

令和3年度内閣府委託調査

**就職氷河期世代の中途採用及び職場実習・職場体験等
（社会人インターンシップ）に関する調査研究**

報告書

令和4年3月

株式会社浜銀総合研究所

目次

第1章 調査研究の概要	1
(1) 調査研究の背景・目的	1
(2) 実施内容	1
(3) 調査結果の概要	3
第2章 アンケート調査	6
(1) 調査の概要	6
(2) 回答企業の基本情報	8
(3) 中途採用の実施状況について	11
(4) 社会人インターンシップの実施状況について	19
第3章 ヒアリング調査	36
(1) 調査の概要	36
(2) ヒアリング調査結果	39
参考資料	71
(1) アンケート調査票	71
(2) アンケート集計表	81
(3) ヒアリングシート	129

第 1 章 調査研究の概要

(1) 調査研究の背景・目的

政府は、就職氷河期世代支援プログラム（「経済財政運営と改革の基本方針 2019」（令和元年 6 月 21 日閣議決定）においてとりまとめ）及び就職氷河期世代支援に関する行動計画 2019、2020 において、「（2019 年から 2022 年の）3 年間で 30 万人の正規雇用増」を目指しているところである。

就職氷河期世代には、職歴の不足や年齢といった形式面を企業に敬遠され、十分な選考の機会を得られないまま就職に至らないといった課題を抱えているケースがあると考えられる。

このような方々を支援し、就職及びその後の定着につなげていくためには、労働者側と企業側とを実際に出会わせ、企業における就労の実際の状況や労働者の人柄・仕事ぶり等を実際に観察できるマッチングの機会を拡大させていくことが必要であり、そのツールの一つとして、職場実習・職場体験等（「社会人インターンシップ」¹⁾）の推進が考えられる。

本調査研究は、就職氷河期世代の中途採用や職場実習・職場体験等を実際に行っている企業等を中心に、その実態等に関するアンケート調査やヒアリング調査を行い、これらを推進するにあたっての課題や好事例の収集等を行うことを目的として実施した。

(2) 実施内容

上記の背景・目的に基づき、本調査研究では、「企業アンケート調査」、「企業ヒアリング調査」を実施し、これらの調査で得られた情報に基づき、企業等における就職氷河期世代の中途採用や職場実習・職場体験等の概要やポイントをまとめた「取組事例集」を作成した。

なお、本調査研究の実施に当たっては、「有識者ヒアリング」を実施し、各調査の内容や実施手法等に関して助言を得た。

¹ 本調査研究で企業等を対象にアンケート調査やヒアリング調査を実施する際には、「社会人インターンシップ」の用語を用いた。本調査研究では「社会人インターンシップ」について、「中途採用に向けた活動の一環として、学生以外を対象に企業等において就業体験（例えば、社員の指導を受けながら数日間以上、実際の業務を体験することなど）を行うものを指します。ただし、単なる職場見学のみにとどまるものやトライアル雇用（常用雇用への移行を念頭に求職者を 3 か月以内の有期で試行雇用するもの）は除きます。」として定義・説明した。なお、「中途採用」については、「学校卒業後に貴社以外で就業（パート・アルバイトも含む）した者を貴社において正規雇用で採用することを指します。いわゆる第二新卒も含めますが、貴社で勤務する非正規雇用労働者（派遣労働者、パート・アルバイトなど）の正規雇用への転換は含めません。」として定義・説明の上調査を実施した。

ア 企業アンケート調査

企業等を対象にアンケート調査を実施し、就職氷河期世代の中途採用や職場実習・職場体験等の取組状況等を把握した。

全国の大企業・中小企業等（ハローワークや若者雇用促進総合サイトに情報掲載されている企業等、「新・ダイバーシティ経営企業 100 選」受賞企業等）から、2,002 社・法人²を抽出し、調査を依頼した。

イ 企業ヒアリング調査

「企業アンケート調査」に回答いただいた企業等を対象に、好事例と考えられる取組を実施している企業等から、取組の実施状況等に関して詳細に情報を把握するため、ヒアリング調査を実施した。

