

[研究論文]

オンライン・インターンシップが もたらす効果に関する考察

谷脇茂樹, 根木良友

〈要 約〉

本研究では、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、これまでオフライン（対面）で行っていた玉川大学観光学部のインターンシッププログラムを、オンラインにより実施したことによる効果、そして、問題点・課題について、学生へのアンケート調査、協力企業等への聞き取り調査の結果をもとに考察した。

新型コロナウイルス感染症により、大学における教育の現場は、感染拡大を防止する観点から、対面での教育から、オンラインを活用した教育への移行が進められている。今回のオンライン・インターンシップによる実証研究は、オフラインによる就業体験に特化したこれまでのインターンシップのメリット・デメリットを明確にただけでなく、オンラインだからこそ得られた新たな産学連携の創造のきっかけとなった。企業側においては、新たな社員教育、新しい事業創造の機会につながるという利点がみえた。そして、大学側においては、学生の就業意識の向上、実務体験の欲求拡大、就業先への訪問意識の高まりにつながり、観光教育における新たな可能性を見出すことができた。その一方で、オンラインのみでは、学生にとってはイベント的な要素が強くなってしまふこと、通常の授業の延長線になってしまうことから、実際に学生が提案したプランを実践・検証させる機会の創造が、オンライン・インターンシップによる教育効果を高めるために必要不可欠だという課題が明確になった。

本稿では、こうした課題を解決していくために、①アフターコロナに向けたO2O（Online to Offline）プログラムの創造、②アフターコロナに向けたキャリア教育における新たな産学連携、についての提案を行った。

キーワード：インターンシップ、観光教育、キャリア教育、オンライン、オフライン、産学連携

1 はじめに

1-1 研究の背景

新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」という。）の拡大に伴い、これまで対面で行われていた様々な活動が制約された。コロナ禍は、大学におけるオンライン教育への対応を推進し、企業活動においてもテレワークが急速に普及するなど、オンラインによる学習、就業を急速に進めた。そして、企業による採用活動においても、オンライン化が進んでいる。説明会やセミナーなどをオンラインで開催し、そして、採用プロセスにおいて必須となっている面接も、オンラインへと移行した。就職みらい研究所の調査¹⁾では、2021年3月卒の採用活動におけるウェブ面接の実施率は、回答した企業の約7割となっている。

また、採用活動に限らず、インターンシップにおいても、対面での実施を中止にしたり、受入人数

を縮小したり、オンライン・インターンシップを実施する動きもみられた。就職みらい研究所の調査によると2022年3月卒を対象にしたインターンシップをオンラインで実施、または実施予定の企業の割合が54.0%と、前年よりも36.5ポイント増加している。玉川大学観光学部においても、2020・2021年度に実施したインターンシップをオンラインに変更し、オフラインと同様の質の確保を目指した。

そこで、本研究では、玉川大学観光学部で実施したオンラインによるインターンシッププログラムをもとにその効果検証を行うことで、オンライン・インターンシップによる学習効果を分析し、アフターコロナにおけるインターンシッププログラムのあり方を考察することは有益であると考えた。

1-2 研究の目的と方法

本研究では、オンラインによるインターンシップによる効果が、オフライン（対面）によるものどのように異なるのか、そのメリットとデメリットを整理することを目的としている。そして、研究結果を踏まえ、アフターコロナを見据えた大学におけるインターンシップ教育のあり方について考察する。

手法としては、アフターコロナを見据えた産学連携や大学教育における動き、そして、玉川大学観光学部におけるオフラインとオンラインによるそれぞれのインターンシップの概要について整理する。続いて、オンライン・インターンシップを受講した学生へのアンケート調査結果をもとに、オンラインでの学習が学生にどのような効果をもたらせたのかについて分析する。また、オンライン・インターンシップの受入に協力いただいた企業等への聞き取り調査を行い、オフライン・インターンシップとの違いや、オンライン・インターンシップが企業側にどのような影響を与えたのかについて分析するとともに、教育面での課題を整理する。

1-3 本稿の構成

第2章では、日本におけるインターンシップをめぐる問題点や課題と、これまで玉川大学観光学部で実施してきたインターンシッププログラム、そして、2021年3月と9月に行ったオンラインによるインターンシッププログラムの概要について整理する。第3章では、オンライン・インターンシップに参加した学生を対象に実施したアンケート調査結果の整理と、学生の受入協力をいただいた企業等への聞き取り調査の結果を取りまとめる。第4章では、調査の分析結果を総括するとともに、アフターコロナにおけるインターンシッププログラムのあり方について考察する。

2 玉川大学観光学部におけるインターンシップの取り組み

2-1 大学教育におけるインターンシップの現状について

日本でのインターンシップは、1997年9月に当時の文部省、通商産業省、労働省において作成された「インターンシップの推進に当たっての基本的な考え方」（その後、2014年4月と2015年12月の2回にわたり改正）をもとに、国が主導する形でその定義やあり方が示されてきた。

これまで、日本のインターンシップにおいては、海外で行われているものと比較すると、「多くの場合必修化されていない自由選択科目であるため、インターンシップ非経験者は専門教育とキャリア開発との相乗効果を得られていない現状がある。大学教育とインターンシップとの連動性に関して、原則的にインターンシップを必修化している米国と比べて、自由選択科目としている日本の大学では在学中にインターンシップを体験しない学生もおり、連動以前に片手落ちの状態となっている²⁾。実際に、文部科学省が2020年3月から6月に実施した「令和元年度大学等におけるインターンシップ

実施状況について」では、調査対象となった786大学のうち、563校（71.6%）が単位認定を行うインターンシップを実施しているものの、インターンシップを体験した学生の割合は、そのうちの3.0%と極めて低い状況にあり、未だ状況の改善がみられない。

大学教育におけるインターンシップについては、その効果を高めるため、必修としてのカリキュラムへの位置づけ、長期間の実施による体験型からマネジメント型への移行、専門科目の学びと現実の業務とを効果的に関連付ける仕組みの検討が依然として必要な状況にあるといえる。

2-2 玉川大学観光学部によるインターンシップについて

玉川大学観光学部では、必修となっている2年次8月から1年間のオーストラリアでの留学プログラム期間中に、必修科目として現地企業でのインターンシップを行っている。このインターンシップでは、①海外での就業体験による異文化適応力の体得、②英語による実践力の体得、③グローバルビジネス人材として求められる各種要件に関する自身の体得度の把握（就職準備の自己理解との関連付け）、④社会人基礎力の体得、の4点を目的に実施しており、留学期間中に2回のインターンシップを実施し、学生は企業研修とイベント研修にそれぞれ1回ずつ参加する。

しかし、2020年のコロナの拡大により、同年3月にはオーストラリア留学中の学生を緊急帰国させ、それ以降の留学プログラムを現地大学との連携により、オンラインにより日本から受講させることとなった。そして、これに伴いインターンシップの実施についても改善策の検討が求められた。

そこで、「たとえインターンシップを経験していたとしても、その多くが短期間の体験型研修であるため専門科目の内容との連動性が極めて低い。日本においては、専門科目が基礎科目から展開科目に発展するのと同様に、インターンシップ科目も例えばベーシックレベルからアドバンスレベルへ移行させ、専門基礎科目とベーシックレベル、発展科目とアドバンスレベルが効果的に連動するような

