

●事例紹介●

プロジェクトに取り組む実践型インターンシップ

真鍋 和博

(北九州市立大学キャリアセンター 准教授)

はじめに

本学は昭和二一年創立の小倉外事専門学校を前身として、現在は外国語学部、経済学部、文学部、法学部、国際環境工学部の文理五学部、学生数約七〇〇〇名を要する総合大学である。平成一七年四月の独立行政法人化を契機に様々な改革を推進。平成一八年四月には教養教育の深化を目指す「基盤教育センター」、低学年から就職までをサポートする「キャリアセンター」を設置。本年秋には学生生活を総合的に支援する「学生サポートプラザ」の開設を計画するなど、入り口から出口まで一貫して学生をサポートする

システムの構築を推進している。インターンシップについては、平成一一年から取り組んでおり、これまでは主に福岡県インターンシップ協議会主催のインターンシップと、大学が独自に開拓した企業へのインターンシップの二つのコースで実施していた。しかしながら実施に際して様々な問題が浮かび上がり、改革を迫られていた。本稿では平成一八年度から取り組み始めた本学のプロジェクト型インターンシップについてその構想と実践事例を紹介させていただく。ただしこの取組はスタートしたばかりであり、精緻な効果検証等は十分でないことをお断りさせていただきたい。

問題意識

インターンシップを大学で実施する際の課題として、大きく三つの方向から考える。学生、企業、大学である。まず学生である。マクロ的な視点に立つと、激変する雇用環境の中、仕事に対して前向きに取り組めない若年労働者が増加しているという点である。企業内の教育力、サポート力の低下という原因も考えられるが、若者の働くことに對する意識が変化しているのも大きいと考える。「隣の芝生が青く」見える情報環境にあり、それを夢見て転職を繰り返す若者も少なくない。一方、視点を変えて本学学生の状況を考えると、付近に競合するような大学がほとんどなく、所属する社会が大学内に限定される学生が多く存在する。そのような学生に確かな職業観や社会人としてのマナーをどのように醸成するかを課題として認識している。

企業面では、インターンシップを「無償アルバイト」と位置付け、単なる労働力として業務にあたらせているケースが多く見られることである。現実社会を体験するという意味では効果はあるのかも知れないが、学生の不満は大きい。加えてプログラムを大学がコントロールしにくいこと

もある。十分なプログラムを準備している企業もあれば、全くそのようなプログラムが存在しない企業もある。

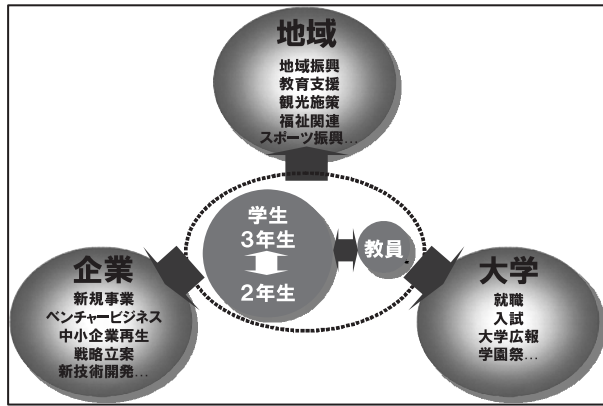
大学面では二点。一つは、公立大学としての歴史を歩んできた本学には、地域の学生を受け入れ地域に輩出していく使命があると考えると、地域に対するUSR (University Social Responsibility) の重要性に目を向けなければならない。もう一つは大学運営上の問題である。大学は学生、あるいはその学生を輩出する社会が顧客と言える。学生と向き合い、学生を育て、社会に送り出していくことを教職員全体で意識を持って推進しなければならぬ。そのため教職員、特に普段学生と接する機会の少ない職員と学生との距離を縮め、等身大の学生に触れる機会を創る必要があるのである。

以上の問題意識を解決する手段として新しいインターンシップに取り組み始めたのである。

プロジェクト型インターンシップのフレームと目的

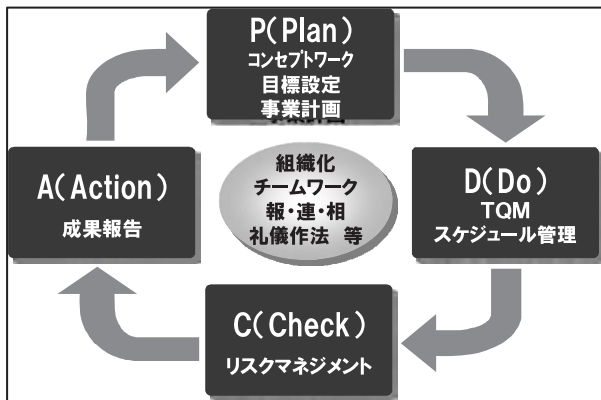
企業、地域、本学内に存在する様々なイベント、テーマをプロジェクト化し、学生がチームを組んで推進していくのが、本学のプロジェクト型インターンシップのフレーム

図1 プロジェクト型インターンシップの仕組み



である(※図1)。そこにメンターとして教員や職員が付き、プロジェクトを学生と「伴走」する。特徴としてはプロジェクトという事で期間が定められることと、実際の成果物を求めることである。

