

広島大学短期交換留学生インターンシップと地域企業の国際貢献 —交換留学生インターン受け入れに関する地域企業の意識調査—

恒松直美

はじめに

2003年度より広島大学短期交換プログラム(Hiroshima University Study Abroad Program, HUSA Program)留学生向けに「広島大学短期交換留学プログラムインターンシップ (HUSAインターンシップ)」を開講し、地域企業及び官公庁の協力を得ながら発展させてきた。¹ 2003年度春学期の短期交換留学生インターンの派遣開始から2010年度で8回目を迎え、2010年度春学期までの地域企業及び東広島市役所へのインターン派遣数は47名となった。国際的視野からのキャリア教育支援、交換留学生を日本の大学教育を通じて日本社会と結ぶことを念頭におき、インターンシップの事前準備のための授業の充実化も図ってきた。2010年度より、インターンシップ派遣準備のための授業である「HUSAインターンシップ I : キャリア理論と実践」を開講し、授業には企業体験者の講話を全学公開セミナーという形で開催し新たな展開を迎えている。講話に基づき、PBL(課題発見解決型学習)教育を導入して日本人学生との共同学習を行い、学生の自主性を引き出す学びを促進している。本稿では、8年間発展させてきた短期交換留学生向けインターンシップについての地域企業の意識調査の結果について考察する。2010年3月に広島経済同友会広島中央支部国際委員会例会にて提示した「HUSAインターンシップ」に対する地域企業の意識に関する企業アンケート調査の最終報告書に基づき考察を進め、今後の改善策及び課題について考察する。調査の結果、企業の交換留学生インターンシップに対する認識を知ることができ、今後の対策の糧とすることができた。

交換留学生インターン受け入れに関する企業アンケート調査の目的

「HUSAインターンシップ」は、2003年度のHUSAインターンシップ開講から8年間に渡り地域企業及び官公庁からの支援を受けながら継続・発展してきた。地域企業の受け入れ先の開拓は、広島経済同友会広島中央支部国際委員会の支援のもと企業間のネットワークによって実現してきた。HUSAインターンシップを毎年継続していくため、地域企業及び官公庁からの助言に絶えず耳を傾け改善を重ねる中、今後も継続して支援を受けていくためには、交換留学生向けインターンシップ及び大学との連携について企業の持つ見解を正式に調査し、対策を練る必要があると判断した。2003年度のHUSAインターンの派遣開始から8年が経過し、実際に受け入れた企業が何を問題と捉えているのか、大学側と企業側で相互理解が得られていない点は何か、また交換留学生インターンの受け入れ実績のない企業がインターン受け入れをしてこなかった理由は何か、等の事項について企業の率直な意見を調査することで今後の対応策が講じられると考え、地域企業のアンケート調査に踏み切ることとした。調査は、広島経済同友会広島中央支部の承認を得て、2010年

1月、広島経済同友会広島中央支部に所属する中小企業を対象にアンケート調査表を配布し進めた。²

広島大学短期交換留学プログラムインターンシップの特異性： 地域企業による国際貢献

今回の企業アンケートの調査結果について考察するにあたり、HUSAインターンシップと地域企業との関わりの経緯について把握しておく必要がある。HUSAインターンシップは、企業が主催となって企画するインターンシップ事業と比較して特異性を持つものであり、企業から継続して支援を受けるためには、HUSAインターンシップのおかれている状況について明確に理解した上で企業と交渉していくことが不可欠である。「HUSAインターンシップ」は、立ち上げの2003年度より、広島大学のある東広島市及び竹原市の地域企業の真の国際貢献の精神に基づいて支援及び推進されてきた。その理解に基づき、担当教員が地域企業への訪問及び依頼を毎年欠かさず行っている。

HUSAインターンシップの特異性として、「HUSAプログラム」は、短期交換留学プログラムであり、プログラムに参加する交換留学生は、原則として長くて1年しか広島大学に在籍せず、プログラム修了後は、自国に帰国し卒業する前提がある。したがって、2週間のインターンシップ修了後、その学生が受け入れ企業に就職する可能性が大変低く、インターン受け入れに対し企業側はかなり消極的になる。企業側に長期的な広い視野からの国際貢献の精神がなければインターン受け入れのために時間を割くことは不可能といっても過言ではない。つまり、「HUSAインターンシップ」は、優秀な人材発掘や広報を目的として企業が自ら立ち上げるインターンシップ制度とは全く性質を異にするものである。企業にとり、優秀な学生を採用し人材を確保することは企業の存続のための死活問題であり、多くの企業は、そのために人材開発支援を専門とする企業に資金を投入し、研修を受けて有効な面接方法を学ぶなどし、人材確保に備える。正規社員に一生かけて支払う賃金は2、3億といわれており、それを考慮すれば、人材開発を専門とする企業に優秀な人材発掘のノウハウを提供してもらうために支払う資金は小さいと言える。³

