

インターンシップとキャリア教育

—本学インターンシップの現状と課題—

Internship and Career Education in Mejiro University College

—Current status and issues of the Internship in Mejiro University College—

油谷純子 上岡史郎

(Sumiko YUTANI Shiro KAMIOKA)

キーワード：インターンシップ、キャリア教育、キャリアデザイン、CO-OP教育、
就職活動

Key Words : internship, career education, career design, cooperative education,
job hunting

1. はじめに

文部科学省の2014年度『学校基本調査速報』によると短期大学生の就職率は75.2%であり、前年度より1.7%増、それに進学率10.5%を加えると、就職も進学もしていないものは14.3%であり、決して少なくない数であることがわかる。また、就職者のうち正規の職に就いたものは65.9%、正規の職でない者は12.3%（卒業者の9.3%）であり、不安定的な職に就かざるを得ない者の数も多い。大学学部卒業生のうち正規の職でないものは3.9%であり、それに比して短期大学生の就職は決して順調なものではない。それとともに早期離職者も3年で3割といわれ、就職する学生にとっても、採用する企業にとっても多くの問題をはらんでいる。

このような状況を反映し、短期大学生のキャリア形成意識、職業観の形成や醸成に対して有効であろうとされるインターンシップをはじめとする体験型、実践型教育が盛んに行われるようになって久しい。2012年度では正規科目として位置付けている学校は、大学526校、短期大学162校にも上っている。

本学も遅ればせながら、2012年度から「インターンシップ」を正規科目とし、今年度で3年目を迎える。手さぐり状態での導入であったが、年度を追うごとに学生の履修も増え、その効果も表れつつあるとの感触を得ているが、本学のこれまでの「インターンシップ」の状況を分析し、その効果、問題点、今後の方向性を探る。

2. 日本におけるインターンシップの取組

日本におけるインターンシップ制度への取り組みは1997年に「経済構造の変革と創造のた

ゆたにすみこ：ビジネス社会学科教授

かみおかしろう：ビジネス社会学科准教授

めの行動計画」の普及推進が閣議決定されたことに始まる。インターンシップとは政府「文部省、通商産業省、労働省（いずれも当時）」が示した基本的な考え方は「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」であるとし、大学と企業等との「連携」を促した。これを契機に関係省庁及び各経済団体は人材の核となる大学・短期大学に対するインターンシップの普及、拡大、支援に一層積極的に取り組むことになった。それに呼応しインターンシップを導入する大学・短期大学は年々増加し、「インターンシップを正規科目¹⁾として位置付けて実施する大学・短期大学」は1997年の調査によると、大学107校、短期大学39校から2012年度は大学526校、短期大学162校であり、大幅に増加している。

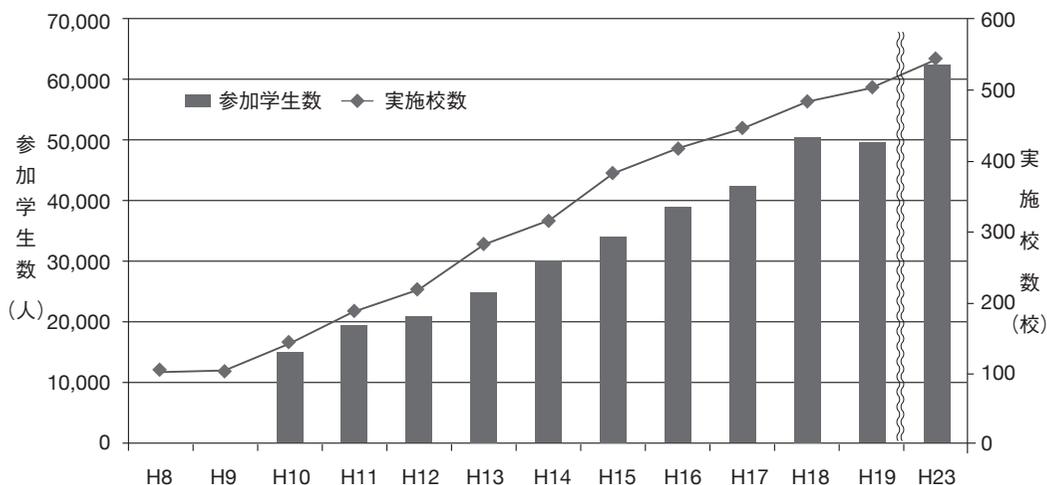
「キャリア教育」を文部科学省が初めて定義したのは、「初等中等教育と高等教育との接続の改善について」（1999年で12月中央教育審議会答申）であり、その中で新規学卒者の就職後3年以内の離職が新卒高卒者で約47%、新規大卒者で約32%に達していることは、学校教育から職業生活との接続に課題があるとしている。そして「学校と社会及び学校間の円滑な接続を図るためのキャリア教育（望ましい職業観・勤労観及び職業に関する知識や技能を身に付けさせるとともに、自己の個性を理解し、主体的に進路を選択する能力・態度を育てる教育）を小学校段階から発達段階に応じて実施する必要がある。」とし、「キャリア教育の実施に当たっては家庭・地域と連携し、体験的な学習を行う必要があり、その実施状況や成果についての評価の必要である。」ことも謳っている。また、同時に学校教育において情報活用能力や外国語の運用能力の育成等、社会や企業から評価される付加価値を自ら育成するなど職業生活に結びつく学習も重要視していくべきであるとしている。この観点に立って、関係団体の協力を得ながら、在学中のインターンシップの促進等による体験活動を重視していくことや企業経験者によるキャリア・アドバイザーの配置、教員のカウンセリング能力の向上等による進路に関するガイダンス、カウンセリング機能の充実を初等中等教育、高等教育において進めていく必要があるとしている。ここにキャリア教育における在学中のインターンシップの必要性、重要性が確認されている。

