

<研究論文>

どのような職場環境が実習先に対する学生の親和度を向上させるのか —インターンシップ科目の履修者に対する質問紙調査—

小山 治¹

本稿の目的は、インターンシップ科目の履修者に対する質問紙調査によって、どのような職場環境が実習先に対する学生の親和度を向上させるのかという問いを明らかにすることである。本稿の主な知見は、自分から企画・提案をできる職場環境にいた学生ほど、実習先に対する親和度が高くなっていったという点である。属性等の基本的な変数や事前授業から実習中にかけての学習行動の変化を統制してもなお、こうした正の関連がみられた。以上から、本稿の結論は、インターンシップ科目においては、企画・提案といった認知的なスキルや積極性を要求する職場環境が実習先に対する学生の親和度を向上させるということになる。本稿の知見を踏まえれば、実習先に対する学生の親和度を向上させる上で職場環境が無視しえない影響力を有するということが示唆される。本稿の知見は、実習先である企業等にとっても、授業の運営主体である大学にとっても、インターンシップ科目の充実化に貢献すると考えられる。

キーワード：インターンシップ科目、職場環境、親和度、企画・提案、実習先にとってのメリット

1. 問題設定

本稿の目的は、インターンシップ科目の履修者に対する質問紙調査によって、どのような職場環境が実習先に対する学生の親和度を向上させるのかという問いを明らかにすることである。本稿でいう実習先とは、企業・団体等を指す。

文部科学省の「平成 29 年度 大学等におけるインターンシップ実施状況について」によれば、インターンシップ（＝「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」）を単位認定している大学(学部)は 656 校(87.0%)にも達しており、単位認定されるインターンシップに参加した学生(学部)の延べ人数は 58 万 4376 人(22.6%)となっている。ここから、多くの大学でインターンシップ科目が展開されている一方で、一定の割合の学生が当該科目を履修していることがわかる。

それではなぜ実習先である企業等は負担のかかるインターンシップを実施しているのか。経済産業省(2014: 41)によれば、インターンシップの実施目的として最も多いのは、「自社の認知度や理解度の向上／親近感の醸成」であり、62.7%もの企業がこの目的を選択している。にもかかわらず、どのようにすれば、実習先に対する学生の親和度

を向上させることができるのかという点について実証的な検討はほとんど行われていない。日本経済団体連合会の「採用選考に関する指針」が廃止され、採用・就職活動のさらなる自由化が進展すると予想される中で、正課のインターンシップ科目をいかに維持・充実させるのかという点は、大学にとっても、企業等にとっても喫緊の課題であると考えられる。特にインターンシップ科目は実習先があって初めて成立する授業であるため、企業等の意向を無視することはできない¹⁾。

こうした問題関心から、本稿では、実習先に対する学生の親和度に着目する。この概念の定義は、インターンシップ科目の履修者による実習先に対する肯定的な意識である。この親和度は、前述した企業のインターンシップの実施目的と密接に関連する。本稿では、インターンシップ科目の実習前後でこの親和度を向上させる職場環境を明らかにする。これを明らかにすることで、多くの企業がインターンシップの実施目的として挙げている「自社の認知度や理解度の向上／親近感の醸成」を効果的に達成するための方策を具現化できる。一方、上述した職場環境を明らかにすることは、授業を運営する大学が実習先にとってメリットのある就業体験を提案することを通じて新規実習先を開拓しやすくなることにつながる。

¹ 京都産業大学 全学共通教育センター

研究方法は、京都産業大学における3年生向けのインターンシップ科目である「インターンシップ3」（国内インターンシップ。以降、IN3と略記する）の履修者に対する2時点にわたる質問紙調査である。本稿が京都産業大学のIN3に着目するのは、事前授業、実習（原則として2週間以上の就業体験）、事後授業が体系化・標準化されている一方で、履修者数が全クラスで200名規模に達する国内屈指のインターンシップ科目の一つであると考えられるからである。インターンシップ科目に対する取り組みは大学によって異なると予想されるため、IN3に焦点化することで大学間の相違やインターンシップの類型を統制した分析が可能となる。本稿では、IN3の履修者に対して全数調査に近い質問紙調査を実施した。

本稿の構成は次の通りである。2章では、本稿と関連する先行研究の到達点を整理し、その問題点を検討した上で本稿の学術的な意義を論証する。3章では、IN3の概要について説明する。4章では、IN3で実施した質問紙調査の概要について説明する。5章では、分析で使用する変数の設定を行う。6章では、実習先に対する学生の親和度の規定要因を分析する。7章では、本稿の主な知見をまとめて結論を示し、その含意について考察した上で、今後の課題を指摘する。

2. 先行研究の検討

インターンシップの普及と比べて、その効果・影響を実証的に検討した先行研究は限られている。多くの先行研究は事例報告や単純集計の次元に留まっており、統制変数を投入した分析や統計的検定を行った研究はそれほど多くはない。以下では、社会調査を実施していること、単純集計を超えた統計的な分析を行っていること、引用文献として学術論文を挙げていることといった基準から主要な先行研究を選定・検討する。

本稿と関連する先行研究は、①インターンシップ経験と能力・意識の向上や満足度との関連性に関する研究と②インターンシップ経験と進路選択との関連性に関する研究に区別できる。

まず、これらの先行研究の到達点を整理する。

前述した①の研究では、インターンシップ経験と職業に関する能力・意識の向上や満足度との関連性が検討されている。両者の間に（正の）関連性があるのかという点については、分析する変数やインターンシップの類型によって知見が分かれている。沖縄県内の3つの大学の3年生に対する質問紙調査のデータ（ $N=398$ ）を分析した高良・