つまり、企業の立ち上げるインターンシップは、企業の採用及び広報と関連する場合が多く、自社の将来のため時間と労力を使う価値があると判断した上での制度とも言える。これらのインターンシップと比較した場合、自社に就職する可能性がほぼなきに等しく、自社の宣伝にもつながりにくい短期交換留学プログラム留学生のためのインターンシップ支援は、大変労力と時間のかかる報酬のない事業といえる。留学生の将来性とグローバル社会への貢献への願い、世界の人々を長期的視野から支援することを願う国際貢献の精神に基づいた支援であることを理解した上で教員が企業との交渉を進めていくことが不可欠である。

以下に企業が交換留学生向けインターンシップへの協力を躊躇する現実的理由を挙げる。

- 自社に就職する可能性のない交換留学生のインターンシップ事業への支援は労力の無駄となる。

- 自社が人材発掘のために立ち上げたインターンシップ制度でない場合、事情が理解しにくく、時間を割く価値がないとの判断から訪問を依頼しても対応しないことが多い。
- 専門性を持つ留学生（例えば、工学博士など）と異なり、短期交換留学生のように学部生（3・4年次の学生が多い）で専門性が低い場合は、企業へのメリットがない。
- 学生の日本語能力が上級でも、実務経験がほとんどないため実務では有用性が低い。
- 2週間という短い派遣期間は、職場における基本的事項についての学生の指導に時間を割くのみになり、学生が実際に職場で役に立つ職務を遂行する時点まで至らない。

このような現実的状况の中で地域企業からHUSAインターンシップへの支援を得ていくためには、「HUSAインターンシップ」担当教員が、その意義について責任感と使命感を持って対応し、企業と絶えず接触し継続してその意義を訴えていくことが鍵となる。企業経営に余裕のある時期には、留学生の存在が新しい風を吹かせ職場を活性化する点も評価できるが、企業が経営困難の状況では、インターン受け入れが有能な人材採用に直結するなどの企業側のメリットなしに受け入れに踏み切ることが難しい。企業での実践力にならない学生のために、長期的な広い視野から世界への貢献を願う視点を持つことは現実的でない。「HUSAインターンシップ」は、このような厳しい企業の現実を背景に企業間ネットワークの力によって支援の輪を広げながら継続してきた。

企業アンケート調査手続きと報告

2003年度のHUSAインターンシップ開講から、広島経済同友会広島中央支部国際委員会からは多大なる支援を受けてきた。今回の調査も国際委員会の支援を得て2010年1～2月にかけて中央支部に所属する中小企業を対象に行った。その結果、調査対象は中央支部に所属する広島県東広島市及び竹原市周辺の中小企業となった。配布数69件に対し29件から回答があり、回収率は42%という結果となった。調査結果については、2010年2月19日に開催された経済同友会広島中央支部国際委員会2010年度2月例会において、「国際交流活動の推進について」というテーマのもと「**広島大学留学生インターンシップに関する調査結果[速報値]**」と題して中間報告を行った。その結果、より効果的なインターンシップを目指し、国際委員会と大学との連携を深めインターンシップ制度を改善していくことについて合意が得られた。

さらに、2010年3月16日に開催された広島経済同友会広島中央支部国際委員会3月例会では、「**広島大学短期交換留学プログラム(HUSA)「HUSAインターンシップ」**コース企業アンケート調査報告書」と題し最終報告と今後の改善策を発表した。報告書では、短期交換留学生インターンの「受入実績のある企業」と「受入実績のない企業」からの回答について、関連する質問項目について両者を比較できる形で提示した。「比較設問」については「受入実績のある企業」と「受入実績のない企業」を比較する形でまとめ、「共通設問」では全体を総合的に把握し、最後に今後の改善事項について要約した。本稿では、報告書の各設問ごとの調査結果に考察を追記した。

調査報告の構成

I. 導入設問

Q1. 留学生インターンの受け入れについて 有り → Q3. 受入の良否, Q6. 担当者数, Q8. アルバイトの可否
なし

II. 比較設問

	受入実績のある事業所	受入実績のない事業所
No.1 継続・関心	Q7. 今後も受け入れたいと思いますか	Q9. 受け入れについて関心がありますか
No.2 その理由	Q2. 受け入れた理由	Q10. 受け入れたことがない理由
No.3 良かった点	Q4. 受け入れて良かった点	Q11. 受け入れた場合のメリット
No.4 困難な点	Q5. 受け入れて困難だった点	Q12. 予想される困難なこと

III 共通設問

Q14. 有能な留学生に社会勉強の場を提供するための大学の役割
Q13. 受入実績のある事業所において報告会をすることについて
Q15. インターンシップ事前研修の講義を受け持てる可能性
自由記述

