

学生にとってインターンシップとは何か ～学生の立場からの考察～

青山学院大学 大学院 佐藤広夢

インターンシップ期間:2014年9月～2015年2月

1. はじめに
2. 調査概要
3. インターンシップへの意識
4. インターンシップへの不満
5. 学生とインターンシップ

■ 1. はじめに

このレポートでは、私が現在大学院で学んでいる統計学の知識に加え、(株)ディスコの調査部門でのインターンシップを通じて得た知見をもとに行ったアンケート調査の結果から、学生がインターンシップをどのように受け止め、またどのような点に意義や不満を感じているのかについて学生の立場から考察する。

■ 2. 調査概要

政府方針の「日本再興戦略」による採用スケジュールの繰り下げにより、2016年卒の就職活動は大きく変化する。選考開始は8月からとなり、企業は学生と接触できる時間が短くなるため、インターンシップが学生とのコミュニケーションの場として重要な接点になっている。学生にとっては、選考時期の後ろ倒しにより就職活動が長期化する可能性や、情報の横溢などによって、混迷した就職活動が予想される。そのような中、学生のインターンシップに関する意識の実態を明らかにするために、アンケート調査を実施した。

調査協力者は、青山学院大学に通う大学生を対象とした。150部の質問紙を用意し、有効回答数は147人(1年34人、2年27人、3年50人、4年36人)であった(回収率:98%)。1月の最終週、後期テスト直前のキャンパスで、無作為に手渡しして約10分後に回収する方法でアンケート用紙を配布した。なお、文系の学部しか設置されていない青山キャンパスで調査を実施したため、被験者はすべて文系の学生であった。

◆調査概要

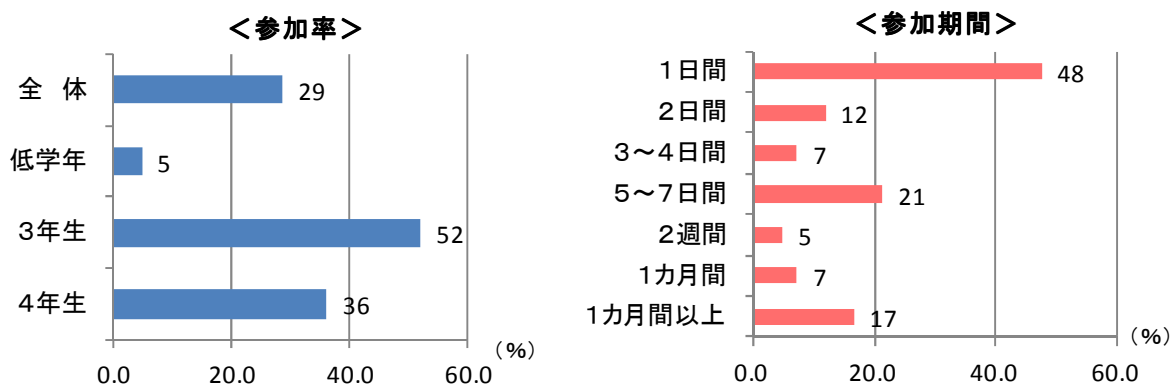
| | | |
|-------|----------------|-------|
| 調査場所 | 青山学院大学 青山キャンパス | |
| 日時 | 2015年1月26日 | |
| 配布数 | 150部 | |
| 有効回答数 | 147部 | |
| 1年生 | 34人 | 23.1% |
| 2年生 | 27人 | 18.4% |
| 3年生 | 50人 | 34.0% |
| 4年生 | 36人 | 24.5% |

※4年生には、3年生次に参加したインターンシップを思い出してもらい、回答を求めた。

■ 3. インターンシップへの意識

2013年9月13日に一般社団法人日本経済団体連合会により発表された「『採用選考に関する指針』の手引き」においては「インターンシップは、産学連携による人材育成の観点から、学生の就業体験の機会を提供するものであり、社会貢献活動の一環と位置付けられるものである」とされている。このことから、学生の成長や社会で活躍できる人材の育成が日本におけるインターンシップの意義・目的と捉えられる。

