



## 2. インターンシップの効果モデルと産学連携への示唆

## 2. エグゼクティブサマリー

- ✓ 第二章では、調査結果を学生への教育効果、企業希望度への貢献度について、定量分析モデルを用いて傾向を記載しています。
- ✓ 本調査においては、統計分析アプローチによって、具体的根拠のあるインターンシップ内容の示唆が得られるものとなっております。

### 2-1. インターンシップの教育効果モデル

インターンシップが与える「教育効果」について、統計分析結果をモデル化して記載しております。その上で以降のページを読み進めるにあたって、特に注視すべき要因について整理しています。

### 2-2. インターンシップの企業志望度モデル

インターンシップが与える「企業志望度」への影響について、統計分析結果をモデル化して記載しております。こちらも同様に、以降のページを読み進めるにあたって、特に注視すべき要因について整理しています。

### 2-3. 教育効果と企業志望度の向上に共通する3要因

このパートでは、分析結果を3つの要因に大別し、それぞれの観点から傾向値を詳細に分析しております。より幅広い観点から関連する要素を抽出し、効果的な内容を、再現性もって設計できる示唆が得られます。

### 2-4. 効果的なインターンシップの設計・運営ガイドライン

これまでの各種分析結果を踏まえ、効果的なインターンシップを設計するためのチェックリストを記載しております。自社の取り組みと照らし合わせることで、課題点・改善点の抽出が可能です。

### 2-5. 産学連携への示唆

最後のパートでは、分析結果によって明らかになった、重要要因をベースとした産学連携への示唆を記載しております。

## 2-1. インターンシップの教育効果モデル

## 2-2. インターンシップの企業志望度モデル

## 2-3. 教育効果と企業志望度の向上に共通する3要因

①事前事後学習の充実

②就業体験の充実

③社会人基礎力の向上

## 2-4. 効果的なインターンシップの設計・運営ガイドライン

## 2-5. 産学連携への示唆

## 2-1. インターンシップの教育効果モデル

## 2-2. インターンシップの企業志望度モデル

## 2-3. 教育効果と企業志望度の向上に共通する3要因

- ① 事前事後学習の充実
- ② 就業体験の充実
- ③ 社会人基礎力の向上

## 2-4. 効果的なインターンシップの設計・運営ガイドライン

## 2-5. 産学連携への示唆

分析の目的	インターンシップによる教育効果の向上メカニズムを探索的に分析する
教育効果の定義	インターンシップ経験による、学習の深化、 学習意欲の向上、主体的な学習姿勢の向上
分析内容①	以下の質問項目によって「教育効果」を測定  (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
分析内容②	教育効果を従属変数とする共分散構造分析 (SEM) を実施

# インターンシップの教育効果モデル

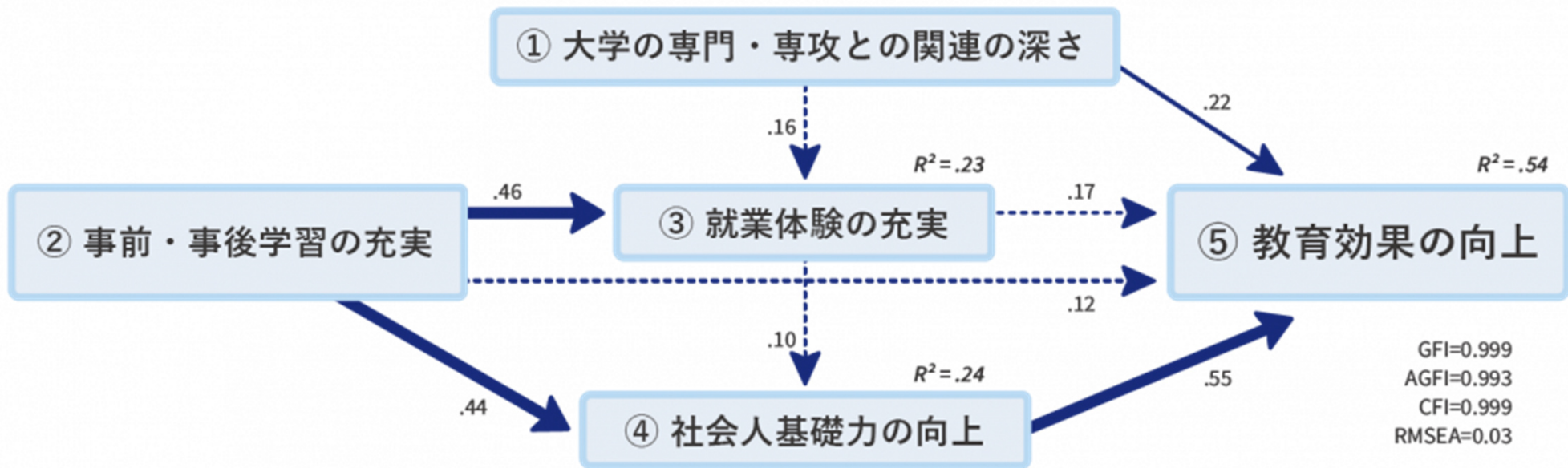


## ✓ 図の見方

- 矢印の太さ：太いほど影響後が強い [···> : 影響力 小] [→ : 影響力 中] [➔ : 影響力 大]
- 矢印の数字：影響力を数字で示したもの。大きいほど影響が強い（標準化推定値）

## ✓ モデルの詳細説明

- 矢印が出ている元は、影響を与える要因（説明変数）
- 矢印が刺さっている方は、影響を受ける要因（被説明変数）
- ボックス右上のR<sup>2</sup>の数字は、ボックス内の現象の説明率（調整済みR<sup>2</sup>値）
- 図右下のGFI等の数値は、図全体の整合性を数字で表したもの（モデル適合性）



✓ インターンシップにおいて、下記4要因をいかに充実させるかが教育効果向上のポイント

## 以下の4要因が教育効果に重要な影響を及ぼす

---

- 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

2-1. インターンシップの教育効果モデル

2-2. インターンシップの企業志望度モデル

2-3. 教育効果と企業志望度の向上に共通する3要因

①事前事後学習の充実

②就業体験の充実

③社会人基礎力の向上

2-4. 効果的なインターンシップの設計・運営ガイドライン

2-5. 産学連携への示唆



分析の目的	インターンシップによる企業志望度向上のメカニズムを探索的に分析する
志望度の定義	インターンシップ経験による、参加企業への志望度向上
分析内容①	以下の質問項目によって企業に対する志望度を測定  (1) 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
分析内容②	志望度を従属変数とする共分散構造分析 (SEM) を実施

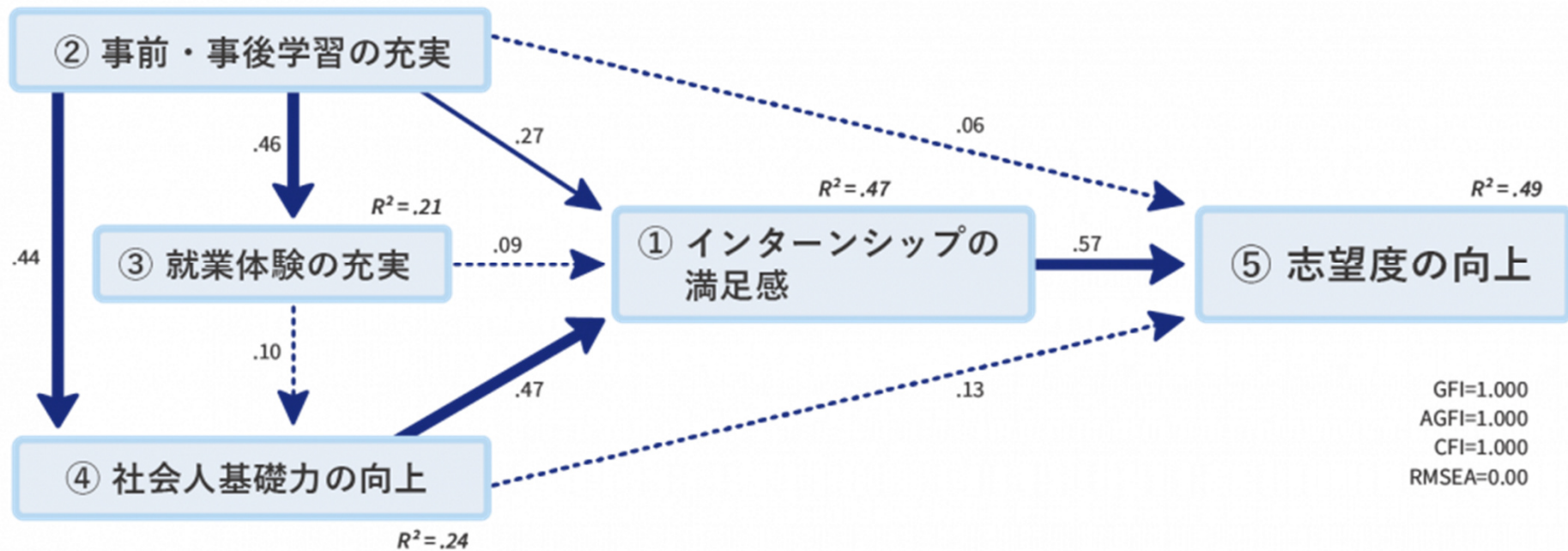
# インターンシップの志望度モデル

## ✓ 図の見方

- 矢印の太さ：太いほど影響後が強い [···> : 影響力 小] [→ : 影響力 中] [➔ : 影響力 大]
- 矢印の数字：影響力を数字で示したもの。大きいほど影響が強い（標準化推定値）

## ✓ モデルの詳細説明

- 矢印が出ている元は、影響を与える要因（説明変数）
- 矢印が刺さっている方は、影響を受ける要因（被説明変数）
- ボックス右上のR<sup>2</sup>の数字は、ボックス内の現象の説明率（調整済みR<sup>2</sup>値）
- 図右下のGFI等の数値は、図全体の整合性を数字で表したものの（モデル適合性）



✓ インターンシップにおいて、下記4要因をいかに充実させるかが志望度向上のポイント

## 以下の4要因が企業志望度に重要な影響を及ぼす

---

- 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

2-1. インターンシップの教育効果モデル

2-2. インターンシップの企業志望度モデル

**2-3. 教育効果と企業志望度の向上に共通する3要因**

① 事前事後学習の充実

② 就業体験の充実

③ 社会人基礎力の向上

2-4. 効果的なインターンシップの設計・運営ガイドライン

2-5. 産学連携への示唆

✓ 下記は教育効果と企業志望度向上に共通する3要因次頁以降では上記3要因を1つずつ分析する

- ① 事前・事後学習の充実
- ② 就業体験の充実
- ③ 社会人基礎力の向上

✓ 下記は教育効果と企業志望度向上に共通する3要因次頁以降では上記3要因を1つずつ分析する

## ① 事前・事後学習の充実

② 就業体験の充実

③ 社会人基礎力の向上

# 事前・事後学習の充実とは？



分析の目的	事前・事後学習の充実に影響を及ぼす要因を分析し、効果向上の手掛かりを探る
事前・事後学習の充実の定義	事前の目標設定、期中のフォロー、事後のフィードバックなど インターンシップ前後の学習に対する学生の認知・満足度
分析内容①	以下の質問項目によって事前・事後学習の充実を測定  (1) インターンシップ開始前に、参加目的の明確化や目標設定をすることができた (2) インターンシップ期間中に、適切なサポートやフォローを受けることができた (3) インターンシップ終了後に、評価とFBを受けることができた (4) インターンシップ参加前後に行われた事前の目標設定や事後のFBに満足している
分析内容②	上記4項目を「事前・事後学習の充実」として尺度化 ( $\alpha = .77$ ) 一元配置分散分析、 $t$ 検定によって事前・事後学習の充実に差をもたらす要因を分析

✓ 「事前・事後学習の充実」において統計的な有意差が確認された要因群は下記の通りです

## 差が確認された要因

---

- ①業種（効果量：大）
- ②インターンシップの主体（効果量：小）
- ③大学の専門・専攻（効果量：小）
- ④インターンシップの期間（効果量：中）
- ⑤実際の仕事経験の有無（効果量：小）
- ⑥インターンシップの内容（効果量：大）

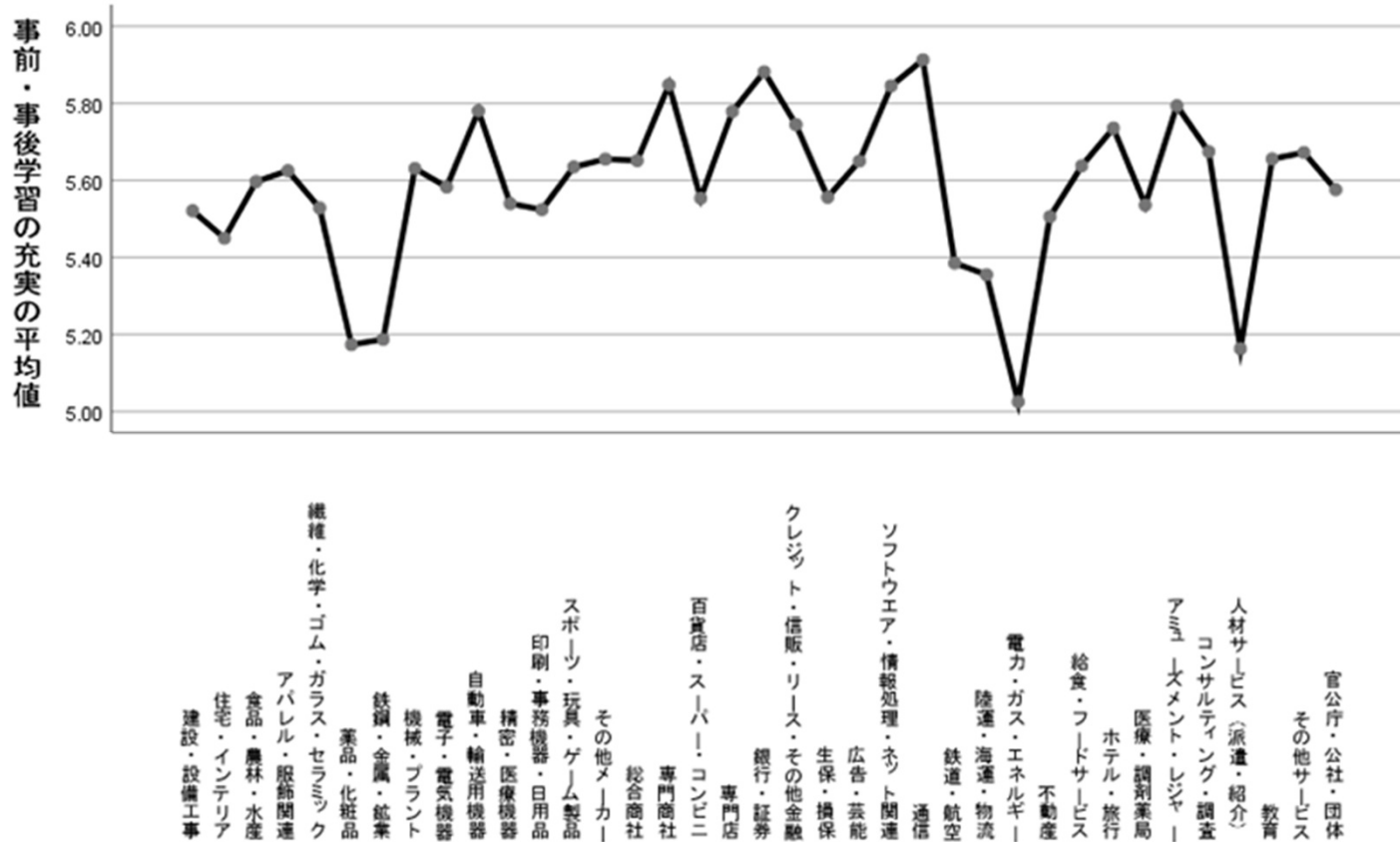
※一元配置分散分析、*t*検定によって有意差が確認された要因（多重比較はBonferroniで検定）

※効果量（Cohen' *d*）は、グループの中で最も高い平均値と低い平均値をもとに算出



# 「業種」による差

✓ 業種によって事前・事後学習の充実に有意差があり、特に銀行・証券、通信の平均値が高い



事前・事後学習の充実

	度数	平均値	標準偏差
建設・設備工事	143	5.52	1.14
住宅・インテリア	489	5.45	1.21
食品・農林・水産	106	5.60	0.93
アパレル・服飾関連	30	5.63	1.05
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	115	5.53	0.99
薬品・化粧品	148	5.17	1.14
鉄鋼・金属・鉱業	16	5.19	1.53
機械・プラント	67	5.63	1.05
電子・電気機器	197	5.58	0.98
自動車・輸送用機器	327	5.78	1.01
精密・医療機器	38	5.54	1.04
印刷・事務機器・日用品	73	5.52	1.02
スポーツ・玩具・ゲーム製品	13	5.63	1.36
その他メーカー	71	5.65	1.13
総合商社	43	5.65	1.07
専門商社	164	5.85	1.01
百貨店・スーパー・コンビニ	42	5.55	1.16
専門店	61	5.78	1.04
銀行・証券	78	5.88	0.93
クレジット・信販・リース・その他金融	44	5.74	0.81
生保・損保	49	5.56	1.00
広告・芸能	35	5.65	1.11
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	442	5.85	0.98
通信	94	5.91	0.96
鉄道・航空	209	5.39	1.04
陸運・海運・物流	19	5.36	1.33
電力・ガス・エネルギー	234	5.03	1.12
不動産	84	5.51	0.99
給食・フードサービス	20	5.64	1.00
ホテル・旅行	51	5.74	1.01
医療・調剤薬局	21	5.54	0.84
アミューズメント・レジャー	58	5.79	0.98
コンサルティング・調査	192	5.67	1.09
人材サービス（派遣・紹介）	26	5.16	1.07
教育	98	5.66	1.08
その他サービス	96	5.67	1.05
官公庁・公社・団体	86	5.58	0.85
合計	4079	5.59	1.08

分散分析

F値 = 5.1 有意確率 = 0.000

効果量

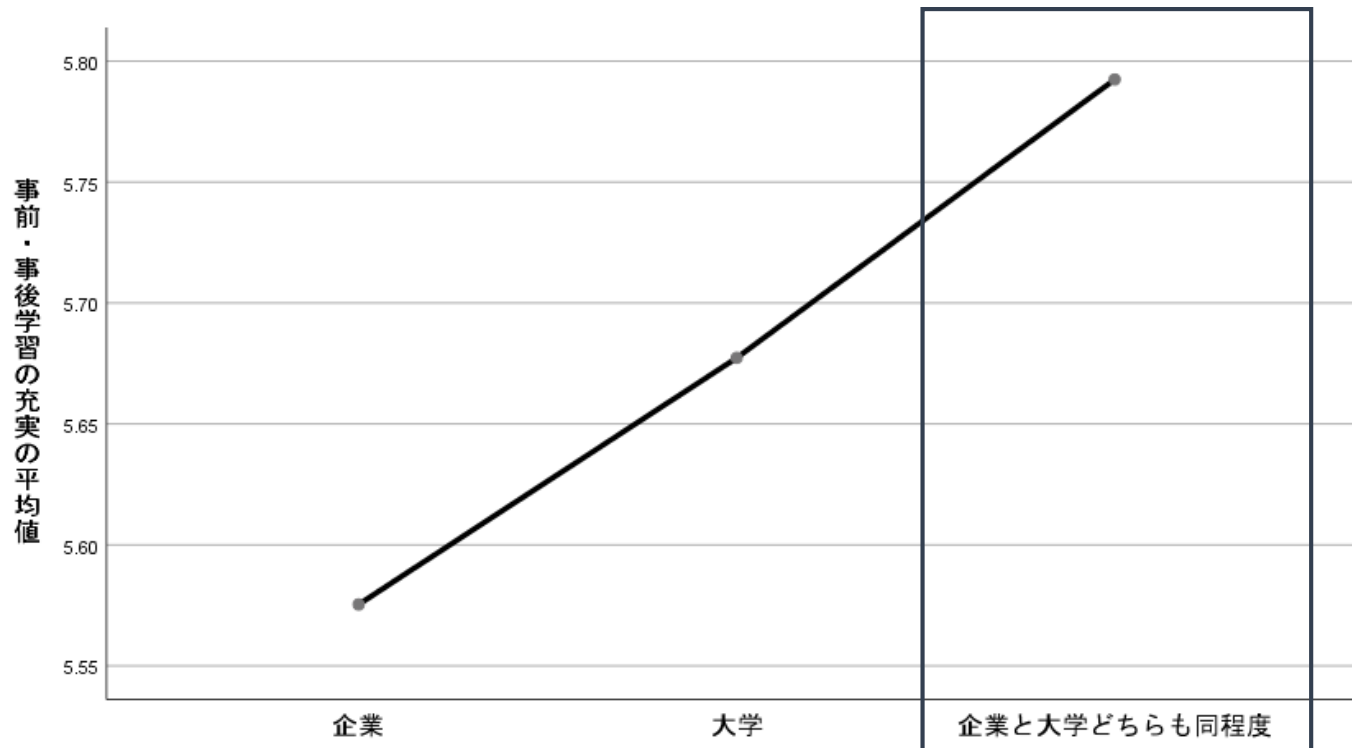
Cohen's  $d = 0.82$  (効果量大)

※参加者が10名以下の業種は分析対象外

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# インターンシップの「主体」による差

✓ 企業と大学の両者が主体となったインターンシップが事前・事後学習の充実度が最も高い



あなたが参加したインターンシッププログラムの主体はどちらでしたか。※主体とは参加の受付や各種連絡を行った先としてご判断ください。

事前・事後学習の充実

	度数	平均値	標準偏差
企業	3755	5.58	1.08
大学	227	5.68	1.12
企業と大学どちらも同程度	112	5.79	0.89
合計	4094	5.59	1.08

