

## 研究成果報告書

- ・機関及び学部、学科等名 富山大学人文学部、芸術文化学部、都市デザイン学部
- ・指導教員 藪谷祐介(芸術文化学部)
- ・代表学生 恵良杏樹(人文学部)
- ・参加学生 阿部みお(芸術文化学部)、森豪大(都市デザイン学部)

### 【研究題目】地域体験型大学生インターンシッププログラムの提案

#### 1. 課題解決策の要約

本課題解決策は、大学生に南砺市へ関心を持たせ、将来的な就職の可能性を創出することを目的に、2～3週間のインターンシップを行うものである。なお、本インターンシップは「企業において商品開発、広報、業務体験、企業の課題解決を行う」「食や伝統等の地域文化を体験する」「地域の家庭に宿泊し、本市での暮らしを体験する」の3点を期間内に行うものとする。従来の企業インターンシップより地域の人々と交流する機会を多く設けることで、本市で暮らす魅力を一層伝えられると考えられる。また、本インターンシップは南砺市がコーディネート団体に委託し、コーディネート団体が南砺市・企業と打ち合わせを行いながらインターンシップの企画・調整を行い、広報・運営も担う。

#### 2. 調査研究の目的

本研究の目的は、将来的に南砺市の就職者を増やすことを目指した地域体験型インターンシップを提案することである。

提案内容は、以下の調査を踏まえたものとする。なお、調査方法に関しては、アンケートは(ア)、ヒアリングは(ヒ)と表記した。

- ①南砺市の自治体のインターンシップに関する施策の内容、実態調査(ア)
- ②南砺市内の民間企業のインターンシップのニーズ調査(ア)(ヒ)
- ③地方におけるインターンシップコーディネート団体の実態調査(ヒ)
- ④学生に対するインターンシップのニーズ調査(ア)

#### 3. 調査研究の内容

##### 3. 1. 南砺市の自治体のインターンシップに関する施策の内容、実態調査

###### 3. 1. 1. 調査目的

南砺市内企業に対して人材確保における現状を調査するとともに、インターンシップのフィールドとなる南砺市自治体にアンケート調査を実施することで、南砺市における人材確保に関する基本的事項をとらえることを目的とする。なお、本章の内容に関しては、南砺市ブランド戦略部商工企業立地課職員から回答を得た調査票を基に記載する。

###### 3. 1. 2. 南砺市の概要

南砺市には約2,900の事業所があり、約23,000人(※公務員を除く)の方が南砺市内で勤務している。主な従事先は製造業、卸売・小売業、建設業、医療・福祉業と続く。南砺市の主な産業は製造業で、生産用機械、家具・装飾品、繊維製品、プラスチック製品、食料品の出荷額が上位にあるのが南砺市の特徴である。企業の中には大手工作機械メーカーや橋梁メーカー等の大企業、オリンピック日本代表チームが着用するユニフォームの生地を作っている繊維会社、人工衛星の部品を作っている中小企業等、世界に誇れる技術を持った企業も数多くある。しかし近年の学生数の減少や新卒学生の大手志向の高まり等から、市内企業の多くが人材確保に苦労している。

### 3. 1. 3. 南砺市内の新卒就職者数の状況

図1は、平成26年から平成31年までの南砺市商工会議所に報告があった、市内企業への新規採用者数を示すグラフである。図2は、平成31年4月17日に開催された、新就職者激励会(南砺市商工会主催)出席者からアンケートを取り南砺市内の新卒就職者数の状況を集計したグラフである。なお、回答者数は67人である。図1から、南砺市への新規就職者数が減少傾向にあることが分かる。また、図2から、南砺市への新規就職者は南砺市をはじめとする呉西地域からの就職が7割を超えていることが分かる。



図1 市内企業新規採用者数(人)

