

中小企業における採用以外のインターンシップ受け入れのメリット 日本ワーキング・ホリデー協会名古屋オフィスの事例から

丸岡稔典・永島拓也

1. 研究の背景と目的

1.1 大学教育におけるインターンシップ

1997 年に当時の文部省・厚生省・労働省による「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」¹⁾ (以下「3 省合意」) において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, 日本の大学教育に本格的に導入された。直近の調査²⁾によると 1996 年に単位認定を行うインターンシップで, 特定の資格取得に関係しないものを実施した大学は 104 校 (実施率 17.7%) であったが, 2017 年度には 637 校 (同 81.7%) に増加した。今日, インターンシップは大学教育の重要な要素の一つとなっている。

インターンシップの大学教育カリキュラムへの導入を推進したのは, 2000 年代に始まったキャリア教育とインターンシップの結びつきである。我が国のキャリア教育導入の端緒となる 1999 年の文部科学省中央教育審議会の答申 (以下「接続答申」)³⁾ では, 「学校と社会及び学校間の円滑な接続を図るためのキャリア教育 (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) を小学校段階から発達段階に応じて実施する必要がある。」とキャリア教育に言及した。そのうえで, インターンシップについてもキャリア教育の一手段として「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」とされた。

キャリア教育の導入の背景には大学生活から職業生活への円滑な移行, すなわち大学新卒者の正規従業員への就職に問題が生じているとの認識があった。すなわち 2000 年代初頭に課題となっていたニートやフリーターといった若年失業者対策としてインターンシップに期待が集まった。例えば, 接続答申では「新規学卒者のフリーター志向が広がり, 高等学校卒業生では, 進学も就職もしていないことが明らかな者の占める割合が約 9% に達し, また, 新規学卒者の就職後 3 年以内の離職も, 労働省の調査によれば, 新規高卒者で約 47%, 新規大卒者で約 32% に達している」との指摘がみられ, そのうえで, 「学校教育において情報活用能力や外国語の運用能力の育成等, 社会や企業から評価される付加価値を自ら育成するなど, 職業生活に結びつく学習も重視していくべきである。」とし, インターンシップを学校教育と職業教育を結びつけるものと位置づけた。

1.2 企業側にとってのインターンシップ

企業側においても, インターンシップについての政策的な推進が図られる直前の 1997 年 2 月にアメリカで調査を実施した就職協定協議会特別委員会による「米国における就職・採用事情調査報告書」⁴⁾ の中で日本においてもアメリカで実施されているインターンシップならびに COOP 教育⁵⁾ に類するものを推進することへの期待が表明された。

同報告書の「米国は (中略), 学生が早い時期から COOP 教育やインターンシップ等により就業意識を形成しながら大学教育を受けており, 企業に入ってもミスマッチがあまり起きないような体制の下にある」といった記載にみられる通り, 当初企業側がインターンシップに期待したものの一つは, 早期離職の防止である。その後, インターンシップとキャリア教育の結びつきが強まると, 企業にとってのインターンシップは, 特定企業の採用活動と切り離され, 「実務経験のない若者に, 企業の現場に触れさせ, 職業意識を身に付けさせる」⁶⁾ といった職業意識醸成の手段, すなわち社会貢献的要素の強いものとなった。

しかし, 近年の人手不足や就職・採用活動開始時期の変更などに伴い, インターンシップを採用活動と結びつける企業も増加している。企業による現在の大学生を対象としたインターンシップの実施状況を見ると, リクルート⁷⁾ の調査では, 新卒採用を実施している企業のうち 68.1% の企業が何らかのインターンシップを実施しているが, そのうち 52.1% の企業が実施期間 1 日以内であり, 1 週間以上の実施している

企業は 19.1%にとどまっている。また、25.6%の企業がインターンシップを採用目的で実施していると回答している。

他方で、インターンシップが採用活動と結びつくことについて、インターンシップ経験が学生のその後の学習と結びつかなくなることを批判する指摘⁸⁾がある。また、ワンデーインターンシップについても、就業体験を伴わず、企業説明会や企業見学会となっている点、並びに実質的な選考機会となっている点を批判し、インターンシップと別の呼称を用いるべきとの指摘^{9) 10)}もある。このように近年、3省合意以降推進されてきた就業体験を基本とする大学主導のインターンシップとは別に企業主導のインターンシップが増加しつつある。企業主導によるインターンシップの多くが企業の採用活動やそれに付随する説明会・見学会の一環としてとして行われる傾向がある。

