

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 5 月 27 日現在

機関番号：32426

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2014

課題番号：23531021

研究課題名(和文)観光インターンシップがキャリア形成に及ぼす効果

研究課題名(英文)A Study of how tourist internships affect career development

研究代表者

太田 和男(OTA, KAZUO)

武蔵野学院大学・経営品質研究所・研究所員

研究者番号：40269428

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,900,000円

研究成果の概要(和文)：観光分野とりわけホテル業、旅行業、航空業などにおける大学生の専門職型インターンシップと一般の就業体験型を対比して、人材育成に与える効果について、日米英独の実態調査を通して比較・検証した。その結果は次の通りである。欧米の観光インターンシップでは、おおむね3か月以上の長期・必修なのに対し、わが国では短期の選択科目となっている。欧米では、観光インターンシップは就職に直結しており、企業はそれを従業員のキャリア開発の一環として認識している。制度の差は、欧米型長期インターンシップ経験者におけるビジネス能力の高さとなっている。わが国の観光インターンシップについては、必修型への漸進的移行が要請される。

研究成果の概要(英文)：We have conducted a comparative research study on tourism internships for university students among the USA, UK, Germany and Japan. Our study's conclusions are as follows:  
1. In Europe and the USA, hospitality internships generally request more than three months experience in required subject, but in Japan internships generally request around two weeks in selective subject related. 2. In Europe and the USA, hospitality internships are directly connected with job acquisition. As a result, hospitality companies understand that an internship is the starting stage in the development of an employee candidate's career. 3. In Europe and the USA, students who have completed an internship has a high level of possible performance for their jobs generally. In conclusion, we recommend that the Japanese tourism industry and universities gradually introduce a Europe/American Style System.

研究分野：社会科学 教育学 教育学

キーワード：教育方法 観光インターンシップ 長期インターンシップ キャリア教育 観光 観光人材育成 インターンシップ インターンシップの国際比較

### 1. 研究開始当初の背景

(1)わが国成長戦略の一環としての観光立国の施策のもと、海外からのわが国へのいわゆるインバウンド観光の急増傾向が明確になってきていた。このため、大学における観光人材の育成は急務となり、観光系学部・学科が急速に増加した。しかし、専門職的傾向が強いと想定される観光インターンシップについて、その専門職の人材育成機能を認識しているかどうかは定かではなかった。

(2)そこでわが国大学の観光系学部・学科(以下、観光系学部と省略)で実施されているインターンシップについて、次のような問題意識をもった。まず、観光インターンシップは、総合職志望の文系学生による一般のメーカーなどのオフィスでのビジネス就業体験(以後、一般ビジネス就業体験という)と比べて、キャリア教育における機能や就職後における個人のキャリア形成に及ぼす影響がかなり異なるのではないかということである。

(3)こうした視点から、先進的な欧米の観光業では、インターンシップをどのように位置付けているのかその実態を解明し、わが国と比較する必要があると考えた。

(4)以上のような認識から、欧米の観光インターンシップの実態とそのキャリア形成に及ぼす効果をわが国と対比しつつ明らかにし、わが国観光インターンシップの秀逸なモデルを構築・提示しようとするに至った。

### 2. 研究の目的

(1)観光分野とりわけホテル業、旅行業、エアラインなどにおけるインターンシップが、人材育成に与える効果を、一般の就業体験型インターンシップと対比しつつ、日米英独の各国について調査研究し、同インターンシップに関する仮説の妥当性とその説明要因を検証する。

(2)観光インターンシップは、ホスピタリティ・マネジメント能力を必要とする専門的職業実習であるため、接客業務の実践により専門技術・知識の向上する度合いが高く、キャリア形成に資することを検証する。

(3)本研究の究極の目的は、欧米観光先進国の観光インターンシップのキャリア形成効果の実態を見極め、それをわが国の現状と対比することにより、秀逸な観光インターンシップのモデルを提示し、もってわが国観光産業界への良質な人材供給に貢献し、同産業の発展、ひいてはわが国経済成長と雇用拡大に貢献することにある。

### 3. 研究の方法

(1)観光インターンシップが大学生(実習生)のキャリア形成に及ぼす効果について、欧米先進国とわが国における実態調査を中心として研究する。

(2)大学の観光系学部、観光企業、学生の三側面から実態調査を実施する。すなわち、日米の観光系大学学部訪問によるインターン

シップに関する半構造化手法によるインタビュー調査、日米独の観光系大学生向けインターンシップに関するインタビュー調査とアンケート調査、日米英の代表的ホテルに対するアンケート調査、米国の代表的ホテルへのインタビュー調査である。また、仮説検証のために多変量解析結果も実施する。

