

論文 article

学生の就業意識向上を目的とした新たなインターンシップの効果検証 ー CPM インターンシップ参加学生を対象としたモデル調査 ー

原稿受付 2020 年 8 月 3 日

ものづくり大学紀要 第 10 号 (2020) 67 ~ 72

新井達也^{*1}, 荏塚玲奈^{*2}, 田尻要^{*3}, 守家志和^{*4}, 木村奏太^{*5},^{*1-2} ものづくり大学大学院 ものづくり学研究科 ものづくり学専攻^{*3} ものづくり大学 技能工芸学部 建設学科^{*4} ものづくり大学 非常勤講師^{*5} 埼玉県立いずみ高等学校 環境建設科 技術教員

Verification of the effects of a new internship aimed at improving students' employment awareness -Panel survey for CPM internship students-

Tatsuya ARAI^{*1}, Reina NIRAZUKA^{*2}, Kaname TAJIRI^{*3}, Kazushi MORIYA^{*4}, Souta KIMURA^{*5}^{*1-2} Graduate Student, Graduate School of Technologists, Institute of Technologists^{*3} Professor, Dept. of Building Technologists, Institute of Technologists, Dr. Eng.^{*4} Part-time Lecturer, Dept. of Building Technologists, Institute of Technologists^{*5} Technical Teacher, Dept. of Environment and Construction, Saitama Prefectural IZUMI High school**Abstract**

Due to recent changes in social conditions related to employment, efforts to support good matching between students and companies have become important in university education. The 40-day internship at Institute of Technologists is a valuable program to improve students' professional skills and build relationships between local companies and university students. However, the impact of this internship on students' employment awareness has not been fully analyzed. Then, as one of the means to solve these problems, Institute of Technologists newly designed and implemented an internship program for the purpose of forming employment awareness of university students.

Therefore, in this study, we conducted a survey on the employment consciousness of participating university students for the purpose of clarifying the effect of this new internship on students.

Key Words : Internship program, Promotion of local employment, Career education at university,

1. はじめに

近年では年功序列や新卒一括採用など従来型の制度が見直され、企業と学生を取り巻く環境は変化しつつある¹⁾³⁾。大学教育においてもインターンシップ(以下 IS)やキャリア支援制度など、学生へのよりよい経験の提供と企業との良好なマッチ

ング等の支援がより一層重要視されるようになりつつある⁴⁾⁵⁾。ものづくり大学で実施している 40 日間の長期 IS は、学生の就業意識・専門技能の向上に加え、地域企業と学生とを密に繋げることににより地域産業の発展に寄与している貴重な取り組みであるが、長期 IS が学生の就業意識及ぼす

影響に関してはまだ検討の余地が残されている。このような状況を解決するべく当研究室では、学生の就業軸の形成を目的とし「キャリア」「プライベート」「モチベーション」に着目した「CPM インターンシップ」を立案、2019 年度では地元建設業社 2 社の協力により 4 名の学生に実施、キャリアアップを通じた業務体験とプライベート体験によって自身の就業疑似的に体験できる新たな IS の展開手法のひとつとして調整を進めている。そこで本研究では、CPM インターンシップ参加学生、企業担当者に対して意識調査を行い、就業に関する価値観の変化を分析することによって CPM インターンシップの効果を検証する。

2. 実施背景

2.1 事前調査の概要

ものづくり大学で実施している長期 IS が学生の就業意識にどのような影響を及ぼすかを分析するために 2018 年～2019 年にかけて学生を対象とした就業意識に関する意識調査を行った。調査の概要を Table1 に示す。また本研究では学生の就業観をキャリア(以下 Cr)とプライベート(以下 Pr)の観点から学生が企業選択に重視する項目を 5 段階評価(1～5 点)で調査した項目を Table2 に示す。

