

インターンシップの補完プログラムの可能性と課題 —埼玉県版ジョブシャドウイングモデル事業の導入を通じて—

Possibilities and Challenges of Substitution for Internship Program

柳 川 悦 子*

YANAGAWA, Etsuko

小 島 貴 子**

KOJIMA, Takako

Abstract: Internship program for high school students is one of the areas in career education which have not progressed much since 1990's. Benefits of such programs have been highly recognized, but the implementation does not seem to progress actively.

In the meantime, the prefecture of Saitama, under the leadership of Saitama governor, established its career education promotion station in 2011 and introduced their own unique job shadowing program in order to overcome the obstacles usually associated with internship programs. This report will explain how the job shadowing program could possibly substitute typical internship program, what kind of benefits can be expected from job shadowing, and finally what needs to be done in order to make this program spread out in Japan in the future.

Key words: インターンシップ (internship), 体験学習 (trial study), ジョブシャドウイング・職業領域観察 (job shadowing)

- I はじめに
- II 若年者のキャリア形成
 - 1) インターンシップを取り巻く環境
 - 2) キャリア教育の必要性と課題
 - 3) インターンシップの問題点
- III ジョブシャドウイングの意義
 - 1) ジョブシャドウイングの定義
 - 2) ジョブシャドウイングの特徴
- IV 埼玉県版ジョブシャドウイングモデル事業の導入と結果
 - 1) 導入の背景
 - 2) 事業実施概要

- 3) アンケートからみる事業の評価
- V まとめ

I はじめに

1990年代からの景気後退、少子高齢化、雇用形態の多様化、グローバル化といった社会構造の変化は、就業システムを大きく変化させたといえる。特に、若年者¹⁾を取り巻く問題は教育、就労、定着、人材育成と広く、また、今後の我が国に影響を及ぼす問題として改めて認識されるようになってきた。

* 立教大学観光学部・特任准教授

** 東洋大学経営学部・准教授

本稿では、将来を担う若年者のキャリア形成のために、埼玉県において実施された高校生を対象としたジョブシャドウイングモデル事業をとりあげ、インターンシップの補完プログラムとしてのジョブシャドウイングの可能性と課題について、アンケート調査を元にし、検討することを目的とする。

Ⅱ 若年者のキャリア形成

1) インターンシップを取り巻く環境

1997年9月に文部省、労働省、通商産業省（いずれも当時）が、「インターンシップ推進に当たっての基本的な考え方」を発表した。当時既に、従来の縦割り行政では若年者支援が断片的な支援に留まってしまうことは各方面で問題視されていた。そこで関係各省は連名で、若年者の就業問題に対して、省庁間で連携し包括的支援を行う必要があると指摘した。

つまりここでもようやく若年者の就業に関する政府の新たな指針が示されたことになる。さらにインターンシップを大学生の就業体験として位置づけ、ここから専門学校、高校生へと認識が広がっていった。

そして2003年4月に産業界からは経済同友会が、教育システムの在り方と企業の役割という観点から『『若者が自立できる日本へ』～企業そして学校・家庭・地域に何ができるのか～』（2003）とする提言をまとめ、その中でもインターンシップの推進が提起されている。くわえて、この提言の中では、「生き生きと働く大人の姿を見せるため、米国の『ジョブシャドウイング（Job Shadowing）』をモデルとして、中・高校生を対象に、

年1回、自分の興味のある職業の人に密着する機会を企業が率先して提供することも有効である。」と指摘し、ジョブシャドウイングの推進も打ち出されている。

また、インターンシップのキャリア教育的な意味として、古川（2008）は、「高等学校でのキャリア教育の主眼は、小学校、中学校とは異なり、現実的な職業選択や上級学校への進路選択に密着している。そのため、生徒の自己理解を深め、現実的な職業の世界を経験させ、進路選択に結びつけていく必要がある。」とし、より具体的な職業体験の必要性を説いている。

2) キャリア教育の必要性と課題

2011年の中央教育審議会の答申で「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について」の中で、就業体験の活動の効果について「就業体験活動等の体験的な学習の機会を、計画的・体系的なキャリア教育の一環として十分に提供し、これらの啓発的な経験を通して進路を研究し、自己の適正の理解、将来設計の具体化を図らせることである。具体的に人や現場を通して、自己と社会の双方についての多様な気付きや発見を経験させ、自らの将来を考えさせることが効果的である。」としており、学生に対して、包括的・計画的・継続的な体験学習を社会として推進し、積極的な支援を打ち出すことが明確に示された。

