

大阪産業創造館ネットモニター調査 -No.48 '16年7月期-

(ご協力いただいたモニター数: 214社、調査時期: 2016年8月10日~21日)

公益財団法人 大阪市都市型産業振興センター 経済調査室
8/24 <http://www.sansokan.jp/tyousa/> tel:06-6264-9855

《7月の景況判断に関する要点》(図1)

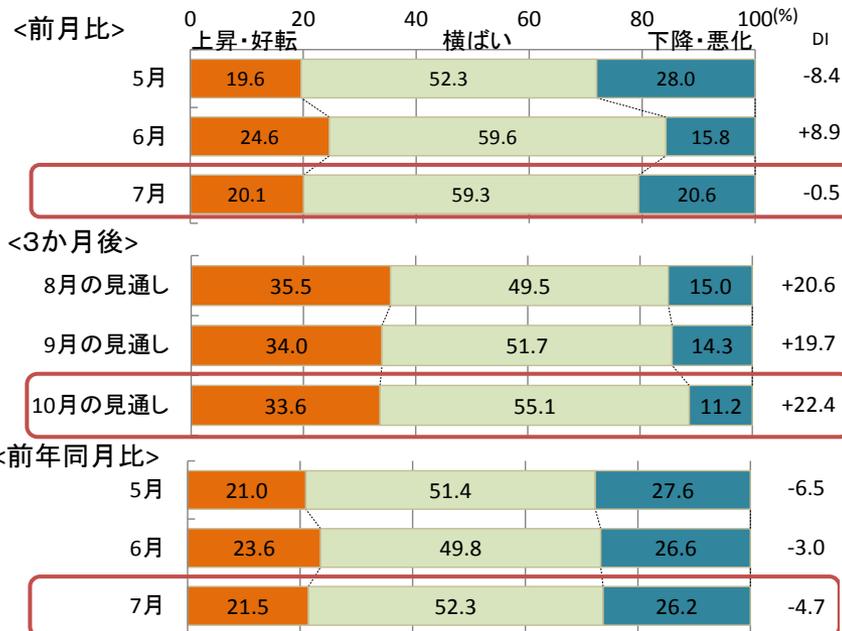
「持ち直しが持続せず、横ばい」

- 7月の景況(前月比)をみると、「上昇・好転」とする回答の割合は前月より減少して20.1%、他方、「下降・悪化」は増加して20.6%、DIは前月から下降し-0.5。業種別では製造業は-2.6、非製造業は0.7で、今月は業種を問わず下降した(図なし)。
- [上昇・好転]した主な理由は、「内需が増大したから」が5割弱で最多、次いで、「時期的、季節的な要因」が4割弱。[下降・悪化]した理由は、「時期的、季節的な要因で」が4割台半ばで最多、「内需が減少したから」が4割強(図なし)。
- 3ヵ月後(2016年10月)の見通しは、今月(7月)の前月比と比べて「上昇・好転」の割合が大幅増、「下降・悪化」もほぼ半減し、DIは今月(-0.5)を22.9ポイント上回る+22.4。
- 7月の前年同月比は、「上昇・好転」が前月より減少して21.5%、「下降・悪化」は微減の26.2%で、DIは1.7ポイント下降し-4.7。

《インターンシップ実施の状況(業種別)》(図2)

