

二〇二二年十一月二十九日 開催

「グローバル社会で働く」シリーズ 第1回（本学キャリア教育センターとの共催）

〔シンポジウム〕

実習からみえるビジネス世界とキャリア形成

豊田 聡

第1部 講演 「学生インターンシップ受け入れについて

——職場への効果と想い——

■報告者……^{ちうけつ}額額芳彰（富士通株式会社 文教ソリューション推進部部长）

国際コミュニケーション学科三年生、吉野真代、
宮本竜弥（以上、本学国際コミュニケーション学科
二年生）、吉田真由子（本学国際言語文化学科三年
生）
■司 会……豊田聡

第2部 報告

① 「インターンシップ科目履修者と企業協力の推移」

■報告者……上田敏昭（本学キャリア教育センター）

② 「大学生インターンシップ必修科目設定と履修効果」

■報告者……豊田聡（本学国際コミュニケーション学
科講師）

第3部 インターンシップ実習者報告会

■報告者……佐藤真子、荒井久美、諏佐ひとみ、安慧、
野島聖矢、中村有沙、カンマリム（以上、本学

《グローバル時代のキャリアを考え、挑むうえで、多くの
文献にあたるのと同時に、見た・聞いた・働いたという一次
情報は、独特の説得力を提供する。ここでは、「働く」とい
う経験知を在学中に得ることのできるインターンシップに注
目し、その実習職域提供者・実習者および科目提供者の三者
が相互に学ぶ機会を設けた。すなわち企業、学生、大学の報
告者が一堂に会し、フロアとともに、その意義・現状・効果
あるいは課題を理解し考察する作業を、そのままシンポジウ

ムの構成とした》

第一部 講演

学生インターンシップ受け入れについて

——職場への効果と想い（纈纈芳彰）

富士通株式会社（以下、同社）は、固定電話の通信機製造会社として七七年前に発足した。その後、国産コンピュータ産業のさきがけとしての成長段階を経て、現在は総合ICT企業としてグローバルにビジネスを展開し、そして二四時間三六五日、大規模な社会システムを支えている。

同社の大学生対象インターンシップでは、①具体的な仕事を通じて社会や企業を知り、「働く」ことを体感し、②仕事を通じてプロダクトとテクノロジーをベースとしたICTサービス企業の魅力を知り、自分自身の新たな可能性を発見する、の二つを参加目的として設定している。期間を三週間とし、チームごとに全国各拠点・各部署を実施地とするが、いずれも職場で社員と肩を並べ、実際の業務をびっしりと体験するスタイルをとる。実習生が体験可能な業務ないし職種は、ソリューション営業、システムエンジニアリング、プロダクト開発、研究、法務、調達、生産計画、生産管理など、多岐に及ぶ。

報告者が部門長としてマネ

ジメントを行なっている文教ソリューション推進部でのプログラムを例示すると、実習内容および実習生に発揮を求めめるスキルをあらかじめ設定

しており、ビジネス提案プレゼンテーションおよび成果発表プレゼンテーションでインターンシップを終えるものである。期間中、メンターとのレビューは数回におよび、本格的である。

同社における実習生の受け入れの是非は、部門長の判断にゆだねられる。報告者の部門では今夏、七名の大学生を受け入れた。

報告者が自部門に実習生を積極的に受け入れるには、主に以下の三つの想いがある。

- ・ 顧客である大学への価値提供
- ・ 顧客の顧客である学生の生の声を知る
- ・ 若い部下を持つことによる、社員自身の成長



纈纈芳彰氏

また、実習に参加した大学生からは、以下のような声が寄せられている。

- ・実際に仕事を体験して、仕事のイメージががらつと変わった。自分のやりたいこと、目標が見えてきた。
- ・SE（システムエンジニア）の仕事はコンピュータに向かってひたすらプログラミングをするというイメージだったが、実際はまったく違うことを知った。
- ・仕事を体験することでスキルアップできた。
- ・自分の学んでいることが、ビジネスの現場でどのように生かされるのかを知ることができた。

