

[論文]

インターンシップと大学教育

～鹿児島県立短期大学商経学科におけるインターンシップを事例に～

竹 中 啓 之

- I. はじめに
- II. インターンシップの概略
- III. 平成10年度鹿児島県立短期大学商経学科での企業研修
- IV. 今後のインターンシップのあり方
- V. おわりに

I. はじめに

最近の経済状況の中、社会が求めている大学での教育、言い換えれば、大学で学生が身につけなければならない能力が変化しつつある。以前は大学での教育は知識の教授、座学中心であり、特に社会科学系にはその傾向が強く見られていた。しかし現在では、知識の習得はもちろん重要ではあるが、より実践的な能力、社会で即戦力として通用する能力が求められてきている。

このような変化の中で、近年、大学、産業界、さらには国の行政機関等では、積極的に学生の実践能力を養成するための取り組みを行ってきている。それが「インターンシップ」と呼ばれる制度であり、平成9年には、文部省、通商産業省、労働省の三省共同で「インターンシップの推進にあたっての基本的考え方」を発表し、政府としてはこれを施策として推進していく構えである。

そこで、この論文ではこのように注目を浴びつつあるインターンシップの概略を説明すると共に、平成10年度に鹿児島県立短期大学商経学科で実施したインターンシップの事例を紹介しながら、この制度の運営の方法を見ていく。最後にこの制度の問題点や課題について触れていくことにする。

Ⅱ. インターンシップの概略

インターンシップの定義に関して、一般的には学生が在学期間中に、実際に企業等で就業体験をする制度と考えられている。平成11年の文部省の「一教育立国を目指して一教育改革プログラム」によると、この制度は「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」と定義されており、大学教育の一環としてとらえるだけではなく、学生の実社会での実践能力の育成も視野に含めた、幅の広い定義となっている。

1. インターンシップの意義

したがって、このように定義されるインターンシップは、大学・企業・学生等に様々なメリットをもたらすと考えられる。文部省発行の「インターンシップ・ガイドブック」によるとそれぞれのメリットは以下のものが挙げられている。

(1) 大学等と学生のメリット

- ・高い職業意識の育成：学生は企業での研修を体験することで、より主体的な職業選択や職業意識の育成が行われる。
- ・自立心、責任感のある人材の育成：実際の企業での研修の体験が、自立心や責任感の育成につながる。
- ・教育内容や方法の改善及び充実：大学での理論的な部分と企業での実体験が結びつくことにより、大学での教育内容がより充実することになると共に、学生の側には、大学での新たな学習意欲を喚起する契機となる。
- ・育成すべき人材の産学コンセンサス形成：大学と企業との人的な交流に

よって、産学が連携して社会にとって必要な人材の育成に関して、情報交換を活発に行うことができる。

- ・ 知の産学交流：理工系や経営・マーケティングなどの産業界と結びつきの深い分野では、学生の企業での体験が大学へ持ちこまれることにより、研究や教育面での活性化が期待できる。

(2) 企業側のメリット

- ・ 人材との出会い：実際の企業体験によって、優秀な学生を見出すことができる。あるいはインターンシップの採用そのものが社会や学生等へのアピールとなり人材採用活動に関して有利になる。
- ・ 高い職業意識の育成：学生の適切な職業選択を促進し、就職後の職場への適応力や定着率の向上につながる。
- ・ 教育への産業界等のニーズの反映：より豊かな産業界等のニーズを大学に伝えることができる。
- ・ リバーソOJT：大学での最新の知識を持った学生が逆に社員を教育する可能性があり、企業側の研修担当者にとっては、研修の訓練となる。

また、九州通商産業局・九州地域インターンシップ導入検討会の「インターンシップ導入手引書」でも同様に、大学や学生の意義として、「教育内容・方法の改善・充実」、「高い職業意識の育成」、「自主性・独創性のある人材の育成」、企業側の意義として、「実践的な人材の育成」、「大学等の教育への産業界等のニーズの反映」、「企業等に対する理解の促進」が挙げられている。

実際の大学や企業からの意見としても、中部通産局調査によると、大学側としては、「地元産業界や自治体とのコミュニケーション強化」、学生にとっては「職業意識の形成」、企業側は「優秀な人材との出会い」がもっとも高い割合を示している。