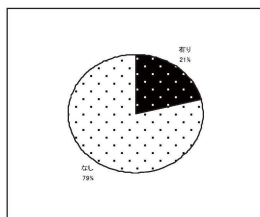
IV 改善事項

V 関連資料

アンケート内容、留学生レポート、受入先評価表

I. 導入設問

Q1. 広島大学短期交換留学生インターンを受け入れたことがありますか。



・毎年同じ事業所が受け入れている関係から、受け入れる事業所は固定化されているため、「有り」は5分の1と少なく、広がりが見られない。

「有り」: 受入実績のある事業所

- Q3. インターンを受け入れてよかった点**
 全事業所が「良かった」と回答した。

大変良かった	0
良かった	100%
あまり良くなかった	0
良くなかった	0
- Q6. 留学生の指導にあたっての担当者の数**
 全事業所が1~2人であたっている。

1人	57%
2人	43%
- Q8. 留学生をアルバイト等で雇用できる可能性**
 全事業所が「いいえ」と回答した。

可能性あり	0
既に雇用した実績あり	0
いいえ	100%

留学生インターンを受け入れたことについて前向きに捉えてはいるが、アルバイト雇用に関しては不可能と考えていることから、実際の業務に即戦力として使える人材としてはインターンを捉えていないことが分かる。

II 比較設問 (No.1 継続・関心)

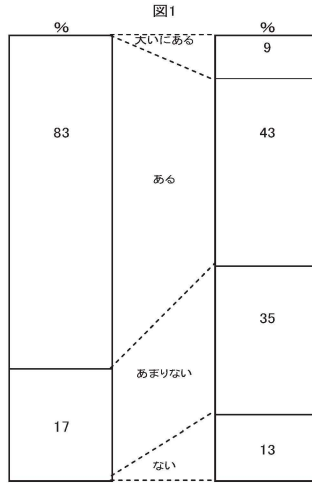
受入実績のある事業所

Q7. 今後もインターンを受け入れたいと思いますか。

- 受け入れた事業所は今後も継続するとの回答が多い。
- 両極(大いにある、ない)の回答は0であった。
- 受け入れた事業所からはインターンシップに対する好意的な理解を頂いている。

<比較>

受入実績のない事業所より、受入実績のある事業所の方が、前向きな回答が多いことから、このインターンシップ制度は、一定の評価を得ており、定着していると考えられる。



受入実績のない事業所

Q9. インターンの受け入れについて関心がありますか。

- ほぼ2分された回答である。(ある:52% ⇔ ない:48%)
- 関心がある事業所へは、働きかけをしていく必要がある。
- 一方、半数は、あまり関心がなく、インターンシップに関する情報不足の面も考えられる。

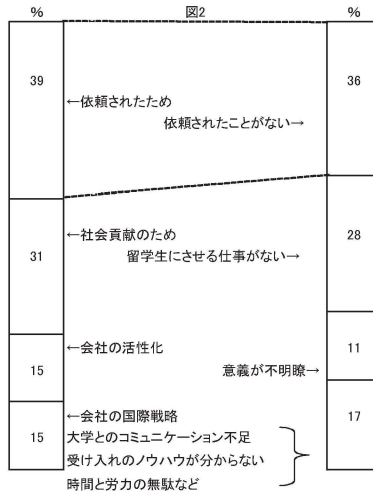
留学生インターンを受け入れた経験により実情がわかり興味が増していることが分かる。実際に留学生と接する機会を職場で持つことで、交換留学生インターンシップへの受け止め方が変化しているとも考えられる。

II 比較設問 (No.2 その理由)

受入実績のある事業所

Q2. 留学生インターンを受け入れた理由

- 受け入れの理由が明確であることが分かった。
- 「依頼された」「社会貢献」という外部要因が7割を占める一方、内部要因である「会社の活性化」「国際戦略」は3割と少なかった。



受入実績のない事業所

Q10. 留学生インターンを受け入れたことがない理由

- 「依頼されたことがない」との理由が一番多く、声をかければ受け入れされる可能性が高い。
- 「留学生の仕事がない」については、事業所側の思い込みがあると思われる。
- その他の項目については、情報発信により理解を深めていくことが必要である。

<比較>

両者の差は、「依頼」があったかどうかが一番の違いである。これまでの方法では事業所が固定化されてしまうので、仕組みを変えることで協力事業所を広げることが可能となる。

地域企業における留学生インターンシップは、企業にとり意図が把握しにくく、企業側のメリットの少ない事業であるため、実現には地域企業の信頼関係に基づいたネットワークによる支援が不可欠であり、信頼のある他企業からの依頼が鍵となっている。また、インターンの受け入れ理由として、「社会貢献」が31%と比率が高く、「会社の活性化」も含め、企業は、留学生を労働力として見るよりも、企業自身がグローバル社会に貢献し、留学生の存在が自社に新しい風を吹かせ新たな活力を生むと捉えている。また、「会社の国際戦略」については、日本人と異なる価値感を持つ留学生が、企業の国際的展開に日本人にない新しい視点をもたらすという期待を抱いているとも考えられる。

II 比較設問 (No.3 良かった点)

