

## 平成 29 年度「インターンシップフェア」の事業効果の考察

### 1. 事業趣旨

1 年生・2 年生を主対象者とし、学生の社会人基礎力としての汎用力育成、職業適性の判断につながるインターンシッププログラムとして実施する。一方、学生と企業との接点を持つことにより、県内有力企業の認知度向上を図り、県内就職を視野に入れるきっかけとする。

2. 実施日 平成 29 年 7 月 2 日（日） 14:30～18:00

### 3. 参加者

(1) 参加企業等 企業：24社 自治体：1

(2) 参加学生 167名 ※アンケート回収：100名（回収率：59.9%）

### 4. 参加学生の状況

図 1 はインターンシップフェアの参加者を大学別に示したもので、図 2 は学年別に示したものである。大分大学の研究生を除いた総参加者は 167 名で、大分大学生が 49.4% と最も多くなっている。学年別に見ると、主対象者である 1 年生と 2 年生が全体の 44.6% と半数以下であり、大分大学の 3 年生がほぼ半数である。次の項目以下でアンケート回収者の意識を詳しく見ることとするが、参加者の目的の達成度（学年によって異なると考えられる。）やインターンシップへの参加の有無や効果等により、今回のフェアの有効性を見ることが重要であると考えられる。

図 1

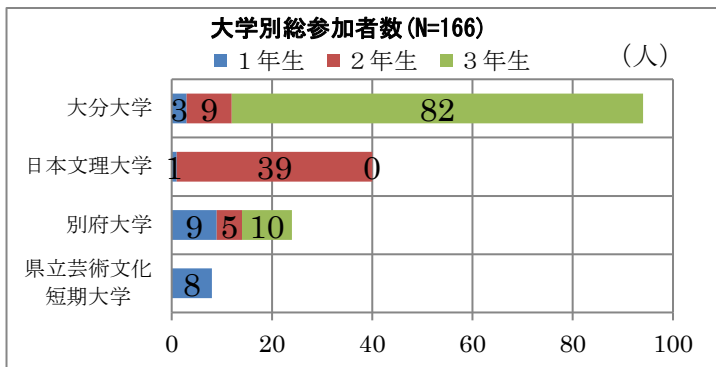
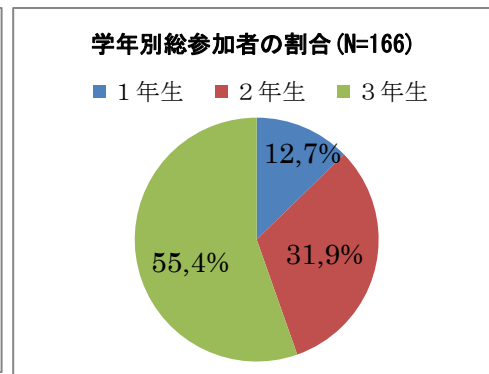


