

観光・ホスピタリティ教育におけるインターンシップの効果分析 ―高等教育機関のアンケートを通じて―

Internship Education in Tourism and Hospitality: Educational Impact and Student Perceptions

駒沢女子大学 張 景泰, 明海大学 木内 伸樹

Komazawa Women's University Kyungtae JANG, Meikai University Nobuki KIUCHI

Keywords : *Internship Program, Tourism and Hospitality Education, Career Development, Learning Outcomes*

1.はじめに

近年、日本における多くの企業は人手不足に直面しており、高等教育機関では「即戦力となる人材」の育成を目指して実務教育を強化してきた。特に観光・ホスピタリティ分野においては、コロナ禍後のインバウンド市場の回復とともに、在学中から職業とのミスマッチを防ぐ観点から、インターンシップをはじめとする実務教育の重要性が一層高まっている。

しかし、観光・ホスピタリティ分野の大学や専門学校における実務教育には、学校種別、専門分野別に特徴と相違点が存在する一方、共通点も認められる。また、これらの教育の違いは学生の就職先やキャリア形成に少なからず影響を及ぼしているが、体系的に比較検討した研究は十分に蓄積されていない。

さらに現状として、関連高等教育機関の卒業生が必ずしも専攻分野に関連した職に就くわけではなく、就業後に業務内容とのミスマッチが生じる事例も少なくない。その背景には、学生自身の職業意識、受入企業の人材活用方針、教育機関のカリキュラム設計など、複合的要因が関与していると考えられる。

そこで本研究では、観光・ホスピタリティ分野における実務教育、とりわけインターンシップ制度の構造と運用実態を整理する。具体的には、専門学校、短期大学、4 年制女子大学、4 年制共学大学に所属する学生を対象にアンケート調査を実施し、比較分析を通じて制度的・運営的特徴と学生の学修経験およびキャリア意識との関係を明らかにする。最終的に、今後の実務教育の改善に向けた提言を行うことを目的とする。

2.先行研究の整理と観光・ホスピタリティ分野におけるインターンシップの仕組み

インターンシップに関する研究は多岐にわたるが、類型化を中心とした整理が試みられてきた。中村 (2011) は、インターンシップを「セミナー型」「見学・仮想体験型」「現場実践型」の三種に分類している。実施期間の観点からは、大田 (2012) が短期・中期・長期の三類型を提示しており、日本においては 1 日から 4 週間程度の短・中期インターンシップが圧倒的に多いことを指摘している。さらに張 (2020) は、コロナ禍の影響により「オンライン形式」、既存の「オフライン形式」、そして両者を組み合わせた「ハイブリッド型」が存在することを明らかにしている。文部科学省が認定している「単位認定科目としてのインターンシップ」いわゆるカリキュラム内のインターンシップと「民間によるインターンシップ」で学生の意思や学校のキャリアセンターなどによるインターンシップ参加を分類している。各研究者による類型化で、それぞれ特徴を把握することが可能である。

観光・ホスピタリティ分野におけるインターンシップも、上記の分類に沿った多様な形態で運営されているが、専門学校、短期大学、4 年制女子大学、4 年制共学大学といった教育機関別にみると、カリキュラム設計の目的や運営の実態に共通点と相違点が存在する。しかしながら、それらを比較検討した体系的な研究は依然として少ない。

以上を踏まえ、本研究では観光・ホスピタリティ分野における四種類の高等教育機関を対象に、インターンシップ教育の制度的特徴と運営実態を体系的に分析し、各教育機関の在学学生を約 100 名ずつ抽出してアンケート調査を行い、その結果を比較検討することで、制度設計と学生の学び・キャリア意識との関係を明らかにすることを目的とする。

3.調査と分析（在学生へのアンケート調査を基に）

本研究では、首都圏に位置する観光・ホスピタリティ分野の4種類の高等教育機関を調査対象とする。対象は、N ホテル専門学校ホテル科、T 短期大学国際コミュニケーション学科、K 女子大学観光文化学部、M 大学ホスピタリティ・ツーリズム学部である。これらの教育機関におけるカリキュラム内のインターンシップを中心に分析を行い、さらにキャリアセンター主催のインターンシップや、学生が自主的に応募・参加するインターンシップについても調査を実施する。

調査の第一段階として、予備調査および調査設計の妥当性検証を目的に、K 女子大学および M 大学の在学生を対象としたアンケート調査を行った。実施期間は 2025 年 6 月から 7 月であり、インターンシップの参加経験、従事した業種、参加期間、満足度などについて回答を得た。