金城（2001）によれば、インターンシップ経験者と未経験者の中で職業レディネスと進路選択に対する自己効力感に有意な差はない一方で、実習の内容と指導者に対する満足度はインターンシップに対する総合的満足度と有意な正の関連がある。楠奥（2006）は、高良・金城（2001）を批判的に検討してベンチャー系企業のインターンシップに焦点化している。そこでは、関西のある大学コンソーシアムが主催するインターンシップ・プログラムの1クラス17名に対する質問紙調査（パネル調査）が実施され、一般性自己効力感、進路選択に対する自己効力感がインターンシップ体験前後で有意に上昇することが明らかにされている。

また、A大学文系学生のインターンシップ経験者に対する質問紙調査のデータ（ $N=52, N=22$ ）を分析した真鍋（2010）によれば、「日常業務型」のインターンシップにおいてはその経験前後で12個の社会人基礎力すべてにおいて有意な伸長がみられ、「課題設定型」のインターンシップにおいてはその経験前後で「主体性」、「実行力」、「課題発見力」、「発信力」に有意な伸長がみられる。類似の知見は、日本福祉大学におけるインターンシップ前後の質問紙調査のデータ（ $N=61$ ）を分析した矢崎・中村（2013）でも確認されている。地方の文系私立大学におけるインターンシップの事前・事後の質問紙調査のデータ（ $N=112$ ）を分析した古田（2014: 7）においても、「インターンシップ後のキャリア自信得点は有意に向上」しており、「インターンシップ実習中の自律性充足の知覚がキャリア自信に正の効果を及ぼす」ことが明らかにされている。

大規模な質問紙調査のデータを分析した研究もいくつかある。平野（2010）は、インターンシップ推進のための調査委員会が実施した質問紙・ウェブ調査（ $N=902$ ）のデータを再分析し、実習で基幹的業務を体験することで就業意識の向上、職業・職種についての理解、適性認識の深化が促進されることを明らかにしている。

一方、早稲田大学の文系のインターンシップ経験者と未経験者に対する質問紙調査のデータを分析した河野（2011）によれば、両者の間で有意な差があるのは「遅刻をしない能力」、「心や体をコントロールする力」といった対自己関連の能力のみであり、いずれも経験者の方が高い値となっている（10%水準有意は除外）。

前述した②の研究では、インターンシップ経験と就職活動を含めた進路選択との関連性が明らかにされている。地方私立大学のインターンシップ科目の履修者に対する研修（実習）前後の質問紙

調査のデータ (N=23) を分析した三浦 (2016) によれば、インターンシップ経験は進路決定に対して有意な正の影響を及ぼしているものの、両者の間に因果関係があるのかという点については明確になっていない。

一方、就職活動に関する研究の中でインターンシップを独立変数の一つにしている実証研究もある。全国の4年制大学276校の4年生に対する質問紙・ウェブ調査のデータ (N=18509) を分析した小杉 (2008) によれば、大学分類 (= 選抜性) ごとにみても、インターンシップの熱心度は就職活動への評点 (自己評価) と有意な関連がない。前述したインターンシップ推進のための調査委員会が実施した質問紙・ウェブ調査のデータを再分析した平野 (2015) によれば、就職活動時にインターンシップ経験をアピールしたり、聞かれて答えたりした場合、内定獲得確率が上昇する一方で、実習内容は内定獲得に対して少なくともプラスの影響はない。

また、東京都内のH大学A学部の4年生に対する質問紙調査を実施した佐藤・梅崎 (2015: 98) は、インターンシップを経験する学生ほど意識が高いという自己選別を統制した高度な分析を行い、「インターン経験には就職活動結果を向上させる効果はなく、もともと成績等が良く、就職活動に対して高い意欲を持つ大学生ほどインターンを実施するという自己選別が推計結果にバイアスをもたらしている可能性」を指摘した上で、「インターンの実施は、大学が実施する就職支援策として必ずしも効果的であるとは言えない」と結論づけている。

次に、先行研究の問題点を検討する。

先行研究に共通する問題点は、次の2点である。

第1に、インターンシップの受け入れ先である企業等にとってのメリットが十分に実証されていないという点である。インターンシップの受け入れ先は学生に対して就業体験を提供するという点で大きな負担を負うことになる。その負担の見返りとして何があるのかという点については仮説的あるいは事例報告的に指摘されている程度であって (例えば、酒井 2015)、必ずしも実証的に論じられているわけではない。

第2に、多くの場合、サンプルサイズが非常に小さい上に基礎的な分析に留まっているという点である。特にインターンシップ経験と能力・意識の向上や満足度との関連性に関する研究にこの傾向があり、実証性という点において大きな課題が残されている。

これらの問題点を克服するために、本稿では、

インターンシップの受け入れ先である企業等にとってのメリットとして、実習先に対する学生の親和度変化を取り上げる。この親和度の定義は1章で述べたが、親和度変化とは、事前授業から事後授業にかけての親和度の変化を指す。インターンシップの見返りとしては、採用に直結した人材確保という側面が想起されるが、正課のインターンシップ科目ではそうしたことを正面から目的とすることは困難であると考えられる。それに対して、本稿が取り上げる実習先に対する学生の親和度 (変化) は、学生が実習先の採用選考を受験することを促しうる一方で、たとえ学生が採用選考を受験しなくても企業等にとっては (将来の) 優良な顧客・取引先の確保につながりうる。