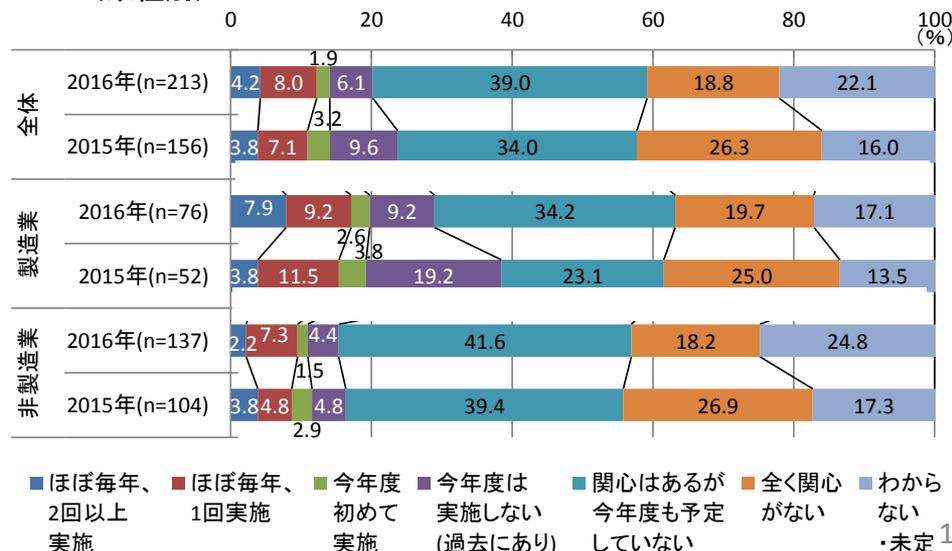
- 全体では、最多は「関心はあるが今年度も予定していない」の4割弱、次いで「わからない」の2割強、「全く関心がない」の2割弱。「今年度、実施予定の企業」「(ほぼ毎年2回以上実施)と「(ほぼ毎年、1回実施)」「今年度初めて実施」の合計)は、1割台半ばで、前回調査(2015年)とほぼ同じ割合。他方、「関心はあるが今年度も予定していない」が増加し、「全く関心がない」が減少したことから、インターンシップへの関心度が高まっていると言える。
- “実施予定企業”は、製造業で2割弱、非製造業で1割強と、製造業の割合の方が多く、「今年度は実施しない」割合の前年比較でも製造業が積極姿勢を示す。また、「関心はあるが・・・いない」が業種を問わず増加しており、関心度が高まっている。

図1 景況判断



* DI(Diffusion Index)は、「上昇・好転」の割合から、「下降・悪化」の割合を引いた数字。景気動向を表す指標のひとつ。

図2 インターンシップの実施状況 (業種別) ★前年調査よりもモニター数が約4割増えたため、時系列の考察には要留意



《インターンシップ実施の状況(規模別)》(図3)

- “今年度(2016年)、実施予定の企業”は、“0～5人”では数パーセントに過ぎず、“6～20人”で1割強、“21～50人”で2割強、“51人以上”で3割と、規模が大きくなるにつれて実施割合が高まる傾向がある。
- “実施予定企業”の割合は、50人以下の企業(“0～5人”、“6～20人”、“21～50人”)で前回調査よりも減少したが、他方、51人以上の企業では増加しており、規模による格差が拡大する傾向がうかがえる。また、21人以上の企業では「今年度は実施しない」割合の前年比較では5,6割も減少しており、積極姿勢を示す傾向が認められる。

《受け入れ期間》(図4)

- 今年度(2016年)に実施予定の30社に関して、受け入れ期間をたずねた結果、短期から長期まで幅広く分布する結果となった。前回調査と比較すると、「14日以上」と「4～6日」の割合が増加している。

《受け入れる予定人数》(図5)

- 今年度(2016年)に実施予定の30社の受け入れ人数は、「1～2人」が12件(3割台半ば)で最多、次いで「10～15人」が8件(2割台半ば)。また、「1～2人」の場合、7日以上の中長期型が半数以上を占めており、他方、「10人以上」では“1～3日”の短期が半数を占めることから、総じて、少数限定中長期型と大人数短期型に二分される傾向が認められる。

図4 受け入れ期間 (複数回実施する場合や、実施する複数部署で異なる場合のみ複数選択)

*図2で「ほぼ毎年、2回以上実施」「ほぼ毎年、1回実施」「今年度初めて実施」と回答した人のみ

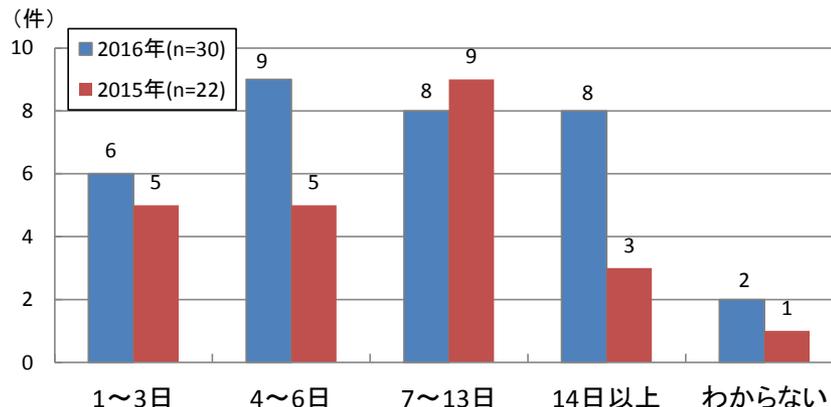


図5 受け入れる予定人数(複数回実施する場合や、実施する複数部署で異なる場合のみ複数選択)

