



国内と海外のインターンシップ研究に関する考察

岩 井 貴 美

要旨 近年、日本におけるインターンシップの実施状況は増加の傾向にあり、参加する学生数も同じく増加の傾向である。インターンシップの増加に伴い、国内のインターンシップの研究は多岐にわたる。しかし一方で、海外のインターンシップを考察した研究は非常に乏しい。よって本稿では、国内のインターンシップと海外のインターンシップそれぞれの先行研究を考察した。その結果、国内と海外では、インターンシップが推進されてきた歴史の違いが有ることが分った。さらに、国内では、「職業教育」としてインターンシップが普及しており、一方海外では、「採用」としてインターンシップが捉えられていることが分かった。よって、国内と海外では、インターンシップに関する捉え方に大きな差異がみられることが明らかになった。

キーワード 国内インターンシップ、海外インターンシップ、キャリア教育、採用
原稿提出日 2019年1月9日

Abstract In recent years, the internship in Japan has been increasing and the number of university students to attend at internship have been increasing. Also, the studies of internships in Japan have been ranged over many subjects. However, there are very few the studies to examine internships in overseas, thus the purpose of this study is to review the internship in Japan and overseas. Therefore it revealed the history of internship to be promoted have difference between Japan and overseas. In Japan, internships have been promoted as a vocational education. On the other hand, in overseas, internships have been promoted as recruitment. It revealed that views of internship in Japan and overseas showed great differences.

Key words Internship in Japan, Internship in overseas, Career Education, Recruitment

1. はじめに

「インターンシップの推進に当たっての基本的な考え方」が三省合意により作成された平成9年当初は、大学におけるインターンシップの実施校は107校であり、全体のわずか18%でしかなかった。その後、増加の一途をたどり、文部科学省（平成27年）のデータによると、単位認定を行うインターンシップの割合（大学と大学院）は、平成26年に全体の91.5%に達しており、単位認定していないインターンシップを合わせると、実に全体の95.4%となった。つまり、ほとんどの大学等でインターンシップが実施されている状況である。

そもそも日本におけるインターンシップの普及の背景には、大学におけるキャリア教育の必要性が挙げられる。大学や産業の国際競争力強化の観点から、大学は次代を支える人材育成のために大きな役割を果たすことが期待されており、その中でインターンシップは、学生が産業や社会についての実践的な知見を深める機会と考えられている。経団連（2017）によると、インターンシップは産学連携による人材育成の観点から、学生に就業体験の機会を提供するものであり、社会貢献活動の一環と位置付けられるものである。その実施にあたっては、募集対象を学部3年、修士1年次の学生に限定せず、採用選考活動とは一切関係ないことを明確にして行う必要があるとしている（「採用選考に関する指針の手引き」⁽¹⁾）。このように、日本のインターンシップは、キャリア教育の一環、人材育成の観点から考えられてきた。

2. インターンシップについて

(1) インターンシップの定義と意義

そもそもインターンシップとは、どのようなことを表すのであろうか。インターンシップを広辞苑で調べると、「実務能力の育成や職業選択の準備のために、学生が一定期間、企業で仕事を体験する制度」とある。日本のインターンシップの定義は、平成9年、文部省、通商産業省、労働省（当時）で作成された、「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」より、「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」とある。また、古閑（2011）は、長期的かつ多様なインターンシップを視野に入

(1) www.keidanren.or.jp/policy/2017/030_tebiki.html（参照2018.9.10）

れ、「学生が、在学中に教育の一環として、企業で一定の業務に従事し、職業人に必要な一般的な専門的な知識や能力を実践的に身に付けるため就業体験を行うことおよびその機会を与える制度」としている。このように、日本のインターンシップの定義は定着しておらず、その意味合いは広範囲に捉えることができる。

つぎに表1^②は、インターンシップの意義についてまとめたものである。すなわち、「インターンシップは、学生を送り出す大学等、これを体験する学生、学生を受け入れる企業等それぞれにとって、様々な意義を有するものであり、それぞれの側において積極的に対応していくことが望まれる」とある（文部科学省，厚生労働省，経済産業省，平成26年）。

ではここで、大学・学生・企業それぞれにとっての意義をみていく。まず、大学にとってインターンシップの意義とは、キャリア教育を推進する有効な取り組みであり、アカデミックな教育研究と社会での実地体験を結び付けることにより、教育内容が充実することである。つぎに、学生にとっての意義とは、学習意欲を喚起し、自己の職業適性や将来設計について考える機会となる。そのため、主体的な職業選択や高い職業意識の育成が図られる。さらに、就業体験によって「社会人基礎力」や「基礎的・汎用的能力」が高まり、それが自主的に考え行動できる人材の育成につながる。最後に、企業にとっては、実社会への適応能力の高い人材の育成につながり、大学との連携により産業界のニーズを伝え大学教育へ反映させていくことにもなる。また、大学等と企業等の接点が増えることにより、相互の情報の発信・受信が促進され、特に中小企業の魅力発信として有効である。さらに、学生が各企業の業態・業務の理解を深めることにより、就業希望の促進が可能となり、企業の若手人材の育成の効果も得られる（「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」p.3，平成26年）。

このように日本のインターンシップは、欧米のインターンシップとは異なり、キャリア教育の一環として位置づけられているのである。つまり、学生が自主的に考え行動できる人材として育成される有効な取り組みであり、今後ますます企業と大学が連携し積極的に対応していかなければならないと言えるであろう。

② 「インターンシップの推進に当たっての基本的な考え方」（平成26年）p.1-2 より筆者が作成

表1 インターンシップの意義

大学・学生にとっての意義	企業等における意義
キャリア教育・専門教育を一層推進するのに有効な取り組み	実社会への適応能力のより高い実践的な人材育成につながる
教育研究と社会の実地体験により、大学の教育内容・方法の改善・充実に繋がり、学生の学習意欲の喚起	大学等と連携を図ることにより、産業界等のニーズを伝えることができ、大学等の教育に反映させていくことにつながる
学生の主体的な職業選択や職業意識の育成	大学と企業の情報の発信・受信の促進、特に中小・ベンチャー企業にとって意義が大きい
社会人基礎力や基礎的・汎用的能力を高め、自立的に考え行動できる人材の育成	企業の業態・業種・業務内容の理解、就業希望の促進、受け入れ企業の若手人材の育成