企業主導によるインターンシップの採用との結びつきの要因の一つには、従来の大学教育の一環として実施されてきたインターンシップは企業側にとって社会貢献的要素が強いため、そのメリットを十分の享受できないこと、インターンシップと採用とを結びつけることによりメリットが享受できると考えられていることが推察される。しかし、インターンシップと採用活動や就職活動との過度な結びつきは、長期的な視野にもとづく教育効果や人材育成とインターンシップを切り離す危険性もある。

他方で、中小企業のインターンシップ実施の効果については、近年行政側から積極的な言及がみられる。先に記述したように、文部科学省はインターンシップと「採用活動や人材確保」の結びつきについて慎重な姿勢を示しているが、中小企業に限ってはその活用を推進していると読み取れる指摘が存在する。その背景には 2015 年度卒業・修了予定者からの就職・採用活動開始時期の変更がなされたことによる、中小企業の採用活動への影響の緩和がある。例えば、文部科学省は「中小企業については、平成 27 年度卒業・修了予定者からの就職・採用活動開始時期の変更に際して、中小企業の魅力発信等、円滑な実施に向けた取組を行うことが求められていることから、中小企業の魅力発信としてのインターンシップの更なる活用の推進が求められている。」¹¹⁾と指摘している。また、インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議も「中小企業がインターンシップとして学生を積極的に受け入れることは、仕事や業種の理解促進につながり、それにより優秀な学生の獲得につながる可能性もある」¹²⁾と指摘している。他方で経済産業省¹³⁾は、インターンシップの受け入れの副次的なメリットとして、入社員を毎年採用するわけではない中小企業の社内人材育成（「若手社員の成長」）を挙げている。

1-3 研究の目的

これまで、インターンシップの効果やメリットについては、研修を行う学生に焦点を当て、インターンシップを経験することにより自己効力感や職業レディネスが高まり、就職準備に役立つこと^{14) 15)}や、汎用的スキルである社会人基礎力を獲得すること¹⁶⁾、などが議論されてきた。しかし、実際の企業に焦点を当て、そのメリットを明らかにする研究はあまり存在しない。

本研究では、これまで議論されることが少なかった企業側、特に近年その必要性が取り上げられている中小企業側に焦点を当て、採用以外のインターンシップ受け入れのメリットを明らかにすることを目的とする。そのために、まず、中小企業のインターンシップ受け入れについてのこれまでの議論を整理した後、地域の中小企業のインターンシップ受け入れの事例として、一般社団法人日本ワーキング・ホリデー協会の名古屋オフィスを取り上げ、採用以外のインターンシップ受け入れのメリットならびにコストを検証する。

2. 中小企業のインターンシップ受け入れについての議論

2.1 企業のインターンシップ受け入れ目的

まず、企業側、特に中小企業に焦点を当て、インターンシップについての調査結果を整理する。

各種調査における企業側のインターンシップ受け入れの目的をみると、おおむね下記の 5 点に集約できる。第 1 点目は、「採用活動や人材確保」である。中村真典¹⁷⁾によれば、インターンシップを経験することで当該企業の業務理解が進み、入社後の早期離職者の減少につながることを期待されている。また、経済同友会の調査¹⁸⁾においても、企業側の受け入れ目的の第 4 位に「採用活動の一環」があげられている。

第 2 点目は、就労観・勤労観の育成、就業意識・職業意識の向上といった「社会貢献」である。厚生労働省の調査¹⁹⁾では、企業の受け入れ目的の第 1 位に「学生の就業意識向上」があげられている。浅海典子の調査²⁰⁾においても、神奈川大学のインターンシップを受け入れている企業の受け入れ目的の第 2 位

に「若年者失業率の悪化や無業者の増加に対する社会的貢献」があげられている。先の経済同友会の調査では、受け入れ目的の2位に「学内の職業観の育成」、3位に「社会貢献活動の一環」があげられている。

第3点目は、「大学や学生への自社の認知度の向上」である。先の厚生労働省の調査では、企業側のインターンシップ受け入れ目的として、2番目に「大学や学生の自社認知の向上」があげられている。浅海典子の調査では1番目に「神奈川大学との交流の深化」があげられている。