これらをまとめるならば、大学や学生にとっては、学生の実践能力の向上という目的というよりは、むしろ大学教育の活性化や学生自身の意識の向上にウエイトがおかれ、企業側としても、インターンシップを短期的な人材育成制度

ととらえるのではなく、将来的・長期的な人材の確保を目指しているといえる。

そもそも、インターンシップが行政機関で取り上げられるようになったのは、平成9年5月に政府が公表した「経済構造の変換と創造のための行動計画」の中で、産学官連携による多様かつ実践的な人材育成を実現するための制度改革の一つとしてこの制度が触れられていたことや、さらには、同じく平成9年11月の経済対策閣僚会議が発表した「21世紀を切りひらく緊急経済対策」での、雇用・労働分野における改革のなかでも取り上げられたことがきっかけである。その意味ではこの制度の第一の目的は、実践的な人材の育成と考えることができる¹⁾。この点から先に上げたメリットを見直してみれば、インターンシップは人材育成の即効薬ではなく、中長期的な人材育成プログラムとしてとらえられているのではないだろうか。

1)「経済構造の変換と創造のための行動計画」でのインターンシップに関する記述は、「インターンシップ（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）の導入について、平成9年度より、各大学等における実施状況の把握及び各地域における自主的な取組に対する支援を行い、その在り方について関係省庁等において早急に検討を行うとともに、平成10年度より、産学連携を支援する取組を総合的に推進する」となっている。

また、「21世紀を切りひらく緊急経済対策」では、雇用・労働分野における改革の一つとして、「平成9年度から行われている一部地域等における試行錯誤的取り組みの成果等を踏まえ、早急に学生等の就業体験（インターンシップ）の総合的な推進を図る。具体的には、大学等において教育課程に位置づけることを含め、積極的に評価する等、その本格的な取り組みが行われるよう促すとともに、中小・ベンチャー企業等を含み企業側における実施体制の整備の促進を図る」と述べられている。

さらには、平成11年9月の文部省「～『教育立国』を目指して～教育改革プログラム」では、インターンシップに関して、「インターンシップ（学生等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）は、教育の改善・充実及び学生・生徒の学習意欲の喚起、高い職業意識の育成などの意義を有するものであり、インターンシップに取り組む大学等への財政支援や、インターンシップの調査研究を行い、その質的な充実を図っている」とし、積極的に産学連携した人材育成を推進し、そのための体制整備を早急に進めていくとしている。

経済企画庁の雇用・労働ワーキンググループの報告書（平成10年4月）でも、インターンシップを若年者の労働意識の高まりを促すものとしてとらえ、「インターンシップを一層推進することなどにより、若年者が自己の将来設計について考える機会を拡大することを通じて、若年者の職業意識を高め、円滑に適職探しのできるシステムを構築する」という具体的な提言の形で報告している。

平成11年7月の経済審議会答申「経済社会のあるべき姿と経済新生の政策方針」では、「創業・起業予備軍の層を厚くするため、産業界と学校との人的交流の一層の促進、インターンシップの促進等を通じ、起業家精神醸成に向けた教育を実施する」との一文が見られる。続いて平成11年8月に発表された「第9次雇用対策基本計画について—今後の労働市場・働き方の展望と対策の方向—」においても、若年者の職業意識啓蒙対策の一つとしてインターンシップが取り上げられている。

このように、インターンシップは、各行政機関において、大学教育の改善・充実や、若年層の職業意識の向上、さらには経済再生や雇用対策としても注目されている。

2. インターンシップの類型

政府の「インターンシップ等学生の就業体験のあり方に関する研究会報告」(平成10年3月)では、インターンシップの類型は、以下の三つに大別されている。

- (イ) 資格要件型：教育実習等のように、職業資格の取得に必須条件として実施されるもの。医療・福祉関連職種など、内容が法令等で規定されていると共に、長く歴史のあるものが多く、実施のための方法論も概ね確立されている。
- (ロ) 職業選択準備型：学生の職業選択や職業生活への理解を進め、将来の就職活動や就職後の適応を円滑にすることを主な目的として行われるもの。
- (ハ) 学習意欲喚起型：専攻分野と実社会との関連や社会における位置づけを理解することにより、学校における専門教育の学習への動機づけを行うことを主な目的として行われるもの。

