

University Academic Repository

Internship in Kaets University and Partnership
between Corporations and a : Education of
Career Development Progressed through
Collaboration

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2004-03-31 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: Matsuyuki, Akiko, Yasuda, Rie, Ozawa, Yoshihiro メールアドレス: 所属:
URL	https://kaetsu.repo.nii.ac.jp/records/104

嘉悦大学における産学連携によるインターンシップ

— コラボレーションが育むキャリア教育 —

Internship in Kaetsu University and Partnership between Corporations and a University

— Education of Career Development Progressed through Collaboration —

松行彬子・安田利枝・小澤美弘

Akiko Matsuyuki・Rie Yasuda・Yoshihiro Ozawa

<要 旨>

ここ数年間、インターンシップの大学教育への浸透はきわめて速い。本学経営経済学部では、平成15年度に初めてインターンシップを実施した。本学は「実学」を教育理念として掲げており、インターンシップはそれを具現化する新しい教育方式となる可能性が強い。特に、学生の潜在能力の発見と開発、集団教育からワン・ツー・ワン教育への転換をいざなう可能性については本年度実施した「企業実習」が実証している。さまざまな職場、職種、業務内容、人との出会いという深い体験を通して学生たちは確実に学んでいく。こうした優れた教育の機会を受入れ先企業・団体等と大学がともに育て上げていくためには、今後、大学において、より一層インターンシップの実施体制を整え、良質の実習事例を共有、蓄積し、企業側のニーズに合致するとともに教育効果の高いプログラムの開発に主体的に取り組む必要がある。

<キーワード>

インターンシップ、産学連携、コラボレーション、キャリア教育、パートナーシップ、アカデミック・インターンシップ、キャリア・インターンシップ、共同評価、ワン・ツー・ワン教育

はじめに

インターンシップ¹⁾は、1900年代初頭、米国のシンシナティ大学で大学教育に結びつけた実務教育の重要性を認識して始められた。米国におけるインターンシップは、現在に至る

*本論文は松行彬子（経営経済学部教授、進路指導センター長）、安田利枝（経営経済学部助教授、進路指導センター委員）、小澤美弘（進路指導センター職員）が実務レベルで論題について研究し、執筆したものである。なお、松行が全体を校閲し、統一を与えた。執筆者それぞれの分担は次のとおりである。はじめに・Iは松行、IIは安田、IIIは小澤が分担執筆し、IVは安田・小澤、Vは松行・安田が共同執筆した。

まで、ほぼ100年にわたる長い歴史をもっているが、本格的に普及したのは、1970年代に入ってからといわれている。1998年の米国コープ教育²⁾協会によるインターンシップに関する全国調査では、参加学校600校、参加学生25万5000人、受け入れ企業11万7000社という結果がでている(斎藤敬子 2002)。

一方、わが国では、平成14年度には全国の大学の55.0%がインターンシップを授業科目として位置づけて実施している。体験学生数は年間30,222人であり、全国大学在学学生総数278万6千人の0.01%である³⁾。平成8年(1996年)頃からインターンシップ制度は大学等に導入されたが、当時の実施校数に比べ、平成14年度は大学についてはほぼ3倍に達し、ここ数年間にわたる大学教育への浸透は、きわめて速かったといえる。しかし、大学生の70～80%がインターンシップを経験する米国と比べれば、わが国ではいまだ揺籃期にある。

インターンシップ普及の要因としては、(1)日本の社会・経済環境の変化すなわち、近年のグローバル化・情報化の進展、産業構造の変化などに対応できる豊かな創造性、問題解決能力をもち、自己責任で行動できる能力を備えた人材の育成、(2)企業等の雇用慣行の急激な変化、(3)学生の職業観・就職意識の希薄化、(4)大学における職業教育の欠如、(5)企業内教育の限界、(金田 2001、佐久間 2002)などが挙げられる。

平成9年(1997年)、「経済構造の変革と創造のための行動計画」の閣議決定および文部省による「教育改革プログラム」等において、職業教育の一環としてインターンシップを積極的に推進することが国の方針として決まった。同年9月、文部省・通商産業省・労働省3省は、「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」を発表した。この中で、3省は、インターンシップの円滑な推進を図るために、行政として支援施策を展開することを申し合わせている。これらの一連の施策をうけて、多くの大学がインターンシップを教育に戦略的に、加速度的にとりいれた。

嘉悦女子短期大学⁴⁾では、インターンシップ制度の導入は、およそ10年前で比較的早期であった。平成13年(2001年)、嘉悦大学経営経済学部が創設され、平成15年(2003年)度から経営経済学部3年生を対象とするインターンシップが開始された。これは、本学開学時にインターンシップを単位認定する正課科目が設置されていたことによる。平成15年度は、インターンシップ実施初年度であったため、大学、学生ともに試行錯誤をくり返しながらも、48名の学生が無事プログラムを終了した。

本論文は、本学において平成15年度に初めて実施した経営経済学部のインターンシップについて分析・検討し、その結果を有効に活用し、今後の充実・発展に寄与することを目的とする。まず、産学連携とインターンシップについて理論的に検討・考察し、さらにそれを本学のインターンシップに適用し、実証を試みる。つぎに、インターンシップの実施状況、実施運営と体制を提示し、検討を加える。最後に、それらを基に今後の課題を追究し、将来の可能性を展望する。

1. 産学連携によるインターンシップの理論

本章では、まず、わが国の産学連携についてその推進と背景について概観する。1990年代、それまで増加の一途を辿っていた官民の研究開発費が低下しはじめ、産業競争力と研究開発力の低下に危機感が持たれた。産業界は、研究開発を経営戦略における重要な柱として位置づけ、政府も同様の認識を持ち、産業界における研究開発低迷の打破、競争力の回復を狙った政策を制定し、政府の研究開発投資を増大した。この時期に、研究開発力低迷の回復に向けての新しい研究開発システムの構築、産業競争力強化の有力な手段として産学協同が中核に据えられた。大学などの研究成果を技術移転システムをとおして産業界に移転し、それを政府による施策と支援が支えるという産学連携の構造がこの時にできあがった（田口2003）。

