

地域金融機関との連携によるインターンシップ授業
開発：体験型からPBL型への改善

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2015-04-08 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 宇賀田, 栄次, 須藤, 智, 坂井, 敬子, 佐藤, 龍子 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00008184

地域金融機関との連携によるインターンシップ授業開発

—体験型から PBL 型への改善—

宇賀田 栄次（静岡大学学生支援センター）

須藤 智（静岡大学大学教育センター）

坂井 敬子（静岡大学大学教育センター）

佐藤 龍子（静岡大学大学教育センター）

1. はじめに

1.1. 本稿の目的

本稿は、静岡大学（以下、本学）で 2012 年度に開講し 3 年目を終えた学際科目「インターンシップの理論と実践」（以下、本科目）の取り組みを報告するとともに、授業改善によるインターンシップの成果と課題を明らかにすることを目的とする。

1.2. 授業開発の背景

本学では、共通教育でのキャリア教育・FD 活動を担う「大学教育センター キャリアデザイン教育・FD 部門」、全学での就職・キャリア形成支援を担う「学生支援センター キャリアサポート部門」と各学部の連携のもと、全学的なキャリア教育が推進されている。

キャリア教育のカリキュラムでは、1 年次には各学部単位で開講される「新入生セミナー」での「キャリア形成ガイダンス」とキャリア形成科目として「キャリアデザイン」が開講され、3 年次には各学部での専門科目として「インターンシップ」が開講されている。

本科目開講前の本学のキャリア教育のカリキュラムの問題点として、連続性のあるキャリアデザイン関連科目が 2 年次にないことが考えられた。そこで大学教育センター教員（須藤、坂井）および学生支援センター特任教員（宇賀田）が連携のもと、2 年次を主な対象とし、専門には依存しないインターンシップにより「大学での学ぶ力」「大学での学習意欲」を高めることを目標とした授業を開発・担当することとなった。

1.3. インターンシップの役割

インターンシップについて、教育政策面でのキャリア教育の定義や関係性からその役割を整理しておきたい。

1997 年、3 省（文部省、通商産業省、労働省）合同による『インターンシップの推進に当たっての基本的考え方』が公表された。インターンシップは「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、「高等教育における創造的人材育成に大きな意義を有するとともに、新規産業の創出等を通じた経済構造の改革にもつながるという観点」からインターンシップは「総合的に推進」されることとなった。この背景として「日本では、バブル崩壊後に激化した就職難、就職した学生と採用先企業とのミスマッチによる早期離職者の増加といった現象等」（中山 2009:184）があった。

一方、1999 年の中央教育審議会の答申『初等中等教育と、高等教育との接続の改善について』において「キャリア教育」という用語が文部省（当時）関連の政策文書に初めて登場したが、ここでインターンシップもあわせて触れられている。すなわち、キャリア教育は「望ましい職業観・勤労観及び職業に関する知識や技能を身に付けさせるとともに、自己の個性を理解し、主体的に進路を選択する能力・態度を育てる教育」と定義され、「在学中のインターンシップの促進等による体験的活動を重視していく」必要性が示されたことから、インターンシップはキャリア教育の目標実現のためのプログラムの 1 つとして捉えられた。

その後、キャリア教育は「児童生徒一人一人のキャリア発達を支援し、それぞれにふさわしいキャリアを形成していくために必要な意欲・態度や能力を育てる教育」(キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議報告 2004:7)との解釈を経て、2011年の中央教育審議会答申『今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について』で、「一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育」と定義された。

この間、大学設置基準が2010年に一部改正の上、2011年に施行されたが、この改正の目的は「社会的・職業的自立に関する指導等(キャリアガイダンス)」の法令上の明確化であった。これにより2012年の中央教育審議会『新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて』において、インターンシップは、サービス・ラーニングや留学経験などとともに「学生の学修への動機付けを強め、成熟社会における社会的自立や職業生活に必要な能力の育成に大きな効果を持つ」とされ、「学生が自らの専攻や将来希望する職業に関連した職場で業務を体験することを通じ、専門知識の有用性や職業自体について具体的に理解し、労働への意欲・態度を高めるとともに、自己の適性や志向に照らし進路を考える機会として活用することが求められる」とあるように、その役割や期待は大きくなった。

さらに2013年に発表された『日本再興戦略』でも「インターンシップに参加する学生の数の目標設定を行った上で、地域の大学等と産業界との調整を行う仕組みを構築し、インターンシップ、地元企業の研究、マッチングの機会の拡充を始め、キャリア教育から就職まで一貫して支援する体制を強化する。また、関係団体等の意見を踏まえつつ、インターンシップの活用の重要性等を周知し、その推進を図る」とされた。

以上から、インターンシップは、「キャリア教育の不可欠な一部と位置付けられることが求められる

て」古閑(2011:13)おり、特にキャリアガイダンスの義務化以降「インターンシップの充実・深化が、キャリア教育の体系化という観点からも重要な政策的課題となっている」(吉本 2012:3)と言えるだろう。

一般にインターンシップは、就職や仕事との接続機会として「働くことに対する意欲、主体的な職業選択能力、職種、業種にかかわらず社会人としての基礎的・汎用的能力を養成する」(古閑 2011:13) ことがその役割と理解されるようだが、教育政策面からは「学修への動機づけを強める」効果が期待されることを忘れてはならない。

