

多様な体験型学習の可能性 — インターンシップ実習の勧めと課題 —

藪 下 武 司¹⁾

The Possibility of Various Practical Learnings — An Encouragement of Internship Practical Programs and its Subjects —

Takeshi YABUSHITA

本稿は、中部学院大学を中心としたインターンシップの現状・事例を紹介し、体験型教育の重要性を提示し、多くの学生に実習体験を勧めるものである。また、近年課題とされるインターンシップ実習と企業などの採用活動の関係について、岐阜県インターンシップ推進協議会、リクルートキャリア、経済団体連合会などの資料をもとに、その特徴と課題を考える。そしてインターンシップ実習のこれまでの背景を検討したうえで、教育課程の中で実施する授業科目としての実習と採用活動の一部として実施されるインターンシップを、各大学の諸条件の違いや学生への指導の程度により、今後の方向性を考察したいと考える。

キーワード：インターンシップ、体験型学習、専門教育、採用活動、

1. 序 論

本稿の目的は、第一に、体験型教育（インターンシップ実習、職場体験、企業見学等）について学生や企業担当者など多くの関係者に関心を持ってもらうこと、そして学生には学年の早い段階から是非インターンシップ実習を経験してもらいたいと考えることである。第二に、近年話題になっているこれら体験型教育と企業など採用活動との関係について考察することである。そして今後の望ましいインターンシップ実習について学生対応や採用活動の在り方を含めて、若干の検討を加えたい。（本稿は2016年12月2日、中部学院大学・岐阜県インターンシップ推進協議会主催「岐阜県インターンシップ報告会」における基調講演の内容をもとに加筆修正したものである）。

本稿ではまず、本学におけるインターンシップ（企業実習、地域連携における体験型学習）の変遷と現状を示し、主に県内でのインターンシップの動向を観察する。その後、岐阜県インターンシップ推

進協議会（以下：岐阜協議会）、株式会社リクルートキャリア（以下：リクルート）、日本経済団体連合会（以下：経団連）等のアンケート調査結果をもとに、企業側（実習の受け入れ先）が考える、インターンシップ実習と採用活動の関係について課題と問題点を考察する。最後に、約20年間のインターンシップ経験から、教育環境の変化の考察、各大学、学生、受け入れ先に応じたインターンシップ実習の方法が必要であることに言及する。（従来からの実習は、教育学部の教育実習や医学部のインターンシップが主流であったが、最近では企業実習やインターンシップ、職場体験など、学部の違い、授業内容や期間に関係なく、学生自身が体験する授業の形態を総称して体験型学習と位置付けたい）。

2. 本学インターンシップ実習の変遷

(1) インターンシップ実習の経緯・導入過程

1997年の3省合意の年から、本学では学部の専門科目（企業研究Ⅰ：半期の事前指導2単位、企業研

1) 経営学部経営学科

究Ⅱ：1週間の企業実習1単位)として企業実習を開始した(その後インターンシップⅠ・Ⅱや企業現場実習などに名称変更する)。

当初は大学、企業とも試行錯誤の状況で、相互の話し合いの結果、新入社員教育に準じた内容で1週間程度実施することが多かった。その後、学生の希望に応え、実習先企業の増加や実習期間の長期化、カリキュラム変更による大学における事前・事後教育の充実など、実習教育の条件整備が行われる一方、文部科学省(文科省)、厚生労働省(厚労省)、経済産業省(経産省)は、それぞれインターンシップ実習に関して異なる目的や方法で実施していた。

経産省は、東海3県を包括した東海地域インターンシップ協議会を設立し、大学や学生からの申し込みや企業へのエントリー、企業と大学との事務連絡を包括する、情報システムを構築した。しかし当時

の学生の中にはそのシステムの複雑さのためにその機能を十分活用できないといった短所もみられた。厚労省の場合は、インターンシップを採用活動に結びつけたいという意向から、各県の経済団体内にインターンシップ協議会を立ち上げ、企業へ積極的にインターンシップの参加と実習生の受け入れを働きかけた。

その後、2010年頃からは、就職情報企業やNPO法人により「サイトを利用したエントリー」、「長期インターンシップ」、「中小企業社長の鞆持ち」など独自の形態が生まれた。現在はそれらに加え、各種の連携協定(産官学の地域連携、高大連携など)も始まり、様々な形態の体験型教育が行われている(表1参照)。なお、97年以前からも、各地の高専、工学関連の学部ではそれぞれの専門を活かした企業実習等が行われている。

