

大学におけるキャリア形成教育と キャンパス・インターンシップ（仮想）構想の研究

—文教大学国際学部を事例として—

Study of the Introduction of Project-Based Learning Type Career Education Program

山口 一 美*, 那 須 一 貴**
Kazumi YAMAGUCHI Kazutaka NASU

I. はじめに

大学におけるキャリア教育の重要性は非常に高まっている。とりわけ近年の景気の変動を受け、就職活動では新卒の学生は苦戦を強いられている。企業の選抜が厳しくなり、今まで以上に社会人基礎力（詳細は第Ⅱ章を参照のこと）をもった学生を育てることが大学のキャリア教育に求められているのである。キャリア教育の中でもインターンシップは、「若者自立・挑戦プラン」において文部科学省、厚生労働省、経済産業省によってその重要性が叫ばれている。それはインターンシップを通して、学生は職業意識を高めるとともにインターンシップ後に大学で何を学ぶのかを明確にすることができる。また企業にとっては、産業界のニーズや企業の実態について学生に知らせる機会となるからである。しかし、産業界が学生に求めている社会人基礎力を育成するには、従来型のインターンシップでそれらの能力育成を充分に行うことができるのであろうか。主に2週間という期間で行われている従来型のインターンシップでは、主体性、傾聴力と発信力であるコミュニケーション能力、働きかける力など、体験で学ぶ必要のある能力を育成することは難しい。つまり新しい型でのインターンシップが必要であると思われる。

そこで本論文では、第Ⅱ章で大学におけるキャリア形成教育の現状について、キャリア形成教育の状況ならびにインターンシップと社会人基礎力をとりあげ説明する。その上で、第Ⅲ章では、キャリア形成教育の取り組みとして先行大学の事例をとりあげ検討し、それらの特徴から文教大学国際学部におけるキャンパス・インターンシップ（仮想）構想を提案する。第Ⅳ章では、上記のキャンパス・インターンシップ（仮想）構想について企業がどのような考えを持ち、学生に望む能力は何かを質問紙調査によって明らかにする。これらの検討をすることで、上記の構想を実現するための示唆が得られると思われる。

なおこの研究は平成22年度湘南総合研究所共同研究費の助成による研究「大学におけるキャリア形成教育戦略の研究—文教大学国際学部を事例として—」の報告である。

Ⅱ. 大学におけるキャリア形成教育の現状

1. 大学におけるキャリア教育の状況

21世紀に入り、大学を取り巻く環境は大きく変化している。特に大学卒業生の就職活動は、景気動向を反映して大変厳しい状況が続いている。このような状況の下、大学におけるキャリア教

* 文教大学国際学部教授

** 文教大学国際学部准教授

育の重要性はますます高まっているといえる。

1998年10月26日に発表された大学審議会答申「21世紀の大学像と今後の改革方策について－競争的環境の中で個性が輝く大学－」（以下、21世紀大学答申）において、21世紀初頭の社会状況を以下のように予測している。

- ①一層流動的で複雑化した不透明な時代となる
- ②地球規模で協調・共生と一方では国際競争力の強化が求められる
- ③少子高齢化が進行し生産年齢人口が大幅に減少すると同時に、産業構造や雇用形態に大きな変化が起こる
- ④職業人の再学習を始め国民の間に生涯学習需要が増大する
- ⑤豊かな未来を拓く原動力となる学術研究の進歩が加速すると同時に、学際化、総合化の必要が生じる

など、高等教育を取り巻く環境が大きく転換し、大学等の高等教育機関における「知」の再構築が強く求められる時代になるとしている¹。

そのような環境の下、21世紀大学答申では課題探求能力の育成を目指した教育研究の質の向上が必要であるとしている。つまり、「自ら学び、考える力」の育成を目指している初等中等段階の教育を基礎とし、「主体的に変化に対応し、自ら将来の課題を探求し、その課題に対して幅広い視野から柔軟かつ総合的な判断を下すことのできる力」（課題探求能力）の育成を重視している。更に、質の高い職業人・技術者、高度な専門的知識・能力を持ち新しい領域を開拓することのできる人材や起業家精神に富んだ人材、創造性・独創性豊かな優れた研究者の養成が一層不可欠になると指摘している。学部段階においては、「課題探求能力」の育成を重視して教育内容の検討を行うべきであるとしており、

教養教育との関連の中で「学問のすそ野を広げ、様々な角度から物事を見ることが出来る能力や、自主的・総合的に考え、的確に判断する能力、豊かな人間性を養い、自分の知識や人生を社会との関係で位置付けることのできる人材を育てる」ことが重要であるとしている。この教養教育の実施に当たっては、社会でのボランティア活動や大学と企業が協力して学生に自らの専攻や将来の職業に関連した就業体験を与えるインターンシップ等、学外の体験を取り入れた授業科目の開設などにより社会の実践的な教育力を大学教育に活用するという視点が重要であることも指摘している²。

このような大学を取り巻く環境が変化する中で、大学におけるキャリア教育はどのように捉えられているのだろうか。中央教育審議会は1999年12月26日に「初等中等教育と高等教育との接続の改善について（答申）」を発表している。これによれば、学校教育と職業生活の円滑な接続を図るため、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（キャリア教育）を発達段階に応じて実施する必要があるとしている。そのためには、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ことや、企業経験者によるキャリアアドバイザーの配置、教員のカウンセリング能力の向上等による進路に関するガイダンス、カウンセリング機能の充実を初等中等教育及び高等教育において進めていく必要がある。その際、生徒等の職業適性や興味・関心を適切に測定する方法の研究・開発を進めていくことが求められている³。

2004年1月28日には文部科学省が「キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議

1 「大学におけるキャリア教育の実践」小樽商科大学地域研究会編（2010）ナカニシヤ出版 pp3
 2 「21世紀の大学像と今後の改革方策について－競争的環境の中で個性が輝く大学－」大学審議会（1998）
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/12/daigaku/toushin/981002.htm（2010年12月30日 23：00）
 3 「初等中等教育と高等教育との接続の改善について（答申）」中央教育審議会（1999）
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/12/chuouou/toushin/991201.htm（2010年12月30日 23：30）

報告書～児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てるために～」を公表している。これによれば、新規学卒者に対する求人が著しく減少し、求職希望者と求人希望との不適合が拡大するという環境変化の中で、若者自身の勤労観や職業観の未熟さや職業人としての基礎的資質・能力が低下していることを指摘している。また高学歴社会の到来に伴い、若者が職業について考えたり、職業の選択・決定を先送りにするモラトリアム傾向が強まるとともに、進路意識や目的意識が希薄なまま「とりあえず」進学する若者が増加している。このような状況の下、キャリア教育を「児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てる教育」と捉え、1999年の中央教育審議会答申におけるキャリア教育の定義である「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」を踏まえて、キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議ではキャリア教育を「児童生徒一人一人のキャリア発達を支援し、それぞれにふさわしいキャリアを形成していくために必要な意欲・態度や能力を育てる教育」としている。さらに、キャリア教育においては、キャリア発達を促す指導と進路決定のための指導とが系統的に調和を取って展開されるべきであるとしており、適合とともに集団生活に必要な規範意識やマナー、人間関係を築く力やコミュニケーション能力など、適応にかかる幅広い能力の形成の支援を重視すべきことが指摘されている。このキャリア教育推進のための施策としては、インターンシップや職場体験などがあげられている⁴。

また2008年12月24日に発表された中央教育審議会による「学士課程教育の構築に向けて（答

申）」では、キャリア教育を「生涯を通じた持続的な就業力の育成を目指すものとして、教育課程の中に適切に位置付ける」必要があることを指摘している⁵。

キャリア教育の重要性が指摘される中、本田（2009）によれば、キャリア教育は対象となる若者の「勤労観・職業観」や「汎用的・基礎的能力」を高めるという政策的意図に沿った結果をもたらすよりも、そうしたプレッシャーのみを強めることによって若者の不安や混乱を増大させてきた可能性が高いことを指摘している。望ましい「勤労観・職業観」や「汎用的・基礎的能力」の方向性を示すだけではなく、それを実現するための具体的手段を提供することが必要である。そのためには、単発的・断片的な職場体験や講演会ではなく世の中の現実についてのリアルな認識や実感を得られるプログラムが必要になる⁶。

