

平成 28 年度札幌国際大学奨励研究（共同研究）

企業・学生ニーズを踏まえた発展的インターンシップの教育開発研究

（研究代表）椿 明美
（大学）坂梨、千葉、宮武、服部、河本、松浦
（短大）遊佐、小林、石田、下村

I 研究の背景と目的

本学インターンシップは、かつて「インターンシップの導入と運用のための手引き～インターンシップ・リファレンス～」(平成 21 年 7 月、文部科学省高等教育局専門教育課)に全国事例として掲載されるほど先進的なインターンシップを展開していた。短期、中期、長期インターンシップを設定し、海外インターンシップはポートランド市長室、JAL 香港等にも送り出し、派遣者数も 232 名を数える年度もあり、他大学から先んじていた。

しかし、今では、参加者も減少し特長ある取組として評価されてはいない。今年度も初回授業には 200 人近くも参加していたのに対し、実際に希望したのは 51 名であった。一体何が原因で減少しているのか、その確たる原因を我々は掴んではおらず、また、企業主催の採用を意識したインターンシップも盛んになっている現在、学生のニーズにあったインターンシップではなくなってきているのではないかという疑問と危機感から、本研究の必要性が表出した。

本学のキャリア教育の一環として、重要な位置づけのインターンシップ授業を、学生にとって価値ある発展的なものにすることが求められる。そのため、学生、企業のニーズを把握することが重要であり、それをもとに、これまでの教育手法を見直し、現代ニーズに合ったインターンシップ教育の展開を検討することが本研究の目的である。

II 研究概要・活動等

学生アンケート、企業ヒアリングにより、教育プログラムの検証をすること、本学の特長あるインターンシップを考察、教材を開発する資料とすること、そして、新たな魅力あるインターンシップ教育の展開を検討することを目的としている。本報告書の項目は以下のとおりである。

1. ニーズ把握のための調査

- (1) 学生アンケート調査
- (2) 企業ヒアリング調査
- (3) 先進事例の調査

2. 本学の特長的インターンシップの検討

- (1) 事前指導・事後指導
- (2) 新しい特徴的インターンシップの検討
- (3) 新しい方法…ビデオ CV (Curriculum vitae)

3. 教材・広報資料の作成

- (1) インターンシップガイド作成
- (2) インターンシップハンドブック作成

4. まとめ

Ⅲ 調査・研究結果

1. ニーズ把握のための調査

(1) 学生アンケート調査

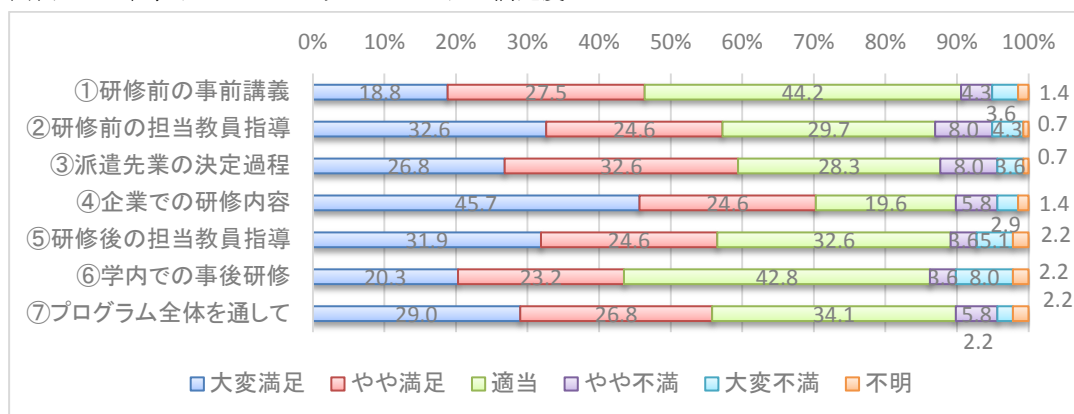
学生のニーズに対応した魅力あるインターンシップにするため、本学学生を対象に、インターンシップの参加状況、インターンシップに対する意識、本学インターンシッププログラムへの希望、企業主催インターンシップへの参加状況等を調査した。以下にその一部を掲載する。