Table1 Overview of the survey

No.	項目	概要
1	調査方法	経年追跡によるアンケート調査
2	調査対象	ものづくり大学建設学科学部生
3	調査日時	①2018年11月26日(月)～12月17日(月) ②2019年11月27日(火)～12月20日(金)
4	配布/回収方法	直接配布/直接回収
5	学年	1年生 2年生 3年生 4年生
6	回収部数 (回収率)	2018年 155/189部 (82%) 145/175部 (83%) 76/124部 (61%) 109/159部 (69%) 2019年 132/136部 (97%) 142/148部 (96%) 96/142部 (68%) 97/128部 (76%)

Table2 List of survey items

No.	キャリア(Cr)	重視度	プライベート(Pr)	重視度
1	業界・仕事内容への魅力	1～5点	給料の満足感	1～5点
2	様々な仕事に関われる環境		福利厚生の充実	
3	成長・挑戦できる環境		人間関係・職場環境	
4	目指したい先輩がいる環境		育児や家庭との両立への配慮	
5	地域や社会への貢献度の高さ		労働・残業・通勤時間の短さ	
6	社名や役職等の満足度		自分の趣味の取得時間	
	合計	6～30点	合計	6～30点

1:重視していない 2:あまり重視していない 3:どちらでもない 4:重視している 5:とても重視している

本調査では、学生の IS 前後における就業観の変化を分析するために、Cr, Pr の各 6 項目の総和を

Cr 値, Pr 値とし、学生の就業意識を把握する。また数ある企業の中から学生が希望の就職先を選択する際には、①企業をどの程度の熱量を持って志望したか(モチベーション値=Mt 値)②企業選択の際に Cr と Pr を重要視する割合(ワークライフバランス度=Wlb 度)の 2 点が重要と考えられるため、

$$\text{①Mt 値} = \text{Cr 値} + \text{Pr 値}$$

$$\text{②Wlb 度} = \text{Cr 値} - \text{Pr 値}$$

と定義した。また、ワークライフバランスは Cr と Pr のバランスが保たれていることが理想的であると考えられることから Wlb 度=0 を理想値として本稿では学生の就業意識を分析する。

2.2 事前調査の結果・分析

2.2.1 長期 IS の影響度分析

本学の長期 IS が学生の就業意識に及ぼす影響を分析するために IS 実施前後での企業選択に重視する Cr・Pr 項目を調査し、IS 前後の Mt 値と Wlb 度を疑似的に算出した。なお、IS 未実施である 1 年生においては IS 実施後の点数(推測値)を回答してもらった。学年別の IS 前後の Mt 値と Wlb 度の推移を Fig.1 に示す。どの学年においても IS 実施後に Mt 値が上昇しており、長期 IS が学生の働く意欲の向上に寄与していることが伺える。一方で Wlb 度に着目すると、IS 経験後である 2, 3 年生では Mt 値は上昇しているものの Cr 重視から Pr 重視へと意識が変化していることがわかる。また、4 年生では、Pr 重視から Cr 重視に変化しており、IS 経験のある学生ではワークライフの価値観が反転していることがわかる。40 日間の実践的な職務体験は、学生の就業観の形成に効果的であるが Cr, Pr の一方に偏った就業観の形成を補助してしまう可能性が考えられる。

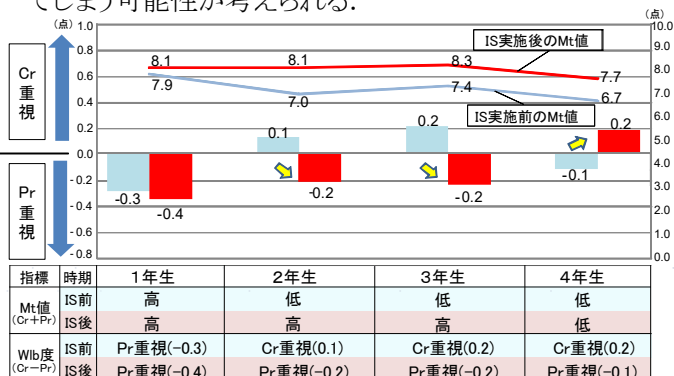


Fig.1 Changes in work consciousness of university students

2.2.2 Cr 項目に関する意識変化

IS 前後での各 Cr 項目における平均値の変化を Fig.2 に示す⁽¹⁾。各 Cr 項目の重要度に着目すると、IS 経験前後で「様々な仕事に関わる環境」と「社名や役職等への満足度」が IS 後に上昇していることがわかる。従って、本学の長期 IS が仕事の多様さややりがい発見の機会として機能していることがわかる。一方で「目標となる先輩のいる環境」のみ減少傾向にあることがわかる。

