

富山短期大学経営情報学科学生の "強み" と "弱み" — インターンシップの分析を通して —

The Strong and Weak Point of Students at Department of Management and Information, Toyama College — Analysis through Internship —

森井 泉 仁

MORIIZUMI Hitoshi

【要約】

企業では SWOT 分析^{注1}を行い、自社の“強み”や“弱み”を知り、M&A^{注2}やマーケティングなどの経営戦略を練ることも多い。そして、私学の大学経営においても、それは非常に重要なことである。

そこで、本科、1年生が例年参加しているインターンシップを通して、まず SWOT 分析の内部環境要素である本科学生の強みと弱みの分析を行った。その結果、受入先企業団体、学生ともに良い点として評価していることは“真面目・誠実・素直”、“礼儀マナー”であり、学生の自覚はないが、企業団体が良い点として評価していることが“コミュニケーション力”であった。つまり、これらは本科学生の強みといえる。

一方、企業団体が悪い点として評価していることは“表現力”であり、これについては、学生自身にその自覚がなく弱みといえる。また、企業団体の評価が二極化しているのは“積極性”であり、これについては学生間で個人差があるようだ。

これらの結果を学生にも認識してもらうことで、強みは本科のアピールポイントとして、弱みは授業などでフォローし、更に本科学生の質を向上させることで、企業団体のニーズに応えることができ、保証人、学校、企業団体の良好な関係が構築される。

【キーワード】 大学経営、インターンシップ分析、内部環境要素。

1. はじめに

企業で SWOT 分析を用いて自社の経営戦略を練ることは、今に始まったことではない。当然、大学経営においても同様に分析を行い経営を安定化させることは非常に重要である。

そこで、大学における経営について考えてみると、保証人からの学費で学生という宝を人“財”として育成し、企業団体への橋渡しをする。つまり、育成の対価が学費であり、その第三者評価が学校のブランド力となる。ブランドとは、“あの大学の学生ならば是非採用したい”という企業団体の需要として出口確保に直結する。そして、それは保証人に

対しての大学アピールポイントでありブランドとなる。つまり、大学経営を長期的に安定化させるためには、保証人、大学、企業団体という三つの良好な関係、需要と供給がマッチした状態を常に保つことが重要となる。

そのためにまず優先されるべきは、学生の強みと弱みを正確に分析、把握することである。そうすることで強みは更に強化することができ弱みは何らかの方法で補うなどの対応策を講じることが可能となる。そこで、本稿では本科学生の強みと弱みを、1年生を対象としたインターンシップのデータから分析することにする。

2. インターンシップの現状

2.1 全国の現状

全国エリアでのインターンシップへの学生参加状況は、図 1 に示すように、近年増え続けており、2020 年卒業生は 86.2%に達している。しかし、その参加日数については、図 2 に示すように、半日参加と 1 日参加が合わせて 61.7%を占めており、所謂、1day インターンシップ型への参加が多い。1day インターンシップについては、インターンシップといえるのか、実質的には早期の会社説明会なのではないか、など賛否両論、様々な意見がある。勿論、1day インターンシップの中で社員との交流や、自社のアピールと短時間の実習を組み合わせるような工夫したプログラムなど、学生にとっても有効なものがあるのは事実である。

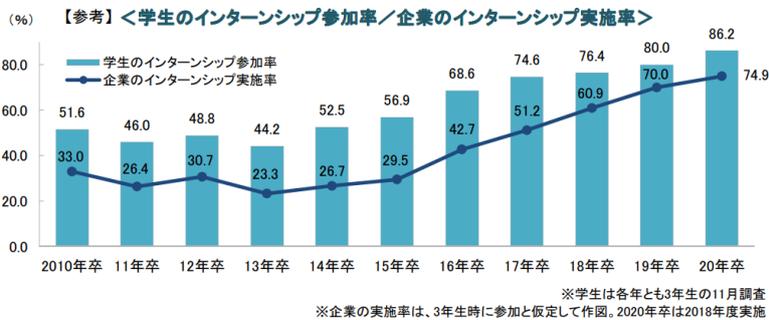


図 1. 学生のインターンシップ参加率/企業のインターンシップ実施率

(株式会社ディスコ：キャリアタス就活 2020 インターンシップ特別調査レポート)

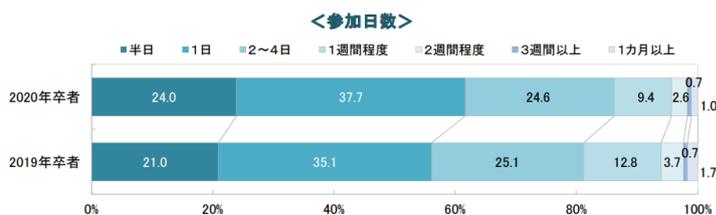


図 2. インターンシップ参加日数

(株式会社ディスコ：キャリアタス就活 2020 インターンシップ特別調査レポート)

