

# 産学連携の接点とは？ — インターンシップにおける大学と企業の協働 —

大学生のためのインターンシップを実現するために、産学連携は有効な手段である。しかし、大学と企業はどのような部分で協力し合えるのか。両者の視点の違いなどを確認しながら、大学と企業の「接点」について考える。

[ 多摩大学 経営情報学部 ] **初見 康行** 准教授



2004年、同志社大学卒。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)にて、法人営業、人事業務に従事。2017年、一橋大学大学院 商学研究科 より博士(商学)。2018年より現職。2020年より東京都立大学大学院 客員准教授。専門は人的資源管理。主著に「若年者の早期離職」中央経済社。

## ■ 「有意義」なインターンシップとは

「大学生のためのインターンシップを実現するためにはどうしたら良いか」、これが本稿の問いである。多様な考え方があるのは承知の上で、以下では特に大学と企業の連携について考えていきたい。

有意義なインターンシップの実現に向けて大学と企業が連携していくべきである、という意見に反対する人は少ないだろう。しかしながら、両者の連携は口で言うほど容易ではない。連携に向けた時間・労力もさることながら、より重要な点は「大学生のためのインターンシップとは何か」という根本部分に齟齬が生じる可能性があるためである。

はじめに整理しておこう。インターンシップに関わる主体は、学生・大学・企業の大きく三者である。また、三者それぞれがインターンシップ経験を有意義なものにしたいと考えている。ただし、何が「有意義」かについては、必ずしも合致しない。例えば、主役である学生が考える有意義なインターンシップとは何だろうか。株式会社マイナビによる「2021年卒 マイナビ大学生インターンシップ前の意識調査」では、インターンシップ先を選ぶ際に就職活動を意識していると回答した学生が95.6%に達している。一方、「自分の力を試すため」、「自分の専攻が社会で役立つかを知るため」といった就職活動以外の参加目的は、22%、17%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具体的な意識・目的を帯びた活動であり、有意義さの基準は将来の就職活動に役立つことであることが推測される。

一方、大学等の教育機関が考える有意義なインターンシップとは何だろうか。日本のインターンシップの大きな特徴は、採用ではなく「教育目的」で実施されている点にある。それゆえ、教育機関の最大の関心事は、インターンシップ経験がその後の学習意欲向上や学習の深化につながるかどうかである。換言すれば、「教育効果」の有無が、インターンシップの有意義さを測る重要な指標となっている。また、大学と連携している企業においても、教育効果への貢献は大きな関心事だろう。しかしながら、企業にとって本来有意義なインターンシップとは、自社が所属する業界・仕事に対する理解を深め、「志望度」を高めてくれるものである。以上の点を鑑みると、インターンシップの有意義さとは「主体によって異なる」といえる。まずはこの事実を抑えておく必要があるだろう。

## ■ 「教育効果」と「志望度」向上のモデル

「有意義」の解釈が異なる中で、我々はどのようなことに取り組んでいくべきだろうか。お互いの相違点や考え方の違いを批判し合うのは建設的ではない。重要なのは、各主体の考え方が異なることを受け入れつつ、三者の「接点」を探っていくことであろう。中でも、インターンシップを企画・運営する大学と企業の接点を探っていくことが、「大学生のためのインターンシップ」を実現するための土台になると考えられる。それゆえ、本稿ではインターンシップの「教育効果」を重視する大学と、「志望度」を重視する企業の接点について、探索的な分析を行っていく。

今回、株式会社マイナビが主催する「インターンシップアワード」に参加した学生(4,094名)に対してアンケート調査を行った。具体的には、4つの質問(①インターンシップ経験によって、大学等で学習していた内容がより深まった、②インターンシップ経験によって、大学等での学習意欲が高まった、③インターンシップ経験後、学習時間が増えた、④インターンシップ経験後、主体的に学ぶようになった)をインターンシップによる「教育効果」と捉え、どのような要因が教育効果の向上に影響するのかを統計分析した。同様に、「インターンシップ参加後、参加企業に対する志望度が上がった」を「志望度」と捉え、どのような要因が志望度の向上に寄与するのかを分析した。最後に、上記2つの分析結果を比較し、大学と企業の接点について検討を行った。紙幅の関係で詳細な分析過程を記述することはできないが、本調査では「教育効果」と「志望度」の向上について共分散構造分析(SEM)を行い、最終的に図1・2の結果を得ることができた。

