

インターンシップ等実務者研修会 「関西地区研修会」における成果報告

1、「質の向上」セッション

(1) 事例発表の概要

【長浜バイオ大学】

キャリア教育・・・専門技術や知識の十分な習得に加えて、就業力強化に向けて柔軟力、自律力、論理的思考力の育成を重視。学びの場を学内から学外へ広げ、学びの質を主体的、能動的なものへと段階的に転換するという観点で、リテラシー強化科目とコンピタシー強化科目、PBLを組み合わせて配置。学生教育推進機構の下で教職協働体制により運営。

取組の概要・・・長浜商工会議所と包括的に連携し、地元の企業、行政、社会福祉法人、学校等と連携。ボランティア活動の意義の学習と実践、長浜バイオ大学魅力発信プロジェクト(地元の住民に身近な科学の楽しさを伝える等)、長浜魅力づくりプロジェクト(ランチメニュー開発、町屋を活用してのまつりの実施等)、マーケティング戦略の立案等。

【追手門学院大学】

キャリア教育・・・就職・キャリア形成支援プログラムとして初年時からの体系的なキャリア教育を導入、インターンシップとPBLの拡充、キャリア教育と進路・就職支援の統合的展開。

取組の概要・・・インターンシップ科目につき、3年次開講(春学期＝事前学習、秋学期＝事後学習)から、2・3年次開講とし、秋学期の事後学習については、講義形式から、実習＋事後学習・成果報告会に変更。社会学部では、キャリア形成科目での演習(小集団教育)を実施。

実習は、コーディネート型インターンシップとプロジェクトの二種類。インターンシップは、受け入れ事業所のリアルな課題に取り組む実践型で(1ヶ月～1ヶ月半程度。学生はチームで参加)、主に大学がプログラム設計、期間中のフォローを実施(茨木商工会議所と連携)。

プロジェクトは、地域の企業や団体等と関わり合いながら、チームで課題解決に取り組む科目で、2014年度に新規に8科目開講。

【高知工科大学】

キャリア教育・・・長所を伸ばすという専門教育軸とともに、生徒→学生→社会人への成長という人間力強化軸があり、初年時から段階的に実施。

取組の概要・・・正規科目(3年次、2単位。但し、マネジメント学部は2年次と3年次)で、履修率は毎年約80%。基本は夏休みの2週間。企業担当教員は、平均2社担当し、添削担当教員は平均3～5名の学生を担当。大学斡旋と学生の自主開拓があり、大学斡旋については宿泊費補助で遠方実習先にも派遣。先輩の体験談等による引継ぎも実施。海外インターンシップも拡充中。

【摂南大学】

キャリア教育・・・社会の中で役割を果たす人材、他者へ貢献できる人材の育成として、学生が社会を起点に自分の成長を考えることを促す。

取組の概要(インターンシップ)・・・インターンシップ、ビジネスインターンシップ、ものづくりインターンシップ、インターンシップゼミ、エアラインホスピタリティインターンシップ(受け入れ先への依頼、マッチング、協定締結、履修ガイダンス、事前学修、事後学修、全体報告会を実施)

取組の概要(PBLプロジェクト)・・・姉妹都市交流支援、映画製作(摂南大学と地域連携)、地域を起点とした事業起こし、環境学習支援、淀川水系中心の流域連携、グリーンエネルギー活用、ミニ鉄道、過疎地域活性化、こども株式会社の設立と経営、近郊ツーリズムの開発、紙芝居ボランティア。

【京都学園大学】

取組の概要・・・総合的な経営学教育の一環として学生が主体的に取り組む、学内のチャレンジショップ「京學堂」の取組事例。専門科目の中に位置づけられ、店頭実習と全体会議（戦略立案、成果報告、部門別会議、シフト間調整）を週各 1 回行い、単位を認定（フィールドワーク実習、演習各 2 単位）。学部全体で取り組み、最低でも教員 8 名が担当。学内連携、高校との連携、市や商工会議所、授産施設、NPO法人等との連携も進展。

参加前後のアンケートにより、学生のテクニカル・スキル（業務遂行能力・業務知識）、ヒューマンスキル（対人間関係力）、コンセプチュアル・スキル（概念化能力）が向上していることが確認されている。

(2)加藤コーディネーターによる取りまとめ

- ①産学連携教育における専門人材（以下、専門人材）は、定型型（講義系キャリア教育科目）と非定型（インターンシップ等実践系科目）を両輪で手掛ける力量が求められる。

【京都産業大学】

- ②専門人材は、高等教育の質の担保の観点から、波及型インターンシップとともに中長期インターンシップ（コアオブ教育）にも取り組む能力が求められる。【京都産業大学】

- ③専門人材は中小企業との持続的連携の実現に向けて、熱く語り合う情熱や本気度、打算的でないネットワーク構築、さらに脱・啓蒙的な折衝能力を常に持ち続ける必要がある。

【京都産業大学】【長浜バイオ大学】

- ④専門人材の育成においては、外部から優れた人材を採用し処遇することで、あるいは若手教員のダブルメジャー（第二研究領域）として、組織内部で育むことが肝要である。

