

松 山 大 学 論 集
第 30 卷 第 4 - 2 号 抜 刷
2 0 1 8 年 10 月 発 行

インターンシップ教育の課題は何か
—— 研修直前，直後，終了半年後の 3 ステップの
学生アンケートからの検討 ——

金 森 敏

インターンシップ教育の課題は何か

—— 研修直前、直後、終了半年後の3ステップの

学生アンケートからの検討 ——

金 森 敏

1 はじめに

本研究の目的は、研修直前、研修直後、研修終了半年後における3ステップの学生アンケートからインターンシップ教育の課題を明らかにすることである。

具体的には、教育効果の代表的なモデルである Kirkpatrick [2005] の4段階モデル、研修における内容の満足（レベル1: reaction）、研修においてどのようなことを学んだのか（レベル2: learning）、研修において学んだ内容を職場に戻って活用できているか（レベル3: behavior）、研修を終えた後組織に貢献できているか（レベル4: results）を用いて、インターンシップの教育効果¹⁾を測定する。その理由は、Kirkpatrick [2005] の4段階モデルである教育効果を学生のインターンシップの研修効果に適用することで、インターンシップ教育の課題が明らかになると考えられるからである。

実際、多くのインターンシップの効果に関する研究では、社会人基礎力の点からインターンシップの事前と事後を比較している。しかしながら、これらの研究では、社会人基礎力の伸長は分かるものの、社会人基礎力以外の効果として、インターンシップで何を学び、どのようにインターンシップでの学びを活用しているのかについては分からないままである。

そこで、本研究では、社会人基礎力の指標を用いず、なおかつ、研修直前、研修直後、研修終了半年後における3ステップの学生アンケートからインターンシップの効果を測定する。その上で、インターンシップ教育の課題を明らか

にする。また、社会人基礎力の指標を用いず、3ステップの学生アンケート調査をすることで、インターンシップ研修そのものの改善の一助になるとも考えられる。

2 既存研究とリサーチクエッション (RQ)

(1) 既存研究

これまでのインターンシップの効果に関する研究では、社会人基礎力の点からインターンシップの事前と事後を比較する研究が多かった（真鍋 [2010]；太田・高中 [2012]；中川 [2015]；奥野他 [2015]）。

太田・高中 [2012] では、インターンシップを履修し単位取得をした学生（15名の内12名）に質問紙調査を実施し、インターンシップを経験した前後で、社会人基礎力がどのように変化したかを調査した。その結果、課題発見力、計画力、発信力、状況把握力、規律性、ストレスコントロール力において、インターンシップ体験前後で有意差が見られたと述べている。

また、奥野他 [2015] では、実習前（第1回講義後）、実習中（前期講義終了後）、実習後（プログラム終了後）において、インターンシップに参加した29名に社会人基礎力を5段階で自己評価させた。その結果、実習前より、実習中、実習後において、すべての項目において社会人基礎力が向上したと述べている。

このように既存研究では、社会人基礎力の指標を学生が事前と事後で記入²⁾し、社会人基礎力の伸長でインターンシップの効果を測定していた。つまり、事前と事後における社会人基礎力の伸長がインターンシップの教育効果として考えられている。

しかしながら、本研究では、インターンシップの事前と事後の2時点を比較し効果を測定するのではなく、インターンシップ研修直前、研修直後、研修終了半年後の3ステップの学生アンケートからインターンシップの効果を測定する。そして、その際の効果測定は社会人基礎力の伸長ではなく、インターン

シップの研修で「何を学び」、「学んだ内容を大学で活用できているのか」といったことも測定する。

そこで本稿では、教育効果の代表的な評価モデルである Kirkpatrick [2005] の4段階モデルを用いて、インターンシップの教育効果を測定する。

(2) Kirkpatrick モデルの適用

Kirkpatrick のモデルの特徴は、研修における内容の満足(レベル1: reaction), 研修においてどのようなことを学んだのか(レベル2: learning), 研修において学んだ内容を職場に戻って活用できているか(レベル3: behavior), 研修を終えた後組織に貢献できているか(レベル4: results) の4つのレベルから効果測定を行っていることである。

本稿でも、これら4つのレベルをもとにインターンシップの教育効果を測定する。

なお、Kirkpatrick のモデルは研修効果を測定しており、その対象は学生ではなく、企業で研修を受けた社会人である。そのため学生のインターンシップに Kirkpatrick のモデルを適用することに疑問を抱く人がいるかもしれない。しかしながら、Kirkpatrick のモデルが示していることは、社会人・学生といった属性における違いではなく、どの組織においても研修の効果を明らかにすることである。したがって、社会人だからモデルが適用可であり、学生だからモデルは適用できないといったことではない。

仮に、社会人と学生における違いがあるとすれば、それは研修を終えた後組織に貢献³⁾できているか(レベル4: results) の点だけだと考えられる。具体的には、企業において個人(社会人)が組織へ貢献したかどうかは売上などから分かるものの、インターンシップを終えた学生が大学へ貢献しているかどうかは分からない。そこで、本稿では組織への貢献(レベル4: results)については、扱わないことにする。

これらを踏まえ、以下では、3ステップの学生アンケート調査を踏まえ、イ

ンターンシップにおける研修内容の満足（レベル1）、学び（レベル2）、活用（レベル3）を整理し、最後に独自調査としてインターンシップにおけるキャリア（就業）意識の変化を整理する。