第4点目は、「若手社員の成長」である。厚生労働省の調査では、受け入れ目的の3番目に「指導に当たる若手社員の成長」挙げられている。

第5点目は、「職場環境の改善や社内の活性化」である。厚生労働省の調査では、5番目に職場全体の活性化が、7番目に学生の意見による職場の点検、改善があげられている。経済同友会の調査では5番目に「社内の活性化」があげられている。

中小企業を対象とした調査においても、おおよそ同様の結果となっている。門間由記子の石川県の中小企業を対象とした調査²¹⁾において、導入目的の1位が「新卒採用の期待」、4位が「社会貢献」、2位が「企業PR」、5位が「職場活性化」となっている。1点目の採用に関しては、採用活動に苦勞しやすい中小企業が自社を学生に周知し、採用につなげるための手段とすることが指摘されている^{22)・23)}。2点目の社会貢献については伊藤文男や柴田仁夫の調査^{24)・25)}でも、企業側のインターンシップ実施の意義として社会貢献があげられている。3点目の自社認知度の向上については、柴田仁夫²⁶⁾が、自社認知度の向上が知名度の低い中小企業などにおける採用手段の一環となる場合もあるが、研修に来た学生が将来顧客になることへの期待もあることを指摘している。4点目の社員の成長について、伊藤文男²⁷⁾は短期と比較して長期のインターンシップの受け入れ目的となりやすいことを指摘している。

2.2 中小企業のインターンシップ受け入れ効果

続いて、先行研究から実際に中小企業がインターンシップ受け入れたことによる効果をみると主に下記の2点であった。第1点目は「若手社員の成長」である。例えば門間由記子²⁸⁾は若手社員が受け入れ担当者となることで、学生への仕事の説明を通じて自身の業務理解が進むことや新人の指導方法について考える機会となることを指摘している。また、柴田仁夫²⁹⁾はインターンシップの受け入れにより若手社員が後輩に対して面倒見がよくなった、社外の人間と接触するときの表情が変わったなどの効果があったことを指摘している。第2点目は「社内の活性化」である。例えば、伊藤文男³⁰⁾は研修生の受け入れにより、社内の雰囲気明るくなることを中村真典³¹⁾は意識の高い学生と働くことで社員が刺激を受けることを、指摘している。

2-3 受け入れの障壁

次に、中小企業などがインターンシップを受け入れることで生じるコストについてみると、大きく分けて以下の3点が指摘されている。第1点目は、学生と企業のマッチングの困難さや企業が実施するインターンシップに参加する学生を集めることの難しさである^{32)・33)}。第2点目は、インターンシップ受け入れ後の、受け入れの窓口となる総務人事部門と実際に研修を引き受ける部門との間など担当部署間の調整の難しさである³⁴⁾。第3点目は、学生への対応に割かれる人的コストや、研修プログラムの設計、守秘義務や事故対策といった管理面など研修自体の負担である^{35)・36)}。また、受け入れメリットを十分に実感できないことも負担の要因となっている³⁷⁾。

3. 対象と方法

3.1 対象

本研究で取り上げる一般社団法人日本ワーキング・ホリデー協会（以下ワーホリ協会）は、2010年にワーキング・ホリデー制度の発展と普及を進めることを目的として設立された団体であり、セミナーや個別面談カウンセリング、ビザ取得サポートなど留学・ワーキング・ホリデーで渡航する者へのサポートを業務としている。その支店である名古屋オフィスは名古屋駅から300mほど離れたビル内にあり、オフィスマネージャーのほか4名の職員が勤務している。

本研究では、ワーホリ協会名古屋オフィスでインターンシップの受け入れが始まった2014年9月から2018年9月までを対象期間とする。

3.2 方法

まず、ワーホリ協会名古屋オフィスのインターンシップ受け入れ状況を概観する。続いて、著者の一人であるワーホリ協会名古屋オフィスのインターンシップ受け入れ担当者であるオフィスマネージャーが、受け入れ担当者からみた受け入れのメリットとコストを記述する。最後に、2018年10月と2019年1月にワーホリ協会名古屋オフィスのスタッフ3名（男性1名、女性2名、入社3年以上1名、3年以内2名）に書面によるアンケート調査ならびに担当者による聞き取りを実施し、周辺スタッフから見た受け入れメリットとコストを明らかにする。