近年注目されているインターンシップは、(ロ)、(ハ)の目的で行われているものを指していると考えられるが、これらを目的としたインターンシップは歴史がまだ浅い。また(イ)のような目的のインターンシップは、教育実習を除けば、大半が自然科学系の大学で行われており、社会科学系の大学での(ロ)、(ハ)を目的としたインターンシップはまだ数が少なく、そのことがインターンシップの実施方法が現在模索・施行の段階であることを示している。

3. インターンシップの実態

では実際のインターンシップはどのような形態で運営されているのか。文部省の「インターンシップ・ガイドブック」では、インターンシップを大学で導入する場合、次のような業務をあげている。

- (1) インターンシップの計画立案
- (2) 受入先との調整業務
- (3) 実施とフォローアップ業務
- (4) 事故・補償等リスクへの対応

(1)計画立案には、インターンシップを導入する目的、カリキュラム上の位置づけ、大学内での体制づくり、実施の時期、実施期間、さらには報酬の問題、すなわちインターンシップで研修を受ける学生に企業が報酬を支給するのか、あるいは無給にするのか、といった問題が含まれ、これらを事前に十分検討しておく必要があることが記されている。

(2)受入先との調整業務としては、学生の受入先の確保、効果的なインターンシップを実施するために受入先との研修内容の調整、あるいは、インターンシップ実施中の様々なリスク（学生が被災する事故、学生の行為による受入先への損害、学生による機密の漏洩など）への対応などが含まれている。

(3)実施とフォローアップ業務とは、学生へのインターンシップの周知の方法や受講登録の方法、受入先への学生の割り振りの問題、事前研修及び事後研修の内容の検討、成績の評価方法などを指している。

(4)リスクへの対応としては、研修中の事故等が発生した場合での、責任の所在の事前の確認や、予防・対応策、あるいは保険制度の導入などの検討の必要性を示している。

このような点に留意しながら、実際に大学ではインターンシップはどのように実施されているのか。文部省の実施状況調査結果（平成10年10月）や、先の「インターンシップ等学生の就業体験のあり方に関する研究会報告」の資料をみていくと、次のような実態が見えてくる。

(i)インターンシップを実施している大学の数に関して、平成9年度には大学で107校（全大学に占める割合：18.3%）、学部・学科別では138学部（10.9%）で実施している。短期大学で39校（7%）、学科別では55の学科（5.6%）となっている。また、社会科学系の実施が少なく、大学では社会科学系で実施している学部は25学部、短期大学では人文・社会関係の学科で実施しているのは24の学科である（表1、表2-1、表2-2参照）。

表 1 平成 9 年度におけるインターンシップ実施状況および平成10年度以降の実施予定(学校別)

		全学校数 (平成10年度 全学校数)	実施校数 (実施率%)	実施予定校数 (実施予定率%)	平成 8 年度 実施校数 (実施率%)
大 学	国 立	98 (99)	47 (48.0)	57 (57.6)	46 (46.9)
	公 立	57 (61)	0 (0.0)	1 (1.6)	0 (0.0)
	私 立	431 (444)	60 (13.9)	101 (22.7)	58 (13.5)
	計	586 (604)	107 (18.3)	159 (26.3)	104 (17.7)
短期大学	国 立	2 (2)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)
	公 立	60 (58)	2 (3.3)	3 (5.2)	2 (3.3)
	私 立	497 (496)	36 (7.2)	56 (11.3)	33 (6.6)
	計	559 (556)	39 (7.0)	60 (10.8)	36 (6.4)
高等専門 学校	国 立	54 (54)	34 (63.0)	43 (79.6)	30 (55.6)
	公 立	5 (5)	0 (0.0)	2 (40.0)	0 (0.0)
	私 立	3 (3)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)
	計	62 (62)	35 (56.5)	46 (74.2)	31 (50.0)

※「大学」の中には大学院も含まれる。

(出所) 大学等における平成 9 年度インターンシップ実施状況調査結果について (文部省)

表2-1 平成9年度におけるインターンシップ実施状況および平成10年度以降の実施予定（大学の学部別）

学 部 分 野	全学部数 (平成10年度 全学部数)	実施学部数 (実施率%)	実施予定学部数 (実施予定率%)
社 会 科 学	428 (438)	25 (5.8)	72 (16.4)
自 然 科 学	429 (430)	89 (20.7)	113 (26.3)
工学関係学部	180 (183)	55 (30.5)	69 (37.7)
人文科学その他	407 (414)	24 (5.9)	53 (12.8)
合 計	1,264 (1,282)	138 (10.9)	238 (18.6)