(3)これらの調査結果を先行研究などと対比・統合して解釈・分析する。なお、比較検討のために日本国内大学へのインターンシップ・インタビュー調査も実施する。

(4)わが国には観光系専門学校があるが、設置基準、授業時間、学士力の有無などから、大学観光系学部の国際比較に加えるには無理があると判断し除外した。

### 4. 研究成果

主な研究成果は次の通りである。

(1)第1の成果は、観光インターンシップについて、欧米の観光企業や大学観光系学部ではキャリア開発の一環としてとらえるのに対し、わが国ではキャリアガイダンス(就業体験)としてとらえるため、これが彼我的就職決定力の差をもたらしているという仮説とその検証である。この仮説の設定とその検証は、本研究が初めて明らかにしたものである。

特に、米国の観光系企業において、観光インターンシップが、キャリア開発の一環としてとらえていることをインタビューなどにより明らかにしたことはきわめて重要なことであると考えられる。

米国や独逸の観光系学部では、専門能力を習得させて学生をおくりだすために、インターンシップ実習を重視し長期の必修科目としている。米国や独逸の観光系学部のインターンシップは、おおむね3か月以上の長期必修であり、日本の2週間程度の短期の選択とは異なることを2011年から2012年にかけて、明確にしたのも、本研究の成果である(図1)。

米国の観光系学部の場合、学卒者を専門分野の能力保持者としてとらえ、インターンシップを他の座学の専門科目と共に、職場への重要な接続課程として位置づける。その結果、実習経験学生の実習業界への就職決定率がおおむね二～四割超となっている。これに対し、わが国の観光系学部ではインターンシップを就業体験による進路明確化の手段として認識するにとどまり、キャリア開発の手段とは考えないのはもちろん、観光企業への直接的な就職手段としても位置づけない。

インターンシップについて、米国の観光企業は優秀な人材登用の入り口でありキャリア開発の一環と位置付けるのに対し、わが国観光企業では人材開発とは切り離して、単に就業体験の場として対応している。すなわち、専門的即戦力獲得をめざし、観光インターンシップをその重要な場と位置づける欧米に対し、わが国のホテルなどの観光企業は、実習を求人活動の際ほとんど評価しない。この

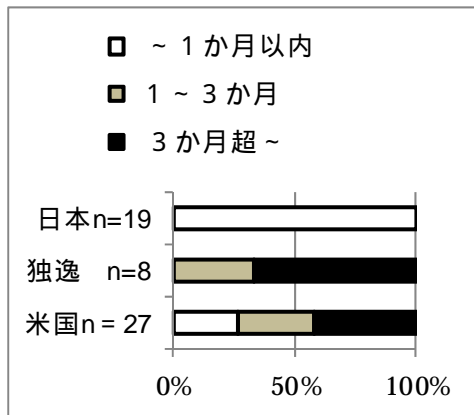


図1 ．学生向けアンケートによる観光インターンシップの期間（構成比：％）  
 （注）～1 か月以内は2週間～1 か月以内を示す。

ため、学生自身もインターンシップ先を直接的な就職対象先とはみなさないで、進路決定の際の有力な情報源、あるいは働くことの体験の場と受け止めている。観光企業が観光インターンを採用の際に、考慮するかどうかについて、彼我に明確な差異があることを定量的に検出したことも本研究の重要な成果である。

以上のような観光インターンシップと観光企業への就職との関連について、彼我の差異を明らかにしたのは、本研究の成果である。(2)第2に、上記の観光インターンシップに対する大学、企業の取り組み体制は、観光インターンシップ生の実習目的に反映しているとする仮説を検証し、明らかにしたことも本研究の成果である。

観光インターンシップの目的を、わが国学生は、「進路・就職先の明確化」に主眼を置き、「企業で必要とされる基礎知識・技能水準を明確にする」、「企業で必要とされる専門知識・技能水準を明確にする」など、ホスピタリティ・マネジメント上必要とされる技能・知識の明確化においている。一方、米国、独逸では、進路・就職先はインターンシップ前にほとんど決定していることから、実習では技能・知識の明確化の一段階先となる即戦力としての「企業で必要とされる専門知識・技能水準の修得」、「企業で必要とされる基礎知識・技能の修得」に主眼をおいている。インターンシップは、ホスピタリティ・マネジメントを修得し、即戦力であることをアピールし、採用につなげる場となっていることを反映しているのである。