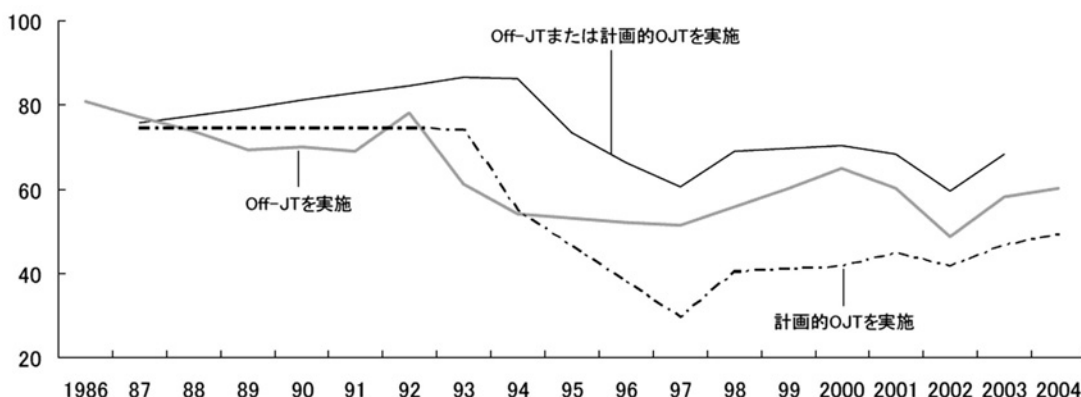
また、企業側の状況の変化も大学におけるキャリア教育のあり方に影響を与えている。図表Ⅱ-1に示した平成19年版 国民生活白書のデータによれば、1990年代以降は職場での計画的な職業訓練の実施率が低下している。これはつまり、企業側で採用後に人材を育成する余裕がなくなってきたと考えられることができる。見方を変えれば、これまでは企業において実施してきた教育の一部について、大学を含む高等教育機関で実施することを求められているということである。この場合、企業側が高等教育機関に期待する教育とは、勤労観や職業観にとどまらず、課題発見・解決能力に代表される社会人としての基礎的能力の育成に及んでくると考えられる。

4 「キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議報告書～児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てるために～」 キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議（2004）

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/023/toushin/04012801/002.htm（2010年12月30日 23：45）

5 「学士課程教育の構築に向けて（答申）」中央教育審議会（2008）pp18

6 「教育の職業的意義」本田由紀（2009）ちくま新書 pp134-pp160



(備考)1. 厚生労働省「民間教育訓練実態調査」(1986～98年)、「能力開発基本調査」(2000～2004年)により作成。
 2. 以下の調査年度は、項目ごとに調査を行っていないため、そのままつないでいる。
 (1)「Off-JTまたは計画的OJTを実施」は、1988～92年および99年
 (2)「Off-JTを実施」は、1987年、95～96年、98～99年
 (3)「計画的OJTを実施」は、1988～92年、95～96年および99年
 3. 両調査は調査方法等が異なるため、単純な比較はできないことに注意。

図表Ⅱ-1 企業の職業教育訓練実施率の推移

出所：内閣府 平成19年版 国民生活白書

2. インターンシップ

インターンシップはキャリア教育の中心的プログラムの1つである。1997年9月18日付で文部省、通商産業省、労働省から「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」が示されている。これによれば、国際化・情報化の進展、産業構造の変化など日本の社会経済の変化に伴って、人材育成の核となる大学等においては、産業界のニーズに応える人材育成の観点も踏まえ、創造的人材の育成を目指して教育機能の強化に努めているが、その一環として産学連携による人材育成としてのインターンシップに注目している。ここではインターンシップを「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」と定義している。このインターンシップの意義としては、アカデミックな教育研究と社会での実地の経験を結びつけることが可能となり、大学等における教育内

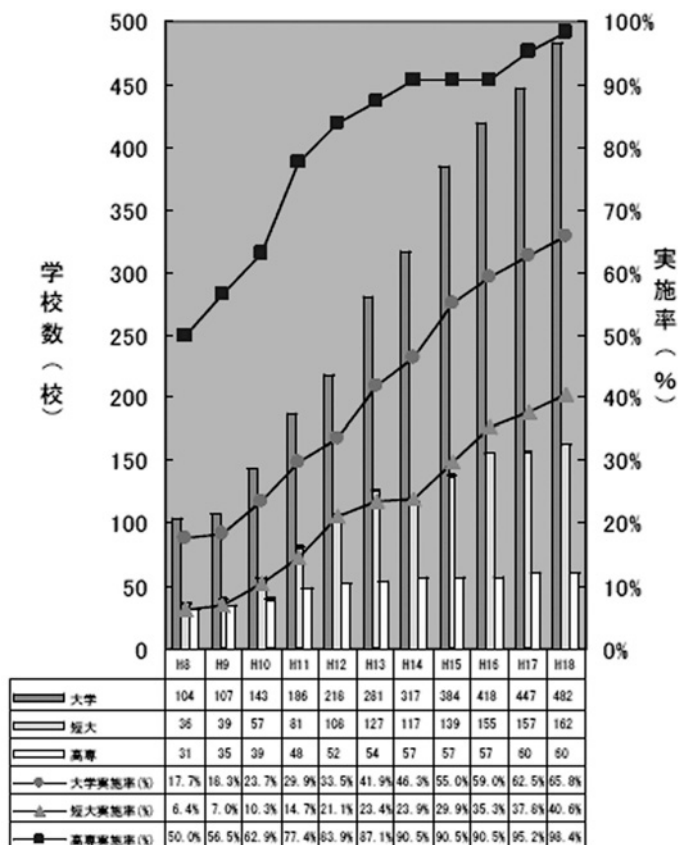
容・方法の改善・充実に繋がること、さらに学生の新たな学習意欲を喚起する契機となることをあげている。インターンシップは、企業にとっては大学等の教育機関に対して、新たな産業分野の動向を踏まえた産業界等のニーズを伝える機会でもあり、さらに企業の実態について学生の理解を促す契機にもなると指摘している⁷。

文部科学省が実施した「大学等における平成18年度インターンシップ実施状況調査について」によれば、インターンシップの実施率は毎年着実に上昇しており、平成18年では482校の大学でインターンシップが実施されている(図表Ⅱ-2)。インターンシップの実施時期としては夏季休暇中が最も多く、期間としては2週間程度の職場体験的なインターンシップが中心となっている。

企業側から見ると、インターンシップの受け入れについては企業側の負担が大きいといった

7 「報道発表資料本文 インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」平成9年9月18日 文部省 通商産業省 労働省 <http://www.meti.go.jp/press/olddate/industry/r70918a2.html> (2010年12月31日 20:00)

実施校・実施率の推移



図表Ⅱ-2 大学等におけるインターンシップの実施状況

出所：文部科学省「大学等における平成18年度インターンシップ実施状況調査について」

理由から必ずしも肯定的に捉えているとは言い難い状況がある。また期間も2週間程度では学生に担当させることができる仕事にも限界があり、実務能力を高めるところまで学生を指導することは難しい。そのような中でサービス業等を中心に、3カ月～6ヶ月間といった長期インターンシップを実施する例も見られる。

2003年6月に文部科学省、厚生労働省、経済産業省によって発表された「若者自立・挑戦プラン」においては、若者のフリーター化や若年層の高い失業率を低下させるための施策としてのインターンシップが取り上げられ、より一層

の企業の協力が求められている。同時に教育界においても、勤労観・職業観の醸成の重要性をより一層認識するとともに、産業界、地域社会との連携が必要である旨が明記されている。

NPO法人ETICでは、ベンチャー企業を中心にプロジェクト型の長期インターンシップを企画し運営している。プロジェクト型の長期インターンシップとは、実際に企業が直面している課題を解決することを目的に、その企業の中にプロジェクトチームを立ち上げ、学生はそのプロジェクトチームの一員として参加してインターンシップを行うというものである。設定される課題の例としては、新規事業やサービスの企画開発、新商品の販促方法の検討など様々な分野に渡っている。このインターンシップはプロジェクト型で実施されるため、3カ月～6ヶ月間の設定された期間内で必ず成果を上げなければならない。またテーマも企業の経営課題に直結しているので、非常に実践的な内容となる。これにより実務能力を高める効果はかなり期待できる。しかし一方で、設定された期間内で必ず成果を上げるためにはインターンシップといえどもかなりの負荷が強

いられることになる。ETICによれば、インターンシップ期間中はインターンシップ生は週に最低でも3日間はプロジェクトチームの活動に参加しなければならない。夏休みなどの長期休暇期間であれば十分に可能であると考えられるが、学期が始まった後も平日に3日以上プロジェクトチームの活動に参加するとなると、他の単位の取得に支障をきたすなどの問題が生じる可能性が高い。

