

株式会社ディグにおける環境インターンシップについて

1. はじめに

株式会社ディグは創業 90 年を越える総合印刷会社である。当社は、出版社向け印刷を中心に、企画、編集、組版、システム開発を行っている。現在の 4 代目社長は、東京電力から同社に 2003 年に入社したが、3 代目社長の後世に良い環境を残したいという意志の元、当社の環境活動として環境省の環境規格であるエコアクション 21 の取得を行った。エコアクション 21 の行動指針の中で、環境コミュニケーションを推進することが必須事項としてあった。環境コミュニケーション活動の一環として、神奈川県環境農政局が主催する、環境インターンシップの大学生の受入を 2007 年から開始した。
(<http://www.pref.kanagawa.jp/ent/f160198/p20329.html>) ここでは、インターンシップの内容と会社経営に及ぼす効果について示す。

2. インターンシップの開始 (2007 年 (平成 19 年))

2007 年のインターンシップの内容を表 1 に示す。

表 1 2007 年インターンシップの内容

期 間	8 月 30 日～9 月 12 日
受入学生	関東学院大学人間環境学部 3 年生 (女性)
実施内容	・ディグにおける「エコアクション 21」の取組みを学習 (IT を活用した、環境関連データ取得と分析、営業・製作・印刷等の全業務の一元管理)
課題研究	・環境関連ビジネスモデルの検討 (研修での経験を基に、所属大学における環境、コミュニケーションの推進方策を提案)

(1) インターンシップ学生の動機

この年から環境インターンシップを開始したが、最初の年ということもあり、カリキュラムを事前に決定することはできなかった。しかし、インターンシップ開始前に事前ヒアリングを行ったが、以下の点について明確にすることを心がけた。

数年後にわかってくることであるが、インターンシップを志望する学生は大きく分けてふたつのタイプに分かれる。ひとつは、企業の環境活動を学びたいと考えるタイプ、もうひとつは就職活動の予備活動として行うタイプである。どちらに主に重点をおいているかをヒアリングで明らかにすることを行う。2007 年の学生は、企業における環境活動を学ぶことに重点をおいていることが明確だった。さらに、通っている大学の近隣地域と協同で活動することを模索していた。当社のインターンシップ活動は、環境コミュニケーションの一環として行っていることを説明しながら、インターンシップの課題について、具体的なアクションプランを検討した。

(2) 取り組み課題の検討

はじめてのインターンシップであるので、学生の環境インターンシップへの指向性を勘案しながら、取り組むべき課題点を話しいにより取り組み課題を検討した。その際、当社の環境活動だけでなく、他の企業や団体の環境への取り組みも併せて知ってもらうことに留意した。具体的には、当社で取得した環境規格であるエコアクション 21 の中央事務局に、環境規格と地域への関わりについてという内容で

ヒアリングを行った。さらに、大手プリンターメーカーの社会貢献を行っている部署に、企業の CSR 活動と地域貢献についてヒアリングを行った。環境規格は企業活動の一環として取得されるもので、地域社会への影響という結論を出すことは非常に難しい。しかし、異種の事柄をバイディングする訓練は、インターンシップの学生にとっては初めての経験であったとともに、フレキシブルな思考への可能性を感じてもらったことと思う。また、大手プリンターメーカーへのヒアリングは、6年目の今年も継続しており、対応してくださる方が同社の CSR レポートを作成する責任者になられて、同社の経営の方向性と併せて学生の質問にお応えいただくことが恒例になったことは、大変感謝している。

このような、地道な情報収集を進めながら、最終的には地域に関わる大学の環境活動の検討を課題としてまとめることを決定した。

(3) 課題への取り組みと報告会

地域社会に関わる大学の環境活動の意義は、地域の活性化への意義があるとともに、大学の存在意義を認知してもらうことや、学生が社会人になった際の社会の一員であるという意識醸成の一助となることである。環境活動という共通言語にて、どのような地域でも、ひいては世界中どこでも通用するコミュニケーション方法として用いることが可能である。このような観点から課題をまとめて、報告会として、神奈川県庁の方にお越し頂き報告会を行った。担当の方からも評価をいただき、初年度としてはほぼ満足する内容でおわることができた。この一連の活動がこの後のインターンシップの方向性を決定したので、当社を選んでインターンシップに来ていただいた学生の方には大変感謝している。

