

平成30年度京都市総合政策局総合政策室委託事業

グローバル人財育成事業

京都企業と連携した
次代の京都を担う人財の育成事業

年次報告書

GLOCAL
Glocal Human Resources Development Center

特定非営利活動法人グローバル人材開発センター

目次

I.事業概要

II.活動概要

III.プロジェクト紹介

1. わかもの×企業人出会う場創出プロジェクト「有限会社エス・ピー・シー」
2. Leaf Web Writer Project「株式会社リーフ・パブリケーションズ」
3. TKG×Art Project Vol.1「株式会社特殊高所技術」
4. SUMMER PBL CAMP 2018~空き家活用 Project~「株式会社ライフ住宅販売」
5. SUMMER PBL CAMP 2018~SNS 活用企業 PR Project~「株式会社丸嘉」
6. SUMMER PBL CAMP 2018~タクシー業界探求プロジェクト~「株式会社タナベ」
7. TKG×Art Project Vol.2「株式会社特殊高所技術」
8. GLOCAL MAKES STYLE Project「株式会社ヒューマンフォーラム」
9. OPA REINVENT Project「株式会社 OPA」
10. 就活お悩み解消プロジェクト！企業の中までシッテ Q「日新電機株式会社」
11. SNS 発信 Project！モニタリング京都西陣「株式会社フラットエージェンシー」

IV.成果報告会

- ・当日報告内容
- ・(資料) 広報チラシ
- ・(資料) 配布資料
- ・(資料) 当日写真

I .事業概要

Ⅰ. 「京都企業と連携した次代の京都を担う

人財の育成事業（略称：グローバル人財育成事業）」 概要

1. 背景

京都市は、38の大学と短期大学が集まり、人口の約1割近くに相当する14万人を超える学生が学ぶ、大学のまち・学生のまちである。大学や学生は、都市として持続・発展していく活力をもたらす、貴重な財産であると考え、京都市では、大学政策を都市政策として取り組んできた。

また、今の社会情勢や経済界からの要請を考えると、大学で学ぶ専門性と社会を結び付けていく、しっかりとした人財を世に送り出すことが求められている。

こうした状況から、本事業は、京都市の大学政策の基本指針である「大学のまち京都・学生のまち京都推進計画 2014-2018」における、「学生の進路・社会進出の支援」でのリーディング施策として位置づけられている。

2. 趣旨・目的

大学や国籍の枠を超えた留学生を含む学生を、グローバルな視点と地域（ローカル）の発展を支える情熱を併せ持った「グローバル人財」として育成するとともに、学生と企業がお互いを知る機会を創出することを目的とする。具体的には、多様な主体からなる学生チームによる、京都企業との骨太な連携プロジェクト（PBL型）を実施する。

このプロセスを通じて、明日の京都を支える人財を育成する。

- ① グローバル人財の育成
- ② 学生と企業の出会いの機会創出
- ③ 学生へのグローバルかつ実践的な協働経験の創出

グローバル人財：グローバルな視点と地域（ローカル）の発展を支える情熱を併せ持つ人財

PBL：アクティブラーニングに位置づけられる実践的教育手法

Project Based Learning（課題解決型学習）

II.活動概要

II.活動概要

■概要

グローバル人材育成事業の委託を受けた、特定非営利活動法人グローバル人材開発センター（以下、グローバルセンターと略）が、企業と連携したPBL（課題解決型学習）型プロジェクトの開発・運営を行った。企業が抱えている課題を、企業とグローバルセンターがともにプロジェクト化し、大学の垣根を越えた学生の混合チームで取り組んだ。チームは留学生を含む大学生・大学院生による5~7名のチームで構成されており、学生はプロジェクトを通じて、社会における実践的な力を養い、連携企業についての知識はもちろんのこと「働く」や「仕事」について深く学び、考えるマインドを身に付けた。

プロジェクト開始時に京都企業に関するレクチャーを実施し、企業を見る目を養い、日々の企業との連携から京都企業の魅力を体感し、京都企業の魅力を知る機会が創出されるよう、プロジェクトの設計を行った。