また、2005年12月に社団法人国立大学協会教育・学生委員会が発表した「大学におけるキャリア教育のあり方」によれば、インターンシッ

ブは実践的学習の側面からその役割を果たしてきているが、大学教育の家庭や就職相談、インターンシップなどを知識・理論の面から統合する役割を果たす講義科目、キャリア教育独自の講義科目の組織化が求められていることを指摘している⁸。江藤（2007）によれば、直接五感によって得られる体験的な活動を単なる体験レベルから啓発的な経験に移行させるためにも「気づき」を支援する学習が「キャリア教育」を実践する上でも必要であることを指摘している。更にインターンシップにおいても、実習前の事前学習段階から「気づき」を支援するキャリアサポートを行い、実習後は体験を今後のキャリア形成につながる経験に移行させる実習後学習が重要であるとしている。これにより、インターンシップを単なるイベント体験に終わらせるのではなく、「キャリア教育」として体系的・組織的なカリキュラム展開と学習における「気づき」の支援という両輪の取り組みが必要であることを指摘している⁹。

太田（2007）によれば、インターンシップを学生の参加意識と企業の参加意識で分類した場合、学生の参加意識と企業の参加意識が両方とも高い「ベストマッチ型」のインターンシップは技術志向型の中小企業、ベンチャー企業に多いことが指摘されている。ベンチャー企業の多くは輸入商社、旅行代理店、情報関連の中小企業であり、インターンシップの実施に際して、商品開発面で学生のあたらしい発想を期待しているケースが多い。こうしたベンチャー企業は経営者協会、商工会議所、NPO法人ETIC、大学などと提携している公募型に多く存在する。学生の満足度を向上させる要因としては、①充実した実習業務プログラムの提供や実習生仲間との交流促進に対して企業努力がはらわれている

こと、②企業の顧客志向の姿勢、企業を構成する人材、企業文化などがインターンシップ実習生に前向きな好ましい影響を与えたこと、③学生自身の積極的で真摯なインターンシップの取り組み姿勢があったことなどが複合していることがあげられている。これらの要因を兼ね備えたインターンシップとしては課題解決型インターンシップが考えられる。インターンシップを通じて、職場等における問題発見能力、コミュニケーション能力に基づくサービス提供力、課題解決能力などを求め、それに対して結果を出すことがインターンシップ生の満足度を高めることに寄与しているのである¹⁰。

インターンシップの効果を高めるためには、短期的な実習・見学型では限界が生じてしまう。前述したインターンシップの定義である「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」に基づいて考えると、実務知識を学ぶとともに実務能力を高めるためには、やはり中長期間に渡る実務経験とともに、それを学生の中に定着させるための事前・事後教育は不可欠である。しかし一方で、長期間のインターンシップを実施するとすると他の科目の履修問題が生じてしまうため、ウィークデーに3日以上職場実習を行える学生は卒業単位を早期に取得した学生などに限られてしまうことになる。これを解決するためには土日を活用することが考えられるが、その場合はサービス業や販売業など土日に稼働している業種が中心となってしまう、学生の将来のキャリアから偏りが生じてしまうこととなる。さらに長期間に渡って学生の指導を行う企業側の負担を考えると、一つの職場に大勢の学生を派遣することは現実的ではなく、派遣先をどのように確保するかといった問題も生じることになる。

8 「大学におけるキャリア教育のあり方 - キャリア教育科目を中心に」 社団法人国立大学協会教育・学生委員会（2005）pp6

9 「インターンシップとキャリア 産学連携教育の実証的研究」高良和武監修 石田宏之、太田和男、古閑博美、田中宣秀編 学文社（2007）pp47

10 「インターンシップとキャリア 産学連携教育の実証的研究」高良和武監修 石田宏之、太田和男、古閑博美、田中宣秀編 学文社（2007）pp157-pp162

インターンシップによるキャリア教育効果を高めるためには、大学側においてこれらの問題点を解決し、希望する学生を幅広く受け入れるための仕組みの構築が必要である。そのためには、在学型でありながら「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」ができるインターンシップの仕組みづくりが求められるのである。

3. 社会人基礎力

2005年7月に経済産業省において「社会人基礎力に関する研究会」が発足した。これは若年層に不足が見られる「仕事の現場で求められている能力」の育成に関する検討を目的としたものである。この検討結果を踏まえ、2006年2月に「職場や社会の中で多様な人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力」として社会人基礎力の概念が発表された。

大分類	能力	能力の内容(下段は行動例)
 前に踏み出す力 (アクション)	主体性	物事に進んで取り組む力 指示を待つのではなく、自らやるべきことを見つけて積極的に取り組む
	働きかけ力	他人に働きかけ巻き込む力 「やろうじゃないか」と呼びかけ、目的に向かって周囲の人々を動かしていく
	実行力	目的を設定し確実に行動する力 自ら目標を設定し、失敗を恐れず行動に移し、粘り強く取り組む
 考え抜く力 (シンキング)	課題発見力	現状を分析し、目的や課題を明らかにする力 目標に向かって、自ら「ここに問題があり、解決が必要だ」と提案する
	計画力	課題に向けた解決プロセスを明らかにし、準備する力 課題の解決に向けた複数のプロセスを明確にし、「その中で最善のものは何か」を検討し、それに向けた準備をする
	創造力	新しい価値を生み出す力 既存の発想にとらわれず、課題に対して新しい解決法を考える
 チームで働く力 (チームワーク)	発信力	自分の意見をわかりやすく伝える力 自分の意見をわかりやすく整理した上で、相手に理解してもらうように的確に伝える
	傾聴力	相手の意見を丁寧に聴く力 相手の話しやすい環境をつくり、適切なタイミングで質問するなど相手の意見を引き出す
	柔軟性	意見の違いや立場の違いを理解する力 自分のルールややり方に固執するのではなく、相手の意見や立場を尊重し理解する
	状況把握力	自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力 チームで仕事をすると、自分がどのような役割を果たすかを理解する
	規律性	社会のルールや人との約束を守る力 状況に応じて、社会のルールにのっとって、自らの発言や行動を適切に律する
	ストレスコントロール力	ストレス発生源に対応する力 ストレスを感じることがあっても、成長の機会だとポジティブに捉えて肩の力を抜いて対応する

図表Ⅱ-3 社会人基礎力 出所：社会人基礎力.net 「社会人基礎力とは」¹¹

11 社会人基礎力.net https://www.kisoryoku.net/about_society/index.html (2011年1月4日 11:30)

社会人基礎力とは、「前に踏み出す力」、「考え抜く力」、「チームで働く力」という3つの力とそれらを構成する12の具体的能力要素から構成されている（図表Ⅱ-3）。

「社会人基礎力 育成の手引き」によれば、社会人基礎力とは行動様式や思考様式であり、これは外部の場面・状況などと具体的に関わりそこでの経験や獲得した知識を操作し構造化する中で形成されていくと考えられている。さらに社会人基礎力は、その課題や場面や状況に関与したことで得られる満足感、自分の経験や知識を活用してそれを成し遂げたときの達成感などを通して育まれるものである。この満足感や達成感、次にそれに似た課題や場面や状況に対峙したときの適切な思考や行動を可能にするものである。又より困難な状況を乗り越えて創造的な活動がなされる経験も有効である。

これらを実践するためには、参加・問題解決・知識活用型の授業が最も効果が高いとされている。特に、企業などの外部の立場の人から仕事や課題を依頼してもらいプロジェクト形式で問題解決に当たることにより、学生は他人からの期待に応えるという自尊感情を高め、期日までに成果を上げることで高い達成感を味わうことが可能になると考えられる。さらに実社会で企業が直面している問題を取り上げ、その解決策を考える過程において大学の講義で学んだ知識を実際に活用することで、これまで学んできた知識を再整理するとともに、知識の活用方法を体得することができるようになる。

Ⅲ. 大学での取り組みについて

1. 先行大学での取り組み事例

大学におけるキャリア形成教育の動向を踏まえて、先行大学におけるキャリア形成教育の取り組み事例を述べる。先行事例として、小樽商

科大学で実施している「地域連携キャリア開発プログラム」と大阪大学大学院工学研究科の「社会人基礎力講座」を取り上げる。これらの事例はいずれも、大学における演習形式でありながら、実社会や企業との連携の中で運営されており、社会人基礎力の3つの力の育成に高い効果を発揮していると考えられる。

(1) 小樽商科大学 「地域連携キャリア開発プログラム」¹²

小樽商科大学で実施している「地域連携キャリア開発プログラム」は、大津（2010）によれば2年次生を対象としたキャリア教育科目であり、1年次生対象の大規模講義型のキャリア教育科目の応用・発展的段階であると同時に、3年次以降に学生が個別に取り組む課題解決型インターンシップへの橋渡しの段階として位置付けられている。プログラムの内容は①現実の社会との関連を重視した課題、②少人数グループによる演習形式、③課題発見・課題解決およびプレゼンテーションを重視した指導方針を採用している。

「地域連携キャリア開発プログラム」は、包括連携協定先である小樽市との協働によって実施されている。小樽商科大学の地域共同研究センターであるビジネス創造センターが、連絡・調整、および実質的なマネジメントを担当している。

