



岐阜 を考える

2001
No. **112**

特集: インターンシップ



編集発行 (財)岐阜県産業経済振興センター



岐阜を考える 2001 No.112

特集 インターンシップ

巻頭論文	学生のキャリア意識を育むインターンシップ制度 ～現状の課題と今後の展望～ / 山内幸治	1
座談会	インターンシップの現状と今後の可能性 石川純一 / 酒井嘉昭 / 青木考一 / 楠井宏和 / 村橋敏博 / 杉田伸樹	6
特集論文	わが国におけるインターンシップの現状と課題 / 田中宣秀	20
	リアルとサイバーの両輪による総合コミュニティプラットフォーム構築への チャレンジ / 服部恭之	26
	「バーチャルインターンシップ」の試み / 植松直樹	31
	日本における国際インターンシップの実態と問題点 / 若月義和	34
	仏国インターンシップ学生の日本滞在記 / 牛込伸隆	40
取材	名城大学のインターンシップ	44
編集後記		

表紙の絵 「温暖化削減レインバルーン」
曾 我 裕 司 (岐阜市立岐阜西中学校 3年)
- 2001年 岐阜県発明くふう展 絵画の部 出品作品 -
(社団法人 発明協会岐阜県支部長賞)

学生のキャリア意識を育む インターンシップ制度

～現状の課題と今後の展望～



山内 幸治

(特定非営利活動法人^{エディック}ETIC.ディレクター)

1. 我が国のインターンシップの現状

1997年、橋本内閣において閣議決定された「経済構造の変革と創造のための行動計画」、この中でインターンシップ¹の普及・促進が明記されてから5年が経ち、我が国におけるインターンシップ制度は、就職協定の廃止という追い風も受けながら、これまで多くの関係者の熱意と行動によって、その立ち上げ期はある一定の成果を得ることができた。文部科学省の平成12年度調査によると、4年制大学のうち218校(33.5%)が、何らかの形でインターンシップを既に実施し、21,063人がインターンシップを授業科目として体験している。これらの取り組みの多くは、大学等の高等教育機関だけによって実施されているのではなく、各県・地域の労働局や、経済産業局、または経営者協会などの経済団体等との連携によって行われてきた。首都圏や関西圏においては、これら大学や行政による授業科目としての取り組み以外にも、大手企業が採用活動などと絡めながら独自に実施しているインターンシップや、私どものような専門コーディネート団体が主催する独自のインターンシップなども実施されている。これらの数も含めると、実際には前述以上の規模で、インターンシップが実施されている。

しかし、インターンシップ先進国ともいえる欧米の取り組みと比較してみると、まだまだ我が国のインターンシップには、物足りなさを感じざるを得ない点がある。それは、「実施期間の短さ」と「対象学年の偏り」である。文部科学省が行った前述の調査によると、実施期間で最も多かったものは、「大学においては2週間、短期大学及び高等専門学校においては1週間から2週間未満」というものである。欧米におけるインターンシップは、2ヶ月～3ヶ月以上のもものが中心であり、それと比較すると、同じインターンシップという言葉は用いているものの、中身に関しては大きな相違があると考えられる。これは大学や行政の取り組みだけでなく、一般企業においても同様の傾向が見られる。例えば、ある外資系金融機関の場合、米国と日本それぞれでインターンシップを実施しているが、その期間はそれぞれのWEBサイトによると、米国が10週間、日本が10日間となっている。

また、対象となる学年は、文部科学省の同調査によれば、大学3年次が71.2%と大半を占めており、一般企業の取り組みにおいても、殆どが就職活動の対象年次である大学3年と大学院1年に限定されている。欧米の場合、大学1年次からキャリアセンターと呼ばれる大学内の機関を活用し、

専門のキャリアカウンセラーのアドバイスを受けながら、学生は自分のキャリアや専攻と関連した就業経験を少しずつ積んでいく。日本の大学の就職課が、大学3年次になるまで殆ど使われず、インターンシップも就職活動前の大学3年生が対象の中心となっているということとは、大きな違いがある。

さて、標題に書かせて頂いた通り、我が国においてインターンシップは、学生のキャリア意識を育み、就職のミスマッチ防止や、自立創造的な人材の育成などが期待されて、これまで様々な関係機関によって普及・促進の取り組みが行われてきた。私自身この5年間、NPO（非営利組織）という立場から、我が国におけるインターンシップの効果的な促進に向けて、ベンチャー企業や大手企業新規事業部における3ヶ月以上の実践型インターンシッププログラムの開催（年間400人程の学生が参加）秋田県、富山県、三重県、そして中部地区など様々な地域におけるインターンシップ普及のための講演活動、そして中央大学や青山学院大学、そして早稲田大学のインターンシップ関係者との協同によるプログラム開発など、様々な取り組みを行ってきた。またその過程の中で、我が国のインターンシップに関して、多くの問題意識をこれまで抱いてきた。インターンシップを実験的に実施するという立ち上げの5年間でまもなく経過し、今後は、学生のキャリア意識を育むためにインターンシップをどのように実施するのか、その質的側面が追求されるステージに入りつつある。そこで、改めてインターンシップとはど

のような制度なのかを考察し、そしてインターンシップを学生のキャリア意識を育むために、どのように活用していくことができるのか、本論文において微力ながら述べさせて顶きたい。

- i インターンシップは一般的に、「在学中の学生が、自分の専攻や将来のキャリアと関連した就業経験を一定期間行うこと」と定義されている。

2. 多様な形式を持つインターンシップ

米国シンシナティ大学において、「理論と実践の反復が教育の質を高める」との認識のもと、1906年より導入されたインターンシップ制度は、その後、社会的な様々な影響（スパートニックショック、高等教育改革など）を受け、時代のニーズを汲み取りながら現在に至る。その実施形態は、コーププログラムと呼ばれる産学連携を重視したものから、シャドウイング、プラクティカム、フィールドスタディ、そしてサマーインターンシップ等（表①参照）様々なものへと発展してきた。またその運営母体も、大学主導型、企業主導型、NPOなどのコーディネート機関主導型（例：環境インターンシップに取り組むECOⁱⁱ）等、目的に応じて様々である。言い換えるならば、インターンシップ実施の目的によって、その取るべき実施形態が異なるのである。

我が国において、特に授業カリキュラムとして現在取り組まれているインターンシップの多くは、フィールドスタディと呼ばれるような短期間の見学的要素が強いものである。本論文の冒頭に

表1 米国におけるインターンシップの実施形態（一例）

シャドウイング	専門家や経営者の仕事について、短期間観察して学習する。影のようについて歩くことからシャドウイングと呼ばれる。
プラクティカム	専門分野での実習経験。教育実習を始めとし、専門性の高い分野において多く導入される。日本でも古くから行われているもの。
フィールドスタディ	見学的要素が強い体験型学習プログラム。
サマーインターンシップ	通常3ヶ月以内、夏期休暇中に行われるインターンシップ。3ヶ月限定のプロジェクトに取り組むことが多い。

において、「実施期間の短さ」について問題提起をさせて頂いたが、「短い」ということが問題なのではなく、このような形式のインターンシップに我が国の取り組みが「偏り勝ちな点ⁱⁱⁱ」が問題だと考えている。様々な地域で講演をさせて頂く際にも、学生のキャリア意識を育むために、より長期的かつ実践的なインターンシップの実施を提言させて頂いたのだが、「2ヶ月もの期間、何を学生にしてもらえればいいのか。学生にそんなことができるのか」という意見を多く耳にした。

しかし、最近では首都圏の大学を中心に、より本格的なインターンシップ実施へのニーズが高まり、私どもと協同でプログラムを開発させて頂く機会が増えてきた。各大学においてこの数年間、学生に対するインターンシップの機会提供を続けていく中で、「2週間では短い」という問題意識を持たれ、一部の大学においてはより長期的かつ実践的なインターンシップの実施を模索されている。そこで、今後我が国において、長期実践的なインターンシップを促進していくためにも、どのような考え方でこのようなインターンシップは実施されているのかを少し整理してみたい。また、ある程度時間をかけて取り組むことによって、学生のキャリア意識を育む上でどのような効果があるのかについても触れてみたい。

 ECO(The Environmental Careers Organization) は、米国ボストンに本部を置く組織。環境関連分野における専門性を高めることを目的とした学生に対し、短期間のプロジェクトにおいて専門家の指導のもとで職業経験をjする機会をコーディネートしている。17州のインターンシップも管理しており、インターンの受入団体は、連邦レベル、州レベル、地域レベルの政府機関・企業・非営利組織など多様である。インターン希望者に対し、受入団体との調整と、最小限のトレーニング及び指導を行う。<ETIC.理事 佐藤真久(1997)『日本の高等教育における環境インターンシップ導入の提案』論文より抜粋>

iii 1週間未満10%、1週間以上～2週間未満28%、2週間以上～4週間未満37%、4週間以上16%(社団法人日本私立大学連盟の報告による)

3. インターンシップをどう捉えるのか

消費者としての視点からサービスや商品の生産者としての視点へ

2～3ヶ月程度インターンシップを実施する上で第一に必要なことは、学生が「期間限定の正社員」としての意識を持ち、サービスや商品の作り手として業務に関わることである。単に企業見学や座学を受けるといった受身なものではなく、また与えられた業務だけをこなすのではなく、受け入れ先の事業内容を理解し、自ら仕事を作り出していく姿勢が求められる。そのためには、学生自身がお客様や学生という意識で関わるのではなく、当事者意識を持ち、またその企業が取り組むビジネスや業界の状況、現在の事業方針や課題、社内における役割などを考えることが必要である。

学生に社会人と同じ意識と視点が必要というjと、日本では違和感を持たれる方がまだ多いようだが、欧米のインターンシップにおいては、このような考え方で当たり前のようにインターンシップは実施されている。前述の外資系金融機関米国本社のWEBサイトでは、「フルタイムスタッフと同様の貢献を期待する」と明記されている。以前、日本インターンシップ学会の第1回大会に出席させて頂いた際、ボルシェジャパン(株)の取締役企画室長がドイツのケースについてお話しをされていたが、「企業がインターンシップを導入する理由の一つは、ローコストかつフレキシビリティの高い雇用が可能ということ。二つ目は、優秀な人材を採用するための選考のプロセス」ということをおっしゃっていた。実際に、米国シリコンバレーに本社を持つ外資系ハイテクベンチャーでのインターンシップでは、インターン学生達を中心となるセールスプロモーションチーム(3ヶ月を1タームとして每期4～6名程度参加)が結成されており、彼らの導入により、PCショップ等のリテールマーケットにおける製品のシェアが20%から

30%に向上した。この日本におけるケースは、同社インターナショナルレベルにおける年間トップ10ニュースの一つとして、米国本社からも賞賛を集めた。

学生だからということが必要以上に意識して、お客様のような受け入れ体制を作るのではなく、このような意識でインターンシップの機会を提供することで、学生にとっては自立創造的に働く姿勢と、更には消費者としての物事の見方から生産者への見方が変わるといったキャリア教育的な意味が生まれる。時計や雑貨を製造するあるメーカーでは、学生に新たな商品企画という役割を与えている。単に自分の趣味や嗜好で商品の開発をしようとする（消費者的意識）なかなか実際に採用されるような商品の企画はできない。今業界ではどのような商品がどのような価格帯で販売されているのか、また時計に限らず様々な雑貨類は、どのような素材や色の商品が流行っているのかなど、作り手側の意識で物事を見ることが求められる。この視点の転換こそが、インターンシップが学生にもたらす最大の価値であり、仕事に対する考え方や学習の仕方、情報に対する感度や捉え方などが、インターンシップの期間を通して劇的に変化を遂げる。

継続的学習の習慣を獲得する

インターンシップによって期待されるもう一つの成果は、継続的に学習を行う習慣の獲得である。今後ますます知識情報型社会へと進んでいく中で、自ら課題や目標を設定し、その解決・実現のための学習（知識や情報の獲得）を自ら行う力が求められている。

「期間限定の正社員」としての意識を持ち、自分が果たすべき役割を認識することで、そのために必要な情報や知識、技術等を認識することができる。インターン先での役割を意識した上で、自分が取り組みたいことに関して事前の学習を行うことは、インターンシップの質を高める上で大き

な意味を持つ。ETIC. では、学生がインターンシップに参加する前に、企業ごとに必ず事前課題を設定し、学生に取り組んでもらっている。

また、アウトプットすべきこと（=果たすべき役割）が明確であれば、インプット（=学習）すべきことも具体的になる。そして、学習したことが少しでも業務に反映できたという、小さな成功体験を積むことによって、継続的な学習の習慣、そして動機を獲得することができ、更には知識や情報を体系化するプロセスを経験することができる。

インターンシップの経験を学生生活にフィードバックする

「フルタイムスタッフと同様の貢献」を期待されるインターンシップではあるが、社会人との明確な違いは、在学中もしくは卒業直後といった段階に、事前に決められた一定期間（期間限定）業務に取り組むという点である。期間限定だからこそ、自分の適性や関心分野の確認など、様々な“実験”をリスクなく行うことが可能となる。また、一定期間を経て、再度大学生活に戻ることで、今の自分に足りないことや、将来の方向性についてじっくりと思考する機会も得ることができる。この学生生活へのフィードバックこそが、学生時代に実践的な経験をするものの価値であり、言い換えれば、インターンシップは単にその期間だけの取り組みではなく、与えられた学生生活の質を高めるための機会なのである。

ここまで述べてきたように、学生のキャリア意識を育み、自立創造的な人材を育成するためのインターンシップを実現するためには、学生としてではなく、社会人として、何らかの成果（会社内における貢献）を目指して取り組むことが重要である。我が国においては、学生時代に「自分が社会・組織の中でどのような貢献ができるのか」を考える機会は本当に少ない。しかし、実際にこのようなことを経験することによって、学生は驚く

ような成長を遂げるのである。そのためには、学生を未熟な存在として扱うのではなく、大きな可能性を持った社会人として見るのが大切なのである。また、このような経験をするためには、最低でも2ヶ月以上の期間（可能であればそれ以上の期間）が必要であるということも付け加えておく。

4. 人材育成力強化のためのインターンシップ

本論文においてこれまで触れてきたことは、インターンシップというものの一面から見た考え方である。しかし、途中問題提起をさせて頂いた通り、現状のような短期型のインターンシップを大学3年次に行うという画一的な捉え方ではなく、もっとその可能性を正しく認識し、インターンシップの推進に取り組むことが必要なのではないだろうか。

短期的なインターンシップにせよ、中長期的なインターンシップにせよ、共通して言えることは、大学4年間の中で、そのタイミングに応じた効果的な体験型学習が行われることが重要だと言う事である。スタンフォード大学ジョン・ヘネシー学長は日経ビジネス誌において、「最初の2年の刺激が重要」と述べられている。フィールドスタディのような短期的なものは、大学低学年次に実施されることによって、より早い段階でキャリアについて幅広くかつ深く考えるきっかけを与えることができる。そして自分の専攻分野を強く持ち、将来のキャリアに対する考え方を身に付けた学生達が、自分の力を試し、更には必要な経験を積むための機会として、2ヶ月～3ヶ月以上の実践的なインターンシップを経験するというのも、インターンシップを有効に活用する一つの考え方ではないだろうか。

地域の大学の多くには、地域の産業や経済、または政治や文化などの発展を担う若者の育成が期待されている。地域の活性化を意識したインター

ンシップも、インターンシップという仕組みを画一的ではなく、創造的に考えることで、様々な可能性が秘められている。過去 ETIC. において、山形大学を1年間休学し、東京のベンチャー企業（リサイクルショップ）でインターンシップを経験した学生がいた。彼は1年間の経験の後、山形大学に戻り、地元のリサイクルショップの経営に携わる傍ら、地元商店街の活性化と山形で事業（小売業）を起こす若者の支援を目的としたNPO（山形ベンチャーマーケット）を立ち上げた。多くの資源が大都市圏に集中する我が国においては、各地域で閉鎖的にインターンシップを行うだけでなく、東京におけるインターンシップへ学生が参加することを支援するような制度（交通費補助や宿泊先の確保など）を推進することも面白いのではないだろうか。

学生は大きな可能性を持っている。これまでの20年程度の人生の中では、まだ開発されていない、発見されていない潜在能力を持っている。これらの能力を引き出すためには、教え与える教育ではなく、学生たちが自ら考え、自ら取り組む機会が必要なのではないだろうか。教育は国の礎をなすものである。このインターンシップという制度が、我が国の人材育成に深く貢献することを強く願うとともに、私自身、今後も我が国の人材育成に対して、微力ながらも貢献していきたいと思う。

山内幸治（やまうち こうじ）

- 1997年 任意団体として ETIC. インターンシップサポートセンターを設立。事務局長就任。
- ・通商産業省より、ベンチャー企業におけるインターンシップ推進の可能性に関する調査研究事業を受託。同事業内におけるパイロットプロジェクトとして、ベンチャー企業・大手企業新規事業部における長期実践型インターンシッププログラムをスタート。
- 1998年 日経事業出版社より「インターンシップ活用術」を出版。
- 1999年 早稲田大学教育学部卒業
- 2000年 経済企画庁（現内閣府）より特定非営利活動（NPO）法人に認定。
- ・特定非営利活動法人 ETIC. ディレクターに就任。

