

2016年度インターンシップ実施報告

—観光人材育成のためのインターンシップ—

THE 2016 INTERNSHIP PROGRAM REPORT OF THE DEPARTMENT OF TOURISM BUSINESS, SENDAI SEIYO GAKUIN COLLEGE

—AN INTERNSHIP PROGRAM FOR DEVELOPING TOURISM HUMAN RESOURCES—

佐藤美輪

Miwa SATOU

小形美樹

Miki OGATA

キーワード：インターンシップ、観光人材育成、現実主義的な仕事情報の事前提供

Key words : Internship, Developing Tourism Human Resources, Realistic Job Preview

要 旨

仙台青葉学院短期大学観光ビジネス学科は観光人材育成を目指す学科として2016年4月に開設された。近年、訪日外国人旅行者が増加している我が国では観光人材育成が急務であり、観光系学部学科を有する高等教育機関での教育の実践として観光産業の現場でのインターンシップは欠かせない。本報告では観光ビジネス学科1期生の選択科目である「観光ビジネス実務実習」で実施した「インターンシップ」について報告する。特定の企業に多数の応募があるなど選抜等では課題もあったものの、2016年度の観光ビジネス学科のインターンシップはRJP（現実主義的な仕事情報の事前提供）の役割を果たした。

1. はじめに

我が国では近年、訪日外国人旅行者の増加等に伴い、観光に関わる人材の育成が急務となっている。このことについて、『「平成27年度観光の状況」及び「平成28年度観光施策」』（以下、『平成27年度観光白書』）では、観光産業全体についての課題であるとし、次のように指摘している。

トップレベルの観光経営を担う人材を育成する大学院、地域観光の中核を担う人材を育成する大

学観光学部、即戦力となる地域の実践的な観光人材を育成する専修学校等といった3層構造により、観光産業の担い手を育成していくことが求められる。しかしながら、我が国では、トップレベルの経営者から地域の実践的な観光人材まで、必要な人材を輩出するプログラムが不十分である¹⁾。

さらに、観光系学部・学科の卒業生の観光関連産業への就職率が16.7%と低迷しており、大手旅行会社が採用時に観光系学部生を意識しない理由として、「観光系学部での学業が即戦力とはいえ

ない」「観光系学部の考え方と販売スタッフの資質は別」(平成26年度観光庁調査)などが挙げられたことを紹介している。

つまり、観光系学部学科が輩出する人材と観光産業の現場が求める人材にミスマッチが生じているわけである。このようなミスマッチの解消を図る手段としては、従来、「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」であるインターンシップの実施が効果的であるとされてきた。観光庁でも平成19年～21年度においては「インターンシップ活用ワーキンググループ」で、教育効果の高いインターンシップの実施に向けての検討課題について議論を行い、平成22年度からは「観光経営マネジメント教育推進ワーキンググループ」において、より教育効果の高いインターンシップの実施案についての検討を行っている²⁾。

しかしながら、平成25年度の「観光教育に関する学長・学部長等会議」では玉川大学観光学部学部長・教授の増田誠也氏が、観光庁が旅行者に対して実施したアンケート結果について下記のよう

に報告している。現行のインターンシップに対しては、企業側は「大変有益である」「有益である」をあわせて56%となっている一方で、「どちらかと言えば有益ではない」「有益ではない」をあわせても44%となっており、評価がわかれています。大学においては「大変有益である」(50%)、「有益である」(47%)とほとんどが高い評価をしています。つまり、教育機関はインターンシップを有益であると評価している一方で、半数近くの企業は有益ではないと認識していることとなります。これもショックなことですが、事実として受け止めたいと思います³⁾。

以上の報告からは、卒業時のみならず、インターンシップの段階においても、大学と産業界の求める教育内容がミスマッチを起こしていることが窺われ、今後の観光学部・学科におけるインターンシップについて改善が必要であることが示唆されている。恩地(2005)は、「観光ホスピタリティ

教育」におけるインターンシップの問題点として、「安価な労働力との認識が心配」「就業体験は就職率を下げる」「短期は受け入れてくれなかった」などを指摘⁴⁾しているが、このような点もインターンシップが有効に機能しない一因であろう。