以上を踏まえて、本稿では、IN3の履修者に対する2時点にわたる比較的大規模な質問紙調査によって、どのような職場環境が実習先に対する学生の親和度を向上させるのかという問いを実証的に明らかにする。

3. インターンシップ科目の概要

本稿の調査対象となるインターンシップ科目は、2018年度に京都産業大学で開講されたIN3という4単位の授業科目である (履修対象者は3年生)。

IN3は、キャリア形成支援教育科目の一つであり、事前授業、実習 (就業体験)、事後授業という3つのプロセスを経て単位が認定される集中講義科目である。授業の目的は、上記の3つのプロセスを通じて「職業観や社会性を養い、具体的な目標を設定して進路に対する考え方を明確化すること」である (シラバスより引用)。2018年度は1クラスの履修者数が24名または25名で全9クラスが開講された (履修登録者数は217名)。シラバスは全クラスで共通であり、ティーチング・ガイドブックという担当教員向け指導書によって授業内容も一定程度標準化されている。

この科目を履修するためには、科目の志望理由と応募先企業を選んだ理由から構成されるエントリーシートを提出して面接選考を受ける必要がある。エントリーシートの採点は主に担当教員が担い、面接は教職員が担う。選考の結果、履修を許可された学生が履修登録を行う。学生の実習先となる企業等については、エントリーシートの内容、面接結果および成績評価を踏まえ、事務局であるキャリア教育センターが決定する (2018年度の実習先は135社)。

事前授業は15コマある (6~7月に開講)。内

容は、インターンシップに行く目的（＝何のために行くのか）、インターンシップでの目標（＝どうなりたいのか）、実行計画（＝どうやるか）という3点をグループワークやディスカッションによって言語化させることである。また、ビジネスマナー講義、情報倫理講義、人権研修も行われる。

実習先は、主に近畿地方を中心とした企業等である。学生は、8～9月に原則として2週間（実質10日間）以上の就業体験をする。実習中には事前授業で立てた目的・目標を達成するための行動が求められるとともに、実習日報を書くことも課される。

事後授業は5コマある（実習後の9月に開講）。内容は、インターンシップの活動報告（何をやったか）、評価（何を得たか）、成長（どう変わったか）、今後の活用（どう活かすか）という4点をグループワークやディスカッションによって言語化させることである。最終的に、すべての学生が上記の4点をワークシートに記入してクラス内で発表する。さらに、各クラスの代表学生が全クラスの学生と実習先である企業等の前で同じ内容を発表する。

4. 質問紙調査の概要

本稿の分析で使用するのは、IN3の履修者に対する2時点にわたる質問紙調査のデータである。調査名は、「インターンシップ科目に関する学習状況調査」（以降、学習状況調査と略記する）である。質問紙の設計は筆者が行った。本調査は、事務局であるキャリア教育センターの協力を得て、IN3の①事前授業最終日（7月14日）と②事後授業最終日（9月14日）の2回実施された。いずれも集合調査法による自記式質問紙調査である。氏名等を記名式にしたため、2回の調査の回答をマッチングできる。以降では、1回目の調査を第1波調査と呼称し、2回目の調査を第2波調査と呼称する。

第1波調査の有効回収数は212ケースであり、履修登録者数217名を分母とした有効回収率は97.7%に達する。第2波調査の有効回収数は200ケースであり、同様の有効回収率は92.2%である。2回の調査にともに回答したのは198ケースである（同様の有効回収率は91.2%）。本稿では、この198ケースを分析対象とする。ただし、分析では欠損値を除外するため、常にケース数が同じであるとは限らない。

第1波調査では、主に事前授業に関する質問をした。第2波調査では、実習中に関する回顧式の質問と事後授業に関する質問をした。

表1は、履修登録者と回答者の基本的な属性の分布を比較したものである。それによれば、性別、学部といった変数の分布には大きな違いはみられないことがわかる。前述した高い回収率も考慮すれば、本稿のデータには相当程度の代表性があると考えられる。本稿では、将来を含めたIN3の履修者を母集団として想定し、かつ標本が無作為抽出されたと仮定して参考までに統計的検定を行う。本稿の母集団はIN3の履修者であるため、分析結果の過剰な一般化には留意が必要である。

5. 変数の設定

表2は、分析で使用される変数の操作的定義をまとめたものである。以下では、重要な変数について説明する。

従属変数は、実習先に対する学生の親和度変化である。まず、第1波調査と第2波調査において、①「実習先企業・団体等の事業内容を理解している」、②「実習先企業・団体等の社会的役割を理解している」、③「実習先企業・団体等の強みを理解している」、④「実習先企業・団体等にインターンシップに行く（行った）ことに満足している」（カッコ内は第2波調査でのワーディング）、⑤「実習先企業・団体等を就職先として志望している」という5個の質問項目（各4件法）それぞれについて、

表1. 基本的な属性の分布

属性	履修登録者 (N=217)	第1波調査の回答者 (N=212)	第2波調査の回答者 (N=200)
1) 性別	男性 58.1%、女性 41.9%	男性 57.1%、女性 42.9%	男性 57.5%、女性 42.5%
2) 学部	経済学部 25.8%、経営学部 25.3%、法学部 15.2%、外国語学部 8.8%、文化学部 9.7%、理学部 5.5%、コンピュータ理工学部 2.8%、総合生命科学部 6.9%。	経済学部 25.0%、経営学部 25.9%、法学部 14.6%、外国語学部 9.0%、文化学部 9.9%、理学部 5.7%、コンピュータ理工学部 2.8%、総合生命科学部 7.1%。	経済学部 26.0%、経営学部 26.0%、法学部 15.0%、外国語学部 9.0%、文化学部 9.0%、理学部 4.5%、コンピュータ理工学部 3.0%、総合生命科学部 7.5%。