### 3. 2. 南砺市内の民間企業のインターンシップのニーズ調査

#### 3. 2. 1. 調査目的

南砺市内の企業のインターンシップと人材確保の現状、ニーズについて調査し、さらに、それらの事実に対する企業の考えを調査することを目的とする。

#### 3. 2. 2. 調査方法

調査は、ヒアリング調査とアンケート調査を併用して行った。

調査対象は南砺市内の企業とした。特徴的な企業を抽出し、業種ごとに選定した。南砺市役所を通じてアポイントメントをとり、全部で8社にヒアリング調査を、1社にアンケート調査を行った。調査項目は、「現在インターンシップを行っている場合」「現在インターンシップを行っていない場合」を想定し、以下の通りに項目を分けて調査した。

A. インターンシップについて B. 人材確保について C. 企業について

#### 3. 2. 3. 調査結果

##### A. インターンシップについて

インターンシップを行っている企業では、自社の仕事内容や業界のことを知ってもらうことを目的に実施している企業が多い。また、インターンシップを行う意味として、「面接の瞬間の時間では分からない、学生の中身を見ることができる」「学生が会社のことをより理解し、インターンシップに参加して面接を受けに来た学生は安定して業務に関わってもらえる」ということを多くの企業が挙げていた。さらに、「若者の考え、雰囲気、時代の流れを知ることができる」という声も挙がっていた。インターンシップを行っていない企業では、インターンシップを行う夏の期間は繁忙期で人手が足りず、受け入れられないという声や、そもそも新卒採用を積極的に募集していないという企業もあった。

##### B. 人材確保について

採用については、多くの企業で、新卒採用にこだわらず経験者採用も行っており、さらには経験者採用のみを行っている企業もあった。また、新卒の募集人数も年に数人程度が多く、エントリー数も一定程度あり、人材確保の達成度は達成している企業が多かった。また、達成していない企業でも、「ミスマッチを防ぐために人数を増やすことはない」「社員ではなく、バイトを人手不足の時に募集している」とのことで、悲観的な声は少なかった。

##### C. 企業について

北陸・富山県内や南砺市内に在住・出身の従業員が多い企業が多かった一方で、関東や関西等日本全国から就職者を受け入れている企業もいくつかあった。また、企業側もそういった若者を受け入れる際、「アパートもあまりなく、車がないと生活しにくいし、遊ぶ場もないことが嫌になってやめないか不安」という声もいくつか

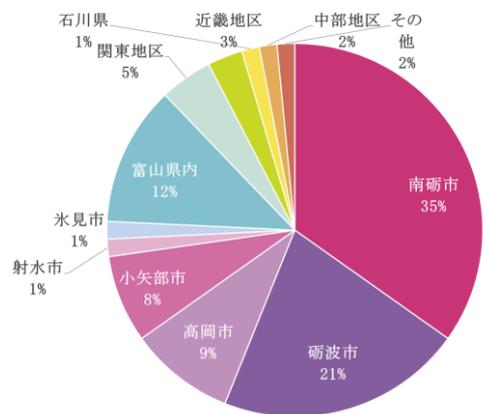


図2 就職以前の住所

の企業であった。また、「南砺市が好きだから働く」ということではなく、「やりたい仕事があればどこにでも行くのではないか」「土地の良さが一番の理由で就職に繋がることは少ないのではないか」という声も多くの企業で挙がっていた。

### 3. 3. 地方におけるインターンシップコーディネーター団体の実態調査

#### 3. 3. 1. 調査目的

大学生インターンシップを企画するにあたって、運営の流れや実施による効果等、ホームページ資料では十分に把握できない事項を調査することを目的とする。

#### 3. 3. 2. 団体選定理由

地域の暮らし体験と企業の就業体験を組み合わせたインターンシップを企画するにあたって、地域や企業と連携したインターンシップのコーディネーターを積極的に行っている北信越の団体を選定した。農村の暮らしを体験および記録するインターンシップを行う団体、企業の課題を学生と解決するインターンシップを行う団体の、計2団体に協力いただいた。