ここで、「平成26年度 大学等におけるインターンシップ実施状況⁵⁾」から「単位認定を行うインターンシップの状況」を見てみる(表1参照)。単位認定を行うインターンシップには、特定の資格(教師、看護師等)取得のために現場で実施する実習が必須とされているものと、そうでないものがある。大学院では特定の資格取得に関係するインターンシップを実施しているのが27.9%、そうでないものが72.9%、大学では前者が74.3%、後者が73.3%、短期大学では前者が66.8%、後者が39.3%となっている。大学院と大学においては、特定の資格取得に関係するか否かでの差はさほど多くはないが、短期大学では特定の資格取得に関するインターンシップの実施割合のほうが27.5ポイントも多くなっている。教員や看護師といった資格の場合、実習の単位が資格取得には欠かせない。特に短期大学では4年制大学より短い2年～3年が修業年限となっており、実務に即した実習が必要となる。一方4年制大学で実施状況に差がないのは、修業年限が長いこともあり、資格取得に関係するものもしないものも実施する時間的な余裕があるからであろう。

「特定の資格取得に関係する」インターンシップは資格取得に必要な実習であるため「有益ではない」と評価されることは少ないと思われる。一方、「特定の資格取得に関係しない」インターンシップについては、学生が必ずしもその職業に就きたいからと選んでいるわけではなく、受け入れる企業側も将来の資格取得を前提として指導を行うわけではない。観光系学部・学科において実施するインターンシップも観光系の資格取得のために必須の実習ではなく、参加した学生が将来必ず観光産業に携わることが保証されているわけではない。よって、企業側からは「有益ではない」と評価されるのであろう。

表1 単位認定を行うインターンシップの状況（平成26年度）

学校種別		実施状況（注1）				（参考） 平成25年度実施状況 （注4）
		学校数 （割合）	うち単位認定を行うインターンシップ			
			実施校数（注2） （実施率）	うち特定の資格取得に 関係しないもの 実施校数 （実施率）	うち特定の資格取得に 関係するもの（注3） 実施校数 （実施率）	
大学	学部	722校 (96.0%)	700校 (93.1%)	551校 (73.3%)	559校 (74.3%)	531校 (70.7%)
	大学院	265校 (42.3%)	238校 (38.0%)	157校 (25.0%)	175校 (27.9%)	144校 (23.1%)
	小計	740校 (95.4%)	710校 (91.5%)	566校 (72.9%)	564校 (72.7%)	542校 (69.8%)
短期大学		308校 (89.0%)	285校 (82.4%)	136校 (39.3%)	231校 (66.8%)	140校 (40.7%)
高等専門学校		57校 (100.0%)	57校 (100.0%)	57校 (100.0%)	0校 (0.0%)	57校 (100.0%)
合計		1,105校 (93.7%)	1,052校 (89.2%)	759校 (64.4%)	795校 (67.4%)	739校 (62.6%)

（注1）「実施状況」は、インターンシップを単位認定している大学等と単位認定はしていないが学生の参加状況を把握・関与している大学等（いずれか又は両方を行っている大学等）の合計。以下（2）において同じ。

（注2）「実施校数」は、特定の資格取得に関係するものとししないものいずれか又は両方を実施している大学等があるため、合計数は一致しない。

（注3）「特定の資格取得に関係するもの」とは、特定の資格取得のために現場で実施する実習（例：教育実習、看護実習、臨床実習等）を指す。以下同じ。

（注4）「平成25年度実施状況」は、「単位認定を行うインターンシップのうち、特定の資格取得に関係しないもの」をあらわす。以下同じ。

出所）文部科学省（2016）「平成26年度 大学等におけるインターンシップ実施状況」p.6.

今年度開設された観光ビジネス学科では、担当教員が以上の状況を認識したうえで、学生及び企業にとって少しでも有益となるインターンシップを提供しようと試みた。本稿では、インターンシップ受入先企業の開拓、参加学生の募集や選抜、企業との打ち合わせや事務手続き、教育効果の検証等について、具体的に報告する。