インターンシップの現状と今後の可能性

出席者（敬称略 順不同）

石川純一氏（㈱リクルート「就職ジャーナル」前編集長）

酒井嘉昭氏（㈱アーパス 代表取締役社長）

青木考一氏（松下電器産業㈱ 人事グループ採用チーム課長）

楠井宏和氏（㈱十六銀行 人事部人事課 課長代理）

村橋敏博氏（名城大学都市情報学部 助教授）

センター

杉田伸樹（財岐阜県産業経済振興センター 理事長）



杉田 本日は大変お忙しいなか、座談会にご出席いただきありがとうございます。

『インターンシップ』とは、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で、実際の就職活動を始める前に将来への目的意識を明確にすることができるメリットがあり、有効な人材育成、企業と大学との連携の手段として活かされつつあります。アメリカでは、インターンシップが一般化しており大学生を採用する企業の8割が採用しているといわれていますが、日本の場合、長い間就職協定があって、採用につながりかねないインターンシップの導入が遅れ、少数の企業が社会貢献の一環として短期間、学生を受け入れるという状況が続いてきました。しかし、最近国際化・情報化の進展、産業構造の変化等に伴い、インターンシップが企業の関心を集めるようになってきており、制度面の整備も始まり、官民双方の機運が盛り上がりつつあります。そういう背景のもと、様々な可能性を持ち注目され始めている『インターンシップ』を、今回はテーマに設定いたしました。

本日の座談会では、さまざまな立場でインターンシップに先駆的に取り組まれておられる方々にお集まりいただいておりますので、インターンシップの位置付けについての考え方や実施されるに

あたつての問題点など具体的にお話ししたいと思っています。そのうえで、インターンシップの普及・定着に向けた環境整備のあり方とその方向性等について探っていきたくて考えておりますので、どうぞよろしくお話ししたいと思います。

それでは最初に、㈱リクルートの石川さんにお話を伺いたいと思います。石川さんは一貫して企業の人材採用広報戦略支援を担当され、就職の現場を企業側、学生側の双方からリアルタイムに分析しそのギャップを埋めるべく精力的に活動されてきました。そのなかで、インターンシップの普及が、学生と社会との間のミスマッチ解消に最も有効だと主張されています。そこで、まず現代の大学生の就職事情や仕事に対しての考え方、そしてインターンシップの現代的意義などについてお話し願います。よろしくお話し願います。

キャリアデザインとインターンシップ

石川 それでは、日頃考えていることを中心にお話しさせていただきたいと思っています。よろしくお話し願います。お話しさせていただくテーマは4点（①キャリアデザインが描けない大学生、②学生と社会の間のミスマッチ、③インターンシップの取り組みがもたらすもの、④日本でのインターン



石川 純一 氏
(株)リクルート 「就職ジャーナル」前編集長)

シッフの現状)です。

まず、キャリアデザインが描けない大学生ということですが、私は就職ジャーナルという雑誌の編集長をしていました関係で、多くの大学生と会って話しをする機会がありました。その中で感じたことを幾つかお話ししたいと思います。

求人倍率は、昨年の1.09倍から今年は1.33倍へと回復したにもかかわらず、大学生の就職内定率はあまり改善されていない実感があります。それは、大学生側に必ず就職しなければならないという意識が薄れていること。好きな業界や企業で無ければ就職したくないという、いわば売り手市場時代の意識に起因するものと考えます。

私は、よく学生に対して、「将来の夢は何？」という質問をするのですが、子供の頃には目を輝かせて答えてくれたこの質問に対して、最近の大学生たちは当惑したり、困惑した反応を示します。私は、なぜ大学生になるとこのように夢を持ちにくくなってしまふのかと、長い間疑問に思ってきました。たしかに、キャリアの選択や決定には自己責任の面があるとは思いますが、入学時からのキャリア開発支援の積上げがあつて初めて自己責任も問えるのだと思います。学生たちは口々に、「どうしたら適職が発見できるのか」、「自分には何が向いているのか」、「どんな職業があるのか」、「就職のためにどんな準備や勉強が必要なのか」、そういうことが分からないと言います。社会は大学生たちが無目的化していると嘆きますが、彼らは世の中が分からない、職業世界を知らない。だ

からこそ大学に来ているのだ、と発想を変えて受け止めることが必要になっていると思います。

次に、学生と社会の間 mismatches ということですが、マスメディアで盛んに取り上げられるようになった問題を分けてお話ししようと思います。

新卒の未就職者が30万人を超えるという問題、3年間で三人に一人が離職するという問題、そして学生が人気企業ランキングにとらわれているという三つの問題です。

未就職と早期離職は、大学や家庭におけるキャリア教育の機会がまだまだ不足していることと、就職協定が無くなり短期決戦型の就職戦線になったことにも関連があると思います。学生たちは断片的な情報に翻弄されながら就職活動をしており、今のままでは未就職や離職につながる mismatches は防げないと思います。もっと、大学と社会の間の連続性や関係性を高めていくことが重要だと思います。事実、新卒未就職者の多くは、氷河期で就職先が無かったのではなく、自分にあった仕事や会社が見つけれなかった人たちだと思います。

もう一つ、人気企業ランキングの問題です。我々をはじめとした情報会社各社が例年発表しておりますが、その顔ぶれには特徴があります。それは、その時代時代の有名な花形企業が上位にランキングされているということです。一部企業への人気の集中を見ると、学生は知名度によって自分の生き方を決めているのではないかとすら感じます。ご承知のように働き方に偏差値は無いわけですし、就職は個人の主体的な選択が初めて発揮される時でもあります。にもかかわらず、学生の考える「いい就職」を因数分解すると、「有名企業」×「正社員」という固定的な概念にとらわれ、まわりの評価を意識し、生き方や就職先を選択していると言っても過言でない状況です。これが現在の未就職、早期離職という問題の遠因にもなっているのではないかと思います。たしかに、かつては「有名企業=いい就職」という方程式があっ

たと思いますが、いまや企業や雇用環境の変化は大変著しいわけで、多くの学生はその変化に気づかず旧態依然とした企業選択を行っていることに危機感を覚えます。

一方で、時代に敏感な一部の大学生の就職観は、「いかに有名企業の一員になるか」ということから、「いかに実力を身に付けるか」ということになり変わり始めています。特にインターンシップを体験してきた学生達は、「自分に不足しているものを知って何をすべきか見つけ出す良い機会だった」、「学んだことを活用する機会を得た」、「専門領域を深めることができた」、「やりたいことが見つけられ就職までにやるべき課題や方向性が見えた」と、社会と教室が融合された結果として、今後の学びへの意欲を語ってくれます。自らの仕事への適性を正確につかみ、大学で必要な実力を身に付けるという、理論と実践の統合に役立っているということでしょう。

企業側にとっても、採用オンシーズンにおいてのインターンシップの実施は、学生が良い面や悪い面を知ったうえで入社してくるという、ワクチン効果があったり、学生に応募できる実力が無いことを分からせるセルフスクリーニング効果があったり、厳しさを覚悟させるコミットメント効果といったメリットがあるということが議論され始めています。

インターンシップがこれだけ産官学ともに関心を集めるようになった背景は、大学と企業との関係の変化があると思います。バブル崩壊後、日本経済は成熟期を迎え従来の大量生産型ビジネスは限界に達しました。人材についてもグローバルビジネスを勝ち残るために、求める人物像が変わってきました。かつてのような白紙の人材を採用して画一的に育てて強さを作るというのではなく、これまでになかった人材を求めはじめています。その現れとして新卒採用から通年採用への切り替えがあります。いまや企業にとっては、新卒

も中途も無く、そうした企業の変化をうけて大学や学生も変わらざるを得ない状況に有るわけです。

これまでは就職協定という壁によって、企業と学生の早期接触はタブーとされてきた。しかし、97年に協定が廃止され、学生と企業の早期接触が原則自由化されました。そして、選考手段の一つとして、採用連動型のインターンシップが注目を浴びはじめていますが、大学も企業も多少浮き足立った感があります。もう少し冷静な議論が必要だと考えます。また後で今後の問題点についてはお話ししたいと思います。とりあえず簡単な現状紹介をご報告いたしました。

杉田 次に実際にインターンシップに取り組まれている方々に、それぞれの立場から順番にお話しをいただきたいと思います。

インターンシップの取り組み事例、その成果、さらに直面している問題点、行政に期待する役割などについてお話し願います。

まず、アーパスの酒井さんにお話を伺いたと思います。(株)アーパスは携帯電話向けの地理情報サービスのシステム開発をされているベンチャー企業で、国際インターンシップを海外事業展開や人材確保に活用されていると聞いております。お願いいたします。

ベンチャー企業にとってのインターンシップ

酒井 私どもの会社は、携帯電話のコンテンツ、特に地図情報、ロケーションという非常に新しい分野を扱っておりまして、創立は89年で私が大学を卒業して作った会社です。そういうことで、私自身は就職活動をしていないわけですが、当時はバブル経済の時期で多くの学生はブランドで就職先を選んでいただいていたように思います。私自身は少し変わっておりまして、学生時代はパキスタン、北部インドのカラコルムなんかで山登りばかりして就職しなかったわけです。もともと地質の専



酒井 嘉昭 氏
(株)アールパス 代表取締役社長)

攻だったこともあり、当時環境問題がブームであったことにもありまして、大学生活の延長で環境の調査をする会社を作りました。大学の研究室と一緒に学生アルバイトをどんどん使って調査やレポート作成を請け負ったりしていたわけです。ところが、下請け的ビジネスでの自転車操業では如何ともしがたくなってきて、98年に現在のコンテンツビジネスで第二創業に踏み切ったのです。

第二創業に当たっては、ベンチャービジネスで成功するために、とにかく優秀な人材、頭の良い人、変化に敏感な人を確保することに努めました。このために、ひょんな事からアイセックという海外インターンシップを後押しする組織の人達と知り合いました。ここの人達は経済やビジネスを良く知っていることに驚きました。私自身、理科系で就職経験も無かったので、それまでビジネスのことばを話す人達との付き合いが無かったので。ここで知ったのは、ビジネスは課題とマーケットがあって、いい人材を投入すれば成功するということです。アメリカのベンチャー企業の成功の影にはインド人の優秀な人達がいるわけです。また、学生時代にパキスタンの山中で測量したときに地元の人に手伝ってもらったときに、素養と関心と情熱があれば能力は人種には関係無いことも発見しました。アイセックでは台湾、韓国、インドネシア、マレーシア、カナダの学生を紹介してくれたわけですが、みんな日本で何かやりたいと情熱を持って、目を輝かしていました。私も当初は、彼らを採用したいとまでは思っていなかつ

たのですが、第二創業で優秀な人達が欲しい、優秀な人が集まればビジネスは立ちあがる、その人達の才能を花開かせるマーケットがちょうど日本にあったといことで、インドネシア人の学生を一人、海外インターンシップ第1号として採用しました。彼女は適応力もあり、インドネシアでは高度な教育を受けており、コンピューターの技術も豊富、英語は完璧、日本語もそれなりにでき、日本のベンチャー企業で働きたいというので、受け入れたわけです。研修内容についてですが、いわばアメリカ式で、お客さん扱いでなく、日本語の書類をどんどん与えて課題を投げつづけた結果、それをクリアして最終的には現在も働いております。もう一つの成果として、会社の海外展開において海外の企業とのコネクション作りにも役立ちました。そうして現在ではアールパスは7割の社員が外国人になりました。今のビジネスは優秀な人材がいないとできないということで集めていったら、結果的に外国人の方が多くなっていったということです。

ベンチャービジネスというのはとにかく変化と多様性に対応していかななくてはならないわけです。そんななか、アールパスは今までインターンシップを6名受け入れたことになります。インドネシアから2名、台湾から1名、日本人は3名です。今年入社した人は日本人ですが、彼は経済学部出身で学生時代からベンチャービジネスに関心があり、良く研究していて下地がありました。これは先ほど石川さんからお話しのあったキャリアデザイン、キャリア教育というに通じるもので、私は学生達のベンチャーの素養を見分けるために、彼らのキャリアイメージがいつどこで形成されるかに興味があります。一方で今年採用予定でインターンシップを経験した建築学科の女性は、当社での経験を通じ自分のやるべきこととの違いが分かったということで、やめていきましたが、これはこれで成果だったんじゃないかなというように思います。彼女は本当にリアリティを持って企業を

見たということになります。私もそうでしたが、理科系の人はビジネスと仕事を一致して見ていないところがあり、彼女はインターンシップを通じて、今後は技術者として生きていくことを明確に意識したものと思います。

ベンチャー企業にとってインターンシップは非常に重要です。なぜならば、ベンチャー企業は急激に成長する時期があり、その変化について行けない社員が出てきます。日本企業が直面しているグローバリズムとは何かと考えると一言で言えば変化なんですね。変化がものすごく多様で速いということです。そうすると、先ほどの石川さんのお話のように、ただ単に白紙の人材では困るわけですね。色の染めようが無いんです。そのときに何を求めるかということ、本人の適応能力であったり、柔軟性であったり、自分自身を位置付ける能力で、それらが無いと不幸です。企業も変化してサバイブしなければならないが、本人もまた成長と共に変わっていかねばなりません。キャリアデザイン、キャリアイメージというのを、いまの20代の人達は親や先生を見てイメージしていて、これが現代に適應できなくなっていることを、かなり意識して教育の中に入れていく必要があると思います。そこで今後の課題ですが、ベンチャー企業にとってはインターンは戦力であり、新しい変化への対応、早期に人材発見するための場といった戦略的な位置付けが重要になっています。大企業と違って、いわゆる研修とか社会貢献といった位置付けはできません。採用を含めて人に対してどれだけのプロフィット、将来性を期待できるかどうか、その人が受けたイメージで企業のデザインが変わってきますので、ベンチャー企業にとって人そのものとの接点になってくる。そのときに一番大切なのは一緒に働いていくときにどれだけ多くの時間を共有していけるか、一方採用された後も変化に対応していかなければならないことを自覚していただきたいと思います。ベンチャー企業の中というのはまだ混沌としています。そ

んな混沌の中で対応していく人材を見つけるというのが私達の仕事であるし、そういう人達との接点をより多く求めること、それも日本以外でも接点を求めていかななくては今後の変化には対応できない、そんなことを含めて、それから日本の大学との接点をもっと多くしないと人が見つけられないわけで、どれだけ接点を持てるか、逆に私達のようなベンチャー企業が大学や教育の場へいい意味での影響を与えることができるのかも関心のあるところです。

杉田 つづいて、松下電器の青木さんにお話を伺いたいと思います。松下電器産業(株)では、インターンシップを企業の社会貢献としての学生受け入れという枠を超えて、今年から採用に連動する形に踏み切られました。就職協定時代からのタブーを破って導入された事情も含めてお願いします。

インターンシップの新たな展開



青木 考一氏
(松下電器産業(株) 人事グループ採用チーム課長)

青木 いま、酒井さんから非常にダイレクトで力強いお話をいただきましたが、逆に私どもは所帯も大きいため、その中におけるインターンシップの位置付けを担当者として地に足のついた部分でお話ししたいと思います。

まず、インターンシップ採用の背景・経緯ですが、私どもも外国人の採用を過去10年間行なっております。その中で、経歴書には必ずインターンシップ経験が書かれています。中にはアシスタン

トセールスマネージャーとあって、実はハンバーガーショップのアルバイトであったりすることもあるわけですが(笑)、自分のやりたいことがはっきりしている姿に、自己主張という面も含めて心強いものを感じます。その後、日本に帰って学生と話すとき大きなギャップを感じるがありました。もう一つは、私も98年から退職金の前払い制度を導入しまして、初年度新入社員の選択率が44%と高かったことで、いわゆる就労意識も変わってきたことが明らかだと感じました。そうなるとキーワードは「マッチング」(いかにミスマッチを少なくするか)ということではないかということ、それに就職協定の撤廃ということもあってインターンシップを拡大させてきたというのが経緯です。

当初は年間30~40名の枠で始めたインターンシップですが、今年からは採用活動と連動する形の「ウォーミングアップ・プログラム」という新たな展開に取組みました。その問題意識は、採用担当として数回の面接だけでマッチングができるのかという素朴な疑問があったことと、97年に就職協定が撤廃されて企業が一斉に採用のスタンスを変えたということです。松下電器の場合は、協定撤廃に伴って、「オープン&フェア・セルフ」という3つのキーワードを打ち出しました。情報開示、機会均等、そして企業、学生が選び合うということです。それを具体化するため、東京、大阪に「パナソニック・リクルート・スクエア」を設け、一般公開で先輩社員に話を聞く「ジョブ・フェア」を開催、さらに「セルフジョブエントリー」という職種を明確にした応募形態の展開といった方向性をここ3~4年やってきました。しかし、もう一歩踏み出せないのか、究極にディスクローズしていく形はできないのかということで、このウォーミングアップ・プログラムを考えたいわけです。

実施の内容ですが1~2月に公募して、3月に2週間職場で実習します。そこでA~Cの3段階

で評価し、A評価を得られた人は本人が希望すれば内々定、B評価、C評価についても就職活動上のインセンティブを明示します。なお、内々定になった場合も困り込みはせず、5月の期限までの2ヶ月弱の期間は他社への就職活動もできます。あくまでも本人の意思を重んじています。

