

〈研究論文〉

宿泊業における長期インターンシッププログラムの有用性

石 谷 昌 司

【要旨】

本研究は、ホテルと学生双方に役立つインターンシップのあり方を考察するものである。

厚生労働省によると、新規大卒の就職後3年以内の離職率（宿泊業、飲食サービス業）は約51%と全体の約33%と比べて高い¹⁾。この状況を改善する役割として期待されるのが入社前の就業体験である。しかしながら、2018年に文部科学省が実施したアンケート調査²⁾では、国内の大学生向けインターンシップの多くが2週間程度であることが明らかになっており、このような短期間に宿泊業で働く意義を十分理解するのは困難であると考えられる。

そこで、本稿では、城西国際大学観光学部で新たに実施された台湾での長期インターンシップを事例として紹介し、その効果と課題を分析する。加えて、7カ所の宿泊事業所へのアンケート調査³⁾を通して、産学連携による有益なインターンシッププログラム構築へのヒントを探る。

キーワード：長期インターンシップ、ホテル人材育成、産学連携、異文化理解

1. はじめに

背景と目的

世界の観光市場を俯瞰すると、2018年の国際観光客到着者数（Total International Tourist Arrivals）は、前年比5%増のついに14億人に到達し、国連世界観光機関（UNWTO）の予測を2年も早く実現した⁴⁾。2005年に8億人であったことを鑑みると、この約15年間で1.7倍以上増加し、2018年の国際観光収入額は、1兆7千億USドル（約184兆円）と2005年のそれと比較し約2倍上昇したことになる⁵⁾。

一方、国内に目を向けると2003年1月31日、小泉純一郎元総理が施政方針演説⁶⁾において訪日外国人旅行者数の倍增計画を掲げてから約16年が経とうとしている。当時（2003年）521万人であった訪日外国人旅行者数は、2013年にはじめて1,000万人に到達し、2018年にはついに3,119万人2千人へ大きくその数字を伸ばしたことは周知の通りである⁷⁾。さらに、2003年1兆4000億円だった訪日外国人旅行消費額は、2018年には4兆5,189億円へと大きく成長し、経済的な効果も大きい⁸⁾。日本政府は2017年3月30日に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」⁹⁾の中で、訪日外国人旅行者数の新たな目標を2020年ま

でに 4,000 万人、2030 年までに 6,000 万人として掲げている。この目標値が達成されれば、訪日外国人旅行消費額は、2020 年には 8 兆円、2030 年には 15 兆円になると推計されており、日本人国内旅行消費（国内日帰り・宿泊）がここ 10 年 20 兆円程度で推移していることを考えれば、さらなる旅行収支黒字への大きな足掛りとなり得る。

こうした観光分野における高い成長基調の一方で、観光業の多くは、人手不足にあえいでおり、昨今の売り手市場がさらに人材の青田買いを促進させる構図が続いている。宿泊業も然りである。さらに、前述した厚生労働省のデータにも見られるように、新規大卒の就職後 3 年以内の離職率（宿泊業、飲食サービス業）は、約 51%（2003 年～2016 年の 14 年間）と他業種の約 33%と比較しても高止まり状態にある¹⁰⁾。この離職率の高さには、さまざまな要因が混在していることが考えられるが、入社前後の理想と現実との間に何らかの乖離が生じていることが予想できる。この隔たりを解消する一つとして期待されるのが就業体験、いわゆるインターンシップである。しかしながら、国内の大学生向けインターンシップの多くは 2 週間程度であり、とりわけ宿泊業における仕事への「やりがい」や「楽しさ」を感じるには短すぎるのではないかと筆者は考えている。

そこで、本稿では、1997 年に文部科学省、厚生労働省、経済産業省によって発表された『インターンシップの推進に当たっての基本的考え方』¹¹⁾（以下、三省合意）で明記されている「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」（1997、文部科学省・厚生労働省・経済産業省、p.1）をインターンシップの定義として捉えた上で、これをホテル人材育成に限定し、宿泊業における有益な産学連携型インターンシッププログラムのあり方について考察する。具体的には次の 3 点を明らかにする。

1 点目に、先行研究をとおして、国内の宿泊市場の動向、インターンシップの実施状況、そして本研究が対象とするインターンシップの位置付けについて確認する。2 点目に、筆者が所属する城西国際大学観光学部において 2019 年 2 月から新たに開始した台湾での長期インターンシップ（半年間）を事例として紹介し、当該プログラムを終えた参加学生からのインタビューおよびアンケートから得られたフィードバックをもとに、その効果と課題を洞察する。そして 3 点目に、国内 7 カ所のホテルへのアンケート調査を通して、ホテル側が望むインターンシップの期間を明らかにし、産学連携による効果的なインターンシッププログラム構築へのヒントを探る。

2. 先行研究

(1) 国内の宿泊市場

観光白書（2017 年度版）によれば、国内の宿泊業における投資動向について、2012 年に約 1,100 億円であった建築物工事予定額は 2017 年には約 9,400 億円へ増えており、ここ 5 年間で建築物工事予定額は 8.4 倍まで伸びたという¹²⁾。また、日本政策投資銀行のアンケートで

は、ホテル・旅館業の約 65%が新設または建替えの予定があると答えており、増える需要に対する前向きな投資姿勢が窺える。こうした積極的投資の裏付けには、ここ数年好調を維持し続けている客室稼働率をみれば納得がいく。

2012 年～2017 年における客室稼働率は全体で 6.0%上昇している。具体的にみると、2017 年の宿泊業全体（シティホテル・リゾートホテル・旅館・ビジネスホテル・簡易宿所）の客室稼働率は 60.5%（前年比 0.5%増）であったが、宿泊施設タイプ別で照らし合わせると、シティホテルが 79.5%、ビジネスホテルが 75.3%、リゾートホテルが 57.5%、旅館が 37.5%となっている。特にシティホテルにおける外国人の割合は、2012 年の 17.3%から 2017 年の 34.4%へと増加傾向にある¹³⁾。また、東の東京、神奈川、千葉の 3 県、そして西の大阪と京都におけるシティホテルの客室稼働率は 80%を超えている。その内、利用客数増加が稼働率の変動に対してどれくらい影響したかをみてみると、日本人利用客数の寄与は 0.5%のプラスであったのに対し、外国人のそれは 6.4%の増であった。また、ビジネスホテルへの寄与は、日本人、外国人ともにプラス（日本人+2.0%、外国人+3.3%）であったが、シティホテルでは、日本人が-0.9%であったのに対し、外国人は+1.9%であり、インバウンド観光の宿泊業への寄与の大きさがみてとれる¹⁴⁾。

(2) インターンシップの現状

文部科学省は、2018 年、国内の大学 780 校、短大 337 校、そして高等専門学校 57 校を対象にインターンシップの実施状況を調査（回答率約 93%）している¹⁵⁾。これによれば、学校によって、インターンシップを単位認定している場合とそうでない場合があり、その割合は、認定している大学（学部・大学院）が 637 校、そうでない大学（学部・大学院）が 360 校であった。また、実習期間は、単位認定している場合は 2 週間未満、認定しない場合は 1 週間未満が一番多く、ともに 8-9 月、2 月などの授業期間外に実施をしている場合が多い。さらに、学年別では大学では学部 3 年生、大学院では修士 1 年生、高専では 4 年生が最も多く、就職活動を見据えてインターンシップに取り組む学生が多いと推測できる。報酬については、支払われていない場合が多く、支払われている場合でも実費・交通費のみで賃金を出しているところは少ない。

期間に関しては、国内で多く実施されている 1～2 週間程度の短期インターンシップをはじめ、1 カ月～数カ月の中期のものや 6 カ月～1 年間に渡る長期のもの、さらに、昨今増えつつある 1 日限定や数日間のみいわゆる説明会型インターンシップなどがあり、さまざまな形態が乱立している状態だといえる。国内で主流ともいえる 1～2 週間程度の短期インターンシップについて、平尾・田中（2017）は、大学の休業期間を利用し、授業期間外であるため学事日程上の問題はなく、学生たちは就業体験に集中できるとする一方、「...『1 週間程度だと仕事を任せることができずに見学で終わってしまう』『1 週間もやらせる仕事がない』など、中途半端だ」という意見もある。」と分析している¹⁶⁾。また、根木・青木・折戸は、「研