(出所) 表1と同じ

表2-2 平成9年度におけるインターンシップ実施状況および平成10年度以降の実施予定（短期大学の学科別）

学 科 分 野	全学科数 (平成10年度 全学科数)	実施学科数 (実施率%)	実施予定学科数 (実施予定率%)
人 文 関 係	279 (272)	11 (3.9)	17 (6.3)
社 会 関 係	152 (151)	13 (8.6)	22 (14.6)
教 養 関 係	27 (24)	0 (0.0)	1 (4.2)
工 業 関 係	27 (26)	4 (14.8)	7 (26.9)
農 業 関 係	9 (9)	6 (66.7)	6 (66.7)
保 健 関 係	130 (128)	2 (1.5)	5 (3.9)
家 政 関 係	258 (254)	7 (2.7)	13 (5.1)
教 育 関 係	30 (30)	4 (13.3)	4 (13.3)
芸 術 関 係	48 (46)	3 (6.3)	7 (15.2)
そ の 他	18 (17)	5 (27.8)	5 (29.4)
合 計	978 (957)	55 (5.6)	87 (9.1)

※ 「その他」は、秘書科・実務教育科である。

(出所) 表1と同じ

(ii) インターシップの対象者は大学では3年生が中心であり、短期大学では1年生が中心となっている(表3参照)。実施時期に関しては、大学、短期大学とも最も多いのが夏休み、次が春休みの順になっている(表4参照)。さらに実施期間については、やはり共に、1週間から2週間あるいは2週間から1か月

表3 インターンシップを実施している学年

大 学

	9年度 (実施率%)	10年度以降 (実施予定率%)
第1学年	14 (13.5)	14 (9.0)
第2学年	29 (27.9)	48 (31.0)
第3学年	86 (82.7)	132 (85.2)
第4学年	39 (37.5)	59 (38.1)
未 定	1 (1.0)	12 (7.7)

短期大学

	9年度 (実施率%)	10年度以降 (実施予定率%)
第1学年	25 (64.1)	43 (71.7)
第2学年	15 (38.5)	27 (45.0)
未 定	0 (0.0)	1 (1.7)

(出所) 表1と同じ

表4 インターンシップを実施している時期

	大 学		短 期 大 学	
	9年度 (実施率%)	10年度以降 (実施予定率%)	9年度 (実施率%)	10年度以降 (実施予定率%)
春休み	22 (20.6)	27 (17.0)	18 (46.2)	23 (38.3)
夏休み	89 (83.2)	128 (80.5)	21 (53.8)	33 (55.0)
冬休み	6 (5.6)	7 (4.4)	1 (2.6)	3 (5.0)
その他	28 (25.9)	37 (23.3)	6 (15.4)	14 (23.3)
未 定	4 (3.7)	30 (18.9)	1 (2.6)	4 (6.7)

※ 1) 複数の時期に実施または実施予定の場合は、二重にカウントしている。
 2) 「その他」は、「春・夏・冬休み以外の月」、「通年」、「前・後期」等である。

(出所) 表1と同じ

表5 インターンシップを実施している期間

	大 学		短 期 大 学	
	9年度 (実施率%)	10年度以降 (実施予定率%)	9年度 (実施率%)	10年度以降 (実施予定率%)
1週間 未満	11 (10.3)	13 (8.2)	2 (5.1)	3 (5.0)
1週間～ 2週間	62 (57.9)	90 (56.6)	27 (69.2)	44 (73.3)
2週間～ 1ヶ月	53 (49.5)	73 (45.9)	11 (28.2)	11 (18.3)
1ヶ月～ 3ヶ月	8 (7.5)	11 (6.8)	0 (0.0)	1 (1.7)
3ヶ月 以上	5 (4.7)	6 (3.7)	0 (0.0)	0 (0.0)
そ の 他	8 (7.5)	9 (5.7)	1 (2.6)	3 (5.0)
未 定	4 (3.7)	28 (17.6)	1 (2.6)	6 (10.0)

※ 1) 複数の期間で実施または実施予定の場合は、二重にカウントしている。
 2) 「その他」は、時間数で決めているもの、学生毎に期間に差があるもの等である。
 (出所) 表1と同じ