#### 3. 3. 3. ヒアリング結果

大きく分けて、以下の3つの内容を調査した。

A. インターンシップ実施までの流れについて B. インターンシップの企画内容について C. インターンシップ参加者について

##### A. インターンシップ実施までの流れについて

依頼先から予算を受け取っており、期間の長さによりかかる費用が変動する。準備期間は3~5ヶ月とのことだった。地域や企業との綿密な打ち合わせを通し、インターンシップの内容を決定する。その後サイトや口コミで学生を募集し、書類審査や面談を経て参加者を決定する(1~3人)。以上のことを1~2ヶ月かけて準備を行っている。

##### B. インターンシップの企画内容について

インターンシップ実施による効果は様々である。農村のインターンシップでは、「地域の人々のハブとなる」「地域の人々が大学生との関わりに興味を持つようになる」等といった効果を、企業のインターンシップでは「学生が中小企業や地域に関わる仕事へ目を向けるようになる」「自信を持つようになる」等といった効果があると分かった。実際、インターンシップ終了後にその企業へ就職する学生は、ごくわずかであるようだ。しかし、地域や企業と関わりを持ち続ける学生は多く、インターンシップの実施は、地域と学生を繋げるきっかけになると考えられる。

##### C. インターンシップ参加者について

企業のインターンシップだと、9割が団体の拠点地域の学生である。一方、農村のインターンシップだと、5割以上が東京の学生だという。説明会が行いやすいこと、地域に対する発見を見つけやすいことが理由として挙げられる。

### 3. 4. 学生に対するインターンシップのニーズ調査

#### 3. 4. 1. 目的

大学生が地方インターンシップに対してどのような考えを持っているのか、その現状やニーズ等を調査することを目的とする。

#### 3. 4. 2. 調査対象

本調査では、全国の大学生を対象としてアンケート調査を実施した。私達が提案するインターンシップは全国の大学生を対象とすることから、調査対象も同様とした。また、匿名性を保つため、無記名で実施した。

#### 3. 4. 3. 調査項目

回答者の属性を把握するために、性別、居住都道府県、出身都道府県、大学名、学年の項目を設定した。ニーズ調査のために、インターンシップを行う“対象の4か所”の企業、農業、商店、文化と“インターンシップ実施内容である4つ”の広報、商品開発、体験、課題解決をすべて組み合わせた質問を19項目設定した。この

質問は、因子分析を実施するために1から4の参加したい度合いで選択する4段階評価で設定した。インターンシップの内容検討に係わる項目を選択式、自由記述にて8つ設定した。また、就職先(地方か都市部か)、希望する業種、就職に関する情報の入手先についての項目を3つ設定した。

### 3. 4. 4. 調査実施方法

本調査では、WEB上のアンケート作成サイトを利用し実施した。富山大学の教員に依頼し配布した。また、SNSを活用し、不特定多数に配布を行い実施した。調査は、2020年11月27日から2020年12月17日の期間に実施した。なお、分析には統計解析ソフトRを利用した。アンケート調査の結果、有効回答数は、220(有効回答率97.3%)とした。性別は、男性130人(59.1%)、女性88人(40.0%)、その他2人(0.9%)であった。

### 3. 4. 5. ニーズの構成因子

大学生のインターンシップに対するニーズの構造を明らかにするために、本調査に回答した大学生全員(220名)に対して因子分析を行った。因子数の決定には平行分析(図3)を行い、4の因子を抽出した。表1に因子分析の結果を示した。なお、表1の網掛け部分は各因子のまとめを表す。因子1の累計寄与率は16.8%で、7項目から構成されている。これらの項目は因子負荷量が商品開発と広報に関する質問で特に高い値を示している。これより、「商品開発・広報」因子と命名した。因子2の累計寄与率は15.1%で、4項目から構成されている。これらの項目は因子負荷量が講義に関する質問で特に高い値を示している。これより、「講義」因子と命名した。因子3の累計寄与率は10.4%で、5項目から構成されている。これらの項目は因子負荷量が体験に関する質問で特に高い値を示している。これより、「体験」因子と命名した。因子4の累計寄与率は9.9%で、3項目から構成されている。これらの項目は因子負荷量が課題解決に関する質問で特に高い値を示している。これより、「課題解決」因子と命名した。