修期間に関しては 2-4 週間といった短期間が主流のため、大学での学びをベースとしたキャリア開発が十分になされていない。」と述べており（根木・青木・折戸 2013,p.77）¹⁷⁾、短期間の研修では、企業と大学が相補的に学生への学びを促進するためには不十分である可能性を示唆している。さらに田中は、「...、高校生や大学 1・2 年次生がこのような 2 週間程度のインターンシップを体験して、こうした気づきを得ることは良いとしても、大学の 3・4 年次生となればこの程度の気づきを得ることはややもの足りない。ましてや将来の専攻分野に関連したインターンシップを体験するには 2 週間では短かすぎる。」と主張している（田中 2007,p.13）¹⁸⁾。

一方、亀野は、「たしかに 2 週間程度であれば不十分な面は大きいが、事前・事後研修の充実などにより期間のデメリットをカバーする手段となりうると考えられる。」と短期インターンシップにおける事前・事後研修の重要性を述べるとともに、「それぞれのインターンシップには目的・役割があり、これらを教育段階、発達段階などと適切に組み合わせることが重要である。」と目的や役割に合わせて期間や内容を組み立てていく必要性についても触れている（亀野, 2009,p.23）¹⁹⁾。また、尾川・甲原は、1~2 週間程度の学外インターンシップに参加した大学生を対象に意識調査を実施し、その結果の一つとして「...、自分自身と働くことや学ぶことを関連づけて認識するようになっていた。」（2015, 尾川・甲原, p.49）という教育効果が確認できたことを紹介している²⁰⁾。

このように短期インターンシップの是非についてもさまざまな主張が見られる。亀野(2009)の指摘するように、それぞれのインターンシップの目的や役割に合わせた設計の仕方があってむしろ自然であり、短期研修であっても一定の教育効果があることに対して異論はない。しかしながら、宿泊業が、常に体力を要する多様な業務であることや、土日出勤・シフト制への慣れが業界を知る上で肝要であることを踏まえれば、2 週間程度でこれらを理解し、宿泊業の「やりがい」や「楽しさ」を実感するにはやや不十分であると考えられる。そこで注目されるのが長期インターンシップであるが、国内で実施している大学はいまだ少なく、その関連文献も限定的である。比較的長期で実施しているのは、主に専門学校であろう。例えば、宿泊業への高い就職実績を誇る専門学校日本ホテルスクールは、8 週間ごとに業務を分け、さまざまなホテルにおいて、2 年間で 3 回、合計 24 週間のインターンシップを課している²¹⁾。

海外の観光系・ホスピタリティ系大学に目を向けると、その多くが半年間程度のインターンシップを必修として義務づけている。例えば、1893 年創設のスイスの名門ローザンヌホテルスクールは、2 年生の後期に半年間（24 週間）のインターンシップを必修にしている²²⁾。また、1922 年に創設された米国のコーネル大学ホテル経営学科でも卒業時まで 800 時間のインターンシップを必修として課している²³⁾。さらに、台湾にある国立高雄餐旅大学では 640 時間、台北城市科技大学は 760 時間のインターンシップを必修として設けている。その他、海外のホスピタリティ系大学の多くが上記大学同様、半年~1 年間の長期インターンシップ

を必修科目として取り入れており、日本のそれとはインターンシップの捉え方が大きく異なることが分かる。根木らは、日米間におけるインターンシップ実施期間の差異に関して「米国では最低 800 時間程度の就業が義務付けられているのに対して、日本では 80-160 時間（40 時間／週で換算）と極端に短いことである。」と分析している（根木・青木・折戸 2013,p.77）²⁴⁾。

(3) インターンシップの形態と分類

前述した三省合意では、インターンシップの形態について、以下のように分類している（2015 年一部改正）²⁵⁾。

- イ 大学等における正規の教育課程として位置付け、現場実習などの授業科目とする場合。
- ロ 大学等の授業科目ではないが、学校行事や課外活動等大学等における活動の一環として位置付ける場合。
- ハ 大学等と無関係に企業等が実施するインターンシップのプログラムに学生が個人的に参加する場合。

（1997，文部科学省・厚生労働省・経済産業省，p.2）

真鍋（2010）は、インターンシップの形態を、1. 体験型（①日常業務型／中核業務型／工場実習、②課題設定型／課題達成型／PBL、③アルバイト・パート型／パート同様）、2. 見学型、3. 講義型の三つに整理をした上で、体験型にある「日常業務型」と「課題設定型」の二つを採用し、それぞれにおける社会人基礎力伸長や就職活動への活かし方の差異について分析をしている²⁶⁾。さらに、日常業務型を「従業員とほとんど同じ日常業務をインターン生に体験させる」、課題設定型を「課題として与えた仕事をかなり特化して作業をさせ（てい）る」として定義している。

田中は、インターンシップの目的や意義について、「やや総花的であり、最低二つ以上に類型化する必要がある。」と述べた上で、「筆者（田中）は、『2 週間から 1 ヶ月程度のインターンシップ・工場実習』が一つ、二つ目は『2 ヶ月以上の長期実習型インターンシップ・工場実習』と、分類した方が良いと考えている。」²⁷⁾（2007，田中 p.11）と整理している。

本稿では、宿泊業で活躍できる人材育成プログラムの構築を目的に、産学連携を通した有益なインターンシップのあり方を探ることに焦点を当てている。これを踏また上で、本稿で対象とするインターンシップの位置付を定めるとすれば、上記の三省合意にある「イ 大学等における正規の教育課程として位置付け、現場実習などの授業科目とする場合。」に大別することができる。また、実習内容に関しては、宿泊業における幅広い業務内容およびシフト制などに鑑み、真鍋（2010）の「従業員とほとんど同じ日常業務をインターン生に体験させる」日常業務型を基本の形に据え、宿泊業における「やりがい」や「楽しさ」を醸成可能なものとする。実習期間に関しては、田中（2007）の分類を参考にしつつ、事例研究と国内

7 カ所のホテルからのアンケート調査を通して、企業と学生にとって有益な宿泊業におけるインターンシップ期間を考察する。

3. 研究対象と方法

(1) 研究対象

- 1) 長期インターンシッププログラム（台湾）参加者 4 名
- 2) 国内ホテル 7 カ所
 - ① シティホテル 5 カ所（外資系 2、日系 3）※以下、（ ）内はアンケート集計人数
 - a. パークハイアット東京（1）
 - b. ペニンシュラ東京（4）
 - c. ロイヤルパークホテル東京（3）
 - d. セルリアンタワーホテル東急（2）
 - e. 渋谷エクセルホテル東急（5）
 - ② リゾートホテル 2 カ所（日系 2）※以下、（ ）内はアンケート調査人数
 - a. プリンسホテル箱根・芦ノ湖（6）
 - b. 鴨川グランドホテル（5）

(2) 方 法

本研究では、研究方法として、アンケートおよび文献調査を用いて目的を明らかにしている。まず、城西国際大学観光学部（千葉県鴨川市）において、半年間の長期インターンシップ（台湾）を終了した学生 4 名を対象に 19 項目で構成された当該プログラムに関するアンケートをおこない、各々からプログラムの利点と課題についての回答を得た。アンケートは、筆者が学生個々に直接渡し、記入をしてもらう形で実施した。

次に、7 カ所のホテルに対し、30 項目のアンケートを実施した。アンケートは、それぞれのホテルに郵送または PDF で送り、記入後、郵送または PDF で送り返してもらう形で実施をした。ホテルの形態は、シティホテルが 5 カ所、リゾートホテルが 2 カ所であり、外資系 2 カ所、日系が 5 カ所であった。アンケート回答者は、合計で 26 名であった。なお、当該アンケート結果の一部は、2019 年 12 月に開催された第 34 回日本観光研究学会全国大会への投稿論文でも報告したものである。

4. 考 察

(1) 事例紹介

城西国際大学観光学部は、インターンシップを単位として認定するとともに中・長期イン

ターンシップをカリキュラムに設けている日本の大学の一つである。本学部の場合、大学が定める実習および実技の学習時間（30～45 時間までの範囲で 1 単位）をもとに、45 時間の実習時間で 1 単位として算出している。例えば、90 時間の実習時間であれば 2 単位である。これを日数に換算すれば、法定労働時間の 1 日 8 時間実習をおこなえば、約 11～12 日間という計算になる。また、2 週間程度のインターンシップ以外にも、中期インターンシップ科目も設けており、この場合、270 時間以上で 6 単位を認定している。さらに、より長期のインターンシップを実施するため、720 時間以上で上限 16 単位まで認定することとしている。