分散分析

F値 = 3.0 有意確率 = 0.047

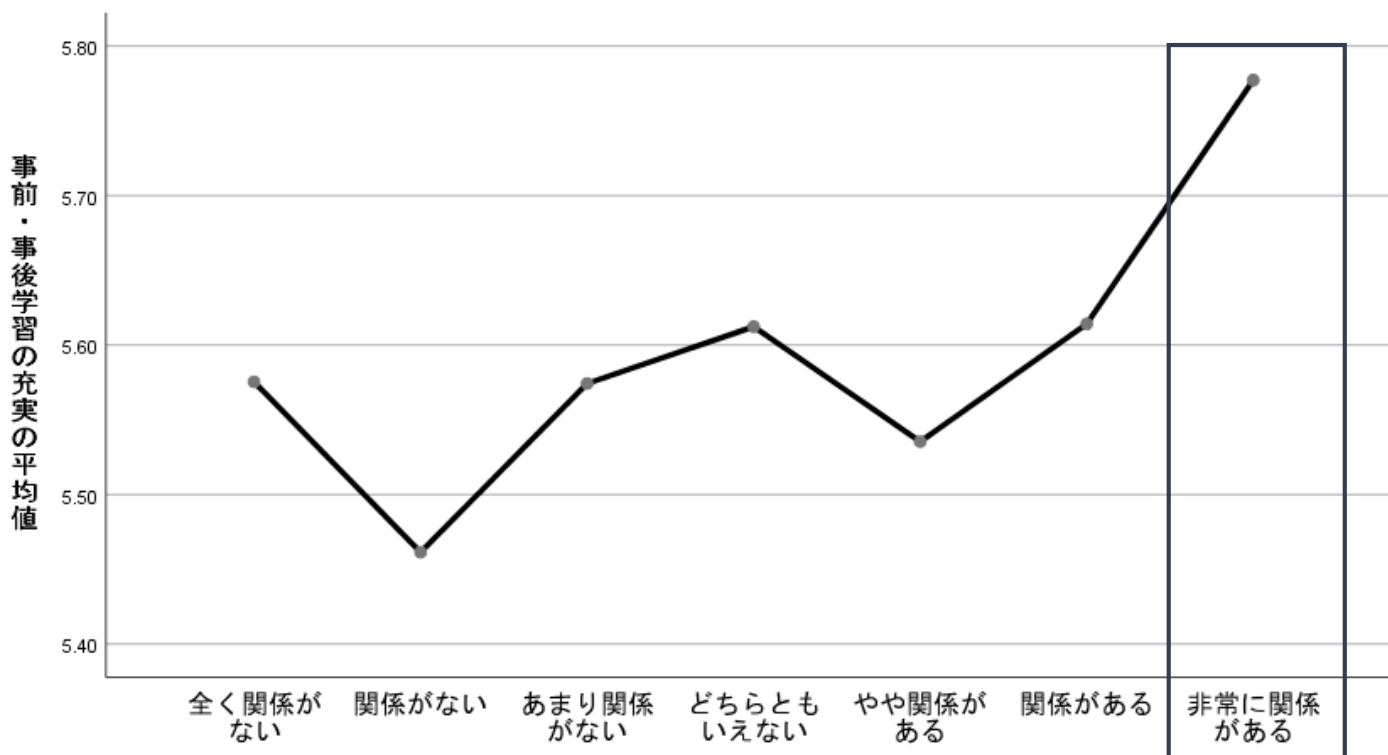
効果量

Cohen's  $d$  = 0.20 (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 事前・事後学習の充実と大学の専門・専攻との関係

✓ インターンシップの内容が大学での専門・専攻と関係がある方が、事前・事後学習の充実が高まる可能性が高い



事前・事後学習の充実

	度数	平均値	標準偏差
全く関係がない	660	5.58	1.14
関係がない	369	5.46	1.02
あまり関係がない	751	5.57	1.09
どちらともいえない	334	5.61	0.98
やや関係がある	841	5.54	1.07
関係がある	725	5.61	1.08
非常に関係がある	414	5.78	1.07
合計	4094	5.59	1.08

分散分析

F値 = 3.4 有意確率 = 0.002

効果量

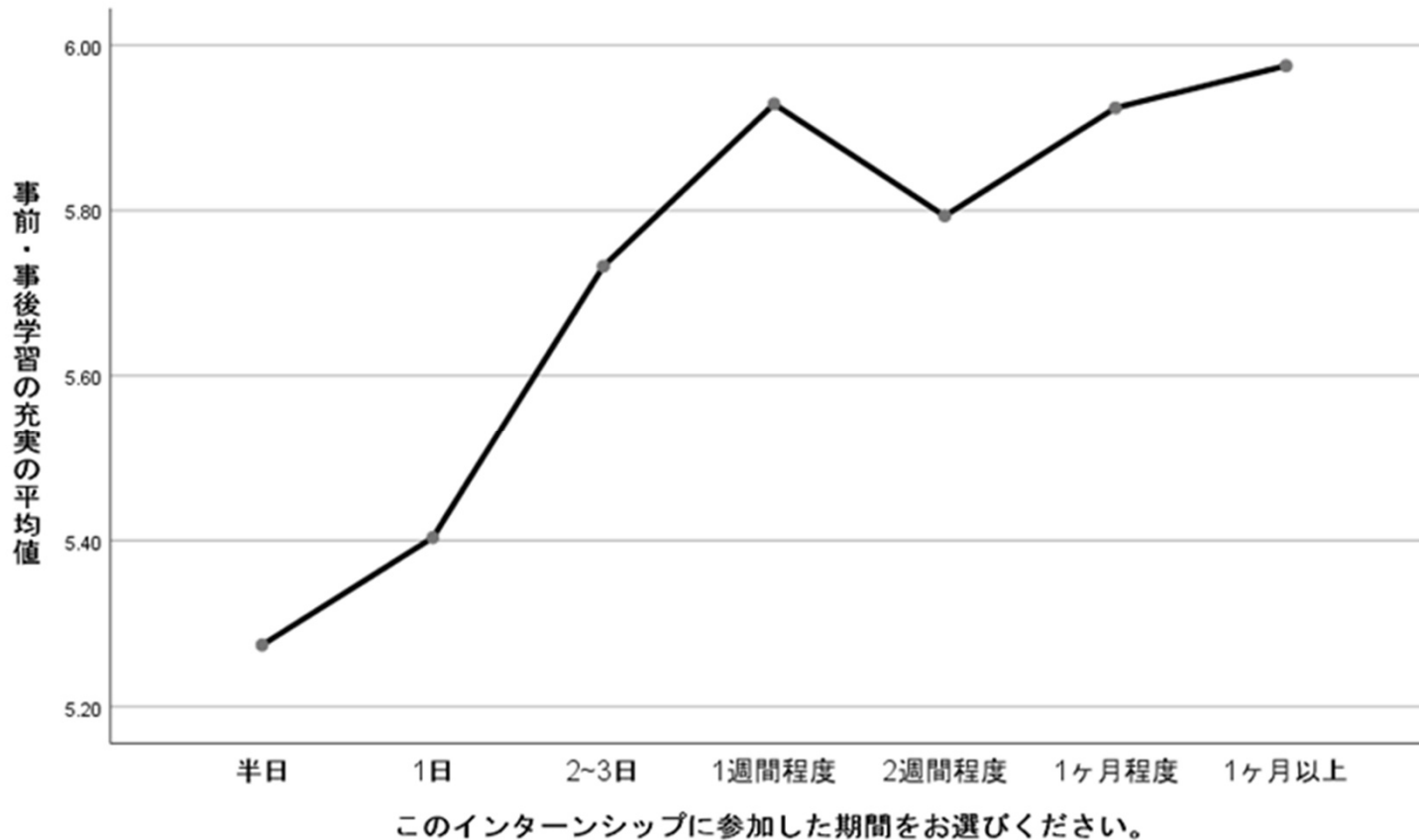
Cohen's  $d = 0.31$  (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

参加したインターンシップの内容は、あなたの大学等での専門・専攻とどの程度関係がありますか

# インターンシップの「期間」による差

✓ インターンシップの期間によって事前・事後学習の充実に有意差があり、期間が伸びるほど、事前・事後学習の充実も上昇傾向



事前・事後学習の充実

	度数	平均値	標準偏差
半日	779	5.27	1.17
1日	1292	5.40	1.08
2~3日	883	5.73	0.95
1週間程度	632	5.93	0.97
2週間程度	306	5.79	1.03
1ヶ月程度	102	5.92	1.05
1ヶ月以上	100	5.98	1.01
合計	4094	5.59	1.08

分散分析

F値 = 38.1 有意確率 = 0.000

効果量

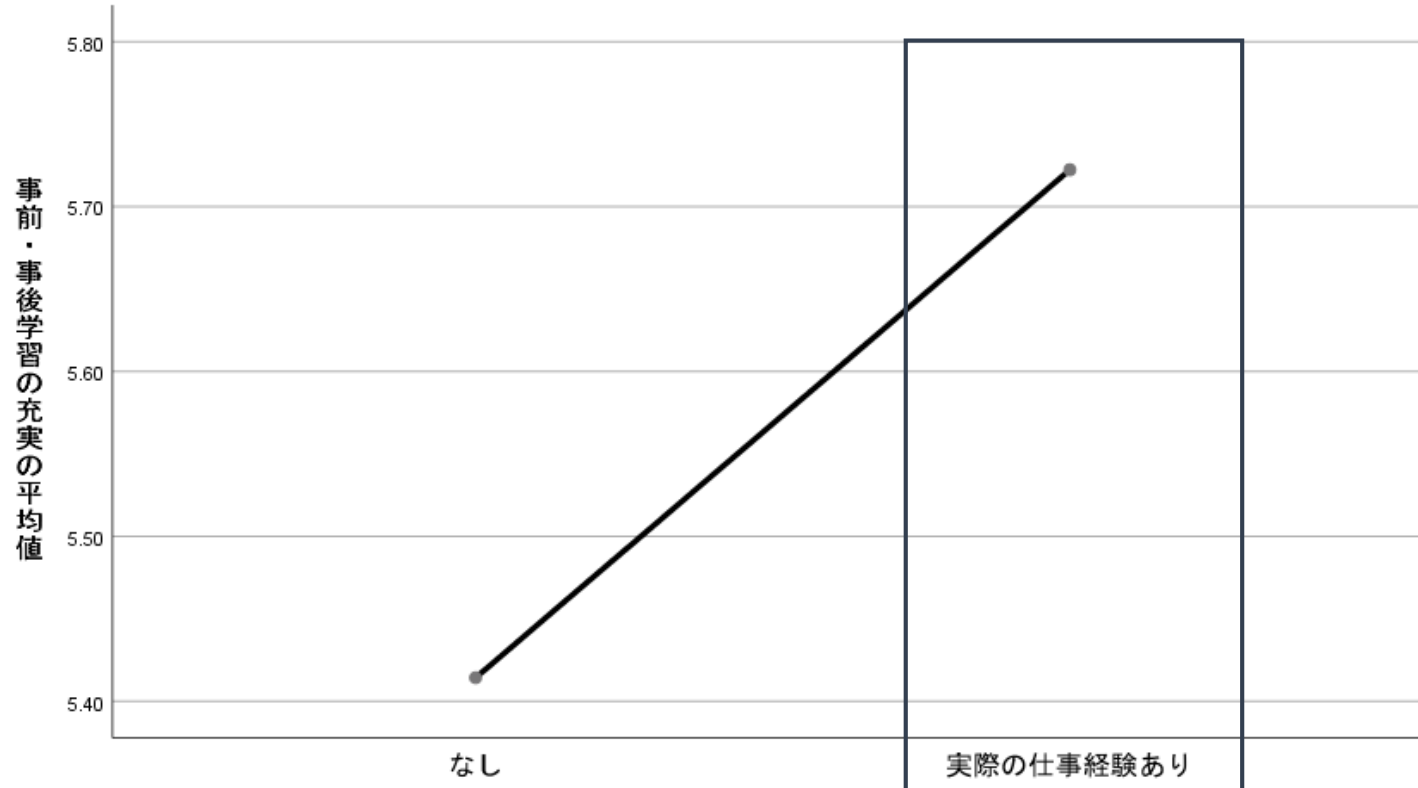
Cohen's  $d$  = 0.62 (効果量中)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 事前・事後学習の充実と実際の仕事経験の有無



✓ 「実際の仕事経験」があるインターンシップの方が事前・事後学習が充実する傾向



参加したインターンシップで、実際の仕事を体験する「就業体験」はありましたか。

事前・事後学習の充実

	度数	平均値	標準偏差
なし	1799	5.41	1.11
実際の仕事経験あり	2295	5.72	1.03
合計	4094	5.59	1.08

t検定

t値 = 9.0 有意確率 = 0.000

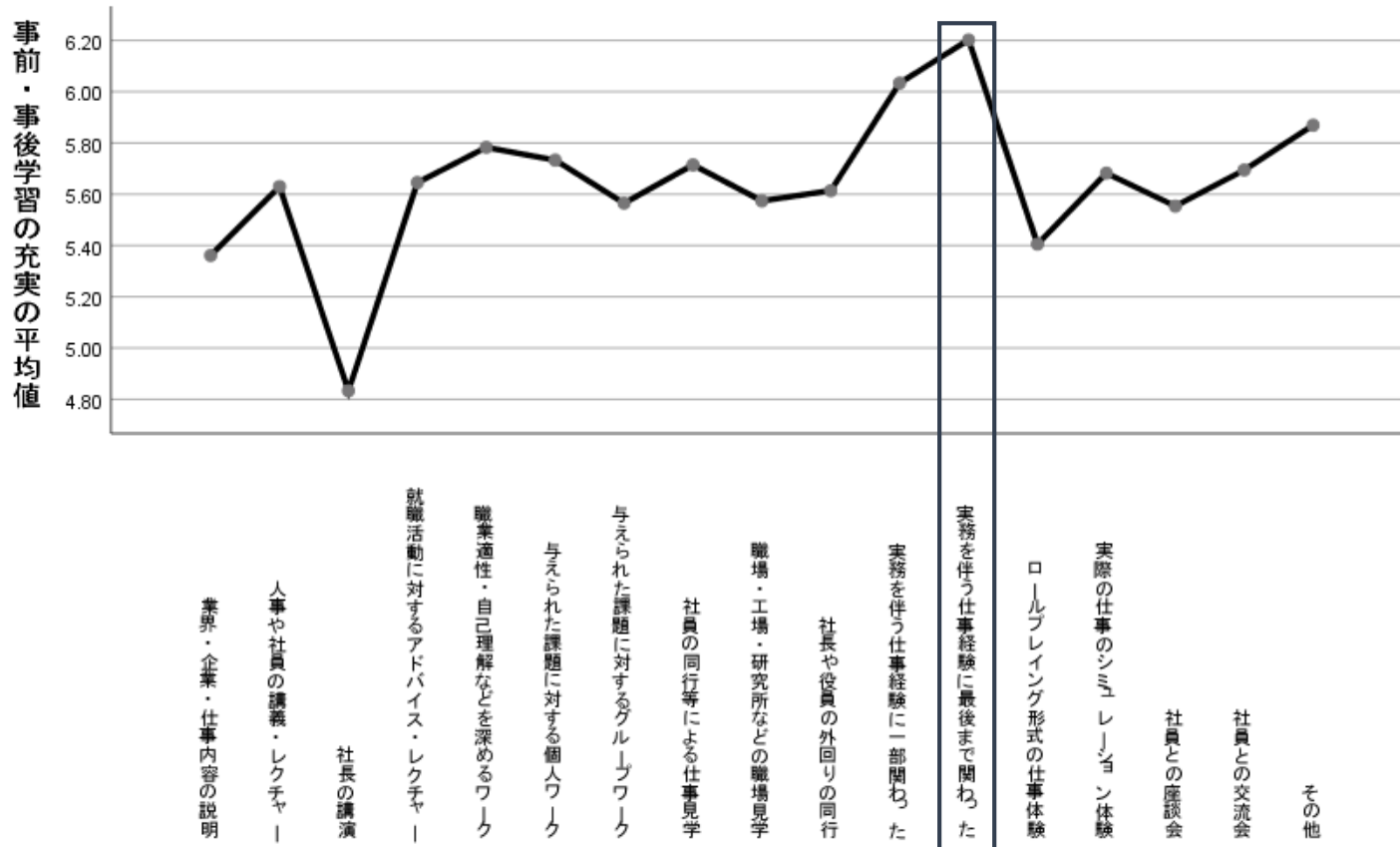
効果量

Cohen's  $d = 0.29$  (効果量小)

# インターンシップの「内容」と事前・事後学習の充実



✓ インターンシップの内容によって事前・事後学習の充実に有意差があり、「実務を伴う仕事経験に最後まで関わった」が最も高い



事前・事後学習の充実

	度数	平均値	標準偏差
業界・企業・仕事内容の説明	511	5.36	1.15
人事や社員の講義・レクチャー	131	5.63	1.09
社長の講演	3	4.83	0.29
就職活動に対するアドバイス・レクチャー	43	5.65	1.17
職業適性・自己理解などを深めるワーク	69	5.78	0.94
与えられた課題に対する個人ワーク	236	5.73	1.06
与えられた課題に対するグループワーク	2296	5.56	1.05
社員の同行等による仕事見学	105	5.71	1.02
職場・工場・研究所などの職場見学	98	5.57	1.16
社長や役員の外回りの同行	11	5.61	1.16
実務を伴う仕事経験に一部関わった	163	6.03	0.84
実務を伴う仕事経験に最後まで関わった	52	6.20	0.91
ロールプレイング形式の仕事体験	148	5.41	1.13
実際の仕事のシミュレーション体験	170	5.68	1.16
社員との座談会	28	5.55	0.97
社員との交流会	9	5.69	0.67
その他	21	5.87	1.26
合計	4094	5.59	1.08

分散分析

F値 = 5.4 有意確率 = 0.000

効果量

Cohen's  $d$  = 1.53 (効果量大)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

✓ 下記は教育効果と企業志望度向上に共通する3要因次頁以降では上記3要因を1つずつ分析する

① 事前・事後学習の充実

**② 就業体験の充実**

③ 社会人基礎力の向上

分析の目的	就業体験の充実に影響を及ぼす要因を分析し、効果向上の手掛かりを探る
就業体験の充実の定義	就業体験を通じた、仕事理解に対する学生の認知・満足度
分析内容①	以下の質問項目によって就業体験の充実を測定  (1) インターンシップでは、実際の仕事を直接体験することができた (2) 社員に同行・観察することで、実際の仕事を疑似体験することができた (3) 実際の業務・仕事内容を想定したワークを行い、仕事内容を理解することができた (4) 実際の職場・工場・研究所などを見学し、職場と仕事内容を想像することができた (5) インターンシップで行われた就業体験に満足している
分析内容②	上記5項目を「就業体験の充実」として尺度化 ( $\alpha = .84$ ) 一元配置分散分析、 $t$ 検定によって就業体験の充実に差をもたらす要因を分析



✓ 「就業体験の充実」において統計的な有意差が確認された要因群は以下の通り

## 差が確認された要因（１）

- ①業種（効果量：大）
- ②大学の専門・専攻（効果量：中）
- ③インターンシップの主体（効果量：小）
- ④インターンシップの期間（効果量：大）
- ⑤インターンシップの内容（効果量：大）
- ⑥フィードバックの有無（効果量：中）
- ⑦フィードバックの形式（効果量：小）
- ⑧フィードバックの時間（効果量：大）
- ⑨フィードバックの頻度（効果量：中）
- ⑩フィードバックの内容（効果量：小）

## 差が確認された要因（２）

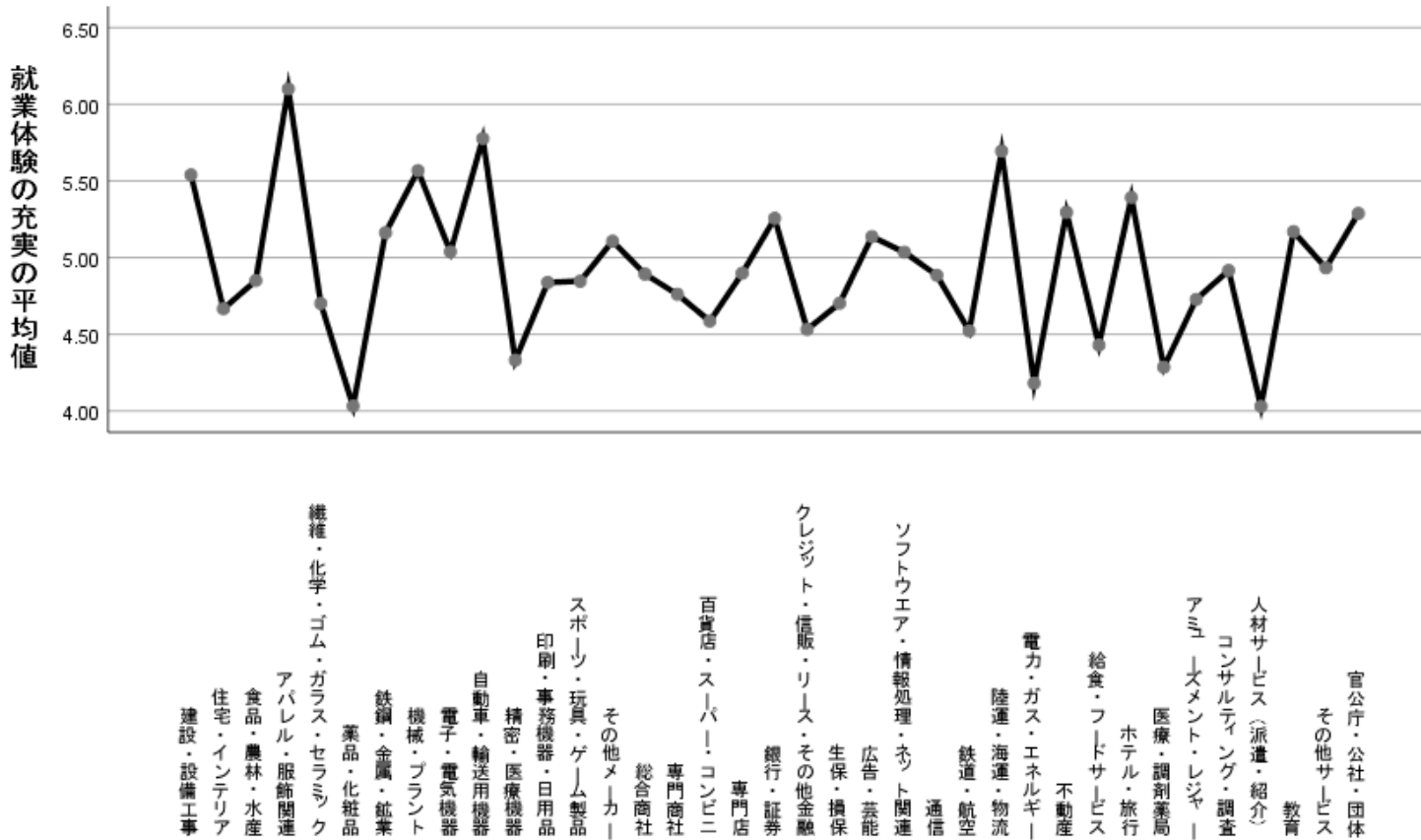
- ⑪人事以外との関わり（効果量：中）
- ⑫人事以外からのサポート（効果量：中）
- ⑬実際の仕事経験の有無（効果量：大）
- ⑭事前の目標設定（効果量：大）
- ⑮期間中のフォロー（効果量：大）
- ⑯事後の評価・FB（効果量：大）