表1 オフラインとオンラインの観光学部インターンシップ・カリキュラム比較

	オフライン（海外）	オンライン（国内）
科目名	インターンシップA, インターンシップB	インターンシップA, インターンシップB
取得単位数	4単位（2単位+2単位）	4単位（2単位+2単位）
到達目標	①異文化適応力の体得 ②英語によるビジネスコミュニケーションの実践力の体得 ③グローバルビジネス人材として求められる自身の体得度の把握（就職準備の自己理解との関連付け）	(1) インターンシップA（2単位） ①グローバル社会への理解・対応 ②異文化・多様な価値観との共生 ③英語によるコミュニケーションにおける自身の現状の立ち位置の確認 (2) インターンシップB（2単位） ①自身の社会人基礎力の認識と向上 ②PBL（Project-Based Learning：課題解決型学修）方式の研修による課題発見・解決力の向上
研修先企業	(1) 企業研修（2単位） 外食業、観光施設業、航空業、宿泊業、旅行業 (2) イベント研修（2単位） イベント（MICE関連）への協力	(1) 企業研修（2単位） 豪州企業（外食業、観光施設業、航空業、宿泊業、旅行業）とのオンラインでの交流 (2) 課題解決学修（2単位） 市役所、観光協会、宿泊業
成績評価方法	・レポート：60% ・授業における取り組み：40%	・レポート：50% ・提案資料（中間・最終）：40% ・授業における取り組み：10%

仕組み立てを開発する必要もある³⁾という問題意識から、これまでオフラインで行っていた企業研修（就業体験）と、イベント研修（課題解決学修）の2本立て（オフライン）のインターンシップを、オンラインによる企業研修（インターンシップA）と、課題解決学修（インターンシップB）の2本立てに改善して、継続していくことにした（表1）。

2-3 オンライン・インターンシップのプログラム

本研究では、前記の課題解決型学修（インターンシップB）のプログラムに焦点を絞っていく。この課題解決型学修（インターンシップB）は、2021年3月3日から26日まで（以下、「3月実施」という。）と、2021年8月18・19日、9月1日から22日（以下、「9月実施」という。）の2回、オンラインで実施した。3月実施は、2019年8月から1年間の留学プログラム〔オフラインとオンライン〕に参加した学生を対象に、そして、9月実施は、2020年8月から1年間の留学プログラム（オンライン）に参加した学生を対象に実施したものである⁴⁾。

本インターンシップの目的は、①自身の社会人基礎力の認識と向上、②PBL（Project-Based Learning：課題解決型学修）方式の研修による課題発見・解決力の向上、の2つとした。①はキャリア教育的見地から、学生が自己の社会人基礎力を認識し、それを向上させていくことで、ビジネスパーソンに必要な Employability（雇用に値する能力）を養うことを意図している。また、②はアカデミックな知識や考え方を、企業が提示する研修課題を解決するために適用することで、学修を通して修得したものを現実に融合させる力を養うことを意図している（表1）。

実施に当たっては、それぞれ、山形市商工観光部観光戦略課（以下、「山形市」という。）と、山形市蔵王をメインに宿泊事業を展開する、タカミヤホテルグループ・ホールディングス（以下、「タカミヤ」という。）の宿泊施設などに受入協力をいただいた。学生は、インターンシップ期間中、各受入組織から提示された課題について、グループワークによって解決策を導き出し、具体的な事業提案をすることをゴールにしている。そのため、インターンシップのカリキュラムでは、「課題解決型学修に向けた事前講義」「受入組織・教員による学生への指導（オリエンテーション・中間発表・最終発表の間）」「中間発表および最終発表の2段階での学生による成果発表」といったスケジュールを設定し、学生のグループが受入組織担当者と直接連絡をとり、打ち合わせのスケジュール調整などを行った（表2）。

表2 オンライン・インターンシップの開催日程

項目	3月実施	9月実施
オリエンテーション	3月3日	8月18日
講義	3月5日	8月19日
研修①	3月6～14日	9月1～12日
中間報告①	3月15日	9月13日
中間報告②	3月16日	9月14日
研修②	3月17～24日	9月15～20日
最終報告①	3月25日	9月21日
最終報告②	3月26日	9月22日

次章では、上記のオンライン・インターンシップの実施を踏まえ、参加した全学生を対象に実施した事後アンケート調査ならびに、協力いただいた受入組織担当者への聞き取り調査の結果を整理する。

3 オンライン・インターンシップの実施とその結果

3-1 調査方法

本研究では、オンライン・インターンシップの効果を把握するため、「3月実施」(参加学生 88 人)と、「9月実施」(参加学生 140 人)に参加した全 228 人の学生を対象に、オンラインによるアンケート調査を実施した。合計で 207 人 (3月実施：69 人, 9月実施：138 人) から回答を得た (回答率：90.8%)。

3-2 アンケート調査結果

3-2-1 回答者の属性

全回答者 207 人のうち男性は 42 人 (20.3%), 女性は 165 人 (79.7%) であった。3月実施の回答者 69 人の内訳は男性 16 人 (23.2%), 女性 53 人 (76.8%) で、9月実施の回答者 138 人は、男性 26 人 (18.8%), 女性 112 人 (81.2%) であった。

3-2-2 オンライン・インターンシップへの意欲 (モチベーション)

オンライン・インターンシップに意欲的に取り組んだかについて聞いたところ、「とてもそう思う」が全体の 57.5% (119 人) と最も多く、以下、「そう思う」が 38.2% (79 人), 「どちらともいえない」が 3.4% (7 人), 「そう思わない」が 1.0% (2 人) となった。「とてもそう思う」と「そう思う」の合計が 96.7% となり、意欲的に取り組んでいたことがわかる。

3月実施と9月実施で比較すると、「とてもそう思う」と回答した割合が、3月実施の 50.7% に対して、9月実施は 60.9% と 10.2 ポイント多くなった。その一方で、「とてもそう思う」と「そう思う」の合計でみると、3月実施が 97.1% と、9月実施の 95.0% よりも 2.1 ポイント多くなっている (表 3)。

表 3 インターンシップへの取り組み意欲

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とてもそう思う	119	57.5	35	50.7	84	60.9
そう思う	79	38.2	32	46.4	47	34.1
どちらともいえない	7	3.4	1	1.4	6	4.3
そう思わない	2	1.0	1	1.4	1	0.7
全くそう思わない	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

また、オンラインでのインターンシップに興味を持てたのかについて聞いたところ、「そう思う」が 39.6% (82 人) と最も多く、「どちらともいえない」[26.6% (55 人)], 「とてもそう思う」[16.9% (35 人)], 「そう思わない」[12.6% (26 人)], 「全くそう思わない」[4.3% (9 人)] の順になった。「とてもそう思う」と「そう思う」の合計は 56.5% と、半数以上がオンラインでのインターンシップに興味を持てたという回答になった。

3月実施と9月実施で比較すると、3月実施が「どちらともいえない」が全体の 37.7% と最も多くの回答を集め、「とてもそう思う」と「そう思う」の合計が 49.2% と半数以下になっていたのに対して、9月実施は 60.1% が興味を示していた。一方で、「そう思わない」「全くそう思わない」というマイナスのイメージは、3月実施が 13.0% だったのに対して、9月実施は、18.9% と 5.9 ポイント多かった。3