また吉本(2012:3)が指摘するように、インターンシップは「地域との関わりを通して教育を行うという地域・産学の連携教育としての価値を持つもの」であり、地域や社会といった「外」への意識を高める役割も果たすものである。これはまさに児美川(2014:132)が「キャリア教育とは、学校の内部に『学校と外部(社会)との接続』という視点を取り込むことである」と意味づけていることと同義である。

2. 授業開発へのアプローチ

2.1. インターンシップの現状から

文部科学省の調査(2011年度)によれば、インターンシップを実施(特定の資格取得に関係しないもの)している大学は70.3%あるものの参加学生は2.2%と高くない。これは学生の意識だけでなく、受け入れ企業が十分に確保できない要因が大きい。太田(2005:17)の調査では、特に大企業に比べて中小企業での受け入れが消極的であることについて、その原因を『コスト負担能力』と『研修能力』に問題があるため」と指摘している。また、静岡県内企業を対象とした調査でも、職場体験やインターンシップの実施企業は、全体の26.8%にすぎず、実施できない理由として「受け入れ中の指導役の負担が大きそう」「受け入れ日程やプログラムの負担が大きそう」という回答が1,2位

を占め、4位には「実施するメリットが感じられない」とする回答もある（図1 新卒者の就職・雇用ミスマッチ解消に向けた連絡会，2012）。

このことから、本科目でのインターンシップは「『受け入れ企業の負担軽減』『受け入れ企業側のメリット』をいかに実現するか」という視点から「学生と企業の双方の目標共有や利益享受」を念頭においた。

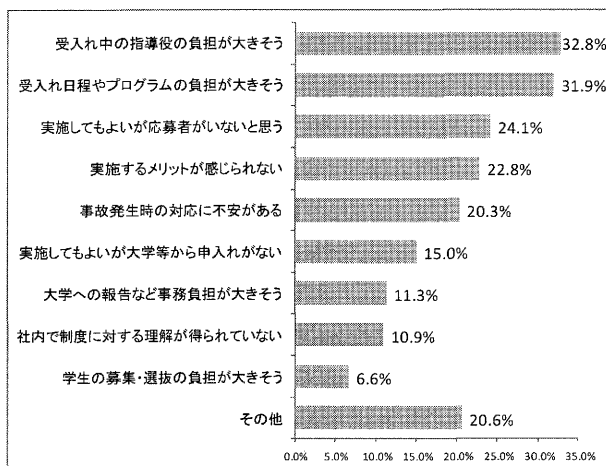


図1 職場体験・インターンシップを実施しない理由
静岡県における『新卒者採用に関する実態調査』及び『新卒者の就職活動時の実態調査』集計結果報告

2.2. 静岡県の特徴と地域課題から

本科目の学びの対象として「食品関連産業」を設定した。食品は、日常生活において身近であることから、就職活動では人気業種のひとつとなっている。しかし希望する学生の多くはテレビCMや普段の食生活での接点で興味を持っているに過ぎず、業界の構造的な理解や数多くの企業での弛まぬ努力や工夫を理解しているわけではない。一方で、1次産品が豊富に生産され、食品関連出荷額でも日本を代表する静岡県では、食品は「新産業集積クラスター」の一角を担うほどの重点分野であり、今後の人材育成は大きな課題となるはずである。そこで、静岡県の食品関連産業を学びの対象に据え、多面的な視点からの理解と体験を組み入れることとした。

2.3. 地域金融機関との連携

食品関連産業を多角的な視点から理解するには、座学での業界理解と1企業でのインターンシップだけでは十分とは言えない。そこで着目したのが、地域金融機関が主催するビジネス商談会である。商談会の場で学生が企業活動の一端を体験することができれば、業界全体を捉える俯瞰的な視点、焦点化した企業活動の視点に加え、企業間の関係という視点を手に入れられる。

早速、静岡市に本店を持つ地域金融機関に協力を要請し、全体プログラムを含めた相談をしたが、当初金融機関側では抵抗感があった。しかし、大学教育への配慮というだけでなく、他行のビジネス商談会との差別化や取引企業への支援にもつながるといった利益を見出してくれたことにより、商談会での体験に留まらず、インターンシップ受け入れ先確保、業界理解のプログラムへの的確な外部講師の選任など全面的な連携が実現できた。特に、金融機関が主催する「食と農」に関する取引先を集めたビジネス商談会は、約60社がブースを構え、バイヤーを含めた1,200名以上の業界関係者同士が取引機会を求める場であるため、本来入ることさえできない学生にとっては願ってもない機会であった。

3. 開講1年目の取り組み

3.1. 授業プログラムと実践内容

1年目は定員と同じ15名の履修希望があり、実践した授業プログラムは図2の通りである。

事前学習では、食品関連産業を多角的に理解する目的で、シンクタンクや支援機関の担当者などビジネスの第一線で活躍される方からの協力を得ることができた。いずれも金融機関の仲介による人選であり、豊富な事例による講義が実現した。各講義では、講師のレクチャを受けた後グループ討議を行ったが、学生の理解を深めるとともに相互に刺激し合う機会としてのねらいがあった。

