

実践型課題解決インターシッププロジェクト Ai-SPEC 事業参加報告

Practical type problem solving internship project report on participation in Ai-SPEC

脇本 忍

Wakimoto Shinobu

要 旨

大学のキャリア教育や職業教育では、多くの大学が、インターシッププログラムを導入している。インターシップは、日常業務型・課題解決型・アルバイトパート型・見学型・講義型などに分類されている（真鍋，2010）。経済産業省近畿経済産業局は、実践課題解決インターシッププロジェクト「Ai-SPEC」を実施した。各大学のゼミ単位で構成したチームが、マッチングされた企業と協働して企業の課題解決を約半年間実施し、中間発表会、地区大会、最終発表会にてプレゼンテーションを行った。京都地区には 9 チームがエントリー（聖泉大学 1 チーム・近畿大学 2 チーム・追手門大学 2 チーム・同志社大学 2 チーム・京都産業大学 1 チーム・関西大学 1 チーム）、大阪地区には 14 チーム（近畿大学 3 チーム・関西大学 3 チーム・大阪市立大学 2 チーム・桃山学院大学 2 チーム・武庫川女子大学 2 チーム・甲南女子大学 1 チーム・追手門大学 1 チーム）がエントリーした。

Key Words: 課題解決型インターシップ, キャリア教育, Ai-SPEC.

1. はじめに

現在、インターシップは、わが国の大学において約 70%の実施率であり、もはやキャリア教育や職業教育において定着しているのが現状である。真鍋（2010）は、インターシップタイプによる社会人基礎力向上効果と就職活動の影響に関する研究で、インターシップを「日常業務型」「課題設定型」「アルバイト・パート型」「見学型」「講義型」に分類し、なかでも「日常業務型」「課題設定型」に着目している。真鍋は、インターシップを経験した学生に対して、松村・角方（2006）が作成した企業社会で求められる能力体系（主体性・働きかけ力・実行力・課題発見力・計画力・想像力・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）について、それぞれの項目ごとに、インターシップの前後に 9 段階で自己評価を求めている。その結果、「課題設定型」では、社会人基礎力の伸長について特徴的なのは、項目により伸長の差が大きいことで、「発信力」「課題発見

力」「主体性」の伸長が大きいことが特徴だと述べている。統計検定の結果から、「日常業務型」については、全ての能力要素においてインターシップ前後の伸長に有意差が認められた。しかし、「課題設定型」については、「主体性」「実行力」「課題発見力」「発信力」のみに伸長の有意差が認められるに留まるものの、「課題設定型」に参加した学生には、特徴的な参加動機が認められている。それは、大学生活の不完全燃焼感の払拭と、新しい人的ネットワーク構築の期待である。前者は、高校時代までは部活動や受験勉強など熱中した「何か」を経験していたものの、大学入学後は、何となく過ごしてきたという感覚を抱いており、学生時代に何かに打ち込める経験を求めていると推察し、後者は、幅広い人脈が就職活動に活きるのではないかという見通しを持ち、これまでの大学生活における狭い人的ネットワークを、インターシップを通じて学内外に広げたいという動機であると指摘している。

大学コンソーシアム京都では、インターシップを実施し、「プログレスコース」と「ビジネス・パブリックコース」が設定されている。プログレスコースは、実践課題解決型プログラムに該当すると考えられる。インターシップ・プログラム実施報告書（2015）には、つぎのように説明されている。「プログレスコースは、受入企業・団体が提示したテーマを実現するプロジェクト型として実施する。インターシップ期間は、6月から11月の約5ヶ月間で、年1回の実施である。本財団の加盟大学の正規学生および大学院生であれば、学部・学年を問わず出願を可能とした。また、加盟大学の学生が優先されることを出願者が了承した場合に限り、非加盟大学の学生の出願も受け付けた。出願手続きは、web エントリーをした者から出願票を受け付け、面接を実施する方法をとった。出願者全員に対して行う面接では、実習を最後までやり遂げ、さらに向上心があるかを確認する質問項目を設け、出願者の志望動機を確認した。出願者に対する選考は、受入先が選考を行う場合と、本財団が選考を行う場合の2種類を設定した。（以下、マッチング方法）選考方法は、受入先企業・団体の登録時点で決定し、学生へ情報開示した。本財団が選考を行う場合には、受入先が提示する受入要件を満たしているか、また志望理由と実習内容が適合しているかを検討し受講許可を与えた。なお、2015年度にエントリーした受入先企業・団体231のうち、受入先による選考を選択したのは67、本財団による選考を選択したのは164だった。ただし、プログレスコースは、長期間のプログラムであり、出願者のプロジェクト内容の理解を確認するため、全て受入先による選考とした」。