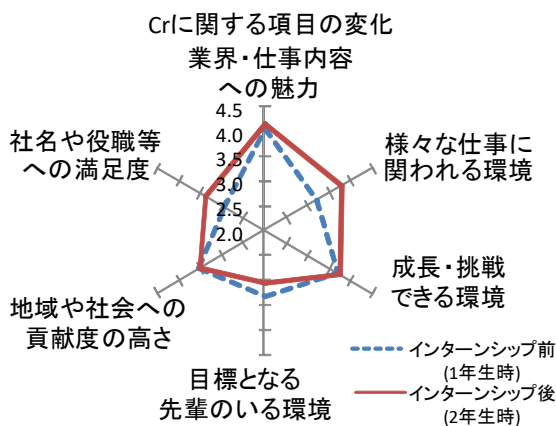


Fig.2 Average evaluation value of Cr items required for employment before and after IS experience

2.2.3 Pr 項目に関する意識変化

IS 前後での Pr 項目における平均値の変化を Fig.3 に示す⁽¹⁾。Pr 項目の重要度に着目すると、先ほどの Fig.2 の Cr 項目の重要度と比べて、比較的に変化がみられず、高得点で安定していることがわかる。IS において就職後の Pr のに関する体験や情報が不足していることによって、学生時の理想的な Pr 像を維持していると考えられる。

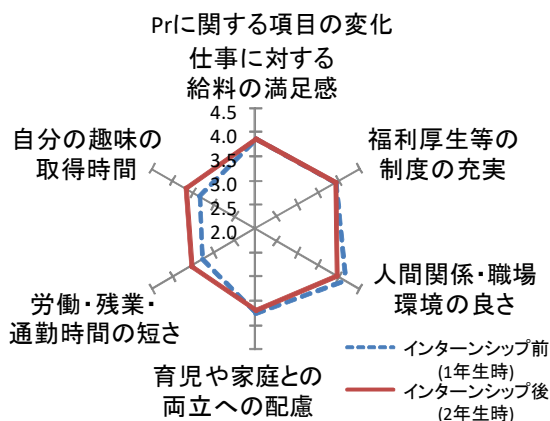


Fig.3 Average evaluation value of Pr items required for employment before and after IS experience

3. CPM インターンシップの概要

3.1 CPM インターンシップの概要

CPM インターンシップのモデル概要を Fig.4 に示す。本 IS は前述の長期 IS で得られた知見をもとに 40 日間の期間で新入社員クラスから役員クラスまでの「キャリアアップ」と社会人における Pr のモデルケースを知見することを目的とした「家庭留学」の実施によって Cr・Pr 双方向からの経験を蓄積し学生の就業意識の醸成を図る。本プロジェクトにおける家庭留学は、「各担当者のご家庭に訪問し、本人およびご家族から家庭状況や職場とのギャップなどの見聞きする」経験とし、キャリア毎の生活感の疑似体験を表している。なお、具体的な日数や役職名においては各企業の組織形態・役職名に準拠し実施した。



Fig.4 CPM internship program image

3.2 IS 実施概要

2019 年度に 2 社で実施された CPM インターンシップの概要を Table3 に示す。2019 年度では「総合建設業」「専門工事業」に属するそれぞれ 2 社の企業にて各 2 名の学生が CPM インターンシップを実施した。どちらの企業においても業務体験においては各役職の方々に同行し業務を体験、疑似的なキャリアアップ体験を行った。また家庭留学では、業務終了後にご家庭で一緒に食事をとりながら、ライフスタイルや仕事と家庭の両立に関する対話を行った。