受入実績のある事業所

Q4. 留学生インターンを受け入れてよかった点

- 上位3項目「地元大学との交流」「外国人とのコミュニケーション」「職場の活性化」で、約80%を占めており、明確な成果が表れている。
- この3項目以外については、これまでの体験からあまり期待できないことが読み取れる。



受入実績のない事業所

Q11. 留学生インターンを受け入れた場合のメリット

- 「地元大学との交流」「外国人とのコミュニケーション」に続いて、「新しい視点の発見」が多く、新しい試みに対する前向きな姿勢がみられる。
- 設問項目に、まんべんなく回答がちらばっているのは、まだ受け入れてないためと思われる。

<比較>

上位2項目は、両者とも同じであるが、3番目に、受入実績のある事業所は「職場の活性化」が多く、受入実績のない事業所は、「新しい視点の発見」が多く表れたのが大きな相違点である。今後、受入実績のない事業所が、受け入れた場合には、同様(上位3項目へ集約)になると思われる。

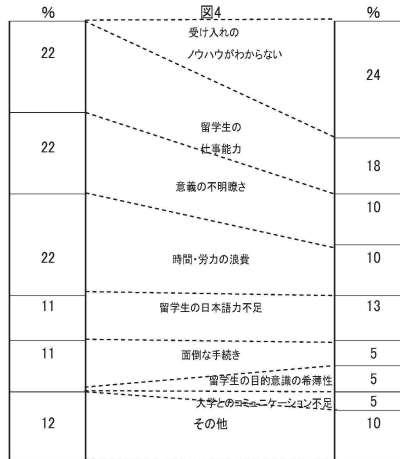
受け入れ実績のある企業もない企業も、地域に存在する総合大学である広島大学との交流に興味を持ち、留学生と交流の輪を広げたいと捉えていることが分かる。また、実際に留学生インターンを受け入れて職場が活性化されたと捉えている企業が存在することは、今後留学生インターンの受け入れ先を開拓する際アピールできる点である。

II 比較設問 (No.4 困難な点)

受入実績のある事業所

Q5. 留学生インターンを受け入れて困難だった点

- 上位3項目「留学生の仕事能力」「意義の不明瞭さ」「時間・労力の浪費」で、3分の2を占めており、受け入れた事業所の努力が伺われる。
- その他の項目については、大きな問題にはなっていない。



受入実績のない事業所

Q12. 留学生インターンの受け入れで予測される困難

- 一番に「受け入れのノウハウがわからない」があがっているのは、当然のことである。
- 次に「留学生の仕事能力」が多いが、3番目以降はほとんど同列である。
- 受け入れていない事業所なので、多項目に渡って困難さを感じるのはやむを得ない。

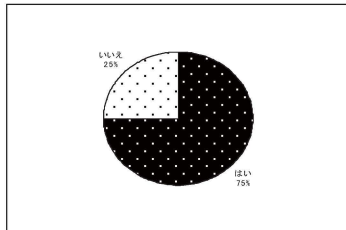
<比較>

- 両者ともに、「留学生の仕事能力」が上位にあるが、それ以外では傾向が分かれた。「意義の不明瞭さ」「時間・労力の浪費」は、受入実績のある事業所が2倍以上多く、「受け入れのノウハウがわからない」は受入実績のない事業所でのみの回答である。
- 受入実績のない事業所にとっては、この結果が受け入れる際の参考となることは間違いない。

留学生の仕事能力と日本語力不足、及び企業側の時間・労力の浪費は、受け入れ経験のある企業もない企業も、現実的な問題かつ課題と捉えていることがわかる。留学生インターンの持つ能力等を何らかの形で生かせるインターンシップのあり方は大きな課題である⁴。また、「意義の不明瞭さ」の指摘から、企業に対してHUSAインターンシップの説明が不十分であったことが認識できた。この問題に対応すべく、2010年3月にHUSAインターンシップのパンフレットを発行し、2010年8月の広島経済同友会広島中央支部例会において配布して「HUSAインターンシップ」について説明する機会をいただいた。パンフレットでは、「広島大学短期交換留学プログラム」に毎年約40名の留学生が参加している現状、プログラムに参加した留学生の出身国の割合、インターンとして派遣した留学生の専攻と出身国及び人数、過去のHUSAインターン留学生の体験談、インターンシップ派遣までの流れ、派遣準備の授業である「HUSAインターンシップI：キャリア理論と実践」及び「HUSAインターンシップII：実習」の授業のシラバスを簡潔に提示し、「HUSAプログラム」及び「HUSAインターンシップ」の授業の実態について企業が理解できるよう努めた。さらに学生についてより理解していただくため、HUSAプログラム留学生が広島大学に留学した目的、地域企業でインターンシップを希望する理由、留学生の日本語能力などについて説明した。HUSAインターンシップ及び参加留学生について説明することで、受け入れ経験のない企業から指摘のあった「受入のノウハウがわからない」という点を少しでも解消できるよう努めた。