①レベル1（満足）

研修内容の満足（レベル1）では、参加者がプログラムを気に入ったかどうかを満足の点から測定する。

ただし本稿では、インターンシップ研修直後の調査だけで満足を評価しない。その理由は、インターンシップ研修直後は参加した学生も高揚感から満足度を高く評価すると思われるからである。

実際、インターンシップ終了後の満足度を見ると、全体として大いに満足という結果が多い（亀野 [2004]；浅野・植竹 [2006]；竹沢他 [2010]；大学コンソーシアムえひめ [2013]）。

亀野 [2004] では、インターンシップ終了後の満足度は工学系では大いに満足 43%・満足 43%，工学系以外でも大いに満足 25%・満足 52%であった。

これらのことを踏まえ、本稿では研修内容の満足を次の2点から測定する。それは①インターンシップ研修直前と研修直後からの測定、②インターンシップ研修直後と終了半年後からの測定である。

①インターンシップ研修直前と直後からの測定では、研修直後における満足を「成果」、研修直前における満足を「期待」とし、「成果－期待」の差を満足として測定する。

これはマーケティング分野で用いられる消費者の満足に関する考え方に拠っている。消費者の満足は、製品やサービスの購入前の事前の「期待」を購入後の実際の「成果」がどれだけ上回ったかで決まる（諏訪 [2009]；青木 [2010]）。この考えを用いる理由は、単純に満足かどうかを聞くことに疑問があるからである。

また、既述したように、インターンシップ研修直後は満足度が高くなると考

えられるので、②インターンシップ研修直後と終了半年後の点から満足度を測定する。

これらを踏まえると RQ1 は「インターンシップに参加して、学生はどの程度満足しているか」になる。

②レベル 2（学び）とレベル 3（活用）

学び（レベル 2）と活用（レベル 3）では、研修においてどのようなことを学び、どのように活用しているのかを測定する。

実際、河野[2011]では、インターンシップ経験者・未経験者に自身の能力・スキルの自己評価を質問紙調査で尋ねた。その結果、インターンシップ経験者はその経験を通じて対人スキルや自己管理能力に効果を感じていた。また、インターンシップ経験者は未経験者に比べて、大学の授業に対しその活用法を知りたいと望んでいた。

Kirkpatrick [2005] の 4 段階モデルにおいても、学び（レベル 2）と活用（レベル 3）について述べられているものの、具体的に何を測定するかまでは十分に述べられていない。

そこで、本稿では、Arthur, et al. [1999] のキャリアコンピテンシーの概念を用いて学び（レベル 2）と活用（レベル 3）を測定する。Arthur [1994] は個人が組織に頼ることなくインテリジェントなキャリアを歩む際にはキャリアコンピテンシーであるノウホワイ、ノウハウ、ノウフームが重要であると述べている。ノウホワイとは働く意味や動機・価値であり、ノウハウは知識やスキルであり、ノウフームはネットワークや対人関係を意味する。

Arthur [1994] や Arthur, et al. [1999] の概念はバウンダリーレスキャリアとして、転職などで用いられることが多いものの、映画産業や社内ベンチャー（金森 [2007]）などの短期プロジェクトにおける個人のキャリアを考える際にも用いられている。

そこで、キャリアコンピテンシーである知識やスキル、ネットワークや対人

関係、働く意味や動機の点からインターンシップにおける学び（レベル2）と活用（レベル3）を考察する。

これらを踏まえると RQ2 は「インターンシップ研修において、学生はどのような学びを得ているか」になり、RQ3 は「(a)インターンシップでの学びは、大学生活で活用できているか。また、(b)今後大学ではどのようなことを学ぼうと考えているか」になる。

③独自調査

最後に、本研究の独自調査としてインターンシップ研修直前、研修直後、研修終了半年後において、学生のキャリア（就業）意識に関する変化を明らかにする。

高良・金城 [2001] では、職業レディネスおよび進路選択に対する自己効力を指標として、インターンシップの前後における大学生の就業意識の変化を明らかにした。その結果、就業意識に関するインターンシップの効果は見られなかったと述べている。

一方、平野 [2010] では、インターンシップの体験が学生の就業意識の向上、職業・職種に対する理解や適性認識に影響を与えているかを調査した。その結果、社員と同様の仕事を体験することで、就業意識や職業・職種に対する理解や適性認識は向上したものの、アルバイトやパート業務では、就業意識や職業・職種に対する理解や適性認識は向上しなかったと述べている。

高良・金城 [2001]、平野 [2010] の研究と本研究では、研修直前、研修直後、研修終了半年後における3ステップの学生アンケートの点で研究方法が異なっている。そのためキャリアに関する意識変化を調査することで新たな知見が得られると考えられる。

これらを踏まえると RQ4 は「インターンシップ研修直前、研修直後、研修終了半年後において、学生にはどのようなキャリア（就業）意識の変化が生じたか」になる。

(3) RQ の整理

以下では、既述した4つのRQを明らかにしていく。

RQ1：インターンシップに参加して、学生はどの程度満足しているか。

RQ2：インターンシップ研修において、学生はどのような学びを得ているか。

RQ3：(a)インターンシップでの学びは、大学生活で活用できているか。また、
(b)今後大学ではどのようなことを学ぼうと考えているか。

RQ4：インターンシップ研修直前、研修直後、研修終了半年後において、学生
にはどのようなキャリア（就業）意識の変化が生じたか。

3 研 究 方 法

(1) 分析対象とした私立 M 大学の概要

M 大学の創立は1923年で、学部構成は経済・経営・人文（英・社会）・法学・薬学の5学部からなっている。薬学を除く、経済・経営・法・人文では、1学年1,262名である。

