大学と企業における環境インターンシップのニーズに関する研究

Research on the role of Environmental Internship for University and Private Companies

太田絵里*, 早川有香*, 吉成安生*, 高橋正弘*, 森下研*
OTA Eri*, HAYAKAWA Yuka*, YOSHINARI Aki*, TAKAHASHI Masahiro* and MORISHITA Ken*
*財団法人地球環境戦略研究機関

[要約] 本研究は、大学および企業が持つ環境インターンシップへのニーズを把握するためのものである。分析にあたり、企業への聞き取り調査、大学からの事例発表と討議、アンケート調査の3つの手法を組み合わせた。調査および分析の結果、以下の点が明らかになった。企業では、インターンシップを社会貢献の一環として位置づけている。このため環境インターンシップ実施に対しては、体制整備等に検討を要するため、人材育成事業としてのニーズが低い。しかし大学では、インターンシップを実践的な教育課程の一環として位置づけ、重要な教育機会と認識している。このため、環境に関する意識や知識を持った学生がインターンシップを実施した場合、直接的に環境関連の業務を担当しなくともそれを「環境インターンシップ」と捉える高いニーズがある。以上のことから、企業、大学においては、環境インターンシップに対するニーズに相違があることが明らかとなった。
[キーワード] 環境人材、環境インターンシップ、大学、企業、産学連携

1. はじめに

近年日本では、環境人材の育成を持続可能 な社会構築のための政策の一環と位置付けて いる。平成20年3月の「持続可能なアジアに 向けた大学における環境人材育成ビジョン」 (環境省 2008) によれば、「環境人材」とは 「自己の体験や倫理観を基盤とし、環境問題 の重要性・緊急性について自ら考え, 各人の 専門性を活かした職業,市民活動等を通じて, 環境、社会、経済の統合的向上を実現する持 続可能な社会づくりに取り組む強い意志を持 ち, リーダーシップを発揮して社会変革を担 っていく人材」と定義されている。環境人材 育成のための具体策として,平成19年に閣議 決定された 21 世紀環境立国戦略では、「大学、 産業界等との協力の下で環境技術、政策等を 学び, 行動する企業人や, 幅広い関係者をつ なげて持続可能な地域づくりを進めるコーデ ィネーター等, 国内外で活躍できる環境リー ダーを育成する」ことが記されている(21世 紀環境立国戦略特別部会 2008)。これに関連 し,長期戦略指針である「イノベーション 25」においては、「国内外の大学や産業界と協力し、大学における学位の取得や研究現場等の実体験を含む、環境リーダー育成」が示されている(内閣府 2008)。以上のような環境人材育成に対する指針から、環境人材の育成には、大学および産業界等、さまざまな主体の協働による取り組みを推進する努力が必要とされている、ということが理解できる。

大学とその他の主体が協働して人材育成を図る具体例として、インターンシップが挙げられる。インターンシップの定義の一つには、「学生が在学中に、企業等において自らの専攻や将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」というものがある(文部科学省2008)。そこで本研究においては、環境人材育成に関連したインターンシップを「環境インターンシップ」と呼ぶこととする。環境インターンシップは、企業の環境部門における就業体験を行うものにとどまらず、環境マインドを持った学生が企業等での職業体験を通じて、関

心を高め、将来の社会活動に貢献する意欲を 増進させるものを含む。

インターンシップの取り組みは,産学連携 による実践的人材育成事業として, 厚生労働 省, 文部科学省, 経済産業省等, さまざまな 府省によって実施されている(厚生労働省 2005)。このため、多くの大学で「インターン シップ」が教育の一環としてカリキュラムに 導入されているが、その一方で、内容・体制・ 業務内容に関する考え方の相違・期待等につ いての課題も指摘されている。これらの課題 の克服は、今後、さまざまな主体が連携した 形での環境人材育成に関する取り組みへの努 力を強化していくためにも必要である。そこ で本研究では,連携を確立するための前提条 件を把握するために、大学と企業それぞれの インターンシップに対するニーズおよびその 差異を確認することとする。

そこで本研究の目的を,大学および企業における環境インターンシップの位置づけを調査し,環境インターンシップに関する大学,企業それぞれのニーズを明らかにすることとし,得られたニーズの内容から,今後環境インターンシップを実施していく際に留意すべき課題を考察することとする。