*図2で「ほぼ毎年、2回以上実施」「ほぼ毎年、1回実施」「今年度初めて実施」と回答した人のみ

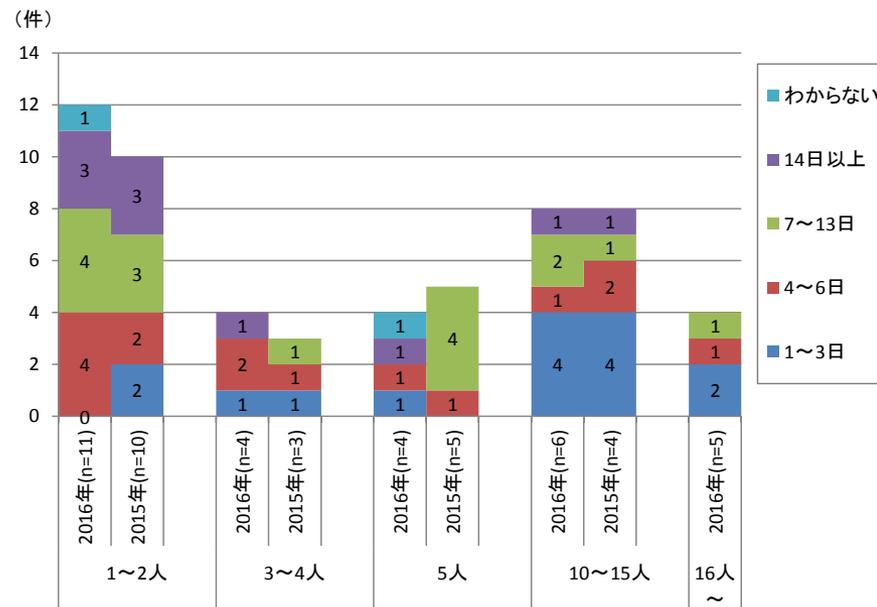
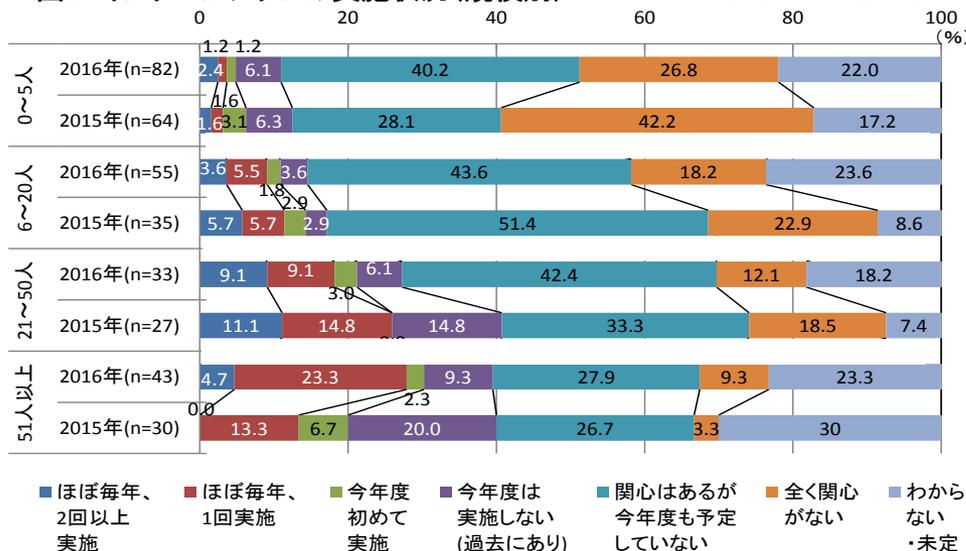


図3 インターンシップの実施状況(規模別) ★図2に記載した「★」と同様



《インターンシップ・プログラムの内容》(図6)