平成16年（2004年）4月の国立大学の独立行政法人化を機に、新しい産学連携のスキームが生まれようとしている。これまでの産学連携は、大学と企業がそれぞれの役割を分担をしていたが、今後、両者によるコラボレーション（collaboration, 協創）により競争力のある新産業を創出するという、分担から協創へとそのコンセプトを大きく転換しようとしている（ダイヤモンド「ループ」2003）。それに加えて、文部科学省および経済産業省の各種の産学プロジェクトが産学連携の促進要因となっている。

上述したように、これまでのわが国における産学連携は、多くは、研究開発力・産業競争力の強化および新産業の創出などを目的とするものであった。

従来からインターンシップは、教育実習・医療実習・看護実習など特定の資格取得を目的として実施される実習として捉えられてきた。しかし、ここでとりあげるインターンシップは、学生が在学中に広く社会や企業の実状を知り、みずからの適性、適職、働く意味や将来について考える契機となる就業体験である。すなわち、インターンシップは、人材育成に関する産学連携と見なすことができる。次代を担う有為な若者を産学協同で育成し、それを文部科学省、経済産業省、厚生労働省などが政策を策定して支援するという構図になっている。

産学連携はパートナーシップの概念を基礎に企業・政府・大学という異質の組織体の参加により構築されていると考えられる。パートナーシップは、現在では、業種、組織体の規模、国籍を問わず、あらゆる分野で形成されている。ここで、多くの場合に共通するパートナーシップの基本的原則を考察する。基本的原則として、(1) 対等性・自立性・互惠性に基づく協力関係、(2) 緩やかな連結、(3) 補完性、を指摘したい。（松行彬子2000、2002、松行康夫・松行彬子2003、2004）

(1) については、パートナー同士は、対等の関係であり、依存関係にあるのではなく、相互に独立しているということである。互惠性については、パートナー同士はパートナーシップを構築することにより、相互に利益を得るということである。(2) は、上述の対等性・自立性・互惠性から生まれる。それは、上下関係、主従関係に見られるような硬直的な関係で

はなく、自由で柔軟な関係をいう。(3)の補完性とは、共通の目的を持ち、その達成のためにパートナーシップが構築されるが、そこには、自己に欠落している経営資源をパートナーが所有する経営資源によって補完するという行為があることを意味する。

これまで、大学教育は、一般教育と専門教育から成り立ち、キャリア形成を目指す人材育成は、専ら企業内教育に負うところが大きかった。すなわち、大学教育と人材育成は、大学と企業間で個別に分担され、文系では両者が連結されることはきわめて少なかった。しかし、変化の激しいグローバル時代に通用する競争力のある人材育成は、大学教育と就職後の人材育成施策が一貫した流れの中で機能しなければ困難である(鈴木 2002、日経連 2003)。このような観点から、次代を担う志の高い、使命感に溢れた有為な人材を社会全体で育成することが各界から強く求められた。インターンシップは、この要請に応え、産学の有機的な連携を図り、パートナーシップを構築する新しい人材育成方式である。学生が在学中にみずからの専攻や将来のキャリアに関連する就業体験を行うインターンシップに大学等が強い関心を寄せた。学生は、企業活動の現場を体験することにより、現代社会の仕組みを実感し、大学で何を学習する必要があるかを見出し、その知識を多様な情報に自由に接することのできる大学にもちかえり、さらなる自己の研鑽につとめる。これは、学生を通じて大学と企業間で知識が連鎖され、知識の相互浸透・知識の融合・知識創造を通じて「知」の価値創造へとつながることを意味する。

II. 産学連携におけるインターンシップの理論の適用

日本では若年層の雇用問題が深刻化するなかで⁵⁾、若者の職業観の育成、ミスマッチの解消のための方策として、また企業の採用手法の一つとしてインターンシップ推進の掛け声が高い。しかし、実際のインターンシップ体験者の数から考えれば、まだまだ日本では発展途上の感が深い。現在、文系のインターンシップに取り組む多くの大学で、受入れ企業、大学、学生の3者がそれぞれにメリットを実感しあえる「互惠性」にもとづくインターンシップをどのように実現していけばよいのかが実は大きな課題である。その方策が具体的に見えてきたときにインターンシップが日本の大学教育と社会に根付くであろう。

本章では、本学部のキャリア教育の一環としてのインターンシップの発展を課題として⁶⁾、産学間のパートナーシップ問題を一般的なかたちで検討し、次いで、2003年度経営経済学部のインターンシップにおける産学間のパートナーシップを総括する。

1. 学生にとってのメリット

学生にとって、履修申し込みから面接、事前研修を受けてインターンシップに望む一連の経験は、就職活動そのものの前哨戦となっている。また、インターンシップの体験は履歴書や面接の際に自己をアピールする格好の材料になり、また、なにより自分の職業適性を見極める上で有効な手段である。すなわち、就職する前に企業の雰囲気や企業文化、業務内容と

自分の適性があるかなどを見極める重要な機会となっている。場合によっては、当該企業への内定のステップともなりうる。

一般にインターンシップを体験した学生の満足感が高い。多くの学生が飲食店やファースト・フード店等でのアルバイト体験を蓄積しており、この意味では就業体験を経てきているのであるが、「責任感」において、あるいは「会社全体という視点や見方」において、アルバイトとは違う体験をしたとの感想を語る学生が多い。特に、アルバイトの多いサービス産業以外の業種や将来の志望につながる業界・業種での就業体験ができた場合、彼らの満足感是非常に高い。実習体験者のほとんどが、「就職して働くということを現実感をもって考えられるようになった」「就職活動に役立った」と語っている。実習先で社会人としての責任感やプロとしての知識、技能、プライドなどに触れて感銘をうけるケースもある。

本学部でも一夏をインターンシップと取り組んで大学に帰ってきた学生たちの顔は、確かに「大人顔」になっていた。学生の実習日誌や実習レポートを読む限り、また反省会での意見や報告会での彼ら彼女らの発表を聞く限り、インターンシップにかかわった教職員一同が、インターンシップこそ学生を大きく成長させる重要な教育機会であり教育方法であるとの確信を抱いたことを強調しておきたい。大学の通常の授業の場で、抽象的、概念的思考を必ずしも得意としない一定層の学生たちが、実に真摯にインターンシップの事前準備や研修そのものに取り組む姿勢、真剣に自分の体験を反芻し反省する姿勢には心打たれるものがあった。私どもを感動させたのは、何よりも自分自身を成長させたいという学生たち自身の強い思いであった。

