

インターンシップ自己評価表のテキストマイニング分析

片瀬拓弥

Textmining analysis of the internship self-evaluation report

Takuya Katase

要旨

本研究は、インターンシップ実習生の自己評価表をもとにテキストマイニング分析を行い、次の2点を明らかにした。

- (1) 実習生が体験した業務内容について、実習先の産業分類ごと統計的に差異があることを明らかにした。さらに分析結果を活用して、インターンシップ用 Realistic Job Preview (RJP)指標を試作した。
- (2) インターンシップ実施時期による実習生の意識の差異を分析した結果、1年春休みの実習生は、1年夏休みの実習生よりも、より「就職」を意識していることを明らかにした。

キーワード：インターンシップ、テキストマイニング、自己評価表、Realistic Job Preview (RJP)

1. はじめに

清泉女学院大学（以下、本学）は、およそ18歳～20歳までの女子学生を教育する女子短期大学である。本学で実施しているインターンシップは、2000年から始まっている。インターンシップに参加する学生（以下、実習生）は、7日～10日程度の期間内に実際の企業業務を体験する。本学は、2年制の短期大学のため、1年夏休み（8月～9月：以下、夏休み）又は1年春休み（2月～3月：以下、春休み）を利用して行っている。著者は、2015年4月からインターンシップの指導教員となった。そこで、インターンシップの現状分析と今後のカリキュラム改善のため、分析可能データが存在する2007年～2014年の実習生が、インターンシップ終了直後に提出する記述式の自己評価表（以下、評価表）を分析・評価することとなった。

さて、インターンシップには、Realistic Job Preview（以下、RJP）という効果があると考えられている⁽¹⁾。すなわち、現実的な仕事情報の事前開示が採用時点での企業と求職者とのミスマッチを軽減し、定着率を高める効果があるというものである。したがって、求職者に仕事や組織の実態について、良い面だけでなく悪い面も含めた、ありのままの情報を提供することが重要としている。RJPは、産業心理学者のジョン・ワナウス⁽²⁾によって提唱された採用理論である。金井⁽¹⁾は、RJPの効果として、以下の4点を挙げて紹介している。①職場や仕事に対する過剰な期待を事前に緩和し、入社後の失望・幻滅感を軽減するという「ワクチン効果」、②十分な情報を得て、自ら企業との適合性を判断し決定するという自己選択力の強化する「スクリーニング効果」、③悪い情報もありのまま開示することで、オープンな雰囲気や誠実さを感じさせ、企業への愛着や帰属意識を高めるという「コミットメント効果」、④企業が人材に何を期待しているかを明確に伝えることで、入社後、自分は企業の必要とする業務をしているのだと実感しやすい。仕事への満足度や意欲の維持・向上につながるという「役割明確化効果」である。

これらの効果を考えた時、実際の就職活動時点だけでなく、インターンシップ開始前の時点でも、①ワクチン効果、②スクリーニング効果を与える具体的なインターンシップ用 RJP 指標があれば便利である。なぜなら、実習生が、インターンシップの実習先企業・団体を選択する際も、自分が就職したい業種や興味がある企業を選択することが多いからである。つまり、インターンシップの実習先企業・団体に対する RJP 指標を実習生に事前に与えることで、①ワクチン効果、②スクリーニング効果が期待できるのではないかと考えられる。

一方、金子⁽³⁾によれば、インターンシップは単位認定科目であるか否かによって 2 つに大別されるとしている。単位認定科目としてのインターンシップは教育の一環として行われ、単位認定のないインターンシップは、就職活動の一環としての目的や企業側の採用活動や社会貢献の一環として行われると主張している。つまり、単位認定があるかないかを基準として、「教育目的としてのインターンシップ」と「就職・採用目的としてのインターンシップ」が存在すると主張したものと考えられる。また、寿山⁽⁴⁾は、インターンシップの目的には、資格要件型、職業選択準備型、学習意欲換気型の 3 つがあるとしている。さらに、その目的の中でも、キャリア教育の観点からは「学習意欲換気型のインターンシップ」を積極的に活用すべきと主張している。したがって、インターンシップの目的から検討すると「教育目的としての学習意欲換気型インターンシップ」を今後、本学でどう実現させていくのかがカリキュラム改善の課題として挙げられる。