4 インターンシップの受け入れ状況

4.1 インターンシップの受け入れ経緯

ワーホリ協会名古屋オフィスの受け入れは、2014年9月にA短期大学の学生2名の1週間インターンシップが最初である。名古屋オフィスのマネージャーと以前より面識があるA短期大学の教員から受け入れ依頼があったことがきっかけとなった。

ワーホリ協会では2013年、新規に名古屋オフィスを設立したため、大学生などを顧客とする団体として愛知県内で新たに大学や学生からの認知度を上げ、また大学や学生との接点を作る必要があった。そのためにこの機会を利用しようとしたこと、すなわち「大学や学生への自社の認知度の向上」が受け入れの理由の一つである。このほか、本社長より学生を育ててほしいという「社会貢献」の要望もあった。

なお、ワーホリ協会名古屋オフィスでは、新規スタッフは基本的に「留学カウンセラー」として採用しており、採用の対象にはワーキング・ホリデー等を利用した留学経験があることを条件としている。したがって、当初よりインターンシップと自社の採用・人材確保は切り離されていた。

4.2 インターンシップの受け入れ実績

受け入れ実績は表1に示すとおりであり、2014年度から2018年度（9月末現在）にかけて3大学からの受け入れがあり、人数は23名である。受け入れは大きく、A短期大学1週間、B大学の2週間、B大学の3か月、C大学2週間に分かれ、1週間が12名、2週間が7名、3か月が2名である。受け入れ期間は1週間ならびに2週間のインターンシップは8月・9月の夏休み期間中が大半を占めている。3か月のインターンシップは5月から7月で、いずれもフルタイム勤務である。また、1回の受け入れ人数は1名から2名である。基本的に、事前に研修生の選別はしておらず、外国籍の学生やソーシャルスキルにやや困難を抱える学生も、大学と事前に協議の上受け入れている。2017年度の1か月のインターンシップは、海外インターンシップでワーホリ協会のオーストラリア支社で研修予定の学生2名が、事前にワーホリ協会名古屋オフィスで短時間勤務を1か月間行ったものである。

表1 インターンシップ受け入れ実績

年度	受入れ大学	人数	受け入れ期間
2014年度	A短期大学	2	1週間
2015年度	A短期大学	4	1週間
	B大学	1	2週間
2016年度	A短期大学	1	1週間
	B大学	2	2週間
2017年度	A短期大学	3	1週間
	B大学	2	1か月
	B大学	1	3か月
	C大学	1	2週間
2018年度	A短期大学	2	1週間
	B大学	1	3か月
	B大学	1	2週間
	C大学	2	2週間

4.3 研修生の募集とマッチングについて

A 短期大学、B 大学と C 大学の場合、いずれのインターンシップも単位科目として実施されている。A 短期大学、B 大学ではインターンシップ科目への履修を登録した学生にワーホリ協会をはじめ複数のインターンシップ受け入れ先事業所の掲載されたリストが提示され、学生が選択した企業を軸に担当教員が受け入れ先事業所と調整を行い、研修先が確定する。したがって、ワーホリ協会は学生の募集やマッチングには関与しない。

4.4 受け入れ体制と主な研修内容

インターンシップの受け入れ担当者は、名古屋オフィスの責任者であるオフィスマネージャーである。研修生は、職場の一角に席を与えられ、オフィスマネージャーから指示された業務を遂行する。研修時間は10時から19時までである。

研修内容は、研修生の関心を考慮しつつ、ワーホリ協会の本来業務に付随する業務が割り当てられる。主な業務は、1) 情報収集と資料の作成（ワーキング・ホリデー対象国の案内、気候、必要とされる言語力、物価、治安などの調査・情報収集と資料作成）、2) 接客（接客、顧客誘導、セミナー準備、イベント補助）、3) アンケート整理・データ入力（アンケートの作成とまとめ、顧客データの入力）などである研修生のための特別なプログラムが用意されているわけではない。

経済産業省³⁸⁾はインターンシップの類型を1) 仕事理解型、2) 採用直結型、3) 業務補助型、4) 課題協働型、5) 事業参画型に分けている。この区分に従えば、ワーホリ協会名古屋オフィスのインターンシップは、「企業の人材ニーズに基づき募集・実施され、通常業務に取り組む」業務補助型と「業界や企業について総合的に理解する」仕事理解型を組み合わせたものといえる。