2. 観光ビジネス実務実習（インターンシップ）の概要

1) インターンシップ事前準備

(1) 単位認定と評価方法

今年度新設された学科であるということと、昨年度までビジネスキャリア学科で「インターンシップ」の授業を実施していた教員も本学科に異動に

なったことから、本学科でもビジネスキャリア学科と同様の単位認定と評価方法で実施を試みた。事前研修（集中講義）90分×5コマを受講した後、学校あっせんのインターンシップ先で実習を35時間以上実施し、受け入れ先企業から「評価表」をもらう。また、学生本人は、実習後「報告書」を教員に提出し、インターンシップ報告会で発表を行い、相応の評価が得られれば単位取得とした。評価に関してもビジネスキャリア学科と同様、受講態度30%、報告書25%、受入先の評価25%、発表20%で決定することとした。必修科目ではなく選択科目としたが、本学科31名中30名が履修登録をしたことから、就職活動を実施する前に職業体験をしてみたいという意識はどの学生も高い傾向にあることが推察された。

(2) 学校あっせんによるインターンシップ受入企業と学生の選抜

新設学科のためインターンシップの実績がなかったが、観光産業での実習を経験させる必要があり、今年度は7社の企業を学校にて開拓し、学校あっせん企業として学生への紹介を行った。受入企業の内訳を業種別に見ると、旅行業4社、ホテル業1社、ブライダル業1社、タクシー業1社に引き受けていただいた。事前に学生には希望業界のアンケート調査を実施したが、旅行業19名、ホテル業9名、ブライダル業3名となり、インターンシップ先、さらには就職先として旅行業を第一志望としている学生が多いことが認識された。よって、観光ビジネス学科としてあっせんする企業と学生達のニーズとの調和は取れていたと考えられる。

しかしながら、受入企業と教員間で実習期間を調整し、実習期間が決定した企業から順に学内において学生へ募集の告知を行ったところ、学生が実習企業を選ぶ際に混乱するという事態が起こった。例えば、学生が第二志望の実習先と考えていた企業から先に募集の告知がため出たので応募をしてしまい、後に出た第一志望の企業に応募できないということが起こった。また、単位取得のためにどの実習先でも構わないと安易に考え、エントリーシートの志望理由に明確な理由を記載することができず、稚拙な表現に留まる学生も多く見受けられた。さらには、蔵王の観光ホテルの泊まり込みでのインターンシップについては、当初10人近い学生がエントリーを行ったが、希望者全員が辞退するという事態も発生した。学生側は単位取得のため35時間を想定し5日間程度の実習を希望していたのだが、企業側は2週間程度を予定していたことが理由である。学生は、翌月に控えていた海外研修の費用を少しでも貯蓄したいがため、アルバイトとの調整が難しくなったようである。また、企業側と最初の窓口となった本学学生総合支援センター、そして担当教員の三者で共通理解をしていなかったことも原因であり、今後の連携が課題である。

募集人数よりも応募者が多い企業においては、

教員側がエントリーシートを作成し、期限を設定し提出させることにより選抜することにした。この選抜やエントリーシートの添削については、フリーでインターンシップ等の企画について企業と大学のコーディネートをを行っている方（以下、外部協力者）に担当していただいた。教員ではなく外部の方に選抜されることにより、学生は多角的視点をもつことの大切さに気づき、また、選抜の公平さを感じることができたようである。さらに、社会に出た際にも必要となる期限厳守で物事に取り組む意識の定着を図ることができた。

(3) 外部協力者による支援

今年度は、上述のとおり、外部協力者1名にもご協力をいただいた。まず、定員を超える希望者がいた旅行会社Aのエントリーシートによる選抜をお願いし、次に、タクシー会社でのインターンシップの企画・提案・学生選抜・実習でご協力をいただいた。タクシー会社においては、エントリーシートや面談による選抜に始まり、企業と学生との懸け橋となり、インターンシップ活動内容の構築までトータルにコーディネートをさせていただいた。この外部協力者は、タクシー会社と他大学とのインターンシップを既にコーディネートしており関係性が構築されている。そのため、本学も、タクシー業界という一般的には観光分野と結びつきにくい業界においてもインターンシップの機会をいただくことができた。そして、エントリーシートや面談を通し、学生の自己分析の掘り下げや文章のブラッシュアップ等、一人ひとり時間を確保していただき、企業側の目線から手厚くご指導いただいた（図1参照）。時には厳しい言葉で叱咤激励をいただき、今まで周りの大人から核心を突いた部分を指摘された経験が少ない学生達にとっては、とても良い刺激となったようである。