月実施の参加者が、オーストラリアでのオフラインによるインターンシップを受講していたのに対して、9月実施の参加者は、今回が初めてのインターンシップの受講となったことも、回答に変化が生まれた要因になっている（表4）。

表4 オンライン・インターンシップへの興味

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とてもそう思う	35	16.9	9	13.0	26	18.8
そう思う	82	39.6	25	36.2	57	41.3
どちらともいえない	55	26.6	26	37.7	29	21.0
そう思わない	26	12.6	7	10.1	19	13.8
全くそう思わない	9	4.3	2	2.9	7	5.1
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

なお、3月実施に参加した学生は、オフラインでのインターンシップを経験していることから、オンライン・インターンシップの満足度については「不満」が43.5%と最も多く、「満足」（24.6%）、「変わらない」（17.4%）が続く。オンライン・インターンシップについて肯定的な回答（「非常に満足」「満足」「変わらない」）の合計は47.8%となったのに対して、否定的な回答（「不満」「非常に不満」）は52.2%という結果になった（図1）。

一方で、オフラインと比較してオンラインによるインターンシップは、今後の職業キャリアを考えるうえで役立つかどうかについて聞いたところ、「どちらともいえない」が42.0%と最も多い回答になったが、「非常に役に立った」「役に立った」と回答した合計は46.3%と、「役に立たなかった」「全く役に立たなかった」の合計11.5%を大きく上回る結果となった（図2）。

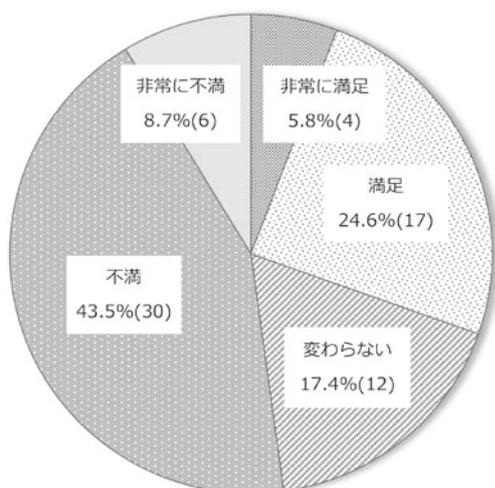


図1 オンラインの満足度 (N = 69)

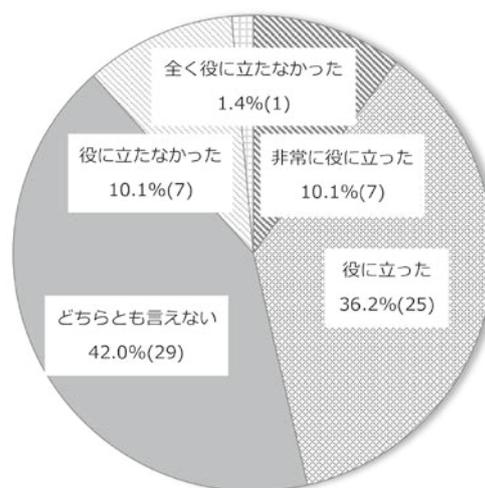


図2 オンラインは職業キャリアで役立つか (N = 69)

3-2-3 オンライン・インターンシップへの取り組み

オンライン・インターンシップを学習するに当たり、これまでの大学での学びを活かしたかについて聞いたところ、「とてもそう思う」「そう思う」の合計が72.0%（149人）となり、7割以上の学生がインターンシップを通して、大学での学びを活かしていた。一方で、3月実施と9月実施を比較す

ると、「とてもそう思う」「そう思う」の割合は、それぞれ76.8%と69.5%となり、7.3ポイントの差が出た。これは、3月実施の学生が4年生への進級前だったのに対して、9月実施の学生が、留学プログラム終了後すぐの実施であったことから、専門科目の学習レベルに差があったことも要因として考えられる。そのため、「どちらともいえない」と「そう思わない」「全くそう思わない」の合計は、3月実施が23.2%だったのに対して、9月実施は30.4%と7.2ポイントの差があった（表5）。

表5 大学での学びをインターンシップに活かせたか

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とてもそう思う	35	16.9	14	20.3	21	15.2
そう思う	114	55.1	39	56.5	75	54.3
どちらともいえない	43	20.8	12	17.4	31	22.5
そう思わない	11	5.3	2	2.9	9	6.5
全くそう思わない	4	1.9	2	2.9	2	1.4
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

グループワークの取り組みについてみると、「とてもそう思う」と「そう思う」の合計が88.9%（184人）と、約9割のグループがインターンシップ期間中有効に作業に取り組んでいた（表6）。グループワークは集中しやすい雰囲気・環境のもとで行えたかについても、「とてもそう思う」「そう思う」が全体の87.4%（181人）となり、有効にグループワークを実施し、インターンシップに臨んでいた（表7）。しかし、3月実施と9月実施を比較すると、表6、表7ともに9月実施の「とてもそう思う」の割合が、

表6 グループワークの時間を有効に設定し活用できたか

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とてもそう思う	105	50.7	30	43.5	75	54.3
そう思う	79	38.2	30	43.5	49	35.5
どちらともいえない	16	7.7	7	10.1	9	6.5
そう思わない	7	3.4	2	2.9	5	3.6
全くそう思わない	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

表7 グループワークは集中しやすい雰囲気・環境のもとで行えたか

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とてもそう思う	101	48.8	27	39.1	74	53.6
そう思う	80	38.6	30	43.5	50	36.2
どちらともいえない	19	9.2	9	13.0	10	7.2
そう思わない	4	1.9	2	2.9	2	1.4
全くそう思わない	3	1.4	1	1.4	2	1.4
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

表8 授業外の学習時間

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
10時間未満	38	18.4	21	30.4	17	12.3
10時間以上15時間未満	77	37.2	28	40.6	49	35.5
15時間以上20時間未満	49	23.7	10	14.5	39	28.3
20時間以上25時間未満	26	12.6	7	10.1	19	13.8
25時間以上	17	8.2	3	4.3	14	10.1
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

それぞれ3月実施の10ポイント以上高くなる結果となった。表8の授業外学習時間は、3月実施、9月実施ともに10時間以上15時間未満がそれぞれ40.6%、35.5%と最も多くなったが、3月実施の10時間未満が30.4%に対して、9月実施は12.3%と少なく、9月実施は逆に15時間以上の学習者が52.1%と半数を超えるなど、グループワークに時間を割いていることがわかり、このことが表6、表7の「とてもそう思う」の割合を高めたことに反映していると考えられる。

3-2-4 受入組織からの学びについて

オンライン・インターンシップを通して、受入組織の担当者とのコミュニケーションがとれたかについて聞いたところ、全体の87.9%（182人）が「とてもそう思う」「そう思う」と回答しており、学生と担当者間で全体的に有効なコミュニケーションが行われていたことが伺える。特に、1回目の実施となった3月実施の結果が84.1%だったのに対して、2回目の9月実施は89.8%と向上していることから、受入組織においてもオンラインによる学生の受入体制整備が進んでいることが考えられる（表9）。

表9 受入組織の担当者とのコミュニケーション（質問等への対応）

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とてもそう思う	108	52.2	34	49.3	74	53.6
そう思う	74	35.7	24	34.8	50	36.2
どちらともいえない	20	9.7	8	11.6	12	8.7
そう思わない	5	2.4	3	4.3	2	1.4
全くそう思わない	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