2. 企業にとってのメリット

次に、受け入れ先企業にとってどのような実際上のメリットがあるのかを考えてみよう。インターンシップに取り組もうとする大学の65%が受入れ先企業の開拓に苦慮している。少なからぬ企業が一端は受入れて懸命に取り組んでも次年度には、「手間がかかって仕方がない」「来年はもう勘弁してください」と謝絶する現状がある⁷⁾。これは、いうまでもなく企業側が享受しているメリットが少なく、大学と企業のメリットが不均衡になっている実態を物語っている(吉本 2003)。大学あるいは親しい教員に「お願い」されて、将来の優れた人材育成のための中・長期的な視野に立った企業の社会貢献ととらえるか、あるいは、自社に関心をもつ人材を集めてじっくりとその可能性を見極め採用につなげたいと考える企業が受入れ先の大半を占めている。大変な手間隙にもかかわらず企業側の善意と若干のメリットでインターンシップを受入れている現実がそこにある⁸⁾。また、学生たちへの動機付けや事前の企業研究、マナー教育など事前研修すら十分に実施せず、送り出した後は受入れ先に「丸投げ」「お任せ」状態を続ける大学に対して、企業から痛烈な批判を耳にすることもある。

文系学生のインターンシップ受入れの目的ないしメリットとして一般的に挙げられるのは、以下の通りである⁹⁾。

- 1) 自社に興味のある優秀な人材を見出す。
- 2) 社会貢献をする。
- 3) 大学との緊密な関係を築く。
- 4) 自社のPRになる。インターン生は潜在的な顧客となる可能性もあり、自社についてよく知ってもらいファンをつくる。
- 5) 社内で新人教育のノウハウを蓄積する。
- 6) 日常の仕事を再点検して職場の活性化につなげる。
- 7) 各種調査などについて大学生がもつ専門知識や感性を生かし企業が必要とする情報を収集する。

3. 互惠性を確保するパートナーシップ

学生の受入れに当たって企業が大学との互惠関係を条件とする場合がある。すなわち、企業側が特定の研究者による出張講義や研修の機会、共同研究などを求める場合、あるいは優秀な卒業生を斡旋してほしいと大学へ要請を行うケースである。逆に、大学が企業のもつ人材に講師あるいは講演者として派遣を依頼する場合もある。その際、互いに大学教育と企業内新人教育の相違など教育経験を相互に検討しあうような場を確保できればより一層このような連携は有益なものとなるだろう。これらは学生が直接的には介在しない大学と企業との提携関係である。

企業・学生・大学の3者間の互惠的関係を生む可能性が高いものとして、前節の7) にあげたかたちのインターンシップの比率を高める必要があるだろう。このような研修プログラムは、企業のニーズに合致する、大学生に対する教育効果が高い、大学のもつ専門知識を生かすことができるという3つの大きなメリットをもつからである。企業の事業展開や活動上のニーズのある事柄について、学生たちが日頃の勉学の成果を生かして、アイデアの案出、企画立案、具体案のプレゼンテーションをするなど、双方に達成感が得られる研修が多様なかたちで開発されていけば、企業側もより積極的にインターンシップを受入れてくれるようになるだろう。そのために、名古屋大学の田中宣秀教授が推奨されている方策が、非常に示唆に富むものである。同教授の提唱する方策は以下のようなものである。

大学側のインターンシップ担当教官がまず企業に出向き、その企業が目下注力していること、将来的に発展させたい分野、更には人手が不足して実施したくても出来ない懸案事項、若い人の感覚や柔軟な発想を必要とする事項などを聴取し、その上で研修計画を作成する。その案をベースに企業が実態に合わせて改定作業を行い、修正するというのが一つの方策である(田中 2003)。

とりわけ、初めてインターンシップを導入する、あるいは導入してもよいがどのようにしたらよいかと考慮中の企業に対して、このような大学からのアプローチは受入れ先開拓、ならびに互惠性を確保するインターンシップの確立に向けて非常に有効であると考えられる。何

よりも人材育成を標榜する大学こそが主体性をもって企業に働きかけ、こうした研修プログラムの開発にあたるべきであろう。大学側がインターンシップを希望する学生一人一人の勉学の進捗状況や個性を受入れ先に十分に伝えることも重要である。

4. 受入れ先企業と本学とのパートナーシップ

今年度本学部で実施したインターンシップでは、短期大学時代から卒業生の採用等で深い「お付き合い」のある企業、大学が属する学園本部と取引関係のある企業、本学専任教員が研究などで親密な人間関係を築いている企業等に受け入れを依頼することから出発した。初年度でありながら50名近い学生たちが履修を希望してきたこともあり、受入れ先の確保とマッチングや覚書の交換、送り出す学生たちへの事前指導など、インターンシップとしての形を整えるだけで精一杯であったというのが正直なところである。多忙な中、受入れてくださるだけで有難いという受入れ先企業・団体に対する大学側の「遠慮」や「気兼ね」もあるし、一人前の業務をこなすことはできない学生の力不足もあり、研修プログラムを策定できるほど、受入れ先の詳細について大学と学生が知らないという問題もあった。こうした事情から大学側の教育的配慮を優先させれば受入れ先の負担はきわめて大きなものになることを考慮し、実習プログラムについては、受入れ先に委ねることになった。このため、限りなく「アルバイト」に近くなるケースが出てきた。

本学部はまだ「互惠性」を確保した産学のパートナーシップへの入り口に立ったに過ぎない。学生の業務日誌やレポートから優れた研修プログラムを取り上げ、学内外で教育実践例として共有する作業を進めると同時に、田中教授が指摘されるように、教員と企業側担当者との地道な相互交流をベースに、企業のニーズの掘り起こしと双方のニーズのすり合わせの中で人材育成のための研修プログラムを開発していく必要があるだろう。