Table3 CPM internship overview

総合建設業での実施プログラム詳細					
CPMインターンシップ前半			CPMインターンシップ後半		
インターンシップ期間	業務概要	プライベート体験	インターンシップ期間	業務概要	プライベート体験
第1週目 【6月17日(月)～21日(金)】	ガイダンス+営業設計部門体験		第5週目 【7月16日(火)～19日(金)】	【工事部門】新入社員クラスの業務を体験	
第2週目 【6月24日(月)～28日(金)】	【営業設計部門】新入社員クラスの業務を体験	7月13日(土)社内交流会を実施	第6週目 【7月22日(月)～26日(金)】		
第3週目 【7月1日(月)～5日(金)】			第7週目 【7月29日(月)～2日(金)】	同部門の管理職業務を見聞	管理職の方とお食事
第4週目 【7月8日(月)～12日(金)】	同部門の管理職業務を見聞	管理職の方とお食事	第8週目 【8月5日(金)～13日(火)】	専務職の業務体験	専務職の業務に関する講義
専門工事業での実施プログラム詳細					
CPMインターンシップ前半			CPMインターンシップ後半		
インターンシップ期間	業務概要	プライベート体験	インターンシップ期間	業務概要	プライベート体験
第1週目 【6月17日(月)～21日(金)】	ガイダンス+新入社員(入社1年目)と作業を体験		第5週目 【7月16日(火)～19日(金)】	通常現場作業+部長とともに現場体験	
第2週目 【6月24日(月)～28日(金)】		6月28日(金)新入社員2人の夕飯に同席	第6週目 【7月22日(月)～26日(金)】		部長のお宅へ訪問ご家族と食事
第3週目 【7月1日(月)～5日(金)】	管理者としての業務を見学・体験		第7週目 【7月29日(月)～2日(金)】	通常現場作業+取締役の業務を見学	
第4週目 【7月8日(月)～12日(金)】		業務終了後部長2人のお宅に訪問	第8週目 【8月5日(金)～13日(火)】	取締役の業務を現場から経験	8月9日(金)取締役のご家族と食事

3.3 検証調査の概要

CPM インターンシップを行った学生4名の就業意識を分析するために、各役職体験の最終日に意識調査を実施した。調査項目を Table4 に示す。本調査では学生の詳細な意識変化を把握するために各項目 10 段階評価(1 点:重視しない～10 点満点:とても重視する)で分析を行った。

Table4 List of survey items for CPM internship

No.	キャリア(Cr)	重視度	プライベート(Pr)	重視度
1	業界・仕事内容への魅力	1～10点	仕事に対する給料の満足感	1～10点
2	様々な仕事に関われる環境		福利厚生充実	
3	成長・挑戦できる環境		人間関係・職場環境	
4	目指したい先輩がいる環境		育児や家事との両立への配慮	
5	地域や社会への貢献度の高さ		労働・残業・通勤時間の短さ	
6	社名や役職等の満足度		自分の趣味の取得時間	
合計		6～60点	合計	6～60点
重要視している度合いについて1～10点満点で設定し、学生が該当点数に○を記入				

4. 効果検証調査の結果・分析

4.1 関係者ヒアリングの結果

CPM インターンシップ参加学生、および実施企業の担当者からのヒアリング結果を Table5 に示す。参加学生はキャリアアップ体験に対して業務の幅や就職後のキャリアに対して新たな知見を得ることに寄与したと評価し、家庭留学においては建設業就職後におけるプライベートの在り方について考えるきっかけになっていることがわかる。また、企業の担当者のヒアリングより、各役職での業務を体験させたことによって、通常のインターンシップでは把握しきれなかった学生個々人の業務適正を把握するきっかけになったと評価していることがわかる。以上より、CPM インターンシップは学生の就業意識の形成に加え、企業サイドにおける新入社員の適正把握・教育手法の考案に一定の効果があることが明らかとなった。