月	授業内容
4月	授業ガイダンス
5月	事前学習(集合型授業)
	静岡県における食品産業の現状と課題 (静岡経済研究所理事/静岡県経済産業部理事)
	インターンシップ事前研修 (授業担当教員)
6月	食品産業支援の現状 (金融機関法人部/静岡市産業政策課)
7月	実習Ⅰ
	ビジネス商談会での販売体験 ※実習先とのマッチング
8月 ~ 9月	実習Ⅱ
	各企業でのインターンシップ実習(4-5日間)
	事後学習
	教員と個別に振り返り、提案レポート等をまとめる
10月	成果発表会

図2 1年目の授業プログラム

7月に開催されるビジネス商談会での体験では、学生は受付補助とともに出展団体の1つである公益財団法人のブースで3-4名ずつのグループで交代しながら商品PRを行なった(図3)。



図3 1年目のビジネス商談会実習風景

この商談会は企業取引を目的としていることからブースを訪れる客は業界の仕入担当者がほとんどであるが、学生は事前に商品資料に目を通して臨んでいたこともあり出展団体の「戦力」にもなった。また、商談会に臨む前にはビジネスマナーの体得とともに金融機関担当者から商談会の目的や課題についても講義を受けており、参加意識の高さや積極的な態度について関係する多くの社会人から一定の評価をいただいた。

3.2. インターンシップと成果発表会

インターンシップ先は金融機関から12社の紹介を受け10社が確保できた(表1)。ここでも金融機関との連携による利益を享受できた。いずれの企業も本学でのインターンシップ実績はなく、うち8社は大学生のインターンシップ受け入れは初めての企業だった。大学側からだけの働きかけでは恐らく受け入れは実現しなかっただろう。なお、企業選定について当時の金融機関担当者は「受け入れてくれるかどうかだけではなく、将来若手人材の確保が課題となる見込みの企業を候補とした」と語ってくれた。まさに金融マンの「目利き」のおかげである。

さて、インターンシップ実施にあたっては「学生と企業の双方の目標共有や利益享受」の観点から、「インターンシップを通じた企業への提案」を学生の課題とした。提案に向けた企業課題を見つけることが学生と企業双方の目標となり、また学生視点からの提案は少なからず企業への利益につながると思った。なお、提案にあたってはSWOT分析を使うこと、文献資料を活用することを条件とした。

各企業のインターンシップ・プログラムは、会社概要等の説明を除いては企業の日常業務の一部を体験する内容であったが、受け入れに慣れない企業も多かったことから担当教員がプログラムづくりについて各企業担当者と協議し進めた。

事後学習では担当教員が学生を個別に対応し、実習ノートを使って振り返りながら、提案レポートおよびパワーポイントでの発表資料について指導した。的確なSWOT分析や文献資料をもとに論理的かつ具体的に提案をまとめる学生もいたが、中には分析が十分に進まず提案への着眼点がなかなか定まらない学生も見られた。学生からの提案レポートタイトルは表2の通りである。

表1 1年目のインターンシップ先と履修学生の属性

受け入れ企業	従業員数	事業内容	学生	人文	教育	理学	農学	1年生	2年生	3年生	4年生
A社	社員450名 パート2335名	食品スーパー	3名	1		2			1	2	
O B社	10名	土壌分析 農業資材販売	1名				1				1
C社	90名	観節、削り節製造・販売	1名		1					1	
O D社	53名	緑茶製造・販売	1名	1						1	
O E社	180名	パン製造・販売、 学校給食	1名		1					1	
O F社	6名	農業生産法人	3名			1	2		1	2	
O G社	14名	廃棄物処理 堆肥製造・販売	1名	1					1		
O H社	93名	わさび漬け製造・販売	2名	1			1	1		1	
O I社	115名	水産加工食品、贈答 用食品製造・販売	1名				1			1	
O J社	5名	製茶業、お茶を 使った商品開発	1名		1					1	
10社			15名	4	3	3	5	1	3	10	1

※O印は大学生のインターンシップを初めて受け入れる企業

表2 1年目の提案レポート(抜粋)タイトル

地域に根差したスーパーを目指して ～地域住民が関わる場づくり
よりお客様に近いスーパーマーケットになるための提案
静岡抹茶が広げる茶業の可能性 ～茶のある空間づくりから
地域に根づく心に響くパン作り
無農薬B級野菜を活用した2つの提案
生産者と消費者をつなぐ企業へ
わさび商品との食べ合わせコンテストの提案
伝統食材と老舗企業、国際化への提案
点と線のつながりを強め、「バリ勝男クン」をもっとヒットさせたい
出張ワゴン車カフェで若い女性顧客を拡大

授業のまとめとなる成果発表会は、受け入れ企業の経営者や指導担当者のほか、金融機関担当者、地域経済団体インターンシップ事業推進者、学内および近隣大学のインターンシップ担当教職員も招き、学生全員が発表を行った。

3.3. 授業の効果と1年目の課題

授業を通じた学生の効果は静岡大学のキャリアデザイン教育評価尺度で測定した(表3)。

受講開始時の4月と成果発表会後の12月に測定したところ、汎用的資質能力「キャリアデザイン」(キャリアの時間的展望、自己分析、他者からの情報収集などの尺度)が3.50点から3.87点に上昇した(統計的に有意(p<.05))

また授業後のアンケートでは「本科目を契機に自分にどのような変化が起きたと思うか」という質問に対して学生から以下のような回答があった。

- ◆現在学んでいることを、実務で生かせるよう意識して勉強するようになりました。

◆自分の将来を含め、自分のことを見つめ直すとても良い機会になったと思います。自分の将来やりたいことも、臆げながら見えてきました。また、講義や社会に出ることに対して意欲的な人や、意識の高い人と触れ合うことで自分のモチベーションの維持にも繋がりました。