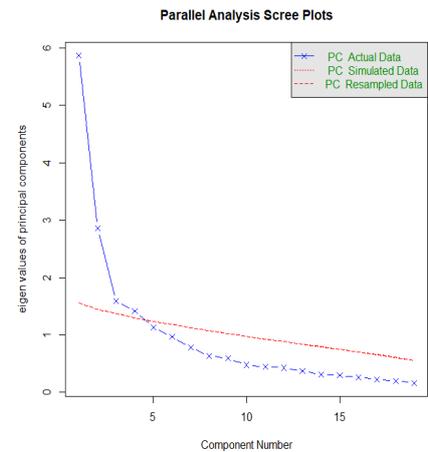


図3 平行分析

### 3. 4. 6. ニーズによる類型化

因子分析から得られたすべての大学生の因子得点を標準化したものを用いてクラスター分析(ward法、平方ユークリッド距離)を行い、ニーズによって大学生を4つに類型化した。それぞれの類型別に大学生の因子得点の平均値を算出し、折れ線グラフで示した(図4)。

類型1は50名(22.7%)で構成され、図4を見ると、他の類型よりも、「講義」因子以外の全ての因子が最も高い。また、全体的に高い因子得点を示しており、非常にインターンシップに参加したい意欲が現れている。特に「課題解決」因子と「商品開発・広報」因子が高い。これらに関するインターンシップは、主体的に考えて活動する必要があるといえる。これらより、類型1を「主体的参加型」とし、「主体的なインターンシップを望

表1 質問ごとの因子得点

質問	商品開発、 広報因子	講義因子	体験因子	課題解決 因子
12 地域の商店街や個人商店で新たな特産品となる商品の開発をする内容。	0.955	-0.101	-0.122	-0.095
7 地域の農産物を用いた商品を開発する内容。	0.735	-0.149	0.175	-0.141
11 地域の商店街や個人商店に取材し、その店の広告を作成する内容。	0.65	-0.009	-0.027	0.035
1 企業の商品の宣伝や、企業の魅力を発信することに関する内容。	0.624	0.064	-0.202	0.029
16 地域の文化を発信する内容。	0.502	0.177	-0.019	0.063
6 地域の農産物の魅力を伝える内容。	0.502	0.21	0.232	-0.161
2 企業の新たな製品・サービスの開発に携わる内容。	0.448	-0.303	0.013	0.258
15 地域の商店街や個人商店の特色や地域における在り方について講義形式で学ぶ内容。	-0.026	0.9	-0.096	0.088
19 地域文化の特色や地域での役割について講義形式で学ぶ内容。	0.045	0.855	-0.109	0.073
5 企業の特色や地域での役割について講義形式で学ぶ内容。	-0.076	0.753	0.059	-0.005
10 農家の人や、行政職員から、地域の農業について講義形式で学ぶ内容。	-0.049	0.746	0.103	-0.025
8 農家の人とともに協働し、地域の農業の課題を解決する内容。	-0.131	-0.13	1.032	-0.099
9 農家の人とともに協働し、地域の農業の課題を解決する内容。	0.145	-0.108	0.597	0.227
13 地域の商店街や個人商店の仕事の様子を見学、一部業務の体験をする内容。	0.124	0.124	0.424	0.014
3 企業の仕事の様子を見学、一部業務の体験をする内容。	-0.112	0.026	0.398	0.034
17 地域の文化を実際に体験する内容。	0.312	0.113	0.313	-0.008
4 他の参加者とともに話し合い、企業から与えられた課題の解決策を提案する内容。	-0.198	0.027	0.051	0.784
18 他の参加者とともに、地域文化に関する課題の解決策を提案する内容。	0.144	0.035	-0.018	0.728
14 他の参加者とともに話し合い、地域の商店街や個人商店から与えられた課題の解決策を提案する内容。	0.117	0.122	-0.023	0.719
SS loadings	3.186	2.876	1.967	1.889
Proportion Var	0.168	0.151	0.104	0.099
Cumulative Var	0.168	0.319	0.423	0.522