毎年180名程度（15%）の学生がインターンシップに参加している。なお希望者は200名～230名程度だが、受け入れ先の企業数との関係で180名程度に制限されている。

インターンシップに参加する学生は履修登録をし、前期（15回）、夏季休暇中にインターンシップ研修を30時間以上受け、後期（15回）の講義を受ける。

前期の授業テーマは「インターンシップ研修へ向けてスキルとマインドを高めるために」である。主な内容は、インターンシップの目的、自身のキャリア設計、インターンシップを受けるにあたっての心構えである。

後期の授業テーマは「インターンシップの学びを今後活かすために」である。主な内容は、インターンシップ前に設定した目標の検証・分析である。なお、就職活動に関連した内容として、第7回「就職活動について考える」、第11回「就職活動の取り組み方」、第13回「エントリーシートへの取り組み方」、第14回「就職活動のスタートダッシュ」がある。

(2) 学生の属性

調査対象者は私立 M 大学における 2015 年度インターンシップの受講生である。第 1 回、第 2 回、第 3 回における属性の平均として、参加者の性別は男性約 37%，女性約 63%，参加学部は経済学部約 39%，経営学部約 29%，人文英語約 8%，人文社会約 12%，法学部約 13%，参加者の学年は 2 年生約 32%，3 年生約 68%であった。

第 1 回～第 3 回の通しにおける属性では、参加者の性別は男性 38.1%，女性 61.9 であった。参加学部では、経済学部 44%，経営学部 31.3%，人文英語 4.5%，人文社会 8.2%，法学部 11.9%であった。参加者の学年では、2 年生 36.4%，3 年生 63.6%であった（表 1 参照）。

(3) 調査方法

インターンシップを受講した学生に計 3 回質問紙調査を実施した。1 回目は研修直前の 2015 年 7 月 28 日（計 181 人），2 回目は研修直後の 2015 年 9 月 26 日（計 183 人），3 回目は研修終了半年後の 2016 年 1 月 19 日（計 167 人）

表 1 インターンシップ受講生の属性

		第 1 回	第 2 回	第 3 回	第 1 回～第 3 回の通し
性別	男性	68(37.8%)	65(36.5%)	60(36.6%)	51(38.1%)
	女性	112(62.2%)	113(63.5%)	104(63.4%)	83(61.9%)
	計	180	178	164	134
学部	経済	71(39.7%)	65(36.1%)	66(40.2%)	59(44.0%)
	経営	50(27.9%)	54(30.0%)	46(28%)	42(31.3%)
	人文英語	14(7.8%)	15(8.3%)	12(7.3%)	6(4.5%)
	人文社会	22(12.3%)	22(12.2%)	17(10.4%)	11(8.2%)
	法	22(12.3%)	24(13.3%)	23(14%)	16(11.9%)
	計	179	180	164	134
学年	2 年	53(30.3%)	54(31%)	54(33.5%)	48(36.4%)
	3 年	122(69.7%)	120(69%)	107(66.5%)	84(63.6%)
	計	175	174	161	132

に実施した。

RQ1(満足)に関しては、次の2点から調査を行った。1つはインターンシップ研修直後(2回目調査)と研修直前(1回目調査)における満足の差からの分析である。もう1つはインターンシップ研修終了半年後(3回目調査)と研修直後(2回目調査)における満足の差からの分析である。

RQ2(学び)とRQ3(活用)に関しては、自由記述であるのでテキストマイニングを用いて分析を行った。テキストマイニングでは、動詞や形容詞などを抽出することができるものの、本稿では名詞のみに絞りワードの抽出を行った。その理由は、キーワードとして抽出する際には、品詞として動詞や形容詞よりも名詞が適しているからである。そして、その際には「出現頻度=(回答者数の約1割の数) \times 1/2以上」でワードを抽出した。

テキストマイニングの分析における自由回答数は300~400が理想であり、その回答数の約1割(30~40)を出現頻度として用いるのが適切⁴⁾だといわれている。

そこで本稿では、回答者数が180前後であり、300~400回答数の半分程度なので「 \times 1/2」以上とした。そして、出現頻度が多すぎる場合は外れ値として、そのワードを除き平均値を算出した。最後に、平均値よりも大きなワードと小さなワードを5つずつ抽出した。

RQ4(キャリア意識変化)に関しては、第1回~第3回の通しの質問紙調査(N=132)から学生のキャリア(就業)意識における変化を明らかにした。なお、学生への倫理を配慮し回答ができる人のみ提出してもらった。

(4) 調査項目

① RQ1の設問項目

インターンシップ研修直後(2回目調査)と研修直前(1回目調査)における満足に関しては、次の設問項目を設けた。まず1回目の調査ではインターンシップ研修で期待している内容について尋ね、2回目の調査では実際にインタ