よって、上記の問題意識及び視点を踏まえ、本研究の目的を以下のように設定する。

本研究の目的は、本学インターンシップ実習生の評価表をもとにテキストマイニング分析を行い、その現状を分析するとともに、今後のカリキュラム改善の糸口を探ることである。

具体的には、以下の 2 点を目的とする。

- (1) インターンシップ実習先企業・団体を日本標準産業分類（中分類）に分類し、実習生が体験した業務内容について、その産業分類ごとに差異があるか分析する。さらに、その分析結果を活用して、今後の実習生が利用可能なインターンシップ用 RJP 指標を試作する。
- (2) インターンシップ実施時期（夏休み、春休み）の違いにより、実習生の意識に差異があるのか分析する。その結果、「教育目的としての学習意欲換気型インターンシップ」のためには、どの時期が適切なのか検討する。

2. データと分析方法

2.1 インターンシップ実施状況の現状分析

2007 年～2014 年のインターンシップ実施状況について、第 1 に実習生の参加状況を把握することにした。分析期間内のインターンシップ参加件数は、延べ 298 件であった。実習生は、1 年夏休み又は 1 年春休みに 1 回のみ参加した学生(284 名) もいれば、1 年夏休みと 1 年春休みの 2 回参加した学生も 7 名いた。一方、インターンシップの実習先企業・団体について、日本標準産業分類（中分類）を用いて分類した。表 1 に日本標準産業分類（中分類）別の実施状況を参加件数の降順に示す。表 1 では、実際の日本標準産業分類（中分類）を今後分析に利用する「産業分類」に対比して表示する。さらに、産業分類ごとの参加件数が 5 件に満たないデータは、単独の産業分類では分析を行わず、「その他（18 件）」としてまとめることにした。また、実施年度・時期（夏休み、春休み）ごとの参加件数を表 2 に示す。さらに、表 3 は、産業分類別・実施時期別の参加件数を示す。

表1 日本標準産業分類（中分類）別の参加件数

日本標準産業分類（中分類）	件数	構成比率	産業分類
宿泊業	101	33.9%	宿泊業
地方公務	38	12.8%	地方公務
旅行業	35	11.7%	旅行業
各種商品小売業	34	11.4%	百貨店
広告業	27	9.1%	広告業
その他の教育、学習支援業	14	4.7%	図書館
機械器具小売業	9	3.0%	自動車販売
社会保険・社会福祉・介護事業	8	2.7%	社会福祉
その他の小売業	8	2.7%	小売業
放送業	6	2.0%	放送業
政治・経済・文化団体	4	1.3%	その他
医療業	3	1.0%	
織物・衣服・身の回り品小売業	2	0.7%	
印刷・同関連業	2	0.7%	
その他の生活関連サービス業	2	0.7%	
保険業	1	0.3%	
電気機械器具製造業	1	0.3%	
食料品製造業	1	0.3%	
娯楽業	1	0.3%	
その他の製造業	1	0.3%	
合計	298		

表2 年度別・実施時期別の参加件数

年度	夏休み		春休み		合計	
	件数	構成比率	件数	構成比率	件数	構成比率
2007	0	0.0%	11	7.3%	11	3.7%
2008	5	3.4%	20	13.3%	25	8.4%
2009	16	10.8%	26	17.3%	42	14.1%
2010	26	17.6%	12	8.0%	38	12.8%
2011	29	19.6%	6	4.0%	35	11.7%
2012	31	20.9%	14	9.3%	45	15.1%
2013	16	10.8%	30	20.0%	46	15.4%
2014	25	16.9%	31	20.7%	56	18.8%
合計	148		150		298	

表3 産業分類別・実施時期別の参加件数

業種略称	夏休み		春休み		合計	
	件数	構成比率	件数	構成比率	件数	構成比率
宿泊業	60	40.5%	41	27.3%	101	33.9%
地方公務	21	14.2%	17	11.3%	38	12.8%
旅行業	16	10.8%	19	12.7%	35	11.7%
百貨店	16	10.8%	18	12.0%	34	11.4%
広告業	12	8.1%	15	10.0%	27	9.1%
図書館	6	4.1%	8	5.3%	14	4.7%
自動車販売	3	2.0%	6	4.0%	9	3.0%
社会福祉	3	2.0%	5	3.3%	8	2.7%
小売業	3	2.0%	5	3.3%	8	2.7%
放送業	1	0.7%	5	3.3%	6	2.0%
その他	7	4.7%	11	7.3%	18	6.0%
合計	148		150		298	

