

現代ビジネス学科のインターンシップ

—現状と課題—

眞壁 哲夫 石原 孝臣 島田 薫
早坂 明彦 由井 真人

1. はじめに

少子高齢社会の到来により、女性の社会進出を促進し、労働力化率を上昇させるとともに、その生産性を引き上げることが重要となっている。その課題を達成するために、教育界では教育の仕方を見直し、いろいろな試みを始めている。そのひとつがインターンシップである。2000年に現代ビジネス学科が始めた時点では、実施している大学は少なかった。しかし、今や過半を超える大学が実施するようになった。

その中身を見てみると、多くは2週間程度の短期であり、企業の姿を見る「企業体験」ととどまっている。それも意義は認められるが、本学現代ビジネス学科のインターンシップは、それ以上の、コペルニクスの転回とも言える「学生の意識変革」を狙い、他大学の試みとは一線を画している。

無論、2000年4月に当学科が始めた時点では、他大学とは違う6ヶ月の「長期」とは意識していたものの、「学生の意識変革」を狙う「教育」である、との認識にまでは至っていなかった。「厳しい社会の現実」に触れれば、当然に学生に変化が起きるとは予感していた。しかし、そこにとどまっていた。

インターンシップに派遣された学生の変化を目の当たりにし、運営の改善が進められる中で、我々の認識も自然に変わっていった。このたび有志の研究活動を通じて、インターンシップは「学生の意識変革」を狙う「教育」である、との認識にまで深まった。その観点から見た場合、当学科インターンシップの課題も改めて認識され、運営の改善策も整理されてきた。「教育」である、との認識にまで深められれば、学生を指導するポイントも違ってくる。

本稿では、他大学の試みを整理し、それらと異なる本学の狙い・目的を明らかにする。それを踏まえて、本学の運営の仕方、学生の指導の仕方の特質を示す。次いで、学生のアンケート調査に基づき、そのような試みが、どのような成果を挙げているのか、どのような課題が残されているのかを整理したい。

2. インターンシップの現状

2-1 文部科学省の実態調査

文部科学省は、大学等で行われているインターンシップの取り組み状況の実態調査を、1996年度から実施している。ここで調査の対象としているのは、授業科目として単位が認定されるインターンシップである。

まず、文部科学省のインターンシップの定義について見ておくこととする。文部科学省は「インターンシップとは、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をいう。ただし、教育実習・医療実習・看護実習等特定の資格取得を目的として実施するものは(中略・筆者)除外¹⁾する。

ここで取り上げる調査は、2005年6月に全国の国公立大学708校、短期大学439校、高等専門学校63校を対象とし、回答率は100%であった。以下では、大学のみを取り上げることとする²⁾。

1) 実施学校数

インターンシップを実施している大学数は毎年増加の傾向にあり、2002年度までは全大学の過半数に達していなかったが、03年度からは半数を超え、04年度は60%に近づき、多くの大学でインターンシップの重要性を認識してきたことが伺える。

表 2-1 実施学校数

	2002年度 実施状況		2003年度 実施状況		2004年度 実施状況	
	実施校数	実施率	実施校数	実施率	実施校数	実施率
大学	317	46.3%	384	55.0%	418	59.0%

2) 実施学年

実施学年は、表にあるように3年次が圧倒的に多い。これは3)「実施時

期」と関連するが、秋からスタートする就職活動に向けて、3年次の夏休み期間中に就業体験をしておこうという学生の意識からであると考えられる。

表 2-2 実施学年

1年	2年	3年	4年	5年	6年
3.0%	12.1%	75.7%	8.0%	0.9%	0.4%

3) 実施時期

実施時期は、圧倒的に大学の休業期間中で約86%である。中でも「夏期休業中」が82.7%と最も多くの大学で実施している。これは、学生がまとめてインターンシップのための時間を取ることができる期間が、夏期または春期の休業期間中に限られるからであろう。

表 2-3 実施時期

夏期休業中	冬期休業中	春期休業中	授業期間中	長期休業中と授業期間中の組み合わせ
82.7%	0.4%	2.9%	10.0%	4.1%

4) 実施期間

実施期間は、「1週間～2週間未満」が49.9%と最も多く、「2週間～3週間未満」が25.2%と続いている。「1ヶ月未満」を合計すると91.7%となっており、大多数の大学では比較的短期間のインターンシップを実施していることが分かる。

表 2-4 実施期間

1週間未満	1週間～2週間未満	2週間～3週間未満	3週間～1ヶ月未満	1ヶ月～3ヶ月未満	3ヶ月～6ヶ月未満	6ヶ月以上
10.9%	49.9%	25.2%	5.7%	4.0%	2.4%	1.9%

2-2 他大学の取り組み事例

1) 名桜大学の取り組み

名桜大学では、1996年に国際学部経営情報学科の3年生に必修科目としてインターンシップを設けた。3年次の前期に、企業実習の意味、参加の心構え、実習希望職種・企業の選定等に力を入れた授業を行い、その後に学生の受け入れ企業のマッチングをし、夏休みの3週間にインター

ンシップを行う。インターンシップ終了後、インターンシップで得たこと、その経験を今後へ活かす方策などの授業が行われる。担当教員はインターンシップ終了後に、企業や学生にアンケートなどを行い、その結果から問題点などを分析し、その解決を図り、次年度に活かす工夫をしている³⁾。

2) 中央大学の取り組み

中央大学では、1993年に経済学部¹⁾に公共経済学科を新たに設置したときに「インターンシップ」を正規授業科目として導入し、95年に開講した。その後98年に経済学部全学科に拡大した。同学部では、まず第1段階として「選抜」を行う。つまり学生の志望理由書、成績等に基づいて、担当教員が面接し履修者を選抜するのである。第2段階として「事前指導」、具体的には前期授業期間に担当教員の講義等により、基礎知識、技術等を習得する。第3段階として「派遣先での実習」、すなわち夏期休業期間中に10日間、派遣先で実務を体験する。第4段階として「事後指導」、つまり後期授業期間に研修の成果発表、担当教員からのフォローアップを行う。第5段階として「評価」、担当教員による成績評価と単位認定(4単位)を行う、というシステムになっている。95年度から02年度までで520名の学生が履修した。この「インターンシップ」制度は、その後中央大学の全学部²⁾に科目として設置された⁴⁾。

2-3 企業の取り組み

1) 産労総合研究所のアンケート調査

産労総合研究所が、2002年8月に実施した「インターンシップ制度の実態に関する調査⁵⁾」をもとに概観することとする。同調査は産労総合研究所の会員企業を中心に2,621社を対象にし、398社から回答があったものである。

① 受入実績(合計398社)

「受け入れたことがある」企業は53.5%で、半数の企業は受け入れの実績がある。また、「受け入れたこともなく、予定もない」企業は35.7%、「受け入れを予定、検討中」の企業は10.8%であった。

② 実施時期(複数回答、合計203社)

受け入れの時期は、「夏休み期間」が最も多く85.2%、「随時(13.8%)」、「春休み期間(7.4%)」、「冬休み期間(3.4%)」と続いている。

③ 実施期間(合計203社)

実施期間は、「2週間以内」が最も多く45.3%、次が「1週間以内」の28.6%で、「3週間以内」が7.9%である。「1ヶ月超」は2.0%と一番少ない。

④ 実習内容(複数回答, 合計203社)

実習内容は、「日常業務のサポート」が最も多く67.0%、「講義型(40.4%)」、「見学型(38.4%)」、「レポート・作品提出型(34.5%)」と続いている。30%未満のものとしては、「個々の学生による課題への取り組み」、「プレゼンテーション」、「学生同士のグループによる課題への取り組み」があげられている。