(4) 受入企業との事前打合せ

指導教員自らが企業を訪問し、現場担当者から直接情報を収集して企業との信頼関係の構築を心がけた。顔を合わせて話をするすることで、新設学科として本学科が立ち上がった経緯や、今回受入をお願いする学生の情報を事前に事細かく伝えるこ

タクシー会社 -/観光・貸切事業部でのインターンに関して ※具体的に書いてください。

タクシー会社 での インターンを希望する 理由	私の夢は旅行会社に勤め、お客様に笑顔を提供する事です。そんな中、先日、御社のガイドランスが学校で開かれました。そこで、インターンシップのプログラムを知り、自分がやりたい仕事の <u>内容</u> と一致していると感じました。また、「語り部タクシー」といった御社ならではの地域に密着した幅広い旅行の可能性と、担当の方の親切な対応に魅力を感じ、是非御社で自分の社会経験を積んでみたいと考え、御社を志望しました。
B.インターンで 学びたいこと・ 身に付けたいこと (簡条書きで)	・観光を通じて、おもてなしの心やホスピタリティーを学びたい ・観光とはどのような仕事なのか詳しく学びたい ・多くの初対面の方と接する機会があると思うのでコミュニケーション能力を身に <u>付</u> けたい ・ <u>企画力</u> ・観光スポットの知識・文書作成能力を身に <u>付</u> けたい
C.インターン先で 特にやりたい仕事・ 貢献できそうなこと (簡条書きで)	【特にやりたい仕事】 ・実際に観光コースを巡り、仙台の魅力を体感し、まとめる仕事をしたい ・沢山の方に旅行に行ってもらえるような仕組みやサービスを考える仕事をしたい 【貢献できそうなこと】 ・高校で情報処理の勉強してきたので、パソコンを使った動作はできる ・自信とやる気があるので、全身全霊で会社および社会のために尽力できる
D.インターンの経験を 今後の就活やキャリア にどう活かしてい きたいですか？	インターンシップを通じて、観光業の仕事の内容や接客といった、他では得がたい社会経験を積めると思います。「旅行会社に勤める」という夢を実現する為、興味を持った観光分野の勉強を徹底して行い、経験の中から得た視点を学生生活の中に活かす努力をしていきたいです。 おもてなしの心、お客様に笑顔になること
E.自己PRや質問等 自由にどうぞ	私は楽観的で誠実、他者と協働することが好きです。アルバイトの影響上、老若男女、様々な年代の方と交流する事が好きなので、沢山の方と接したいです。 質問なのですが、交通費ははどののでしょうか？ 社内の方とコミュニケーション、社内Eメール

図1 外部協力者によるエントリーシート添削

とができた。特に企業側とのコミュニケーションが図れた一例として、ホテルに留学生の受け入れを依頼することとなった際の打合せがある。1週間の実習を通し、バル部門や宴会部門など直接お客様の前に立つ機会があるため、最初の書面の段階においては、ホテル側ではどこまでの語学力やコミュニケーション能力があるのかを気にされていた。しかし直接学校生活の様子や、普段の授業への取り組み等を伝えることで、企業側が抱えていた不安を払拭することができた。こういった書面だけでは取り交わすことが難しい事例の場合は特に、直接訪問し、話をすることで企業と学校側との関係性の構築に繋がる。また、終了後にお礼の電話を企業の担当者に入れた際にも一度顔を合わせていたこともあり、スムーズに対応できたと感じている。

さらには、教員自ら職場訪問を行うことで企業までの交通手段を確認する機会を持つこともできた。インターンシップ先には複数の交通手段を組み合わせて通勤する場所もあり、実習の勤務時間をこちら側で設定させていただく際にも交通手段を配慮し、決定することもできた。よって次年度

以降も継続して実習前に職場訪問を実施していきたい。

(5) インターンシップ事前研修

「事前研修」は、5回の集中講義として6月に実施した。5回のうちの2回は教員から身だしなみや言葉遣い、お礼状の書き方などについての研修を行った。しかし、正課の授業の科目としても「ビジネスマナー」「コミュニケーション論」「日本語表現法」等で既習の内容もあり、時間も限られていたため、インターンシップに行く際に実際に起こりうる事が想定される箇所だけを抜粋し研修内容に盛り込んだ。また、学校あっせん企業にて実習を希望する学生が大半であったが、自己開拓もできるよう、就職支援サイトからの検索方法等の伝授も行った。