とするところが多い(表5参照)。

(iii)実習条件に関して、特に報酬についての取り扱いは学校によって多様であり、同じ学校のプログラムであっても、実習先によって報酬等の条件が異なるケースも多い。

(iv)指導体制としては、事前の座学、オリエンテーション、実習中あるいは事後のレポート、報告会での発表等が行われることが多く、単位の認定や成績評価はレポート等で行っているケースが多い。

(v)事故や損害等のリスクへの対応に関しては、学校主催のプログラムの場合、学生教育研究災害損害保険に加入しているケースが多く、学校と実習先で、覚書、確認書等の文書を交わしているケースもある。

Ⅲ. 平成10年度鹿児島県立短期大学商経学科での企業研修

このように、まだまだ大学でのインターンシップの導入は少なく、これからの課題となっているが、短期大学で実施されているケースは4年制大学よりさらに少ないのが現状である。このような状況の中で、鹿児島県立短期大学商経学科では平成10年度から、インターンシップを、正規の授業科目として取り入れている。実施初年度ということもあり、受入企業の数も少なく、またその業種も限定されているという点は今後の反省材料として残されているが、一定の成果が得られたと思われるので、ここに紹介しておくことにする。

1. 概略

鹿児島県立短期大学商経学科（一部，二部）では、「企業研修」という授業科目名でこのようなインターンシップを実施している²⁾。対象学年は一部，二部の全学年の学生であり，平成10年度の受入先企業と実際の研修人数は以下の通りである。

- ・南日本新聞社 15名
- ・鹿児島ケーブルテレビ 8名
- ・MBC 南日本放送 9名
- ・コープかごしま 6名

当初の狙いとしては、大学での座学だけでは体験することのできない、実社会で仕事をすることを経験してもらうこと、あるいは企業での研修体験することで、商経学科での関連する授業への意欲の向上、さらには、学生が企業での業務に携わることで大学では修得しづらい技能の獲得などを目的としていた。このような目的から考えれば、受入企業にはいわゆる製造業や流

2) 商経学科では同じ時期に、「社会活動」という名称の実習科目も開始した。「企業研修」が学生の受け入れ先として基本的に民間企業を想定しているのに対して、「社会活動」では、自治体等の公的機関あるいは公共性の高い機関を受入先としており、それ以外の部分ではほとんど同じ運営を行っている。実質的には、両方とも今回取り上げているインターンシップと呼んでも差し支えないと思われる。

通関連企業、あるいはコンピュータ情報関連企業等が含まれても良いはずであるが、準備期間の短さや学科内の実施体制の問題で、十分にこれらの企業に働きかけることができなかつたことと、企業側にもインターンシップの受入態勢が整っていないことなどから、今回は実現しなかつた。結果として、日常業務として公共的な役割の色彩が濃いマスコミ各社と協同組合に、社会貢献の一環として学生の受入をお願いすることになった。

学内では、実施年度の前年からインターンシップ導入準備として、研修先の選定方法や研修先での学生の事故等のリスクへの対応の問題、正規の授業としての単位認定の方法などを、教務委員会等を中心とした関係部署で十分に検討を行っていった。研修先の選定方法としては、導入を計画した当初は、学生が自主的に行う活動に関しても、事前の登録とレポート等の作成によって単位を認定する方法も考えられていた。いわゆる信州大学で行われているような学生のアルバイト等もインターンシップとして認めようとしたものであるが、本学では導入初年度ということもあり、この方法の採用は見送られた³⁾。結局、あらかじめ大学側が事前に準備した研修先の企業の中から学生が自らの研修先を選択するという方法に落ち着いた。また、研修先の事故等に関する対応としては、事前に学生に十分オリエンテーションを行うと共に、保険への加入を義務付けた。さらに学生への参加をその保護者にも確認してもらうために、学生には「同意書」の提出を求め、研修先企業とは、報酬や事故などへの対応に関して取り決めた「協定書」を大学と研修先とで取り交わすことが決められた。

成績の評価についても、研修中に記入する「研修日誌」や研修後のレポート、さらには研修成果報告会の内容等を総合的に判断してはどうかとの意見もあったが、これも研修後のレポートのみを成績評価の対象とすることにした。

各企業との交渉は、商経学科の教員が分担して行い、研修時期や期間の調整、受入人数の確定、研修内容の確定やそのための事前研修の日程などについて打

3) 信州大学では、平成5年度からインターンシップ実習を開講しており、「産業論特別実習」、「現代社会論特別実習」という名称で行われている。学生の自主的なアルバイト等が実習として認められている科目は「産業論特別実習」である。