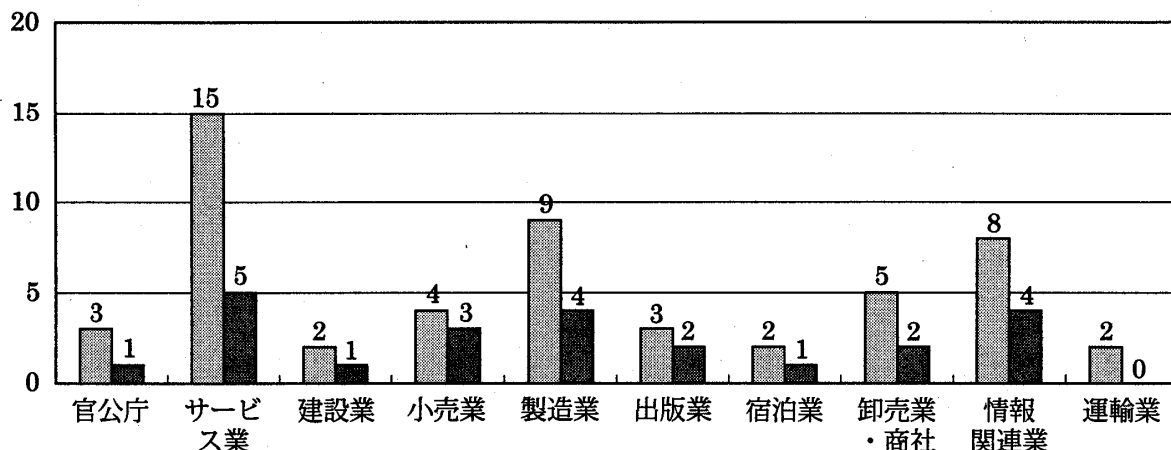
ただ、実習という体験学習の機会の提供にとどまらない産学のコラボレーションの可能性を予見させるものとして、平成15年秋に実施された「起業家に聞く・起業家と語る」という内容の企画があったことを付記しておきたい。社団法人ニュービジネス協議会の若手起業家3名によるパネルディスカッションと、さらに8名の起業家を加えた11名の起業家と参加学生60名による懇親会「寺子屋かいぎ」の開催である。3年次在籍者のおよそ30%が参加したこの「かいぎ」は、学生が求めていたものはこういうものではなかったか、と企画、運営、参加をした教職員が再認識するほどの熱気に包まれた。もっと日本に起業家を創出したいというニュービジネス協議会としての思い¹⁰⁾と、「将来、ビジネスをやりたい」、「起業したい」という意欲を持った学生たちに出会いの場を提供できただけでなく、この企画そのものが教員の研究上の協力関係から生まれ、この企画を通じて築かれた関係が協議会に属する企業でのインターンシップの受入れや企業家たちのその後の大学の教育活動への講師としての招聘につながっている。

Ⅲ. 平成15年度インターンシップの実施状況

1. 受入れ企業・団体の概要

本年度は、昨年度よりもインターンシップを実施する文系大学が増えてきたために、実施可能な企業では、他大学と競合することが多くなり、人数の制限をするか、もしくは関係の深い大学を指定するようになってきている。インターンシップの受入れ先として広く業種を検討したが、結果として小売業、サービス業、IT関連企業が多かった。製造、食品、建設、不動産などの業界は、理系の企業実習を引き受けているため、文系の実習までは実施できないというところが多かった。店舗数の多いアパレル関連企業、IT関連企業、ホテルなどサービス部門をもつ企業が実施に積極的に取り組んでくれた。

表1 業種別受入れ企業
 ■ 検討企業数 ■ 受入れ先企業数

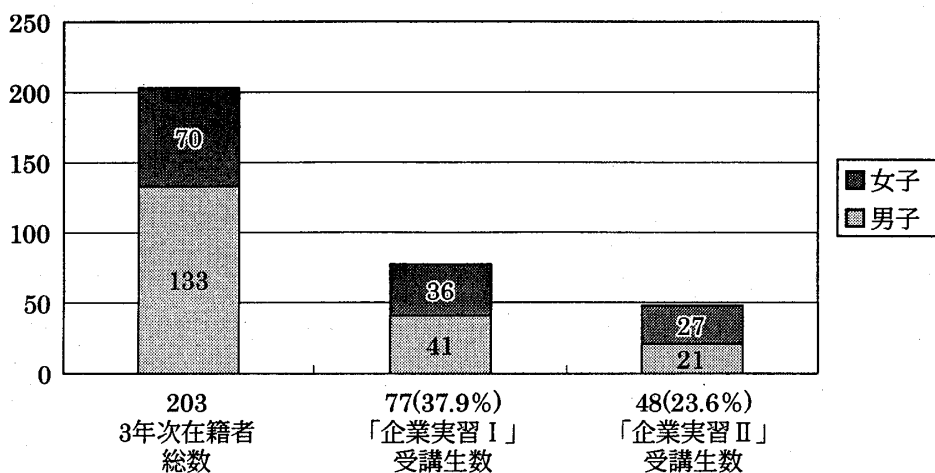


出典：嘉悦大学進路指導センター資料

2. 受講生数

経営経済学部3年次在籍者203名（男子133名、女子70名）のうち、インターンシッ

表2 「企業実習Ⅰ」および「企業実習Ⅱ」の受講生数（平成15年度）



出典：嘉悦大学進路指導センター資料

前提科目である「企業実習Ⅰ」の履修者は37.9%、その中で、実際にインターンシップに行った学生は23.6%と4分の1に近い数字となっている。なお、男女比で見ると、実際に研修に出た学生数は女子のほうが56%と上回っている。

3. 受講生の参加目的および実習後の声

経営経済学部で、初めて行なわれたインターンシップのためか、明確な動機をもって参加している学生より、参加することで今後の就職活動に役立てるとか、マスコミで騒がれている「就職ミスマッチ解消としてのインターンシップ」という面だけを捉え、自分の進む方向が見えないまま参加している学生が多く存在した（表3参照）。

その理由としては、(1) 受入れ先企業の決定の遅れにより、業種が偏り学生の興味が薄れてしまったこと、(2) 会社案内等の資料不足、(3) 学内でのインフォメーション（ポスター・WEBへの掲載）の遅延により、学生の意識改革を早期に行えなかったことが挙げられる。

表3 受講生の参加目的

1) 社会常識や接客マナーを身に付けたい。	12件
2) 企業の業務に携わることによって知識を向上させたい。(人間関係・実務経験)	6件
3) 自分が進もうとしている業種・職種が適応しているか体験を通して考えたい。	13件
4) アルバイトとの違いを体験したい。	4件
5) 大学で学んだことが企業で通用するか(簿記、コンピューター・語学スキル等)を知りたい。	5件
6) 就職ならびに職業に対するイメージを具体的にしたい。	8件
7) 就職活動の一環として参加したい。	5件