職種43テーマをネットで公開して募集したところ、3千名もの応募が有りまして驚きました。これを書類選考で千名に絞り、面接で150名に実習していただくことになりました。ここで、当初のコンセプト通り、評価のディスクローズが重要になります。どういう面が企業に求められていて、どういう風にみられているのかということをはっきりさせるため、最初のオリエンテーションで評価項目を説明しました。人物的な面とビジネススキルで合わせて10項目5点ずつで合計50点、この内2項目づつは職場によって2倍の配点として合計60点、これに加えて職務適性10点、最終のプレゼンテーション30点の合計100点満点という配点になっていまして、80点以上がA評価、60~79点がB評価、それ以下はC評価です。ちなみに書類選考にもれた2千名、面接でもれた850名についても、その理由のポイントを記載したシートを郵送し、「究極のディスクローズ」のコンセプトを貫きました。

さてウォーミングアップ・プログラムの定量評価の結果ですが、150名のうちA評価が90名、B評価が60名、C評価は無しということになりました。評価は相対評価ではないので、出てくる結果については心配しましたが、一応2段階には分かれました。A評価90名の内、入社を志してくれたのは75名、約8割で、文系50名、理科系25名となりました。私どもとしては初年度実施で8割がイエスと言ってくれたことで一応の評価ができるのではないかと考えています。

先ほどもタブーを破るという話が出ましたが、世間から注目されていたこともあって、各所根回しということでもないですが事前にお伺いしまし

た。例えば日経連さんでは、趣旨は良く理解できるが、他社に悪い影響を与えないよう、きっちりその趣旨を伝えて欲しいという言葉いただきました。大学さんも多数回りましたが、賛否両論が有り、最終的にはこちらの趣旨は伝えて実施したということです。

実は、ウォーミングアップ・プログラムの他に夏休みを利用したインターンシップも実施しております。パワフルインターンシッププログラム（PIP）と称し、今回は全社で150名受け入れ、3週間実習するものです。無給ですが、昼食代及び遠方の方には寮を提供し、保険も会社で対応します。

最後にインターンシップについて2点の事を申し上げたいと思います。1点はキャリア形成の中でインターンシップを位置付けることです。就職や採用という一断面で捉えるのではなく小学校から中学、高校、受験、大学、その中のインターンシップ、就職、入社、その後のキャリアステップという一人の人間の連続のキャリアの中の1ステップとして位置付けないとおかしくなるんじゃないかと思います。そうしないと青田買いだとか、底の浅い議論になってしまいます。そうしてアメリカのように社会システムになるといいと思います。もう1点は、インターンシップは受け入れる職場にもインパクトを与えることです。それだけの魅力の有る職場でないと学生も行かないわけですから、学生と職場の間に健全な緊張感が生まれます。組織が大きくなると採用は人事任せになりがちなので、必要な人材は職場が自分達で採用するんだという気概を植えつける効果があります。杉田 次に、地元企業から、(株)十六銀行人事部人事課課長代理の楠井さんにお話を伺いたと思います。十六銀行では国内の学生のインターンシップを初め、95年という早い時期から海外インターンシップ生を定期的に受け入れていらっしゃいます。

企業側にとってのインターンシップとは



楠井 宏和 氏
(株)十六銀行 人事部人事課 課長代理)

楠井 いま、グローバルなお話を伺ってまいりましたが、私ども地方銀行として、話の系統が少し違うのかなという気もいたしますがご容赦下さい。

いま、ご紹介のあった海外インターンシップ受け入れについては、アメリカから大学生に3ヶ月ほど来ていただいて国際業務のインターンシップを経験していただいておりますが、岐阜県の国際交流の一環ということで、どちらかといえば受動的な取り組みです。このほかに国内の大学生のインターンシップを受け入れており、今年で5年目を迎えます。人数は、毎年数名で、今年も6名の受け入れを行いました。1名ずつ本部各部にて、個人業務・法人業務・ネットワーク業務・広報調査業務などの本部部門業務に夏休みの2週間従事してもらっています。銀行内での企画的な仕事なので、学生さん達には銀行の仕事の発見の一助にはなっていると思います。しかし、いわゆる本当の銀行業務を皆さんに見ていただけていないことを分かりつつ、実施せざるを得ない状況にあります。地方銀行の営業店業務は、顧客対応等即戦力が求められ、現金等取扱いのうえでも不安があることから、これらをカリキュラムには盛り込んでいません。従って銀行にいらっしゃるインターンシップ生にどういう位置付けで研修していただくのかということについてジレンマに陥っています。

とはいうものの、学生の反応は非常に良く、短

い期間のなかでも口々にためになったと話しており、企業サイドに対するお世辞の部分を割り引いても、まずまず良い経験にはなったようです。2週間でも銀行業務に触れられた感動というよりは、実社会に多少なりとも触れられた感動なのかも知れません。学生の中には、独自に銀行業務における問題点等を掘り起こす力のある方もあり、また、そこから自分なりの職業感、人生観まで考え直す方もいて、自分なりに考えるきっかけにはなったようで、受け入れ側としても一安心しているところはあります。

そもそも私どもが5年前にインターンシップを始めたのは、取引・就職なども含めて大学との友好関係を良好にする主旨が第一で、さらに能動的に社会に触れようとしている学生に対して、その機会を提供することで、学生の社会離れなどの問題に対応するという社会的責任があったのかなあと思います。ところが、企業としては受け入れにもコストが掛かるわけですから、受け入れ人数も5~6名というお恥ずかしい事になってしまいます。たしかに、学生にとっては社会勉強という意味でメリットがあったのだと思いますが、企業側にとってのメリットがはっきりしないというのが私の実感です。インターンシップの意義を煮詰めて、学生側のメリットに加え、受け入れ側のメリットをきっちり作り出さないと、インターンシップのボリュームが大きくなならない、掛け声倒れに終わってしまうのではないかなとさえ思います。

正直なところ、今日参加させていただいた自分なりのテーマとしては、「企業にとってインターンシップというのは何なのか、それを発見できれば」というつもりで参りました。お伺いしたアーパスさんや松下電器さんの場合、採用というところにメリットを感じて実施していらっしゃるようですが、私どもはいまのところ採用と結びつけては考えていません。企業にとってのメリットは何なのか明瞭にならない限り、受け入れ人数も増えないでしょうし、今後も受け入れるべきなの

かという根本の議論も出てくるかもしれません。もしインターンシップがいまの学生や社会に非常に重要なものであるということならば、その広がり大きくする手段としては、受け入れ企業サイドのメリットを社会全体としても、もう少し考えて行かなくてはならないと思います。また一般企業に限らず、各公的機関や、非営利団体、ボランティア団体等、すべての団体がインターンシップを受け入れるのが当たり前という社会的コンセンサスをしっかり作り出していくことが今後重要なのではないのでしょうか。

杉田 最後に、名城大学都市情報学部助教授の村橋先生にお話を伺いたいと思います。村橋先生は学内インターンシップ委員会のメンバーとして積極的に取り組まれていらっしゃいます。学生を送り出す側の立場から、お話し願います。

大学教育は実務重視の専門型へ



村橋 敏博氏
(名城大学都市情報学部 助教授)

村橋 先ほどの石川さんのお話のように、離職率が高いということは求人サイド、求職サイドの両方にとって非常に社会的なロスなのではないかということで、そのミスマッチを解消するのにインターンシップが非常に有益であるという基本的な考えで動いております。

私どもの大学の場合、90%の学生が就職、残りの多くは大学院進学などで、フリーターといのはほとんどいません。特にインターンシップを経験

した学生は大学院進学が多くなってきているように思います。これは、実地体験で勉強不足を認識したこと、専門性を持つべきだとつくづく感じたことだと思えます。したがって日本の大学教育を明治以来の欧米型（教養教育主体）から米国型（職業的専門教育主体）に切り替えるべきではないかと私は思っています。米国では、就職してからキャリアアップを求め、マスターを取ろうとします。大学も大学院教育、専門教育へのシフトを進めなければなりません。

学生が就職に非常にナーバスになっているのは、年功序列、終身雇用型から自己責任が重視され、専門分野の開拓をすべきという危機感が出てきているためです。専門重視という方向性のなかで大学教育、求人サイドはどうあるべきかですが、高学歴化にともない自分の違いを見せるために大学教育も実学指向の専門型へ変わらざるを得ませんし、求人サイドでも、文系の学生についても専門別採用をする動きも出てきています。

日本のインターンシップを区分しますと、現場体験型、特定課題体験型、専門業務体験型の3つのパターンに分かれると思います。現場体験型は現状の多くのもので、学生は白紙の状態研修に臨みます。特定課題体験型は、会計事務の勉強など特定課題をもって臨むものです。専門業務体験型は、自分のキャリア形成の中で何をやるかを決めて、それにプラスになる業務のインターンシップを希望するもので、今後の主流となるだろうと思われる米国型といえるものです。

インターンシップの効果を最大にするため学生にどうあるべきだということをかんがえてみます。まず情報化時代ということばの意味をとらえなおす必要があります。「IT（情報通信機器利用）からIntelligence（情報の質、量の分析能力）」への発想転換です。このシフトのために、日本人には3つの言語能力が不足しています。一つ目は英語です。TOEIC 650点以上は必要です。もう一つは会計言語です。将来会社の経営の意思決

定ができることを目指すなら簿記検定2級以上は必要です。そして三つ目はコンピュータ言語（利用能力）です。こういう能力を持った人がインターンシップに参加していくわけですが、言語ですから受け入れサイドにもこれらの能力が無ければコミュニケーションがうまく行かないのは言うまでもありません。もう一つ、専門性を活かすための資格についても、能力認定型資格から業務独占型資格へ展開をめざすことが必要です。こういった方向性をもった人には就職難はありえないと思います。企業にとって人材に対する要請は、必要機能と充足機能のバランスだと思います。いままでは必要機能しか求めないことが多かったように思いますが、これでは今後の企業は伸びないと思います。たえず充足機能を現在の必要機能より大きくするという企業風土が必要です。

大学の教育は理論教育と実務教育のバランスが必要であり、実務教育の一環としてインターンシップを多いに活用してもらいたい、そしてその高度化のために先ほどの3つのパターンのうち専門業務体験型ということで自分の専門をより高める方向に持っていくと一番いいと思います。

杉田 それぞれの立場から、インターンシップの現状について、いろいろお話をお伺いしました。ありがとうございました。



杉田 伸樹
（財）岐阜県産業経済振興センター 理事長）

さて、いままでお話いただいたインターンシップの現状を受けまして、今後の変化の激しい社

会において、インターンシップが変化への対応のための力になっていくことがあるのではないかとありますが、社会的システムとして普及定着させていくために、どういう風なことをやっていけばいいのか、それを議論していきたいと存じます。

石川さんにまず問題提起をお願いいたします。

企業に期待するもの

石川 はい。インターンシップを社会的システムとして普及定着させていくためにということですが、企業と大学という2つの側面からフリートーキングしていければと思います。

では、企業に関してから、お話していきましょう。ご提案したいのは、キャリア形成支援という視点と、仕事の切り出し方という二つの視点です。まず、キャリア形成支援についてですが、これは一方的な見方かも知れませんが、人を育てる余裕を失いつつある企業は、あまりにも多くのことを大学生に求め始め過ぎていると思います。企業は通年採用を拡大しつつあり、新卒者の採用基準を下げないようになってきています。が、そこでは、大学生を育成していくという視点が欠けているのではないのでしょうか。特に職種別採用導入企業が半数にもなり、将来のプロや即戦力を求めるようになって来ています。職種別採用という制度の下で仕事を選べるようになったということは、大学時代に専門性をしっかり身に付けた学生にとってはメリットですが、逆の学生から見れば厳しい制度です。また、当の大学生達も限られた知識の中で希望職種を絞り出しているわけですが、その職種は、企画や広報といった花形職種に集中し、企業の求めているものとは大きなズレを生じさせています。

企業は大学生の多様化や質的低下を嘆くだけではなく、インターンシップを通じ、もっと彼らのキャリア形成支援にかかわっていくべきだと思います。先ほど村橋先生のお話にも体験型というお

言葉が有りましたが、実体験こそが最大の学び、気付きの場になりうるのだと思います。企業の採り始めた職種別採用というのも、そうしたプロセスや支援があってこそ、初めて本来の機能を果たすものだと思います。大学生は才能と能力のポテンシャルを秘めています。それらを開花させるための体験する場を提供する役割を企業は求められ始めています。

また仕事の切り出し方ですが、企業のインターンシッププログラムは、まだまだ暗中模索段階のようですね。社会科見学レベルというのもあれば、アーパスさんのように即戦力レベルというのもあります。受け入れ方も、座学型、実践型などさまざまです。私は、そろそろインターンシップ実施についての考え方を考えるべき時期に来ていると思います。しっかりした学生と話す、「しかなるべきアウトプットを経験したいが、そういうインターンシップはあまりにも少ない」ということを言います。これからのインターンシップは、現状の社会科見学型、すなわち、インプット型ではありません。ましてや、採用連動型を推進させることでもありません。経験やスキルのない大学生にも、アーパスさんのように、現場に触れさせ、挑戦させてみる機会をどれだけ提示できるかということが、重要なポイントでしょう。個々のインターンシップを成功させるための最大のポイントは、仕事の切り出し方、与え方です。企業と学生、その双方が Win-Win の事例を見ると、新入社員と同じように扱うというケースが増え始めています。インターン生に新入社員と同じ仕事を与えて、予想以上のパフォーマンスを上げたという報告も数多くあります。多くの企業が、まだインターン生を借りてきた猫のように大事に扱っていますが、新たな戦力として考えることが企業に求められる新しい姿だと思います。それには、一度任せてみようという企業側の勇気も必要です。たとえば、高コストな社会人派遣に任せているジョブの切り出しも検討されてみてはいかがでしょうか。経

験が乏しくても可能性の有る若者にそういうジョブを切り出していく事ができれば、そうした登用が社内活性化にも大きく広がっていくと思います。その辺について企業の方はいろいろアイデアもお持ちだと思いますので議論してみたいと思います。

杉田 企業の活動のなかに、企業の目的のなかにどういう風に位置付けるかというのは本質的なお話だと思います。皆さん、ご意見いかがでしょうか。

酒井 インターンシップを取り入れる企業が増えて多様化が始まっている、成熟化してきたという指摘だと思います。石川さんの提唱されたアウトプット型というのは進化形でして、かなり高度な部類にはいるもので、その前に教室型というものもあると思います。実はアープスでは社会人のインターンシップもいらっしゃいます。子育てを終えられた主婦の方が税理士の資格を取ってから、経理の実務の勉強を兼ねてインターンをしています。このように、色々なレベルでの取り組みができるわけですが、そんな研修の仕方のバリエーションに加えて、別の軸として企業の業種の違いも有って、世の中には非常に多様なインターンシップのカリキュラムが現れてきています。この辺で、多様なものを整理しながらアプローチしていく段階になったといえるでしょう。

インターンシップが社会、実業との「接点」として重要である事を考えますと、うまく機能させていくには、学校での単位認定や企業での人事システムへの組み込みなどの制度化が必要になりますが、まだまだ先進事例的な扱いで、今後もっと日常的になっていくことが望まれます。現在の経済の停滞感というのは、20世紀型の産業が将来にどう対応していけばいいのかわからないという不安からきています。新しいことをやるには、ある程度学びながら現実の社会との接点を求めることが必要で、それを認める風土も必要です。そう

いう学問と社会の相互作用の「接点」がインターンシップという形にあります。海外、地方との関係という視点でインターンシップを捉えると、やはり相互関係を作っていく上でのいいきっかけ「接点」といえます。そうやって、仲間を増やすことで将来お互い支援をしたりすることになります。主婦がインターンシップを「接点」として、実業に入ってくることで、日本の経済活動にとってプラスとなるでしょう。

楠井 企業側のメリットの話ですが、例えば「環境」ということばに目を転じますと、企業にとって、大変コストが掛かるものなのに、いまや対策をするのが当然とされています。これは、「環境」が将来への社会的先行投資と位置付けられているからだと思います。それと同様に、最近では「教育」が重要だといわれていますが、インターンシップも教育の一環であり、企業にとっても将来への社会的先行投資だという位置付けを持つことができれば、「環境」のような社会的コンセンサスが得られるのではないかと思います。そういうインターンシップの理屈をきちんとする必要があるのではないかと思います。

杉田 そうですね。企業にとって、現在のコストの問題だけではなく、これからの持続性の観点から、「インターンシップは当然の選択である」という理屈を組立てられるかが重要ですね。

青木 制度あるいはシステムとして位置付けることですが、そういうものは風土やカルチャー、企業、学生双方の意識などから生まれてくるものだと思います。先ほど、石川さんからはインターンシップには学生にとってワクチン効果などがあるというお話でしたが、企業にとってもカンフル効果と言いますか一種の気付きの場を提供しているわけです。すなわち、企業は中の意識を変えていかなくてはならないということです。制度やシス

テムも重要ですが、若い人と一緒になって仕事をすることで、振り返って見れば道筋ができていくという地に足の付いたものでなければならないと思います。

当社は採用チームがインターンシップをやっていますが、私は「採用」ということばに違和感があります。実際には入社前の19歳から、入社4年目の28歳ぐらいのフォローまで、まさに若年層のキャリア形成のミッションを果している部署であるとして、インターンシップはその中の一部分であると認識しています。格好良く言えば、そういう意識を職場から社内、大学さんまで広めていきたいという使命感を持っています。こういった意識の変化がインターンシップをシステムとして根付かせていく中のポイントではないかなと思います。