3. インターンシップの歴史と実施の現状

インターンシップの歴史は古く、1900年初頭にアメリカのシンシナティ大学工学部において、産業界と大学が連携して工業教育を行う試みが始まりと言われている。この教育を「Cooperation Educational Program」と呼んでいる。実地体験を通して工学知識の応用と実際を知ることにより、大学に戻ってからの学問知識の探求の熱意を高めるとともに実務上での学業の成果を実地に応用する機会を得ることができる。また、学生にとっても技術者として成長した姿を認識できる効果や技術だけでなく企業の中で様々な人々との接触により、人間形成上にも大きな効果が期待できる。現在、日本で実施されているインターンシップの源流はこの制度にあると言われ、実施形態は変わっていても目的や効果については、アメリカで創設されたCO-OP教育と異なることはないと思われる²⁾。

日本において現在展開されている大学・短期大学におけるインターンシップの始まりは、1997年「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」に依拠しており、「一般的には、学生が企業等において実習・研修的な就業体験をする制度のこと」と明記されている。前述したが、同じ年の「経済構造の変革と創造のための行動計画」では「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」と定義されより幅広い定義となっている。

インターンシップ実施校は年々増加し、2012年度は大学526校、短期大学162校であると前述した。「大学等における平成23年度のインターンシップ実施状況について」（文部科学省平成25年6月28日）によると短期大学における「単位認定を行う授業科目として実施されているインターンシップの参加学生数」を見ると「特定の資格取得に関係しないもの」は4,652人（3.1%）、「特定の資格取得に関係するもの」は68,601人（46.3%）である。実施学年は「特定の資格取得に関係しないもの」では1年（76.8%）、2年（21.6%）、3年（0.1%）であり、「特定の資格取得に関係するもの」では1年（37.3%）、2年（55.3%）、3年（5.9%）である。実施時期は「特定の資格取得に関係しないもの」では、夏期休業中（36.2%）、冬期休業中（2.5%）、春期休業中（22.6%）、授業期間中（9.3%）、複数の長期休業の組み合わせ（13.4%）長期休業と授業期間の組み合わせ（11.5%）、「特定の資格取得に関係するもの」では、夏期休業中（18.4%）、冬期休業中（21.3%）、春期休業中（8.4%）、授業期間中（53.2%）、複数の長期休業の組み合わせ（2.9%）長期休業と授業期間の組み合わせ（14.6%）となっている。また、実施期間では「特定の資格取得に関係しないもの」1週間未満（28.2%）、1週間～2週間未満（15.8%）、2週間～3週間未満（25.6%）、3週間～1か月未満（8.0%）1か月以上（3.1%）、「特定の資格取得に関係するもの」1週間未満（11.7%）、1週間～2週間未満（32.1%）、2週間～3週間未満（26.3%）、3週間～1か月未満（19.2%）1か月以上（9.5%）である。また、「単位認定を行う授業科目以外のインターンシップ実施状況」は短期大学120校（34.4%）で実施し、うち参加学生数を把握している学校数96校、参加学生数2,071人である。



出所：「大学等における平成23年度のインターンシップ実施状況について」（文部科学省平成25年6月28日）

図1 インターンシップ実施状況

このアンケートから見えてくるものは、インターンシップへの参加状況は「資格取得に関係するもの」が半数近くであり、本学の科目「インターンシップ」と同じ位置づけの「資格取得に関係しないもの」は3.1%に過ぎないことがわかる。「資格取得に関係しないもの」では実施学年は1年が約8割近く、実施時期は夏期休業中が約4割で、実施期間は1週間～2週間未満が最も多く約36%、次に1週間未満が約28%で、この2つの実施期間で約64%を占める。短期大学生のうち、資格取得に関係しないもののインターンシップへの参加状況はまだまだと言わざるを得ない。ほぼ半数の短期大学生はインターンシップを体験せずに社会に出ていくことを意味している。

4. 日本のインターンシップの分類

大学・短期大学で実施されているインターンシップは次のように分類される。「資格取得に関係するもの」と「資格取得に関係しないもの」に分類され、「資格取得に関係しないもの」は大きく2つに分類される。1つはアメリカのCO-OP教育の流れをくむもので、学校が主導で構築したプログラムを企業に依頼して実施するもの（以後産学協同型と呼ぶ）であり、2つ目は企業がプログラムを作成し、学生を募集し実施するもの（以後企業主導型と呼ぶ）である。企業主導型はその期間、内容から4つに分類されると考えられる。セミナー・見学型、課題解決型、職務実践型、採用直結型であろう。現在実施されているインターンシップは産学協同型、企業主導型にも分類される4つがあり、その混合型もある。短期大学で実施されているインターンシップの実施期間は1～2週間程度が約6.5割を占めることからセミナー・見学型に職務実践型を織り込んだものが多いと推測される。

5. 本学のインターンシップの位置づけと内容

本学の教育課程は、基礎教育科目と学科専門科目から構成されている。基礎教育科目は「教養教育の理念を、日常生活的興味・関心を深め発展させていくことによって支え、職業並びに实际生活に活用できる能力を身につける」との目的を具現化するために、教養科目群とキャリア形成科目群を体系的に編成している。「キャリア形成科目群」は「ベーシックセミナー」「職業と生活」「コミュニケーション」「情報リテラシー」「マナー」及び「インターンシップ」の区分から構成されている。

「インターンシップ」は短期と長期の2科目があり、2012年度からスタートした。基礎教育科目群に位置付けられているので、就業体験をその主な目的とし全学生を対象としているが、2012年度から2013年度は生活科学科、ビジネス社会学科の学生が履修している。製菓学科は学内での製造・販売、学園祭での製造・販売等で学生はなかなか時間的ゆとりがなく、2014年度から始まっている。履修者は原則1年次とし、事前学習、事後学習を15コマ、企業研修を1週間（短期）または2週間（長期）としている。短期、長期の2科目を設定したのは、受