①本学インターンシッププログラムへの満足度

インターンシッププログラムを7つのブロックに分け、各プログラム内容の満足度を5段階評価で確認した（図表1）。その結果、「大変満足」「やや満足」「適当」の3評価を積み上げてみた場合、すべての質問項目で80%以上となり評価はほぼ適切であるとみることができる。しかしながら、「大変満足」だけを見ると、「①事前講義」と「⑥学内事後研修」の満足度が約2割にとどまっている。一方、「④研修内容」は45.7%とほぼ半数が「大変満足」となっており、高い満足度を示している。

担当教員が、配布資料に気を配り、毎年見直しをかけてきた事前講義と事後研修の2点において、学生の評価は高くないことが分かった。また、企業での研修内容は満足度が高く、現場での経験を評価する傾向がみられた。アンケートから、学内での事前・事後指導に課題が残り、インターンシッププログラムとしてトータルでは、魅力的なインターンシップ評価には至っていないことが推察できた。

図表1： 本学インターンシッププログラム満足度

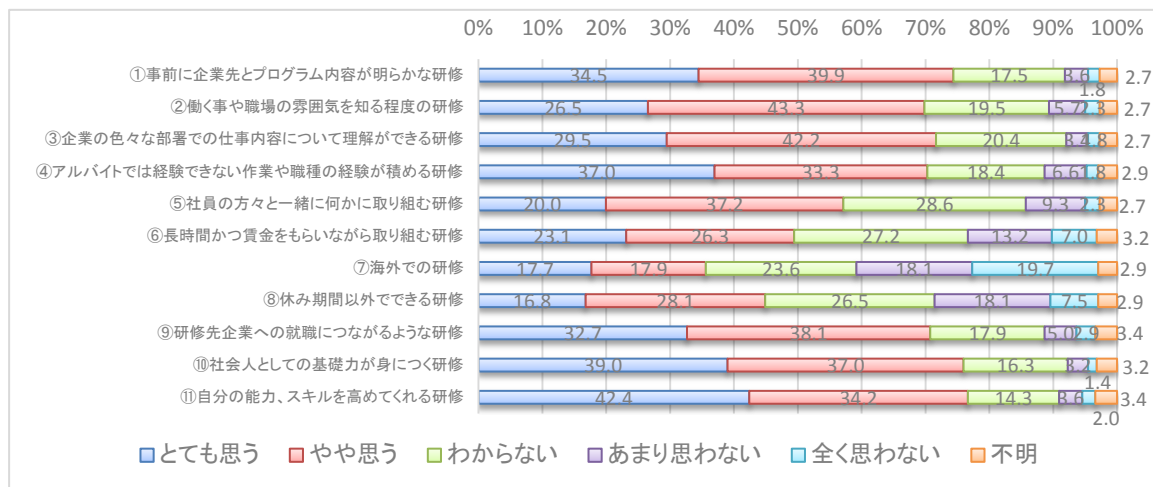


②インターンシップ内容に関する学生ニーズ

インターンシップの研修内容について5段階評価でたずね、学生のニーズを示したのが図表2である。学生のニーズの高さを「とても思う」「やや思う」の評価を積み上げ7割を超える項目を高い方からみると、「⑪自分の能力、スキルを高めてくれる研修」「⑩社会人としての基礎力が身につく研修」「①事前に企業先とプログラム内容が明らかな研修」「③企業の色々な部署での仕事内容について理解ができる研修」「⑨研修企業への就職につながるような研修」「④アルバイトでは経験できない作業や職種の経験が積める研修」の順であった。