一方で、厚生労働省「生涯キャリア支援と企業のあり方に関する研究会」（2007）では、「企業に入社するまでの教育のあり方は、その後のキャリア形成に大きな影響を与える。在学中のキャリア教育が十分でないことに加え、学生側も働くことのリアリティに欠け、様々な情報に流されている。

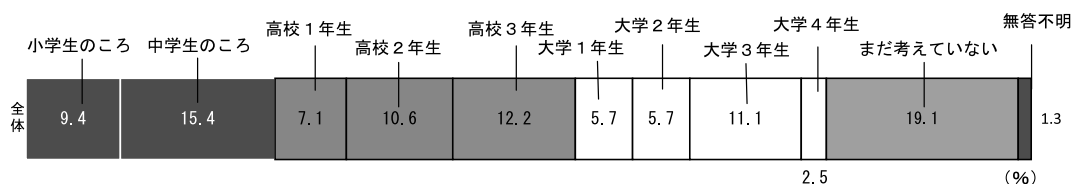


図1 職業を意識した時期

（出所）ベネッセ教育開発研究センター（2006）「平成17年度経済産業省委託調査進路選択に関する振返り調査－大学生を対象として－」，p.225.

このため、職業意識が十分に醸成されていない者が増大するとともに、自らの資質と進路とのミスマッチも深刻化している」と指摘している。

過去に発表されたこれらの提言の中でも、キャリア教育、及び、インターンシップ等の体験学習の重要性を説いてはいるものの、なぜ、若年者のキャリア形成が十分でないまま社会に出てしまうことになるのだろうか。経済産業省「進路選択に関する振返り調査」（2006）では、性別、文系理系によって若干の差はあるものの、職業を意識した時期として最も多い回答は、高校1年～3年の間であった。つまり、高校卒業後の就職、あるいは、大学卒業後の就職を念頭においた進学先を意識する時期にこれまで十分にキャリア教育が浸透してきたとは言えない状況に問題があるのではないかと考える。

表1 職場体験・インターンシップ実施校率

	実施校率（%）
公立中学校	97.1
公立高校（職業関連学科）	86.5
公立高校（普通科）	67.4

（出所）国立教育政策研究所 生徒指導研究センター
「平成22年度 職場体験・インターンシップ実施状況等調査結果」

3) インターンシップの問題点

キャリア教育が進まない理由のひとつに、キャリア教育の体験学習としてその核になりえるインターンシップがなかなか促進されない、ということが挙げられる。中学校の職場体験活動の実施校率は100%に近づきつつある中で、公立高校の普通科における実施校率は高くなく、インターンシップに対する取り組みが十分であるとは言えない。

ここでは高等学校普通科に焦点を絞り、インターンシップが進まない理由を考えてみる。まず、普通科では、「進学のための実力を付けさせる学習」の実施率が圧倒的に多く、また、「普通教科やアカデミックな理論の学習」がそれに次いでいる。一方で、「将来の職業に即した学習」や「学習としての職場見学」については、インターンシップの実施率が30%にも達していない。即ち、高等学校普通科では、大学等への入学試験を念頭においたカリキュラムが設計されており、その先にある就業意識の形成については、考慮されていないことがここから読み取れる。

また、体験させたい職業体験学習について学校側、企業側ともにインターンシップより職場見学を行う傾向が強いと言われている。

国立教育政策研究所 生徒指導研究センター

表2 進路意識を高めるためのカリキュラムや学習形態の実施率

(%)

学習・方法	普通科	商業科	工業科
進学のための実力を付けさせる学習	94.6	79.1	76.8
普通教科やアカデミックな理論の学習	65.5	37.3	29.5
専攻分野や授業の自由な選択	64.1	70.2	62.7
学校の近隣での奉仕活動	61.4	67.0	68.8
現実の課題に即した学習	41.1	56.9	64.8
企業人等の外部講師による授業	28.9	69.9	75.9
人間関係・コミュニケーション能力	27.4	48.7	20.2
将来の職業に即した学習	26.9	88.7	80.7
学習としての職場見学	26.5	61.9	94.6
課題研究・卒業論文・卒業研究	25.0	92.2	98.2
大学・専門学校との連携を通じた学習	24.0	15.7	8.1

注) 学科不明、無回答を除いた。

（出所）吉本他、(2001)「高校・大学・企業におけるインターンシップの展開と課題」、p. 62.

