

多様なインターンシップ経験と効果の一考察

初見 康行

(多摩大学准教授)

坂爪 洋美

(法政大学教授)

梅崎 修

(法政大学教授)

本稿の目的は、多様なインターンシップ経験がインターンシップの効果に及ぼす影響を明らかにすることである。本目的を達成するため、本稿では3つの分析を行った。第1に、インターンシップの参加有無がインターンシップの複数の効果に及ぼす影響である。第2に、社数・期間に代表されるインターンシップの「参加パターン」が、インターンシップの効果に及ぼす影響である。第3に、オンライン・対面というインターンシップの「参加形態」が、インターンシップの効果に及ぼす影響である。以上の分析から得られた知見・示唆は大きく3つある。第1に、インターンシップの参加は、文系学生の「キャリアの焦点化（自分の将来・キャリアがより明確になること）」を促進する効果があることが確認された。第2に、近年の大学生のインターンシップ参加パターンとして「短期間のインターンシップに少数参加」と「長期間を含むインターンシップに多数参加」が多く、両者で全体の6割以上を占めていた。また、文系学生の「キャリアの焦点化」を促進するためには、インターンシップの「期間」よりも「社数」の方が重要であることが示唆された。第3に、オンライン・対面というインターンシップの参加形態は、「キャリアの焦点化」に有意な影響を与えないことが確認された。本稿の結果から、対面形式でのインターンシップ率が上昇するほど、インターンシップの効果が高まるという関係は確認されなかった。逆に、理系では対面形式のインターンシップ率が50%を超えると、「キャリアの焦点化」が抑制される効果が確認された。

目次

- I 問題の所在
- II 先行研究と仮説
- III 方法
- IV 結果
- V 考察

I 問題の所在

本稿の目的は、大学生¹⁾の多様なインターンシップ経験がインターンシップの効果に及ぼす影響を探索的に明らかにすることである。具体的には、以下の3点について分析を行う。第1に、2時点のパネルデータを使用してインターンシップの参加有無がインターンシップの複数の効果に及ぼす影響を確認する。第2に、社数・期間に代表

されるインターンシップの「参加パターン²⁾」が、インターンシップの効果に及ぼす影響を明らかにする。第3に、オンライン・対面形式によるインターンシップの「参加形態」が、インターンシップの効果に与える影響を検証する。以上の3点について文系・理系それぞれの効果を確認し、多様なインターンシップ経験と効果の関係を明らかにすることが、本稿の最終目的である。

文部科学省(2020)によると、インターンシップを単位認定する大学は増加傾向にあり、2020年現在786校(大学院642校)となっている。また、大学生向け就職情報サイトを運営する株式会社マイナビの調査によれば、2022年卒学生のインターンシップ参加率は84.5%、平均参加社数は5.1社となっている(マイナビ2021a)。同様の調査を行っている株式会社リクルート就職みらい研究所の調査においても、2021年卒学生のインターンシップ参加率は70.8%、平均参加社数は5.79社となっており、増加傾向にある(リクルート2021a)。調査によって数値の差異はあるものの、行政機関、民間企業どちらの調査結果からも、近年、大学生のインターンシップ活動が活発化していることが確認できる。

また、より重要な点は、インターンシップが大学生の最終的な進路決定や企業の採用活動に及ぼす影響が拡大している点である。上記のリクルート就職みらい研究所が発行する「就職白書2021」によると、インターンシップ参加企業に入社する学生が39.5%、インターンシップ参加企業と同業種に入社する学生が25.3%存在することが報告されている(リクルート2021a)。つまり、インターンシップに参加した大学生の6割以上が、インターンシップと関連する業界・企業に入社予定ということである。また、企業側に対する同調査においても、「自社の内定者の中にインターンシップ参加者がいた」と回答した企業が82.5%に達している。3年前の調査時よりも10ポイント以上増加しており、インターンシップが大学生の進路決定や企業の採用活動に及ぼす影響が拡大していることが確認できる。

以上のようなインターンシップ活動の高まりの中、わが国においても高良・金城(2001)、佐藤・

堀・堀田(2006)、楠奥(2006)、真鍋(2010)、亀野(2011)、古田(2010,2014)、平野(2015)、佐藤・梅崎(2015)など、インターンシップに関する有益な研究が積み重ねられてきた。しかしながら、インターンシップ経験やその効果に関する実証研究については、少なくとも3つの分析上の課題が残されている。第1に、先行研究の多くは1時点のデータを使用しており、インターンシップ経験とその効果の因果関係を推定することが困難な点である。第2に、分析対象が特定の大学・企業のインターンシップ参加者に限られており、分析結果を一般化することが困難な点である。第3に、先行研究の多くはインターンシッププログラムの内容による効果の違いなど「企業要因」に注目しており、文系・理系、インターンシップの参加パターンなど、学生側の「個人要因」に注目している研究は少ない点である。

以上の課題点を解決するためには、少なくとも2時点以上のデータを使用し、特定の大学・企業に偏らないサンプルを分析する必要がある。また、大学生活や学習内容の違いを鑑みると、大学群だけでなく、文系・理系などの個人要因による違いも検証が必要である。さらに、参加社数や期間などの「参加パターン」によってもインターンシップから得られる効果に違いが出ることが考えられる。それゆえ、学生の参加パターンに基づいた分類と効果の検証が必要だろう。ただし、2020年は新型コロナウイルス感染予防の対策としてオンラインインターンシップが急速に広まった年でもある。これにより、大学生のインターンシップ参加状況や参加傾向も大きく変わったことが推測される。それゆえ、本稿では参加社数・期間などの「参加パターン」だけでなく、オンライン・対面によるインターンシップの「参加形態」が効果に与える影響も探索的に分析する。

次節では、はじめにインターンシップがキャリア探索行動の一形態であることを明らかにし、その定義や特徴を確認する。次に、初見・梅崎・坂爪(2021)によるインターンシップの効果について、その内容を確認する。最後に、本稿の論点となる、インターンシップの「参加パターン(社数・期間)」「参加形態(オンライン・対面)」「文

系・理系」について整理し、仮説の提示を行う。

II 先行研究と仮説

1 キャリア探索としてのインターンシップ

初見・梅崎・坂爪 (2021) でも指摘されているように、インターンシップはそもそもキャリア探索行動の1つとして位置づけられる活動である。Stumpf, Colarelli and Hartman (1983) は、キャリア探索 (career exploration) について「職業的発達に関連する一連の探索的な行動や認知のプロセス」と定義している。また、キャリア探索は、自己について考え、評価を行う「自己探索 (self-exploration)」と、職業に関する情報を得るための「環境探索 (environment exploration)」の2側面から構成されることが指摘されている (Stumpf, Colarelli and Hartman 1983; Cheung and Arnold 2014; Zhou et al. 2018)。

わが国のインターンシップが、上記2側面を備えたキャリア探索行動であることは先行研究からも確認できる。酒井 (2015) は、インターンシップの実体験は、何よりも自己の「能力不足」の明確化・認知につながることを指摘し、インターンシップによる「自己探索」の側面を強調している。また、浅海 (2007) は大学生のインターンシップ参加目的を5つに分類し、「自己理解・自己信頼の探索」が参加目的として重視されていたことを報告している。さらに、株式会社マイナビによる「2022年卒大学生広報活動開始前の活動調査」によれば、大学生のインターンシップ参加目的として「特定の企業が自分に合うかを確認するため」「自分が何をやりたいかを見つけるため」「仕事に対する自分の適性を知るため」が、第2位、4位、8位に挙げられている (マイナビ 2021a)、これは、大学生がインターンシップを通して「自己探索」を行っていること、その結果として、自己の興味・職業適性への理解を深めていることを示唆している。

同様に、インターンシップは職業に関する情報を得るための「環境探索」の側面も備えている。平尾 (2011) は、インターンシップ経験が就職活

動に及ぼす影響を調査し、参加学生の回答結果として「志望する業界・企業への理解が深まった」が最も多かったこと (参加者の50%) を報告している。また、前述の株式会社マイナビによる調査においても「特定の企業のことをよく知るため」「視野を広げるため」「志望企業や志望業界で働くことを経験するため」が、第1位、3位、7位に挙げられている (マイナビ 2021a)。これらの事実は、大学生がインターンシップ参加を通じて、自分に合った業界・企業・仕事の情報を得る「環境探索」を行っていることを示している。