出典：インターンシップの推進に当たっての基本的考え方（文部科学省 厚生労働省 経済産業省平成26年）

(2) インターンシップの歴史

インターンシップの起源とされるのは、1906年アメリカのシンシナティ大学工学部長ヘルマン・シュナイダー（Herman Schneider）博士の創案による、大学と地元の工作機械メーカーの間で行われた「Cooperative Education Program」（CO-OP 教育）であると言われている。最初は、大学に入学した工学部の27名の学生と13の企業を対象に始まったが、翌年には有望な生徒から400を超える要望があった。田中（2013）によると、CO-OP 教育の基本的概念とは、「大学のカリキュラムと、これと同レベルの高い完成度の教育価値を持つ就業体験が、理論と実践として強い結びつきを持って機能する教育システム」であるとしている。その後、他大学もすぐに CO-OP 教育を取り入れ、1909年ノースイースタン大学、1910年ピッツバーグ大学、1911年デトロイト大学、1912年ジョージア工科大学と続いた（Akins 2005）。現在は、全国的に約24万人の学生がおよそ600の CO-OP 教育に携わっている（University of Cincinnati ホームページ^③）。

さらに、CO-OP 教育における学生と企業の利点をみってみる（表2）。まず、学生にとっての利点は、CO-OP 教育を経験することで、理論と実践による大学の学習の強化、キャリアの形成、給料を得ることで大学費用の負担が軽減、就職の機会が増えるといったことである。一方、企業にとっての利点としては、優秀な人材の確保、大学と企業の産学連携、職場の訓練費用の削減、正社員の定着などがあげられる。また、田中（2013）によると、CO-OP 教育とインターンシップの違いは、両方のプログラムを持つシンシナティ大学を例にとると、CO-OP 教育は大学主導の高等教育の一環と考えられており、それに対して

③ <http://www.uc.edu>（参照2016年5月16日）

インターンシップは、企業主導の雇用者採用活動の一環として考えられている点にあると述べている。

表2 CO-OP 教育における学生と企業主の利点

学生の利点	企業主の利点
理論と実践の統合を通して学校の学習を強化	十分教育された従業員の要員の供給
キャリアデザインの確認や修正	終身雇用の採用決定の基準として勤務成績を条件とする
給料を稼ぐことで大学費用の出費を補える	職業と大学との関係を強化
卒業後の仕事の機会を広げる	弱い立場のグループの学生のため終身雇用の確保を改善
コミュニケーション、学際的なチームと働く、キャリアアセスメント、履歴書の書き方、面接などソフトスキルを教わる	募集やトレーニングにより経費に効果をもたらす
大学を目指さない学生に中等教育後の教育を受けたいと思わせる	正社員の定着率が増加
—————	技術（知識）の伝達的手段を供給

出典：A Brief Summary of Cooperative Education (Akins 2005) より筆者作成

つぎに、18世紀半ばから19世紀にかけて産業革命に成功したイギリスのインターンシップの始まりは、1863年ごろからである。グラスゴー大学工学部におけるダイアー (Dyer, Henry) による、講義と講義の間に実践を行うサンドイッチ・システムが始まりとされている。サンドイッチ・システムとは、教育機関における学習と学外の職場での実習とを交互におこなう教育制度である。ダイアー (Dyer, Henry) は、エンジニアとして成功する人材の育成は、学校での学理を教えるのと、現場における見習い訓練を重視する2つの方式の賢明な結合が必要であると考えた (三好1983)。

その後、ダイアー (Dyer, Henry) と日本は深い関わり合いを持つこととなる。ここからは、日本のインターンシップの始まりをみていく。高良ら (2007) は、インターンシップの定義を幅広い範囲に捉え、教育実習、工場実習、医師の臨床研修制度などの分野がインターンシップの源流と捉えた。そのひとつである工場実習を実施するため、1874年東京大学 (工学部) の前身である工部大学校は、スコットランドからダイアー (Dyer, Henry) を教頭兼土木・機械学教師として招いた。つまり、ダイアー (Dyer, Henry) によって、授業と実習を繰り返す教育効果を上げるサンドイッチ・システムが、19世紀末の日本においてすでに導入されていたのである。また、諏訪 (2004) によると、インターンシップは、学校と職業の境界に生まれた制度であるとしている。つまり、学校教育と職業が直結して

いるということであり、医師・看護師の医療教育分野、船員の遠洋航海実習、理系教育の工場実習や農場実習、あるいは教員養成分野の教育実習がこれにあたる。これらの特徴として、インターンシップは学校教育の仕上げの時期に置かれている OJT であるということが挙げられる。このように、日本でのインターンシップ制度は、ある特定の分野ではすでに導入されていたのである。

その後、社会経済の変化に伴い企業が求める人材の変化、ニートやフリーターの増加など若者の就業問題により、大学等によるキャリア教育の必要性が問われるようになった。1997年1月教育開拓が打ち出された、「教育立国を目指して」という教育改革プログラムの中で、インターンシップの総合的な推進が行われた。いわゆる大学と企業による産学連携による人材育成として、インターンシップが注目され始めたのである。政府の方針が決まると、その画期となったのが1997年のいわゆる三省合意である。当時の文部省、通商産業省、労働省の三省が、インターンシップのより一層の推進を図るため、インターンシップに関する共通した基本的認識や推進方策を取りまとめた、「インターンシップの推進に当たっての基本的な考え方」を作成したのである。さらに、2003年6月には、若年者雇用問題に対処するため、「若者自立・挑戦プラン」を打ち出した。それ以来、政府、大学等、産業界においては、インターンシップの普及・推進が図られてきた（文部科学省、厚生労働省、経済産業省、平成9年）。よって、「インターンシップの推進に当たっての基本的な考え方」が三省合意により作成された平成9年から約20年の間に、インターンシップは全国の大学でキャリア教育の一環として定着したと言える。