表1 本学のインターンシップ実習の導入過程(概略)

| 年 度 | 1997~2001 | 2002~2007 | 2008~2014 | 2015~現在 |
|-------|--------------------|------------------------|-----------------------|-------------------|
| 目 的 | 3省合意と新たな教育プログラム作成 | 大学と社会を行き来して学ぶ(カリ改革) | 現代GPと本学独自のキャリア教育の実践 | 様々な実習プログラムと連携実習強化 |
| 実習期間 | 1週間(夏季) | 2週間×2社、4週間×1社(回数増加) | コース別実習の検討。中長期実習開始 | 1日、1~2週間から中・長期の実習 |
| 実 習 先 | 30~40ヶ所(卒業生の就職先など) | 約300ヶ所(県インターンシップ協議会設立) | 県内・県外受入れ企業の増加(数百社) | 全国規模・海外でも実習が可能 |
| 実習内容 | 職場体験・職場見学中心 | 実習計画、実習日誌等目的の明確化 | 事前事後指導の充実と時間数の増加 | 専門教育の内容から就活の目的まで |
| 実習指導 | 前期15回(2単位) | 前期・後期各15回(各1単位) | 前期・後期各15回 長期は通年30回 | 前期・後期各15回(各1単位) |
| 効 果 | 学生、実習先により異なる | 学習意欲、勤労意欲に効果あり | モチベーションアップ、実習先への就職が増加 | 実習内容・目的により大きく異なる |
| 課 題 | 検討課題が多い | 事前事後指導の充実が必要 | 企業との連携・協力の重要性を認識 | 大学、学部の教育目標の明確化 |

(年度区分は、本学のインターンシップを基準に考えた区分であり、一般のインターンシップがこの表の通りとは限らない)

表2 インターンシップ(専門科目)参加人数の推移

| | | | | | | | | |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 年 度 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| 学生数 | 38名 | 33名 | 23名 | 50名 | 27名 | 43名 | 58名 | 5名 |
| 企業数 | 17社 | 16社 | 10社 | 34社 | 9社 | 26社 | 32社 | 4社 |
| 年 度 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| 学生数 | 8名 | 14名 | 26名 | 12名 | 10名 | 10名 | 37名 | 10名 |
| 企業数 | 7社 | 12社 | 21社 | 14社 | 11社 | 14社 | 37社 | 9社 |

(学生数は前期、後期の合計学生数を示す)

(2) インターンシップの事例紹介

現在本学では、少人数の学生指導を利用し「大学での勉強が社会でどのように役立つかを見つめ直し、今後の目標を再構築する」、「大学と社会を歩き来して学ぶ」ことをインターンシップの目標にしている。実習期間は、1日～2日の職場体験から1～2週間の一般的なインターンシップ実習、さらに3ヵ月～6ヵ月の中・長期実習まで行い、実習場所も岐阜県内と県外、対象学年も1～4年生、授業単位認定の有無、また報酬も無給、有給など様々な形態で実施している。表2に2001年度以降の経営学部のインターンシップ参加人数が示してある。(これは授業科目として実習を行った学生数であり、職場体験や企業見学の学生数は含まれていない。なお2008年度は短大部から4年制大学に組織変更した初年度のため、大学1年生のみの参加人数である)。また本学でも、2015年頃から採用のためのインターンシップに参加する学生が多いが、それらの人数は把握していない。

ここで、2016、2017年度経営学部卒業の学生のインターンシップ実習例をみってみる。

【事例1】Gさん(女子)は、実家が自動車部品の製造会社を営み、大学入学時から製造業に興味を持っていた。自動車製造会社で1ヵ月の実習(1週×4つの工程)を経験後、ますます仕事に興味を持ち、実習後は大学でさらに詳しく生産管理について勉強した。卒業後は実習先と同種の部品製造企業に就職する。

【事例2】Oさん(女子)は体育系部活に所属し、性格も活動的で進路も色々な職業に興味を持っていた。実習では市立図書館、金融機関、ブライダル関連と幅広い業種を経験する(1週×4ヶ所)。実習から、今まで知らなかった業界の勉強ができて将来を真剣に考えるようになった。卒業後は実習を行った金融機関に就職する。

【事例3】Kさん(女子)は、以前から接客サービスや医療事務を希望し、ホテル、医薬品商社と病院事務を経験する(1週×2社、2週×1社)。どの職場も興味を持てる仕事であったが、他のサービス業も体験したいと考え、さらに就職について勉強し、卒業後は通信機器会社の接客事務を選んだ。

【事例4】Yさん(女子)は、本学独自の会計コースで勉強し、大学2年で税理士試験に合格、3年次

に会計事務所で長期(6ヵ月)の有給実習を行った。この経験から資格試験と実務の違いを実感し、卒業後は事務所勤務を続けながら更なる勉強をしたいと考えている。

【事例5】I君(男子)は野球部に所属し、就職の決まった後の4年生の夏休みに、祖父の陶磁器卸の企業で1ヵ月の実習を行った。本来、4年生で就職決定後の実習は稀な例だが、今まで応援してくれた祖父の仕事を手伝い、社会勉強を目的に行った。簡単な仕事と思っていた祖父の単純作業(陶磁器の梱包や配送作業など)に、仕事の大変さを知ることになった。