んでいて、参加する意欲が高い大学生」と定義する。

類型2は61名(27.7%)で構成され、図4を見ると、他の類型よりも「講義」因子が最も高い。また、「講義」因子の次に「体験」因子が高い。「課題解決」因子以外の因子は正の方向に高く、全体的に高い因子得点を示していて、インターンシップに参加したい意欲が窺える。これらのインターンシップは受動的な内容となるため、類型2を「受動的参加型」とし、「受動的なインターンシップを望んでいて、参加する意欲が高い大学生」と定義する。

類型3は、61名(27.7%)で構成され、図4を見ると、「講義」因子と「体験」因子が負の方向に大きい。「商品開発・広報」因子と「課題解決」因子は正に働いている。商品開発・広報と課題解決型のインターンシップは類型1で述べたように主体的に行動する必要がある。しかし、図4を見て分かるように類型1ほど因子得点は高くなく、全体的に負に高い。したがって、類型3を「主体的興味型」とし、「主体的なインターンシップを望んでいるが、参加する意欲は低い大学生」と定義する。

類型4は、60名(27.3%)で構成され、図4を見ると、因子得点が全体的に負の方向に高い。したがって、類型4を「無関心型」とし、「インターンシップに無関心な大学生」と定義する。

### 3. 4. 7. 類型ごとの特徴

私たちが仮説として想定していたインターンシップは、課題解決や商品開発、広報等を行うインターンシップであり、類型1の主体的参加型にあたる。この主体的参加型はどのような特徴を持っているかについて、クロス集計を基に作成した100%積み上げ棒グラフを利用して分析する。図5は類型ごとの男女の比率をしめしている。これを見ると、類型1が明らかに女性の割合が高い。また、図6は類型ごとの学年の比率をしめしている。これを見ると、1,2年生は他類型と同じだが、3,4年生の比率が他の類型に比べて多いことが分かる。図7は、インターンシップの参加希望期間ごとのタイプの割合を示している。図7を見ると、類型1は、2~3週間と、1ヶ月の期間を希望する大学生が多いことがわかる。つまり、本解析を通じて、今回のインターンシップのターゲットとなる学生は、女性で、1~4年生、中でも3,4年生をメインのターゲットにして、期間を2~3週間または1ヶ月にするとより高い効果が得られることが分かった。