図1：教育効果モデル

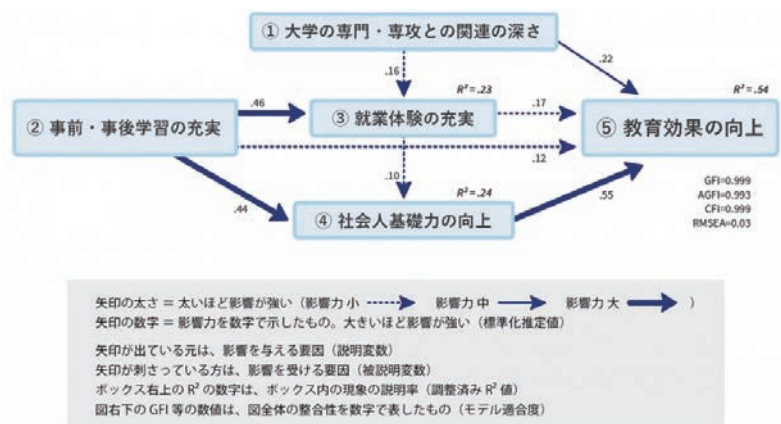
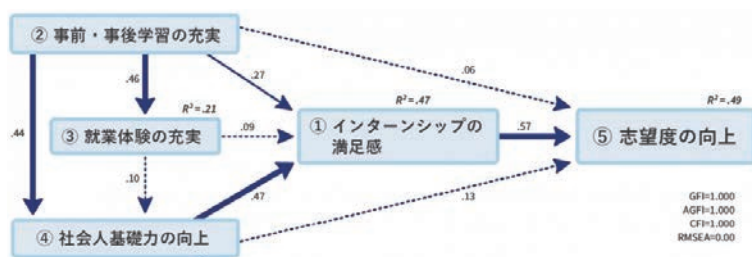


図2：志望度モデル



統計の用語を含めて、図の内容を詳細に理解する必要はない。大きなポイントは次の3点である。第一に、今回の分析結果から、「教育効果」と「志望度」それぞれを向上させる具体的な要因を明らかにすることができた。まず、「教育効果」を向上させる要因として、「①大学の専門・専攻との関連の深さ」、「②事前・事後学習の充実」、「③就業体験の充実」、「④社会人基礎力の向上」の4要因が重要であることが確認された。次に、企業に対する「志望度」を向上させる要因として、「①インターンシップの満足感」、「②事前・事後学習の充実」、「③就業体験の充実」、「④社会人基礎力の向上」の4要因が重要であることが確認された。以上の結果をもとに、まずは読者のみなさんの大学・企業が提供するインターンシッププログラムが、上記4点を十分に満たしているのかをチェックすることが重要である。足りない要因があれば追加し、既に実施しているものもさらに充実させることによって、インターンシップ後の「教育効果」や「志望度」を向上させることが期待できる。

第二に、今回意外な結果となったのが「就業体験の充実」である。就業体験の充実が「教育効果の向上」、「インターンシップの満足感」、「社会人基礎力の向上」に肯定的な影響を与えており、重要な要因である。しかしながら、その影響力は、他の要因よりも相対的に小さくなっている（図1・2の矢印の太さ・数字を参照）。これは就業体験の充実日々努力している大学・企業にとっては、少々肩透かしな結果と言えるかもしれない。一方、何らかの事情により就業体験（実際の仕事体験）の実施が困難な業界・企業は、この結果を前向きに捉えることができるかもしれない。「就業体験の充実」以外の要因に取り組むことによって、最終的な「教育効果」や「志望度」を向上させることが期待できる。