⑤ 報酬の有無(合計203社)

インターンシップに参加した学生に報酬を「支給する」企業は23.6%、「支給しない」企業は76.4%で、「支給する」企業は、全体の1/4弱であった。

⑥ インターンシップの成果(複数回答, 合計203社)

最も多かったのは、「参加学生の自社の業務内容に対する理解が深められた(60.3%)」である。ついで「参加学生の就職意識が高められた(51.3%)」、「学校との関係が強化できた(47.2%)」と続いている。

一方、「労働力として戦力となった」は9.5%と非常に少ない。上記したように、3週間未満の実習期間が81.8%となっており、その期間が短いため戦力にならないものと考えられる。

「実習内容」の他の項目を見ると、「講義」、「見学」、「レポート」など、「企業実習」の本来の目的からかけ離れている内容も多くなっている実態が浮かび上がってくる。さらに、本来のインターンシップで行うべき、直接部門や間接部門の業務ではなく、それらに付随したり、あるいは、それらから派生する「課題の取り組み」や「プレゼンテーション」が内容にもなっており、実際の業務から乖離している実態が読み取れるのである。

2) 採用直結型

最近、いくつかの企業で、採用直結型のインターンシップが実施されている。松下電器産業のウォーミングアップ・プログラミングやディスコの採用直結型インターンシップが代表的なものである。就職あるいは採用のミスマッチングを減らし、企業にとっても望ましい学生を採用す

ること、あるいは早く現場を体験させることで学生的な意識からの脱却を促すことが狙いと推察される。

① 松下電器産業

松下電器産業では、2001年より春期(3月)に就職を控えた3年生を対象に、採用連動性のインターンシップ制度に変更した。職種は事務系が中心で、OJTを主に2週間(実働10日間)の就業体験をする。報酬はないが昼食費補助と交通費を会社が負担する。採用連動については、4月以降に職務適性の評価をフィードバックし、その結果を踏まえ、本人の意思を確認し、4月中旬以降に改めて選考を行う。受け入れ予定人数は、2001年で150名、02年に100名を予定していた⁶⁾。

② ディスコ

ディスコでは、2002年より春期(2～3月)採用直結型のインターンシップ制度に変更した。同社に就職を希望し翌年3月に大学を卒業する予定の学生を対象に1週間(5日間)の就業体験をする。全職種が対象でOJTにより日常業務を体験する。4日間の就業体験と1日のプレゼンテーションから構成される。この期間は交通費・食事代等諸雑費として1日3000円が支給される。採用連動については、受け入れ部署による就業体験の評価と役員へのプレゼンテーションによって内定となる。2002年に42名、03年に56名を受け入れ予定であった⁷⁾。

3. 現代ビジネス学科のインターンシップ

3-1 経緯

現代ビジネス学科のインターンシップは、学生が企業、団体、官公庁等で実習生として様々な実務を経験するもので、学科発足時に学科の特色のひとつとしてスタートした制度である。当時、インターンシップについては、学内だけでなく社会的にもあまり認識されていなかった。当学科のインターンシップは、幼稚園や小学校の教育実習を基本にしたが、6ヶ月間という長期の実習は、本学を含め前例がなく、新しい挑戦であった。

現代ビジネス学科のインターンシップの特徴を整理すれば以下の通りである。

- ① 実習期間が6ヶ月間の長期である。
- ② 卒業必修科目である。

- ③ 無報酬である。
- ④ ウィークリーレポート(職場での仕事の報告書)を毎日書き、指導員が押印し、大学に毎週提出する。
- ⑤ 派遣先には巡回担当の教員(ゼミナールの教員ではない)が指定された月に巡回し、報告書を作成、教員全員にメールで通知するので、学生の勤務状況を把握できる。
- ⑥ 隔週の金曜日は登校日となり、職場を休み、ゼミナールで実習経験を報告し、事例をゼミナールの教員や他の学生と討議する。

現在でも6ヶ月間の長期インターンシップを実施している大学は、前節で見たように少なく、他大学と違う最大の特徴である。しかし、今から振り返ってみると、当初は社会の現場に入れば、実社会の厳しさなどに直面し、自然に意識の変化が起きるだろう程度の認識であった。

学生にとって、インターンシップは特別な意味合いを持っている。幼少期には、家庭が唯一絶対の生活空間であった。そこでは、原則として、全ての行動が容認されていた。年を経るに従って、学校生活が生活空間に組み入れられた。しかし、学校生活では、気のあった連中のみと付き合うことにより、「ぬるま湯」的な生活空間を保つことができた。

しかし、インターンシップでは、半年間に亘って、現実の社会空間に組み込まれる経験をすることになる。そこでは、例え相手が苦手な人間であったとしても、共同して仕事をしないとイケない。しかも、仕事の中身で全てが評価されてしまう。これは、ぬるま湯的な生活空間ではなくて、時として荒波の荒れ狂う生活空間なので、「緊張感」を失うわけにはいかない。

つまり、学生にとっては、「内なる世界」から一步、歩み出て、「外なる世界」を半年間経験することになる。アルバイト経験をしている学生も多いが、実際にインターンシップを経験すると、半月後に「顔つきが変わった」学生も散見された。社会人としての身だしなみを学んだせいもあるが、おしゃべりの内容、話し方、挙措振る舞いも変化していた。それ以上に、学生の意識が変化したように思えた。

6ヶ月間のインターンシップが終了すれば一人前の社会人の雰囲気を漂わせていた。

このような学生の変化を反映して、後に見る「アンケート調査」が示すように、当初から学生に「意識変革」が起き、学生は事前研修や大学教育につ

いても再認識をするようになっていた。

そこで、カリキュラムに関しては、事前学習でマナー・パソコンが特に重要であるとの認識から、2002年度と2005年度の二度にわたり、それらのコマ数を増やす改訂が実施された。次いで、就職活動の関係上から派遣時期を2005年4月より、3年次後期から前期に変更した。このような制度調整を経ながら、就職率の高さがインターンシップの成果であるとの認識も深まっていった。

このたび研究作業で経緯を確認し、他大学との違いを整理することを通じて、当学科のインターンシップが「学生の意識変革」を達成する「教育」であるとの理解に達したのである。

3-2 インターンシップの目的

インターンシップの目的を改めて整理すれば、上記のように「学生の意識変革」を達成する「教育」であり、この目的を達成するための期間が6ヶ月間の「長期」である。

この点で、大方の大学で実施されているインターンシップが短期であり、「企業あるいは社会の体験」を目的としているものと異なっている。短期間では、このような「意識変革」は起きにくいからである。

「意識変革」は、「内向きの意識」から「外向きの意識」への、「意識のベクトル」の転回であり、「責任感」「忍耐力」「協調性」「積極性」「理解力」「発表力」の要素に分解できる。

これらの要素の内容は以下の通りである。

① 「責任感」

職場にはアルバイトや派遣など、雇用形態の違った従業員がいるが、長期間働く中で、学生は仕事に対して正社員と同じ責任感をもつようになる。

② 「忍耐力」

職場には親子ほどの年齢差のある人や嫌な人もいる。毎日、どんな人とも一緒に仕事をし、嫌な仕事も率先して取り組む事などで、我慢する力が生まれてくる。

③ 「協調性」

ほとんどの仕事がチームですることに気が付く。大学で学んだ「和の精神」を実践し、苦手な人とも組んで仕事が出来ようになる。

④ 「積極性」

仕事を与えられない時には職場で積極的に職員に声をかけて仕事を探し、また、新しい仕事を提案し、推し進めてゆくようになる。

⑤ 「理解力」

大きな仕事の流れの中で、自分自身の役割を理解できるようになる。

⑥ 「発表力」

思っても行動に出さない限り誰も理解してくれない。発言することは当たり前であるが、上手く相手に伝えるように工夫や努力をするようになる。

これらの要素を明確に意識させ、その結果として、「意識変革」を達成できるよう「教育」するのが、教員の課題である。以上を達成するために「事前指導」「期間中指導」「事後指導」の仕組みが作られている。