2.2 富山県の現状

次に富山県のインターンシップ参加状況について調査する。まず、富山大学については、ホームページ（図 3）より、令和元年度の学部生を対象とした 5 日間以上のインターンシップ参加人数は 355 人であり、1 学年約 1900 人で医学部と薬学部を合わせた約 300 人を除き、対象者を約 1600 人と考えるとその参加率は約 20%となる。勿論、1600 人の中には大学院への進学希望者等も含まれるため単純な比較はできないが、決して高い参加率とはいえない。しかし、図 1 及び図 2 の全国の 2020 年卒者と比較すると、インターンシップ参加率が 86.2%で、その内、1 週間程度以上（半日、1 日、2 日～4 日を除く）の参加者は 13.7%であることを考慮すると妥当な数値ではある。

学部	体験者	体験者計
人文学部	54	355
人間発達科学部	93	
経済学部	87	
理学部	33	
医学部	1	
薬学部	3	
工学部	44	
芸術文化学部	39	
都市デザイン学部	1	
大学院	体験者	体験者計
理工学教育部（理学系）	13	65
理工学教育部（工学系）	50	
医学薬学教育部	1	
芸術文化学研究所	1	

図 3. 令和元年度 年度別インターンシップ実施状況（富山大学ホームページ）

また、内閣府地方創生推進事務局のデータによると、県内高等教育機関（大学 4 校、短大 1 校、高等専門学校 1 校）の大学 3 年生、大学院修士課程 1 年生、高専 4 年生、高専専攻科 1 年生、短大 1 年生を対象としたインターンシップ参加実績は、平成 29 年度で 1154 名となっており、内、本学短大生は約 130 名程度であるため、約 1000 名が他校学生である。他校とは富山大学、富山県立大学、富山国際大学、高岡法科大学、富山高専ということになるが、これら全体で約 1000 名であることを考えると、決してインターンシップが積極的に実施されているとはいえないのが現状のようだ。

2.3 本科の現状

経営情報学科では、インターンシップの参加対象は、基本的には 1 年生であり、そのほぼ全員が、3 日以上インターンシップに参加する。

2018 年度より富山県インターンシップ推進センターが運営する Web システム

“INTERNSHIP NAVI とやま”を利用し、学生が自ら受入先企業団体を検索し、エントリー、事前打ち合わせを経て、3日～10日程度の研修に参加する。研修前には、礼儀マナーや手紙の書き方などの事前講座を受講し、研修後には、パワーポイントを作成することで研修内容を振り返り、学内でプレゼンテーションを行うことになっている。

また、本科の履修科目として単位認定もされることになっており、毎年、1年生のほぼ全員が3日以上インターンシップに参加し、その参加日数に応じて1単位～3単位を取得する。尚、本科では、1日及び2日の研修日数は、会社説明会という位置づけであり、3日以上研修日数をインターンシップと定義している。表1に本科のインターンシップ参加人数と研修日数を示す。尚、2020年度の3日～4日の参加者が例年より増えて5日～10日の参加者が減っているのは、コロナ禍の影響を受け企業団体が研修日数を減らしたことが原因とみられる。

表1. 本科インターンシップ参加人数と研修日数

	インターンシップ研修日数			その他		(人) 合計
	3日～4日	5日～9日	10日以上	1日～2日	不参加	
2018年度	2	117	3	0	1	123
2019年度	1	116	12	1	1	131
2020年度	34	80	6	1	2	123

次に学生の受け入れ先、企業団体については、例年50社程度であり、2020年度のコロナ禍であっても、その数に大きな変化は見られなかった。但し、ホテル業界などのサービス業の一部企業は利用客がいないのと、学生への感染リスクを考慮し、インターンシップ自体を中止したところもあった。また、IT業界などを中心にZoomなどを活用したリモート形式のインターンシップを新規に導入する企業もあり、その形態（プログラム内容）はコロナ禍の影響を確実に受けていると感じられた。具体的な学生受入企業団体数を表2に示す。

表2. インターンシップ 学生受入企業団体数

	企業数	団体数	合計
2018年度	37	9	46
2019年度	38	12	50
2020年度	39	9	48

インターンシップの研修内容は、各社工夫をこらしており、社員、先輩との交流を積極的に行うことや、業務の実体験を行ったうえで同じインターンシップ参加学生同士で、問題点や改善提案をグループワークで実施し、社員や経営者にプレゼンテーションするなど様々である。

一方、短期大学生のアルバイト率は独立法人日本学生支援機構（2020）によると、84.7%

となっており、ほとんどの短大生がアルバイトに従事していることが分かる。

そこで、インターンシップ後にアルバイトとインターンシップの就業体験で、その差があるか否かを無記名アンケート（資料 1(2)）により調査すると、表 3 に示すように、2019 年度、2020 年度ともに参加者の約 7 割がインターンシップで“学ぶべきことがある”とアルバイトとの差を感じていることが分かる。しかし、“学ぶべきことはない”とアルバイトと同等程度と認識している学生も僅かにおり、また、“単純に比較はできない”と差はあるものの、大差があったとは感じていない学生も 25%程度いるのも事実である。これは、企業団体によっては、上層部からインターンシップ生を受け入れるよう指示があっても、人数的に専属の指導教育担当者を置けないことや、日々の業務に追われ、それどころではないなど厳しい現状もあり、とりあえず受け入れ、一定の作業のみに従事させるというアルバイトに近い研修内容となっている可能性があるためと推測する。（一部の企業担当者から、そうしたコメントを実際に聞くこともある）