受け入れ側の企業等が2週間では難しいこともあり、本来は2週間が妥当だと考えるが、1週間の短期も科目としている。これらの「インターンシップ」は文部科学省の「社会的・職業的自立に関する教育」に基づき、キャリア教育の一環として実施している。

受け入れ先企業等に依頼している事項は①働くことを実体験させる、(アルバイトとは異なる体験) ②現場の企業活動を通じて、社会の仕組みを知る、(仕事の目的、流れ、顧客の重要性、ビジネスルール等) ③仕事をする上で必要な資質を実感させる、である。研修生には研修日記を記入させ受け入れ先の担当者に提出させ、簡単なコメントをいただき、毎日の行動を振り返らせる仕組みを作っている。評価に関しては、受け入れ先の指導者の評価を参考に本学の担当者が行う。受け入れ先の担当者に依頼している成績基準は本学のものを採用している。受け入れ先には科目担当が事前に学生と共に訪問し、研修期間中にも1度訪問し、受け入れ企業担当者と面談をするようにしている。

インターンシップ終了後は報告会を催し、体験をプレゼンテーションさせている。「インターンシップ」の1週間あるいは2週間の体験は学生にとって、なかなか厳しいものではあるが、体験した学生は逞しく育っている。

しかしながら、学生の希望の職種、会社と受け入れ先をマッチングするのが大変難しい。キャリアセンターの協力、学科教員の努力で受け入れ先を開拓しているが、履修学生を増やすにはこの問題を組織的に解決することが喫緊の課題である。

6. 本学のインターンシップの現状

(1) インターンシップ履修者の推移

本学は「インターンシップ」を正規科目として導入し、今年度で3年目を迎える。昨年度までは、生活科学科とビジネス社会学科のみであったが、今年度から製菓学科も導入し、短期大学の全体での取り組みとなった。初年度からの履修者数の推移は表1のとおりである。

表1 インターンシップ履修者推移

	2012年度	2013年度	2014年度
生活科学科	5名	5名	15名
ビジネス社会学科	12名	26名	32名
製菓学科	-	-	14名
合計	17名	31名	61名

このように年度を追うごとにインターンシップ参加者数が増加している。これは学生の就職に対する意識の高まりと、学生が就職活動で使用するリクナビ、マイナビといった就職ポータルサイトがインターンシップを奨励していることも影響していると考えられる。

前述の文部科学省の資料のとおり、単位認定を行う授業科目として設定し、なおかつ特定の

資格取得に関係しないインターンシップの実施学校数は、大学で526校（70.3%）、短期大学で162校（46.4%）となっている。しかし、実際に参加した学生の割合をみると、大学は2.2%、短大でも3.1%と非常に低い数値となっている。これは、学校側は「インターンシップ」を正規授業科目として設定し、単位認定を行う形を整えているが、実際には学生が参加をしていないということである。つまり、文部科学省や厚生労働省などがインターンシップに関する各種提言を数多く行い、インターンシップの制度は作り上げられたが、高等教育機関でのインターンシップはあまり浸透していないことが伺える³⁾。このような状況からも、ただ単に「インターンシップ」を科目として設置するのではなく、学生にインターンシップの必要性をしっかりと伝え、なおかつインターンシップの事前学習や事後学習をしっかりと行いながら、インターンシップの参加者を増やしていくことが必要であると考えられる。

このように高等教育機関でのインターンシップ参加率が伸び悩む中、文部科学省では小中学校や高等学校で職場体験やインターンシップを積極的に推進している⁴⁾。文部科学省は、小学校の職場見学や中学校の職場体験、高等学校でのインターンシップを行うことで、学ぶことや働くこと、生きることの尊さを実感させることを目指している。国立教育政策研究所の調査によると、公立中学校による職場体験の実施校は98.0%、公立高等学校のインターンシップ実施率は79.8%と非常に高い数値となっている。国立や私立の中学校や高等学校では、いまだ低い数値となっているが、本学の多くの学生も中学校や高等学校で職場体験やインターンシップを体験していることが考えられる。

表2は今年度インターンシップを受講した学生の職場体験参加状況である。

表2 職場体験の実施時期

学 科	生活科学	製 菓	ビジネス社会	合 計
インターンシップ参加者	15名	14名	32名	61名
小学	1名	0名	0名	1名
中1	1名	0名	2名	3名
中2	11名	8名	21名	40名
中3	0名	0名	1名	1名
高校	0名	2名	0名	2名
合計	13名	10名	24名	47名
%	86%	71%	75%	77%

どの学科でも70%から80%近い学生が職場体験を体験していることが分かる。また、表3は職場体験の実施日数について調査したものである。

表3 職場体験の実施日数

	生活科学	製菓	ビジネス社会	合計
1日	0名	1名	2名	3名
2日	5名	0名	4名	9名
3日	5名	4名	11名	20名
4日	1名	1名	1名	3名
5日	2名	0名	1名	3名
7日	0名	4名	5名	9名
合計	13名	10名	24名	47名

1日の職場見学に近いものから7日間のしっかりと職場体験が行えるものまで多岐に及んでいる。このような状況からも、高等教育機関で行うインターンシップは、小中学校で行っている職場体験や高等学校で行われているインターンシップを踏まえて、より職業意識の醸成を深められる充実したものにしていくことが求められる。

(2) インターンシップまでの事前教育

本学ではインターンシップを基礎教育科目の選択科目として設置し、春学期（4月～9月）授業の受講と夏季休暇中に行われるインターンシップに参加し、所定の手続きを経ることで単位認定を行っている。春学期の授業は、インターンシップ参加のための事前学習として表4のシラバスに沿って行っている。