残り3回については外部の方に登壇を依頼した。その中の1回はビジネスキャリア学科の2年生によるインターンシップ先輩体験談であった(写真1)。新設学科であるため、現在本学科の学生は1期生にあたり、手本となる先輩がいない。そのため、他学科であっても先輩の話聞くことはとても貴重な体験となった。また、昨年度ホテルで

のインターンシップを経験した先輩でもあり、これからホテルに実習に行く学生に、非常に参考となったようである。最後には学生から先輩へ質問する時間を設けたが、インターンシップのことだけでなく、就職試験や定期試験、勉学とアルバイトとの両立方法など学校生活全般について、先輩から生の声を聴くことができ、有意義な学生間の交流の時間を設けることができた。

事前研修の最後の回においては、インターンシップ受入企業であるタクシー会社取締役の方に直接来ていただき、説明会を実施した(写真2)。就職活動もまだ始まっていない学生達にとっては、初めて直接、取締役という立場の方から企業理念や事業内容について伺う機会となり、インターンシップの延長線上にある働く意義についても考える学びの機会となった。



写真1 先輩によるインターンシップ体験談



写真2 タクシー会社による学内インターンシップ説明会

2) インターンシップの実施

(1) インターンシップの参加時期

本学科は夏休み期間である9月に海外研修を実施している。今年度においてはグアムの海外研修に16名の学生が参加した。また、短期大学のため、時間的な制約があり、カリキュラムの編成上、インターンシップの受入を夏休みにしか依頼できない現状がある。今年度は年度初めに海外研修の日程が決定していたため、研修の日程を外した8月にインターンシップを組むことを計画し依頼を行った。しかし、受入先企業の旅行会社にとっては8月が繁忙期にあたる。そのため、実習生の受入が難しいと断られてしまう事態が発生した。そこで、今年度は海外研修の時期に、海外研修に参加しない学生をその期間に実施するインターンシップに割り当てるという措置を取った。今後は、海外研修とインターンシップ期間の時期の見直しも必要となる。冬季期間にどちらかを移すことや、学校の夏季休暇や冬季休暇の時期をずらしカリキュラムを作成する等、学生に有意義な時間を過ごせるための配慮について検討したい。

(2) インターンシップの内容

今回は旅行業界12名、ホテル業界9名、ブライダル業界2名、タクシー業界5名の学生がそれぞれの企業でインターンシップを経験させてもらった。どの企業も裏方の仕事だけではなく、実際にお客様に接客する等の業務を経験させていただくことで、サービスの提供者の視点を知ることができる機会となった。旅行会社Aでは実際の旅行日程の作成、ブライダル会社では実際の挙式の手伝いも行わせてもらう機会があったようである。東日本大震災以降「語り部タクシー」としても観光事業に力を入れているタクシー会社にもお世話になった。観光地の視察から観光コースのアイデア出しまでを担当させていただくことができ、学生達は松島や瑞鳳殿等、宮城の観光地に自ら足を運び、おもてなしを提供する立場からカメラのシャッターを切り風景を納める経験をした。また、この場所をどのようにお客様に伝えれば感動を提供できるかという視点での観光コースの企画も担当し

た。5日間という限られた期間ではあったが、最終的に学生達が創り出したプランを会社側で採用していただくまでとなった。これは、経済産業省の「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」⁶⁾にある産学の連携プログラムの開発であり、今後注目される取り組みであろう。今回お世話になったタクシー会社のように学生が企画運営するような責任ある仕事を任せると、学生に責任感も生まれるのではないかと感じる。

3) インターンシップ後のフォロー

(1) 受入先企業の評価

実習受入企業には事前に、インターンシップ終了後14日以内に、本学宛返信用封筒にて、「インターンシップ活動評価表」を投函していただくよう依頼した。すべての企業から返信をいただき、夏季インターンシップを終了した26名の学生の評価は以下のとおりであった(表2)。評価項目は「就業態度」「積極性」「協調性」「向上心」「業務遂行度」とし、これをA非常に良い、B良い、C

表2 インターンシップ受入企業による評価集計

項目	就業態度	積極性	協調性	向上心	業務遂行度
評価A(非常に良い)	6	4	2	4	3
B(良い)	18	8	14	16	20
C(普通)	1	12	9	6	2
D(やや劣る)	1	2	1	0	1
E(劣る)	0	0	0	0	0