石川 職場の皆さんからも、インターンシップ生が来たことで、自分の仕事を語るとか、自分の働くということの根源的な意味をあらためて整理して話せたとか、職場の活性化につながっているという事はお聞きしますね。職場の方はなかなか学生と接する事ができないので、自分を見つめ直すいい機会にもなっているようです。

杉田 ただいまは企業に期待することについてでしたが、反対に大学側に期待することについて、石川さんに問題提起をお願いいたします。

大学に期待するもの

石川 キャリアというのは職業的専門性を高めていくことだということが、日頃からベースにあるといいのだと思います。今後大学はこうしたキャリア形成支援をするようなカリキュラムが用意できるかどうかで、学生を集められる大学なのかどうかという分岐点まで遡るようになると思います。いま大学側ではインターンシップについては数を増やすことに重きが置かれ、担当者の企業詣

で盛んに行なわれています。社会貢献のために一人でも多くの学生を受け入れて欲しいというスタンスです。しかし、大事なのは単に数を増やす議論だけではなく、個々のインターンシップをどうマッチングさせるかというところに来ているのではないかと思います。企業はかつては学校名で学生を選んでいましたが、いまは学習の中身に選考基準を変えています。私は学校歴の時代から学習歴の時代へと呼んでいます。何を大学4年間で学んできたのが重視された採用になっています。大学は入試という「入口」と就職という「出口」にヒト、モノ、カネを投下する傾向にあるわけですが、本来、本当に大事な学びという「真ん中の4年間」に対して、気付きの場であるとかアクションの場をどう作っていくのか、ということに学内の議論を集中させることが重要になってくると思います。就職部だけが躍起になるので無く、大学全体として、どういう人物像を輩出していくのか、それを反映させたカリキュラムはどんなものか、そしてその中へのインターンシップを位置付けをどうしていくか、という根本議論をすべきところに来ていますね。

杉田 そういう意味では、先ほど私が企業の持続可能性という面でインターンシップを考えなければいけないといったことと同じようなことが大学側にもいえるわけですね。大学の仕事の中での位置付けをどうするかが、それが大学の持続可能性にどういう影響を持つか、ということまで考えなければ行けないということかもしれませんね。村橋先生いかがでしょうか。

村橋 バランスシートの左側は資産構成、右側は資本構成です。企業において、資産の中で人間という面が抜けているんじゃないか。労働力自体はバランスシートには載らない一種の情報資産なんですね。しかも、その情報資産は専門性によって個人個人が違うわけです。専門性がある人材は

V.I.P.(Very Irregular Person)です。専門性の中からVIP (Very Important Person) が生まれるんです。日本の企業風土は前者を排除してきました。専門性を磨いたうえで個性を引き出すという企業文化作りが重要であるということです。日本の履歴書には専門性を判断する項目が無いことも問題で、他の人と何が違うのか、どんな専門能力があるのか分かりません。

情報資産としての人間の価値の引き上げに重点を置くのは、21世紀の企業像だと思います。その一環としているいろいろなインターンシップがあり、そこから専門性を見つけ出し Very Irregular Person になっていくことが重要でないかと思えます。

杉田 V.I.P.の話は非常に面白いですね。インターンシップの良いところは、企業風土とは違った Irregular な人達、学生が典型ですが、あるいは海外からの人達を受け入れることで連携して使えるということだと思います。異能の人を受け入れるということについて採用側としていかがでしょうか。

青木 おっしゃる通りですね。ただし、学生から見たら社会で働いている人こそ Very Irregular Person に見えているんじゃないかと思えます。社会人の何気ないビジネストークでも学生に新鮮な驚きとインパクトを与えるわけですね。インターンシップは学生側に過剰なことを求めてはいけないということもありますが、学生には社会の厳しさとかをどんどん与えていかななくてはならない。V.I.P. 同士の出会いというところに価値があるんじゃないかなと思います。

楠井 お話は非常に面白く参考になりますが、子どものインターンシップは2週間と、非常に短期間なので Irregular Person ぶりを発揮してはいただけないと思います。また石川さんのおっしゃ

った「数を増やすよりも内容の充実を」という議論についても趣旨は良く理解できるのですが、まずは数を増やすことが第一の命題だと思います。学生の多様な需要を満たす供給サイドの態勢が無いという状況では、最初にも申し上げたように、社会的認知の面も含めて、需要と供給のバランスを持ったマーケットを形成することはできません。いま一番大切なのは、やはり企業側のメリットの理屈を確固たるものにして社会的なコンセンサスを固めることにあると思います。入口のところでは多少の行政主導も必要かと思えます。一旦企業が入り出せば、好循環がおこり市場性を有したマーケットが形成される可能性もあると思います。

石川 大手企業でインターンシップの導入に際し、常務会で決裁したという話があります。インターンシップをあまり仰々しく考えずに日常のアルバイトの一線と考えていただくというのも、数を増やすということでは一つの方法なのかもしれません。

楠井 どうしても企業としては、コストやリスクを考えざるを得ないところがあります。インターンシップについてもコストが掛かる以上、見込めるリターンが明確でない中では決裁を上の方に仰ぐことになるような気がします。社会的要請がもっともっと大きくなれば、担当者レベルで動きやすくなるでしょうが。

村橋 4年生になりますと大学生は就職活動に忙しく学校に出て来られないため、勉学に集中できるのは3年生までといってもよい状況です。それならば、飛び卒業させてインターンシップに参加し、さらに大学院へ進学して専門性を磨くなりした方がいいわけで、そういう時代が近づいてきている気がします。

石川 最近の優秀な学生は3年生で120単位も修

得して、週3回もアルバイトしている学生も多
います。そういう学生達は企業のインターンシ
ップ期間が1~2週間なのは短いと言いま
す。こういった学生もまだまだ活用できるの
ではないかと思えます。イメージとしては、
ビジネススクールのフィールドスタディー
です。空いた3日間でインターンシップを
やって、それを持って帰ることで教授との
コミュニケーションを図ったり、学ぶ
テーマが何か上がってくるということです。

楠井 アルバイトとインターンシップの違
いは分けて考える必要があります。アルバイ
トに比べインターンシップは社会的要請も
内在しており、会社側から与える部分が多
いと思えます。これを1年2年という長期
間続ける事には了解が得られないと思いま
す。

酒井 インターンシップにマーケット形成
ができるというのは面白い議論だと思いま
す。アルバイトのように雑誌媒体すらでき
る可能性も有るのでしょうか。しかしアル
バイトは家計のため、インターンシップは
プロフェッショナルを目指すための
プロセスという違いははっきりしています。

青木 卒業に必要な単位を取ってしまった
から、空いた日にインターンシップをやる
というのには違和感があります。我々は
大学生の本分は研究活動なり勉強だとい
うことに基軸におきたいと思
っているので、学生さんの生活時間には
かなり配慮してインターンシップを
実施しているつもりです。大学教育の
果す役割、その中でインターンシ
ップの果す役割は何かについては、
まだいろいろな考え方があると思
います。インターンシップを
どう根付かせるのか、あるいはど
んな物をインターンシップと呼ぶ
のか、あるいは大学4年間で何
をするのかという議論に最終的
にはなっていくと思えます。

杉田 どうも長時間ありがとうございました。
私なりにまとめさせていただきますと、
一つは大学にとっても企業にと
てもインターンシップが、今後
それぞれの活動の中で不可分の
ものになってくるということでは
ないかと思えます。採用や人材
育成という企業の重要なポ
イントにもつながっていると思
います。そういう意味でのきちん
とした位置付けが大学でも企
業でも必要かと思えます。

もう一つは社会的な認知で、
そのためには企業と大学だけ
でなく、公的部門の後押しも
必要かと思えます。情報提供
というものを公的部門が担
うのかも考えられるのかも
しれません。

少し毛色の違ったものを
組織の中に入れるという
効果とリスクをしっかりと
考えて取り入れて行く
ことが必要ではないかと思
います。

お話はつきませんが、この
あたりで終わらせて
いただきます。本日はお忙
しいなか、本当にあり
がとうございました。

<平成13年9月13日収録>

わが国におけるインターンシップの 現状と課題



田 中 宣 秀

(名古屋大学大学院教育発達科学研究科教授)

1. はじめに

わが国にインターンシップが本格的に導入されてから5年目を迎える。幸いにもインターンシップを体験した学生からは極めて有意義であったという声が数多く寄せられている。例えば、「将来の生き方に対する見方が変わった。社会の一員として働くことに対しもっと真剣に考えねばならない」、「時間の大切さを思い知らされた。社会人になるまで目的意識をもって行動する必要がある」、「日常のあらゆるところに情報が転がっていることを改めて気づき、物事をさまざまな角度からみることの大切さを感じた」といった声である。これをどう解釈し、スムーズな実社会への移行を図るか、という指導方策の検討も本稿のテーマである。

高度成長期では制度としてのインターンシップを取り入れなくても、初・中等教育において学力の底上げを図る教育がなされ、家庭や地域社会にも職業観を醸成する教育力があつた。さらに、企業ではOJTを中心とした企業内教育を実施してきた。従って、基礎学力と協調性のある若者を採用すれば、企業が拡大していくなかで、従業員はおおむね順調な昇進ができた。これが、年功制と終身雇用制が維持された事由でもあつた。

しかしながら、冷戦構造が終焉し、グローバルな市場競争社会に入った90年代の初め頃から、産

業界は採用から人事制度まで市場重視型の見直しを迫られ、若者に職業観を培うキャリア教育の必要性が増してきた。かくして、97年1月に発表された教育改革の目玉としてインターンシップの推進が盛り込まれ、同年9月に、三省庁連名で初めて「インターンの推進に当たっての基本的考え方」が出された(注1)。それ以降、この指針にそって40%近くの大学がインターンシップを実施するまで拡大してきた。しかし、課題も限りなくある。

本稿では、これまでのインターンシップ導入の経緯を振り返るとともに、わが国や欧米の代表事例を参考にし、わが国が抱える課題や改善策について論じたい。

2. 日本のインターンシップの意義とその現状

(1) 三省庁が打ち出した日本的インターンシップの意義を振り返って

三省庁が発表した「まとめ」のなかで、日本的インターンシップの意義が示されている。ここでは、インターンシップを「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」と定義つけたが、これは政府の教育改革プログラムの中に盛り込まれた幅広い概念の採用である。実際に、文部科学省、厚生労働省の研

研究会でも定義を巡って議論されたが、欧米でも定まった定義があるわけではなく、広く捉えることとして教育的側面が強調された。また、大学や学生に対する意義として、自己の職業適性や将来設計を考える「高い職業意識の育成」、高度な知識・技術に触れる実務教育を念頭においた「自主性・独創性のある人材の育成」、実地研究と教育研究を結びつける「教育内容・方法の改善・充実」が謳われることになった。

一方、企業にとってのインターンシップの意義は極めて表面的であり、かつ、御題目的な説明にとどまっている。例えば、「実践的な人材の育成」、「産業界のニーズを大学教育へ反映」、「企業等に対する理解の促進」が謳われたが、当時は「就職協定」を廃止した直後でもあり、学生を採用するツールとしてインターンシップを利用することの是非すら議論されなかった。しかし、5年が経過した現在、企業自身もメリットを見つけ出す方向に変わりつつあり、事業活動の一部を柔軟な思考が可能な学生に考えさせる事例や採用を視野に入れる取組みが始まっていることは評価されよう。

(2) わが国におけるインターンシップの現状

文部科学省の統計によれば、平成11年度の実施状況は622校の大学のうち186校にあたる30%が何らかの単位つきインターンシップを実施しており、平成12年度には250校に増加する見込みである。しかし、実際に体験した大学生は19,650人と学年別生徒数の4%弱にすぎず、欧米先進国と比較すると極めて少ない。但し、平成10年から一部高等学校でインターンシップが導入され、また平成11年末に発表された中教審答申にキャリア教育の推進が盛り込まれたことから中学校でも企業見学等が始まっている。従って、今後は「社会を知る教育運動」が底辺から広がっていくものと期待している。

なお、大学生を対象に行われているインターンシップは、大きく分けて①大学が独自に受け入れ

企業を開拓して実施 ②企業がHPなどを通じて独自に実践 ③東海地域インターンシップ推進協議会や(財)大学コンソーシアム京都のように大学が主体になりながら経済界と推進組織を設立して実施 ④経済産業省や厚生労働省が主導して経済団体等の協力のもとに実施、という4つの形態に分類されるが、最近では大学や企業が独自に行うケースが増えてきた。

3. わが国と欧米の実践例

わが国の代表的なインターンシップ事例として、慶応義塾大学とトヨタ自動車のケースを紹介する。また、欧米の実践例としてはCO-OP教育で有名なNortheastern大学(米国)とBerufsakademie Karlsruhe単科大学(ドイツ)を紹介する。

(1) 慶応義塾大学(商学部)

数年の検討を経て99年度から開始。大きな特徴は、2年生を対象としたインターンシップ(4単位)で、実地研修を将来の専攻分野の理論に繋げていくという本来の意義を追求している。しかも、米国の大学のようにインターンシップやCO-OP教育を扱う専門のキャリアセクションが整っていないので、学部長を含めた7人の教授を中心に運営組織をつくり、書類の発送を手伝う学内の教務課や企業とのチャンネルを持つ就職課もメンバーとして加わっている。また、受入先企業への挨拶状や感謝状は塾長名で出されるので、大学トップは対外的な最高責任者である。

大学当局も当初、100人から200人の規模の実施を想定していたが、受入れ先の開拓からマッチング作業・報告会を含めた指導を実質6人の教授で全てを行うことは難しく、初年度37人、2年度39人に留まっている。なお、受講希望者数は学部生の約1割に当たる100名に達しており、受入れ企業と指導教官を増すことができれば実習生の拡大は可能と思われる。

研修に向けての年間スケジュールは、学生への説明会（1月）、企業の研修計画書提出と覚書締結（3月）、第1回授業（4月）、学生による履修登録（4月）第1次選抜（4月末）、志望動機を記載する第1回レポート提出（5月）、第2次志望選抜でマッチング（6月）、第2回レポートで研修先の事前研究（7月）、2週間の職場研修（8月）、第3回レポート（9月）、研修報告会（10月）、第4回レポート（10月）最終報告会（11月）と切れ目がない。また、その合間をぬってビジネスマナー、マーケティング、経営分析等の事前教育と最終報告会の準備を含めた事後教育が行われる。特に、この研修の主眼に、企業が実際に必要とする仕事の一部を学生にさせ、かつ、企業でその結果を報告させることによって、プレゼンテーション能力の向上を図ることを掲げているのが特徴である。

（2）トヨタ自動車

わが国企業の多くは内外の大学からの個別的要請でインターン生として受入れてきた歴史をもつが、各企業が本格的にインターンシップを始めたのは2～3年前からである。トヨタ自動車も例外でなく、98年に中部通産局（当時）主導のモデルプロジェクトに参画し、99年から全国に公募を始めている。企業の立場からすると、社会貢献活動やPRの一環としてインターンシップを実施するケースと、採用を念頭においたケースの二つがあるが、トヨタは前者の方で、短期的には企業PRと正しい企業理解の促進、長期的には新卒労働市場形成への関与と説明している。

受入数は初年度25名、昨年度が45名で（注2）期間は事務系が2週間、技術系が4週間であった。募集は6月初旬に告知し、400名近い応募者のなかから7月下旬の書類選考で100名に絞り込み、最終的に面接試験で決定する。因みに、選考のために学生に提出させた書類は履歴書、自己PRシート、希望部署調査書で、採用基準は専門性のマッ

チングと面接での熱意、常識、礼儀であったという。

実際の体験学習は、学生の持つ専門性の有無により、①技術系学生が大学での専攻を会社の研究・開発の場で実践するテーマ追求型、②事務系学生が経理、法務などの部署で補助的業務体験を通じて仕事の基本を知る就業体験型、③事務系学生で、海外営業、国内営業などで座学・見学を通じ、部署の概要を把握する職場ウォッチング型の三つに分けている。

なお、トヨタが行ったインターンシップのうち採用された人数は、昨年度、事務系2名（6名が受験）、技術系6名（17名が受験）である。

（3）Northeastern 大学...米国

Northeastern大学（以後 NEU）は1898年に創立された総合私立大学で、実践を教育に取り入れたCO-OP教育を1909年にスタートさせている。現在、6,000人の学生が全米1,500ヶ所の職場でCO-OP教育を受けている。NEUのCO-OPシステムは5年制で、第一学年度はフルタイムの授業を受け、その後の4年間は6ヶ月ごとに就労と勉学を繰り返す。（3ヶ月ごとに繰り返す制度もある）学生の就職実績は卒業後6ヶ月で85%が決まり、多くのCO-OP学生が体験先に就職するので職場直結型の大学ともいえる。

特に注目すべきは本学のキャリアサービスの充実度である。NEUには、学生に将来の職場での役割についてビジョンを描き理解してもらうCareer Services、就業体験と授業を関係つけるCooperative Education、市場競争社会で活躍してもらうためのInternational Cooperative Educationの3つの部局が設置されており、それぞれ協力して実社会体験の支援をしているのが特徴である。