※一元配置分散分析、*t*検定によって有意差が確認された要因（多重比較はBonferroniで検定）

※効果量（Cohen' *d*）は、グループの中で最も高い平均値と低い平均値をもとに算出

# 「業種」による差

✓ 業種によって就業体験の充実度に有意差があり、アパレル・服飾関連の平均値が高い



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
建設・設備工事	143	5.54	1.19
住宅・インテリア	489	4.67	1.45
食品・農林・水産	106	4.85	1.35
アパレル・服飾関連	30	6.10	0.97
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	115	4.70	1.31
薬品・化粧品	148	4.03	1.33
鉄鋼・金属・鉱業	16	5.16	1.71
機械・プラント	67	5.57	1.23
電子・電気機器	197	5.04	1.28
自動車・輸送用機器	327	5.78	1.33
精密・医療機器	38	4.33	1.34
印刷・事務機器・日用品	73	4.84	1.35
スポーツ・玩具・ゲーム製品	13	4.85	1.50
その他メーカー	71	5.11	1.36
総合商社	43	4.89	1.35
専門商社	164	4.76	1.67
百貨店・スーパー・コンビニ	42	4.59	1.63
専門店	61	4.90	1.67
銀行・証券	78	5.26	1.28
クレジット・信販・リース・その他金融	44	4.53	1.58
生保・損保	49	4.70	1.25
広告・芸能	35	5.14	1.00
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	442	5.03	1.28
通信	94	4.89	1.55
鉄道・航空	209	4.52	1.24
陸運・海運・物流	19	5.69	1.12
電力・ガス・エネルギー	234	4.18	1.28
不動産	84	5.30	1.28
給食・フードサービス	20	4.43	1.51
ホテル・旅行	51	5.39	1.01
医療・調剤薬局	21	4.29	1.45
アミューズメント・レジャー	58	4.73	1.28
コンサルティング・調査	192	4.92	1.67
人材サービス(派遣・紹介)	26	4.03	1.66
教育	98	5.17	1.50
その他サービス	96	4.93	1.65
官公庁・公社・団体	86	5.29	1.11
合計	4079	4.92	1.44

分散分析  
F値 = 12.0 有意確率 = 0.000

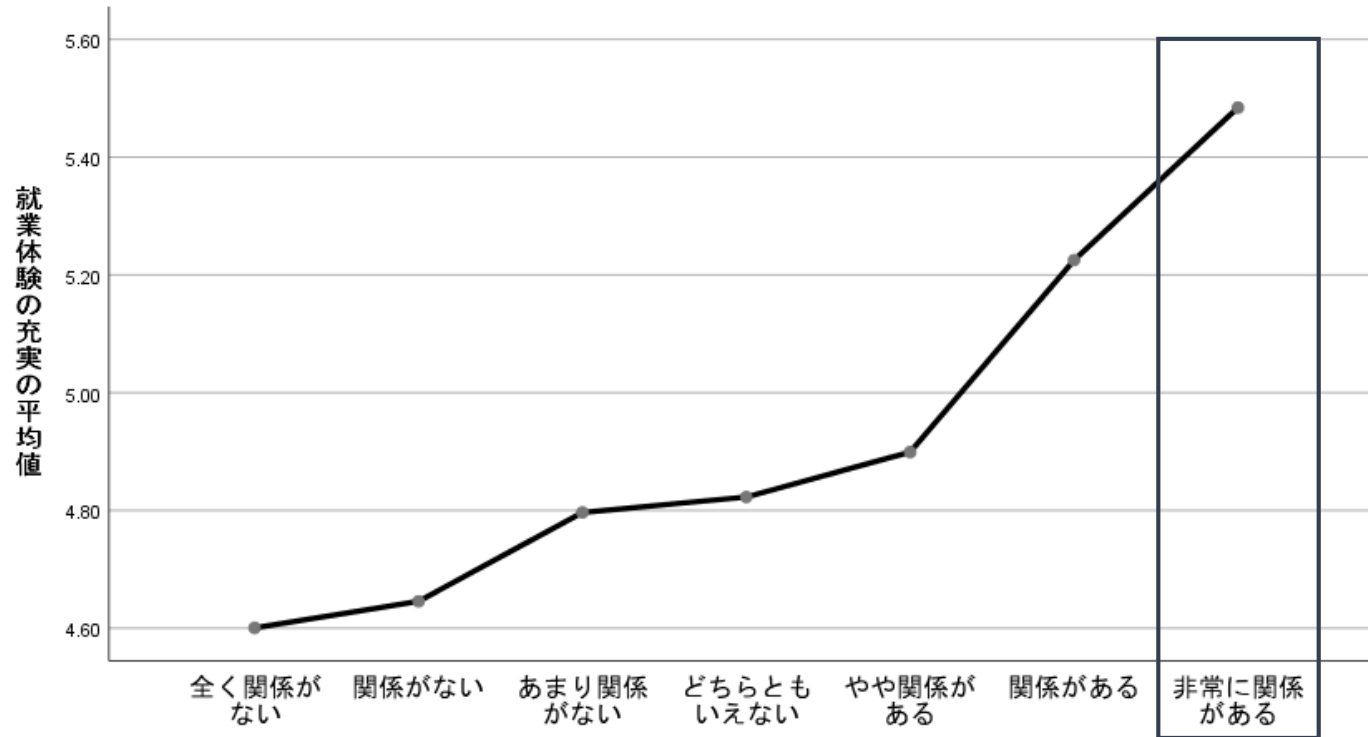
効果量  
Cohen's d = 1.62 (効果量大)

※参加者が10名以下の業種は分析対象外  
※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実と大学の専門・専攻との関係



✓ インターンシップの内容が大学での専門・専攻と関係がある方が、就業体験の充実度が高まる傾向にある



参加したインターンシップの内容は、あなたの大学等での専門・専攻とどの程度関係がありますか

就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
全く関係がない	660	4.60	1.53
関係がない	369	4.65	1.40
あまり関係がない	751	4.80	1.45
どちらともいえない	334	4.82	1.36
やや関係がある	841	4.90	1.39
関係がある	725	5.23	1.40
非常に関係がある	414	5.48	1.33
合計	4094	4.92	1.44

分散分析

F値 = 25.6 有意確率 = 0.000

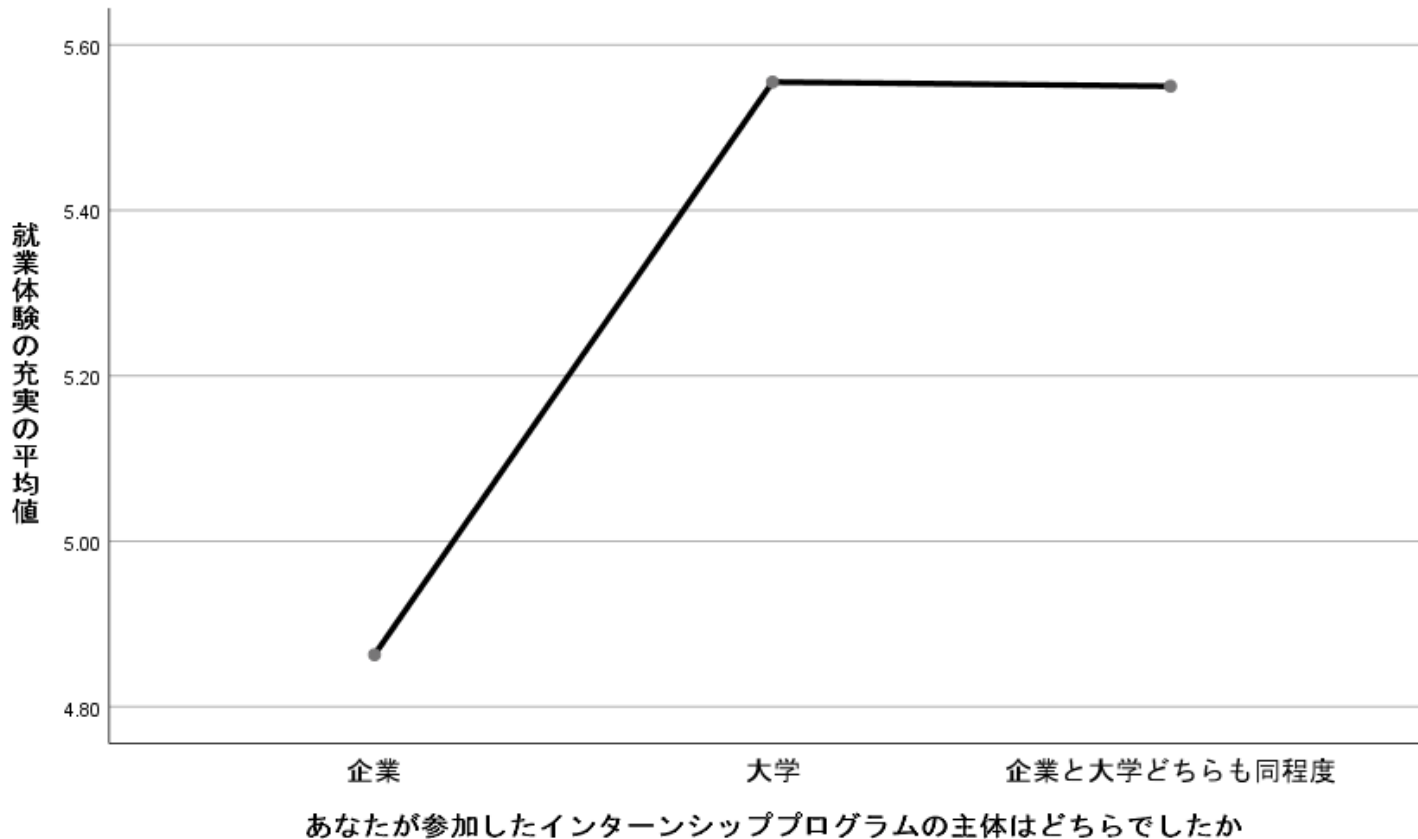
効果量

Cohen's  $d = 0.60$  (効果量中)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# インターンシップの「主体」による差

- ✓ インターンシップの「主体」によって、就業体験の充実に有意差があり、大学主催のインターンシップの方が、就業体験が充実度が高い



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
企業	3755	4.86	1.44
大学	227	5.56	1.34
企業と大学どちらも同程度	112	5.55	1.31
合計	4094	4.92	1.44

分散分析

F値 = 36.2 有意確率 = 0.000

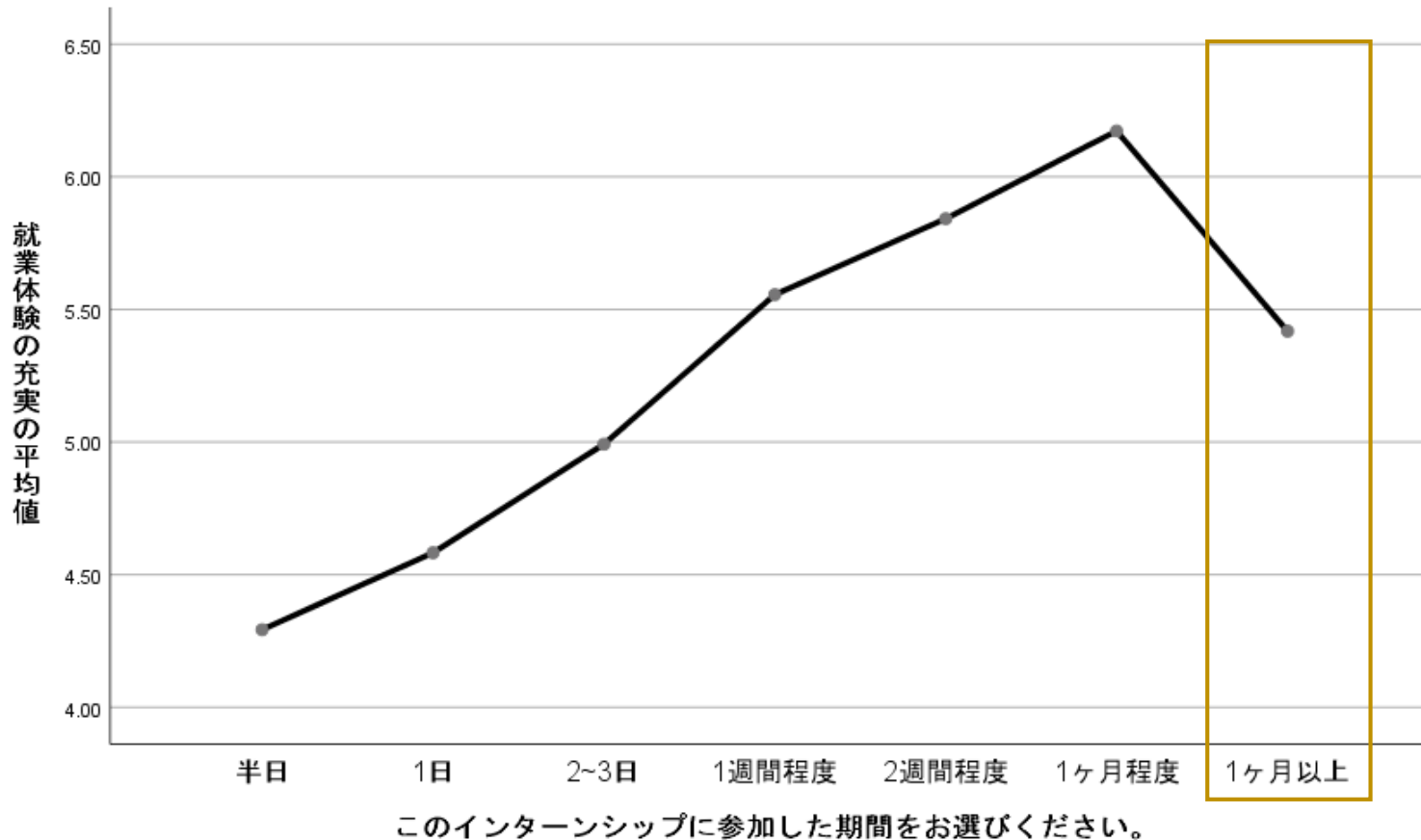
効果量

Cohen's  $d$  = 0.49 (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# インターンシップの「期間」による差

- ✓ インターンシップの「期間」によって就業体験の充実度に有意差があり、期間が伸びるほど上昇傾向。
- ✓ ただし、1ヶ月を超えると低下するという結果が得られた



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
半日	779	4.29	1.48
1日	1292	4.58	1.35
2~3日	883	4.99	1.33
1週間程度	632	5.56	1.22
2週間程度	306	5.84	1.22
1ヶ月程度	102	6.17	0.96
1ヶ月以上	100	5.42	1.65
合計	4094	4.92	1.44

分散分析

F値 = 107.2 有意確率 = 0.000

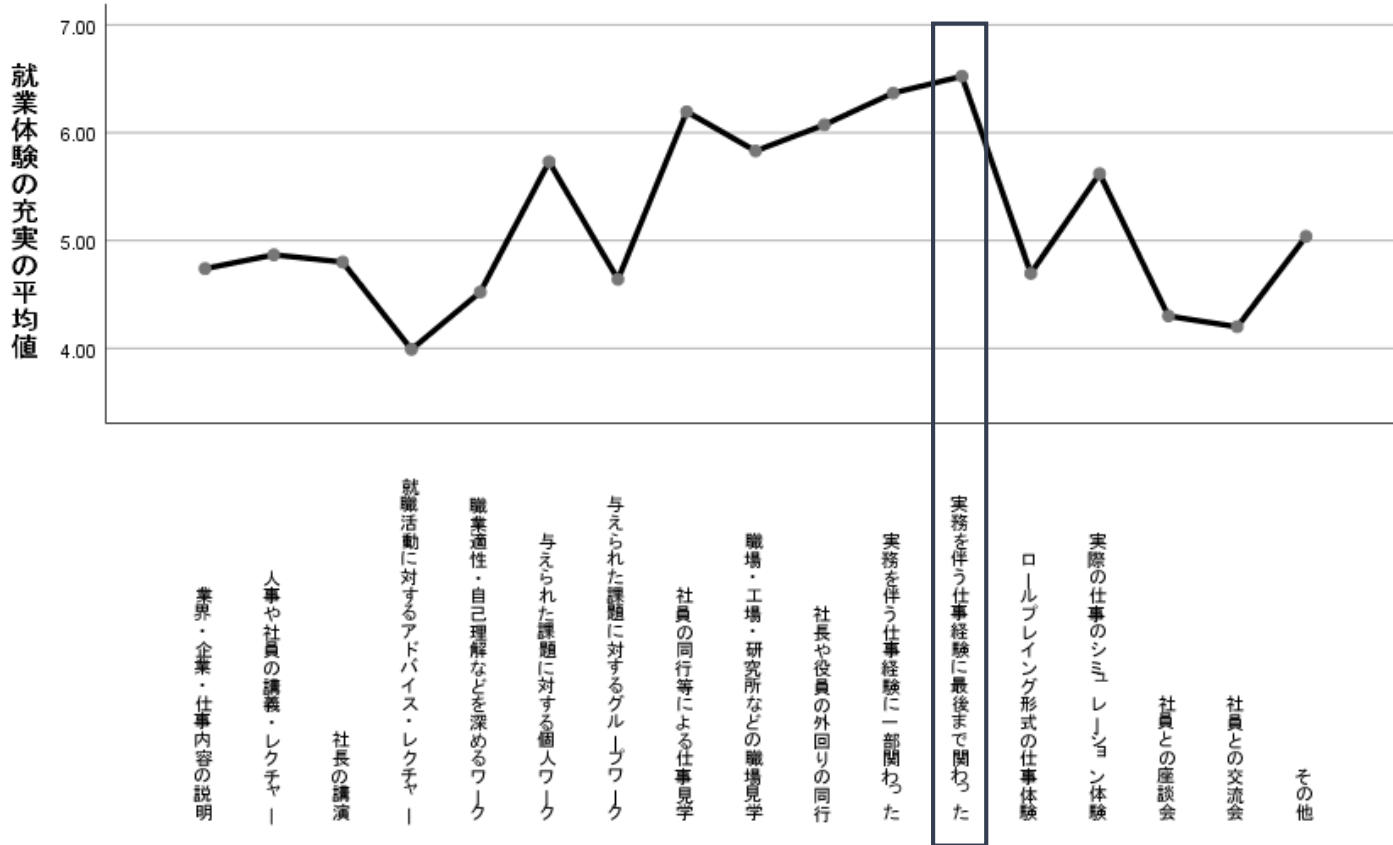
効果量

Cohen's  $d = 1.31$  (効果量大)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# インターンシップの「内容」による差

- ✓ インターンシップの内容によって就業体験の充実には有意差があり、「実務を伴う仕事経験に最後まで関わった」が最も充実度が高い



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
業界・企業・仕事内容の説明	511	4.74	1.42
人事や社員の講義・レクチャー	131	4.87	1.54
社長の講演	3	4.80	1.97
就職活動に対するアドバイス・レクチャー	43	3.99	1.92
職業適性・自己理解などを深めるワーク	69	4.52	1.37
与えられた課題に対する個人ワーク	236	5.73	1.09
与えられた課題に対するグループワーク	2296	4.64	1.38
社員の同行等による仕事見学	105	6.19	0.74
職場・工場・研究所などの職場見学	98	5.83	1.07
社長や役員の外回りの同行	11	6.07	1.07
実務を伴う仕事経験に一部関わった	163	6.37	0.78
実務を伴う仕事経験に最後まで関わった	52	6.52	0.65
ロールプレイング形式の仕事体験	148	4.69	1.37
実際の仕事のシミュレーション体験	170	5.62	1.22
社員との座談会	28	4.30	1.77
社員との交流会	9	4.20	1.78
その他	21	5.04	2.01
合計	4094	4.92	1.44