## 4. 調査研究の成果

これまでの調査から分かった内容は以下の通りである。

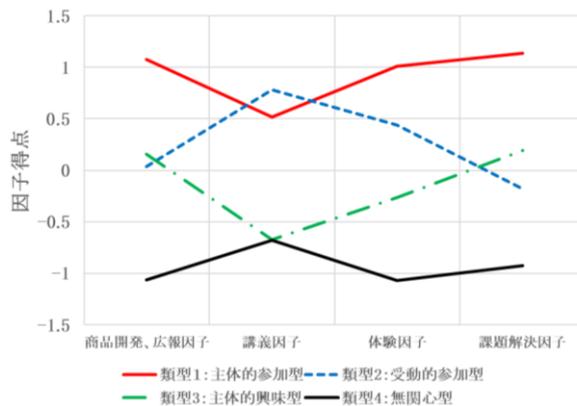


図4 類型ごとの因子得点

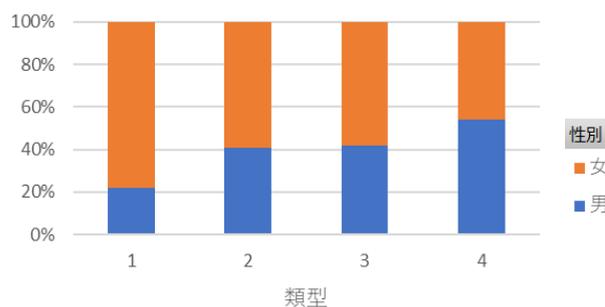


図5 類型ごとの性別の割合

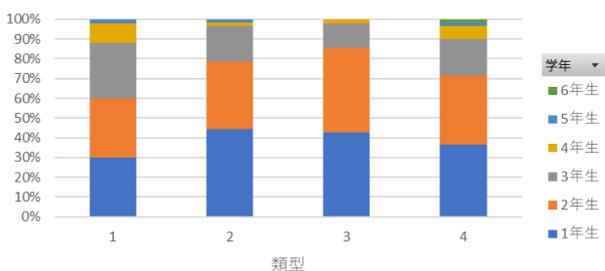


図6 類型ごとの学年の割合

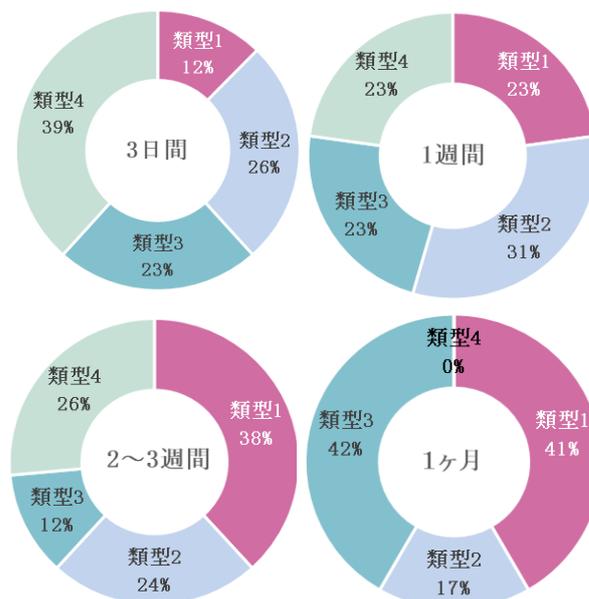


図7 インターンシップ参加希望期間ごとの類型割合

南砺市の新卒就職者数は減少傾向にある。しかし、調査した市内の企業は新卒人材の不足を感じていない。したがって、南砺市は企業における新卒就職者数を可及的に増やす必要がないと推察される。その代わりに、人材不足を感じない現状を長期的に維持するべきである。それには、大学生を始めとした若年層に南砺市に興味関心をもってもらい、大学生の就職の可能性を創出する必要がある。以上から“地域体験型インターンシップ”の企画が有用であるといえる。本インターンシップへの参加を通じて大学生が南砺市について知り、地域の人々との関わりを持つこと、そして南砺市内の企業に就職する可能性を生み出すことが狙いだ。その内容は学生に対するインターンシップのニーズ調査を基に組み立てる。詳細は次章で記述する。

## 5. 調査研究に基づく提言

### 5. 1. 実施目的

地域体験型インターンシップを通じて大学生に南砺市のことを知ってもらい、南砺市との関わりを持ってもらうことで、いずれ南砺市に就職してもらえる可能性を生み出すことである。

### 5. 2. 内容

以下のA～Cの3点を2～3週間の期間で実施する。一度に受け入れる学生の数は、3～10人程度である。地域体験型インターンシップには、できるだけ長期間の地域への滞在が必要であるとコーディネート団体への調査から分かった。そのうえで、大学生へのニーズ調査をしたところ、2～3週間は約15.5%と、受け入れ人数から考えて、ある程度ニーズを見込めると考えられる。