図 2

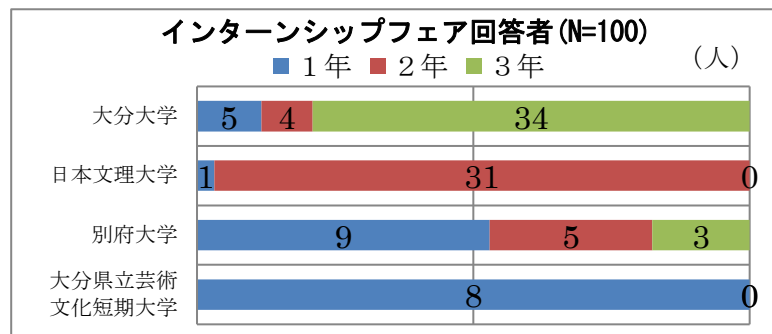


### 5. アンケート回答者からの意識の考察

#### (1) 回答者の状況

図 3

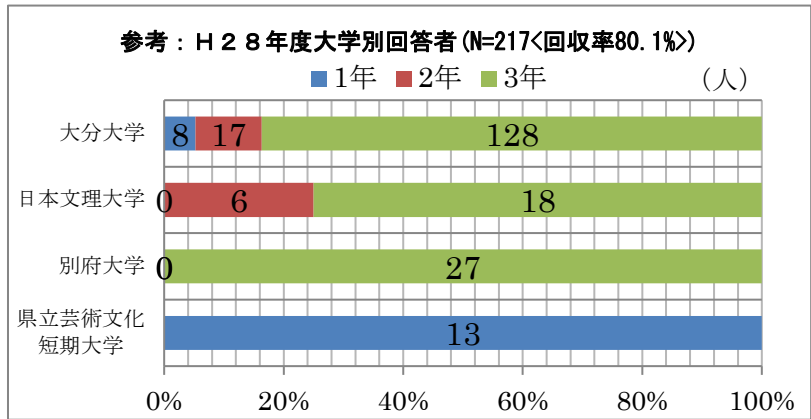
図 3 はインターンシップフェアのアンケート回収者の内訳を示したものである。大分大学の参加者が一番多く全体の 43% で、次いで日本文理大学が 32% となっている。しかし、事業での主対象学年である 1 年生・2 年生をみると、日本文理大学と県立芸術文化短期大学は



全員、別府大学は17人中14人、図3-②（参考）

大分大学は43人中9人となっており、大分大学の1年次・2年次のキャリア体験への参加促進が必要であることが分かる。

図3-②は、参考として昨年度の参加者（総参加者271名中217名のアンケート回収）の状況を、大学別に学年別の人数の内訳を示したものである。昨年度は対象学年を示していなかった



ため本年度とは比較が出来ないが、「インターンシップは就職先探し」というイメージから、4年制大学では3年生がほとんどであった。

以下、参加した学年の状況を頭の中に入れて、図から見える学生の意識について考察する。

## (2) 就職希望地域の状況

図4は大学別の就職希望地域を示したものである。大学別では回答数が異なるが、回答数が少ない県立芸術文化短期大学を除くと、各大学とも約1/4が大分県内、約1/4が大分県外で、約1/2が未定であり、各大学の傾向はほぼ同じである。学年の視点で見ると、3年生が多い大分大学と、1年生、2年生がほとんどの他の大学の傾向がほぼ同じである。

図4

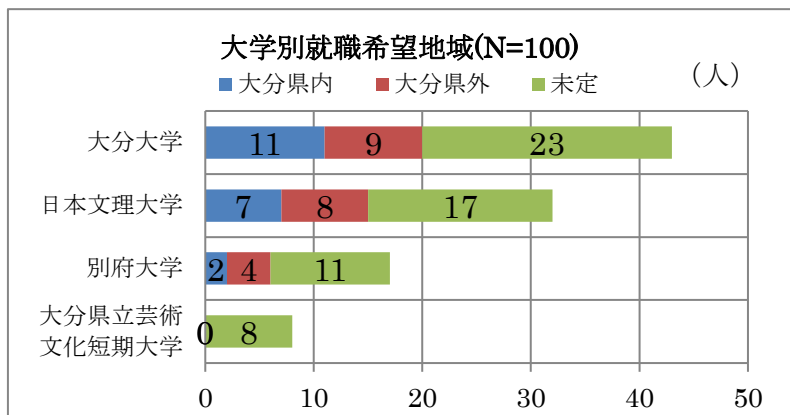


図5は学年別の就職希望地域を示したものである。1年生では、入学当初でもあることから「未定」が多いのはわかる。「図4. 大学別の就職希望地域」とも重複するが、大学生の就職希望地域に関する意識は、一般的に2年生と3年生ではほぼ同じであると考えられるのか、大分大学の学生の就職希望地域に関する考え方ができるのが遅いと考えられるのか、今後の調査を続けていきたい。