表4 「インターンシップ」シラバス

1回	インターンシップの目的と意義	インターンシップの必要性和効果について理解
2回	業種についての理解	さまざまな業種を知ることで、職業観を広げる
3回	職種についての理解	さまざまな職種を知ることで、職業観を広げる
4回	適職診断の実施	エゴグラム等を通じて、仕事の適性を考える
5回	企業研究	興味のある企業をインターネットなどを通して研究する
6回	プレゼンテーション	前回の企業研究の成果を、クラス内で発表する
7回	エントリー企業の情報収集	就職サイト等からエントリー企業の情報収集を行う
8回	エントリーシート作成①	エントリーシートの書き方を理解し、作成する
9回	エントリーシート作成②	エントリーシートの書き方を理解し、作成する
10回	インターンシップへのエントリー	就職サイトやキャリアセンターを使いエントリーを行う
11回	受け入れ先企業の研究①	エントリーした企業についての企業研究を行う
12回	受け入れ先企業の研究②	エントリーした企業についての企業研究を行う
13回	受け入れ先企業の訪問①	受け入れ先企業を訪問し、実習の準備を進める
14回	受け入れ先企業の訪問②	受け入れ先企業を訪問し、実習の準備を進める
15回	春学期授業のまとめ 事後報告会	事前教育のまとめと事前アンケートを行う それぞれが行ってきたインターンシップの報告を行う

このシラバスは、ビジネス社会学科のものであり、学科によって多少の違いはあるが、どの学科も事前学習をしっかりと行うことで、インターンシップ先で充実した実習を行うことを心がけている。また、インターンシップ実施後は、事後学習という意味から報告会を行っている。この報告会を行うことで学生自身のインターンシップの振り返りと、他者のインターンシップの報告を聞くことで、就職活動に対する動機づけに結び付けたいと考えている。

また本学では、初年次教育の充実を図るため、1年次春学期に大学へのスムーズな学びの接続と社会人基礎力を修得させるための科目として「ベーシックセミナー」を導入している。この授業では「主体的な行動」や「基礎学力の修得」といった6目標20観点を挙げ、それに基づいて授業を行っている。このように、1年次春学期に「ベーシックセミナー」と「インターンシップ」を同時に履修することで2つの授業を有機的に結びつけ、学生の職業意識の醸成と充実したインターンシップの実現に役立てている。

今年度から短大3学科ともにインターンシップを実施したこともあり、春学期最終週でインターンシップ前の事前アンケートを実施した。表5はアンケート結果を集計したものである。はじめに「インターンシップ」の授業を受講する動機を聞いた。

表5 「インターンシップ」受講の動機（複数回答）

学 科	生活科学	製 菓	ビジネス社会	合 計
有効回答数	17名	13名	30名	60名
就職活動に役立つ	16	13	26	55
単位になる	2	1	8	11
先生の勧め	2	0	3	5
友人の勧め	1	0	0	1
保護者の勧め	1	0	0	1
得た知識を生かすため	0	1	1	2
社会勉強のため	13	9	23	45
有意義な夏休みを過ごすため	0	1	0	1
楽しそう	0	1	0	1

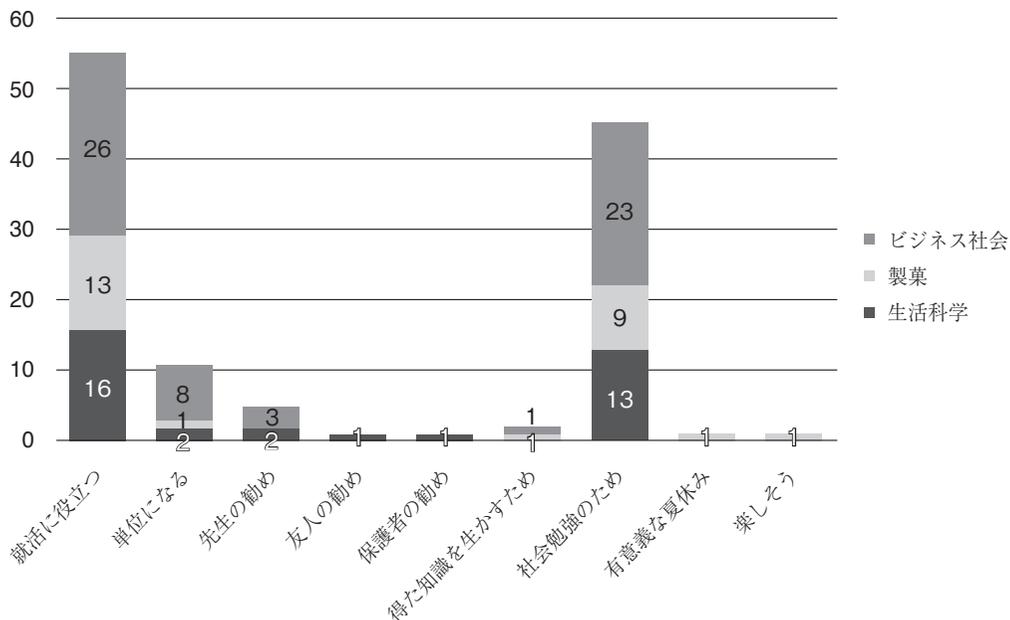


図2 「インターンシップ」受講の動機

3学科とも「就職活動に役立つ」と「社会勉強のため」が大多数を占めた。「単位になる」といった単位稼ぎの一つとしてとらえる学生もみられるが、短期大学に入学して間もない時期から就職に対する意識を高く持ち、「インターンシップ」に臨んでいる学生が多くいることがわかった。