◆インターンシップで働く人のさまざまな思いを耳にし、自分も働く上で「だれかのためにこうしたい」という思いを大切に仕事をしていきたいと感じるようになりました。

◆よりリアルに食品会社の営業に求められていることが分かった。本気で楽しく働いている人生の大先輩の姿を見ることができて、あんな風に働きたいと思った。

表3 1年目のインターンシップ効果測定

2012年 N=12	4月 平均値	12月 平均値	t値	有意確率 (両側)
学びの思考・習慣・態度	3.57	3.58	-0.078	0.939
キャリアデザイン	3.50	3.87	-2.776	0.017*
社会性の基礎	3.87	4.00	-0.923	0.374
専門的資質能力	3.67	3.63	0.213	0.835
実務的資質能力	3.87	3.88	-0.059	0.954

*p<.05

一方、受け入れ企業からはインターンシップを振り返り次のようなコメントをいただいた。

◆学生のみなさんの提案はどれも新鮮でした。普段仕事をしている私たちにしてみれば「そんなの無理無理」というものもありますが、「そんな風に思うのならそれもありかな」と聞く耳を持つことも大切なのかも知れないと考えるようになりました。

◆この取り組みが有益だと思うのは「受け入れ企業同士の連携」も出来るのではないかとことです。学生、企業、大学だけでなく、企業同士の交流によって新しいwin-winを築くことができれば嬉しいです。

◆「研修期間が短い」というお話もありましたが、確かに短いです。出来たら4年間ずっと来てもらいたいくらいです。来年また機会があれば私たちは大歓迎です。

これらのことから、開講1年目の授業は学生に対する「学ぶ力」や「学習意欲」の向上、企業に

対する「負担軽減」「実施のメリット享受」という目標に近づいた結果と言えるが、提案レポートや発表資料の内容には個人差が見られたことが課題に挙げられた。

4. 開講 2 年目の授業実践

4.1. 授業プログラムの改善

2 年目の履修希望は 39 名あったが、コメントペーパーによる書類選考を行い、23 名を履修者とした。1 年目の課題を踏まえ、2 年目では特に事前学習プログラムを改善した。そのポイントは以下の 2 点である。

- ① レポートのまとめ方を指導した上で集合型授業の事前学習に臨む前にレポート課題を課した
- ② マーケティング理論や食品企業での事例を学ぶ講義を取り入れた

これらにより改善した授業プログラムは図 4 の通りである。

1 年目に挙げたレポート作成レベルの課題については、推薦図書を示すとともに、文献整理や構想の組み立てについてワーク

シートを準備し指導した。なお、課題は「キャリアデザイン」と「静岡県の食品産業」をテーマとした。これにより食品産業全体の理解は自主学習でのレポートにより進め、集合型授業では事例を交えた食品関連企業の取引を中心とした現状と課題、実習に臨む商談会の理解、ビジネスマナーのほか、インターンシップの課題となる提案に向けたマーケティング理論と事例を学ぶ講義とした。つまり集合型授業では商談会とインターンシップに向けた実践的な知識を習得することに焦点をおいた。

また、1 年目は受付補助と公益財団法人 1 社を交代で実習に臨んだビジネス商談会に向けて、金融機関の理解のもと、学生が当日実習（商品 PR 補助）できる企業を募り、1 年目の公益財団法人を含めた 9 社で実習を行うことができた（図 5）。

月	授業内容
4月	授業ガイダンス・レポートのまとめ方
5月	事前学習 I (レポート課題による自主学習)
	推薦図書を参考に2つの課題レポートをまとめる
6月	事前学習 II (集合型授業)
	食品産業での B to B 取引の現状と課題 (静岡経済研究所理事)
	ビジネス商談会のねらい(金融機関法人部) インターンシップ事前研修(担当教員)
	B to B 企業でのマーケティング・販売戦略手法 ① 株式会社販売促進研究所代表取締役
	B to B 企業でのマーケティング・販売戦略手法 ② 株式会社販売促進研究所代表取締役
7月	実習 I
	ビジネス商談会での販売体験 ※実習先とのマッチング
8月 ~ 9月	実習 II
	各企業でのインターンシップ実習(4-5日間)
	事後学習
	教員と個別に振り返り、提案レポート等をまとめる
	成果発表会

図4 2年目の授業プログラム



図5 2年目のビジネス商談会実習風景

1 年目と同様に学生は担当する企業や商品について事前に理解を進めた上で実習に臨むとともに、一定時間は事前学習で得た商談会での課題やマーケティング知識をもとに出展企業の商品戦略や展示方法についても見学し、レポートをまとめたが、事前に実践的な講義を受けたことで商談会や企業、商品などに対する着眼点が広がった。以下は実際のレポートからの抜粋である。

- ◆相手企業に利益を見込ませ、自分たち側にも利益をもたらすよう商談を進める（始める）場面を多く目にした。その瞬間の緊張感は忘れられない。
- ◆事前に企業の人たちは本気であると言われていたで、ある程度の覚悟はしていたが、来場者の名札を見て何者かを確認するその眼差しは真剣そのもので、会場の空気が建物の入口とは明らかに違っていた。
- ◆実際に販売の手伝いをしてみて、“ターゲットを明確にする”ことが商品を販売するうえで重要なことだということが分かった。
- ◆商品自体だけでなく、パッケージも重要であることを再認識した。