2019 年 2 月から新たにスタートした長期インターンシッププログラムは、前述の 720 時間以上に相当し、上限 16 単位まで認定するものである。詳細は後述するが、原則、一般従業員と同様に、週 5 日間、1 日 8 時間、月休 8 日を基本労働条件とし、有償で実習を行う。研修地は、台湾は台北にある圓山大飯店（台北グランドホテル）である。圓山大飯店は、1952 年に蒋介石夫人である宋美齡氏が建てた台湾第 1 号の 5 つ星老舗ホテルである²⁸⁾。本プログラムは、実習先である圓山大飯店、本学海外協定校の台北城市科技大学、そして城西国際大学観光学部の 3 者で協定を締結し、実施するに至った。参加学生は、本学部で設けた一定の条件をクリアし、すべての選考プロセスを通過した者である。現在は、第 3 期生が実習に参加をしている。

本プログラムの設計にあたり、まず、本学部を含め、対象機関との間で交わす三者協定書の作成が必要であった。協定書案の作成は、担当者である筆者が行い、その後、本学部、海外協定校、圓山大飯店との間で擦り合わせ、本学執行部の承認を経て、三者協定締結に至った。同時に、参加申込書、保護者への参加承諾書、履歴書、志望理由書、アドバイザー所見、定期報告書、終了届、一時帰国願、個人旅行願、等の必要書類を作成した。次に、学部内では参加希望者の募集を行った。学部内募集は、出発時期の約半年前の 2018 年 9 月中旬から実施し、3 年生 4 名（男子 1 名、女子 3 名）が手を挙げた。希望者は、すべて成績表をもとに必修科目の修得の有無や単位数等についてのチェックがなされ、半年間のプログラムに参加しても卒業に支障がないことが確認された後、学部教員による面接に進んだ。面接は、担当教員である筆者と台湾短期研修担当教員の 2 名で実施し、志望動機を確認した上で、すべての条件を満たしていると判断をされた学生を教授会承認へと選出した。結果として、希望者全員が教授会および執行部会議で承認がなされ、本プログラムへの正式な参加が決定した。

正式な参加が決定するとすぐに、参加者の履歴書およびパスポートのコピーなどを海外協定校に送り、受入先である圓山大飯店からは、台湾の経済産業省にあたる經濟部へインターンシップを許可する証明書の発行手続きを送ってもらうよう依頼をした。この証明書がなければ、インターンシップビザの発行ができないため、迅速な手続きが必要であった。

その後、当該参加者に対して、事前指導を約 4 回に分けておこなった。事前指導の内容は、1. オリエンテーション（プログラムの目的、心構え、定期報告書、目標設定など）、2. 台湾の歴史・文化、3. ビジネスマナー、ホテル関連知識、4. スケジュール管理、帰国後の履修計

画と就職活動、などであった。上記とは別に、参加者は、それぞれインターンシップビザの申請を行う必要があった。ビザ申請にあたっては、まず、日本にある台湾領事館（正式名称：台北駐日経済文化代表処）のウェブサイトにはアクセスをし、申請書をダウンロードした上で個人情報等を記入し、印刷しておく。その後、台湾経済部から承認印入りの証明書原本が届き次第、当該証明書の原本、記入・押印済の申請書、査証の写し、在学証明書、航空券予約証明書とともに台湾領事館へ行き、インターンシップビザの発行・受領に至る。これらの手続きは、学生のみで行うことは困難であることから筆者が事前指導で参加学生とともに行った。加えて、渡航前には、海外保険に加入をし、出発に至ることとなる。

渡航後の参加者は、インターンシップ受入先である圓山大飯店において、週 5 日間（1 日 8 時間勤務）の業務を行う。原則、週休 2 日間であるが、その内 1 日は、本学海外協定校の台北城市科技大学にて観光英語の授業を 3 時間受講することが義務付けられている。また、業務内容は、コンシェルジュ・フロント業務（宿泊部門）とレストラン業務（料飲部門）の二つであり、それぞれの業務を 3 カ月間ごとに交代をする勤務形態であった。研修生がコンシェルジュ業務を体験することができた理由は、日本人旅行者への対応業務が必要であったからである。研修先である台北圓山大飯店には、日本の大手旅行会社から団体・個人旅行で多くの日本人観光客が訪れる。これら旅行者に対する日本人スタッフとして、コンシェルジュおよび宿泊業務への対応を任されたのである。

宿舎については、出発が閑散期の 2 月であったことから、客室を使わせていただくことができた。男女比は、男性が 1 名、女性が 3 名であったため、男性 1 名、女性 3 名で分かれ、客室（ツイン）を 2 室与えていただいた。女性は 3 名で 1 室であったため、簡易ベッドを入れて生活を共にする格好となった。一方、8 月出発の第 2 期生については、繁忙期で客室が使用できなかったため、従業員用の寮を 2 名 1 室で使わせていただくこととなった。寮費は無料で、食費も勤務時間は従業員食堂で 2 食まで無料、そして 3 食目からは半額で提供されるため、生活に大きな出費はなくて済む。

インターンシップ中、参加者は、定期報告書を月末 1 回提出することが義務付けられており、さらに、3 カ月に 1 度（現在は 2 カ月に 1 度）、当該プログラム担当教員（筆者）とインターネットを通じたオンラインでの面談を受けることになっている。これらは、当該プログラムが単なる個人による経験に終わることなく、定期報告書によって文字化し、面談によって言語化してアウトプットすることで、教育的意義を担保するねらいがある。

長期インターンシップ科目設置理由の裏側には、先行研究の中でも述べた海外大学の成功事例に学ぶとともに、これまで国内大学の多くで実施されている 2 週間程度のインターンシップでは本当の意味での人材育成には繋がらないという業界からの声があったからである。つまり、数週間の実習では、業務にどっぷり浸かる時間的余裕などはなく、学生側は「単位のため」や「業務の表面をみる」ことが中心になってしまう傾向があった。結果的に企業への負担、学生の業界に対する断片的なイメージ理解へと結びついてしまい、人材育成という観

点から双方にとって大きなメリットはない状況となっている。最近では、1Day インターンシップと称する説明会を中小企業の多くがおこなうようになってきたが、これは企業側にとっての情報提供および収集の場であり、参加者に対して、就業体験を提供する真の機会とは言い難い。

(2) アンケート分析

1) 長期インターンシップ（台湾）参加者 4 名

本アンケートは、本学部で新たに実施された長期インターンシッププログラム（台湾）に参加をした 4 名（男性 1 名、女性 3 名、参加当時学年：2 年次末）の学生に対して実施し、当該プログラムの内容における長所および短所を把握することを目的とした。アンケート項目の内容は、性別、学年などの基本情報の他、インターンシップの業務内容、このプログラムでもっとも役立ったと思うもの、役立たなかったと思うもの、自分が携わった業務で最も役立ったと思うもの、自信がついたか否か、参加前後で変化したこと、最も苦しかったこと、定期報告書の必要の有無、担当教員との面談の有無、宿泊業へのイメージの変化、プログラムの改善点、参加前後で感じるインターンシップ実施期間の長さ、最も役立つと思うインターンシップの期間、などである。

まず、参加者が当該プログラムを通して最も役立ったと思うものを表したのが、表-1 である。“最も役立つ”の回答の中で一番多かったのは、“ホテル業務”であった。また、“役立つ”で一番多かったものは“海外での生活”であった。さらに、“最も役立つ”と“役立つ”両方を見てみると、“ホテル業務”と“海外での生活”がそれぞれ四つの回答数で上位であった。

