

企業と学生の間に見る 「必要とする・される人材」

佛教大学 プロジェクト演習
的場グループ
養松瑞紀 坂井琢真 中山香織 福島あおい

目次

- ① 企業はどんな人材を求めているのか？ I
- ② 企業はどんな人材を求めているのか？ II
- ③ 学生はどんな人材になりたいのか？ I
- ④ 学生はどんな人材になりたいのか？ II
- ⑤ 大学教員の考える「社会に必要な人材」
- ⑥ 3つの視点の共通点
- ⑦ 佛教大学学生から見る「佛教大学の人材育成環境」
- ⑧ こうすれば良くなる！佛教大学の人材育成
- ⑨ 学生の考える「学生がうれしい人材育成プラン」
- ⑩ 株式会社浜田の「インターンシップ・コンセプト」
- ⑪ 企業のつくる「価値」とは？
- ⑫ 学生の「個」とは？
- ⑬ 「価値」を通じた「個」の育成
- ⑭ 人材育成のこれから

① 企業はどんな人材を求めているのか？

I

● 企業側視点(こういう人材が欲しい！)

- ▶ 元気で明るい
 - ▶ メンタルが強い
 - ▶ 積極性がある
 - ▶ コミュニケーション能力がある
 - ▶ 仕事への意欲がある
- etc.....

② 企業はどんな人材を求めているのか？

II

● 企業側視点(こういう人材が欲しい！)

- ▶ **積極性のある人**
* 仕事への意欲...
- ▶ **コミュニケーション能力がある人**
* 話をしたくなる、懐に入ってくる...

③ 学生はどんな人材になりたいのか？

I

● 学生側(こういう人材になりたい！)

- ▶ 即戦力
 - ▶ 理解力がある人
 - ▶ 視野が広い
 - ▶ 計画性がある
 - ▶ コミュニケーション能力がある
 - ▶ 実践力がある
- etc.....

④ 学生はどんな人材になりたいのか？

II

● 学生側視点まとめ

- ▶ **即戦力！**
* 臨機応変に、テキパキ仕事を片付ける...
- ▶ **コミュニケーション能力がある！**
* 話しやすい人、表現力のある人...

⑤大学教員の考える「社会に必要な人材」

▶ スペシャリスト

- * 身近なものへの関心を持てる人
- * 好きなことを爆発的にできる人
- * 興味がないことも否定せず、「聞く」

▶ 自分に居やすい場所を見つけられる人

- * 空気が読める(居やすい場所をつくれる)
- * 事前調査能力(居やすい場所を探す)

⑥3つの視点の共通点

● コミュニケーション能力がある

- 企業 : 懐に入ってくる
- 学生 : 表現力がある
- 教員 : 興味がないことも否定せずに「聞く」

● 実践力がある

- 企業 : 積極性がある
- 学生 : 計画性がある、実践力がある
- 教員 : 事前調査能力(居やすい場所を探す)

→では、大学で、こうした人材は育つのでしょうか？

⑦佛教大学学生から見る 「佛教大学の人材育成環境」

- 育成につながる情報の不透明さ
 - * (例)人材育成イベントの広報活動が小さい
 - * 「就職活動に強い」というPRの多用
- 外部ネットワークの少なさ
 - * (例)OB・OGと在学生との交流機会が少ない
 - ⇒OB・OGの在籍する企業との交流の機会を逃している？
- 在学生の意見反映の少なさ
 - * (例)資格取得講座の種類が少ない
 - (大学側と学生側の意見交換の場が設けられていない)

⑧こうすれば良くなる！ 佛教大学の人材育成

- 広報活動の改善
 - * (例)「こういうところが就職に強い！」と説明
 - 外部との連携の強化
 - * (例)OB・OGや当人らの在籍する企業と在学生会との交流会の開催
 - 資格取得講座の開講希望アンケート実施
 - * 大学が決めるのではなく、在学生の「この資格が取りたい」という意見を反映
- ！！だけど、これだけではまだ足りない！！……⇒

⑨学生の考える 「学生がうれしい人材育成プラン」

学生に必要な「素養」

コミュニケーション能力、実践力



資格を取得する等では培えない！

現場での実践が必要！

(例)部活、アルバイト、インターンシップ……

⑩株式会社浜田の 「インターンシップ・コンセプト」

株式会社浜田(以下、浜田)の
「ビジネス創出インターンシップ」

従来のインターンシップのコンセプト

⇒「実務体験型」……… 企業で実務を行い、
企業の「常識」を学ぶ

浜田のインターンシップのコンセプト

⇒「価値体験型」……… 企業をつくる「価値」を
通して、学生の「個」を
引き出す

⑪企業のつくる「価値」とは？

- 企業の「価値」
- 商品の「価値」
- プロジェクトの「価値」

その「企業(商品・プロジェクト)」が持つ
「その企業(商品・プロジェクト)でしか
できないこと・もの」

*「買う理由」になること・もの

⑫学生の「個」とは？

- 「個」……「常識」を疑う力

⇒現在の日本における企業や就職活動での
「常識(やり方)」にとらわれず、自由な発想で、
自分の理想に直結できる力

⑬「価値」を通じた「個」の育成

「価値」を通して「常識」を疑うことにより、
「疑問」が生まれる
⇒「疑問」に対し改善策を講じることで、
「発言力」、「実践力」が身に付く



学生に必要な素養である
「コミュニケーション能力」「実践力」が
築かれていく！

⑭人材育成のこれから

インターンシップ制度に「価値体験」型の導入
⇒新たな産学連携が生まれる



(例) 京都の地場産業との産学連携により、
「日本一学生の割合が多い都市・京都」に
大きな活性化の可能性！