以上のように、インターンシップはその行為自体に「自己探索」と「環境探索」を内包した活動である。また、インターンシップをキャリア探索の一形態として考察した場合、その活動の特徴づけ、他のキャリア探索行動と区分する要因が2つある。第1に、「在学中 (青年期) に行われる活動であること」、第2に、「就業体験を伴うこと」である。以上の点を鑑みると、インターンシップとは、「青年期に行われる、就業体験を伴ったキャリア探索の一形態」と定義・表現することができる (初見・梅崎・坂爪 2021)。

2 キャリア探索効果としての「キャリアの焦点化」と「キャリアの展望化」

II 1で指摘したように、インターンシップはキャリア探索の一形態である。このキャリア探索としてのインターンシップ効果については、初見・梅崎・坂爪 (2018, 2021) が探索的な分析を行っている。具体的には、「インターンシップに参加して自分の中に生まれた変化」を大学生に自由記述形式で回答してもらい、計量テキスト分析によってインターンシップの効果を定義・検証している。分析の結果、近年のインターンシップ経験がもたらす効果として、「キャリアの焦点化」と「キャリアの展望化」が確認された。初見・梅崎・坂爪 (2018, 2021) による各効果の定義は、以下の通りである。

①キャリアの焦点化

「キャリアの焦点化」は、インターンシップを通して「将来のキャリアについて、興味・関心が

絞られ、明確化されること」である。この尺度の得点が高いことは、例えば、「興味のある業界・企業、仕事内容の絞り込みができた」「社会に出たら達成したい、具体的な目標ができた」など、自分のやりたいこと、将来のキャリアプランが明確化された状態を意味する。これまで、漠然としたイメージでしかなかった将来像が、インターンシップを通して具体化し、進むべき方向性やキャリアが定まった状態を示す。

②キャリアの展望化

「キャリアの展望化」は、焦点化とは正反対に、「自らの将来のキャリアについての可能性が広がること」である。この尺度の得点が高いことは、例えば、「興味のある業界・企業、仕事内容の範囲が広がった」「社会には、私が思っている以上に多様な選択肢があることが分かった」など、インターンシップを通して以前よりも視野が広がり、自分自身のキャリアに新たな可能性を認識していることを意味する。

初見・梅崎・坂爪(2020)では、上記2つの効果についてインターンシップ経験者と未経験者の比較を行い、内容の信頼性・妥当性の検証を行っている。分析の結果、インターンシップ未経験者はT1(7月)・T2(10月)間で「キャリアの焦点化」と「キャリアの展望化」に有意な変化が観察されなかった。一方、インターンシップ経験者はインターンシップ参加前後で「キャリアの焦点化」と「キャリアの展望化」が有意もしくは有意傾向に上昇することが確認された。さらに、重回帰分析、ロジスティック回帰分析の結果から、「キャリアの焦点化」は「内々定先への満足感」に有意な影響を与え、「キャリアの展望化」は、「内々定の有無」に有意な影響を与えることが確認された。以上の結果から、「キャリアの焦点化」と「キャリアの展望化」は、キャリア探索としてのインターンシップがもたらす効果の一部であることが推測される。本稿においても上記2点を近年のインターンシップ経験から得られるインターンシップの効果と仮定し、以下の仮説を検証する。

仮説1-1：インターンシップ参加経験は、大学生の「キャリアの焦点化」を高める

仮説1-2：インターンシップ参加経験は、大学生の「キャリアの展望化」を高める

3 インターンシップの参加パターンによる違い

II2で指摘したように、キャリア探索としてのインターンシップには、将来のキャリアを明確化する「キャリアの焦点化」と、将来のキャリアを広げる「キャリアの展望化」の効果があることが推測される。しかしながら、インターンシップに含まれるどのような要因が上記2点の効果を喚起するののかについては疑問が残されている。特に、参加社数や期間などのインターンシップの「参加パターン」がインターンシップの効果に及ぼす影響については明らかになっていない。

「I 問題の所在」でも指摘したように、株式会社マイナビが行っている「2022年卒大学生広報活動開始前の活動調査」によると、大学生のインターンシップ平均参加社数は5.1社である(マイナビ2021a)。同様の調査を行っている株式会社リクルートキャリアの「就職白書2021」においても5.79社であることが報告されており、平均参加社数は近年上昇傾向にある。また、経験のあるインターンシップ期間は、1日と回答した学生が75%となっており、文部科学省が推奨する5日間以上(1週間以上2週間未満)のインターンシップ経験がある学生は11%に留まっている(リクルート2021b)。

本稿においても「これまでに参加した中で最も長いインターンシップの期間」について、後述する分析データを確認したところ、夏季休業明けの10月時点で最長期間が1日以下の学生が56.9%、1週間以上のインターンシップ経験があると回答した学生は13.7%であった。また、平均参加社数は4.4社³⁾であった。以上の結果から、大学生の全体傾向として「短期間のものを複数社」経験している様子が窺われる。しかし、この短期かつ複数社という参加パターンがインターンシップの効果に及ぼす影響については必ずしも明らかになっ

ていない。特に、いわゆる「ワンデーインターンシップ（現在は『1day 仕事体験』）」に代表される短期のインターンシッププログラムについては、文部科学省（2017）、日本私立大学団体連合会（2017）、日本経済団体連合会（2019）からも、その内容・質保証に繰り返し懸念が示されてきた。このような就業体験の機会・時間が十分に確保されていない短期間のプログラムについては、インターンシップの効果である「キャリアの焦点化」や「キャリアの展望化」が促進されることが予想される。言い換えれば、インターンシップの期間が長期になるほど、就業体験の機会・時間が増え、その効果も高まることが考えられる。また、参加社数についても、ごく少数の経験では職業適性を見極めることや新たなキャリアの可能性を発見することは困難である。換言すれば、インターンシップはその経験社数が多いほど、業界・企業・仕事内容に関する知識・経験が増え、自己のキャリアの明確化や拡大化につながることを推測される。以上の点から、本稿ではインターンシップの参加パターン（社数・期間）とインターンシップの効果の関係について、以下の仮説を設定する。

仮説2：長期かつ多数のインターンシップ経験があるほど、インターンシップの効果が高まる

4 インターンシップの参加形態による違い

2020年は新型コロナウイルスの感染拡大により、インターンシップの提供手法に多様な形態が生まれた年である。特にインターネットを活用した「オンラインインターンシップ」が企業によって数多く実施された。マイナビ（2021a）の「2022年卒大学生広報活動開始前の活動調査」によると、インターンシップ経験者の95%がオンライン形式のインターンシップを経験している。また、33.9%が「参加したのはオンライン形式のインターンシップのみ」と回答している。後述する本稿の分析データも確認したところ、オンラインによるインターンシップ参加経験がある学生は夏季休業明けの10月時点で94.0%であった。一方、

対面形式でのインターンシップ経験がある学生は60.9%に留まっており、対面よりもオンラインインターンシップ経験者が多いことが確認された。

しかしながら、このオンラインインターンシップについては、その効果について多くの疑問が残されている。マイナビ（2021b）「大学生低学年のキャリア意識調査」によると、「あなたが参加したインターンシップの中で、最も学びが大きかったインターンシップは、どのような形式で行われましたか」について、「ほぼ対面形式でのインターンシップ」が47.9%、「ほぼオンライン形式でのインターンシップ」が39.6%となっており、オンライン形式の方が低い。また、「今後インターンシップに参加する場合、どのような形式のインターンシップに参加したいか」については、「主に対面形式で行われるインターンシップ」と回答した学生が49.5%であった。一方、「主にオンラインで行われるインターンシップ」と回答した学生は9.6%に留まっている。さらに、リクルート（2021a）「就職白書2021」においても、オンライン化によって企業側が伝えづらくなった情報として「職場の雰囲気や組織風土（33.9%）」「人柄や魅力（33.8%）」などが挙げられており、オンライン形式への移行によるさまざまな課題が浮き彫りになっている。

以上の点を鑑みると、オンライン・対面というインターンシップの参加形態によって、その効果にも違いがあることが推測される。特に、オンライン形式のインターンシップについては上記のような複数の課題点が指摘されており、現時点では効果的なインターンシップが実施できていない可能性が考えられる。それゆえ、本稿ではインターンシップの参加形態（オンライン・対面）とインターンシップの効果の関係について、以下の仮説を設定する。