表-1 このプログラムで最も役立ったと思うもの ※複数回答可

	最も役立つ	役立つ
ホテル業務	3	1
英語の授業	1	
海外での生活	1	3
異文化理解		1
その他		

表-2 は、“このプログラムで最も役立たなかったもの”を挙げてもらったものである。前述の通り、本プログラム中に参加者は、週 1 回 3 時間の英語の授業を本学海外協定校で受講することが義務付けられていた。これについては、参加者の多くが役に立たなかったと回答している。理由は、“英語より圧倒的に中国語の方が仕事で使う必要があるから。”、“英語での授業も大事だが、仕事に大きく影響する基礎的な中国語の授業が欲しかった。”、“レベルが合わなかったし、週 1 日だけだったので、それなら中国語を勉強したかった。”（参加者アンケートから直接引用）などの意見があり、今後、協定校で受講する授業に関して検討する必要があることが分かった。

表-2 このプログラムで最も役立たなかったと思うもの

	あまり役立たない	役立たない
ホテル業務		
英語の授業	3	1
海外での生活		
異文化理解		
その他		

次に、“あなたが携わった業務の中で、最も役立った業務を教えてください。”の質問に対し、“コンシェルジュ”、“宿泊”、“料飲”、“ハウスキーピング”、“その他”の中から選んでもらったところ、全員が“コンシェルジュ”業務だと答えた。その理由は、以下の通りである。

- 語学力、コミュニケーション能力はもちろん、クレーム対応による精神面も鍛えられる。また、問題を解決するための手段、判断力もここではたくさん学ぶことができる。
- 中国語を聞いたり話したりする機会が一番多かったから。ホテルについて覚えることも多かったから。
- お客様と直接対応できる仕事だから、やりがいを感じられる。言語の勉強になる。クレーム対応もすることで社会の厳しさなど痛感できる。
- たくさんの仕事に携われました。また、語学が成長でき、とてもよい経験でした。

※上記、参加者アンケートから直接引用

上記理由を見ると、コンシェルジュ業務は、お客様への基本的な情報提供の他、近隣の観光地の紹介、ホテルツアーの実施、クレーム対応など多岐に渡り、学ぶべきことが多いことが分かる。また、お客様を見て常に臨機応変に対応していく必要があることが、参加者にとって難しさとともに成長を感じた要因となったと考えられる。

次に、参加後の自信の変化に関する質問について、表-3 の回答が得られた。

表-3 参加前と比べた際の参加者の自信の変化

自信の変化について	回答数
とてもついた	2
ついた	1
変わらない	1
あまりつかなかった	
つかなかった	

“とてもついた”が2名、“ついた”が1名、“変わらない”が1名であり、4名中3名が参加前と比べて“自信がついた”と答えた。また、“参加前後で何が一番変わったか”の質問に対しては、以下の回答が得られた。

- 語学力に関しては上がったと感じています。
- 中国語の能力。特に聞き取りの能力が上がったと感じます。
- 相手に対する言葉遣いや語彙力、自分自身をコントロールする力、判断力がついたこと。実際に働いたことで、それぞれの仕事の役割を肌で感じられるので、ホテルの仕事という本質を見ることができた。
- ホスピタリティへの考え。語学。ホスピタリティ精神が向上したと感じました。

※上記、参加者アンケートから直接引用

全体として、語学力の向上が自信に繋がったと感じる参加者が多いことが分かる。また、言葉遣い、自制力、判断力など現場で培われる力を挙げた者もいた。

次に、“定期報告書”および“担当教員との面談”についての項目についてである。“定期報告書は必要か否か”の質問に対して、4名全員が“必要”だと答えた。提出の頻度については、“1カ月に1度”が2名、“3カ月に1度”が2名であった。“1カ月に1度”への回答については、“1カ月でも様々なことがあったから、それを伝える必要があると思う。”という理由が得られた。一方で、“3カ月に1度”への回答からは、“意外と忙しいから。”や“業務内容はあまり変わらないから”などの理由が得られた。また、“担当教員との面談の必要の有無”であるが、3名が“必要”、1名が“不必要”と答えた。“必要”と答えた回答者に面談の頻度を尋ねた際、“2週間に1度”が1名、“1カ月に1度”が1名、“3カ月に1度”が1名とそれぞれ回答が分かれた。当該インターンシップ中には、筆者が、3カ月に1度、コミュニケーションアプリのLINEにあるビデオ通話機能を利用し、時間を分けてそれぞれと1回30分程度面談をした。その際、それぞれが異なった課題を抱えており、顔を見ながら話をすることで相手に安心感を与えることの重要性を感じた。具体的に大きな問題を解決するというよりも、参加者に、“気にかけている”というメッセージを与えることが大切であることが分かった。LINEを通したコミュニケーションは、“テキストメッセージ”、“無料電話”、“ビデオ通話”の主に3種類あるが、それぞれ、異なったタイミングで適切なツールを選択して意思疎通を図ることが大事である。

次に、“参加前後で宿泊業へのイメージが変化したか否か”の質問に対して、“はい”が3名、“いいえ”が1名という結果となった。“変化した”と答えた3名について、具体的にどのように変化したかについて尋ねたところ、以下の理由が挙がった。

- 飲食業務でレストランの人の入れ違いがこんなに激しいと思いませんでした。あと、他のレストランや宴会の人が違うレストランで働いていることにも驚きました。
- 今までは、客から見える表側の仕事しか知らなかったが、働いてみて、ホテルやそれぞれの部署での裏側（細かい仕事内容）を知ることができた。また、ホテルの仕事をするには、ホテルの周りの道やお店の情報を知らないといけないことが分かった。また、1日に数百人の人と出会えることで、年齢、性別、国籍など様々な人とコミュニケーションを取れるようになること。
- ホテルでのホスピタリティへの考えが強まったので、やりがいを感じました。

※上記、参加者アンケートから直接引用

上記を見ると、業務の知識や洞察力の向上をはじめ、ゲスト側からスタッフ側への移動で初めて分かったこと、お客様への接し方などにおいて一定の気づきがあったことが分かる。

次に、表-4 をご覧いただきたい。これは、参加者が、参加前後で比較し、インターンシップ期間に対する気持ちがどのように変化したかを表したものである。参加前を見ると、“長い”と感じた回答者は1名、“ちょうどいい”が2名、“少し短い”が1名であった。参加後には、“ちょうどいい”が1名、“少し短い”が2名、“短い”が1名と変化した。参加前は、“少し短い”と“短い”と感じた回答者は1名のみであったが、参加後には3名に変化をしており、もう少し長く経験したいと感じる傾向にあることが分かった。

表-4 参加前後で比較したインターンシップ期間に対する心境の変化 ※複数回答可

	参加前	参加後
長い	1	
少し長い		
ちょうどいい	2	1
少し短い	1	2
短い		1

最後に、参加者が“最も役立つと思うインターンシップの期間”について尋ねた。表-5を見ると、“6カ月”と回答した者が2名、“それ以上”が2名であった。“それ以上”の内容は、“半年～1年”と“1年”の2つであった。全体を見ると、当該プログラムの実施期間が妥当だと考える参加者が半数であり、それ以外は、より長いプログラムの方が役立つと考えていることが分かった。

表-5 プログラム参加後の学生が最も役立つと思うインターンシップの期間

期間	回答数
3日以上1週間未満	
2週間以上1カ月未満	
1カ月以上3カ月未満	
3カ月以上6カ月未満	
6カ月	2
それ以上	2

2) ホテル（シティホテル5カ所、リゾートホテル2カ所）

次に、ホテル側がどのようにインターンシップについて捉えているかについて考察する。本アンケート調査は、基本情報および現在実施されているインターンシップの状況を把握するため、国内の7カ所のホテルに対して行った。アンケートの全項目は、30問で構成され、回答者数の合計は、26名であった。

その主な項目は、性別、年齢、所属するホテルの形態（日系か外資系か）、ホテルの種類、部署、勤続年数、職位、ホテルの規模（客室数）、日本人・外国人客数の割合、大学生へのインターンシップ実施の有無、実施しているインターンシップの期間、最も役立つと思われるインターンシップの期間、受け入れやすい期間、有償か無償か、採用時にインターンシップの経験を評価するか否か、評価する場合の期間、インターンシップを通してよき人材がいれば採用するか否か、1Day インターンシップの実施の有無、1Day インターンシップに対する評価、大学に対する要望などである。回答者の基本情報を円グラフで示したものは、巻末の付録をご覧いただきたい。