ンシップ研修で体験した内容について尋ねた。

具体的には、1回目の調査では「自分探しのきっかけにしたい」という期待の設問項目であり、2回目の調査では「自分探しのきっかけになった」という成果の設問内容である。

各設問は①自分探しのきっかけにしたい、②社会人の意識やマナーを身に付けたい、③社会人のイメージを明確にしたい、④働くこととは何かを知りたい、⑤自身のキャリア観を明確にしたいである。各設問は、「①満足でない～④満足である」の4件法である。

次に、インターンシップ研修終了半年後（3回目調査）と研修直後（2回目調査）における満足では、次の設問を設けた。それは「①体験した仕事内容は満足であったか」、「②社員との交流やコミュニケーションは満足であったか」、「③後輩などにインターンシップ先を勧めるか」、「④インターンシップを全体的にみて満足であったか」である。各設問は、「①満足でない～④満足である」の4件法である。

②RQ2の設問項目

「インターンシップ研修では、具体的にどのようなことを学んだり、気付いたりしましたか？」である。

③RQ3の設問項目

「2回目の調査であなた自身が書いた『インターンシップ研修での学びや気付き』を覚えていますか？（a覚えていない。b覚えている）。bを選んだ人のみお答えください。インターンシップ研修で学んだことを大学生生活で活用することはできましたか？」である。

④RQ4の設問項目

インターンシップ研修直前、研修直後、研修終了半年後において、学生には

どのようなキャリア（就業）意識の変化が生じたかを明らかにするために、漠然としたキャリアに関するイメージと具体的なキャリアに関するイメージの設問を設けた。その理由は、漠然としたイメージと具体的なイメージではキャリア（就業）意識の変化が異なると考えられるからである。

また、設問項目を作成する際には、平野 [2010] の就業意識関連と職業・職種に対する理解を参考にした。その結果、漠然としたキャリアに関するイメージの設問は①職業観は高まったか、②働く意識は高まったか、③仕事に対する興味関心は高まったかである。具体的なキャリアに関するイメージの設問は①就職したい業界があるか、②就職したい会社があるか、③就職したい職種があるかである。各設問は「①ない～④ある」の4件法である。

4 調査結果

(1) RQ1の結果

インターンシップ研修直前（1回目調査）と研修直後（2回目調査）において、平均値に差があるかどうかを検証するために、対応のあるt検定を行った。その結果、「社会人の意識やマナー」 $t(136)=9.20, p<.001$, 研修直前（平均：3.73）、研修直後（平均：3.18）, 「社会人のイメージを明確にしたい」 $t(136)=4.57, p<.001$, 研修直前（平均：3.59）、研修直後（平均：3.24）, 「働くことがどういうものか知りたい」 $t(136)=2.21, p<.05$, 研修直前（平均：3.56）、研修直後（平均：3.40）, 「自身のキャリア観を明確にしたい」 $t(135)=6.23, p<.001$, 研修直前（平均：3.42）、研修直後（平均：2.80）で統計的に有意な差が見られた（表2参照）。

また、インターンシップ研修直後の満足（2回目調査）と研修終了半年後（3回目調査）において、平均値に差があるかどうかを検証するために、対応のあるt検定を行った。その結果、「後輩にインターンシップ先を勧めたい」, $t(136)=2.68, p<.001$, 研修直後（平均：3.36）、研修終了半年後（平均：3.19）, 「インターンシップの全体的満足度」, $t(136)=2.18, p<.05$, 研修直後（平均：

3.51), 研修終了半年後(平均: 3.37)で統計的に有意な差が見られた(表3参照)。

表2 インターンシップ研修直前と研修直後における対応のあるT検定

	差の95%信頼区間						有意確率 (両側)
	平均値	標準偏差	下限	上限	t 値	自由度	
自分探しのきっかけ	-.02920	.86553	-.17543	.11704	-.395	136	.694
社会人の意識やマナー	.54745	.69632	.42980	.66509	9.202	136	.000
社会人のイメージ	.35036	.89600	.19898	.50175	4.577	136	.000
働くことを知りたい	.16788	.88757	.01792	.31784	2.214	136	.028
キャリア観を明確にしたい	.61765	1.15508	.42176	.81353	6.236	135	.000

表3 インターンシップ研修直後と研修終了半年後における対応のあるT検定

	差の95%信頼区間						有意確率 (両側)
	平均値	標準偏差	下限	上限	t 値	自由度	
体験した仕事内容は	.12409	.79931	-.01096	.25914	1.817	136	.71
社員との交流などは	-.01471	.84314	-.15769	.12828	-.203	135	.839
後輩にインターンシップ 先を勧める	.16788	.73334	.04398	.29178	2.680	136	.008
インターンシップの 全体的満足度は	.13139	.70521	.01224	.25053	2.181	136	.031

(2) RQ2の結果

183人の自由回答があったので、出現頻度において9以上かつ名詞のみを抽出した。

その結果、自分(64)、仕事(57)、大切(46)、社会人(31)、学ぶこと(18)、知ること(15)、知識(15)、責任(15)、必要(14)、力(12)、行動(11)、マナー(12)、社会(11)、コミュニケーション(11)、周り(11)、時間(10)、大変さ(10)、イメージ(10)、働くこと(10)、作業(9)、社員(9)、業務(9)、営業(9)、雰囲気(9)、違い(9)が抽出できた。

しかしながら、自分（64）、仕事（57）、大切（46）、社会人（31）は数が多いのではずれ値として処理して平均値を求め、平均値（12.7）よりも大きな項目と小さな項目を5つずつ抽出した（図1参照）。