インターンシップ実習生受け入れが職場に与える効果について、以下のように認識する。まず、職場の明るさが増し、社員に新たな「はりきり」が生じる。いわば異分子としての実習生の存在が活性化の役割を果たしている。次に、実習生としての学生と直接話し、考え方を聞くことで、とかく硬直化しがちな視点を打破することが可能になる。三つ目に、部下の新たな一面を発見できる。これらのフィードバックに意義を感じ、七年間継続してきた。社会人基礎力という指標が知られるところとなったが、これからインターンシップに臨む学生にはむしろさらにシンプルな人材像として、笑顔、

フットワーク、挨拶といった基礎的コミュニケーションを果敢に職域へもたらしてほしい、これが報告者の期待である。

第2部 報告①

インターンシップ科目履修者と企業協力の推移

（上田敏昭）

神田外語大学におけるインターンシップとのかかわりについて過去の推移を整理して、配布資料とともに報告する。

インターンシップは、学生にとり、企業をはじめとする組織において実体験をすることによって、就業意識を高めたたり、幅広い視野を身につけたりしながら、自身のキャリア形成、大学での学び方を考える機会を得る機会となっている。

本学の取り組みの推移を概観する。二〇〇〇年よりおよそ五年間は、大学機関が協力企業各社と覚書などを取り交わし、希望する在学生へ機会を提供した。その数は毎年一〇社前後、二〇名前後で推



上田敏昭氏

【表1】 インターンシップ科目実施年度とキャリア教育センターによる受入依頼調整人数
 (のべ人数。全学総数、()内は本学国際ビジネスキャリア専攻科目対象内数)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
140	174	126	104	101	140	134
				(18)	(49)	(58)

移し、二〇〇五年には四七名に至った。
 二〇〇六年、一般科目「ビジネスイン
 ターンシップ」が設置され、キャリア教
 育センターが本格的募集を始めたところ、
 一四〇名の応募があった。この大きな反
 響に対応するために同センターが受入先
 の開拓を行ない、宿泊業による二〇名超
 の宿泊型実習を含め、約四〇社からの受
 入協力を得た。その後の年度でも高水準
 の応募が続き、同センターは実習生受入
 先確保のため、宿泊業を主とした大口受
 入企業の開拓保持および受入社数増加を
 はかった。二〇一〇年にはその前年度に
 国際コミュニケーション学科内に発足し
 た国際ビジネスキャリア専攻の学生に対
 する「企業インターンシップ」科目が開
 講され、うち国内実習に対する依頼調整
 が加わった。とりわけ実習受入期間が二
 週間を超えるプランを持つ企業の開拓に
 は、一定の苦勞が伴う。

ここ最近の傾向として、企業サイドの
 事情により、各社あたりの受入人数の減

少傾向がみられる。そのぶん、新規受入企業の開拓が必要と
 なってくる。受入人数と同時に、実習の質の確保も肝要であ
 る。そのために同センターとして受入企業からのフィード
 バック、学生の口頭報告、実習ノートの読み込みなどを行
 なって、本学学生にふさわしいインターンシップを維持・確
 保してゆく。

第2部 報告②

大学生インターンシップ 必修科目設定と履修効果

(豊田聡)

第一にインターンシップとは何かという定義とその背景に
 触れ、続いて必修科目内に実習を設定している事例とその意
 図を紹介する。最後に実習による成果と課題を共有する。

定義と歴史的背景

インターンシップとは、わが国の文部科学省によれば「学
 生が在学中に、企業等において自らの専攻や将来のキャリア
 に関連した就業体験を行うこと」(「大学等におけるインター
 ンシップの推進」、二〇〇五年)である。英語圏に目を転じ
 ると、Intern の定義としては“an advanced student or
 graduate usually in a professional field (as medicine or