Table5 List of hearing results from related parties

	キャリアアップ体験	家庭留学体験
学生	クラスごとの家庭の在り方を見聞きし、自身が家庭を持った時等のことを考えるきっかけとなった。	取締役クラスの業務体験+家庭留学を通じ、企業が地域社会とともに歩んでいく重要性を感じた。
	転職や昇進など、就職したその先のことを考えた働き方の重要性を感じた。	家庭留学を通じて仕事をしながら家庭を支える大変さを実感した。
	まだ2週間しか研修していないが、大学では経験できなかった視点で工事現場を体験できた。	家庭を持ちたいと強く思った。
	様々な工事現場を見てとても勉強になった。	
担当者	学生の各役職での取り組みや成果物等から、様々な適正や可能性を見出すきっかけになった。	家庭留学のハードルは高いが大学生がどのように企業や職場、家庭について考えているかを深く知ることができ、学生を身近に感じることができた。
	今回のインターンシップでの経験を通じて、社内の新人教育に役立てられればと思う。	職場とは異なった振る舞いや趣味、家庭を持つ大変さを感じてもらえたと思う。
		家庭のみならず、私生活における地域との関わりを感じてもらえればと思う。

4.2 CPM インターン中の意識変化

4.2.1 専門工事業「学生 A」の場合

専門工事業にて CPM インターンシップを実施した学生の意識変化を Fig.5 に示す。キャリアアップを体験するにつれて Mt 値が上昇していることがわかる。また、Cr 項目の上昇率が高いことから、本 IS で疑似的にキャリアアップを経験することによって、企業への関心の醸成に寄与したと考えられる。また、係長クラスにおいて Mt 値の上昇率が最も高いことから、該当企業においては、新入社員クラスの次の役職である係長クラスが学生に働く Mt を与える傾向の役職と考えられる。

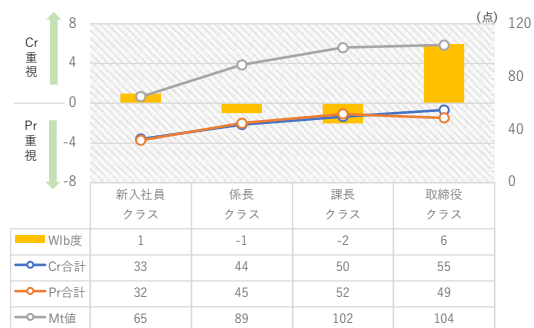


Fig.5 Awareness of work for each position

-Example of a surveying company-

4.2.2 総合建設業「学生 B」の場合

総合建設業にて CPM インターンシップを実施した学生の IS 中の意識変化を Fig.6 に示す。Wlb 度に注目すると、初期段階より Cr に偏った就業意識を有していることから、仕事への高い関心があることがわかる。一方で部長クラス時において Pr 項目が上昇し Wlb 度が 0 に接近していることから、家庭留学によって仕事と家庭とのバランスを意識が高まったと考えられる。

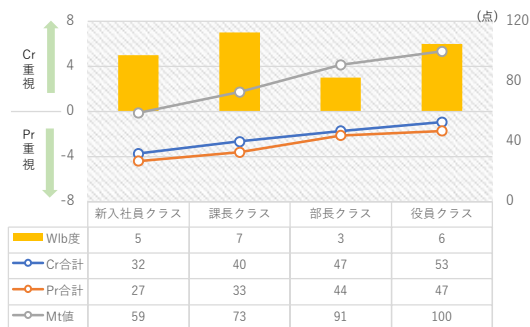


Fig.6 Awareness of work for each position

- Example of a construction company -

4.3 キャリアアップにおける意識変化

4.3.1 専門工事業「学生 A」の場合

専門工事業における各役職体験別の Cr 項目の意識変化を Fig.7 に示す。全項目において Cr に関する項目への興味が高まっていることがわかる。また、新入社員～係長クラス間において「様々な仕事に関わる環境」への興味が 4pt と上昇しており、他項目に比べ突発的に上昇している。新入社員クラスの業務では実感できなかった業務の幅広さを係長クラスという管理する側から経験することで実感することができたと考えられる。