3-3 事前指導

インターンシップに派遣する時期は3年次の前期(4月～9月)となっている。広義には1、2年次の全ての科目が事前指導である。「アンケート調査」で明らかになったように、大学教育すべてが社会人にとって必要なものであり、インターンシップは大学教育の重要性を再認識する重要な機会である。

狭義には事前研修の集大成として、インターンシップⅠ～Ⅴという授業がある。そこでは、6ヶ月間の長期インターンシップという特徴から、受け入れ企業で即戦力となるマナー・パソコンが特に重要視されている。

2週間の短期であれば、企業は会社の概要説明・工場見学などで日程を消化できる。しかし、6ヶ月間では、実際に正社員と机を並べて仕事が出来ようでないと困る。学生にとっても、仕事ができなければ、漫然と机に向かって6ヶ月間を過ごすことになりかねない。

実際に6ヶ月間働くとなると、学生の社会経験といえは短期のアルバイトぐらいなので、マナーについては、細部に至るまで徹底的に教える必要がある。マナーは、ビジネスの現場だけでなく、社会人として生きて行く上で必要な、基本的な知識や常識を身につけることである。

特に職場での人間関係を円滑にするためには、適切な日本語の表現が求められ、日本語力をつけるために、敬語の習得は不可欠となっている。また、情報技術の急速な進歩により、どのような職場であってもWord、Excel、

PowerPointなどの操作は前提条件となり、パソコンの能力のスキルアップは大事なものとなっている。

3-4 期間中指導

インターンシップ期間中の指導は、6ヶ月間のインターンシップだからこその重要なものである。短期間のインターンシップでは期間中指導を盛り込むことが、物理的に不可能である。当学科では学生が派遣先で学んだことを、大学で教員と検討しながら進めて行くのが特徴である。期間中の指導ということで次のことを行っている。

① 巡回訪問

派遣先の企業へ大学の教員が指定された月に巡回訪問をする。巡回の教員はゼミナールの担当教員ではなく、別の教員が訪問する。学生の実習の状況を、担当の指導員から直接聞き、報告書を作成する。報告書は、学科の全教員にメールで送られ、学生の状況を全員が把握出来る状態になっている。また、学生がトラブルを起こした場合は、教員とインターンシップ室が迅速に対応し、問題を解決する。

② 登校日の対応

期間中の隔週の金曜日は大学への登校日であり、実習は休み、学生はゼミナール担当教員の所に報告にくる。教員は上記巡回訪問報告書とともに、学生から直接、派遣先での問題やトラブルについて報告を受け指導をする。中には褒められたり評価が高くなったりという学生も多いが、問題点は徹底的に話し合い、解決をして実践に生かして行く。「意識変革」を側面から誘導する重要な機会である。「意識のベクトル」の転回を促し、「責任感」「忍耐力」「協調性」「積極性」「理解力」「発表力」について学生の理解を深める。

具体的な事例を挙げてみる。

（事例1）

学生：「早い時点で会社の方々と親しくなりたいが、どのようにしたらよいか。」

教員：「出社時間を出来るだけ早くし、全員を笑顔で迎えて挨拶をする。また、職場の仲間と出来るだけ同じ行動をとり、会話の仲間入りをすること。」

後日、

学生：「親しくなるのに時間はかからなかった。1時間前に出勤し、笑顔で挨拶を続けている。昼食も一緒にしているが、職場に行くのがとても楽しくなった。」

（事例2）

学生：「これから外部からの電話も取るように言われた。取るのは怖い」

教員：「電話を受けるときは会社名と自分の名前を名乗るように心がけなさい。」

後日、

学生：「電話を受けるときに会社名と自分の名前を名乗るようにしたところ、会社にはそのような習慣がなく、電話の相手企業が感心して社長に報告した。社長から褒められて、会社全体で電話に出るときは会社名と自分の名前を名乗るように決められた。」

3-5 事後指導

6ヶ月間のインターンシップを終えた学生が大学に戻ってから、事後指導が始まる。個別のゼミナールの授業内で、担当教員はインターンシップ期間中に学生が学んだことを細かく指導する。これは現場の学びの不足分を補うことや、重要事項のすり込みともいえる再確認作業であって、インターンシップから得られた意識変革を維持し、深めるものである。

学科全体では報告会が開かれ、異なった業種ごとに、学生は学科の教員や学生の前で緊張してプレゼンテーションを行う。意識変革や変化を学生が全身で表現し、成果を学生全員が感じ、共有する。

3-6 高い就職率

学生は大学に戻ると同時に就職活動を開始する。インターンシップの経験は就職活動に大きく反映し、自分自身の適性、企業の選択、情報収集など自信を持って進めて行く。

中でも重要なことは、企業が求める人間像や評価される人間について、学生が理解していることである。現場でのリアリティーに触れたことにより、自分自身が変わらない限り社会は受け入れてくれないと気付く。また、就職活動においても、6ヶ月間という長期間のインターンシップに対して企業側も興味を示し、無報酬で働いた学生を評価してくれるところが多い。結果として高い就職率が実現され、1期生は2003年度に97.6%、2期生は2004年度に94.9%、3期生は2005年度に96.4%であった。

3-7 予期せぬ意識変化

6ヶ月間という長期のインターンシップを、女子大のビジネス系の学科が実施することは当時、日本では画期的なことであった。前例がないために、多くの周到な準備がなされ、学生の変化はある程度予測できた。しかし、7回の経験を積み重ねてみると、意外な発見もあった。

その一つに学生同士の友情の深まりがある。学生は別々の派遣先でインターンシップを経験しているが、職場で起きるトラブルや疑問について問題意識を共有し、いわば「戦友意識」を深めるようになり、学年全体が結束するようになった。

また、学生達のインターンシップ中、一番の楽しみが登校日で、学生に戻れることが嬉しかったと報告している。辛いことを我慢する日々を支えたのは、意外にも、自分たちが大学生で、また大学に戻って勉強が出来るという現実であった。学生はインターンシップを終えると、大学での勉強の重要性を再認識し、積極的に授業に臨むようになってきた。

一番大きな変化は、相手の立場を考える「思いやりの心」が育ったことといえる。これは学生へのインタビューや感想文で必ず述べられている。

社会に出ると難問の壁にぶつかる日々が待っているが、それを越えることが出来る大事な答えを学んだようで、インターンシップの「教育」の成果といえよう。

4. アンケート調査

4-1 アンケート調査の背景

どのようなところで、意識変革が生じたのかを調べてみることにした。文章で記述すると統計処理が難しいので、数字で記述してもらうことにした。個々の学生が、インターンシップ前とインターンシップ後とで、いろいろな項目に対して、その重要度を5段階評価すれば、「対応のあるデータ」が得られるので、統計的に処理しやすく、精度の高い結果が得られる。また、対応のあるデータのt検定ならば、Excelを使って処理できるので、統計結果の加工も容易になる。

アンケート項目の選定作業が難しかった。調査結果が学科の教育方針にフィードバックされなければ意味がない。そのために、学科内の科目とインターンシップとの関連性に重点を置いた。インターンシップ先で必要に