「職場体験・インターンシップ現状把握調査」(2004)では、高等学校普通科において就業体験活動を実施しない理由の1位に「授業時間の確保が困難である」、2位に「受け入れ先の確保が困難である」、3位に「必要性を感じない」をあげている。

3位の「必要性を感じない」については、教員側がキャリア教育に対する関心が薄いことにあると考えるが、特に高等学校普通科においては、大学進学が最大の関心事のため、教員の意識を変えなければ、キャリア教育は絵に書いた餅になってしまうといえる。

しかし、1位の「授業時間の確保が困難である」、2位の「受け入れ先の確保が困難である」については、この障害を取り除くことができれば、就業体験活動を実施する可能性が一気に高まる可能性

がある。

一方で企業側から、下村(2004)は、企業がインターンシップを受け入れがたい理由として、次の2点を挙げている。「インターンシップ受け入れにあたっては、学生が一定期間従事するまとまった単位の仕事を用意する必要があること、業務繁忙期には受け入れることができず、年間を通じてみた場合、受け入れ可能な時期には限りがあること」としている。これらの理由は、企業の業務に大きな影響がでる可能性があることを懸念しており、それが解決できるならば、受け入れに対する障壁も下がるといえよう。

そこで、このような要因を取り除いたプログラムとして、ジョブシャドウイングを検討したい。

表3 進路意識を高めるためのカリキュラムや学習形態の実施率(高校・大学回答)
(多重回答) (%)

	【高校側回答】			【大学側回答】	
	普通科	商業科	工業科	文系	理系
b. 職場見学	92.1	97.4	96.5	73.1	71.9
a. 会社経営者等による出前授業	84.2	95.7	90.3	66.7	61.6
d. 短期(2週間以内)・無報酬インターンシップ	79.5	98.3	93.8	64.6	62.9
e. 長期(2週間以上)・無報酬インターンシップ	35.3	48.7	54.9	32.7	32.5
c. アルバイト	22.1	32.5	30.1	22.3	25.4
f. 報酬のあるインターンシップ	12.1	11.1	10.6	18.9	13.5
N	190	117	113	201	132

(出所) 吉本他, (2001)「高校・大学・企業におけるインターンシップの展開と課題」, p. 42.

表4 進路意識を高めるためのカリキュラムや学習形態の実施率(企業回答)
(多重回答) (%)

	高校	大学
b. 職場見学	85.1	79.2
d. 短期(2週間以内)・無報酬インターンシップ	71.5	63.9
e. 長期(2週間以上)・無報酬インターンシップ	53.1	57.6
a. 会社経営者等による出前授業	52.1	58.7
c. アルバイト	41.3	53.1
f. 報酬のあるインターンシップ	36.1	44.1

N = 288

(出所) 吉本他, (2001)「高校・大学・企業におけるインターンシップの展開と課題」, p. 44.

Ⅲ ジョブシャドウイングの意義

1) ジョブシャドウイングの定義

ジョブシャドウイングは一般的には、社会人のそばに付き従って仕事の様子をずっと観察する実務経験を伴わない職場体験学習、を指す。藤田(2004)は、ジョブシャドウイングを「特定の職能技術の習得を目指すものではなく、職場の実際を観察することによって自らの関心や興味を再吟味する契機を提供する体験的学習としての特質を持つ、短時間の職場見学では知り得ない職業人の『働きざま』の一端に触れることそれ自体が有する教育的価値に注目した実践である」と定義している。

また、西(2005)は、「職業探索活動の一貫として行われるもので、特定の職種あるいは作業における日々の実際を経験するため、典型的には生徒が一人の職業人に1～2日間にわたって影(shadow)のようについて回る活動をいう」としている。

雇用開発推進機構(2010)では、「児童生徒が事業所を訪れ、そこで働く大人に『影』のように寄り添い、その仕事内容や職場の様子を観察すること」とし、「働く大人に寄り添い客観的に仕事を観察することで、カッコいい大人、一生懸命働く大人の姿から児童生徒らが自身の将来の夢や進路についてさまざまな気づきを促すものである」としている。

2) ジョブシャドウイングの特徴

インターンシップや職場体験が、実際に業務を体験することであるのに対し、ジョブシャドウイングは、働く人を観察することであり、体験的学習という趣旨は同じであっても、その方法が大きく異なる。

