

インターンシップ・プログラムの留意点

—導入期の現状と課題—

手嶋 康 則

An Introductory Internship Program: Its Present Condition and Problems

Yasunori Teshima

(2009年11月27日受理)

はじめに

平成19年度に本学の家政経済学科は、キャリア開発学科（以下、本学科）に改組され、キャリア形成支援の科目として「インターンシップ・プログラム」が導入されることになった。インターンシップは、すでに多くの大学が実施しており、本学科の取り組みは遅れていたのが現状である。

本論は、大学、短期大学、専門学校、およびインターンシップに関連する支援機関からの情報や資料を得て、高等教育機関のインターンシップのおおまかな実態をまとめ、さらに本学科のインターンシップ・プログラムがはじまった導入期（平成19年から20年まで）の実施状況および学生の実態について報告するものである。

本研究の目的は、各教育機関においてインターンシップが導入された経緯を整理するとともに、本学キャリア開発学科のこれまでの取り組みを振り返ることで、導入期における課題を明らかにすることである。インターンシップ・プログラムを構築する上で、学科内プログラムの開発と受入先企業の実習プログラムの作成に向けての第一歩と位置付けられる。今後、インターンシップを継続していくことで、事例が蓄積され、さらに実証的な検討を重ねて本学科の短期大学に相応しい実践的キャリア教育のプログラムに到達するものとする。

1. インターンシップの概要

1-1 インターンシップ普及の背景

インターンシップは90年代のバブル崩壊以降、大学の就職問題が深刻化したことで普及を速めてい

る。しかしながら、このような経済的・社会的環境だけではなく、教育的な問題も大きいと考えられる。ひとつに雇用環境の多様化がある。規制緩和による雇用環境の変化は、学生の働く意識を変化させる一方で、働くイメージをもてないモラトリアムな人間を生み出し、増加させるという社会的要因をつくりだしたと考えられる。インターンシップが盛んになり始めてからの新卒入社者の特徴を中小企業基盤整備機構は下記のように報告（表1）しているが、充分本学科の実習生にもあてはまっているように見受けられる。

表1 「平成13年度人材需給実態調査報告書」

- ① 元気がなく、学業成績においては以前より優秀であるが、こぢんまりと合格点の範囲内に収まっており、自主性に欠ける。
- ② まじめすぎるぐらいまじめで、おもしろみがない。
- ③ 自発性がある人もいるが、受動的な人が多くなった。
- ④ 面接の際に優劣が付けづらいくらいに、みな同じようなキャラクターの傾向にある。
- ⑤ 周囲の人に関心を示すが、他部署・全社的なことに興味が薄く、狭い範囲に対する帰属意識が高い。
- ⑥ ひとつの企業にこだわって、体を動かしOB訪問を行う人は減少して、インターネットで数多くの企業の入試試験を受ける人が増えた。

（出典：独立行政法人中小企業基盤整備機構）

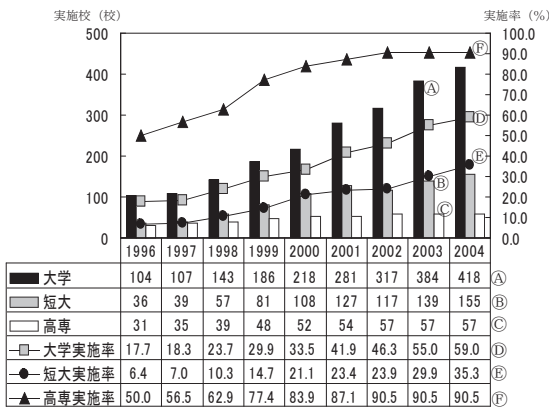
このような社会背景にあって小・中・高・大と系統的に各教育段階を通じ実施されているインターンシップは、各地域の実践的キャリア教育活動として最終段階の大学、短期大学において特に重要であり、今後おおいに期待される授業科目であると考え

る。

1-2 インターンシップ実施状況

インターンシップ制度は、平成9年に文部省・通商産業省・労働省が、「教育改革プログラム」および「経済構造の変革と創造のための行動計画」の中で「学生が自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」と定義したところから始まり、平成11年度にインターンシップを正規の教育課程として位置づけている。文部科学省の報告によれば平成18年度に現場実習を行った大学は482校で授業科目としての実施率は65.8%であった（国立86.8%・公立43.4%・私立65.6%）川崎〔2008〕。正規の授業科目とするインターンシップは、企業実習のほかにも何らかの事前・事後の研修プログラムを実施することに加えて、合格者に単位を認定している。大学、短期大学のインターンシップは毎年増加しているものの企業実習の実施状況（図表1）のデータからは短期大学の取り組みの遅れが目立っている。