ヒアリング調査は 16 社・法人を対象に実施し、就職氷河期世代の中途採用や職場実習・職場体験等の取組の状況、その効果に関する認識、課題認識など、「企業アンケート調査」により得た情報を深掘りする形で、詳細な情報把握を行った。

ウ 取組事例集

企業等を対象としたアンケート調査やヒアリング調査で得た情報をふまえ、就職氷河期世代を対象とした中途採用や職場実習・職場体験等の取組を促進する啓発ツールとすることを目的とした「取組事例集」を作成した。

取組事例集は本報告書とは別に作成し、ヒアリング調査を行った企業等のうち、14 社・法人の情報を掲載した。

エ 有識者ヒアリング

「企業アンケート調査」と「企業ヒアリング調査」の実施、「取組事例集」の作成に当たり、学識経験者や支援団体、企業等の有識者から助言を得た。

具体的には、下記の方々にご協力をいただき、「企業アンケート調査」実施前（2021 年 8 月）、「企業ヒアリング調査」実施前（2021 年 12 月）、「取組事例集」の作成段階（2022 年 3 月）の計 3 回、オンラインでのヒアリングを実施して助言をいただいた。

図表 1-1 本調査研究でヒアリングを行った有識者（50 音順）

氏名	所属等
青山 勝巳	山九株式会社 人事部長
工藤 啓	認定特定非営利活動法人育て上げネット 理事長
堀 有喜衣	労働政策研究・研修機構 副統括研究員

² 調査対象には、株式会社のほか、有限会社、社会福祉法人、医療法人、学校法人等を含み、公益社団・財団法人、一般社団・財団法人、宗教法人、NPO 法人は含めていない。なお、就職氷河期世代の中途採用や職場実習・職場体験等の取組事例をできるだけ多く収集することを意識し、全国の母集団からの無作為抽出ではなく、ハローワークや若者雇用促進総合サイトに情報掲載されている企業等、又は「新・ダイバーシティ経営企業 100 選」受賞企業等からの抽出を行っている。本調査研究のアンケート調査結果を参照・解釈する上で、この点については留意されたい。