表6は15回の事前学習を行った中でどのようなことを学ぶことができたかを聞いたものである。この調査では、「特に学べてよかった」と「学べてよかった」に分けて回答し、「特に学べてよかった」に2点、「学べてよかった」に1点を配点し、学科ごとにまとめたものとなっている。

表6 事前学習で学んだこと（複数回答）

学 科	生活科学	製 菓	ビジネス社会	合 計
企業組織・ビジネスの理解	17	14	33	64
キャリアプランニング	13	21	39	73
企業が求める人物像	15	13	26	54
企業研究	8	14	33	55
コミュニケーションとマナー	18	14	34	66
口頭で行うコミュニケーションの基本	12	13	31	56
文書で行うコミュニケーションの基本	9	13	34	56

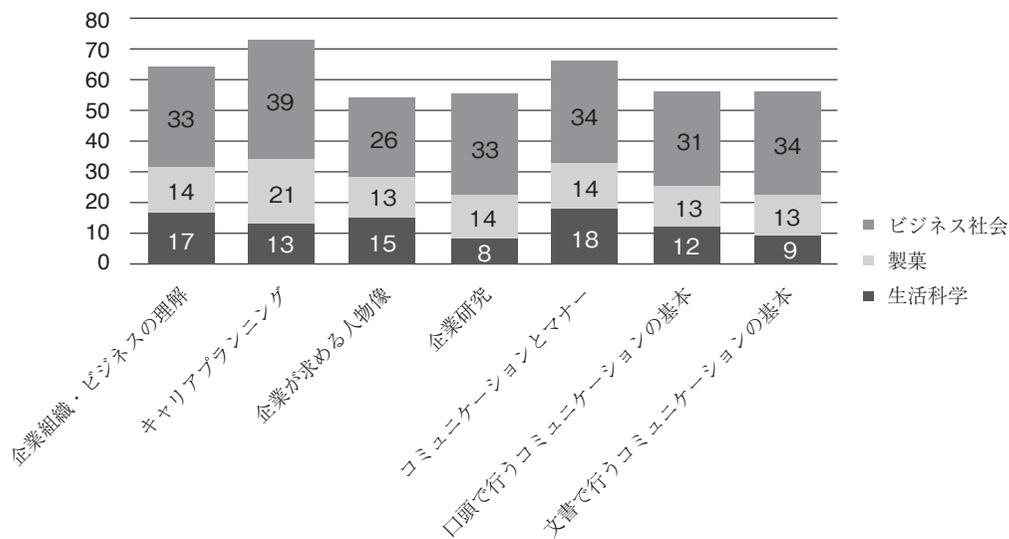


図3 事前学習で学んだこと

アンケートの結果をみるとどの項目にも大きな違いは見られなかった。「インターンシップ」の授業を通して、企業組織の知識やビジネスマナー、キャリアプランなど幅広いスキルや知識を身につけることができたと考えているようである。

表7は、夏季休暇中のインターンシップに何を期待しているかを聞いたものである。この調査では、「大いに期待する」と「期待する」、「あまり期待しない」に分けて回答し、「大いに期待する」に2点、「期待する」に1点、「あまり期待しない」に-1点を配点し、学科ごとにまとめたものとなっている。

表7 インターンシップに期待すること（複数回答）

学 科	生活科学	製 菓	ビジネス社会	合 計
自分の進路を決めるのに役立つ	26	25	52	103
職業の適性がわかる	19	21	39	79
就活へのやる気につながる	24	18	43	85
大学での学習意欲につながる	13	15	15	43
これから学ぶべきことが見つかる	21	20	35	76
専門分野の知識向上につながる	23	17	32	72
ビジネスマナー修得に役立つ	23	19	48	90
ビジネスでの人間関係の理解ができる	19	13	44	76
ビジネスでの仕事内容の理解ができる	24	19	47	90
仕事の厳しさを知る	28	9	49	86
自分の責任感を増すことができる	27	20	41	88
仕事のやりがい、楽しさを知る	24	21	41	86
自立心の向上に役立つ	25	21	44	90

インターンシップとキャリア教育

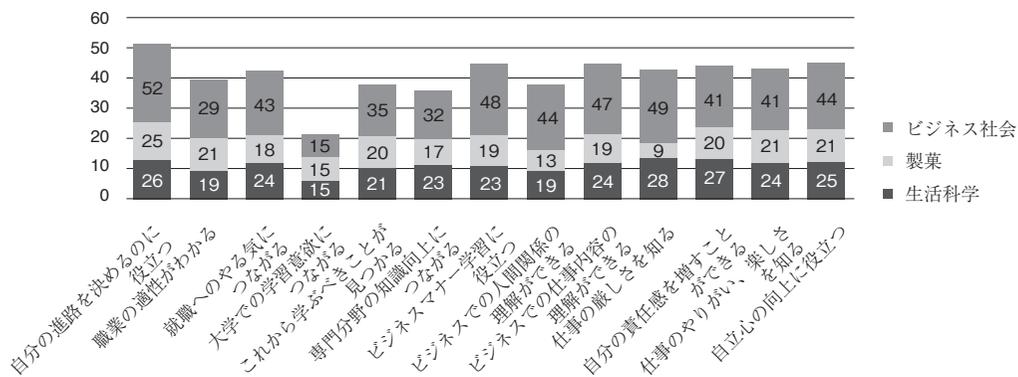


図4 インターンシップに期待すること

表7から、「自分の進路を決めるのに役立つ」が高く、インターンシップを体験することで進路の選択に役立てたいという気持ちが強いことがわかる。反面、「大学での学習意欲につながる」が低い数値となった。これらのことから、日ごろの授業と「インターンシップ」を切り離して考えている学生が数多くいることが分かる。今後は日ごろの学習成果を実践できる場としてインターンシップがあるということと、インターンシップを体験したことによって自分に不足した能力やスキルに気づき、授業でその不足した能力やスキルを修得していくということを理解させていかなければならない。