まず、性別は、男性18名（69%）、女性8名（31%）であった。日系ホテル所属が21名（81%）、外資系ホテル所属が5名（19%）である。シティホテル所属が15名（58%）、リゾートホテル所属が11名（42%）であった。割合で見ると、所属部署は、人事部が69%、宿泊部が15%、料飲部が8%であり、その他総支配人1名、管理部所属が1名という内訳である。回答者の勤続年数は、10-20年未満が一番多く38%、続いて20年以上が31%、5-10年未満が19%、1-5年未満が12%であり、約70%がいわゆる中堅～管理職という層である。職位を見ても、課長が36%、部長が8%、その他が56%で総支配人1名、副総支配人1名、その他アシスタントマネージャーやチーフなど小規模グループを統括する中堅層が多かった。回答者が所属するホテルの客室数は、201室以上が58%、101-200室以下が31%、100室以下が11%であった。

次に、インターンシップの状況である。全ホテルで日本の大学生（大学院生含む）にインターンシップを実施している箇所は73%であった。ちなみに日系と外資系に分けてみると、日系が76%、外資系が60%実施しており、外資系がやや少ない。これは、外資系ホテルの多くが2週間程度の短期インターンシップを嫌い、2カ月や3カ月以上の中長期

インターンシップを望んでいることが影響していると考えられる。この点は、筆者がこれまで数カ所の外資系ホテルの人事部長はじめ人事関係者と直接インタビューをして収集した現場の本音である。では、大学生へのインターンシップをおこなっているホテルで最も多く実施されている期間は、どのくらいであろうか。表-6を参照していただきたい。この表は、大学生へのインターンシップで実施されている期間を、“最も多い”、“多い”、“少ないが実施している”、から複数回答により回答してもらったものである。ご覧の通り、2週間以上1カ所未満に回答数が多く集まっていることが見てとれる。

表-6 大学生へのインターンシップの実施期間 ※複数回答可

	最も多い	多い	少ないが実施している
1日		3	
2日			
3日以上1週間未満	2	5	
2週間以上1カ月未満	2	7	2
1カ月以上3カ月未満		3	
3カ月以上6カ月未満			
6カ月以上		1	2

一方、専門学校へのインターンシップ実施率は69%であり、実施期間は、大学のそれとやや傾向が異なる。専門学校では、先行研究でも述べた通り、期間を長く設定しているところが多く、アンケート調査でも2週間以上～6カ月未満まで幅広く実施していることがわかる（表-17参照）。

表-7 専門学校生へのインターンシップの実施期間 ※複数回答可

	最も多い	多い	少ないが実施している
1日			
2日			1
3日以上1週間未満	1	2	
2週間以上1カ月未満	2	6	
1カ月以上3カ月未満	2	6	
3カ月以上6カ月未満		6	1
6カ月以上			1

では、研修生にとって最も役立つと思われるインターンシップの期間はどのくらいだろうか。“最も役立つ”と“役立つ”の二つの回答に焦点をあてると、最も多かったのは、“3カ月以上6カ月未満”で15の回答数を集めた。次に、“1カ所以上3カ所未満”と“6カ月以上”がともに回答数11で2番目に多かった。ただし、1カ月以上3カ月未満の回答には、あまり役立たない、が一つ含まれていたため、総じて、3カ月以上あるいは6カ月

以上を役立つ期間として捉えるホテリアが多いという結果となった（表-8 参照）。さらに、外資系ホテルのみに絞ると、2 週間以上 1 カ月未満以下の期間を役立つとする回答はなく、3 カ月以上 6 カ月未満および 6 カ月以上がともに最も多く、日系ホテルよりも中長期インターンシップ受け入れを重視していることがわかった。

表-8 研修生にとって最も役立つと思われるインターンシップの期間
※複数回答可

	最も役立つ	役立つ	あまり役立たない	役立たない
3日以上1週間未満			2	2
2週間以上1か月未満		7	1	1
1か月以上3か月未満	4	7	1	
3か月以上6か月未満	4	11		
6か月以上	5	6		

次に表-9 をご覧いただきたい。これは、ホテルにとって受け入れやすいインターンシップの期間を表したものである。回答は、“積極的に受け入れたい”、“受け入れてもよい”、“あまり受け入れたくない”、“受け入れたくない”、の四つの回答を用意した。1 日、2 日は、“積極的に受け入れたい”、“受け入れてもよい”と考える回答は皆無であった。“積極的に受け入れてもよい”との回答で一番多かったのは“1 カ月以上 3 カ月未満”、“3 カ月以上 6 カ月未満”、“6 カ月以上”の三つである。“受け入れたい”との回答で一番多かったのは“3 カ月以上 6 カ月未満”であった。続いて“1 カ月以上 3 カ月未満”と“6 カ月以上”であった。“3 日以上 1 週間未満”や“2 週間以上 1 カ月未満”の期間に対し、“積極的に受け入れたい”および“受け入れてもよい”との回答があった一方、“あまり受け入れたくない”、“受け入れたくない”という回答も同時にあるという結果になった。外資系ホテルに関しては、“1 日”、“2 日”、“3 日以上 1 週間未満”、“2 週間以上 1 カ月未満”に対する回答は皆無であり、“3 カ月以上 6 カ月未満”が一番多い結果となった。

表-9 ホテルにとって受け入れやすいインターンシップの期間 ※複数回答可

	積極的に受け入れたい	受け入れてもよい	あまり受け入れたくない	受け入れたくない
1日			3	4
2日			4	3
3日以上1週間未満		4	4	1
2週間以上1か月未満	2	5	3	
1か月以上3か月未満	6	8		
3か月以上6か月未満	6	10		
6か月以上	6	8		1

“ホテルにとって受け入れやすいインターンシップの期間はどのくらいですか。”への回答に対する理由は以下の通りである。

- 職場に慣れて仕事を覚えて、ひとり立ちできるまで1ヶ月ほど掛かる為
- 3ヶ月未満では研修で終わってしまう。賃金をお支払いしているので仕事として取り組んで欲しい。
- 身につけられるまで期間が必要
- 3か月未満では様子を見るだけにすぎず、実質的な学びに繋がりにくいと考えます。
- 短期である場合には、「体験」は出来るが、それが「経験」にはならない事が多いかと思えます。
- 日数が少ないと、会社説明や職場見学等表面的なコンテンツしか提供できないため。
- 現場の負担になりにくい為。
- 研修内容が毎日バリエーションをつけづらく、マンネリしてしまう。(→短期の方がよい)
- ある程度長い期間でないと仕事を覚えられない為
- 短期間では見学になってしまい、本来のインターンシップの目的が達成できない。
- 仕事を覚えた頃(1ヶ月過ぎた頃)に抜けられると、指導する側のモチベーションが下がり支障が出る為。
- インターンシップが短期すぎると何も教えられない為
- 長期間程、教え甲斐があり、研修生にとっても経験になるだけでなく、職業とのマッチングを考えるいい機会になる。
- 2週間以上1ヶ月未満の場合、日本の大学・専門生にとって、夏休みなどの期間考えられるのと、リゾートとしても繁忙期になる様々な業務を経験出来るのかなと思って。一方、6ヶ月以上の場合、期間が長い分まだ経験なども多く出来る。
- 期間が短いと教育の手間が活かされる前に終了になってしまうため。

※上記、回答者アンケートから直接引用

では、ホテル側は採用時にインターンシップの経験を評価するのであろうか。アンケート調査によると、評価する96%、評価しない4%で大多数がインターンシップの経験を評価すると回答した。採用時に、インターンシップの経験を評価する上での期間を表したのが表-10である。

表-10 インターンシップを評価する上での期間 ※複数回答可

	積極的に評価する	評価する	あまり評価しない	評価しない	その他
1日			5	3	
2日			3	3	
3日以上1週間未満		1	3	2	
2週間以上1か月未満	1	8	3		
1か月以上3か月未満	3	10	1		
3か月以上6か月未満	6	8			
6か月以上	8	4			
未回答					1

1 週間未満の場合、“あまり評価しない”、あるいは“評価しない”との回答が目立つ。一方、“積極的に評価する”との回答で一番多かったのは“6 か月以上”、次に“3 か月以上 6 か月未満”が 2 番目となった。評価するとの回答で一番多かったのは 1 か月以上 3 か月未満、次に 2 週間以上 1 か月未満と 3 か月以上 6 か月未満が続いている。外資系ホテルでは、3 か月以上 6 か月未満が一番多い結果となった。また、“インターンシップを通して、よい人材がいれば、正直採用したいと思いますか。”という質問では、100%が“採用したい”と回答している。