（4）Berfsakademie Karlsruhe 専門大学...ドイツ

Berfsakademie Karlsruhe は79年にバーデ

ン・ヴェルデンブルグ州に創立された産学協同教育を目指した3年制の専門大学である。セメスター制を採用しており、24週のうち、企業実習を12週、残りの12週について理論を9週、応用理論を3週行うもので、デュアルシステムの大学版ともいえる。この大学の職業教育の目標は、「授業と職業教育は科学的関連性があり、実務志向的であるべきである。授業から職業教育への移行計画において問題解決能力を付与して自己の学習と働く能力を培い、人格陶冶を促進する」としている。

この大学には銀行員を養成する講座があり、そのカリキュラムを見る限り、銀行職員として採用されてもすぐ実務につけるような授業と実習が行われている。例えば、カリキュラムは一般経営学、経済学、法律学、情報処理、数学・統計学、会計学、演習（ゼミ）、経営学特論など、セメスターあたり445時間の授業から構成されているが、経営学特論のなかに、預金業務、投資相談理論、資産管理、企業取引サービス（融資・効果分析）が、また、法律学のなかに商法・会社法のほかに、督促手続き法など極めて具体的な講座が組み込まれている。こうした座学を受けながら、実習の1年度は預金業務、口座管理、証券業務、投資・資産相談を、2年度は信用業務、外国為替取引、最終年度の3年次は実務職業教育、外国貿易融資などが行われており、わが国の大学では見られないカリキュラム構成となっている。このようなカリキュラムは、特色ある学部の設置が求められているわが国高等教育機関にとって大いに参考となる。

4. わが国でインターンシップを推進していくための課題とその方策

(1) インターンシップの課題

わが国と欧米の決定的な違いは、インターンシップを専攻分野に関連した職業に移行するための準備段階の労働と考えるか否かに尽きる。米国のキャリア・セクションに関係する教授達は、大学

の役割は学生が理論の研究のみならず社会ですぐ働けるようにインターンシップを通じて実体験をすべしとい切らし、企業もインターンシップは安い労働力の確保のためにあり、採用経費の削減に直結すると明確にいう。また、ドイツの専門大学ではより実学指向で、プラクティクム（インターンシップ）での単位取得が卒業要件になり、企業もプラクティクムを通じて学生を採用するので当然のことながらミスマッチが極めて少くない（注3）。一方、わが国では、これまでの処、インターンシップを労働ではなく教育と捉えており、冒頭に掲げた体験学生の声に示されるように勤労観の醸成に役立ってもその域を出ない。大学は労働と捉え、また採用の一助と考える風潮に極めて忌避的である。これが拡大しない事由でもある。さらに、企業は青田買いといわれることを極端に嫌い、採用メリットを明確に打ち出さないことや、インターンシップが産学連携による人材育成事業であるとの認識が少ない。このような諸課題を解決するため、産学でキャリア教育（注4）の構築について更なる話し合いが必要である。

(2) インターンシップを拡大していく方策

インターンシップの推進にはこれまで指摘したように複雑多岐にわたる要因が絡まっているが、拡大策は基本に戻るしかなく次の三点を提案したい。

一つは、産学ともに求められる人材像を改めて検証・確認するとともに、個の確立を支援する教育に向けての合意を得ることである。勿論、求められる人材像は産業によっても、また職場によっても異なるもので、また、経営者が企業を導こうとするビジョンやミッションによって変化していく（注5）。しかし、「熱意、礼儀、好奇心」といった性格や能力は世界の何処でも通用する基本的な能力であり、この達成を掲げ、社会の実態や動向を教えるキャリア教育をインターンシップ導入前教育として行うことである。

二つ目は、勤労観を醸成するというインターン

シップ本来の意義を徹底することである。人材が短期間に離職するのは、職業上のミスマッチや価値観の多様化だと一般に指摘されるが、今や労働を通じて社会に貢献するという「働くことの意義」は家庭でも学校でも教えられていない。改めて、初等中等教育段階から働く意義を教育していくことが必要である。

三つ目は、企業がニーズを率直に大学や学生に訴えていくことである。また、労働という観点で捉える場合も、大学のカリキュラム上短期間の時間しか取れなければ、この変更を求めるべきである。更に、筆者は採用を念頭においたインターンシップを増やして良いと考えている。ただし、就職活動は原則として卒業6ヶ月前に大学主導で行う方向で各大学が検討し、企業側に協力を求めることが前提となる。特色ある大学が優秀な学生を輩出できれば大学の主体的な対応が可能なのである。

5. おわりに

現在日本で行われているインターンシップの現状と課題を国際比較しながら論じてきたが、インターンシップの歴史を紐解けば、米国なみに極めて古い。例えば、1873年に東京の師範学校の生徒に実地練習を課し、1907年の師範学校規定第9条には「教育実習」の呼称がでていたことから分かる。わが国の教育制度は当初、ドイツを参考にしたわけで、日本的な発想ではなかったにせよ、日本の職人の徒弟制度となじみが深く、インターンシップの原点となるものが根付いていたと考えられよう。いま、本格的なインターンシップが始まったばかりであるが、企業も大学もこうした原点にあるものを思い起こし、産学連携教育推進のそれぞれの立場と役割を明確に認識することがインターンシップ推進の鍵を担っている。

注1、97年初めに当時の文部省は「インターンシップ推進のための産学懇談会」を、労働省は「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」をそれぞれ設置し、通商産業省・中部通産局は、「インターンシップ導入研究会」を発足させて望ましいインターンシップのあり方を審議し、最終的に三省庁の統一的な考え方が示された。

注2、トヨタが受け入れたインターンシップ生は約400名の応募者から絞込んだ25名～45名で、内訳は次の通りであった。

① 99年

事務系14名、技術系11名、計25名

② 00年

事務系12名、技術系33名、計45名

注3、ただし、多くのドイツの「伝統的な大学」の文科系学部ではプラクティウム（インターンシップ）を学生の自由意志に任せている。

注4、生涯を通じてのキャリア教育として次が考えられる。

初等・中等教育時代は企業など社会の仕組みを学ぶと同時に働くことの重要性を知る

高等教育機関としての大学では、コミュニケーション論、意思決定論、接遇訓練などのキャリア導入教育を施し、一方でインターンシップを実施する

また、大学にはキャリア・セクションを充実させて、キャリアカウンセラーに相談できる体制をつくる

企業では生涯学習社会のなかで自己啓発を中心としてキャリアステージ、ライフステージにあったエンプロイヤビリティを身につける

注5、日本経営者団体連盟の教育特別委員会では、「エンプロイアビリティの確立をめざして」を97年に発表した。それぞれのキャリアステージで共に「求められる能力」として、①自律性（主体的に考え、方向と課題を発見し、これに対応していく能力）、②人間関係能力（感受性、対人折衝力）、③人間的魅力、④新しいものを学習する能力、⑤高度な専門性、⑥コミュニケーション能力、⑦自己理解力（自己分析、自己認識、自己革新）を掲げている。

田中宣秀（たなか のりひで）

昭和17年 東京都生まれ
昭和41年 一橋大学社会学部（社会政策専攻）卒業
昭和41年 日本郵船(株)入社
昭和55年 中央大学商学部（会計学専攻）卒業
昭和60年 タイ国日本郵船 / 取締役営業部長就任
平成6年 日本郵船(株) / 調査部長就任
平成8年 日本経営者団体連盟（出向）教育部長就任
平成9年 日本郵船(株)退職、日本経営者団体連盟入職
平成12年 日本経営者団体連盟退職
 (財)こども未来財団 / 常務理事就任
平成13年 (財)こども未来財団退職後、名古屋大学大学院教育発達科学研究科教授就任(10月1日)
 現在に至る

この間、東京都職業能力開発審議会、文部省「インターンシップ推進のための産学懇談会」、「図書館の充実に関する調査研究協力者会議」、「総合学科の今後のあり方に関する調査研究協力者会議」、労働省「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」、(財)日本育英会、奨学事業運営協議会委員などの公設委員をつとめる。

リアルとサイバーの両輪による 総合コミュニティプラットフォーム構築への チャレンジ



服部 恭之

(ソニー株式会社 人材リソースセンター)

1. 始めに

ここ数年、日本でもインターンシップを始める企業が増えてきました。現在はインターンシップを各社模索しながら導入していたフェーズからインターンシップのあり方を熟考し、次の時代にどのように活用していくべきかを真剣に議論するフェーズに入ったと言えると思います。

今回は日本でようやく注目されだしたインターンシップ制度に関して、ソニーのインターンシッププログラムを例にそのあるべき姿と今後の未来像を模索していきたいと考えます。

2. ソニーインターンシップ実施の歩み

ソニーでは2000年春より公募型のインターンシッププログラム (Business Master Program) を開始致しました。しかしプログラムの実施検討そのものは1999年夏より開始していましたので、実質実施に至るまで1年を要した事となります。

検討を開始した頃はちょうど日本の就職活動シーンで“大学生の学力低下”が叫ばれていた頃と重なります。実際にソニーの採用選考の場面でも、大学生に学部での専門分野の内容を質問しても、ほとんど期待した回答が得られない場合や、志望

理由を聞いても、そもそもソニーがどういった会社か良く調べてない、という状況が多々見られました。当然、「自分が将来どのような仕事をしたいか」というキャリアプランに関する質問に対しても、答える事ができる学生はごく一部であったと記憶しています。

そうした中、企業として就職活動以前にもっと“仕事”や“会社”という事を学生に説明する機会、もしくは学生と社会が接点を持つ機会を設けていく必要があるのではないか、という問題意識を持ち始めたのです。

実際に社会や仕事を事前に知る事で、それが大学の専攻内容にどのように繋がっているか理解できるのではないか。また、将来自分が目指すキャリア像と専門分野を結びつけて考える事ができるのではないか。そう考え、検討を開始したわけです。そこで、理念を実現するためにどのような方法を取るべきか考えるなかで、大学と企業が密接に結び付き、新しい産業を興す場を作っている例として欧米のインターンシップ制度が有効である事を知りました。しかし、この欧米型インターンシップを研究する中で、風土が未熟であるという点と専門領域の差異という点におき、そのまま欧米型を取り入れても日本ではなじまないだろうと考えました。そこで、インターンシップの前にレ

ポート提出やビジネス講義、またゼミによる Study セクションを設ける「Business Master Program」という総合プログラムを実施する方向を決定したわけです。

こうして原案より1年間の調査やデータ収集、企画修正などの時間を経て、ようやく「Business Master Program」は1999年10月に第一回目の募集がかけられました。

第一回目の募集においては、いくつかのテーマ（例えば、「銀行統合に関する私見を書いてください」や、「P S 2 を利用した新しいビジネスプランを策定して下さい」「技術標準化」や「コーポレートガバナンス」などの言葉を利用して今後の法務戦略について考えを述べてください」など）に基き、論文レポートを提出することを一次選考としました。その後、選考を通過した学生には下記のようなステップが用意されていました。

- ① ビジネス講義
- ② ゼミ
- ③ インターンシップ

①のビジネス講義ではソニーに限らず今後2～3年で爆発するインターネットビジネスに焦点を当てた業界・技術等の分析を実施し、②のゼミではそうした全体像を踏まえた上で、実際の部署ではどのような業務を実施しているかを勉強する場を用意しておりました。

具体的には経理、財務、法務、知的財産、事業企画・管理、人事などのコースでゼミが実施されました。

そして、その2つの過程で得た知識をより深める事を希望する学生には2～3週間のインターンシップを経験して頂いたわけです。

その後、Business Master Program は2001年9月の時点までに全4回実施される事となります。その4回は全て同一の形式で実施したわけはありませんが、大きく2つの形態に分類する事ができると考えます。

- ① 総合プログラム型

② インターンシッププログラム型

前に述べた通り、第一回目のプログラムは①の総合型を選択したわけですが、その後学生の負担等も考慮し2回目は単純にインターンシップだけのプログラムを実施し、また3回目には総合型に戻すなど、ソニーとしてもどの形態が最も理想的なのか模索しながら進めてきました。

模索段階という意味では第3期に、会社にある一定期日来て働くという通常のインターンシップに加えて、2つの別コースを設定しました。それはSOHO型（業務委託型）、Job Reporting（企業見学型）の2つです。SOHO形式の場合、学生は毎日会社に来る必要はありません。ある一定の成果目標に対して、社員とメール等で進捗報告をしながら、もしくは数度ミーティングを実施しながら物を仕上げていく方式です。こちらは通常のインターンシップに比べて学生の自由度は高まるものの、学生個人の能力に依るところが大きく、最終アウトプットの質はまちまちになります。一方で企業見学型も用意したのは、インターンだけでは現実的なキャパシティの問題があり、一部の学生にしか企業や仕事を紹介できないという問題を解決する為です。多くの方が参加できるように、1日型のコースを作成したわけです。

現在2002年度春季のインターンプログラムの企画を考えている段階ですが、結局、学生のレベル、興味、学校都合にあわせたカフェテリア形式的プログラム（いくつかのオプションから選択自由とするプログラム）が多様なニーズに応える事ができる道ではないかと考えている次第です。

また2001年夏の第4期プログラムよりエンジニア職の公募プログラムも実施し、現在では学年不問・文理不問の応募体系を取っています。

3. インターンシッププログラム参加者数

ソニーのBusiness Master Programの実数は2001年度で約6,000人の応募者があり、何らかの

形でプログラムに参加した学生が300名。インターン自体に参加された学生は80名になります。

参加者には日当・食事代・交通費・宿泊代・保険代全てがソニーより支給されます。

基本的に職場で社員と席を並べて仕事を行う為、PCやメール環境など業務に必要な環境は会社で用意します。よって上記金銭的な用意も含め、学生に準備・用意をして頂くものは一切無い状況です。ただしインターン終了時にはレポートを提出して頂きます。

全てのプログラム・成果発表会終了後、ソニーより修了証書を参加者に配布しています。



(Business Master Program 講義風景)

4. 選考方法と選考基準

応募は全てインターネットを通じて行われますが、その後は書類選考と2～3回の面接で対象者を選抜しています。

選考基準としては特にマッチングを意識していると言う事があげられると思います。

採用選考の場合、「会社と個人のマッチング」に主眼が置かれます。具体的には現在のスキルや専門性・人格以外に、実際にビジネスを始めた時の適応力や成長性、グループで仕事をする上でのチームワークや、将来的マネージメント力等、所謂「ポテンシャル」と呼ばれるものも一つの軸として見ていく必要が出てくるわけです。

一方でインターンシップに関して言えば、マッチングを考えるにあたって最も大切な要素は本人

の“マインド”になります。簡単に言えばやる気や好奇心、ビジネスマインドやキャリア志向性等がそうしたものに当てはまると考えられます。何故なら雇用を前提としない仕事体験の中で、モチベーションになる部分は給与やプロモーションではなく、様々な経験や知識・情報の吸収などであるからです。その意味では、限られた時間・仕事の中でとにかく多くの経験・情報を掴もうとする人と、そうでない人とは圧倒的な付加価値の差が出てきます。

意外に2週間のインターンで部門より提示されたアサインが、非常に簡単な分析やサポートジョブであったり、ルーチンであったりする場合は多々あります。2週間では戦略的なアサインやプランニングのアサインが時間的制約により達成されないと考えられる場合があり、提示しにくいのが理由です。また、そうした仕事をメンバーとして一緒に実施していく程、その人の特性・スキル・信頼性等を知らないという事もあるかと考えます。しかし、今までのソニーのインターン生の中には、「与えられた課題以外に自ら仕事を創る。提案する。」という方が多数いらしたわけです。

それは、言葉にすると簡単ですが、下記3つの理由で非常に難しいことであると言えます。

- ①自分の置かれている状況・環境判断が必要となる
- ②新規に提案することの出来る社員と同等に近いレベルでの一般知識・外部情報が必要となる
- ③何よりもそれを言い出すだけの勇気・積極性が必要となる

それはまさにソニーのカルチャーそのものなのかもしれません。

「ソニーの新入社員はいきなり職場に配属されOJTで仕事を学んでいく」「先輩から仕事を教わるのではなく、自ら仕事を考え実行していく」「前任者の仕事を引き継ぐのではなく、壊して新しい自分らしいものを創り出す」等、客観的にソ

二 - を見たときによく聞く言葉であります。新入社員に限らず、また企画や製造だけでなくスタッフを含めた全社員がそうした「自ら考える」「新しいモノを創り出す」というカルチャーを所有しているわけです。それはまさにインターン生にも求められている事であると思います。

だからこそ、まず「マインド」という軸は非常に重要になってきます。興味本位や、就職活動に有利だからという曖昧な理由で参加した場合、その人は知識・経験を得どころか、時間を無駄に浪費してしまうことにも成りかねません。それはお互いにとってきっと有益なことではないと思うわけです。

5. インターンシップを実施する企業メリット

ソニーでは参加する学生に単純にプログラムを遂行するだけでなく、限られた時間の中での目標を何処に置くのかを意識するようオリエンテーション等で説明しています。

その中で、前に述べた通り、多くの参加者はさらに一歩進み、アサインに対して付加価値を加えて成果を提示したり、自ら新しいビジネスやサービスを生み出したりしています。

その学生が生み出した新規サービスやプログラム、商品等は実際に職場で使用されたり、商品化されたり、特許取得に結びついたりしています。まさにインターンシップの現場では、学生と企業のコラボレーションが実現されているわけです。このように学生を育成し、企業の中で活用する事で新しい産業を社内外に創造していく事がインターンシップのひとつの効果であると私は考えます。