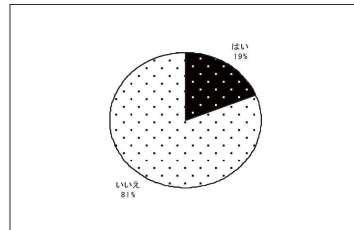
III 共通設問（続き）

Q13. 受入実績のある事業所において
報告会をすることについて
(全事業所)



- 報告会については、どのような形態にせよ、開催することが望まれる。

Q15. インターンシップ事前研修の講義
を受け持てる可能性
(全事業所)



- 回答数は非常に少なく、実数による「はい」は3社であった。

「HUSAインターンシップ」授業の一環として、2010年度春学期より企業体験者の講話を導入し、講話の授業を全学開講としてHUSA留学生以外の学生の参加も促し国際教育の場へと発展させている。講話の次週の授業では参加学生の共同学習を行い、留学生と正規学生の活発なインタラクションを起こしている。このような企業からの講師招聘の機会に備え、企業からの協力の可能性の有無について設問を設定した。担当教員が実際に面識のある企業代表者の場合、講義の講師として招聘されることを前向きに捉えることが多い。また企業は、インターンシップの事後報告を希望しており、今後は通年のインターンシップ修了後の8月に報告会を開催していくことを検討している。

III 共通設問（続き）

－自由記述－

- 相互のメリットをアピールすると協力しやすい。
- インターンシップの受け入れについて事前に打ち合わせが必要（予備知識）。
- 終了後に実習生の方が、企業についての発表や報告されるのであれば、その資料を送ってほしい。
- 他大学の留学生のインターンシップを受け入れたことがあるため、受け入れにはできるだけ協力したい。
- メリット・デメリットで考えるものではなく、現在の社会状況では受け入れは当然だと思う（納税義務と同じ位の感じ）。
- 受け入れても対応が困難。
- 業務は留学生に扱わせる内容ではない。

「相互のメリット」という点は、今後のHUSAインターンシップを継続し発展させていく鍵である。何らかの形で企業側のメリットがなければ積極的に留学生インターンを受け入れにくいのは当然といえる。改善策として、留学生の持つ日本人と異なる視点をインターンとして活用していく方策が考えられる。例えば、本年度実際にあった例であるが、市場を海外に開拓したり国内に在住する外国人を新しい顧客としてビジネスを展開する際に、留学生の持つ外国人の視点を生かせる可能性を示した例がある。また、「事前の打ち合わせ」の必要性は、留学生が実際に可能な仕事、留学生が企業で目標とする学びについて、留学生と受け入れ企業が事前に理解する必要性を指摘するものである。HUSA留学生の目的や実情を具体的に理解しないままインターンとしての受け入れに踏み切れない企業の心理状態を理解する必要がある。「報告書」の送付の依頼は、実際にインターンを受け入れた企業から留学生インターンシップがどのようなものであったかについて報告を聞き、実情を理解してから受け入れを検討したいとの企業の姿勢を示すものである。これらを集約すると、企業は「HUSAインターンシップ」の実情とその結果について情報提供を切望していることが分かる。つまり、留学生と大学からの企業への明確な要望及び留学生インターンシップの結果報告に基づき実際の受け入れを検討することを希望していると言える。

企業の短期交換留学生インターン受け入れに関する現実的問題と改善策

IV 改善事項 － 改善のための集約 －

- 1) インターンシップは、受入実績のある事業所では好意的が83%あり、受入実績のない事業所でも前向きが52%あり、基本的には評価されている。
- 2) 受け入れの理由としては、「依頼」がキーワードとなっている。
受入実績のある事業所: 依頼されたため 39%
受入実績のない事業所: 依頼されたことがない 36%
実績のある事業所が、全体の5分の1と少ないのは、インターンシップの依頼先が固定化されているためである。実績のない事業所への働きかけが重要である。
- 3) インターンシップのメリット (事業所サイド)
受入実績に関係なく、「地元大学との交流」「外国人とのコミュニケーション」が多く、実績のない事業所では、「新しい視点の発見」が3番目にあがっており、前向きな姿勢が伺える。
- 4) インターンシップのデメリット(事業所サイド)
受入実績のない事業所では、当然ながら「受け入れのノウハウが分からない」が一番多く、また受入実績に関係なく「留学生の仕事能力」「意義の不明瞭さ」があがっているが、これらには、大学側の十分なサポートが必要である。
- 5) 大学の役割としては、「意義の明示」「意欲のある留学生の派遣」「終了後のフィードバック」が多く求められており、また、報告会の開催を望む回答は75%ある。

IV 改善事項(続き)