図表1 インターンシップの増加の現状



資料：文部科学省「大学等における平成16年度インターンシップ実施状況調査結果について」

そのほか、インターンシップを授業科目とせず、学校行事の一環として位置づけた「公募型インターンシップ」がある。これは企業が大学側に働きかけ実施する企業実習であり、オリエンテーションなどの事前、事後研修がなく、単位が認定されることは原則行われていない。

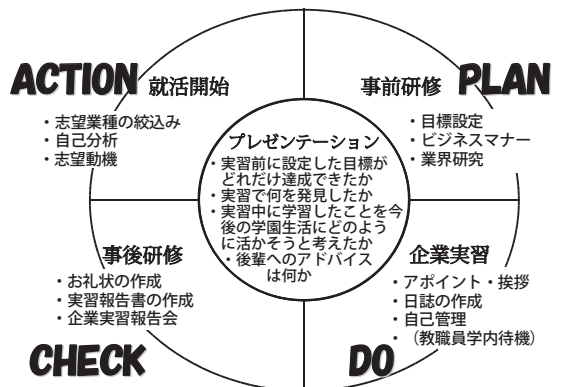
2. キャリア開発学科のインターンシップ

2-1 企業実習の目的

企業がインターネットや携帯ツールを活用し直接企業実習生を募集する場合や或いは、大学の就職課にインターンシップを依頼する場合は、目的が採用にあることが多い。専門学校は就職活動の一環としてインターンシップを実施しているケースが多いが、大学が主体となるケースでは、企業の採用に直結させることを目的とすることは少ない。大学、短期大学はあくまで就業体験を目的としており、キャリア形成にかかわる学生の意識の啓発を目的として実施しているケースが圧倒的に多い。

一般的にインターンシップ・プログラムの目的は、「学習意欲の喚起、職業選択の準備、資格取得」の3つのタイプに分けられている。短期大学生は2年に進級するとすぐに就職活動のピークに入るため、本学科は学生の「職業選択の準備」を目的とした実践的教育プログラムを重視している。プログラム構成は、「事前研修としてビジネスマナーの徹底および業界研究の発表。次に、実務を優先させ職場での目標設定を毎日行い、その達成度が計れるように工夫する。また、常に業務の基本である「報告・連絡・相談」を習慣とするように努める。実習終了後は実習報告書の作成および学内の報告会を通じ就職に関する学生の啓発にあたる。」以上を基本とし運営することを定めた。

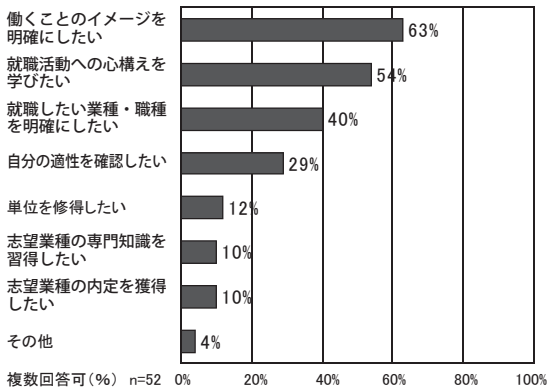
図表2-1 キャリア開発学科のプログラムのサイクル



インターンシップで企業実習を体験した実習生が、就職支援を目的とした授業の中で下学年のサポートに回ることは、就職活動に対する学生の意欲の喚起におおいに繋がっていることがインターンシップの参加動機を調べることで明確である。現

在、本学科のインターンシップの授業は、海外研修とならび学外の体得型科目に位置づけられているが、本学科には職業教育を系統的に行う科目として大学基礎演習、キャリア形成演習Ⅰ・Ⅱ・Ⅲがある。このような授業に企業実習を体験した実習生を積極的に参画させ、インターンシップ科目と職業教育科目の連携を図ることは学生同士の自己啓発であり、自己理解のみならず他者理解を深めていく良い機会となるのではないだろうか。