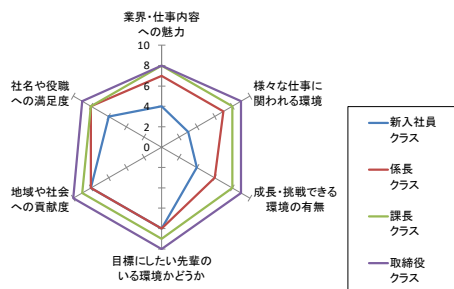


Fig.7 Change in consciousness about career items-Example of a surveying company-

次に Pr 項目の意識変化を Fig.8 に示す。新入社員～係長クラスに着目すると 3 項目にて 3pt 以上の急激な上昇がみられ、pr 項目に関する価値観の醸成に寄与していると伺える。また、課長～取締役クラスでは「仕事内容に対する給料の満足度」が減少していることがわかる。役職別の生活や価値観を知見することによって、給料面における自身のモデルイメージが形成されたと考えられる。

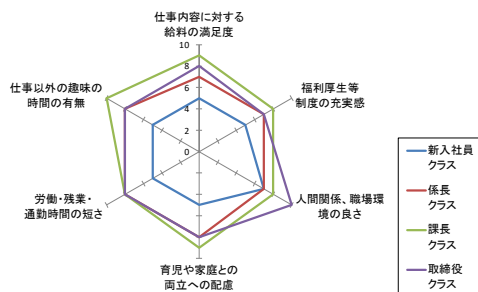


Fig.8 Change in consciousness about private items
-Example of a surveying company-

4.3.2 総合建設業「学生 B」の場合

総合建設業における各役職体験別の Cr 項目の意識変化を Fig.9 に示す。どの項目においてもキ

ャリアアップによって興味関心が上昇していることから、キャリアアップによって業界や業務への関心が高まる公があると考えられる。特に学生 B においては各役職を体験する毎に「目標にしたい先輩がいる環境」への関心が高まっていることがわかる。キャリアを追体験することによって社員同士による縦方向の関係構築の重要性や先輩社員のあり方に対する考えが深まったと考えられる。

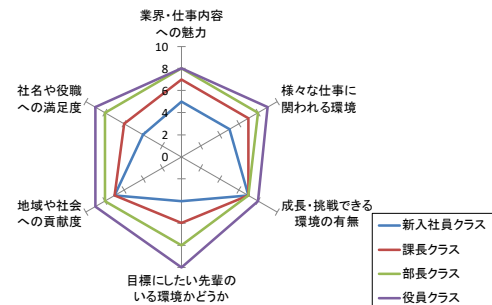


Fig.9 Change in consciousness about career items
- Example of a construction company -

次に Pr 項目の意識変化を Fig.10 に示す。新入社員クラスにおいて最も高く関心を寄せている「人間関係・職場環境の良さ」がキャリアアップを通じて上昇していることがわかる。様々な担当者の元で業務を体験したことによって、その重要性を再認知したと考えられる。また、課長～部長クラスにおいて「育児や家庭との両立への配慮」への関心が 4pt と急激に上昇していることがわかる。家庭留学を通じて家庭との両立との困難さを知見したことにより、関心が高まったと考えられる。

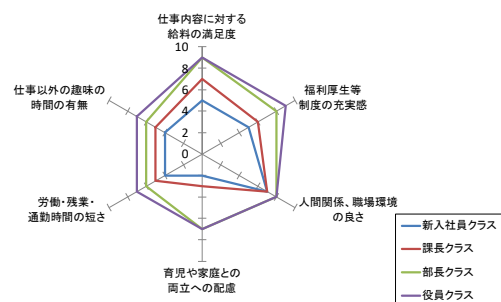


Fig.10 Change in consciousness about private items
- Example of a construction company -

5. まとめ

今回の調査の結果から以下の知見が得られた。

- ① 長期 IS が学生に与える影響について、Mt と Wlb に着目して分析を行ったところ、働くこと

への Mt を高めることに効果的である一方、IS 経験後に Wlb 度が大きく変動することから長期 IS は、企業の 1 側面のみを重点的に印象付ける可能性があることがわかった。