キャリア形成のための体験学習プログラム(表5参照)は様々あり、期間や内容によって分類できる。それぞれに特徴があるが、ジョブシャドウイングの特徴は、インターンシップほど長期にならない、また、体験を伴わない為に受け入れ側の準備の負荷が小さいこと、仕事場全体を見る職場見学よりも働きぶりを直に触れることができることが可能である。職業領域観察が広くできる点で教育効果が高いことから他のプログラムとの補完関係があるといえる。

Ⅳ 埼玉県版ジョブシャドウイングモデル事業の導入と結果

1) 導入の背景

① 埼玉県における若年者のキャリア形成

埼玉県では、若年者の失業率、早期離職率の高さ、定着率の低さ等の雇用問題を労働行政だけで解決出来るものではないと捉え、2011年4月より小学生から就職期に至るまでの若年者のキャリア形成を目的とし、次代を担う人材を育成するため、キャリア教育推進事業として産業労働部就労支援課に「キャリア教育担当職員」を配置した。

表5 仕事・職業に触れる各プログラムの特徴

	内容	期間	特徴
インターンシップ 職場体験活動	企業や事業所等で 実務体験をする	[長期] 1日～数カ月	・実体験に基づいて仕事の内容を理解したり、 働く喜びや苦勞を知ることができる
ジョブ シャドウイング	働く人の影となって 観察をする	[短期] 数時間～数日	・対応できる職種・業種が幅広い ・[受入側] 事前準備や指導の手間・時間が不要
職場見学	企業や事業所等の 働く場を観察・説明 を聞く	[短期] 1時間～数時間	・事業所の仕事の全体像をつかみやすい ・[受入側] 対応人数が少なくすむ
職業人講和	仕事内容や仕事観、 キャリアの道筋など を聞く	[短期] 1～2時間	・一人の人の主観に基づいた「考え方」を知ったり、 キャリアパスの実例を知ることができる・一度に大人数 での実施が可能

(出所) 清水(2011)「キャリアガイダンス」No.39, p.32.

その事業のひとつとして、インターンシップ、もしくはインターンシップに準ずるような体験学習の導入が検討された。

インターンシップは長期的には職業意識の醸成に有効と言えるが、一方で、授業時間の確保と、受け入れ先の確保、という二つの困難が存在している。特に、卒業生の大半が大学へ進学する高等学校普通科では前者の問題が大きい。

そこで、キャリア教育担当職員は筆者ら²⁾の協力を得て、これらの問題点を解決すると同時に、特にこれまでインターンシップへの参加に比較的消極的であった高校に対し、参加しやすいプログラムを提供すること、及び、就業体験全般に対する抵抗感を払拭することを目的として、ジョブシャドウイングを導入することとした。

② 埼玉県版ジョブシャドウイングの目標

埼玉県版のジョブシャドウイングは、以下の4つの中期的目標を掲げて実施された。

- 1) 高校生（進学予定者を含む）における就業体験の拡充
- 2) 高校における就業体験実施率100%をめざす（インターンシップの実施率+ジョブシャドウイングの実施率の合計）
- 3) 大学進学率が高まる中で、大学卒業後の就職先としても対象となりうる職業体験の提供
- 4) 受け入れ企業に負担の少ない就業体験プログラムの立案と普及

まず、2011年は、事業効果・ニーズを検証し、中期的な方向性を定めるためのモデル事業として位置付けられた。そのため、今後のサンプルとなる参加者を100名以上募って事業運営における課題の洗い出しを行うこと、実施結果を反映させた実施運用マニュアルを作成して教育部門へ配付することを成果として推進された。

2) 事業実施概要

① スケジュール

高等学校普通科の就業体験活動を妨げる理由の1位であった「授業時間の確保の困難」を軽減するために、夏季休暇中の実施を目途に全体スケジュールが決定された。

- ・4月： 作業部会立ち上げ
- ・5月中旬： 高校への周知
- ・6月中： 各生徒の体験先企業を決定
- ・7～8月： 事前学習会、ジョブシャドウイング体験、事後学習会の実施
- ・10月頃： 事業の振り返り（報告会）実施
- ・1月以降： 来年度事業実施準備

② 事業実施要綱等の作成

次に、モデル事業実施方針を定めた実施要綱を作成し、対象は高等学校普通科の生徒、実施時期は夏季休暇中、受け入れ企業選定にあたっては、生徒・教員・保護者が興味関心を持ちやすい企業、業界へ依頼することで今後のこの事業の普及を想定し、更に具体的な事前事後の学習内容が検討された。