第三に、今回特に注目すべき要因として、「社会人基礎力の向上」が挙げられる。「社会人基礎力の向上」は、「教育効果」と「志望度」の向上に重要な役割を果たしており、その影響力も相対的に大きなものとなっている。ポイントは、社会人基礎力のような「スキル・能力」の獲得が、「教育効果」や「志望度」の向上に強く影響することが確認された点である。近年、大学・企業はインターンシッププログラムの内容改善に努めており、その活動は今後も重要である。しかしながら、就業体験はインターンシップの「手段」であって「結果」ではない。本調査から得られる重要な示唆は、インターンシップの内容と同じくらい、もしくはそれ以上に「インターンシップを通してどのようなスキル・能力が身に付いたか」という結果が、参加学生にとって大事な点である。

読者のみなさんの大学・企業では、インターンシップを通してどのようなスキル・能力が身に付くのかを学生にしっかり伝えて

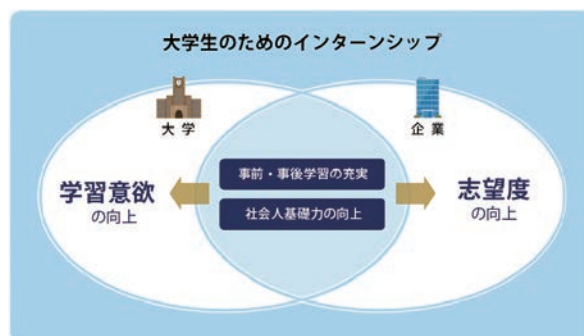
いるだろうか。インターンシッププログラムの内容については魅力的にアピールしているものの、「成果」については言及していないこともあるのではないだろうか。今後は、「学生に身に付けさせたいスキル・能力から逆算してプログラムを考える」という発想が必要になるだろう。また、広報する際も、インターンシップの内容だけでなく、身に付く「スキル・能力」をセットにして学生に伝えていくことが重要である。

■大学と企業の「接点」とは

最後に、本調査では「教育効果」と「志望度」のモデル比較を通して、本稿の目的であった大学と企業の「接点」について検討を行った。結論として、2つのモデルに共通し、なおかつ影響力も大きいことから、「事前・事後学習の充実」と「社会人基礎力の向上」の2要因が、大学と企業の連携の場として有望であることが推測される。本調査を通して、インターンシップの事前・事後学習を充実させること、社会人基礎力などのスキル・能力を高めることが、その後の「教育効果」と「志望度」の両者に肯定的な影響をもたらすことが確認された。このような大学・企業の双方に有益な接点を明らかにすることは、両者の「連携の場」を創出していくことにもつながるものである。今後は、より多くの接点を明らかにした上で、どちらがどの部分を担当していくのか、連携の具体的な在り方を探っていくことが必要だろう。例えば、お互いの得意分野を活かし、事前・事後学習は大学側でしっかり時間を取って行い、社会人基礎力向上に向けたプログラムを企業が行う、などが考えられる。

これまで、「大学生のためのインターンシップ」という共通目標はあっても、その考え方・アプローチ方法については、大学と企業で一部相違があったかもしれない。しかしながら、重要な点は相違を否定・批判するのではなく、そもそも主体によってインターンシップの目的・意義の定義が異なるという前提を受け入れることである。またその上で、両者の接点や共通利益がどこにあるのかを探っていくことが肝要である。「事前・事後学習の充実」と「社会人基礎力の向上」は有望な産学連携の場であり、「大学生のためのインターンシップ」実現に向けた、重要なファーストステップになるのではないだろうか。

図3：大学と企業の「接点」



本分析の結果はインターンシップアワード公式サイト内「Special Column1,2」でも詳しく解説しています。インターンシップアワード公式サイト <https://internship-award.jp/>