2.2 テキストマイニングの方法

テキストとは、文字列で記述された文書・文章、文字列で記述された遺伝情報、情報処理分野のアクセス情報を記号列で記述したログ情報、音楽の音符を記号列で記述したものを指す。また、テキストマイニングは、データマイニングから派生した用語であり、1990年代中頃から用いられるようになった。データマイニングは、データベースの中に格納されている構造化されたデータから、特定のパ

ターンや傾向を掘り出す技術、行為の総称である⁽⁵⁾。

2.2.1 分析対象のテキストデータ

テキストマイニングのためには、第1に分析対象となるテキストが必要である。本研究の分析対象のテキストデータ（以下、分析データ）は、実習生の評価表を電子化したものである。全年度に共通して電子化した項目は、以下①～⑥である。評価表項目④～⑥は、自由記述形式である。

①実習者名、②実習先名、③実習時期と実施期間、④実習内容の概要

⑤実習を終えて、あなたは「働くこと」「社会人になるということ」についてどのように考えますか。

⑥今回の実習成果を、今後の「学生生活」「キャリア形成」にどのように生かしていきますか。

2.2.2 形態素解析

テキストマイニングを行うためには、分析データを形態素に分解する必要がある。形態素とは、テキストで記述された文章を各品詞に分解して最小単位にすることである。この形態素を取り出すことを形態素解析という。形態素解析を行えるソフトは複数あるが、本研究では、KHCoder を活用した。KHCoder は、樋口⁽⁶⁾が開発したものである。KHCoder を使用して形態素解析を行うと、分析データは、名詞、サ変名詞、形容動詞、固有名詞、動詞、形容詞、副詞等に分解される。以下は、KHCoder を使用した評価表⑤の形態素解析事例である。文中の”/”は、形態素ごとの区切り記号である。

・形態素解析事例

顧客 / 満足 / という / 店舗 / 理念 / の / 元 / 、 / 主 / に / 接客 / 販売 / や / 商品 / 陳列 / 、 / 検品 / や / ビラ / 配り / など / 、 / 配属 / さ / れ / た / 部署 / の / スタッフ / の / 一員 / と / なり / 、 / 一連 / の / 業務 / を / 行わ / せ / て / 頂き / 、 / また / お客様 / 第 / 一 / の / 心 / の / 勉強 / を / する / こと / 。

さらに上記例の”顧客／満足”、”店舗／理念”など、複合語として使用されていると考えられる形態素は、新たに複合語として定義しなおすことにより、単語ごとの形態素には分解されず、それぞれ、”顧客満足”、”店舗理念”として取り出すことも可能である。

2.2.3 抽出語の関連性分析及びコーディングルールの作成と検証

形態素解析が完了したテキストデータについて、抽出語の出現頻度を確認しながら、抽出語間の関連性を分析する。その分析等により、「関連性がある」と考えられる抽出語群に主観的・概念的意味づけ（以下、コーディングルール）を付加するのである。KHCoder を使用して、抽出語間の関連性を探索する手法としては、以下がある⁽⁶⁾。

(1)対応分析（コレスポンデンス分析）、(2)多次元尺度構成法、(3)階層的クラスター分析

(4)共起ネットワーク、(5)自己組織化マップ

この段階では、様々な分析手法を試すとともに、随時、抽出語が具体的にどのように文脈の中で使用されているのか確認しながら、極力恣意的な操作にならないよう慎重にコーディングルールを探索する。まさに、この探索作業が発掘（マイニング）作業と類似している。コーディングルール作成は、分析者が主体的かつ明示的にデータの中から、概念を取り出し、分析を深める作業である。この作業では、分析者の観点や問題意識／理論仮説を分析データの中に見出していくことになる。具体的には、特定の抽出語（群）が分析データに表現された時、分析者が定義した「ある特定の概念」が出現したと見なすことである。このようにコーディングルール作成には、主観的要素が多分に入るため、その

作成には、出来る限り各種の客観的な関連性分析手法が必要である。

探索により概念化したコーディングルールは、1つだけとは限らない。よって、そのコーディングルールの特徴及び関連性を分析し、最終的なテキストマイニング分析結果とする。KHCoderを使用して、コーディングルールの特徴及び関連性を分析する手法として以下がある。