2. 研究方法

環境人材育成の現状とニーズを把握するため、複数の調査を行う。具体的には、企業への聞き取り調査 (3.1)、大学からの事例発表と討議 (3.2)、アンケート調査 (3.3)、という3つの調査である。そしてそれぞれの調査で得られたデータに基づき、インターンシップをめぐるニーズの差異を分析する。

企業への聞き取り調査は、2008年7月から 12月までの5ヶ月間で、メーカー・製造・建設・運輸・エネルギー・廃棄物等の9社に対して実施した。9社は、首都圏に本社を置く上場企業である。これらの企業に対しては、現在実施されている学生の受け入れ体制、業 務内容,受け入れ期間等のインターンシップ の現状および環境インターンシップの可能性 について等の内容について聞き取りを行った。

大学からの事例発表と討議については、2008年9月に、政府からの資金を得て環境人材育成に関連するプログラムを実施している10大学が参加した非公開の会合に出席することで得たものである。この10大学の内訳は、首都圏の国立大学2大学、私立大学2大学、地方国立大学が6大学となっている。大学からの事例発表と討議では、大学のカリキュラムの中での環境インターンシップの位置づけや実施方法等に関する取組の内容を把握し、今後の課題等についての意見を収集した。

アンケート調査は、2008 年 12 月に開催されたエコプロダクツ展 2008 において、環境インターンシップ事業を展示するブースに立ち寄った企業関係者 23 名、大学関係者 5 名に対して実施したものである。アンケート調査は、環境人材育成を想定した事業案を複数提示し、それらの中から特に興味がある事業を複数選択するという形式で実施した。

これら一連の調査は、環境関連業務を行っている企業もしくは環境人材育成に興味を持っている企業の担当者、および環境人材育成の教育に関わる大学もしくは環境人材育成の教育に関心を持つ大学の担当者に対して行った。調査に際しては、特に環境インターンシップの実施等に深く関わる関係者にコンタクトするよう留意した。

3. 結果

3.1 企業への聞き取り調査結果

企業でのインターンシップは、「社員が戦力となるには一定の期間を要するため、インターンシップでは単純作業に限定される」、「短期のインターンシップでは、学生と企業双方のメリットが少ない」、「数か月といった長期間でも、学生から企業への貢献は考えにくく、単に数週間の社会経験を提供するものと考え

ている」等の認識が得られた。インターンシップの位置づけは、「企業文化、企業活動に関する理解促進の一環」「社会貢献の一部」等の意見が示された。インターンシップの実施上の問題点としては、「職員の中から担当者を配置しなければならない」、「インターンの学生を受け入れる体制ができていない」などが挙げられた。

環境インターンシップ実施の可能性に対しては、「企業のCSR担当報告書の編集等を依頼したケース」や「環境監査に同行し、評価に加わる」、「環境汚染物質等のデータ整理」等の具体的な事例が挙げられた。その一方で、「環境インターンシップの具体的なイメージが湧かない」、「学生の期待と実務の満足度が疑問視される」等の認識が得られた。

3.2 大学からの事例発表と討議の結果

調査対象の10大学の内,7大学においては インターンシップが必修科目とされていた。 インターンシップでは、社会経験により自己 学習や今後の課題等を知ることが可能なため, 学生の意欲, ヒューマンスキル, 行動力を高 めるために有効である,と捉えられていた。 インターンシップの実施期間は大学によって 異なり、10日間の短期のものから5ヶ月間と 長期のものが混在していた。またインターン シップを実施するだけでなく,オリエンテー ション,報告会,報告書の提出,実施期間中 の管理,活動評価表の作成,修士論文との連 携等,実践型演習型の教育課程の一環との位 置づけもされていた。大学側は, インターン シップの内容を,環境部署での仕事など環境 問題を直接的・中心的に扱う業務に限っては おらず,企業での業務は何らかの形で環境問 題に関わっているというものである。インタ ーンシップ先の確保に関しては, 現状では教 員が持つネットワークを通じたもの、学生本 人が探す努力等,個人ベースのものが多かっ た。インターンシップの取り組みを強化する ため,大学によってはコーディネーターの配