出典：嘉悦大学進路指導センター資料

表4 実習後の受講生の声

1) インターンシップに参加したことで、企業内での実務の厳しさがわかった。 人間関係を体験できたことが良かった	8件
2) 営業補佐を体験したが厳しかった。	2件
3) 通勤に時間がかかりつらかった	2件
4) 仕事内容がアルバイトと変わりがなかった	5件
5) 企業より作業マニュアルをもらって事前研修をしていただけたらよかった	2件
6) 企業の資料(会社案内)をもう少し早い時期より見たかった	3件
7) マナーの実践訓練を多く取り入れてほしかった	4件
8) 名刺があれば良かった(名刺交換の仕方)	10件

出典：嘉悦大学進路指導センター資料

しかし、事前研修の実施で、企業に対する考え方、報告・連絡等を実践的に指導していったことが、学生への意識改革に多少なりとも貢献したと思われる。

参加学生より名刺があればとの要望が多くでていた、次年度からはパソコンにて手作りの名刺を作り、個々に持たせ「企業実習Ⅰ」もしくは事前研修にて交換会等の実施訓練を取入れるよう内容変更してゆくことが望ましい。

4. 受入先企業・団体からの声

受入先企業からは期間・時期については現行の夏期休暇中の2週間程度でよいという意見が多かった。スキルに関してはパソコン（ワード・エクセル初級もしくは中級）ができればよし、語学と簿記に関しては不問とする企業が多かった。さらに、事前研修として「ビジネスマナー」「参加企業の知識」「業種・業界」「インターンシップ」等についての研修を強化して欲しいという意見がでており、特に、実践的なビジネスマナーを習得してインター

表5 受入先企業・団体からの声

4-1. 期間		
1) 2週間程度が良い	19社
2) 3週間以上が良い	2社
3) 1週間程度が良い	2社
4-2. 実施時期		
1) 夏休み期間中	20社
2) 春休み期間中	1社
3) コンスタントに（学期内でも）	2社
4-3. コンピュータースキルについて		
1) ワード・エクセル初級	8社
2) ワード・エクセル中級	4社
3) ワード・エクセル中級パワー・ポイント初級	1社
4) 不問	10社
4-3. 語学力		
1) 英語（英検・TOEIC）	1社
2) 不問	22社
4-4. 簿記		
1) 簿記3級（日商・全経）	1社
2) 不問	22社
4-5. 事前研修にて強化が必要と考えられるもの		
1) ビジネスマナー研修	14社
2) インターンシップについて	3社
3) 参加企業の知識	3社
4) 業界・業種の知識	3社

出典：嘉悦大学進路指導センター資料

ンシップに望んでほしいとの意見が多くあった。このことは、今後の事前研修ならびに「企業実習Ⅰ・Ⅱ」にて検討すべき問題である（表5参照）。

5. 優れた研修プログラムの事例

インターンシップ引受け先では優れた研修計画を開発している場合が多い。その中でIT関連企業と出版企業をここでとりあげる。

事例1. IT関連企業でのインターンシップ

A社において、前半はISOP問題解決シリーズ「ISOP超発想法」¹¹⁾を採り入れたカリキュラムにて問題解決能力の向上を目的とした5日間の研修があり、後半の5日間には実務体験による研修がなされた。問題解決能力の向上を目的とした研修の概要は以下のとおりである。

<目的>

- ・ 情報の取り扱い方の基礎を習得する。
- ・ 定性情報を扱った問題解決技法を習得するコンテンツをまとめる力を養う。
- ・ 問題解決の6ステップを理解する。

第1ステップ	問題把握	→	「～の問題は何か」
第2ステップ	現状分析	→	「～の現状はどうなっているのか」
第3ステップ	原因追求	→	「～はなぜか」
第4ステップ	方針設定	→	「～はどうあるべきか」
第5ステップ	解決策立案	→	「～はどうすべきか」
第6ステップ	手順化	→	「～の手順はどうすべきか」

- ・ ISOP超発想法の操作方法を習得する。

<内容>

- ・ オリエンテーション
- ・ 情報の取り扱いと問題解決技法
- ・ ISOPの操作練習
- ・ 基礎演習
- ・ 応用演習(1) ……ヒアリングとまとめ
- ・ 応用演習(2) ……グループ演習
- ・ 質疑応答

上記の内容を5日間で、「テーマ」を個々に設定し、ソフトの習得、情報の分析、調査計画、調査と情報収集、情報の分析とプレゼンテーションへと進んで「発表」、質疑応答でカリキュラムの終了となる。今回の研修期間は5日であったが2日～3日位に短縮することも可能である。

実習生は実務体験研修として後半の5日間に、情報処理試験の種別ごとの分類と保管作

業（約1000名分の資料）とパソコンによるデータ入力作業を主に行った。簡単な作業だがデータ入力はミスが発見しにくいいため、かなりの緊張感と責任感を要求される仕事であったとの報告がなされている。「実務体験型」「調査研究型」の両タイプのインターンシップを同時に体験することができたことは、学生にとって大いにキャリア・アップにつながるものと思われる。

IT関連機器の充実が著しい昨今の各企業において、いろいろなソフトを利用した調査、研究、分析の機会が増えている。

このような状況を踏まえ、上述の企業が採用したような研修方法が増えるならば、学生にとってインターンシップがこれまで大学で蓄積した専門知識・技術を活かすよい機会となる。

事例2. 出版関連企業でのインターンシップ

B社において、実習生が1冊の本・雑誌を出版するための作業全般にわたり参画した。タイトル・校正についての会議に参加し、自分の意見を会議で発表する機会を与えられた。出版におけるタイトルの重要さを直接知り、著者との対話の難しさを経験し、さらには投書の整理、国会図書館での調査、書店での在庫調査等、本・雑誌を出版するためのいろいろな分野の仕事を4週間の期間にわたり体験できたことは、学生個人のスキル・アップはもとより、包括的、総合的な実務体験型研修として評価できる。