- (1)単純集計、(2)クロス集計、(3)類似度行列、(4)対応分析（コレスポネンス分析）
 (5)多次元尺度構成法、(6)階層的クラスター分析、(7)共起ネットワーク、(8)自己組織化マップ

本研究のコーディングルール検証は、クロス集計のカイ2乗検定により評価することにする。

3. 結果

3.1 産業分類別の業務内容の分析とインターンシップ用 RJP 指標の試作

テキストマイニング分析の手順に従い、評価表項目④の形態素解析を行った。その結果を表4に示す。今後の分析結果は、全てKHCoderを利用したものである。記述統計量として、抽出語総数：1176語、出現回数の平均：3.8回、出現回数の標準偏差：7.3であった。表4は、出現回数の平均から約1σ程度以上の出現回数である10語以上の名詞及びサ変名詞の頻出語を掲載した。なぜなら、業務内容として、形容動詞、固有名詞、動詞、形容詞、副詞等の他品詞は、その抽出語自体の意味だけでは具体的体験として当てはめることが困難だからである。

次に表4に示される頻出語と産業分類との関連性について、「文単位」かつ「図示制限語数60語」の設定により、共起ネットワーク分析⁽⁷⁾を行った。その結果を図1に示す。図1中の□枠は産業分類、○枠は頻出語である。図1の共起ネットワーク図は、隣り合う抽出語同士が同じ文中に共起（共に出現する）するかどうかを解析したものであり、同時に出現する頻度の高さに応じて頻出語間の線が引かれる仕組みとなっている。一方、頻出語の中でも、業務、仕事、体験などの具体性が欠ける頻出語、さらに図書館、市役所などの産業分類と密接に関連し過ぎている頻出語は、コーディングルールの汎用性を高めるため除外した。

次に図1の共起ネットワーク図を参考にしながら、以下のような「業種系コーディングルール」を作成した。「業種系コーディングルール」は、図1の各産業分類と隣り合う頻出語をまとめたものである。

- ・宿泊業系 レストラン、料理、客室、宴会、サービス、セット、清掃
- ・地方公務系 施設、説明、観光、作業、見学
- ・旅行業系 予約、作業、旅行、入力、パソコン、整理、パンフレット
- ・百貨店系 レジ、検品、商品、接客、清掃、整理
- ・広告業系 打ち合わせ、広告、企画、営業、イベント、見学
- ・図書館系 カウンター、資料、架、返却、パソコン
- ・自動車販売 お茶、店内、お客様、事務、パソコン
- ・社会福祉系 コミュニケーション、参加、利用、担当
- ・小売業系 販売、準備、開店、カウンター
- ・放送業系 撮影、取材、同行、会議、打ち合わせ
- ・その他 電話、応対、作成

表4 評価表項目④の名詞及びサ変名詞の出現回数一覧(頻出語)

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
業務	84	参加	24	データ	14
清掃	79	同行	24	応対	14
作業	65	会場	23	宿泊	14
お客様	64	手伝い	23	処理	14
準備	58	お茶	22	書類	14
整理	56	パソコン	22	電話	14
接客	52	資料	22	販売	14
宴会	49	フロント	21	利用	14
サービス	48	会議	21	会社	13
見学	45	婚礼	20	予約	13
仕事	45	打ち合わせ	20	広告	12
イベント	43	保険	20	撮影	12
作成	38	ホテル	19	レジ	11
商品	36	部屋	19	検品	11
研修	35	受付	18	市役所	11
セット	34	管理	17	担当	11
企画	34	施設	17	店内	11
入力	34	情報	17	コミュニケーション	10
チェック	31	体験	17	運営	10
レストラン	31	内容	17	架	10
説明	31	カウンター	16	介護	10
観光	28	補充	16	開店	10
確認	27	旅行	16	整備	10
客室	27	支援	15	備品	10
実習	27	事務	15	返却	10
片付け	27	取材	15		
料理	27	図書館	15		
パンフレット	25	お手伝い	14		
営業	25	クローク	14		
案内	24	センター	14		