また、具体的な打ち合わせの時間は、1.5時間以上の割合が全体の58.0%（120人）となった。これについても、1回目の実施となった3月実施（1.5時間以上が55.0%）に比べ、9月実施の方が4.4ポイント（59.4%）増えるなど、2回目の方が全体的に打ち合わせの時間も長くなっていた（表10）。

今回のインターンシップを通して、受入組織の業界・企業がイメージ通りだったかどうかを聞いたところ、全体の8割強が「はい」と回答した。これは3月実施と9月実施ともに同様の傾向にあった（表11）。さらに、業界・企業への理解の深まりについては、全体の9割超が「はい」と回答した（表12）。

表10 受入組織との打ち合わせに要した時間の合計

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
30分～1時間	30	14.5	13	18.8	17	12.3
1時間～1.5時間	57	27.5	18	26.1	39	28.3
1.5時間～2時間	60	29.0	19	27.5	41	29.7
2時間以上	60	29.0	19	27.5	41	29.7
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

表11 受入組織はイメージ通りの業界・企業だったか

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
はい	166	80.2	57	82.6	109	79.0
いいえ	41	19.8	12	17.4	29	21.0
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

表12 インターンシップによる業界・企業への理解の深まり

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
はい	191	92.3	64	92.8	127	92.0
いいえ	16	7.7	5	7.2	11	8.0
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

なお、受講した学生の3割が、今回の受入組織を「希望する就職先・業界」と回答しており（表13）、そのうちの66.2%が、オンライン・インターンシップを通して、就業意識が「とても高くなった」「高くなった」と回答した（表14）。

表13 受入組織は就職を希望する業界だったか

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
はい	62	30.0	12	17.4	50	36.2
いいえ	145	70.0	57	82.6	88	63.8
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

表14 （就職を希望する業界だった学生）インターンシップ参加前と比べての就業意識

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とても高くなった	12	19.4	3	25.0	9	18.0
高くなった	29	46.8	4	33.3	25	50.0
どちらでもない	21	33.9	5	41.7	16	32.0
合計	62	100.0	12	100.0	50	100.0

一方で、就職を希望する業界でなかった学生においては、7割強の学生が、「どちらでもない」と変化を示さなかったが、24.8%の学生がオンライン・インターンシップ前に比べて、就職先として意識するようになった（表15）。

表15 (就職を希望する業界でなかった学生) インターンシップ参加前と比べての就業意識

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とても高くなった	10	6.9	3	5.3	7	8.0
高くなった	26	17.9	11	19.3	15	17.0
どちらでもない	103	71.0	41	71.9	62	70.5
低くなった	5	3.4	2	3.5	3	3.4
とても低くなった	1	0.7	0	0.0	1	1.1
合計	145	100.0	57	100.0	88	100.0

3-2-5 オンライン・インターンシップの効果

今回のオンライン・インターンシップの到達目標である、「自身の社会人基礎力の認識と向上」「PBL方式の研修による課題発見・解決力の向上」については、それぞれ全体の84.1%(174人)、87.0%(180人)が「とてもそう思う」「そう思う」と回答した。3月実施はそれぞれ86.9%、85.5%が「とてもそう思う」「そう思う」と回答、これに対して9月実施は、それぞれ82.6%、87.7%となった（表16、表17）。

表16 到達目標の達成度（自身の社会人基礎力の認識と向上）

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とてもそう思う	42	20.3	15	21.7	27	19.6
そう思う	132	63.8	45	65.2	87	63.0
どちらともいえない	26	12.6	7	10.1	19	13.8
そう思わない	4	1.9	1	1.4	3	2.2
全くそう思わない	3	1.4	1	1.4	2	1.4
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

表17 到達目標の達成度（PBL方式の研修による課題発見・解決力の向上）

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
とてもそう思う	49	23.7	17	24.6	32	23.2
そう思う	131	63.3	42	60.9	89	64.5
どちらともいえない	24	11.6	9	13.0	15	10.9
そう思わない	2	1.0	1	1.4	1	0.7
全くそう思わない	1	0.5	0	0.0	1	0.7
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

オンライン・インターンシップに参加する前と後における就業観に関する意識の変化については、

全体の75.4%（156人）が「はい（あった）」と回答した。この数字は、3月実施、9月実施ともに同数となっており、「働くこと」への意識醸成には一定の効果があったといえる（表18）。

表18 インターンシップ参加前と後での「働くこと」（就業観）に関する意識の変化

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
はい	156	75.4	52	75.4	104	75.4
いいえ	51	24.6	17	24.6	34	24.6
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

また、今回のオンライン・インターンシップに参加して理解が深まった事項について聞いたところ、全体では「業界に関する理解」〔50.2%（104人）〕が最も多く、以下、「社会人に求められる事柄」〔49.3%（102人）〕、「企業に関する理解」〔48.8%（101人）〕、「働くことに関する理解」〔46.9%（97人）〕が続く。一方で、3月実施と9月実施を比較すると、3月実施が「業界に関する理解」〔56.5%（39人）〕、「社会人に求められる事柄」〔56.5%（39人）〕が1番目の回答となり、以下4割を超えた回答は、「働くことに関する理解」〔44.9%（31人）〕、「企業に関する理解」〔40.6%（28人）〕となった。これに対して9月実施は、「企業に関する理解」〔52.9%（73人）〕が最も多く、4割以上の回答は、「働くことに関する理解」〔47.8%（66人）〕、「業界に関する理解」〔47.1%（65人）〕、「社会人に求められる事項」〔45.7%（63人）〕となった。

実際に、オフラインでの実施でなかったため、3月実施、9月実施ともに「職場の雰囲気」が低い回答となったが、3月実施が「今後の学生生活でやるべきこと」が10.1%（7人）の回答だったのに対して、9月実施は30.4%（42人）と約3倍の開きがあった（図3）。これは、3月実施の参加者が就職活動を目前に控えた学生だったこと、9月実施の参加学生は、今後、本格的に専門科目の学習に注力するといったように、置かれている環境の異なりから来ているものと推測できる。