【事例6】2015年から実施した「国土交通省：全国道の駅連絡会」との連携事業は中部地方の大学として初の試みであった。この道の駅インターンシップでは、岐阜県内の3つの道の駅で7名(2016年は4名2カ所)の学生がインターンシップ実習を行った。

「池田温泉(揖斐郡)」では、温泉の管理と岐阜県西濃地域の観光について学び、「古今伝授の里やまと(郡上市)」では、地元郡上市の地元の名産品の開発や販売業務を学んだ。さらに「美濃にわか茶屋(美濃市)」では、道の駅が地域の防災拠点の機能を持つこと、県内でも大きな農産物の直販事業を勉強した。なおこの活動は、大学コンソーシアム岐阜の「学生が考える地域課題解決事業2015」に採択され、大学コンソーシアムで報告するとともに、学生の中には、4年生の上級学年になっても引き続き実習活動を続け、卒業研究のテーマとしてさらに詳しく道の駅や地域の問題解決のために実地調査やアンケート調査を行っている学生もいる。この実習を経験した学生の内2人が、地域の経済復興や農産物販売・流通過程に関心を持ち農業関係の組合へ就職した。

以上の事例1、2、4、6は、実習先の業種・職種、期間や学年は異なるが、インターンシップ実習がその後の就職に結びついた例で、実習教育が想定する採用活動の一部、就職へ結びつくといった効果がある程度実現した例であると思われる。しかし実習と就職先とが結びつかない事例3、5の場合も、学生自身が考えていた仕事を経験した後に新たな適性を見つけた例、仕事の大変さや、仕事には経験の長さが必要だと分かった例などは、自身の将来を考える意味では、大学の授業科目として考えると、ある程度の教育的効果があったと見るべきであろう。実習

の効果の測定は難しいが、学生の実習先への就職や実習記録等から推察される。

毎期インターンシップ終了後に、実習先に対して学生と本学に対する評価を依頼している。その結果からは、本学の学生に対して学年、業種を問わず「時間に正確」「真面目な態度」など良い評価がある一方、「行動に創意工夫がない」「時間の使い方に無駄がある」など評価が低い項目も多い。そして企業側は、インターンシップ実習の目的を、「社会貢献」や「社内の活性化を図るため」を主たる目的と回答しているが、「良い学生との出会い」や「採用活動の一部として考えたい」という採用に結び付けたいとの意欲も多くみられる。岐阜県の場合、企業規模や業種、交通手段など実習の環境が限られるため、全国平均と比べて採用に結びつく割合は低いと考えられる(藪下2016)。

(3) 体験型教育から就職対策へ

最近では、地域活性化の目標の下に、国や地方自治体の地方創生、そして各大学では様々な地域連携(文科省COC、地域の大学コンソーシアム、高大連携、産官学連携等)が盛んに行われている。岐阜県では、「創生総合戦略」や「成長雇用戦略」を中心に県内各大学が活動し、本学のインターンシップ関連事業では、「COC + 事業」「国土交通省全国道の駅連絡会」などの事業を2015年度より開始した。これらのインターンシップや職場体験を経験後、学生は将来の進路を考えた企業見学や学内業界説明会などに参加し、本格的なキャリア教育や就職活動へと発展させている。本学でも夏休みのインターンシップを経験後、学生が将来希望する業種(業界)や企業を中心に1日数社を回る企業見学会を開催している。その後、学内・地域で開催される就職ガイダンスや合同セミナーに参加し就職活動へと発展していく。大学教育と就職の関係について、「大学側から見れば、学生の就職は教育の一部であり教育効果を挙げる重要な機会であると考えられる」とし、「最終的な仕上げが就職であって、大学教育と就職は分けることができない」(矢内原1973)としている。

3. インターンシップアンケート調査と企業の学生採用活動

(1) 岐阜県インターンシップ推進協議会の調査結果

図1は、2016年度の岐阜県におけるインターンシップアンケート結果の一部で、その後の採用状況を示したグラフである。インターンシップ実習を経験した学生が、当該企業またはその同種の企業の採用試験を受けた割合は2016年度で61.2%(前年55.2%で6.0%増)、内定を得た学生は32.2%(前年25.7%で6.5%増)であり、半数以上の学生がインターンシップ経験企業か同種の企業の採用試験を受けている。

図2は、インターンシップ期間を2015年度と比較したものである。前年と比較すると、1週間以内が減少するとともに、1日(ワンデイ)が極端に増加し、2~3日も増加傾向である。2週間の実習は授業課程の実習と考えられるが、岐阜県内も就職対策としてのインターンシップが盛んに行われるようになり、2週間を超える期間は減少している。