図5

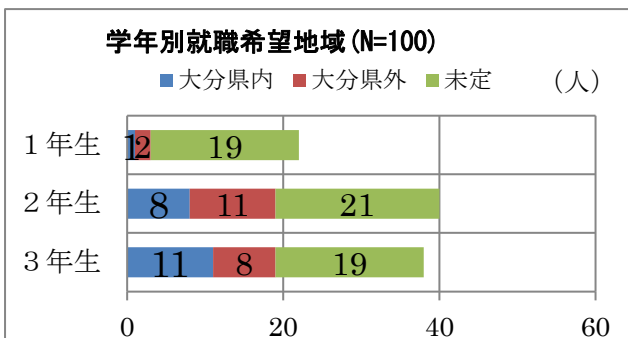


図6

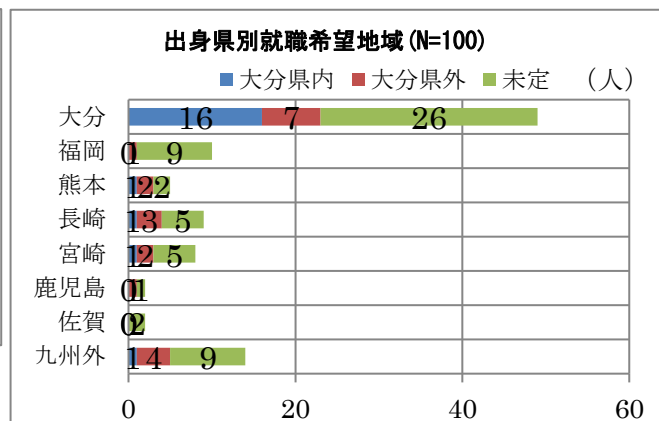


図6は出身県別の就職希望地域を示したものである。大分県出身者の一部は県外就職を希望しているものの約半数は未定であり、大分県外出身者についても同様の傾向が見られる。

3年生の後期には就職活動が始まることから考えると、3年生の時期に就職について考えることは、その後の大学での、自分が進みたい職業人としての能力を大学教育で培う期間が短いことから、早期のキャリア形成に関する取組が求められると言えるであろう。そうした学びが「大分を創る人材」として活躍できることとなると考える。

どちらにしても約1/2が未定であることから、自発的な県内への就職を促進するための教育プログラムの開発やインターンシップ等の充実、県内の就職情報の提供、さらに、それを全学的、事業協働機関全体の取組とすることが必要であることがわかる。