ソニーでは学生とのコラボレーションの中でまさに新規のビジネスや研究が進行したという例がありますし、欧米の例を取っても、学生と企業の連携によって社会が牽引される事は明確な事実であります。また、そうした新産業の担い手を任せ

る事で自ら問題提起をし、解決する自立型の学生を生み出す事が可能になり、21世紀を創造するIT・グローバルリーダーを生み出していく事ができると考えています。

そして何より、就職前に適切な情報を提供して、学生に将来のキャリアを考える場を設けることが一企業としての責務であると感じています。

6. 新しいチャレンジ

ソニーではプログラムを実施するにあたり1つの大きな問題点を抱えていました。それは年間6,000人の応募に対し、インターンシップに参加できる学生数のうち9割以上の学生がプログラムに参加する事ができないという事です。

そこで、応募者に対してリアルな場の提供をする事が物理的に困難であるのならば、インターネットを利用し、サイバー上で企業と学生がコミュニケーションを取れる場を提供しようと考えました。その理念に基き、2000年6月に Students Gate.com (<http://www.studentsgate.com>)を開設致しました。

現在では数万人の学生が登録し、「企業」と「学生」のコミュニケーションだけでなく、「学生」と「学生」がこのプラットフォームを利用してコミュニケーションを取るようになるまで、その活用方法が広がってきています。



(StudentsGate.com)

具体的には大学で学んだ内容や、社会で話題となっている問題等を、参加者で議論しあったり、

学生がベンチャーや学生団体を創設する際の求人システムが用意されていたり、自分自身の活動内容等をアピールする場があったりします。今後、このサイトをもっと積極的に利用していく事で、リアルとサイバーの両輪で、インターンシップを拡大させていく事ができるのではないかと考えています。

7. 最後に

私が3年前インターンシップを実施したいと言った時、社内で理解を得る事ができず、一時企画が中断してしまう事がありました。それを再度実施にこぎつけるまで相当のパワーが必要であったのは事実です。この時の粘りと頑張りが無ければ Business Master Program を4期続ける事ができなかっただろうし、StudentsGateのような新しい仕組みを生み出す事もできなかっただろうと今更ながら「情熱」が企画成功の大きな比重を占めている事を考えさせられます。

インターンシップは今新しい局面に入ろうとしています。インターンシップそのものの企画を考えるだけでなく、もっと大きな視野を持つことが必要です。産業の構造を大々的に変更させていく手段として、産学協同で学生を育成する場、学生が社会を経験する場を創造していかなばならない時代にあると考えています。

我々の試みが今後の日本を先導していくような人材育成に結びつき、さらには、そのような人材が今後の経済を活性化させることを、願ってやみません。そのきっかけとなるプラットフォームを構築することで、経済構造そのものを変革することを期待しているのです。

この大きな改革を実行するにはやはり「情熱」なしには実現する事はできません。

企業、大学、学生がそれぞれ情熱を持って行動して初めて、真の意味で有意義な場を生み出すことができるのだと思います。

服部恭之(はっとり やすゆき)
1998年3月 神戸大学経済学部卒
1998年4月 ソニー(株)入社
採用研修部配属
2000年2月 ソニー(株)
人材リソースセンター

「バーチャルインターンシップ」の試み



植松 直樹

(株式会社ノーリツ 人事総務部人事グループ)

1. 導入の背景

終身雇用および年功序列の人事制度が転換期を迎えた今、学生は、自分の能力が発揮できるかどうかといった点を企業選択の基準に置いている。つまり就職後、どんな仕事を任せられ、どんな能力が必要なのかといった極めてストレートな情報を学生は欲しているといえる。それは企業にとっても同じで、スピードが問われる時代だけに個々の新入社員の能力に対する期待は大きい。一方で就職協定が廃止された今、採用・就職活動の早期化が見られ、企業にとっても学生にとっても、限られた期間で限られた情報の中からお互いを見極めなければならない現実を突き付けられている。

このような状況のもと、多くの企業は、最善の情報提供の手段としてインターンシップ制度を導入・検討し始めている。ノーリツにおいても開発設計の一翼を担うエレクトロニクス事業部で、体験就業の機会(5日間の日程)を学生に提供している。しかし営業や管理部門では、導入に踏み切れていないのが現状である。その最大の要因は、全社あがりのインターンシップ実施の受け入れ体制が整っていないからにほかならない。受け入れ体制が中途半端では、せっかく学生を迎えて研修を実施しても、かえって学生に対して企業のマイナスイメージを植え付けかねない。同じような理由で、インターンシップの導入を逡巡している企

業は少なくないと思う。

2. 「バーチャルインターンシップ」のメリット

そこでノーリツでは、進展するIT(情報技術)環境に着目し、採用ホームページ上に「バーチャルインターンシップ」をサイトアップすることに思い至った。その理由は次の通りである。

- (1) インターネット人口が2000万人を突破し、自宅にパソコンを持っている学生が約95%に達している。
- (2) 学生の就職活動(企業にとっては採用活動)における情報収集手段の趨勢がインターネットになっている。
- (3) 企画と内容しだいで、わずかの時間で学生に仕事内容、仕事の進め方、必要な能力を理解してもらえる。
- (4) 実際のインターンシップと違って学生の受け入れ体制が未整備でも実施でき、また社員がインターンシップに手を割かれることを思えば、はるかにリスクが低く、コストの圧縮ができる。

なお、ノーリツは95年から採用ホームを立ち上げ、現在はホームページのみでエントリーを行っているという実績があった。

3. リアリティのある情報の提供

していく予定である。

ノーリツでは、文系出身者は営業職に、理系出身者は開発設計職に配属されるのが一般的であるため、「バーチャルインターンシップ」は“営業編”と“開発設計編”の2アイテムを企画・制作した。そのコンセプトは“リアリティの提供”である。発信する情報をあまり脚色せず、ありのままのノーリツの仕事を知ってもらい、さらに社風・雰囲気伝えることに重点を置いた。ただ学生の関心を喚起するため、展開上の演出には配慮し、ある程度のゲーム性をもたせた。

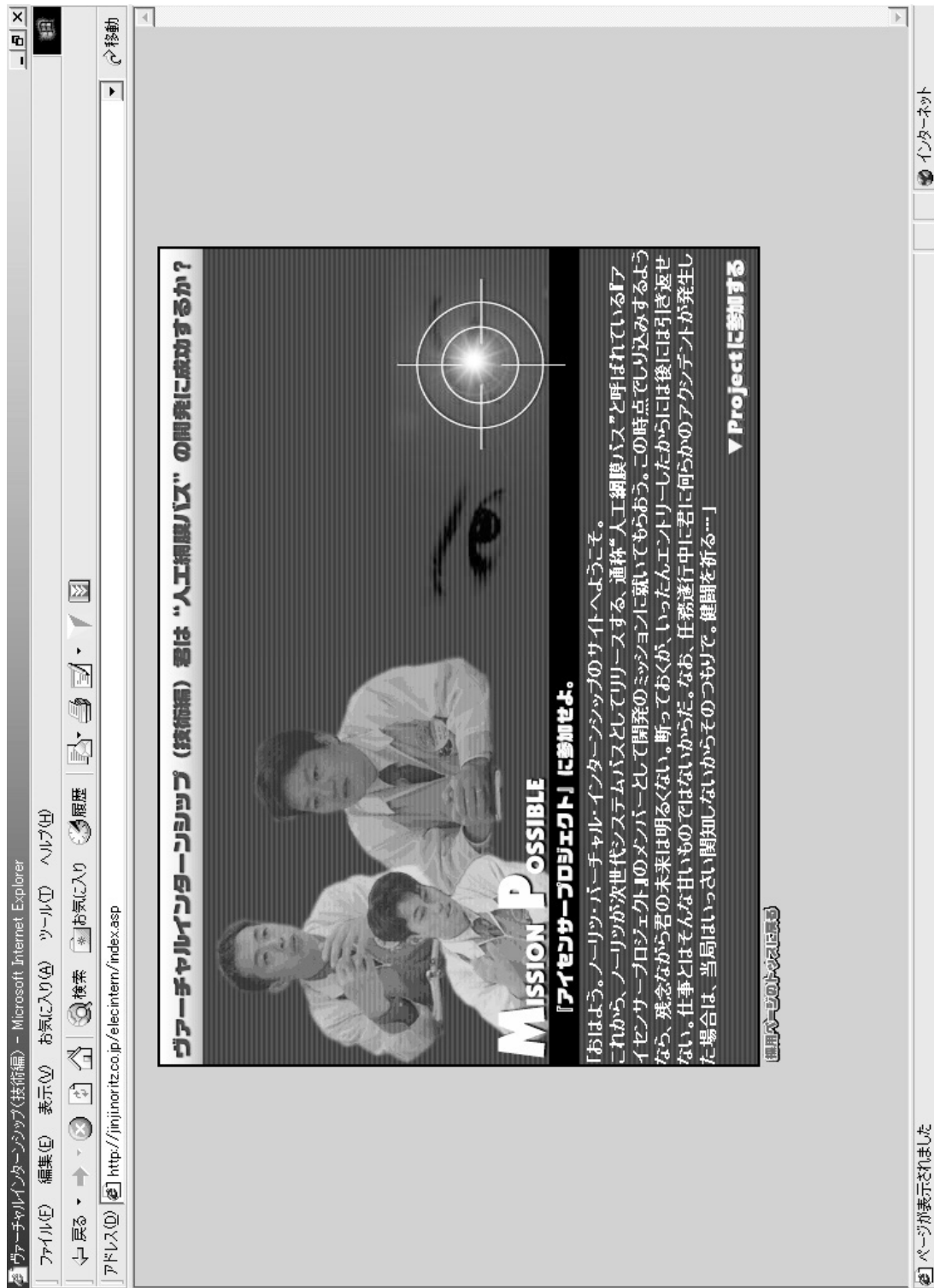
営業編の内容は、辞令が出るところからスタートし（開発設計編も共通）、先輩社員のもとに配属されるOJT風に展開する。ある1日を想定し、朝礼・ミーティング、顧客への電話アポイントのとり方、取引先から値引きの要望があった時の対応、アクシデントの発生などの問題をクリアするスタイルで、営業職の1日の仕事の流れがつかめるように時間を表示した。開発設計編は、新製品開発のプロジェクトチームに配属されるスタイルで、昨年度は「人工網膜バス」プロジェクトを取り上げた。学生は、開発プロジェクトの業務を遂行しながら、電氣的な基礎知識、ハードウェア（回路設計）やソフトウェア開発の各種問題を解いていくというロールプレイング方式である。いずれのアイテムも、設問ごとに複数の選択肢を解答に用意し、正解なら次に進む。わからない場合は先輩がヒントを与え、間違えればスタートに戻るといった工夫をした。

結果、参加型の採用ホームページはめずらしかったこともあり、学生からは好評だった。わが社の採用ホームページを見たほとんどの学生が、「バーチャルインターンシップ」にトライしていることも、ページビューで確認することができた。ノーリツでは、この成果をベースにしながら学生のニーズをつかみ、さらに多数の学生に参加してもらえ「バーチャルインターンシップ」を制作

植松直樹（うえまつ なおき）

1995年 株式会社ノーリツ入社、
福岡支店に営業として配属

1998年 人事総務部人事グループに配属
現在に至る



(バーチャルインターンシップ “開発編”)

日本における国際インターンシップの 実態と問題点



若月 義和

(日本貿易振興会(ジェトロ) 国際交流部
アドバイザー)

はじめに

「インターンシップ」とは、一般的には学生が企業等において実習や研修的な就業体験をする制度のことである。日本企業によるインターン生受入れには、日本国内で学んでいる学生・大学院生を対象にしたものと、国外で学んでいる主に外国人学生・大学院生を対象としたものに大別され、普通後者を国際インターンシップと呼んでいる。日本経済が長らく停滞し、一方ITの普及により経済活動が迅速になり且つ経済の国境がなくなった、いわゆる経済ボーダレス時代に突入した現在、日本企業には構造改革し、国際化し、国際競争力を復活させることが求められている。また産業構造の転換に伴って、労働力市場でも能力主義の徹底、雇用慣行を取り巻く環境の変化が進んでいる。これらと相俟って、大学でも改革や産学連携の動きが急速に進んでいる。

このような状況の中で、企業が求める人材も多様化してきており、今までの枠を越えた人材育成・活用の一つとしてインターンシップが注目されている。

上記の動きにあわせ、最近では、国内の大学生を対象とした「国内インターンシップ」を普及させるような取り組みが増えている。その背景には、就職難と言われる一方で、新入社員の離職率(大学卒業後就職して3年以内に辞める人の比率)が

約3割と高くなっていることもある。数年前より、経済産業省・文部科学省・厚生労働省からなる「インターンシップ推進のための三省連絡会議」が発足し、1997年から政府によるインターンシップ導入のための研究会やモデル事業が実施されている。現在は、全国9地域において、教育界、産業界、地方自治体など、関係機関の連携による地域レベルの組織が存在している。このように、産学官が連携して、インターンシップ制度を全国レベルで検討・推進しようという動きが活発になってきている。

一方国際インターンシップについては、多くの国内企業が夫々の受入れ意義とメリットを設定し、海外の大学との直接のやり取りで、もしくは仲介機関・団体を介しての紹介などで、多くの学生を受入れてインターンシップを推進している。

本稿では、欧米諸国の国際インターンシップ、日本における国際インターンシップへの取り組み、受入れの意義・メリットおよび問題点などを述べてみたいと思う。

1. 欧米社会に根づいているインターンシップ

米国では、1906年にシンシナティ大学において「どの職業にも、講義ではなく、実際の職場でしか学べないものがある。実務を経験することに

よって培われた判断が理論を補う」と言う同大学学長ハーマン・シュナイダーの理念に基づいてインターンシップが始まり、第2次世界大戦後本格的に普及した。他国もほぼ同じで、カナダでは受入れ企業に対し税制面で優遇する等、政府も支援し、企業ではコーププログラム（産学協同教育）を資金面で支援している。

ヨーロッパではバカンス期間中の代替労働力や、また域内の進出先を考える国からのインターン生を受入れるなど、拠点化の基盤作りなどに活用されている。

フランスでは、特に80年代から大学の持つ最新技術を学生を通して入手することを期待する企業側の要求に基づき、インターンシップが盛んになった。フランスの高等大学院であるグランゼコールでは、在学中に3回のインターンシップを義務付けているし、その他の大学・大学院・ビジネススクール等も教育課程でインターンシップを義務付ける場合が多く、インターンシップが社会そのものに定着している。

またイタリアのボッコーニ大学では、年間千数百件のインターンシップが実施されている。在伊の日系企業も人材確保のツールとしてインターンシップを捉えており、特別なプロジェクトを用意しインターン生を育成したり、また受入れたインターン生の7割を社員として採用する企業もあると言われている。

一般的に欧米の学生は自分でインターン先の企業を選択するが、その際、海外の企業でインターンシップを希望する学生も少なくなく、また、政府も人材育成の一環として、インターン生を海外に積極的に送り出しているケースも見られる。

2. 日本におけるこれまでの取り組みと動向

1980年代以降、日本経済や日本型経営に対する関心が高まり、海外の学生が日本企業でのインタ

ーンシップを希望する動きがあった。しかし受け皿となる企業がまだ少なかったため、インターンシップは普及するには至らなかった。

また国内の大学においてもインターンシップ制度が未だ確立しておらず、日本から海外の企業に研修に出かけるケースも少なく、日本は、インターン生の交換という面では大きく立ち遅れている状況であった。

しかし近年、上述の通り、国内のインターンシップが脚光を浴びはじめ、官民双方の機運が盛り上がりを見せつつある。

一方国際インターンシップについては、早くから活動を続けてきた国際インターンシップ仲介機関・団体（注1）の地道な努力もあって、一部の企業は継続的に海外のインターン生を受入れている。今までは、どちらかという国際貢献や社会貢献という形で大企業が主に取り組んできたといった印象があったが、昨今は、中小企業の取り組みも増えてきており、企業規模や地域、業種に関係なく、さまざまな企業が国際インターンシップに取り組んでいる。ジェトロが1999年および2001年（ともに1～3月に実施）に行った国際インターンシップに関するアンケート調査によると、回答企業約1,000社の約20%が国際インターンシップを経験している。また受入れ人数は1996年度224人、97年度213人、98年度229人、99年度287人、2000年度312人と年を追って増加傾向にある。

 (注1) 「国際インターンシップ仲介機関・団体」：国際インターンシッププログラムを運営し、学生と受入れ企業の間にとって橋渡し役を果たす機関・団体。スムーズな受入れのため、企業に対しさまざまなサポートを行っている。主な仲介機関・団体名とコンタクト先はジェトロの国際インターンシップ・ホームページを参照。

< <http://www.jetro.go.jp/it/j/internship/program/index.html> >

3. 受入れの動機・目的

学生にとって、国際インターンシップは、実際に日本の企業現場でいわゆる日本型経営をはじめ、日本の技術開発・革新やビジネス、経済政策、企業文化等について理解を深めることができる。彼らには、この経験により、自己の専門領域についての視点・視野を拡大させ、キャリアを豊かにし、将来の自分に相応しい就職先を探すやすがとすることが出来るなどのメリットがある。では企業側はどんな動機・目的で受入れ、インターン生をどのように活用しているのだろうか、アンケートの回答およびジェトロが実施している JITMT プログラム（日本技術管理研修支援事業）のケースの活用例に基づいて説明してみたい。