1) 開講形式

「地域連携キャリア開発」は2年次の2単位科目である。名目上は通年不定期開講であるが、実質的には夏期休業期間を挟んだ5月から11月に開講され、期間中に90分×2コマ10回程度をグループ演習に充て、これ以外に半日程度の見学会1回と発表会を3回行い、さらに各グループの進捗にあわせて随時個別の指導を行っている。

2) 履修学生

40名程度を上限とし、全学から募集する。希

12 「地域連携キャリア開発プログラム」については、「大学におけるキャリア教育の実践」小樽商科大学地域研究会編（2010）ナカニシヤ出版 pp51 - pp70を引用している。

望者多数の場合はレポートにより選抜する。履修学生は3名から4名で1グループを作り、最終発表までグループで活動する。

3) 実施体制

教育開発センターキャリア教育開発部門を構成する教員が複数で科目を担当する。演習実施に必要な連絡・調整については、ビジネス創造センターが事業運営を担当し、教育開発センターキャリア教育開発部門教員が各グループの演習指導と成績評価を担当する。

4) 演習課題

学生が取り組む課題は、「創造課題」と「実践課題」の2コースである。創造課題コースは、ある程度自由に課題を設定することを許容し、実践課題コースはより具体的な課題を与えて目に見える成果の具現化を目指すコースである。

初年度は2008年11月から2009年3月にかけて実施された。課題は小樽市産業港湾部観光振興室に一括して提供を依頼した。課題は「小樽観光に関する課題」を全体の共通課題とし、サブテ

マとして小樽観光の国際化、札幌圏マーケティング、地域ブランド商品創出、滞在型観光推進の4つを設定した。各々の課題とそれに対する学生からの提案内容は図表Ⅲ-1の通りである。

(2) 大阪大学大学院工学研究科 「社会人基礎力プログラム Internship on Campus」¹³

大阪大学大学院工学研究科では、11の研究室が参加する「社会人基礎力プログラム Internship on Campus」を実施している。これは研究室ごとに指導教官と関係のある研究仲間や研究室OB、共同研究者などを招き、企業内で若手への研究指導として実施していることを大学院生に対しても実施するというものである。研究の企画、企画書の作成方法、マネジメントする際に重要な観点など、企業で研究管理において使われている手法や考え方を学習し、それに則り学部4年生と大学院生が実際に自らの研究を素材として企業のトップ研究者である講師に対してプレゼンテーションを行い、コメント・評価を受

	テーマ	概要	学生による提案内容
課題1	小樽観光の国際化	増加しつつある外国人観光客のニーズに応じたハード・ソフト整備プランを検討・提案する	『外国人観光客のニーズに合わせたガイドマップの作成』 『外国人観光客のコミュニケーション支援』
課題2	札幌圏マーケティング	隣接する大都市圏を対象としたマーケティング戦略および広報戦略を検討・提案する	『小樽のクリスマスを盛り上げる』 『小樽でビア樽ワイン樽』
課題3	地域ブランド商品の創出	地場産業の活性化に繋がる観光ブランド商品・ブランド力強化策を企画・提案する	『和のタルトを小樽スイーツに』 『小樽のご当地料理』
課題4	滞在型観光の推進	通過型観光から時間消費型観光への転換をねらいとしたイベント等を企画・提案する	『小樽に長くいてもらうためのプラン設計』 『携帯サイトで小樽の魅力を発信する』

図表Ⅲ-1 初年度のテーマ、概要、学生による提案内容

出所：「大学におけるキャリア教育の実践」pp56-pp59に基づき筆者作成

13 「社会人基礎力プログラム Internship on Campus」については、「社会人基礎力育成の手引き」pp172-pp195を引用している。

けるというものである。プレゼンテーションの準備から実施までの一連のプロセスの中で、主体性ととも「考え抜く力」、特に「課題発見力」を鍛え上げることができる。

このプログラムの特徴は、産業界支援のプログラムでありながら、企業から新たな課題を出してもらったりプロジェクトのファシリテートをしてもらったりなどといった手間をかけさせず、既に学生が実施している研究に対して企業人という外部の視点で評価し、コメントしてもらうという方法をとっていることである。このようなシンプルな方法であっても、外部の視点が入るだけで高い教育効果が得られることが実証されている。

主な教育内容は、企業人による学生が行うプレゼンテーションに対する指導となる。プレゼンテーションは、ターゲットを専門家、素人などに分けて想定して実施するといった工夫が盛り込まれている。学生が実施したプレゼンテーションに対して企業人が質問やコメントをするのである。このプレゼンテーションを通じて、学生は自分の研究が伝える相手にとって持つ意味や価値、立場の違う相手をどうやって引き付けるか、自分はなぜこの研究を行うのか、といった問題に自ら気づき、学習していく。

このプログラムに参加している尾崎雅則教授によれば、大学における教育は「大学教員が聞いてあげて、おしえてあげる」というスタンスである。「相手を説得し、自分自身を売り込む」という、企業では当たり前の感覚を大学では持ち合わせていないため、そのような指導は教員では行えないと感じたという。これは今までの大学教育に欠けていた部分であるとも述べている。この「相手を説得し、自分自身を売り込む」という活動を理解することを通じて学生が主体性を身につけることができるのである。

(3) 先行大学の取り組み事例に基づく洞察

小樽商科大学の事例によれば、①現実の社会との関連を重視した課題、①少人数グループに

よる演習形式、②課題発見・課題解決およびプレゼンテーションという要素を盛り込んだプログラムは社会人基礎力の育成には高い効果があることが明らかとなっている。また、大阪大学大学院工学研究科の事例で示す通りこのようなプログラムを実施する際に大学教員だけで指導するのではなく、実際の企業人が関わることで実社会の視点を持ち込むとともに新たな緊張感の中でプログラムを運営することで、学生自身の人間的成長につなげることも可能であると考えられる。

一方でこのようなプログラムを実施するためには、課題発見のための基礎的知識を学生が習得しておくことは必須である。両大学の事例は「アウトプット」に重点をおいたプログラムとなっている。しかし課題発見・解決に必要な基礎的知識を習得する「学び」のプログラムと、学んだことを実際に活用するための「アウトプット」のプログラムを連続的に行うことで、大学での学びを実社会でいかに活用するかを体得することができる。さらに本プログラムに限らず、他の科目に対する「大学での学びとは何か」を改めて学生に考えさせることにもつながることとなる。

以上の検討を踏まえ、文教大学国際学部において社会人基礎力を養成するためには、他大学事例のように演習部分のみを強化するのではなく、「学び」と「演習」を連続して行えるプログラムを導入することが必要であると考えられる。

2. 文教大学国際学部におけるキャンパス・インターンシップ（仮称）構想

(1) キャンパス・インターンシップ（仮称）のプログラム概要

先行研究及び他大学の先行事例を踏まえて、文教大学国際学部におけるキャンパス・インターンシップ（仮称）のプログラム概要について述べる。学生に社会で通用する能力を身につけさせるためには、実際の経験を通じた学習が不可欠である。自ら課題を発見し、それに対する

解決策を考えるとともに、それをグループ・ワーク形式で実施することにより、計画力とコミュニケーション能力を高めることが可能である。これらを実施するための題材としては、机上の題材ではなく実社会の具体的な事例を用いた方が高い効果を得ることができる。キャンパス・インターンシップは以上の要件を備えた新たなプログラムとして、学生の社会人基礎力育成に資することを目標とする。

キャンパス・インターンシップ（仮称）プログラムの概要を以下の図Ⅲ-2に示す。

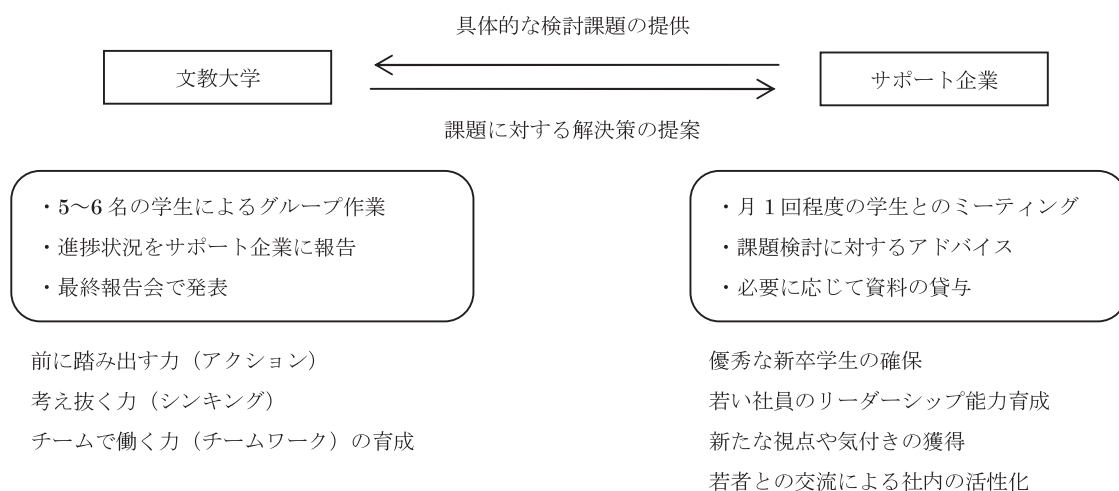
本プログラムでは、サポート企業より具体的な検討課題を提供してもらい、それに対して学生が解決策を提示する、という形で進んでいく。プログラムは半期2単位の科目を想定しており、実施期間は3カ月程度である。