3. 国内と海外のインターンシップに関する先行研究のレビュー

(1) 国内におけるインターンシップの先行研究

インターンシップに関する研究は、実に多岐にわたる。表3、4は、インターンシップが、キャリア教育へ及ぼす影響や効果に関する近年の主な先行研究を取りまとめたものである。

インターンシップの教育的効果についての研究

まず、「インターンシップの教育的効果」に関する研究において亀野（2004）は、工学系大学生とそれ以外の大学生を比較し、大学生のインターンシップへの参加目的、参加目的の達成度、実習期間、インターンシップの満足度など教育的意義を検討している。研究の

結果、参加目的において、ほとんどの学生が就職活動を目的としており、大学での学習や生活向上に関することはあまり重視していないことを明らかにしている。また、参加目的の達成度については、就職に関する事項はかなり高いが、学習に関する事項は相対的に低い結果であった。また、尾川・甲原（2015）は、短期インターンシップの教育効果について検討している。インターンシップ経験後の意識変化では、自分自身と働くことや学ぶことを関連付けて認識しており、仕事をする上で必要な知識・能力・態度に関する能力観に変化が見られた。さらに、大学において学ぼうとしており、各自の課題を発見・整理し、それに応じた学習課題を展望するようになったとしている。さらに、大学の学びに与える影響について検討している河野（2011）によると、インターンシップ経験者は、対人スキルや自己管理能力などが身についたと高く評価しているが、大学での専攻に関連した知識や因果関係を推論する力や文章読解力・表現力といった認知能力やスキルの獲得には効果がなかった。さらに、インターンシップに対して就職面などの功利的な期待が大きく、大学での学びにはフィードバックされていない結果となった。三浦（2016）は、短期インターンシップの教育効果について、「学習意欲向上効果」と「就業意識向上効果」に着目し分析している。まず、インターンシップ経験者と未経験者の4年間各半期の学業成績の相違を比較した。インターンシップの経験は、3年後期及び4年前期のGPAを高める効果があったが、学習意欲効果は明らかにならなかった。また、進路決定率においてもインターンシップ経験者のほうが高い結果となった。

さらに、インターンシップが学生の成長を促す効果を明らかにした研究に、須永・斎藤・柳澤（2015）がある。3人は、PROG（ジェネリックスキル測定と学生成長を支援するプログラム）を用い、PBL型のインターンシップ参加前後を比較した。学生自身が目標項目を明確にして取り組むことで、成長を感じている結果となった。また、PROGを構成する3つの力のうちの「対課題基礎力」が一番高い結果となった。最後に、櫻木・大倉・岩佐（2016）は、長期インターンシップの教育効果を明らかにした。インターンシップの前後において、性格の5因子、レジリエンス、キャリア・レディネスの3つの次元で学生の変化を測定した。性格については外向性と協調性が向上し、レジリエンスについては統御性や行動力、問題解決志向などが向上する一方で、他者心理の理解力が減少するという結果がみられた。また、キャリア意識については、キャリア形成への関心性、自律性、計画性という3つの下次元すべてにおいて向上が見られた。

インターンシップと職業意識についての研究

つぎに、「インターンシップと大学生の職業意識」に関する研究において古田（2012）は、インターンシップ経験とサークル活動が、就職活動生のキャリア適応力に及ぼす影響を検討した。学生時代にサークル活動に注力した者よりも、注力しなかった者の方が、インターンシップ経験を通じてキャリア自信を高めることを明らかにした。さらに、学生時代の諸活動（学業、アルバイト、サークル活動）が、キャリア自信に正の影響を及ぼすことを明らかにした。また、就職活動生を中心に、インターンシップの形態による能力の進捗を検討した研究において真鍋（2010）は、日常業務型と課題設定型2種類のインターンシップの経験による社会人基礎力の伸長と、就職活動への活用状況の分析を行った。社会人基礎力伸長調査では、双方においてインターンシップの効果が明らかとなった。また、就職活動への活かし方調査では、活かし方にそれぞれ違いが見られた。

インターンシップと職業レディネスの関連性について松山・飛田（2008）は、インターンシップの形態を「講座型」、「同行型」、「実務型」の3つに分類し分析を行った。職業レディネスを高めるには、実務型のインターンシップが効果的であり、さらに、インターンシップを経験する中で、自己概念の形成を行った学生は職業レディネスを高めることが明らかとなった。高良・金城（2001）は、職業レディネスと進路選択に対する自己効力感を用いて、インターンシップの前後で大学生の就業意識がどう変化するかを検討した。インターンシップに対して満足度の高い者は、低い者に比べて事後調査において有意に高くなっており、インターンシッププログラムへの関与や満足が、職業レディネスや進路選択に対する自己効力感に促進的な影響を与えていることが示唆された。見館・関口（2014）は、インターンシップ参加前と参加後に調査を行い、プロアクティブ行動、ネットワーキング行動を行う頻度が高い学生が、キャリア形成の度合いが高まっていることを明らかにした。また、インターンシップ中に体験した仕事の特徴、受け入れ先のサポート体制、本人が有する社会的スキルの度合いが2つの行動を促す要因であるとした。

さらに、効果的なインターンシップ教育の取り組みを検証した研究として松尾（2015）は、社会人基礎力を用い、就職や採用を前提とした就業体験に留まらないインターンシップのより効果的な教育プログラムを提示している。まず事前教育で社会人基礎力の意義を伝え、つぎに研修で社会人の働き方を観察し具体的に理解する、最後に事後教育において学生の日常生活のなかで社会人基礎力を向上させるために目標を策定させるものである。つまり、社会人基礎力を結節点として、インターンシップの事前教育、現場研修、事後教育、一連の流れのもとにインターンシップを発展させることができると述べている。さら