4.2. インターンシップと成果発表会

2年目のインターンシップ先確保は1年目の実績や商談会での実習企業の広がりから、金融機関からの紹介依存度を下げることができた。

表4 2年目のインターンシップ先と履修学生の属性

受け入れ企業	従業員数 パート2335名	事業内容	学生	人文	教育	理学	農学	2年生	3年生
◎ A社	社員450名 パート2335名	食品スーパー	2名		1	1		1	1
◎ B社	3名	農園/就労支援	6名	1	2	2	1	5	1
◎ C社	90名	籠節、削り節製造・販売	1名				1		1
◎ D社	53名	緑茶製造・販売	1名		1			1	
◎ E社	5名	製茶業、お茶を使った商品開発	1名	1				1	
○ K社	5名	冷凍食品製造・販売	2名		2				2
○ L社	5名	酒類食品卸売業・商品企画開発販売	1名				1		1
○ M社	40名	肥料・農業資材・農産物販売	4名	2		1	1	2	2
○ N社	20名	ホテル業、レストラン業	2名	1		1		1	1
○ O社	72名	飲料や酒類製造・販売	1名				1		1
○ P社	80名	緑茶および地場産品製造・販売	2名	2				1	1
11社			23名	7	6	5	5	12	11

※○印は大学生のインターンシップを初めて受け入れる企業
※◎印は前年も本科目のインターンシップを受け入れた企業

1年目の受け入れ先企業のうち5社（(表4)中A～E社）、商談会での実習をきっかけとする2社（表中K、L社）、担当教員の開拓による2社（表中M、N社）、金融機関からの紹介2社（表中O、P社）、計11社となった。1年目と同様、インターンシップを通じた企業への提案が学生の課題となったが、事前学習を実践的内容に改善したこともあり、1年目に比べて具体的な内容のものが多く見られた（表5）。

表5 2年目の提案レポート(抜粋)タイトル

自社イメージを強みに変えるプライベートブランド戦略
ノンアルコール飲料に代わる「ちょっと贅沢なビン・ラムネ飲料」の提案
フードスタジオの場の拡大についての提案
売り場もプロデュース ～手書きPOPで一步先へ～
消費者の口に届ける、流通システムの提供
お土産の『For ○○』商品の提案
新たな緑茶の飲み方提案を
「生活にスパイス」、始めませんか？
少ないリスク・実現可能な事業改善のために
ベンチャー・サークル ～コメ作り・流通・経営を学ぼう～

成果発表会は1年目同様に受け入れ企業の経営者や指導担当者なども招き、学生がインターンシップ内容と企業への提案を発表した（図6）。

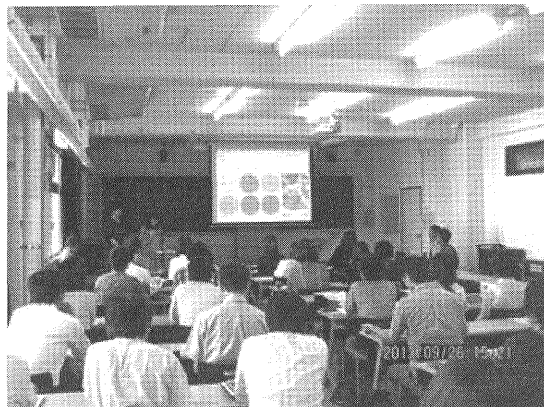


図6 2年目の成果発表会風景

4.3. 授業の効果と2年目の課題

1年目と同じ静岡大学のキャリアデザイン教育評価尺度を使い、6月と成果発表会後の10月に測定したところ、汎用的資質能力「学びの思考・習慣・態度」が3.61点から3.73点に上昇（統計的に有意傾向（ $p=.067$ ））、同尺度の「専門的資質能力」が3.54点から3.86点に上昇（統計的に有意（ $p<.01$ ））した（表6）。

また、授業終了後の「自分にどんな変化が起きたと思うか」という質問に対しても、以下のような大学生活や大学での学びへの意欲の高まりを回答するコメントが複数あった。

- ◆実習先の社長や社員さんの仕事に対する熱い姿勢を間近でみて、大学生活のやる気が増した。また、どんな仕事に就きたいか、真剣に考えるようになった。

◆将来の職業選択を改めて見直す機会になりました。

また、大学での学びにより一層力を入れようと意気込むきっかけにもなりました。

表6 2年目のインターンシップ効果測定

2013年 N=13	6月 平均値	10月 平均値	t値	有意確率 (両側)	有意確率 (片側)
学びの思考・習慣・態度	3.61	3.73	-1.61	0.133	0.067†
キャリアデザイン	3.40	3.52	-0.73	0.482	0.241
社会性の基礎	3.69	3.79	-0.94	0.367	0.184
専門的資質能力	3.54	3.86	-3.03	0.010*	0.005**
実務的資質能力	3.71	3.85	-1.17	0.264	0.132

*p<0.05, **p<0.01

このように、インターンシップに期待される「学修への動機づけ」には一定の効果があったとも考えるが、履修者全員の変化を示すものとは言えない。また授業を振り返った感想では、履修生同士の議論や交流機会が少ないとする意見が複数あった。事前学習の集合型授業では毎回議論する時間は設けたが、それらの授業回数が少ないことから出てきた意見であろう。「学際科目」は複数の学部からの学生が履修するため、異なる学部の学生との議論や交流は学びの面でも重要な機会である。その機会が十分得られないことは、本科目の大きな課題と考えた。