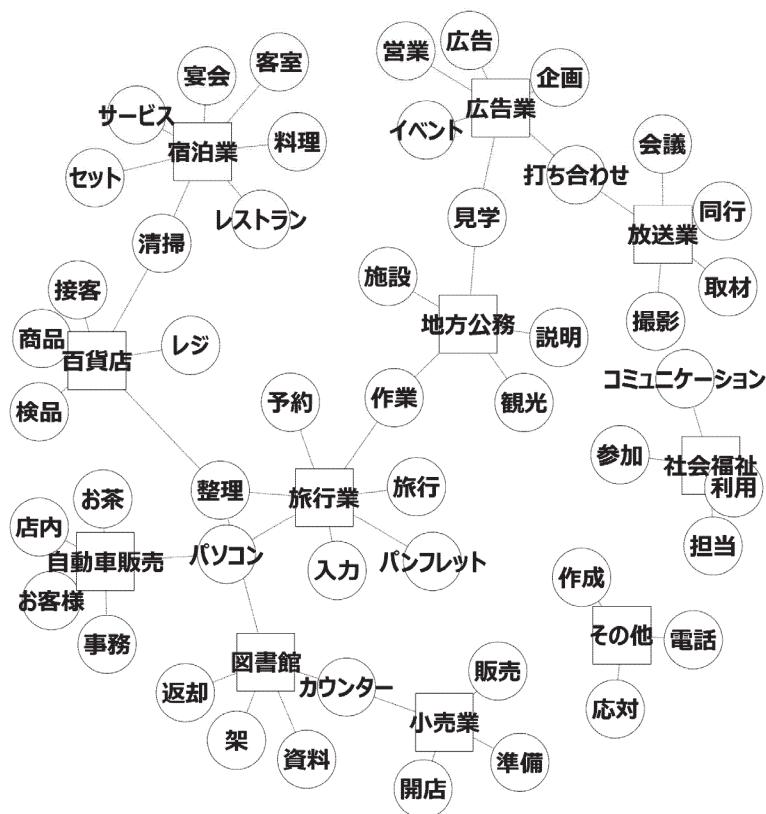


図1 頻出語と産業分類との共起ネットワーク図

これら「業種系コーディングルール」間のクロス集計結果を表5に示す。表5において、「業種系コーディングルール」は、該当の産業分類と相対して出現率が高くなっている(表5 下線部)。しかし、地方公務系及び小売業系のルールのみ、該当業種以外が一番高い出現率となった。このことは、地方公務系及び小売業系のコーディングルールに含まれる頻出語が、他業種でも使われていることを示している。この結果を精査するため、地方公務系の「説明、作業、見学」、小売業系の「準備」というように他業種でも良く使われそうな頻出語及び実習生にとって業務内容として理解しやすい頻出語である「パソコン、清掃、電話、お茶」などを注目単独語としてピックアップし、その出現率を産業分類別にクロス集計した結果を表6に示す。表6の結果を見ると、一般的には、どの業種にも出現しそうな「説明、作業、見学、準備」などの抽出語においても、産業分類別出現率に有意な差があることがわかる。一方、「パソコン、清掃、電話、お茶」の注目単独語についても産業分類別出現率に有意な差がある。

一方、これらの分析結果を活用すれば、インターンシップ指導教員は、以下のような事前アドバイスを実習生に与えることが可能である。

- ・指導例 1：自動車販売業を実習先に選ぶ時は、パソコンやお茶出し、できれば電話対応も練習しておくが良い。
- ・指導例 2：宿泊業や百貨店を実習先に選ぶ時は、かなりの確率で清掃業務があることを覚悟していた方が良い。また、自動車販売業、放送業、社会福祉業においても清掃業務があった事例がある。

このように図1、表5、表6、業種別コーディングルールを実習生に事前提示すれば、実習先に対するインターンシップ用RJP指標として機能する可能性が期待できる。

表5 産業分類別・業種コーディングルールの出現率

産業分類	宿泊業系	地方公務系	旅行業系	百貨店系	広告業系	図書館系
宿泊業	85%	12%	12%	42%	10%	1%
地方公務	21%	58%	50%	42%	45%	18%
旅行業	14%	29%	71%	60%	14%	34%
百貨店	26%	6%	29%	88%	0%	6%
広告業	0%	41%	30%	0%	93%	4%
図書館	36%	50%	71%	50%	29%	86%
自動車販売	22%	56%	67%	56%	44%	56%
社会福祉	38%	13%	25%	50%	25%	0%
小売業	13%	25%	50%	75%	0%	38%
放送業	50%	83%	67%	67%	83%	17%
その他	17%	17%	61%	17%	17%	17%
合計	42%	27%	37%	46%	25%	16%
カイ2乗値	127.5**	59.6**	67.5**	61.6**	115.1**	98.0**