③ 有識者・実務担当者で構成するワーキング会議の設置

上記実施要綱に基づき、モデル事業の効果的実施と今後の普及等の意見交換、運用マニュアル、及び次年度計画作成の課題抽出・整理のため、ワーキング会議を年5回程度開催することが決定された。（4月、7月に開催、10月、翌年2月に開催予定）

④ 受け入れ企業（庁内受け入れ部署）決定

受け入れについて打診していた企業の意向確認（人数・時期）を個別に行うとともに、県庁内で人事課を通じて受け入れ可否についての照会を実施した。これにより体験先の受け入れ定員、日程、観察できる業務の一覧が作成された。

⑤ 募集案内

5月23日からの募集にあわせ、募集要項、Q&A、生徒用リーフレット、学校掲示用リーフレット等が作成され、教育局を通じて各高校へ配信された。また、キャリア教育担当者が教育局の協力を得て直接高校へ訪問し、学校側への理解と協力が要請された。

⑥ 応募者と受け入れ先とのマッチング

高等学校普通科の生徒がどのような企業・業界・職種へ希望するかという点を把握し、より希望に近いマッチングを行うために応募の際、生徒には第3希望まで記入させた。

6月24日の締め切り時点で、応募者は147名あり、

表6 2011年度受け入れ協力企業一覧

業種	所在地	受入数
エアタヒチヌイ 日本支社（航空）	千代田区	8
(株) 衛星チャンネル (放送)	渋谷区	3
(株) 角川マガジンス (出版)	港区	6
(株) 埼玉りそな銀行 (金融)	さいたま市	29
(株) ジャルパック 本社 (サービス・旅行)	品川区	6
(株) JTB フォト (IT・データ管理)	中央区	5
三井物産(株) (総合商社)	千代田区	4
(株) 読売新聞 東京本社 (情報通信・新聞)	中央区	9
(株) リクルート (情報出版)	千代田区	8
埼玉県庁 (地方公務)	さいたま市	37

生徒の体験希望先と受け入れ先のマッチングを実施した結果、119名（18校）が体験者として決定された³⁾。

⑦ 事前学習会の実施

ジョブシャドウイング実施にあたっては、「参加目的の明確化」、「参加に対する不安解消」、「事後学習への繋がり」を目的として、事前学習会が開催された。

この学習会の具体的な内容は次の通りである。まず、ジョブシャドウイングへの参加目的を明確にすると同時に、自分の成長を自覚するため、ワークシートを各自記入させた。これにより、体験前後の自分の変化が把握でき、事後の学習会へ繋げることができる。次に、シャドウイング中の企業対応者への質問・感想などを記録するためのシートを配布した。

こうした事前学習は、シャドウイングの教育的効果を高めるために不可欠の作業であり、同時に、一連の作業を通じて高校側に理解を深めてもらう狙いもあった。

さらに、生徒の不安軽減と社会へ参加するという意識向上のために、専門家によるマナー講習、

名刺交換の実技指導等も組み込まれた。また、高校の生徒との交流で初対面でのコミュニケーションの難しさを知ると同時に面白さを感じるようなグループワーク形式で学習が行われた。

⑧ 事後学習会の開催

事後学習会は、「体験を他者へ伝える、今後の進路への気づきを促す」を目的とし実施された。ここでもグループワークが行われ、同じ企業へ参加した生徒であっても「気づき」が生徒それぞれに違いを持つこと、他の企業での報告を聞いて興味を広げることなどを促進するように行われた。また、ジョブシャドウイングを文章にしてみるということで何を見て、どう感じたのかを担当者へ「お礼状」を書いて表現してみるという課題を行った結果、通常の感想文ではなく、実際に対面した人へ出すということは想像以上に生徒には難しいと感じられたようだった。

⑨ アンケート（生徒、参加校の担当教諭向け、企業）実施

三者別に、詳細なアンケートが実施された。生徒向けには、体験参加の感想、体験後に変わった点、改善要望などを項目に入れた。参加校向けには、参加理由、今後の参加希望、改善要望などが項目に盛り込まれた。また、受け入れ企業へは、受け入れに対する所感や改善要望に加え、次年度以降の受け入れの可能性などについて質問した。