に、インターンシップのプログラムから教育効果を検討した酒井（2015）は、職業観の育成については、事前授業におけるグループディスカッションによる効果が大きいことを明らかにしている。学修への意識向上に関しても同様の結果となった。しかし、インターンシップ経験による学生の気づきを大学の学びに結び付けるのが課題としている。さらに、インターンシップの実体験は、職業観の育成や大学での学びよりも能力不足の明確化など、もっと身近な課題への気づきをもたらすと述べている。よって、プログラム全体の目標や準備段階、現場、振り返りなど、それぞれの役割を明確にすることが効果的であるとしている。

これらの研究は、インターンシップの経験による教育効果や大学での学びに対して、どのように大学生の意識が変化するのか、また、キャリア意識への影響やインターンシップを介しての能力の伸長を検討している。

表3 主な国内のインターンシップ先行研究1
(インターンシップの教育的効果についての研究)

著者	目的	対象者	結果
亀野 (2004)	インターンシップの教育的意義や今後の課題について検討	大学生工学系とそれ以外の学生192名	インターンシップの参加目的が就職を念頭においている。また、参加目的別達成度においても就職に関する事項は高く、学習に関する事項は低い結果となった。
尾川・甲原 (2015)	短期学外インターンシップの教育効果	短期インターンシップに参加した大学生1～3年生32名	インターンシップの経験が自己・学び・職業生活を関連付け、能力観に変化が見られ、実践的な活動への積極性が育成される。
河野 (2011)	大学ならではの知や認知面の能力・スキルの獲得にインターンシップがどのような効果がある検討	文系インターンシップ経験者と未経験者225名(3年以上の回答者計98名)	インターンシップ経験者は、インターンシップに対し、非日常体験や就職面などの功利的な面の期待が大きい。また、専攻の関わりは大きいのが、大学での学びにフィードバックされていない。
三浦 (2016)	インターンシップの教育効果について、「学習意欲向上効果」と「就業意識向上効果」を実証分析	インターンシッププログラム受講生2～3年生	インターンシップ受講後、成績が向上したかは明確ではないが、受講後3年前期の学力に影響が合った。また、インターンシップ経験者のほうが、進路決定率高いことが明らかになった。
須永・斎藤・柳澤 (2015)	地域ミッションインターンシップ(PBL型)による受講生の参加前と後での成長の効果検証 (PROG:ジェネリックスキル測定と学生成長を支援するプログラム)	「地域ミッションインターンシップI」受講1年生16名	学生は自己評価ではすべての項目で成長を感じていた。学生自身が目標項目を明確にして取り組み、活動後に自己について見つめ直し、今後の課題確認への結び付けが効果的であった。PROGの対人基礎力を構成する「対人基礎力」と「協働力」の伸びが最も高かった。
櫻木・大倉・岩佐 (2016)	長期インターンシップにおける学生の性格5因子、レジリエンス、キャリア・レディネスの3つの次元で学生の変化を測定し、また、促進する実習内容を分析	長期インターンシップを必修科目として履修している2年生73名	長期インターンシップが与える教育効果は、外向性や協調性、行動力や問題解決志向、さらに統御性などのより社会との相互作用に即した次元において現れる。また、職業意識に関して効果が確認された。さらに、実習内容に関しては、タスク多様性が正の影響、実習で回る部署数の多さが負の影響を与える結果となった。

表4 主な国内のインターンシップ先行研究2
（インターンシップと大学生の職業意識についての研究）

著者	目的	対象者	結果
古田 (2012)	インターンシップ経験とサークル活動が就職活動生のキャリア適応力に及ぼす影響	就職活動中の大学・大学院生 回収数354票	サークル活動に注力した者より、注力しなかった者においてインターンシップ経験のキャリア自信に及ぼす影響が大きい。また、学生時代の諸活動に対する注力度が、キャリア自信に正の影響を及ぼす。
真鍋 (2010)	「日常業務型」と「課題設定型」2種類のインターンシップの経験による社会人基礎力の伸長と、就職活動への活用状況の分析	「日常業務型」 3年生52名 「課題設定型」 2.3年生22名	「社会人基礎力伸長調査」では、双方においてインターンシップ経験前後で伸長の結果がでた。「就職活動への活かし方調査」では、活かし方にそれぞれ違いが見られた。
松山・飛田 (2008)	職業レディネス尺度を用い、インターンシップ体験が学生の職業意識に及ぼす変化	大学3年生472名	職業レディネスを高めるためには、「実務型」のインターンシップが効果的である。また、インターンシップを体験する中で自己概念の形成を行った学生は、職業レディネスをより高める。
高良・金城 (2001)	職業レディネスおよび進路選択に対する自己効力感を指標とし、インターンシップ前後の就業意識の変化を検討	3大学の大学 3年生398名	インターンシッププログラムへの関与や満足が、職業レディネスや進路選択に対する自己効力感に促進的な影響を与えている。
見館・関口 (2014)	ネットワーク行動、プロアクティブ行動を分析し、インターンシップの参加前の授業、事前学習との連携を踏まえたデザインの改善	インターンシップ科目を受講した大学生252名	インターンシップ参加中、社員や他の参加者とのネットワークを積極的に作ることを事前学習で指導することが重要。企業に対し、従業員・他の参加者との交流、与える課題も自由度が高く、複雑で困難なものを依頼することが重要であるとされる。
松尾 (2015)	就職や採用を前提とした就業体験に留まらないインターンシップの意義を検討	インターンシップに参加した学生83名とインターンシップ科目受講生368名	事前教育で社会人基礎力の意義を伝えることが必要。さらに社会人の働き方を観察し、身に付けるべき具体的内実を理解し、研修の事後教育において学生生活へ接合される。
酒井 (2015)	インターンシップのプログラムから職業観の育成、学修意欲の向上を検討	インターンシップの科目履修生（2年生から履修可能）	事前授業において、グループディスカッション・グループワークにより職業観、学修意欲への効果があった。しかし、インターンシップの体験では、身近な課題への気づきがあることが分かった。

