.2	24.3

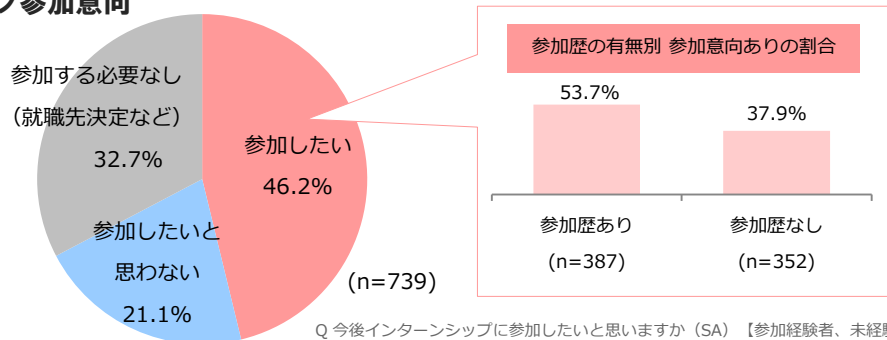
Q あなたはインターンシップに参加したことがありますか (SA) 【全体ベース】

<図2> インターンシップ参加理由



Q インターンシップに参加したのどのような理由からか、お答えください (MA) 【参加経験者、予定者ベース】

<図3> 今後のインターンシップ参加意向



Q 今後インターンシップに参加したいと思いますか (SA) 【参加経験者、未経験者ベース】

■ 調査内容

- 属性設問 (性別・専攻・居住地)
- インターンシップの体験内容 (MA)
- 就職活動開始時期 (SA)
- インターンシップの参加期間 (MA)
- 企業に求めること (MA)
- インターンシップ参加のきっかけ (MA)
- インターンシップ印象イメージ (MA)
- インターンシップの紹介元 (MA)
- インターンシップの評価度 (SA)
- インターンシップ事前準備開始時期 (SA)
- インターンシップの参加経験 (SA)
- インターンシップの事前準備内容 (MA)
- インターンシップの参加理由 (MA)
- インターンシップの事前期待に対する評価 (SA)
- インターンシップの非参加理由 (MA)
- インターンシップの参加意向 (SA)
- インターンシップの参加業種 (MA)
- 今後のインターンシップに求めること (MA)
- インターンシップの体験形式 (MA)

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 18~34歳の男女学生
 調査期間 : 2016年7月22日 (金)~2016年7月27日 (水)
 有効回答数 : 882サンプル ※%値はウェイトバック済み数値を使用

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」