図表2-2 学生がインターンシップに参加した目的



資料：中村学園短期大学部キャリア開発学科アンケート 平成21年1月実施

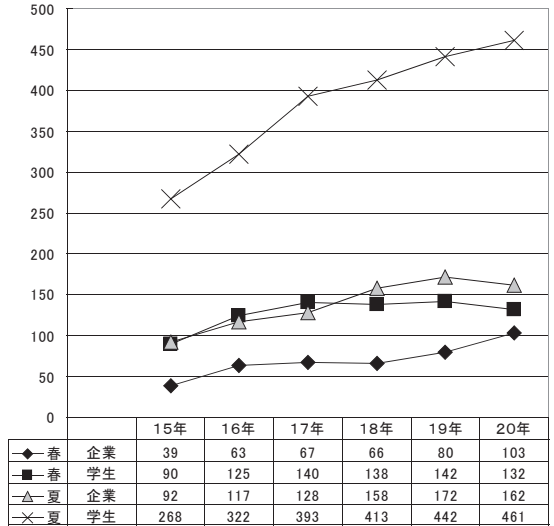
2-2 企業実習の時期と期間

平成18年度の文部科学省の調査によれば企業実習体験者は5万430人で大学在籍者のわずか8.3%にすぎないのである。川崎〔2008〕。企業実習に参加する学生の多くは、夏季休暇を利用しており、春季休暇と比べ約3.5倍となっている。受入先企業数も夏季休暇期間は、春季休暇時期に比べ約1.6倍と多い（図表2-3）。

この場合問題となるのが短期大学である。短期大学の多くは2年に進級する前の春季休暇期間（2月初旬～3月中旬）に企業実習を実施しなければならない。この時期は受入先の企業にすれば年度末や人事異動の時期にあたる。その理由から下記のグラフを見ても分かるように企業が実習生の受け入れを嫌う時期でもある（図表2-4）。

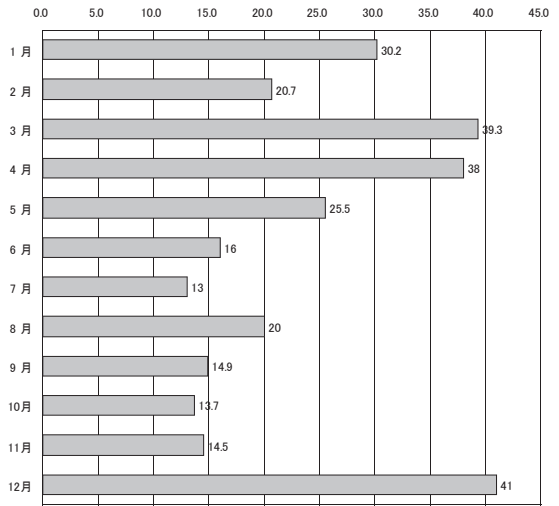
実施期間の設定は、学生を受け入れる企業の負担を考える必要がある。単位を認定する以上、事前、事後研修は勿論、企業実習においても必要最低限の時間数を確保すべきと考える。本学科は原則2週間（実質10日間）の企業実習とした。ただし、金融機関は職場での業務上の問題から受入先機関での実

図表2-3 年度別 福岡県の春季・夏季別 受入企業数と受入学生数実績推移



資料：（財）福岡県インターンシップ推進協議会提供 平成20年10月

図表2-4 企業が受け入れたくない時期



資料：中部通商産業局「インターンシップに関するアンケート調査」平成9年8月 企業規模：従業員100人以下46.2%

習に制約が多く、銀行の企業実習は5日間程度の短期日程を特例としなければならなかった。

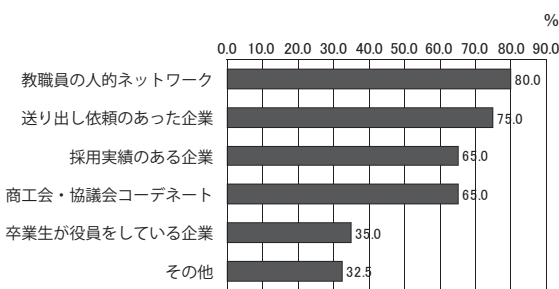
2-3 企業実習生受入先企業の確保

指導教員にとって最大の難題は、どこの大学、短期大学も変わりなく学生の受入先企業の確保であると実感する。そのため福岡県の大学、短期大学の多

くが福岡県インターンシップ推進協議会や福岡県経営者協会などの学校と企業をコーディネートする機関と連携し、実習生を受け入れる企業の確保にあたっているのが現状である(表2)。福岡県インターンシップ推進協議会を通した場合は実習生1名(1口あたり)1万円の支援金を支払うほか、原則1大学につき実習生1名とされている。福岡県経営者協会においても年会費が必要である。このようなインターンシップ支援機関は、新規企業の開拓、事前研修の代行、企業交流会の実施など、さまざまなプログラムを準備し大学をサポートしている。また、民間の人材派遣会社にインターンシップ・プログラムの講座作成及び講師の派遣を委託するケースもある。インターンシップの学生数が多い大学においては企業、学生の実習調整が効率的に行えるメリットがあるだろう。

