

企業にとってのインターンシップ効果とは？ ーインターンシップと志望度の関係

インターンシップの拡大が続く一方、参加企業の選考を全て受ける学生は2割前後に留まっている。インターンシップは企業の志望度向上に貢献しているのだろうか？本レポートでは、インターンシップと志望度の関係、志望度が向上する要因について紹介していく。

〔多摩大学 経営情報学部〕 **初見 康行** 准教授



専門は人的資源管理論。若者の早期離職など、組織からの移動・退出を研究テーマとしている。2004年、同志社大学を卒業し、株式会社リクルートHRマーケティング(現:リクルートジョブズ)に入社。法人営業、人事を担当する。2011年、一橋大学大学院 商学研究科 経営学修士コース修了。2017年、同大学にて博士(商学)。いわき明星大学 教養学部 准教授を経て現職。

■学生のインターンシップ参加目的

大学生のインターンシップが拡大が続いている。「2020年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査」によれば、インターンシップ参加率は79.9%、参加社数は平均3.6社となっている。2015年卒の調査では参加率が32.7%、平均参加社数が1.6社であったことを鑑みると、ほんの5年間でインターンシップへの参加が倍以上に増加していることが確認できる。インターンシップは、一昔前の「就職活動に積極的な意欲の高い学生向けの活動」から、「参加することが当たり前の(参加しないこと自体が不利益になる)活動」へと変貌しつつあるといえる。

また、もう1つ注目すべき点は、参加目的の変化である。2015年卒対象の同調査によれば、インターンシップ参加目的の第1位は、「社会勉強のため(47.0%)」であった。しかし、2020年卒では、第1位が「特定の企業のことをよく知るため(65.5%)」であり、第3位も「志望企業や志望業界で働くことを経験するため(45.5%)」となっている。近年の大学生にとって、インターンシップは広く社会勉強をするための抽象的な活動ではなく、就職活動を意識した、より具体的な意識・目的を帯びた活動になってきているといえる。

このような状況に対し、企業側は創意工夫を凝らしたインターンシッププログラムを用意し、学生の期待に応えようとしているのが現状であろう。しかしながら、上記調査によれば、インターンシップに参加した企業の選考を全て受ける学生は2割前後に留まっている。つまり、たとえインターンシップに参加したとしても、それは当該企業への選考参加を約束するものではない。インターンシップの教育的側面を重視し、参加学生が自社の選考を受けなくても問題ない、という考え方もあるだろう。しかしながら、インターンシップに参加してくれた優秀な学生が、自社への志望度を高め、選考に参加してくれたら嬉しいというのが、本音に近いのではないだろうか。それゆえ、本稿では学生の志望度という観点から、企業にとってのインターンシップ効果を検討していく。また、志望度向上のための要因についても紹介していく。

■インターンシップは企業の志望度向上に寄与するのか？

今回、インターンシップアワード(※1)応募企業のインターンシッププログラムに参加した2,789名の大学生・大学院生に調査を行い、参加したインターンシップの評価をしてもらった。以下の内容は、本調査の分析結果にもとづいたものである。

はじめに、本調査の結果として強調すべきは、インターンシップへの参加は、参加企業に対する学生の志望度を高めるという点である。分析の結果、性別・文理・学校区分(学部・大学院)のどの括りにおいても、全体の85%以上の学生が、志望度が上がったと回答している。インターンシップアワード応募企業のインターンシップであるというバイアスは考慮すべきものの、全体としてインターンシップは参加企業への志望度向上に貢献する活動であるといえるだろう。

しかしながら、一体どのような要因が学生の志望度向上に影響するのか。この疑問を明らかにするために、本調査ではインターンシップの「時期・期間」について分析を行った。結論として、学生の志望度向上において、特定の時期が良い、もしくはこの期間行えば間違いなく志望度が上がる、というような関係は観察されなかった。インターンシップによる志望度の向上は、「時期・期間」以外の要因から影響を受けていることが推測される。