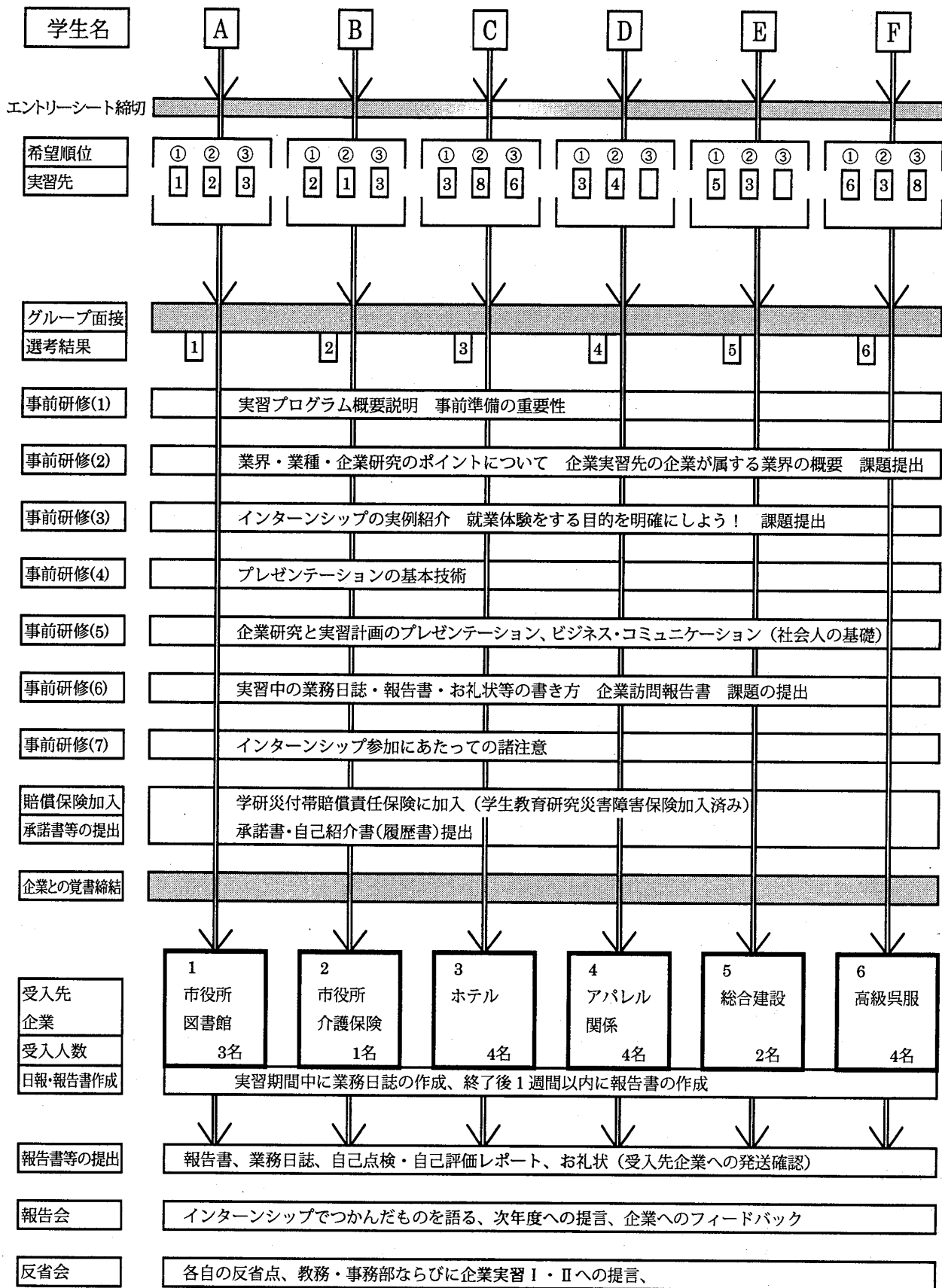
研修を終わり、学生自身が本の「章とびら・帯」などのデザイン編集に携わったものが出版されたことで編集者の一員としての達成感を得られたことは、産学間のインターンシップの良好な事例である。

IV. インターンシップの実施運営とその体制

1. エントリーから実習までの業務の流れ（フローチャート）

2003年度のインターンシップにおけるエントリーから反省会までの一連の流れは次のフローチャートに示すとおりである（図1参照）。

学生のエントリー受付に始まり、希望企業別のマッチング面接により受入れ先企業を決定し、事前研修へと進む。事前研修では、受入れ先企業および業種・業界研究、プレゼンテーションの基本技術を習得し、プレゼンテーションに備えて、発表の訓練をする。その後、学生は各々実習に参加し、実習修了後、日報・報告書・レポートを提出、パワーポイントによるプレゼンテーション資料を作成し、報告会で発表する。さらに、反省会では、学生各自が本年度実習の反省をし、次年度の実習に対する提言をまとめる。これでインターンシップ参加プログラムが終了する。



（「受け入れ先」企業 23 社、インターンシップ参加学生 48 名からの抜粋）

図 1 嘉悦大学経営経済学部 平成 15 年度インターンシップ実施までのフローチャート

出典：嘉悦大学進路指導センター資料

2. 事前研修

今年度は、実習の前提科目である「企業実習Ⅰ」の教育内容が、職をもって働くことの意味や職業意識の醸成など、キャリア開発の部分からマナー教育に至るまでを幅広く網羅したものとなった。前半は特に、近年各大学で科目設置が相次いでいる「職業と人生」「キャリア・デザイン」などの科目にほぼ相当するプログラムであった。実施初年度でもあり「企業実習Ⅰ」だけでは必ずしも学生をインターンシップに送り出すために必要な事前研修の具体的な内容を盛り込むことができなかった。計6回の事前研修では、インターンシップ参加の目的意識を明確にする、実習に赴く企業や団体の調査を詳細に行いレポートにまとめる、自己紹介とパワー・ポイントの使い方を含めてプレゼンテーションのスキルアップをはかる、マナーや服装など実習先で直ちに必要となる社会人としての基本的マナーのチェックをすることなどを毎回のテーマとして実施した。