なった知識などが、学科内で補充できるシステムになっている必要があると考えたからである。

4-2 アンケート調査の概要

調査対象：現代ビジネス学科の3年生，調査時期：インターンシップ終了後，回答数：124（2002年度45，2003年度33，2004年度30，2005年度16）。

インターンシップ派遣前とインターンシップ派遣後とを比較して，各項目の重要度を5段階で評価する。（5：非常に重要～1：たいして重要でない，欠損データは3で評価する）

2002・2003年度は記名式，2004年度以降は無記名式（理由：個人名が分かると，調査後に何か言われるのではないかと，「他の目的には使わない」と明記してあったにも係わらず，一部の学生が回答を留保したから）

質問項目数は31（項目29は空欄なので，実質的には30項目）。

一般的な質問項目数は4（項目1：インターンシップ，項目2：学科内の勉強，項目30：働くこと，項目31：就職難），学科内の勉強に関する項目数は4（項目3：マナー，項目10：パソコン，項目15：英語，項目19：社会常識），さらに，マナーに関する細かい項目は6，パソコンに関するものは4，英語に関するものは3，社会常識に関するものは9項目ある。

表4-1 アンケート項目

項目	項目の説明	項目 no.
インターンシップ	自分にとっての「インターンシップ制度」の大切さ	1
学科内の科目	「大学での勉強」の大切さ	2
マナー	マナーの大切さ，「もっと学んでおけば良かった」という思い	3
挨拶	明るく誰にでも，毎日，挨拶すること	4
電話	電話で正しく応対すること	5
敬語	正しい敬語を使うこと	6
時間厳守	15分前に出勤することなど	7
責任ある行動	わからないまま仕事をしない，常に所在を明確にする	8
人間関係	社内の人や来客に対して，適切な対応をすること	9
パソコン	パソコンの大切さ，「もっと学んでおけば良かった」という思い	10
Blind touch	Keyboardを見ないで入力すること	11
Word	Wordを用いた文書作成など	12
Excel	Excelでの表作成，関数入力など	13
ファイル処理	保存場所の指定，コピー手順など	14
英語	英語の大切さ，「もっと学んでおけば良かった」という思い	15
英会話	英語での，電話や来客への対応	16

英単語	ビジネスで使われる専門用語	17
英語の重要性	随所で英語が当たり前のように使われていること	18
社会常識	社会常識の大切さ、「もっと学んでおけば良かった」という思い	19
新聞	毎日、新聞全体に目を通すこと	20
日本語	諺や漢字の知識など	21
発表力	考えていることを人前で口に出し相手に伝えること	22
ビジネス文書	ビジネス文書の作成方法、決まり事など	23
簿記	複式簿記、貸借対照表、損益計算書、会計知識など	24
数学(算数)	消費税の計算、割合、計算能力、金銭感覚、お金の流れなど	25
経済	日本経済の流れや現況、株価、経済の仕組みなど	26
経営	会社の組織、会社の一員として経営参加しているという意識	27
法律	企業の経済活動や逸脱行為を法的視点から考える	28
その他	インターンシップ中に、自然に自分で学んだこと	29
働くこと	他の人と協調して働くことの、大変さの度合い	30
就職難	就職するのは大変だという、実感の度合い	31

重要度の差を d =重要度(派遣後)-重要度(派遣前)とし、 d の平均を Md 、 d の分散を Vd 、回答数を n とすると、統計量 $t=Md/\sqrt{(Vd/n)}$ が平均0、自由度 $n-1$ の t 分布に従う。このことを使うと、 $|t|$ 以上の値を発生する確率が計算できる(両側検定)。この確率の値が5%より大きいならば、「偶然でも起こりうること」として統計的に棄却し、5%以下なら、偶然ではまず起こらないので、何らかの意味があるとして統計的に採択する。特に、確率が5%以下なら「危険率5%で異なる分布」、1%以下なら「危険率1%で異なる分布」として、各々を記号[*], [**]で表記し、[傾向]欄に記入する⁸⁾。

4-3 調査結果

各年度毎に、履修前での重要度の平均・SD(標準偏差)、履修後での平均・SD、重要度の差の平均・SDを表示し、これより t 値・確率(実現確率)・傾向を計算する。また、計算結果を目で確認できるように、重要度の人数分布も表示する。次の表4-2は4年間分の集計である。(各年度毎の集計表は掲載するのを省略し、代わりに年度比較表に結果をまとめた)

表4-2 4年間の集計表

			人数 124		両側検定(t検定)				重要度の人数分布											
項目	履修前		履修後		(対応のある)母平均の差の検定				履修前					履修後						
	no.	平均	SD	平均	SD	平均	SD	t値	確定	傾向	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	3.5	1.1	4.6	0.7	1.05	1.2	9.8	0.0%	**		32	27	44	17	4	83	32	7	2	0
2	3.4	1.0	4.0	0.9	0.68	1.1	6.8	0.0%	**		18	30	58	15	3	48	39	32	4	1
3	3.7	0.9	4.3	0.9	0.60	1.0	7.0	0.0%	**		28	41	51	3	1	71	28	23	1	1

4	4.5	0.7	4.8	0.5	0.31	0.7	4.9	0.0%	**	78	33	11	2	0	106	13	5	0	0
5	4.2	0.9	4.7	0.7	0.50	1.1	5.1	0.0%	**	62	32	25	4	1	103	11	7	1	2
6	4.4	0.8	4.8	0.5	0.39	0.8	5.3	0.0%	**	71	39	10	4	0	105	15	4	0	0
7	4.2	0.9	4.5	0.8	0.27	1.1	2.8	0.6%	**	60	36	24	3	1	80	28	13	3	0
8	4.0	1.0	4.8	0.6	0.73	0.9	8.7	0.0%	**	49	36	34	5	1	101	17	4	2	0
9	4.4	0.8	4.7	0.7	0.35	0.8	4.8	0.0%	**	69	34	19	2	0	101	14	6	0	1
10	3.9	1.0	3.9	1.2	0.06	1.1	0.6	52.5%		40	35	43	4	2	51	33	27	6	7
11	4.0	1.0	4.1	1.1	0.09	0.9	1.1	27.4%		51	35	33	2	3	61	32	22	4	5
12	4.1	0.9	4.1	1.1	0.02	1.0	0.3	79.0%		51	35	33	4	1	59	33	21	5	6
13	4.0	1.0	4.1	1.1	0.08	1.1	0.8	40.5%		48	37	34	3	2	63	27	23	5	6
14	3.8	1.0	4.0	1.1	0.19	1.0	2.2	3.2%	*	37	36	45	2	3	55	30	30	3	6
15	3.4	1.1	3.2	1.3	-0.18	1.1	-1.7	8.3%		20	33	54	8	9	30	18	42	15	19
16	3.1	1.0	2.8	1.3	-0.31	1.2	-3.0	0.3%	**	11	25	66	7	15	18	15	42	18	31
17	3.2	1.0	3.0	1.3	-0.22	1.2	-2.1	3.8%	*	15	25	63	12	9	22	20	39	20	23
18	3.2	1.1	2.8	1.3	-0.38	1.1	-3.9	0.0%	**	14	28	61	7	14	18	15	41	23	27
19	3.9	0.9	4.4	0.9	0.48	0.8	6.4	0.0%	**	40	41	38	3	2	74	32	14	2	2
20	3.5	0.9	4.1	1.0	0.62	1.1	6.1	0.0%	**	19	39	55	8	3	57	37	22	5	3
21	3.7	1.0	4.3	0.9	0.66	0.9	7.8	0.0%	**	28	39	50	3	4	69	36	15	0	4
22	3.9	0.9	4.6	0.8	0.69	0.8	9.5	0.0%	**	36	50	35	3	1	91	24	5	2	2
23	3.9	0.9	4.2	1.1	0.32	1.0	3.5	0.1%	**	36	44	38	4	2	66	31	17	5	5
24	3.2	1.1	3.1	1.3	-0.10	0.9	-1.3	20.8%		18	24	53	18	11	23	18	48	13	22
25	3.2	1.0	3.5	1.2	0.26	1.0	2.9	0.5%	**	18	26	59	15	8	29	36	38	7	14
26	3.4	1.1	3.6	1.2	0.18	1.0	2.0	5.2%		22	32	52	9	9	32	42	28	9	13
27	3.6	1.1	4.3	1.0	0.69	0.9	8.3	0.0%	**	31	33	48	8	6	67	40	10	3	4
28	3.2	1.1	3.4	1.1	0.27	0.9	3.6	0.1%	**	17	22	59	17	9	25	36	42	11	10
29								0.0%											
30	3.9	0.9	4.6	0.8	0.73	0.9	8.9	0.0%	**	37	42	41	4	0	93	21	6	3	1
31	4.0	0.9	4.7	0.7	0.69	1.0	8.0	0.0%	**	43	45	32	4	0	101	15	4	4	0