仮説3：オンライン形式と比較した場合、対面形式のインターンシップの方が、インターンシップの効果が高まる

5 文系・理系による違い

文系と理系では就職・採用活動のやり方が異なる

るという認識は、就職活動の実証研究が増えてくる1990年代以前から存在する⁴⁾。特に理系学生は、大学および大学院で学んだことと就職後の仕事で専門性を介して連続性があると言われてきた。文系のように就職後の職種が曖昧なままで採用されるのではなく、本人が希望しない場合を除けば、技術者という職種限定で採用されることが多い。産学連携も多く、特定の研究室出身で専門知識を持った学生が企業から評価されることもある。これは学校推薦（研究室推薦）とも呼ばれている。

「雇用管理調査」⁵⁾（2004年）の就職時に重視する項目（複数回答）は、事務職では、上から熱意・意欲（74.0%）、一般常識・教養（39.5%）、理解力・判断力（31.8%）であるが、技術職では、熱意・意欲（66.7%）が1位なのは変わらないが、続いて専門知識・技能（51.1%）、健康・体力（20.2%）が重視されている。この専門知識・技能が評価される点が理系就職・採用の特徴と言えよう。例えば中澤（2018）も、「理系では高等教育で学んだ専門知識やスキルがそのまま仕事に直結するが、人文・社会科学系では直結しない」と記している。また中尾・平尾・梅崎（2021）は、自然科学では大学入学時点の選抜度以上に、大学での学習によって蓄積された人的資本が評価されるため、選抜度による差異の効果が相対的に小さくなることを指摘している。

インターンシップにおいても文系と理系では、そもそも募集窓口が異なったり、インターンで求められる能力が異なったりする場合がある。特に理系は、その内容も大学での専門性を参加条件としたもの、大学を経由したものが多い。それゆえ、インターンシップから得られる効果についても文系・理系で大きな差異が出るのが予想される。本稿では、これまで示してきた仮説について文系・理系それぞれの効果を確認し、専門分野や個人属性がインターンシップの効果に及ぼす影響を検証する。

Ⅲ 方 法

1 調査対象と手続き

2022年卒対象の就職情報サイト「マイナビ」に登録する大学3年生ならびに大学院1年生を対象とし、インターネット経由で調査を行った。第1回調査は、2020年7月13日から7月31日に実施し、第2回調査は、2020年10月5日から10月14日に実施した。第2回調査は第1回調査に回答した4377名を対象に実施し、このうち784名から回答が得られた。

本稿は、多様なインターンシップ経験が効果にもたらす影響を検討するものであることから、2回の調査双方に回答した大学生784名のうち、第1回調査時点で、インターンシップへの参加経験のない507名（男性158名、女性349名）のみを分析対象とした。対象者が所属する学校種別ならびに文理別属性は表1の通りである。

2 調査項目

初見・梅崎・坂爪（2020, 2021）が開発したインターンシップ効果測定尺度（20項目）の中から、「キャリアの焦点化」と「キャリアの展望化」を用いた。

キャリアの焦点化の質問項目は、「将来のキャリアプランが明確である」「自分が本当にやりたいことが分かっている」をはじめとする5項目で構成され、キャリアの展望化の質問項目は、「興味のある業界・企業、仕事内容の範囲が広がっている」「これまで知らなかった業界・企業、仕事内容に興味が出てきた」をはじめとする5項目で構成されている。いずれも、5段階のリッカートスケールにより測定された（「全くそう思わない」から「強くそう思う」までの5段階）。

表1 回答者の属性

（単位：人）

	文理別		合計
	文系	理系	
学校種別			
大学	305	109	414
大学院	5	88	93
合計	310	197	507

また、インターンシップへの参加実態を把握することを目的として、以下の4点について、第1回調査・第2回調査双方で聞いた。まず、インターンシップ参加経験の有無である。選択肢は「はい」「いいえ」の2択であった。次に、インターンシップ参加経験があると回答した者を対象として、オンライン形式で実施されたインターンシップへの参加社数ならびに、対面形式で実施されたインターンシップへの参加社数をそれぞれ聞いている。選択肢は、「オンライン（もしくは対面）のインターンシップには参加したことがない」と、1社から9社までは1社刻み、それ以上については「10社以上」であった。最後に、参加した中で最も長いインターンシップ期間について確認している。選択肢は「半日」「1日」「2～3日」「1週間程度」「2週間程度」「1カ月程度」「1カ月以上」であった。

統制変数としては、性別、文理系統、学校区分、学校種別、大学所在地、ブランド大学の6変数を用いた。性別は、男性=0、女性=1、文理系統は、文系=0、理系=1、学校区分は、学部生=0、大学院生=1、大学種別では、国立・公立=0、私立=1とした。なお、私立の中に通信制大学を含めている。また、大学所在地では、企業数の多い首都圏ならびに関西圏に該当する東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・京都・兵庫=1、それ以外を0とした。ブランド大学とは、新卒採用においてそれらの大学の大学生・大学院生であることが一定のプラスの効果をもたらす大学群のことであり、旧帝国大学・東京工業大学・一橋大学・早稲田大学・慶應義塾大学=1、それ以外の大学を0とした。調査対象者のうち、国立大学の大学生は179名、通信制を含む私立大学の大学生は328名であった。

IV 結 果

分析に先立ち、キャリアの焦点化ならびにキャリアの展望化の10項目を用いて、第1回調査・第2回調査それぞれにおいて、キャリアの焦点化とキャリアの展望化の2因子構造とする確認的因子分析(CFA)を行った。第1回調査では、適

合度指標は $\chi^2=92.844$, $df=31$, $p<.001$, $GFI=.963$, $AGFI=.934$, $CFI=.968$, $RMSEA=0.061$ で、 GFI ならびに $AGFI$ は基準となる0.9を上回り、 $RMSEA$ は基準となる0.1を下回った。第2回調査でも、適合度指標は $\chi^2=94.297$, $df=32$, $p<.001$, $GFI=.963$, $AGFI=.936$, $CFI=.968$, $RMSEA=0.062$ で、 GFI ならびに $AGFI$ は基準となる0.9を上回り、 $RMSEA$ は基準となる0.1を下回った⁶⁾。

また、尺度の信頼性係数は、キャリアの焦点化では、第1回調査でクロンバックの α が.85、第2回調査では.89であった。同様にキャリアの展望化では、第1回調査でクロンバックの α が.69、第2回調査では.64であった。キャリアの展望化の α 係数がやや低いが、一定水準を上回っていると判断し、これらの尺度を用いて仮説検証を行うこととした。

本稿では、文系・理系それぞれで分析を行うことから、第1回調査・第2回調査におけるキャリアの焦点化ならびにキャリアの展望化の平均値と変化量の文系・理系間での比較を行った(表2)。なお、キャリアの焦点化とキャリアの展望化それぞれの変化量は、第2回調査の得点から第1回調査の得点を引いて算出した。変化量の値がプラスであることは、インターンシップへの参加経験を通じてキャリアの焦点化ならびにキャリアの展望化が促進されたことを意味し、逆にマイナスであることは、キャリアの焦点化ならびにキャリアの展望化が抑制された、すなわちやりたいたいがわからなくなったり(キャリアの焦点化)、興味の範囲が狭まったり、将来の可能性が見えにくくなっている(キャリアの展望化)ことを意味する。

キャリアの焦点化の平均値は、第1回調査・第2回調査とも、理系の方が文系よりも得点が高かった。このことから、理系の方が文系よりもキャリアの焦点化が進んでいると言える。一方、キャリアの展望化ならびにキャリアの焦点化・キャリアの展望化の変化量では、文系・理系の差は認められず、文系と理系との間で、キャリアの展望化や、インターンシップへの参加経験を通じて、キャリアの焦点化やキャリアの展望化が進む程度に違いはないことが推測される。

第1回調査から第2回調査までの間のインター

表2 文理別キャリアの焦点化と展望化の平均値と標準偏差

	合計		文系		理系		t 値
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
T1_キャリアの焦点化	3.13	0.84	2.95	0.86	3.41	0.73	-6.570 ***
T1_キャリアの展望化	3.87	0.63	3.85	0.63	3.90	0.61	-0.806
T2_キャリアの焦点化	3.23	0.91	3.07	0.92	3.48	0.83	-5.111 ***
T2_キャリアの展望化	3.87	0.61	3.84	0.64	3.91	0.55	-1.297
変化量_キャリアの焦点化	0.10	0.70	0.12	0.75	0.07	0.61	0.923
変化量_キャリアの展望化	-0.01	0.60	-0.02	0.61	0.01	0.58	-0.432

