

## 札幌国際大学の長期インターンシップ

## 1. 取り組みの理由

- i) 就業体験・社会体験型の短期インターンシップの限界。  
～2004年の短期大学部における調査（大学紀要）で研修体験と就業に有意性を見出しえなかった。短期のため、就職活動でPRできるだけのスキル取得も困難との参加学生の意見もあった。
- ii) 上記調査を踏まえ、短期のワクチン型（短期間に高揚した就業意識が消滅）の欠陥を補うために中期・長期の取り組み（目的型のインターンシップ）の必要性を理解した。  
～学内での理解は不十分であるため、04年は実験の年と位置付した。

## 2. 2004年の実験

- i) 長期インターンシップのアイデアに共感していただいたA社（本社大阪、流通小売業、札幌圏に3カ店、道内に複数店の展開）を実験会社とし開始した。  
～期間、実質8カ月（週末・祝日及び参加可能な平日を研修日）、目的は小売店の店舗運営業務の習得。社内企画会議への参加、本社研修、イベント企画、新商品打ち合わせ会議などにも参画、参加人数12名（大学+短大部）。
- ii) A社は「就職の保証」はしないとの前提であったが、翌年の採用試験（6名受験）で5名が内定を勝ち得た。  
～企業側は、同社のシステムをより良く理解している学生であることに安心感を  
得た。  
～学生側は応募企業の“裏も表も理解”した上での納得の応募であり、A社で働きたいという意思は明快であった。

## 3. 2005年以降

2004年の成功で、大学としても単位化して本格導入した。  
～短期（2単位）に加えて中期（8単位）、長期（16単位＝8科目相当）を開始  
受入条件などは配布資料、表3の通り。プロトタイプは存在しない。  
1社毎に「手作り」の研修体系。

## 4. その後の運営

- i) 長期・中期の目的型インターンシップは制度があるから、学生を派遣するのでは

なく、学生のニーズと企業の受入条件がマッチすることを条件としている。  
～ビジネス系の学生には小樽の酒造メーカー、ホテル希望の学生には登別や遠軽のホテル、英会話力希望の学生には札幌の姉妹都市、ポートランド市役所や豪人経営のニセコのホテル、マスコミ志望の学生には東京の大手新聞社の製作会社などにも派遣している。

#### 5. 派遣の上での問題点（特に長期インターンシップ）

- i) C社のような就職前提型でない場合、企業の受入負担が大きい（金銭・非金銭）。  
～中期を含めて、費用の先方負担＋研修支援費（月5万円以上）を求めている。
  
- ii) インターンシップとゼミ以外の授業の履修を原則認めないため、履修上の学生の不利益がある。  
～中途離脱の際は不利益がとても大きい（B社・C社であった）
  
- iii) 担当教員の学生指導の負担も大きい。
- iv) 趣旨に賛同し、費用負担まで同意する受入先の開拓が容易ではない。

教育効果は高いものの運営には大学・企業共に大きな負担がある。

今後は、むしろ休暇期間を利用し、上記の問題点を軽減できる中期をメインに展開し、長期は双方の条件が整うものに限定して運営する方針である。

このような考え方を体現している事例が鶴雅グループでの「観光人材養成講座（鶴雅学）」である。

目的型インターンシップの“進化”したモデルとも言える。

以上

## 観光人材養成講座（鶴雅学）

### 1. 開講の経緯

- i) 06年3月、本学主催のフォーラム「北海道観光と温泉」のパネリストとして参加いただいた鶴雅グループ代表、大西 雅之社長の観光産業における人材養成の必要性の熱い思いと、インターンシップを更に進化・深化させたいという本学の希望とが一致した。  
大西社長は、観光産業の更なる発展のためには人材の養成が不可欠であり、単に、自社での人材確保ということではなく、道内更には日本で活躍する人材を養成するのは企業の使命でもあるとの認識を示された。
- ii) 06年10月、鶴雅グループの寄附講座として「基本合意書」を調印  
～本学と鶴雅グループは共同して「観光人材養成講座」を運営し、地域経済の発展、観光産業の振興に貢献するための調査・研究を行う。  
講座の運営費用は全て鶴雅グループが負担する（交通費・宿泊費・食費・講師費用などの全運営費用）。

### 2. 平成19年2月7日、第一回「観光人材養成講座」開講～26日閉講

- ～14名（全員観光学科学生、）の参加、これに先立ち、鶴雅 経営企画室長らによる事前面接（選抜）を行い全員の参加が承認された。  
初回は中期インターンシップとして開講された。  
開講に合わせて本学・鶴雅による「テキスト」を作成した。経営企画室長が作成統括役となった～その後も改定を続けている。  
本学教員が講師陣となる鶴雅役職員に対し、「学生を相手とした時の呼吸、間のと리카た・時間配分、講話そのものの話し方」などの模擬授業も行った。  
～大西社長の開講挨拶「我々の経験と新しい北海道観光を切り拓いていく皆さんの感性による熱い学びの場にしたい」

### 3. その後の展開

- 年二回（夏・冬）の展開。  
第二回～16名（観光・国際文化・心理の大学生、総合生活・英語コミの短大生）  
本格的なテキストを製本、トーテムポールの作成も始まる。  
（その後、毎回学生作成のトーテムポールが温泉地の広場に建っている）  
第三回～14名（観光・国際文化の大学生）  
航空会社からの講師による接客に関する講義をこれ以降講座に追加  
第四回～9名（観光の大学生）

地域の学びの場である「阿寒アカデミー」の講座も取り込み、地域の方もこの講座には学生と共に参加する。

阿寒アカデミーからも講師を追加、アイヌ文化論、温泉学、観光地のあり方、等の講座も追加。

第五回～2月17日～3月10日で予定

18名（観光・国際文化の大学生、観光学研究科院生）

阿寒アカデミーにヒッコリーウインドを追加の予定

更に、進化させインターンシップと通常の講義の融合を進め、観光産業のみならず、観光行政を担当する道・市町村へ人材を送り出したい。

運営に数々の困難がある長期より、その内容において勝るとも劣らないこのような融合型インターンシップを今後とも模索して行きたいというのが今後の目標でもある。

（4月からのスポーツ人間学部の開設に合わせて北海道日本ハムファイターズと昨年連携したのも、同じ延長線上にある）