本学科はこれまで導入期の企業開拓をすべて学科教員で行い30社の受入先を確保した。女子学生が大半を占める本学科のような中堅規模の短期大学では就職先も福岡県を中心とした地元志向が強い。そのため、地場企業との産学間の対話を重視する「Face to Face」の運営姿勢を原則とする方針を立てた。指導教員自らが職場訪問を行い、現場担当者から直接情報を収集することが導入期の最重点事項であると考えている。この段階からの企業との信頼関係が構築できてこそ、その後の産学プログラムの開発につながると考えている。

図表2-5 インターンシップ企業の開拓方法



資料：人材育成としてのインターンシップより
注：「インターンシップの実態に関するアンケート」大学調査

2-4 実習生の選考基準

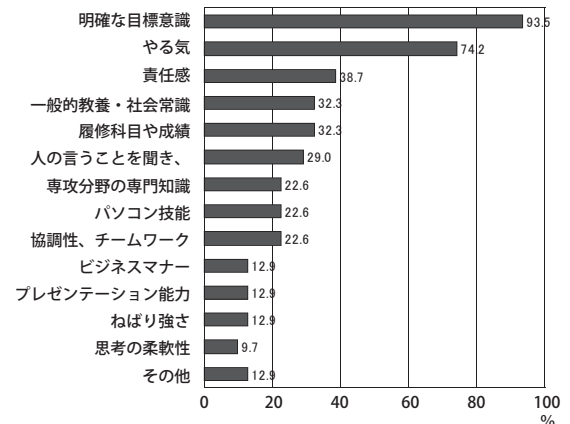
本学科のインターンシップ・プログラムにエントリーした学生は、1年目が29名(全学年構成比の15%)。翌年、第2回目のエントリーは113名(全学年構成比の50%)と約4倍に増加した。初年度の手探りの状態から、2年目は1年目の実績をもとに

具体的な企業での実習内容を伝えたことに加え、企業実習報告会に1年生を参加させたことが高い関心につながったと考えられる。

本学科のインターンシップは7月の大学基礎演習からはじまり、手引書(インターンシップ・ガイド)は、このタイミングで説明する。入学して3ヶ月目には、「就職とインターンシップ」をテーマに指導教員が講義を行い、この段階で学生に就職活動に対する心構えを注入する。なぜなら、短期大学生としての初めての夏季休暇をどのように過ごすかは、その後の就職活動に少なからず影響すると考えるからである。そのためインターンシップに参加を希望する学生は、夏季休暇期間にエントリーシート(志望動機、実習目標、自己PR)を作成させると共に仕事を題材とした小論文(800字)を合わせて提出させることにした。学生の読書離れが進む中、就職情報を自らが自発的に取りに行くということが狙いであり、就職試験の小論文対策も兼ねている。エントリーの受け付けは9月の第1次選考(エントリーシート、小論文)、10月の第2次選考(指導教員面接)を経て企業へ派遣する学生を決定する。

文部科学省が平成18年度に実施した「大学が企業へ派遣する学生の選考基準」の調査(図表2-6)によれば、第1に「明確な目標意識があること」、次いで「やる気」となっている。

図表2-6 大学が派遣する学生の選考基準



資料：人材育成としてのインターンシップより
注：「インターンシップの実態に関するアンケート」大学調査

本学科の選考基準も「明確な目標意識」、「やる気」としており、具体的には、①インターンシップに参加する動機が明確か。②実習先企業で何を学び

たいか。③自己PRに熱意を感じられるか。④前・後学期の授業態度及び出欠状況に問題はないか。以上を第1次、第2次選考で重視している。

選考基準の中で学生の志望先（業種、職種）と受入先企業を完全にマッチングさせる大学がある。企業実習が工場や研究所で実施される理工系の専門実習や医学部のインターンなどがそれに当たる。しかし、短期大学が実施する企業実習は一般的に「ビジネス・インターンシップ」（表3）といわれる性質のものであり、必ずしも学生と企業をマッチングさせることは優先事項や必須要件ではないと考え、これまで学生と企業を選考してきた。