次に、昨今、多くの企業側で実施をしている 1-2Day インターンシップに関する質問である。“宿泊業への就職を目指す大学 3 年生が参加するのによい方はどちらですか。”という質問に対し、“1-2Day インターンシップ（短期）”と“1 ヶ月程度（またはそれ以上）のインターンシップ”の二つの選択肢を用意した。回答は、“1-2Day インターンシップ”が 4%、“1 ヶ月程度（またはそれ以上）のインターンシップ”が 96%という割合となり、圧倒的に中長期のインターンシップに参加すべきとの回答が得られた。

最後に、大学がインターンシップを制度設計する上での要望について自由に回答してもらった。以下が得られた回答である。

- 本人のビジョンを明確にすること。ホテル側はそれを全力でサポートする。
- 長期であれば多様な業務経験が得られる為、期間について検討してほしい。
- 外国ゲストが多いので英語が必要ですが、接客をとまなわない仕事からも多くを学べるので与えられる業務にオープンに接してほしい。
- インターンシップの重要性や目的を学生にしっかり持てるような指導が必要と考えます。また、インターンシップの期間も 6 か月ほどが妥当とも思います。見ただけでは夢は膨らむかもしれませんが、実際に就職した後、ギャップを感じ辞めてしまうことにつながると思います。学生にとって新卒入社後 1 年未満での退職は、再就職の足かせとなり、大きく人生を変えてしまう。最後に、インターンシップのことではありませんが、語学力の向上が必須であると思います。

- ホテルを目指す学生さん達が、良くも（悪くも）ホテルという業界がどういうものかを知ってもらいたい。まだまだ「きつい」「労働状況の悪さ」というイメージがあるような気がします。それには、ある程度の期間をもって経験していただきたいと思っています。
 - ある程度長期間(3～6 ヶ月)のインターンシップとし、単位認定をしていただきたい。実習中のフォローアップ（中間評価）がきめ細やかだと助かります。
 - 経験ではなく研修が目的であるならば、短期ではあまり意味があるとは思えません。
 - ホテル、観光業ではインターンシップはあまり有効ではない、と現在は考えられているので、それを払拭できるメソッドがあれば。（短期間でも接客をこなせる様にする為のロールプレイの実施など）
- ※上記、回答者アンケートから直接引用

5. おわりに

本稿では、宿泊業におけるインターンシップのあり方を主眼に据え、学生とホテル双方にとっての望ましいインターンシッププログラムとはいかなるものかについて考察してきた。

具体的には、次の三つを明らかにした。以下、それぞれの課題を含めて総括とする。

1 点目は、先行研究を通して、国内の宿泊市場の動向、国内外の大学におけるインターンシップの実施状況、そして本研究で対象とするインターンシップの位置付けを確認した。

まず、国内宿泊市場は、主としてインバウンド観光の勢いを受け、活況を呈しているが、その一方で、宿泊業・飲食サービス業における新規大卒の就職後3年以内の離職率は、約51%と高く²⁹⁾、慢性的に人材不足に陥っていることが明らかになった。そこで、入社前後のアンマッチを解消する可能性があるものとして注目されるのがインターンシップであるが、インターンシップと離職率の関係性を明示するには道半ばであり、今後の継続的研究とデータの積み上げにより、その因果関係の有無を検証していく必要があるといえる。

次に、インターンシップの実施状況であるが、2018年の文部科学省によるアンケート³⁰⁾によれば、学校によってインターンシップを単位認定している場合とそうでない場合があり、単位認定している大学（学部・大学院）が637校、そうでない大学（学部・大学院）が360校であることが分かった。また、その実習期間は、2週間程度が主流であった。短期インターンシップの是非は、関連文献を見てもさまざまであるが、頭ごなしに否定するのではなく、前述した亀野（2009）が提案するように、それぞれの目的や役割に合わせて期間や内容を組み立てていくことが肝要である³¹⁾。しかしながら、宿泊業に特化したインターンシップに関しては、常に体力を要する多様な業務内容や業界特有の業務体系（土日出勤やシフト制など）に照らし合わせると、2週間程度の短期間に「やりがい」や「楽しさ」を実感するには不十分であるというのが筆者の立場である。無論、宿泊業のインターンシップは長期がより効果的

だと断言するには、より多くの客観的データが必要である。

国内の大学で実施されるインターンシップの多くが短期である理由は、参加者である学生が、大学の授業期間外を利用していることが大きな要因の一つであると考えられる。今後、中長期型インターンシップの実施を進める場合、それぞれの大学で改めてインターンシップのあり方を協議し、その運用法をいかに各学部・学科の学びに編み込んでいけるかが課題である。一方、海外のホスピタリティ系大学の多くは、長期インターンシップを必修科目に位置付けており、企業と大学が4年間で戦力となる人材を協働で育成している構図が見えた。国内の大学で長期インターンシップを実施しているケースはいまだ少なく、今後、さまざまな事例研究を通して、その教育効果と課題を検証することが期待される。

最後に、本研究で対象とするインターンシップの位置付けについては、前述の三省合意³²⁾で明記されている「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」を定義とし、真鍋（2010）の「従業員とほとんど同じ日常業務をインターン生に体験させる」³²⁾ 日常業務型を採用することとした。

2点目に、事例研究として、城西国際大学観光学部で2019年2月にスタートした長期インターンシップ（台湾）について紹介し、当該プログラムの参加者からのフィードバックをもとに、その効果と課題を分析した。参加者からのアンケート結果から、当該プログラムで最も役立ったものは、“ホテル業務”が多く、次に、“海外での生活”であることが分かった。一方で、最も役立たなかったものについては“英語の授業”であり、参加者のレベルに合致した科目の検討および中国語を選択できるか模索する必要があることが明らかになった。

“最も役立った業務”に関する質問に対しては、全員が、“コンシェルジュ”を選んだ。理由は、コンシェルジュ業務は多岐に渡り、ホテル全体を知らなければならず、学ぶべきことが多かったことが挙げられた。続いて、本プログラムを通して自信がついたか否かの質問に対しては、4名中3名が“ついた”と回答した。また、自信がついた理由としては、語学力の向上を挙げる参加者が多く、現場で培った判断力やホスピタリティ精神などがその他の理由として見受けられた。参加者が提出する“定期報告”については、全員が“必要”と答え、“担当教員との面談”については、3名が“必要”、1名が“必要ない”と答えた。これらの回答を通して、定期報告書や面談などのアウトプットを通して自分の考えをまとめることの重要性や必要性を参加者が理解しているとともに、単なる労働ではなく、誰かに見てもらっていると思えることが重要であると筆者は考えている。“参加前後で宿泊業へのイメージが変化したか否か”の質問に対しては、3名が“はい”、1名が“いいえ”という回答であった。変化した主な理由は、今までの“客”側から“従業員”側へとシフトしたことによる心境の変化が多かった。最後に、参加者が、“最も役立つと思うインターンシップの期間”については、“6カ月”が2名、“それ以上”が2名であり、全員が、少なくとも6カ月以上のプログラムに意義を感じていることが分かった。

当該アンケート結果は、今後のプログラムの改善に寄与するものであった一方、いくつか

の課題も浮かび上がった。一つは、本アンケート調査の対象者は、初回に派遣した城西国際大学観光学部の2年生4名に限定されており、その教育効果の妥当性をより正確に導き出すには、さらなる継続研究が必要であるという点である。また、当該プログラムは、観光学部単体で実施しているため、例えば、異なる学部などに対する汎用性の有無については限定的であるといえる。もう一つは、インターンシップ先である圓山大飯店の業務内容にはコンシェルジュ業務があるが、通常、ホテルでのインターンシップでコンシェルジュ業務を実習生が任させるようなことはなく、日本人観光客の多い台湾の老舗ホテルに限った特別な環境下での経験であることを明記しておきたい。加えて、本インターンシップは、実習先である圓山大飯店、海外協定校の台北城市科技大学、そして城西国際大学観光学部による三者協定プログラムであり、そのプログラム内容は独自性が強い。したがって、国内外における他の長期インターンシッププログラムと単純比較するには難しい面がある。