(2) 海外におけるインターンシップの先行研究

続いてここからは、海外のインターンシップ先行研究を概観する。海外においてもインターンシップの研究は多く存在する。しかし日本と比べると、インターンシップの教育的効果に関する研究は少なく、むしろ採用に対するインターンシップの効果を捉えており、インターンシップを経験した学生への影響、メリットやデメリット、インターンシップとキャリア開発についての研究などがみられる。こうした違いは日本と海外において、インターンシップに対する捉え方に差異があると考えられる。よってここでは、比較的多く研究されている「大学生にとってのインターンシップの効果」と「インターンシップとキャリア開発」についての先行研究を取り上げる。

大学生にとってのインターンシップの効果

まず、Knouse, Tanner, and Harris (1999) は、大学の経営学部卒業生1,117名を対象に、卒業時と6か月後の2時点でアンケート調査を行い、インターンシップ経験者と未経験者を比較検討した。その結果、インターンシップは、大学在学中の能力を向上させる、また、卒業と同時に仕事を獲得する機会を高めることの両方に関連性があることが明らかになった。さらに、インターンシップは、学生が在学中にタイムマネジメント、コミュニケーション能力、自制心、高い自発力、自己概念など、履修能力を高めることが出来るスキルを向上させる支援となることが分かった。その上、インターンシップの経験は、学生が仕事の情報を直接収集する、就職先として候補にあげている企業に対して良い印象を与える、就職活動に自信が持てる、職業の価値観を磨く、社会的スキルを強化するといったことが実現可能となる。また、これらは就職の面接試験において有利となると述べている。さらに、インターンシップ経験者は未経験者より、卒業してすぐに仕事に就いていることが明らかになった。

つぎに、大学のマーケティング学部におけるインターンシップの効果を検討した Weible and McClure (2011) は、大学のビジネススクールの学部長、副学部長、教職員にアンケート調査を行い180の大学から回答を得た。今までは、大学のマーケティング学部において、インターンシッププログラムの支援による効果の評価は、大部分が疎かにされてきた。しかしながら、今回の調査結果では、マーケティング学部におけるインターンシッププログラムは、学生が授業に臨む態度が向上することにより、クラスルームのディスカッションが上達することが分かった。また、大学の入学者数の増加や、学部の評価をさらに良くするなどの効果を得ることが明らかになった。さらに、インターンシップ生は、インター

ンシップ未経験の学生と比べると、高い給料、より良い地位で優れた組織によって、すぐに採用されることが示唆されている。

また、ビジネススクールのインターンシッププログラムにおける大学生の期待について検討した Cannon and Arnold (1998) は、大学生は、より実践的なインターンシッププログラムを選んでおり、さらに、大学の学修効果の向上の手段ではなく、新しい仕事の市場における競争上の優位性を得る手段として考えているのである。つまり、大学生は、インターンシップを初めての仕事を獲得するためのツールとして捉えている。よって、ビジネススクールは、インターンシッププログラムの戦略的焦点が、今日の雇用市場の現実と大学生がプログラムに何を期待しているのかを反映させるようにしなければならない。また、インターンシッププログラムの改善のための資金の配分、学生の参加を促すことを熟考する必要があると指摘している。

Vélez and Giner (2015) は、データベース検索した査読論文から、インターンシッププログラムに関連のある57の論文を選別して分析を行い、学生、雇用主、高等教育機関に対してのビジネスインターンシップの多様な効果を検討している。まず、学生に関しては、仕事や社会的能力が高まり、キャリアパスの決定を支援するなど卒業後の雇用の機会を拡充させている。つぎに雇用主に関しては、採用のコストが抑えられ、手ごろな報酬で学生の新たな能力の効果を得られることができ、さらに、大学とのより強い連携が利益につながるとしている。最後に大学などの高等教育機関に関しては、入学希望の学生を惹きつけることができ、大学の評価や知名度を高めることができるなどの有効性があることを明らかにしている。

さらに、海外において会計学教育としてのインターンシップが増加している中、会計学修士課程の大学院生を対象とした Hart, Kremin and Pasewark (2017) は、会計監査のインターンシップが、学生の組織コミットメントと職業コミットメント、公会計において長期で働く意思へ与える影響を検討した。特定の事務所におけるインターンシップ経験の中で、繁忙期などによる仕事の増加が、組織コミットメントと職業コミットメントを低下させることが分かった。一方で、やりがいのある仕事の割り当てやインターン生にとって望ましい仕事仲間との環境が、組織コミットメントと職業コミットメントを高める要因であることが分かった。

また、シンガポールの大学における会計学部生のインターンシップの効果を検討した Beck and Halim (2008) によると、学生は、インターンシップの経験により適応能力、自己効力感などの対人スキルや、緊張状態の中で働くこと、コンピュータースキル、授業

の学習への適応、リーダーシップなどの個人的スキルの習得を学習効果として認識していることが分った。また、これらの能力は、インターンシップの経験を内省するために業務日誌を完成させることで促進されている。さらに、インターンシップは学生にとって、会計士の仕事が適正かどうかを判断するときの支援となり、社会へ移行する準備として学生を社会に適合させることが明らかになった。

インターンシップとキャリア開発

Beenen and Mrousseau (2010) によると、一般的に米国の大学における MBA のインターンシップは、経営に関する能力のトレーニングや MBA の学生を採用することに活用されており、その効果については見落とされがちであると指摘している。彼らは、MBA インターンシップ生の学び、採用の承諾への意志とインターンシップの明確な目標、個人の自律性と仕事経験との関係性を調査した。その結果、現場の監督者が、インターンシップの職務活動を完了させるのに必要とされるスキルと業務内容、さらに明確な目標を設定するなど、うまく構築されたインターンシッププログラムは効果があることが分った。さらに、個人が仕事に対してどれくらい自律性があるのか、仕事内容の見直しを行うことができるのか、また、フィードバックを必要とするのかなど、これまでの仕事経験を考慮すべきであると述べている。