【長浜バイオ大学】【追手門学院大学】

- ⑤専門人材の育成においては、教育評価が重要な要素である。研究評価も重要であるが、そこにインターンシップ等で実践される新たな教育評価システムが導入されることが求められる。【高知工科大学】

- ⑥専門人材は、中堅大学が構造的に抱える学生の学習意欲の低下という課題に正面から向き合い、魅力的な教育プログラムの開発を行い、学生たちに自律的な学びの姿勢を習得させることが求められる。そのためにも、紙芝居プロジェクトや学内店舗経営といった中小企業連携に応用可能な優れた取組に、専門人材は精通することが肝要である。

【摂南大学】【京都学園大学】ほか

(3)加藤コーディネーターからのコメント

事前に周到な打ち合わせを行った成果として各発表は充実しており、専門人材の育成に向けての重要なエッセンスが上記の通り、数多く導き出された。中でもコーディネーターとして、特に注目しているのが、長浜バイオ大学の発表等で提示された「本気度」「非打算的ネットワークの構築」「脱・啓蒙的折衝能力」という産学連携教育に携わる専門人材に求められる資質の整理である。中堅大学等と中小企業が持続的な連携を構築するために不可欠の教育概念整理であり、インターンシップ教学の進化を感じる。

また、6月12日に東京で産業界ニーズ事業テーマBの「情報交換会」が開催されたが、関西地域（大阪、兵庫、和歌山）グループの発表で「専門人材はOJTの中でしか育まれない。養成のための講師人材が現状では乏しく、各大学の貴重な人材を集め体制を整えたい」という発言があった。これは我が国の産学連携教育における専門人材育成の基礎となる考え方である。

今後の研修会ではこれらの貴重な成果を踏まえ、さらに積み上げる意識で臨みたい。

2、「量的拡充」セッション

(1) 事例発表概要

【堺・南大阪地域インターンシップ推進協議会】

堺経営者協会、南大阪地域大学コンソーシアム、堺市が連携し、堺・南大阪地域を中心とした企業・団体・自治体等の協力を得て、次世代の人材育成を大目的に、①大学での学びの進化、②実践力(基礎力)の育成、③地域への興味関心の向上を基本理念として活動。大学・企業への説明会、事前オリエンテーション、学生と企業のマッチング、インターンシップ研修、学生の事後報告会、大学・企業への報告会、産学交流会を開催。昨年度から、ミスマッチになる学生を減らすため、プロジェクト型インターンシップ(金融型、着地型、伝統産業)を開始。参加企業のアンケート(参加学生の社会人基礎力評価を含む。)、参加学生のアンケート、参加大学のアンケートを実施。

【大学コンソーシアム京都】

学習意欲の喚起、高い職業意識の育成、自主性・独創性のある人材育成を目的に、大学教育の一環として実施。

プログレスコース(5 か月。企業が提示するテーマを実現するプロジェクト型)とビジネス・パブリックコース(夏休み、2 週間~1 か月)がある。

シラバスの設計、成績評価基準の作成、(受け入れ先向け)エントリーサイトの構築、職員全体による受け入れ先訪問、新規受け入れ先への働きかけ、エポックメイキングな受け入れ先の確保、加盟大学への出向ガイダンス、プログラム事前説明会、学生 Web エントリーの受付、マッチング、科目担当者会議、単位認定するための大学との委託契約の締結、コーディネーターによる中間指導(学生の実習中に訪問)等を実施。

【兵庫県経営者協会】

インターンシップ事業は、旧労働省や兵庫労働局の委託事業、独自事業という歴史を経て、現在は兵庫県から「緊急雇用対策事業」として委託を受けて、兵庫工業会、兵庫労働局、兵庫県、神戸市、神戸商工会議所と連携して実施。主として、夏休みに、3 日~2 週間程度で実施。

企業向けのインターンシップ導入マニュアル、インターンシップ実施状況報告書の作成、学校向けの学生募集用のポスターの提供のほか、大学合同説明会、受け入れ企業合同説明会、マッチング、事前・事後研修、実習後のアンケート、企業と大学との情報交換会、中小企業魅力発見ガイダンスを実施。また、理系学生の応募を増やすための新規学校・企業の開拓、細やかなマッチング、学校のキャリアセンターからの要望を反映させる企業の受け入れ情報の充実等に努力。

【ふるさと島根定住財団】

島根県の人口の減少、高校生の約 8 割が県外に就職しているという状況の中、県内就職支援、県内人材確保のため、産業、行政、大学等や、就職支援に係るNPO法人の連携により、ジョブカフェ島根、UIターン支援、地域づくりの事業を通じて築き上げてきた関係の中で、インターンシップを推進。県外学生の申し込みが県内学生の学生と同数程度あり、夏季インターンシップのマッチング率は約 94%。その背景としては、スタッフによる企業訪問による企業とのかかわりの蓄積、自己PR欄を設けるなどの学生の申込書の様式の工夫、マッチング担当スタッフをコンシエルジュとするきめ細かなマッチング、ジョブカフェしまねイベントでの関わり(企業ガイダンス、就職フェア、学生と企業の交流会、学生の自分商談会)、高校卒業時の「しまね学生登録」による県外に進学した学生への情報提供等がある。