ち合わせを行った。学生へのアナウンスとしては、受講登録を4月に行い、具体的な研修先などの振り分けなどは5月以降に行った。その段階で学生は、自分の希望する研修先での「実習計画書」を作成し、研修内容やその意義に関して理解を深めるための事前学習が開始された。実際の研修はすべて夏休み期間に実施され、無報酬で行われた。

各企業の研修内容は次の通りである。

・南日本新聞社

研修期間 約一週間

研修内容 南日本新聞社内の見学と業務内容の説明

体験研修としてB4大の2ページ分の新聞記事の作成

・鹿児島ケーブルテレビ放送

研修期間 約一週間

研修内容 ケーブルテレビの放送施設の見学と説明

体験研修として、4分程度の放送用VTRの作成及び生放送への出演

・MBC 南日本放送

研修期間 3日間

研修内容 社内見学、番組の見学、放送業務や番組作成の説明

体験研修としては、ラジオCMの製作研修

・コープかごしま

研修期間 1か月（ただし、週一回なので実質的には4日間）

研修内容 生協活動の説明、施設見学、商品販売の体験研修

生協組合員との学習会への参加

参加した学生の大半は1年生であり、2年生の参加は数人程度にとどまった。また当初は2部学生も参加を予定していたが、研修日程の関係で結局参加できなかった。

研修終了後は、学生は研修日誌や事後学習などを参考にしてレポートの作成を行い、それをもとに教員が成績判定を行い、年度末に単位認定を行った。な

お、12月には研修成果発表会を開催し、実習の内容や成果・教訓を商経学科の教員や学生の前で報告した。

2. 評価

インターンシップ導入の初年度ということで、準備作業や日程調整など煩雑な業務が多く発生したが、概ね参加した学生の評判は好評であった。代表的な意見としては以下のようなものがあげられる。

- ・マスコミ関連企業が多いということもあるが、企業に対して華やかなイメージを持っていたのに対して、仕事をすることの厳しさや難しさを実際に目の当たりに感じる事ができた。
- ・仕事に従事している人達の、仕事に対する真剣な対応とともに、楽しくなおかつ自信を持って活動していることを知ることができ、社会で仕事をするということの実感を持つことができた。
- ・表面的な理解では知ることのできない各企業の業務内容を知ることができたと共に、今までなじみのない企業についての理解を深めることができた。
- ・一つの仕事をするために、多くの人との協力が必要であり、人と人とのつながりの重要性を感じる事ができた。

また研修先が鹿児島の地域と密着している企業であったため、この研修を通じて自分達の地域を見る視点を広げることができたとの意見もあった。

研修先の企業側の反応も、好評であった。まず研修している学生の真面目な態度を評価すると共に、学生の能力に関してもその評価はおおむね高かった。先にも述べたように今回の研修先は、公共的役割が強く、また地元密着型の企業を中心に行われたため、企業側としては、今回の研修に関しては、各企業の本業から派生する社会貢献、社会サービスとしてとらえていたようである。この点と関連して、一部の受入企業では、企業外の人を対象とした研修プログラムをすでに策定・実施しているところもあり、そのような企業では受入態勢が整っていたという好条件が存在していたことが、研修自体がスムーズに行われたことや、企業側の高い評価へとつながっていると考えられる。

研修プログラムに関しても、単なる職場体験ではなく、学生の発想力、企画力、さらには表現力などを訓練・発揮できるような内容になっており、大学の授業等ではなかなか修得できない技能の獲得という目的にそったものとなっていることも評価できる点である。

また、12月の研修成果報告会の開催も、それ自体は学生の単位認定の評価とは無関係ではあったが、各学生それぞれが体験した研修内容や意義を改めて確認することができるとともに、研修成果をどのように効果的に表現するのかといった、プレゼンテーション能力を鍛える場として非常に効果的であり、事後学習の重要性を思い知らされることとなった。

