

ICTベンチャー・ リーダーシップ・プログラム

インターンシップ実施要綱

総務省 情報通信政策局
情報通信政策課

目次

1. インターンシップの概要

- 1-1. インターンシップとは
- 1-2. インターンシップの意義
- 1-3. インターンシップの種類

【参考】ICTベンチャーにおけるインターンシップの事例

2. インターンシップ設計の手順

- 2-1. 導入コンセプトの明確化
- 2-2. 具体的検討事項
- 2-3. 詳細スケジュールと手順の検討
 - 2-3-1. 実施フロー
 - 2-3-2. 【A-100/200】受入先企業の選定・受入依頼、受入承諾
 - 2-3-3. 【B-300】学生の募集・申込受付
 - 2-3-4. 【B-400】インターンシップ申込
 - 2-3-5. 【B-500/600】マッチング、実習生決定
 - 2-3-6. 【B-800/900】契約書類の締結
 - 2-3-7. 【B-1000】事前研修
 - 2-3-8. 【C-300】実習中のフォローアップ
 - 2-3-9. 【D-100】事後研修・報告会
 - 2-3-10. 【D-200】成績評価・フォロー

3. 設計・実施時のポイント

- 3-1. インターンシップの代表的な成功要因
- 3-2. インターンシップにおけるチェック項目

【参考】必要書類一覧

1. インターンシップの概要

2. インターンシップ設計の手順

3. 設計・実施時のポイント

1-1. インターンシップとは

- インターンシップとは、一般的には学生が企業において実習・研修的な就業体験をする制度を指します。
- 最近では、企業側が積極的にインターンシップに取り組む例も見られます。

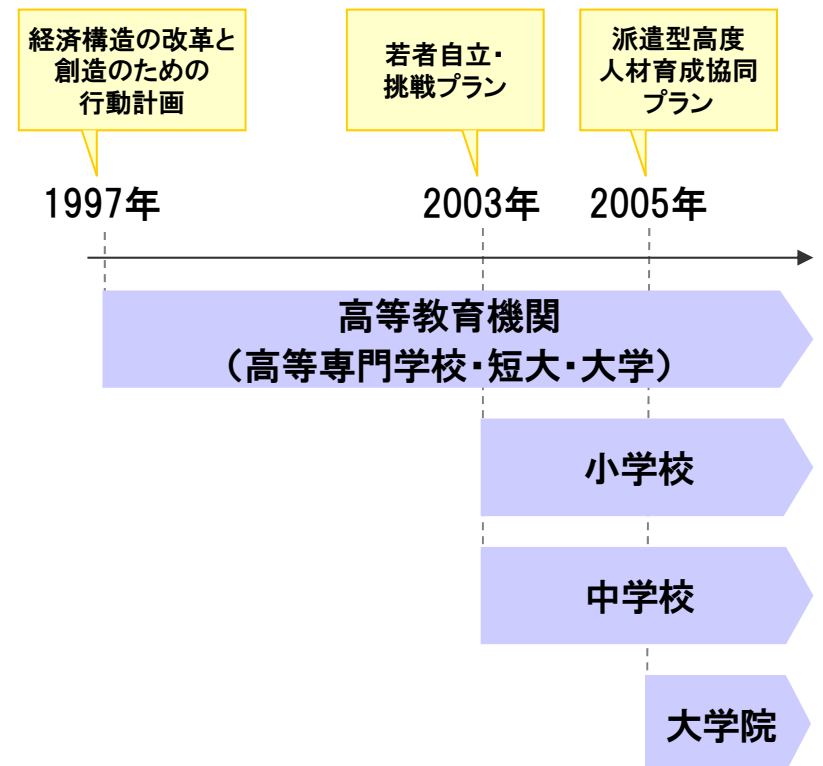
日本におけるインターンシップ制度導入の経緯

- 1997年1月 教育改革のなかでインターンシップの総合的な推進が謳われる
- 1997年5月 「経済構造の変革と創造のための行動計画」が閣議決定され、産学連携による人材の育成策としてのインターンシップの推進が盛り込まれる

政府によるインターンシップの定義

学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと

各教育機関への導入時期



1-2. インターンシップの意義

■ インターンシップは、社会に意義のある事業であるとともに、主体者となる学生や大学、企業それぞれにメリットがあります。

学生にとってのメリット

- ・ 職業観・就労意識の醸成
- ・ 将来のキャリアを考える機会
- ・ 社会や企業に対する理解度向上
- ・ 自分自身の適正や持ち味の確認・発見
- ・ 専門分野を体験した場合にはスキルアップ
- ・ 残りの学生生活の見直し
- ・ 異世代とのコミュニケーション機会

大学にとってのメリット

- ・ 教育内容の見直し
- ・ 実践的な教育を通じた学習効果の向上
- ・ 学生の学習意欲向上
- ・ 就職率、定着率の向上
- ・ 産学連携協力体制の強化、拡大

企業にとってのメリット

- ・ 社会貢献、地域貢献
- ・ 自社や業界に対する理解の促進
- ・ 社内の活性化
- ・ 社員の育成
- ・ 大学などの教育機関との連携
- ・ 学生との人脈
- ・ 学生の新鮮なアイデアの吸収
- ・ 優秀な人材との出会い

1-3. インターンシップの類型

- インターンシップの類型は、「大学による学生の教育目的」と「企業による学生の採用目的」の大きく2つに分かれます。
- 特に教育目的のインターンシップについては、期間及び実習内容で分類すると以下のようになります。