プログレスコースを終えた学生の感想が、以下のように紹介されている。

- ・今回のインターシップは自分の目指す職業について知り、ビジョンを固める大変貴重な機会となり、とても満足しています。
- ・自分が思った以上に大変でしたが、それ以上に仕事を理解したり、コミュニケーションをとる中で、自分の弱みを発見することができ、やりがいも感じる事ができた。
- ・想像していたよりもずっと密度の濃い学びや人間関係が作れたので満足している。
- ・正直、交通費は出してほしかった。(受入先に対して)
- ・とても自分の人生の中で大きな財産となったインターシップでした。「今のレベルで満足せず、上を目指すためにもっと自主的に動く」という気持ちもこのインターシップをしないと得られないものでした。
- ・一回一回の振り返りがあったことにとても満足しました。
- ・始めはキャリア形成の一つとして参加したのですが、実際に実習に行くと、社会人として働くことの大変さ、これからの大学生活で身に付けなければならないことに気づかされた。
- ・自分には足りない力に気づくことができ、このインターンで経験させてもらえて本当に良かったなと感じました。関係者の方々に感謝の気持ちでいっぱいです。
- ・業界の厳しさが感じられた。
- ・一般に言うインターシップとは少し違った貴重な経験ができて、とても自分にとってプラスになった。
- ・まとめると、平等性と対応力の重要性に気づかされました。気づきが多すぎて書ききれません。短い間ではありましたがありがとうございました。
- ・長期だからこそ、気付けたことも多くありました。ありがとうございました。
- ・チームになってすることの大事さが分かった。私一人だと得るものにも限界があった。
- ・良い面悪い面両方で自分の将来、社会でどう生きていくかという考え方に影響を与えてくれたように思います。悪い面とも書きましたが、このプログラムに参加していなければそれもなかったと思うので。
- ・これからも続けてもらいたいです。
- ・成長もあったが、自分の弱い部分が如実に現れることになった。弱点を改めて、自覚できたことは良かったし、今後の課題対処に向かえるという意味でもとても有意義だった。
- ・事務局の方々がバタバタしているように思えた。
- ・あまりにも人数が少ないインターンはするべきではないと思う。

- ・他団体の中には正直労働としか見ていないんじゃないかと思うことはあった。
- ・受け入れ人数に差があったのが気になる。プロジェクトの定義に差があるのも気になる。
- ・受入先の企業選択を厳しくした方が良いと思う。学生主体で行うのは当然であるが、見守る側の目もしっかりしないと学生に不満が出てくる。
- ・期待値より低かったので、正直受講料+インターシップにかかる費用を払ってやる価値があるかどうか疑問だった。
- ・当初予定していたものとはかなり違ったが、自分の力にはなったので、そこはとても感謝しています
- ・冊子の記入について、冊子は提出なのかもっと初期からはっきりさせるべき。
- ・活動期間が長く、時間も長かったので、毎日プロジェクト誌を書くのは難しいと感じた。
- ・書くとしてもページも足りません。今回のインターシップは自分の目指す職業について知り、ビジョンを固める大変貴重な機会となり、とても満足しています。

なお、プログレスコースの学生修了者数は43名、受け入れ企業・団体数は9、今後の課題としては、受け入れ先の質と量の向上を目指し、高い教育効果を得られるようにプログラムを検討し、コーディネーターとの連携を深めることを指摘している。