3. 当社のインターンシップ方法の確立（2008年～2009年）

(1) インターンシップの方針決定

2008年も継続してインターンシップを受け入れた。2007年の成果を元に、インターンシップの受入方針を以下の様に決めた。

- ・学生の自主性を喚起
- ・他大学の学生との交流を重視
- ・チームで活動することを重視
- ・社会人としての意識を醸成
- ・プレゼンテーションを重視

学生の自主性を重視というのは、課題を決定する際にできるだけ私に関与することを避けて、自主的に決定することを促すことを指す。10日間という短い期間であるので、一ヶ月前の事前ヒアリングの際にその旨を伝えて、その頃から思考をそのような方向に持って行くことと、インターンシップ開始時に、課題につながりそうな内容を的確に伝えることを心がけている。

他大学の学生との交流やチームで活動することを重視するというのは、初対面の人同士のコミュニケーションを円滑にして、それぞれの役割を決定してプロジェクトを遂行することを身につけることを考えている。

社会人としての意識を醸成については、10日間という短い期間であるが、企業の中で活動を行うことで、社会人としての資質を身につけてもらうことを考えている。

プレゼンテーションを重視とは、自分たちがまとめたことを第三者にプレゼンテーションすることで、的確に内容を伝えることを学んでもらうほか、そのような経験を将来に活かしてほしいという希望もある。

(2) インターンシップの内容

2008年と2009年のインターンシップの内容を表2、表3に示す。

表2 2008年インターンシップの内容

期 間	8月12日～8月22日
受入学生	青山学院大学国際政治経済学部 3年生（女） 桜美林大学経済学部 3年生（男） 明治学院大学経済学部 3年生（男） 横浜市立大学国際総合科学部 3年生（女）
実施内容	・ディグにおける「環境経営マネジメント」についての学習 （ITを活用した、全社の環境負荷調査、営業・製作・印刷等の全行程の一元管理等）
課題研究	・研修における学習を踏まえ、「大企業と中小企業間の排出権取引」のビジネスモデルを提案

表3 2009年インターンシップの内容

期 間	8月3日～8月14日
受入学生	明治学院大学経済学部 3年生（男） 横浜市立大学国際総合科学部 3年生（女）
実施内容	・ディグにおける「環境経営マネジメント」についての学習 （ITを活用した、全社の環境負荷調査、営業・製作・印刷等の全行程の一元管理等）
課題研究	・「オフィス環境快適性調査」の研修を基に、企業で調査・分析を実施し、企画書を提案

2008年のインターンシップは人数が4人となったことが特徴で、それぞれの学生達が自主的に役割を決定しながら課題研究を進めた。同時に、当社が印刷業におけるカーボンフットプリントの取り組みに関わったという事例もあり、二酸化炭素の排出権取引を題目として取り上げてもらうきっかけになった。前年と同様に、その道の専門家へのヒアリングを行うという方法を取り、この年は電力中央研究所の研究員の方に講義をいただき、加えて東京電力の技術開発研究所でのヒアリングも行った。

その成果として、中小の印刷会社の排出権を活かすためのビジネスモデルの検討として、ある程度具体的な内容としてまとまったことが成果として挙げられる。

2009年のインターンシップは、当社がソリューションビジネスとして、印刷会社向けの電力測定を開始していたこともあり、環境ソリューションの営業や現場調査に同行してもらったことが特徴である。取り組み課題は、ソリューションビジネスの観点からオフィス環境快適性調査と決定された。具体的には、ソリューションビジネスのお客様である印刷会社様のオフィスにて、室温を測定しながら在席している社員の方々に室温に関連した快適性のアンケートを行うことで、抽象的な快適性という概念をデータ化する方法を学んだ。特筆すべき事項として、この年の学生は当社に入社した。

(3) 取り組み課題決定に際して

3年間のインターンシップを経て徐々にわかったことは、取り組み課題を自主的に決定する際に起点となるのは、当社の環境活動や環境ソリューションの進化を学生が捉えて課題としてことである。学生

が最も興味を持つのは、活動がどのような変遷を経て現在の形になったかということであり、その変遷を示すことで、自分たちの取り組み課題の位置づけを明確化している。ゆえに、意義のある取り組み課題を導き出すためには、企業の取り組みを常に変化させることが重要である。

4. インターンシップのビジネス化模索（2010年～2012年）

(1) ソリューションビジネスについて

印刷業は印刷物を製造するというだけで事業を完結すると、2020年までに業界全体として現在の24%売上ダウンになるという予想もある。そのために新たなビジネス展開として、ソリューションビジネスの展開することが求められている。当社はその一環として2010年にミノリソリューションズ株式会社を設立して、現在主に環境ソリューションビジネスを進めている。ソリューションビジネスは、お客様の課題点を解決することが求められる。そのような観点から、当社で進めるインターンシップをコンテンツとして提供することが考えられる。インターンシップのソリューションビジネス化のポイントを以下に示す。