⑩ 報道機関向け資料の提供

5月23日及び7月15日にジョブシャドウイングの応募開始、体験開始について新聞各社に対し資料提供が行われた。

3) アンケート結果からみる事業の評価

① 高校生へのアンケート結果

事後学習会に参加した生徒のうち84名から回答を得た。

参加理由の1位は「体験できる企業に興味があったから」であり、今回は特に、進学校の生徒が将来就職したいと思えるような知名度の高い企業に協力いただいたことが参加を促す要因になったと考える。

ジョブシャドウイングに参加して「とても良かった」「まあ良かった」と回答した割合は、99%

であり、また、今後もこのような体験に参加したいと感じた生徒は85%であったことから、満足度が非常に高かったということが伺える。

参加への負担感については、約40%が何らかの負担を感じたとしている。「部活の日程調整や宿題との両立が難しかった。」、「体験自体が緊張のためプレッシャーだった。」、「自宅か体験先までの交通費が多額だった。」という回答が見られた。

ジョブシャドウイングを経験して、将来や大人への見方が変わったとした生徒は70%を超えている。体験先により差はあるが、全体的に好意的な回答が殆どである。実務だけでなく、「コミュニケーションや礼儀の大切さ」や、「現在学校で学んでいる事柄と将来との関連に気づいた。」というものが多かった。

② 学校へのアンケート結果

18校中15校から回答を得た。

ジョブシャドウイングに生徒を参加させて「大変良かった」とする高校は73%、「良かった」とする高校は20%であり、概ね高評価であった。

「今後も生徒を参加させたいか」については、「ぜひ参加させたい」、「どちらかと言えば参加させたい」を合わせて100%となった。進学校の多くが、学校内のキャリア教育は、不十分であると感じており、今回のようなプログラムを積極的に活用したいとしている。

③ 企業へのアンケート結果

受け入れ側からは、県庁を除く9企業中、8企業から回答を得た。

ジョブシャドウイングの目的や実施内容については、概ね「準備段階で理解できた」としている。

受け入れに協力した理由は、社会貢献、及び、自社PRが主である。また、ジョブシャドウイングの受け入れを実際に体験してみたかったとする回答もあった。

受け入れの準備については、約60%が「簡単な準備をした」、約40%が「特段準備をしなかった」と回答した。メンターの決定に関しては全社が「比較的容易に決まった」、としている。実際に受け入れをしてみて、人数、受け入れ時期とも事前調整どおりで適切であったとしている。

受け入れた生徒については、ルールやマナーを守り、緊張しながらもまじめに取り組んでいるという印象を持った企業が殆どである。

一方、受け入れについて「多少負担を感じた」とする企業が約60%、「あまり感じなかった」とする企業が40%であった。総じて、スケジュール調整が必要であったこと、短時間で効果的な受け入れプログラムを準備する必要があったこと、メンターの選任の調整で負担を感じた、という程度の負担と考えられる。また、多くの企業が、ジョブシャドウイング受け入れのメリットがあると感じており、メンターにとっての効果(仕事の再認識、モチベーションの向上)、自社のPR効果を挙げた。今後の受け入れに関しては、1社が未定としているものの、他社はすべて「同程度の人数なら協力可能」としている。

④ 2011年度の事業からみる課題

生徒、学校からは概ね満足であり、今後も参加したい(させたい)との回答を得られ、また企業からも「それほどの負担感なく実施できた」というアンケート結果から本事業が参加者の期待に添えるものであったと考えるが、検討すべき課題もみえてきた。

a) ジョブシャドウイングに対する理解不足

アンケート全体から、「ジョブシャドウイング」の趣旨が十分に理解されていないことが伺えた。生徒の中でも「見ること」によって「感じる、考える」というプログラムの趣旨がわかっておらず、「見学だけで物足りなかった」とする回答がみられた。また、企業においても、メンターに趣旨が伝わっておらず、説明に大半の時間を費やしてしまったケースがあった。いずれにしても、職業体験やインターンシップの認知度に対し、ジョブシャドウイング自体の認知度は、かなり低いと言わざるを得ない。