また、これまでの関西エリアを中心にした課題解決型インターシップの事例については、関西広域連合（参画団体（順不同）：環びわ湖大学・地域コンソーシアム、大学コンソーシアム京都、大学コンソーシアム大阪、大学コンソーシアムひょうご神戸、高等教育機関コンソーシアム和歌山、鳥取大学、徳島大学、関西経済連合会、関西商工会議所連合会、近畿府県商工会連合会連絡協議会、鳥取県商工会議所連合会、徳島県商工会議所連合会、近畿経済産業局、関西広域連合）が、高度産業人材に関する関西広域産学官連絡会議における連携事業として、人材育成効果の高い課題解決型インターンシップに関する事例集を作成し、課題解決型のインターンシップを実施している企業等の声や具体的な課題内容、学生の挙げた42事例をホームページで詳しく掲載している。

2. 実践型課題解決プロジェクト Ai-SPEC

Ai-SPEC とは、経済産業省近畿経済産業局が主催する平成28年度「近畿経済産業局における地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業」の一環として一般財団法人大阪労働協会が事業実施機能を担当して実施された実践型課題解決インターシッププロジェクト

トである。

中小企業の経営課題について、学生チームが企業を訪問し課題の詳細についてのヒアリングを行った後、企業とともに各企業の現状課題についての研究と提案を行い、発表会を通して広く発信することを目的として実施された。募集対象は、大学やゼミの推薦を受けた学生チーム（3名以上）である。新たな分野への挑戦や、海外展開などの事業拡大を考えている中小企業に対して、学生チームの力で企画提案が行われる。なお、Ai-SPEC（アイ・スペック）とは、Academic Innovative Solution Project for Enterprise Creationsの頭文字から取っており、企業の成長戦略を学生とともに生み出す場となって欲しいという想いから考案されている。参加学生チーム募集では、次のように記されている。

1. ゼミ教員や大学の職員等の推薦を受けた、チーム（3名以上）単位でエントリー。

その後、組み合わせされた企業への初回訪問（2016年6月～7月頃）。

※企業との組み合わせ及び企業訪問の日程調整は事務局がコーディネートする。

2. 本事業は学生が自主的に取り組むプロジェクトだが、学生への助言、企業との調整や緊急時の対応の際には、指導教員または推薦者の方にご協力をお願いすることがある。

3. 2016年8月に行われる「中間発表会」、2016年10月に行われる「地区大会」に、代表者3名以上が参加してください。「地区大会」で優秀な評価のチームには、2016年11月に行われる「最終発表会」に出場の権利が与えられます。

4. 本事業においては、交通費・研究費などの支給はありません。

5. 本事業での発表内容を他で使用する場合は、「近畿経済産業局における地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業」での研究成果であることを必ず伝える。

6. 研究活動の成果は「OSAKA ジョブフェア」ホームページにて公開する。

7. 事業実施にあたり、複数回アンケートへのご協力をお願いします。

エントリーシートには、ゼミの研究内容に加えて、Ai-SPEC で取り組みたい以下の研究内容と経営課題が提示され該当するものすべてに○をつけるように求められた。

「BtoB マーケティング・ビジネスシステム・サービスマーケティング・新製品開発・既存の修正・海外戦略・グローバルマーケティング・製品サービスのアイデアコンセプト開発・市場調査・マーケティングリサーチ・プロモーション・販売促進・インターネットマーケティング・価格戦略・プライシング・街づくり・流通戦略・チャネルマネジメント・医療ヘルスケア・ブランディング・企業内調査・従業員の意識企業内調査・従業員の意識営業・従業員の職務満足・顧客満足の獲得・CSR・人事管理・価値の創造・管理会計・消費

者行動・その他」

なお、企業への参加企業募集では次のように記されている。

「このプロジェクトは中小企業の経営課題について、学生チームが企業を訪問し、課題の詳細ヒアリングを行ったあと、企業とともに研究を行い、発表会を通して広く発信することを目的として実施します。募集対象企業は、新たな分野への挑戦や海外展開等による事業拡大を考えられている中小企業です。学生のアイデアにより貴社の成長戦略を推進できる可能性と、学生に対して早期に貴社の魅力を発信することが可能となるプロジェクトです。（中略）ポイント1：「企業の課題」を大学生の専門性を活かした調査研究で、貴社の課題を解決します。ポイント2：企業と学生の新たな出会いの場となり、大学との関係がより深まります。ポイント3：共同で課題に取り組むことで、貴社の魅力発信ができます」