具体的な進め方としては、学生は5～6名からなるグループをつくりグループワークを実施していくことになる。企業からの課題に対する制約は特に設けないが、実際に作業を進める上で学生がその課題をイメージしやすいものの方が好ましい。例えば、顧客の満足度を上げるための施策の検討、20代の若者の来店率を上げるための施策検討といったサービスや接客改善課

題に関わるもの、新たな観光商品の開発、地域の特産品を用いた商品開発、新しい地域イベントの立案といった企画型の課題、新商品の販売方法・プロモーション方法の立案といったマーケティングに関する課題など、基本的にはB to Cに関する課題が実施しやすいと考えられる。

企業から与えられた課題に対する解決策を考える場合、単なる思い付きでは意味がない。企業から与えられた課題から本質的な問題点を抽出し、それに対する解決策を論理的に考えてこそ価値があるのである。論理的な思考のために必要な知識やフレームワークについては、講義方式で学生に教えることとなる。

課題を提供する企業は、最初の課題を提示する際にその課題の背景について説明を行う。これは、学生が課題を具体的にイメージできるようにするために実施するものである。この説明を踏まえ、学生はグループワークの中で、講義で学んだ知識やフレームワークを使い課題解決の方法を検討することとなる。課題検討の進捗状況については、企業と学生グループの間で月1回程度の進捗会議を開催して学生が企業に対して報告を行う。学生の報告に対して、企業の担当者は方向修正を行ったり、更なる検討のた



図表Ⅲ-2 プログラム概要

出所：筆者作成

めのアドバイスを与えたりすることとなる。さらに、検討開始から2カ月後には中間発表会を開催する。中間発表会では他のグループの検討状況を知ることができ、また教員や他の学生からの意見も得ることができる。

中間発表以降は中間発表でのコメント・意見を踏まえて最終報告会に向けて具体的な課題解決策の検討を実施していくこととなる。中間発表以降も必要に応じて学生グループは企業に対する進捗報告等を行いながら、グループワークを進めていく。最終発表では、グループ毎に課題に対する解決策案を企業に対してプレゼンテーションする。

キャンパス・インターンシップ（仮称）プログラムスケジュールを図表Ⅲ-3に示す。

本プログラムでは、企業への進捗報告の打ち合わせを実施する場合の先方とのアポイントの取得、打ち合わせ書類の準備等は全て学生が直接企業に対して実施することとする。課題に対する解決策の検討のみならず、アポイントの取得を含めたすべてのプロセスを自分達で計画して実施することで、相手の協力を得るためにはどうすべきなのか、何をどのように伝えれば相手は自分たちのために動いてもらえるのか、などを体験的に学ぶことができる。例えば、メールの書き方、面談目的の伝え方などが不十分であれば、当初目的を達成することもできないであろう。このようなことは本を読んだり、他人から言われたりしても「当たり前のこと」と解釈されがちであるが、いざ自分自身でやってみ

ると上手く行かないことが多い。このように体験からしか学べないことが社会人に必要な主体性、働きかける力、実行力、発信力を養うためには重要である。

(2) キャンパス・インターンシップ（仮称）プログラムの協力企業のメリット

本プログラムに協力していただける企業を募る場合、協力する企業にとっても何らかのメリットがあることが前提である。本プログラムに協力する企業のメリットとしては、①社内若手人材のリーダーシップ育成、②新たな視点や気づきの獲得、③若者との交流による社会の活性化、④優秀な新卒学生の確保、などがあげられる。

まず①社内若手人材のリーダーシップ育成である。本プログラムの実施期間中に、学生と企業の間での進捗報告会が開催される。進捗報告会では、学生からこれまでの検討結果が報告され、それに対して企業側が適宜アドバイスを与えたり、検討の方向性を修正したりする。この指導の役割を協力企業の若手社員が実施することにより、将来部下を持つ立場になった場合の仕事の進め方を体験することができる。学生に対して、新たな気づきを与えるとともに作業に対するモチベーションを高め、また期限内にアウトプットが出せるように指導するということは、実際に部下を持った場合に直面することである。これを事前に体験しておくことは、若手社員が自ら身につけるべき能力に気づき、あらたな自発的学習を促すためにも有効である。こ

講義回数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ガイダンス	■														
課題の説明	■														
講義							>								
グループワーク														>	
企業への進捗報告				■								■			
中間発表会								■							
最終発表会															■

図表Ⅲ-3 キャンパス・インターンシップ（仮称）プログラムスケジュール

出所：筆者作成

れにより、若手社員のリーダーシップ育成に資することも可能である。

②新たな視点や気付きの獲得であるが、これは学生が固定概念に縛られない自由な発想を持ち込むことにより、これまで社内で慣例的に行われていたこと、前例に従って考えていたことを改めて見直す機会につながる、ということである。これは③若者との交流による社内の活性化につながる部分でもある。

最後の④優秀な新卒学生の確保であるが、学生の就職先選定において、実際に就職後に従事する仕事の内容を理解できているかは重要な要因である。さらに、企業の名前や規模に左右されるのではなく、仕事本位で就職先を選ぶことは学生と企業にとって早期離職等を防ぐためにも必要である。

以上のことから、キャンパス・インターンシップを行うことが、学生にとってはもとより企業にとってもメリットの多い方法であると言える。そこで、第IV章では、キャンパス・インターンシップに対する企業の関心度、企業が学生に望む能力ならびに社会人基礎力について、アンケート調査を行うことで明らかにしたい。

IV. 大学におけるキャンパス・インターンシップ（仮想）構想についての企業の考えと学生に望む能力について

1. 目的

大学におけるキャンパス・インターンシップ（仮想）構想（以後キャンパス・インターンシップと記載する）に対する企業の考えや興味、ならびに企業が学生へ望む能力について明らかにすることを目的とする。

2. 方法

(1) 調査対象企業と手続き

2010年12月8日（51社参加）、12日（39社参加）に開催された文教大学湘南キャンパスのキャリア支援課主催合同企業説明会に参加した企

業に対して質問紙に回答を求めた。46社から回答があり、有効回答数は45であった。

(2) 使用した質問紙

1) キャンパス・インターンシップが実施された場合の企業としての興味

キャンパス・インターンシップが実施された場合、サポート企業となることに興味があるかどうか、その興味の有る無しについてたずねた。

2) キャンパス・インターンシップに興味を持った理由

キャンパス・インターンシップになぜ興味をもったかその理由について計5項目の質問項目（①学生と一緒に活動したい、②学生が出てくるアイデアを知りたい、③若い世代が考えている内容を知りたい、など）を作成し、それらに回答を求めた。

3) 学生に検討させてみたい課題

課題として学生に検討させてみたいテーマ（①市場調査、②顧客満足度調査、③新商品企画、など）8項目について回答を求めた。

4) キャンパス・インターンシップの際の学生との打ち合わせの日時

キャンパス・インターンシップに協力してもらった際に、学生との打ち合わせに最も都合の良い曜日・時間帯について回答を求めた。複数回答を可とした。

5) キャンパス・インターンシップを行う際の問題点

キャンパス・インターンシップを行う際の問題点となることについて4項目（①学生を指導する人材の確保、②学生と打ち合わせを行う時間の確保、③学生と打ち合わせを行う場所の確保、④学生に提供する課題の決定）に回答を求めた。

6) 参加する学生が事前に身につけておくべき能力について

キャンパス・インターンシップに参加する学生が事前に身につけておくべき能力について計12項目（①論理的に他人にわかりやすく自分の考えを説明できること、②問題を解決するため

に必要な情報を考え、収集することができる、など)を作成し、回答を求めた。項目⑩(きちんとした電話応対ができること)は項目回答欄不備のため、項目から削除した。その結果11項目を分析対象とした。