#### A. 企業に入って行う企画

学生へのニーズ調査に基づき、南砺市内にある企業において、大学生が商品開発、広報、業務体験、企業の課題解決を行う。

#### B. 地域の体験をする企画

大学生に南砺市のことをより深く知ってもらうために、地域の食や伝統的な文化を体験する。

#### C. 地域の家庭に宿泊

南砺市に住むということはどういうことなのかをより大学生に知ってもらうために、インターンの期間中の数日間は地域の家庭に宿泊する機会を設ける。宿泊する家庭は、体験先の企業の社員を想定する。これが実現できない場合、南砺市が公募を行い、南砺市内の農家等の民家にボランティアで学生を受け入れていただくこととする。それ以外の日は、南砺市南砺で暮らしません課が管理する体験ハウスでの滞在とする。使用ができなかった場合は、企業の社員寮や南砺市内の宿泊施設を利用する（実費は南砺市負担とする）。

### 5. 3. 運営体制

今回の調査を通じて考えた運営体制を提案する(図8)。南砺市内の企業へのヒアリングから、「人手不足が原因でインターンシップの実施が難しい」「実施が大変で苦労している」という声が多くあった。さらに、コーディネート団体へのヒアリングから、「インターンシップの企画運営には経験が必要であり、ノウハウが必要であるため運営する難しい」との回答があった。そのため、南砺市や企業の運営ではなく、南砺市がコーディネート団体に業務委託をする形とした。