注：*** $p < .001$

表3 文理別インターンシップ参加経験の有無

(単位：人、() 内%)

	インターンシップ参加経験				合計
	なし		あり		
文系	49	(15.8)	261	(84.2)	310
理系	26	(13.2)	171	(86.8)	197
合計	75	(14.8)	432	(85.2)	507

表4 相関係数

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 性別												
2 文理系統	-.302**											
3 学校区分	-.352**	.542**										
4 学校種別	.156**	-.355**	-.484**									
5 大学所在地	.063	-.127**	-.149**	.404**								
6 ブランド大学	-.044	.181**	.391**	-.380**	.033							
7 インターンシップ参加有無	-.052	.036	.040	-.109*	-.044	.111*						
8 T1_キャリアの焦点化	-.208**	.271**	.182**	-.102*	.009	.020	-.006					
9 T1_キャリアの展望化	-.035	.036	.057	-.034	.024	.056	.145**	.186**				
10 T2_キャリアの焦点化	-.217**	.222**	.180**	-.019	.002	.030	.061	.685**	.170**			
11 T2_キャリアの展望化	-.083	.056	.097*	-.034	.014	.067	.096*	.143**	.529**	.170**		
12 変化量_キャリアの焦点化	-.030	-.039	.014	.099*	-.008	.014	.086	-.318**	-.004	.473**	.048	
13 変化量_キャリアの展望化	-.048	.019	.039	.001	-.011	.010	-.055	-.049	-.506**	-.005	.464**	.053

注：1) * $p < .05$, ** $p < .01$ $n=507$

2) ダミー変数は以下の通り

性別：男性=0, 女性=1 文理系統：文系=0, 理系=1 学校区分：学部=0, 大学院=1

学校種別：国立・公立=0, 私立（通信含む）=1 大学所在地：その他=0, 東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・京都・兵庫=1

ブランド大学：その他=0, ブランド大学=1 インターンシップ参加有無：非参加=0, 参加=1

ンシップ参加経験の有無は、表3の通りである。調査対象者全体では85.2%（文系84.2%、理系86.8%）の学生が1回以上インターンシップに参加していた。参加経験の有無に文系・理系間で、5%水準で有意差は認められなかった（ $\chi^2=.650$, $n.s.$ ）。また、インターンシップ参加経験の有無を問わず、調査対象者全体が回答した尺度の相関係数は表4の通りである。

次に仮説1-1、1-2の検証を行った。本検証では、キャリアの焦点化・展望化それぞれの変化量を応答変数とした上で、インターンシップへの参加経験の有無が与える影響を、調査対象者全体、

文系、理系それぞれで検証した。重回帰分析の結果、キャリアの焦点化に対しては、全体（ $b=.185$, $p < .05$ ）と文系（ $b=.390$, $p < .01$ ）で、インターンシップ参加経験がプラスの影響をもたらしたことから、大学生全体でみれば、また文系の大学生・大学院生では、インターンシップ参加経験がキャリアの焦点化を促進することが確認された。一方、理系では、インターンシップ参加経験は、10%水準で有意傾向が認められたが、仮説とは逆の方向、すなわち、マイナスの効果（ $b=-.219$, $p < .10$ ）が認められた（表5）。このことから、理系の大学生・大学院生では、インターンシップへの参加経

表5 文理別インターンシップへの参加がキャリアの焦点化に与える効果

	全体				文系				理系			
	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE
性別	-0.074	0.077	-0.074	0.077	0.045	0.107	0.045	0.105	-0.166	0.094	-0.187 [†]	0.095
文理系統	-0.058	0.072	-0.050	0.072	0.290	0.359	0.302	0.353	0.130	0.111	0.123	0.111
学校区分	0.145	0.109	0.156	0.109	0.248 [*]	0.118	0.300 [*]	0.117	0.338 ^{**}	0.124	0.353 ^{**}	0.124
学校種別	0.261 ^{**}	0.084	0.272 ^{**}	0.084	-0.088	0.095	-0.082	0.094	-0.153	0.108	-0.164	0.107
大学所在地	-0.107	0.071	-0.104	0.071	0.188	0.162	0.143	0.160	0.098	0.120	0.122	0.120
ブランド大学	0.119	0.100	0.100	0.100								
インターンシップ参加有無			0.185 [*]	0.087			0.390 ^{**}	0.117			-0.219 [†]	0.128
<i>R</i> ²	.023		.032		.017		.052		.055		.069	
<i>F</i>	2.000 [†]		2.365 [*]		1.058		2.771 ^{**}		2.221 [†]		2.354 [*]	

注：1) [†] *p*<.10, * *p*<.05, ** *p*<.01 全体 *n*=507 文系 *n*=310 理系 *n*=197

2) ダミー変数は以下の通り

性別：男性=0, 女性=1 文理系統：文系=0, 理系=1 学校区分：学部=0, 大学院=1 学校種別：国立・公立=0, 私立（通信含む）=1
 大学所在地：その他=0, 東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・京都・兵庫=1 ブランド大学：その他=0, ブランド大学=1
 インターンシップ参加有無：非参加=0, 参加=1

表6 文理別インターンシップへの参加がキャリアの展望化に与える効果

	全体				文系				理系			
	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE	<i>b</i>	<i>b</i> SE
性別	-0.007	0.067	-0.007	0.067	0.021	0.088	0.020	0.088	-0.115	0.091	-0.111	0.092
文理系統	-0.052	0.063	-0.056	0.063	0.103	0.295	0.099	0.294	-0.036	0.107	-0.035	0.107
学校区分	0.060	0.095	0.054	0.095	0.178 [†]	0.097	0.157	0.097	-0.153	0.119	-0.156	0.120
学校種別	0.042	0.073	0.036	0.073	-0.018	0.078	-0.020	0.078	0.036	0.104	0.038	0.104
大学所在地	-0.021	0.062	-0.022	0.062	0.074	0.133	0.092	0.133	-0.010	0.115	-0.014	0.116
ブランド大学	0.012	0.087	0.022	0.087								
インターンシップ参加有無			-0.096	0.076			-0.155	0.097			0.042	0.124
<i>R</i> ²	.004		.007		.011		.020		.022		.023	
<i>F</i>	0.303		0.489		0.700		1.007		0.877		0.746	

注：1) [†] *p*<.10, * *p*<.05, ** *p*<.01 全体 *n*=507 文系 *n*=310 理系 *n*=197

2) ダミー変数は以下の通り

性別：男性=0, 女性=1 文理系統：文系=0, 理系=1 学校区分：学部=0, 大学院=1 学校種別：国立・公立=0, 私立（通信含む）=1
 大学所在地：その他=0, 東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・京都・兵庫=1 ブランド大学：その他=0, ブランド大学=1
 インターンシップ参加有無：非参加=0, 参加=1

図1 文理別参加した中で最も長いインターンシップの日数

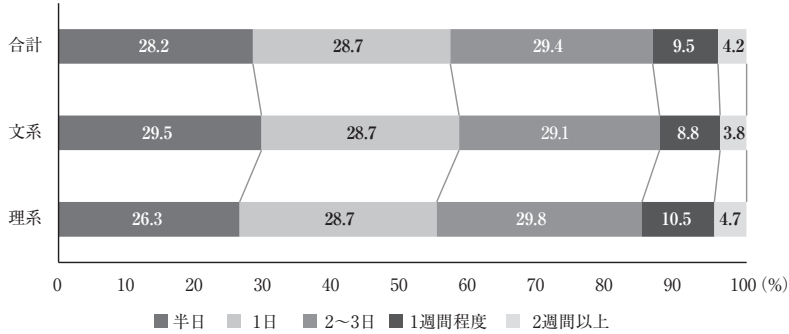
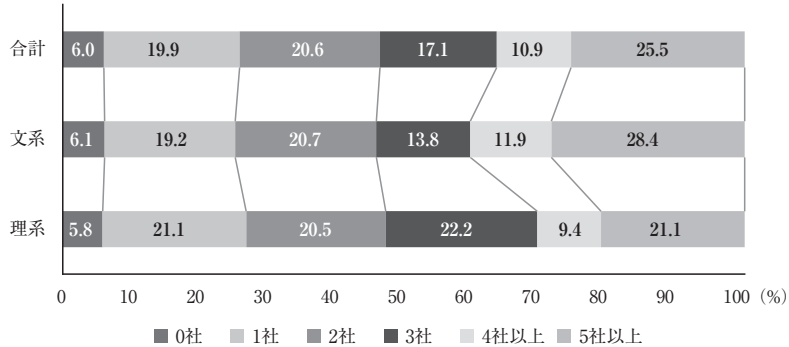