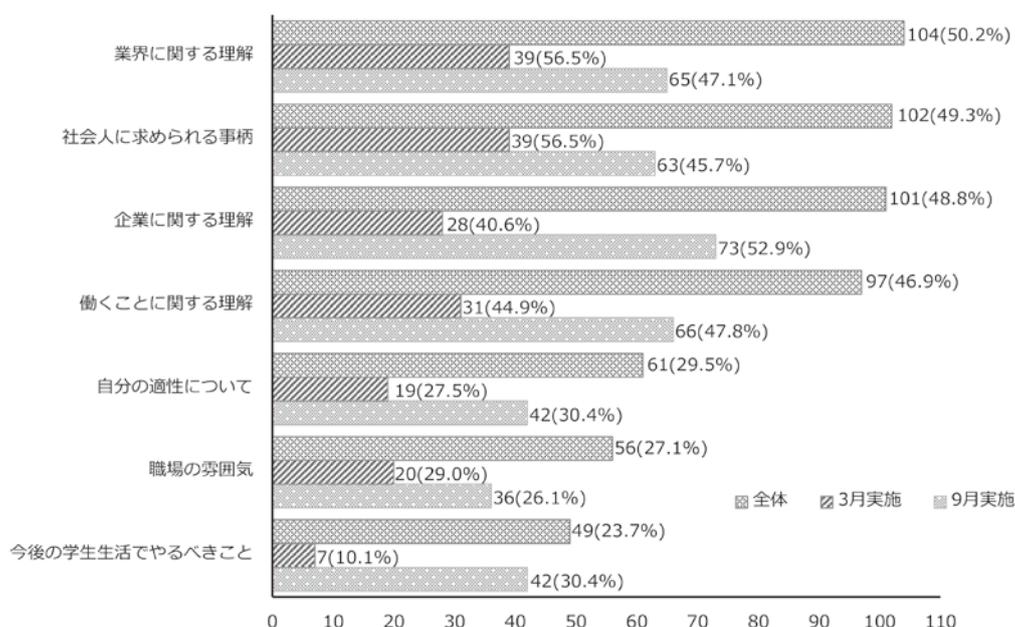


図3 インターンシップに参加して理解が深まった事項（複数回答）

オンライン・インターンシップへの参加を通して、自身の社会人基礎力の向上につながったのかどうかについて聞いたところ、全体の9割超が「はい」と回答した（表19）。

表19 インターンシップは自身の社会人基礎力の向上につながったか

	全体		3月実施		9月実施	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
はい	195	94.2	66	95.7	129	93.5
いいえ	12	5.8	3	4.3	9	6.5
合計	207	100.0	69	100.0	138	100.0

さらに、オンライン・インターンシップを通じた自身の社会人基礎力の変化を、「主体性」「働きかけ力」「実行力」「課題発見力」「計画力」「創造力」「発信力」「傾聴力」「柔軟性」「状況把握力」「規律性」「ストレスコントロール力」の12項目で聞いたところ、「ストレスコントロール力」以外の11項目で、7割超が「非常に伸びた」「伸びた」と回答した（表20）。

表20 インターンシップを通じた自身の社会人基礎力の変化

(全体)

	主体性		働きかけ力		実行力		課題発見力		計画力		創造力		発信力		傾聴力		柔軟性		状況把握力		規律性		ストレスコントロール力	
非常に伸びた	49	23.7%	52	25.1%	60	29.0%	81	39.1%	52	25.1%	53	25.6%	39	18.8%	79	38.2%	44	21.3%	53	25.6%	41	19.8%	18	8.7%
伸びた	130	62.8%	111	53.6%	119	57.5%	104	50.2%	120	58.0%	117	56.5%	108	52.2%	98	47.3%	110	53.1%	124	59.9%	113	54.6%	80	38.6%
変わらなかった	28	13.5%	44	21.3%	28	13.5%	22	10.6%	35	16.9%	37	17.9%	60	29.0%	30	14.5%	53	25.6%	30	14.5%	53	25.6%	109	52.7%
合計	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%	207	100.0%

(3月実施)

	主体性		働きかけ力		実行力		課題発見力		計画力		創造力		発信力		傾聴力		柔軟性		状況把握力		規律性		ストレスコントロール力	
非常に伸びた	18	26.1%	15	21.7%	18	26.1%	23	33.3%	14	20.3%	15	21.7%	16	23.2%	21	30.4%	14	20.3%	17	24.6%	14	20.3%	8	11.6%
伸びた	46	66.7%	40	58.0%	42	60.9%	40	58.0%	43	62.3%	42	60.9%	34	49.3%	38	55.1%	37	53.6%	41	59.4%	36	52.2%	23	33.3%
変わらなかった	5	7.2%	14	20.3%	9	13.0%	6	8.7%	12	17.4%	12	17.4%	19	27.5%	10	14.5%	18	26.1%	11	15.9%	19	27.5%	38	55.1%
合計	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%	69	100.0%

(9月実施)

	主体性		働きかけ力		実行力		課題発見力		計画力		創造力		発信力		傾聴力		柔軟性		状況把握力		規律性		ストレスコントロール力	
非常に伸びた	31	22.5%	37	26.8%	42	30.4%	58	42.0%	38	27.5%	38	27.5%	23	16.7%	58	42.0%	30	21.7%	36	26.1%	27	19.6%	10	7.2%
伸びた	84	60.9%	71	51.4%	77	55.8%	64	46.4%	77	55.8%	75	54.3%	74	53.6%	60	43.5%	73	52.9%	83	60.1%	77	55.8%	57	41.3%
変わらなかった	23	16.7%	30	21.7%	19	13.8%	16	11.6%	13	9.4%	25	18.1%	41	29.7%	20	14.5%	35	25.4%	19	13.8%	34	24.6%	71	51.4%
合計	138	100.0%	138	100.0%	138	100.0%	138	100.0%	128	92.8%	138	100.0%	138	100.0%	138	100.0%	138	100.0%	138	100.0%	138	100.0%	138	100.0%

3-2-6 オンライン・インターンシップの改善点等

ここでは、オンライン・インターンシップの改善点や意見等に関する記述形式による回答を、テキストデータを定量的に分析するソフトウェア(KH Coder)を使用して分析した結果について報告する。表21は、3月実施と9月実施の各設問に対するコメント文字数である。文字数が少ない回答に関しては、テキスト分析の精度が低まるため、分析対象を文字数3,000文字以上のコメントに絞り、分析を行った。

本分析では、下図「共起ネットワーク」を用いて、設問ごとにコメントにあがった言葉の出現頻度・

表21 記述式の設問と3月実施・9月実施のコメント文字数

設問	コメント文字数	
	3月実施	9月実施
オンライン・インターンシップにおいて、改善が必要な点	3,954	6,044
その他、意見や感想等	4,509	10,863

中心性・言葉同士の関連性を洞察し、共起ネットワーク上に表される言葉の本文中での使われ方を確認する「KWIC（コンコードダンス）」の機能を用いて、学生の回答内容のポイントを集約した。

「オンライン・インターンシップの改善点」について、3月実施の学生からは、「研修でやるべきことや日程の早い段階での明示」「企業担当者自身の役割の理解や認識不足」「就職活動が本格化する3月実施の回避」「受入組織を選択できる仕組み」といったワードが多く検出された。

一方、9月実施の学生からは、「訪問したことがない場所の課題を考えることは難しいため、皆が行ったことがある場所の選定の希望」「企業ごとの課題の内容や難易度の差の是正」「事前の提供情報内容の充実」「研修期間中の担当者の統一」「企業担当者の態度の改善」「振り返りのために発表動画を後日視聴できるような仕組み」「現地を知るためのオンラインツアーの実施」「受入先企業のインターネット環境の改善」といった声があった（図4）。