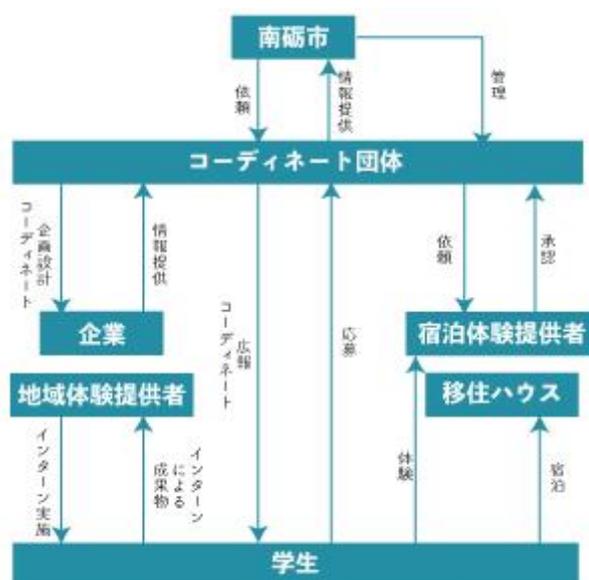


図8 関係図

## 5. 4. 具体例

今回は、具体例として以下のプランを提示する。

### STEP1 企業体験を選ぶ

#### I 取材・発信型

**オリエンテーション**  
これからお世話になる企業および事業について基礎知識を学ぶ。またキャリアワークを行い、学生自身の将来を考える。

**業務見学・体験**  
各現場・部署をまわり、業務を見学・体験する。SNS投稿に向けて取材を行う。

**SNS発信**  
その日の活動について反省を行い、社員からコメントをいただく。また最終日は、インターン全体についてフィードバックを行う。

**フィードバック**  
その日の活動をまとめ、SNSに投稿する。原稿は必ず社員のチェックを受ける。

企業の人に取材をし、企業の方や魅力や「企業の良さ」としてSNSで発信する。

#### II 企画提案型

**オリエンテーション**  
これからお世話になる企業および事業について基礎知識を学ぶ。またキャリアワークを行い、学生自身の将来を考える。

**業務見学・体験**  
各現場・部署をまわり、業務を見学・体験する。

**企画立案**  
見学・体験をもとにプレゼン内容を考える。立案内容は担当社員からチェックを受ける。

**プレゼン**  
立案内容を複数社員の前でプレゼンし、内容や態度を評価していただく。

**ブラッシュアップ**  
評価をもとにプレゼンを再構築する。

**フィードバック**  
その日の活動について反省を行い、社員からコメントをいただく。また最終日は、インターン全体についてフィードバックを行う。

業界や企業の商品について学び、その商品の新たな売り方を考える

#### III 商品開発型

**オリエンテーション**  
これからお世話になる企業および事業について基礎知識を学ぶ。またキャリアワークを行い、学生自身の将来を考える。

**業務見学・体験**  
各現場・部署をまわり、業務を見学・体験する。

**企画立案**  
見学・体験をもとにプレゼン内容を考える。立案内容は担当社員からチェックを受ける。

**プレゼン**  
立案内容を複数社員の前でプレゼンし、内容や態度を評価していただく。

**ブラッシュアップ**  
評価をもとにプレゼンを再構築する。

**フィードバック**  
その日の活動について反省を行い、社員からコメントをいただく。また最終日は、インターン全体についてフィードバックを行う。

業界の持つ技術や商品について学び、その技術を用いた新たな商品を考え、提案する。

### STEP2 土日に地域体験を行う

#### (ゴ) 五箇山体験

五箇山和紙すき体験  
萱刈体験  
新しい観光資源とな  
デリウスの活用方法を  
まとも

(約1日)

#### (コ) 工芸体験

井波彫刻体験  
新しい観光資源とな  
デリウスの活用方法を  
まとも

(約半日)

#### (キ) 郷土料理体験

郷土料理を地域の方と  
一緒に調理をする  
新しい観光資源とな  
デリウスの活用方法を  
まとも

(約半日)

#### (ク) 暮らし取材

社員の方のお宅に  
お邪魔して、過ごす  
地域の暮らし方を  
まとも

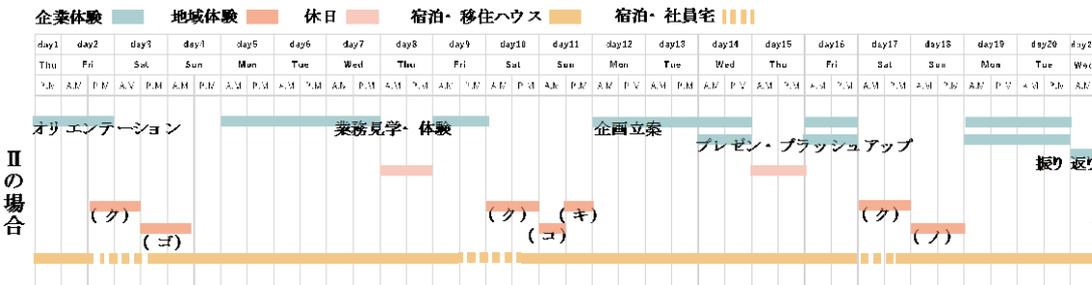
(約1日)

#### (ノ) 農業体験

農家の家に伺い、  
農業の手伝いをする  
地域の方と食事  
新しい観光資源とな  
デリウスの活用方法を  
まとも

(約1日)

「まとめ」として、□  
インターンシップ期間  
中に印象的だったこと  
を発信してもらう。□



**社員宅**  
毎週金曜日は社員さんのお宅に宿泊。

**移住ハウス**  
南砺市が管理する空き家で参加者が共同生活。

**休日**  
自由散策  
南砺市内を自由に散策する。学生には市内で使える交通券や割引券を配布しておく。

## 6. 課題解決策の自己評価

本研究では、南砺市、企業、学生へのニーズ調査をもとに、将来的に南砺市の就職者を増やすことを目指した地域体験型インターンシップを提案した。提案するインターンシップのターゲット学生を明確化できた点は評価できる。また、社員の家庭に泊まる、地域文化を教えてもらう等、地域の人々と交流できる企画は本解決策の特徴である。一方、インターンシップを行う際に、企業の成長段階ごとにプログラムを変えていく必要性をコーディネート団体への調査から明らかになったが、今回は提案に含めることができなかったため、今後の課題である。

## 7. 参考文献

川端一光 岩間徳兼 鈴木雅之著、『Rによる多変量解析入門データ分析の実践と理論』、2018年、オーム社