図2 学生が体験するPDCAサイクル



この取組の目的は前述の課題意識に対応した以下の六点である。一点目は学生の社会人基礎力、マナー、仕事スキルの開発である。学生が社会に現実に存在するテーマに主体的に関わりながらP・D・C・A(plan・do・check・action)サイクルを経験することでこれらの能力等を開発する。また、

ほうれんそう（報告・連絡・相談）の徹底や、特にコンセプト設計、目標設定、事業計画、スケジュール管理、リスクマネジメントなどの実践的な仕事スキルの開発に注力している（※図2）。二点目は学生の職業観の醸成である。学生がイメージできる仕事は、アルバイトとして体験した仕事とBOCCの仕事くらいである。現実の「仕事」に関わることで、消費者として見える仕事だけでなく、主体者としての仕事を考えさせたい。三点目は学生の居場所を確保することである。打ち込めるものを見つけ、高い壁にチャレンジし、それを成し遂げた時の充実感、自信につながる。その後の学生生活に好影響を与えることは間違いない。できるだけ多くの学生に参加してもらおうように働きかけるのもポイントである。四点目は地域連携である。大学の知を地域に還元すること、逆に地域から教えられること双方向の連携を模索するきっかけを作ることである。五点目は失礼を覚悟で申し上げますと、企業、地域へ新しい風を吹き込むことである。学生の新しい発想を企業、地域の運営に役立ててもらおうということである。最後六点目は、本学教職員のメンターとしてのレベル向上である。教職員が一体となって学生を支援していくために、学生と接する機会を増やし、教育者というよりは学生の成長をサポートする者

（「メンター」としてのスキル、マインドを醸成して欲しいと考える。このことはプロジェクトに関わる地域の人々にも波及させたい。

このような目的をフレームワークに盛り込み、実践主体者である学生とそれをサポートする教職員、地域の人々というキャストができれば上がるのである。

以下に平成一八年度に実施したプロジェクト型インターンシップ事例について紹介させていただく。

オープンキャンパスプロジェクト

期間…平成一八年五月～七月

人数…四年生三名、三年生九名、二年生二名、一年生三名
チーム…イベント企画、広報、オペレーション

平成一八年七月二二日（土）、二三日（日）に本学で開催されたオープンキャンパスを学生がプロデュースするという取組。五月初旬に実施した第一回プロジェクトミーティングでは、メンバーの顔合わせを行ったあと、昨年のイベントをレビューすることによって課題を共有した。そして次回のミーティングまでに宿題としてマーケティングを課した。ある者は他大学の成功事例や面白そうなイベントを

リサーチすること、ある者は高校生の意見を聞くこと、ある者は昨年の来場者アンケートの分析を担当した。二回目のミーティングでは各自宿題を持ち寄り、コンセプト設計、目標設定とチーム分けを行った。その後は各チームに分かれての活動となった。イベント企画グループでは、高校生が興味を持つと同時に短期間、低予算で実現可能なイベントは何かを考え、四つの企画を立案。ディレクターとなり出演者交渉、会場準備等々を行った。広報グループは昨年比三〇％UPの来場者数目標を達成するために例年の広報活動を根本から見直した。テレビ、ラジオ出演によるPR、オープンキャンパス専用パンフレットの作成、高等学校への電話と直接訪問してのPR、街頭でのチラシ配布等、様々な活動を行った。オペレーショングループはもう一つの目標、来場者満足度九〇％以上を担保するために奔走した。来場者の動線の確保、親切的な掲示等をリスクマネジメントに沿って実施していった。

結果は当日の雨の影響もあり、昨年比三〇％UPの目標は達成できなかったが、昨年を上回る動員を確保できたこと、また満足度は九七％と高い数値となった。

進路ガイダンスプロジェクト

期間…平成一八年五月～七月

人数…三年生八名、一年生一名
チーム…イベント企画、広報、オペレーション

自分たちの進路ガイダンスを自分たちで企画する、を合言葉に実施した。後期からの就職活動を控え自分たちの問題でもあるために、参加したメンバーのモチベーションは非常に高いものがあった。イベント企画グループは、ガイダンスの内容や講演者等を同級生へのアンケート結果をもとに検討。広報グループは動員を促すために、チラシの作成・配布、サイト制作、各ゼミへのアナウンスなどを自分たちで企画立案、交渉しながら積極的に実施した。オペレーショングループは授業の合間の開催であるため、学生のスケジュールなどに細心の注意を払いながら、自ら司会進行をつとめてガイダンスを運営した。

結果はオープンキャンパス同様、高めに設定した動員目標には届かなかったものの、例年を大幅に上回る動員を確保した。また、このプロジェクトが三年生の就職活動への意識を高め、後期のガイダンスの大幅動員増、活動の活性化に寄与した。

きやりあくなプロジェクト (※図3)