3. 本ゼミ学生の取り組み

参加学生を募集する大学向けの案内が web 上で公開された。主な実施スケジュールとして、(4月中旬：エントリー開始) (5月中旬：大学向けご案内) (5月下旬：企業学生チームの組み合わせ決定、課題発表) (6月～7月：初回企業訪問と研究開始) (8月中旬：中間発表会・京都地区中間発表会 8/4, 会場メルパルク京都、大阪地区中間発表会 8/9, 会場エルおおさか) (10月中旬：地区大会 公開プレゼンテーション・京都地区発表会 10/9, 会場メルパルク京都、大阪地区発表会 10/15, 会場エルおおさか) (11月：最終発表会 公開プレゼンテーション, 交流会 11/23, 会場エルおおさか) (1月以降：web ページへの成果掲載) と、9ヶ月間のスケジュールが記されていた。

本ゼミ3年生メンバー8人(大谷菜緒・川島由紀・岸田拓巳・木村唯歩・清水裕介・西野友希・西村菜々・盛岡修作)で検討の結果、エントリーすることを決定し、チーム名は「オクタゴン」と命名した。京都市南区上鳥羽大柳町の有限会社山田木工所がマッチングパートナー企業に決定した。オーダーメイド家具製作、京都の伝統家具製作を主とする企業だが、近年には、コンピューター上で作った設計図をもとに3次元の製品を作り出す旭川機械工業の3Dターニングマシンを導入し、新たな新製品開発を模索している企業である。

(山田木工所の社屋・製品の写真)



図 1. 木製ユニバーサルデスク 図 2. 木製ユニバーサルペン 図 3. 天使の羽 木製 USB

なお京都地区には 9 チームがエントリー（聖泉大学 1 チーム・近畿大学 2 チーム・追手門大学 2 チーム・同志社大学 2 チーム・京都産業大学 1 チーム・関西大学 1 チーム）、大阪地区には 14 チーム（近畿大学 3 チーム・関西大学 3 チーム・大阪市立大学 2 チーム・桃山学院大学 2 チーム・武庫川女子大学 2 チーム・甲南女子大学 1 チーム・追手門大学 1 チーム）がエントリーした。

本ゼミ学生の動向概略を以下に記す。

1. チーム名および代表者の決定（チーム名：オクタゴン、代表：西村菜々）
2. マッチング企業（京都市 山田木工所）への初回訪問，企業課題のヒアリング
3. 新製品開発と販売促進計画に関するブレインストーミングおよび立案
4. 新製品開発案および販売促進計画概案提出
5. 新製品開発修正案および販売促進計画修正案提出（USB・デスク・ペンの開発）
6. 市場調査（モチベーションリサーチ）の実施およびデータ分析
7. 新製品コンセプトと製品シリーズ名称の決定（新製品 WOOD LUCK シリーズ）
8. 販売促進計画タイアップ企業選択（愛育病院他）
9. タイアップ企業訪問（大阪市 株式会社ミライロ）
10. 中間発表用資料作成
11. 新製品試作品製作依頼
12. 中間発表実施
13. 販売売り上げ予想案
14. 販売開始までのタイムスケジュール案作成
15. 最終発表大会
16. インターシップ報告書作成

(上記 1～16 までの主要な PP の写真と画像)



図 4. プレゼンテーション風景



図 5. 山田木工所での新製品開発会議



図 6. 京都地区大会表彰式

4. まとめ

インターシップについて、大学生と企業の双方からの目的と、期待したい成果について多くの先行研究ではいくつかの指摘が報告されている。期待したい成果として、協調性や適応力・社内コミュニケーション力・働くことに関する意識・仕事の目的の明確化・取組みたい仕事の具体化・業界に関する知識・業務内容に関する知識・挨拶や敬語などのマナー・パソコンなどの OA 操作・自分から仕事を見つけようとする意欲などであり、企業側からは、就業意識向上の社会貢献・職業適性理解を図る機会提供・就業体験希望学生への就業機会提供・大学との交流深化の方策・学生への認知度アップ・若手社員に対する指導経験・インターシップ学生の職場活性化・学生視点の職場改善提案・

