

信州エクスターションシップ

参加学生の就職観に関する考察 ↳量的調査・質的調査の結果から↳

J A 共済総合研究所 調査研究部 研究員 補



川尻 知弥

1. 調査の概要

「信州エクスターションシップ参加学生の就職観に関する考察」というテーマで、量的調査のアンケートと、質的調査のインタビュー調査結果から、エクスターションシップに参加した学生の就職観がどのようなものであったか、その就職観を踏まえて今後どのような方策が考えられるか

について検討します。

調査の概要について、2016年度の信州エクスターションシップに際し、開始前・終了後にアンケート調査を行いました。また、終了1ヵ月後に聞き取り調査も行いました。それらの結果をもとに効果を検証していきます。

アンケート調査については、開始前が8月27・28日、終了後が9月5・16日に、

C-Learning というオンラインシステムを使って実施しました。学生は自分のスマートフォンから手軽に回答することができ、高い回答率を得ることができました。

調査形式は、「将来、自分は長野の企業で働きたい」など11の設問文に対して、それぞれ「とても〜だと思う」「まあまあ〜だと思う」「どちらでもない」「あまり〜だと思わない」「全く〜だと思わない」という5つの選択肢を用意して、最も当てはまるものを1つ選択させることで、学生の態度を計測しました。

2. インタビュー調査からの検討

まず、インタビュー調査結果を検討します。学生の中には、社長との直接対話で生の声を聞いて、「僕もそういう人になろう」と思ったと回答した方がいました。また、「NHKの番組を見ているようでした。『こんなに感動し

ちゃっていいの?』と涙が出そうになりました」と、社長の対応にとっても感動した学生もいたようです。

地方企業の見方が変わったという意見もありました。例えば、「地方の企業もこういうことができるんだな」「こんな面白いことをやっているんだな」と、視野が広がったという意見がありました。

このセクションのまとめとしては、社長や社員と直接対話をする中で、社長の仕事観・哲学を聞いて感銘を受ける。また、「それぞれの企業が魅力的な仕事に取り組んでいる」「地方にもこんな会社があるんだ」ということに気づいたという意見がありました。

ただし、サンプルが3名と大変小さいので、あまり断定的なことは言えない面もあります。社長・社員との直接対話は効果があるかもしれないということ、まとめたいと思います。

3. アンケート調査からの検討

次にアンケート結果からの検討です。分析では、従属変数を「長野企業への就職意志」、独立変数を「成長の見込み」や「評判が良くなる見込み」などとして、重回帰分析を行いました。すべての変数は「終了後―開始前」の差分です。終了後・開始前ともに同じ文章・同じ内容構成で聞いておりますので、差分することによってエクスターンシップの1週間を過ごしたことで価値観がどう変化したかが測れることとなります(表)。

具体的には、「やりがいを感じるだろう」「自分の評判がよくなるだろう」に有意な結果が出ています。エクスターンシップの前後で比較して「長野の企業に就職することで自分の評判が良くなる」「長野の企業で働くことで自分がやりがいを感じる」という考え方がポジティブ

(表) 分析結果

| 従属変数 :長野の企業に就職したい(差分) | 標準偏回帰係数 |
|-----------------------|-------------|
| 成長できるだろう(差分) | -0.05 |
| やりがいを感じるだろう(差分) | 0.31* |
| 自分の評判が良くなるだろう(差分) | 0.29* |
| 将来は安泰だろう(差分) | 0.15 |
| 長野に貢献できるだろう(差分) | 0.16 |
| 日本に貢献できるだろう(差分) | 0.21 |
| 世界に貢献できるだろう(差分) | 0.02 |
| 決定係数 | 0.75 |
| 自由度調整済み決定係数 | 0.68 |
| | * $p < .05$ |

- モデルは有意。(F(7,26)=11.16***; $p < .001$)
- VIFのMax=3.18、Mean=2.23で多重共線性の心配もなしと判断。

ブに変化している学生ほど、長野の企業への就職意志を高めていたこととなります。

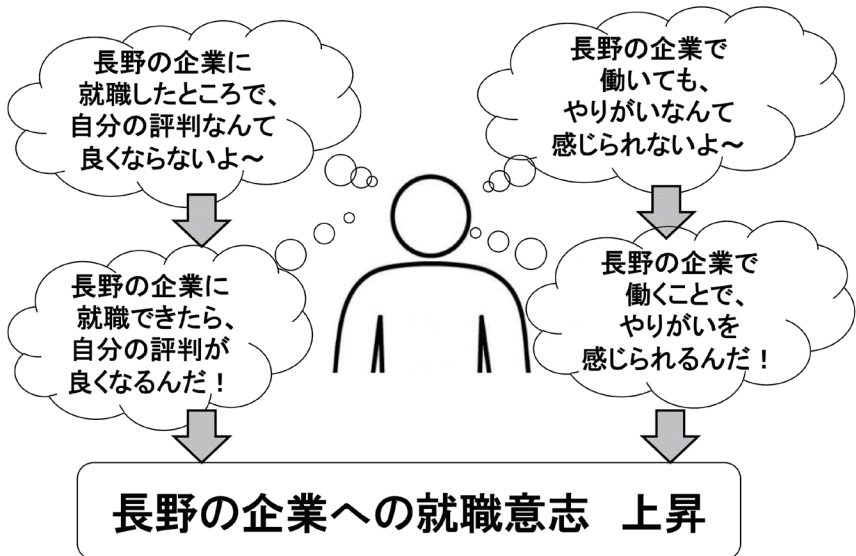
やりがい有意だったということは、社長・社員との直接対話の効果があつたエビデンスではないでしょうか。つまり、コミュニケーション教育としての信州エクスタンスシップの効果があつたのではないのでしょうか。

ただ一方で、自分の評判などを気にする学生の打算的な、少しミーハーな一面も見えたことが分かります。「やりがい」と「自分の評判」の2点がポジティブに変化すると、長野の企業に就職したいという意志が高まるということになります(図)。

4. 全体のまとめ

全体のまとめとしては、社長の哲学・価値観に共鳴して、会社での仕事のやりがいに燃える熱情的な側面と、評判を気にする打算的で冷静

(図) 参加学生のイメージ



な側面が、絶妙なバランスを保っているという
のが、学生の就職観の実相ではないかと思いま
す。そのような2側面を持つ学生たちに刺激を
与えて「この企業で働きたい」と思わせること
に関しては、現時点では相対的に大都市の大企
業や有名企業のほうが強いのかもしれません。
その結果、地方で人手不足の問題が起こってい
るのかもしれませんが。

これについては、今後、より精緻かつ長期間
にわたる調査が必要となるかと思われまますので、
引き続き取り組んでいきます。