さらに、これまで実践した「インターンシップを通じた企業への提案」が企業活動に生かされた例がなく、「企業へのメリットを実現する」という目的に近づいているとは感じにくかった。ただし、提案が実現しないことは提案内容やレベルの問題だけでなく、企業側の人的資源の不足も考えられた。いずれにしても提案までで終わることは企業、学生、両者にとって有益でない。成果が十分でなくてもPDCA (Plan-Do-Check-Action) サイクルを回す体験ができれば学生はもとより企業にとっても有益な機会になるはずである。

3年目の授業は、これらの点を考慮し、授業プログラムやインターンシップの進め方を大きく見直すこととした。

5. 開講3年目の授業実践

5.1. 授業プログラムの改善

2年間の授業での課題に対して次の改善を行った。

①PDCAサイクルを回すことができるようインターンシップは原則1か月以上の長期とし、それまでの「日常業務体験型」から企業側から設定された課題に取り組む「PBL (Project-Based Learning) 型」とした

②事前および事後学習は原則としてすべて集合型授業に充て、履修者同士の議論や意見交換の機会を積極的に設けた。

月	授業内容	
4月	授業ガイダンス	
	事前学習 I (集合型授業)	
	社会人基礎力と自己分析	
	インターンシップの現状と課題①	
5月	インターンシップの現状と課題②	実習調整
	インターンシップでの目標設定について	
	販売促進のためのマーケティング①	
	販売促進のためのマーケティング②	
6月	静岡市による企業支援と事例①	実習Ⅱ
	静岡市による企業支援と事例②	
	食品関連産業での新しい取り組み	
	インターンシップに必要なマナーとルール	
7月	実習 I	インターンシップ
	ビジネス商談会での販売体験	
	事後学習	
	ビジネス商談会での実習振り返り	
	大学での学びと社会で求められる力	
9月	各インターンシップ・プロジェクト中間報告	
	成果発表会	

図7 3年目の授業プログラム

PBL 型インターンシップとは、『学生達がチームを組んで、相手先すなわち受入先の課題(テーマ)を、今まで習得した手法や情報技術を活用して解決し、何らかの成果を出す』というプロジェクト型の実践的インターンシップ(新國2005:255)と同タイプである。

これらにより改善した授業プログラムは図7の通りである。担当教員が1名になったこともあり

履修定員は10名以下としたところ、7名から受講希望があった。

事前・事後学習での授業は毎回グループに分かれた討議や意見交換を取り入れた。自主学習でのレポートはなかったが、推薦図書を事前に読んで上で意見交換する授業や、事例研究に使う商品(食品)を前週に配り「食べた上で特徴を整理してくる」といった課題を出し次週に議論する授業なども取り入れたところ、履修者が少数ということもあり積極的な発言が見られた。

ビジネス商談会での実習は2年目同様に複数の出展企業での商品PR補助を行った。これまでも実習後に各自レポートをまとめたが、3年目は実習翌週の授業で各自の振り返りを意見交換した上でレポートをまとめたところ、以下のようなコメントもあったことから、他学部の学生との話し合いが新たな気づきを生み、学びを深めたと考えられる。

- ◆話し合いながら振り返りを行ったことで、自分の視野の狭さや客観的思考の不十分さについて発見でき、企業の改善すべき点も発見できた。
- ◆自分のブースでは材料となる野菜の育て方や品種に関する質問が多かったが、他の人のブースでは値段に関する質問が一番多かった。

表7 3年目のインターンシップ先と履修学生の属性

受け入れ企業	従業員数	事業内容	実習課題	学生	人文	教育	理学	農学	2年生	3年生	実習期間 (実習日数)
◎ B社	3名	農園(米・野菜づくり)	無農薬・無肥料農法に取り組みながら新たな販路開拓	3名		2	1		2	1	5月~9月 (20日間)
○ Q社	5名	農業シンクタンク	こだわりの野菜や米の新たな販売方法の企画と実践	3名		1	1		1	1	6月~8月 (7日間)
○ R社	16名	農業生産法人	不揃いの枝豆を使った新商品の開発	3名	1	1		(1)	2	(1)	7月~9月 (8日間)
3社				8名	1	4	2	1	5	3	

※○印は大学生のインターンシップを初めて受け入れる企業
 ※◎印は前年も本科目のインターンシップを受け入れた企業

()は履修者ではないがインターンシップに参加した学生

5.2. PBL型インターンシップ

本科目開講時は『受け入れ企業の負担軽減』『受け入れ企業側のメリット』をいかに実現するかという視点で受け入れ先やインターンシップ・プ

ログラムを開発したが、PBL型インターンシップは、企業側の負担が大きくなることが想像でき、受け入れ企業確保が困難になると想像しやすい。しかし、企業からの課題設定を起点とするPBL型インターンシップであれば、その成果は「企業側のメリット」となる。さらに「負担軽減」には、プロジェクトや課題解決に向けた企業内の人的資源の不足をインターンシップ学生が補う発想ができた。これは2年目の授業で、1人の履修学生が企業に提案したものが示唆となったが、そこで候補となったのは「成長中の小規模企業」である。「忙しくて手が回らない」課題にインターンシップ学生が取り組むことができればメリットを享受できると考え企業開拓にあたったところ、3社を確保できた(表7)。