		類型	期間	学習内容/特徴等	実施企業
教育	短期	見学・体験型	・ 1日～数日	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社長に同行し、社長の役割・視点に触れる(社長のカバン持ち) ・ 営業に随行し、自社のサービスと強み(競合優位性)を顧客に説明できるようになる 	・ 業界・規模問わず
		講義・ワークショップ型	・ 1～2日	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業界・企業・仕事についての講義のなかで、その企業の事業を研究し、「働くこと」について学ぶ ・ 秋～冬にかけて、就職活動を控えた学生を対象とすることが多い 	・ 業界・規模問わず
	長期	短期プロジェクト型	・ 1週間～1ヶ月	<ul style="list-style-type: none"> ・ チームを組み、その企業の事業に関わる課題(新規事業のフィージビリティスタディやプロジェクト等)に取り組む ・ 学習の成果として、自社の顧客分析・顧客理解の手法、マーケット動向・技術動向理解の手法を身に付けることができる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ベンチャー企業 ・ 大手企業新規事業部門
		長期実践型	・ 数ヶ月～1年	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各部署に配属され、社員の一人として業務を任される ・ 社員と同じように成果を求められる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ベンチャー企業 ・ IT業界
採用		就活直結型	・ 期間問わず	<ul style="list-style-type: none"> ・ 就活を前提として実施され、期間中の成績に応じて「内定パス」を出す 	・ 景気の好況時は中小企業で活発化

【参考】ICT業界におけるインターンシップの事例(1/2)

	テーマ	内容	課題	学習効果
企画・営業	自社ポータルサイトの運営・企画営業	<ul style="list-style-type: none"> 既存顧客の課題をリサーチ ポータルサイトの企画 スケジューリング (取材・撮影、アフターフォロー) 	自社ポータルサイトの強みを活かしてターゲットを動かす企画を提案する	ポータルサイトの運営・企画営業の一連の流れを理解する
	SNSの新規サービスプロデュース	<ul style="list-style-type: none"> ネット広告企画をする代理店やエージェンシーと協力して、自社のSNSを媒体としたプロモーションをクライアントに提案する 	SNSの可能性を追求した新しい広告やキャンペーンの企画を提案する	SNSを単なるコミュニケーションツールとしてではなく、広告メディアとして捉えることができる
	新規で立ち上がる動画リコメンドサイトの運営	<ul style="list-style-type: none"> ネットユーザの好みを分析する 各ユーザーごとに興味のある動画をピックアップする 	ネットユーザの好みに合った動画を集める	ネット市場のロングテールを体験として実感できる
	携帯サイトの営業	<ul style="list-style-type: none"> 自社携帯サイトのアフィリエイトの進行管理 競合他社のサービスについての情報収集 新規顧客の開拓 	自社携帯サイトの強みを把握し、新規顧客を獲得する	携帯サイトのビジネスモデルに触れ、モバイル業界に詳しくなる
	製造ビジネス(法人向け)におけるISIDパッケージ製品の営業	<ul style="list-style-type: none"> 現在の製造業の環境の理解 製品理解(CADdoctorなど) セールス企画・マーケティング 	ISIDパッケージ製品のセールス企画を提案する	ICT業界と他業界との関連性を理解する
	ネット広告企画営業	<ul style="list-style-type: none"> ネット広告の既存メニューの販売 新規メニューの企画・販売 	クライアントニーズを汲み取り、それに見合った広告を提案する	ネット広告業界の動向と今後の可能性を理解する
	Webサイト放送番組制作	<ul style="list-style-type: none"> 企画の立案、リサーチ、収録 ラジオドラマ制作、ビデオクリップ制作 	担当した番組(作品)の企画意図や進行状況を把握しながら何が最善かを考えて臨機応変に対応する	Webサイト配信のしくみを知り、ネットビジネスの可能性を感じる

【参考】ICT業界におけるインターンシップの事例(2/2)

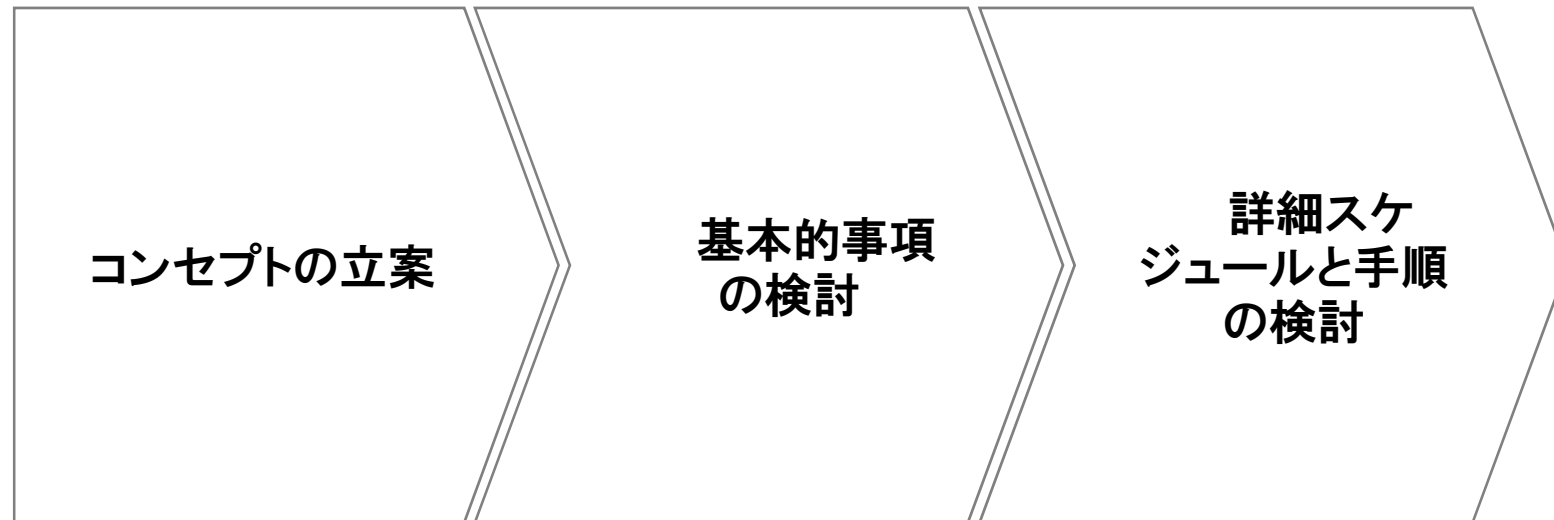
	テーマ	内容	課題	学習効果
コンテンツ作成	メールマガジンの制作	<ul style="list-style-type: none"> 懸賞サイトやポイントサイト、携帯サイトなど、50万人単位のユーザに向けてメールマガジンの企画・編集・発信 	各サイトユーザを引きつけるメールマガジンを考案する	情報発信者の責任とおもしろさを知る
	Webサイト製作	<ul style="list-style-type: none"> Webサイトに掲載する大学のゼミ・サークルを調査し、取材する 取材内容を編集してWebページとして制作する 	お客様の抱える情報管理に関する課題を明確にし、ソリューションを提案する	企業における情報管理の重要性を理解する
システム開発	Webアプリケーション作成	<ul style="list-style-type: none"> Webアプリケーションの基礎を学び、設計する能力を身につける 自分の発想で実際にWebアプリケーションを作成する 	Webアプリケーションを作成しながら自分たちで問題を発見し、解決する	Web開発に必要な基礎を習得することができる
	広告代理店の企画支援システム開発	<ul style="list-style-type: none"> ユーザ要件のヒアリング 設計書の作成 プログラミング 	ユーザ案件のニーズに合ったシステムを開発する	システム開発の流れを理解することによって社会や仕事とシステムの関連性を理解する
	モバイルのシステム開発	<ul style="list-style-type: none"> 既存の携帯サイトをテストし、携帯サイトの構造を理解する 独自のソフトウェアをベースに新しい携帯サイトを構築する 	既存の携帯サイトの構造を応用して新しいサイトにする	最先端のモバイル技術に触れることができる
その他	情報資産マネジメントビジネス体験	<ul style="list-style-type: none"> 企業の中でどのように情報が管理されているかを学ぶ 情報管理センター見学 お客様に対するソリューション提案 	お客様の抱える情報管理に関する課題を明確にし、ソリューションを提案する	企業における情報管理の重要性を理解する
	総務・人事部の業務体験	<ul style="list-style-type: none"> 先輩社員と机を並べて実務体験・課題解決をする 社内環境整備、IR、採用、人事制度構築など 	各部署の業務内容などについて伝え、各部署が企業の中で果たしている役割を把握する	会社全体の動きや組織について理解を深めることができる