平均値よりも大きな項目（5つ）	平均値よりも小さな項目（5つ）
<ul style="list-style-type: none"> ・学ぶこと（18） <ul style="list-style-type: none"> ・想像以上の体力と常にお客様目線で配慮された接客を<u>学ぶこと</u>ができました。 ・知ること（15） <ul style="list-style-type: none"> ・社会人になるということは、どういうことなのか、具体的に<u>知ること</u>ができました。 ・知識（15） <ul style="list-style-type: none"> ・社会人と自分との<u>知識</u>・スキルの差 ・責任（15） <ul style="list-style-type: none"> ・個人情報などの守秘義務について語っていただき、その<u>責任</u>の重さを感じました。 ・必要（14） <ul style="list-style-type: none"> ・自分にはもっと積極性が<u>必要</u>だということに気づいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・マナー（12） <ul style="list-style-type: none"> ・<u>マナー</u>がまだできていないと気づいた。 ・力（12） <ul style="list-style-type: none"> ・自分の考えを人に伝える<u>力</u>の不足。 ・行動（11） <ul style="list-style-type: none"> ・自らの意思でハッキリとした<u>行動</u>をしないと周りの迷惑になること。 ・周り（11） <ul style="list-style-type: none"> ・仕事や自分の立場を考えて、優先順位をつけて<u>周り</u>を見ることも大切な能力の一つだと学んだ。 ・コミュニケーション（11） <ul style="list-style-type: none"> ・<u>コミュニケーション</u>の大切さを実感することができた。 ・社会（11） <ul style="list-style-type: none"> ・苦手な人でも付き合わなければいけないということで、それほど<u>社会</u>で人間関係は大切だと気づいた。

図1 学びの内容に関する抽出結果

(3) RQ3の結果

まず、(a)インターンシップでの学びは大学生活で活用することができたかについて記述し、次に(b)今後大学ではどのようなことを学ぼうと考えているかについて整理する。なお、(a)に関しては、そもそも学生がインターンシップでの学びを覚えている必要がある。

そこで、3回目の調査で「2回目で書いたインターンシップ研修での学びや気づきの内容を覚えていますか」といった自由回答を行った。その結果、覚えていない52%（84人）、覚えている48%（78人）であった。覚えている学生が78人いたので4以上の名詞でワードを抽出した。その結果、RQ2において抽出したワードと一致したので、学生がインターンシップでの学びを覚えてい

ることを確認できた。これらを踏まえ、RQ3(a)とRQ3(b)について整理する。

① RQ3(a)の結果

インターンシップでの学びを覚えている78人において、その学びを大学で①活用できた人は83%(62人)、②活用できなかった人は13%(13人)であった。62人の自由回答があったので、出現頻度において3以上かつ名詞のみをワードとして抽出した。

平均値よりも大きな項目（5つ）

- ・インターンシップ（8）
 - ・インターンシップ研修が学生に合うような研修だったから。そのため目的、目標の立て方などを活用することができました。また目標は達成するものと学んだため、必ず達成できるように努力しました。
- ・アルバイト（8）
 - ・日常生活（学内、アルバイト先等）で、挨拶することを心掛けた。
- ・行動（5）
 - ・部活などで、準備や片付けの時に、何を優先しないといけないかを判断するため、よく観察しながら行動した。
- ・人（6）
 - ・人との関わり方を学ぶことができたので、友達と接するとき意識が変わった。
- ・大学生生活（6）
 - ・社員の方から、人との関わり方で好き嫌いを判断せずに最初はどうな人でも受け入れて話を聞くことで人生が変わると言われたので、大学生生活でも相手に対して興味を持ち、話を聞こうとする気持ちが強くなった。

平均値よりも小さな項目（5つ）

- ・研修（4）
 - ・研修を終えてすぐ、本屋に行って、自己啓発書を買って、今ではビジネス本から小説まで、幅広く読んでいる。
- ・社会人（4）
 - ・社会人になるとパソコンの知識を持っている方が役立ち、自分のためになると思ったため、MOSを受験することにし、資格を取得しました。
- ・マナー（4）
 - ・マナーの勉強。敬語を使えるようになった。
- ・ゼミ（4）
 - ・大学の学びも必要なことが分かり、ゼミを中心として、勉強にこれまで以上に興味関心をもって取り組むようになったから
- ・相手（4）
 - ・ミーティングや日常の会話の中で、イライラすることが減った。「こういう人なんだろうな」と割り切ることで、相手の発言を良い意味で流せるようになった。
- ・意識（4）
 - ・担当教授にメールを送る時や目上の人へ送る時、インターンシップで習ったように気を付けて送っている。言葉遣いなど意識して話している。
- ・仕事（4）
 - ・社会人の落ち着いた仕事をテキパキできるところや、社会人としてのマナーを活かすことはできている。

図2 RQ3(a)活用に関する抽出結果

その結果、自分(13)、アルバイト(8)、インターンシップ(8)、大学生活(6)、人(6)、行動(5)、仕事(4)、研修(4)、社会人(4)、マナー(4)、ゼミ(4)、意識(4)、相手(4)、後期(3)、生活(3)、活用(3)、取得(3)、キャリアセンター(3)、部活(3)、活動(3)が抽出できた。