産業分類	自動車販売系	社会福祉系	小売業系	放送業系	その他系	ケース数
宿泊業	17%	2%	21%	3%	2%	101
地方公務	32%	32%	13%	29%	16%	38
旅行業	51%	11%	11%	3%	20%	35
百貨店	29%	6%	24%	0%	3%	34
広告業	0%	7%	19%	37%	30%	27
図書館	7%	14%	79%	0%	0%	14
自動車販売	89%	11%	33%	22%	22%	9
社会福祉	13%	63%	63%	13%	0%	8
小売業	25%	13%	50%	0%	13%	8
放送業	50%	17%	17%	83%	17%	6
その他	28%	11%	11%	39%	44%	18
合計	26%	11%	23%	13%	12%	298
カイ2乗値	50.4**	46.6**	42.0**	78.3**	44.5**	

自由度10, ** $p < .01$

表6 産業分類別・注目単語の出現率

産業分類	パソコン	清掃	電話	お茶	説明	作業	見学	準備	ケース数
宿泊業	1%	31%	0%	3%	1%	6%	6%	20%	101
地方公務	3%	18%	0%	11%	16%	21%	24%	11%	38
旅行業	29%	6%	6%	0%	0%	26%	0%	11%	35
百貨店	0%	26%	0%	0%	3%	3%	0%	0%	34
広告業	0%	0%	7%	0%	15%	15%	30%	19%	27
図書館	0%	0%	0%	0%	14%	43%	14%	7%	14
自動車販売	44%	22%	22%	89%	11%	22%	33%	33%	9
社会福祉	0%	38%	0%	13%	13%	13%	13%	50%	8
小売業	0%	13%	0%	0%	0%	25%	0%	25%	8
放送業	17%	50%	0%	17%	50%	67%	17%	17%	6
その他	11%	0%	33%	6%	0%	11%	11%	6%	18
合計	6%	19%	4%	6%	6%	15%	11%	15%	298
カイ2乗値	64.5**	33.2**	57.5**	121.2**	40.0**	36.7**	33.6**	21.6*	

自由度10, * $p < .05$, ** $p < .01$

3.2 インターンシップ実施時期による実習生の意識に関する分析

実習生の意識の差異を分析するため、評価表項目⑤及び⑥に対して形態素解析を行った。その結果、評価表項目⑤の記述統計量として、回答文字数の平均：180.6文字、回答文字数の標準偏差：95.0文字、抽出語総数：1505語、出現回数の平均：7.4回、出現回数の標準偏差：34.2であった。また、評価表項目⑥の記述統計量として、回答文字数の平均：245.5文字、回答文字数の標準偏差：140.6文字、抽出語総数：1935語、出現回数の平均：8.0回、出現回数の標準偏差：36.6であった。

次に評価表項目⑤及び⑥の抽出語の中から「教育目的」と「就職目的」に対応すると考えられる名詞及びサ変名詞を選択した。さらに、その時点の感情を探るため、ポジティブ/ネガティブ感情に対応すると考えられる形容動詞と形容詞も選択した。これらの選択語を使って、以下の「意識・感情コーディングルール」を作成した。

- ・教育目的 職業、未来、能力、検定
- ・就職目的 就職
- ・ポジティブ感情 楽しい、好き、得意、嬉しい、気持ち良い
- ・ネガティブ感情 大変、難しい、厳しい、不安、辛い、苦手、嫌

これら「意識・感情コーディングルール」間のクロス集計結果を表7及び表8に示す。これらの結果を見ると、春休みの実習生は、夏休みの実習生よりも、「就職」をより意識していることがわかる。短大生の場合、就職活動が始まる時期が春休みであることから、就職を意識せざるを得ない状況であ

表7 評価表項目⑤における実習生の意識の差異

実施時期	教育目的	就職目的	ポジティブ感情	ネガティブ感情	ケース数
夏休み	6%	1%	7%	19%	141
春休み	7%	1%	17%	32%	139
合計	6%	1%	12%	25%	280
カイ2乗値	0.1	0.0	5.1*	5.1*	

自由度1, * $p < .05$

表8 評価表項目⑥における実習生の意識の差異

実施時期	教育目的	就職目的	ポジティブ感情	ネガティブ感情	ケース数
夏休み	25%	21%	16%	26%	141
春休み	14%	34%	16%	28%	139
合計	20%	28%	16%	27%	280
カイ2乗値	4.2*	4.9*	0.0	0.1	