表 2. 分析で使用する変数の操作的定義

変数名	操作的定義
実習先に対する学生の親和度変化	まず、第 1 波調査と第 2 波調査において、①「実習先企業・団体等の事業内容を理解している」、②「実習先企業・団体等の社会的役割を理解している」、③「実習先企業・団体等の強みを理解している」、④「実習先企業・団体等にインターンシップに行く（行った）ことに満足している」（カッコ内は第 2 波調査でのワーディング）、⑤「実習先企業・団体等を就職先として志望している」という 5 個の質問項目（各 4 件法）それぞれについて、「とてもあてはまる」= 4～「まったくあてはまらない」= 1 として平均値を算出した（第 1 波調査の Cronbach の $\alpha=0.764$ 、第 2 波調査の Cronbach の $\alpha=0.764$ ）。次に、第 2 波調査の平均値から第 1 波調査の平均値を減じた。
男性ダミー	男性 = 1、女性 = 0 とした。
実家の蔵書数	小学生の頃の実家の蔵書数（マンガ・雑誌・学習参考書以外）について、「ほとんどなかった」= 0、「20 冊くらい（本棚 1 段分くらい）」= 0.2、「50 冊くらい（本棚半分くらい）」= 0.5、「100 冊くらい（本棚 1 つ分くらい）」= 1、「200 冊くらい（本棚 2 つ分くらい）」= 2、「300 冊くらい（本棚 3 つ分くらい）」= 3、「400 冊以上（本棚 4 つ分以上）」= 4.5 という 100 冊単位の値に置き換え、そのまま連続変数とした。
高校 2 年生のときの主要 5 教科校内成績	国語、社会、数学、理科、英語という質問項目（各 5 件法）それぞれについて、「上」= 5～「下」= 1 として平均値を算出した（Cronbach の $\alpha=0.669$ ）。
文系学部ダミー	文系学部（経済・経営・法・外国語・文化学部）= 1、理系学部（理学・コンピュータ理工・総合生命科学部）= 0 とした。
(実習先：産業) 製造・金融・保険業・公務ダミー	製造・金融・保険業・公務 = 1、それ以外 = 0 とした。
(実習先：規模) 従業員数	キャリア教育センターが保有するデータベースから従業員数を入力した（人数不明は欠損値）。実習先によって定義にばらつきがあるので、留意が必要である。
事前授業から実習中にかけての学習行動変化	まず、事前授業において、「インターンシップに行く自分なりの目的を明確にした」等の 10 個の質問項目（各 4 件法）それぞれについて、「とてもあてはまる」= 4～「まったくあてはまらない」= 1 として平均値を算出した（Cronbach の $\alpha=0.814$ ）。また、実習中において、「インターンシップに行く自分なりの目的を明確にした」等の 10 個の質問項目（各 4 件法）それぞれについて、「とてもあてはまる」= 4～「まったくあてはまらない」= 1 として平均値を算出した（Cronbach の $\alpha=0.775$ ）。次に、後者から前者を減じた。
(実習先の職場環境) 定型的な業務(データ入力等)を行った	
(実習先の職場環境) 実践的な業務(営業同行等)を行った	
(実習先の職場環境) ビジネス・ゲームを行った	
(実習先の職場環境) 他大学のインターン生との交流があった	
(実習先の職場環境) 当初の予定とは異なる業務を担当した	
(実習先の職場環境) 働くことの意義について説明を受けた	左記の質問項目（各 4 件法）について、「とてもあてはまる」= 4～「まったくあてはまらない」= 1 とした。
(実習先の職場環境) 業務の目的や意味について説明を受けた	
(実習先の職場環境) 自分から企画・提案をできる職場だった	
(実習先の職場環境) 細かい指導はなく、自由な職場だった	
(実習先の職場環境) 職場からフィードバックをもらった	
(実習先の職場環境) 顧客(取引先等)からフィードバックをもらった	

「とてもあてはまる」= 4～「まったくあてはまらない」= 1として平均値を算出した（第1波調査のCronbachの $\alpha=0.764$ 、第2波調査のCronbachの $\alpha=0.764$ ）²⁾。次に、第2波調査の平均値から第1波調査の平均値を減じた。この変数の値が正になれば、実習先に対する親和度が実習前後で上昇したことを意味し、負になれば、当該親和度が下降したことを意味する。0になれば、実習前後で当該親和度が変化しなかったことを意味する。

独立変数は、①属性等の基本的な変数、②事前授業から実習中にかけての学習行動変化、③実習先の職場環境から構成される。

前述した①は、性別等の基本的な変数である。実家の蔵書数は、社会階層（特に文化階層）の代理変数である。高校2年生のときの主要5教科校内成績は基礎学力の代理変数である。これらはセレクションバイアスを多少なりとも考慮するために統制変数とする。学部や実習先の産業・規模は、実習内容と関連すると予想されるため、統制する必要がある。

前述した②は、実習中の学習行動から事前授業の学習行動を減じた変数である。学習行動についてはシラバスに記載されている各回の授業内容を質問項目として盛り込んだ。事前授業と実習中でほぼ共通する質問項目を選定して、後者の平均値から前者の平均値を減じて変化に関する変数を作成した。