プロジェクト設計における要素

- ① 社会人としての基礎力、ジェネリックスキルの養成
- ② 「企業」「仕事」「働く」の本質を捉えながら熟考
- ③ ダイバーシティ（多様性）を活かすグループワーク

<特徴>

- ・PBL型プロジェクト（学生が連携先からの課題に取り組み、提案）
- ・5名程度の日本人学生、留学生の協働チームを構成
- ・企業へのインタビュー、京都企業に関するレクチャーを必須

これからの社会と企業活動はますますグローバル化し、かつボーダレス化していく。本事業では、こうした将来の社会を見据え、学生時代から、多様な文化的背景・社会的背景を持つ主体から構成される集団において、リーダーシップ・フォロワーシップの経験を積むことができるよう、プロジェクトの開発・運営を進めた。

■参加人数・プロジェクト数

H30年度<参加人数・プロジェクト数>

参加学生
70人 → 日本人学生 **55人**
留学生 **15人**

実施プロジェクト数
11プロジェクト

5年間(H26～30年度)の実績
参加学生数・プロジェクト数

参加学生数
297人
日本人学生 **232人**
留学生 **65人**

プロジェクト数
50プロジェクト

※グローバル人財育成事業は平成26年度から開始され、平成30年に5年目を迎えた。

5年間(H26～30年度)の実績
参加学生の所属大学一覧

計

20大学・大学院

【大学】

- 大谷大学
- 京都大学
- 京都学園大学
- 京都外国語大学
- 京都工芸繊維大学
- 京都産業大学
- 京都情報大学院大学
- 京都女子大学

- 京都造形芸術大学
- 京都橘大学
- 京都府立大学
- 京都文教大学
- 花園大学
- 同志社大学
- 同志社女子大学
- 佛教大学
- 龍谷大学

- 立命館大学
- 京都経済短期大学
- 京都外国語短期大学

【大学院】

- 京都産業大学大学院
- 京都大学大学院

※順不同

III. プロジェクト紹介

①わかもの×企業人 出会う場創出プロジェクト

連携企業：有限会社エス・ピー・シー



■実施時期

2018年6月～11月

■参加者 合計：8名

京都大学（2名）

京都産業大学（1名）

京都造形芸術大学（2名）

立命館大学（留学生1名）

龍谷大学（2名）

■学生への課題

「バトルク레인」を活用した、
企業経営者と若者が 出会う場の企画・運営を行い
持続可能な運営体制 について提案せよ。

■概要

企業経営を楽しく体験することができるゲーム「バトルク레인」を用いて、企業経営者と学生の出会う場を企画し、運営するプロジェクト。

イベントの企画、実施のために、毎月企業人との定例ミーティングを行い、京都企業のニーズをヒアリングしながら、企業と学生の両者にとって必要なイベントの実施に向けて活動を行った。

■プロジェクトの結果・学生の学び

「バトルク레인」を活用した京都企業と学生の交流イベントを実施し、企業人（経営者+若手社員）15名と学生20名が参加した。

参加学生は、企画の立案から実施までを経験するとともに、企業人との定例ミーティングやイベントを通じて、多様な業界の企業に触れることで、京都企業の多様性や「伝統と革新」を体感し学んだ。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ
バトルクレーンの体験