自由度1, * $p < .05$

る。この結果を検討すると、「教育目的としての学習意欲換気型インターンシップ」を実施するためには、実習生が「就職」をより意識してしまう春休みよりも、教育的な目的の意味合いが強い「職業、未来、能力、検定」という視点に意識が向いている夏休みに実施した方が良いのではないかという推測が成り立つ。一方、春休みの実習生が、ポジティブ／ネガティブ感情の両方で夏休みの実習生よりも大きくなっている。この点も「就職」をより意識した結果、一時的に感受性が高くなった事が要因ではないかと推測できる。

4. まとめと今後の課題

本研究は、本学インターンシップ実習生の評価表をもとにテキストマイニング分析を行い、その現状を分析するとともに、今後のカリキュラム改善の糸口を探った。その結果、以下の2点が明らかになった。

- (1)インターンシップ実習先企業・団体を日本標準産業分類（中分類）に分類し、実習生が体験した業務内容について、産業分類ごとの差異があるのか分析した。その結果、実習生が体験した業務内容は、産業分類ごと統計的有意な差があることが示された。さらに、その結果を活用して、今後の実習生が利用可能なインターンシップ用 RJP 指標を試作した。
- (2)インターンシップ実習時期（夏休み、春休み）の違いにより、実習生の意識に差異があるのか分析した。その結果、春休みの実習生は、夏休みの実習生よりも、「就職」をより意識していることを示した（統計的有意差あり）。ただし、「教育目的の学習意欲換気型インターンシップ」の適切な実施時期については、さらなる精査が必要である。

今後の課題として、(1)の結果として試作されたインターンシップ用 RJP 指標をこれからの実習生に対して事前提示し、その有効性を検証する必要がある。試作したインターンシップ用 RJP 指標は、産業分類ごとに体験する業務内容が単語としてグループ化されたものである。その単語群から、実習生が実際の体験を事前にイメージすることが RJP 効果につながるのではないかと考えている。また、(2)の結果をより深く精査するためには、実習生に対する質的研究が必要だと考えられる。春休みの実習生は、確かに「就職」を意識していることが統計的に明らかとなったが、その意識自体が、「教育目的の学習意欲換気型インターンシップ」として一概に否定されるわけではない。むしろ、感受性が高くなっていると考えられることから、より教育的に有意義な体験をしている可能性もある。今後、性格等の個人差を含めた質的研究を通して、さらなる検証が必要である。一方、過去の実習生が「インターンシップを行った企業・団体の産業分類」と「実際に就職した企業・団体の産業分類」に相関があるのか分析することも意義深い課題として残っている。

参考文献

- (1) 金井壽宏(1994). エントリー・マネジメントと日本企業の RJP 指向性: 先行研究のレビューと予備的実証研究. 研究年報. 経営学・会計学・商学, 40, 1-66.
- (2) Wanous, John.P.(1973). Effects of a realistic job preview on job acceptance, job attitudes, and job survival. *Journal of Applied Psychology*, 58, 327-332.
- (3) 金子勝一(2013). インターンシップと教育システムに関する研究. 山梨学院大学経営情報学論集, 19, 11-18.
- (4) 寿山 泰二(2008). 大学のキャリア教育とインターンシップ. 京都創成大学紀要, 8(2), 45-56.
- (5) 石田 基広, 金 明哲 (2012). コーパスとテキストマイニング. 共立出版.

- (6) 樋口 耕一(2014). 社会調査のための計量テキスト分析. ナカニシヤ出版.
- (7) 吉見憲二, 樋口清秀. (2012). 共起ネットワーク分析を用いた訳あり市場の考察: 「カニ」と「ミカン」のユーザーレビューを題材として. GITS, GITI research bulletin, 31-39.

SUMMARY

This study performs text mining analysis based on the self-evaluation report of internship apprentice, revealed the following two points.

- (1) It was cleared that there are statistical differences in each industrial classification about experience of internship apprentice. Furthermore applying this result, we have tried to develop the Realistic Job Preview (RJP) index of Internship.
- (2) The results of the analysis of the consciousness differences by the internship implementation period, it was cleared that internship apprentices have more consciousness of "employment" in the spring period than the summer period.