

# 企業選択眼と自立心を育てるアウトプット型インターンシップ

NPO法人ETIC 事業部長・ディレクター

山内幸治

動きはじめた

日本のインターンシップ

日本の労働市場において、若年労働者のミスマッチが大きな問題として取り上げられるようになった。新卒入社の約30%が入社3年以内に離職していくというデータもある。原因のひとつに、学生の職業観の未熟さがあげられ、一定期間、在学中の学生が自分の専攻や将来の志望キャリアと関連した就業を行う「インターンシップ制度が、解決の一端を担うのではないかと期待されている。96年の就職協定廃止を皮切りに、日本でもこの制度が本格的にスタートし、昨年4月の調査では、全国30%近くの大学で既に実施されている。氾濫する就職情報に惑わされず、働く場としての企業の真価を見抜き、自分の人生に自立的な意思決定ができる能力。インターンシップを通して培われるべきなのが、学生のこつとした力なのだ。

一方で、日本のインターンシップ制度は、基本的な考え方、実施期

間、任せる役割、期待する成果など、引き受け先の企業によって多様になっているのが現状だ。どんなインターンシップであれば、学生が上記のような能力を鍛えることができるのか、考察してみたい。

アウトプット志向の学生と  
インプット志向の学生

インターンシップに参加する学生のタイプは、大きく分けて3種類ある。明確なテーマをもち、とにかく社会に触れてみたいという学生、特定のテーマについて深く学習したいというインプット志向の学生、目的意識が明確で、何らかの成果を生み出したいというアウトプット志向が強い学生の3タイプである。もちろん、これらはきれいに分類されるわけではなく、ひとりの学生が経験を積み、から、そして移行することも多い。

しかし、日々の成長を加速させるべくインターンシップに参加するのであれば、特定のテーマをもち、もしくは絞らずに参加する

学生は、与えられた環境に依存しがちで、その成長に限界があることは否めない。

私は、アウトプット志向でインターンシップを経験しない限り、大きなメリットはないと考えている。企業社会は絶えざるアウトプットが要求されるのだから、インターンシップも、学生自身が、商品やサービス、あるいは付加価値の生産者となる意気込みで取り組まなければ意味がないのは当然である。そうではないインターンシップは、所詮、アルバイトの域を出ないだろう。例えば、飲食店で働いている時、お客が大勢入り、大変な状況になったとする。アルバイトであれば、もっとバイトを増やしてほしい、「何でこんなに大変なの？」あのお客、早く食べて帰ってくれないかな」といついっ考えてしまいます。しかし同じ状況でも、経営者であれば、「お客様に大勢入って頂けて嬉しい」とうれし

視点に立つべきなのだ。いかに、指示待ち志向や非当事者思考を変えていけるか、学生にとって最も大きなハードルだ。

ここまで述べてきたことを実践しようとするならば、日本企業はこれまでのインターンシップに対する考え方を根底から変える必要があるかもしれない。現状では、しかるべきアウトプットを経験させてくれない企業が多いからだ。インターンシップは、これまでのインプット型学校教育の延長ではない。ましてやアルバイトの延長でも、採用プロセスの前段階でもない。経験、スキル、実績のない若者に、企業の現場に触れさせ、挑戦していく機会を与えることがインターンシップの本来の姿なのである。

ベンチャー企業での

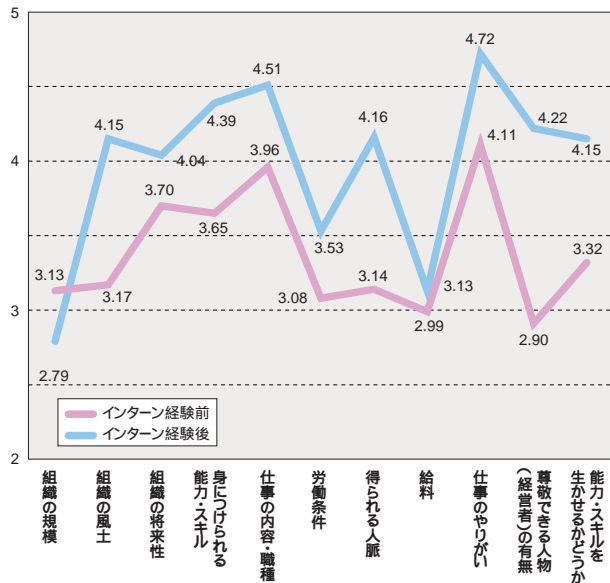
インターンシップ経験者の変化

ETIC(エティック)では、年間4000人の学生に、ベンチャー企業や大手企業の新規事業部を舞台に、アウトプット重視の実践的なイン



山内幸治(やまうち・こうじ)  
早稲田大学卒業。NPO法人ETIC。(エティック)で、ベンチャー企業・大手企業新規事業部と起業家志向の学生等を対象とした「アントレプレナー・インターンシップ・プログラム」を運営する。早稲田大学や中央大学におけるインターンシップ推進のコンサルティング・調査委託、全国各地でのインターンシップ普及に向けた講演活動にも取り組む。