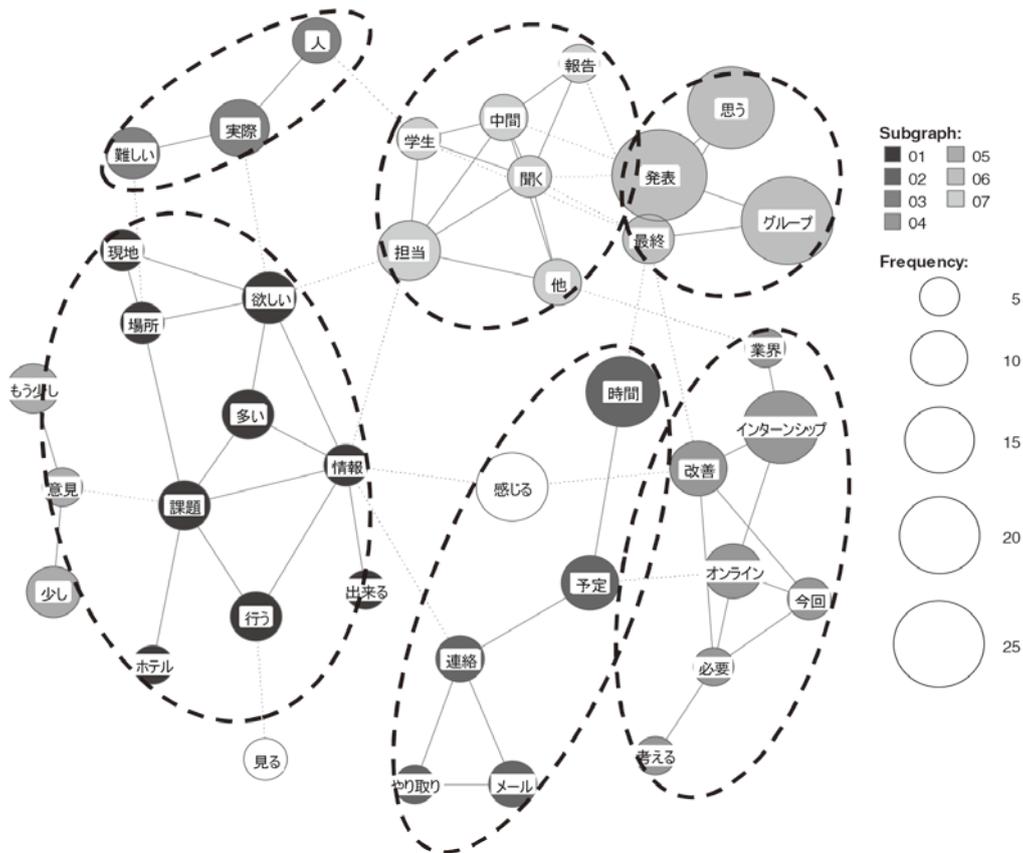


図4 オンライン・インターンシップの改善すべき点等（9月実施）

「その他、意見や感想等」については、3月実施の学生からは、「貴重な機会、経験への感謝」「社会に出た際に役立つ学びの実感」「充実した時間を過ごせた実感」「企業に対する解決提案の大変さと学び」といった前向きな回答が多く寄せられた。

また、9月実施の学生からも、「企業のサポートを得て企画立案する機会を得られたことへの感謝」「企業人との対話を通して企画立案したことによる学び」「ポジティブな経験ができたことへの感謝」「グループ活動の充実感や難しさ」「研修地である山形の魅力や問題点の理解」「オンライン研修の難しさや利点」といった、研修を通じた経験に対するポジティブな意見が寄せられた。その一方で、「企業の学生指導方法の改善」「SNSによる情報発信等、提案内容の他グループとの類似」「就職活動における業種理解や志望業種の明確化の実現」「大学の授業と異なる研修の効果」を求める意見もあった（図5）。

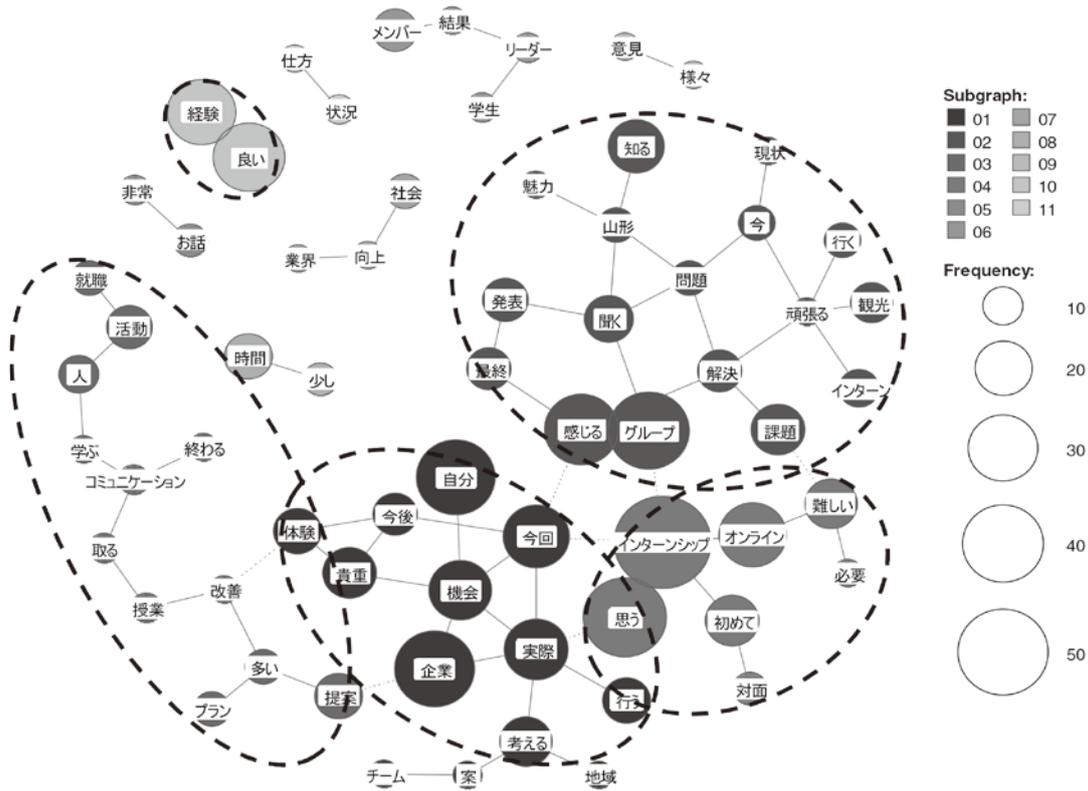


図5 その他（意見や感想等）（9月実施）

3-3 聞き取り調査結果（聞き取り調査）

3-3-1 聞き取り調査方法と聴取項目

オンライン・インターンシップの実施に伴い、受入組織側の効果を把握するため、3月実施、9月

表22 聞き取り調査の実施内容

<p>1. 対象・実施日：</p> <p>(1) 山形市</p> <p>①実施日：2021年10月8日（金）</p> <p>②場 所：山形市役所</p> <p>③対 象：山形市商工観光部観光戦略課 主幹 稲村 好胤 氏 山形市商工観光部観光戦略課 山本 真輝 氏</p> <p>(2) タカミヤホテルグループ・ホールディングス</p> <p>①実施日：2021年10月8日（金）</p> <p>②場 所：ホテルルーセントタカミヤ</p> <p>③対 象：株式会社高見屋旅館 専務取締役 営業本部長・総支配人 木村 丹 氏 株式会社高見屋旅館 取締役女将 岡崎 美樹子 氏 株式会社高見屋旅館 マネージャー 佐藤 明裕 氏 株式会社高見屋旅館 セールス&マーケティング マネージャー 遠藤 拓也 氏 観光創造ファクトリー株式会社 マネージャー 尾形 昌 氏</p> <p>2. 聴取項目：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンライン・インターンシップ実施に関する感想 ・オンライン・インターンシップの利点について ・今回のオンライン・インターンシップの問題点, 改善点 ・事業活動におけるオンライン・インターンシップの活かし方
--