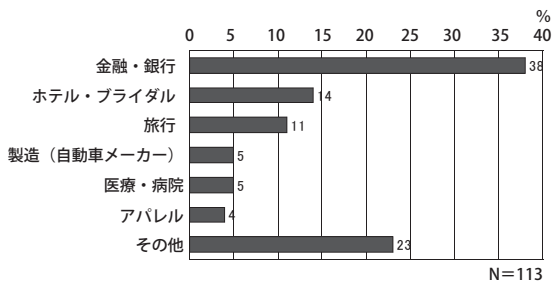
表3 ビジネス・インターンシップとは、「文部科学省の資料では、工学、医学、理学、農学などの専門性の高い分野のインターンシップも含めているので、これらを除いたものを区別する意味でビジネス・インターンシップという語を使う」（教員免許状、保育資格、看護師、学芸員、司書などの国家資格のほか、公的資格、民間資格などの取得に必要な実習は対象外である）。

この考えは導入期に実施した学生へのヒアリングやアンケートの結果から短期大学は入学してから就職活動までの期間が短く、自己分析、業界研究が充分と言えず、学生の「第1志望先」は確実な前提条件とならないと判断したためである。興味深いことに学生が志望先と異なる職場を体験した事例において「不満足」という学生より、「職活動の視野が広がった」という感想が大多数を占めている。大学調査の事例報告の中に企業実習を採用と結びつける方針から学生の志望先と受入先企業（業種）のマッチングを優先させた大学が、その後のインターンシップで参加する学生の減少や受入先企業の確保が困難となり、インターンシップ・プログラム自体が低調となったことが紹介されている。

2-5 学生の志望先企業

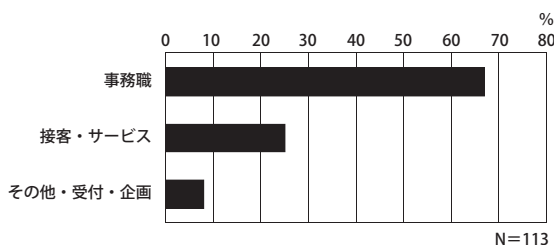
本学科の学生113名がエントリーした志望先企業は、金融業・銀行43名（38%）、ホテル・ブライダル16名（14%）、旅行業が12名（11%）で上位を占めた〔平成20年10月アンケート実施〕。この学生の志望傾向は2年間変わらなかった。このように特定の業種に志望先が片寄る背景は、業界・企業情報の不足と仕事を表面的にしか実感できていない本学科の問題点であり、短期大学生全般に言えることと推測される（図表2-7）。また、職種は事務職志望が67%と圧倒的に多いのが本学科の特徴である（図表2-8）。

図表2-7 エントリーシートの第1志望業種（平成20年度）



資料：中村学園短期大学キャリア開発学科「エントリーシート」平成20年9月実施

図表2-8 エントリーシートの第1志望職種（平成20年度）



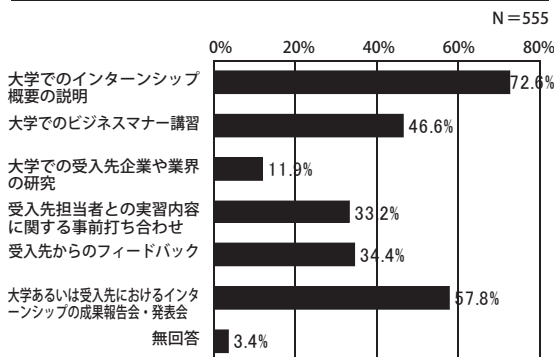
資料：中村学園短期大学キャリア開発学科「エントリーシート」平成20年9月実施

3. キャリア開発学科のプログラム

3-1 オリエンテーション（事前研修）

「大学が実施する事前、事後のフォローアップ」（図表3-1）を見ても分かるように、大学が実施している現状のオリエンテーションは充分とはいえない。

図表3-1 大学が実施する事前、事後のフォローアップ



資料：インターンシップ推進支援事務局「ハイパーキャンパスシステム」平成20年1月

1年目のオリエンテーションで気づいたことは、就職がテーマのインターンシップの研修は通常の授業に比べ学生が緊張しているという実感であった。そこで2年目は、ゲーム感覚、イベント感覚の要素を取り入れ学生の不安や緊張を取り除くようにカリキュラムを再構築した。例えば、1年目の「自己紹介・自己PR」を2年目は「自分自慢大会」とし、「身だしなみ」の講義は、翌年から学生を審査員とした「第1印象好感度コンテスト」に変更した。ビジネスマナーは講義を減らし、ロールプレイングの時間を増やした。特に、言葉遣い、電話対応は実践的指導を重視した。その結果、張り詰めた雰囲気は和み、楽しんで主体的に取り組む学生が確実に増えた。その半面、自由研究とした「業界・企業研究」は大半の学生が、「満足いく企業研究ができなかった」とアンケートに答える結果となった。自主的な取り組みが難しく、今後はグループで「業界・企業研究」に取り組み発表させるように切り替え、より能率的に企業情報を学生同士が共有できる方法で指導する。また、本学科のこれまでの採用実績に基づく「企業別事例課題」の教材を作成し、グループディスカッションをさせるなど実践的なプログラムを増やすことが望ましいと考える。