分散分析

F値 = 43.7 有意確率 = 0.000

効果量

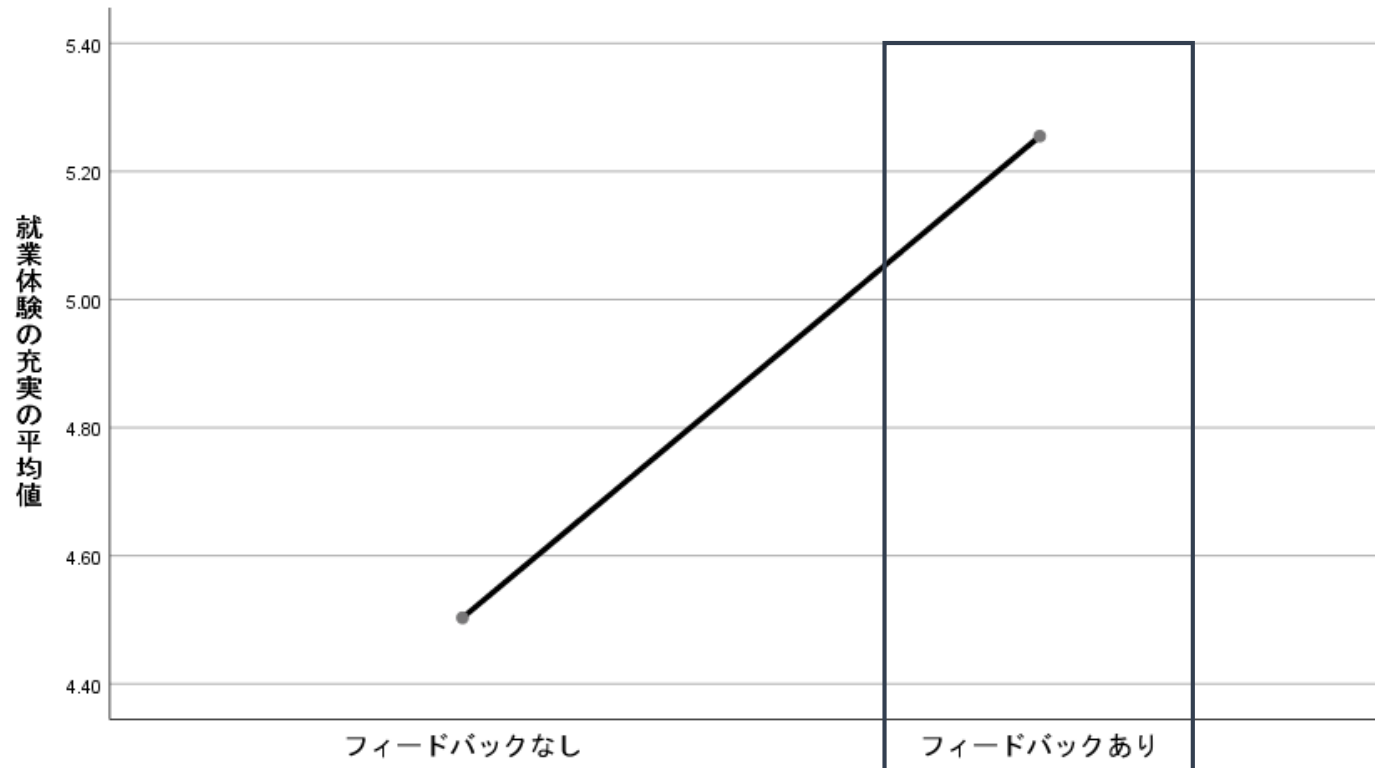
Cohen's  $d$  = 1.84 (効果量大)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実とフィードバックの有無



- ✓ インターンシップ後に個人に対するフィードバックがあった方が、就業体験の充実度が高まる



インターンシップ終了後、あなた個人に対する「評価・フィードバック」はありましたか。

## 就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
フィードバックなし	1824	4.50	1.41
フィードバックあり	2270	5.25	1.38
合計	4094	4.92	1.44

## t検定

t値 = 17.1 有意確率 = 0.000

## 効果量

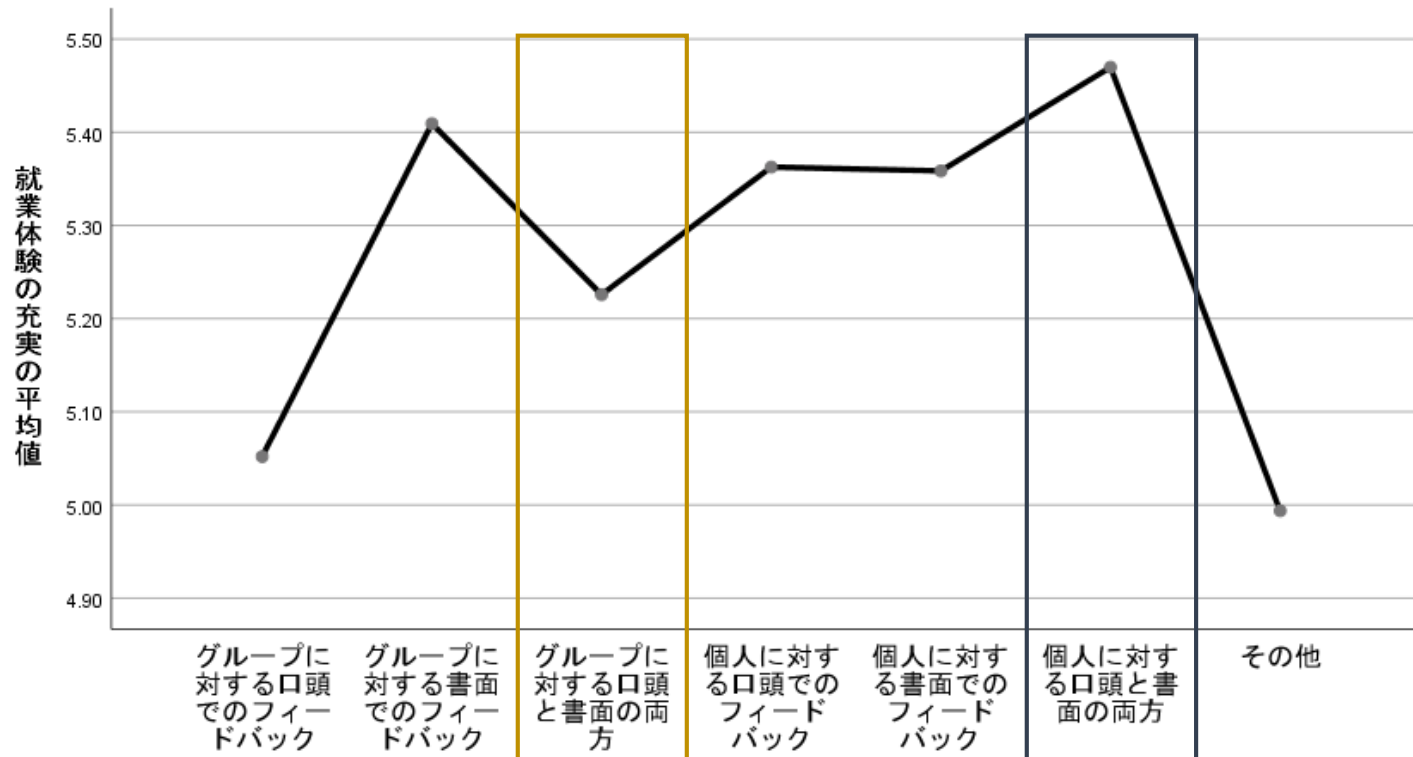
Cohen's  $d = 0.54$  (効果量中)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実とフィードバックの形式



- ✓ グループに対する口頭のフィードバックが最も平均値が低い
- ✓ 個人に対する口頭と書面のフィードバックが最も平均値が高い



フィードバックはどのような形式で行われましたか。※複数回フィードバックがあった場合は、最も印象に残っている形式をご回答ください。

就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
グループに対する口頭でのフィードバック	789	5.05	1.33
グループに対する書面でのフィードバック	108	5.41	1.41
グループに対する口頭と書面の両方	101	5.23	1.32
個人に対する口頭でのフィードバック	620	5.36	1.36
個人に対する書面でのフィードバック	405	5.36	1.43
個人に対する口頭と書面の両方	215	5.47	1.41
その他	32	4.99	1.58
合計	2270	5.25	1.38

分散分析

F値 = 5.2 有意確率 = 0.000

効果量

Cohen's  $d$  = 0.31 (効果量小)

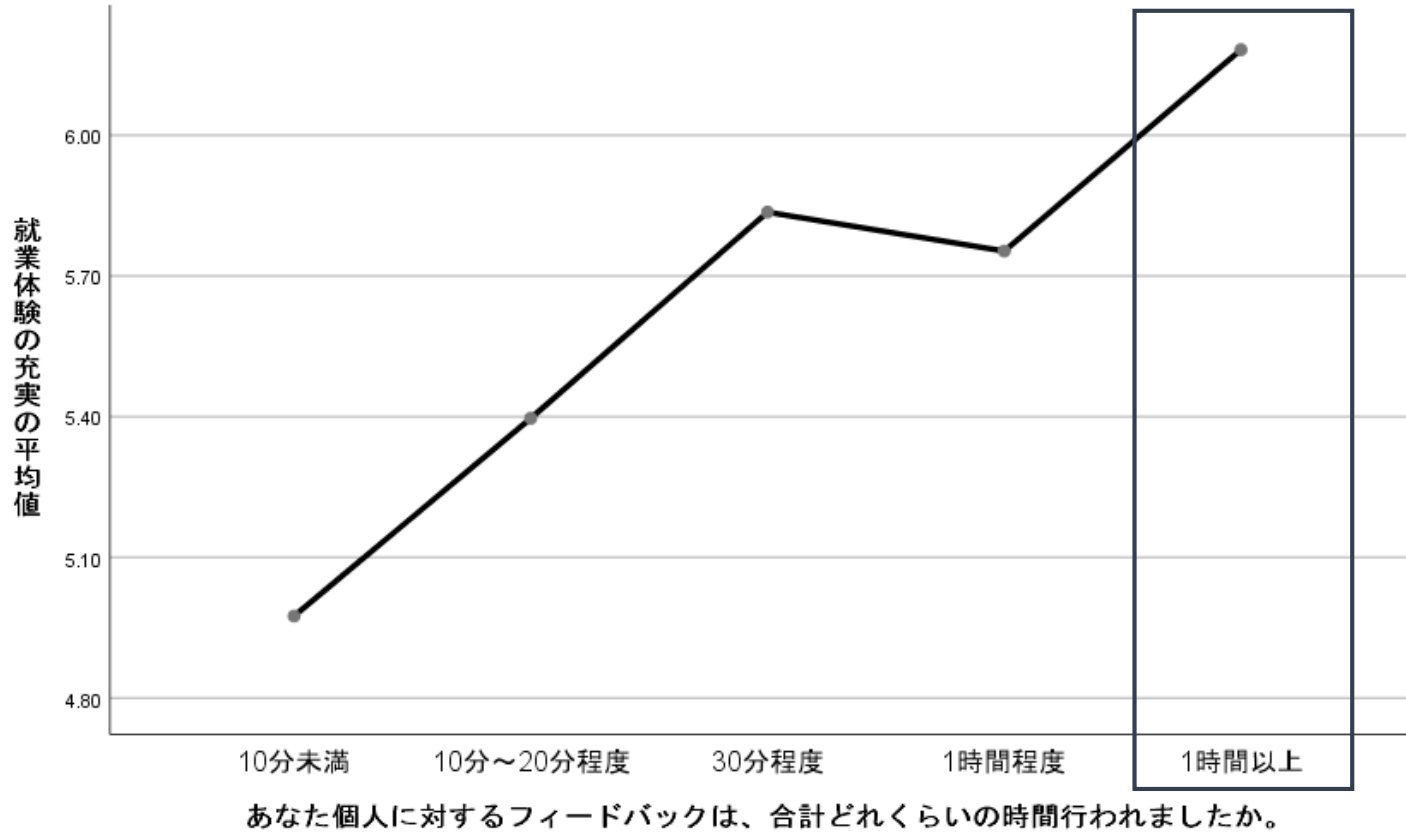
※最も高い平均値と低い平均値で計算



# 就業体験の充実とフィードバックの時間



✓ 個人に対するフィードバックの時間は長いほど就業体験の充実につながる可能性が高い



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
10分未満	1263	4.97	1.40
10分～20分程	575	5.40	1.31
30分程度	222	5.84	1.15
1時間程度	119	5.75	1.25
1時間以上	91	6.18	0.98
合計	2270	5.25	1.38

分散分析

F値 = 41.3 有意確率 = 0.000

効果量

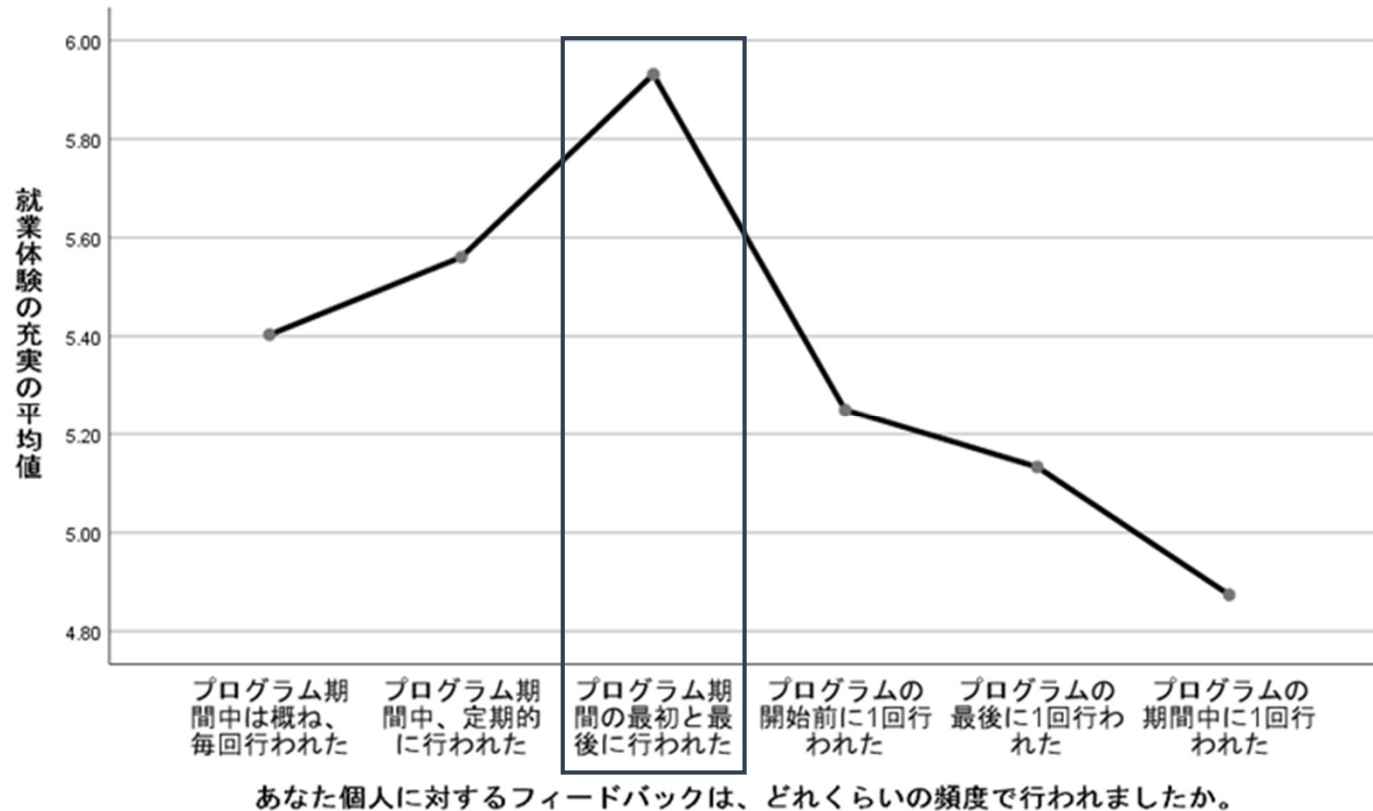
Cohen's  $d$  = 0.88 (効果量大)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実とフィードバックの頻度



✓ フィードバックの頻度によって就業体験の充実に有意差があり、プログラムの最初と最後にFBを行うことが最も平均値が高い



## 就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
プログラム期間中は概ね、毎回行われた	835	5.40	1.40
プログラム期間中、定期的に行われた	158	5.56	1.31
プログラム期間中の最初と最後に行われた	64	5.93	0.96
プログラムの開始前に1回行われた	8	5.25	0.75
プログラムの最後に1回行われた	940	5.13	1.33
プログラムの期間中に1回行われた	265	4.87	1.46
合計	2270	5.25	1.38

## 分散分析

F値 = 12.3 有意確率 = 0.000

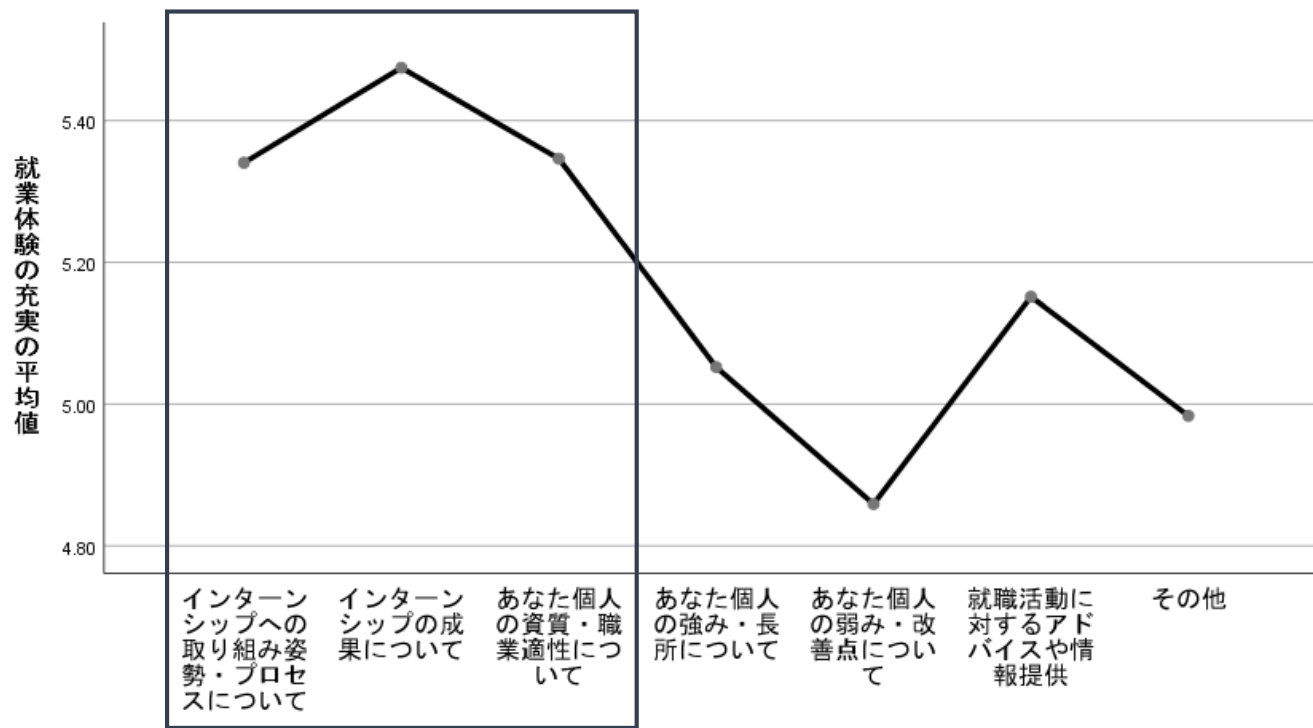
## 効果量

Cohen's  $d = 0.77$  (効果量中)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実とフィードバックの内容

- ✓ インターンシップの取り組み姿勢・成果や個人の資質・職業適性をフィードバックすることが、就業体験の充実につながる可能性が高い



フィードバックの内容は主にどのようなものでしたか。最も時間をかけてフィードバックされたものを1つ選んでください。

就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
インターンシップへの取り組み姿勢・プロセスについて	948	5.34	1.33
インターンシップの成果について	405	5.47	1.20
あなた個人の資質・職業適性について	123	5.35	1.57
あなた個人の強み・長所について	456	5.05	1.45
あなた個人の弱み・改善点について	170	4.86	1.50
就職活動に対するアドバイスや情報提供	144	5.15	1.45
その他	24	4.98	1.38
合計	2270	5.25	1.38

分散分析  
F値=6.7 有意確率 = 0.000

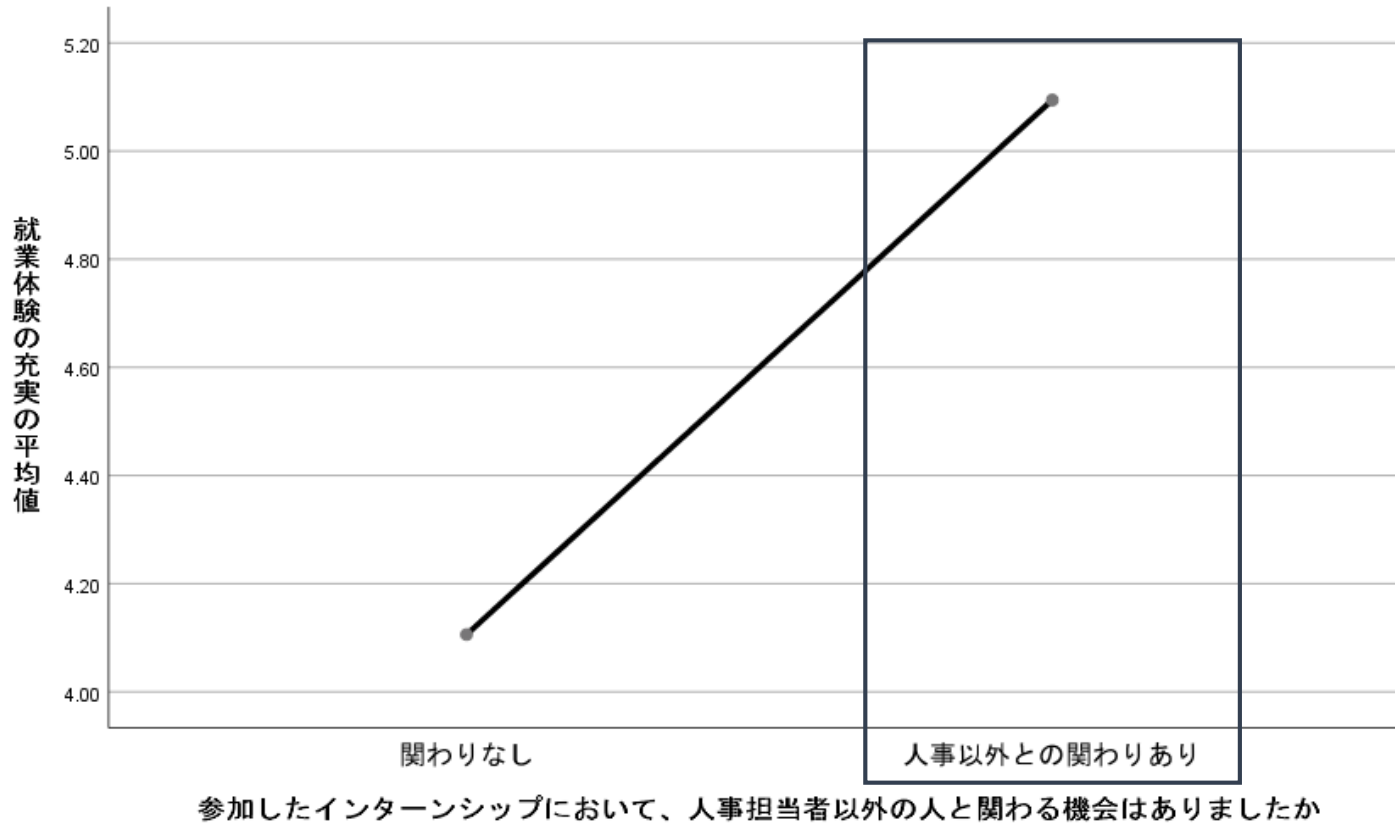
効果量  
Cohen's  $d = 0.41$  (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実と人事担当者以外との関わり有無