学生たちは、正規の授業時間帯以外にほぼ2ヶ月間毎週必ず放課後に事前研修に残ることを余儀なくされることに多少不満を述べ、事前研修の内容を「企業実習Ⅰ」に組み込むとともに、より実践的なものに変えてほしいと要望している。次年度以降は、内容をできる限り統合し、学生が実習に向けてスムーズに入っていけるようにすることが望ましい。ただ、学生はほとんど言及していないが、業界研究、会社組織、部署ごとの職務概要などについて、また実習先の企業について周到な準備指導を行う必要がある。準備の周到さこそがインターンシップの成果を左右するし、また企業等への最低限のマナーでもある。受入れ先企業、団体は学生がどれだけ研修先の業界や企業に関心を持ち、どれだけ知っているか、何を学びたくて一夏をインターンシップ参加で過ごそうとするのかに最も関心を払うからである¹²⁾。

3. 実施運営体制

他大学の事例を見ると、慶応義塾大学商学部や明治大学経営学部のように学部長直轄の教職員から構成される運営委員会をつくる、あるいは半年に及ぶインターンシップで知られる聖徳大学のように企業出身の専任教員を長として恒常的なインターンシップ推進室を設けるなど様々な方式がある。インターンシップに早くから取り組み多様な研修プログラムを展開している中央大学では、学部ごとに個々のプログラムに企業やNPOから招聘した非常勤教員を配置してゼミナールに近いアカデミック・インターンシップを実施すると共に、学生の進路支援と結びつけたキャリア・インターンシップをキャリア開発センターで運営する組織体制を組んでいる。

本学部では、2002年の独立したプロジェクト(教員2名)の立ち上げから実質的な運営が始まったが、数ヶ月の試行錯誤の末に進路指導センター内にプロジェクトが吸収された。インターンシップは受入れ先企業や団体など外部組織との頻繁かつきめ細やかな折衝を必要とする業務だけに、そのような接触や折衝に秀でた大学職員と担当教員との緊密な連携が欠かせない。この意味でこの体制作りは、業務をスムーズに遂行するためにどうしても必要で

あったと評価できる。ただし、今年度の運営の状況から省みると以下に挙げる4つの問題を生じた。

第1に、「企業実習Ⅰ・Ⅱ」の単位認定者、教育プログラムに協力する教員、業務として実施運営にあたる進路指導センター教員、進路指導センター職員という4者の複雑な人間関係が生じた。第2に、実施までの準備期間がわずか8ヶ月と極めて短く、準備不足が否めなかった。第3に、準備期間の短さと関係者間で十分な「本学部のインターンシップ」に対する認識の共有ができなかったため、それぞれの「教育への思い」の「ずれ」を解消するに至らなかった。そして第4に、大学が進路・就職などキャリア教育を強く意識したため、「実務実践型」および「職場体験型」のインターンシップが殆どであったことである。

また、インターンシップの実施運営上いずれの大学においても問題になっていることとして、一部の担当教員に過度の負担が生じるという問題がある。受入れ先についてもすでに大学が集中する多摩地区の行政機関では受入れ自体が限界であるとされているし、自社にとってのメリットを感じられず受入れを中断し、停止する企業も多い。こうした状況では、少ない受入れ先の枠をめぐる大学間の競争や新たな受入れ先開拓に教職員の時間とエネルギーは当然費やされる事になる。どこまで、どのくらいの規模でインターンシップを実施していくのか学内できちんとした議論がなされなければならない。

もし、インターンシップを本学部において最も重要な教育の柱のひとつと考えるのであれば、まずは、就職に対する学生の意識を涵養し自己の適性を把握させるというキャリア・デザイン教育全体の中でインターンシップを位置づける必要がある。さらに今後は、もう一歩踏み出して学生の就業体験と今後の勉学や研究とどのようにつなげるかについて、すなわち、「創造的実学」の具体化に向けてインターンシップに今後どう取り組むのかを学内で検討していく必要がある。

V. 今後の課題

ここでは、本学におけるインターンシップの今後の課題を具体的に検討し、さらに将来へ向けての可能性を探る。

1. 検討課題

今年度の実施運営の結果および本論文におけるこれまでの検討から、具体的な次年度の検討課題として以下の5点を指摘する。

- 1) 進路指導センターからインターンシップについてのWEB情報を常時発信できるよう、ホームページ作成の技能をもった職員を配置することの必要性
- 2) 短期大学部の「企業実習」実施時期を従来のように春休み中とせず、学部と同時期の夏期休暇中に実施することで、インターンシップに関するセンター業務の軽減をはか

り、他の進路支援業務に差し支えないようにすること

3) 「企業実習Ⅰ」と事前研修の実施内容をできるだけ統合し、実践的なものとする

4) 成績の共同評価を検討すること

平成15年度の運営体制では、「企業実習Ⅱ」の実施運営の多くを進路指導センターで担い、学生の事前研修への参加状況、課題提出状況や動向を逐一把握していたのはセンターであった。学生の成績評価を総合的な視点で行うために、中央大学に学んで成績評価を学生への課題ごとにポイント制で行うことを検討する必要がある。ポイント制の採用により学生指導に関与した関係者それぞれの目に映った学生の姿を総合的かつ客観的にとらえ評価することが可能になる。

5) 互恵性を確保したインターンシップのプログラム開発に貢献できる企業経営コースの教員をインターンシップ担当とすること

2. インターンシップの可能性

今後、本学におけるインターンシップの可能性を展望するならば、(1) 学生の潜在能力の発見と開発、(2) 集団教育からワン・ツー・ワン教育へ、が挙げられる。

(1) については、大学教育において教員は学生のもつ多面的な能力の一部の側面だけを認識しているにすぎない。大学教員とインターンシップの受入れ先の担当者との異なる視点、すなわち、複眼で学生の能力を見ることは、単独では発見できなかった不可視的な学生の潜在能力を引き出し、開発し、さらに彼らの将来の可能性を大きく拡大することにつながる。大学の授業における教員の評価と企業の担当者のそれがかならずとも一致しない場合があり、また、教員が見いだせなかった資質を企業側が指摘しているケースも今回のインターンシップで散見された。インターンシップ期間中、目的意識を持ち、希望に満ちた学生たちの言動は生気に溢れ、決して授業時には窺いしれぬ新しい側面を示すものであった。

(2) については、インターンシップでは、学生一人一人のレベルや将来の希望にあわせて、受入れ先の開拓、マッチング、学生と受入れ機関の調整、実施後の成果の把握などが行われる。今後、インターンシップが大学教育の一環として本格的に導入されるならば、これまでの伝統的な集団教育にインターンシップを通じたワン・ツー・ワン教育が組み込まれる契機となる可能性が強く、その結果、学生の能力・適性・個性・希望に応じたキャリア教育が実施できる。本学のような小規模な大学では、学生一人一人について実態を把握し、それぞれの能力・適性に応じた指導が重要である。