今後、ジョブシャドウイング自体の目的、職業体験やインターンシップとの違いを分かりやすく説明していくことが必要である。

b) 短い体験時間による物足りなさ

生徒からの改善要望として、体験時間をもう少し長くしてほしいという回答がみられたことにくわえ、企業からの改善要望として、2時間程度の

体験では短く、時間を延ばしたほうが良いという回答がみられた。

インターンシップと比較して、短時間であるというのは、体験者側、受け入れ側の双方にとって負担が少ないものの、反面、物足りなさが生じるといえる。短い体験時間であっても満足感が得られるよう、生徒に対して事前研修を十分に施し、必要な知識を身につけさせて上で職場体験に臨ませれば満足度を高められるのではないかと考える

c) 学校、企業から行政に求めるもの

アンケート結果から、学校側は今後も行政での運営を強く希望しており、当面、学校が主体的に実施したいという意味はみえない。

一方、今回のアンケート結果には企業から行政へ対する要望は特にあがっていないが、企業が参画するインターンシップについて、下村（2004）は、企業から求める行政側からの支援として、「第1に金銭的な支援、（実際の財政支援というより相応のコストがかかっていることを認識して欲しい）、第2にインターンシップ等に取り組んでいることが社会的に評価される仕組みを構築して欲しい、第3には企業が参画するキャリア形成支援プログラムの開発を行政側が主導して行うべき」としている。

ジョブシャドウイングにおいては、大掛かりな準備が必要ないため、費用も低く抑えられており、また今回のように、間を取り持つ中立のサポート組織（行政）が計画から実施まで行ったという意味においては、今回の埼玉県のジョブシャドウイング実施は、学校と企業の双方にとって有用性があったといえる。

V まとめ

本稿では、キャリア教育における体験学習のインターンシップが教育的効果の有効性を持ち、実行に対して様々な提言がなされているにも拘らず、未だに実施率が向上しないことを受け、キャリア形成に重要な時期である高校生に対し、ジョブシャドウイングの有用性を検討した。

今回の導入事例である、埼玉県のジョブシャドウイングモデル事業の特徴を3つ挙げると、まず、

県内の企業に限定せずに生徒が関心を持ち易い、知名度の高いグローバルな日本企業や外資系企業を含む9社と埼玉県庁で行ったことにより、数多くの参加者を募ることができた。また、事前・事後学習会を他校の生徒とのグループワーク形式で行うなど、ジョブシャドウイングの当日のみならず、事前学習～ジョブシャドウイング～事後学習と一連の繋がりがあがる学習プログラムの活用したことにより、生徒の気づきを促進し、フォローする仕組みを完結した。そして、3つ目としては、県知事主導で担当者を学校外に置き、委員会を設置してプログラムを実施したことで、学校側への負担を大きく軽減した点があげられる。

埼玉県では今回初めて実施したものであるが、アンケート結果からみると一定の成果が上がったと判断している。これは、ジョブシャドウイングを通じて、学校は生徒が職業観を醸成するという好循環を得られる仕組みを得たこと、企業は社会的貢献の一つとして取り組んだことが認知度の向上やメンターへの好影響という期待以上のフィードバックが得られたことによるものと考えられる。そして、企業と学校をつなぐ行政の役割がそれを下支えしたといえよう。

今後の課題としては、生徒がどのような企業へ行っても「働くことへの意識」「学びの必要性の再認識」「社会への関心の向上」等を持つことができるようにするために、ジョブシャドウイングでの気づきを日常生活や学習へ繋げ、さらにはインターンシップのような就業体験へ続くような継続的キャリア教育プログラムの構築を進めなければならない。

また、ジョブシャドウイングの教育的効果をさらに高めるには、生徒は事前学習として当該企業はもちろんのこと、取り巻く社会環境、産業構造など多方面の調査など行い、社会への興味・関心を広げ、生徒自身の将来の職業意識の醸成を促すことが重要である。そして、事後には、学校での学びとリンクして教育を行うことを教員自身も意識しなければ継続的な効果は得られない。

一方で、受け入れ企業とメンターには、事前学習の内容や当該事業実施の背景などを十分に理解していただいた上で、ジョブシャドウイングの当

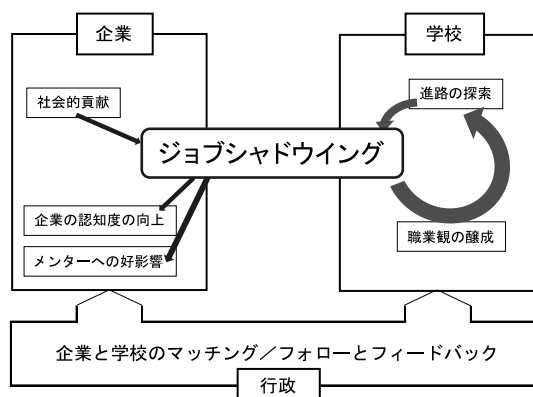


図2 ジョブシャドウイングを成功に導くための関係性 (筆者作成)