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

京都企業について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企業との打ち合わせ

連携企業とイベント実施に向けた
打ち合わせを実施



企画立案

イベント企画をチームで立案

中間報告

イベント企画の途中経過を報告



Create

形にする
創造する

企画のブラッシュアップ

企業からフィードバックを受け
企画を修正



Act

実行する

イベントを実施

バトルクレーンを用いた
学生と企業が出会うイベントを実施

活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年6月	<ul style="list-style-type: none"> ○キックオフミーティング <ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクトの課題確認 ・京都企業についてのレクチャー ・企業、業界研究 ・バトルクレーンの体験 ○企業人との定例ミーティング1 <ul style="list-style-type: none"> ・イベント実施に向けた企業人との打ち合わせ ・イベント実施までのスケジュール作成 	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルセンター オフィス
2018年7月	<ul style="list-style-type: none"> ○調査 <ul style="list-style-type: none"> ・京都企業と学生の出会いの場について調査 ○グループワーク1（課題解決のための取り組み） <ul style="list-style-type: none"> ・イベント企画のためのブレインストーミング ・イベントの企画立案 ○企業人との定例ミーティング2 <ul style="list-style-type: none"> ・進捗報告 ・企業人からのフィードバック 	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルセンター オフィス
2018年8月	<ul style="list-style-type: none"> ○グループワーク2 <ul style="list-style-type: none"> ・イベントの企画書を作成 ○調査2 <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業の人手不足について調査 ・学生の就職活動状況について調査 ○企業人との定例ミーティング3 <ul style="list-style-type: none"> ・進捗報告 ・企業人からのフィードバック 	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルセンター オフィス
2018年9月	<ul style="list-style-type: none"> ○グループワーク3 <ul style="list-style-type: none"> ・イベント広報物（チラシ）を作成 ・SNSアカウントを用いた広報を実施 ○レクチャー <ul style="list-style-type: none"> ・イベントの運営に関するレクチャー ○企業人との定例ミーティング4 <ul style="list-style-type: none"> ・進捗報告 ・企業参加者の募集について相談 	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルセンター オフィス
2018年10月	<ul style="list-style-type: none"> ○イベントの広報 <ul style="list-style-type: none"> ・各大学へ出向きイベント広報を実施 ○企業人との定例ミーティング5 <ul style="list-style-type: none"> ・学生募集状況について報告 ・企業募集状況について共有 ・今後の広報プランについて協議 	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルセンター オフィス
2018年11月	<ul style="list-style-type: none"> ○イベント準備 <ul style="list-style-type: none"> ・当日の備品準備 ・運営タイムテーブルの作成 ・参加者リストを作成 ○イベント実施（運営） <ul style="list-style-type: none"> ・「わかもの企業人が出会うゲームイベント」 ○企業人との定例ミーティング（事後学習） <ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクトの振り返り 	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルセンター オフィス ・京都市内の施設 (イベント会場)

学生成果物

○参加者募集チラシ

学生の生の声が聴ける！？企業の社長とゲームができる！？
採用・就職活動以外での新たな出会いの場がここにある。

学生×企業人 出会いの場

就職活動以外での、若者と企業人の出会う場を創出し、
就職後のミスマッチを解消して企業への定着を図るため、
若者と企業人の相互理解を深めることを目的に、
2017年度京都市中小企業未来力会議でのビジネスアイデアをもとに以下の要領で
「わかものと企業人が出会うゲームイベント」
を企画し開催することとなりました！
参加企業を募集いたしますので、どうか積極的なご参加をお願いいたします。

プログラム内容

- ① 参加企業から学生への企業アピールプレゼン
- ② チーム編成
- ③ 学生と企業人の混合チームでのビジネスゲーム「バトルクレイン」
- ④ ゲームの振り返り
- ⑤ 学生×企業人交流会（立食形式）

- 開催日時 2018年 11月 17日(土) 13:00～17:00
- 開催場所 京都社会福祉会館
〒602-8143京都市上京区猪熊通丸太町下ル中之町 519 【二条城北側堀川西入ル】
- 募集人員 企業側 10社 20名(経営者と若手社員で参加)
大学生(既卒含む) 30名
- 参加費 企業：1社 2名 5,000円(税込)
学生：無料
- 参加申込 以下に記入の上、FAXにてグローバル人材開発センター宛にお送り下さい。
先着 10社(20名)で締め切りますのでご了承下さい。
- 主催 若者×企業人 出会う場創出プロジェクト
【プロジェクトメンバー】 市内大学生7名、京都市中小企業未来力会議参加企業 4社、
京都市わかもの就職支援センター、NPO法人グローバル人材開発センター
- 後援 京都中小企業家同友会
- ※なお、参加人数に限りがあるため定員に達した場合は参加をお断りすることもございますので、
予め申しからずご了承下さい。