(teaching) gaining supervised practical experience (as in a hospital or classroom” [Merriam-Webster])とある。この二者の違いに触れるのも、本報告の目的である。インターンシップ起源の一説としては、ハーマン・シュナイダー(Herman Schneider)が米国シンシナティ大学工学部教授として一九〇六年に学内で開発したインターンシップ(Internship)プログラムが挙げられる。当時の時代背景として、フォード生産システムの誕生に代表される近代産業勃興により、大規模製造業が台頭、高度専門知識および技術を保有する人材がにわかに不足したことがあった。インターンシッププログラムは、こうした状況をうけ、実践的能力養成を目的に、学内の科目授業と学外の就労体験型学習プログラムを交互にうけるカリキュラムとして開発されたものであった。科目授業と就労実習の幾度にわたる「たすき掛け」の学習方法が百余年前に考案、実施されたことは、改めて注目に値する。わが国では、インターンシップ元年とされる一九九七年以降、取り組みは伸長の一途にある。独立法人日本学生支援機構の「大学、短期大学、高等専門学校における学生支援取組状況に関する調査」(平成二十二年度)によれば、調査対象の七二七の大学中、インターンシップの実施状況について「授業科目として実施している」と回答した大学(全学、学部単位合計)は六七・七パーセントに達し、「授業

科目ではないが、大学が主体として(大学単位+学部単位)実施している」との回答は二一・八パーセントに至った。三分の二の大学が何らかの授業科目化を行ない、九割の大学が何らかの関連策を講じている。なお、米国の「Internship」がもつばら職業技術の発揮をともなう職務請負を一定期間行なった「職歴」を指す言葉であるのに対し、日本の「インターンシップ」が通念上、数日間の見習いあるいは職域観察(米国における Job shadowing ないし Observation)を含むことに留意したい。

科目設置事例

本学では、各学科の所属学生が履修可能な「ビジネスインターンシップ」科目を設置している(二〇〇六年)。また、二〇一〇年には国際ビジネスキャリア専攻の新設に伴い、同専攻生を対象に必修科目「企業インターンシップⅠ」(原則、二年度国内)および「企業インターンシップⅡ」(原則、三年度海外)を置いた。これは、同専攻の目指す「国際ビジネスシーンで活躍する人材の創出」のために、専攻設置各科目とのシナジー効果を期したものである。履修学生が、設置された専門講義科目と二度のインターンシップ実習を往復すること、振り返りを生かすことをねらいとしている。不透明な将来に対する「不安」の状態から、体験知を経て、何をす

科目ではないが、大学が主体として(大学単位+学部単位)実施している」との回答は二一・八パーセントに至った。三分の二の大学が何らかの授業科目化を行ない、九割の大学が何らかの関連策を講じている。なお、米国の「Internship」がもつばら職業技術の発揮をともなう職務請負を一定期間行なった「職歴」を指す言葉であるのに対し、日本の「インターンシップ」が通念上、数日間の見習いあるいは職域観察(米国における Job shadowing ないし Observation)を含むことに留意したい。

べきか、備えるべきかといった具体的な「課題」の状態へと在学中に移行させ、結果としての学業集中を目論んでいる。なお、上記設置科目のうち、「企業インターンシップⅡ」科目の専攻第一期生(二〇一二年度実施、履修者一七名)および専攻第二期生(二〇一三年度実施、履修者四三名)海外実習の選択者人数は、それぞれ一名、一四名であった。

教育効果

インターンシップ参加がもたらす教育効果について、他の学びの要因と分離して語ることに限界があるものの、実習を終えた学生からの聞き取り、提出物あるいは観察から得られる効果を、短期中心に予備的に考察する。第一にセルフエフィカシー、すなわち自己効用感の獲得である。社会で通用した瞬間の達成感、あるいは実際のビジネス環境でかちえた認知といった出来事が自信につながる。第二に、ある種の不適合体験も自身のキャリア形成を考えるうえで財産になる。



豊田聡先生

卒業し就業するのに不適合へ気づく状況に比べれば、インターンシップでの発見は貴重な予備体験といえ、就業のマッチングを高めることにつながる。そして第三に、「働く」への“*Yes*”の内的喚起と周囲への波及効果である。実習者がキャリア教育の成果を実証するという構造上、次の第三部の報告の成果を主軸として期したい。