①社内の活性化・国際化

国際インターンシップの場合、企業内に異なった文化の外国人を受入れ、一定の業務と一緒に遂行することで、同じ職場にいる社員が業務面ばかりでなく、仕事の進め方など広い範囲にわたって刺激を受け、職場の活性化のきっかけとなることが期待できる。また、社員がインターン生に業務を説明するために、業務の内容への深い理解と他者への説明方法について勉強するいい機会となる。このことが、実際に業務の見直しなどにつながる場合もある。さらにインターン生とコミュニケーションすることによっていながらにして英語力を向上させたり、修得する機会となっている。

②グローバルな企業活動の可能性

国際インターンシップは、これまで進出していなかった海外の市場で新たなビジネスを発展させるための国際的な研究、人的なネットワークを形成し、新しい海外市場への足がかりを作るなど海外取引拡大のための先行投資として活用されている。

また、多くの企業が、海外における自社の知名度をあげるための企業活動の一つとして活用して

いる。

③社内の人材育成・人材活用

インターン生は、いずれも現地の大学から推薦を受けた優秀な学生であり、その学ぶ意欲と能力の高さから、受入れ企業で得られる具体的な成果・影響も大きく、社員の時間的制約で手をつけられなかった業務を代行したり、異なった切り口からのやり方で業務を進めるなど、企業に貢献しているケースもある。特許申請に至るような研究成果を上げるなど、計量化して示せる貢献の他に、計量化して示せない貢献もある。

④企業の PR

国際インターンシップを取り入れることが、海外においても、国内においても取引先や会社の周辺の地域に対しての PR にもつながっている。また、特に地方の中小の企業では、国際化を視野に入れた経営を進めていることが評価され、商い拡大につながるなどの事例もある。その一方で、国際化や活性化を図ろうとする会社の人材育成に関する熱心な取り組み姿勢を社内の従業員に対しアピールすることにもなる。

このようなことから、社員が自社にたいして魅力を感じたり、誇りに思えるようになり、業務遂行意欲の増進に繋がったケースもある。

⑤社会貢献

社会貢献、メセナ・フィランソロピー等も受入れの目的の一つと40%近くの企業がアンケートに回答（複数回答可）しているが、費用対効果を重視しつつ、実利を追求する形のインターンシップが中小の企業を中心に徐々に浸透してきている。

4. 研修の実態

上述同様、外国人インターン生を受入れた経験のある企業からのアンケートの回答に基づきレポ

ートする（なお、複数回答で1社が2人以上のインターン生を受入れているケースがあるため合計は100%を超える）。

①インターン生の主な在籍学校

大学87%(1999年調査80% 以下同様) 大学院20%(16%) 高校・短大5%(4%)と学部生が大多数を占めている。大学院生を受入れている企業の割合を従業員数別にみると、従業員1万人以上の大企業が最も高く38%である。

②インターン生の出身国

比率の高い順に国名をあげれば次の通り。

米国44%(39%)、中国21%(18%)、フランス19%(21%)、ドイツ16%(30%)、カナダ12%(13%)、英国11%(13%)、韓国7%(3%)、オランダ7%(6%)、インドネシア5%()、台湾3%()。米国は、5ポイント上昇し1位と変わらぬが、一方中国をはじめ、アジア各国の受入れが増加している。

③インターン生の専攻分野

理工系54%(55%)、文科系47%(43%)、語学15%(8%)。語学専攻が大幅に上昇し、文科系も上昇傾向にある一方で、理工系が僅かに減少している。

④インターン生の受入れ期間

「1~3ヶ月」35%(38%)「6~12ヶ月」24%(27%)「3~6ヶ月」23%(23%)「12ヶ月以上」9%(6%)「1ヶ月未満」9%(6%)。1999年調査時と比べると「1ヶ月未満」の短期型、「1年以上」の長期型が増加している。「1年以上」の受入れの増加は企業内戦力としての受入れが増えているといえる。

⑤インターンシップ中の使用言語

「日本語と英語併用」47%(54%)、「日本語」28%(21%)、「英語」22%(23%)。

概観すれば、約半数の企業が日本語と英語を併用しており、残り半数の企業の半数各々が「英語」または「日本語」のみを使用している。英語使用の業種は製造業、研究開発・情報コンサルティング、エンジニアリングなどである。

⑥受入れ企業で負担している費用と研修手当概算月額

アンケートに回答した企業のうち、72%(70%)の企業が研修手当を負担しており、その月額は「10万円~15万円」が34%(43%)、「15万円~20万円」28%(15%)、「5万円~10万円」26%(31%)、「20万円以上」7%(7%)であり、15~20万円が大幅増加している。

その他の費用で企業が負担している費用項目とその比率は次の通り。

「寮など施設の提供も含む宿泊費」71%(73%)、「通勤費」62%(59%)、「食費補助」42%(50%)、「健康・損害保険料」22%(24%)、「日本への往復渡航費用」14%(14%)。

⑦受入れ企業の従業員数

1996から2000年の5ケ年間にインターン生を受入れた企業の従業員数比率は、100人未満57%、100~300人11%、300~1,000人12%、1,000~1万人17%、1万人以上3%で従業員数が少ない企業の受入れが目立っている。

5. 受入れ実施上の問題点

最後に総括として受入れた企業の満足度および前述のアンケート、ジェットロが実施しているJITMTプログラムでの企業インタビューにて提起された企業が感じている「受入れ実施上の問題点」について言及してみる。

①満足度

受入れ結果の満足度については、有効回答のう

ち、「大変満足」8%(8%)、「ほぼ満足」56%(52%)、「どちらともいえない」30%(33%)、「やや不満」5%(6%)、「大変不満」1%(2%)であり、6割強(6割)の企業が「満足」と回答しており、それなりの成果が得られていると言えるが、次項に述べる問題点が改善されれば、その割合は更に増加するものと期待される。

②受入れ実施上の問題点

(1)問題点を、回答比率の大きい項目を列挙すれば、受入れ担当者の負担の多さ、社内の受入れ体制の確立、社内の理解、言葉の問題、研修プログラムの作成、生活習慣・文化の違い、研修生の準備・教育不足、ビザ取得手続きが煩雑、経費負担の多さ、手当に対する課税、公的宿泊施設の提供、インターン生の傷病・傷害・賠償保険、などである。

(2)上述の問題点のうち前半項目については各受入れ企業の自助努力、企業・大学・社会一般のインターンシップに対する啓蒙と理解・認知、更なるより多くの受入れ経験を積む等によるところ大であるが、後半の5項目については、官民双方の努力による改善・改良が必要と考えられる。

(a)ビザ取得手続き

インターン生の日本への入国ビザ申請に先立ち、受入れ企業はインターン生の在留資格認定証明書を申請・入手し、インターン生に送る。

この証明書申請に必要な書類が多く、煩雑で、取得までの時間も長すぎるので、手続きの簡素化が求められている。

(b)負担経費の縮小

インターン生受入れの効果は理解できるものの、受入れに要する費用負担を考慮すると、受入れに踏み切れないという企業も多い。インターンシップの普及・受入れ枠の拡大には資金的援助が必要と訴えている。

(c)手当に対する課税

インターン生の在留資格は一般的には「特定活動」となる。インターン生が企業から受け取る手当は、非居住者の所得として源泉徴収の対象となり(インターン生の国籍によっては、非課税、税率軽減のケースがあるが)20%の課税となる。縷縷と述べてきたインターンシップの概念、目的・意義から、更なる普及には、当該税の免除もしくは税率の軽減が強く求められている。

(d)公的宿泊施設の提供

中小の企業もインターン生を受入れるようになったが、その多くは会社寮など提供できる宿泊施設がなく、借り上げアパートやホームステイなどを利用しているのが現実である。住宅公団、地方自治体の住宅の空き部屋など、公的宿泊施設の格安での提供が要求されている。

(e)インターン生の傷病・傷害・賠償保険

インターン生は受入れ企業の従業員ではないので、企業の健康保険、労災保険に加入できない。さらに、滞日期間が最長1年を超えない非居住者であるため、国民健康保険への加入資格もない。従って一般的には、自国出発前に、海外旅行者傷病・傷害保険に賠償責任保険を付加して加入し来日しており、日本の国民健康保険への加入承認等インターン生向け保険の開発が求められている。

おわりに

国際インターンシップの受入れは、夫々の業種、企業規模、社風・文化、地域などの環境等によっており、「受入れの形」は受入れの数だけあるといえる。

「今回の受入れはうまくいかなかったが、次回は成功させるという意欲が湧いてきた。これもインターン生け受入れ成果の一つかもしれない」と

アンケートに回答した企業もある。「案ずるより産むが易い」という諺があるが、受入れ経験のない企業には「まずは、受入れてみては」と勧めたい。それなりの成果が得られる筈だ。しかし、関連部署全体で受入れ、インターン生を客人として遇することなく、社員の一員として扱って、且つお互いの立場を話し合い、尊重し合い、納得して進めていくことが大切である。

若月義和（わかつき よしかず）

1939年 東京都生まれ。

1963年 総合商社入社、国内外の勤務を経て

1999年 日本貿易振興会（ジェトロ）入会、
現在に至る。

- フィクション -

仏国インターンシップ学生の日本滞在記

文責：牛 込 伸 隆



エアーフランス904便、私はニコラス・ルドウブル、日本でインターンシップの経験を終え、パリへ向かう機中にいた。右隣には太ったフランス人ジョアン・バービエ、私の同僚だ。彼と2人で、特殊先端セラミックスで有名な、あのTYKに2ヶ月間お世話になった。それにしてもジョアン・バービエは太りすぎだ。金もないくせにフォアグラが好物というのがいけないのだろう。エコノミークラスなので、彼の毛むくじゃらの腕がじゃまで仕方がない。

左隣はアジア系の女性だ。小柄で端正な顔だち、細い切れ長の目が、彼女の知性を現している。日本人なのか、中国人なのか、韓国人なのか、分からない。他の国の人からは女好きと言われるフランス人としての国民性がくびをもたげ、下手な英語で話しかけてみた。「Where do you come from?」

最初のうちはなかなか話がはずまなか

ったが、私の話術と、何と彼女がTYKの社長の息子と同僚だったということが分かり、最後にはお互いの連絡先を教えあうまでに打ち溶けることが出来た。

彼女は日本の国家公務員であり、OECDでも数年働いたことがあるということで、フランス人が日本企業でインターンシップを行ったということに非常な興味を持ち、いろいろな質問をしてきた。

「TYKがフランス人をインターンシッププログラムで受け入れるようになったきっかけを知っていますか?」

ルール国立高等化学学院からTYKへの依頼書

Boite Postale 108
59652 VILLENEUVE D'ASCQ CEDEX

ENSCL
ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE CHIMIE DE LILLE
Une École formatrice d'ingénieurs pour la Chimie

Mr USHIGOME
President and Chief Executive Officer
T.Y.K Corporation
3-1 Ohbata cho
Tajimi shi
Gifu ken 507
JAPAN

December 10th, 1998

Dear Mr Ushigome,

■■■■ and ■■■■, whom you accepted to take as trainees last summer, were very pleased with their training period in Tajimi...and speak with excitement and emotion of the day when they had to deliver a speech! Gauthier is now in his second year and Benjamin in his third and final year, and both of them go on studying Japanese.

I remember you told me about the present economic situation in Japan when we met in August. Nonetheless I hope it will still be possible for our students to go on benefiting from TYK's training scheme, especially as there are three potential candidates this year, two girl students and one boy student:

- ■■■■ is in her second year at ENSCL.
- ■■■■, is Franco-Japanese, and specializes in materials at EUDIL, another national graduate engineering school on the same campus as ENSCL.
- ■■■■ is also in his second year, but at the Ecole Centrale (same school as Benjamin Decotie).

Hoping it will be possible for you to accept one or two of them, I thank you very much for your collaboration and remain,

Yours sincerely,
Jean-Luc Rigal

TEL. SECRETARIAT : 03 20 43 09 30 - TEL. SCOLARITE : 03 20 43 41 24 - TELECOPIEUR : 03 20 47 05 99
La correspondance doit être adressée à Monsieur le Directeur

「詳しくは知りませんが、TYKの事務所がリールにもあり、1998年、リール国立高等化学学院がTYKにインターンシップ学生の受入れをお願いしたのがきっかけだと聞いています。それ以来、毎年2～3人のリール国立高等化学学院大学生が、TYKでお世話になっています。経験者の中には、欧州のセラミックス学会、産業界で活躍している人がたくさんいます。」

「フランス人にとって、日本でインターンシッププログラムを受けるということは、どういうメリットがありますか？」

「私は、ファインセラミックスを研究していますが、この分野で日本は大変進んでおり、特にTYKは世界の最先端を走っています。そこで、インターンシップが出来たということは、大変エキサイティングであり、幸せなことでした。また、私は日本の文化に興味を持っており、この2ヶ月の滞在期間中に、出来る限り日本文化に接する様努力しました。」

TYK から法務大臣への^{しょうへい}招聘理由書

記

当社は、主として鉄鋼メーカー向け耐火物製品及びセラミックス・新材料の開発・製造・販売を行っており、高い技術力を誇っております。

ここ数年、欧米・東南アジア地域向けに輸出が増大し、海外ユーザーからもその技術力を高く評価され、好評を得ております。また、アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス、台湾などに営業拠点をもち、アメリカ、イギリス、台湾には工場を設け現地生産を行っております。

今回、フランス The Compiègne University of Technology (UTC) の学生、Mr. ■■■■■ のインターンシップの申し込みを承諾いたしました。

研修目的は、セラミックス及び耐火物製品の技術習得であります。

当社としましては、かかる人材、セラミックスを通じて世界産業界のために尽くす所存であります。

東京窯業株式会社
(株式会社TYK)

自己紹介状

私はフランスからやってきた ×××××××××× 24才です。この度TYKで3ヶ月間研修をやることになりました。よろしく願い致します。私は、セーヌ川が流れるパリから130km離れた北フランスの街ルーアンで生まれました。

私は化学を専攻している学生で、特に材料化学(鉄、プラスチック、複合材、セラミックス)の勉強をしています。ですから今回、日本のセラミックスメーカーのリーダーであるTYKで研修できることで、大変感激しています。

私の大学は、リール国立高等化学学院 Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Lille (E. N. S. C. L) といつてフランスで一番北の街リールにあります。今年の6月に卒業予定です。

私は、日本語を3年間毎週夕方習っています。私は、日本の社会と歴史に魅せられました。何冊か日本の本を読みました。(吉川英治、三島由紀夫、川端康成) また黒沢、大島監督の映画を見ました。

私は、TYKの皆さんの歓迎に対して感謝しています。TYKの皆さんは親切で勤勉です。私は、TYKの耐火物、セラミックスの最新技術を楽しく学び日本語でセラミック化学を勉強したいと思います。

私は、テニス、スキー、サッカーが好きです。日本ではプレーすることは考えていませんでしたが、テニスをすることができてうれしいです。

日本の生活様式、日本の社会、日本の会社をみて大変興味深く感じています。日本での生活は、フランスに比べ大変お金がかかります。特に食べ物の値段はフランスの2倍以上です。

フランスとフランス語について興味をもっている日本人に多く会って驚いています。でも、フランス語の発音は日本人にとって難しいようですね。

私は、今後とももっと頻りにフランスと日本の交流が行われることを希望します。

短い期間ですが皆さんよろしく願い致します。

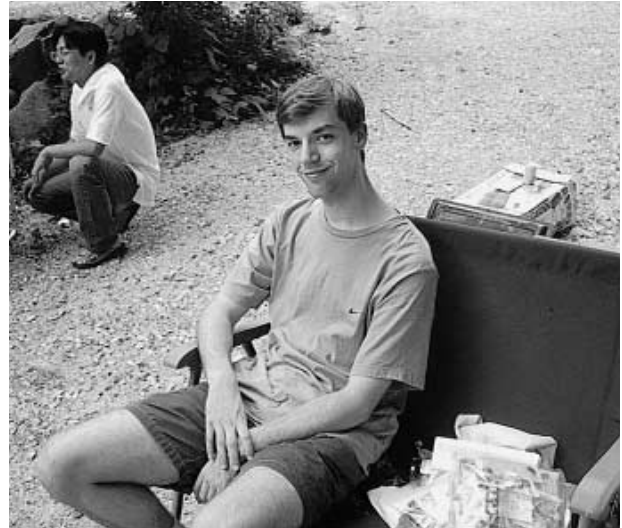
私はTYKに感謝しています。

×××× ××××××

「研修はどんな内容でした？」

「TYKで生産している各種セラミックの各工程における実習や、研究における様々なお手伝いをさせてもらいました。TYKのセラミック部門は、世界の先端の技術を持っていますので、残念ながら私達が立ち入ることが許されたエリアはそう広くありませんが、それでも、その一端を知ることが出来、私には大変勉強になりました。