しかしながら、自分(13)は数が多いので、はずれ値として処理して平均値を求め、平均値(4.7)よりも大きな項目と小さな項目を5つずつ抽出した(図2参照)。

② RQ3(b)の結果

インターンシップでの学びを覚えている人は78人いた。その内、55人の自由回答があったので、出現頻度において3以上かつ名詞のみをワードとして抽出した。

平均値よりも大きな項目(5つ)

- ・就職活動(10)
 - ・就職活動における、礼儀を習慣づけること。
- ・授業(7)
 - ・経済学部在籍しているにも関わらず、経済の具体的な話が自分にはあまりできないと感じたので、授業にも今まで以上に集中して取り組みたい。
- ・大学生活(6)
 - ・普段の大学生活で常に何かを考える。
- ・人(6)
 - ・英米文学科ということもあり、英語をもっと学びたい。英語を学び、英語で人と関わることができるような職に就けることを目標に努力したい。

平均値よりも小さな項目(5つ)

- ・インターンシップ(5)
 - ・インターンシップでは、伝える力を身に付けることを目標にしていたが、まだまだ未熟だということに気付いた。積極的に伝える場に参加することで、より向上していきたい。
- ・学んだこと(5)
 - ・授業で学んだことを活かして、企業研究、企業訪問を積極的に行きたい。
- ・知識(5)
 - ・心理学を専攻しているので、人と人との関わり、職場環境などで活かせる知識を身に付けたいです。また、このインターンシップで自分自身に不足していることを理解することができました。
- ・必要(5)
 - ・社会に出るにあたって、必要なマナーなどを身に付けたい。人間性。
- ・将来(4)
 - ・将来、社会人になる時に役立つようなビジネスマナー、コミュニケーション能力を人と接する中で学び、授業を通して経営学部として通用できる学問を追求したい。

図3 RQ3(b)今後、大学で学びたい内容に関する抽出結果

その結果、自分(17)、就職活動(10)、授業(7)、大学生活(6)、人(6)、インターンシップ(5)、学んだこと(5)、知識(5)、必要(5)、今後(4)、準備(4)、社会人(4)、マナー(4)、将来(4)、話(3)、セミナー(3)、社会(3)、行動(3)が抽出できた。

しかしながら、自分(17)は回答数が多いので、はずれ値として処理して平均値を求め、平均値(5.4)よりも大きな項目と小さな項目を5つずつ抽出した(図3参照)。

(4) RQ4の結果

インターンシップ研修直前、研修直後、研修終了半年後において、学生にはどのようなキャリア(就業)意識の変化が生じたかを検証するために、独立変数を研修前、研修直後、研修終了半年後、従属変数を漠然としたキャリアに関するイメージ(職業観、働く意識、仕事に対する興味関心)、具体的なキャリアに関するイメージ(就職したい業界、就職したい会社、就職したい職種)とする対応のある1要因の分散分析を行った。その結果、職業観($F(2, 272) =$

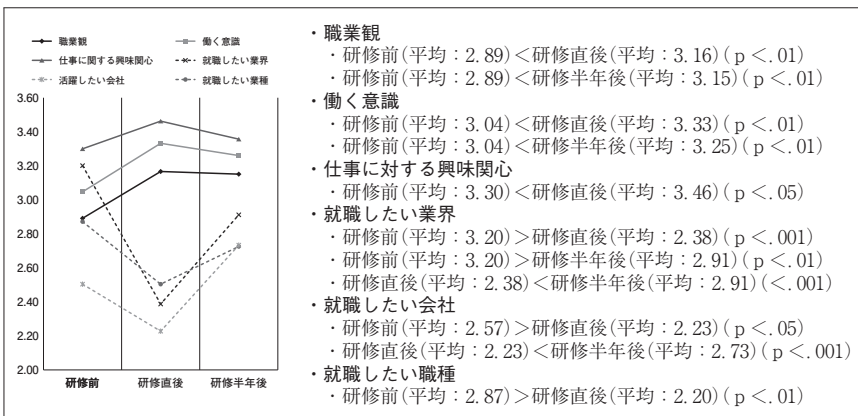


図4 研修直前、研修直後、研修終了半年後における
対応のある1要因の分散分析と多重比較の結果

8.46, $p < .001$), 働く意識 ($F(2, 270) = 7.93$, $p < .001$), 仕事に対する興味関心 ($F(2, 270) = 3.23$, $p < .05$), 就職したい業界 ($F(2, 272) = 36.55$, $p < .001$), 就職したい会社 ($F(2, 266) = 13.06$, $p < .001$), 就職したい職種 ($F(2, 264) = 7.22$, $p < .01$) で統計的に有意な差が見られた。

また、ボンフェローニの方法による多重比較の結果、職業観、働く意識、仕事に対する興味関心、就職したい業界、就職したい会社、就職したい職種において、研修前、研修直後、研修終了半年後で統計的に有意な差が見られた(図4参照)。

5 考 察

(1) RQ1 の考察

インターンシップ終了後の満足度調査では、満足という結果が多かった(亀野 [2004]; 浅野・植竹 [2006]; 竹沢他 [2010]; 大学コンソーシアムえひめ [2013])。

しかしながら、「事後の成果」が「事前の期待」を上回ることを「満足」(諏訪 [2009]; 青木 [2010])として捉えた場合、インターンシップ研修直後における「事後の成果」が「事前の期待」を上回っておらず、満足ではないと考えられる。