- ・最多は「基幹的な業務に従事」で5割台半ば、次いで、「工場や職場の見学」、「事業や会社経営の理解」、「補助的な業務の経験」がともに3割。
- ・業種別では、「基幹的な業務に従事」は業種を問わず最多、次いで、製造業では「工場や職場の見学」が4割で続くのに対して、非製造業では「補助的な業務の経験」が4割となった。
- ・また、前回調査と比較すると(図には非掲載)、概ね類似の傾向を示すが、「事業や会社経営の理解」が2倍以上に増えていることや、製造業で「その他」が登場するなど、各社で実施内容を工夫しつつあることが言えそうである。

《期待する成果》(図7)

- ・最多は「採用したい学生の発掘」の6割弱、以下、「社員の成長や社内活性化」の4割台半ば、「社会貢献の一環」の4割強、「自社のPR・イメージアップ」および「高校や大学との関係強化」の3割強が主たる期待成果となっている。
- ・業種別で差が大きかった成果項目では「自社のPR・イメージアップ」と「高校や大学との関係強化」で、製造業の4割強に対して、非製造業では2割台半ば。また、「社会貢献の一環」でも製造業が非製造業を大きく上回った。逆に、「採用したい学生の発掘」では非製造業が若干上回るなど、総じて、製造業は総合的・中長期的であるのに対して、非製造業では採用に直結する成果にやや集中する傾向が見られる。
- ・また、前回調査と比較すると(図には非掲載)、概ね類似の傾向を示すが、「高校や大学との関係強化」が増加する一方、「補助的な労働力」が10ポイント以上減少しており、直接的な成果よりも中長期的な観点を重視する傾向が見られる。

図6 インターンシップ・プログラムの内容(業種別・複数回答)

*図2で「ほぼ毎年、2回以上実施」「ほぼ毎年、1回実施」「今年度初めて実施」と回答した人のみ

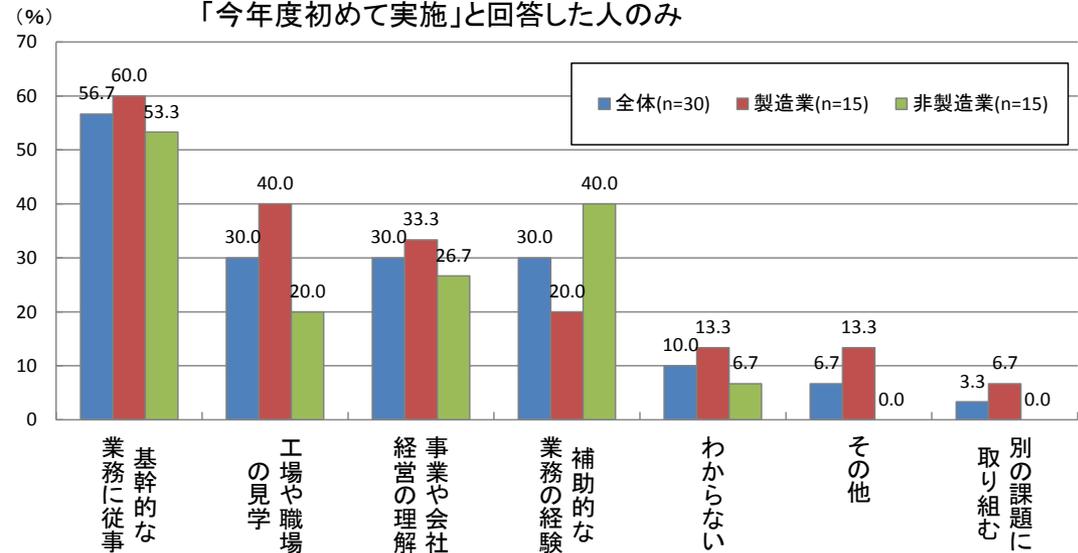
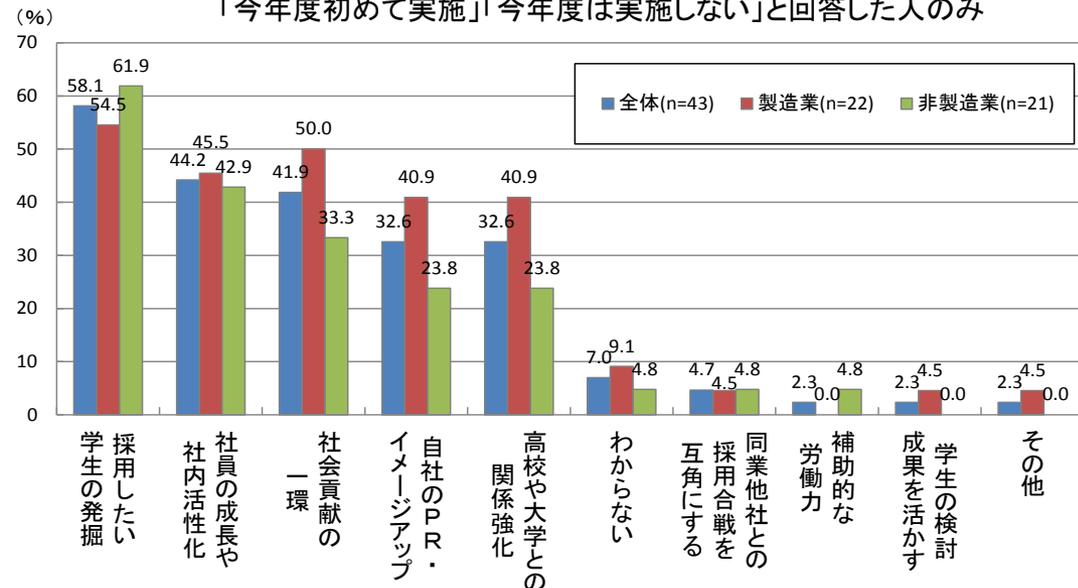