1. インターンシップの概要

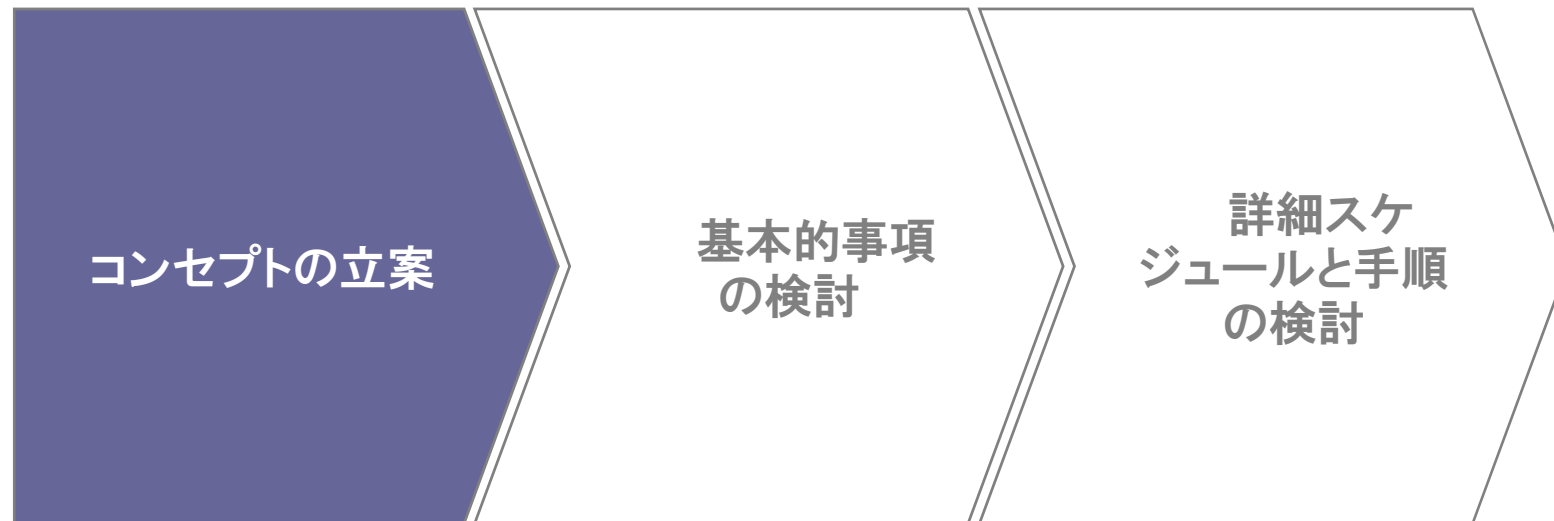
2. インターンシップ設計の手順

3. 設計・実施時のポイント

2. インターンシップ設計の手順



2-1. コンセプトの立案



2-1. コンセプトの立案

- 学生が学外に出て学習する以上、さまざまな問題や活動に対応できる準備として、インターンシップ導入のコンセプトを明確にする必要があります。

		類型	目的	効果
教育	短期	見学・体験型	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業での現場実務を体験する ・ 社会人に対する具体的なイメージを持つ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業務の理解 ・ 職業意識の醸成 ・ 職業観・職業適性における気づき
		講義・ワークショップ型	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業や社会を広い視点で捉える ・ 同世代・社会人との意見交流をする 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業務・業界の理解 ・ 職業意識の醸成 ・ 刺激的な視点・考え方
	長期	短期プロジェクト型	<ul style="list-style-type: none"> ・ チームを組み、プロジェクト進行の流れを体感する ・ さまざまな分析手法・調査手法を身につける 	<ul style="list-style-type: none"> ・ マーケティング手法 ・ 問題発見能力 ・ 学習意欲・職業観の向上
		長期実践型	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実社会の現場で業務をまっとうする ・ 失敗体験・成功体験を積み重ね、リアルな社会のイメージを持つ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 問題発見・解決能力 ・ 起業家的行動特性の獲得(当事者意識・主体性など)