インターンシップに関する“本音”アンケート

- (1) インターンシップを通し学んだことの中で、「最大」と思うものは何か、
一つだけ記載してください。
- (2) アルバイトとインターンシップを比較して適切だと思うものに○をつけてください。
ア： ほぼ同じで学ぶべきことはさほどない
イ： 異なった点もあり、インターンシップで学ぶべきことはある
ウ： 単純に比較は出来ない
- (3) 企業団体の人は私をどう評価していると思うか、記載してください。
企業団体の人が私を「良く」評価しているだろうこと：

企業団体の人が私を「悪く」評価しているだろうこと：
- (4) こんなインターンシップにして欲しい（自分ならこんなインターンシップを企画する）。
- (5) 企業団体（人事や担当者）の対応について適切だと思うものに○をつけてください。
満足 まあ満足 やや不満 結構不満

資料 1. インターンシップ後の無記名アンケート

表 3. インターンシップをアルバイトと比較して（単位：人）

	学ぶべきことはさほどない	学ぶべきことはある	単純に比較はできない	計
2019年度	9	88	32	129
2020年度	3	84	33	120

インターンシップに参加して約 7 割の学生は明確に“学ぶべきことはある”と回答しているが、“最大の学び一つは”という自由記述式の設問（資料 1(1)）に対して、2019 年度、2020 年度、ともに参加者全員が回答しており、しかも、1 位～3 位は一致していた。

具体的には、1 位が“コミュニケーションの大切さ”であり、2019 年度は参加者全体の 21%、2020 年度は参加者全体の 37%を占めた。2 位は“礼儀マナーの大切さ”であり兩年

度ともに参加者全体の約 13%、3 位は“積極性・行動力”で両年度ともに参加者全体の 9%～10%を占める結果となった。そして、学生のインターンシップ満足度については、同アンケート（資料 1(5)）によると、表 4 に示すように、2019 年度は“満足”“やや満足”を合わせて約 90%が、2020 年度は同じく“満足”“やや満足”を合わせて約 99%が、大卒で満足したと回答している。

表 4. インターンシップの満足度（単位：人）

	満足	やや満足	やや不満	結構不満	計
2019年度	50	65	13	1	129
2020年度	89	30	1	0	120

更に、既に企業団体より内定通知を受けた（就活を終えた）2 年生のほぼ全員を対象に下記内容で無記名アンケート実施したところ、2019 年度インターンシップ実施生 129 名中、128 名が回答し、“大いに役に立った”（51 名）と“ある程度、役に立った”（49 名）を合わせると回答者全体に対して約 78%の 100 名が、程度の差こそあるが役に立ったと感じていることが分かる。

2020 年度インターンシップ参加者については、120 名中、111 名が回答し、“大いに役に立った”（24 名）と“ある程度、役に立った”（65 名）を合わせると回答者全体に対して約 80%の 89 名が、役に立ったと感じていることが分かる。いずれにしても、インターンシップが就職活動に良い影響を与えていることは否めないようである。

「企業団体より内定通知を受けた 2 年生への無記名アンケート」

質問：インターンシップは就職活動に役立ったと思いますか、適切だと思うもの一つに○をつけてください。

ア：大いに役に立った

イ：ある程度、役に立った

ウ：どちらともいえない

エ：あまり役に立たなかった

オ：ほとんど役に立たなかった

2.4 本科と全国、及び富山県との比較

全国及び富山県、そして、本科のインターンシップ状況について前述したが、それらを比較してみると、まず、1day を含む学生のインターンシップへの参加率については、全国エリアで 2020 年卒業生は 86.2%（図 1）、本科では 131 名中、130 名の参加で 99.2%（表 1：2019 年度）となっており、本科の参加率は非常に高いことが分かる。

次に参加日数について比較してみると、図 2 に示すように、全国エリア（2020 年卒）では半日参加と 1 日参加が合わせて 61.7%を占めているが、本科（2019 年度）においては、

表 1 の 1 日～2 日が 1 名であるが、この学生は 2 日間のインターンシップに参加しているため、実質的には 1 日のインターンシップの参加者はいないことになる。勿論、学生によっては表 1 のインターンシップに参加した上で、1 日のインターンシップに複数社参加しているケースもあるが、その人数は表 1 にはカウントされていない。

また、2.1 で前述したように富山大学との比較（図 3：5 日間以上参加）では、分母となる対象学生の人数が不明なため正確には算出できないが、仮に対象者を 1600 人（医学部と薬学部を除く）とすれば、5 日間以上のインターンシップに参加している学部生は 355 人であるため、約 20%の参加率となる。一方、本科は表 1 より、131 名中、128 名が 5 日間以上のインターンシップに参加しており、その参加率は 97.7%で、これも非常に高い参加率であり本科の特徴の一つでもある。