### (3) インターンシップフェアの参加による大分県内企業への興味の高まり

図7

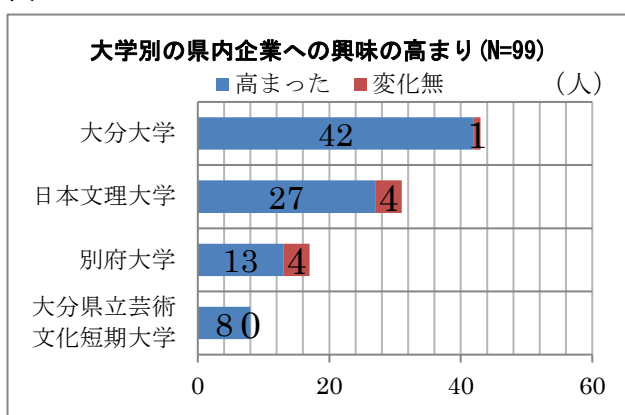


図8

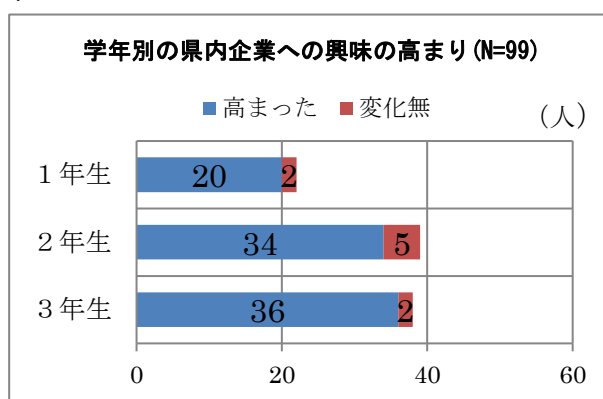


図7はインターンシップフェアに参加しての県内企業への興味の高まりを大学別に示したものであり、図8は学年別に示したものである。90.9%が「大分県内の企業への興味が高まった」と回答しており、大分県内への就職の意識付けとして有効であることが分かる。特に、(2)で考察した「未定」の学生にとっての効果が期待される。このことから、早期にこうした活動に参加することによって職業意識が芽生え、大学での学びの必要性、学びの内容等を考えたキャリア形成が可能になると言えよう。その観点から見ると、3年生が、1年生や2年生と同じように「大分県内の企業への興味が高まった」という回答をどう分析することができるのかが課題としてあげられる。インターンシップ関係は学年とは関係なく効果があることはわかるが、「3年生では遅い」という見方もできるのではないだろうか。

## 6. 具体的な感想

図2～図6について、参加した学生の具体的な感想を以下のように整理した。

### (1) 「職業を知る」観点からの学びについて

#### 1) 企業・職業を知ることによる就職意識

- ・今まで知らなかった企業も知ることができ、地元での就職もありだなと考えが広がった。
- ・働くビジョンが見えた気がする。
- ・企業の方からの様々なお話で、働くということがより身近に感じられた。
- ・地元（県外）の企業で働きたいと考えていたのですが、大分の企業も魅力的で地域にとらわれずに考えようと思った。

- ・県内の企業をあまり知らなかったため、県内の企業を知るきっかけになった。
- ・選択肢が広がったと思う。

## 2) 企業・職業に関する学び

- ・いままで知らなかった県内の企業で働けるという企業があることなどが分かって良かった。
- ・自分がまだ知らなかった業種の話なども聞くことができて良かった。
- ・興味のある分野に対してさらに知ることができて良かった。
- ・詳しく、興味のある分野の仕事について話が聞けたので良かった。
- ・詳しくは知らない仕事ばかりだったので、様々な企業をより詳しく知り、興味を持てた。
- ・自分が想像していたのと違った企業の魅力や、新たな発見など多く学ぶことができた。
- ・様々な業種の方から実際の声を聞くことができ、非常に良い経験となった
- ・もともと、気になっていた企業もあったが、学内では実施されていないところが殆どだったので良かった。

## 3) 企業に関する深い学び

- ・色々な企業のインターンシップの内容や日程等のわからないところを直接質問できた。
- ・色々な企業の業務内容を聞いて良かった。
- ・企業の深い話がたくさん聞いて良かった。
- ・企業の細かく詳しい話が聞けたため、これから就活を頑張ろうと思えるきっかけになった。

### (2) 就職意識の変化

- ・自分が興味のある企業や興味がない企業の話聞くことができて、自分の視野を広げることができた。
- ・自分の将来のビジョンをより明確に描くきっかけになった。
- ・実際に企業の方の話聞き、自分のイメージと違う部分が明確になり、将来への不安が軽減した。
- ・各企業の知らないところを知れたり、実際に人事の方と話ができたりしたのは貴重な体験になった。
- ・企業の細かく詳しい話が聞けたことなどから、これから就活を頑張ろうと思えるきっかけになったり、インターンシップへの興味関心、意欲等に繋がったりして多くの成果が得られた。