また、受け入れ担当者は、事前学習の段階でA大学の研修プログラムの内容に意見を述べたり、学生の事前学習に協力したりしている。また事後学習の段階でA短期大学、B大学とC大学の成果報告会に出席し、学生の報告を聞き、併せて教職員と懇談したりしている。

5. インターンシップの受け入れのメリットとコスト

5.1 受け入れ担当者から見たインターンシップ受け入れの効果とコスト

(1) 受け入れ目的

インターンシップの受け入れ担当者であるオフィスマネージャーの当初の受け入れ目的は、経緯で記載した通りワーホリ協会の認知度の向上であった。そのほかに、研修生を育てることによる社会貢献や、自分自身の成長を意識していた。現在は、これらの目的に若手社員の成長が加わった。

(2) 受け入れ効果

受け入れ担当者からみた受け入れ効果には「大学との交流の深化に伴う、大学による自社認知の向上とその結果としての仕事への結びつき」、「受け入れ担当者の成長」、「社員の成長」、「職場環境の改善」が存在した。

「大学との交流の深化に伴う、大学による自社認知の向上とその結果としての仕事への結びつき」については、インターンシップを通じB大学との交流が深まった。その結果として、B大学の海外インターンシップや語学研修における語学学校の仲介といったワーホリ協会の業務の受注が発生し、ワーホリ協会の利益につながった。この点は、インターンシップ受け入れ継続の要因の一つとなっている。

「受け入れ担当者の成長」では、無給で交通費も自己負担でわざわざ研修に来る学生なので、将来の役に立つよう研修内容や将来のためになるような叱り方を考えるようになったことなど、受け入れが受け入れ担当者自身の教育指導方法の再考のきっかけとなった。また、他のスタッフに受け入れ趣旨や無給で学びに来る学生のことを共有させる過程で、インターンシップについての考えが深まったこと、大学との良好な関係を考えるようになったことなど、受け入れを通して会社を取り巻く環境の理解が深まった。

「社員の成長」では、これまで部下がいなかったため褒められる経験や怒られる経験はあるものの、褒める経験が不足していたスタッフが研修生を相手に褒める経験を積むことで、顧客に対してもよい接客ができるようになった点などの変化があった。スタッフには日報にコメントを書く際に、研修生を具体的に褒め

ることはどのようなことかを考えるように指導した。また、研修生に仕事を説明する過程で、その意味についても説明する必要が生じ、スタッフ自身の仕事の棚卸（業務内容の可視化）につながっていた。社員の成長については、研修期間との関係もあり、短期間だと担当者以外は十分関わりを持たないまま研修を修了することもあり、そのほかのスタッフの仕事に依頼が表面的なものにとどまり、十分な仕事の棚卸につながらない場合もあった。長期間の場合には、スタッフが学生のことを考えるようになり、お互いの性格がわかるため、伝え方を工夫する場合がみられた。

「職場環境の改善」では、これまで社内で使用していた業界用語や専門用語を研修生が理解できていない様子から、一般に理解されにくい業界用語や専門用語を一般的に使用されている用語に改めるようになった。また、ワーホリ協会名古屋オフィスでは長期間にわたり同じメンバーで業務をしていたため、敢えて相互理解の機会を設ける必要性が少なかったが、研修生が来ることで、新たにスタッフと研修生で相互理解をする必要性が生じ、昼休みなどに会話が増えた。

(3) 受け入れのコスト

受け入れ担当者からみた受け入れコストには、人的コストが存在した。研修初日には必ず、立ち合い、2時間から3時間程度研修生と面談をするため、出勤日の調整ならびに業務時間を割くことが必要となる。また、研修開始当初は特に、得意不得意を見極め、必要な注意をするため、研修生の対応に時間が割かれる。他方で、研修生の応募がなければ実施する必要がなく、多様な学生を受け入れる用意もあるためマッチングや学生募集はそれほど負担になっていない。社内間の調整も、大学側と受け入れ時期の調整をすることで負担の軽減が図られている。