7) 大学あるいは学生が実施すべきこと

キャンパス・インターンシップが実施された場合、大学あるいは学生どちらかが実施すべきかについて4項目(①中間報告会や最終報告会の日程調整・連絡、②貴社見学会やヒアリングの日程調整・連絡、③企業からの貸与書類の受け取りや返却、④大学で実施すべきことについての自由記述など)に回答を求めた。

8) キャンパス・インターンシップに対する興味がない理由

1) キャンパス・インターンシップが実施されたとき、サポート企業になることに興味があるか無いか「ない」と回答した企業に、キャンパス・インターンシップに興味がない理由について4項目(①仕事が忙しく、学生の指導をする時間を確保することが難しい、②予定が組めず、先の日程まで約束することができない、など)に回答を求めた。

9) 社会人基礎力の12の能力要素で重要だと思われる能力について

社会人基礎力の12の能力要素、①主体性(物事に進んで取り組む)②働きかけ力(他人に働きかけ巻き込む力)、③実行力(目的を設定し確実に行動する力)、④問題発見力(現状を分析し目的や課題を明らかにする力)、⑤計画力(課題の解決に向けたプロセスを明らかに準備する力)、⑥創造力(新しい価値を生み出す)、⑦自分の意見をわかりやすく伝える力(発信力)などの重要度について回答を求めた。

10) キャンパス・インターンシップが実施された場合の文教大学に対する要望について

上記の内容について、自由記述で回答を求めた。

11) 企業について

業種、従業員数、所在地について回答を求め

た。対人対応が多いと思われる業種(サービス業、小売・卸、金融など)であるサービス業23社、それ以外の業種20社であった。従業員数については、従業員数500人以下の企業が21社、従業員数500以上の企業が24社であった。

なお2) 5) 6) 8) 9) の回答方式はそれぞれ“全く当てはまらない(1)”から“非常に当てはまる(5)”までの5件法とした。

3. 結果と考察

(1) キャンパス・インターンシップへの企業の興味について

1) キャンパス・インターンシップへの企業の興味の有無について

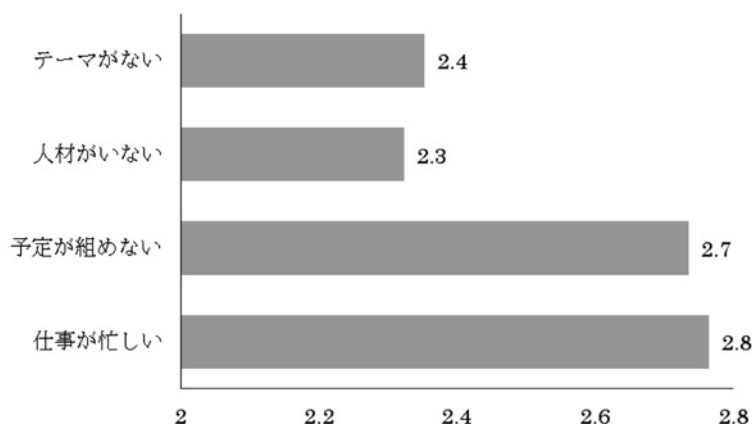
興味があると回答した企業は9社であり、興味なしが36社であった。興味なしの企業が多いという結果からは、企業への興味を喚起するためには、キャンパス・インターンシップの内容並びにそれを実現することでどのようなメリットが企業にあるかなど企業への十分な説明が必要であることが示されている。

2) キャンパス・インターンシップに対する興味がない理由

キャンパス・インターンシップに興味がない企業にその理由をたずねた。その結果、①仕事が忙しく、学生の指導をする時間を確保するのが難しい(仕事が忙しい)、②予定が組めず、先の日程まで約束できない(予定が組めない)、④学生に提供するテーマが浮かばない(テーマがない)、③学生を指導したり、共同作業をしたりする人材がいない(人材がいない)、の順であった(図表IV-1)。この結果から、企業が日常の業務が忙しく、実際にキャンパス・インターンシップに時間を割くことが難しいことが明らかとなった。

(2) キャンパス・インターンシップに興味を持った企業について

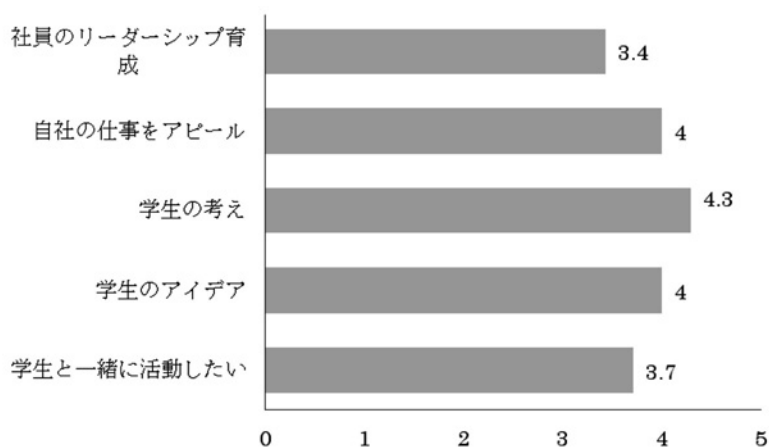
1) キャンパス・インターンシップに興味を持った理由と学生に検討させたいテーマ



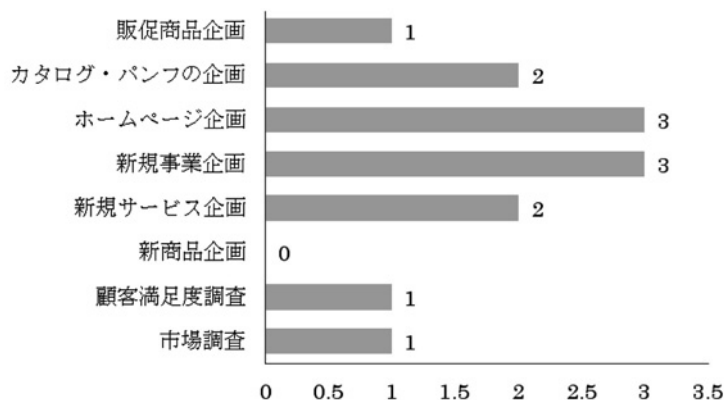
図表Ⅳ-1 キャンパス・インターンシップに興味がない理由

キャンパス・インターンシップについて興味を持った理由として、③若い世代が考えている内容を知りたい（学生の考え）、②学生が出してくるアイデアを知りたい（学生のアイデア）、④優秀な学生に対して、自社の仕事や良さをアピールしたい（自社の仕事をアピール）などの理由を高くあげていることが明らかになった（図表Ⅳ-2）。また、学生に検討させたいテーマとして、⑤新規事業企画、⑥ホームページの企画がもっとも高く、次に、④新規サービス企画、⑦カタログ・パンフレットの企画、という順で

希望が多いという結果であった（図表Ⅳ-3）。これらの結果からは企業が学生と一緒に活動することで、学生の考えやアイデアを知り、それらを新規事業企画やサービスに生かしたいこと、加えてそれらを新しい形で情報ツールに載せていきたいという気持ちがあることが示されている。また、これらの理由はキャンパス・インターンシップを実施した際の企業側のメリットとしてあげている②新たな視点や気づきの獲得、③若者との交流による社会の活性化（図表Ⅲ-2）と一致している。



図表Ⅳ-2 キャンパス・インターンシップに興味を持った理由



図表Ⅳ-3 キャンパス・インターンシップで学生に検討させたいテーマ

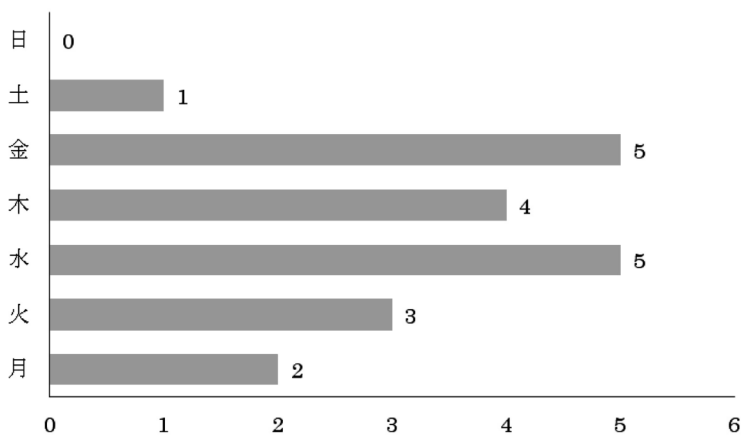
2) 学生との打ち合わせの日時

学生との打ち合わせの日時については、金曜日（5社）、水曜日（5社）、木曜日（4社）をあげていた（図表Ⅳ-4）。時間帯としては、17:00-19:00（4社）、15:00-17:00（4社）があがっていた。週末明けの月曜日は企業が会議を行うことが多いことや午前中は打ち合わせなどがあることから、このような結果となったと推測できよう。週の前半や就業時間の早い段階で日常業務をこなし、その後、キャンパス・インターンシップという新しい試みに時間を使いた