つぎに、大学生の仕事の期待と現実のギャップを縮めるインターンシップのあり方について検討した Barnett (2012) は、インターンシップは、学生にとって社会人への移行を円滑に行うための予期的社会化として役に立っていることを明らかにした。また、ビジネススクールにおけるキャリア開発担当者や教員は、ビジネスカリキュラムの一部として、学生に自信を与えるインターンシップをもっと積極的に取り入れるべきであると指摘している。その理由として、雇用主は、新卒者に対してコミュニケーションスキルなどが不足していることを不満に思っているが、多くの学生たちは、ソフトスキルについての指導はほとんどされないまま卒業するため、仕事へのトランジションがさらに難しくなると述べている。

また、O'Brien and Janssen (2005) は、行政の管理職を目指す女子学生のキャリア開発としてのインターンシッププログラムを検討した。あらゆる行政のトップ管理職の地位は男性が多く、女性はアソシエイトレベルやトップ管理職を支援する役目に就く状況にある。しかし、インターンシップの経験は、新しいスキルや「ガラスの天井」を通り抜け、昇進するためのネットワーキング能力を学ぶ機会を提供していることが分った。さらに、

管理職になりたいと切望する女性を支援することが出来るとしている。インターンシッププログラムで重要なことは、インターン生の役目を明確にし、管理者はインターン生のメンター（管理者）としての役目を果たす、メンター（管理者）とメンティー（インターン生）とのコミュニケーションの時間を作る、過去のインターン生によるピアサポートグループが支援するといったことなどを挙げている。

さらに、Swanson and Tomkovick (2012) は、マーケティング学部のインターンシップにおける学生の価値やインターンシップ提供者との関係性を明らかにした。まず、学生とインターンシップ提供者の見解には大きな差異があることが分かった。インターンシップ提供者は、インターンシップにとってより重要な影響を及ぼすものとして、職場環境、インターンシップ生の管理、明確な学びの目標を評価するなどを挙げている。一方で、学生は、技能の開発、キャリア機会の増加、インターンシップ全体の魅力の項目が高い結果となった。これらのことから、インターンシップ提供者は、インターンシップを定着させるように再検討する過程において、インターンシップの構造上の側面に焦点を合わせる事が重要であるとしている。

Brooks, Cornelius, Greenfield and Joseph (1995) らは、インターンシップの経験と大学4年生のキャリア開発との関係性を検討した。インターンシップの経験は、自己概念の結晶化との関連が高い度合いで示されたが、職業の情報量、自己効力感、職業決定状態、職業コミットメントとの関連は示されなかった。その上、職務特性のフィードバック、タスクの多様性、その他を関連付ける機会が、最終的にキャリア開発の構成を変化させることに関連していることが明らかになった。これらの結果は、専門的なカウンセリングやインターンシップを手配する管理者、さらに学生にとっての就業体験に対して非常に有益になる可能性がある。また、大学生は、タスクの多様性や他者からのフィードバック、その他の能力を関連付ける機会などキャリアに関連した経験を探し出すことができるとしている。よって、キャリア開発の重要な側面としての助言や支援をもたらすこととなると述べている。

最後に、大学のマーケティング学部においてのインターンシップの研究として Divine, Linrud, Miller and Wilson (2007) は、必修科目としてのインターンシッププログラムの効果を明らかにした。インターンシッププログラムを必修科目にすることで多くの効果を得られるが、特に平均以下の成績、対人能力が不足している学生たちは、仕事場の厳しさを捉え社会の現実を把握することにより、大学に戻った際、以前よりも真面目に勉強する意欲が引き出されることが分かった。よって、成績の低い学生は、インターンシップの

ような実習経験により最大の効果を得られることが分かった。また、必修科目としてのインターンシップは、学生がネットワーキング行動やその他の活動を早めに従事することを促し、最も効果のある経験をもたらすことが分かった。また、学生は、キャリア開発について早くから考え始め、その結果として、学生の市場価値を高め、就職率が高くなることが示された。

これらの研究では、インターンシップの経験により、学生の職業スキルの習得、大学授業の学習能力の向上、また、将来の職業選択への支援などに効果があることが挙げられている。さらに、大学や企業の立場から、より有効なインターンシップのあり方を検討している。一方で、日本と異なる点として、海外のインターンシップは、研究対象者がMBAやビジネススクール、マーケティング学や会計学を学んでいる学生が多いため、その他の大学生のインターンシップ経験の影響を検討した研究は非常に少ない。さらに、海外のインターンシップは採用の要素が多いため、インターンシップ後の採用への影響や企業の雇用主にとっての利点などについての検討が多く行われている。

表5 主な海外のインターンシップ先行研究1
(インターンシップの効果についての研究)

著者	目的	研究対象者	結果
Knouse, Tanner, and Harris (1999)	インターンシップと大学の成績とその後の雇用機会との関係性を検討	大学の経営学部卒業生1,117名 インターンシップ経験者と未経験者の比較	インターンシップ経験者と未経験者を比較した結果、インターンシップは、タイムマネジメントやコミュニケーション能力など学生の履修能力を向上させる。また、インターンシップ経験者は、未経験者よりも卒業と同時にすぐに仕事を見つけている。
Weible, McClure (2011)	大学のマーケティング部におけるインターンシップの効果を明らかにする	大学のビジネススクールの学部長、副学部長、教職員にアンケート調査	大学のマーケティング学部におけるインターンシップの効果は、大部分が疎かにされてきた。調査の結果、インターン生は、そうでない学生と比べてすぐに採用され給料や地位も高い。また、入学者数の増加や学部の評価をよくするなどの効果も明らかとなった。
Cannon and Arnold (1998)	ビジネススクールの大学生がインターンシップに期待することを分析	3つの大学のマーケティング専攻の大学生164人	大学生は、インターンシップを初めての仕事を獲得するツールとして捉えている。よって、ビジネススクールは、インターンシッププログラムにおいて、雇用市場と大学生がプログラムに何を期待しているのかを反映されるようにしなければならない。
Vélez and Giner (2015)	データベース検索した査読論文から抽出した論文を分析し、学生、雇用主、大学にとってのビジネスインターンシップの効果を検討	データベース検索した査読論文360からインターンシッププログラムに関連する論文57編	ビジネスインターンシップは、学生にとっては、卒業後の雇用機会を広げ、雇用主は、採用コストが抑えられ、大学との連携が出来る。また、大学は、将来性のある学生を惹きつけ、知名度を上げることが出来ることが示された。
Hart, Kremin and Pasewark (2017)	繁忙期の公認会計事務所におけるインターンシップに参加した大学院生の組織コミットメントと職業コミットメントへの影響を検討	大手の会計事務所のあるインターンシップに参加した会計学修士課程の大学院生127名	インターンシップにおいて、やりがいのある仕事の割り当てや望ましい仕事仲間との環境が、組織コミットメントと職業コミットメントとを高めることが示された。また、インターンシップを経験することで、公認会計士として長期で働こうとする意思を持つことが分かった。
Beck and Halim (2008)	シンガポールの大学の会計学部生のインターンシップの経験による職業スキルと会計専門職としての期待値などの効果を検討	8週間のインターンシップを経験した会計学部の大学生250名	会計学部の学生は、インターンシップの経験で、個人的スキルと対人的スキルを学ぶことを認識している。さらに、会計専門職としての職業スキルや適切な見通しを持てることを学んでいることが分かった。