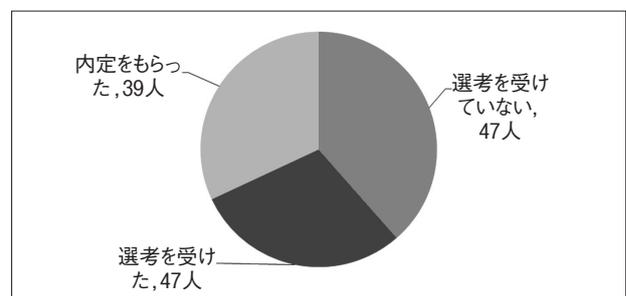


図1 「実習先への就職活動状況」

(出典：岐阜県インターンシップ推進協議会(2017)「2016年度活動報告書」6頁)

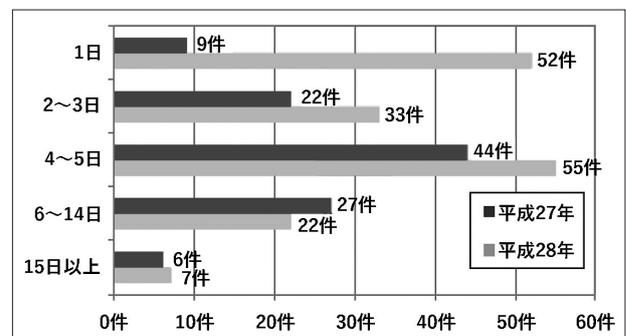


図2 「インターンシップの期間」

(出典：同上(2017)7頁)

しかし岐阜県の場合、大多数を占める中小企業が学生との接点を持ちたいと希望しても、若者の流出が高い地域ではインターンシップの実績も少なく採用にも苦慮する状況が続いている。今後は新卒採用だけではなく、他の地域（大都市など）からのUターンを含めた中途採用や高齢者の再雇用制度の充実など、各地域の実情に基づいた地域政策が必要とされよう。すでに経営者協会などは、第二新卒など一度社会を経験した若者に対する就職支援に力を入れている。

岐阜県協議会「2015年度報告（企業調査）」の中では、インターンシップの受け入れによる効果は、「仕事内容への学生の理解が深まった」（57社）、「学生に対して企業・団体をPRできた」（49社）、「学生の傾向が把握できた」（24社）など、企業側の採用活動を意識した回答が多かった。また同「2015年度企業・学生調査結果」では、「インターンシップに参加する学生は、就職に対する意識が非常に高いと感じる一方」で「勉強に来ているという意識の欠如が感じられる」と目的意識の欠如を指摘している。この結果は、（敷下2016）の本学調査結果とも一致するところが多い。

(2) リクルートキャリアの調査結果

図3は、リクルートキャリア（以下リクルート）のインターンシップアンケート結果である。学生アンケートの結果からは、インターンシップ参加企業、または同種の企業に入社予定の学生が49.8%（前年比2.0～2.5%増加）、また企業アンケートの結果からは、「内定者の中にインターンシップ経験者がいた」が72.5%（前年比6.0%増加）であった。学生アンケートの結果同様、約4分の3の学生がインターンシップの経験者であることがわかり、近年こ

れらの傾向は強くなっている。またインターンシップを採用活動の一環と位置付ける企業が23.2%あり（前年10%から13.2%増加）、学生側の考え方や企業側のインターンシップの位置づけが採用活動を重視する方向で動いていることが明らかになってきた。

表3 「インターンシップ参加期間」

| 実習期間 | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 |
|-----------|--------|--------|--------|
| 1 日 | 23.6% | 53.2% | 57.7% |
| 2 日 | 7.7% | 17.4% | 16.4% |
| 3日～1週間未満 | 35.0% | 33.8% | 35.5% |
| 1週～2週間未満 | 27.9% | 15.2% | 17.1% |
| 2週間～1ヶ月未満 | 11.1% | 8.0% | 11.1% |
| 1ヶ月～3ヶ月未満 | 4.9% | 2.9% | 2.8% |
| 3ヶ月以上 | 3.8% | 2.0% | 2.5% |
| 総 数 | 683社 | 856社 | 1003社 |

（リクルート（2017）「2017年度インターンシップアンケート調査結果」より作成）

表3は、アンケートに回答した企業のインターンシップ実施日数である。2017年を見ると、1週間以上2週間未満が急減、1か月超の中・長期実習がわずかに減少したのに対し、1日は23.6%から57.7%へ34.1%の増加、2日は7.7%から16.4%へ8.7%の増加と、ここでも就職対策のためのインターンシップが伸びている。

リクルート「就職白書2017、企業のアンケート結果－インターンシップの実施目的と成果－」からは、「仕事を通じて学生に自社を含め業界・仕事の理解を促進させる」（88.1%）、「採用を意識し学生のスキルを見極める」（42.7%）が確認できる。またインターンシップの実施目的に対する成果からは、「採用を意識し学生のスキルを見極める」（31.7%）、「採用と直結したものとして実施」（7.1%）、「従来の採用とは異なるタイプの学生を見出す」（6.0%）と、いずれも前年より増加し採用に直結したものとして実施しているところが多い。