2-2. 基本的事項の検討



2-2. 基本的事項の検討

- インターンシップを無理なく円滑に行うため、各大学の実情を踏まえながら運営体制を決定します。
- 学習効果を高めることができるかという観点が必要になります。

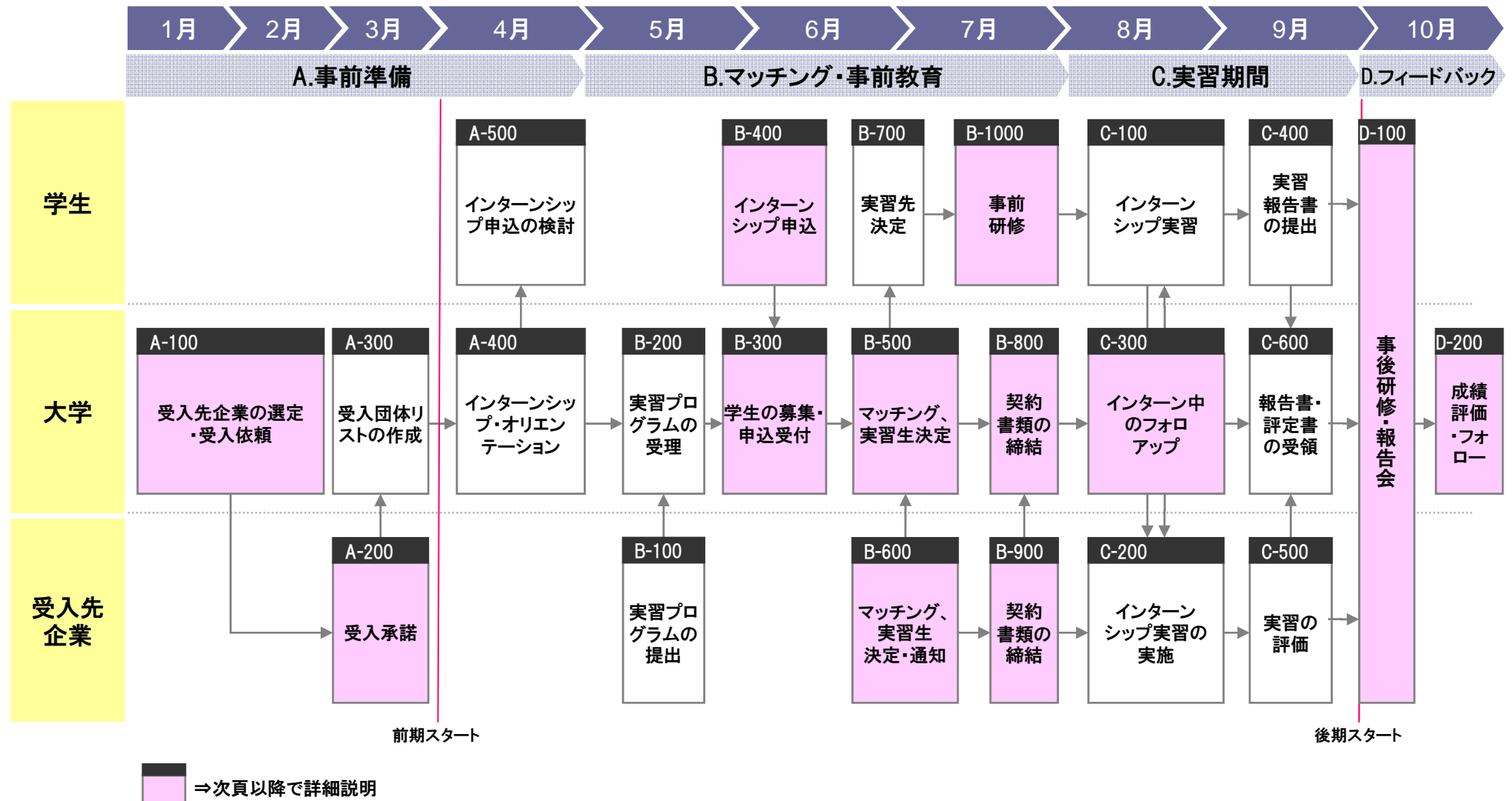
検討事項	内容
体制	<u>どのような体制で実施するか？</u> <ul style="list-style-type: none">・ 大学全体：運営や事務手続きを統括できるが、学生一人ひとりを見ることは困難・ 学科中心：企業と教員、学問と職場の関係を確立できるが、同じ企業への受入先開拓の可能性があり、非効率的・ 就職部中心：受入先の確保がしやすいが、就職活動と誤解されやすく正課としにくい
単位	<u>単位として認定するか？</u> <ul style="list-style-type: none">・ 単位として認定する：各学部のカリキュラムに位置付け、正規科目として扱う・ 単位として認定しない：全学部の学生を対象に就業体験の門戸を開く
実施学年	<u>何年生で実施するか？</u> <ul style="list-style-type: none">・ 学年を指定する：その学年にふさわしいプログラム内容を考え、前年度の動きを明確にしておく・ 複数学年にまたがる：何年生が参加しても無理なく実施できるようにあらゆるパターンを想定しておく
実施時期	<u>実施時期をいつにするか？</u> <ul style="list-style-type: none">・ 休業期間(春休み、夏休み等)の実施が中心となるが、学生の就職活動時期、学校における教育カリキュラム、受入先企業の業務上の関係も踏まえて決定する
期間	<u>期間をどのくらいにするか？</u> <ul style="list-style-type: none">・ 2週間～1ヶ月程度が一般的・ 学校や企業の事情や導入目的で異なるため、調整が必要となる
報酬	<u>報酬(経費)をどうするか？</u> <ul style="list-style-type: none">・ インターンシップには、教育という側面がある一方で、就業体験としての労働という側面の両面がある以上、報酬についての扱い(有償・無報酬・交通費等経費のみ支給等)を明確にしておく必要がある