- ✓ 人事担当者以外との関わりがある方が就業体験の充実度が上昇する傾向にある



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
関わりなし	722	4.11	1.44
人事以外との関わりあり	3372	5.09	1.38
合計	4094	4.92	1.44

t検定

t値 = 17.3 有意確率 = 0.000

効果量

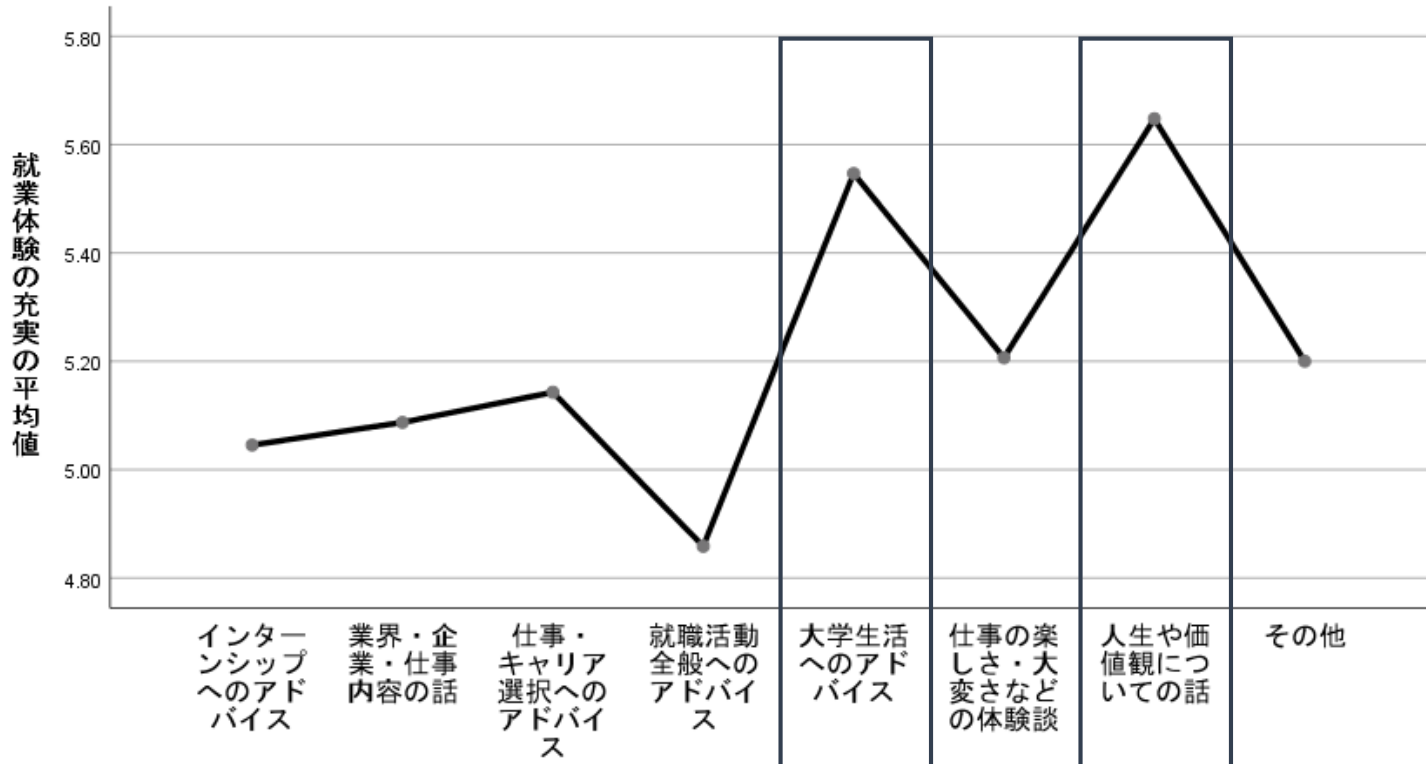
Cohen's  $d = 0.70$  (効果量中)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実と人事担当者以外から受けた話・サポート



✓ 人事担当者以外から受けた話・サポートでは、「人生の価値観」や「大学生活へのアドバイス」の平均値が高い



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
インターンシップへのアドバイス	242	5.05	1.38
業界・企業・仕事内容の話	1425	5.09	1.36
仕事・キャリア選択へのアドバイス	392	5.14	1.39
就職活動全般へのアドバイス	529	4.86	1.44
大学生活へのアドバイス	30	5.55	1.19
仕事の楽しさ・大変さなどの体験談	663	5.21	1.35
人生や価値観についての話	67	5.65	1.36
その他	24	5.20	1.60
合計	3372	5.09	1.38

分散分析

F値 = 4.9 有意確率 = 0.000

効果量

Cohen's *d* = 0.55 (効果量中)

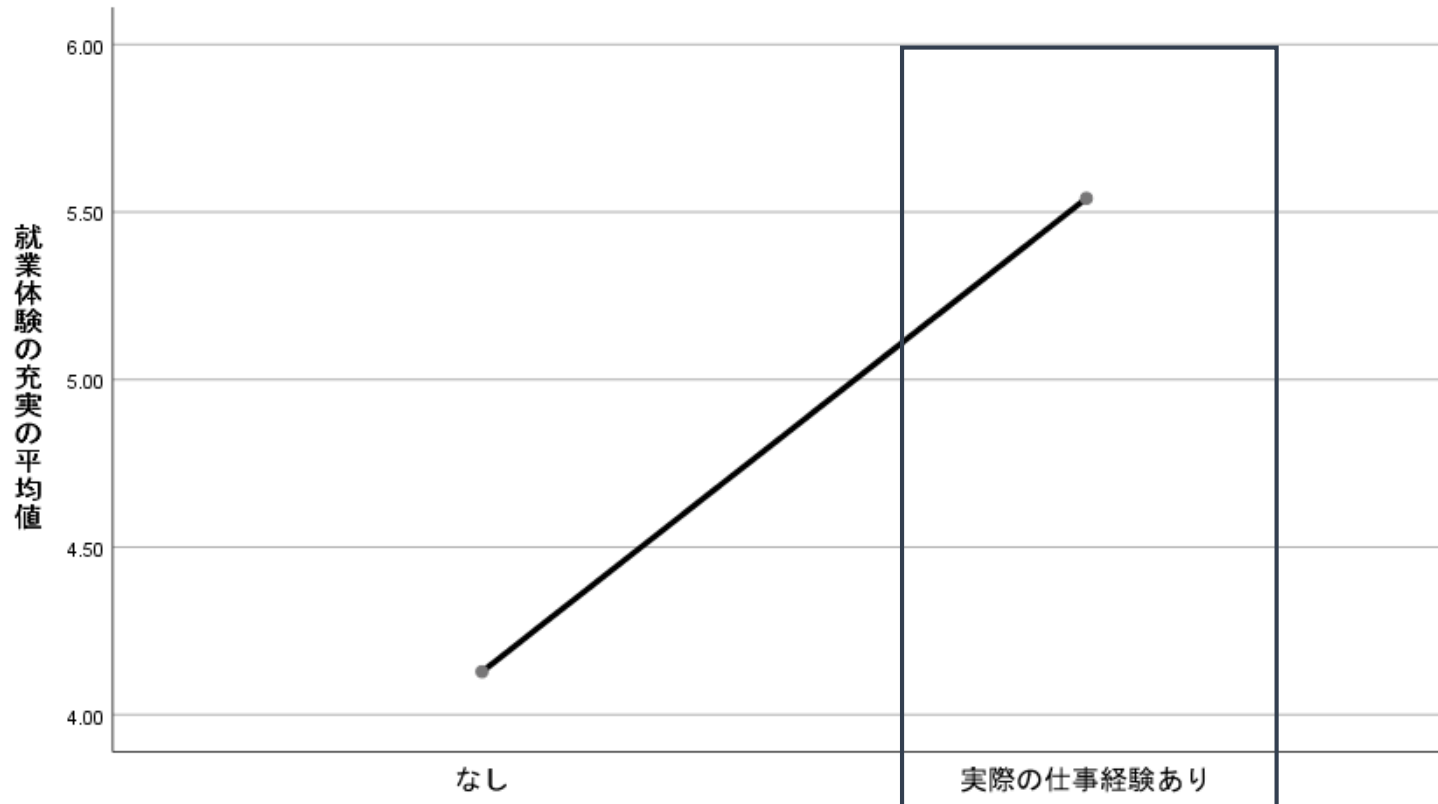
※最も高い平均値と低い平均値で計算

人事担当者以外に関わりのあった人たちからは、主にどのような話・サポートを受けましたか。最も近いものを1つ選んでください。

# 就業体験の充実と実際の仕事経験の有無



✓ インターンシップ中に「実際の仕事経験」があった方が就業体験が充実する



参加したインターンシップで、実際の仕事を体験する「就業体験」はありましたか。

就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
なし	1799	4.13	1.36
実際の仕事経験あり	2295	5.54	1.18
合計	4094	4.92	1.44

t検定

t値 = 35.5 有意確率 = 0.000

効果量

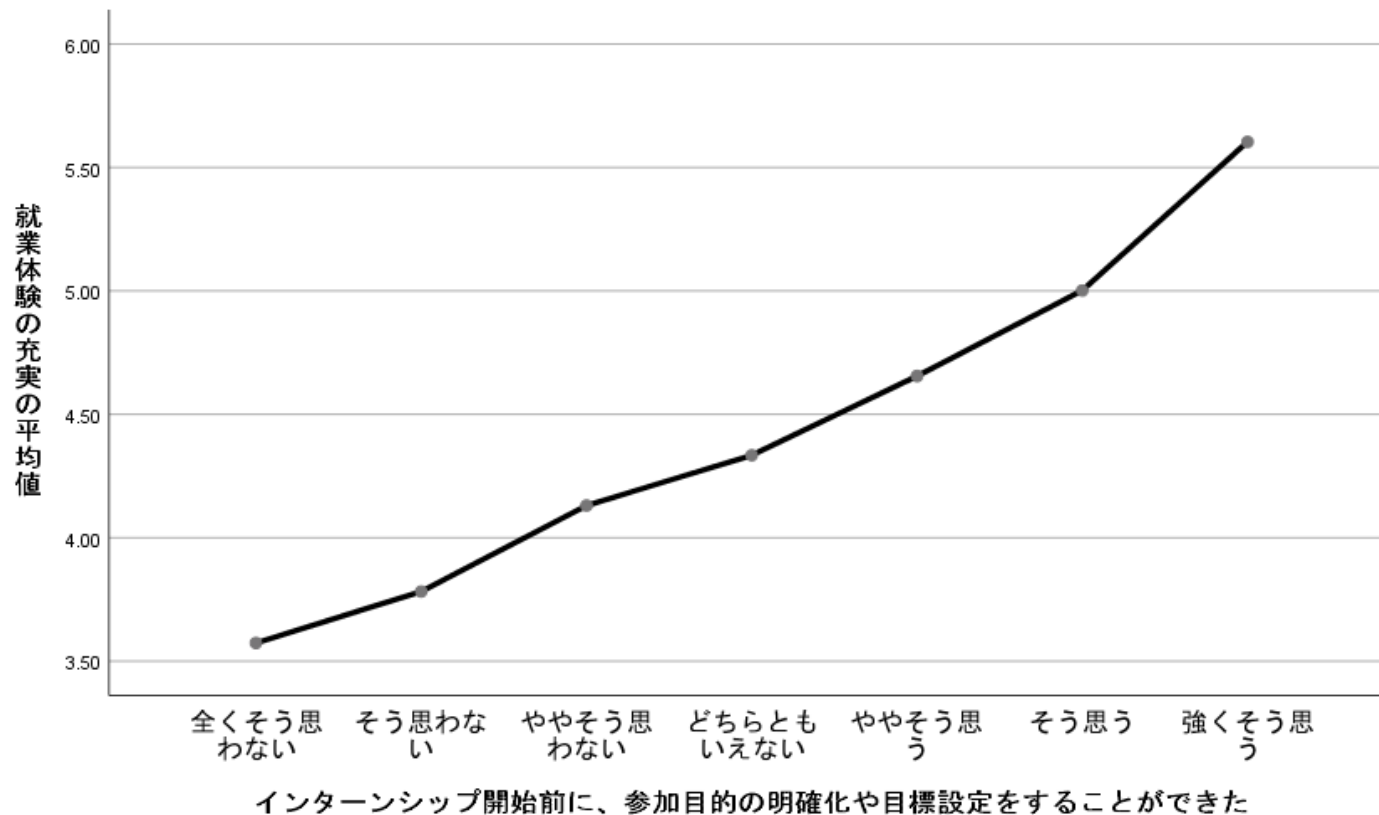
Cohen's  $d = 1.12$  (効果量大)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実と事前・事後学習①（事前の目標設定）



✓ インターンシップ前に事前の目標設定や参加目的の明確化を行うことが、就業体験の充実に大きな影響を及ぼす可能性が高い



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
全くそう思わない	53	3.57	1.92
そう思わない	112	3.78	1.52
ややそう思わない	201	4.13	1.34
どちらともいえない	331	4.33	1.29
ややそう思う	1038	4.65	1.28
そう思う	1306	5.00	1.33
強くそう思う	1053	5.60	1.42
合計	4094	4.92	1.44

分散分析

F値 = 96.1 有意確率 = 0.000

効果量

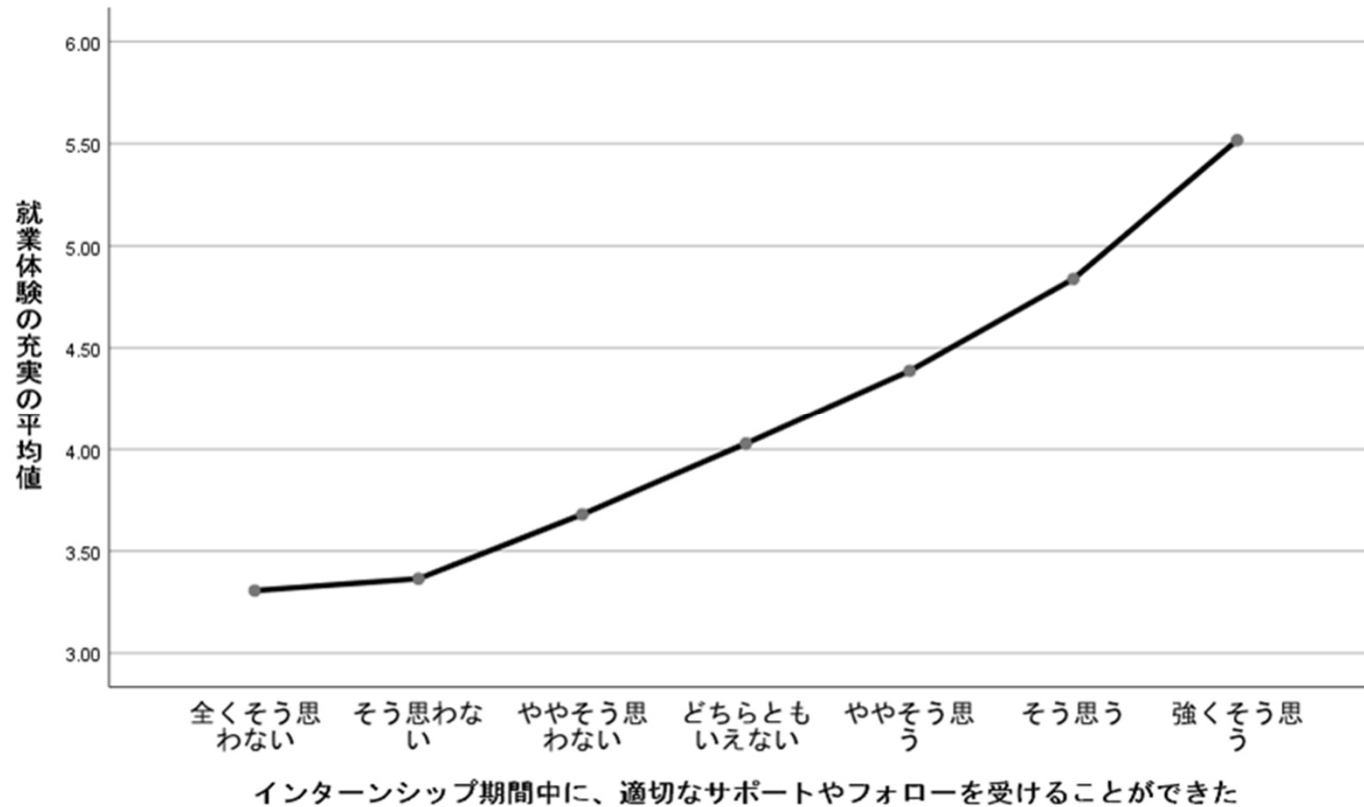
Cohen's  $d = 1.40$  (効果量大)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 就業体験の充実と事前・事後学習②（インターンシップ中のフォロー）



✓ インターンシップ中に適切なサポートやフォローを受けられないと、就業体験の充実度が大きく低下する可能性がある



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
全くそう思わない	32	3.31	2.20
そう思わない	45	3.36	1.39
ややそう思わない	90	3.68	1.12
どちらともいえない	200	4.03	1.24
ややそう思う	770	4.39	1.26
そう思う	1392	4.84	1.33
強くそう思う	1565	5.52	1.36
合計	4094	4.92	1.44

分散分析

F値 = 119.8 有意確率 = 0.000

効果量

Cohen's  $d$  = 1.60 (効果量大)

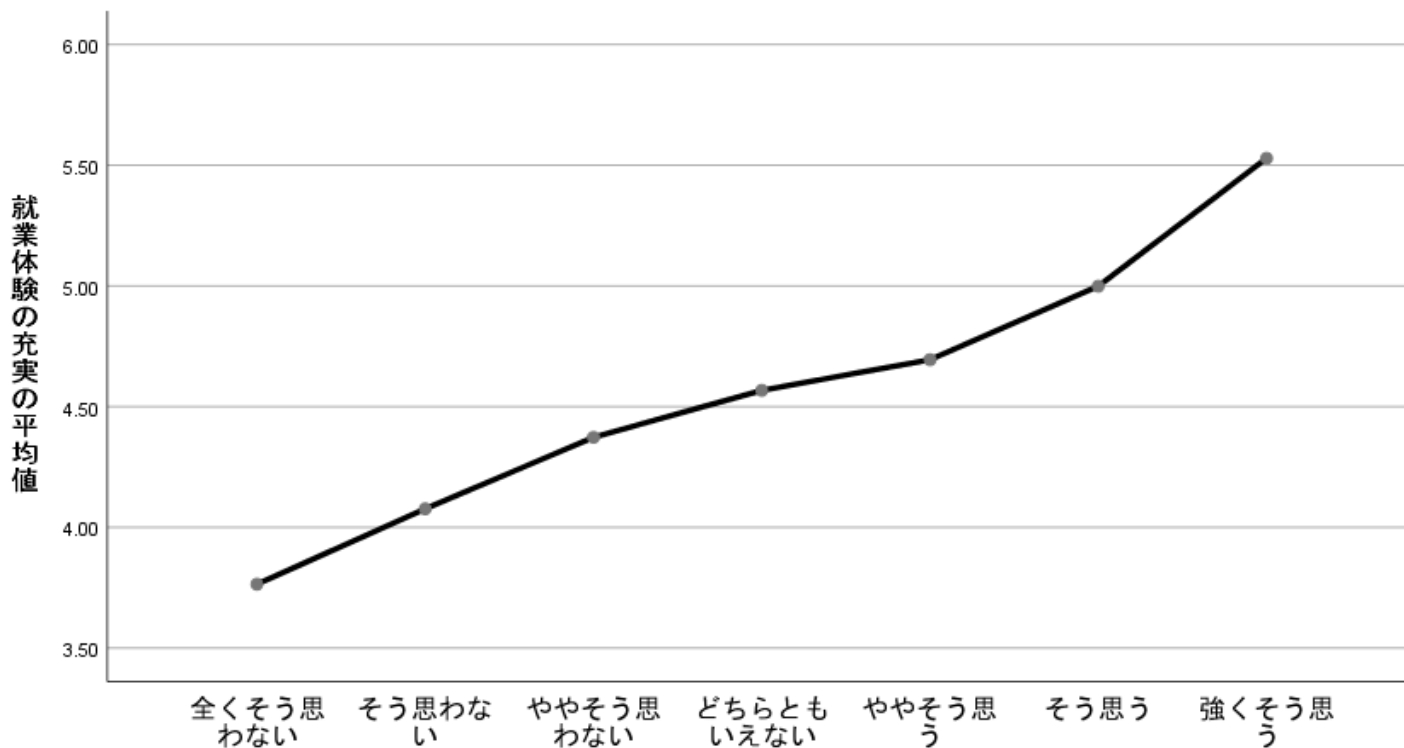
※最も高い平均値と低い平均値で計算



# 就業体験の充実と事前・事後学習③（インターンシップ終了後の評価・FB）



✓ インターンシップ終了後の評価・フィードバックも就業体験の充実に大きく影響する可能性がある



就業体験の充実

	度数	平均値	標準偏差
全くそう思わない	151	3.76	1.79
そう思わない	224	4.08	1.45
ややそう思わない	243	4.37	1.34
どちらともいえない	476	4.57	1.33
ややそう思う	790	4.69	1.31
そう思う	949	5.00	1.29
強くそう思う	1261	5.53	1.37
合計	4094	4.92	1.44