(3) 経済団体連合会の調査結果

インターンシップ実習では、大学側の教育的側面と企業側の採用活動の一つとしての側面が話題とされる。2016年8月に、日本経済団体連合会（以下経団連）は、3日間の短期の企業体験を、また2017年

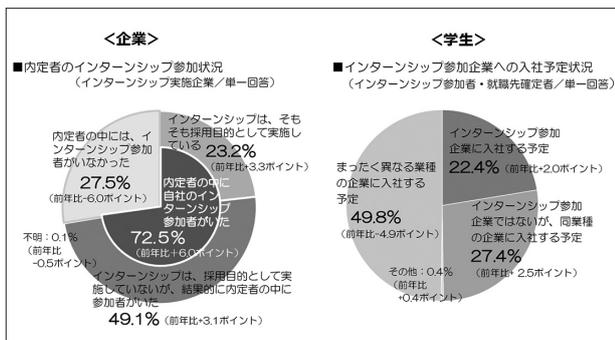


図3 「インターンシップアンケート結果」

（出典：株式会社リクルートキャリア「2017年度インターンシップアンケート調査結果」2017年、1頁）

4月には、1日の職場体験をインターンシップとして容認した。以前から「インターンシップは採用活動とは切り離すこと」、「期間は最低でも5日間実施すること」を条件としてきたが、1日という短期間でもインターンシップとして認めることになる。この理由は、実習期間を短くすることで、企業側が少しでも多くの学生との接点を持ちたいという参加企業の要望が強かったことなどがあげられる(図4、5参照)。

図4からは、将来的な指針として、インターンシップを採用と直結することの是非について、「認めるべき」(61.4%)が、「認めるべきでない」(34.7%)を、大きく上回っていることが分かる。また図5からも「5日以上の実施期間の見直し」や「学生の個人情報採用に利用することを禁止」している現在の規定を見直したいと考える企業が、それぞれ42.2%、35.9%もあり、特に見直す必要はないとする割合を上回っている。

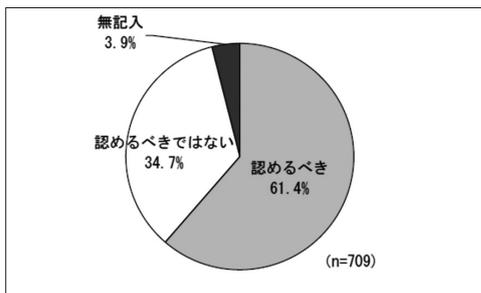


図4 将来的な指針の在り方「インターンシップを採用と直結することの是非」

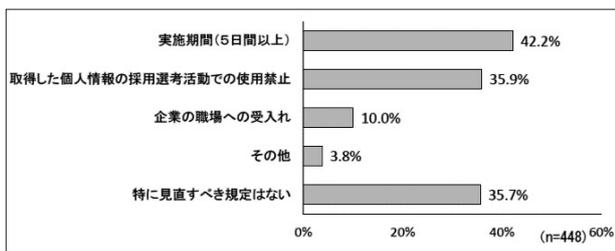


図5 「インターンシップに関する規定で見直すべき内容」(複数回答)

(出典) 経済団体連合会(2016)「2016年度新卒採用に関するアンケート結果」12頁。

(4) その他の調査結果から

経済同友会は、大学の1、2年次から、長期のインターンシップを推進している。これは大学が教育的な関与を積極的に行うこと、基本的に1ヶ月を超えるインターンシップを行うこと、報酬型も検討するなど、就職対策とは反対の傾向である。この趣旨

は、大学生の社会体験を低学年から長期間行うことによって、学生生活の中で社会と多くの接点を持ち、多様な経験をすることが重要であると考えている。これにより将来の進路のミスマッチを防ぎ、学生がよりよい就職活動ができると思った(経済同友会2016)。

図6は、インターンシップ実習の期間を示している。2014年の調査と比較して1週間以内の実習、特に1日のインターンシップが増加し、文系学生で11.7%⇒22.1%、理系学生で9.5%⇒18.3%と倍増している。

また図7では、インターンシップと採用の関係について示してある。何らかの形で採用と関連付けていくべき(①採用就職活動の一環、②就職採用につながることを望ましい、③大いに参考にすべき)の合計が80%を超える。ただし非製造業の16.8%、製造業8.6%では、実習はあくまで教育目的として実施し、採用活動とは離すべきと考える企業もある。