これを受けてインターンシップに際して、学生に割り当てられる業務は、わが国と欧米では異なることを、本研究では新たに発見した。わが国では、短期の就業体験が実習目的の中心である。このため、実習の主体はフロント、料飲、ハウスキーピングなど現場でのホスピタリティが問われるものの、マニユア

ル化されている接客部門である。一方、米国では、フロントとともに、経営・管理・広報、金融財務などかなり高い比重で実習させており、実習生にとってはホスピタリティ・マネジメント能力修得ないしは、即戦力としての力量を開示する場ともなっている。

観光インターンシップに対する企業への評価は、実習生からの回答に表れる。たとえば、今回のアンケート調査では、「報酬支給」はわが国が16%、米国では60%、独逸は100%である。米国、独逸では、長期であり質の高いインターンシップ実習生のパフォーマンスが、その報酬支給率の高さに表れている。

観光インターンシップ最大の効果をみると、わが国は「進路の明確化」がトップ、次いで「働く意義を実感」と続き、就職やキャリア開発とは関係が希薄である。一方、独逸では「観光ホテル業界への就職」が100%である。米国では、「進路の明確化」が1位であるが、2位「実習先への就職に有利」、3位「観光・ホテル業界への就職に有利」と続き、観光インターンシップは就職・キャリア開発に有効と認識していることがわかる。

観光系学部におけるインターンシップ生のサポート、ならびに管理体制については、米国観光系学部では、コーディネーターがウェブ活用により多人数の管理を効率的に実施している。

(3)第3の重要な成果は、観光インターンシップは、一般ビジネス就業体験に比べて、接客現場的な色彩が濃いので、就職後の即戦能力を身につけるためには、長期・必修型実習が必然とされるという仮説とその検証である。

この仮説は、欧米の長期必修型観光インターンシップの経験者は就職後高い生産性をあげているというアンケート結果により検証された(図2参照)。しかし、わが国でそうならないのは、観光企業は、社会貢献のための実習と受けとめ、短期実習に限定することが多いこと、新卒一括採用システムという雇用慣行のため、観光インターンシップは採用の際の参考指標にされないばかりでなく、観光インターンシップが就職後のパフォーマンスに影響を与えないからである。

観光インターンシップ実習者のホテルにおける採用後のパフォーマンスを比較すると、「かなり優れている」ものがわが国ではゼロなのに対し、米国では50%に達していることを発見したことは、本研究の重要な成果である(図2)。米国型の長期必修キャリア開発型インターンシップは、ホスピタリティ・マネジメントにおける初期の実践的養成過程を構成し、観光企業の経営品質を改善し、生産性向上に貢献している。

本研究では、欧米型の長期必修キャリア開発型インターンシップは、大学、学生、企業の三者にとってメリットがあるために、持続性があることを見出したことは画期的成果

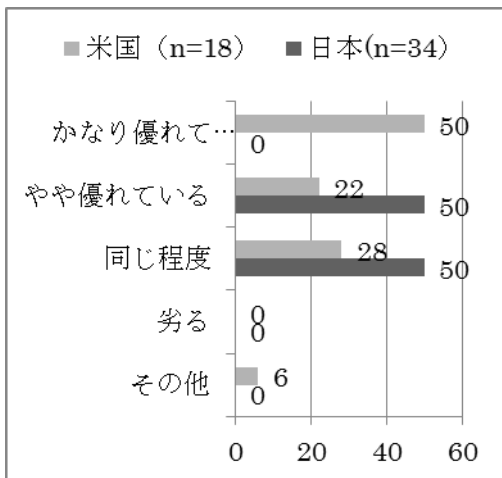


図 2. ホテル向けアンケートによる観光インターンシップ経験者の就職後のパフォーマンス (構成比: %)

といえよう。

すなわち、大学観光学部においては、社会に良質な人材を供給することができることにより、その社会的評価をあげられる。次に、実習生にとっては、インターンシップによるホスピタリティ・マネジメントおよび経営管理能力を評価され、就職に結びつきやすく、就職後は高い給与などによるキャリア開発が促進される。さらに観光企業にとっては、そうしたインターンシップ経験者によるホスピタリティ・マネジメント水準や経営品質の向上への寄与を通して、顧客満足度を高め、生産性を引き上げられる。それは、大学、学生、企業の「三方よし」となり、持続的なインターンシップによる実習経験者のエンプロイアビリティ向上を通して、社会に貢献する。