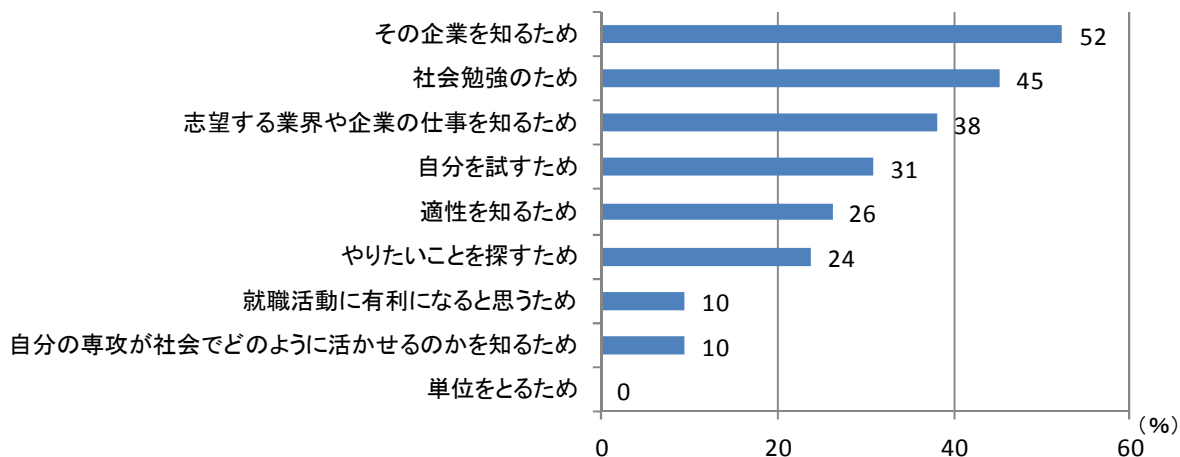
【図1】インターンシップの参加率と参加期間



今回の調査では、インターンシップへの参加率は低学年（1～2年生）5%、3年生52%、4年生36%であった。参加期間は1日間で最も多く（48%）、2日間（12%）、3～4日間（7%）、5～7日間（21%）、2週間（5%）、1カ月間（7%）、1カ月以上（17%）であった【図1】。また、参加社数は1社が最も多く（55%）、3社（17%）、2社（14%）と順に続いた。参加率が最も高い1日間の次に参加率が高いのは、1週間程度のもものと1カ月以上のものであり、このことから二極化が生じていることがうかがえる。参加率と参加期間を合わせて考察すると、多くの学生は、少ない社数で短期のインターンシップに参加している状況であると考えられる。この状況は、業務内容を密に体験し、学生の成長を促すという意味では不十分なものであると言えよう。

次に、インターンシップ経験者にインターンシップへの参加目的について聞いたところ、【図2】のような結果となった。参加目的では、「その企業を知るため」「志望する業界や企業の仕事を知るため」といった項目が多く回答されており、学生は業界・企業研究や具体的な仕事内容を求めて、インターンシップに参加していることがうかがえる。また、「就職活動に有利になると思うため」の回答率は最も低く10%であった。しかし、インターンシップに参加すると就職に有利になるかどうかについて、別の問いで4択でたずねたところ、67%の学生が有利になると答えた（とても有利だと思う：24%、やや有利だと思う43%）。つまり、インターンシップに参加すると就職に有利になるかどうかについては、明白な参加理由としては捉えられておらず、漠然と有利になると考

【図2】インターンシップの参加目的



えている学生が多いと考えられる。

さらに、学年別に最も回答率が多かった参加理由を見ると、低学年（1～2年生）では「社会勉強のため」（67%）、「適性を知るため」（67%）が最も回答率が高く、3年生は「その企業を知るため」（69%）、4年生は「志望する業界や企業の仕事を知るため」「自分を試すため」（39%）が最も高かった。この結果からインターンシップへの参加理由は、学年を追うごとに、より具体的で的を絞ったものになっていると考えることができる。