3. 今後の課題

今回のインターンシップの反省点としては、第一には、受入先企業の偏りと数の少なさであろう。今後はインターンシップへの理解度も深まることが予想されるため、この点は解消されることが期待できると考えられる。ただし、問題は受入企業の数の問題はなく、研修プログラムの内容が、どこまで大学の意図するものを盛り込むことができるかどうかという点である。大学としては、大学内での専門的な教育内容を生かした形での研修を希望しており、単純な作業労働ではなく、学生それぞれの専門性を生かした創意工夫が発揮される研修内容を望んでいる。しかし、このような研修内容を企業側が用意することは非常に手間がかかる作業であると思われる。したがってこのような研修内容を持った受入企業が増えてくるかどうかは、インターンシップ導入の手間と企業にとっての効果とのバランスが企業側にプラスになるかどうかの問題として捉えられる。その意味では、これまでに社内にこのような確立した研修プログラムを持っている企業とそうでない企業には、学生の受入には大きな隔たりがあると考えられる。大企業に比べ中小企業ではそのような研修プログラムを持っているところは相対的に少ないであろう。したがって鹿児島のように中小企業が多くを占める地域では、この制度の意義の理解が企業側に深まることが研修プログラムの内容の充実につながると考えられる。

また、大学側としては、より効果的なインターンシップの活用という課題が残った。それは今回のインターンシップを、本学で行われている授業と関連づけて運営するという視点が弱かったという点である。一つは、インターンシップで準備した研修内容と関連した授業がカリキュラムに用意されているにも関わらず、これらの連携を学生に提示することが不十分であり、学生が活用できなかったことである。もう一つは、インターンシップ自体の事前事後学習が十分に用意できなかったために、インターンシップにおいて企業での体験研修のみが強調された点である。

最初の課題に関しては、4月の受講登録段階で具体的な研修先が特定できず、学生に十分な情報が提供できなかった点が大きいと考えられる。受講登録の際に、研修先を提示できれば、それと関連する授業の登録を促すことができる。しかし実際上は、企業との受入調整の問題があり、4月の段階で研修先を特定することは、大学・企業双方にかなりの負担を課すことになり、なかなか実現することが難しいと考えられる。

次に、2番目の課題に関しては、インターンシップをどのような目的を狙いとして実施するのかという点と関わってくる。先に上げたように、この制度を、職業選択準備のためとしてとらえるのか、あるいは、企業での研修プログラムでの技能の獲得ととらえるのか、それとも、学習意欲喚起型として、大学での学習意欲の向上を狙いとするのかによって、事前事後学習の重要性が変わってくるはずだからである。職業選択準備あるいは技能の獲得が狙いであれば、企業での研修による学生の体験が主であるため、研修をより効果的に行うためには、研修内容を理解しその狙いを把握し、研修手順等を事前に学習させておくことが、重要となる。

逆に学習意欲の向上が狙いであれば、企業での研修は、学生の学習意欲を向上させるきっかけであり、学生が体験した研修が企業や組織にとってどのような意味を持つのか、あるいはそのために身につけなければならない知識や技能は何であるのかを、研修内容と関連させて事後学習として学ぶことが重要になってくる。

これらの点に関して、残念ながら今回のインターンシップでは十分に検討されることはなかった。結果としては、今回は、職業選択準備、研修での技能の獲得という点に主眼がおかれた研修となり、一定の成果を納めることができたが、今後はより深く大学内でのインターンシップの活用について考えていく必要があると考えられる。

IV. 今後のインターンシップのあり方

このように、現在は試行・模索の段階のインターンシップであるが、それゆえに問題点も多いといえる。ここでは、インターンシップ全般に関わるいくつかの問題点を列挙しておく。

(1)インターンシップの対象者が、大学の場合3年生中心、研修時期が夏休みというのは、職業選択準備型としてのインターンシップを想定していると考えられるが、先に述べたように、インターンシップを中長期的な人材育成のプログラムととらえるならば、学習意欲喚起型のインターンシップがもっと利用されても良いはずである。現状の大学生生活のサイクルから考えた場合、2年生でのインターンシップの利用をもっと考えるべきではないだろうか。

(2)研修期間が2, 3週間から1か月間がもっとも一般的となっているが、このような短期間での研修を効果的に行う方法がまだ確立されていないように思われる。先に述べたように、インターンシップの目的によって、研修内容や事前事後学習の位置づけが変わってくるはずであり、その点を含めた運営を考えていく必要がある。

(3)大学にとっては、受入企業の確保や事前事後学習のプログラムの準備、企業にとっては新たな研修プログラムの策定やそれともなう人員配置の問題、双方の問題として、研修中の事故などへの対応など、多くの業務を発生させる。このような業務の準備や実行は大規模な組織でもあらたな負担となるが、小規模な大学や企業にとってはより深刻な負担となる。また、業務面の負担だけではなく、導入体制の整備、学生や企業等の経費負担の問題なども生じており、こ