－ 改善のための方向 －

1) 意義(内容)の明確化

事業所での仕事を明確にする。
 留学生の仕事の能力を明確にする。
 大学側の要望を明確にする。

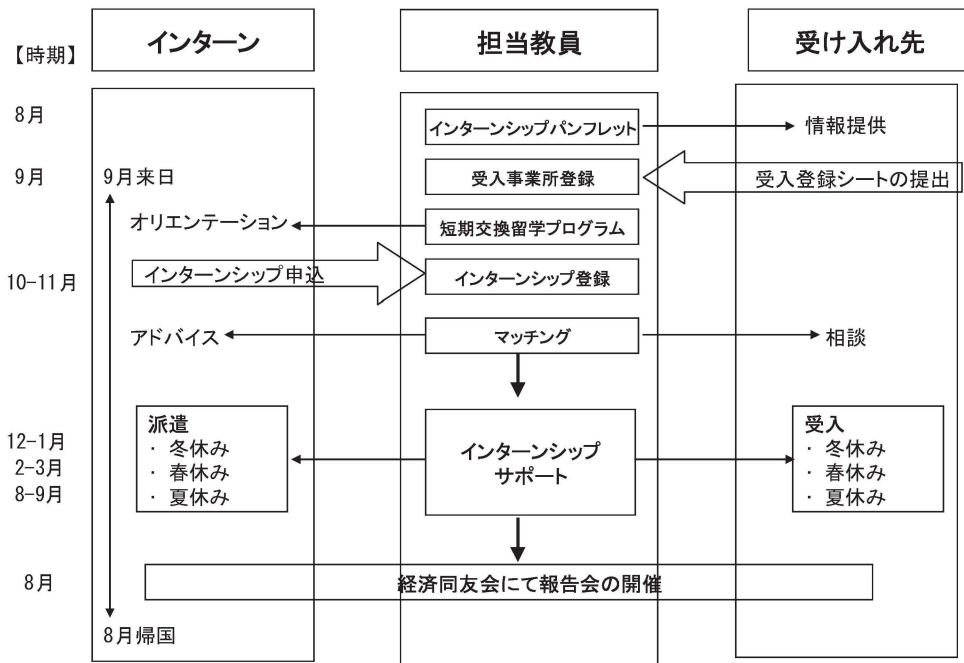
2) 派遣制度の改善

派遣時期を固定化せず、年3回(冬休み、春休み、夏休み)とする。
 受け入れ可能な事業所を、事前に登録する。
 大学では、体験したい留学生を登録する(来日直後の10～11月)。
 大学が、事業所と留学生の調整をする。

3) 報告会の開催

経済同友会のほうで、毎年8月に報告会を開催する。
 (交換留学生は9月末に来日し、翌年8月に帰国)

－ 手順の流れ－



1) 「HUSAプログラム」と「HUSAインターンシップ」の明確な意義の提示

アンケート調査の結果、これまで認識していなかった企業の留学生向けインターンシップに対する見解が浮き彫りとなった。企業側は、留学生インターンシップ受け入れについて関心を持ちつつも、受け入れを躊躇する主な理由は、「HUSAプログラム」及び「HUSAインターンシップ」の意義の不明瞭さであると言える。その結果、受け入れ実績のある企業がHUSAインターンの受け入れ先として慣習的にリピートする 경우가多く、広島経済同友会広島中央支部国際委員会から「依頼」された企業が受け入れ企業となり継続してきた。新しい受け入れ先の開拓が進まずインターンの依頼先が固定化されている現状を改善するため、今後は実績のない企業への働きかけをすることについて国際委員会で合意した。新しい受け入れ先を開拓するにあたり今後はインターンシップの目的のみでなく帰国後の影響と成果についても調査し報告していく所存である。何を仕事として提供しどのような形で支援すればインターンシップの意義に応えることができるかを企業側も模索している。

また、広島経済同友会広島中央支部国際委員会からの助言の中に、企業が交換留学生インターン受け入れを躊躇する原因の一つとして「専門性の過度の強調」があった。まだ就労経験のない留学生が自身の専門的知識やそれに特化した専門的職種に従事する希望を過度に強調することにより企業はかえってしりごみしてしまう、という指摘である。留学生が実際は実用的な専門的知識を習得していない現実と、2週間という短期の就労期間で専門的知識を即戦力として生かせる機会を提供できない現実を企業は心得ている。したがって、専門性を強調するよりも、語学能力・資格・過去の仕事の経験などを登録用紙に記載し、「職場体験を積むことを希望する」旨を伝えることで、企業側も不必要に構える必要性がなく受け入れを考慮できるという助言をいただいた。この助言に基づき、学生のインターンシップ申請の書類は、専門性を強調するよりも学生が社会体験を積むことへの意欲や将来の展望など大きい枠でインターンシップへの要望を示す形式に改訂した。

留学生に対しては、「HUSAインターンシップ I：キャリア理論と実践」の授業において、大学在学中は自分の将来の展望やキャリアを発掘していく段階にあり、自分の専攻や職種にこだわって選択肢を狭めるよりも、仕事を実際にやってみることで、自分が何に喜びを感じ自己実現できるのかを模索することが大切であることを伝えている。大学在学中は学生から社会人へと移行する自分探しの期間であり、仕事を限定せず多様な仕事を体験することが可能性を広げる。このように、留学生が職種にこだわらず企業で社会体験することに意義があり、その体験が将来のキャリアにつながり、日本との架け橋となる可能性にも発展するものであることを企業側に伝えることで、支援を得られ安くなることがわかってきた。