第3部 インターンシップ実習者報告会

本年度(二〇一二年度)「ビジネスインターンシップ」科目あるいは「企業インターンシップ」科目の履修学生のうち一〇名が登壇し、それぞれの経験に基づいて実習の概略やプログラム、実習成果あるいは気づきを報告した。うち四名が海外実習であった。

報告された内容を整理要約すると以下のとおりである。

受入企業の概要

企業名、事業内容と規模、受入部署の事業内容と組織の紹介。受入企業一〇社の構成は、出版・商社・総合情報・広告クリエイティブ・空港運営・国際物流・語学学校経営・パレルの七業種。実習地は日本・米国・フィリピン・スペインの四カ国に及んだ。

実習プログラム

事業所内の実習として、会議参加、顧客接遇、電話対応、備品管理、データ入力、出納事務、館内販売、記事作成・編集、プロモーションツール作成、翻訳（日・英・中）、他に座学研修、実習生とのグループ討議、実習成果プレゼンテーション。フィールド実習として、営業（同行・単独）、取材、配達、顧客アンケート調査。

修得したコンピテンシーと自己目標達成

仕事に対する責任感の向上、将来働くことへのモチベーション向上、主体性、企画力、ビジネス英語使用の実現、チームワーク、失敗からの学びと技能向上、実習先の自主開拓成功による自信、交渉技術、当初希望と異なる実習都市においても得た満足、海外ひとり暮らしの充実、自分を待つ世界があることの発見。

気づき

働くことの楽しさ、私たちの生活基盤に産業技術が果たす役割の大きさ、自身の強み、企画におけるタイムマネジメントの難しさ、事前準備の大切さ、訊くこと、周囲から協力を得ることの重要性、日本と現地とのビジネスマナーの違い、経験から得た適性の発見（事務・営業・企画）、ビジネスコ

ミュニケーションスタイルの違い（英語環境と日本語環境）、国内外の勤労観の大きな違い。

報告のあと、異なる業種・都市での経験知を披露しあつた学生登壇者が、互いの共通点や共感できた点を見出し、コメントした。海外勤務では日本人としてのアイデンティティを強く意識したという心情、業種は違えどユーザーの視点に立つて商品を開発している姿、校正などの細かい作業の重要性を痛感させられた職域、あるいは失敗から学び、他人から学ぶようになった境地などを共通点として発見し、それぞれに述べた。

また、フロアからは、営業活動におけるコミュニケーションの実態、受け入れ企業の自主開拓における要点、あるいは海外インターンシップにかかった総予算などの質問があり、それぞれ学生登壇者から回答がなされた。

考察

実践科目としてのインターンシップの構成者である企業・学生・大学の三者が、学びと気づきを相互に提供する場とすることができた。良質のインターンシッププログラムを提供する企業とアレンジする大学の舞台裏が紹介されたことは、

産業構造の学びの収穫でもある。

高度なプレゼンテーション技能を伴った学生登壇者からの報告や、英語による二名の報告例を得るなど、これが通常の大学授業と職域実習の「たすき掛け」教育成果を直接示す結果となった。学生登壇者がシンポジウム本来のありかたを理解し、自身と他者の経験知に共通点や差異を見出す発話が盛んだったのも実りといえる。フロアからの質問も充実し、インターンシップに対する学生の関心喚起の場とすることができた。

今後の課題に目を向けると、日本国内のインターンシップ受入環境において、職域戦力としてよりは社会貢献活動としての意味合いがまだ強い現状の変革にある。毎年次のインターンシップ実績安定のためには実習者である大学生側が職域戦力としての質量をあらかじめ高め、互恵性を高めることが求められる。これが大学機関によるアレンジ活動負荷の低減につながる。また海外インターンシップについては、専門エージェントによる安全性やマッチングなど専門機能が遺憾なく発揮されたが、総費用の観点で学生にかかる負荷への思慮がひきつづき必要であり、今回の発表事例にあつたように自主開拓や工夫で総費用やプログラムのさまざまなバリエーションを充実させたい。今後もシンポジウム形式の継続により、学習者の主体性を助長し、一次情報を中心とした知を蓄

積する場を確保、発展させてゆく。



参加者との質疑応答



登壇者全員で