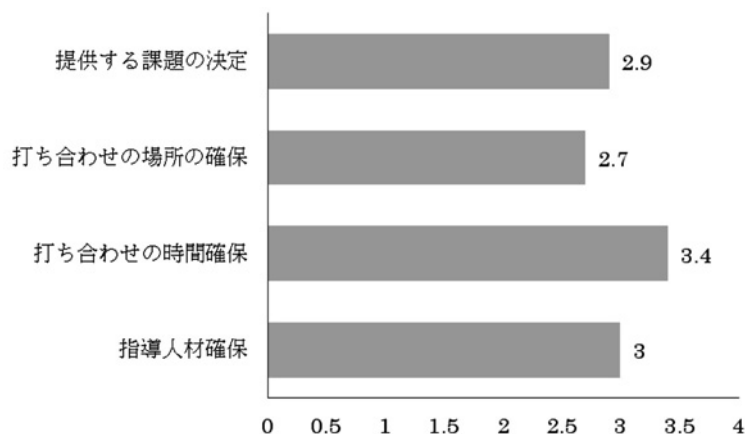
いという気持ちなのであろう。

3) キャンパス・インターンシップを行う際の
問題点

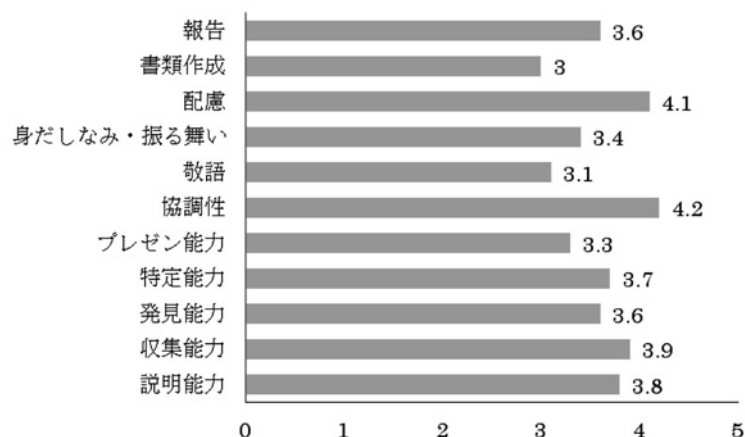
キャンパス・インターンシップを行う際の問題点については、②学生と打ち合わせを行う時間の確保（打ち合わせの時間の確保）、①学生を指導する人材の確保（指導人材確保）、④学生に提供する課題の決定（提供する課題の決定）、③学生と打ち合わせを行う場所の確保（打ち合わせの場所の確保）の順であげられていた（図表Ⅳ-5）。企業が限られた時間と人材の中でも



図表Ⅳ-4 学生との打ち合わせを希望する曜日



図表Ⅳ-5 キャンパス・インターンシップを行う際の問題点



図表Ⅳ-6 参加する学生が事前に身につけておくべき能力

キャンパス・インターンシップを行いたいとの希望があげられていることが示されている。

4) 参加する学生が事前に身につけておくべき能力

キャンパス・インターンシップに参加をする学生が事前に身につけておくべき能力として、⑥グループワークなどに積極的に参加し、協調性をもって作業ができること（協調性）、⑨他人に対する配慮がきちんとできること（配慮）、②問題を解決するために必要な情報を考え、収集することができる（収集能力）、①論理的に他人

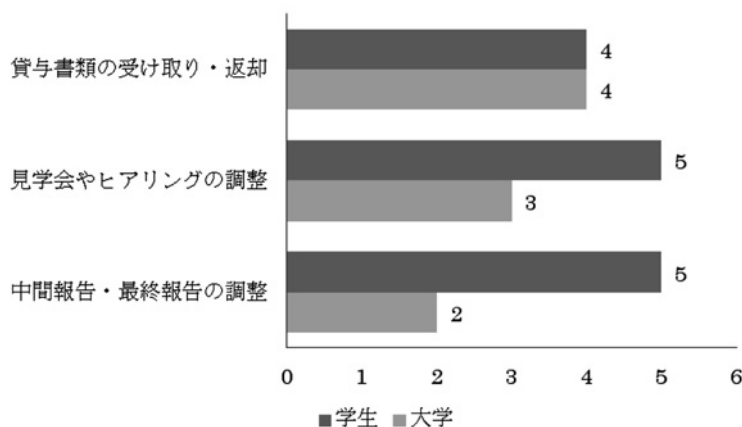
にわかりやすく自分の考えを説明できること（説明能力）の順であげられていた（図表Ⅳ-6）。グループワークなど他の人に対する配慮をもちつつ協調性をもって積極的に参加をすることが最も重要であり、その上で、問題を解決するための情報を収集しそれを論理的に説明する能力を持っていることを求めていることが明らかになった。

5) キャンパス・インターンシップが実施された場合、大学や学生が実施すべきこと
キャンパス・インターンシップが実施された

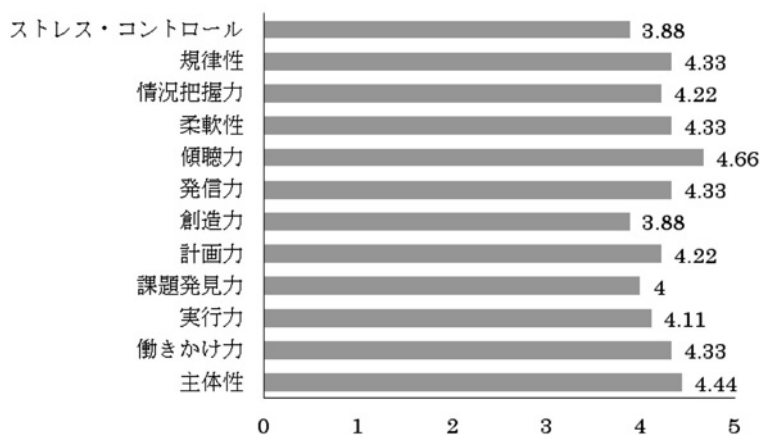
場合、大学あるいは学生が実施すべきことについては、中間報告会や最終報告会の日程調整など基本的には学生が中心になって行うべきであると、企業が考えていることが明らかになった(図表Ⅳ-7)。このことは、大学における事前学習として、企業とのやり取りなどについて学生に情報や知識を与える必要性が示唆されている。

6) キャンパス・インターンシップを希望した企業が重要だと考える社会人基礎力の12の能力要素
 社会人基礎力の12の能力要素で企業が重要だ

とあげている能力は、高い順に主な能力として、⑧傾聴力(相手に意見を丁寧に聴く力)、①主体性(物事にすすんで取り組む力)、②働きかけ力(他人に働きかけ巻き込む力)、⑦発信力(自分の意見をわかりやすく伝える力)、⑨柔軟性(意見の違いや立場の違いを理解する力)、⑩規律性(社会のルールや人との約束を守る力)などがあげられる(図表Ⅳ-8)。人の話を聴いて、自分の意見を伝えるコミュニケーション力が重要であり、自分から進んで物事に取り組み、その際に人を巻き込んで行うこと、また人を巻き込む際に



図表Ⅳ-7 キャンパス・インターンシップの実施において大学や学生が実施すべきこと



図表Ⅳ-8 企業が重要だと考える社会人基礎力の12の能力要素

は異なる意見を理解する柔軟性や、人との約束を守る力が必要であるということなのであろう。

7) キャンパス・インターンシップを希望している企業の業種と従業員数

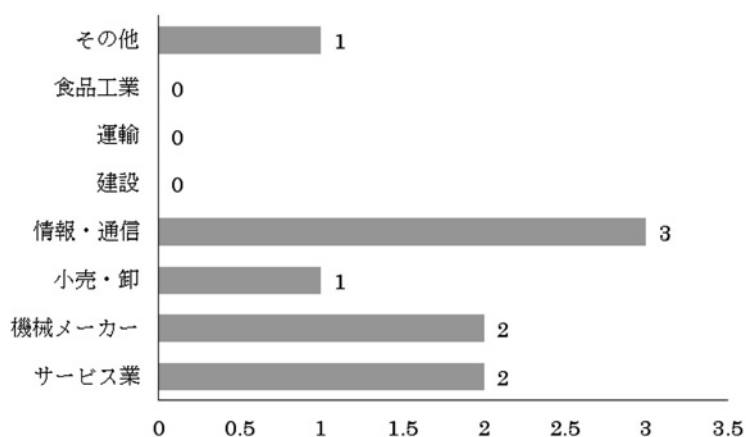
希望している企業についてその業種は、情報・通信、機械メーカー、サービス業、小売・卸、その他の順であった(図表Ⅳ-9)。情報化の進んだ現在変化への対応が最も必要ということから、情報・通信の業界がキャンパス・インターンシップの実施を望んだのであろう。企業の従業員数については、100人～500人が最も多い