また、参加目的の自由記述回答からは、不安からインターンシップに参加した、あるいは参加しようとしている学生の実態がうかがえた。インターンシップに参加する理由として、「新スケジュールにより就活が長期化すると聞いたので、インターンシップに参加して一歩リードして、早く楽になりたいから」「16卒の就活は予想が付きづらく、出遅れると不安が大きくなるから」などが記述されていた。前例のない新スケジュールに対する不安は、インターンシップに参加する一要因となっていると考えられる。

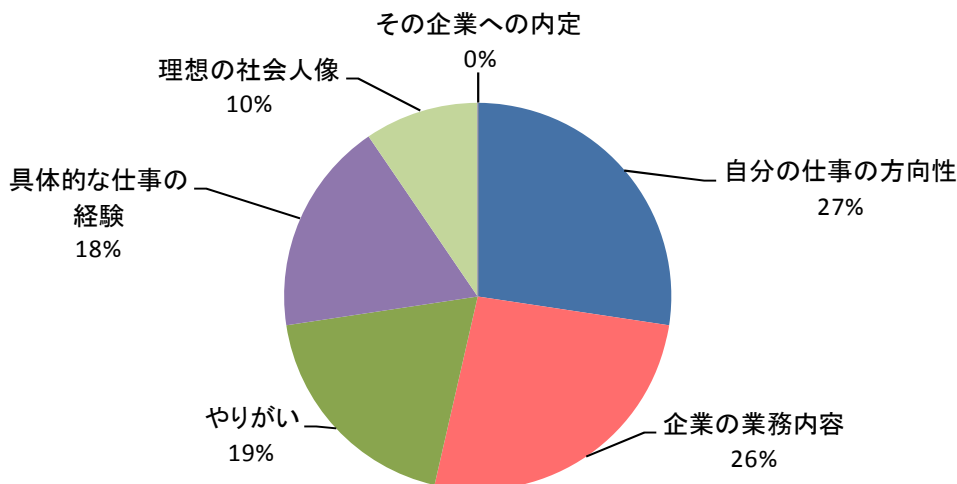
インターンシップを通じて獲得したと思うものに関する質問では、「自分の仕事の方向性」「企業の業務内容」が多かった【図3】。この

ことは、インターンシップに参加することによって自分の「軸」を形成していることを表していると思われる。また、学年別に獲得できたのを見ると、学年を追うごとに「自分の仕事の方向性」の回答率は高くなっており（低学年：0%、3年生：58%、4年生：62%）、高学年ほど、仕事の方向性という自分の「軸」を形成していることがわかった。

一方、回答数が少なかったのは「理想の社会人像」と「具体的な仕事の経験」であった。特に、「具体的な仕事の経験」は学年別に見ても、一貫して低かった（低学年：33%、3年生：39%、4年生：31%）。以上の結果から、具体的な仕事内容を知りたいという学生のインターンシップへの参加目的は達成されていないことが示唆された。

また、自由記述回答からは、他の意識の高い学生と交流することで、自分を客観的に見られるようになったという意見が多数寄せられた。つまり、学生は不安のある中、インターンシップを通して、就きたい仕事の疑似体験から、将来の自分の仕事の方向性を決める「軸」を形成し、さらに意識の高い他の学生との出会いから危機感を喚起されることによって客観的な視点を形成していると考えられる。

【図3】インターンシップで獲得したもの



■ 4. インターンシップへの不満

インターンシップ経験者に、インターンシップに対する不満を聞いたところ、【図4】のような結果となった。インターンシップに対する不満は「課題がゲームのようだった」「期間が適切でなかった」「企業説明が多かった」「社員との交流が少なかった」の順に多かった。また、学年別に見ると、低学年では「社員との交流が少なかった」(67%)、3年生では「課題がゲームのようだった」(46%)、4年生では「期間が適切でなかった」(31%)がそれぞれ最も高く、学年によって不満の質が異なることがわかった。