3-2 企業実習中

一般的な受入先企業の実習内容は、事務および接客サービスを基本とした日常業務であったが、製造業は工場の視察や製造体験がプログラムに取り上げられた。また、銀行のプログラムは他大学の4大生と合同で行われ、短期大学生にとっては「精神的に苦しい」といった感想が述べられるなど各企業の特徴が反映される。税理士事務所、旅行業、不動産業は、「専門知識がある学生がよい」との要望が強い。アパレル製造卸業は、営業志望の女子学生の人材不足を指摘される。アパレル、服飾系小売業は実習生の容姿を第一に重視する傾向がある。広告業はWEB制作、建設業はCADの有資格者が実習生に求められた。

導入期の企業実習の実績を踏まえ、今後はさまざまな業種の受入先の中で実習生の満足度を高めるために指導教員と企業担当者が企業実習前のプログラムを作成し、それをたたき台として学生が目標設定をできるように指導する必要がある。また、現実的には受入先企業の半数以上がインターンシップに対する十分な認識はなく導入期の段階で事前企業実習プログラムの作成まで踏み込めなかった。そのような状況の中でも小・中学生の受入経験しかない企業や従来は理工系の学生を対象としている企業が本学

科への受入間口を開いてくれたことに深く感謝している。インターンシップの導入期は企業と指導教員とが信頼関係の上に実績を積み重ね、その本質を理解しあうまで時間を要すると思われる。例えば、実習生の受入経験がない企業の担当者にインターンシップを理解してもらうなら、理想的、学術的な説明よりも少し乱暴であるが、「新入社員研修をイメージしたダイジェスト版プログラムの作成をお願いします。」という位の端的な説明のほうが理解を得やすいことが実情である。逆に、企業実習の経験が豊富な企業からは、実習生に広告媒体の企画や市場調査など課題解決型プログラムの提案ができるなどインターンシップは実学としての可能性を秘めている。

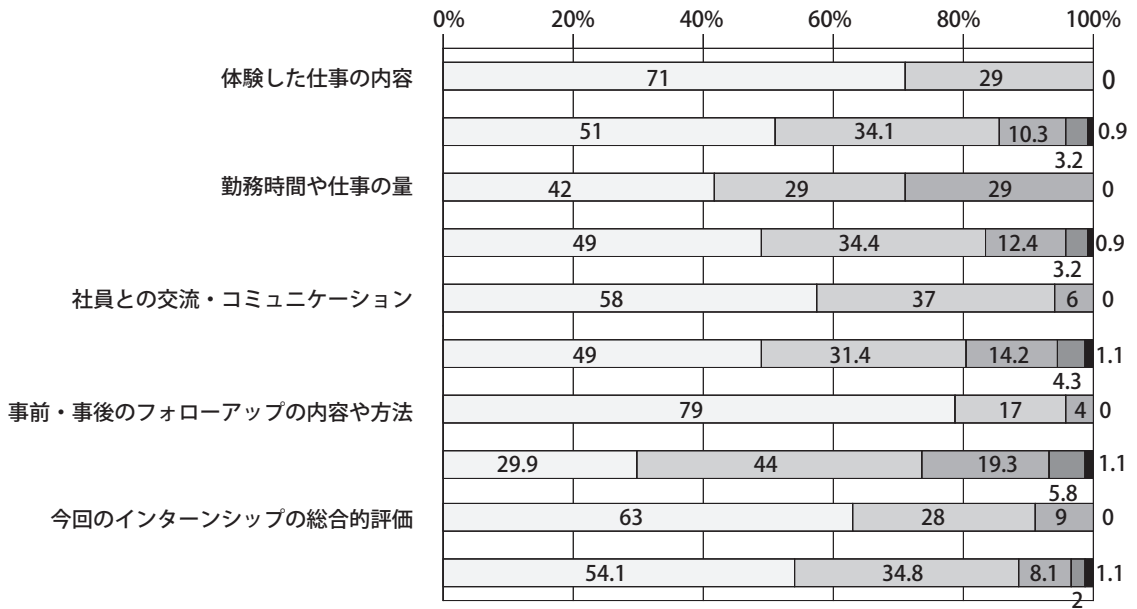
受入先企業との打合せで必ず実習初日と最終日に企業の担当者の実習生のミーティングを実施していただくようお願いすることにした。なぜなら、特に最後日のミーティングの有無が企業実習の満足度に影響を与えること、さらに、その後の就職活動におけるモチベーションにも影響するように感じたからである。