図表1 働く場所を選択する際の基準の変化



インターンシップ経験前と経験後で、働く場所を選択する際に、それぞれの項目をどの程度重視するか、「非常に=5点」「かなり=4点」「ある程度=3点」「若干=2点」「全くなし=1点」で評価してもらった。  
『ベンチャー企業インターンシップ経験者追跡調査』  
(ETIC.研究室 1999年11月～2000年1月実施)

インターンシップの機会を提供している。なかでも、そうしたベンチャー企業で、3カ月以上のインターンシップを経験した学生の職業観がその前後でどのように変わったかを調査した結果が図表1である。

実施前後で、大きく上昇したのは、得られる人脈や尊敬できる経営者という「人」に対する項目と「組織の風土」という項目である。少数精鋭の組織で働くこと、一緒に働くメンバーと組織のカラーが気になってくるということだろう。また、「組織の規模」に対するこだわりが唯一、減少しているということも注目に値する。そして当然のことながら、「仕事のやりがい」に対する問題意識が更に強くなっている。

こつしたベンチャー企業で、一定期間、インターンシップを経験した上智大学の大学院生は、大手のITコンサルティング会社の内定を最終的に辞退し、インターン先企業への就職を決定した。同じ業界ではあるが、規模がずっと小さいベンチャー企業である。ベンチャー企業の方が自分の成長をリアルにイメージできるから「勝手知ったる企業なので、自分の仕事上の決断に今から責任をもてるから」とその理由を語っていた。また、東京工業大学の大学院生は、外資系の一関連企業に就職したが、わずか1年で、過去に自分がインターンシップを経験した人材コンサルティング関連のベンチャー企業へ転職した。信頼できる上

司のもとで新規事業開発に挑戦したい」というのがその理由だった。知識型社会におけるインターンシップの意味

21世紀は知識型社会であるといわれて久しい。個人のナレッジとさまざまな情報を組み合わせ、新たな価値やサービスを創造しなければならぬわけだが、こつした時代だからこそ、企業社会の旧弊にとらわれな

い新しい変革マインドをもった若者がインターンシップを通じて生まれている……。そんなことを想像させてくれる事例を最後に紹介したい。

大手化粧品メーカーから内定をもらっていた日本女子大学4年生のケースである。彼女は、将来、女性向けのネットビジネスを起したいと考へ、その企業から内定をもら

た後に、創業2カ月という生まれたてのネットベンチャー企業で新規事業開発に取り組みインターンシップを経験した。仕事は、ホテル向けにインターネットサービス導入の提案営業を行うというものだったが、

彼女はよほど優秀だったのだろう、全成約件数の実に87%獲得という驚異的な実績を残した。案の定、ネット企業の経営者から、強烈な引き止めにあったが、大学卒業後、予定通り、内定先の企業に就職。しか

し、そこで待っていたことは、「入社後5年間は地方勤務」という現実だった。しかし、ある地方支店に配属となった彼女は、めげることなく、その支店で働く全社員向けのパソコン講座など、矢張り早にさまざまな企画を提案し、実行した結果、

わずか1年後、東京本社への配属を言い渡されたという。もちろん歴史ある同社においては、過去に例のない異例の抜擢であった。

「インターンシップでの成功体験があったから、会社のこれまでのやり方が正しくないと確信でき、自分からどんどん提案をしていった」という言葉が物語るように、彼女は、不本意な環境におかれても腐ることなく、その環境に自ら積極的に働きかけ、自分にとって好ましい方向へと導いたのである。

これからの企業には、経験やスキルに乏しくても、可能性ある若者への権限委譲がますます求められている。そうでない企業は、新しい事業チャレンジの場と未来の貴重な人材を得ることが難しくなるだろう。そのための実験の場として、インターンシップは大きな意味をもつ。そして、そのような場が増えることは、学生が企業の真価を見抜く力を養うだけでなく、環境や他者に依存することなく、自らを選択した人生を自立的に設計する力も育ててくれるはずだ。