3.1 女子大学と男女共学大学の共通点と相違点

両大学の調査結果から、インターンシップは学生のキャリア形成や進路選択に有効な教育的効果を持つことが共通して確認された。特に、現場体験を通じた業界理解、社会人基礎力の向上、職業意識の涵養といった点は、学生にとって大きな学習成果として認められた。また、両大学において満足度はいずれも高水準を示しており、学習意欲の喚起につながっている。

一方で、相違点も明らかとなった。K 女子大学では、1 週間から 10 日程度の短期インターンシップが主流であり、複数回参加する学生が多い。そのため、就職活動対策や社会人基礎力の涵養には有効であったが、期間の短さゆえに業務理解が深まりにくく、教育効果が表層的にとどまる課題が見受けられた。これに対して M 大学では、学部主催のインターンシップが短期（1 か月以内、夏季・春季）と長期（約 6 か月、前学期・後学期）に分かれており、年間で 15 ～ 20 名程度の 1 ～ 3 年次学生が参加している。長期プログラムは業界理解や職業意識の形成に効果的である一方、参加資格が設けられていることや、沖縄・奄美大島や海外など遠隔地での実施に伴う交通費などの経済的負担といった制度的課題が指摘された。

以上のことから、女子大学では短期集中型、共学大学では多様な期間設定型という特徴が確認され、それぞれに異なる教育効果と制度的課題が存在することが明らかとなった。

3.2 カリキュラム内のインターンシップの結果

K 女子大学では、57 名中 7 割近くがインターンシップに参加し、その 8 割以上が進路や内定に良い影響を受けたと回答した。経験業種は観光関連が大半を占め、期間は一週間以内が最多であった。参加後に内定へ直結した学生は約 2 割で、満足度も高く、短期型ながら就職に資する効果が強くみられた。

M 大学では 18 名中 16 名が参加し、7 割以上が進路や内定に肯定的な影響を認めた。経験業種は観光関連が中心で、期間は 2 週間以上の中期・長期が多かった。内定につながった学生は少数にとどまったが、満足度は概ね高く、業界理解や志望形成に役立っていた。

以上の結果から、K 女子大学は「短期型による就職直結」、M 大学は「中長期型による業界理解・志望形成」という特徴を持ち、それぞれが異なる形で学生のキャリア形成に寄与していることが明らかとなった。

3.3 その他のインターンシップの結果

両大学において、所属学科以外のキャリアセンター主催インターンシップ参加者はそれぞれ 2 名程度にとどまった。このことから、学科主催のインターンシップが十分に整備されている場合、キャリアセンター主催のプログラムに参加する学生は少数にとどまる傾向があることが明らかとなった。

K 女子大学では、個人参加は全体の 3 割程度で、短期型が多かったものの就職に直結した例も半数以上あり、満足度も高かった。一方、M 大学では学生の金融機関など自主的な開拓が見られた。

4.おわりに

両大学の調査から、インターンシップが学生にとって有効なキャリア形成の手段であることが明らかになった。しかし、その教育的効果の焦点には差異が見られる。K 女子大学は「自己成長」や「社会人基礎力の涵養」に比重が置かれるのに対し、M 大学は「業界理解」や「職業意識の形成」に重点が置かれていた。また、課題についても性格が異なる。K 女子大学では教育内容の深まりが課題であり、M 大学では制度設計や運営体制が課題である。この違いは、K 女子大学が短期・説明会型プログラムを多く取り入れているのに対し、M 大学は比較的事務体験型プログラムを導入している点に起因すると考えられる。

したがって、K 女子大学ではプログラムの長期化や実務参画型インターンシップの導入が、M 大学では経済的支援や情報提供の充実、体系的事前研修の導入が求められる。両大学の比較から、観光・ホスピタリティ教育におけるインターンシップの質を高めるためには、教育内容の深化と制度基盤の整備が相互に補完されることが不可欠であると結論づけられる。今後専門学校と短期大学のアンケート調査を加え、比較分析を通じて観光・ホスピタリティ教育における高等教育機関の制度的・運営的特徴と学生の学修経験およびキャリア意識との関係を明らかにする。

（注）張 景泰：「女子大学における観光系実務教育の取り組み」，駒沢女子大学研究紀要，No.27，p.59-77，2020