(3) 今年度のインターンシップの実施状況

前述の事前学習を経て、夏季休暇中にインターンシップを行った。表8は、今年度のインターンシップの実施期間を示している。

表8 インターンシップ実施期間

	生活科学	製菓	ビジネス社会	合計	
1週間	7名	18名	28名	53名	73.6%
2週間	7名	2名	8名	17名	23.6%
3週間	0名	0名	0名	0名	0%
4週間	1名	0名	1名	2名	2.7%

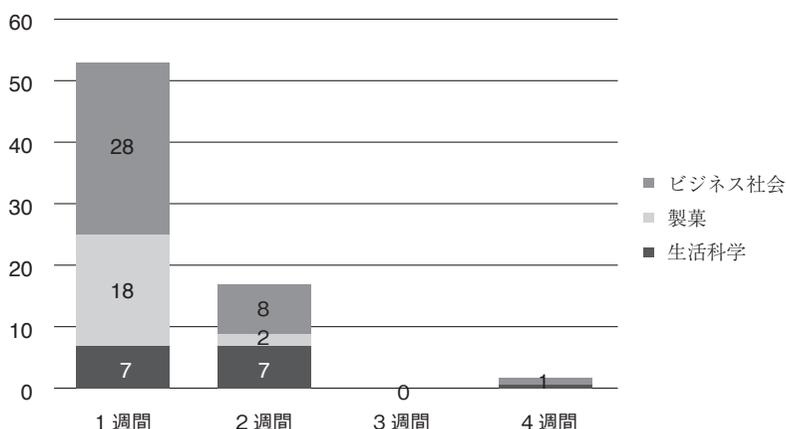


図5 インターンシップ実施期間

3学科ともに1週間のインターンシップが多くなっている。経済産業省が行ったインターンシップ実施企業への調査によると、企業側のインターンシップ実施の目的は、「自社の認知度や理解度の向上、親近感の醸成」が62.7%と最も高い数字となっている⁵⁾。このことから、企業側は、短期間のインターンシップを多数実施することで、たくさんの学生に参加してもらい、企業の認知度を高めて行きたいと考えていることがわかる。学生のインターンシップ報告書を見ると、1週間タイプのインターンシップは企業の紹介や職場見学を中心とした内容で、中学校での職場体験や高等学校でのインターンシップに近い形式の内容であることがわかった。また、今年度は1週間という短期間のインターンシップだけでなく、2週間から4週間のインターンシップという企業も25%近くに上った。結婚式場やホテル、アパレルといった接客を中心とする業務を行う企業が多かったが、企業内でしっかりとトレーニングを積んだ後に、現場で実習を行うという高等教育機関が目指す本来のインターンシップの形式が増えてきていることがわかる。しかし、今後、長期のインターンシップを増やしていくことはなかなか困難であることが想像できる。前述の経済産業省によるインターンシップ実施状況に関する調査によると、インターンシップ実施時の課題や負担として「指導役を務める社員の負担」や「受け入れの準備の負担」が上位に挙げられている⁶⁾。インターンシップが長期になるほど、企業側の負担が大きくなることが考えられるため、今後長期のインターンシップを大幅に増加させることは困難であると考えられる。

表9は、今年度のインターンシップの業種別の一覧である。短大全体でインターンシップに参加した学生は72名となっている。このうち11名が複数企業のインターンシップを行っている。また今年度の受け入れ企業は39社であった。学科ごとの詳細は下記のとおりとなっている。

表9 インターンシップ業種別一覧

	生活科学	製菓	ビジネス社会	合計	
サービス業	9名	8名	20名	37名	51.3%
製造業	2名	0名	2名	4名	5.5%
卸売業	2名	1名	2名	5名	6.9%
小売業	2名	10名	6名	18名	25.0%
その他	0名	1名	7名	8名	11.1%

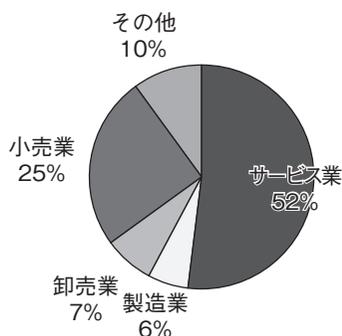


図6 短期大学部全体

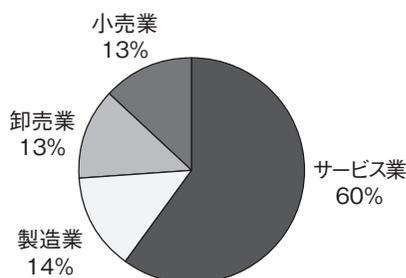


図7 生活科学科

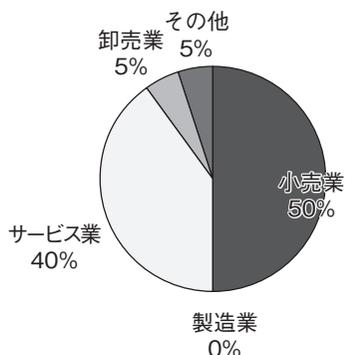


図8 製菓学科

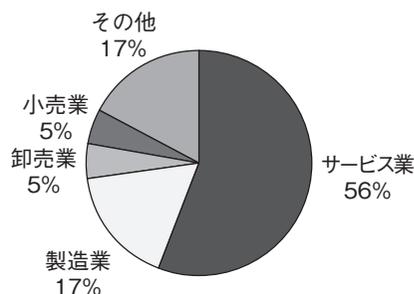


図9 ビジネス社会学科

短期大学部全体をみるとサービス業でのインターンシップが半数となっている。これは、今年度、都心にある結婚式場が本学のインターンシップを大量に受け入れてくれたことが影響している。特にビジネス社会学科の観光・ホスピタリティフィールドに所属している学生の多数がその結婚式場でインターンシップを行った。また、製菓学科は個人の洋菓子店や和菓子店でのインターンシップを行った学生が多数いるため小売業が50%となっている。