新卒即戦力の模索と活用・学生ならではの知識や技術の活用・学生ならではの感性の活用などが述べられている。

本インターシップについての近畿経済産業局からの総括は、実践型課題解決プロジェクトという、日常業務型とは異なる課題解決型ならではの視点から報告されると予測できる。そこで、本プロジェクトに参加した当ゼミの成果と問題点について、課題解決型であることを重点に以下に述べる。

本プロジェクト一連の活動は、本ゼミ学生の「創造力」「データ収集力」「外部コミュニケーション力」「プレゼンテーション力」の向上に寄与できたと考えられる。

「創造力」については、プロジェクト当初に行われたチーム名のネーミングやマッチン

グ企業の新製品のネーミングで、提案力にメンバー間の著しい差異が認められた。具体的には、先行ネーミング資料を参考にするタイプ・感覚的な発想や思いつきタイプ・まったく提案できないタイプの学生に分別できた。ネーミングは、企業にとって新製品や新システムを立ち上げる際に非常に重要な要件である。学生個人の発想力や言語能力の違いにより提案力の高低があることはやむを得ないとしても、何らかのトレーニングをする機会が必要であろう。例えば、コピーライティング技法の授業導入があげられる。本学学生は、文学系や芸術系学生ではなく、創造力の開発についてはとりたてて重要視されていないのが現状である。しかし、創造力がマーケティングプロセスの重要要因であり、販売促進戦略に関与し、消費者の購買心理に影響を与えることを考慮すれば、学生の創造力開発は、本学における今後の教育課題となるだろう。

「データ収集力」は、客観的データから社会ニーズや社会規範を推察し、プレゼンテーションで説得性の高い統計資料として活用できるために求められ、本プロジェクトに参加して向上したスキルであると考えられる。今後の課題としては、収集されたデータを2次利用するだけでなく再分析や加工する手法を獲得することが求められる。統計的手法に留まらず、例えば、単年度データの提示だけではなく、連続量として複数年度データを示すなどの工夫があげられる。

「外部コミュニケーション力」について、本プロジェクトでは、事務局・マッチング企業に加えて、当ゼミチームの販売促進計画でのアピールポイントであったタイアップ企業との調整力が求められた。学生にとって非常に緊張感が求められる作業だった。「アルバイトでも、社員さんやお客さんと接するが決められた仕事をすればいい。でもこのインターシップは、企業と対等に接して提案しなければならない。だからすごく疲れる」という学生の感想が本心だろう。企業に従事する社会人にとっても、企業内外で意思を相手に伝えて説得するスキルは高度なものであり、それができる人材を企業は求めている。個人のパーソナリティに負う領域かも知れないが、徹底したOJTプログラムの設定で向上に期待できると考えられる。

「プレゼンテーション力」は、中間発表会から最終発表会まで、提案内容や発表方法の誤りや弱点を指摘され、準備こそが重要であることを痛感する機会を得たことは非常に有益であったと考えられる。失敗をする機会があるのは、長期インターシップの大きな特典であろう。審査員に指摘されたことをどう改良するかという受動的な姿勢に留まらず、なぜその必要性があり、なぜその視点があるのかを再考する機会になり、教員以外の専門家

からの指摘が、学生の新たな刺激の発露になったとも推察できる。また、他チームの大学生・大学教員・企業関係者・インターシッププロジェクト関係者など大勢の聴衆の前でのプレゼンテーションは、かなりのストレスを感じたと考えられるが、公式場面での発表機会を得たことは、大学卒業後の、社会人としてのプレゼンテーション場面に有益だと考えられる。