期間…平成一八年二月
 人数…三年生四名、二年生五名、一年生一名
 チーム…編集、進行管理、記事取材、デザイン



図3 きりあ～な

活躍している学生を取り上げて他学生のモチベーションを向上させる、キャリアセンターの行事等を全学へ告知する、こ

れらの目的でキャリアセンターのフリーペーパーを作成、それをプロジェクト型のインターンシップとした。編集グループは実際に活躍している編集者をゲストに勉強会を開き、編集という仕事の現実を知った上で企画に反映した。「企画一〇〇本ノック」を体験、一本の企画の裏に何本もの「お蔵入り企画」があることを体感した。進行管理グルー

プは、納期を守るために各グループの進行状況を常に把握したり、出版後の効果測定に取り組んだ。記事取材グループは企画ごとにグループに分かれて取材と記事起こしを行った。学内のみならずOBOGなど学外への取材も敢行した。デザイングループは全体のデザインから実際に印刷会社へデータ入稿するためのデータを、実際に業界で使用されているソフトを使って制作した。デザイン事務所勤務経験のある職員が学生の指導にあれたことは効果的であった。学生はそれぞれの役割分担の中で、一つのものを創り上げる責任と達成感を経験した。

創刊号を平成一九年四月に発行、入学者へのガイダンス書類に封入し反響を呼んだ。今後は年間三〜四回程度の発行を目指し継続していく予定である。

僕らのハローワークプロジェクト (※図4)

期間…平成一八年七月〜平成一九年二月
 人数…三年生四九名、二年生五名、一年生三名

(財)北九州活性化協議会 (KPEC) と北九州市立大学とのコラボレーション企画。KPECとは北九州市の主要企業が加盟する民間団体。KPEC側の地域貢献をした

いという想いと、本学の学生の職業観を醸成したいとの想いが一致、プロジェクトを立ち上げた。本学学生が三人もしくは二人グループになり事前学習を経て企業を一〜二社訪問。商品・サービスの特徴、どんな仕事があるのか、TOP・若手社員インタビューなどを行い、インタビューをもとに原稿を起こして冊子『ボクラノ』を制作。冊子は中学・高校をはじめとした幅広い地域社会に配布するというプロジェクトである。

事前学習では4Pや3Cなどのマーケティングフレーム

図4 僕らのハローワークプロジェクト冊子「ボクラノ」



や、求める人物像の読み取りなどを数時間学習した。その後は自分たちが担当する企業がどのような企業なのか、どんな課題を持っているのかなどを、学生サポートとして関わった一〇名の経済学部教員にプレゼンテーション。アドバイスを受けるとともに、インタ

ビューへのヒントを得てから実際に企業を訪問した。この活動で学生は今まで接点の無かった「企業」「地域社会」に直接触れ、将来のキャリアビジョン、就職活動に大きな影響を受けた。

上場企業ショートインターンシップ

期間…平成一八年一〇月〜一二月
 人数…三年生五名

本学の立地については前述したとおりであるが、付近に競合となる大学が無いため学生は社会の中での自分のポジションや、全国規模で戦う就職活動における自分たちのレベルを認識する機会が極端に少ない。一方で地元志向の強い学生が多いということは、「やってみたい仕事」より「勤務地」を優先するという職業観を持っていることにある。そこで「東京」「大手企業」での体験を積ませようとする企業にショートインターンシッププログラムを提案。快くお引き受けただいて実施に至った。

参加学生の募集に際しては、履歴書、面接での選考とハードルを上げたが三二名の学生が応募。面接の結果各学部一名、計五名を選出した。プログラムは事前にグループに分

かれて、その企業とライバル企業の比較を行い、業界構造、問題点、将来性等をレポートした。当日は先方企業から与えられていた宿題をプレゼンテーション。様々な部門の社員の方に話しをうかがいながら最終的なアウトプットを行うという密度の非常に濃い二日間だったようだ。

成果と見えてきたこと

もちろん学生の能力が開発されたかどうかは、その評価方法も含めて精緻な分析が必要である。しかし、成果として実感できることは一つには学生が全体的に活性化したことである。これらの取組に参加表明する学生はもともと意欲的な学生が多い。むしろそうでない学生をどうするかがよく問題になる。本学ではこれらのプロジェクト型インターンシップの実践が他学生に見えるようにしている。オープンキャンパスプロジェクトでは、活動に文化系サークルの映画研究会スタッフが密着。プロジェクトメンバーの取組を映画仕立てのDVDで制作した。きやりあくなプロジェクトは「本学の活躍する学生を紹介する」がコンセプトであり、僕らのハローワークプロジェクトは制作した冊子「ボクラノ」をプロジェクトに参加していない学生に配布

した。このように、意欲的でない学生に一步を踏み出す内発的な動機を形成させるために教職員が言葉で示すだけではなく、学生同士横の視覚的な効果で「友達もやっているから自分もできるかも」「かっこいいなあ」という気持ちを持たせることを狙っている。実際にその後の就職活動や、新しいプロジェクトの応募状況等を見ても活性化していることが実感できる。もう一つは、もちろん学生の成長である。責任のある仕事とは何かを少しでも理解をしてくれたように感じる。

平成一九年度は学内で一つプロジェクトを追加。学外でのプロジェクトにも新しく取り組む予定である。