<参加申込書> FAX：075-411-5011

会社名			連絡先	
参加希望				
参加者	経営者	役職名	お名前	
	若手社員	所属部署名	お名前	
			(歳)	

申込先・問合せ NPO法人グローバル人材開発センター TEL.075-411-5010 (仲田、木下)

GLODIAL

○イベントの企画書

2018年6月22日

若者×企業人 出会う場創出プロジェクト
京都市中小企業未来力会議参加企業
NPO 法人グローバル人材開発センター

「若者と企業人が出会うゲームイベント」企画書（案）

○目的

本イベントは、下記内容を目的とし開催いたします。

- ① 就職活動以外での、若者と企業人の出会う場を創出すること。
- ② 就職後のミスマッチを解消し企業への定着を図るため、若者と企業人の相互理解を深めること。

○実施の背景

昨今の若者の早期離職において、ミスマッチが課題となっております。ミスマッチという課題の原因を学生と企業の接点が就職活動にのみ集中してしまい、数少ない接点で相互理解を深めることの難しさにあると仮定しました。その結果、学生と企業の出会う場を就職活動以外の接点で創出することが必要であると考察し、本イベントの実施が決定いたしました。

○概要

本イベントは、「体験型企業経営実践ビジネスゲーム バトルクレイン」を活用し、京都で学ぶ学生や二次新卒者と、京都企業が出会い、相互理解を深めるイベントです。

NPO 法人グローバル人材開発センターの指導の下、京都で学ぶ大学生チームを結成しプロジェクトに取り組みます。

○イベント概要

実施日	11月17日(土)
実施方法	会場：京都社会福祉会館 URL http://www.kyo-syafuku.net/ 運営：若者×企業人 出会う場創出プロジェクト（略称：わかきPJ） 京都市中小企業未来力会議参加企業 NPO 法人グローバル人材開発センター
参加人数	企業人：10社（20名） 大学生：30名
参加費	企業：二人一組 5000円

○イベントの当日写真



開会挨拶



学生と企業人の交流の様子①



学生と企業人の交流の様子②



学生と企業人の交流の様子③



懇親会の様子



集合写真

②Leaf Web Writer Project

連携企業：株式会社リーフ・パブリケーションズ



■実施時期

2018年6月～11月

■参加者 合計：8名

京都大学（1名）

京都産業大学（2名）

同志社大学（2名）

花園大学（1名）

立命館大学（2名内留学生1名）

■学生への課題

観光WEBサイト『Why? KYOTO』の記事を作成せよ。

■概要

京都・滋賀のタウン情報誌『Leaf』の出版社「株式会社リーフ・パブリケーションズ」が運営する、外国人観光客を対象とした観光WEBサイト『Why? KYOTO』の記事を作成するプロジェクト。

記事作成のために、取材先の選定や取材交渉から記事作成までを学生が取り組み、Web記事として掲載された。

■プロジェクトの結果・学生の学び

「京都」の魅力を外国人観光客に発信するために、学生目線で取材先を選定し記事を作成した。作成した記事は『Why? KYOTO』に掲載された。

学生たちは外国人観光客に向けた記事作成を通じて、海外からみた京都という視点や、世界の中の京都という視点の大切さを学んだ。それにより、京都ならではの魅力を発見することができ、改めて自分たちの学ぶ「京都」という地域と世界のつながりに気づくことができた。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業について調査