図2 文理別オンライン型インターンシップ参加社数



験が、キャリアの焦点化を抑制する可能性が確認された。

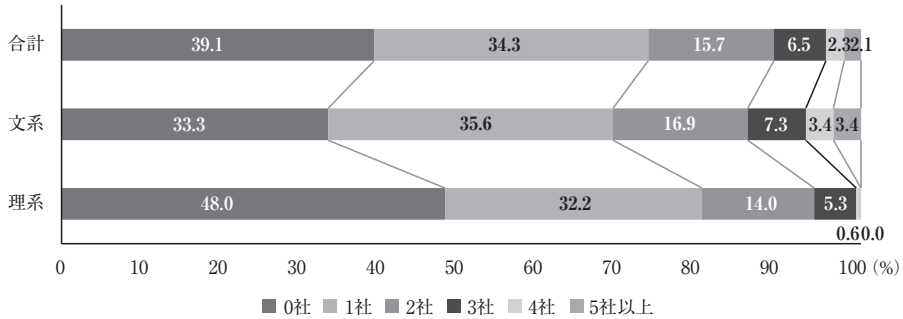
次に、キャリアの展望化では、全体・文系・理系いずれでも、インターンシップ参加経験は10%水準でも有意にならなかった(表6)。これらの結果から、インターンシップの参加は、文系の大学生・大学院生のキャリアの焦点化を促進するが、理系の大学生・大学院生では逆にキャリアの焦点化を抑制する可能性があること、また、文理を問わず、キャリアの展望化を促進する効果を持たないことが確認された。

仮説2の検証は、仮説1の検証結果をふまえ、インターンシップへの参加経験が有意傾向を含む有意な影響をもたらした文系・理系それぞれのキャリアの焦点化のみを対象とし、キャリアの展望化についての検証は行わないこととした。仮説2の検証に先立ち、インターンシップ参加経験あり群432名を対象として、インターンシップの参加パターン(社数・期間)の実態を明らかにする。まず、参加した中で最も期間が長いインターンシップの日数である。参加したインターンシップ

の中で、最も長いインターンシップの日数が1日以下(「1日」と「半日」の合計)と回答した大学生が、全体で56.9%(文系58.2%、理系55.0%)と半数を超えており、インターンシップ参加経験者の半数以上は、1日以下という短期間のインターンシップの参加経験しかなかった(図1)。なお、文系・理系の間で、最も長いインターンシップの日数は、5%水準で有意差は認められなかった($\chi^2=4.139, n.s.$)。

次に、オンライン・対面型インターンシップそれぞれの参加社数である。はじめにオンライン型インターンシップの参加社数について確認を行った。オンライン型インターンシップに参加したことがない大学生は全体で6.0%(文系6.1%、理系5.8%)であったことから、インターンシップ参加経験のある大学生の9割以上は、オンライン型インターンシップへの参加経験があり、逆にオンライン型インターンシップに参加したことがない大学生は非常に少数(1割以下)だと言える(図2)。なお、文系・理系の間で、参加した社数に5%水準で違いは認められなかった($\chi^2=11.830, n.s.$)。

図3 文理別対面型インターンシップ参加社数



次に、対面型インターンシップの参加社数である。全体の39.1%の大学生が対面型インターンシップに参加した経験がなかった。特に理系では48.0%と約半数の大学生・大学院生が対面型インターンシップへの参加経験がなく、文系の33.3%を14.7ポイントと大きく上回っている(図3)。理系では、約半数の学生が対面型インターンシップに参加した経験がなく、文系と理系の間で、対面型インターンシップへの参加経験社数には有意差が認められた($\chi^2=16.735, p<.01$)。また、オンライン型インターンシップと比べると、全体的に参加社数が少ないことも特徴である。インターンシップ参加経験者はオンライン型インターンシップを中心に参加し、特にその傾向は理系の大学生で顕著だと言える。

次に、最長のインターンシップ日数と、合計参加社数のクロス集計を行った。本調査では、オンライン・対面型それぞれでの参加社数を聞いており、両者を合算する形で合計参加社数を算出した⁷⁾。その上で、本稿と同じ大学3年生ならびに大学院1年生を対象としたマイナビ(2020)において、調査対象者の2020年10月時点でのインターンシップ平均参加社数が4.5社であったこと、同様にリクルート就職みらい研究所(2020)では、9月時点で4.03社(文系4.11社、理系3.85社)であったことを参照し、参加社数については「3社以下」と「4社以上」の2群に分けた。また、最長のインターンシップ日数については、調査対象者の半数以上が該当する「1日以下」と、それ以上となる「2日以上」に分けて分析を行った(表7)。

表7より、参加パターンで最も多かったのは、

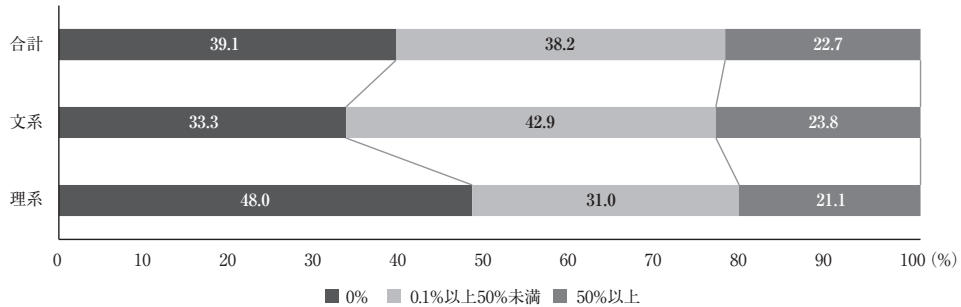
表7 文理別インターンシップ参加パターン (単位:人, ()内%)

		合計参加社数		合計
		1-3社	4社以上	
文系	1日以下	84 (32.2)	68 (26.1)	261
	2日以上	32 (12.3)	77 (29.5)	
理系	1日以下	61 (35.7)	33 (19.3)	171
	2日以上	37 (21.6)	40 (23.4)	
合計	1日以下	145 (33.6)	101 (23.4)	432
	2日以上	69 (16.0)	117 (27.1)	

「最長1日以下のインターンシップを含む3社以下(短く少ない)」のインターンシップに参加したというパターンであり、全体で33.6%(文系32.2%、理系35.7%)と最も多かった。次に多かったのは、文系・理系とも、「最長2日以上インターンシップを含む4社以上(長く多い)」のインターンシップに参加したというパターンで、全体27.1%(文系29.5%、理系23.4%)であった。なお、文系・理系の間で有意差が認められ($\chi^2=9.503, p<.05$)、残差分析から、理系では「最長2日以上インターンシップに3社以下(長く少ない)」参加するというパターンが21.6%と文系の12.3%と比較して有意に多いことが確認された。理系は文系よりも、期間が長いインターンシップに少数参加する傾向があると言える。

大学生は夏季休業中という限られた時間の中でインターンシップに参加することから、参加パターンは、「短く多い」、もしくは「長く少ない」のいずれかのパターンに集中すると想定していたが、分析結果は、「短く少ない」と「長く多い」という想定とは異なる2パターンが多かった。この傾向は特に文系で顕著であり、時間的制約の中

図4 文理別参加したインターンシップにおける対面型インターンシップの比率



で自分にとって効果的なインターンシップ参加パターンを選択するというよりは、インターンシップへの積極性が大学生のインターンシップ参加パターンを規定していることが推測される。

次に、参加したインターンシップの中に占める対面型インターンシップ比率について確認を行った。対面率は、対面で実施されたインターンシップに参加した社数を合計参加社数で割り算出した⁸⁾。その上で、対面率「0% (参加したインターンシップは全てオンライン型)」(169名)、「0.1~50%未満 (オンライン型が中心)」(165名)、「50%以上 (対面型が中心)」(98名)の3区分を設定した。すでに見てきたように、39.1%の学生が1度も対面型インターンシップに参加したことがなかった。また、対面型インターンシップの占める割合が0.1%以上50%未満の学生が、38.2%と次いで多く、合計77.3%と4分の3以上の学生は、オンライン型のみ、もしくはオンライン型インターンシップを中心に参加していた(図4)。