分散分析

F値 = 91.1 有意確率 = 0.000

効果量

Cohen's  $d = 1.25$  (効果量大)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

インターンシップ終了後に、インターンシップ活動の評価とフィードバックを受けることができた

✓ 下記は教育効果と企業志望度向上に共通する3要因次頁以降では上記3要因を1つずつ分析する

① 事前・事後学習の充実

② 就業体験の充実

**③ 社会人基礎力の向上**

分析の目的	社会人基礎力の向上に影響を及ぼす要因を分析し、効果向上の手掛かりを探る
社会人基礎力向上の定義	インターンシップ経験を通じた、社会人基礎力向上に対する学生の認知
分析内容①	以下の質問項目によって社会人基礎力の向上を測定  (1) インターンシップ経験を通して、以前よりも「前に踏み出す力」が向上した (2) インターンシップ経験を通して、以前よりも「考え抜く力」が向上した (3) インターンシップ経験を通して、以前よりも「チームで働く力」が向上した
分析内容②	上記3項目を「社会人基礎力の向上」として尺度化 ( $\alpha = .88$ ) 一元配置分散分析、t検定によって社会人基礎力の向上に差をもたらす要因を分析

✓ 「社会人基礎力の向上」において、統計的な有意差が確認された要因と確認されなかった要因は以下の通り

## 差が確認された要因（１）

- ① インターンシップ期間（効果量：小）
- ② 就業体験の有無（効果量：極小）
- ③ インターンシップ内容（効果量：中）
- ④ 参加プログラム数（効果量：小）
- ⑤ フィードバックの有無（効果量：小）
- ⑥ フィードバックの形式（効果量：小）
- ⑦ 人事以外との関わり有無（効果量：小）
- ⑧ 人事以外のサポート内容（効果量：中）
- ⑨ インフォーマルな交流（効果量：極小）
- ⑩ 終了後の連絡・フォロー（効果量：小）

## 差が確認された要因（２）

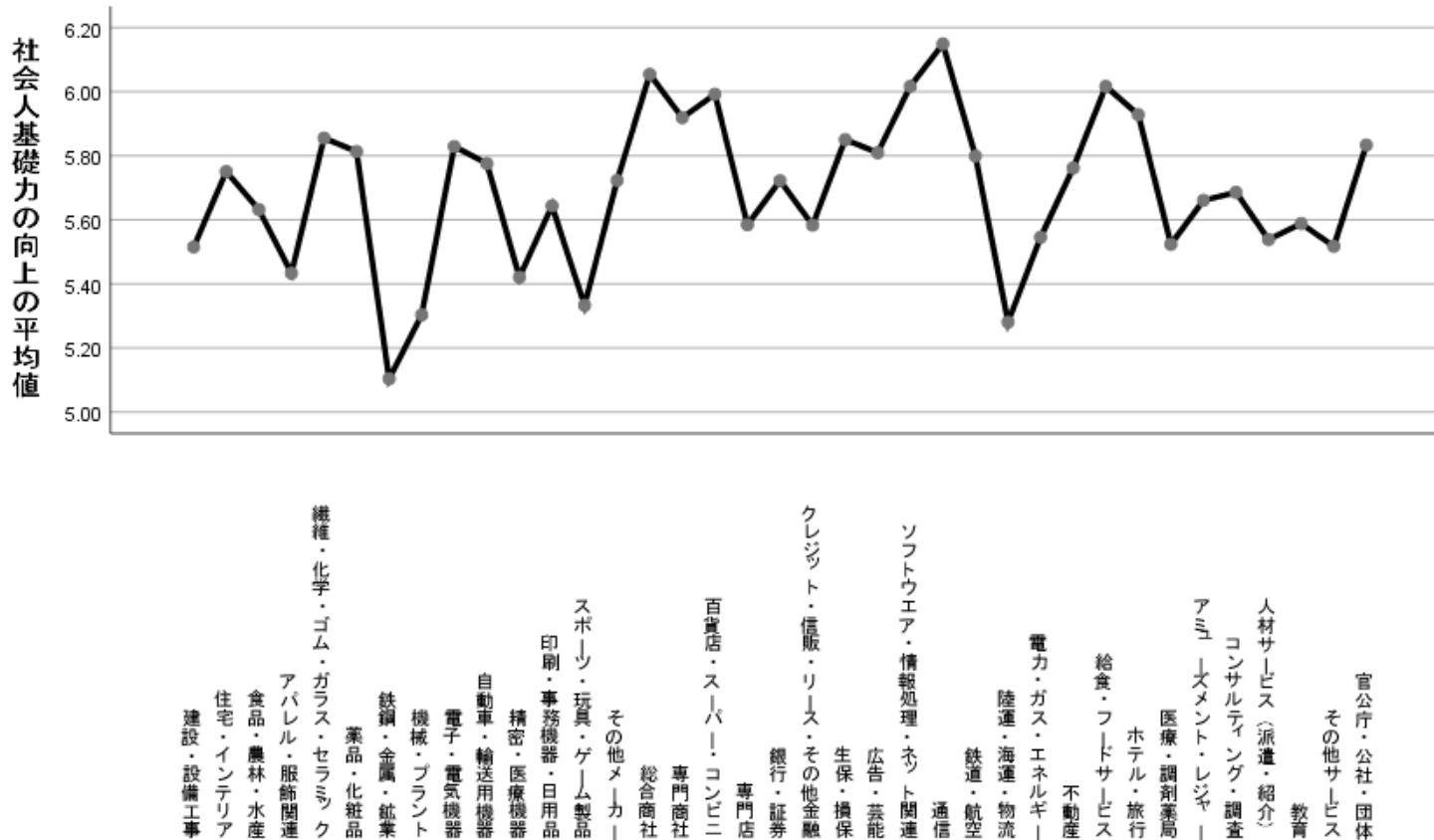
- ① インターンシップの参加時期
- ② インターンシップ日程の連続性
- ③ フィードバックの時間
- ④ フィードバックの内容

※一元配置分散分析、*t*検定によって有意差が確認された要因と確認されなかった要因（多重比較はBonferroniで算出）

※効果量（Cohen' *d*）は、グループの中で最も高い平均値と低い平均値をもとに算出

# 「業種」による差

✓ 業種によって社会人基礎力の向上に有意差があり、通信・総合商社の平均値が高い



	度数	平均値	標準偏差
建設・設備工事	143	5.52	1.20
住宅・インテリア	489	5.75	1.11
食品・農林・水産	106	5.63	1.15
アパレル・服飾関連	30	5.43	1.18
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	115	5.86	0.88
薬品・化粧品	148	5.81	1.12
鉄鋼・金属・鉱業	16	5.10	1.47
機械・プラント	67	5.30	1.26
電子・電気機器	197	5.83	1.12
自動車・輸送用機器	327	5.78	1.07
精密・医療機器	38	5.42	1.15
印刷・事務機器・日用品	73	5.64	1.28
スポーツ・玩具・ゲーム製品	13	5.33	0.90
その他メーカー	71	5.72	1.16
総合商社	43	6.05	0.85
専門商社	164	5.92	1.02
百貨店・スーパー・コンビニ	42	5.99	0.96
専門店	61	5.58	1.24
銀行・証券	78	5.72	1.06
クレジット・信販・リース・その他金融	44	5.58	1.13
生保・損保	49	5.85	1.25
広告・芸能	35	5.81	1.26
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	442	6.02	1.00
通信	94	6.15	0.84
鉄道・航空	209	5.80	0.96
陸運・海運・物流	19	5.28	1.23
電力・ガス・エネルギー	234	5.55	1.08
不動産	84	5.76	0.99
給食・フードサービス	20	6.02	0.93
ホテル・旅行	51	5.93	1.01
医療・調剤薬局	21	5.52	1.04
アミューズメント・レジャー	58	5.66	1.12
コンサルティング・調査	192	5.69	1.05
人材サービス（派遣・紹介）	26	5.54	1.13
教育	98	5.59	1.27
その他サービス	96	5.52	1.06
官公庁・公社・団体	86	5.83	0.96
合計	4079	5.76	1.09

分散分析

F値 = 3.17 有意確率 = 0.000

効果量

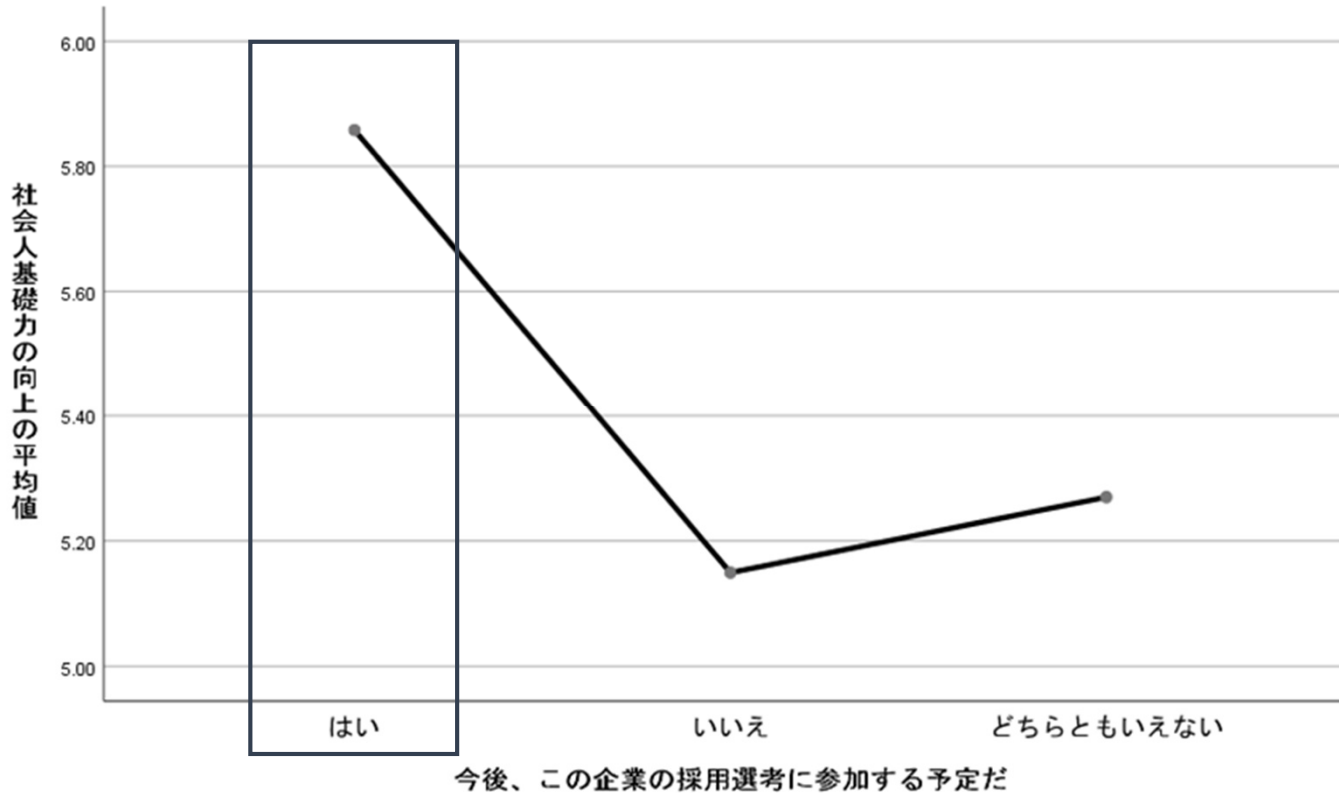
Cohen's d = 1.10 (効果量大)

※参加者が10名以下の業種は分析対象外  
 ※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 社会人基礎力の向上による選考参加有無



✓ 社会人基礎力の向上を認知している学生の方が、採用選考に参加する意向が高い



	度数	平均値	標準偏差
1 はい	3433	5.86	1.03
2 いいえ	241	5.15	1.37
3 どちらともいえない	420	5.27	1.13
合計	4094	5.76	1.09

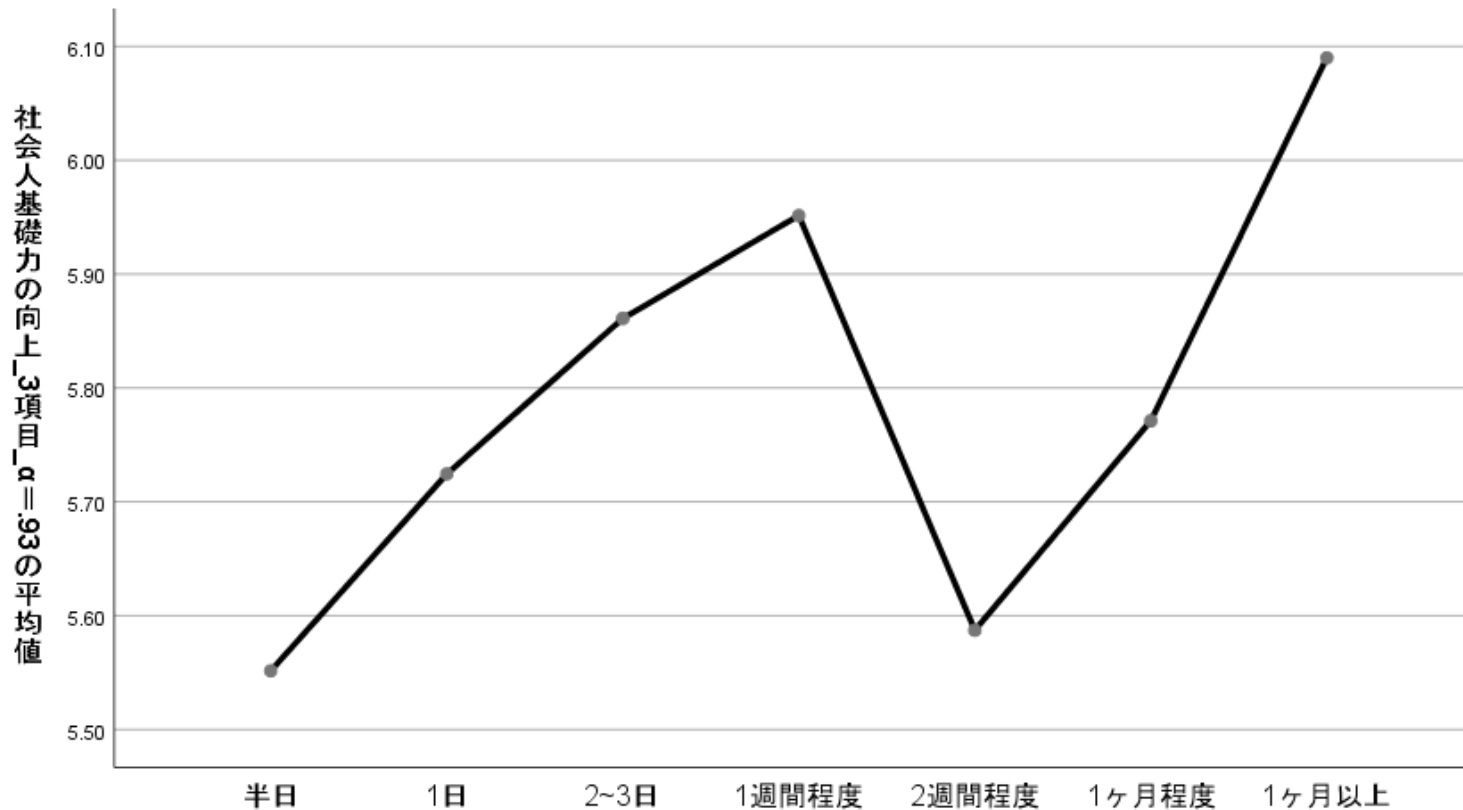
分散分析  
F値 = 98.65 有意確率 = 0.000

効果量  
Cohen's  $d = 0.67$  (効果量中)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# インターンシップの「期間」による差

✓ インターンシップの「期間」によって社会人基礎力向上に有意差がある一方、期間に伴って右肩上がりに上昇していくわけではない



このインターンシップに参加した期間をお選びください。

社会人基礎力の向上

	度数	平均値	標準偏差
1 半日	779	5.55	1.16
2 1日	1292	5.72	1.03
3 2~3日	883	5.86	1.05
4 1週間程度	632	5.95	1.05
5 2週間程度	306	5.59	1.20
6 1ヶ月程度	102	5.77	1.11
7 1ヶ月以上	100	6.09	1.04
合計	4094	5.76	1.09

分散分析

F値 = 12.5 有意確率 = 0.000

効果量

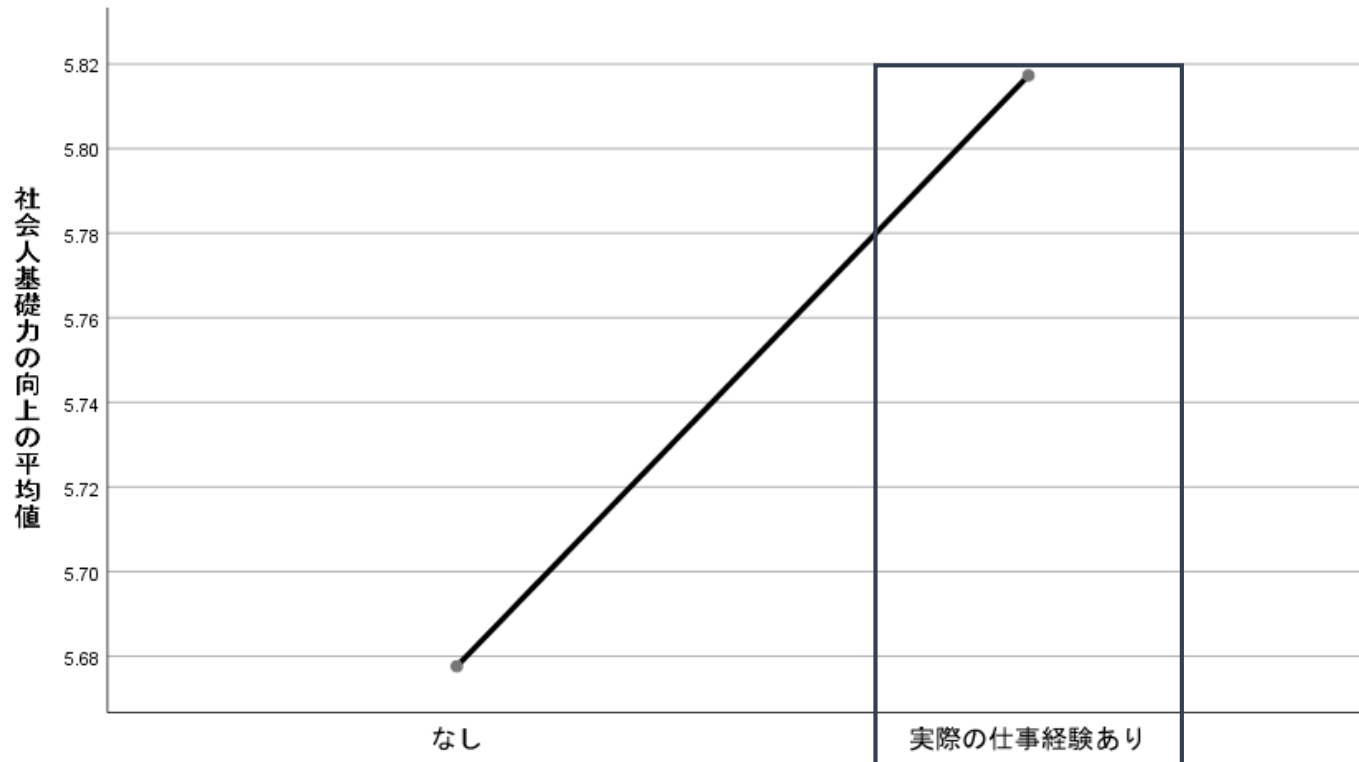
Cohen's  $d = 0.47$  (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 社会人基礎力の向上と就業体験の有無