観光インターンシップ生が指摘するわが国インターンシップの課題は、学生アンケートの結果によると次の通りである。第1位は「インターンシップを就職活動に結びつけるようにする」、以下2位に「就活時に企業に評価されるように長期化・専門化による水準向上をはかる」、3位に「実習終了後も受け入れ企業がフォローする」、「ビジネスの常識から教える」が同率で続いている。この調査により、わが国の観光インターンシップ生は、それが就職につながることを強く希望していることが明らかになった。

(4)本論文の結論としては、仮説1から仮説3までについて、先行研究分析、アンケート調査、インタビューによって仮説をおおむね検証しえた結果、成果1から成果3までにおいて、立証できたと考える。本研究により、インターンシップを、観光におけるキャリア教育充実の重要な一環として取り込む形での、観光分野の即戦力養成の一翼を担うような専門職育成カリキュラム導入を提案するための一つの理論的基盤は、整ったといえよう。

(5)仮説を検証する過程で明らかになったの

は、わが国観光業界を巡る環境は、海外からのインバウンド旅行者の急増、外資系巨大ホテルチェーンの急テンポでの本邦進出という急激なグローバル化の中で、人材のホスピタリティ・マネジメント力の強化を迫られている結果、国内ホテルにおいてもインターンシップ経験者の雇用比率が一般企業よりも若干高くなってきているとみられることである。一方、観光系学部におけるインターンシップの認識も、欧米型の出口志向にシフトする兆しがうかがわれる。しかし、国内大学観光系学部のインターンシップ認識が、新卒一括採用による面接重視、潜在力重視、大学のブランド重視を背景にしているだけに、容易に、長期必修のキャリア開発志向、即戦力志向に切りかわるわけではない。

(6)わが国の観光インターンシップが就職に結びつく割合は、米国に比べ著しく低いものの、文系の就業体験型ビジネスインターンシップよりはやや高いであろう。米国の場合、一般のビジネス体験型に比べ、観光インターンシップが長期必修であり、ホテル側に長期志向がみられることは、その就職直結割合をサポートし、それを徐々に高める要因として作用していると考えられる。一方、わが国の雇用環境は、終身雇用、新卒一括採用、潜在力重視の採用であり、即戦力という顕在力重視の欧米との差異は大きい。したがって、その観光インターンシップが欧米型のキャリア開発志向型に接近する歩みは、環境変動に受動的なままでは遅々としたものにとどまるとみられる。

しかしながら、米国の長期ホテル・インターンシップ経験者の就職後のパフォーマンスが、インターンシップ未経験者に比べ優れており、それが米国の観光産業の生産性向上に貢献しているわけである。これは、観光産業における日本と欧米の生産性格差が、今後とも拡大を続けることを意味する。観光インターンシップが観光産業に及ぼす生産性への影響には、動機付け、能力などの属性やキャリア教育、専門・基礎科目などの座学による教育効果も含まれているので、純粋に観光インターンシップの経験差とは言えない面がある。それにしても、長期のホテル・インターンシップ経験者が非経験者より、企業の成果向上への貢献度が高く、経験者のキャリア開発に貢献し、大学の社会的評価も高めていることは否定できない。

(7)以上からわが国観光インターンシップについては、次の通り、長期実習型に加えて、インターンシップの必修化を提案する。それは国内・海外インターンシップを含む。

わが国の観光インターンシップは、経験者のキャリア開発効果向上につながり、企業の生産性向上に貢献する長期・必修型とし、それにグローバル化に対応するため、国内または海外インターンシップを必修としてとり入れる。

長期必修と国内または海外インターンシ

ップ必修化に伴うインターンシップ生増加によるコスト負担軽減のために、教育機関はウェブ活用や多様な提携などにより管理の効率化を図る。

長期必修型によるホスピタリティ・マネジメント力強化のため、大学のカリキュラムに経営分析・金融・財務管理・マーケティングなどの経営科目を必修とする。

インターンシップのプログラムを、フロントなどの現場と経営・企画・マーケティング・営業などの管理部門業務をバランスさせるように、プログラムづくりを担当するコーディネーターないしはスーパーバイザーを大学・企業に配属する。