このような可能性は、大学・企業・学生の関係者間で、インターンシップについて目的・研修プログラム・成果・役割分担などについて共通の認識を明確に持ったときに、さらに、全学的に教職員の理解・協力が得られたときに、より一層実現へ向かうものと考えられる。

謝辞

本論文の執筆に際して、20 数社におよぶ関係企業、小平市ならびに関係教職員各位から多大なご協力をいただいた。そのことをここに記し、深甚なる謝意を表する。

注

- 1) インターンシップは、企業、行政機関、NGO / NPO における就業体験という意味で用いられることが多い。嘉悦大学では、経営経済学部にて正課として「企業実習Ⅰ」「企業実習Ⅱ」、短期大学部には「企業実習」をおいているが、本論文では、企業実習ではなくインターンシップという用語を用いる。
- 2) コープ教育とは大学が主体となって行うインターンシップを指す。
- 3) 文部科学省平成 14 年度インターンシップ実施状況調査および同省学校基本調査による。ただし、この数字はインターンシップを斡旋する NPO や企業の仲介によるインターンシップ、個々の企業や学生が個別に行うインターンシップを含まないので、実数はさらに多くなる。
- 4) 嘉悦女子短期大学は、平成 13 年、嘉悦大学経営経済学部開学にともない、「嘉悦大学短期大学部」と改称された。
- 5) 2003 年度版国民生活白書によれば、15 歳から 34 歳の雇用者に占めるパート・アルバイトの割合が、1990 年の 15.6% から 2001 年には 26.7% に上昇している。日本ではやはり、正規雇用者が企業内職場訓練・研修により職業能力を高める機会に圧倒的に恵まれている現状があるため、このままでは多くの若者がフリーター生活でキャリアを積み重ねることのないまま放置され、日本社会が大きく階層化するのではないかと懸念されている。特に、大企業への就職活動に挫折すると、フリーターに流れるというパターンが大卒者に多く見られる。
- 6) 社会科学系の学部の教育全体の中でインターンシップがどのような位置づけをされるべきかが問われ始めている。就職対策の一環というだけではなく、課題探求能力、問題発見・問題解決型思考能力の育成の方法として考察しなければならないが、この問題は今後の検討課題としたい。
- 7) 平成 14 年度「インターンシップ推進全国フォーラム」における東海地域インターンシップ推進協議会による報告によれば、受入れを中止する企業数はおよそ 3 分の 1 に上るといふ。
- 8) 企業側がインターンシップを中止する理由としては、「受け入れ業務の負担が大きい」「採用に結びつかない」「受け入れるメリットが不明確である」の 3 点が突出している。『今後のインターンシップ推進のあり方に関する調査研究』平成 13 年度報告 関東地域インターンシップ推進協議会 p.39.
- 9) 前掲書 pp.38 - 39 によれば、企業がインターンシップを導入した目的・動機としては、企業の PR、社会貢献、大学とのパイプづくりがほとんどで、今後インターンシップに期待する成果としても、優秀で多様な人材との出会いに強く期待している（アンケート企業数は 944 社）。
- 10) ベンチャービジネスなどの新興企業は新卒採用に苦労しているといわれる。全国ニュービジネス協議会連合会の調査では、創業 5 年以下の起業で、新卒採用の「困難」を訴える回答が 44% に上った（日本経済新聞 2003 年 6 月 22 日）。
- 11) ISOP 問題解決シリーズは(株)アイテック社の発想支援ソフトである。
- 12) 前掲書 p.38 では、企業の立場から大学に対する要望が挙げられている。最も多いのが「学生の目的意識を高めてほしい」である。関連する事項として、「学生の事前教育の徹底」「終了後のフォロー」もある。企業から学生への要望の筆頭に挙げられているのも「明確な目的意識をもってほしい」である。

参考文献

- 金田昌司(2001):「地方自治体におけるインターンシップー中央大学経済学部におけるビジネス・インターンシップを中心にしてー」『経済学叢』第41巻第5号 pp.85-100、中央大学.
- 関東地域インターンシップ推進協議会(2002)『平成13年度「今後のインターンシップ推進の在り方に関する調査研究」報告書』.
- 関東地域インターンシップ推進協議会(2002)『平成14年度 インターンシップ実施アンケート』
- 関東地域インターンシップ推進協議会(2003)『平成14年度 インターンシップ成果報告書』
- 斉藤敬子(2002):「期待される大学のイニシアティブー欧米型インターンシップに学ぶ」『大学時報』No.236、pp.80-85.
- 斉藤良雄(2003):発表「長期インターンシップの実施について」経済産業省関東経済産業局主催「創業・事業展開とインターンシップ活用セミナー」(平成15年1月20日).
- 佐久間研二(2002):「インターンシップ推進施策の概要」『大学時報』NO.236、pp.34-36.
- 鈴木正人(2002):「次代の人づくり教育とインターンシップ」『大学時報』NO.236、pp.38-40.
- ダイヤモンド社(2003):「産官学連携が日本を救う?」『ダイヤモンド「ループ」』pp.28-65.
- 田口敏行(2003):『産学協同と研究開発戦略 知的資産活用のマネジメント』白桃書房
- 田中宣秀(2003):「インターンシップ受入先拡大に関する一考察」『年報 No.6 2003年 インターンシップ学会』p.35.
- 日経連(2003):『日経連インターンシップ推進研究会報告書』.
- 松行彬子(2000):『国際戦略的提携』中央経済社.
- 松行彬子(2003):「企業・行政・NPO間のグループ経営とパートナーシップ」『嘉悦大学研究論集 100周年記念論集』第46巻第1号、pp.9-23, 嘉悦大学.
- 松行康夫・松行彬子(2002):『組織間学習論』白桃書房.
- 松行康夫・松行彬子(2003):「新しい公共におけるNPOを中心としたパートナーシップの形成と社会企業家の創出」『経営論集』61号、PP.61-78, 東洋大学.
- 吉本圭一「高校・大学・企業におけるインターンシップの課題と展望」p.150 『日本インターンシップ学会 年報 No.6』.