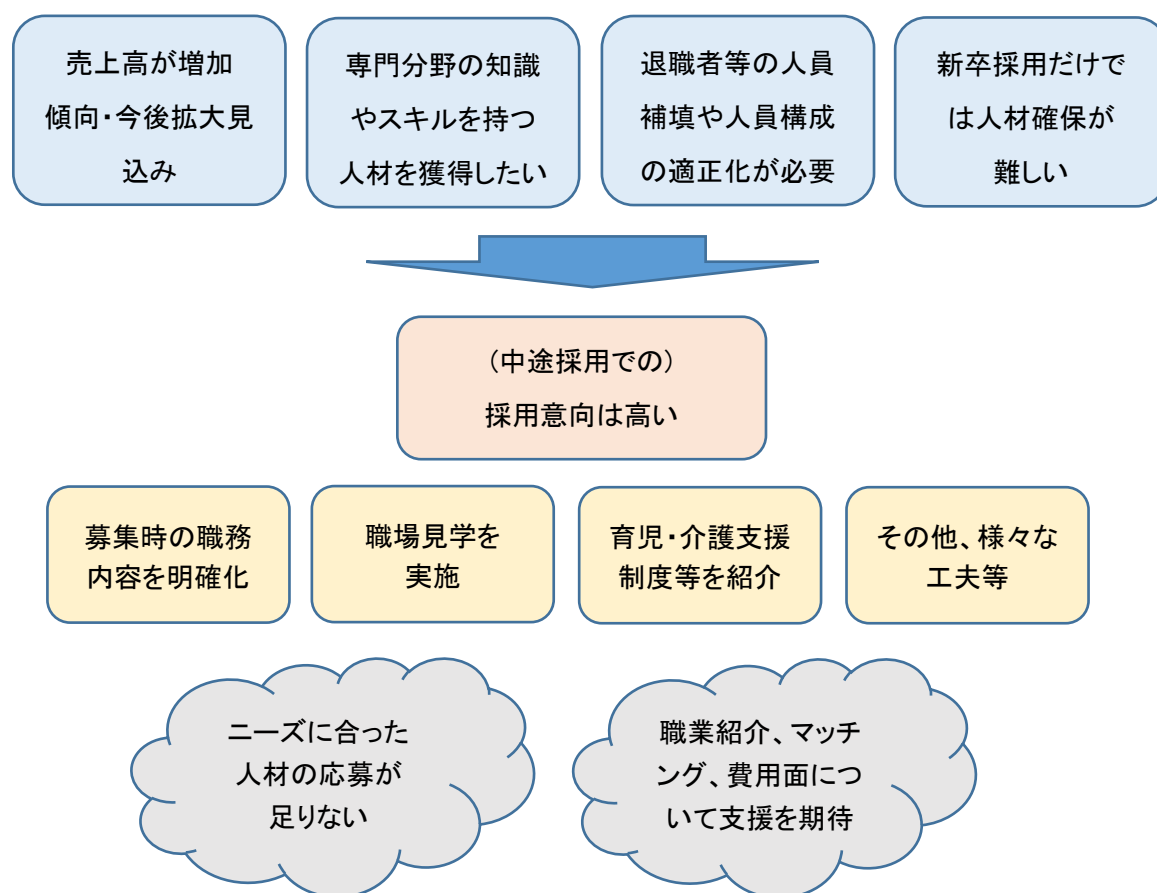
(3) 調査結果の概要

本報告書では、第2章にアンケート調査の実施概要及び調査結果を示し、第3章に企業ヒアリング調査結果を示した。

第2章に掲載したアンケート調査結果は、原則としてアンケート調査票の項目の順番に、回答が得られた内容について記述している。第3章に掲載したヒアリング調査結果は、調査を実施した企業等ごとに、ヒアリングで得られた情報を整理した。

これらの調査により、主に次のようなことが明らかになった³。新卒採用を含め、人材の募集・獲得に課題を抱えている企業等は少なくないと考えられ、必ずしも専門性や経験等を有する者ばかりを採用できるわけではない。就職氷河期世代の方を含め、年齢や性別、国籍、経歴等、これまで以上に多様な人材を採用するという動きは進んでいくと考えられ、その際のマッチングのための方法として、「職場実習・職場体験等（社会人インターンシップ）」が有効であるということが明らかになったと考えられる。

【中途採用を行う企業等の現状・課題等(アンケート調査より)】



- アンケート回答企業等においては、売上高が近年増加傾向にあることや人員補填・人員構成適正化などを背景として、中途採用での人材獲得の意向は高い。
- 各企業等では採用のために様々な工夫・取組をしていると考えられるが、募集ルート・媒体は確保していてもニーズに合った人材の応募が足りないという課題を抱えている企業等が多い。

³ アンケート調査で回答割合が高かった内容や、ヒアリング調査で共通して聞かれた内容等を要約・整理したものである。

【社会人インターンシップの実施概況(アンケート調査・ヒアリング調査より)】

社会人インターンシップを実施している企業等は多くない

- アンケート回答の企業等のなかでも、実施している割合は1割未満。
- 実施に人手がかかる、企画に労力がかかる、効果がわからないと考えている企業等が多い。

実施している企業等での効果認識は高い

- 実際に社会人インターンシップを実施したことがある企業等では、コストよりも効果の方が大きいと考える割合が高い。
- 実施している企業等では、応募者との間でお互いに理解が深まることや、採用後の定着につながることについての効果認識が高い。
- 応募者が自身で向き・不向き等を判断できること、企業等としても応募者の多様な側面をみることができることなどにより、ミスマッチの防止となっているという実感が持たれている。
- 就職氷河期世代の非正規雇用や失業などの状況にある求職者の中途採用を想定した場合も、同様の効果が期待できると考えられている。

応募者自身が認識を深め、判断することができる

- 未経験である場合などに、イメージとのギャップをなくし、入職に当たっての不安等を払しょくすることができる。
- 業務内容や職場の雰囲気等、理解・納得した上で応募を決めてもらうことで、短期間での離職といった入職後に起きるミスマッチを防ぐことができる。