では、学生のインターンシップに対する満足度はどうか。株式会社ディスコによると、「大変満足」が 42.0%と 4 割強。「やや満足」（41.5%）とあわせると 8 割を超え（計 83.5%）、総じて満足度は高い」としている（図 4）。

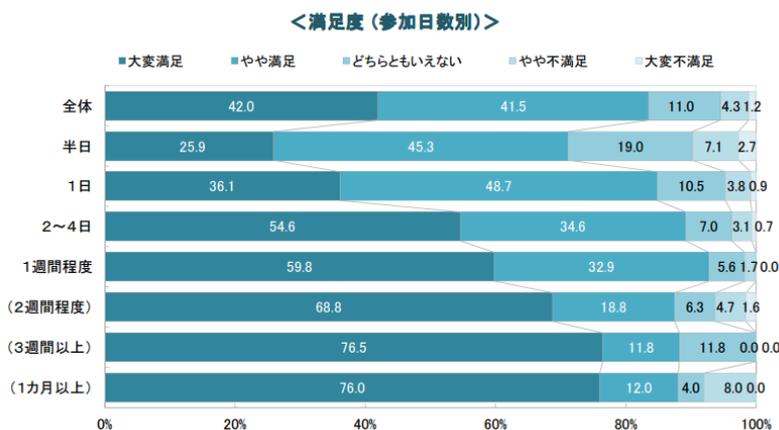


図 4. 満足度（参加日数別）

（株式会社ディスコ：キャリアタス就活 2020 インターンシップ特別調査レポート）

これについては、本科においても表 4（2019 年度）より、「満足」（38.8%）、「まあ満足」（50.4%）を合わせると 89.2%であり、約 9 割が総じて満足と回答している。これは図 4 から分かるように参加日数が増えるほど満足度も上がっていく傾向にあるため、本科では 5 日間以上の参加率が 97.7%であり、妥当な結果となっている。

3. インターンシップにおける「企業団体」の学生評価

3.1 評価票における点数評価

学生の研修先である企業団体には、毎年、学生の取り組みを評価して頂いており、具体的には本科で作成した評価票に評価を点数で入力して頂く。尚、本科の評価票は、経済産業省の「社会人基礎力」（図 5）を参考に作成しており、資料 2 のようになっている。

今までの「社会人基礎力」とは

経済産業省が主催した有識者会議により、職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力を「社会人基礎力(=3つの能力・12の能力要素)」として定義。



図 5. 人生 100 年時代に求められるスキル (経済産業省ホームページ)

研修先機関名									
評価者			インターンシップ生						
部署・役職			富山短期大学 経営情報学科1年						
氏名			氏名						

LO (学修成果)	具体的行動	5段階評価【注】					研修先評価
		4	3	2	1	0	
1 社会人・組織人としての責任・常識・マナー (マナー)	① 社会人としての責任感を持ち、常識ある言動を心がけている。 ② 職場規律を守っている。 ③ 挨拶はきちんと、明るく元気にしている。 ④ 丁寧な言葉遣いを心がけている。 ⑤ 時間厳守。 ⑥ 社会人としての服装・身だしなみを心がけている。 ⑦ (その他)						
3 実践力・実行力 (課題解決力)	① 受入れ先企業・機関・施設の役割・社会的意義・経営理念等についてきちんと理解している。 ② 与えられた仕事の内容について、きちんと理解している(分からないことを分からないままにしない)。 ③ 段取り良く、計画的に仕事を行っている。 ④ 適時、適確に「ホウレンソウ」を行っている。「報告内容」は要領を得て適確である。「相談」も適時行っている。 ⑤ 「顧客満足」を意識して仕事を行っている。 ⑥ (その他)						
4 自己管理能力・主体性・向上意欲	① 仕事を行っている時は、わき目も振らず集中力がある。 ② 何事も吸収しようとして、学習意欲が高い。 ③ より良い仕事のやり方を考えながら、仕事を行っている。 ④ ストレス・コントロール力が高く、ポジティブ思考である。 ⑤ チャレンジ精神に富み、既存の発想にとらわれず、新しいやり方・解決方法を考えている。 ⑥ 仕事を通じて自己効力感を高めている。 ⑦ (その他)						
5 人間関係力・チームワーク力・社会性	① 他者の意見やアドバイスを素直に聴くことができる。 ② 自分の意見・考えを、相手に理解してもらえよう、分かりやすく伝えることができる。 ③ 相手の意見や立場を尊重し、意見の違いや立場の違いを超えて協力・協働できる。 ④ 組織・チームの中での自分の役割・立場を理解し、共通の目標に向かって協力・協働できる。 ⑤ チームのメンバーに方向性を示し、目標の実現に向けて、チームをけん引する、もしくはチームに影響力を及ぼすことができる。 ⑥ (その他)						

自由記述欄(特記事項等ありましたら自由にご記入ください。)