という結果であり、中規模の企業が興味を持っていることが明らかになっている(図表Ⅳ-10)。

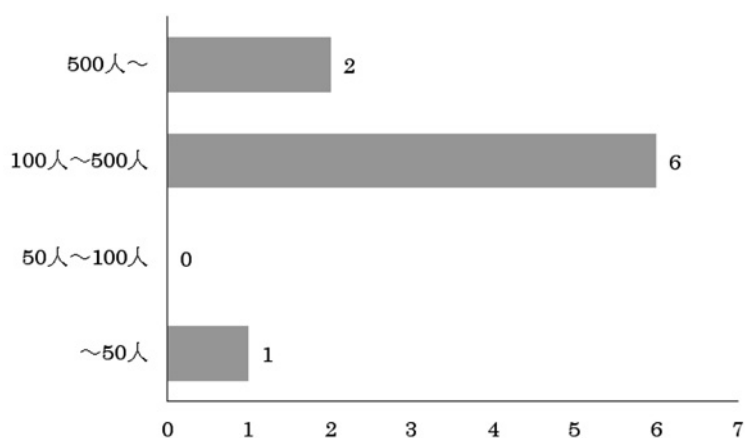
(3) 回答した全企業が社会人基礎力の12の能力要素で重要だと考えている能力

1) 企業が社会人基礎力の12の能力要素で重要だと考えている能力

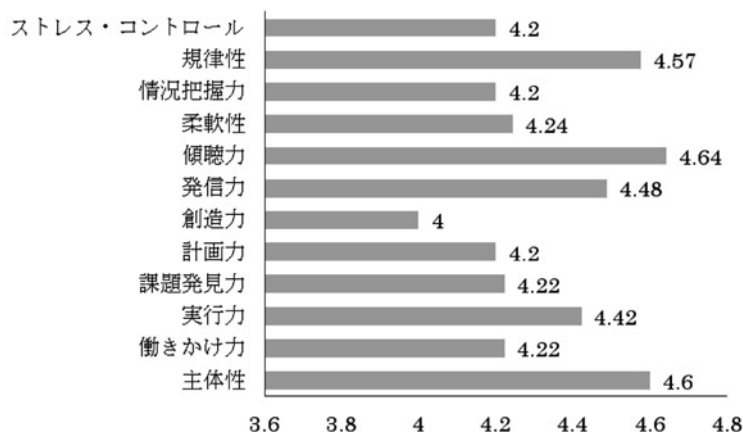
社会人基礎力について、その結果を表Ⅳ-11に示す。数値の高い順に主な能力として、⑧傾聴力(相手の意見を丁寧に聴く力)、①主体性(物事にすすんで取り組む力)⑩規律性(社会のルールや人との約束を守る力)、⑦発信力(自分



図表Ⅳ-9 企業の業種



図表Ⅳ-10 企業の従業員数



図表Ⅳ-11 企業が重要だと考える社会人基礎力の12の能力要素

の意見をわかりやすく伝える力)、③実行力(目的を設定し確実に行動する力)であった。傾聴力、主体性、規律性、発信力においてはキャンパス・インターンシップを希望する企業が重要だとしてあげた能力要素と同じ結果であった。どの企業でも学生にもってにおいて欲しいと望む能力は変わらないことが示されている。

2) 業種による違い：社会人基礎力の12の能力要素で企業が重要だと考えている能力

業種に応じて対象企業を、サービス業群、その他の群に分類した。この群で社会人基礎力の12の能力要素の平均得点を算出し、それぞれの群の企業が重要だと考えている能力の差異を明らかにするために両群の比較を行った。その結果、傾聴力(相手に意見を丁寧に聴く力)、規律性(社会のルールや人との約束を守る力)においては、サービス業群(M=4.78;M=4.74)がその他の群(M=4.45;M=4.35)より高いという結果であった($t(36.99)=2.31, p<.05; t(28.68)=1.90, p<.10$)。顧客との対応が多い職場では、顧客の話を聴くことで個々の顧客のニーズを知り、そのニーズに合わせた対応することが必要である¹⁴ことから、サービス業の企業は傾聴力を重要な

能力として考えているのであろう。また、社会のルールや人との約束を守ることは、社会人としての基本のマナーであり、とりわけサービス業では、顧客への挨拶や時間管理は重要かつ備えていなくてはならない能力の一つであるということであろう。

3) 従業員数による違い：社会人基礎力の12の能力要素で企業が重要だと考えている能力

従業員数に応じて対象企業を、大企業群、中小企業群に分類した。この群で社会人基礎力の12の能力要素の平均得点を算出し、それぞれの群の企業が重要だと考えている能力の差異を明らかにするために両群の比較を行った。その結果、働きかけ力(他人に働きかけ巻き込む力)においては、中小企業群(M=4.43)が大企業群(M=4.04)よりも高いという結果であった($t(43)=2.12, p<.01$)。従業員数が限られている企業においては、一つのプロジェクトを行う際にまわりの人を巻き込みながら行うことが重要であることから、働きかけ力が高いという結果になったと思われる。

14 『観光の社会心理学』山口一美、小口孝司編集 北大路書房 pp82

第V章 実施にむけての課題

キャンパス・インターンシップ（仮想）の構想について企業に対して質問紙調査を行った。その結果、実施への興味を示した企業が少なかった。この結果からは、キャンパス・インターンシップの内容や意義、ならびに実施することで企業が得るメリットについての詳細な説明が必要であることが示されている。また、インターンシップに興味を持たなかった企業があげた理由と、インターンシップを行いたいと回答した企業が実施の際の問題点としてあげていることが一致していた。つまり時間の確保と指導する人材の確保などが高い値としてあげられていたのである。したがって、企業にこのインターンシップを実施してもらうためには、企業の負担をなるべく少なくするプログラムの工夫や、企業の負担があったとしてもそれ以上のメリットが企業にあることを理解してもらう必要がある。また、インターンシップ参加前に学生に身につけておいて欲しい能力については、大学におけるキャリア教育の授業はもとより他の授業の中でも、グループ討論やグループでの活動、問題発見と解決方法の提案、プレゼンテーションの実施などを行い、企業が望んでいる能力を育成しておく必要性が明らかになっている。社会人基礎力の12の能力要素については、企業が望む能力が明らかになった。とりわけ傾聴力、主体性、規律性、発信力などが重要であり、これらの能力を大学の授業や課外活動で身につけることができるような仕組みづくりが必要であろう。また、業界によっては、特に望まれる能力要素に違いがみられることから、学生の能力要素を見極めた就職指導を行うことも必要であろう。

社会人基礎力を育成するためにもキャンパス・インターンシップは上記にあげた課題に対処した上で実施に向けて準備をしていくことが重要だと思われる。

【参考文献】

- 中央教育審議会（2008）「学士課程教育の構築に向けて（答申）」
- 本田由紀（2009）「教育の職業的意義」ちくま新書
- 経済産業省・制作・調査 河合塾（2010）「社会人基礎力 育成の手引き」
- 小樽商科大学地域研究会編（2010）「大学におけるキャリア教育の実践」ナカニシヤ出版
- 佐々木土師二監修 山口一美、山口孝司編集（2006）「観光の社会心理学」北大路書房
- 社団法人国立大学協会教育・学生委員会（2005）「大学におけるキャリア教育のあり方－キャリア教育科目を中心に」
- 高良和武監修 石田宏之、太田和男、古閑博美、田中宣秀編（2007）「インターンシップとキャリア 産学連携教育の実証的研究」学文社
- 「21世紀の大学像と今後の改革方策について－競争的環境の中で個性が輝く大学－」大学審議会（1998）
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/12/daigaku/toushin/981002.htm
 （2010年12月30日 23：00）
- 「初等中等教育と高等教育との接続の改善について（答申）」中央教育審議会（1999）
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/12/chuou/toushin/991201.htm
 （2010年12月30日 23：30）
- 「キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議報告書～児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てるために～」キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議（2004）
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/023/toushin/04012801/002.htm
 （2010年12月30日 23：45）
- 「報道発表資料本文 インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」平成9年9月18日 文部省 通商産業省 労働省
<http://www.meti.go.jp/press/olddate/industry/>

r70918a2.html (2010年12月31日 20:00)

社会人基礎力.net

https://www.kisoryoku.net/about_society/

index.html (2011年1月4日 11:30)