図7 期待する成果(業種別・最大3つまでの複数回答)

*図2で「ほぼ毎年、2回以上実施」「ほぼ毎年、1回実施」「今年度初めて実施」「今年度は実施しない」と回答した人のみ



《課題や苦勞》(図8)

- ・最多は「受け入れ現場との調整が手間」の4割、次いで、「プログラムの企画・設計が難しい」の3割強、「期待する成果に結びつかない」および「指導する社員に対して、指導力を要請するための負担が大きい」がともに2割強、以上4つが主な課題・苦勞。
- ・業種別で顕著な差が見られるのは「受け入れ現場との調整が手間」で、製造業の4割台半ばに対して、非製造業は3割台半ば。「プログラムの企画・設計」では、非製造業では4割弱に対して、製造業では2割台半ばとなった。
- ・また、前回調査と比較すると(図には非掲載)、概ね類似の傾向を示すが、「指導社員への指導力要請の負担」が15ポイントも減少している点や、製造業に関して「特に課題や苦勞は無い」が増えている点など、企業側でインターンシップ事業に慣れつつある傾向が見られる。

《「インターンシップの実施状況(図2)」別にみた「課題や苦勞(図8)」》(図9)

- ・回答サンプル数が少ないため、バラツキはあるものの、総じて、インターンシップの実施経験を積んでいる企業の方が「特に課題や苦勞は無い」が多く、「プログラムの企画・設計」でも課題や苦勞なく実施していることが確認できる。ただし、経験を積むことと、「期待する成果」が現れることは必ずしも直結していない悩みもうかがえる。

図8 課題や苦勞(業種別・最大3つまでの複数回答)