普通、D やや劣る、E 劣るの5段階評価として評価していただいた。

この集計結果を見ると、5項目すべてにおいて、B(良い)とC(普通)の評価をいただいている学生が大多数を占めているが、中にはD(やや劣る)の評価も少数あることにも注意が必要である。この5段階評価以外にも、大学への連絡事項・要望という自由記載欄を設けたが、その中にも「好奇心旺盛で弊社の社員に対しても積極的に質問する様子を随所にみることができた」とプラスの面を記載していただける企業もあった反面、「言葉遣い、社会マナーをもう一度学習していただきたい。会話の中で友達言葉を使用しておりました。」等、今後の課題を記載いただいた企業もあった。新設学科だったため、まずは受入先企業へと送り出すことに教員側は力を入れてきたが、来年度以降この評価をもとに事前研修の授業内容も熟考し、改善を行っていきたい。

(2) 社会人基礎力育成グランプリの出場

タクシー会社に実習に行った学生5名中3名と外部協力者1名、教員佐藤の計5名で11月に実施された社会人基礎力協議会主催経済産業省共催の「平成28年度社会人基礎力育成グランプリ北海道・東北地区予選大会」に出場した。この大会は、大学生が授業を通じてどれだけ社会人基礎力が伸びたのかを発表し、その成長度合いを競うものである。本学科の学生は、インターンシップの授業である「観光ビジネス実務実習」を通じて、対人能

取り組みの位置づけと達成目標

仙台青葉学院短期大学 観光ビジネス学科
平成28年(2016年)設立

科目: 観光ビジネス実務実習(1年集中)
= 観光業界でのインターンシップ

目標

- ① 組織活動の仕組みを知り、社会人としての責任を自覚する
- ② 観光ビジネス業界で働くことの意義について考え、進路選択の幅を広げる。

実習受入企業

ローディネータの築瀬様のご提案により、株式会社仙台タクシー様に実習を引き受けていただいた。東日本大震災以降、「語り部タクシー」としても事業展開されている。観光地の視察から観光コースのアイデア出しまで、他の実習では味わえない体験をさせていただいた。

旅行業界(12名)
ホテル業界(9名)
タクシー業界(5名)
ブライダル業界(2名)

仙台青葉学院短期大学
Sendai Seio Gakuin College

実習内容① 今回のインターンシップでは、主に仙台中央タクシーのwebページに掲載する観光コースの紹介文の作成をお手伝いさせていただきました。

PR文作成 榴岡天満宮

菅原道真公を祀る神社で、主に学問・安産・子育て・交通安全の御利益があります。総馬やおみくじが多く奉納されており、参拝客の多さが見受けられます。神社全体がきちんと整備されており、朱塗りの唐門がとても綺麗です。五年生まれの道真にあやかり、「無で午」や歌碑や石碑も数多く並んでいます。

写真3 社会人基礎力育成グランプリ スライド

力が向上したということを発表した(写真3)。残念ながら入賞することはできなかったが、審査員の方からは、「面白い取り組みで関心が持てた」という言葉をいただくことができた。また、他大学の学生からも意見を紙面でもらうことができ「タクシー会社でのインターンシップはとても面白そうに感じたが、様々な観光地に足を運びたくさん努力をしたことが感じられた」「観光コースのアイデア出しまですることができるのは、とても良い経験だと思ったし、私もやってみたいと思った」というコメントもあり、学生達はやってきたことを認められたという達成感を味わうこともできた。インターンシップを通しての成果や成長を学生達自身がスライドにまとめ発表することで、振り返る機会や他大学へ発表する場を設けることができ、とても良い経験となった。

(3) インターンシップ報告会

年明けの1月にインターンシップ先の概要や学んだことについて、実習先企業ごとにスライドを作成させて、報告会を実施した。夏季のインターンシップから時間が大分空いてしまったことから、内容を忘れてしまっていた学生もいたが、互いに協力して発表時間内に要領よく報告をしていた。しかしながら、それぞれの報告に対する質疑応答の際には、質問や感想が述べられない、問題点が指摘できないなど、積極性に欠ける学生が見受けられ、インターンシップ終了後の就業意識が高まっている時期に、実施すべきであったと反省した。