表10は、インターンシップを体験した後で、実際にインターンシップで何を得心することができたかを聞いたものである。この調査では、「大いに得心することができた」と「得心することができた」、「あまり得心することができなかった」に分けて回答し、「大いに得心することができた」に2点、

「得ることができた」に1点、「あまり得ることができなかった」に-1点を配点し、学科ごとにまとめた表となっている。

表10 インターンシップで得られたこと（複数回答）

	生活科学	製菓	ビジネス社会	合計
自分の進路を決めるのに役立つ	10	21	30	61
職業の適性がわかる	8	18	12	38
就活へのやる気につながる	9	19	29	57
大学での学習意欲につながる	5	14	17	36
これから学ぶべきことが見つかる	6	9	15	30
専門分野の知識向上につながる	7	12	28	47
ビジネスマナー修得に役立つ	12	20	42	74
ビジネスでの人間関係の理解ができる	11	23	36	70
ビジネスでの仕事内容の理解ができる	13	18	38	69
仕事の厳しさを知る	14	24	41	79
自分の責任感を増すことができる	14	22	33	69
仕事のやりがい、楽しさを知る	12	16	32	60
自立心の向上に役立つ	11	19	37	67

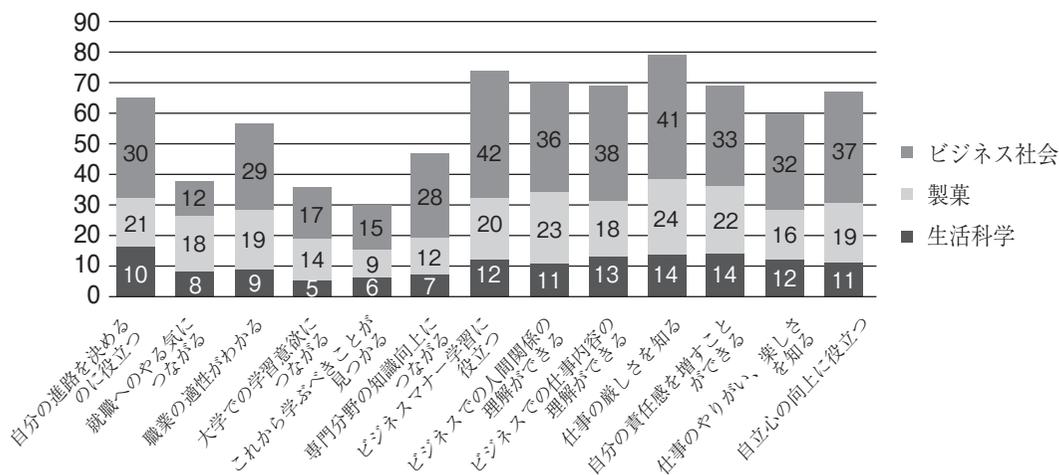


図10 インターンシップで得られたこと

事前アンケートでもインターンシップに期待することとして同じ質問をしている。事前のアンケートでは、「自分の進路を決めるのに役立つ」が高い数値になっていたが、事後では低い数値となった。また「ビジネスマナーの修得に役立つ」や「仕事の厳しさを知る」は事前アンケートよりも高い数値になっている。これらのことから、事前教育時に学生がインターンシップに対して期待していたことと、実際にインターンシップに参加して得られたことに違いがあることがわかった。

7. 本学でのインターンシップの問題点と課題

平成23年度から導入した本学の「インターンシップ」で23年度から25年度は2学科での実施であったが、今年度から短期大学部が全学を挙げて取り組むこととなった。本学の本年度の在籍者からの「インターンシップ」参加者は36%と、特定の資格取得に関係しないインターンシップ参加者の全国平均からすると高い数値となっている⁷⁾。昨年度までは、「インターンシップ」を実施することに注力し、教育的効果の検証までは行っていなかった。しかし、今年度は、インターンシップ研修の事前と事後にアンケート調査を行い、教育的効果の検証を実施できたことは、今後、「インターンシップ」を推進していくうえで参考になる事柄が検証され、大変有効であったと考える。

今年度の「インターンシップ」の問題点と課題について考察する。問題点は、学生が自分の進路選択やこれからの就職活動に役立つと考え、インターンシップに参加したが、期待していただけの結果を得ることができなかったという点が挙げられる。これは1週間という短期間のインターンシップが多いため、インターンシップの内容が進路選択にまで影響を与えていないことが考えられる。前述した学生のインターンシップ報告書でも1週間タイプのインターンシップでは、企業紹介や事業内容の説明、職場見学などを行う企業が目立ち、具体的な業務を行う機会が少なかったようである。しかし、進路選択や就職活動に役立つという部分では、効果が少なかったものの、ビジネスマナー修得の必要性や仕事の厳しさなどを知ることができたという結果も明らかになっている。日ごろのアルバイトとは違い、進路選択のためのインターンシップという意識を持って実際の職場に行き、現場に触れたことで、このように感じたようである。事後のアンケートでもアルバイトでは味わうことができない仕事の厳しさや、実際に働く従業員とのコミュニケーションの難しさなどについてのコメントが目立った。このようなことから1週間程度のインターンシップは、「気づきのためのインターンシップ」としてとらえ、教育的効果を求めていくべきであると考え。現場に触れることで、仕事をしていくうえで不足しているビジネスマナーやコミュニケーションスキルに気づき、それを今後の授業を通して修得していくということである。また、2週間から1ヶ月程度の長期インターンシップは「能力開発のためのインターンシップ」ととらえることができる。長期のインターンシップを行うことで、その仕事に対する適性や必要な能力を知り、現場の中でその能力を修得していくということである。インターンシップの実施期間によって教育効果の目的を分けることで、イ