まず、事前授業と実習中の学習行動については、2回の調査ではほぼ同一内容とみなせる次の10個の質問項目（各4件法）それぞれについて、「とてもあてはまる」= 4～「まったくあてはまらない」= 1として平均値を算出した（事前授業の学習行動のCronbachの $\alpha=0.814$ 、実習中の学習行動のCronbachの $\alpha=0.775$ ）。なお、次の各質問項目末尾のカッコ内の文言は、実習中に関する質問項目のワーディングである（カッコがない場合、2回の調査で同一のワーディングであることを指す）。

- 1) インターンシップに行く自分なりの目的を明確にした
- 2) インターンシップ中に達成する具体的な目標を立てた(インターンシップ中に達成する目標を具体化した)
- 3) インターンシップでどのようなことをいつ実行するのか明確にした(インターンシップで実行計画を達成した)
- 4) 社会人としての心構えができてきている(社会人としての心構えができた)
- 5) 社会人としての言葉遣い(電話対応を含む)ができる(社会人としての言葉遣い(電話対

応を含む)ができた)

- 6) 社会人としての来客対応ができる(社会人としての来客対応ができた)
- 7) 自分を売り込む自己紹介・自己PRをした
- 8) 実習先企業・団体等に関する文献(本、論文、記事)や統計資料を調べた
- 9) 職場における人権の重要性を説明できる(職場における人権の重要性を実感した)
- 10) 企業等の情報の取り扱いにおける注意点を説明できる(企業等の情報の取り扱いには十分に注意した)

次に、実習中の学習行動の平均値から事前授業の学習行動の平均値を減じた³⁾。この変数を独立変数とするのは、学習行動の変化によって実習先に対する学生の親和度が異なると予想されるからである。例えば、事前学習から実習にかけて学習行動量が増えれば、実習先に対する親和度が高くなると予想される。なぜなら、学習行動量が増えることは、職場への適応を示唆するからである。本稿では、学生の学習行動の変化にかかわらず、実習先におけるどのような職場環境が実習先に対する学生の親和度を高めるのかという点を分析するために、上述した学習行動の変化を統制変数とする。

前述した③は、実習先がどのような職場環境を学生に対して用意したのかという点を測定する変数である。独立変数の中では最も重要な変数となる。「定型的な業務(データ入力等)を行った」、「実践的な業務(営業同行等)を行った」、「ビジネス・ゲームを行った」等の11個の質問項目(各4件法)それぞれについて、「とてもあてはまる」= 4～「まったくあてはまらない」= 1とした⁴⁾。この変数によって、実習先に対する学生の親和度を高める職場環境の中身を明らかにする。

6. 分析

6.1. 実習先に対する学生の親和度変化

図1は、本稿の従属変数である実習先に対する学生の親和度に相当する個別の質問項目の分布をまとめたものである。それによれば、第1波調査から第2波調査にかけて、各質問項目に「とてもあてはまる」と回答した者は10ポイント以上増加していることがわかる。

本稿が従属変数とする実習先に対する学生の親和度変化は、第1波調査の合成変数(平均値)と第2波調査の合成変数(平均値)の差分である。2回の調査で対応のあるサンプル($N=196$)についてみると、第1波調査の平均値は3.192(標準偏

差は0.463)であり、第2波調査の平均値は3.378(標準偏差は0.471)である。対応のあるサンプルのt検定によれば、両者の平均値の間には有意差がある($t(195)=5.084, p<0.001, \Delta=0.401$)。ただし、効果量 Δ をみると、第1波調査から第2波調査への変化は大きいとはいえない。対応のあるサンプルについて第2波調査の実習先に対する学生の親和度から第1波調査のそれを減じた差分に関する変数を作成すると、その平均値は0.186(標準偏差は0.511)である(最小値は-1.200、最大値は1.800)。

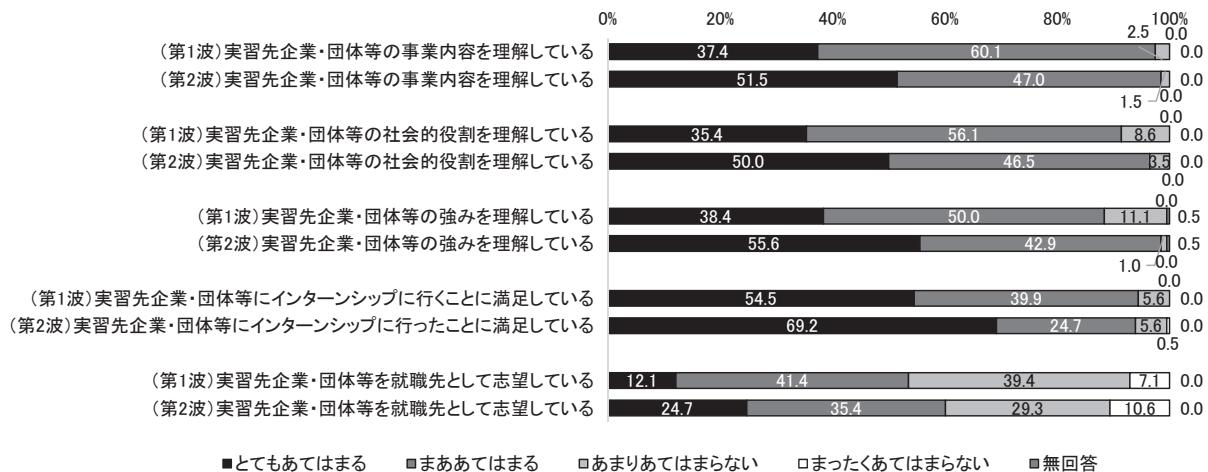
6.2. 実習先の職場環境

図2は、本稿で最も重要な独立変数である実習先の職場環境に相当する個別の質問項目の分布をまとめたものである。それによれば、次の3点がわかる。

第1に、目的志向であるという点である。「業務の目的や意味について説明を受けた」という質問項目に「あてはまる」(とても+まああ合計値。以降でも同様)と回答した者は89.9%にも達している。また、「働くことの意義について説明を受けた」という質問項目に「あてはまる」と回答した者は72.2%である。