3. 教育効果と今後の課題

インターンシップ報告会や社会人基礎力グランプリ育成コンテストで発表された学生たちの学びを抜粋すると、表3のとおりである。①実際の仕事は地道な作業の積み重ねであること、②仕事にはチームワークが欠かせないこと、③自分の勉強不足については、実習先に関わらずどの学生も感じてきたようである。

学生は職業イメージと実際の違いを経験してきた。例えば、観光業界は華やかなイメージがあるが実際はそうではないなどである。金井(2002)

は、『働くひとのためのキャリア・デザイン』で、就職後に自分が抱いていたイメージと違うとショックを受けないように応募者にしっかりと伝えるRJP(Realistic Job Preview、現実主義的な仕事情報の事前提供)という方法を紹介し、「日本でも個の尊重をほんとうに考えるのなら、これからやっていく仕事について現実的なイメージを応募者に与えることは重要だ」⁷⁾と述べている。本学科のインターンシップでは、観光産業への就職を考える学生たちに現実的なイメージを与えることができたようである。インターンシップを経験した学生たちの中には、大変だと知っても入学時に希望していたホテルや旅行業界で働きたいという者もいれば、イメージが違ったので別の業界を考えるという者がいた。昨今は新卒者の早期離職が問題となっているが、今回のインターンシップはRJPの役割を果たした。この経験をもとに、学生たちが自分の進路を熟慮して就職活動を行うことができれば幸いである。

また、教員が常々重要性を指摘していたチームワークや地道な勉強の大切さを改めて認識したことも大きな成果であろう。ホスピタリティ関連科目や観光専門科目が多いにも関わらず、前期には、学習に身が入らない、あるいは学習したことを実践で活かせないという学生が見受けられた。しかし、現場での職務を経験し、理論と実践の両方の大切さに気づいたことにより、全員とはいかないまでも、後期の学習態度に前向きに取り組むようになった学生が多かった。

以上のような教育効果が認められたが、実施にあたっては、先述したように、いくつかの課題も浮き彫りになった。特に、①インターンシップ生の選抜方法と②報告会の実施時期については、早急に改善する必要がある。まず、①インターンシップ生の選抜方法については、受入先企業や外部協力者との連携を図り、5月～6月頃に、実施時期や業務内容を一覧にして公表したうえで、選抜の基準をしっかりと学生に伝え、エントリーシートを提出させ面接試験を行うなどして決定する必要がある。そうすれば学生も比較検討したうえで実

表3 インターンシップで学んだこと

実習先	学んだことや感想
ホテル	<ul style="list-style-type: none"> ホテルは一見華やかだが目に見えない陰には、大勢で行っても大変な準備がある。それを体験してみて、どの仕事でも常に時間制限が隣り合わせだと感じた。特に宴会業務は、数十分の世界で最大の顧客満足を作り上げることを要求され、体力も忍耐力も必要だと感じた。 全ての仕事に共通しているスタッフの<u>チームワークの大切さ</u>を学んだ。
ブライダル	<ul style="list-style-type: none"> 多くの人が携わって、ひとつの式をつくりあげている。 目に見えないところでの工夫が質の高いおもてなしにつながっている。 <u>スタッフ同士の雰囲気</u>がサービスの質に影響する。
旅行会社A	<ul style="list-style-type: none"> プランニングでは、自分たちの目線ではなくお客様の目線にたってプランすることの難しさを感じました。お客様の要望にあうツアーを作ることはとても頭を使い、<u>楽しいだけではない</u>ということが分かりました。何度も考え直し、アドバイスもいただいて最終的に完成したツアーのプレゼンをした際には、とても達成感を得ることができました。 旅行会社にはとても華やかなイメージがありましたが、その裏には<u>地道な作業の積み重ね</u>があるということ学ぶことができました。 接客を身をもって体験し、急な要望にも瞬時に対応することの難しさと、旅行業に関する勉強不足を痛感しました。
旅行会社B	<p>自分が今まで授業で習ったことがたくさん出てきたのに、覚えていないことが多く勉強不足だと感じました。また、<u>旅行会社</u>というと華やかなイメージがありましたが、細かい事務作業や、電話対応も多いことがわかりました。旅行会社はカウンター業務中心の募集型企画旅行が多いと思っていたが、お客様からの要望を元にして行程表を作成する受注型企画旅行が多いことがわかった。実際に行程表を作成するという貴重な体験をさせてもらい、大変だったがとてもやりがいを感じた。</p>
旅行会社C	<p>私達がこのインターンシップで一番苦戦したことは電話対応です。1日目の最初に任せて頂いたことでしたが、緊張していたこともあり、<u>なかなか電話が鳴ってもすぐに電話をとることができな</u>かったり、声<small>こ</small>小さくなってしまうたり、上手く相手の会社名や用件などを聞き取れなかったりと苦勞しました。</p> <p>また、分厚い時刻表を使った複雑な乗り換えのある目的地までの経路を探す作業も大変でした。</p>
旅行会社D	<ul style="list-style-type: none"> 就職に有利になる資格などの情報や、入社後に覚えなくてはならない知識など、<u>たくさんの貴重な話をきく</u>ことができた。 また、<u>講義で覚えた空港のコード</u>なども使われており、学業に努める上で良い刺激になった。
タクシー会社	<ol style="list-style-type: none"> ①観光地の取材撮影・おもてなしの提案 →お客様が何に興味を持っているかを意識すること ②ホスピタリティマインドについて →お客様の目線で物事を考えること ③良好な人間関係 →仕事を行う上での<u>報連相の大切さ</u> →職場の方やお客様との信頼関係の築き方