* 図2で「ほぼ毎年、2回以上実施」「ほぼ毎年、1回実施」「今年度初めて実施」「今年度は実施しない」と回答した人のみ

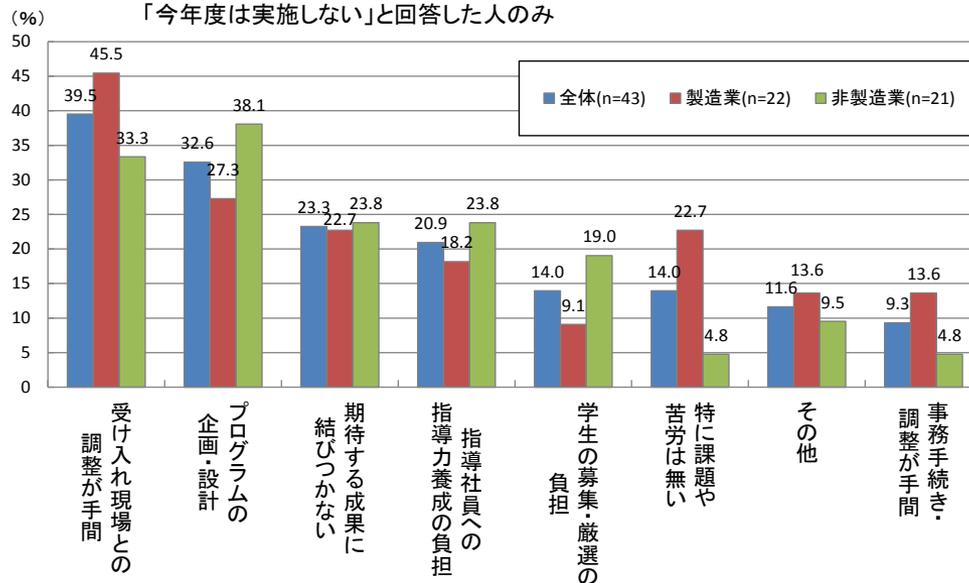
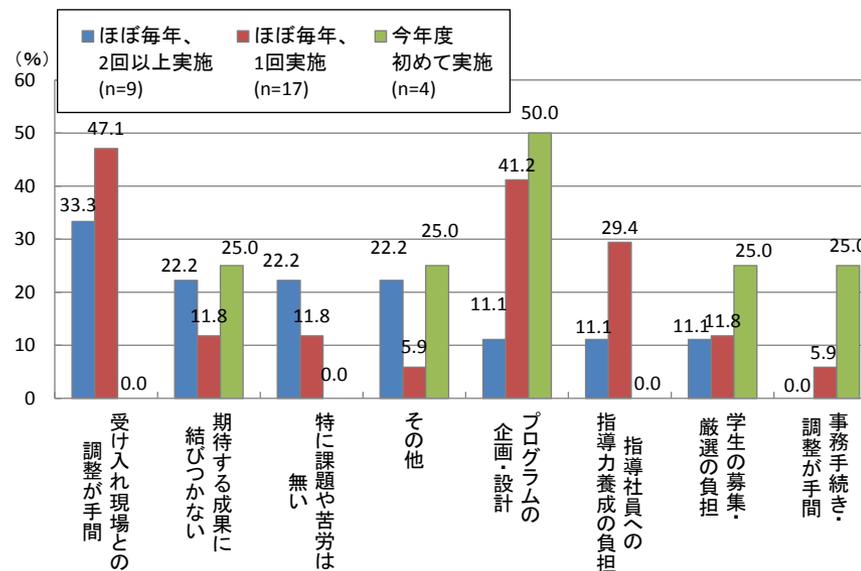


図9 「インターンシップの実施状況(図2)」別にみた「課題や苦勞(図8)」

* 図8の注を参照。また、回答数が少ないことに注意を要する



《「受入れ期間(図4)」別にみた「課題や苦勞(図8)」》(図10)

- 受入れ期間の長短によって明白な傾向が確認できる課題・苦勞は、「プログラムの企画・設計」と「指導社員への指導力養成の負担」の2つである。
- 「プログラムの企画・設計」を課題とする割合は、“1～3日”の企業が最多を誇り、5割に達している。このことは、短期間に様々な成果を期待しつつ、それを実現するプログラム企画が容易ではないことを示唆するものであろう。
- 他方、「指導社員への指導力養成の負担」に関しては、長期になるにつれて課題・苦勞として指摘する割合が増えており、また、「期待する成果に結びつかない」ことを課題・苦勞とする割合も14日以上が最多であることも併せて総合的に考察すると、長期間実施するのにつれて多くの成果が期待されるものの、それを実現することの難しさが一筋縄ではいかないことを示唆するものであろう。

《受け入れを実施しない、関心がない理由》(図11)