【注】評価のレベルと評価基準の目安(各項目は研修を通しての最終的な評価をご記入ください。)

原則全ての項目についてご記入ください。なお、研修内容によって評価できない項目は空欄で構いません。

評価のレベル	評価基準の目安	(参考)
4 (大変優れている)	一緒に仕事をやりたいと思えるレベル	(すぐにでも採用できるレベル)
3 (優れている)	1年半後には一緒に仕事をやれそうなレベル	(1年半後の採用を検討できる)
2 (どちらともいえない)	今後の成長如何では、一緒に仕事をやれそうなレベル	(今後の成長如何では採用を検討)
1 (改善を要する)	今のままでは、一緒に仕事をできないレベル	(今のままでは、とても採用できない)
0 (問題あり)	(インターンシップを中止)	

資料 2. 評価票

研修先の企業団体数は、表 2 に示す通り、2018 年度が 46、2019 年度が 50、2020 年度が 48 であり、全ての企業団体から各個別学生の評価票を回収している。

次に、その評価票から本科学生の特徴を分析してみる。まず、評価票の評価項目は、大きく、“1：社会人・組織人としての責任・常識・マナー”、“2：実践力・実行力”、“3：自己管理能力・主体性・向上意欲”、“4：人間関係力・チームワーク力・社会性”の 4 つに分類され、更に、それぞれの項目について 6～7 の詳細項目に分類される。評価点は、表 5 に示す通り、0～4 までの 5 段階評価となっており、評価項目が研修内容の中に無い場合は空欄でもよいこととしている。

表 5. 評価基準

評価のレベル	評価基準の目安	(参考)
4 (大変優れている)	一緒に仕事をやりたいと思えるレベル	(すぐにも採用できるレベル)
3 (優れている)	1年半後には一緒に仕事をやれそうなレベル	(1年半後の採用を検討できる)
2 (どちらともいえない)	今後の成長如何では、一緒に仕事をやれそうなレベル	(今後の成長如何では採用を検討)
1 (改善を要する)	今のままでは、一緒に仕事をできないレベル	(今のままでは、とても採用できない)
0 (問題あり)	(インターンシップを中止)	

表 6 に 3 年分の評価結果を示す。3 年分の評価票は、対象となる全ての企業団体より、対象となる本科全学生の分を回収しており、回答率は 100%となっている。これらの全データを 4 つの大きな評価項目別に、その平均点を算出したところ、表 6 で示すように、3 年連続で“1：社会人・組織人としての責任・常識・マナー”が最高点となっており、次は“4：人間関係力・チームワーク力・社会性”である。一方、“実践力・実行力”と“自己管理能力・主体性・向上意欲”は毎年、比較的低い数値となっている。

表 6. 企業団体の本科学生評価（研修先の全企業団体から回収した評価票より）

	2018年度	2019年度	2020年度
1「社会人・組織人としての責任・常識・マナー」	3.52	3.6	3.78
2「実践力・実行力」	2.83	3.08	3.18
3「自己管理能力・主体性・向上意欲」	2.95	3.01	3.28
4「人間関係力・チームワーク力・社会性」	3.13	3.26	3.46
企業団体からの回収率	100%	100%	100%

3.2 評価票“自由記述欄”に見られる評価

更に、詳しく本科学生の現状を知るために、評価表（資料 2）の自由記述欄についても調査分析を行った。但し、この記入欄は企業団体によっては記載がないところもあるため研修先の全てをカバーしているものではない。また、企業団体によっては学生の“良い点”を複数記載している場合もあるため、1社につき 1項目とは限らない。その調査結果を表 7 に示す。

表 7. 企業団体の本科学生評価（自由記述欄）のまとめ

（研修先の全企業団体から回収した評価票“自由記述欄”より）

		2018年度		2019年度		2020年度	
		良い点	悪い点	良い点	悪い点	良い点	悪い点
1「社会人・組織人としての責任・常識・マナー」	礼儀正しい	11	3	19	1	16	1
	真面目・誠実・素直	48	0	46	0	53	3
	笑顔・明るい	3	3	13	4	9	3
	責任感・信頼性	3	0	2	0	3	1
2「実践力・実行力」	思考力・理解力・独創性	2	2	6	1	2	6
	問題意識が高い	1	0	1	0	2	0
3「自己管理能力・主体性・向上意欲」	積極性	30	19	32	13	31	15
	集中力	3	1	0	0	1	
4「人間関係力・チームワーク力・社会性」	統率力	1	2	6	0	8	2
	協調性	3	0	6	1	9	2
	表現力	1	14	6	15	5	18
	コミュニケーション力	15	6	12	2	12	9