就職白書 2016（リクルート就職みらい研究所）から、インターシップに関する近年のデータを一部紹介すると、2015 年度にインターンシップを実施した企業は 59.5%，前年に比べ 9.6 ポイント増加し、2016 年度も 61.1%の企業が実施予定だ。2011 年度の実施企業が 39.0%だったことから 5 年間で 22.1 ポイントの増加になる。各企業が初めてインターンシップを開催した年は、2015 年が 17.2%，2014 年が 21.6%。2013 年以前は 1 桁台だったことから、2014 年から急増していることがわかる。学生は、2016 年卒の参加率が 39.9%とこれまで 20%台で、ゆるやかに推移していた数値から前年比 13.0 ポイントの増加。平均参加社数も 0.69 社増加の 2.32 社であり、学生は 2 社以上のインターンシップに参加している。このように 2015 年度は、インターンシップの存在感が一気に増した年になっている。

では、具体的にどのようなインターンシップが増加しているのだろうか。2015 年度で最も多かったのが「通常業務でなく別の課題やプロジェクト」53.1%，「職場や工場の見学」43.1%，「社員の補助的な業務の一部」35.2%，「社員に同席あるいは同行」33.4%，「社員の基幹的な業務の一部」21.6%，「アルバイトやパートタイマーが行う業務の一部」9.1%と続いた。インターンシップの受け入れ部門は、「人事部門」が 56.1%で、他部門が 30%以下なのと比べ、際立って多い割合となっている。また、2016 年卒学生の参加プログラムの内容からは、「通常の業務ではなく別の課題やプロジェクトを経験」が 48.5%と最も高かった。

この報告からも、インターンシップを実施する企業は急増し、多様なメニューのインターンシップが用意されている。企業各々の業種や業務形態の相違から多様化するのとは当然かもしれない。学生にとって貴重な経験を得るケースもあるだろう。しかし、無料で働かされただけのアルバイトのようなケースも確認されている。今後は、さらに企業側のモラル向上と、学生側のインターンシップに対する動機が問われてくるだろう。

本稿で述べた実践型課題解決プロジェクト Ai-SPEC 事業は、業務を指示待ちする受動的

なプログラムではなく、学生が自ら提案する能動的な課題解決型インターシップであった。学生側からの視点に立てば、希望する企業とマッチングされずに戸惑ったチームや、マッチングされた企業の業界や業種を慌てて勉強したチームは、当ゼミ学生チームだけではないだろう。しかし、企業を訪問して新しい世界を覗いて、日常では得難い刺激を体験することは貴重な経験であろう。山田木工所で3Dターニングマシーンを初めて見た時のゼミ学生の驚きは鮮明だった。

さらに、Ai-SPECの特徴として、実践型課題解決プロジェクトであることに加えて、参画した各大学の各ゼミチームがプレゼンテーションを実施し、地区大会を勝ち抜いたチームが本選に出場できるコンテスト形式の仕組みは、学生に強い刺激を与えたいだろう。さらに、企業に対する企画立案だけではなく、他ゼミチームの企画やプレゼンテーションを観察することで、説得力や表現力の重要性を実感できたと考えられる。

今後の課題として、以下のことが挙げられる。まず、チーム内での役割分担、および学生個々の能力と動機の差への対応である。この問題は、本プロジェクトだけではなくグループ学習全般に問われることかもしれない。能力や動機の高い学生に他の学生が依存することを防止するために、プロジェクト開始当初から、例えば、企画・製作・調査・渉外というように、学生個々の役割分担を明確に設けて、責任所在を確認しながら展開することが求められるだろう。

つぎに、学生の交通費負担の問題が挙げられる。本学の立地条件からは、大阪や京都への交通費は学生にとって少額ではなく、何度も学生から配慮を願う声が上がった。インターシップを教科のひとつとして考えるならば全額学生負担であることが妥当であろう。しかし、Ai-SPECは一般的な日常業務型インターシップと異なり、経済産業省近畿経済産業局が主催する大規模プロジェクトであることから、各メディアで取り上げられ、それらのメディアに露出することは、大学広報に貢献していると考えられる。このことから、学生の負担する交通費の全額または一部を、大学が援助するシステムを導入することも検討の余地があるかもしれない。

心理学で商機つかめ @キャンパス



Ai-SPEC (実践型課題解決プロジェクト)に挑戦

課題 木工所と新製品を協同開発せよ



本ゼミでは、企業と協働して、社会課題の解決を目指す。その一環として、山田木工所と協同開発した「天使の羽根 USB」を開発した。このUSBは、USB-AとUSB-Cの両方に対応し、充電速度が通常のUSBの約2倍速い。また、羽毛の形状が特徴的で、持ち運びが楽である。このUSBは、山田木工所の製品として販売されている。本ゼミでは、このUSBの開発を通じて、企業と協働して社会課題の解決を目指すという目標を達成した。