なお、文系・理系の間で有意差が認められた($\chi^2=9.819, p<.01$)。残差分析から、理系では文系よりも「対面率0%」に該当する割合が高く、文系では理系よりも「0.1~50%未満」に該当する割合が高かった。文系・理系いずれもオンライン型インターンシップへの参加が中心であるが、文系では「対面型インターンシップに参加したことがある (割合は低い)」タイプが多く、理系では「対面型インターンシップには参加したことがない」タイプが多い、という違いが認められた。

最後に、表7で示したインターンシップの4つの参加パターンごとに、対面率の違いを確認していく⁹⁾。「最長1日以下のインターンシップを含

む3社以下 (短く少ない)」では、65.5%と非常に多くの大学生が、「対面率0%」であり、オンライン型インターンシップにしか参加した経験がなかった。一方、4社以上に該当する2パターン(「最長2日以上インターンシップを含む4社以上 (長く多い)」「最長1日以下のインターンシップを含む4社以上 (短く多い)」)では、対面比率「0.1~50%未満」がそれぞれ66.7%、65.3%と多かった(図5)。参加パターン間で対面率に有意差が認められたことから、参加パターンと対面率には関連があると言える($\chi^2=158.176, p<.001$)。具体的には、参加社数が増えるにつれ、学生は対面型インターンシップも選択するようになると考えられる。ただし、参加社数が多い場合、対面型インターンシップも含まれるようになるだけであり、基本的にはオンライン型インターンシップへの参加が中心となる。数多くの企業のインターンシップに参加しようとすると、オンライン型インターンシップを中心にインターンシップの参加が進むと考えられる。

また、参加社数が3社以下であっても、最長期間が2日以上と比較的長期になると、「対面率50%以上」が、43.5%と他の参加パターンより多いことから、たとえ参加社数が少なくとも、比較的長期のインターンシップに参加した学生では対面型を積極的に選択していると考えられる。

以上の結果をもとに仮説2, 3の検証を行うべく、インターンシップの参加パターン・参加形態の違いが、文系のキャリアの焦点化の促進に違いをもたらす影響を検討した。なお、参加パターン(社数・期間)と参加形態(対面率)との間に関連が認められたことから多重共線性を確認したが、

図5 参加パターン別対面率

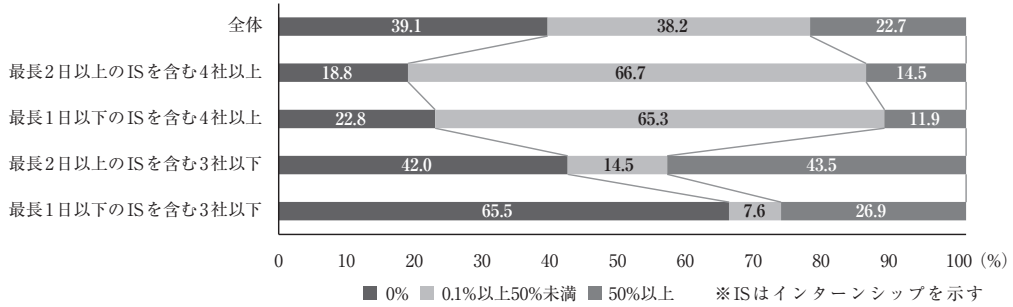


表8 参加パターンと参加形態によるキャリアの焦点化への効果の違い

	全体			
	b	bSE	b	bSE
性別	-0.078	0.076	-0.087	0.076
学校区分	0.034	0.105	0.023	0.105
学校種別	0.308 **	0.089	0.314 ***	0.089
大学所在地	-0.142 †	0.077	-0.162 *	0.078
ブランド大学	0.110	0.104	0.110	0.106
社数と最長期間_3社以下で最長2日以上			0.006	0.105
社数と最長期間_4社以上で最長1日以下			0.254 *	0.102
社数と最長期間_4社以上で最長2日以上			0.182 †	0.101
対面率0.1%以上50%未満			-0.075	0.092
対面率50%以上			-0.103	0.090
R^2	.058		.128	
F	2.031†		2.340*	

	文系				理系			
	b	bSE	b	bSE	b	bSE	b	bSE
性別	0.031	0.117	0.037	0.117	-0.239 *	0.098	-0.229 *	0.098
学校区分	0.284	0.360	0.287	0.365	0.068	0.115	0.046	0.114
学校種別	0.328 **	0.122	0.331 **	0.122	0.263 †	0.134	0.256 †	0.132
大学所在地	-0.153	0.104	-0.152	0.105	-0.107	0.117	-0.104	0.117
ブランド大学	0.169	0.164	0.111	0.166	0.066	0.127	0.134	0.128
社数と最長期間_3社以下で最長2日以上			0.062	0.166			-0.129	0.124
社数と最長期間_4社以上で最長1日以下			0.316 *	0.142			0.063	0.143
社数と最長期間_4社以上で最長2日以上			0.342 *	0.140			-0.187	0.141
対面率0.1%以上50%未満			-0.058	0.130			-0.023	0.128
対面率50%以上			0.046	0.131			-0.319 **	0.119
R^2	.031		.066		.058		.128	
F	1.610		1.760†		2.031†		2.340*	

注：1) † $p<.10$, * $p<.05$, ** $p<.01$ 全体 $n=432$ 文系 $n=261$ 理系 $n=171$

2) ダミー変数は以下の通り

性別：男性=0, 女性=1 学校区分：学部=0, 大学院=1 学校種別：国立・公立=0, 私立（通信含む）=1

大学所在地：その他=0, 東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・京都・兵庫=1 ブランド大学：その他=0, ブランド大学=1

3) 社数と最長期間ダミーの基準は、3社以下で最長1日以下 対面率ダミーの基準は、対面率0%

VIFは最大でも2.175であり問題はなかった。分析の結果、文系では「参加社数4社以上で最長1日以下」($b=.316, p<.05$)と「参加社数4社以上で最長2日以上」($b=.342, p<.05$)という2つのダミー変数が、キャリアの焦点化にプラスの影響を与えることが確認された(表8)。すなわち、レファレンスグループである「参加社数3社以下で

最長1日以下」と比べて、参加社数が多い大学生は、キャリアの焦点化がより促進されると言える。一方、対面率についてのダミー変数はいずれも10%水準で有意とならなかったことから、インターンシップの参加形態(オンライン型・対面型)による効果の違いは認められなかった。

理系については、対面比率のダミー変数である

「対面率 50% 以上 ($b=-.319, p<.01$)」がマイナスの影響を与えていることが確認された(表 8)。すなわち、レファレンスグループである「対面率 0%」の学生と比べて、「対面率 50% 以上」の学生は、インターンシップへの参加を通じてキャリアの焦点化が抑制されたと言える。一方、参加社数ならびに最長日数に関するダミー変数はいずれも 10% 水準で有意とならなかったことから、文系とは異なり、参加パターンによる効果の違いは認められなかった。

V 考 察

本稿の分析から明らかになった大学生のインターンシップ参加の特徴は以下の 3 点である。まず、「短期・オンライン型」インターンシップへの参加が中心であった。インターンシップ参加経験のある大学生の半数以上となる 56.9% (文系 58.2%, 理系 55.0%) は、1 日以下という短期間のインターンシップの参加経験しかなく、9 割を超える 94.0% (文系 93.9%, 理系 94.2%) の大学生がオンライン型インターンシップへの参加経験があった。対面型インターンシップへの参加経験としては、理系では「対面型インターンシップには参加したことがない」タイプ (48.0%) が最も多く、文系では「対面型インターンシップに参加したことがある (ただし対面率は 0.1 以上 50% 未満と低い)」タイプ (42.9%) が最も多かった。

インターンシップ参加パターンは事前の予想とは異なり、「短期間のインターンシップに少数参加」と「長期間を含むインターンシップに多数参加」に該当する大学生が多かった。インターンシップに積極的な群では、期間の長いインターンシップを含む多くのインターンシップに参加するなど、より多くの時間をインターンシップに投入し、逆に積極的でない群はインターンシップにあまり時間を投入しておらず、大学生のインターンシップへの積極性のばらつきが大きいことが窺われる。ただし、インターンシップの中には、選考通過者のみ参加可能なインターンシップもあることから、大学生の積極性だけが参加パターンを規定するわけではないことに留意が必要である。ま