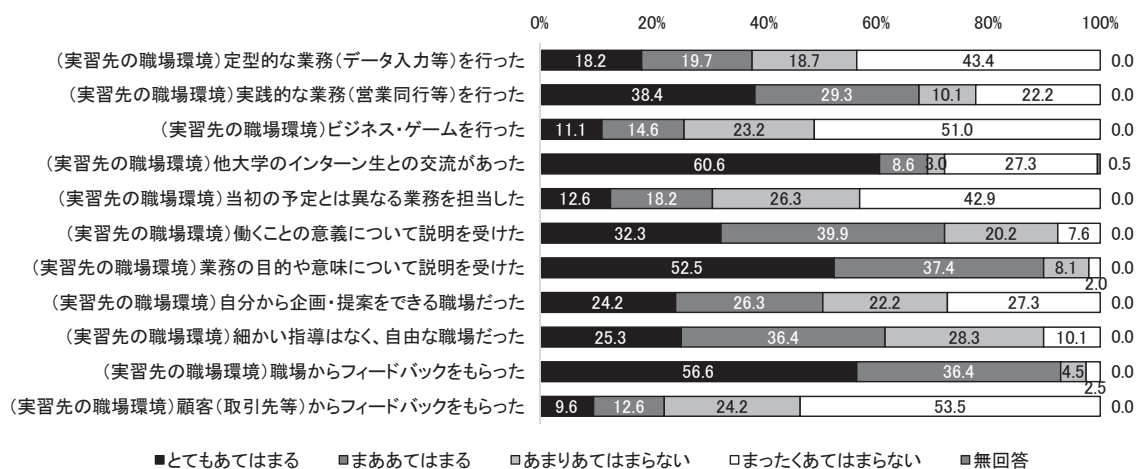
第2に、実践的であるという点である。「職場からフィードバックをもらった」という質問項目に「あてはまる」と回答した者は90%以上であり、「実践的な業務(営業同行等)を行った」という質問項目に「あてはまる」と回答した者は67.7%である。反対に、「定型的な業務(データ入力等)を行った」という質問項目に「あてはまる」と回答した者は37.9%に留まっている。

第3に、認知的なスキルや積極性を要求する職場環境であったのか否かについては分散があると



注1:各N=198。
注2:小数点の丸めのため、合計が100.0%にならない箇所がある。

図1. 実習先に対する学生の親和度の分布 (個別の質問項目)



注1:各N=198。
注2:小数点の丸めのため、合計が100.0%にならない箇所がある。

図2. 実習先の職場環境の分布 (個別の質問項目)

いう点である。「自分から企画・提案をできる職場だった」という質問項目に対する回答はほぼ均等に分布している。

6.3. 実習先に対する学生の親和度変化の規定要因

最後に、実習先に対する学生の親和度変化の規定要因を分析する。

表3は、分析で使用する変数の記述統計量をまとめたものである。表4は、実習先の職場環境等を独立変数とし、実習先に対する学生の親和度変化を従属変数とした重回帰分析の結果をまとめたものである⁵⁾。それよれば、次の4点がわかる。

第1に、実習先の職場環境のうち、「自分から企画・提案をできる職場だった」という質問項目に有意な正の関連がみられるという点である⁶⁾。標準化偏回帰係数の値は相対的に大きくなっている。

第2に、事前授業から実習中にかけての学習行動変化に有意な強い正の関連がみられるという点である。

第3に、実家の蔵書数に有意な負の関連がみられるという点である。

第4に、高校2年生のときの主要5教科校内成績に有意な正の関連がみられるという点である。

6.4. 考察

以上の分析結果について考察する。

第1に、実習先の職場環境のうち、「自分から企画・提案をできる職場だった」という質問項目に有意な正の関連がみられたのは、企画・提案という形で仕事に関わることで当事者意識が醸成され、それが結果的に実習先の理解につながったからであると解釈できる。また、前述したように、「自分から企画・提案をできる職場だった」という質問項目の回答の分散が大きかったことも関係していると考えられる。ここで重要なのは、属性等の基本的な変数や事前授業から実習中にかけての学習行動変化を統制してもなお、職場環境の一つである「自分から企画・提案をできる職場だった」という質問項目に有意な正の関連がみられたという点である。

第2に、事前授業から実習中にかけての学習行動変化に有意な正の関連がみられたのは、授業と関連する学習量が増加することでインターンシップの位置づけが明確になり、実習先の理解が増進されたからであると解釈できる。

第3に、実家の蔵書数に有意な負の関連がみられたのは、文化階層の高い学生ほど、営利中心のビジネスに対してやや批判的な心証を抱いたからであると解釈できる。ただし、ステップワイズ法