2) 企業登録制度の導入

第2の改善策として、「企業登録制度」を2010年度夏より導入し、「HUSAインターンシップ」受け入れに興味のある企業は、いつでも担当教員を通じて「HUSAインターン」受け入れ企業として登録できるシステムを整備した。これまで東広島商工会議所の職員の

方の支援を得て広島経済同友会広島中央支部国際委員会とのインターン受け入れ企業の調整を行ってきたが、今後は「登録制度」に基づき、大学の担当教員が登録した企業と連絡をとり、留学生のインターン派遣の調整をすることとなった。これにより、毎年経済同友会を通じて依頼するのではなく、登録企業と担当教員が派遣可能時期の調整をし連絡していくしくみができあがりつつある。しかし、実際には、企業の登録制度を導入したものの、当初登録した企業は継続してインターン受け入れを支援して来た数社に過ぎず現実は厳しい。企業にとりメリットがないHUSAインターンシップの受け入れ先として「登録」するにも企業間ネットワークからの支援が不可欠である。現時点では、これまでHUSAインターンシップに協力してきた広島経済同友会広島中央支部国際委員会の委員が長年のビジネスのネットワークを通じて登録を依頼したり、今回のアンケート調査でHUSAインターンシップに興味を示した企業に担当教員が挨拶をし依頼する段階である。新しい企業が自ら登録することは現実的にはなく、企業間の人のネットワークを通じて依頼して登録がされるのが現状である。実際、地域企業への短期交換留学プログラム留学生のインターン派遣は、企業間の人のつながりと国際貢献の精神を持つ人の尽力で初めて成立するものであることが、今回の登録制度導入の過程でもよく理解できた。今後も、経済同友会を通じ担当教員が地域企業と人としての信頼関係とネットワークを築くことが短期交換留学生のインターンシップ継続の鍵となる。

3) HUSAインターン派遣時期の拡大

第3の改善策として、HUSAインターン派遣期間を夏季のみでなく冬季休暇及び春季休暇を含む期間とした。2003年度から2010年度まで、インターンの派遣時期を夏季休暇の8月初旬2週間に限定してきた。HUSAプログラム留学生は、毎年9月に来日し、大多数の学生が1年間（2学期）滞在し翌年8月に帰国するため、帰国前の8月にインターンとして企業に派遣してきた。派遣時期に関し、広島経済同友会広島中央支部国際委員会より、夏季に限定せず期間を広げたほうが企業側は受け入れやすくなるとの助言をいただいた。各企業とも業種により多忙な時期などが異なり、派遣期間を夏季のみに絞ることで受け入れが不可能な企業もあることが分かった。その助言に基づき、2010年度秋学期より、派遣時期を冬季休暇・春季休暇・夏季休暇のいずれかの期間の2週間とし、受け入れ期間の枠を拡大した。この改善策により、実際に2010年度冬期休暇には1人をインターンとして派遣し、また2011年度春期休暇中の3人の派遣も既に決定した。

4) 留学生インターンシップの成果の明示の重要性

アンケート調査のデータ及び自由記述より、「HUSAインターンシップ」の結果報告を企業が要望していることが分かった。「HUSAインターンシップ」の意義の明確化も含め、今後の新しい取り組みとして、短期交換留学生が1年の交換留学を終え、インターンシップを修了して帰国する前の8月に経済同友会にて報告会を開催することが決定された。「有能な留学生への社会勉強の場の提供のため大学は何を心がければよいか」という設問

に対し、「意義の明示」(22%)、「意欲のある留学生の派遣」(21%)、「終了後のフィードバック」(14%)、「より徹底した事前研修」(14%)、「成果の明示」(12%)、「会社にとり有益な留学生の派遣」(11%)が主にあげられている。大学側は、有能な留学生を派遣することを目指して事前の準備をより徹底させると同時に、受け入れ企業に対しフィードバックを行い、成果を明示していくことが求められている。それに呼応して、報告会を望む声は75%ある。

つまり、企業は、短期交換留学生を2週間という短期間受け入れた結果、実際にどのような成果が得られたのかを確認することを切望している。一見、何の意味もない時間と労力の浪費にも見え、「短期交換留学生」という理解しにくい身分の学生が、地域企業でインターンとして就労して得た成果は何であったのかを理解したいという要望は当然である。明確な成果の提示が、今後地域企業から短期交換留学生インターンシップへの支持を得ていくうえで影響力を持つと考える。