✓ 「実際の仕事経験あり」の方が、社会人基礎力の向上に寄与しているが、効果量は極めて小さい



参加したインターンシップで、実際の仕事を体験する「就業体験」はありましたか。

	度数	平均値	標準偏差
なし	1799	5.68	1.09
就業体験あり	2295	5.82	1.09
合計	4094	5.76	1.09

t検定  
t値 = 4.0 有意確率 = 0.000

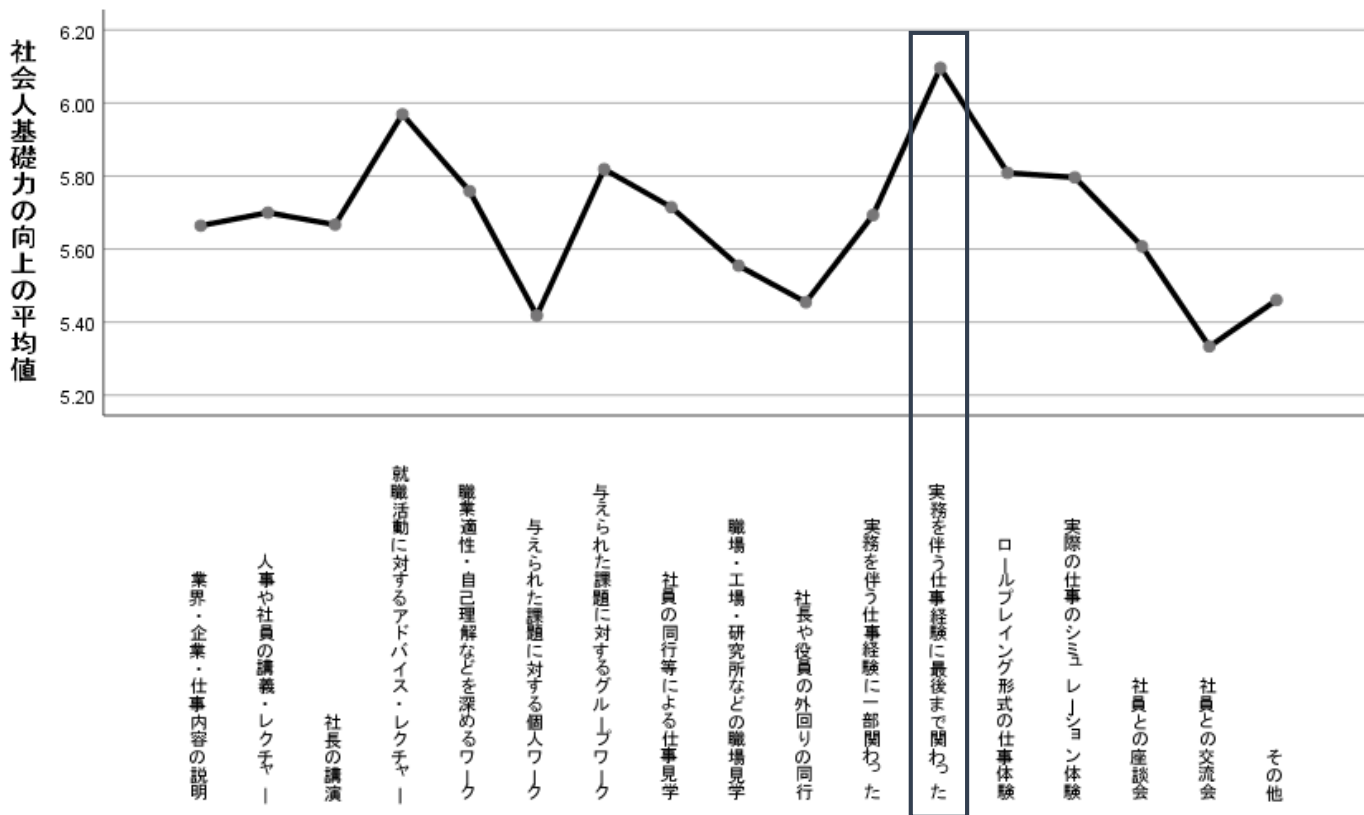
効果量  
Cohen's  $d = 0.13$  (効果量極小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算



# インターンシップの「内容」による差

✓ 「実務を伴う仕事経験に最後まで関わる」ことが、社会人基礎力の向上に寄与する可能性が高い



	度数	平均値	標準偏差
業界・企業・仕事内容の説明	511	5.66	1.09
人事や社員の講義・レクチャー	131	5.70	1.15
社長の講演	3	5.67	0.58
就職活動に対するアドバイス・レクチャー	43	5.97	0.93
職業適性・自己理解などを深めるワーク	69	5.76	0.99
与えられた課題に対する個人ワーク	236	5.42	1.23
与えられた課題に対するグループワーク	2296	5.82	1.04
社員の同行等による仕事見学	105	5.71	1.14
職場・工場・研究所などの職場見学	98	5.55	1.21
社長や役員の外回りの同行	11	5.45	1.28
疑似体験ではない、実務を伴う仕事経験に一部関わった	163	5.69	1.09
疑似体験ではない、実務を伴う仕事経験に最後まで関わった	52	6.10	1.18
ロールプレイング形式の仕事体験	148	5.81	1.06
実際の仕事のシミュレーション体験	170	5.80	1.28
社員との座談会	28	5.61	1.07
社員との交流会	9	5.33	1.40
その他	21	5.46	1.48
合計	4094	5.76	1.09

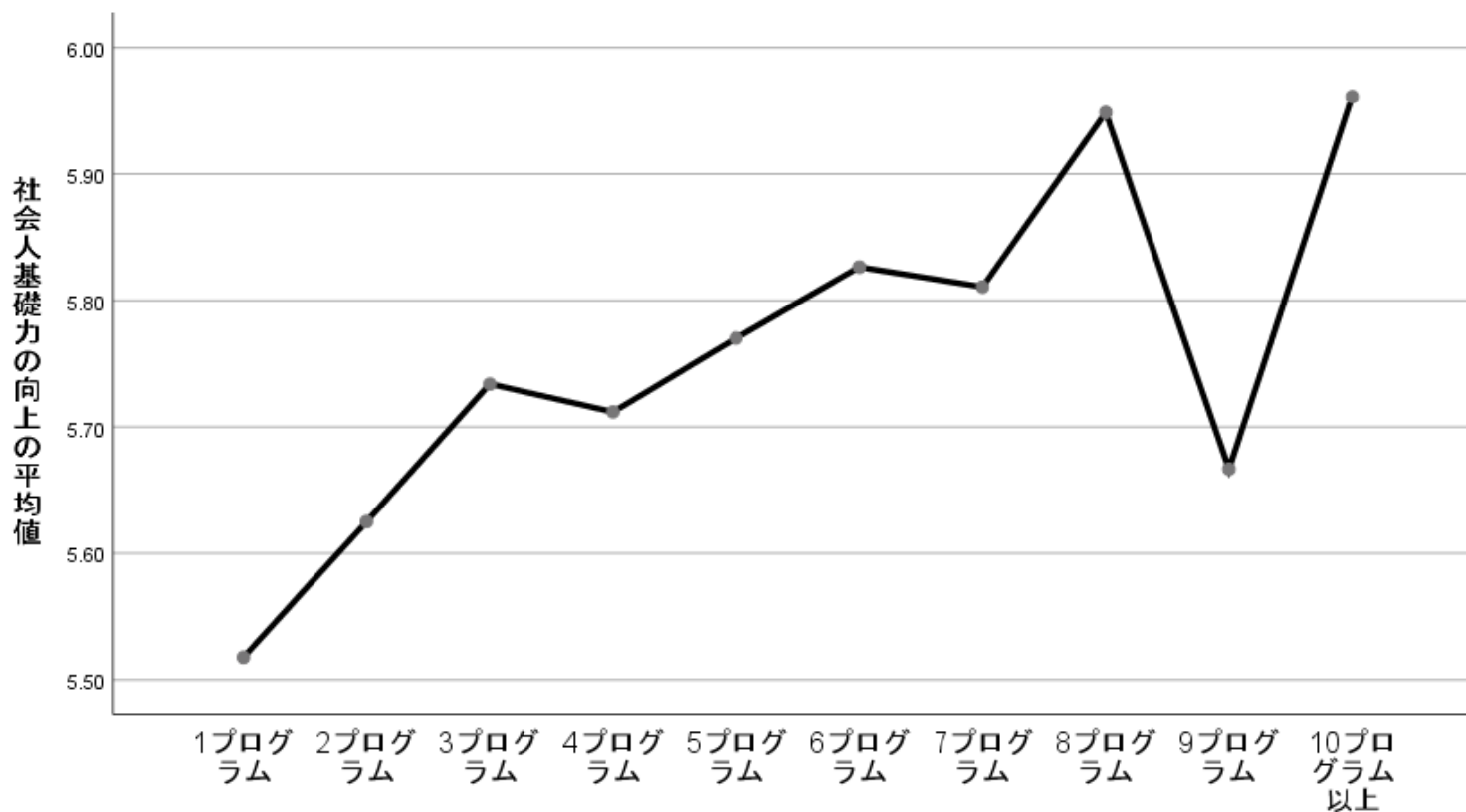
分散分析  
F値 = 3.15 有意確率 = 0.000

効果量  
Cohen's d = 0.64 (効果量中)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# インターンシップの「参加プログラム数」による差

✓ 参加プログラム数の上昇に伴って、社会人基礎力も上昇する傾向にある



このインターンシップを含めて、これまでいくつのインターンシップに参加しましたか

	度数	平均値	標準偏差
1プログラム	479	5.52	1.14
2プログラム	545	5.63	1.11
3プログラム	595	5.73	1.11
4プログラム	495	5.71	1.11
5プログラム	493	5.77	0.99
6プログラム	288	5.83	1.01
7プログラム	206	5.81	1.11
8プログラム	149	5.95	0.89
9プログラム	69	5.67	1.19
10プログラム以上	775	5.96	1.08
合計	4094	5.76	1.09

分散分析  
F値=7.5 有意確率 = 0.000

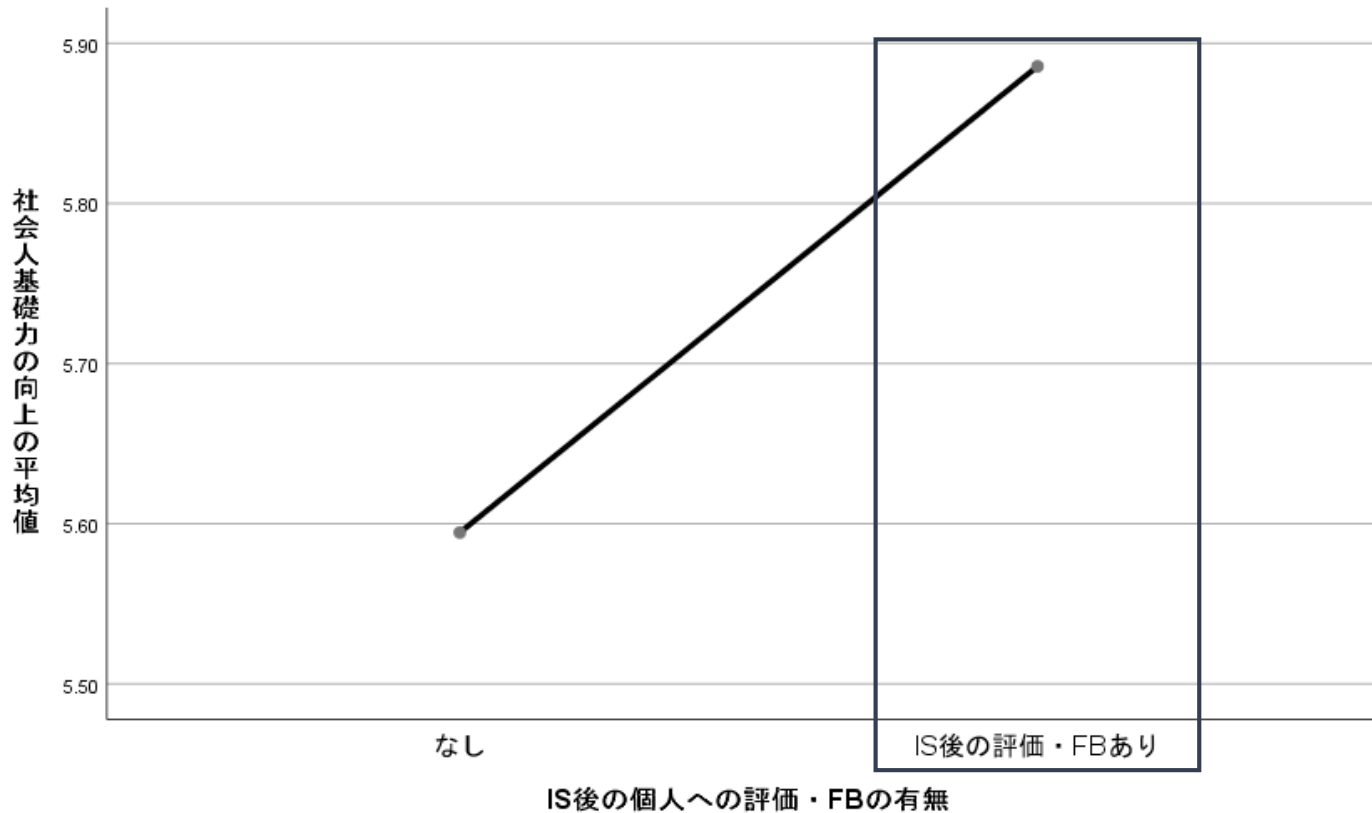
効果量  
Cohen's  $d$  = 0.40 (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 社会人基礎力の向上とフィードバックの有無



✓ フィードバックの有無によって社会人基礎力の向上に有意差があり、フィードバックを行うことが社会人基礎力の向上に寄与する



	度数	平均値	標準偏差
1 フィードバックあり	2270	5.89	1.05
2 フィードバックなし	1824	5.59	1.12
合計	4094	5.76	1.09

t検定  
t値 = 8.5 有意確率 = 0.000

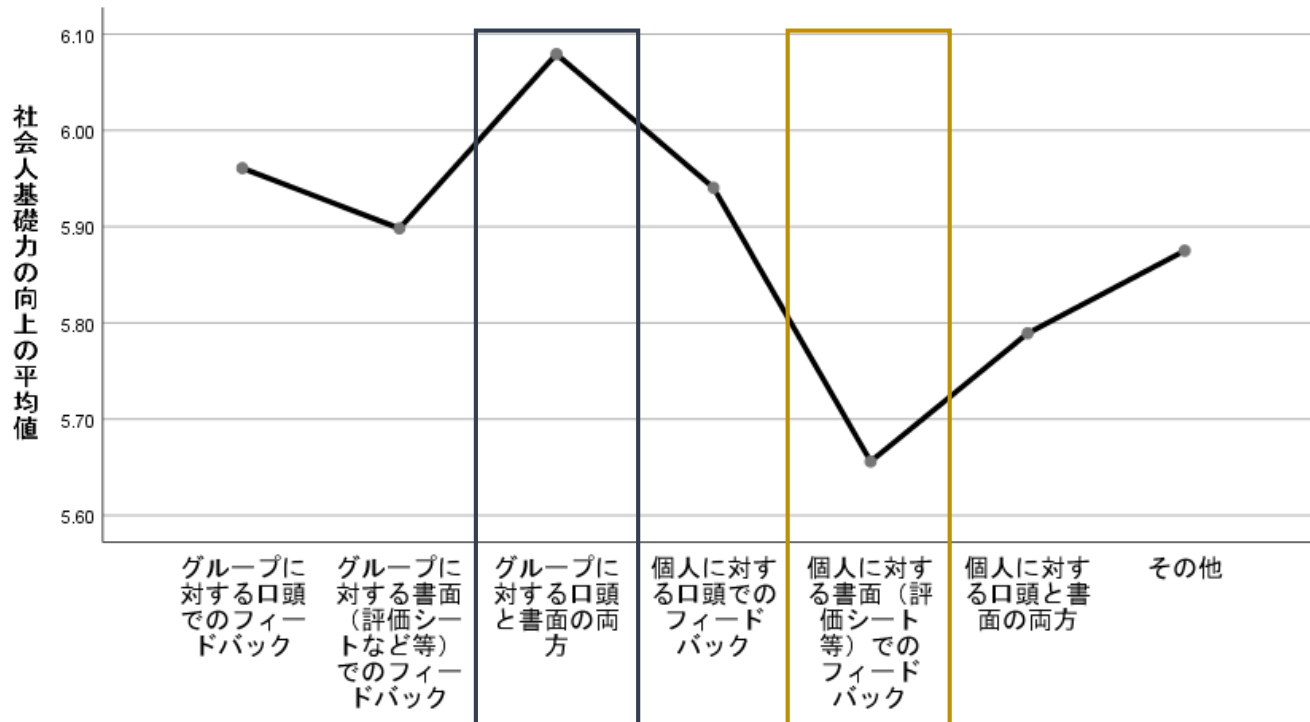
効果量  
Cohen's  $d = 0.28$  (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 社会人基礎力の向上とフィードバックの形式



- ✓ フィードバックの「形式」によって社会人基礎力の向上に有意差があり、個人に対する「書面」でのフィードバックが最も平均値が低い



はい、と答えた方にお聞きします。フィードバックはどのような形式で行われましたか。※複数回フィードバックがあった場合は、最も印象に残っている形式をご回答ください。

	度数	平均値	標準偏差
1 グループへの口頭でのフィードバック	789	5.96	0.96
2 グループへの書面でのフィードバック	108	5.90	0.94
3 グループへの口頭と書面の両方	101	6.08	0.96
4 個人への口頭でのフィードバック	620	5.94	1.03
5 個人への書面でのフィードバック	405	5.66	1.15
6 個人への口頭と書面の両方	215	5.79	1.20
7 その他	32	5.88	1.15
合計	2270	5.89	1.05

分散分析  
F値 = 5.2 有意確率 = 0.000

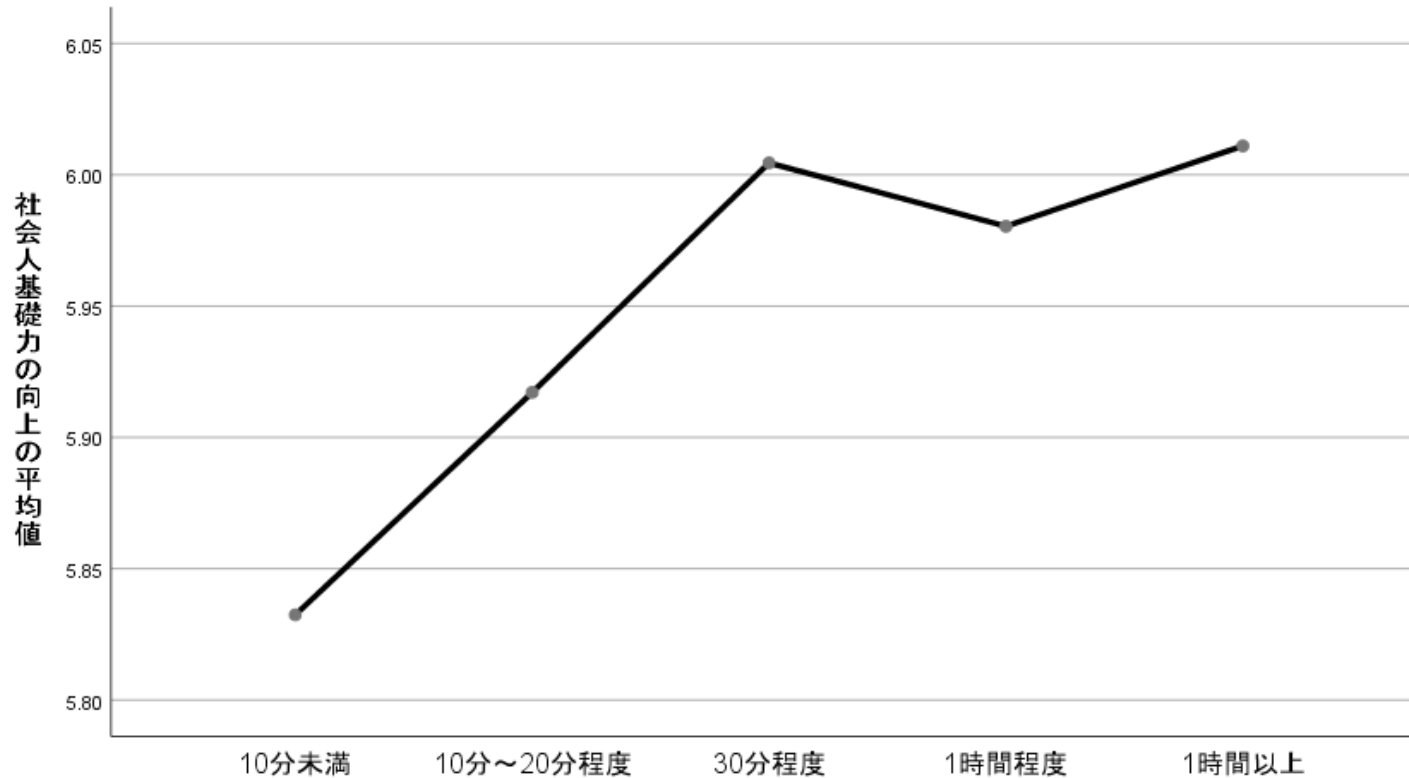
効果量  
Cohen's  $d$  = 0.38 (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 社会人基礎力の向上とフィードバックの時間



✓ フィードバックの「時間」の増加に伴い社会人基礎力も上昇する傾向にあるが、統計的な有意差は確認されなかった



あなた個人に対するフィードバックは、合計どれくらいの時間行われましたか。

	度数	平均値	標準偏差
1 10分未満	1263	5.83	1.05
2 10分～20分程度	575	5.92	1.05
3 30分程度	222	6.00	1.01
4 1時間程度	119	5.98	1.07
5 1時間以上	91	6.01	1.05
合計	2270	5.89	1.05

分散分析

F値 = 2.24 有意確率 = 0.063

効果量

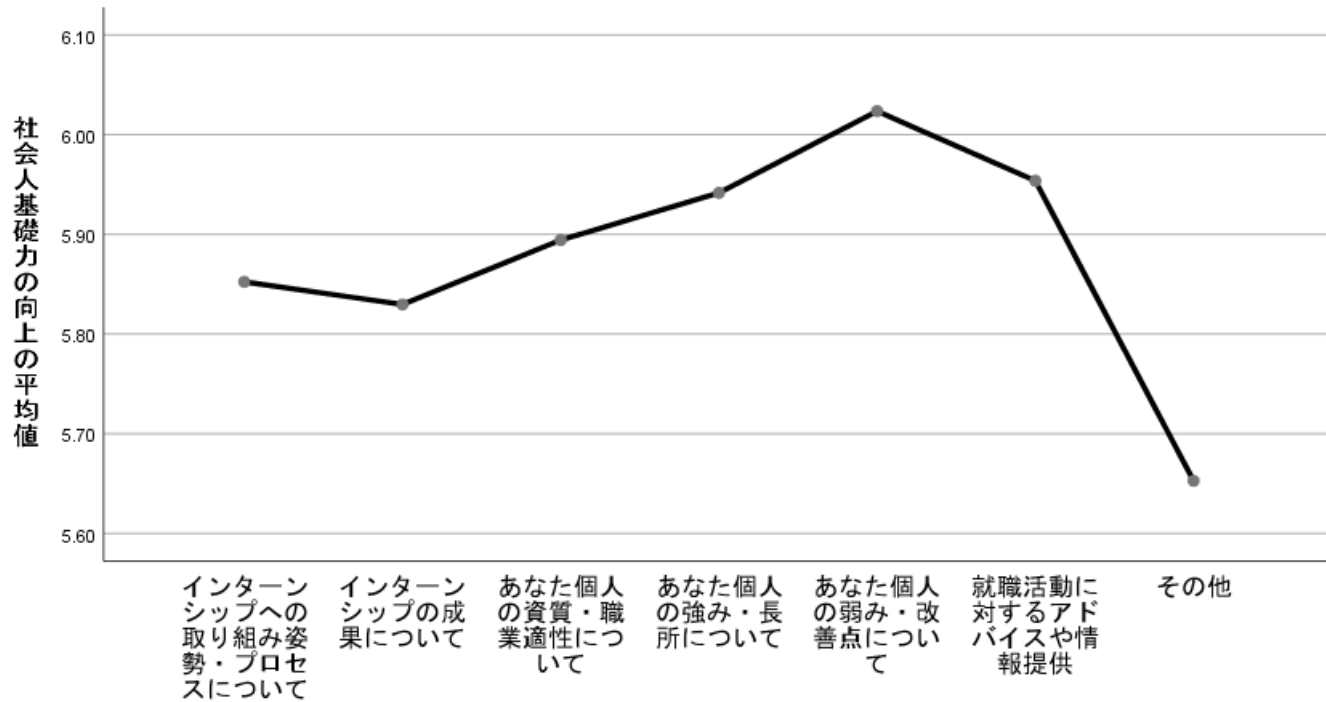
Cohen's  $d$  = 0.17 (効果量ほとんどなし)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 社会人基礎力の向上とフィードバックの内容