- ・ 中小企業へのインターンシップノウハウ提供と各社の規模等に応じたプログラム作成
- ・ 1ヶ月ほどのインターンシップの可能性模索
- ・ 自社でインターンシップを経験した学生を採用する道筋を作る
- ・ 企業の人材募集の内容を明確化方法の確立
- ・ 学生から高評価を得るプログラム化
- ・ 同業種のインターンシップ生の交流
- ・ インターンシップ報告会の導入
- ・ 「若者雇用戦略」を視野に入れ、中小企業の取り組みをアピール
- ・ キャリア教育を担う中小企業の立場を強調

(2) インターンシップの内容

2010年から2012年のインターンシップの内容を表4から6に示す。

表4 2010年インターンシップの内容

期 間	8月9日～8月20日
受入学生	明治大学農学部 3年生（男） 神奈川工科大学工学部 3年生（女） 明治学院大学法学部 3年生（女） 北里大学獣医学部 3年生（男） 目白大学社会学部 3年生（男）
実施内容	・ ディグにおける「環境経営マネジメント」についての学習 （ITを活用した、全社の環境負荷調査、営業・製作・印刷等の全行程の一元管理等）
課題研究	・ 環境ソリューションのための「室内快適性試験」を実施し、調査・分析をして結果を報告

表 5 2011 年インターンシップの内容

期 間	8 月 3 日～8 月 16 日
受入学生	青山大学理工学部 3 年生 (女) 東京首都大学環境メディア学部 3 年生 (男) 明治大学農学部 3 年生 (女) 慶應義塾大学政策・メディア研究科 大学院 (男)
実施内容	・ディグにおける「環境経営マネジメント」についての学習 (IT を活用した、全社の環境負荷調査、営業・製作・印刷等の全行程の一元管理等)
課題研究	・ facebook を用いた企業宣伝の方法検討

表 6 2012 年インターンシップの内容

期 間	8 月 20 日～8 月 31 日
受入学生	青山大学社会情報学部 2 年生 (女) 日本女子大理学部 2 年生 (女) 目白大学 3 年生 (女 : 3 名)
実施内容	・ディグにおける「環境経営マネジメント」についての学習 (IT を活用した、全社の環境負荷調査、営業・製作・印刷等の全行程の一元管理等)
課題研究	・ ミノリソリューションズ広告部門のご提案 (～スマートグリッドを民間に知ってもらうためには～)

2010 年は 5 名の学生が参加することで、チームとしての活動を行う難しさを感じた年であった。人数が多いことで、お互いの役割分担を決定するのに時間がかかることが課題となった。このような場合は、ある程度指導者が方向性を決定することも必要であることを認識した。取り組み課題としては、前年に引き続き、環境ソリューションビジネスのお客様の作業場所にて、作業時における室内環境の最適化を検討した。独自のアイデアを付加するなど、前年との差異が明確化された。同時に、報告会についても、神奈川県庁の方だけでなく企業や団体の方にもお越し頂くなど、拡大報告会を始めた年であった。学生の方々も、滅多にない機会ということで緊張の上にも、終了時の満足感が増した。

2011 年は 4 名の学生が参加した。チームとしての活動が最も良かった年であった。東日本大震災後の電力不足から、環境ソリューションビジネスが飛躍した年で、ミノリソリューションズの一般への認知が取り組み課題となった。また、伸びが著しい SNS の一種である facebook を用いた宣伝方法を検討することを取り組み課題とするなど、メディアと環境ソリューションの融合というポイントが斬新であった。同時に、digintern という閉じられた facebook ページにて学生達がコミュニケーションを行う仕組みを作り、そのページが次の年の学生に受け継がれるなど、継続性のあるインターンシップの取り組みになったことは大きな躍進である。

2012 年は 5 名の学生が参加した。はじめて、大学 2 年生が 2 名参加するということで、3 名の大学 3 年生とのチームとしてのコンビネーションを模索した年であった。心配したほどの混乱は無く、取り組み課題も早々に決定するなど、すべてが順調に進んだ。また、報告会をメジャーな新聞に取り上げてもらうなど、メディア対策もかなり進んだ。

(3) インターンシップのソリューションビジネス化に向けて

これまで行ってきたインターンシップについて、(1)で示した内容を指向してのソリューションビジネス化を模索していく。特に、facebook での内容継承は大きな要素となり、ここで展開されたコミュニケーションが大きな財産となることは明確で、この仕組みをコンテンツとして成り立たせることを検討したい。

そのほか、採用を意識したインターンシップとしては、学生と企業 mismatches や意識の齟齬などをできる限り無くすことを考えると、学生のもつ資質を明確にするような取り組み課題の進め方を考える必要がある。