- 最多は「新卒学生を採用しないから」の4割強である。図3において、零細規模になるにつれて「全く関心がない」や「関心はあるが今年度も予定していない」が多くなる傾向が認められた背景にはこうした理由と結びついていることが確認できる。また、これらの企業では、インターシップは新卒者を採用するために実施するという認識が定着していることを暗示するものであろう。
- 第2位は「プログラムのノウハウが無い」が3割で突出しており、以下、「手間や金銭的負担が大きい」と「場所の確保ができない」が2割強、「メリットや成果がない」と「受入れ期間中は業務に支障」が2割弱となった。
- 業種別で、製造業と非製造業に大きな差は見られないが、「プログラムのノウハウが無い」に関して、製造業が4割と多いのに対して、非製造業は2割台半ばに過ぎない。

図10 「受入れ期間(図4)」別にみた「課題や苦勞(図8)」

* 図8の注を参照。また、回答数が少ないことに注意を要する

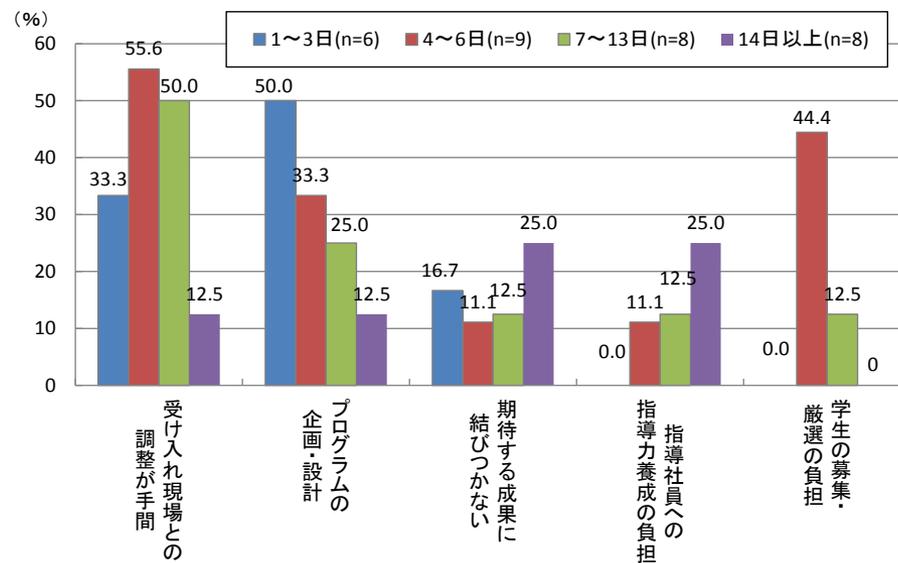
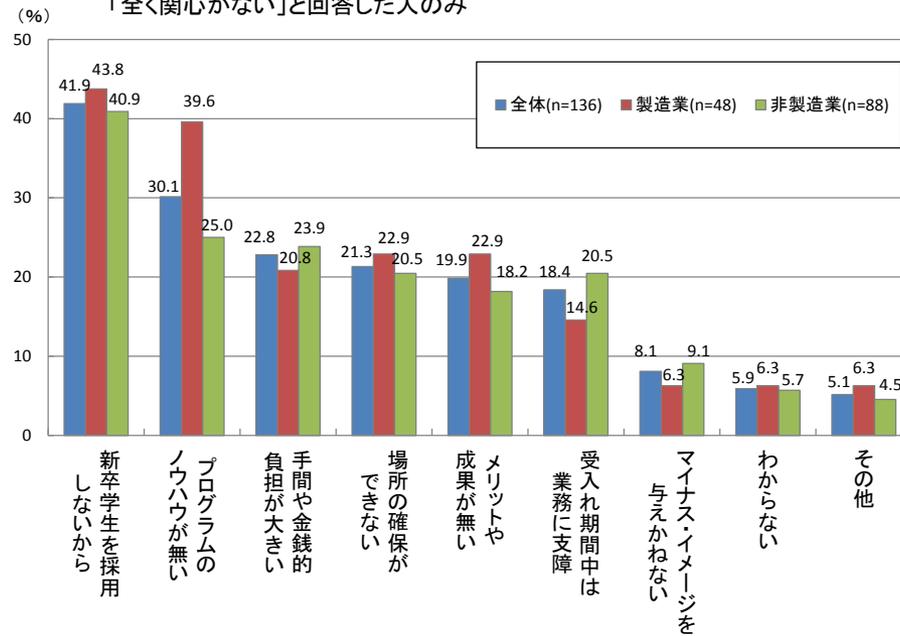