言い換えると、インターンシップに参加する学生は事前の期待が大きすぎるとも考えられる。つまり、学生はインターンシップに行きさえすれば何か得られるという「インターンシップへの過度の期待」を抱いていると考えられる。

また、インターンシップ研修直後と研修終了半年後における満足に関して、研修終了半年後の満足度が下がっていた。研修直後においては、インターンシップを終えたという達成感で満足度が高くなっていると考えられる。

これらのことを踏まえると事前研修では、インターンシップへの過度の期待を抑え、インターンシップ研修先で自主的に学生が考えて行動することを促す必要があろう。

また、研修直後におけるインターンシップの満足度調査だけでは、インターンシップが満足であるかは疑わしいと考えられる。

(2) RQ2 の結果

Arthur, et al. [1999] のキャリアコンピテンシーとして、①知識やスキルは「学ぶこと」「知ること」「知識」に対応し、②ネットワークや対人関係は「周り」「社会」に対応し、③働く意味や動機は該当がなかった。その他として責任や行動すること、マナーやコミュニケーションが確認できた。なお、インターンシップの効果としてマナーは竹沢他 [2010] でも挙げられている。

これらのことを踏まえると、インターンシップ研修において、知識やスキル、ネットワークや対人関係などの重要性は学んだものの、働く意味や動機の学びはなかったと考えられる。なお、インターンシップの効果として知識やスキル、ネットワークや対人関係などの重要性を学んだということは河野 [2011] の研究とも一致する。

働く意味や動機の学びがなかった理由として、インターンシップにおいてアルバイトのような職場体験がメインとなり、何のために働くのか、働く目的や動機を意識したプログラムが少ないからだと考えられる。今後は職場体験だけではなく、働く意味や動機を考えるプログラム⁵⁾が必要であろう。

(3) RQ3 の考察

まず、(a)インターンシップでの学びは大学生活で活用できたかに関して考察を行う。Arthur, et al. [1999] のキャリアコンピテンシーとして、①知識やスキルは該当がなく、②ネットワークや対人関係は「人」「社会人」「相手」に対応し、③働く意味や動機は該当がなかった。その他として、行動することやマナーが確認できた。

これらのことを踏まえると、大学生活においてインターンシップでの学びを活用できたものとして、ネットワークや対人関係は活用できたと考えられる。

しかしながら知識やスキル、働く意味や動機は大学生活で活用できていなかった。その理由として、インターンシップにおいて普段接する機会が少ない社会人であっても、人間関係の大切さは大学生活においても活用できるからである。これは竹沢他〔2010〕の研究における人間関係やチームワークの大切さと一致する。

その一方で、大学生活においては、インターンシップ先における知識やスキルは直接大学で活かせるものではなく、また、大学生活においては働く意味や動機を意識することは少ないので活用できなかったと考えられる。今後は大学生活においてインターンシップ研修後の体験をもっと活用できる導きが必要であらう。

次に、(b)今後大学ではどのようなことを学ぼうと考えているかについて考察を行う。Arthur, et al.〔1999〕のキャリアコンピテンシーとして、①知識やスキルは「学んだこと」「知識」に対応し、②ネットワークや対人関係は「人」に対応し、③働く意味や動機は該当がなかった。

河野〔2011〕では、インターンシップ経験者は未経験者に比べて、大学の授業に対しその活用法を知りたいと望んでいたと述べていた。

本研究でも、今後大学で学びたいものとして、知識やスキル、ネットワークや対人関係は学びたいとあったものの、働く意味や目的は大学で学ぼうと考えていないことが明らかになった。その理由として、知識やスキルはゼミや授業において学ぶことができ、ネットワークや対人関係もゼミやサークル、ボランティアで学ぶことができるからであらう。

その一方で、大学生活においては、働く意味や動機は大学教職員からは学ぶことができず、企業で働く人からしか学べないと考えているのかもしれない⁹⁾。今後は、インターンシップ研修後の大学生活において、大学で働く意味や動機などをもっと考えさせる工夫が必要であらう。

(4) RQ4の考察

研修直前、研修直後、研修終了半年後におけるキャリア（就業）意識の変化を調査した結果、漠然としたキャリアに関する意識変化では、「 \wedge 型」の変化であった。その理由として、漠然とした意識なので、インターンシップの研修を体験した直後に最もピークを迎え、その後、下降したと考えられる。

一方で、具体的なキャリアに関する意識変化では、「 \vee 型」の変化であった。その理由として、インターンシップ研修を実際に体験することで、業界、職種、会社を現実知り、一旦は迷いが生じ下降したものの、研修終了半年後には就職活動があるので、再び高まったと考えられる。

また、後期15回の授業のうち、4回が就職活動に関しての内容であり、加えて、インターンシップ参加者の63.6%が3年生であったことも「 \vee 型」の変化に影響を与えていると考えられる。

高良・金城[2001]では、職業レディネスおよび進路選択に対する自己効力感の点から就業意識に関するインターンシップの効果は見られなかったと述べている。

また、平野[2010]では、業務内容が社員と同様の仕事かアルバイトやパートの業務かによって、就業意識や職業・職種に対する理解や適性認識が向上したり、しなかったりすると述べている。

高良・金城[2001]や平野[2010]の研究結果と本研究結果が異なる理由は、研修直前、研修直後、研修終了半年後における3ステップの学生アンケートの方法を用いたからだと考えられる。