企業側も応募者を多面的に知ることができる

- 応募者の人柄、挨拶などを含む所作、取り組む姿勢、意欲、熱意、積極性、主体性、周囲とのコミュニケーションの仕方、論理的思考力など、面接等とは異なる形で、応募者のことを多面的な観点から知ることができる。
- 応募者に接するなかで、応募者の持つ新しい価値観や考え方を知るなど、対応する社員・職員側にも学びや気づきがある。

結果として効率的・効果的な採用・育成ができる

- 採用活動には、説明会の実施や民間サービスの利用等、人材の募集段階から様々な労力・費用・時間等がかかるため、早期離職は大きな損失。定着率が高まることで、効率的・効果的な採用・育成につながっている。

背景には人材獲得における課題認識がある

- 社会人インターンシップを実施している企業等でも、応募者数や、募集のためのルート・媒体は十分でないなど、課題意識が持たれていることが多い。
- 応募が一定程度ある業界・企業等であっても、入職後早期に離職する者が多いという課題がある。
- 新卒採用を含め、一般的な・従来の方法では人材の確保が難しいという課題があるからこそ、インターンシップに取り組まれていると考えられる。

実施にかかる費用等に関する支援ニーズがある

- 現状では、インターンシップ参加者に対して日当、手当、交通費などの支払いはされていないことが多い。
- 今後の新規実施・拡大を検討するに当たっては、インターンシップの実施費用に加えて、この点についても行政からの助成・支援を期待するとの回答が多い。

行政との連携のな
かで実施される
ことが多い

- 社会人インターンシップの募集の方法としてはハローワークや自治体による個別の紹介によることが多い。なお、費用がかかることもあり、中途人材募集の方法として民間サービスを活用していない企業等もある。
- インターンシップは、行政主導の事業もあるが、応募者が未経験者である場合等に本人の希望等により行うという場合や、採用のプロセスの中に組み込んで必ずインターンシップを実施している場合等がある。

期間は数日以内で
あることが多い

- アンケートの回答では、実施期間は「2～3日」である割合が最も高い。
- 1日間でも効果があると考えられるが、複数日での実施の場合、より多様な側面を見る(見せる)ことができると考えられる。

「業務の体験」だけ
ではない多様な実
施内容

- 実際の業務を体験することが中心ではあるが、インターンシップ用の実習や座学による講習、社員・職員との交流等も行われている。
- 実施内容の検討や、実際の対応には時間・労力もかかるが、様々な関わりを通じて、書類選考や面接だけでは把握できない部分を把握することができ、また、企業等の側からも様々なことを伝えることができる。

【社会人インターンシップ実施企業等における採用や育成全般に関する工夫や考え方(ヒアリング調査より)】

多様な人材を受け
入れる

- 人材不足を背景に未経験者等を受け入れるケース、Uターン等で異業種からの転職希望者を受け入れるケース、年齢や性別、国籍等従来とは異なる人材を受け入れるケース、従来以上にポテンシャルを重視して採用を行うケースなどは、今後も増えていくと考えられる。
- これらの多様な人材を受け入れていくという認識は、各企業等で高まってきていると考えられる。

働きやすい環境を
つくる

- 採用の面だけでなく、入職後の育成(OJT、研修、自己啓発・資格取得支援等)や、働きやすさ(テレワーク、休みやすさ、健康経営等)の面での工夫もされていることが多い。

【社会人インターンシップの普及・拡大に向けた課題等(ヒアリング調査より)】

インターンシップ等
の取組が十分認知
されていない

- 社会人インターンシップの取組について、求職者側にも、企業等の側にも、一般的に認知されていない状況がある。
- 例えば認証制度を設けたり、情報発信を積極的に行ったりすることで、インターンシップを受けた上での入職を考える応募者、インターンシップを行いたいと考える企業等が増える可能性がある。

セキュリティの関係
などで実施が難しい
場合もある

- セキュリティの関係等で実際の業務を体験してもらうことが難しい場合もある。
- 規模が大きく、中途採用の応募者の人数が多い企業等の場合には、インターンシップという方法是对応が難しい場合も考えられる。
- 応募者が在職中である場合にはインターンシップの参加が難しいことも考えられ、相互理解・マッチングのための方法は、インターンシップとは別の形態を検討することも重要である。