置、企業・自治体・政府機関等が参加するコンソーシアム体制作りによる支援等が予定されていた。さらには、インターンシップ参加団体の具体的な数値目標を20社、または30社と設定するなどの取り組みが実施される予定となっていた。

3.3 アンケート結果

アンケート調査の集計から、企業と大学それぞれが持つ環境人材育成に対する興味を、図1と図2に示した。

環境人材育成に関連した事業に関する企 業からの回答(図1)は、「『環境力』育成プ ログラム構築事業」,「企業の環境経営促進と 連携した人材育成プログラム」、「環境人材・ 環境リーダー育成手法マニュアル, 共通証明 書の作成」に 16 以上の回答があったが、「環 境インターンシッププログラム支援」に対し ては、他の事業が 10 以上の回答数を得てい るのに対して、回答数が3と少なかった。 環境人材育成に関連した事業に関する大学か らの回答(図2)は、「環境人材・環境リーダ 一育成手法マニュアル, 共通証明書の作成| が回答数5を得たが、その他の事業への興味 に対する回答数と比較して大きな差は見られ なかった。「環境インターンシッププログラム 支援」に対しても,他の環境人材育成事業と 同等の回答数が得られている。



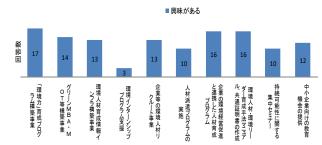


図 1: 環境人材育成に関連した事業に関 する企業の関心(複数回答可)

環境人材育成事業に対する興味(大学関係)

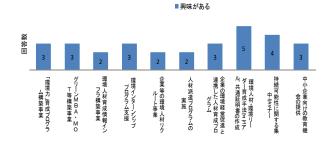


図 2:環境人材育成に関連した事業に関 する大学の関心(複数回答可)

4. まとめ

調査結果をまとめると以下の通りとなる。 企業では、インターンシップの実施期間に 関わらず、学生に職業経験を提供する機会で あると捉え、企業自身の広報活動や社会貢献 の一環として位置づけていること、そして「環 境インターンシップ」という言葉からは環境 関連の業務に直接関わる部門での職業体験と いう印象を持ち、その内容や実施体制の整備 には検討を要すると認識している。このため 企業においては、環境インターンシップは人 材育成事業としてのニーズが高くない。

大学では、インターンシップは環境人材育成のための実践的教育課程の一環として強化されるべき教育手法であって、重要な教育機会として認識されている。また「環境インターンシップ」は、直接的に環境関連の業務を担当する場合以外にも、環境に関する意識や知識を持った学生がインターンシップに参加する場合もそれに相当するものであると捉えられており、高いニーズが認められる。

したがって、企業と大学の間には「環境インターンシップ」をめぐるニーズに大きな相違が存在するということが明らかになった。

5. 考察

現在,インターンシップは企業それぞれが 実施しており,学生自身によるインターンシップへの応募や教員の個人的なネットワーク により受け入れ先が決定するなど、個別の取り組みとなっている。複数の企業が組織的に受け入れたり、参加を実施したりする制度化は開始されていない。また企業の人材育成は、正式に社員として所属してから実施されるため、学生のインターンシップは企業内の人材育成の一環とは捉えられておらず、単なる社会経験の機会の提供としての認識が強い。また大企業においては、学生の就職は一括採用されており、インターンシップを重要視する傾向が高くなっている。

つまりインターンシップをめぐる企業と大学の認識の相違が、多様な主体が協働する環境人材育成の協力体制を構築する際の課題となる。インターンシップは、学生という将来大きな可能性を持った人材を通じて企業と大学をつなぐ機会でもあり、学生は企業を内部から知ることができ、企業も現在の学生の素質等を把握する好機となる。それゆえ、大学と企業の双方にとってメリットとなる環境インターンシップを推進するため、大学と企業とがインターンシップの推進を図るプラットフォームを形成することが有用である。

引用文献

環境省(2009) 持続可能なアジアに向けた大 学における環境人材育成ビジョン

厚生労働省(2005)インターンシップ推進の ための調査研究委員会報告書

内閣府(2008)長期戦略指針イノベーション 25

21 世紀環境立国戦略特別部会(2008) 21 世紀 環境立国戦略

文部科学省(2008)平成 18 年度大学等におけるインターンシップ実施状況調査について