筆者は企業実習の期間に受入先企業を巡回し52名の学生が働く職場を訪問した。なぜなら実習中の学生はかなりストレスを感じている。見慣れた顔を見るだけで緊張や不安から開放される様子がわかる。このような職場での従業員、学生を通じインターンシップの課題と次のプログラムのヒントを見つけることができた。「インターンシップの満足度」を調査した結果(図表3-2)、アンケートの総合評価は実習生の約9割が満足していた。しかし、実際に職場訪問で実習生と関わる中で学生は反復作業や立ち仕事への不満が目立ち、事務の仕事では職場の人たちと話す時間が少ないほど不満な様子がうかがえた。また、年長者による指導よりも同年代の女子社員や新入社員が指導する職場での満足度が高い。営業と同行した業務のケースも満足度が高い。以上のことはアンケートでは見えてこないが職場訪問や実習生の業務日誌を通じて実習中の学生の実態を知ることができた。

3-3 オリエンテーション(事後研修)と評価

事後研修の内容は、企業への礼状および実習報告書の作成、実習日誌の提出を義務づけた。単位認定のインターンシップ・プログラムの総合評価は指導教員が行うが、企業実習期間の学生の評価は企業担当者によるものである。本来インターンシップには就業意識が高い学生が参加していることもあり全般的に企業からの実習生の評価は高いが、この2年間

図表3-2 インターンシップの満足度
 上段：キャリア開発学科 平成20年度企業実習生
 下段：全国の大学生、大学院生、短期大学生、専門学校生



満足している どちらかといえば満足している
 どちらかといえば満足していない 満足していない
 無回答

資料：中村学園大学短期大学部キャリア開発学科インターンシップアンケート 平成21年4月実施
 資料：インターンシップ推進支援事業局「ハイパーキャンパスシステム」 平成20年1月

は、「問題意識が低い」、「相談などが受身」との各共通した指摘を企業担当者から受けている。問題意識の低さは、志望先が固まっていないことや業界・企業の知識不足も原因と考えられるが、質問や相談をしない理由に「相手の仕事の邪魔をする」と考えている学生が少なくないことに驚かされる。

インターンシップに参加した全国の大学生、短期大学生の60%は、企業実習後に就職に関する意識に変化があったことを認めている。具体的には、これまで関心がなかった業種、職種、企業に興味を示すようになったと回答している。本学科が2年目に実施した企業実習の感想は98%の学生が、後輩に勧めたいと答えている。

3-4 企業実習報告会と企業取材

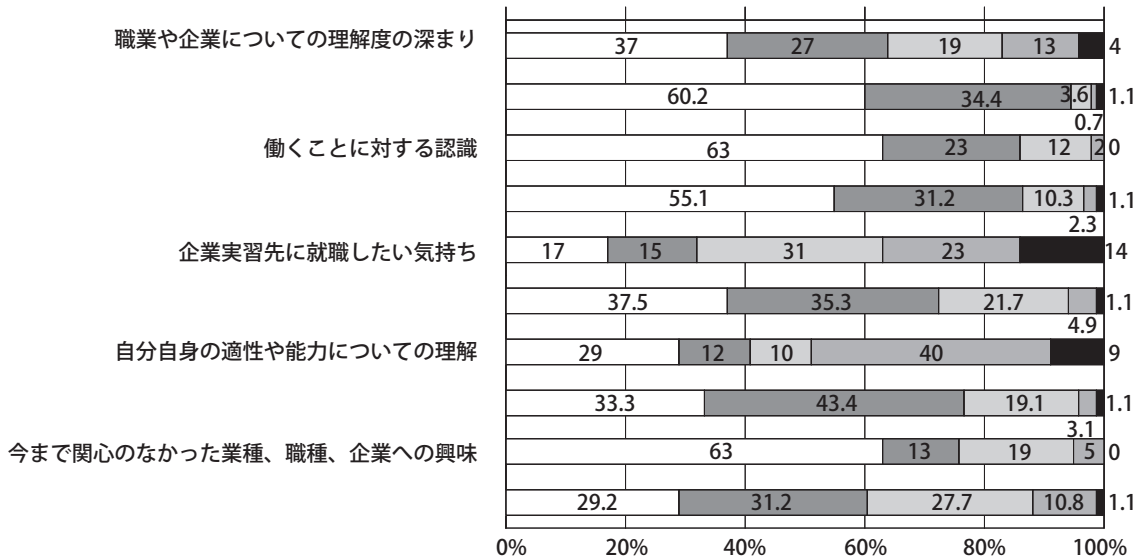
インターンシップ・プログラムの総括として学内で企業実習報告会や交流会を開催した。企業実