■インターンシップの5つの効果

次に、本調査では志望度向上の要因をさらに探るため、インターンシップから得られる5つの効果と志望度の関係について分析を行った。インターンシップの5つの効果とは、「大学生はインターンシップ経験からどのような効果を得ているのか？」という疑問を出発点に、マイナビと初見・梅崎・坂爪(2018)の共同研究により提示された5つのインターンシップ効果である。概要は以下の通りである。

- インターンシップ経験を通して得られる5つの効果 ---
- ① **キャリアの焦点化** 将来のキャリアについて、関心が絞られ明確化した状態
 - ② **キャリアの展望化** 将来のキャリアについて、多様な選択肢・可能性を見いだしている状態
 - ③ **人的ネットワークの認知** 就職活動を進める上で、周囲の人々や施設・機会の有効性を認識している状態
 - ④ **就労意欲** 仕事・働くことへの意欲が増している状態
 - ⑤ **自己理解** 自分の長所・短所への理解が深まった状態

初見・梅崎・坂爪(2018)によれば、大学生はインターンシップ経験から上記5つの効果を得ており、これらの効果が向上することが、内々定の有無や内々定先への満足感の有無など、将来の就職活動結果に影響を及ぼすことが報告されている。本調査では、この5つの効果と志望度の関係を分析することにより、

インターンシップから得られる経験・効果と、それが参加企業の志望度に応じたような影響を及ぼすのかについて検討を行った。

■ 5つの効果と企業志望度の関係

図表1は、インターンシップの5つの効果と志望度の相関関係である。本分析結果より、5つの効果と志望度が有意な正の相関関係にあることが確認された。つまり、インターンシップから得られる5つの効果が向上するほど、参加企業への志望度も向上する関係にあるといえる。中でも、「キャリアの焦点化」と「参加企業への志望度」の相関が.51と最も高い。この事実は、インターンシップの5つの効果の中でも、将来のキャリアに対する関心が絞られ、明確化する経験をするのが、志望度向上に最も寄与するということである。インターンシッププログラムを通して、「自分が本当にやりたいことが分かった、興味ある業界・企業の絞り込みができた、将来のキャリアプランが明確になった」という気持ちにさせることが、インターンシップ参加企業への志望度向上につながることを示唆される。

また、本調査では相関分析と合わせて重回帰分析を行った。図表2はその結果であり、有意確率の黄色部分が、統計的に有意な効果が確認された要因である。この結果から、学生の志望度向上には、インターンシップの5つの効果の中でも「キャリアの焦点化」、「キャリアの展望化」、「人的ネットワークの認知」、「就労意欲」の4つが重要であり、この4つの効果を向上させるようなインターンシッププログラムが、自社の志望度向上に有効であることが確認された。

図表1：5つの効果と志望度の関係（相関関係）

	1	2	3	4	5	6
1.キャリアの焦点化						
2.キャリアの展望化	.36**					
3.人的ネットワークの認知	.22**	.22**				
4.就労意欲	.51**	.34**	.22**			
5.自己理解	.34**	.26**	.21**	.37**		
6.参加企業への志望度	.51**	.32**	.20**	.40**	.24**	

*r*²=2.789 ** 相関係数は1%水準で有意(両側)です。

図表2：5つの効果と志望度の関係（重回帰分析）

モデル	係数 ^a		標準化係数	t 値	有意確率	共線性の統計量	
	B	標準誤差				許容度	VIF
1. キャリアの焦点化	0.271	0.016	0.332	16.847	0.000	0.621	1.611
2. キャリアの展望化	0.063	0.011	0.103	5.903	0.000	0.796	1.257
3. 人的ネットワークの認知	0.020	0.008	0.041	2.459	0.014	0.890	1.124
4. 就労意欲	0.103	0.013	0.146	7.647	0.000	0.661	1.513
5. 自己理解	-0.002	0.012	-0.003	-0.176	0.860	0.763	1.311