のような問題への対応や支援策を考えていく必要がある⁴⁾⁵⁾。

(4)できるだけ多くのインターンシップが準備され、学生の希望がかなえられるような仕組みにしておくべきである。社会科学系の学生にとっては、インターンシップの歴史が浅いこともあり選択肢が少ないが、その一方で、社会科学系の学生が就職等と関連してインターンシップで研修を希望する職種は多様である。現状では、「研究開発」や「製造」部門へのインターンシップが中心であるが、今後は「営業・マーケティング」や「総務・広報」などへの受け入れが期待される。

(5)大学、企業双方がインターンシップの理念を共通認識として十分に持つておく必要があり、特に学生の採用・就職活動と直接関わってくる部分に、問題を発生させないことが重要である。インターンシップは、社会的・経済的な幅広い見地からの人材育成のための制度であり、個別の企業の人材確保や人材育成を目的としてはいないこと、また大学も企業等の知的連携に十分に配慮しつつ、あくまでも学生への教育的視点を重視することなどを双方が確認しておくべきである。

社会に役立つ人材育成は、大学のみならず企業を含めた社会全体の課題としてとらえるべきである。これまで、一部でしか行われなかった産学連携の範囲を広げ、社会科学系の学生にも門戸を開放し、学生の技能の向上を目指し、さらには双方の知的連携を深めていくことは、大学内や企業内での活性化を招くことにもつながる。行政機関の支援策をはじめとして、今後の積極的な取り組みが期待される。

4) この点に関して通産省は、平成11年度に「産学連携人材育成支援事業費助成金」の制度を創設した。これはインターンシップを受け入れる企業に対して、一定の条件を満たした場合、インターンシップにともなう経費について、発生した経費の50%を上限に助成するというものである。

5) 日本能率協会と日本能率協会マネジメントセンターが1998年12月から1999年1月にかけて行ったアンケート調査によると、今後インターンシップが発展、普及する上での課題としては、「受け入れ業務の手間が多い」、「受け入れ部門が嫌がる」を挙げる企業が、この制度を導入済企業、あるいは導入を検討中の企業の回答の中で一位(102社中51社)、二位(同じく38社)を占めている。その一方で「関連経費がかかりすぎる」と挙げた企業は少なく、10社にすぎない。これは、インターンシップで各企業が受け入れる人数がさほど多くないことなどが原因と考えられるが、今後は、金銭的な助成だけでなく、各企業でのインターンシップのシステム構築の支援等が行政機関等に求められるだろう。

V. おわりに

大学を取り巻く環境は、現在大きく揺らいでおり、その影響は大学での教育内容にまでも影を落としている。また、産学連携が盛んに叫ばれる中で、インターンシップがその中でどのような役割を果たすのかは、歴史が浅く問題も山積しているため、今のところまだはっきりとはしていない。

しかし、少なくともこの制度は、経済学や経営学を学ぶ学生にとっては有効に活用することができると考えられる。学問の領域が、経済活動や企業・組織と密接に関連しているこれらの学問では、大学での座学と実社会での研修とを照らし合わせて考える機会を得ることは、重要な体験となることは間違いないからである。

また、ここで述べたインターンシップは、現在在学中の学生が企業での研修を体験するということを想定しているが、この制度から得られる効果、特に学習意欲の向上は、実は逆のルート、すなわち、現在企業で実際に従事している人を大学が受け入れて、大学での関連する授業の中で学習することでも、結果としては同じ効果が期待できる。いわゆる社会人の再教育、リカレント教育と呼ばれているものである。したがって、今後はこれまでの枠を超えたインターンシップのあり方も考えられる。近い将来、高校を卒業したばかりの学生と、企業で長年経験を積んできた人とが、同じ大学のキャンパスで学び、そして夏休みなどの大学の長期休暇期間では、今度は企業の現場で、同じように仕事に従事する姿を見ることができるかもしれない。

このように、大学での教育カリキュラムも産学連携の流れの中で変化が求められている。そのような流れの中で、どれだけ有効にこのような制度を活用していくのかを考えていくことが、大学に与えられた今後の使命であるといえるのではないだろうか。