この結果から、自己成長、企業をより深く研究できることや、働くことへの視野拡大、就職に直結する研修を好む傾向にあることがわかる。特に、「とても思う」が最も多かった、自分のスキルや能力を高めることを目的とする点では、インターンシップは、自分は何ができて何ができないかを知り、それを高めていくためのものとして取り組まれていることがわかる。一方、海外や長時間の研修に関しては、消極的な様子が窺える。

図表 2：インターンシップ内容学生ニーズ



（２）企業ヒアリング調査

派遣先企業、および関連企業に対し、インターンシップ受け入れの状況や今後への希望、採用に結びつくインターンシップの取組状況等を、11名の担当教員が各自担当している研修先に対してヒアリングを行った。

研修学生に求められることは、対人関係を良好にするコミュニケーション能力、聞く力、調べる力、メモを取る力などである。本学学生だけではなく一般的に、文章力不足は顕著である。ミスをするのはメモを取らないから、メモを取らないと覚えられないのに、メモの取り方が分からないようである。このような基本的なことを学生のうちに身につけておくことが必要であるというコメントから、大変基本的なことができない大学生の姿が浮き彫りになった。

また、研修中の姿と休み時間とのギャップに企業側が驚いており、例えば、研修室で休みをとっている際の態度は、たとえ休み時間であっても研修室という場であるため、それなりの向き合いが必要である。しかし、そこを大学の教室での休み時間と同様にいるということに、場を考え配慮できる気遣いの欠如が見られた。企業においては、このような基本的なことができないと一緒に働く人としては受け入れてはくれない。専門的な知識は当然必要であるが、まずは社会人としての基礎力が求められている。

（３）先進事例の調査

１）関西圏、石川県視察

本学の特徴的インターンシップ展開を検討するため、関西圏と石川県の２地域で実践している先進的インターンシップを事例研究とし、ヒアリング調査を実施した。訪問先は、関西観光教育コンソーシアム、一般社団法人関西観光人材育成協会、石川県庁である。

先進事例の調査結果から、以下のことがわかり、今後の本学インターンシップの検討において参考になると考えた。

- ①派遣企業数の数は、学生にとってインターンシップ参加の魅力の１つにつながっている。
- ②やりがいを求める学生の傾向から、研修中のプログラム内容の事前告知も、インターンシッププログラムの魅力へ繋がる。

２）地方創成インターンシップ推進シンポジウム～地方で輝こう、みんなで考える地方就職（2017年3月14日（火）開催）

内閣官房まち・ひと・しごと創生本部が主催した本シンポジウムは、地方創成の名のもとに、地方から来た学生を地方に戻すことを目的としたインターンシップの展開をテーマに開催された。首都圏に集中する学生を地方に還すことで地方を活性化しようというねらいで、まずは政策説明から始まり、早稲田大学での取組、自治体として岡山県知事、神奈川大学、企業からプロアシスト社長がそれぞれ事例発表をした。その中で、なかなか人材が集まらない中小企業が、インターンシップを工夫することで高度な人材を集めている様子から、地方企業と大学との新しい展開を考察する材料となった。

2. 本学の特長的インターンシップの検討

(1) 事前指導・事後指導

これまで本学のインターンシップ事前教育は、研修中のマナー(身だしなみ含む)や心構えを主としてきたが、企業の方々からの生の声を取り込んだ企業研究や働くことをイメージさせたキャリア教育をミックスした展開が先進事例、2 地域共通して取り入れていたことから、こうした視点を盛り込んだ事前教育も必要と考えられる。

また、アンケート調査結果から、これまで実施してきた事前・事後指導の満足度が、満足しているのが2割にとどまり、学生ニーズに合っているとは言えない。時間的にただ縛られているだけの事前研修であれば、形式的なものとなり、その効果は期待できない。学生がインターンシップに行く前に真に必要なことを、学生自ら意欲的に学習できる方法を検討する必要がある。