図11 受け入れを実施しない、関心がない理由(業種別・最大3つまでの複数回答)

* 図2で「今年度は実施しない」「関心はあるが今年度も予定していない」「全く関心がない」と回答した人のみ



《ジョブシャドウイングの受け入れについて》(図12)

- ・ジョブシャドウイング (JS、学生が半日～1日程度、事業所を訪れ、そこで働くメンターに『影』のように寄り添い、仕事や仕事への姿勢、職場の様子を観察して、最後にメンターにインタビューする企業訪問形式)の受け入れについて、最多は「実施しない」の3割強で、以下、「実施の可能性は低いであろう」の2割強、「わからない」の2割であり、実施の可能性が残される割合は2割台半ばに過ぎず、さほど多くはない。
- ・図2で尋ねたインターンシップ (IS)と比較すると、ISの実施割合(経験ありも含む)は2割であることから、JSとほぼ同程度の水準にあることがわかる。

《「ISの実施状況(図2)別にみた「ジョブシャドウイングの受け入れ(図12)」》(図13)

- ・ISで「全く関心がない」企業の7割強がJSも「実施しない」と回答しており、新人を採用する意向が薄い企業にとっては両方ともに関心がないことでは共通なのであろう。同様にISで「わからない」企業も、JSに関して「わからない」と「実施しない」を合せると7割強に達し、同様である。
- ・他方、ISで「実施経験・予定あり」の企業でも、JSで「すでに実施」と「実施を前向きに検討」を合せても3割弱であり、ISの方が期待成果が高いと考えていることが推察される。
- ・最後に、ISで「関心はあるが予定していない」企業では、JSに関して「実施を前向きに検討」が1割強、「採否は不明であるが、実施を検討することになろう」が2割強を占め、併せて3割台半ばに達する。このことは、ISの実施はハードルが高く、ためられるものの、JSであれば実施意向はそれなりに期待できることを示唆している。現状ではISと比較して認知度、実施度ともに極めて低いJSではあるが、企業の負担度合が少ないことから、JSの実施事例が積み上がることで、ISの実施企業とは異なる企業階層において積極姿勢が高まることが期待されよう。

図12 ジョブシャドウイングの受け入れについて

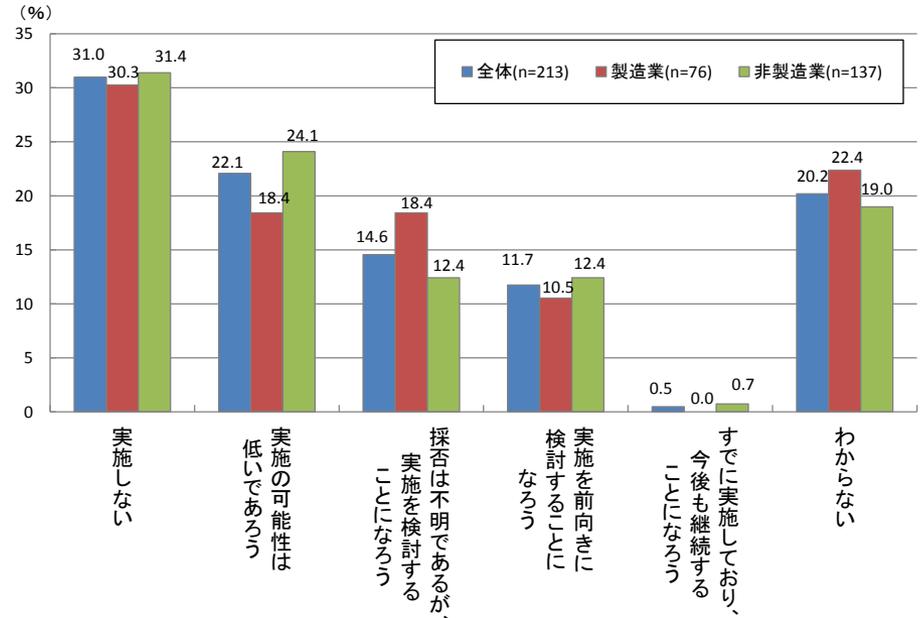


図13 「インターンシップの実施状況(図2)別にみた「ジョブシャドウイングの受け入れ(図12)」について