この表 7 は、企業団体の担当者が評価票の自由記述欄に文章として記したものを、簡潔な表現（キーワード）に変換し、まとめたものである。

表 7 から分かるように、3 年間連続で企業団体が本科学生の良い点として挙げているのは、“真面目・誠実・素直”であり、他項目を大きく引き離している。

次は、これも 3 年連続で 2 位になっている“積極性”であるが、これについては悪い点としても 3 年連続で上位に位置しており、企業団体によっては、本科学生の欠点と認識しているところも多い。これは筆者が授業などで感じていることでもあるが、あまり細かいことに拘らず何事に対しても積極的な学生と、周囲の空気を読みながら慎重に取り組む学生が、ある程度の割合で二極化しており、それが影響しているのではないかと考えている。そして、企業団体によっては、「積極性と気遣いとは表裏一体であり、謙虚さがあるという点から見ると一概に欠点とも言えない」とコメントしているところもある。いずれにせよ、企業団体による見方（評価）の違いもあろうが、寧ろ、本科学生が大きく 2 つのタイプに分類されるという見解の方が筆者自身には納得できる。

更に、悪い点として“積極性”と並んで挙げられているのが“表現力”である。具体的には、「グループワークや発表において、自分の考えなどを上手く表現できない」という担当者の記述が目立った。確かに、入学して半年もたたないうちにインターンシップ参加となるため実質的には高校生の延長といっても過言ではなく、また、就職活動を想定した表現力の授業は 1 年生後期から始まるため、やはり、この時点では妥当な評価といえる。

4. インターンシップにおける学生自身の自己評価

前述の 3 では、企業団体側の評価について記述したが、次に、本科学生は自分自身をどう見ているのか、その自己評価について述べることにする。学生には表 7 でまとめた項目の中から、良い点、悪い点をそれぞれ一つだけ選択してもらった。但し、どうしても一つに絞れない、或いは、一つも適切なものがない場合は、複数選ぶ、また、全く選ばなくてもよいものとした。その結果を表 8 に示す。

まず、本科学生が自身を振り返り良い点として挙げている項目は、3年連続で“真面目・誠実・素直”がトップであり、2番目が2018年度は“礼儀正しい”、2019年度は“笑顔・明るい”、2020年度は“礼儀正しい”となっており、大分類としては、“1：社会人・組織人としての責任・常識・マナー”が、毎年、良い点として挙げられている。一方で悪い点として自覚している項目は3年連続で“積極性”がトップであり、その他の項目を大きく引き離している。2番目に悪い点と自覚している項目は、これも3年連続で“思考力・理解力・独創性”となっており、思考力や理解力が劣ると感じているようだ。これについては、研修後、学生との雑談の中で、「社員に意見を求められても専門的な知識が無く分からなかった」等のコメントを耳にしており、高校を卒業して半年程度の本科学生にとっては、やはりそうならざるをえない側面もあったようだ。それに対して、“真面目さ”や、“礼儀正しさ”などは、ある程度自分でも意識して取り組んでいるためか、それなりに自信をもって良い点として挙げている。勿論、インターンシップの事前研修でも、礼儀マナーや取り組み姿勢については指導教育を実施しており、その影響もあると推察する。

しかし、卒業生の就職先企業団体との意見交換などでも、本科学生の“真面目さ”や“素直さ”、“礼儀正しさ”は評価されていることが分かっており、これについては本科学生の非常に良い気質と見ることもできる。尚、卒業生の就職先企業団体による、入社後の本科学生評価詳細と分析については、次年度以降、調査分析を行いまとめる予定である。

表 8. 本科学生による自己評価のまとめ

		2018年度		2019年度		2020年度	
		良い点	悪い点	良い点	悪い点	良い点	悪い点
1「社会人・組織人としての責任・常識・マナー」	礼儀正しい	24	3	17	1	21	2
	真面目・誠実・素直	31	4	36	2	32	5
	笑顔・明るい	18	5	20	4	16	7
	責任感・信頼性	4	1	3	0	2	2
2「実践力・実行力」	思考力・理解力・独創性	3	10	2	7	5	12
	問題意識が高い	1	0	0	0	0	1
3「自己管理能力・主体性・向上意欲」	積極性	14	51	18	48	15	49
	集中力	1	0	1	1	2	0
4「人間関係力・チームワーク力・社会性」	統率力	1	3	2	0	3	4
	協調性	13	1	7	4	20	3
	表現力	2	4	6	3	3	4
	コミュニケーション力	3	4	5	2	7	9

5. 「企業団体による評価」と「学生自身による評価」の認識

まず、2018年度、2019年度、2020年度の学生受入先企業団体、全てによる点数評価結果をまとめた表6から分かることは、大項目1の“社会人・組織人としての責任・常識・マナー”について、本科学生は非常に高得点であり、強みといえることである。更に、企業団体による自由記述欄をまとめた表7から、その大項目1の中でも、特に“真面目・誠実・素直”が評価されていることが分かる。一方、表8から分かるように、学生自身も3