(2) 新しい特徴的インターンシップの検討

学生の専門的学びを頭と身体で理解するアドバンス・インターンシップ、よりインターンシップの高度化を追求するプロフェッショナル・インターンシップといった様に、誰もが参加できるインターンシップと差別化したインターンシップの展開が先進事例には見られ、それが特徴となっていた。特にプロフェッショナル・インターンシップは、派遣前に必要なスキルを示すと同時に、有償プログラムにして学生のキャリア形成を集中した環境で継続させる仕組みが必要であると考えられる。

本学インターンシップは、業種別、短期、長期の別で分けているが、以下のような類型を検討し、より学生に魅力的なインターンシップを提供することが求められるのではないかと考える。

(例)

- ①ベーシック・インターンシップ・・・誰でも参加可能（販売等）
- ②アドバンス・インターンシップ・・・授業の成果を確認する。（ブライダル、航空、ホテル金融等）
- ③プロフェッショナル・インターンシップ・・・必要なスキルをクリアし、大学教育の専門に関連するインターンシップ（海外インターンシップ等を含む）

さらには、低学年から取り組むインターンシップ、複数回参加するインターンシップなど、組み合わせるインターンシップも効果的であろう。

(3) 新しい方法…ビデオ CV (Curriculum vitae)

インターンシップ教育の新しい試みとして、映像を活用する方法を考えた。それは、インターンシップでの体験や学んできたことを、プレゼンテーション、あるいはインタビューに回答する形式で映像として記録し、インターンシップ参加を考えている学生に見せるものである。より臨場感ある研修説明をすることで、参加者増を図る。

特に、実際に体験した学生からの報告は、新たに挑戦しようと考えている学生たちにとって、

よりリアリティのあるものになるだろう。今回撮影したのは、2017 年 4 月 24 日、インターンシップ初回または 2 回目の授業で使用予定である。

また、さらに発展してビデオ CV として、希望者が多い派遣先に学生を選抜してもらう方法も考えられる。



3. 教材・広報資料の作成

(1) インターンシップガイド作成

本学インターンシップとは何かを説明する資料として、インターンシップガイドブックを作成した。学生支援課がまとめ役となり、本学インターンシップの説明、インターンシップ経験者の感想、卒業生のインターンシップ経験、受け入れ企業のコメント等を盛り込み、これから派遣依頼をする際に企業に配布できるものとして作成した。本学学生、これから入学する高校生、高校の教員等への説明資料としても活用可能である。

(2) インターンシップハンドブック作成

現在の授業は、担当教員が作成した PP 教材をもとに進められている。これをテキストとして印刷製本することで、いつでも手に取って見ることができる教材として、また印刷の省力化にもつながり、効率よく授業展開ができるものとして活用する予定である。

4. まとめ

本学のインターンシップは、草創期の勢いをなくし下降線をたどっているという問題意識から本研究はスタートした。授業プログラムは教員側が良かれと考え創意工夫をしていたはずだが、アンケート調査での学生評価は低かった。今回の定量調査では、そこにどのような問題が潜んでいるのかは明らかにすることができなかったため課題となった。

また、企業ヒアリングでは大変基本的なことができない本学学生の様子が浮き上がった。普段の生活上の態度や行動が問題であるため、授業での知識付与では解決できない。日常的にそのような習慣づけが必要であると考え。それをどう扱っていくのかは全学的な問題であると考え。

今回の研究では、学生ニーズと企業ニーズの一部が見えてきた。インターンシップの企業アンケートは毎年行っているが、それでは見えない姿がヒアリングから見えた。学生ニーズは、アンケート調査のみ行ったが、これでは見えない事前・事後指導への不満は、定性調査で明らかにする必要がある。

現実を把握し、より魅力的な札幌国際大学インターンシップを再構築し、実務の大学として国内、海外と広く経験できるインターンシップを展開するため、今後も研究を継続していきたい。

以上