

日本におけるインターンシップの展開と現状

『日本労働研究雑誌』編集委員会

昨今、約7割の大学生が、大学の授業として、もしくは大学の授業とは関係のないインターンシップに参加している。インターンシップへの参加が大学生にとって当たり前になりつつある一方で、インターンシップに対しては、「現状で良いのか」という問いが、常に投げかけられている。多くの大学・大学生・企業が、インターンシップに魅力と疑問を感じつつ、インターンシップに取り組んでいるのである。なお、インターンシップは、大学生を対象とするものばかりではないが、本特集では大学院生を含む大学生を対象とするインターンシップに絞って言及する。

本特集の目的は、日本におけるインターンシップの現状とその課題を明らかにすることである。それは、インターンシップにかかわる主体が抱える課題を理解し、その課題に取り組むことが、今以上に意味のあるインターンシップの実現につながると考えるからだ。「参加した（実施した）方がよさそう」という漠然とした期待や魅力だけに目を向けたインターンシップには、効果がないだけでなく、逆に不利益を生みかねない危うさがある。

大学生を対象とする日本のインターンシップにはどのような特徴があるのだろうか。亀野論文は、「教育目的」と「就職・採用目的」という視点をういた上で、日本におけるインターンシップのこれまでの展開、ならびに諸外国との比較を通じて、日本のインターンシップの特徴を描き出す。そこからは、日本のインターンシップは、これを推進する政策が一貫して「教育目的」を重視しているものの、実態としては「就職・採用目的」が中心であること、ならびに近年の傾向として、参加者は増加傾向にあるものの、期間は短く、一段と短期化が進んでいることが明らかになる。短期化の傾向は、アメリカ・イギリスの「就職・採用目的」のインターンシップでも認められるが、それでも期間は数週間から数カ月が一般的であることから、日本のインターンシップの極端な期間の短さが浮

かび上がる。一方、「教育目的」として、日本では低学年対象のインターンシップの導入といった新たな広がりも見せており、二項対立ではない「教育目的」と「就職・採用目的」双方を併せ持つインターンシップの展開の可能性も示唆される。

まず、大学ならびに大学生に目を向けてみよう。インターンシップは、参加する大学生にどのような効果をもたらし、インターンシップを推進する大学は、より効果を高めるためにどのようにインターンシップを運営していけば良いのだろうか。松高論文は、大学教育として行われるインターンシップの効果と課題を整理する。先行研究のレビューからは、「教育」の一環としてのインターンシップには、自己理解や企業理解といった「職業・就労意識の涵養」の効果が認められるものの、内定獲得といった「職業生活への移行支援」の効果は明確でなく、学習意欲や成績の向上といった「学習意欲・深化」についてはほとんど効果がないことが示される。その上で、効果をより高めるためには、キャリア教育を学士課程プログラムに外付けするのではなく、大学の教育課程の中に位置づけること、インターンシップに関与する大学生・企業・大学の3者間で実施目的等をすりあわせること、インターンシッププログラムの設計や大学側と企業側のニーズの調整を行うコーディネーターといった専門人材が必要であることを指摘する。大学として取り組めることはまだまだ残っているということだ。

大学生は大学が教育として実施するインターンシップだけではなく、企業が直接公募するインターンシップにも参加する。大学生のキャリア形成支援の中核を担う部門であるキャリアセンターは、現状のインターンシップをどのように捉え、自らの役割をどのように定義しているのだろうか。住田論文は、キャリアセンターの立場から、現状のインターンシップには、実質的な就職活動の早期化・長期化、就業体験を伴わないワンダー・インターンシップの横行、といった問題

点があることを指摘する。その上で、大学のキャリアセンターの役割として、キャリア教育を外部業者に丸投げすることなく、大学のポリシーを踏まえたものとなるように関与すること、効果の低いインターンシップへの参加がもたらす問題を的確に把握し、問題解決につなげること等を指摘する。併せて、その役割を担うために、キャリアセンターの担当者には、継続的な学びや大学を超えた繋がりが求められると主張する。急拡大し玉石混合といえる現状において、インターンシップへの参加が大学生の効果につながるために、キャリアセンターが果たす役割は大きい。

松高論文が指摘するように、インターンシップへの参加は、「職業・就労意識の涵養」に対する効果を持つ。初見らの論文は、「職業・就労意識の涵養」の中でも、キャリア探索に対する効果に注目するものである。分析からは、インターンシップへの参加経験が、大学院生を含む文系学生ではキャリアの焦点化を促進（自分の将来・キャリアがより明確になること）すること、また、インターンシップの「期間」よりも「参加社数」の方が、キャリアの焦点化を促進することが示される。どのようなインターンシップに参加するかも大事だが、どのようにインターンシップに参加するかも大事だということだ。インターンシップは期間に議論が集中しがちだが、インターンシップを通じて多くの企業を知ることにも効果があると言える。また、コロナ禍で一気に広まったものの、「効果では対面には及ばない」と捉えられがちなオンライン型のインターンシップについて、必ずしもそうとは言いきれない結果も示される。この点については、今後さらなる検討が期待される。

インターンシップで大学生を受け入れる企業に視点を移そう。既に見てきたように、企業から見たインターンシップは、採用活動につながるステップに位置づくことが多い。しかしながらインターンシップでの大学生の受け入れは、採用以外の効果をももたらさう。続く2つの論文は、中小企業でのインターンシップの実施が企業側にもたらす効果として、企業側の学びと地域創生に注目する。

芦塚論文は、中小企業での長期実践型インターンシップの実施が、経営者に新たな気づきを提供したり、企業文化の変化や従業員の育成といった、企業側の学

びにつながることを指摘する。同時に、安易なインターンシップの実施は効果につながらず、事前準備の徹底や周到なプログラム化が必要であることや、企業と大学生をつなぐコーディネートを活用することの意義が指摘される。インターンシップが企業側の学びにつながるためには、必要に応じて外部機関を活用しながら、プログラムの組み立てを考慮し、活動を継続するという、一定水準以上の労力をかけることが必要だと言える。

続く今永論文は、地域創生という目的を併せ持つインターンシップについて言及する。ここでいう地域創生という目的を併せ持つインターンシップとは、例えば東京圏在住の大学生が、それ以外の地域にある中小企業のインターンシップに参加するタイプのインターンシップのことである。論文内で紹介される事例では、インターンシップの受け入れ先となる地域の中小企業、参加する大学生ならびに大学という3者のニーズを整理・統合し、調整するコーディネーターの役割がクローズアップされる。松高論文・芦塚論文同様、今永論文においてもコーディネーターの役割の重要性が指摘されることから、大学や大学生だけでなく、企業にとっても意義のあるインターンシップを実施する上で、この3者のニーズの調整を図ることの重要性と難しさが浮かび上がる。

6つの論文を通じて浮かび上がるのは、インターンシップが目指す方向性と実態との間に乖離があること、乖離をうめるべく大学・大学生・企業、さらにはコーディネーターがより一層の労力を払う必要性があること、その労力は特に企業にとって、時に高いハードルとなりうること、の3点である。より良いインターンシップの実現に向けた工夫はあつてしかるべきだが、あまりに高い労力は目指す方向性と実態の乖離を生む一因となるだろう。インターンシップのあるべき姿を即座に提示することは難しいが、本特集は今後の可能性を示唆するものとなっている。本特集が、より良いインターンシップの実現に向けた取り組みを示すものであると同時に、目指す方向性についての議論の一步となれば幸いである。

責任編集 坂爪洋美・中島ゆり・深町珠由
(解題執筆：坂爪洋美)