表3. 記述統計量

変数	平均値	標準偏差	最小値	最大値
実習先に対する学生の親和度変化	0.204	0.507	-1.200	1.800
男性ダミー	0.572	0.496	0	1
実家の蔵書数	1.021	1.119	0	4.5
高校2年生のときの主要5教科校内成績	3.354	0.698	1	5
文系学部ダミー	0.839	0.369	0	1
(実習先：産業) 製造・金融・保険業・公務ダミー	0.344	0.477	0	1
(実習先：規模) 従業員数	1887.167	3463.426	1	17654
事前授業から実習中にかけての学習行動変化	0.151	0.411	-1.100	1.900
(実習先の職場環境) 定型的な業務(データ入力等)を行った	2.133	1.155	1	4
(実習先の職場環境) 実践的な業務(営業同行等)を行った	2.811	1.167	1	4
(実習先の職場環境) ビジネス・ゲームを行った	1.883	1.058	1	4
(実習先の職場環境) 他大学のインターン生との交流があった	3.017	1.326	1	4
(実習先の職場環境) 当初の予定とは異なる業務を担当した	1.989	1.052	1	4
(実習先の職場環境) 働くことの意義について説明を受けた	2.944	0.920	1	4
(実習先の職場環境) 業務の目的や意味について説明を受けた	3.389	0.728	1	4
(実習先の職場環境) 自分から企画・提案をできる職場だった	2.511	1.131	1	4
(実習先の職場環境) 細かい指導はなく、自由な職場だった	2.789	0.951	1	4
(実習先の職場環境) 職場からフィードバックをもらった	3.461	0.720	1	4
(実習先の職場環境) 顧客(取引先等)からフィードバックをもらった	1.811	1.018	1	4

注：各 N=180。

表 4. 実習先に対する学生の親和度変化の規定要因（重回帰分析）

独立変数	標準化偏回帰係数	
男性ダミー	0.037	
実家の蔵書数	-0.139	*
高校2年生のときの主要5教科校内成績	0.131	*
文系学部ダミー	0.002	
(実習先：産業) 製造・金融・保険業・公務員	-0.025	
(実習先：規模) 従業員数	0.023	
事前授業から実習中にかけての学習行動変化	0.415	***
(実習先の職場環境) 定型的な業務（データ入力等）を行った	0.001	
(実習先の職場環境) 実践的な業務（営業同行等）を行った	-0.141	+
(実習先の職場環境) ビジネス・ゲームを行った	0.086	
(実習先の職場環境) 他大学のインターン生との交流があった	0.016	
(実習先の職場環境) 当初の予定とは異なる業務を担当した	-0.027	
(実習先の職場環境) 働くことの意義について説明を受けた	0.114	
(実習先の職場環境) 業務の目的や意味について説明を受けた	0.004	
(実習先の職場環境) 自分から企画・提案をできる職場だった	0.177	*
(実習先の職場環境) 細かい指導はなく、自由な職場だった	0.124	+
(実習先の職場環境) 職場からフィードバックをもらった	0.060	
(実習先の職場環境) 顧客（取引先等）からフィードバックをもらった	-0.012	
自由度調整済み決定係数	0.296	
F値	5.175	***
N	180	

注：+： $p < 0.10$ 、*： $p < 0.05$ 、**： $p < 0.01$ 、***： $p < 0.001$ 。

による重回帰分析を行うと、この独立変数は除外される。

第4に、高校2年生のときの主要5教科校内成績に有意な正の関連がみられたのは、基礎学力がある学生ほど実習先の仕事内容や業務命令を的確に理解できたからであると解釈できる。ただし、ステップワイズ法による重回帰分析を行うと、この独立変数は除外される。

7. 結論

本稿では、インターンシップ科目の履修者に対する質問紙調査によって、どのような職場環境が実習先に対する学生の親和度を向上させるのかという問いを明らかにしてきた。本稿の主な知見は、自分から企画・提案をできる職場環境にいた学生ほど、実習先に対する親和度が高くなっていったという点である。属性等の基本的な変数や事前授業から実習中にかけての学習行動の変化を統制してもなお、こうした正の関連がみられた。

以上から、本稿の結論は、インターンシップ科

目においては、企画・提案といった認知的なスキルや積極性を要求する職場環境が実習先に対する学生の親和度を向上させるということになる。

それを踏まえて、本稿の知見の含意について考察する。

本稿の知見を踏まえれば、実習先に対する学生の親和度を向上させる上で職場環境が無視しえない影響力を有するということが示唆される。本稿の知見は、実習先である企業等にとっても、授業の運営主体である大学にとっても、インターンシップ科目の充実化に貢献すると考えられる。

まず、学生の親和度を向上させようとする実習先にとっては、実習内容の見直しにつながるという点である。確かに、実習先からみれば、学生が企画・提案をしやすい職場環境づくりには負担やリスクを伴う可能性がある。しかし、そうした取り組みには、本稿の冒頭で引用したインターンシップの実施目的の達成という見返りが期待できる。

次に、実習先の新規開拓をしようとする大学にとっては、大学主導で実習内容を企業等に提案す

ることにつながるという点である。企画・提案といった認知的なスキルを養える職場環境は正課のインターンシップ科目の存在意義につながる。

最後に、今後の課題として、次の3点を指摘する。

第1に、自分から企画・提案をできる職場環境とは具体的にどのようなものなのかという点を明らかにする必要があるという点である。この点については、IN3の実習先の中から企画・提案特に重視している企業等を選定し、実習中の職場環境の実態を定性的に把握することが考えられる。

第2に、実習先に対する学生の親和度と採用選考の受験や内定獲得との関連性を分析する必要があるという点である。これにより、当該親和度を向上させることのメリットを具体的に明らかにすることができる。本稿の質問紙調査は記名式であるため、こうした追跡を行うことが可能である。