受け入れ企業が報酬を支給し、インターンシップ生の実習時の負担を軽減するためにも長期インターンシップにより企業貢献を可能にする。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 10 件) 太田和男、観光インターンシップがキャリア形成に与える効果と関連課題の国際比較 日米独観光系学生のアンケート・インタビューなどから、政経研究・日本大学、査読有、第 51 巻第 4 号、2015、pp.91 - 152、

[http://www.law.nihon-u.ac.jp/publication/pdf/seikei/51\\_4/03.pdf](http://www.law.nihon-u.ac.jp/publication/pdf/seikei/51_4/03.pdf)

太田和男、渡辺昇、観光インターンシップと経営品質、武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要 第 12 輯、2015、pp383-387

太田和男、観光インターンシップにおけるキャリア開発効果の国際比較(上)、週刊トラベルジャーナル、第 52 巻第 5 号、2015、pp. 24-28

太田和男、観光インターンシップにおけるキャリア開発効果の国際比較(中)、週刊トラベルジャーナル、第 52 巻第 10 号、2015、pp.24-28

太田和男、観光インターンシップにおけるキャリア開発効果の国際比較(下)、週刊トラベルジャーナル、第 52 巻第 11 号、2015、pp. 24-26

太田和男、観光インターンシップにおけるキャリア開発効果の国際比較、政経研究・日本大学、査読有、第 50 巻第 4 号、2014、pp. 1-33、

[http://www.law.nihon-u.ac.jp/publication/pdf/seikei/50\\_4/01.pdf](http://www.law.nihon-u.ac.jp/publication/pdf/seikei/50_4/01.pdf)

太田和男、観光インターンシップがキャリア形成に及ぼす効果、武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要、第 11 輯、2014、pp.453 - 458

太田和男、観光インターンシップと就職、帝京平成大学紀要、査読有、第 24 巻第 2 号、2013、pp.335 345

那須幸雄・丸山鋼二、観光インターンシップの接続効果、文教大学国際学部紀要 第 23 巻第 2 号 2013 年、pp.13-22

太田和男、インターンシップとキャリア教

育 観光・ホスピタリティ課程にインターンシップは必要か、帝京平成大学紀要 査読有、第 23 巻第 2 号 2012 年、pp.445 - 454

## 〔学会発表〕(計 8 件)

太田和男、那須幸雄、観光インターンシップにおけるキャリア形成上の課題 日米独中のアンケート及びインタビュー調査から、人材育成学会第 12 回年次大会 明治大学駿河台キャンパス、2014

渡辺昇、太田和男、経営品質と観光インターンシップ、日本経営品質学会秋季研究大会、一般社団法人経営研究所、2014

太田和男・千葉隆一、観光インターンシップにおけるキャリア開発をめぐる課題 日米独の観光系学生のアンケートなどから、日本インターンシップ学会第 15 回大会、北九州市立大学、2014

那須幸雄、太田和男、観光インターンシップのキャリア開発効果、人材育成学会第 11 回年次大会、産業能率大学、2013

太田和男、千葉隆一、那須幸雄、経営サイドからみた観光インターンシップ発展のための課題とキャリア開発、日本インターンシップ学会第 14 回大会、北海道武蔵女子短期大学、2013

太田和男、那須幸雄、千葉隆一、観光インターンシップの接続効果 米英独日の国際比較の視点から、日本インターンシップ学会第 13 回大会、玉川大学、2012

太田和男、インターンシップとキャリア教育 観光・ホスピタリティ課程にインターンシップは必要か、現代金融研究会、学士会館、2012

太田和男、那須幸雄、千葉隆一、欧米における観光インターンシップの接続効果、日本インターンシップ学会関東支部、2011 年度第 3 回研究会、東洋大学、2012 年

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

太田 和男 (Ota, Kazuo)

武蔵野学院大学・経営品質研究所・研究所員

研究者番号：40269428

### (2) 研究分担者

那須 幸雄 (Nasu, Yukio)

文教大学・国際学部・教授

研究者番号：40208070

### (3) 研究分担者

千葉 隆一 (Chiba, Ryuitsu)

文京学院大学・外国語学部・教授

研究者番号：70461803

### (4) 研究分担者

渡辺 昇 (Watanabe, Noboru)

武蔵野学院大学・経営品質研究所・所長/教授

研究者番号：80716663