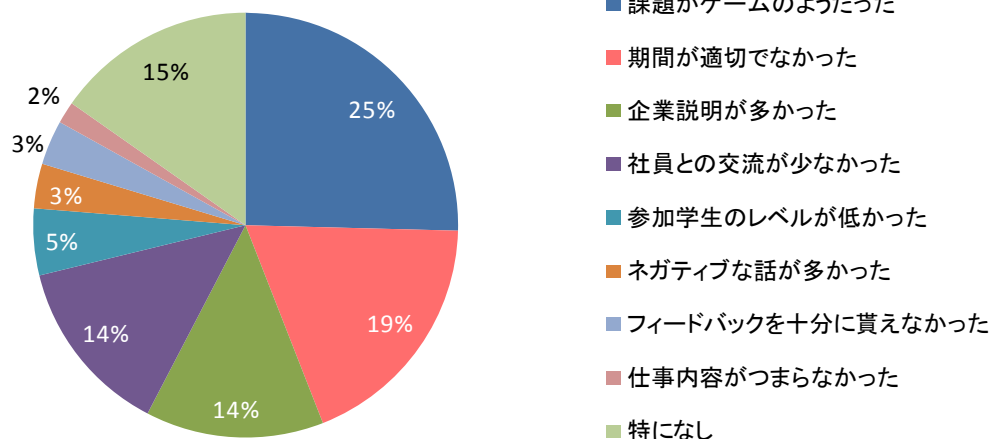
自由記述の回答欄には、この3つの不満を具体的に語っているものが多く、「講義形式が多く、社員との距離が遠く思えた」「期間が短いにもかかわらず、会社説明の部分が多く、職業体験をさせてもらえなかった」「課題がありきたりで、ずっと座ったままだったので眠くなった」などがあった。また、今回話を聞いた学生(3年生男子)は志望業界を絞らず、様々な業界の8社のインターンシップに参加したが、「参加したインターンシップの中には、短い時間のほとんどをグループワークによるタスクに割いているものがあった。タスク終了後には

十分なフィードバックが貰えず、この会社に入ったらどういうことができるのかについて、具体的なイメージが湧かなかった」と不満を語っていた。インターンシップは仕事の概要に触れることはできるが、仕事内容理解の不足が生じてしまうことがあると思われる。主催する企業側がタスクの内容から何を伝えなかったのかを明確にすることによって、学生の満足度は高まると考えられる。不満があるインターンシップは、学生目線に立つことができず、一方的に会社説明を行って満足したり、十分な業務の体験ができなかったりと、学生のメリットが少ない場合が多いと考えられる。

■ 5. 学生とインターンシップ

今回の調査では、インターンシップに参加することによって、学生は自分の「軸」を形成していることが示唆された一方で、前例のない新スケジュールに対する不安やインターンシップ経験が漠然と就職に有利になると考えていることから、インターンシップに参加する学生がいることがわかった。また、学生は業界・企業研究の一環として、具体的な仕事内容を求めて、インターンシップに参加している。しかし、インターンシップで獲得できなかったもので指摘されたのは「具体的な仕事の経験」であり、

【図4】インターンシップへの不満



学生のインターンシップへの参加目的が達成されていない実状が見られた。このことは、インターンシップへの不満に繋がると思われる。つまり、インターンシップは仕事の概要に触れることはできるが、仕事内容理解の不足が生じてしまうことがあるということである。不満があるインターンシップは、学生目線に立つことができおらず、「会社が行っている事業内容の紹介＝広告・宣伝」等の目的が前面に出てしまい、学生が十分な業務の体験ができない場合が

多いと考えられる。業務内容を「紹介する」企業と、業務内容を「体験したい」学生。この点において、学生と企業のニーズは異なっている。今回の調査では、短期間でのインターンシップを経験している学生が目立った。しかし、短期間であっても、仕事のイントロダクションに触れる程度ではなく、業務内容を体験し、学生の就業観の「軸」を養うという学生目線のインターンシップを、学生は求めている。