イメージ調査からコンセプト決定/スノップ効果狙い販促

本ゼミでは、企業と協働して、社会課題の解決を目指す。その一環として、山田木工所と協同開発した「天使の羽根 USB」を開発した。このUSBは、USB-AとUSB-Cの両方に対応し、充電速度が通常のUSBの約2倍速い。また、羽毛の形状が特徴的で、持ち運びが楽である。このUSBは、山田木工所の製品として販売されている。本ゼミでは、このUSBの開発を通じて、企業と協働して社会課題の解決を目指すという目標を達成した。

今回は、産業界にある聖泉大学人間学部本ゼミの学生たちの活動を紹介します。ゼミ生は、山田木工所と協同開発した「天使の羽根 USB」を開発した。このUSBは、USB-AとUSB-Cの両方に対応し、充電速度が通常のUSBの約2倍速い。また、羽毛の形状が特徴的で、持ち運びが楽である。このUSBは、山田木工所の製品として販売されている。本ゼミでは、このUSBの開発を通じて、企業と協働して社会課題の解決を目指すという目標を達成した。

聖泉大学人間学部
人間心理学科
脇本忍ゼミ

今回の記者
人間学部3年 西村蓮々 (21)
取材編集協力 大谷菜穂 (21)
川島由紀 (21)

うちの新聞

平日新刊 (20)
本学印刷部 (21)
清水裕介 (20)
西野友希 (21)
盛岡修作 (21)

対人関係、組織文化フィールドワークなどを研究しています。また、取材に協力した3人の学生も加わり、購買行動の国際比較調査を始めます。

図 6. 京都新聞(平成 29 年 1 月 18 日)掲載記事

さらに、企業研究の視点からは、通常授業での文献や web 情報を使用した学習方法とは異なり、シミュレーションではなく実際の企業の現状に触れられたことは、替え難い経験であろう。とりわけ、コスト意識をたえず考えることの重要性を学べたことは、社会心理学における消費者心理周辺領域の実践学習で有益であったと考えられる。

なお、山田木工所は、Ai-SPEC で本ゼミ学生が考案した新製品開発と販売促進案から、WOOD LUCK シリーズ「天使の羽根 USB」を商品化し、マタニティクリニックへの販売戦略を開始することを決定した。本ゼミ学生にとって、望外の喜びである。

最後に、山田木工所専務取締役の山田正志様には、当初より本ゼミ学生の学習動機を高め、懇切丁寧にご指導いただきました。ゼミ生共々、心より御礼申し上げます。

また、各大会会場で、いつも本ゼミ学生と温かく接していただきました Ai-SPEC 事務局の皆様のご厚情には、ゼミ生一同とても心強い思いでした。誠にありがとうございました。

5. 引用文献

公益財団法人大学コンソーシアム京都 (2016), 2015 年度インターシップ・プログラム実施報告書.

松村直樹・角方正行 (2006), 大学に求められるキャリア支援教育, 大学教育学会誌, 28.

真鍋和博 (2010), インターシップタイプによる基礎力向上効果と就職活動への影響, インターシップ研究年報, 13.

リクルート就職みらい研究所 (2016), 就職白書 2016.

6. 参考文献

大山英典 (2006), インターシップによる産学連携の促進, 工学・工業教育研究講演会論文集.

経済産業省近畿経済産業局 (2016), 近畿圏実践課題解決プロジェクト「Ai-SPEC」実施計画資料.

小泉京美 (2011), キャリア支援教育の観点から授業プログラムについてのまとめと今後の課題: 複合型インターシップの検証, 相模女子大学紀要. C, 社会系 75

伊藤文男 (2007), 長期インターンシップの可能性に関する一考察: 企業のメリットを中心に, 日本インターンシップ学会年報, 10.

平野大昌 (2010), インターシップと大学生の就業意識に関する実証研究, 生活経済学研究, 31.