1社当たり2-3名を1つのチームとして想定し、可能な限り「学部・学年混合」でのチーム編成を望んだ。これも2年目のインターンシップに示唆があった。これまで1社に複数インターンシップに参加する場合には、参加日程の重複を避け調整していたが、ある受け入れ先企業から同時に複数名での受け入れ要望があり、偶然学部も学年も異なる2名を調整したところ、インターンシップ終了後の面接時に他の履修生に比べ「他者へ意識」が高まっていると感じた。したがって、「学部・学年混合」チームの検証も行ったと考えた。

しかし、インターンシップ先調整は、受け入れ先企業が企業概要とともに設定課題を授業内時間に説明し、希望する学生の応募により企業側がその採否を決める形式をとった。これは企業、学生

ともに課題に対する当事者意識を高めてもらうねらいがあった。当初、2年生2名のチームができたが、履修者ではない3年生が1名当該企業に興味を持っていたため、インターンシップのみチームに加わることとなり、3つすべてが「学部・学

年混合チーム」として、それぞれの課題に取り組んだ。

表6中のB社は受け入れ3年目になる企業、その他の企業は大学生のインターンシップ受け入れは初めてだった。実習期間は2~4ヶ月のいずれも長期となった。

5.3. インターンシップ成果と授業の効果

成果発表会では、チームごとにインターンシップの取り組みの様子や課題に対する成果を発表した。商品開発から販売まで達成したチームもあれば試作までの達成に終わったチームもあったが、どのチームもPDCAサイクルを回した様子からPBL型インターンシップでの負荷と達成感の大きさが伺えた。

インターンシップを振り返った感想では、複数の学生から「異なる考え方や捉え方によって意見調整が難しかったが、却って意見が多く出たことでより良い提案につながった」「自分ができることは何かを考え、仕事を探すようになった」という言葉があった。また、今回試行的に導入した授業終了後のアンケートでは「議論することが楽しいと感じた」「もっと幅広い教養を身につけたい」「もっと自分を成長させたい」などの項目で履修者全員が「そう思う(感じる)」と回答した。着眼点や得手が違うメンバーとともに課題に向かい、模索したことで、より高い達成感や納得感を感じることができた様子が分かる。これが「学部・学年混合」チームでの学び、効果なのではないか。

さらに、これまでと同様の静岡大学キャリアデザイン教育評価尺度により測定したところ、社会人基礎力尺度の「働きかけ力」が3.10点から3.48点に上昇(統計的に有意($p < 0.01$))したが、2年目で上昇した「学びの思考・習慣・態度」「キャリアデザイン」は変化がなかった(表8)。

表8 3年目のインターンシップ効果測定

2014年 N=7		4月 平均値	9月 平均値	t値	有意確率 (両側)
社会 人 基 礎 力	主体性	3.76	3.62	1.441	0.200
	働きかけ力	3.10	3.48	-4.382	0.005**
	実行力	3.48	3.81	-0.866	0.420
	課題発見力	3.86	3.52	0.837	0.435
	計画力	3.67	3.38	1.279	0.248
	創造力	3.24	3.24	0	1.000
	発信力	3.14	3.19	-0.281	0.788
	傾聴力	3.71	3.76	-0.225	0.829
	柔軟性	3.81	3.48	0.899	0.403
	状況把握力	3.43	3.71	-1.353	0.225
	規律性	3.95	4.33	-1.188	0.280
ストレスコントロール力	4.05	4.14	-0.186	0.859	
学びの思考・習慣・態度		3.45	3.56	-0.618	0.559
キャリアデザイン		3.86	3.61	1.323	0.234
社会性の基礎		3.67	3.56	-1.549	0.172
専門的資質能力		3.47	3.51	-0.244	0.815
実務的資質能力		3.71	3.80	-0.514	0.626

** $p < 0.01$

また一方、受け入れ企業の経営者からはいずれも「やりたい(やろうと思っていた)ことが実現できた」とのコメントがあった。すなわち成長中の小規模企業は、アイデアや実現したいことが多くありながら、経営者は優先事項や日常業務に追われている。そこでPBL型インターンシップを通じ、アイデアや課題に取り組み成果を示すことができれば直接、企業への貢献につながる。

6. 考察と課題

6.1. インターンシップへの評価

「PBL型」、あるいは「課題設定型」「プロジェクト型」と呼ばれるインターンシップのタイプは、「日常業務体験型」と比べてその効果が高いと言われる。例えば真鍋(2010:15)の研究によれば、「『課題設定型』では『主体性』、『実行力』、『課題設定力』、『発信力』で伸長が有意」とされ、就職活動においても「日常業務体験型」に比べて「自分を成長させた経験として自信を持って面接の場で語るができるようになる」とも分析している。また、矢崎・中村(2013:8)も「日常業務型」