- ② IS 前後の比較によって、長期 IS は業務理解という点で非常に効果的であるが、Pr 項目への影響が小さい。入社後のギャップを解消するためには、Cr・Pr 双方向から職業体験を与えることが重要だと考えられる。
- ③ CPM インターンシップ中の学生の Cr・Pr・Mt の関連性の分析より、時期や変動値に個人差はあるものの、いずれの学生においても Mt が上昇していることがわかった。どの業種においても新入社員クラスの次の役職にて Cr 値 Pr 値 Mt 値の大幅な上昇がみられることから、学生が仕事に対してやりがいを感じ始める点がこれら役職の業務であると考えられる。新入社員における早期離職や仕事への Mt の低下などの防においては、入社前の学生に対しこれらの業務の魅力ややりがい等をしっかりと伝え感じてもらふことが必要であると考えられる。
- ④ CPM インターンシップに参加学生の Cr 項目の分析より、業種や学生によって個人差は生じるものの、6 項目全てに上昇傾向がみられた。特に「様々な仕事に関われる環境」では、全ての学生の関心が高まったことから、キャリアアップによって業務の幅広さや会社のあり方などを体験したことが原因であると考えられる。
- ⑤ Pr 項目の変化を分析した結果、「人間関係・職場環境の良さ」が重視される傾向にあり、役職が上がるごとに段階的に上昇していることがわかった。様々な役職を経験により、会社内でのコミュニケーションの重要性について理解を深めていると考えられる。
- ⑥ Cr・Pr 各 6 項目の変化より、CPM インターンシップが学生の就業意識にプラスの効果を及ぼす傾向にあることがわかった。また上昇傾向の特徴として(1)段階的上昇と(2)突発的上昇の 2 つの傾向がみられた。(1)段階的上昇は IS 開始前より学生が重視していた項目が IS を通じてより関心を持つようになる傾向であり、キャリアアップ体験と家庭留学が学生の働き方へ

の理解・関心を深める機会として機能している可能性がある。(2)突発的上昇は、重視していなかったが、IS 中で急激に意識が高まった傾向を示す。特定役職での業務・家庭体験によって生じる上昇であることから、複数の役職体験に一定の効果があると考えられる。

6. 課題と今後の方針

本研究より、CPM インターンシップが Cr・Pr の双方から学生の就業意識醸成に一定の効果を及ぼすことが明らかとなった。一方でキャリアアップ体験や家庭留学等の取り組みは企業関係者および学生への心理的負担も大きくプログラム内容にも改善の余地があると考えられる。今後データ数を蓄積し、より多角的な効果の検証を行うとともに、IS 期間や内容等の運用コストを考慮し、教育効果の高いプログラム展開を模索する予定である。

謝 辞

本研究は内閣府「少子化社会対策大綱」事業の一環として埼玉県県民生活部と共同で取り組んでいるものである。関係各位に感謝申し上げます。

補 注

(1)箱ひげ図を用いた分析では、全項目において各値ばらつきがみられた。そこで本稿では、同一集団における一定の傾向を把握するために平均点での分析を試みた。

文 献

- 1)平野大昌：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,生活経済研究,No.31,pp.49-65,2010.
- 2)二上武生：工学系大学における就業観醸成型インターンシップの質保証に関する取り組み-工学院大学の事例-インターンシップ研究年報,No.20,pp.11-18,2017.
- 3)門間由記子：中小企業におけるインターンシップ導入の課題-いしかわインターンシップを事例として-,インターンシップ研究年報 No.20,pp.19-24,2017.
- 4)津田将行ら：大学生のインターンシップ参加が社会人基礎力に及ぼす効果に関する研究,大学教育論叢,No.2,pp.103-110,2016.
- 5)古閑博美ら：中小企業におけるインターンシップの現状と課題,嘉悦大学研究論集,No.58,pp.37-51,2016.