(「傾向」欄に, [*]とあれば5%有意, [**]ならば1%有意である)

この表を見ると, 殆どの項目に「1%有意」の印[**]が表示されているのが分かる。しかし, 4年間の間には社会情勢の変化, 学生気質の変化などがあり, 一概にこの表だけで判断してはいけない。もっと細かく見るために, 各年度の比較表(表4-3)を作ってみた。

表4-3 重要度および平均差・実現確率の年度変化

項目	重要度(IS前)の年度変化					重要度(IS後)の年度変化					平均差(IS後-IS前)の年度変化					実現確率の年度変化				
	2002	2003	2004	2005	全体	2002	2003	2004	2005	全体	2002	2003	2004	2005	全体	2002	2003	2004	2005	全体
1	3.2	3.6	3.8	3.9	3.5	4.4	4.7	4.7	4.7	4.6	1.2	1.0	0.9	0.8	1.0	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%
2	3.2	3.5	3.3	3.8	3.4	3.7	4.4	4.0	4.3	4.0	0.6	0.9	0.7	0.6	0.7	0.2%	0.0%	0.0%	8.6%	0.0%
3	3.8	3.7	3.6	3.9	3.7	4.4	4.4	3.9	4.8	4.3	0.6	0.7	0.3	0.9	0.6	0.0%	0.0%	18.0%	0.9%	0.0%

4	4.6	4.5	4.4	4.4	4.5	4.8	4.8	4.8	4.9	4.8	0.2	0.3	0.3	0.5	0.3	3.0%	1.5%	2.8%	0.5%	0.0%
5	4.3	3.8	4.5	4.3	4.2	4.6	4.8	4.7	4.8	4.7	0.3	1.1	0.2	0.4	0.5	7.2%	0.0%	23.8%	8.0%	0.0%
6	4.4	4.2	4.6	4.5	4.4	4.8	4.8	4.7	4.8	4.8	0.4	0.6	0.1	0.3	0.4	0.4%	0.0%	34.6%	4.9%	0.0%
7	4.2	4.3	4.3	4.1	4.2	4.5	4.6	4.3	4.6	4.5	0.4	0.3	0.0	0.4	0.3	1.8%	10.1%	88.7%	15.6%	0.6%
8	3.9	3.8	4.1	4.5	4.0	4.8	4.8	4.8	4.6	4.8	0.8	1.0	0.7	0.1	0.7	0.0%	0.0%	0.1%	31.8%	0.0%
9	4.4	4.2	4.6	4.4	4.4	4.8	4.6	4.7	4.7	4.7	0.4	0.5	0.1	0.3	0.4	0.6%	0.3%	20.4%	1.7%	0.0%
10	3.7	3.8	3.9	4.4	3.9	3.6	4.2	3.8	4.4	3.9	-0.1	0.4	-0.1	0.1	0.1	57.5%	2.6%	68.5%	78.5%	52.5%
11	4.0	3.9	4.1	4.2	4.0	4.2	4.3	3.9	4.1	4.1	0.1	0.4	-0.2	-0.1	0.1	42.4%	0.9%	31.8%	53.2%	27.4%
12	4.1	3.9	4.1	4.3	4.1	4.0	4.2	4.0	4.2	4.1	-0.1	0.3	-0.1	-0.1	0.0	71.5%	7.9%	65.7%	78.5%	79.0%
13	4.1	3.8	4.0	4.2	4.0	4.0	4.3	4.0	4.3	4.1	-0.1	0.5	0.0	0.1	0.1	49.3%	0.3%	84.3%	59.8%	40.5%
14	4.0	3.7	3.8	3.8	3.8	3.9	4.2	4.0	3.9	4.0	-0.1	0.5	0.2	0.1	0.2	60.1%	0.0%	8.5%	59.8%	3.2%
15	3.5	3.4	3.3	3.2	3.4	2.9	3.5	3.1	3.4	3.2	-0.5	0.2	-0.2	0.3	-0.2	0.5%	38.5%	23.5%	31.8%	8.3%
16	3.2	3.3	2.7	3.1	3.1	2.6	3.0	2.5	3.3	2.8	-0.6	-0.2	-0.3	0.1	-0.3	0.6%	24.7%	12.7%	62.2%	0.3%
17	3.3	3.2	3.1	3.2	3.2	2.8	3.0	2.8	3.6	3.0	-0.4	0.2	-0.3	0.4	-0.2	3.0%	36.7%	12.7%	2.5%	3.8%
18	3.2	3.2	3.0	3.2	3.2	2.6	3.0	2.7	3.2	2.8	-0.7	-0.2	-0.4	0.0	-0.4	0.0%	34.3%	4.3%	100%	0.0%
19	4.0	3.8	3.9	3.9	3.9	4.4	4.4	4.3	4.4	4.4	0.4	0.6	0.5	0.5	0.5	0.6%	0.0%	0.4%	3.6%	0.0%
20	3.6	3.3	3.5	3.8	3.5	4.2	4.2	3.9	4.2	4.1	0.6	0.9	0.4	0.4	0.6	0.1%	0.0%	3.2%	20.5%	0.0%
21	3.6	3.8	3.7	3.6	3.7	4.4	4.4	4.2	4.2	4.3	0.8	0.6	0.5	0.6	0.7	0.0%	0.0%	0.6%	1.1%	0.0%
22	4.0	3.8	3.7	4.3	3.9	4.6	4.6	4.5	4.9	4.6	0.6	0.8	0.7	0.7	0.7	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
23	4.0	3.6	4.0	3.9	3.9	4.2	4.2	4.3	4.1	4.2	0.2	0.6	0.3	0.3	0.3	33.9%	0.1%	6.8%	20.2%	0.1%
24	3.3	3.0	2.9	3.6	3.2	3.2	3.1	2.7	3.4	3.1	-0.2	0.1	-0.2	-0.2	-0.1	26.2%	60.4%	19.9%	40.8%	20.8%
25	3.5	3.2	2.8	3.4	3.2	3.7	3.7	2.9	3.6	3.5	0.2	0.5	0.1	0.2	0.3	12.9%	0.2%	72.6%	53.6%	0.5%
26	3.6	3.4	2.8	3.9	3.4	3.7	3.8	3.0	3.8	3.6	0.1	0.4	0.2	-0.1	0.2	46.7%	5.3%	25.0%	81.1%	5.2%
27	3.8	3.4	3.4	4.0	3.6	4.4	4.4	4.0	4.6	4.3	0.6	1.0	0.6	0.6	0.7	0.0%	0.0%	0.1%	7.4%	0.0%
28	3.1	3.1	3.0	3.8	3.2	3.5	3.5	3.1	3.9	3.4	0.4	0.4	0.1	0.1	0.3	1.0%	1.1%	49.3%	65.9%	0.1%
29																				
30	3.8	3.8	4.0	4.1	3.9	4.6	4.8	4.4	4.9	4.6	0.7	1.0	0.4	0.8	0.7	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%
31	4.0	4.0	4.1	4.2	4.0	4.8	4.9	4.4	4.5	4.7	0.9	0.9	0.4	0.3	0.7	0.0%	0.0%	8.1%	12.4%	0.0%