2-3. 詳細スケジュールと手順の検討



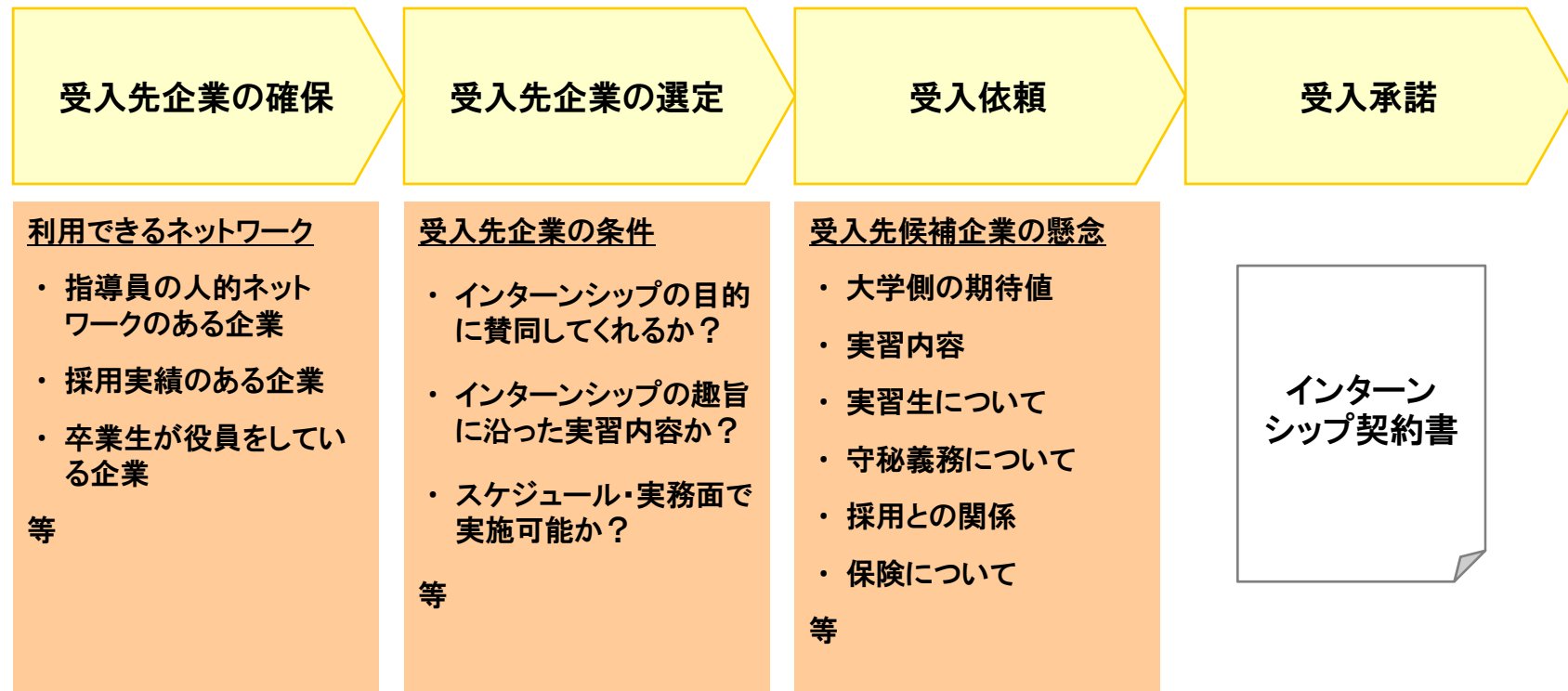
2-3-1. 一般的なインターンシップの実施フロー

- 一般的なインターンシップの流れは、「事前準備」「マッチング・事前教育」「実習期間」「フィードバック」の4段階に分かれます。
- インターンシップ実施までの準備やマッチングにおいて、大学側と受入先企業にかなりの負荷がかかります。
- 以下の実施フローは、夏休みに1～2ヶ月程度のインターンシップ実習期間を設定した場合を想定したものです。



2-3-2. 【A-100/200】受入先企業の選定・受入依頼、受入承諾

- 受入先企業の確保は、インターンシップの計画時・スタート時の重要な課題です。
- インターンシップの目的を理解し、支援してもらえる受入先企業を選定することが成功のポイントとなります。

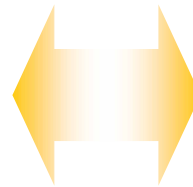


2-3-3. 【B-300】学生の募集・申込受付

- 大学として責任を持って学生をインターンシップに送り出すためにも、募集する学生の参加要件を設定しておく必要があります。
- 企業側から求められる学生の基準として要件が出される場合もあります。

募集する学生の要件

- ・ 就業体験に必要な科目の履修の有無
- ・ 就業体験に必要な科目における成績
- ・ 総合的な履修状況(単位数・成績)
- ・ 学業態度
- ・ 事前研修受講状況
- ・ 希望職業、職業観
- ・ 参加の意欲、目的
等