(注) 下線は筆者

習希望先を選ぶことができるし、また、選抜に漏れた場合の不信感や不公平感などが払拭できるはずである。②報告会の実施時期については、夏休み明け直後としたい。今年度は学校行事等の都合でインターンシップ実施から数か月経ってからの実施となってしまったが、実習の記憶が薄れないうちに反省をさせ、今後の学業への取り組み方を考えさせることで、後期の学習効果も高まるはずである。

4. おわりに

学科開設初年度ということもあり、観光ビジネス学科のインターンシップへの取り組みは手探りの部分も多かったが、受講者30名のうち28名(93.3%)が単位取得の予定である。就職希望先を「観光ビジネス」と絞って入学している学生が多いため、学科の学びに合わせた観光産業をインターンシップ先としてあっせんできたことが、単位取得率の高さにつながった。一方、自己開拓の学生は一人もおらず、四年制大学の学生のみ受け入れるとする企業が多い観光産業においては短期大学生がインターンシップ先を自分でみつけることは容易ではないことも明らかとなった。また、インターンシップは雇用経済情勢や企業の都合により実施されないことも多々ある。このような状況を踏まえつつも、我々教員は即戦力となる観光人材育成のために、「観光ビジネス実務実習(インターンシップ)」授業に工夫と改善を加えていきたい。

謝辞

平成28年度観光ビジネス学科の「観光ビジネス実務実習(インターンシップ)」の実施にあたっては、学内外から多くのご協力をいただきました。学科開設前より受入先の開拓に奔走して下さった方々や本学学生の受入先企業の皆様ほか本インターンシップに関わって下さった皆様にこの場を借りて御礼申し上げます。

【引用文献】

- 1) 観光庁(2015)『「平成27年度観光の状況」及び「平成28年度観光施策」』、p.76
http://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000283.html 検索日 2017年1月16日
- 2) 観光庁 HP「観光経営マネジメント人材育成」
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/jinzai/renkei.html> 検索日 2017年1月16日
- 3) 観光庁 HP【平成25年度】「観光教育に関する学長・学部長等会議」(平成25年7月9日開催)概要
本概要 3.2.2 アンケート結果報告によれば、人材育成に関するアンケート調査は36の大学、72の企業から回答を得、企業については、本来ならば旅行業と宿泊業の両方を対象とすべきところ、旅行業だけとなっているとのことである。
<http://www.mlit.go.jp/common/001019009.pdf> 検索日2017年1月16日
- 4) 「観光ホスピタリティ教育におけるインターンシップの在り方」『日本観光ホスピタリティ教育学会全国大会研究発表論文集』4、54-55p
- 5) 文部科学省「平成26年度 大学等におけるインターンシップ実施状況」(平成28年3月15日発表)、p.6
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/_icsFiles/afieldfile/2016/03/15/1368428_01.pdf 検索日 2017年1月16日
- 6) 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」(平成25年3月)
http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/houkokusyo_H24FY_internship.pdf
検索日 2017年1月31日
- 7) 金井壽宏(2002)『働くひとのためのキャリア・デザイン』PHP新書、p.197