よりも日常業務型と課題設定型の「混合型」インターンシップの方が学生の満足度が高いと分析している。

しかし、本科目での授業実践を通して「体験型」で上昇した「学びの思考・習慣・態度」「キャリアデザイン」の尺度は「PBL 型」では変化がみられなかった。サンプルが少ないため一概には言えないが、「PBL 型」が必ずしも万能なインターンシップのタイプではないことは理解すべきだろう。矢崎・中村（2013:8）も「学生自らが明確な目的や目標を持ってインターンシップに参加しないと、インターンシップにより得たものについては把握しにくく、その後の就職活動や学生生活へのよい影響にはつながりにくい」としている。重要なことはインターンシップのタイプではなく、学生の取り組み姿勢にある。田中（2007:8）が示すように、インターンシップにより学生が得る成果は「気づき」だとすれば、より丁寧な評価が求められる。

1 章で整理したようにインターンシップの役割は学修への動機づけと地域や社会への意識を強めていくことであるから、その視点での評価を進める必要がある。ところが現状は、「インターンシップが大学の学習意欲や認知面の能力・スキルの伸長にどれだけ有効であるかという観点からの分析は乏しい」（河野 2012:9）とされる。ただし、長尾（2012:50）が類型化をしたように教育効果やアウトカムの射程が「学修支援なのか移行支援なのか」あるいは既存の正課教育との関係性が「代替的なのか補完的なのか」によってもインターンシップの性格は異なることも考慮しなければならない。

6.2. 本科目の今後の課題

3 年目までの授業改善により、本科目が果たすべき役割が明確になってきた。すなわち学生に対しては、学際的に学ぶことができる環境を活用して学修の動機づけと外への意識を強め、専門科目を始めとする大学での学びにつなげていくことで

ある。そのためにはこれまでの教育評価尺度に加えて、インターンシップ後の行動や思考の変化も測定し、検証することも必要であろう。

また、企業側からの授業やインターンシップについての評価も十分ではないため、力を入れるべきであろう。

PBL 型インターンシップは万能ではないが、「体験型」に比べて成果や達成度は分かりやすく、学生自身もどこまでできたのかが理解しやすい。学生、企業、大学それぞれがインターンシップの成果や効果をできるだけ可視化して共有することができればさらに良いものになると考える。

引用文献

太田和男 2005 「中小企業におけるインターンシップの有効性と今後の促進策」日本インターンシップ学会『インターンシップ研究年報 第 8 号』, pp.8-21.

河野志穂 2012 「文系大学生のインターンシップが大学での学びに与える効果—早稲田大学を事例として—」日本インターンシップ学会『インターンシップ研究年報 第 14 号』, pp.9-15.

古閑博美 2011 「インターンシップ キャリア教育としての就業体験」学文社.

児美川孝一郎 2014 「〈移行〉支援としてのキャリア教育」溝上慎一・松下佳代編『高校・大学から仕事へのトランジション』ナカニシヤ出版, pp119-137.

新卒者の就職・雇用ミスマッチ解消に向けた連絡会（事務局：公益財団法人就職支援財団・一般財団法人静岡経済研究所） 2012 「静岡県における『新卒者採用に関する実態調査』及び『新卒者の就職活動時の実態調査』集計結果報告」
http://www.shushokuzaidan.or.jp/assets/files/saiyo_shukatsu_shukeikekka_201205.pdf .
(2015 年 1 月 30 日参照)

田中宣秀 2007 「高等教育機関におけるインターンシップの教育効果に関する一考察：新たな「意

- 義」をみいだし、改めて「効果」を考える」『日本インターンシップ学会年報 第10号』, pp.7-14.
- 長尾博暢 2012 「インターンシップと大学組織－教育課程の「内」と「外」をめぐって－」 広島大学高等教育研究センター『高等教育研究叢書 117 インターンシップと体系的なキャリア教育・職業教育』 pp.45-61.
- 中山健 2010 「産学連携教育としての大学インターンシップ」『東京大学大学院研究紀要 第49巻』, pp.183-190.
- 新國三千代 2005 「『プロジェクト型実践的インターンシップと大学と地域の連携に関する研究会』の開催」 札幌学院大学『社会情報 vol.14』, pp.255-257
- 真鍋和博 2010 「インターンシップタイプによる基礎的向上効果と就職活動への影響」 日本インターンシップ学会『インターンシップ研究年報 第13号』, pp.9-17.
- 文部科学省 中央教育審議会（答申） 1999 『初等中等教育と高等教育の接続の改善について』
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/old_chukyo/old_chukyo_index/toushin/attach/1309755.htm. (2015年1月30日参照)
- 文部科学省 2004 『キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議報告書～児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てるために～』
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/023/toushin/04012801/002/010.pdf. (2015年1月30日参照)
- 文部科学省 中央教育審議会（答申） 2011 『今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について』
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/_icsFiles/afieldfile/2011/02/01/1301878_1_1.pdf. (2015年1月30日参照)
- 文部科学省 中央教育審議会（答申） 2012 『新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向け
て～生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ～』
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/_icsFiles/afieldfile/2012/10/04/1325048_1.pdf. (2015年1月30日参照)
- 文部科学省 2013 「大学等におけるインターンシップ実施状況について」
http://www.jasso.go.jp/career/documents/inter_nship_mext20130628.pdf. (2015年1月30日参照)
- 矢崎裕美子・中村信次 2013 「インターンシップ経験によるコンピテンシーの変化－動機と研修の型からの検討－」『日本福祉大学全学教育センター紀要 第1号』, pp.3-9.
- 吉本圭一 2012 「高等教育段階におけるキャリア教育・職業教育」 広島大学高等教育研究センター『高等教育研究叢書 117 インターンシップと体系的なキャリア教育・職業教育』 pp.1-17.