第3に、企業等が独自に実施しているインターンシップとの比較を行う必要があるという点である。本稿が問題にしたのは、あくまで正課のインターンシップ科目である。企業等が独自に実施しているインターンシップと比較することで、正課のインターンシップ科目の強みや弱みがより明確になると考えられる。

謝辞

質問紙調査にご回答いただいた学生の方々、当該調査の実施にご協力いただいたIN3の担当教員(統括教員:横森匡弘教授)の方々、データ入力をご担当いただいたキャリア教育センター事務室の松本翔伍氏、阿部恵子氏に厚くお礼申し上げます。なお、本稿におけるデータの解釈は筆者の見解であり、所属部局やキャリア教育センターの見解ではない。

注

1) ただし、本稿は、インターンシップにおいて大学が実習先に従属すべきであるとは考えていない。大学主導で正課のインターンシップ科目を提案する上でも実習先にとってのメリットを実証的に明らかにする意義は大きいと考えられる。

2) このような合成変数を作成したのは、実習先に対する学生の親和度に相当する個別の質問項目を因子分析にかけたところ、第1波調査と第2波調査の両方で因子の数は1つであったからである。

3) 事前授業における学習行動と実習中の学習行動を別々に独立変数に投入しても、後述する「自

分から企画・提案をできる職場だった」という変数に有意な正の関連があるという分析結果に相違はない。なお、学習状況調査では事後授業における学習行動も質問しているが、当該学習行動に関する変数を投入しても、この分析結果に相違はない。事後授業における学習行動に関する質問項目は数が少なく、事前授業や実習中の質問項目と対応していないものが多いため、今回は分析しない。

4) 職場環境に関する変数を因子分析にかけたところ、明確な分類が困難であった。そのため、当該変数については、合成変数を作成せず、より解釈のしやすい個別の質問項目を使用することにした。

5) 独立変数間の相関関係は強くはない。VIFの最大値は1.704である。

6) ステップワイズ法による重回帰分析を行っても、この分析結果に相違はない。なお、ステップワイズ法による重回帰分析を行うと、「事前授業から実習中にかけての学習行動変化」、「自分から企画・提案をできる職場だった」、「働くことの意義について説明を受けた」という3つの変数に有意な正の関連が生じ、「実践的な業務(営業同行等)を行った」という変数には有意な負の関連が出る。この結果は、実習先に対する学生の親和度を予測する上で職場環境が重要であるということを示唆する。

参考文献

- 古田克利(2014) インターンシップ実習中の自律性充足が大学生のキャリア自己効力感に及ぼす影響. インターンシップ研究年報 17: pp.1-10
- 平野大昌(2010) インターンシップと大学生の就業意識に関する実証研究. 生活経済学研究 31: pp.49-65
- 平野大昌(2015) 大学生の内定獲得とインターンシップ経験のシグナリング効果. 生活経済学研究 41: pp.31-44
- 河野志穂(2011) 文系大学生のインターンシップが大学での学びに与える効果——早稲田大学を事例として. インターンシップ研究年報 14: pp.9-15
- 経済産業省(2014) 企業における「新卒採用等への取り組み状況」に関する調査データ.
http://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/intern/H26_Intern_reference.pdf (参照 2019.02.06)
- 小杉礼子(2008) 大学生の進路選択と就職活動. 高等教育研究 11: pp.85-105
- 楠奥繁則(2006) 自己効力論からみた大学生のインターンシップの効果に関する実証研究——ベンチャー系企業へのインターンシップを対象にした調査. 立

命館経営学 44 (5): pp.169-185

真鍋和博 (2010) インターンシップタイプによる基礎力向上効果と就職活動への影響. インターンシップ研究年報 13: pp.9-17

三浦一秋 (2016) インターンシップの教育効果についての分析——学習意欲向上効果と就業意識向上効果の観点から. インターンシップ研究年報 19: pp.1-10

酒井幸雄 (2015) 企業におけるインターンシップ実施意義の一考察——A社インターンシップに参加後、入社した社員の実状を踏まえて. インターンシップ研究年報 18: pp.31-37

佐藤一磨, 梅崎修 (2015) インターンシップへの参加が就職活動結果におよぼす影響——Propensity Score Matching 法による Self-Selection Bias の検証. 大学評価研究 14: pp.89-100

高良美樹, 金城亮 (2001) インターンシップの経験が大学生の就業意識に及ぼす効果——職業レディネスおよび進路選択に対する自己効力感を中心として. 人間科学 8: pp.39-57

矢崎裕美子, 中村信次 (2013) インターンシップ経験によるコンピテンシーの変化——動機と研修の型からの検討. 日本福祉大学全学教育センター紀要 1: pp.3-9

environment where cognitive skills and positive behavior are requested improves the affinity of internship students with company partners. This suggests that work environment has an important effect on improving the affinity. The findings of this paper contribute to improving an internship course for both companies and universities.

KEYWORDS: Internship course, Work environment, Affinity, Planning and suggestion, Benefit for company partners

2019年1月9日受理

1 Center for General Education, Kyoto Sangyo University

What Kind of Work Environment Improves the Affinity of Internship Students with Company Partners?: A Questionnaire Survey of University Students who Took the Internship Course of Kyoto Sangyo University

Osamu KOYAMA¹

The purpose of this paper is to examine what kind of work environment improves the affinity of internship students with company partners by conducting a questionnaire survey of university students who took the internship course of Kyoto Sangyo University. The main findings are as follows. Internship students who made an active planning and suggestion in a job had higher affinity with company partners. This result was observed even when the effects of variables related to attributes and learning behavior were controlled. In conclusion, work