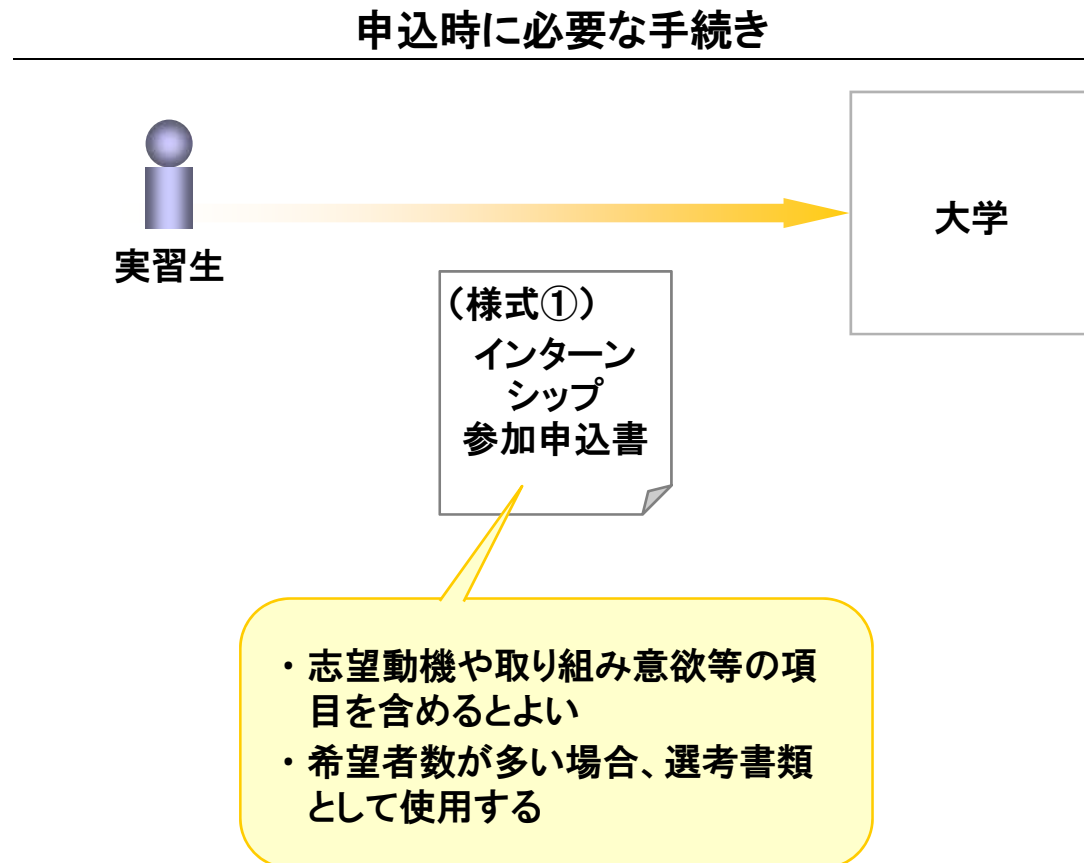


企業側からの要件

- ・ インターンシップ参加意欲、就業体験意欲
- ・ 専門分野
- ・ 一般常識、社会常識
- ・ 専門知識/技術
- ・ パソコン操作
- ・ 語学力
等

2-3-4. 【B-400】インターンシップ申込

- 「インターンシップ参加申込書」は、インターンシップに対する学生の意欲をみる重要な材料になります。
- 学生にとって書類を記入することは、インターンシップの目的を確認し、主体的に参加するための最初のステップとなるのです。



2-3-5. 【B-500/600】マッチング、実習生決定(1/2)

- 希望学生と受入先企業のマッチングには、「学生がインターンシップを希望し、選考を通して大学が決定する」、もしくは「受入先企業が希望学生の中から選抜する」という2つの方法があります。
- 大学側と企業側のどちらが主導でマッチングを進めるのかを明確にし、お互いに認識を合わせておく必要があります。

主導権	大学側で必要な作業
大学	<ol style="list-style-type: none">① 学生を募集する<ul style="list-style-type: none">・ 選考を通して実習生を受入先企業に割り振る・ 企業ごとに募集する② 書類選考・面接選考を行い、学生の合否/受入先企業を決定する③ 受入先企業に決定通知をする
受入先企業	<ol style="list-style-type: none">① 学生を募集する② インターン希望学生の履歴書(またはエントリーシート)を受入先企業に送付する③ 受入先企業の選考方法に従い、必要に応じてフォローする<ul style="list-style-type: none">・ 学生の面接日、面接先企業等を調整する④ 受入先企業から実習生決定の通知を受け、学生に報告する(企業から学生に通知する場合は、学生から報告を受ける)

2-3-5. 【B-500/600】マッチング、実習生決定(2/2)