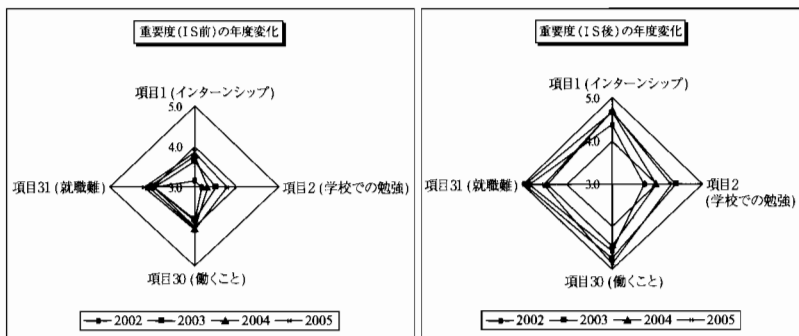
(重要度については、4.0以上と3.0以下に網掛けを付け、平均差については、マイナスの値に網掛けを付け、実現確率については5%以下と1%以下に網掛けを付けている。また、インターンシップの代わりに、ISと表記している。)

4-4 項目毎の検討

まず、重要度の値を、全般的な項目(1, 2, 30, 31)について、年度ごとに比較したものが図4-1である。

項目	1	2	30	31
重要度	4.0	4.0	4.1	4.2
平均差	0.2	0.3	0.3	0.5
実現確率	3.0%	1.5%	2.8%	0.5%

図4-1 インターンシップ(IS)前後での、重要度の分布(全般的な項目)



項目1は、インターンシップ制度が、自分にとってどれくらい重要であるかを、5段階評価してもらったものである。グラフに示されているように、インターンシップ前とインターンシップ後と比較すると、平均値で1ぐらいの増加が見られる。当然、1%有意であることが、表4-3より分かる。つまり、インターンシップに行くことによって、自分に足りないものを数多く発見でき、「インターンシップ制度が自分にとって大切な制度であった」と自覚できたことを示す。

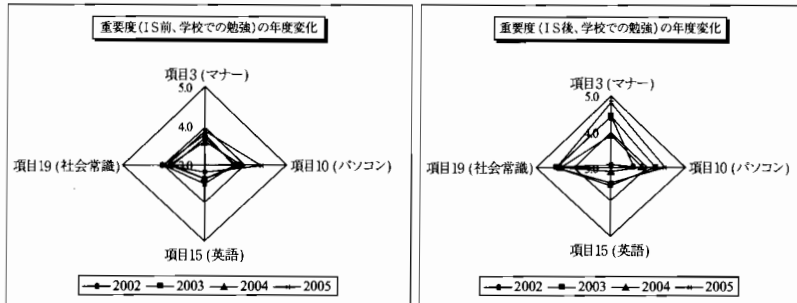
項目2は学校での勉強の大切さを評価したもので、これも、インターンシップ前後で大きく変化しており、「学校での勉強はやはり大切であった」と自覚したことを示している。しかし、2005年度では実現確率が8.6%であるので、5%有意でもない。これは、2005年度の学生の中に、インターンシップに対して「冷めた」学生が含まれていたことによると思われる。つまり、学生気質の変化が反映されているようである。

項目30は、他の人と協調して働くことの大変さを数値化したもので、「他の人と協調して働くのは予想以上に大変だった」ことを示している。

項目31は、就職するのは大変だという、実感の度合いを数値化したものであるが、社会情勢の影響を読みとることができる。2002・2003年度は就職難の時代であり、統計的にも1%有意である。しかし、2004年度くらいから、就職が次第にラクになり、「職種に拘らなければどこかに就職できるだろう」との楽観論が生まれてきた。その反映として、2004・2005年度は5%有意でもなくなり、次第にこの傾向が増大しているように思われる。

① 学校での勉強の中身

図 4-2 インターンシップ(IS)前後での、重要度の分布(学校での勉強に関する項目)



次に、学校での勉強に対する意識変化を、分野ごとに調べてみる。分野として、マナー、パソコン、英語、社会常識を選び、重要度をグラフ化したものが図 4-2 である。インターンシップ前後を比較すると、項目毎の違いが明瞭に見られる。

項目3はマナーの大切さを数値化したもので、2004年度以外は数値が大きく増加し、1%有意でもある。これは、2004年度くらいから就職がラクになり、「自分らしさ」「自分流生き方」を謳歌する学生が増えた結果の反映かも知れない。なお、マナーについては、別の場所でさらに細かく調べている。

項目10は、パソコンの大切さ、「もっと学んでおけば良かった」という想いを、数値化したものである。全般的には、重要度は殆ど変化していないように見える。しかし、表 4-3 で細かく見てみると、2003年度以外は重要度が減少していることに気付く。これは、2003年度くらいから、パソコンが急激に普及し出したことに関係している。2002年度では、インターンシップ先で使われているパソコンがまだ数少なかったために、学校で学ぶパソコン知識(Word, Excel, PowerPointなど)が必要になる場面に遭遇しなかったから、と思われる。しかし、2003年度では、パソコン操作をインターンシップ先で要求され、知識の不確かさを実感したようである。だが、2004・2005年度になると、パソコンが学生の自宅にも普及し、学校で学ぶパソコン知識ぐらいは「当たり前」のものと見なす学生が増えたので、「パソコンは重要だが、びっくりするくらいではない」と思われているのであろう。

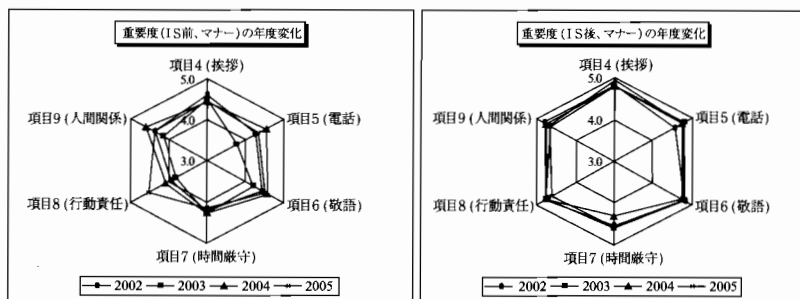
項目15は、英語の大切さ、「もっと学んでおけば良かった」という想いを数値化したものである。ほぼ、各年度に亘って、インターンシップ前後で重要度が減少している。つまり、「インターンシップ先では、まだまだ英語を使っていない」ことを意味している。しかし、表4-3で細かく見てみると、2005年度には重要度がわずかに増加していることに気付く。つまり、インターンシップ先での、英語の使用頻度が次第に増加傾向にあるようである。

項目19は、社会常識の大切さ、「もっと学んでおけば良かった」という想いを数値化したものである。全般的には、重要度が増加し、殆どが1%有意である。しかし、さらに細かく見てみると、いろいろな動きがあるので、別の場所で詳しく調べることにする。