た、参加パターンは対面率と相関することが確認された。参加社数が多いと、大学生はオンライン型インターンシップを軸としつつも対面型インターンシップにも参加する傾向がある。また、参加社数が少なくとも、長期のインターンシップに参加した大学生では対面型を積極的に選択していると考えられる。

次に、分析結果に基づく仮説の支持・不支持を確認する。インターンシップに参加することは、文系の大学生のキャリアの焦点化を促進するが、理系の大学生では、仮説とは逆にキャリアの焦点化を抑制するという結果となった。これにより、仮説 1-1 は部分的に支持された。一方、キャリアの展望化に対しては文系・理系とも影響を与えなかったことから、仮説 1-2 は支持されなかった。

インターンシップ参加経験者のみを対象とした分析からは、文系の大学生では、インターンシップの最長期間にかかわらず、数多くのインターンシップに参加することがキャリアの焦点化を促進することが明らかになった。換言すれば、文系学生のインターンシップ効果を高めていくためには、「期間」よりも「社数」の方が重要であることが推測される。一方、理系の学生では、最長期間ならびに参加社数はキャリアの焦点化に影響を与えなかった。以上の結果から、仮説 2 は部分的に支持された。また、オンライン・対面というインターンシップの参加形態については、文系では参加したインターンシップに占める対面率がキャリアの焦点化に影響を与えることはなく、理系の学生では、仮説とは異なり、参加したインターンシップに占める対面率が 50% 以上と高い場合にキャリアの焦点化が抑制されたことから、仮説 3 は支持されなかった。最後に、文系・理系の比較では、上記でも指摘してきたように、効果の有無やその方向性 (キャリアの焦点化を促進もしくは抑制) に差異が確認された。これにより、文系・理系という個人属性がインターンシップ経験から得られる効果に差異をもたらすことが確認された。

以上で指摘してきたように、本稿では当初の仮説とは異なる結果が複数確認された。特にオンライン・対面というインターンシップの参加形態については、対面型インターンシップの方がイン

ターンシップの効果をより高めると仮説を立てたが、有意な結果は得られなかった。言い換えれば、オンライン・対面という参加形態は、インターンシップの効果に有意な差をもたらさないということである。このような結果の背景についてはさまざまな解釈が考えられる。例えば、杉谷(2008)は、多重情報処理モデルから、感情に代表される非言語的な手掛かりが少ないコミュニケーションの方が、メッセージが効率的に伝達されることを実証研究から明らかにしている。つまり、対面型インターンシップのような豊富に非言語的情報(感情表現やジェスチャーなど)が含まれるコミュニケーションでは、そちらの情報処理にリソースが割かれてしまい、重要な事実やメッセージの情報伝達度はむしろ下がってしまうということである。逆に、オンライン型インターンシップのような非言語的情報が対面に比べて少ないコミュニケーションでは、重要な事実やメッセージ、資料の理解に情報処理のリソースをより多く割くことができるため、情報の伝達度が高まる。またその結果として、対面形式と比較しても遜色のない経験や効果が得られている可能性が考えられる。

しかしながら、オンライン・対面の効果の差については、2つの理由から本稿の結果のみで判断することは困難である。第1に、2020年という年の特殊性である。本稿冒頭で述べたように、2020年は新型コロナウイルス感染予防の対策としてオンラインインターンシップが急速に広まった。具体的には、2020年4月7日に政府による緊急事態宣言が発出され、同月16日には対象が全国に拡大されている。このような状況の中、多くの企業はそれまで準備していたインターンシッププログラムを中止、もしくは早急にオンライン形式に変更することを余儀なくされている。そして、オンライン形式に変更した企業では、グループワーク、職場見学、社員座談会、就業体験など、対面で行う予定だったプログラムを短期間かつ意図に反してオンライン化したケースが相当数あったことが推測される。つまり、2020年に行われた対面型インターンシップは全面的かつ積極的に行われたものではなく、対面で行われた時間も当初の企

画より著しく短くなっていたと考えられる。その結果、対面型インターンシップの強みや特徴が活かされず、本来の効果が発揮されなかったことが推測される。

第2に、大学生の多くが対面型インターンシップを支持している点である。株式会社マイナビが主催する「学生が選ぶインターンシップアワード¹⁰⁾」の調査結果では、オンライン・対面両方のインターンシップ経験がある大学生の64.1%(2773名)が、「インターンシップは対面(オフライン)で行った方が良い」「どちらかと言えば、インターンシップは対面(オフライン)で行った方が良い」と回答している。一方、「インターンシップはオンラインで行った方が良い」「どちらかと言えば、インターンシップはオンラインで行った方が良い」と回答した学生は、10.3%(444名)であった。また、マイナビ(2021b)「大学生低学年のキャリア意識調査」においても、最も学びが大きかったインターンシップの形態として対面形式が支持されている。これらの背景については今後丁寧な分類や分析が必要であるが、オンライン・対面両方のインターンシップを体験した大学生の6割以上が対面型インターンシップを支持している事実は留意すべきである。以上の点を鑑みると、オンライン・対面の効果の差については、本稿だけでなく、複数年・複数サンプルによる精緻な分析が必要である。

最後は、インターンシップ経験が理系学生のキャリアの焦点化を抑制する点である。本稿の結果から、有意傾向ではあるものの、インターンシップへの参加が理系学生のキャリアの焦点化を抑制する効果が確認された。本結果の背景についても多様な解釈が考えられるが、1つの視点は「大学の学習と就職後の仕事の連続性」である。II 5でも述べたように、一般に理系学生は大学・大学院で学んだ内容と就職後の仕事に連続性があり、文系学生と比較して将来のキャリアが明確である。実際、本稿においてもキャリアの焦点化はT1・T2共に理系学生の方が有意に高かった。しかし、在学中から将来のキャリアが明確であるがゆえに、リアリティショックなどインターンシップでネガティブな経験をした場合、その影響が直

接的にマイナス方向に働いてしまうことが考えられる。インターンシップを通して「こんなはずではなかった」「この分野の学習を何年間もしてきたのに、思っていたような仕事ではなかった」と感じる学生もいるだろう。一方、文系は理系ほど大学の学習と就職後の仕事に連続性がない。それゆえ、インターンシップでネガティブな経験をしたとしても、「それなら別の業界・仕事を見てみよう」「自分に合わないことが分かって、むしろ進むべき方向性が見えてきた」と肯定的に捉えられる可能性がある。つまり、文系はインターンシップの多様な経験を肯定的に解釈できる余地が大きい一方、理系は大学の学習と就職後の仕事の連続性が極めて強いので、ネガティブな経験に対する解釈の余地が小さく、幻滅体験がそのままキャリアの焦点化の低下に繋がりがやすい（インターンシップの参加によって、かえって将来が曖昧になってしまう）ことが考えられる。対面率が50%を超えると理系のキャリアの焦点化が有意に低下する点も、対面による実務に近い体験がリアリティショックを喚起しやすいことが背景にあるのかもしれない。本件については推測も多分に含まれており、軽々に判断することはできない。しかし、文系・理系で逆方向の効果が出ている点は興味深い事実である。また、本結果はインターンシップ研究における個人属性の重要性を示唆するものである。今後は少なくとも文系・理系などの個人属性にも注目し、各人の置かれた学習環境や仕事への連続性を踏まえた上で、インターンシップの効果を分析する必要があるだろう。

謝辞 本研究に貴重なデータを提供して頂くとともに多大なご協力を頂いた、株式会社マイナビ キャリアリサーチ Labの栗田卓也様、東郷こずえ様、事業推進統括事業部の林俊夫様、松井徹哉様に深くお礼申し上げます。また、本研究はJSPS科研費(21K13353)の助成を受けたものである。

- 1) 本稿では特別の記述が必要な場合を除き、「大学生」という表記の中に大学院生も含め、表記の簡便性を図る。
- 2) 本稿では大学生のインターンシップ参加経験について、「参加社数・期間」を「参加パターン」、「オンライン・対面形式」を「参加形態」に区別し、それぞれの効果を検証していく。
- 3) オンライン・対面のインターンシップ参加社数を足し上げて算出した。ただし、10社以上の参加については、調査時に「10社以上」という選択肢を選んでいるため、正確な参加社数は不明である。本稿では10社として計算したが、実際の平均参加社数は4.4社以上になる可能性がある。