また、TYKの皆さんがご親切に、能や生花など日本文化を週末にご紹介下さったので、2ヶ月本当に充実した日々を送ることが出来ました。」



ずっと大切にしていきたいと思います。」

飛行機の中は食事も終わり、消灯の時間になった。私は言った。

「さあ、難しい話は終わりにして、お互いのことをもっと知り合いましょう。」

最後に、日本の思い出がもう一つ、増えそうだ。

「どんな成果を得ましたか？」

「TYKのセラミック技術を基に、論文を書くことが出来ました。また、最後にいわば“卒業証書”を頂きましたが、日本での思い出とともに、

スケジュール表

フランス研修生スケジュール						1999 7/2 先端材料研究所 環境創造研究所
研修期間：'98 7/2～8/31 研修内容：Mr. ■■■■■：構造用ファインセラミックス及び金属基複合材料に関する知識、技術の体得 Miss. ■■■■■：機能性セラミックス及び分析業務に関する知識、技術の体得						
	7/2	7/5～7/9	7/12～7/17	7/19～7/23	7/26～7/31	
Mr. ■■■■■	研修準備 設備、安全学習	FS,X関連 (■■■■■、NC-5、Sialon-BN、ALT等)の基礎及びプロセッシング技術習得				
Miss. ■■■■■	研修準備 設備、安全学習	NOTORP関連の基礎実験及びプロセッシング技術の習得				
	8/6,7	8/9～8/11	8/16～8/21	8/23～8/27	8/30,31	
Mr. ■■■■■	MZ関連 (MZ、METACS、熱発電素子等)の基礎知識及びプロセッシング技術習得				レポート等 総まとめ	
Miss. ■■■■■	K関連の基礎実験、プロセッシング技術及び分析技術の習得				レポート等 総まとめ	
特定講義日：7/17、8/21 8:20～12:00 担当：羽山、鴉田、安永 12:40～16:00 担当：山本、脇田、鈴木						先端材料概論 (特性、用途、評価、その他) 環境創造概論 (原理、応用、その他)

論文目次

RAPPORT DE STAGE

██████████

TYK Stage du 3 juillet au 28 aout 1998

1 Presentation de l'entreprise

- a. situation et taille
- b. activite

2 Le rd center

- a. presentation grossiere
- b. les differents projets

3 Travail effectue

- a. etude detaille de Nortop
 - . theorie electrochimique
 - . stucture de Nortop et analyses
- b. les conducteur protonique
 - . theorie
 - . fabrication
 - . mesure
 - . resultats

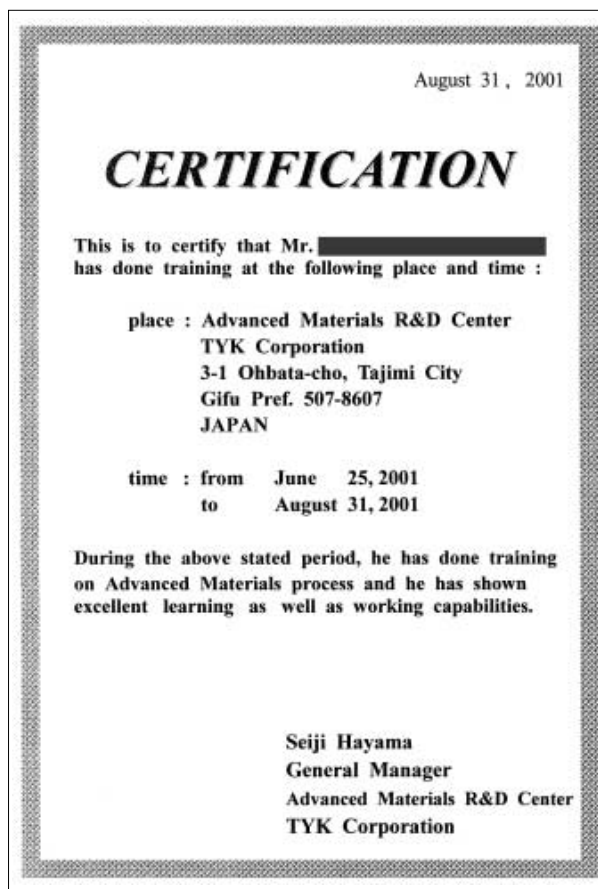
4 l'entreprise japonaise

5 Conclusions

以上は、実話を基にしたフィクションです。TYKにおける国際インターンシップの様子を、少しでも分かっていただければ幸いです。

(株式会社TYK 常務取締役 牛込伸隆)

Cirtificate



論文文頭

First, I want to give specials thanks to Mr Koide and Mr Katahira.

Mr Koide, although he was very busy, tried to help me in my work and also in my daily life in Japan. His good english was a real support for me at the beginning. He made many efforts to answer to my questions, evenven the praticals ones and the culturel ones. But, and maybe it is the most important thing, he didn't stop at this kind of professional help, and invited me in some restaurants, showed me some beautyfull places.

Mr Katahira took the necessary time to explain me my job, and found time to show me his work. He didn't mind to be disturb by me even if he has a hard worker temperament. And at least he paid attention to us.

I also thanks all the Research and Development member for their kindness.

名城大学のインターンシップ

1. インターンシップの推進の趣旨

今日の国際化、情報化、産業構造の急速な変化にともない、創造性を発揮し、主体的に活動する人材が求められているなか、大学における教育研究のみでは、専門知識を創造的に生かす能力が、社会が求めるまでに至らないと考えられる。このため、名城大学においては、インターンシップの重要性を強く認識するとともに、学生によるインターンシップ参加ニーズの高まりをふまえて、インターンシップ事業を実施している。

2. 導入の経緯

- ・平成9年6月17日付 文部省高等教育局長裁定、インターンシップ推進のための産学懇談実施について提言。
- ・同年9月18日、文部省・通産省及び労働省の三省連携によるインターンシップ推進の基本的な考え方に基づき、大学長宛てに「大学等におけるインターンシップの推進について」(中間まとめ)送付。
- ・同年12月、中部通産局主導による「モデルプロジェクト(インターンシップの試験的導入)」について、法学部が教育的見地にたって導入を決定し参画を表明。これより地方公共団体等に学生の受け入れ依頼を開始。
- ・平成10年1月10日、蒲都市・小牧市・可児市・多治見市・半田市・西尾市・西春町及び法律事務所等から受け入れ回答。
- ・平成10年2月9日、教務部長よりインターンシップ制度の導入について、各学部に対して基本的な方針・方向を調査し報告するよう照会。

<各学部の報告内容>

法学部 導入する。平成10年から本格開始
単位認定は専門科目(特殊演習)2単位

3学年 50名程度 夏季・冬季休暇

法学部インターンシップ推進委員会・教務係が所掌

商学部 導入する。本格開始は未定

単位認定は当面無し 科目は未定

3学年 若干名 夏季・冬季休暇を検討

委員会編成は未定 教務係が所掌

理工学部 導入する。本格導入は検討中

単位認定する方向 科目は未定 1単位

3学年 10名程度 夏季・冬季休暇

委員会編成は未定 所掌は未定

農学部 導入する。本格開始は未定

単位認定する 科目は未定 2単位

2・3学年 若干名 夏季・冬季休暇

農学部就職委員会 教務係が所掌

薬学部 導入する方向だが、未定

都市情報学部 導入する方向だが、未定

- ・平成10年春(2月~3月)、中部通産局主導による「第1回モデルプロジェクト(インターンシップの試験的導入)」に、法学部のみが参画し、法学部自己開拓先を含め23企業等に23人の学生を派遣。うち16名は中部通産局モデルプロジェクト参加企業。

- ・平成10年4月10日付け、平成10年度私立大学等経常費補助金特別補助申請に係る調査に法学部のみ実施回答。後日、補助金の確定通知。

- ・平成10年5月20日開催のインターンシップ導入研究会主催「モデルプロジェクトインターンシップ導入ガイダンス」にて、法学部が蒲都市で

のインターンシップ事例報告を公表。

- ・平成10年6月18日、第2回学内インターンシップ推進懇談会を開催。
- ・平成10年7月より、第2回モデルプロジェクトインターンシップに、法学部が参加。
- ・平成11年4月15日付、「東海地域インターンシップ推進協議会（仮称）」に入会意思通知。
- ・平成11年4月28日付、名城大学インターンシップ推進協議会委員の選出を各学部へ依頼。
- ・平成11年5月19日、第1回名城大学インターンシップ推進協議会を開催。
- ・平成11年5月21日、東海地域インターンシップ推進協議会設立総会に学長と教務部長が出席。

3. 学内組織作りとマニュアルの策定

- ・平成10年、第1回学内インターンシップ推進懇談会を開催。
- ・平成10年6月18日、第2回学内インターンシップ推進懇談会を開催。
- ・平成11年4月28日付けにて、名城大学インターンシップ推進協議会委員の選出を各学部へ依頼。
- ・平成11年5月19日、第1回名城大学インターンシップ推進協議会を開催。
- ・平成11年11月18日、第2回名城大学インターンシップ推進協議会を開催。
- ・平成13年4月、名城大学インターンシップ推進協議会規程（案）を作成し、教務部長会等で検討開始。
- ・平成13年6月、名城大学インターンシップに関する学生配布パンフレットの作成、配布。

4. インターンシップの実施について

学内におけるインターンシップの位置付けは、現在のところ各学部によって異なっているが、教育の一環として行なっているとの認識と捉え方

では一致している。

<各学部の単位認定について>

法学部 特殊演習（インターンシップ）

2単位 2年次

商学部 特殊演習（企業実務実習）

2単位 2・3年次

理工学部（機械工学科と土木工学科のみ）

学外実習

1単位 3年次

農学部 特別科目Ⅰ・Ⅱ

2単位 2～4年次

生物資源学科のみ1単位

薬学部 未実施

都市情報学部 インターンシップ

2単位 3年次以上

（14年度導入予定）

研修内容と受け入れ先条件については、学部や受け入れ先により異なっている。

受け入れ先の条件は、原則として、期間は2週間以上1ヶ月以内、報酬・賃金等の給付は無し。ただし、交通費程度の範囲は認める。傷害保険料等については大学で負担。受け入れ先には指導者の限定と、指導プログラムの作成、報告書の提出を求める。なお、アルバイトに準ずるインターンシップは認めない。

5. 学生に期待するもの

実社会における人間関係や社会構造、専門分野における高度な技術や知識に直接触れ、専門的能力及び、実務能力を高めるとともに、自己能力と職業への自己の適性を再確認・把握することを期待する。さらには将来へのキャリア形成のために学習意欲を喚起し、自己能力の開発を促して自主性や創造性を発揮できるようになってもらいたいと、大学側は考えている。具体的には以下の通りである。

- ・巷間言われているように、最近の学生は職業意識に欠けている。これを、インターンシップによる職業体験により意識改革をさせ、職業観をもってもらうことを望んでいる。
- ・最近の学生は目的意識にも欠けるとも言われている。この原因として無味乾燥な座学理論に興味を失っていることが挙げられるため、座学理論を裏付ける実践をインターンシップに求めている。職業、仕事に対する意識変化により、学習態度、学習意欲の著しい増加が期待できる。
- ・現在の自分に欠けている部分をインターンシップ体験によって学ぶ。
- ・インターンシップを通じた、自己分析によって、職業適性を判断し自分の将来進路を見つけるなど客観的な事実を事前に知ること、ミスマッチを防ぐ。

6 . 課題及び問題点

今後は、就職との兼ね合いをどのように判断し方向付けるのかが問われている。最近の採用直結型インターンシップに対しては、大学側としては原則としては望ましくないという見解であるが、社会の趨勢から認めざるを得ない情勢なため、学生の利益との兼ね合いを考えながら対応していく。

競合する大学が増加しつつあるため、受け入れ先の開拓をどのようにしていくのが課題であり、良質な受け入れ先を確保することと、派遣する学生の選考のためのガイドラインを策定する必要がある。

- インターンシップ体験記 -

(名城大学都市情報学部都市情報学科3年)

山口 睦

これまでの人生でアルバイトを殆どしていなかった私は、インターンシップにかねてから興味があり、希望進路としている経済や事務に関して、受入先で多くのヒントを得ることと、コミュニケーションの上達を課題として今年8月20日から月末までの日程で(財)岐阜県産業経済振興センターにて研修を行った。

配属された調査研究課では毎月3回、課の全員がおのおののテーマを持って参加する会議が行われる。これは、今まで私が体験してきた1つのテーマについて出席者がその場で議論して結論を導く方式とは全く異なるものであった。一人がテーマ・話題を述べると、他の人はそれに関して意見をぶつけ、そこから話題が次々に飛び交い、それに伴い3～4ヶ所でグループになって雑談となり、さらに話題もどんどん変わっていき、早いテンポで進んでいった。このような会議では、メモする項目はテーマに関したことと興味を持ったことくらいであり、もしメモする余裕がなければ、重要なことだけを頭に叩き込めばいいと理解した。こうした会議では、積極的に自分から意見を述べることは勿論、相手の意見や反論にも耳を傾けることが大切である。

別の日には、景況ヒアリングとして、センターの職員と同行して某企業の社長に面談した。私は会談に近いものと予想していたが、その名の通り企業・業界の景気に関するヒアリングであった。私は途中で質問したい事柄があったが、終了時でなければできなかった。また、面談においてのメモは全てを書き出そうとして失敗したので、要点を見極めることを肝に銘じた。このように、会議・面談両方とも、私は予想外の展開に面食らった。

また実習期間中は岐阜県に関する経済・産業及び行政の記事を発見することを目的とした新聞の

切り抜きを毎朝行なった。最初は環境や地域の問題も絡んでいると思える程紛らわしい記事があり、経済のみに関連する項目から手をつけていった。そこから次第に他の分野にも発見すべき記事が見つかる様になり、気づかぬうちに発見するまでの時間も最初は実質20分以上かかったのが実習最終日には10分もかからなくなっていた。

就職すれば、おそらくレポートを書く機会が多くなると思う。今回の研修を通じて、文の構成やことば等やそれらを早くまとめるといった創造力とスピード、それに正確性や判断力が不可欠な能力だということを実感した。実際にこのレポートを書いているうちに、ことばや表現といった創造力に不安が出てきたので、卒業前までには克服しておきたい。これらの能力は私の希望進路である、経済系における分別や計算にも役立つだろう。元々ある積極性に磨きがかかった気がするので、前向きな考え方を維持し続けていきたい。また、性格を外向的に転換するのも悪くないかもしれない。

課題となっていた項目のうち、経済に関するヒントとしては、実施期間の前半に景況ヒアリングで企業戦略等について企業の最新の取り組みが取材でき収穫があった。事務に関するヒントとしては、これまで述べてきたようにレポートや新聞による切り抜きをいくつもこなすことができ、充実感があった。コミュニケーションの上達についても、センターの人々とよく話をしたことを考えると及第点に達したと言えるだろう。

今回のインターンシップにおいて未知の世界、しかも県庁の外郭団体という責任重大な世界に飛び込んだので、最初は補助といっても何をやればいいのか分からなかった。しかし指示された仕事を着実に1つ1つ片付けていけばいい、という気持ちになってからは、いい緊張感が出てきた。初めての社会は誰でも緊張するものと思うので、むしろ仕事に慣れるまでのいい緊張感が維持できればいいかもしれないと思っている。

(当センター インターンシップ研修生)

編集後記

インターンシップは、学生が企業等で実習・研修的な就業体験をする制度で、欧米では社会そのものに根付いています。日本では就職協定とのからみがあって普及が遅れ、社会的貢献の一環として少数の企業が短期間受け入れてきたというのが実態でした。

最近では、国際化・情報化の進展、産業構造の変化にともない、有効な人材育成、企業と大学の連携の手段として、国内・国際インターンシップに関心が高まってきており、特に、雇用情勢の厳しいなか、学生が就職前に就業体験をすることで将来のキャリアデザインを明確化できる点が注目されています。

そこで、さまざまな可能性を秘めているインターンシップについて、先駆的に取り組まれている方のご意見を紹介し、読者のみなさまの理解を深め、社会的システムとして定着させていくための一助とするために、今号を企画致しました。

今回の論文・座談会ではさまざまな立場からご意見を伺いました。新卒者の雇用のミスマッチが顕在化しているなか、インターンシップは企業、学生、大学のそれぞれにメリットが有るため、ここ最近では多様化が進んできた状況にあります。しかしながら、社会的に普及してきたとはいいがたく、先進的な事例と一般的な企業の実態の相違、そして模索する大学の姿など、座談会の議論のなかに本音も見え隠れしています。

当センターでも、8月下旬の2週間はじめてインターン生を受け入れました。非常にタイムリーだったため、研修の感想文を書いていただき巻末に掲載いたしました。私どもの業務に加わっていただいた様子や率直な感想が述べられていますが、常日頃、我々が疑問もなく行なっていることも彼には新鮮だったようで、こちらがいろいろと気づかされる場面もあり、インターンシップの持つ別の一面を知りました。短期間ではありましたが、本人にとっても、何かつかむものがあつたのではないかと思います。

(中村賀英)

本誌に関するご意見やご要望は、下記宛へお願いいたします。

平成13年(2001)12月発行

編集発行 財団法人岐阜県産業経済振興センター

〒500-8505 岐阜市藪田南5丁目14番53号

岐阜県県民ふれあい会館10階

TEL (058) 277-1085 FAX (058) 273-5961

FAX (058) 277-1095

URL: <http://www.gpc.pref.gifu.jp>

E-mail: center@gpc.pref.gifu.jp

定 価 300円(税込み)

落丁本、乱丁本はお取り替えます。無断で本書の全体または一部の複写、複製を禁じます。



岐阜県 ~国会等移転先候補地~
(平成11年12月国会移転先答申中)