② マナーの中身

マナーの中身を調べるために、項目4～9をグラフ化したものが図4-3である。

図4-3 インターンシップ(IS)前後での、重要度の分布(マナーに関する項目)



項目4は、日常の挨拶に関したもので、特に女子学生は、日頃から重要なものであると認識している。しかし、「インターンシップ先に行ってみたら、さらに挨拶が重要であった」との驚きが見られ、各年度で5%有意になっている。

項目5は、電話で正しく応対することの重要性を数値化したもので、2003年度を除けば、「電話応対は重要だが、想定範囲内である」と感じているようである。

項目6は、正しい敬語を使うことの大切さを数値化したものであるが、「敬語は重要であり、正しく使うのは難しい」と感じており、2004年度を除けば、5%有意になっている。

項目7は時間厳守に関したもので、2002年度を除けば、「時間厳守は重要だが、想定範囲内である」と思っている。

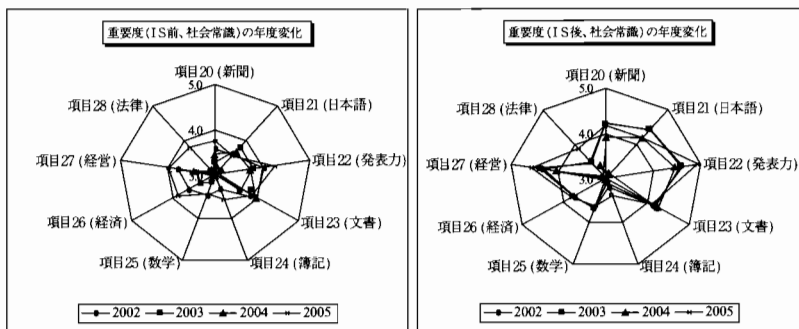
項目8は、わからないまま仕事をしない、常に所在を明確にするなどの行動責任に関した項目であり、2005年度を除けば、1%有意であり、「自分の行動に責任を持つのは大変だ」との想いが伝わってくる。確かに、学生時代には要求されなかった項目であるので、当然の結果であろう。

項目9は、社内の人や来客に対して、適切な応対をするなどの人間関係に関したものである。2004年度を除けば、5%有意であり、「人間関係は重要であり、ほぼ予想以上に大変だった」ことを意味している。

③ 社会常識の中身

社会常識の中身を調べるために、項目20～28をグラフ化したものが図4-4である。

図4-4 インターンシップ(IS)前後での、重要度の分布（社会常識に関する項目）



項目20は、毎日、新聞全体に目を通すことの重要性を調べたもので、「新聞を読むことは大切で、ほぼ予想以上に重要であった」と思われる。(2005年度を除けば、5%有意)

項目21は、諺や漢字の知識などの日本語力についての項目で、「日本語は大切で、その大切さは予想以上であった」ようである。(全年度でほぼ1%有意)

項目22は、考えていることを人前で口に出し相手に伝えること(発表力)の重要性に関したものであり、「発表力は重要で、しかも完全に予想以上に難しかった」ようである。(全年度で1%有意)

項目23は、ビジネス文書の作成方法・決まり事などに関した項目であり、「ビジネス文書作成は重要だが、その重要さはほぼ想定範囲内であった」と思われる(2003年度のみ1%有意)。パソコンの授業でWord演習をしている結果であろう。

項目24は、複式簿記・貸借対照表・損益計算書・会計知識などの簿記に関したもので、「簿記は重要でなく、重要度は予想以下であった」ことを示している。もっとも、簿記の知識が要求されるインターンシップ先は限られており、平均すると、使われる部署を殆ど経験していないと思われる。

項目25は、消費税の計算・割合・計算能力・金銭感覚・お金の流れなどの数学的感覚に関したもので、「数学は重要でなく、殆ど使われなかった」ようである(2003年度のみ1%有意)。数学も簿記と同様に、インターンシップ先の部署に依存しており、「ただ要求されなかった」だけの結果かも知れない。

項目26は、日本経済の流れ・現況・株価・経済の仕組みなどの経済知識に関したもので、「経済知識は重要でなく、殆ど使われなかった」ようである。経済知識は、簿記や数学と同じような状態のようである。

項目27は、会社の組織・会社の一員として経営参加しているという意識に関したものである。「経営知識は重要だと思っていたが、予想以上に重要だった」ようである(2005年度以外は1%有意)。経営感覚の重要性は、アルバイト経験では得られないものであろう。

項目28は、企業の経済活動・逸脱行為を法的視点から考えるという、法律に関したものである。「法的視点の重要度は低いが、時として必要になることがある」ようである(2002・2003年度のみ5%有意)。2002・2003年度は、企業の社会責任が追及された年なので、その影響が表れたと思われる。

4-5 まとめ

アンケート調査によって、いくつかの特徴が浮かび上がってきたようである。具体的にインターンシップ後の重要度が高く、5%有意以上が出た項目を取り出してみる。この基準に合致した項目番号は、1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 19, 20, 21, 22, 27, 30である。これらの内、意識変革に深く関係してい

るのは、インターンシップ、学科内の科目、マナー、責任ある行動、人間関係、働くこと、であろう。

学生は、インターンシップ制度が自分にとって重要で、役立つものであることは、概念的には知っていた。しかし、実際にインターンシップに行って組織の一員になってみると、そこはぬるま湯的な雰囲気ではなくて、「外の世界」であった。この世界に適応するには、自分の考え方を変革するしか方法がない。

例えば、マナーの中にある「挨拶」を取り上げてみる。学生達は日常の挨拶をそれなりにこなし、円滑に日常生活を送ってきたつもりであった。しかし、インターンシップ先では、職場仲間内ではもちろんのこと、お客様に対して、職場の一員として挨拶しないといけない。見知らぬ人に、責任感ある挨拶をするのは、緊張の強いられる行為であっただろうと推察する。この挨拶を自然にこなすには、自分の好みを中心とした挨拶ではなくて、職場を中心とした挨拶に切り替える必要がある。つまり、「意識変革」が必要になる。

また、「学科内の科目」に対する態度も同様である。学校内でいろいろな科目を学んでいるとき、学生達の多くは、受け身的な態度を崩さない。強いられた勉強との意識があり、できるならば逃げたいと思っている。しかし、社会に出てみると、学校で教えられた知識は基本でしかなくて、日々、応用問題に直面するような環境である。学生達は悩みに悩むことになり、中には学校時代のノートを引っ張り出す学生も出てくる。そして、基本が大切であることを悟る。つまり、受け身的な勉強から、積極的な勉強(自分にとって有益な情報を学校内の勉強から得ようとする態度)へと意識変革が行われる。そして、実際に、インターンシップ後、授業に積極的に関与し始めた学生もいる。

「責任ある行動」、「人間関係」、「働くこと」についても同様に、自分中心の世界から組織中心の世界へと、意識変革が行われた結果であると解釈できる。

次に、重要な変化が見られた項目の中から、「学科内の科目」に関したものを取り出し、学科へのフィードバックを試みしてみる。学科内の科目に関したものは、マナー、挨拶、敬語、責任ある行動、人間関係、社会常識、新聞、日本語、発表力、経営である。

「マナー」に関したものは、教えようとする、一種、キリがない側面もあるが、「敬語」については、組織的に教える必要がある。丁寧語、尊敬語、謙譲語の、どれを使えばよいかを瞬時に判断するには、系統だった知識と経験が必要であるからである。