表6 主な海外のインターンシップ先行研究2
 (インターンシップとキャリア開発についての研究)

著者	目的	対象者	結果
Beenen and Mrousseau (2010)	MBA インターンシップのトレーニングや採用以外の効果を検証	ビジネススクール3校のMBA インターンシップ生	MBA インターンシップにおける明確な目標、個人の自律性、以前の職務経験を考慮した職務活動を完了させるのに必要とするスキルと業務内容などの設定が重要であることが分った。
Barnett (2012)	仕事への期待と現実のギャップを狭めるためのインターンシップのあり方を検討	卒業のためのインターンシップを修了したビジネススクールの学生65人	コミュニケーションなどのソフトスキルを習得するインターンシップは、ビジネススクールにおいて、大学から社会への円滑な移行のために役立っていることが分った。キャリア開発のプログラムとして、積極的に取り入れるべきと述べている。
O'Brien and Janssen (2005)	女性が行政の管理職に就くためのスキルや能力を学べるインターンシッププログラムを検討	総合大学の過去10年間の行政のインターンシップに参加した女子学生のデータ	女性が行政の管理職に就けるため、キャリア開発としてのインターンシッププログラムを検討した。メンター(管理職)としての役割を明確にし、メンティー(インターン生)とのコミュニケーション、また、以前のインターンシップ生によるピアサポートグループの支援が重要であることが分った。
Swanson and Tomkovic (2012)	マーケティング学部 of インターンシップを学生と提供者からの視点で分析	インターンシップ提供者140人とインターンシップ生336人	インターンシップ生と提供者の間には、インターンシップの重要な項目に差異がみられた。インターンシップを定着させるためには、インターンシップの構造上の側面に焦点を当てることが重要であるとしている。
Brooks, Cornelius, Greenfield, and Joseph (1995)	大学4年生のキャリア開発とインターンシップ経験の関係を明らかにする	大学のキャリアサービスオフィスを利用した大学4年生165人	インターンシップの経験は、自己概念の結晶化との関連が高い度合いで示されが、職業の情報量、自己効力感、職業決定状態、職業コミットメントとの関連は示されなかった。
Divine, Linrud, Miller, and Wilson (2007)	大学のマーケティング学部における必修科目としてのインターンシップの効果を明らかにする	マーケティング学部、学生、インターンシップを提携している雇用主	大学のマーケティング学部における必修科目としてのインターンシップの効果は、特に平均以下の学生の学習意欲に大きな効果があることが分かった。さらに、ネットワーキング行動や他の活動も早めに従事することで、学生の市場価値を高める効果があることが分かった。

4. お わ り に

近年、インターンシップの増加と共に、日本におけるインターンシップの研究は多岐にわたり多くの研究がみられる。しかし一方で、海外のインターンシップに関する先行研究を考察している研究は非常に乏しい。よって、本稿では、国内、海外それぞれの主な先行研究を考察した。

まず、国内における研究の多くは、インターンシップは職業教育として捉えており、主な対象者は高学年である。よって、研究の内容は、学生の職業意識や職業観の向上、また、インターンシップが社会人基礎力や職業レディネスへ与える影響などを検討している。その理由としてすでに「2. インターンシップについて」で述べたが、日本におけるインターンシップ推進の時代背景が挙げられる。要するに、若者の雇用問題の対策としてインターンシップが取り上げられ、キャリア教育の一環として普及していったのである。

一方、海外における研究の多くは、インターンシップは採用の一環として捉えられており、主な対象者は、MBA、マーケティング、会計学などを専攻している学生である。よって、研究の内容は、職業選択の支援、職業スキルの習得など、学生が正社員として企業に採用されるために効果があるインターンシッププログラムの検討などがなされている。つまり、海外のインターンシップは採用が目的であり、日本のインターンシップとは捉え方に大きな差異があることが分った。海外では、日本のような「新卒一括採用」という人事制度が無いため、学生は企業に就職する目的のためインターンシップに参加するのである。

しかし、近年、日本のインターンシップに新たな状況が生まれつつある。2017年に経団連がインターンシップの開催日数の下限を廃止⁽⁴⁾したことにより、多くの企業では、秋・冬以降に会社説明会を兼ねたインターンシップを積極的に実施している。つまり、企業が多くの学生に接触することを目的として、「1日インターンシップ」の増加が目立ってきているのである。このように、キャリア教育の一環として普及してきた日本のインターンシップが、海外のインターンシップのように、「採用」を重視するインターンシップへと変換していく傾向にある中で、改めて大学と企業が提携した日本独自の「教育効果のあるインターンシップとは何か」を考える必要性が求められていると思う。

(4) インターンシップの日数が5日間以上の規定は、企業と学生の双方に負担が重いという理由から、経団連が、2017年4月に日数規定を廃止し、1日限りを実質的に解禁した（日本経済新聞2018年1月13日 朝刊）。