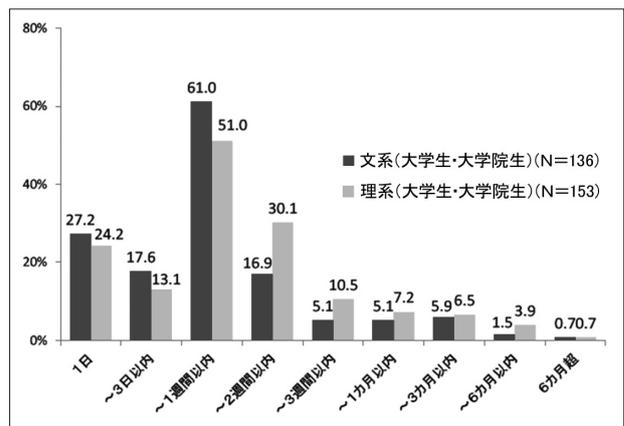


図6 「インターンシップ実施日数」

(出典) 経済同友会(2016)「2016年度新卒アンケート」20頁。

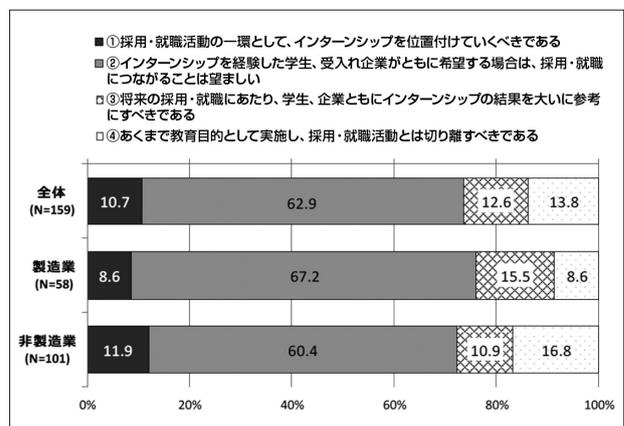


図7 「インターンシップと採用の関係」

(出典) 経済同友会(2016)「2016年度新卒アンケート」23頁。

さらに、コンソーシアム京都（2016）「2016年度インターンシップ・プログラムの実施報告書」からも、学生を受け入れる一番のメリットは「職場の活性化」（28.9%）、「優秀な学生との出会い」（16.7%）、「大学との連携強化」（7.8%）が多い。そして、過去に受入れた学生が貴社（貴団体）の採用試験に参加したことについては、「ある」（28.8%：前年比5.6%減）、その中で「採用したことがある」（65.5%：前年比1.0%増）と実習学生の採用割合も高い結果がある。個別意見の自由記述欄にも「意欲の高い学生で就職希望学生ならなおよい」など、企業側はいずれのアンケートにも就職の事前研修の一環のようなインターンシップを期待していることが分かる。コンソーシアム京都の場合、ビジネス、パブリック、プロGRESSなど内容と期間が異なる3種類のインターンシップを行っているが、学生が長期コースを経験し、その職場に関心を持った場合、マッチングの採用割合が最も高くなる傾向がある。

文部科学省の調査（2017）では、学生の就職に関して、実習先に就職活動した・する予定を合わせ42.8%、エントリーを勧められた49.9%となり2割強（22.2%）の学生が実習先から内定を取得している（図8）。一方企業の採用活動の取り扱いは、実習したすべての学生に案内する39.7%、学生の希望で案内する17.2%など、56.9%が実習学生に案内すると回答した。さらに採用選好上の取り扱いに関しては、採用情報を優先的に提供30.2%、一次面接時の優遇6.3%など47.6%がインターンシップ実習と採用を関連付けて考えている。