4.2 スタッフ社員から見た受け入れの効果とコスト

(1) 受け入れ効果

周辺スタッフの研修生を受け入れたことによる気づきや変化として「教え方の工夫」が挙げられた。「今後新しく新入社員が入った際に何が分からないのか何を教えてないといけないのか気づけた」、「新人や社会人経験のない（浅い）方が何に戸惑うか、どのレベルから丁寧に教えたり言葉を選んだりしないといけないか考えるきっかけになる」といった部下ができた場合の育成に役立つ経験である。例えば、自分の行っている仕事をいきなりすべて伝えたるとインターンシップ生が混乱してしまうので、1つずつ、その仕事が終わってから伝えるようになり、また伝えなくても良い事を考えるようになったことなどの意見が聞かれた。

また、研修生が作成した書類をチェックする際に「直すべき注意点に気づくことで、自分自身の気づきにもなる」といった研修生の間違えを訂正する中で、間違いやすい注意点に気づくことができたとの指摘もあった。

(2) 受け入れコスト

研修生を受け入れることによる負担や大変なところとして挙げられたのは、「仕事を作る事が難しい」、「任せられる仕事がほとんどない」、「やってもらえることが少ない」といった、研修生向けに業務を用意することの難しさが指摘されていた。この点は、研修期間にも関係しており、研修期間が長い場合には、細かいところから仕事を教えられるので、仕事を任せやすくなるとの指摘があった。

6 考察

6.1 採用以外のインターンシップ受け入れのメリット

ワーホリ協会名古屋オフィスの事例から、採用や人材確保以外に中小企業においてインターンシップ受け入れのメリットがあることが示唆された。本事例ではメリットとして、インターンシップ受け入れが大学におけるワーホリ協会の認知度の向上につながり、新たな業務の受注に至ったという実利的な面と、受け入れ担当者や周辺スタッフの成長につながったという人材育成的な面の二つが把握された。

インターンシップ受け入れが実際の利益につながったことは、利益を確保することが組織の存続につながるワーホリ協会として、受け入れの継続の大きな要因の一つであるといえる。こうした業務の受注はワーホリ協会名古屋オフィスが、単に研修生を受け入れるだけでなく、3か月という長期間のインターンシッ

プを受け入れ、また大学側との研修内容の打ち合わせや成果報告会への出席などの形で、関係を強化したことにより可能となったと推察される。したがって、地域の中小企業においても、単にインターシップを受け入れるだけでなく、研修内容の準備段階から振り返りの段階まで大学の教育プログラムに参画することで、大学との関係の強化に結び付き、業務受注や共同研究など採用以外の利益を得られる可能性がある。

また、受け入れ担当者は、自身の成長とスタッフの成長を実感しており、スタッフ自身も研修生が来ることによる気づきを得ていたことから、インターシップ受け入れが「スタッフの成長」という人材育成につながっているといえる。受け入れ担当者やスタッフは、自分の仕事を研修生に伝えることが、仕事の意味を考える、業界用語・専門用語を見直すなど、自分の仕事を振り返るきっかけとなっている。また、これまで部下を持つ経験が少なかったスタッフは研修生が来ることで、新入社員などを育てる経験を積むことができ、それが顧客対応にもつながっている。一般に中小企業は新規採用が少なく、若手社員は部下を持つ経験がしにくい。中小企業がインターンシップを受け入れることで、若手社員が部下を育てる経験を研修生相手に疑似的に積むことができる可能性がある。ただし、部下を育てる疑似的な体験はスタッフが無給で学びに来る学生にたいして教育する意欲を持つことで生じている側面がある。したがって、採用目的のインターンシップでは、企業には採用、学生には就職という目的があるため、「無給で学びに来る学生」という扱いになりやすく、教育する意欲が十分形成されない可能性もある。また研修期間の長短が、受け入れ効果やコストに影響をあたるとの指摘もあり、研修期間が短く就業体験の時間が十分に確保できない場合は、指導の時間も少なくなりこうした経験を積むことが困難であると推察される。

荒木淳子³⁹⁾は職場の人材育成の一つとしてワークプレイスラーニング(Workplace learning)に着目している。ワークプレイスラーニングは、On-JT や Off-JT と異なり、インフォーマルで偶発的になされる、知識の一方的な伝達にとどまらない学びであり、その主な方法の一つに学習者が自己の経験を意識的に内省する振り返り(内省的学習)が存在するとされる。本事例では、インターンシップ生を受け入れて指導する過程や仕事を依頼する過程で、担当者やスタッフは自らの仕事の意味や内容を振り返るきっかけを得ている。この振り返りがワークプレイスラーニングの内省的学習に相当し、担当者やスタッフの成長をもたらしていると推察され、インターンシップ受け入れは人材育成の一手段となる可能性が示唆された。