「社会常識」に関しては、毎日、新聞を読み、諺や漢字などの日本語力を高め、発表力を高め、経営感覚が身につけば万全であろう。これらの内、指導するのが一番難しいのは「発表力」であろう。自分の意見を持ち、それを正確に他人に伝えるには、「人間的魅力」とでも表現するしかない総合力が必要になる。しかし、技術的側面に絞れば、作文指導とディベート指導で充足できると思う。

学科内の科目に一番密接に関係しているのは「経営感覚」であり、この項目の重要性は当初予想していなかった。でも、考えてみると、半年間のインターンシップ生活の中で、大多数の学生は複数の部署を経験する。中には、人事課などの、企業の中核に配属され、企業の意志決定の一部に関与する学生も出てくる。必然的に、企業全体を経営感覚で見る必要性が生ずる。これは、アルバイトでは得られない感覚であろう。

5. 課題

ここでは、目標達成レベルをさらに向上させるために、指導内容・指導方法で改善・実行すべきことはないか検討し、次いで、インターンシップの目標達成レベルをより適切に測るため、現行の評価項目および評価体制に改善すべき点はないか検討する。

5-1 指導内容

学生に「意識変革」を起こさせるために、どのような指導を行うと良いのだろうか。指導とは、学生に意識の変化を認識させ、かつ表現させることでなければならない。また、指導によって、自分に足りないものに学生自らが気づけば、それが次の教育課題になるのである。

本学科では、「事前指導」、「期間中指導」、「事後指導」を行っているが、内容や方法はこれでよいのか、改善・実行することはないのか、常に気を配っておかねばならない。何よりも、インターンシップの目的・目標についての基本認識が教員間で共有されていなければならないし、共通の基本認識に基づいて、基本となる指導内容が教員間で共有されている必要があ

る。

しかしながら、これまでのインターンシップの運営では、「事前指導」、「期間中指導」、「事後指導」が担当教員に一任され、「学生の意識変革」を狙う「教育」としてのインターンシップという認識が希薄だった。そのために、「教育」としてのインターンシップという認識に基づく共通の指導内容が徹底していなかったことを、率直に反省しなければならない。とくに「期間中指導」はゼミの担当教員が個別に対応しており、指導が各担当教員の個性に一任されていた憾みがある。

「学生の意識変革」の具体的内容については、3-2で検討された具体的内容に基づいて、共通の指導内容を明確にする作業を早急に行い、マニュアルの改善を行う必要がある。

5-2 派遣基準の設定

学生をインターンシップに派遣するに当たって、学生の知識・技能などについて一定の水準を確保かつ向上させるために、派遣基準を設ける必要がある。いままでは、インターンシップが必修科目であることから、全員を同じ時期に派遣していた。しかしながら、学力不十分な学生が散見され、そのような学生は、インターンシップが6ヶ月間の長期に亘るので、学力不足のために十分な成果を挙げることができなかった、という反省を踏まえたものである。また、事前指導の内容を一層明確にするということでもある。

すでに、パソコン・マナー・簿記・漢字・数学に関して派遣基準を決定している。2年次の10月までに検定試験に合格するか、担当教員が検定試験と同じ水準で実施する試験に合格しなければならないこととした。未達項目がある学生は、3年次前期に派遣しないで未達項目の修得に努めさせ、3年次後期に派遣する。2006年度から試験を実施予定である。今後の運営に当たっては、企業ニーズとの擦り合わせを行いつつ、派遣基準を実効あるものにしていかねばならない。

5-3 「意識変革」の評価について

インターンシップを受ける前と受けた後での学生の意識の変化を、4で詳述した「アンケート調査」によって捕捉している。しかしながら、インターンシップ発足当初に、学科の教育方針にフィードバックすることを主たる目的としてアンケート項目を作成したため、質問項目は学科内の科目

（「マナー」「パソコン」「英語」「社会常識」）にウェイトが置かれていた。したがって今回の研究活動を踏まえた目的、すなわち「学生の意識変革」を狙うという目的に沿う項目が十分に設定されていたわけではないので、インターンシップの目標の達成度を評価するには補足が必要となった。そこで、目標の達成度をより適切に測るための評価項目を、以下に整理する。

現行の質問項目には、

- 責任ある行動(分からないまま仕事をしない、常に所在を明確にする)
- 人間関係(社内の人や来客に対して、適切な対応をすること)
- 経営(会社の組織、会社の一員として経営参加しているという意識)
- 働くこと(他の人と協調して働くことの、大変さの度合い)

という項目がすでにある。これらに追加すべきと思われる質問項目を例示すれば、次の通りである。

- 積極性(仕事を与えられるのを待つのではなく求めていく姿勢)
- 忍耐力(辛いことや嫌なことでも我慢する)
- 理解力(大きな仕事の流れの中で、自分自身の役割を理解できる)
- 発表力(文書または口頭による自分の主張を相手に理解してもらえる)

以上の3点を早急に実行し、インターンシップの教育効果をさらに向上させたい。

6. おわりに

以上に見てきたように、当学科のインターンシップは「学生の意識変革」を狙う教育プログラムである。よく言われる「職業観の育成」などでは明確にされていない「意識のベクトル」の180度転回の内容をいくらかでも明らかにできたと思う。

しかし、「残された課題」で示されたように、これまでのインターンシップの運営では、「学生の意識変革」を狙う「教育」との認識が不十分であったが故に、「事前指導」「期間中指導」「事後指導」が教員の個性に任せられ、「教育」としてのインターンシップの認識に基づいた共通の指導内容が徹底していなかった憾みがある。

でも、今回の共同研究によって、「教育」としてのインターンシップの認識が明らかになったので、マニュアルの改善により、今後はより徹底した

指導が行えるものと考えている。

また、「長期」の性格上、正社員と一緒に働くことから学力一般の重要性も再認識された。学力一般が不足しては職場に迷惑をかけ、インターンシップの成果を十分に挙げられないことも明らかになった。このため「インターンシップの派遣条件」を設定し、一定の学力を確保する仕組みをつくり上げたところである。結局、「長期」のインターンシップを通じて、「意識変革」と共に、「大学教育の重要性」を再認識することにもなった。

なお、「3-7 予期せぬ意識変化」で、「戦友意識」と「思いやりの心」が指摘されている。後者は「人間性」の根幹であり、「意識変革」の要素として読み込むことが可能である。しかし、前者は日本社会で「同期意識」として実際には評価されることがあるも、「教育」の目標として設定するかについては我々も一致した見解に到達しているわけではない。今後の検討課題として残したい。

また、この研究では、当学科の教員有志が議論し、共通の見解に到達したものを、分担して執筆している。インターンシップが学科の必修科目で、全教員の共同作業として運営されている性格上、今回の研究に参加しなかった教員も、インターンシップ自体には共同参画者という立場で貢献していることを付記したい。

注および参考文献

- 1) 文部科学省「大学等における平成16年度インターンシップ実施状況調査結果」
http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/17/11/05112801.htm 2006/08/16
- 2) 同上
- 3) 斎藤幸江「インターンシップ調査結果を読んで一軌跡から制度定着の可能性を探る」
企業と人材, 2002年11月5日号, 28頁。
- 4) 「アカデミックインターンシップの全学的展開」
http://www.chuo-u.ac.jp/chuo-u/gp/b09_11_01j.html 2006/08/16
- 5) 産業総合研究所『インターンシップはどう行われているのか～本誌調査「2002年度インターンシップ制度の実態に関する調査」～』企業と人材, 2002年11月5日号, 4-22頁。
- 6) 労務行政研究所「採用連動型インターンシップ」労政時報, 第3582号, 2-13頁。
- 7) 同上, 2-5頁, 14-23頁。
- 8) 内田治『すぐわかるExcelによる統計解析』東京図書, 56-60頁。