(2) 難波コーディネーターによる取りまとめ

量的拡充のセッションでは、乗り越えるべき課題として、①マッチング、②評価シートの共通化、簡素化、③代替 IS プログラム、④企業の受入れプログラムに望むこと、⑤企業開拓(事例発表から当日追加)の 5 つのテーマを提示し、グループで1つのテーマを討議、成果を導き出した。

【マッチング業務課題】

| | 現状(課題) | 課題 | 解決策 |
|---|---|---|---|
| ① | 学生の企業選択に偏りがある。希望する企業が少ない。 | <p>マッチングされない学生への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・IS にエントリーする学生が企業を知らず、イメージ先行で応募 ・IS 受入れ団体(コンソや経営者協会等)は、企業や学生のことをよく知らずにマッチングしている場合もある ・行きたくない学生を無理に他の企業に行かせることに意味があるのか? 検討する必要がある | <ul style="list-style-type: none"> ・個別にきめ細かなフォロー面接を行い、仕事の中身だけでなく、社会、働くこと、企業を知るなど視野を広げる場であることを学生に理解させる(IS の意義の理解) ・企業の選び方ガイダンスを行う ・企業の研修内容をしっかり学生に伝える ・1 day、2 days などを逆手にとって、組み合わせで学生がプログラムをつくるようにすることも考えてはどうか ・10 希望企業を書いてもらう ・モチベーションが下がった学生にはガイダンスを丁寧に行う。 ・2次、3次のマッチングを行う ・学生同士で話をさせて、どうするかを考えさせる ・教員、職員が企業に目的をもって挨拶に行く ・教員が企業開拓からマッチングまですべてやっている大学もある |
| | マッチングされたにも関わらず、企業の受入れ日程と学生の日程が合わずに研修できない場合がある | 日程の事前提示がない | <ul style="list-style-type: none"> ・受入れ企業情報として、受入れ日程を入れる ・エントリーシートに学生が参加できる日程を記入する欄を設ける |
| ③ | IS の専門人材の不足、不在 | どう育成していくか | <ul style="list-style-type: none"> ・学内で育てていくことが可能という大学等と、学内で育てるのは難しいという大学等の双方がある。 |
| ④ | マッチングが企業と学生相互に Win-Win の関係になっているのか? | | |
| ⑤ | 量の拡充を進めるだけでいいのか? | | |
| ⑥ | 企業の満足度を高めることが課題 | | |
| ⑦ | 大学で十分な企業開拓ができていないことも問題 | | |
| ⑧ | マッチング以前の問題として学生が IS に行かない | | |

【評価課題】

| | 現状(課題) | 課題 | 解決策 |
|---|--|--------------------------------|---|
| ① | 評価シートが、大学独自のものを使用する場合のほか、同一大学内で学部ごとで違う場合もある。 | | ・理系、文系の共通化は困難な面もあると考えられるが、学内での統一は可能ではないかとも考えられる。 |
| ② | 多くの大学では、A4 1枚、社会人基礎力をベースにしたもの+学生の実習記録によって企業に評価してもらっている | ・簡素化する場合、それだけで評価できるのか、今後の検討が必要 | ・IS の評価指標として、社会人基礎力をベースにしている大学が多いが、大学の専門教育とは指標が異なる。教育プログラムとしての評価については、今後の検討課題 |
| ③ | 単位化をしている大学もあれば、していない大学もある。5日間で1単位というケースが多い。 | | ・企業からの評価は厳しいかもしれないが、学生へのフィードバックはしっかり行う必要がある |

【企業プログラム課題】

| | 現状(課題) | 課題 | 解決策 |
|---|---|-------------------------------|--|
| ① | 学生は就職につなげたい、企業は採用につなげたい、大学は教育目的、とそれぞれに目的が異なっており、3者のジレンマがある。そのため、企業にISを受け入れてもらうために大学のISについての考え方を理解してもらうのが難しい | 教育目的のプログラムの魅力をどう企業に伝えていくか | ・教育目的の IS の意義を企業に理解してもらいやすくするために、「課題解決型 IS」プログラムを提供する。 ・そのためには、専門人材は、企業の困っていることを引き出す、自大学の学生の適性や能力を知る必要がある。 ・コーディネーターが努力する必要がある |
| ② | 大学で提供している IS より、就職情報サイトが提供しているISに学生が多く参加する傾向が出てきている | この場合、教育目的の IS についてどう考えればよいのか？ | |

(難波コーディネーターからのコメント)

自分たちが専門人材として今後活躍できるかもしれないという認識は、職員の人たちにとって大きかったのではないかと。多くの参加者がキャリアセンターに関わる職員だったこともあり、就職支援の一環としてISに携わっている場合も多いことから、専門人材として、自ら乗り越えるべき課題に対して、企業に任せるだけでなく大学教育として主体的に解決策を考えていくことが必要という認識をもつことができた。また、今後、そのための必要な知識やスキルや思考を深めることができる研修が積み重なっていけばよいと感じた。