実施の2回にわたり協力いただいた、山形市とタカミヤの担当者を対象に、2021年10月8日に、山形市を訪問し、対面による半構造化インタビューを実施した(表22)。

3-3-2 聞き取り調査結果

3-3-2-1 オンライン・インターンシップの実施に関する感想

オンライン・インターンシップは、「受入組織にとっても非常に勉強になるもので、有意義な時間だった」(山形市, タカミヤ)というのが率直な感想であった。オフラインによるインターンシップの場合、就業体験が主体となるため、教育・指導の時間が多くなる。これに対してオンラインは、「若い人たちの考え方や情報について触れる機会となり、貴重な時間となった」(山形市)。また、「自分たちでは考えつかない新しいアイデアをいただけだったので、受入側においてのメリットも大きかった」「今回提案いただいたものの中から実践できるものをピックアップして、社内で取り組んでみたい。学生に成果をしっかりと伝えることで、今後のオンライン・インターンシップの実施や、学生のモチベーションにつながられるのではないか」(タカミヤ)といった意見があった。普段、ほとんど接することのない学生と、オンラインを通してじっくり対話する環境は、担当者にとっても多くの気づきの場になったという。

3-3-2-2 オンライン・インターンシップの利点

オンライン・インターンシップの利点については、「打ち合わせなどを気軽に実施でき、かつ、データの共有や調査方法、コミュニケーションの仕方などを指導しやすかった」(山形市)というメリットをあげる。また、「グループワークで課題に対する解決策を導き出す内容が非常によかった。学生にとっても学習効果が高くなったのではないか」(山形市)、「学生には『チャレンジさせる』ことも踏まえ、無理なことでも積極的に伝えるようにした。学生のアイデアや企画は、社員の育成にもつながるのではないかと感じ、社員教育の一環として、オンライン・インターンシップに取り組めると感じた」(タカミヤ)といった意見もあった。

その一方で、「蔵王に来たことがない学生が、見たことがない施設の課題について、遠隔で検討することにネックを感じている」としたうえで、「このマイナス面が逆に、学生の想像力を膨らませ、現場では考えることのできないアイデアを提案いただけという思いもある。見ていないからこそ、理想と現実のギャップが生まれ、実現可能性を無視した魅力的な提案をいただけ」(タカミヤ)といった意見もあった。

3-3-2-3 オンライン・インターンシップの問題点、改善点

オンライン・インターンシップの問題点については、「ブレインストーミングや雑談、といった人との関係づくりが難しい」(山形市)と、オフラインだからこそ得られる効果を、オンラインで実現させることは難しいという意見があった。また、「学生側は、グループのリーダーや積極性のある学生に負担が行き過ぎているように感じた。ミーティングでも発言者が限定されていることが気になった」(山形市)、「グループワークだったということもあり、グループ内の人間関係がインターンシップを進めるうえで非常に重要になることを感じた」(タカミヤ)というように、一部の学生への負担を危惧する声と、「オンライン・インターンシップが学園祭のようなイベントとなり、企画して盛り上がったまま終わる感も強く、その後の教育をどう考えるかが重要」(タカミヤ)といった意見もあった。

さらに今回、複数のグループの指導を依頼したことから、「打ち合わせの時間や対応、スケジュールの調整が大変だった」(山形市)、「一回の受入で対応できるのは、3グループぐらいが限度」(タカ

ミヤ)という指摘があった。一方で、「受入先の担当者の意識によって、成果に大きな差が生まれた」(タカミヤ)というように、受入組織に対して、オンライン・インターンシップの趣旨や具体的な依頼事項を丁寧に伝え、担当者によってサポートのバラツキが生じないように運営していくことの必要性を感じた。

改善点については、「企画やマーケティングといったことであればオンラインでもできるが、オペレーションという現実を知るためには、現場でしか体験することができない。同じインターンシップであっても、このことはオフラインでしかできないことであり別物」(山形市, タカミヤ)としたうえで、「アフターコロナでは、オンラインで事前ヒアリングや事前課題を実施し、オフラインで現場に行き、提案の実現に向けたリアルな体験をさせることで、教育効果を高められるのではないか」「オンラインでの提案に加え、オフラインでの検証までを追及することで、受入組織側、学生側双方にメリットが生まれるように感じる」「提案の中には実践させてもいい内容のものもあったため、実際にやらせて検証させる機会を設けてもいいのではないか」(タカミヤ)といった意見があった。オンライン・インターンシップを通じて学生が提案したものを、オフラインで実践させる(事業に関わらせる機会をつくる)ことで、課題の検証、成果、達成感を与えることが、インターンシップそのものの有効性を高めるという受入組織からの提案があった。

3-3-2-4 事業活動におけるオンライン・インターンシップの活かし方

受入組織の事業活動におけるオンライン・インターンシップの可能性について聞いたところ、「2回のインターンシップを通して、提案いただいた中から理想で終わらせず、現場で実際に取り組んだプランもある」「施設のマネージャーや若手の社員にもオンライン・インターンシップの経験をさせたい」「最終(成果)発表では、担当者だけでなく、その他の社員を加えて参加したかった」(タカミヤ)など、新たな社員教育という観点から、オンライン・インターンシップは有効であるという意見があった。

また、「オフラインのインターンシップは、社員の後輩指導力の育成につながるし、学生にとっては就業に対する理想と現実を知る機会になる。一方で、受入側としてはマンパワーとして考えるため、学生にとってはアルバイトの延長という声も多い」(タカミヤ)と、これまでのインターンシップの反省を踏まえながら、「オンライン、オフラインに限らず、インターンシップを通して、企業側と学生側の双方にとって、Win-Winの関係をつくっていくことが重要」(タカミヤ)という意見があった。

4 まとめ

本章では、第3章での調査結果によりみえてきた、オンライン・インターンシップの効果や課題を明らかにし、その解決策や戦略についての提案を試みたい。

4-1 調査結果の考察

今回、学生に実施したアンケート調査からは、オンライン・インターンシップへの取り組み意欲は高く、9割が受講後の業界理解につながっていることがわかった。また、学生による自己評価ではあるが、就業体験、社会人基礎力の向上、就業観の醸成など、多くの面で一定の効果を得られたと考える。さらに、受講学生の7割が「大学での学びが生きる」と回答しており、就業体験を重視したこれまでのオフラインによるインターンシップに比べ、オンライン・インターンシップは、大学での専門科目の学びと、現実の業務とを関連付ける仕組みにつながっていくことができると思われる。今回の到

達目標のひとつを、「PBL方式の研修による課題発見・解決力の向上」としたことで、受入組織側の意向も反映させることができ、効果的な働きをしたとも受け止められる。

また、受入組織においても、サービスや事業活動について、学生の生の声を聞けること、社員教育につながられること、自社の新しいプロジェクトへの活用につながられることなど、前向きな意見を聞くことができ、オンラインとオフラインを組み合わせた、長期のインターンシップ運営についての具体的な提案を受けることができた。

その一方で、オフラインでしか得られない就業機会や職場の雰囲気、かつ、サービスそのものの体感といった経験のないオンライン・インターンシップは、魅力という面では低い結果となった。また、学生からは、行ったことのない場所が就業対象になったことや、受入組織の担当者のオンライン・インターンシップに対する意識や対応のバラツキを指摘する声があったほか、開催時期、派遣先の事業者の選択を求める意見があった。受入組織側からは、グループワークによる一部の学生への負担、オンラインでの経験を実践できないまま終わる環境など、学習効果をさらに上げられるようにするべきではないかという意見があった。