年連続で、“真面目・誠実・素直”が自分の良い点であったと振り返っている。

よって、大項目 1 “社会人・組織人としての責任・常識・マナー”の中でも、特に“真面目・誠実・素直”は、本科学士の強みと判断することができ、学生自身もまた、それをしっかりと自覚しているようである。更に同じ大項目 1 の中の“礼儀正しい”や、大項目 4 “人間関係力・チームワーク力・社会性”の中の“コミュニケーション力”という点も企業団体からは一定の評価を得ていると判断できる。しかし、“礼儀正しい”は、学生自身も良い点としてある程度自覚しているようだが、“コミュニケーション力”については、自己評価は、さほど高くはなく、良い点としての自覚はないようである。大項目 3 “自己管理能力・主体性・向上意欲”の中の“積極性”については、良い点として高評価をしている企業団体もあれば、悪い点として評価している企業団体も多い（表 7）。しかし、学生自身は悪い点として自覚している方が多く、つまり積極性が足りなかったと振り返っているようである。“積極性”については、前述したように、本科学士は凡そ 2 つのタイプに分類でき、どちらかという控え目な学生が多く、自身の消極的な姿勢を反省している学生が多いのではないかと推察する。その数値が表 8 の悪い点（着色箇所）の大きな数字として表れているのではないか。

また、企業団体が悪い点として、“積極性”と並び挙げているのが“表現力”である（表 7）。しかし、表 8 から分かるように学生にはその自覚がなく、さほど気にはしていないようだ。これについては、本学入学後、1 年生前期の授業で“表現力”ということについて学んでいないという現実があり、表現力の大切さや、表現力があるということがどんな状態で、表現力がないというのがどんな状態なのか、それ自体を理解していない可能性がある。但し、表現力については、就職活動も想定しての授業が 1 年生後期で実施されるため、本科においては、そのフォローアップ体制は現在、構築されていると考えている。しかし、その効果を客観的に確認できるのは入社後の評価であるため、これについても、次年度以降、卒業生の就職先企業団体評価として、別途、調査分析を行いまとめる予定である。

6. 本科学士の“強み”と“弱み”

6.1 本科学士の“強み”

本科学士の強みは、大項目でいうと、大項目 1 の“社会人・組織人としての責任・常識・マナー”であり、その中でも、特に“真面目・誠実・素直”が突出している。次に、同大項目の“礼儀マナー”と大項目 4 “人間関係力・チームワーク力・社会性”の中の“コミュニケーション力”である。そして、“真面目・誠実・素直”と“礼儀マナー”については、学生自身も良い点として自覚しているが、コミュニケーション力については、学生自身にその自覚はない。

ここで、先行研究について見てみると、藪下（2016）は、中部学院大学・中部学院大学短期大学部の学生を対象とする企業評価結果を紹介しており、「学生の評価として良いも

のに、「真面目で正確な仕事ぶり」、「仕事にやる気がある」や「時間を守り欠席・遅刻がない」などが挙げられる」と記述している。この文献から判断すると学生の“真面目”な取り組みは、本科だけの特徴ではないようであり、1 週間程度の研修においては学生も企業側に気を遣っているのかもしれない。

一方、“コミュニケーション力”について藪下（2016）は「低い結果となった」と記述しており、本科学生とは対照的な評価結果となっている。また、同先行研究の中で岐阜県インターンシップ推進協議会（岐阜県経営者協会）の調査報告の紹介もされており、そこには「受け入れをする中で感じたこと、困ったことについては、「受け身な学生と意識の高い学生の二極化が感じられる」、「友人同士で参加した学生は、私語が目立った」、「社会の仕組みに興味があるものの、知らない学生が多い」、「基本的な礼儀が低下しており、今年は企業で社会的マナーの指導に力を入れた」との記述があり、企業から見ると“礼儀マナー”などについて多少問題があったことが分かる。但し、先行研究では学生自身が、“真面目”や“コミュニケーション力”、“礼儀マナー”について、どう自覚していたのかは不明である。

6.2 本科学生の“弱み”

本科学生の弱みは、大項目 4 “人間関係力・チームワーク力・社会性”の中の“表現力”である。同大項目の中の“積極性”も同程度で悪い点として挙げられているが、企業団体によっては、良い点として挙げているところも多い。それに対して、“表現力”を良い点として挙げている企業団体は非常に少ないため、やはり、については、本科学生の弱みと見るべきであろう。ここで企業団体が指摘する“表現力”とは、近年インターンシップで積極的に実施されているグループワーク等における発表やプレゼンテーションのことである。一方、6.1 で述べた“コミュニケーション力”とは、業務を遂行するために社員や研修生同士が行う会話や意思疎通のことである。

しかし、亀野（2011）によると、企業による学生評価について「総合評価では、「非常に優れている」と「優れている」を合わせると 9 割を超えており、概して高い評価となっている」と述べた上で、総合的には高い評価であるものの、「表現力」「積極性」「企画力」などが他の項目と比較すると相対的に低くなっていることにも注目する必要がある」と結論を述べていることから、他校においても学生の“表現力”や“積極性”は若干問題があるようだ。

しかし、この先行研究では、学生自身の自己評価と企業側の評価の両方があるものの、評価項目がそれぞれ異なっており、例えば“表現力”という具体的詳細項目について、企業の評価は低い、学生自身はどう思っているのかは不明である。