参 考 文 献

- Akins, T. M. (2005). A Brief Summary of Cooperative Education: History, Philosophy, and Current Status, Educating the Engineer of 2020: Adapting Engineering Education to the New Century, NATIONAL ACADEMY OF ENGINEERING, pp.61-68.
- Barnett, K. (2012). Student Interns' Socially Costructed Work Realities: Narrowing the Work Expectation-Reality Gap, Business Communication Quarterly, Vol.75, No.3, pp.271-290.
- Beenen, G. & Mrousseau, D. M. (2010). Getting the most from MBA Internships: Promoting Intern Learning and Job Acceptance, Human Resource Management Vol.49, No.1, pp.3-22.
- Beck, J. E. & Halim, H. (2008). Undergraduate Internships in Accounting: What and How do Singapore Interns Learn from Experience? Accounting Education: *an international journal*, Vol.17, No.2, pp.151-172.
- Brooks, L.; Cornelius, A.; Greenfield, E & Joseph, R. (1995). The Relation of Career-Related Work or Internship Experiences to the Career Development of College Seniors, *Journal of Vocational Behavior*, Vol.46, pp.332-349.
- Cannon, J. A. & Arnold, M. J. (1998). Student expectation of college Internship programs in Business: A 10-year update, *Journal of Education for Business*, Vol.73, Issue4, pp.202-205.
- Divine, R. L.; Linrud, J. K.; Miller, R. H. & Wilson, J. H. (2007). Required Internship Programs in Marketing: Benefits, Challenges and Determinants of fit, *Marketing Education Review* Vol.17, pp.45-52.
- 古田克利 (2012) 「キャリア自信に対するインターンシップ経験とサークル活動の交互作用効果—就職活動中の大学生に対するアンケート調査の分析を通じて—」『インターンシップ研究年報』第15号, pp.9-16.
- Hart, M.; Kremin, J & Pasewark, W. R. (2017). Growing up: How audit internships affect student's commitment and long-term intentions to work in public accounting, *Accounting Education*, Vol.32, No.2, pp.47-63.
- 亀野淳 (2004) 「インターンシップにおける教育的意義」『工学教育』第52巻, 第4号, pp.25-29.
- 河野志穂 (2011) 「文系大学生のインターンシップが大学での学びに与える効果—早稲田大学を事例として—」『インターンシップ研究年報』第14号, pp.9-15.
- Knouse, S. B.; Tanner, John T. & Harris, E. W. (1999). The Relation of College Internship, College Performance & Subsequent Job Opportunity, *Journal of Employment Counseling*, Vol.36, No.1, pp35-43.
- 古閑博美 (2011) 『インターンシップ—キャリア教育としての就業体験—』学文社
- 高良美樹・金城亮 (2001) 「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』第8号, pp.39-57.
- 高良和武 (監修), 石田宏之, 太田和男, 古閑博美, 田中宣秀 (編集) (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
- 松尾哲也 (2015) 「インターンシップの意義と『社会人基礎力』」 島根県立大学『総合政策論叢』第30号, pp.49-63.
- 松山一紀・飛田浩平 (2008) 「大学生の職業意識とインターンシップの関係」『商経学叢』第55巻第2号, pp.427-442.
- 真鍋和博 (2010) 「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』第13号, pp.9-17.
- 見館好隆・関口倫紀 (2014) 「インターンシップがキャリア育成にもたらす効果とその規定要因」経

国内と海外のインターンシップ研究に関する考察（岩井）

- 菅行動科学学会年次大会『発表論文集』第17号, pp.53-58.
- 三浦一秋 (2016)「インターンシップの教育効果についての分析—学習意欲向上効果と就業意欲向上効果の観点から—」『インターンシップ研究年報』第19号, pp.1-9.
- 三好信浩 (1983)『明治のエンジニアの教育』中公新書
- 文部省, 通商産業省, 労働省 (平成9年)「インターンシップの推進に当たっての基本的考え」
- 文部科学省, 厚生労働省, 経済産業省 (平成26年)「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」
- 文部科学省 (平成27年)「平成26年度大学等におけるインターンシップの実施状況について」
- 日本経済団体連合会 (2017)『「採用選考に関する指針」の手引き』
- 尾川満宏・甲原定房 (2015)「短期インターンシップの教育効果とは何か?—参加学生を対象にした意識調査の分析から—」『山口県立大学学術情報』第8号, pp.4-50.
- O'Brien, S. P. & Janssen, K. N. (2005). Internships for women in higher education administration: Springboards for success?, *Work*, Vol.24, pp.353-359.
- 櫻木理江・大倉健・岩佐和典 (2016)「資質とタスク環境—長期インターンシップによる教育効果の要因—」経営行動科学学会『第19回年次大会 発表論文集』, pp.107-112.
- 酒井理 (2015)「インターンシッププログラムの教育効果:職業観形成の視点から」『生涯学習とキャリアデザイン』第12号, pp.25-36.
- 須永一道・斎藤智・柳澤利之 (2015)「インターンシップ評価に関する効果検証についての一考察」新潟青陵大学短期大学部研究報告, 第45号, pp.35-43.
- Swanson, S. R. & Tomkovick, C. (2012). Marketing Internships: How Values and Search Strategies Differ Across The Student—Employer Dyad, *Marketing Education Review*, Vol 22, No.3, pp.251-262.
- 諏訪康男 (2004)「急速に普及しつつあるインターンシップ」第5回労働政策フォーラム
- 田中寧 (2013)「コーオプ教育の歴史と現状, および, 日本における展開とその課題」高等教育フォーラム Vol.3, pp.1071-1076.
- Vélez, G. S. & Giner, G. R. (2015). Effects of business internships on students, employers, and higher education institutions: a systematic review, *Journal of employment counseling*, Vol.52, pp.121-130.
- Weible, R. & McClure, R. (2011). An exploration of the benefits of student internships to Marketing departments, *Marketing Education Review*, Vol.21, No.3, pp.229-240.