6 お わ り に

最後に、本研究の(1)貢献と(2)今後の課題について整理する。

(1) 貢献

私立M大学における3ステップの学生アンケート調査（研修直前、研修直

後、研修終了半年後）ではあるものの、インターンシップ研修の長期的な教育効果を統計解析とテキストマイニングを用いて多面的に評価して提示した。その結果、インターンシップ研修の課題は事前期待を超えておらず、学生は「インターンシップへの過度の期待」を抱いていること、また学生は働く意味や目的を認識できていないことを明らかにした。総じて、大学が期待しているインターンシップ研修の効果が達成できているとはいえないことも示した。

(2) 今後の課題

3ステップの学生アンケート（研修直前、研修直後、研修終了半年後）のデータを蓄積し、本稿の知見をさらに検証する必要がある。特にテキストマイニングはデータ数を増やす必要がある。また、3回目の研修終了半年後における調査では、時期的に学生が就職活動に入っているため、会社、職種、業界、キャリアへの意識を高めていると考えられる。今後はインターンシップ研修を受けていない学生との比較研究も必要であろう。

注

- 1) 堤 [2007] では、教育効果測定とは教育研修の有効性を調査する活動であり、次の4つをあげている。それは①期待したリターンを得ることができたかを確認すること、②研修内容を改善するための情報を入手すること、③変化を見える形にすること、④教育研修の課題解決機能を向上させることである。
- 2) なお亀野 [2011] では、インターンシップに関する既存研究（真鍋 [2010]；岡田・山口 [2009]）では、参加した学生の自己評価のみを分析のデータとしており、複数の主体の評価を用いて分析している研究は加藤 [2008] のみであると述べている。
- 3) そもそも学生が大学への貢献として「何を貢献」とするかも1つの課題である。
- 4) なお、テキストマイニングにおいては必ずしも適切な出現頻度数が決まっているわけではない。
- 5) なお、ネットトヨタ南国(株)のインターンシップでは職場体験よりも、働くとは何か、幸せとは何かといった内容に多くの時間を割いている。
- 6) 実際、大学のキャリアセンターを活用せず、インターンシップ先の企業に就職相談をする学生もいる。

参 考 文 献

[外国語文献]

- Arthur, M (1994) "The Boundaryless Career : A New Perspective for Organizational Inquiry", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 15, pp 295-306.
- Arthur, M. B, Inkson, K., Pringle, J. K (1999) *The new careers : individual action and economic change*, Sage Publication.
- Kirkpatrick, D. L (2005) *Evaluating Training Programs : The Four Levels*, Berrett-Koehler.

[日本語文献]

- 青木幸弘 (2010), 『消費者行動の知識』, 日本経済新聞出版社。
- 浅野浩子・植竹由美子 (2006), 「キャリア教育としてのビジネス・インターンシップ」, 『仙台百合女子大学紀要』, 第10号, pp 89-104。
- 太田悠介・高中公男 (2012), 「インターンシップ体験による社会人基礎力向上への寄与：芝浦工業大学大学院工学マネジメント研究科におけるインターンシップの効果分析」, 『工学教育研究講演会講演論文集』, pp 550-551。
- 岡田文雄・山口由岐夫 (2009), 「東京大学化学システム工学専攻のインターンシップの概要と課題」, 『日本インターンシップ学会誌』12号, pp 9-16。
- 奥野竜平・伊藤譲・森脇俊道・山北剛 (2015), 「企業と大学が連携したインターンシップ(第4報)：社会人基礎力の自己評価」, 『工学教育研究講演会講演論文集』, 第63号, pp 262-263。
- 亀野淳 (2004), 「インターンシップにおける教育的意義」, 『工学教育』, 52(4), pp 25-29。
- 亀野淳 (2011), 「インターンシップ参加学生の事後満足度と企業の学生評価との関連性に関する研究：北海道大学の事例をもとに」, 『日本インターンシップ学会誌』14号, pp 1-8。
- 加藤敏明 (2008), 「立命館大学におけるコーオペ教育手法と評価研究」, 『日本インターンシップ学会誌』11号, pp 17-23。
- 金森敏 (2007), 「官僚組織における社内企業家のキャリア形成に関する一考察」, 『日本経営学会誌』, 第19号, pp 27-38。
- 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」, 『日本インターンシップ学会年報』14号, pp 9-15。
- 諏訪良武 (2009), 『顧客はサービスを買っている：顧客満足向上の鍵を握る事前期待のマネジメント』ダイヤモンド社。
- 大学コンソーシアムえひめ (2013), 『大学コンソーシアムえひめインターンシップ受入企業アンケート調査』。
- 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』, 第8号, pp 39-57。

- 竹沢昌子・出口宝・平野貴也（2010）,「2年生必修科目のインターンシップの評価に関する研究：インターンシップ履修学生および受入施設・企業に対する意識調査の比較分析」,『名城大学紀要』,第16号, pp 191-219。
- 堤宇一編著（2007）,『はじめての教育効果測定』,日科技連。
- 中川忠宣（2015）,「インターンシップ授業の展開と社会人基礎力の育成への効果」,『日本生
活体験学習学会誌』,第15号, pp 19-28。
- 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』,第31号, pp 49-65。
- 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」,
『日本インターンシップ学会誌』13号, pp 9-17。