- ✓ インターンシップの「取り組み姿勢」や「成果」よりも個人の長所・短所に関するフィードバックの方が平均値が高い傾向にあるが、統計的な有意差は確認されなかった



	度数	平均値	標準偏差
1 インターンシップへの取り組み姿勢・プロセスについて	948	5.85	1.09
2 インターンシップの成果について	405	5.83	1.07
3 あなた個人の資質・職業適性について	123	5.89	1.14
4 あなた個人の強み・長所について	456	5.94	0.98
5 あなた個人の弱み・改善点について	170	6.02	0.87
6 就職活動に対するアドバイスや情報提供	144	5.95	1.00
7 その他	24	5.65	1.07
合計	2270	5.89	1.05

分散分析

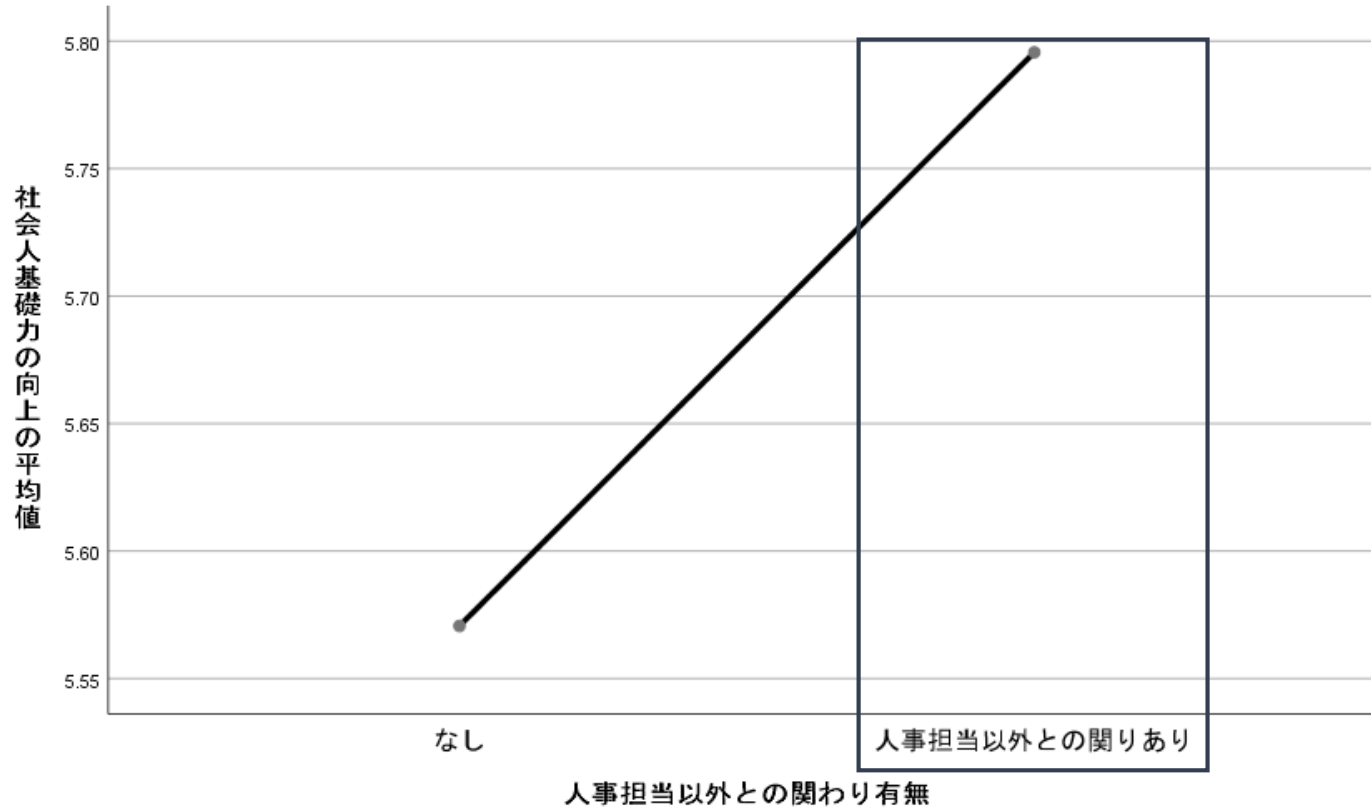
F値 = 1.37 有意確率 = 0.225

フィードバックの内容は主にどのようなものでしたか。最も時間をかけてフィードバックされたものを1つ選んでください。

# 人事担当者以外との関りの有無



- ✓ インターンシップ中に人事担当者以外との関りがある方が、社会人基礎力の向上に寄与する可能性が高い



	度数	平均値	標準偏差
1 関わりあり	3372	5.80	1.07
2 なし	722	5.57	1.17
合計	4094	5.76	1.09

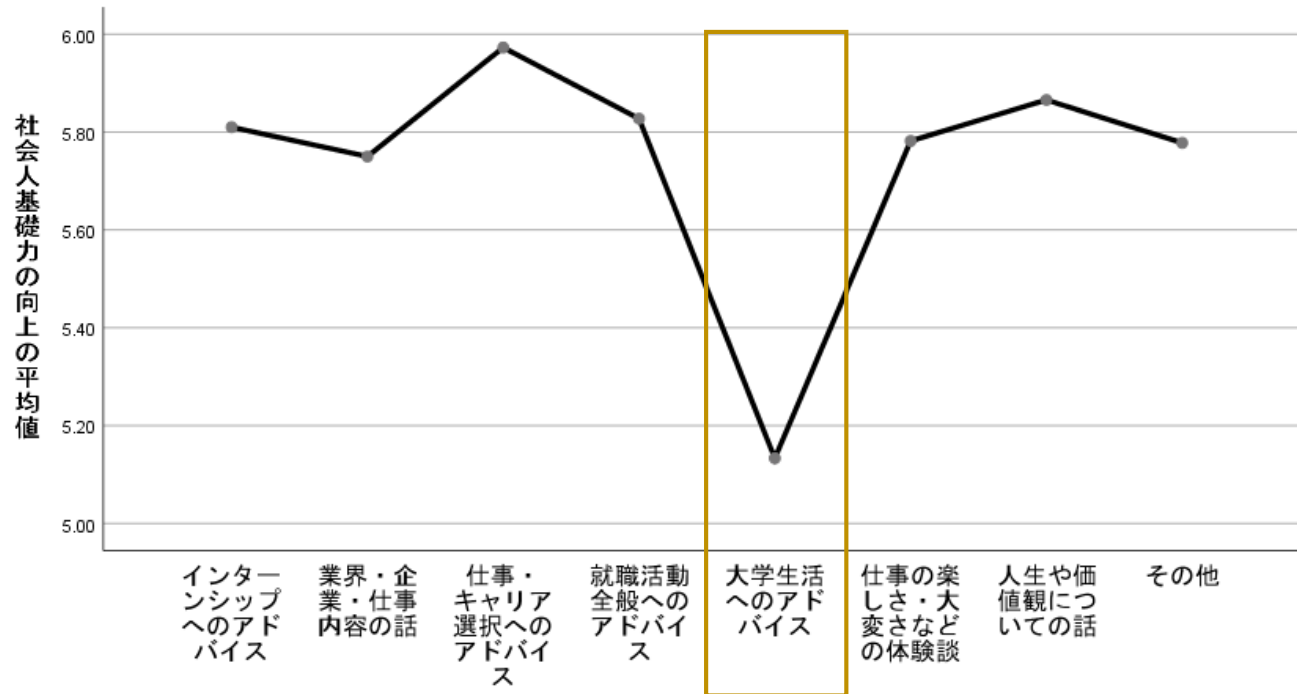
t検定  
t値 = 4.7 有意確率 = 0.000

効果量  
Cohen's  $d = 0.21$  (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# 人事担当者以外からのサポート内容

✓ 人事担当者以外からの話・サポート内容として、大学生活へのアドバイスは平均値が低い



	度数	平均値	標準偏差
1 インターンシップへのアドバイス	242	5.81	1.06
2 業界・企業・仕事内容の話	1425	5.75	1.05
3 仕事・キャリア選択へのアドバイス	392	5.97	1.06
4 就職活動全般へのアドバイス	529	5.83	1.01
5 大学生活へのアドバイス	30	5.13	1.48
6 仕事の楽しさ・大変さなどの体験談	663	5.78	1.09
7 人生や価値観についての話	67	5.87	1.22
8 その他	24	5.78	1.09
合計	3372	5.80	1.07

分散分析

F値 = 3.72 有意確率 = 0.001

効果量

Cohen's  $d$  = 0.77 (効果量中)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

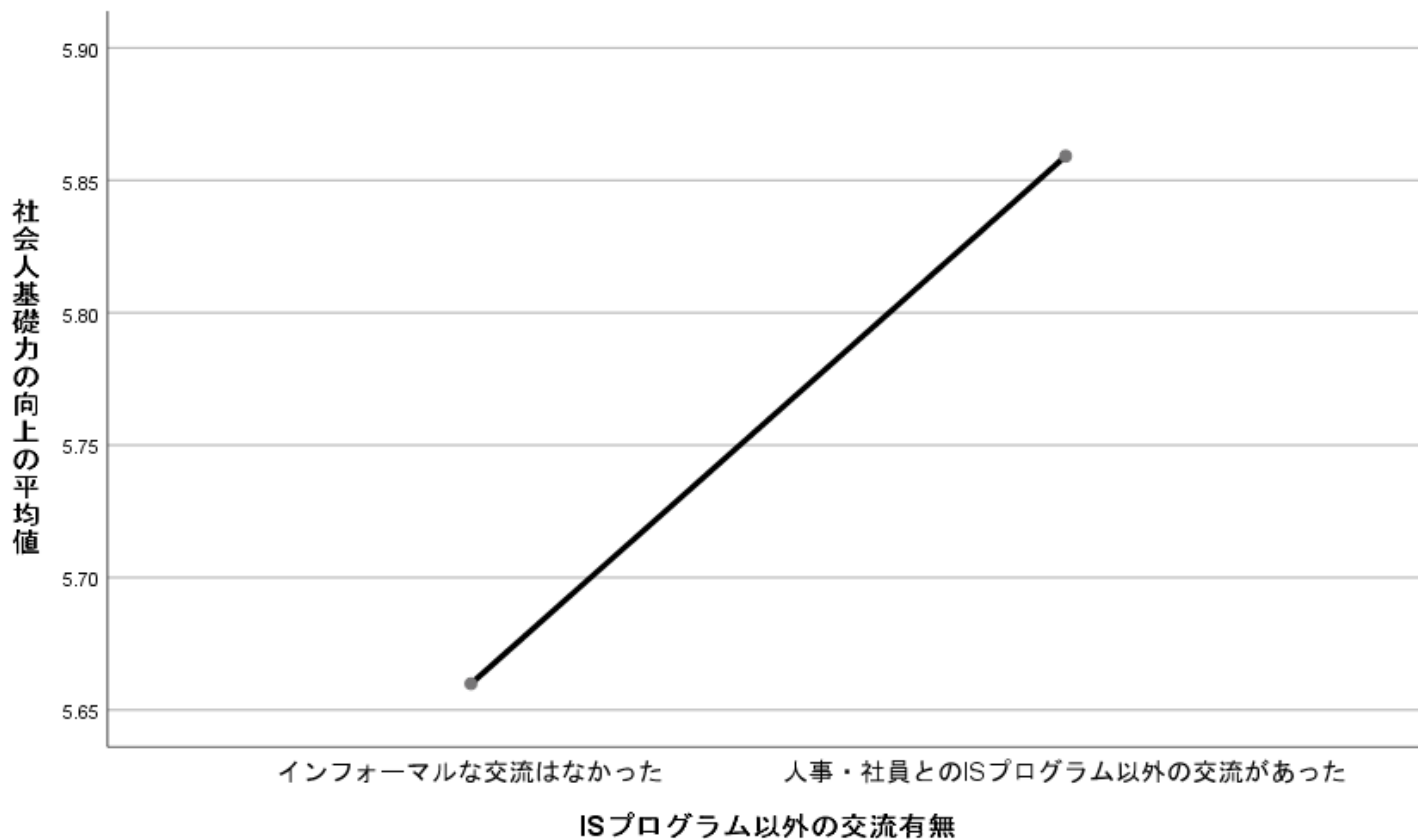
人事担当者以外に関わりのあった人たちからは、主にどのような話・サポートを受けましたか。最も近いものを1つ選んでください。



# インターンシッププログラム外のインフォーマルな交流有無



- ✓ インターンシッププログラム外の交流があった方が社会人基礎力の平均値が高い。ただし、効果量は極めて小さい



	度数	平均値	標準偏差
1 交流あり	1973	5.86	1.05
2 交流なし	2121	5.66	1.12
合計	4094	5.76	1.09

t検定  
t値 = 5.8 有意確率 = 0.000

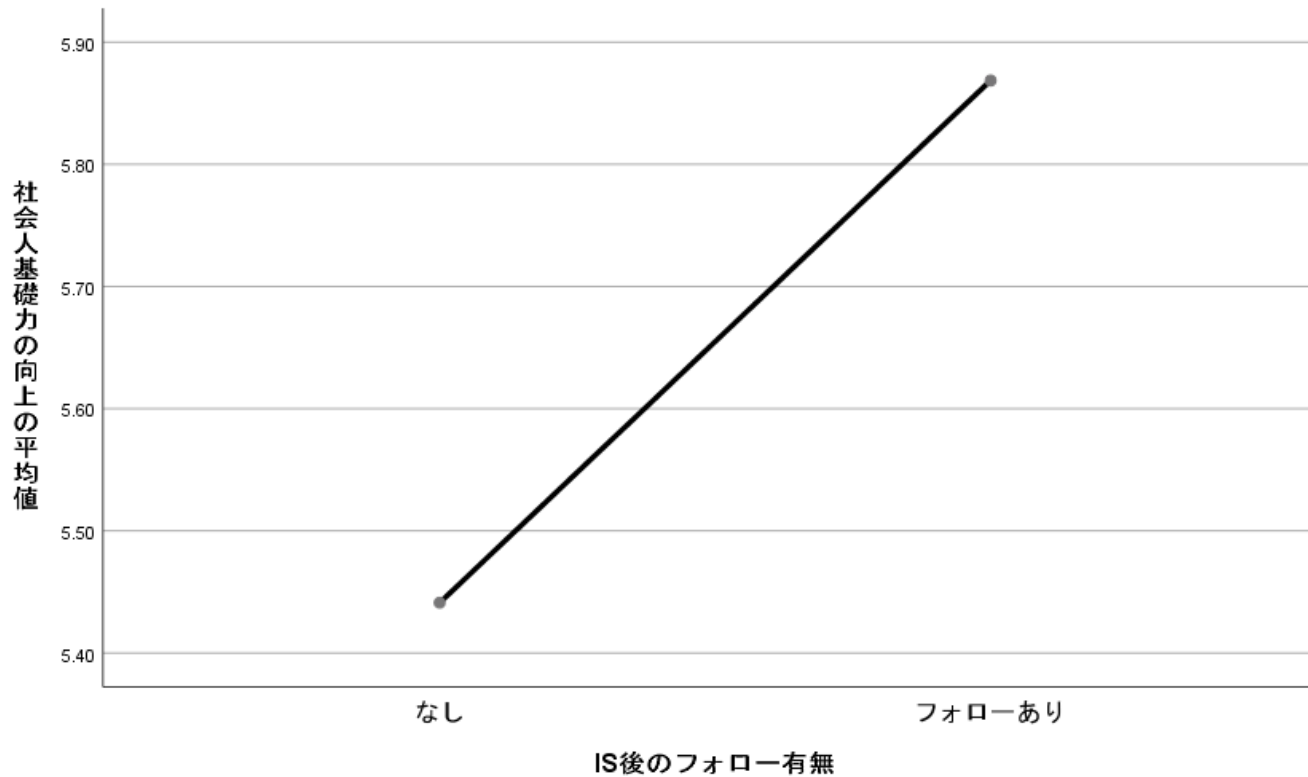
効果量  
Cohen's  $d = 0.18$  (効果量極小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

# インターンシップ終了後の定期的な連絡・フォローの有無



✓ インターンシップ後も定期的な連絡・フォローを行うことが、社会人基礎力の向上に寄与する可能性が高い



	度数	平均値	標準偏差
1 フォローあり	3015	5.87	1.04
2 なし	1079	5.44	1.17
合計	4094	5.76	1.09

t検定  
t値 = 10.6 有意確率 = 0.000

効果量  
Cohen's  $d = 0.40$  (効果量小)

※最も高い平均値と低い平均値で計算

2-1. インターンシップの教育効果モデル

2-2. インターンシップの企業志望度モデル

2-3. 教育効果と企業志望度の向上に共通する3要因

① 事前事後学習の充実

② 就業体験の充実

③ 社会人基礎力の向上

**2-4. 効果的なインターンシップの設計・運営ガイドライン**

2-5. 産学連携への示唆

## 目的

本調査の結果をもとに、効果的なインターンシップの設計・運営に向けたポイントを確認する

## 使用方法

現行のインターンシップと比較しながら、チェックリストを確認

## チェックリストのポイント

- ★印 = 教育効果の向上に特に重要な施策
- ☆印 = 企業志望度の向上に特に重要な施策

## 活用方法

- ・効果的なインターンシップに向けて、チェックの数を増やしていく
- ・これから設計する場合は、チェックリストをもとに設計する

# チェックリスト：大学編

# インターンシップの効果を高めるための14項目チェックリスト（大学編）

- ★  大学での専門・専攻に関わるISに行かせている
- ★・☆  1週間～1ヶ月程度のISに行かせている
- 複数（出来れば3つ以上）のISに行かせている
- ★・☆  IS前に「参加目的の明確化」と「事前の目標設定」を行っている
- IS前にどのような「スキル・能力」が身に付くのかを学生に伝えている
- ★・☆  「実際の仕事体験」ができるISに行かせている
- ★・☆  現場社員など、人事担当者以外と交流ができるISに行かせている

★：教育効果の向上に特に重要な施策 ☆：企業志望度の向上に特に重要な施策 IS：インターンシップ

- IS期間中に、定期的な連絡・フォローをしている
- ★・☆  IS後に「個人」に対する評価・フィードバックを行っている
- フィードバックは、「口頭と書面」の両方で行っている
- ★・☆  口頭によるフィードバックは「30分以上」行っている
- フィードバックの内容に「ISの取り組み姿勢・成果」が含まれている
- フィードバックの内容に「個人の資質や職業適性」が含まれている
- ★・☆  社会人基礎力など、インターンシップ後にどのようなスキル・能力が身に付いたかを確認している（学生が認識している）

★：教育効果の向上に特に重要な施策 ☆：企業志望度の向上に特に重要な施策 IS：インターンシップ

# チェックリスト：企業編



- ★  大学と共同で開催している
- ★  参加学生の専門・専攻に関わるプログラムを提供している
- ★・☆  IS前に、「参加目的の明確化」と「事前の目標設定」を行っている
- IS前に、どのような「スキル・能力」が身に付くのかを学生に伝えている
- ★・☆  1週間以上のプログラムを提供している
- ★・☆  「実際の仕事体験」ができるプログラムを提供している
- ★・☆  現場社員など、人事以外と交流ができるプログラムを提供している
- ISプログラム外で、形式ばらないカジュアルな交流をしている

★：教育効果の向上に特に重要な施策 ☆：企業志望度の向上に特に重要な施策 IS：インターンシップ

- ★・☆  IS後に「個人」に対する評価・フィードバックを行っている
- フィードバックは、「口頭と書面」の両方で行っている
- ★・☆  口頭によるフィードバックは「30分以上」行っている
- フィードバックの内容に「ISの取り組み姿勢・成果」が含まれている
- フィードバックの内容に「個人の資質や職業適性」が含まれている
- ★・☆  社会人基礎力など、インターンシップ後にどのようなスキル・能力が身に付いたかを確認している（学生が認識している）
- ☆  インターンシップ後も、定期的に連絡・フォローをしている

★：教育効果の向上に特に重要な施策 ☆：企業志望度の向上に特に重要な施策 IS：インターンシップ

## 2-1. インターンシップの教育効果モデル

## 2-2. インターンシップの企業志望度モデル

## 2-3. 教育効果と企業志望度の向上に共通する3要因

①事前事後学習の充実

②就業体験の充実

③社会人基礎力の向上

## 2-4. 効果的なインターンシップの設計・運

## 2-5. 産学連携への示唆

- ✓ 第二部まとめ：以下の3要因が「教育効果」と「企業志望度」の向上に重要な役割を果たす
- ✓ ①と③は教育機関と企業の「双方に有益」な結果をもたらす、教育機関と企業をつなぐ「接点」となり得るもの

① 事前・事後学習の充実

② 就業体験の充実

③ 社会人基礎力の向上

※ 特に①と③は影響力が大きい

「事前・事後学習の充実」と「社会人基礎力の向上」を教育機関と企業の「**共通目標**」にする  
これにより「大学生のためのインターンシップ」を実現していく