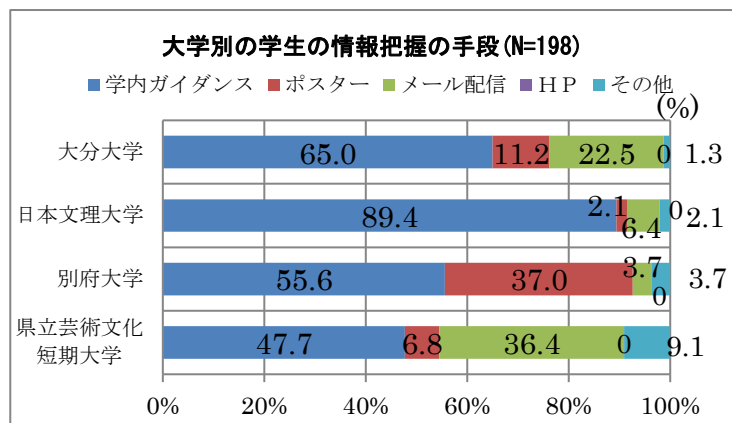
## 7. インターンシップフェアの効果の考察

データ数が少ないために確定的な考察は出来ないため継続的な分析が必要であるが、一定の傾向は見る事が出来たと考える。

### (1) 各大学の事業周知について 図9

図9は大学別の、学生が今回のインターンシップフェア及び同時開催したシゴト発見セミナーの事業情報を把握した手段を示したものである。

基本的には各大学とも、大学の授業等の学内ガイダンスが最も多く、有効な科目や説明会等におけるシステムのガイダンスの実施が有効であると言える。その他は各大学の特色もあるが、重要なこ



とは、インターンシップフェアの目的を適切に周知して参加を促すことである。

(2) インターンシップへの参加状況について (8月21日現在)

フェアの後のインターンシップ体験の成果については、インターンシップ体験後に分析することとするが、ここではインターンシップへの参加状況から、フェアの成果を見ることにとどめることとする。

インターンシップへの参加率が延べ人数としては42.2% (前年度は31%)、<実人数は38.0%>と伸びてはいるものの、県内企業のシゴト発見セミナーとは違い、インターンシップ体験を促進する事業であることから、多くの学生の参加が求められるものである。図10から見えることは、3年生の半数が参加している一方、1年生は28.6%、2年生は20.8%となっており、フェア参加については、3年生は就職先の検討が目的であり、1年生と2年生はインターンシップ体験ではなく、「企業等を知る」ことが目的であると考えられる。

図11からも、インターンシップへの参加は3年生が全体の73.0%で最も多くなっていることから、本インターンシップフェアへの参加の目的が、1年生・2年生と3年生では異なることがわかる。

(3) 今後の取組について

今回の企業を知ることに関するフェアの効果は大きかったと言えるが、インターンシップ体験が目的の取組であることから、インターンシップそのものへの参加を促進していくことの重要性が見えてきた。8月以降にインターンシップフェアの一環として行われるインターンシップ体験による効果も踏まえて、就職意識を向上させるための大学全体、事業協働機関全体での取組を広げることの重要性がわかったと言えよう。また、インターンシップ等を含めた「就職意識の啓発」の適切な時期や内容についても、今後の分析も含めて検討することとしたい。

図10

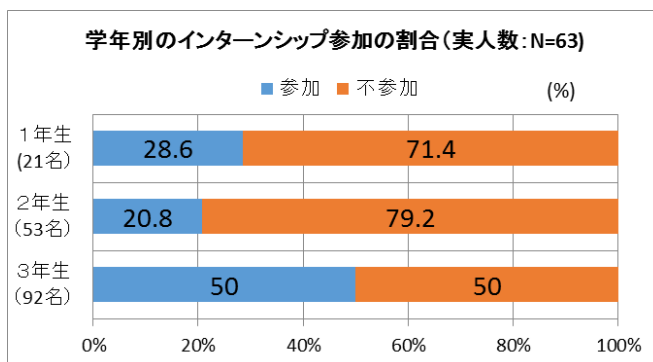
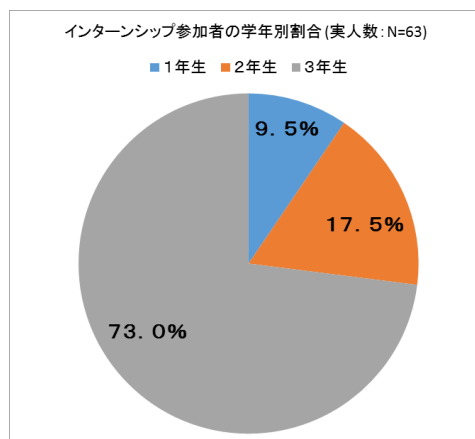


図11



<企業によるガイダンスの様子>



<ブースによる企業説明の様子>

<文責：大分大学COC+推進機構 特任教授 中川忠宣>