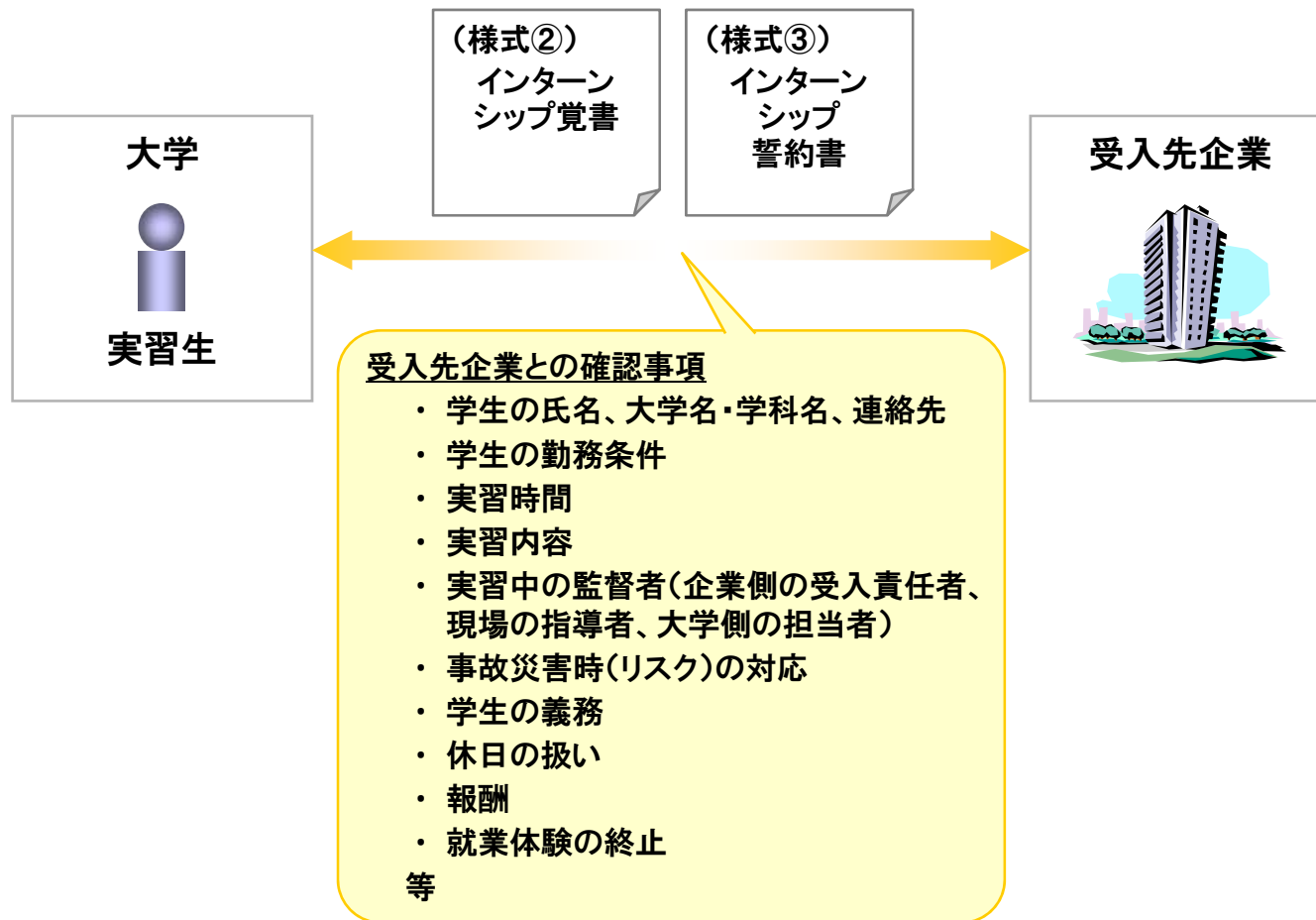
- マッチングを行う際は、常に学生、大学、受入先企業の認識を合わせておくことが重要です。

受入先企業とのマッチングにおける留意点

- 教育プログラム全体像の中で、インターンシップの位置づけを明確にする
 - インターンシップの成否のカギを握るのは、ミッション(役割・目的)の明確化です
 - インターンシップ単独ではなく、教育プログラム全体の構成の中で、インターンシップが担う役割や目的を定義し、他の講義などと有機的に結びつけることが重要です
- 実習生に対し、インターンシップの目的・達成目標を正確に認識させる
 - インターンシップの主役である実習生が、インターンシップの目的などを正確に認識できるよう適切な事前指導が必要です
 - 実習生には、自分の学習だけではなく、「顧客志向」「成果志向」の認識をもたせることも必要です
- 受入先企業との間で、インターンシップの目的・内容について共通認識をもつ
 - インターンシップの目的・内容を実習生、教育機関、受入企業の共通の場で確認し、共通認識を形成しておくことが重要です
- 受入先企業のインターンシップへの期待を十分に把握する
 - 受入先企業の理解を得るためには、インターンシップを通じて受入先企業にどのようなメリットがあるのか、逆に企業が実習生に何を期待しているか、十分に把握しておく必要があります
 - 企業が実習生に対してアルバイト的な扱いをしたり、過度な期待をすることのないよう注意する必要があります
- インターンシップ中の実習生との間で適切なコミュニケーション方法を確立する
 - 教育機関側から実習生や受入企業に主体的にコミュニケーションをとる努力が必要です

2-3-6. 【B-800/900】契約書類の締結

- インターンシップのスケジュールおよび学生の受入先企業が決定したら、書面の形で確認を行う必要があります。
- インターンシップを実施するにあたり、受入企業に対して「インターンシップ覚書」と「インターンシップ誓約書」の取り交わしを行います。



2-3-7. 【B-1000】事前研修(1/2)

- 学生に、自主性とやる気を喚起させ、参加に対する心構えをさせるためにも、実習に先駆けて事前研修を行います。
- 必要に応じて、事前に受入先企業を訪問しておくことは効果的でしょう。

事前研修・安全教育

- ・ インターンシップ実習の概要説明
 - 実習の意義と目的
 - 全体の流れ
 - 実習内容 等
- ・ リスクを予防するための意識付け
 - 事故・損害
 - 機密保持 等
- ・ 今後のキャリアプランを考えさせる動機付け
 - 職業観
 - 職業適性
- 等

事前学習

- ・ 業界及び企業の研究
 - 市場
 - 競合
 - 自社 等
- ・ ビジネスマナー
- ・ 学習と実務の違い
 - 正確性
 - 納期
 - 責任 等
- ・ 報告書類・レポートの作成方法
- ・ 専門知識の習得
- 等

2-3-7. 【B-1000】事前研修(1/2)

- インターンシップ中に想定されるリスクに対しては、学生に事前に研修を行うことや、守秘義務に関しては誓約書を交わすこと、また、万が一に備えて保険に加入することなど、一定の準備、対応が必要です。