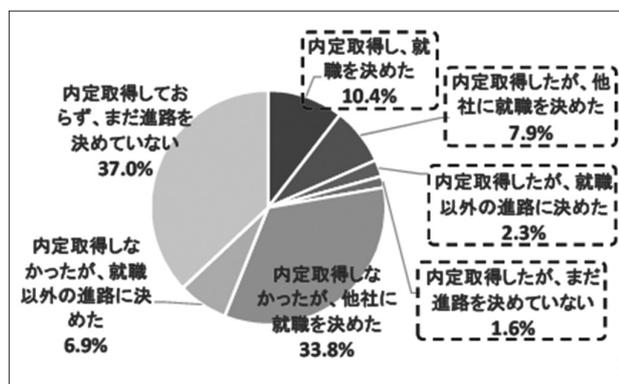


図8 「インターンシップ先への就職の実態」

（出典）文部科学省（2017）

4. 岐阜県協議会・リクルート・経団連のインターンシップアンケート調査の比較

ここでは、インターンシップと採用活動の関係を、岐阜県、リクルート、経団連のアンケート結果とその3者の違いを比較検討してみる（表4参照）。インターンシップの実施目的は、いずれも「社会貢献」「就活のPR」「産学による人材の育成」「大学との連携強化」など従来からの企業の目的と大きな変化はない。しかしこの表から得られる特徴は大きく2つある。一つは、企業の規模が大きくなるほどインターンシップを実施する割合が高くなっていること。第二に、同様に企業の規模が大きくなるほど、インターンシップを経験した学生の、参加企業への就職の割合が高くなっていることである。この傾向は、他の経済団体等で行われている同種のアンケート結果からもよみとれる。しかし注意したいことは、(1)岐阜県協議会、リクルート、経団連の回答企業の規模である。これらのアンケートは、基本的に従業員数を基にした企業規模別に分類してあるが、岐阜県協議会の場合、99.9%が従業員300名未満の中小企業、特に30名未満が81.4%を占めるため、リクルートや経団連といった他の参加企業とは大きく異なること。(2)インターンシップを経験した学生がその経験企業へ就職する比率に関しても、現代の学生は、高校・大学へと自らの進路を、家族・先生方の意見に従って推薦入学などの進路を選ぶ傾向が強い。言い換えると自身の進路を自らじっくり考えることが少なくなったと思われる。したがって学生にとって、インターンシップを経験した企業が特に悪い印象がなければ（特にその企業に問題がないと感じたときは）、実習先以外の企業を捜すことなく実習先に就職する傾向が強いと思われる。特に岐阜県の場合、その就職環境から、一つの企業の内定を得ると次の就活には結びつかないことが多い。今回の調査では、明確な根拠は説明できていないが、私見としてインターンシップ先に就職をした学生の中でも「インターンシップを経験したため、他の学生より評価が高い学生」と「インターンシップを経験したにも関わらず、早く辞めてしまう学生」の異なるケースがあるのではないかと考える。このことに関しては、更なる資料や調査結果を収集し今後の検討課題にしたい。

表4 インターンシップと採用 (比較)

| | 岐阜県 | リクルート | 経団連 |
|--------|---------------|------------------|---------------|
| 実習目的 | 地域貢献、就活生へPR | 業界・仕事の理解 | 社会貢献の一環 |
| | 若者の地元定着 | 就業体験で社会貢献 | 産学連携の人材育成 |
| | 大学との連携強化 | | 選考とは明確に区別 |
| 調査実数 | 145社 | 1100社(実施率) | 709社 |
| 300人未満 | 98.9%(岐阜県実数) | 279社(25.4%)46.2% | 53社(7.5%) |
| ~1000名 | - | 393社(35.7%)70.2% | 122社(17.2%) |
| ~5000名 | - | 323社(29.4%)78.6% | 355社(50.1%) |
| 5000名~ | - | 105社(9.5%)90.5% | 171社(24.1%) |
| 実習実施% | 55% | 64.90% | 67.7%(大企業ほど増) |
| 就職と関係 | 61.2%受験(含同業種) | 27.4%入社(同種企業) | 0.3%(実習歴重視) |
| 内定 | 33.2%(実習先) | 22.4%入社(実習企業) | - |
| その他 | 県内連携協定に協力 | 42.7%(採用を意識) | 実習の要件見直し増加 |
| | 中小企業を開拓中 | 9.7%(採用に直結) | - |

(岐阜県、リクルートキャリア、経団連のアンケート調査結果から作成)

5. 体験型実習の背景と問題点

(1) インターンシップ実習の背景

最後に、インターンシップを含めた体験型学習の背景と課題について考えたい。三省合意以降のインターンシップが始まり約20年が経過したが、最近20年間の大学を取り巻く教育環境・学習環境の変化は大きい。大学の授業に関しては、以前は学生にとって面白くない授業があると、その授業中は寝ているか教科書やノートに落書きをして時間を潰すしかなかった。現在の学生は、興味のない授業中でも携帯やスマホを用いて友人とゲームをする、あるいはインターネットを通して大学の外の世界を楽しむこともできる。さらには授業中に株の売買までしている学生がいるかもしれない。別の例では、以前は学生に、「図書館でこの本を借りて、何頁から何頁まで読んでまとめなさい」という課題を出すと、学生は自分自身で図書館まで行き、職員の方と話をし本を借り、その本を持って帰って指示された頁を読み課題を作成した。現在では、教員の目の前でスマホを操作しながら「先生、この本ですか」といって確認し、さらにスマホの操作を続け「先生、この頁のところですか」などと、自ら行動しなくても情報が手に入る時代になった。

このような情報社会となった現在でも、学生がいったん社会に出ると、自分自身で行動しなければ

ならないし、他の人たちと直接話をしなければ何事も進まない。(井下2011)によると、この数年間、このような高度に情報化が進んだ社会環境に対応するために、典型的なアナログ型の授業である体験型教育(インターンシップ等)が現実の社会や大学教育に必要とされるに至ったわけである。

(2) 体験型教育の課題

まずインターンシップや体験型教育の問題として挙げられるのが、「一過性の体験型イベント」と言われることである。本学の学生も、実習期間中はしっかりとスーツを着込んで新入社員のように、職場ではしっかりと対応している。巡回訪問時など、このまますぐに社員として働けるような様子さえ感じる。しかしインターンシップが終わって大学に帰ると、以前の学生に戻ってしまう(実習中の姿、あれは何だったのかと思うことも多い)。実習教員の期待として、実習を経験した学生は、大学に戻ってからもその勢いを継続し、他の学生に対して「インターンシップは良い経験になった。是非経験するべきだ」とか「これは就職活動に絶対に役立つと思う」など、インターンシップが未経験の学生の手本となり、他の学生を引っ張っていく指導的な学生になることを期待している。しかし本学では、このような学生は以前と比べて減少している。