従属変数：参加企業への志望度

■ インターンシップの効果を向上させるプログラムとは

ここまで読んで頂いた読者の中には、「4つの効果が重要なのは分かったが、それを向上させるインターンシッププログラムとは、具体的にどのようなものなのか？」という疑問を抱かれているのではないだろうか。本調査も同様の疑問を抱き、インターンシップの効果を向上させるプログラムの特徴について、分析を行った。紙幅の関係で分析の詳細は割愛するが、統計的に有意な結果を示した要因は以下の4つであった。

第一に、「個別のフィードバック」である。今回、チームと個人に対するフィードバックの効果を分析したが、志望度の向上に寄与していたのは個人に対するフィードバックであった。個人の志望度を向上させるためには、やはりチームよりも個人に対するフィードバックを重点的に行う必要があるといえる。第二に、「多様な役職の社員と

の交流」である。社員との交流については、人数・時間・多様性の3点から分析を行ったが、多様性と志望度の間に有意な関係を確認することができた。この結果から、社員との交流を企画する際は、単に合わせるのではなく、若手・中堅・管理職・役員など、社員の多様性に気を配ることが重要であるといえる。さらに、第三の要因は、「座学以上の工夫」であり、第四の要因は「企業の特徴を活かしたプログラム」であった。第三と第四の要因は近い内容とも捉えられ、志望度向上のためには、企業の特徴を活かしたプログラムを座学以上の工夫・活動によって行うべきである、と解釈することができる。

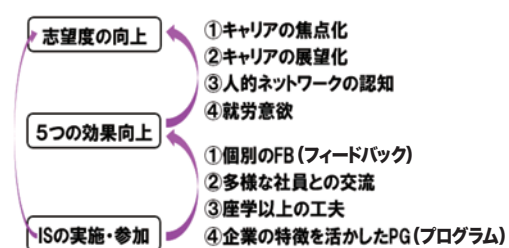
■ 本調査のまとめ・これからの課題

図表3は、本調査の結果を概念図としてまとめたものである。結論として、インターンシップは「個別のフィードバック」、「多様な役職の社員との交流」、「座学以上の工夫」、「企業の特徴を活かしたプログラム」の4点に注力することで効果が高まり、それが最終的な志望度向上につながる、という関係が浮き彫りとなった。複数の改善点がありつつも、定量的な分析から志望度向上のメカニズムを検討できた点は、今後のインターンシッププログラムの改善に寄与するものである。しかしながら、本調査はあくまでインターンシップと志望度の関係を分析したものである。志望度の向上が選考参加を促し、さらには内々定までつながるについては、さらなる調査が必要である。

最後に、今後のインターンシップの課題についても触れておきたい。文部科学省(2017)は、インターンシップの課題として「量的拡大」と「質的向上」を挙げているが、特に重要になるのは「質的向上」である。冒頭でも述べたように、インターンシップの参加率は8割近くに達しており、「量的拡大」については着実な成果が出ている。一方、個々のインターンシップの「質」については、これまで判断が困難であった。今後はインターンシップの質を判断するための基準・手段の確立が急務となるだろう。本調査で使用した「インターンシップ効果測定尺度」は、その一助となるかもしれない。また、インターンシップアワードは本問題に対する一つの回答であり、「質の高い(世の中に広がるべき)インターンシップとは何か？」を問い続けて

いる点に大きな社会的意義がある。今後も複数の調査からインターンシップの効果を明らかにし、企業・大学・学生の全ての関係者にとって有意義なインターンシップの形を模索し続けることが必要である。

図表3：インターンシップと志望度向上のメカニズム



※1【学生が選ぶインターンシップアワード】

学生の社会的・職業的自立に貢献したインターンシッププログラムを表彰する、日本最大級のアワードです。(https://internship-award.jp/)