インターンシップ実施に伴うリスク

事故の種類	内容	予防策・対応策
学生が被災する事故	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学生が通勤中や実習中に被災する事故 <ul style="list-style-type: none"> - 通勤中の交通事故 - 作業中の事故 - オフィス内での転倒 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事前研修の徹底 ・ 保険への加入
学生の行為による損害	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学生が実習中に実習先の機器等を破損した場合、または、商取引の妨害となる場合 <ul style="list-style-type: none"> - 機器・什器・備品の破損 - 商売上の損失 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事前指導の徹底 ・ 保険への加入 ・ 企業側へ事故につながる可能性のない業務への従事の要望
学生による機密の漏洩	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実習先で知りえた社内秘等事項を社外に漏洩するリスク <ul style="list-style-type: none"> - 新製品開発に関する情報 - 人事情報 - ファイナンス情報 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事前指導の徹底 ・ 保険への加入 ・ 守秘義務に関する誓約書の提出
目的とのミスマッチ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実習先での人間関係及び業務がスムーズに運ばない場合 ・ 学生をアルバイトとして扱う場合 ・ まったく「お客様」として扱われ、実習がない場合 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事前指導の徹底 ・ 保険への加入 ・ 実習中の学生とのコミュニケーションでの改善指導

2-3-8. 【C-300】実習中のフォローアップ

- 実習中に起こる問題を受入先企業にすべて任せるのではなく、企業を訪問したり学生と連絡を取るなどして、実習状況を確認し、実習が滞りなく進行できるように配慮する必要があります。

中間訪問

- 実習中はコーディネーターが実習生を訪問し、実習状況を確認する
- 企業側・学生と意見交換をし、見解の相違があればすり合わせを行う

相談窓口の設置

- 実習生が自由に利用できる相談窓口を設置する
- セクシュアルハラスメント被害等も想定し、男女1名ずつは話を聞ける体制を作っておく

2-3-9. 【D-100】事後研修・報告会

- 実習後、報告や自己評価、今後の学習課題等までを踏まえて指導します。
- インターンシップの成果を見るためには、報告会などのように、学生・実習担当者・受入先企業の指導担当者がインターンシップについて振り返る機会を設けるのが効果的です。

事後研修

- ・ 実習生は、実習で得られた体験をもとに感想・反省・考察などをまとめ、報告書を作成する
- ・ インターンシップ実習で得たものをディスカッションさせ、学生が互いに認識し、確認し合う

報告会の概要

- ・ 実習担当教員、受入先企業の指導担当者、学生の三者が参加する
- ・ 学生がインターンシップ実習でどんなことをしてきたのか、何を学んだのかを報告し、受入先企業の指導担当者がフィードバックを行う
- ・ インターンシップ実習を体系的に整理する

2-3-10. 【D-200】成績評価・フォロー

- 実習生と受入先企業の提出書類や報告会の内容をもとに学生の成績評価を行います。
- インターンシップ実習の一連の作業を終えたら、運営面について振り返り、次年度へ向けてインターンシップの改善を図ります。

成績評価

- 成績評価は、学生による自己評価・受入先企業による評価・指導員による評価をもとに総合的に判断する

【判断材料】

- ・ インターンシップ日誌(様式④)
- ・ インターンシップ報告書(様式⑤)
- ・ インターンシップ評定書(様式⑥)
- ・ 報告会の内容

フォロー

- 大学と受入先企業が実施や運営等のインターンシップ自体について意見交換を行う機会を設ける
 - ・ 以後の実施課題を確認し、インターンシップの改善を図る
 - ✓ 実施・運営に問題点はなかったか？
 - ✓ 来年度以降の課題は何か？
 - ✓ 実習を活かすためには参加者をどのように指導していけばよいか？
 - ・ 企業との関係を深め、インターフェイスの拡大を図る

-
1. インターンシップの概要
 2. インターンシップ設計の手順
 3. 設計・実施時のポイント

3-1. インターンシップの代表的な成功要因

①実習生と受入企業のミスマッチの防止

- ・ 教育プログラム全体像の中でのインターンシップの位置づけを明確にする
- ・ 実習生に対し、インターンシップの目的・達成目標を正確に認識させる
- ・ 受入企業との間で、インターンシップの目的・内容について共通認識をもつ
- ・ 受入企業のインターンシップへの期待を十分に把握する
- ・ インターンシップ中の実習生との間で適切にコミュニケーションをとる

②受入企業の負担軽減

- ・ 受入企業の業務・受入体制を考慮したインターンシップ形態とする
- ・ 企業内でのインターンシップに対する社内コンセンサスづくりを支援する
- ・ 受入企業に対してインターンシップ結果のフィードバックを行う

③インターンシップにおけるリスク低減

- ・ インターンシップ期間中にリスクに対応するための事前教育、事例研究を行う
- ・ 企業情報の漏洩リスクの備え、誓約書を取り交わす
- ・ インターンシップ期間中のリスクに備えた保険対応を行う

④インターンシップの教育効果向上

- ・ インターンシップの内容を実習生が達成感の得られるものにする
- ・ インターンシップの事前準備を実習生に徹底させる
- ・ インターンシップ終了後に実習生に対し適切なフォローを行う
- ・ インターンシップの結果を教育プログラムの更なる改善に活用する

3-2. インターンシップにおけるチェック項目

<導入前>

- 受入先企業のインターン受入目的を明確にしているか？
- 学生に、受入先企業のことをより深く理解するための事前課題を課しているか？
- インターン導入について、社長のトップダウンだけではなく社員も巻き込んでいるか？

<導入時>

- 受入企業側が面接をしてインターン実習生を選んでいるか？
- インターン実習生と、大学側が実習中にヒアリングを実施しているか？
- 期間中に、インターン生全員の集合研修を実施しているか？
- インターン終了時の明確な成果物をインターン実習生は認識しているか？

<導入後>

- 受入企業側に出向き、良かった点、改善すべき点を話し合っているか？
- スーパーバイザー(受入企業担当者)はいるか？

【参考】必要書類一覧

【様式①】インターンシップ参加申込書(学生⇔大学)(案)

【様式②】インターンシップ覚書(大学⇔企業)(案)

【様式③】インターンシップ誓約書(学生⇔企業)(案)

【様式④】インターンシップ日誌(学生⇒大学)(案)

【様式⑤】インターンシップ報告書(学生⇒大学)(案)

【様式⑥】インターンシップ評定書(企業⇒大学)(案)