習報告会は、受入先企業及び就職活動中の学生や下学年生への啓発のために欠かすことができない学内行事として位置づける一方で、学外に向けた活動として、学生による実習先企業の取材活動に取り組んだ。取材内容は企業で働く学生の様子とインタビューのコメントを紹介したもので大学のホームページに掲載した。企業実習に参加していない学生にも閲覧をすすめ学生の間で好評であった。

4. おわりに

インターンシップに参加する学生の就業意識は参加しない学生と比べて高い。しかしながら、そのような学生でも共通した課題が事前研修を通して浮かび上がってくる。むしろ就職活動に意欲的な学生と話をしているほうが、本学科の学生の弱点や実態を

図表 3-3 インターンシップ後の意識の変化
 上段：キャリア開発学科 平成20年度企業実習生
 下段：全国の大学生、大学院生、短期大学生、専門学校生



□ あてはまる ■ ややあてはまる ◻ あまりあてはまらない ◼ あてはまらない ■ 無回答

資料：中村学園大学短期大学部キャリア開発学科インターンシップアンケート 平成21年4月実施
 資料：インターンシップ推進支援事務局「ハイパーキャンパスシステム」平成20年1月

見つけることができるとさえ言える。今後は企業実習の現場で起きた事例を収集したケーススタディの教材を作成し本学科のインターンシップ・プログラムに反映させたいと考えている。

参考・引用文献

川崎友嗣 2008 インターンシップによるキャリア形成支援—関西大学の場合— 業界研究 秋季号 巻頭語
 佐藤博樹・堀有喜衣・堀田聰子 2006 『人材育成としてのインターンシップ—キャリア教育と社員

教育のために—』 労働新聞社
 文部科学省 2005 『インターンシップ・ガイドブック—インターンシップの円滑な導入と運用のために—』 ぎょうせい
 古閑博美 2003 『インターンシップ—職業教育と実践—』 学文社
 インターンシップ推進事務局（社団法人雇用問題研究会内） 2008 『職業研究』 秋季号
 石田宏之・大田和男・古閑博美・田中宣秀 2007 『インターンシップとキャリア—産学連携教育の実証的研究—』 学文社

表 2

〔インターンシップ協議会の仲介による平成19年度・20年度春季・夏季応募状況及び結果〕

実施時期		平成19年春季	平成19年夏季	平成20年春季	平成20年夏季	
大学名		決定数	決定数	決定数	応募数	決定数
1	九州大学	12	29	18	82	52
2	九州工業大学	1	15	2	31	14
3	福岡教育大学	0	2	0	12	5
4	北九州市立大学	0	13	0	54	27
5	西南学院大学	26	62	24	104	59
6	福岡大学	13	39	20	95	55
7	九州産業大学	29	70	17	81	71
8	福岡県立大学	1	27	0	41	26
9	東和大学	0	3	0	3	3
10	久留米大学	11	47	7	52	31
11	筑紫女学園大学	4	43	2	49	47
12	中村学園大学	2	3	1	2	2
13	福岡女学院大学	21	38	20	63	27
14	九州国際大学	0	7	0	28	25
15	九州共立大学	6	14	2	14	9
16	九州女子大学	2	5	0	7	7
17	西南女学院大学	0	5	5	9	6
18	福岡女子大学	3	12	12	33	18
19	福岡工業大学	11	43	11	77	64
20	近畿大学産業理工学部	0	49	0	31	21
21	西日本工業大学	0	2	0	0	0
22	福岡国際大学	0	8	0	9	9
23	久留米工業大学	1	5	0	4	3
24	サイバー大学	0	0	0	0	0
25	西日本短期大学	0	0	4	1	1
26	精華女子短期大学	0	3	0	4	3
27	筑紫女学園短期大学	0	0	0	0	0
28	近畿大学九州短期大学	0	0	0	0	0
29	純真短期大学	8	0	1	0	0
30	福岡工業大学短期大学部	1	0	0	0	0
合計		152	544	146	886	585

資料：(財)福岡県インターンシップ推進協議会提供 平成20年10月