次に学生が、インターンシップに対して積極的か消極的かでその結果が大きく左右される。前者は、すなわち学生がインターンシップに対して、明確な目的や目標を持ち、実習先の事前調査や、大学や企業との打ち合わせも十分に行った場合、そのインターンシップからは高い効果が得られると考えられる。しかし一方で、学生が消極的な場合、例えば、学生本人が1日~2日のインターンシップを希望しているのに対し、大学教員から「せっかく実習に行くのであれば、5日間行けば単位が取得できる」など、学生の意志に反して無理に参加させる場合である。この時、学生にとっても企業(実習先)にとってもマイナスの経験となる危険性が高い。

これらの現状から、体験型教育は伝統的授業に比べ、授業の質・学生の質の保証や大学・学部内での科目の位置づけが非常に難しい科目となる。各大学が体験型教育を盛んに行うことの意義は大きいですが、十分な計画と事前指導が要求される。

6. 今後の課題

最後に、これからの大学と学生、企業の対応について考えたい。20年前と比較して、現在はインターンシップを含めた体験型学習の多様性(前述の通り、目的に応じた内容・日程の長短や単位認定の有無など)がある。またその目的は、教育目的から徐々に採用目的へと変わり、内容も就業体験型から短期的な採用直結型の方法へ重点が置かれるようになった。

現在約8割の企業他がインターンシップ実習を実施し、この2～3年は1日、2日のインターンシップが急増している。一方で2週間、1ヶ月を超える教育目的の実習が減少傾向にある。就職活動の情報や新聞等では両者が区別されていないため、指導上の誤りを防ぐためにも、インターンシップは採用活動を主とするもの、一定期間を要する教育課程で行うインターンシップ実習は、教育実習や現場実習など、学生への詳しい事前説明や指導が今後とも重要となる。また授業の一環として行う実習に関しては、大学と学生、企業側が事前に十分な打ち合わせを行い、学部目標、専攻学生の授業内容などを実習計画の中に盛り込み、教育効果の検証についても評価が可能な方法を検討すべきと考える。一方、就職採用目的のインターンシップは、大学の就職対策講座、キャリア支援教育の一環として位置付けることが可能であり、1日、2日の短いインターンシップでも進路教育の一部として位置付けることは重要であろう。

大学、学生といっても、各大学の教育理念や目的・専攻の違い、地域的な問題や学生数など各大学の条件の違い、学力の差などが大きく異なる。したがってそれぞれの大学に合わせた体験型教育や就職対策を考える必要がある。その上で大学は、学生の主体性、やる気や参加意欲の高揚など、どこまで動機付けや実習への参加目的を充実させるかが課題となる。

企業側としては、大学やインターンシップ学生をお客さま扱いすることなく、学生から社会人へと、

自分達の業界で将来働く後輩を指導すること、ひいては地域の職場で活躍する人材の育成といった目標が必要になる。

最後に学生の課題は、このような体験型教育といった、以前には教育系学部や医療系学部など、限られた教育課程にしかなかった制度を活用し「大学と社会を行き来して学ぶ」ことで、学生時代に自分自身の経験を積み重ね、学習効果を高める努力を重ねてほしいと考える。

以上の体験型教育やインターンシップ実習は、現在も発展途中であるが、今一度これらの教育方法が導入されるに至った背景、教育改革や社会情勢の変化などを考えることも重要であろう。

引用文献

- 井下理 (2011) 「体験型学習の意義と課題」『現代の高等教育 No.530』.
- 岐阜県インターンシップ推進協議会「活動報告書 2015年, 2016年」.
- 経済同友会 (2016) 「企業の採用と教育に関するアンケート調査結果」.
- 大学コンソーシアム京都 (2016) 『2016年度インターンシップ・プログラム実施報告書』.
- 日本経済団体連合会 (2013) 「採用選考に関する指針」. 同 (2016) 「2016年度新卒採用に関するアンケート調査結果」. 同 (2017) 「採用選考に関する指針」の手引きの改定について.
- 文部科学省 (2017) 「インターンシップ推進のための課題及び具体的効果, 有用性に関する調査研究」.
- 矢内原忠雄 (1973) 『大学について』東京大学出版会.
- 藪下武司 (2016) 「インターンシップ実習の学生評価の現状分析－今後の教育指導の再構築の観点から－」中部学院大学・中部学院大学短期大学部『研究紀要第17号』 117-126.
- 株式会社リクルートキャリア (2017) 「就職白書2016」リクルート.