また、「意欲のある留学生の派遣」(21%)、「より徹底した事前研修」(14%)、「会社にとり有益な留学生の派遣」(11%)から読み取れるように、企業は、留学生インターン受け入れが自社にとって何らかの有益性を持つことを希望している。当然の要望であり、今後、留学生の存在が企業にとり有益性を持てるインターンシップのあり方を模索していく所存である。前述した、外国人の新しい感性や視点を生かした商品開発に見られるように、地域企業の支援に頼るのみでなく、留学生側も何らかの力を発揮し派遣先に貢献できるインターンシップのあり方の研究が今後の短期交換留学生向けインターンシップ発展の大きな課題である。

5) 地域企業とのネットワークの構築

2010年12月18日に開催された広島経済同友会広島中央支部例会での国際委員会会合において、2010年度HUSAインターンを受け入れた結果、留学生の観点を生かして商品開発に取り組んでいる企業代表が、10日間の試行錯誤について他の同友会会員に熱心に語っている姿が心に残った。留学生に「自由な発想」で創作させる試みを行った結果、実際に学生が大変おもしろい作品を創出した例である。本件は、企業側が留学生インターンの支援のあり方を試行錯誤して探りながら前向きに挑戦させようとする態度が生んだ結果である。このように、実際にHUSAインターンを受け入れた企業が留学生とともにインターンシップを作り上げていく可能性について報告していくことで、実感がわきにくい企業からの理解と支援を促進する結果につながるということがわかった。今後は、実際のインターン受け入れの結果について、より具体的に教員が企業に報告していくことが必須である。

結語

本稿で論じたように、短期交換留学生向けインターンシップは企業側にとり得るものが少ないため担当教員による企業への継続した働きかけが必須である。これまで地域企業に支援を依頼する形式で継続してきたが、今後はその形式から一步前進し、留学生の持つ日本人に無い視点を少しでも役立て企業に生かせる「HUSAインターンシップ」のあり方

を模索していく所存である。2週間という短期間で実務体験を持たない交換留学生在が地域企業に貢献することは現実的には簡単なことではないが、企業の一方的支援という形を少しでも脱却し、双方にとり意義のあるインターンシップを作り上げていくことがHUSAインターンシップを発展させる鍵である。そのためには、HUSAインターンシップを、広島大学のキャンパスライフと大学の国際化及び広島大学短期交換留学プログラム全体の文脈の中で捉える視点が重要である。HUSAプログラムを、学生がグローバル社会で生きていく多様な力をつけ、長期的視野から大学教育と日本社会を結ぶプログラムとして捉え、そのカリキュラムとして「HUSAインターンシップ」を位置づけることにより、HUSAインターンシップの持つ可能性も広がる。文化大使としての役割も持つ交換留学生在が、日本留学を通じて日本の地域企業にグローバルな視点から自主的に貢献し、日本と世界とを結ぶ役割を担う可能性を持っていることを企業にアピールする力をつけていける授業へと「HUSAインターンシップ」を発展させて行く。本稿では、短期交換留學生向けインターンシップに対する地域企業の意識調査に基づき、企業の持つ現実的見解と「HUSAインターンシップ」の今後の課題を提示した。

注

-
- ¹ 以後、「広島大学短期交換留学プログラム(Hiroshima University Study Abroad Program)」を「HUSAプログラム」と称する。また、HUSAプログラム留學生向けに開講している「広島大学短期交換留学プログラム(Hiroshima University Study Abroad Program)インターンシップ」を「HUSAインターンシップ」と称する。
 - ² 今回の調査結果には東広島市役所のアンケート回答は含まれていない。地域企業のみ対象とした結果を提示する。
 - ³ 「HUSAインターンシップI：キャリア理論と実践」企業体験者の講話第1回（広島大学全学公開セミナー、2010年5月14日開催）新田泰生氏講義「企業人の働くモチベーションとは？」にて指摘された。
 - ⁴ 2010年度春学期のインターンシップで、留學生の持つ新しい観点を活かし商品開発に向けて動き出した例がある。留學生の持つ能力を活かし企業に貢献できる形を今後も模索する所存である。

謝辞

東広島商工会議所の増田宣彦氏からは、2003年度の「HUSAインターンシップ」立ち上げから多大なるご支援を賜り、HUSAインターンシップに関する企業アンケート調査実施においても貴重なご助言をいただいた。増田氏に心からの感謝の意を表したい。また、HUSAインターンシップのために2003年度より無償の国際貢献の精神でご尽力いただき、暖かいご支援をいただいている広島経済同友会広島中央支部の皆様と国際委員長の前垣壽男氏（賀茂泉酒造株式会社取締役社長）にも心より感謝の意を表したい。皆様からのご支援なしに「HUSAインターンシップ」は実現不可能であり、ここに敬意と感謝の意を表したい。

本研究は「グローバル社会におけるパラダイム・シフト：日本の高等教育とキャリアにおける意識変容」（研究者 恒松直美・文部科学省科学研究費 2009-2011基盤C21530881）の一環として進めている。

参考文献

「広島大学短期交換留学プログラム(HUSA) 「HUSAインターンシップ」 コース企業アンケート調査報告書」（広島経済同友会広島中央支部2010年3月例会提出）