6.3 学生間で個人差がある項目

前述した通り大項目 3 “自己管理能力・主体性・向上意欲”の中の“積極性”の評価につ

いては、良い点と見る企業団体も多いが、悪い点として見ている企業団体も多い。これは、学生により比較的その差が明確に分かれていることが原因であると推察する。つまり、積極性のある学生が参加した企業団体は良い点として評価し、消極的な学生が参加した企業団体は悪い点として評価をしたためと考える。

但し、この積極性が、6.2 で弱みとして挙げた表現力と異なる点は、学生自身に積極性に問題があった、つまり、弱みとしての自覚がある点である。これは、積極性が重要であるという認識があるのと同時に、どんな状態が積極的であり、どんな状態が消極的であるのかが、ある程度分かっているからであろう。

7. 今後の展開

本科学生の“強み”である“真面目・誠実・素直”、“礼儀マナー”、“コミュニケーション力”については、授業や就職活動ガイダンスなどで、企業団体から高く評価されていることを、グラフにすることで見える化し、データとして伝えていく事が重要であると考えられる。それが、学生の自信となり、また、本科の良き伝統として学生自身のプライドにも繋がることで、社会に出てからもその自覚とともに活躍の場を広げることができるのではないだろうか。そして、それはそのまま本学学校経営の長期安定にも繋がるといえる。

一方“弱み”である“表現力”については、1年生後期の授業「表現・コミュニケーション技法^{注3}」で就職活動も想定しフォローする体制となっている。

更に、学生間で個人差がある“積極性”については、一部企業からは、「積極性に欠ける」ということは、裏を返せば「空気を読む力があり、謙虚さがあるということともとれるから全否定されるべきものではない」という内容のコメントも頂いており、難しい点ではあるが、あえて言うならば、場の空気を読み、積極性が求められている場面においては、その要求に応えるべく積極的な対応をとるよう指導する必要があると考える。

例えば、明確に意見を求められているケースや、相手が明らかに困っているケースでは、こちら側の積極的な対応は必須であり、消極的態度はマイナス要因としかならない。このように、ケースに応じた対応力の中で積極性というものを指導していくことがベストではないか。これについては、筆者の担当するビジネス関連の授業で取り上げケースワークとして指導していこうと考えている。

いずれにしても、これら“強み”、“弱み”を明確化し、経営戦略を練ることは重要であり、今後も継続していかねばならない。また、今回は入学して間もない1年生のインターンシップを通しての調査分析を行ったが、次は、卒業生の就職先企業団体による卒業生評価を調査分析することで、本科2年間（厳密には1年半）における成長を見ることができると同時に、企業団体のニーズとのギャップを知ることができ、本科の指導方針を明確化し更なる経営の安定化を図ることができるのではないかと考える。

【注釈】

注 1

自分たちを取り巻く外部環境にあるチャンスや脅威を考慮しながら、組織の強みと弱みを評価し、自分たちが取り得る戦略を仮説として導き出す手法である。切り口がシンプルなため、さまざまな組織や場面で多用されている。

経済産業省（2006）「経済産業省サービス産業人材育成事業」

<https://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g60828a04j.pdf> 情報取得 2020.10.25.

注 2

M&A とは「Merger and Acquisition」の略で「合併および買収」と訳される。

経済産業省（2006）「経済産業省サービス産業人材育成事業」

<https://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g60828a04j.pdf> 情報取得 2020.10.25.

注 3

グループワークを使ったコミュニケーション心理学を学ぶ。集団の中での「聴く力」「伝える力」を感じ取るほか、就職活動で必要となる、自らの意志や思いを簡潔に表現する力を養う。また他者理解と自己実現の重要性を学び取り、社会で通用する社会人としての素養やコミュニケーション能力を身に付ける。

富山短期大学 授業シラバス 【授業の概要】「表現・コミュニケーション技法」

情報取得 2022.2.16.

【引用文献】

株式会社ディスコ（2019）「インターンシップに関する調査」

<https://www.disc.co.jp/wp/wp-content/uploads/2019/04/internshipchosa2020.pdf>.

情報取得 2020.10.26.

独立法人 日本学生支援機構（2020）「平成 30 年度学生生活調査結果」

https://www.jasso.go.jp/about/statistics/gakusei_chosa/_icsFiles/afieldfile/2020/03/16/data18_1.pdf. 情報取得 2020.10.26.

富山大学「年度別インターンシップ実施状況（過去 5 年）」

<https://www.u-toyama.ac.jp/career/internship/implementation.html>. 情報取得 2020.11.9.

内閣府 地方創生推進事務局「地方創生インターンシップ ポータルサイト 富山県」

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/internship/municipality/detail/16_toyama.html. 情報取得 2020.11.9.

経済産業省資料「人生 100 年時代の社会人基礎力」

<https://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/index.html>. 情報取得 2020.11.13.

藪下武司(2016)「インターンシップ実習の学生評価の現状分析」中部学院大学・中部学院大学短期大学部 研究紀要第 17 号 pp.117-126.

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 14 巻 pp.1-8.