ンターンシップでの経験を学習成果に結び付けていくことができると考える。

つぎに今後の課題について考察する。一つはインターンシップ受け入れ先の開拓である。現在の受け入れ先は、本学キャリア支援グループによる紹介とリクナビやマイナビ等の就職ポータルサイトからのエントリー、教職員からの紹介が中心となっている。今年度は39社がインターンシップの受け入れに協力してくれたが、受け入れ先の開拓には非常に困難を極めた。来年度以降、「インターンシップ」の履修者が大幅に増えたときに、受け入れ企業をどのように増やしていくかがこれからの大きな課題である。次にインターンシップの実施時期の問題である。本学ではインターンシップを1年次春学期に設定し、夏季休暇中を使ってインターンシップの研修を行っている。ほとんどの企業が夏季休暇中にインターンシップを実施しているが、旅行関係などの一部の企業ではこの時期が繁忙期ということもあり、他の時期を希望してくるケースもあった。また、テーマパーク関連の企業では、6月から12月までの土日祝日にインターンシップを行うケースもあった。このように企業側のインターンシップ実施時期に学校側が対応できていない問題が生じている。事前事後の学習とインターンシップを両立してこそ教育的効果があると考えているため、事前学習の時期についても今後検討が必要となっている。また、上記の問題にも関係するが、本学の現在の「インターンシップ」が企業主導型になっていることが挙げられる。本来であれば産学協同型が望ましいのであるが、企業のインターンシップに合わせて大学や学生が動いているのが現状である。自社の認知度を高めるためにインターンシップを実施している企業が多数あることは上述したが、学生にとっての教育的効果を高めるためには企業側と学生側のニーズをすり合わせていくことが必要である。

インターンシップには産学共同型と企業主導型があると前述しているが、アメリカのCO-OP教育の流れをくむ「産学共同型」で京都産業大学が2000年から長い年月をかけて構築され、実施されている「日本型コーオプ教育」に今後のインターンシップの効果的な体系を見ることができる。その体系はキャリア教育プログラムの一環としてインターンシップを位置づけ、「オン・キャンパスでの学び」と「オフ・キャンパスでの体験学習」を組み合わせ実社会から乖離することのない「根幹的実力の養成」を目指している。キャリアプラン領域科目（「21世紀と企業の課題」「自己発見とキャリアプラン」「大学生活と進路選択」の3科目でオン・キャンパスに当たる）から問題解決系科目群、インターンシップ系科目群、フィールドワーク系科目群（オフ・キャンパスに当たる）総合仕上げとしてキャリアデザイン系科目群「キャリアRe・デザインⅠ」「キャリアRe・デザインⅡ」（オン・キャンパスに当たる）が配置されている。科目間の有機的連携がなされ、学生には知識と実地体験とを融合しながら学ぶ仕組みが提供されている。

今年度から短期大学部で全学的に「インターンシップ」を実施したが、参加者のほとんどからインターンシップに参加して良かったとのアンケート結果を得ている。短期、長期ともに教育的な効果があることも明らかになった。今後は上述した課題に取り組み、上述した「オン・キャンパス」「オフ・キャンパス」の概念を取り入れながら、キャリア形成科目群との有機的

連携を図り、より充実した「インターンシップ」を展開していきたいと考えている。

【注】

- 1) 特定の資格取得に関係しないもの
- 2) 日本インターンシップ推進協会による
- 3) 「日本再興戦略 改訂2014」の中で中小企業を含めた企業等へのインターンシップの普及・定着を図ることが平成26年6月24日の閣議で決定された。
- 4) 文部科学省（2010）「中学校職場ガイド」（URL, http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/career/05010502/026/001/_icsFiles/afieldfile/2010/03/25/1230638_001.pdf)
- 5) 上記のほかに、採用経路の一つ（62.0%）や大学との関係強化（33.4%）など、インターンシップを通して、優秀な人材を確保したいという企業側の思惑も感じられる。
- 6) インターンシップを実施していない企業も受け入れ側の社員の負担が大きい（54.4%）、どのようなメリットがあるか分からない（22.1%）と企業側がインターンシップの必要性を理解していないことがわかる。
- 7) 生活科学科は80名の在籍だが、介護福祉コースの在籍数を引いた59名で算出した割合である。

【参考文献】

- ・篠原 収他（2006）：キャリア教育とインターンシップ，ビジネス実務論集24号.
- ・清沢文弥太（2007～2011）：第1回インターンシップの足跡，日本インターンシップ推進協会.
- ・篠原 収他（2007）：インターンシップの新展開をめざして，ビジネス実務論集25号.
- ・文部科学省高等教育局専門教育課（2013）：大学等における平成23年度のインターンシップ実施状況について.
- ・文部科学省高等教育局専門教育課（2014）：大学におけるインターンシップの推進について，インターンシップ等実務者研修会.
- ・酒井佳世（2014）：インターンシップ後の就業観・職業観の変化についての一考察，日本インターンシップ学会.
- ・松尾哲也（2014）：インターンシップにおける社会人基礎力の意義 — 「結節点」としての社会人基礎力 —，日本インターンシップ学会.
- ・二上武生（2014）：就職決定結果からみる職業観醸成型インターンシップの効果分析，日本インターンシップ学会.
- ・国立教育政策研究所（2014）：平成24年度職場体験・インターンシップ実施状況調査.
- ・リクルートカレッジマネジメント187（2014）Jul - Aug.