- 4) 就職活動については、尾崎(1967a, b)などの文献もあるが、これらは大学の就職支援者による歴史的な文献である。就職活動の実証研究としては、荻谷編(1995)が早い段階での調査報告書と言えよう。
- 5) 「雇用管理調査」は2004年に廃止されているので、最新調査は存在しない。
- 6) 第1回調査・第2回調査とも2組の誤差変数間に共分散を設定した。
- 7) オンライン型と対面型それぞれの参加社数を合算することには、オンライン型と対面型双方を含むハイブリッド型のインターンシップに参加した学生の参加社数が、本来1社であるにもかかわらず2社にカウントされてしまうことから、ハイブリッド型のインターンシップに参加した学生の合計参加社数が実際よりも多くカウントされてしまう問題点がある。また、参加社数を問う質問の選択肢では、「10社以上」を1つの選択肢としているため、参加社数が非常に多い学生の正確な参加社数は不明となる。
- 8) 対面率の算出は合計参加社数を用いていることから、ハイブリッド型のインターンシップへの参加経験のある大学生の対面率が、ハイブリッド型ではない対面型のインターンシップへの参加経験のある大学生の対面率よりも低くなるという問題点がある。
- 9) 本来であれば、文系・理系それぞれで結果を示すことが望ましいが、サンプル数が限られ、1つのセルあたりの人数が非常に小さくなることから、ここでは文系・理系を合計した形で結果を示す。
- 10) 「学生が選ぶインターンシップアワード」は、株式会社マイナビが主催する学生の社会的・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制度である。2021年現在、経済産業省・厚生労働省・文部科学省・日本経済新聞社が後援を行っている。

参考文献

- 浅海典子(2007)「学生にとってのインターンシップの成果とその要因」『国際経営フォーラム』No. 18, pp. 163-179.
- 尾崎盛光(1967a)『日本就職史』文藝春秋。
- (1967b)『就職——商品としての学生』中央公論社。
- 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——」『インターンシップ研究年報』No. 14, pp. 1-8.
- 荻谷剛彦編(1995)「大学から職業へ——大学生の就職活動と格差形成に関する調査研究」広島大学大学教育研究センター。
- 楠奥繁則(2006)「自己効力論からみた大学生のインターンシップの効果に関する実証研究——ベンチャー系企業へのインターンシップを対象にした調査」『立命館経営学』第44巻, 第5号, pp. 169-185.
- 厚生労働省(2004)「雇用管理調査」。<https://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/kanri/kanri04/index.html> (最終閲覧日: 2021年5月22日)
- 酒井理(2015)「インターンシッププログラムの教育効果——職業観形成の視点から」『法政大学キャリアデザイン学会紀要』Vol. 12 (2), pp. 25-36.
- 佐藤一磨・梅崎修(2015)「インターンシップへの参加が就職活動結果におよぼす影響——Propensity Score Matching法によるSelf-Selection Biasの検証」『大学評価研究』第14号, pp. 89-100.
- 佐藤博樹・堀有喜衣・堀田聰子(2006)「人材育成としてのインターンシップ——キャリア教育と社員教育のために」労働新聞社。
- 杉谷陽子(2008)「インターネット上の口コミの有効性——情報

- の解釈と記憶における非言語的手がかりの効果」『産業・組織心理学研究』第22巻, 1号, pp. 39-50.
- 高良美樹・金城亮 (2001) 「インターンシップの経験が大学生の職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」『琉球大学法文学部人間科学科紀要』No. 8, pp. 39-57.
- 中尾歩・平尾智隆・梅崎修 (2021) 「大学での学習は新規学卒労働市場で評価されているのか? ——全国学生調査と機関データを結合した実証分析」(未刊行).
- 中澤渉 (2018) 『日本の公教育——学力・コスト・民主主義』中公新書.
- 日本私立大学団体連合会 (2017) 「ワンデーインターンシップの弊害是正に向けて (提言)」. <https://www.shidai-rengoukai.jp/information/img/300219.pdf> (最終閲覧日: 2021年5月21日)
- 一般社団法人日本経済団体連合会 (2019) 「2020年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動に関する要請について」. https://www.keidanren.or.jp/announce/2019/0416a_betten.pdf (最終閲覧日: 2021年5月21日)
- 初見康行・梅崎修・坂爪洋美 (2018) 「インターンシップ効果測定尺度の開発——5つの因子と尺度の信頼性・妥当性の検証」『経営行動科学学会 第21回年次大会 発表論文集』pp. 363-370.
- (2020) 「大学生のインターンシップ効果の検証——インターンシップの5つの効果とパネルデータを用いた分析」『キャリアデザイン研究』第16号, pp. 33-46.
- (2021) 「大学生のインターンシップ効果測定尺度の開発——テキスト分析とパネルデータによる実証研究」『日本労務学会誌』第21巻, 第3号, pp. 18-42.
- 平尾元彦 (2011) 「インターンシップの就職活動への影響——山口大学2010年度4年生へのアンケート調査と内定状況調査に基づく考察」『大学教育』第8号, pp. 29-36.
- 平野大昌 (2015) 「大学生の内定獲得とインターンシップのシグナリング効果」『生活経済学研究』第41巻, pp. 31-44.
- 古田克利 (2010) 「インターンシップ経験が新入社員のキャリア適応力に及ぼす影響」『インターンシップ研究年報』No. 13, pp. 1-7.
- (2014) 「インターンシップ実習中の自律性充足が大学生のキャリア自己効力感に及ぼす影響」『インターンシップ研究年報』No. 17, pp. 1-10.
- 株式会社マイナビ (2020) 「2022年卒 大学生インターンシップ・就職活動準備実態調査」. https://saponet.mynavi.jp/wp-content/uploads/2020/11/22gakusei_is-2-1.pdf (最終閲覧日: 2021年5月22日)
- (2021a) 「2022年卒 大学生 広報活動開始前の活動調査」. https://saponet.mynavi.jp/wp-content/uploads/2021/02/202102gakusei_is.pdf (最終閲覧日: 2021年5月21日)
- (2021b) 「マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査」. <https://saponet.mynavi.jp/wp-content/uploads/2021/01/career202012.pdf> (最終閲覧日: 2021年5月21日)
- 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」『インターンシップ研究年報』No. 13, pp. 9-17.
- 文部科学省 (2017) 「インターンシップの更なる充実に向けて議論の取りまとめ」. http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/koutou/076/gaiyou/_icsFiles/afieldfile/2017/06/16/1386864_001_1.pdf (最終閲覧日: 2021年5月21日)
- (2020) 「令和元年度 大学等におけるインターンシップ実施状況について」. https://www.mext.go.jp/content/20201204-mxt_senmon01-000010706_01.pdf (最終閲覧日: 2021年5月21日)
- 株式会社リクルート就職みらい研究所 (2020) 「2022年卒 インターンシップ・就職活動準備の現状に関する調査」. https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2021/01/pre_22s-20201222-02.pdf (最終閲覧日: 2021年5月22日)
- (2021a) 「就職白書 2021~冊子版~」. https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2021/04/hakusyo2021_01-48_up.pdf (最終閲覧日: 2021年5月21日)
- (2021b) 「就職活動・採用活動に関する振り返り調査 データ集」. https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2021/03/hakusho2021_data.pdf (最終閲覧日: 2021年5月21日)
- Cheung, R. and Arnold, J. (2014) "The Impact of Career Exploration on Career Development among Hong Kong Chinese University Students," *Journal of College Student Development*, Vol. 55, No. 7, pp. 732-748.
- Stumpf, S. A., Colarelli, S. M. and Hartman, K. (1983) "Development of the Career Exploration Survey (CES)," *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 22, pp. 191-226.
- Zhou, J., Newman, A. Le, H., Presbitero, A. and Zheng, C. (2018) "Career Exploration: A Review and Future Research Agenda," *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 110, pp. 338-356.

はつみ・やすゆき 多摩大学経営情報学部准教授。主著に『若年者の早期離職——時代背景と職場の人間関係が及ぼす影響』(単著・中央経済社, 2018年)。人的資源管理, 人材マネジメント専攻。

さかづめ・ひろみ 法政大学キャリアデザイン学部教授。主著に『シリーズダイバーシティ経営 管理職の役割』(共著・中央経済社, 2020年)。産業・組織心理学, 人材マネジメント専攻。

うめざき・おさむ 法政大学キャリアデザイン学部教授。主著に『労働・職場調査ガイドブック——多様な手法で探索する働く人たちの世界』(共著・中央経済社, 2019年)。労働経済学, 人事労務管理, オーラルヒストリー専攻。