3点目は、国内7カ所のホテルへのアンケート調査をもとに、主として宿泊業において有効なインターンシップの期間を明らかにした。日系・外資系ともに研修生にとって最も役立つインターンシップの期間は、“1カ月以上3カ月未満”、“3カ月以上6カ月未満”、“6カ月以上”の三つが上位であった。また、ホテルにとって受け入れやすいインターンシップの期間は、“1カ月以上3カ月未満”、“3カ月以上6カ月未満”、“6カ月以上”が“積極的に受け入れたい”との回答であった。その一方で、大学生に対するインターンシップの受け入れ期間は、“2週間以上1カ月未満”が一番多く、大学側とホテル側との間にアンマッチが生じていることが分かった。さらに、ホテル側が、採用時にインターンシップの経験を評価するとした回答は96%であり、評価する際の期間については、“6カ月以上”が“積極的に評価する”の回答で一番多く、次に“3カ月以上6カ月未満”が2番目となった。他方、昨今大学3年生が就職活動時に重要視するようになってきた1-2Dayインターンシップに関しては、業界は、1週間未満のインターンシップの場合、“あまり評価しない”、あるいは“評価しない”との回答が多く、インターンシップと称したいいわゆる説明会に関しては評価をしない傾向にあることが分かった。

本アンケートにおける課題は、対象ホテルが、シティホテルとリゾートホテル、外資系ホテルと日系ホテルに広がっており、それぞれの経営・運営体制によっては、アンケート結果に差異が見られる可能性がある点である。例えば、都心のシティホテルとリゾートホテルを比べた際に、その繁閑期には相違があるといえよう。リゾートホテルでのゴールデンウィークや夏期・冬期シーズンは、1年で最も集客が期待できる期間にあたり、たとえ1〜2週間であっても人手が欲しい繁忙期である。したがって、通常、シティホテルでは2週間程度のインターンシップに給与を支払うことはないと考えられるが、当該期間におけるリゾートホテルでは、アルバイト同様に賃金を支払うことが多い。また、外資系と日系によってもインターンシップの捉え方は違い、外資系は、原則2週間程度を受け入れることは少ないと考えられるが、日系の中には2週間程度でも受け入れる場合がある。つまり、より厳密なデータを抽

出するためには、ホテルのカテゴリーをさらに細分化するなどの工夫が必要である。

このような課題を踏まえた上で、当該アンケートの対象とした7カ所の内、ホテルが大学に求めるインターンシップのあり方は、長期インターンシップの重要性を示すものがほとんどであった。これは、宿泊業が特に業務内容が多岐に渡っており、全体を俯瞰するためにはある程度の期間を必要とすること、業務の楽しさを実感するまで時間を要すること、そして、実習が短期であると教える意義と労力に疑問を感じざるを得ないこと、などのさまざまな要因が混在していることが推測できる。しかしながら、インターンシップが、実習先の業種や業態、実習先と大学との関係性、場所、参加学生の体力や心理状態などによっても大きく変容する性格である以上、より多くの事例研究を通して、それぞれの異なる教育効果や課題に学ぶ姿勢が必要であることを強調しておきたい。

海外ではホスピタリティを専門とする多くの大学が、産学連携によるインターンシッププログラムを構築し、在学中に宿泊業へのキャリアを積むことが当たり前になっている。一方、日本国内における観光系およびホスピタリティ系大学の多くは、主として理論を重視し、長期インターンシップの制度設計や実施に対しては消極的であったように考えられる。今後、わが国が観光立国としてさらに発展するために、大学と宿泊業が真に協働し、将来、マネジメント業務を担える人材育成プログラムの構築が急がれる。その第一歩として、産学連携による宿泊業での長期インターンシップ実施の推進を提唱し、本稿の結びとする。

謝 辞

本稿の執筆にあたり、繁忙期にも関わらず、本研究にご協力いただいた7つのホテルにはこの場をお借りして特段の感謝の意を表したい。特に各ホテルの人事部長をはじめ、人事関連の方々には今後の充実した産学連携教育に賛同してもらい、本調査を快くお受けしていただいた。また、長期インターンシップ参加後、アンケートをはじめ当該プログラムのフィードバックに協力してくれた参加者4名にも感謝したい。

本研究をさらに発展させ、将来、ホテル業界によき人材を送れるよう充実したプログラムを構築していく所存である。

【注・参考文献】

- 1) 厚生労働省：新規大卒就職者の産業分類別就職後3年以内の就職率の推移，
<https://www.mhlw.go.jp/content/11650000/000369576.pdf>, 日本語, 2019年5月19日閲覧
- 2) 文部科学省：平成29年度大学等におけるインターンシップ実施状況について，
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/___icsFiles/afieldfile/2019/02/27/1413928_02_1.pdf, 日本語, 2019年6月6日閲覧

- 3) 石谷昌司 (2019)「産学連携によるホテル人材育成に関する一考察 ―ホテル・学生双方に役立つ長期インターンシップの重要性―」,『第 34 回 日本観光研究学会 全国大会 学術論文集』, 日本観光研究学会, pp. 333-336
- 4) United Nations World Tourism (UNWTO): UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition,
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152?download=true>, 英語, 2019 年 10 月 12 日閲覧
- 5) United Nations World Tourism (UNWTO): UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition,
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413492>, 英語, 2019 年 10 月 12 日閲覧
- 6) 首相官邸 HP : 第 156 回国会における小泉内閣総理大臣施政方針演説,
<https://www.kantei.go.jp/jp/koizumispeech/2003/01/31sisei.html>, 日本語, 2019 年 5 月 8 日閲覧
- 7) 国際観光振興機構 : 報道発表資料, 平成 31 年 1 月 16 日,
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/pdf/190116_monthly.pdf, 日本語, 2019 年 5 月 8 日閲覧
- 8) 国際観光振興機構 : 訪日外国人消費動向調査, 2018 年年間値 (確報),
http://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000380.html, 日本語, 2019 年 5 月 8 日閲覧
- 9) 観光庁 : 明日の日本を支える観光ビジョン概要, <http://www.mlit.go.jp/common/001126601.pdf>, 日本語, 2019 年 5 月 8 日閲覧
- 10) 厚生労働省, 前掲註 (1)
- 11) 文部科学省・厚生労働省・経済産業省 : インターンシップの推進にあたっての基本的考え方,
https://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afieldfile/2015/12/15/1365292_01.pdf, 日本語, 2019 年 12 月 28 日閲覧
- 12) 国土交通省 観光庁編 (2018) : 『観光白書』, 日経印刷株式会社, pp. 75
- 13) 観光庁 : 宿泊旅行統計調査, <http://www.mlit.go.jp/common/001247514.pdf>, 2019 年 5 月 11 日閲覧
- 14) 国土交通省 観光庁編 (2018) : 『観光白書』, 日経印刷株式会社, pp. 93
- 15) 文部科学省, 前掲註 (2)
- 16) 平尾元彦・田中久美子 (2017)「大学生の就職活動とインターンシップ―多様化の時代の計測課題を追って―」,『大学教育』第 14 号, 山口大学大学教育機構, pp. 24-36
- 17) 根木良友・青木敦男・折戸晴雄 (2013)「日米の観光関連学部を有する大学の比較調査によるインターンシップを中心とした日本の環境教育の課題に関する考察」,『玉川大学観光学部紀要』第 1 号, pp. 63-80
- 18) 田中宣秀 (2007)「高等教育機関におけるインターンシップの 教育効果に関する一考察 ―新たな「意義」をみいだし、改めて「効果」を考える―」,『インターンシップ研究年報』第 10 号, 日本インターンシップ学会, pp. 7-14
- 19) 亀野淳 (2009)「体験型インターンシップの役割の再検証と仮説の設定・検証による向上効果」,『インターンシップ研究年報』第 12 号, 日本インターンシップ学会, pp.17-24
- 20) 尾川満宏・甲原定房 (2015)「短期インターンシップの教育効果とは何か?―参加学生を対象とし

た意識調査の分析から―」,『山口県立大学学術情報』第8号,山口県立大学学術情報センター, pp. 41-50

- 21) 学校法人日本ホテル学院専門学校日本ホテルスクール:

<https://www.jhs.ac.jp/course/hotel/program/practice.php>, 日本語, 2019年9月15日閲覧

- 22) Ecole hôtelière de Lausanne (EHL): Course Catalogue 2017-2018, pp. 47, 英語

- 23) Cornell School of Hotel Administration:

<https://sha.cornell.edu/admissions-programs/undergraduate/academics/degree-requirements/>, 英語, 2019年9月15日閲覧

- 24) 根木良友・青木敦男・折戸晴雄, 前掲註(16)

- 25) 文部科学省・厚生労働省・経済産業省, 前掲註(10)

- 26) 真鍋和博(2010)「インターン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」,『インターンシップ研究年報』第13号, 日本インターンシップ学会, pp. 9-17

- 27) 田中宣秀, 前掲註(17)

- 28) 圓山大飯店 HP: ホテル概要, <https://www.grand-hotel.org/JP/official/about.aspx?gh=TP>, 日本語, 2019年11月30日閲覧

- 29) 厚生労働省, 前掲註(1)

- 30) 文部科学省, 前掲註(2)

- 31) 亀野淳, 前掲註(18)

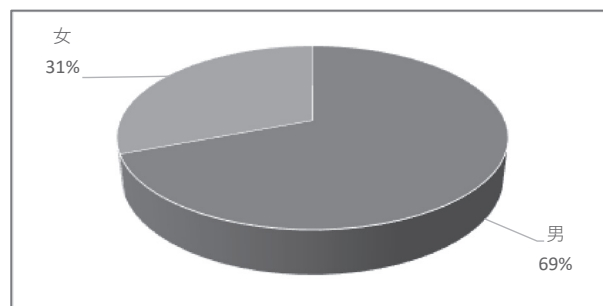
- 32) 文部科学省・厚生労働省・経済産業省, 前掲註(10)

- 33) 真鍋和博, 前掲註(25)

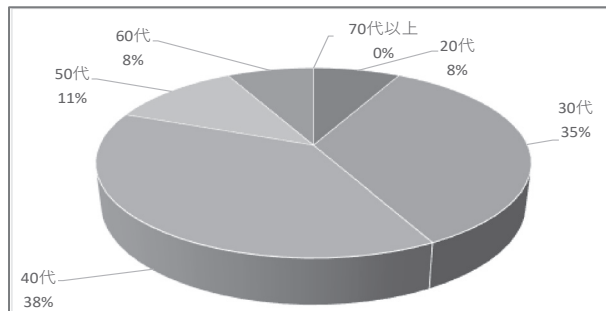
【付録】

◆ 7カ所のホテルへのアンケート調査(回答者の基本情報)

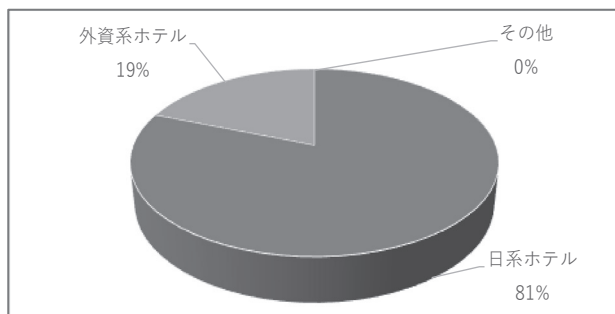
1. 性別



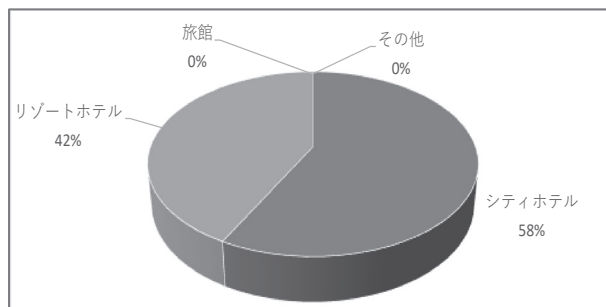
2. 年齢



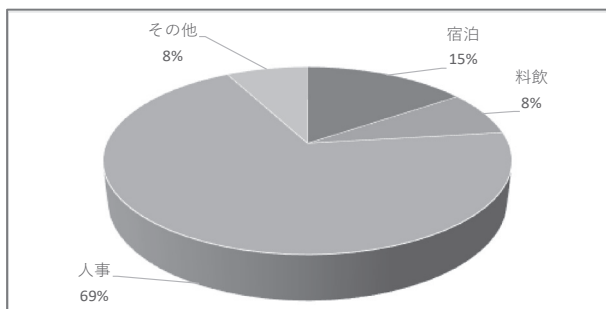
3. 所属するホテルの形態



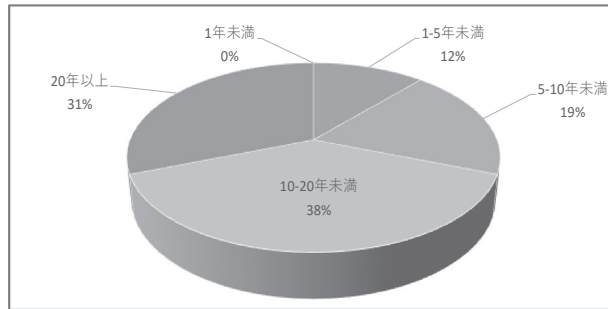
4. 所属するホテルの種類



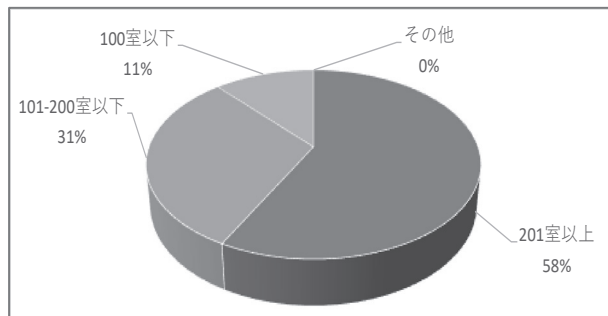
5. 所属する部署



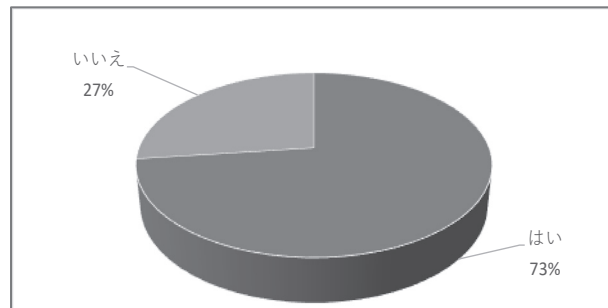
6. 勤続年数



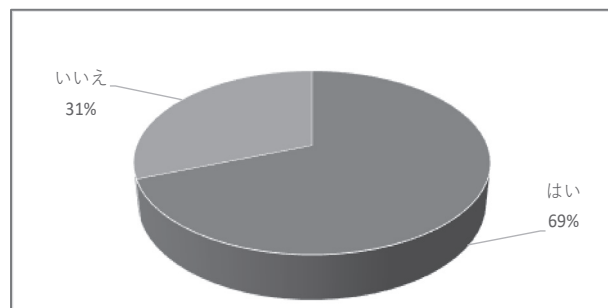
7. 回答者のホテルの客室数



8. 日本の大学生に対するインターンシップ実施の有無



9. 日本の専門学校生に対するインターンシップ実施の有無



The Value of Long-Term Hotel Internship Programs

Masashi Ishitani

Abstract

This paper explores the utility of internship programs offered to university students by hotels. Research conducted by the Ministry of Health, Labour and Welfare in Japan shows that the turnover rate (accommodation, food & restaurant business) of university graduates within 3 years of graduation was approximately 51%. This is significantly higher than the national average (about 33%) for the industry.¹⁾ Although it is expected that internship programs improve this situation by enhancing intern's understanding of the industry, a survey by Japan's Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology reveals that most of hotel internship programs for university students are less than 2 weeks in duration²⁾ - too short to be effective. Therefore, in this paper, I first examine a long-term internship program newly launched in Taiwan organized by the faculty of tourism at Josai International University, Japan, and review feedbacks from the first participants in the program. Then, I analyze data collected from 7 hotels in Japan concerning their internship programs and appraise the responses such that more effective programs between hotels and universities may be offered in the future.

Key words: Long-term internship programs, Human resource development for accommodation business, Industry-academic cooperation, Cross-cultural understanding