6.2 インターンシップ受け入れコスト

インターンシップ受け入れのコストとしては、人的コストと研修内容の設計があげられていた。人的コストについては、得意不得意分野の把握など個別の研修生に応じた研修の実施に伴って生じており、コストの増減は研修生の満足度と関係すると考えられる。研修内容については、研修生に依頼できる業務の少なさが受け入れに当たっての難しいと認識されていた。この要因の一つは、大企業と違い中小企業では社員一人一人が多く業務を同時にこなす必要があるため、仕事の一部を切り分けて研修生に任せることの困難さがあると推察される。この困難さについては、研修期間を長くすること、大学と企業の間で事前の打ち合わせを増やすこと、さまざまな事例を共有することで一部軽減できると考えられる。

また、既往研究で出されていた学生募集やマッチングは大学と事前に協議の上で多様な学生を受け入れており、部門間の調整は、大学とインターンシップ実施時期を調整することで軽減が図られていた。このことから、大学と企業が連携してインターンシップを実施することで企業側の負担が軽減されることが示唆された。

5.3 大学と企業の関係強化の重要性

本事例では、大学と企業が密接に連携しながら、学生のマッチングや研修時期を調整し、研修内容の打ち合わせや成果報告会への参加などの形で教育プログラムに関与していた。こうした連携が、大学におけるワーホリ協会の認知度の向上につながり、業務受注につながったと推察される。また、大学と企業の連携は、企業の受け入れコストの削減にもつながっている。したがって、採用以外のインターンシップ受け入れメリットの拡大とコストの削減において大学との連携が重要であることが示唆された。

6 まとめ

本研究では、ワーホリ協会名古屋オフィスで実施されているインターンシップを事例として取り上げ、中小企業のインターンシップ受け入れにおける採用以外のメリットの有無を検証した。結果、インターンシ

ップ受け入れが大学における企業認知度の向上につながり、新たな業務受注をもたらすという実利面と、受け入れ担当者やスタッフの成長につながるという人材育成面の二つのメリットが存在することが推察された。そのうえで、ワークプレスラーニングの視点からインターンシップ受け入れが人材育成の手段の一つの可能性となることが示唆された。また、大学との連携強化により受け入れコストが削減される可能性が示唆された。最後に今後、企業が大学と連携を深めていくことで、実利面のメリットが増え、受け入れコストが削減されると推察された。

インターンシップの学生への教育効果については研究が蓄積されつつあるが、企業側のメリットに関する研究は不足している。今後事例の積み重ねと計量的調査による検証を通じた理論化が求められる。