日に臨めるような説明会や運用マニュアル等を準備しておく必要がある。

ジョブシャドウイングは、インターンシップ体験の前に行えば、職場環境や実際に現場で働く人たちからの職業観などを知ることができるため、就業体験の事前学習としての意義を持つ。つまり、生徒がジョブシャドウイングの後に、インターンシップで現場の就業体験に臨めば、よりリアルに仕事の繋がりなどを実感することができる、と想定する。

結論として、ここまで述べてきた観点からジョブシャドウイングは、インターンシップの補完プログラムとしての有用性があると考えられる。

若年者のキャリア形成において、過去20年強く職場体験等の必要性が訴えられてきたにも拘らず遅々として進まないことを改善するためには、まずは、今回の埼玉県モデル事業のようなジョブシャドウイングを広く取り入れてみることも、一歩前に進むことになるのではないだろうか。

注

- 1) 本稿における「若年者」の定義は、「小学生から就業期に至るまで」とする。
- 2) 共著者の小島貴子は、埼玉県産業労働部雇用人材育成推進統括参与として、2010年4月より埼玉県民のキャリア形成から就業までの支援、及び、継続的な労働のために必要な人材育成に関する施策を推進している。今回の埼玉県版ジョブシャドウイング事業の実施につ

いても、中心的役割を担っている。柳川悦子は、2011年埼玉県版ジョブシャドウイングモデル事業実施の際に、企業との連携を目的とした受け入れ先アドバイザーとして、立教観光クラブ役員やグローバルな観光関連企業等々に今回の事業への参加・協力を要請した。

- 3) 2011年度の埼玉県版ジョブシャドウイング事業への参加者は、最終的には4名の辞退者があり、115名となった。

文 献

- 社団法人 経済同友会 教育委員会 (2003)「若者が自立できる日本へ～企業そして学校・家庭・地域に何ができるのか～」, http://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2002/pdf/030409_1.pdf 2011/1/8
- 厚生労働省 (2007)「生涯キャリア支援と企業のあり方に関する研究会報告書」http://www.mhlw.go.jp/houdou/2007/07/h0720-6_d.html 2011/1/8
- 国立教育政策研究所 生徒指導研究センター (2004)「職場体験・インターンシップ現状把握調査」
- 国立教育政策研究所 生徒指導研究センター (2010)「平成22年度 職場体験・インターンシップ実施状況等調査結果」
- 財団法人 雇用開発推進機構 (2010)『平成22年度沖縄型ジョブシャドウイングモデル事業 実施報告書』
- 清水由佳 (2011)「ジョブシャドウイングは生徒の職業意識をどう変えるか」『キャリアガイダンス』No. 39 株式会社リクルート, pp. 32-36.
- 下村英雄, 吉田修, 孤田孝行 (2004)「企業が参画する若年者のキャリア形成支援—学校・NPO・行政との連携のあり方—」,『労働政策研究報告書』No. 11. 労働政策研究・研修機構, pp. 64-90
- 西美江 (2005)「欧米のキャリア教育・職業教育から学ぶこと」『人権教育の観点からのキャリア教育』社団法人部落解放・人権研究所, pp. 17-27.
- 藤田晃之 (2004)「諸外国の若者就業支援政策の展開—ドイツとアメリカを中心に—」,『労働政策研究報告書』No. 1, 労働政策研究・研修機構, pp. 108-119.
- 古川雅文, 清水和秋, 松井賢二, 菊池武尅, 下村英雄, 古田辰雄 (2008)『キャリア教育概説』東洋館出版, pp. 96-101.
- ベネッセ教育開発研究センター (2006)「平成17年度経済産業省委託調査 進路選択に関する振り返り調査-大学生を対象として」<http://benesse.jp/berd/center/open/report/shinrosentak/2005/index.html> 2011/1/8
- 文部科学省 (2011)「中央教育審議会答申 今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について」http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/1301877.htm 2011/1/8
- 文部省 通商産業省 労働省 (1997)「インターンシップ

の推進に当たっての基本的な考え方」

http://www.jil.go.jp/jil/kisya/syokuan/970918_01_sy/970918_01_sy_kihon.html 2011/1/8

吉本圭一，福岡哲朗，稲永由紀，宮本京子，岡本信弘

(2001)「高校・大学・企業におけるインターンシップの展開と課題」，高校・大学インターンシップ研究会