今後、オンライン・インターンシップをより効果的なものにしていくためにも、上記のような課題をいかに解決していくのが求められる。

4-2 アフターコロナのインターンシップに向けた提案

4-2-1 アフターコロナに向けたO2O (Online to Offline) プログラムの創造

今回のオンライン・インターンシップでは、大学側のカリキュラムを重視して企業側が対応してくれたことが、大きな成果を得られた要因ともいえる。そして、オフラインでの就業体験ではなく、オンラインだからこそ受入組織の課題を知り、その具体的な解決策を検討するといった、より実践的な内容を実現させることができた。アフターコロナでは、受入組織から提案のあったように、オンラインとオフラインを組み合わせた、O2O (Online to Offline) 型の長期インターンシップを実践することで、大学の専門科目の学びを現実の業務に活かせる場にしていくことができるだろう。

そのため、今後は、学期の授業の一環で今回のオンラインでの取り組みを採用し、夏期休暇や春期休暇の期間で就業現場に行き、提案した内容をオフラインで実践するといった長期インターンシップのカリキュラムを構築していく必要がある。そして、本カリキュラムを実現させるためには、受講する学生の学年の選定、開催時期、受入組織との連携・調整、受入組織側担当者の人材育成が非常に重要になると考える。

4-2-2 アフターコロナに向けたキャリア教育における新たな産学連携

今回のオンライン・インターンシップを通して、受入組織との連携の重要性を再確認した。これまでの、就業を中心としたオフラインによるインターンシップは、受入先となる組織で用意されたものを学生が体験する、といった企業任せの面が強かった。

これに対して、オンライン・インターンシップでは、大学側が全体のカリキュラムを編成し、それに対して受入組織に協力してもらう形で授業運営していくこととなった。そのため、O2Oの長期インターンシップの実現には、受入組織側の理解と協力が必要不可欠といえる。そして、長期インターンシップを継続させていくためには、学生側だけではなく、受入組織側にとってもWin-Winの関係を構築できるものでなければならない。そのためにも、大学側の意向を理解し、協力してくれるサポーター（受入組織）の存在が重要になる。アフターコロナでは、キャリア教育という視点から、インターンシップを通じた新たな産学連携の構築が重要になっていくと考える。

4-3 今後の課題

2020年に発生したコロナの感染拡大に伴い、玉川大学観光学部では、必修科目であるインターンシップの運営方針を様々な角度から検討することになった。オンライン・インターンシップの実践は、まさにその中から生まれたカリキュラムであった。

これまで2回にわたり、約1カ月間のオンライン・インターンシップを実施することになったが、本研究により、そのメリットとデメリットについて整理することができた。そしてコロナ禍により、企業や大学におけるキャリア教育のあり方そのものを見直すきっかけにもなったと考えている。O2Oの教育モデルの実装、それによる効果検証を行うことで、アフターコロナにおけるインターンシップのあり方を研究していきたいと考えている。

謝辞

本研究を進めるに当たり、山形市役所、タカミヤホテルグループ・ホールディングスには、玉川大学観光学部のオンライン・インターンシップへの協力だけでなく、本研究に対し、多大なご支援・ご協力をいただいた。また、インターンシップの運営では、TOC総合研究所に運営のサポートいただいた。この場をお借りして感謝申しあげたい。

注

- 1) 就職みらい研究所「就職白書2021」(2021年2月16日)では、2021年卒採用で調査先企業全体の69.8%がウェブ面接を実施。従業員5,000人以上の企業では、94.3%がウェブ面接を実施している(就職みらい研究所ホームページ〈https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2021/02/hakusho2021_20210216-1.pdf〉, 2021年12月27日閲覧)。
- 2) 根木良友・青木敦男・折戸晴雄(2013)「日米の観光関連学部を有する大学の比較調査によるインターンシップを中心とした日本の観光教育の課題に関する考察」の中で、米国の観光関連大学のインターンシップと日本の大学との比較分析から、企業や実社会のニーズと大学教育内容との乖離を指摘。
- 3) 同上
- 4) 3月実施に参加した学生は玉川大学観光学部3年生(当時)88人で、2019年8月から1年間留学プログラムに参加した学生で、2019年8月から2020年3月まではオーストラリアへの現地留学、それ以降は日本からのオンライン留学を経験した。約半年間のオーストラリアでの留学の際、オフライン・インターンシップによる企業研修を実習している。また、9月実施は、玉川大学観光学部4年生13人、3年生127人の計140人の学生が参加した。この140人は、2020年8月から1年間の留学プログラムに参加した学生でコロナの影響により、日本からのオンライン留学を経験した。

参考文献

- 折戸晴雄・大藤正・永井一志・根木良友(2014)「日米欧豪亜5地域の観光専攻大学のカリキュラム比較調査を通じた日本の観光人材育成に関する考察」,『玉川大学経営学部紀要』第23号, 23-37pp
- 根木良友・青木敦男・折戸晴雄(2013)「日米の観光関連学部を有する大学の比較調査によるインターンシップを中心とした日本の観光教育の課題に関する考察」,『玉川大学観光学部紀要』第1号, 63-80pp
- 採用と大学教育の未来に関する産学協議会2020年度報告書「ポスト・コロナを見据えた新たな大学教育と産学連携の推進」, 2021年4月19日
- 就職みらい研究所(2021)『就職白書2021』, 2021年4月9日(就職みらい研究所ホームページ〈https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2021/04/hakusyosyo2021_01-48_up.pdf〉, 2021年12月27日閲覧)

文部科学省・厚生労働省・経済産業省「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」〈https://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/__icsFiles/afieldfile/2015/12/15/1365292_01.pdf〉, 2021年12月27日閲覧

文部科学省ホームページ 〈https://www.mext.go.jp/b_menu/internship/1413929_00002.htm〉, 2021年12月27日閲覧

(たにわき しげき)

(ねぎ よしとも)

Consideration of the Effect of Online Internship

Shigeki TANIWAKI, Yoshitomo NEGI

Abstract

This paper discusses a questionnaire survey with students about the problems and issues caused by conducting the internship program of the College of Tourism and Hospitality at Tamagawa University online due to the spread of COVID-19. The results will be considered in conjunction with the results of interviews with cooperating companies and local government.

Due to the spread of COVID-19, the field of education at universities is rapidly shifting from face-to-face education to online education from the viewpoint of preventing the spread of infection. The online internships discussed in this paper not only clarified the advantages and disadvantages of conventional internships that specialize in offline work experiences, but also provided an opportunity to create new industry-academia collaboration that can only be obtained online. On the corporate side, we saw the advantage of an online internship leading to new employee education and opportunities for new business creation. On the university side, it led to an increase in the employment awareness of students, an increase in the desire for work experience, and an increase in the awareness of visiting employment destinations. In addition, it led to the discovery of new possibilities in tourism education. On the other hand, an online-only internship will strengthen the event-like element for students and will be an extension of regular lessons, so it is an opportunity to practice and verify the plan proposed by the student. The fact that creativity is indispensable for enhancing the educational effect of online internships has become clear.

In this paper, in order to solve these problems, firstly, we suggest an O2O (Online to Offline) education curriculum creation for post-corona, and secondly, we propose about new industry-academia collaboration in career education for post-corona era.

Keywords: Internship, Tourism education, Career education, Online, Offline, Industry-Academia collaboration