注

1. 文部省・通商産業省・労働省：インターンシップの推進に当たっての基本的考え方，1997。
http://www.jil.go.jp/jil/kisya/syokuan/970918_01_sy/970918_01_sy_kihon.html
2. 文部科学省：平成29年度大学等におけるインターンシップ実施状況について，2019。
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/_icsFiles/afiedfile/2019/02/27/1413928_02_1.pdf
3. 文部科学省中央教育審議会：今後の初等教育と高等教育の接続の改善について(答申)，1999。
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/old_chukyo/old_chukyo_index/toushin/1309737.htm
4. 就職協定協議会特別委員会・中長期の就職・採用のあり方検討小委員会：米国における就職・採用事情調査報告書，1997。
5. アメリカでは、インターンシップと類似した制度として COOP 教育が存在する。前掲の報告書によれば、COOP 教育は「在学中のフルタイムの学生に対し、彼らの学問的関心やキャリアへの関心と関連の深い仕事に就ける制度化されたプログラム」であるのに対し、インターンシップは「特定の専門職の分野と関連付けられている専攻分野で、すでに相当な準備（所定の単位修得など）をした学生に、カリキュラムの仕上げとして行われる「一回限りの仕事もしくはサービスの体験」とされている。
6. 経済同友会：若者が自立できる日本へ，2003。
https://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2002/pdf/030409_1.pdf
7. リクルート：就職白書 2017 - インターンシップ編 -，2018。
8. 文部科学省：インターンシップの普及及び質的充実のための推進方策について意見のとりまとめ，2013。
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/koutou/055/gaiyou/_icsFiles/afiedfile/2013/08/28/1338222_1.pdf
9. 文部省・通商産業省・労働省：「インターンシップの更なる充実に向けて 議論の取りまとめ」等を踏まえた「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」に係る留意点について～より教育的効果の高いインターンシップの推進に向けて～，2015。
http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afiedfile/2018/02/14/1365292_3.pdf
10. 日本私学連盟：ワンデーインターンシップの弊害は正に向けて（提言）—「ワンデーインターンシップ」という呼称は廃止すべきである—，2017。
http://www.shidaiaren.or.jp/download/?file_id=4002&ext=.pdf
11. 文部科学省：インターンシップの普及及び質的充実のための推進方策について意見のとりまとめ，2013。
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/koutou/055/gaiyou/_icsFiles/afiedfile/2013/08/28/1338222_1.pdf
12. インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議：インターンシップの更なる充実に向けて 議論の取りまとめ，2017。
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/koutou/076/gaiyou/_icsFiles/afiedfile/2017/06/16/1386864_001_1.pdf
13. 経済産業省：産学連携によるインターンシップのあり方に関する調査報告書，2013。
http://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/8315894/www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/houkokusyo_H24FY_internship.pdf
14. 高良美樹・金城亮：インターンシップの経験が大学生の就業意識に及ぼす効果・職業レディネスおよび進路選択に対する自己効力感を中心として，人間科学，8，39-57，2001。

15. 中川洋子:インターンシップの効果を促進させるキャリア支援策の探索的検討-キャリア選択自己効力感の認知過程に着目して, 人間文化研究所紀要, 15, 41-56, 2010.
16. 真鍋和博: インターンシップタイプによる基礎力向上効果と就職活動への影響」『インターンシップ研究年報, 13, 9-17, 2010.
17. 中村真典: 企業からみたインターンシップ, 古閑博美編, インターンシップ-キャリア教育としての就業経験, 学文社, 19-28.2011.
18. 経済同友会: 「企業の採用と教育に関するアンケート調査」結果, 2016.
<https://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2016/pdf/161221b.pdf>
19. 厚生労働省: インターンシップ推進のための調査研究委員会報告書, 2005.
<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2005/03/dl/h0318-1a.pdf>
20. 浅海典子: インターンシップの成果と課題-受入企業アンケート結果から.国際経営論集, 31, 243-258, 2006.
21. 門間由記子: 中小企業におけるインターンシップ導入の課題.インターンシップ研究年報, 20, 19-24, 2017.
22. 古閑博美・牛山佳菜代: 中小企業における, 就職に結びつける回路としてのインターンシップ-株式会社ディグの事例, インターンシップ研究年報, 15: 31-35, 2012.
23. 古閑博美ほか, : 中小企業におけるインターンシップの現状と課題-採用定着に資するインターンシッププログラムの構築に向けて. 嘉悦大学研究論集, 58.2, 37-51, 2016.
24. 伊藤文男: 長期インターンシップの可能性に関する一考察-企業のメリットを中心に. インターンシップ研究年報, 10, 37-44.2007.
25. 柴田仁夫: インターンシップが従業員に与える影響-横浜市・川口市の中小企業を事例として, 地域活性学会研究大会論文集, 8, 299-302, 2016.
26. 柴田仁夫: 前掲論文, 2007.
27. 伊藤文男: 前掲論文, 2016.
28. 門間由記子: 前掲論文, 2017.
29. 柴田仁夫: 前掲論文, 2007.
30. 伊藤文男: 前掲論文, 2016.
31. 中村真典: 前掲書, 2011.
32. 古閑博美ほか: 前掲論文, 2016.
33. 経済産業省: 教育的効果の高いインターンシップの普及に関する調査報告書, 2014.
34. 門間由記子: 前掲論文, 2017.
35. 古閑博美ほか: 前掲論文, 2016.
36. 経済産業省: 前掲書, 2014.
37. 経済産業省: 前掲書, 2014.
38. 経済産業省: 前掲書, 2013.
39. 荒木淳子: 職場を越境する社会人学習のための理論的基盤の検討, 経営行動科学, 21.2, 119-128, 2008.