Think

アイデアを出す
発想する

取材先の選定

学生チームで取材先を選定



Create

形にする
創造する

中間報告

決定した取材先を報告



取材

取材を実施

Act

実行する

記事の作成

取材をもとに記事を作成



活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年6月～7月	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング、事前学習<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認、整理・京都企業についてレクチャー・企業、業界研究○調査<ul style="list-style-type: none">・WEB記事について○企業訪問1<ul style="list-style-type: none">・インタビュー・取材、記事作成におけるレクチャー・取材先の検討○フィールドワーク1<ul style="list-style-type: none">・取材○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・京都の魅力を発見、抽出○ペアワーク1<ul style="list-style-type: none">・記事作成○企業訪問2<ul style="list-style-type: none">・（学生作成）記事の添削・取材先の検討	<ul style="list-style-type: none">・ グローカルセンター オフィス・ 株式会社リーフ・パブリケーションズ
2018年8月～9月	<ul style="list-style-type: none">○フィールドワーク2<ul style="list-style-type: none">・取材○ペアワーク2<ul style="list-style-type: none">・記事作成○企業訪問3<ul style="list-style-type: none">・（学生作成）記事の添削	<ul style="list-style-type: none">・ グローカルセンター オフィス・ 株式会社リーフ・パブリケーションズ
2018年10月～11月	<ul style="list-style-type: none">○企業訪問3<ul style="list-style-type: none">・記事の提出・連携先からのフィードバック○事後学習<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトのふりかえり	<ul style="list-style-type: none">・ グローカルセンター オフィス・ 株式会社リーフ・パブリケーションズ

学生成果物

○掲載された記事

LOCAL IN-DEPTH COMPANION GUIDE

Why KYOTO?

[ABOUT US](#)

[FEATURED](#)

[THINGS TO DO](#)

[MAGAZINE](#)



Facebook Follow



@whykyoto Follow



Instagram Follow

LOCAL IN-DEPTH COMPANION GUIDE

Why KYOTO?

Have you heard of Zen, a practice of Buddhism? It's also called Zenshu (Zen Buddhism), one of many schools of Buddhism. Steve Jobs, co-founder of Apple Inc., was an active follower of Zen.

One of the Zen training styles is Zazen, or seated meditation, with which trainees try to achieve mental concentration through sitting still with an upright posture.

This time, I had an opportunity to participate in the Monday Public Zazen Class, a Zazen session held every Monday evening in the Zendo (meditation hall) of Hanazono University where I attend.



TOP5

Sorry. No data so far.

CATEGORIES

[CULTURE](#) (25)

[EVENT](#) (5)

[EXPERIENCE](#) (14)

[FEATURED](#) (32)

[GOURMET](#) (12)

[NIGHTLIFE](#) (7)

[SHOP](#) (5)

[SHOPPING](#) (7)

[SPECIAL](#) (4)

[SPOT](#) (21)

③TKG×Art Project Vol.1

連携企業：株式会社特殊高所技術



■実施時期

2018年6月～10月

■参加者 合計：5名

京都大学（留学生1名）

京都造形芸術大学（1名）

京都府立大学（1名）

立命館大学（1名）

龍谷大学（1名）

■学生への課題

株式会社特殊高所技術の魅力を
「アート」で表現し発信せよ。

■概要

「株式会社特殊高所技術」の魅力をアートで表現し発信するプロジェクト。
特殊高所技術の魅力を「働く人」や「社会のインフラを支える仕事への誇り」であると発見し、その魅力を「ダイナミックかつ繊細」をテーマに、ダイナミックさを音楽で、繊細さをモザイクアートで表現する提案を行った。

■プロジェクトの結果・学生の学び

「ダイナミックかつ繊細」をテーマとしたモザイクアートと音楽の作成するという提案を行った結果、秋学期に新メンバーを募集して、提案を実施することとなった。

学生は企業の魅力発見のために何度も企業に足を運ぶことで、企業の魅力はそこで働く「人」と交流することで、発見することができると学んだ。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企業訪問

魅力の調査
「特殊高所技術」を体験



Create

形にする
創造する

企画立案

魅力発信の方法を企画



中間報告

企画の途中経過を報告

企画のブラッシュアップ

企業からフィードバックを受け
企画を修正

Act

実行する

最終報告

モザイクアート作成と
音楽の作成を提案

活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年6月	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてのレクチャー・企業、業界研究○企業訪問1<ul style="list-style-type: none">・顔合わせ・インタビュー	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・株式会社特殊高所技術
2018年7月	<ul style="list-style-type: none">○レクチャー<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター卒業生のアーティストより アートに関するレクチャー○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・企業の魅力を抽出・魅力の表現方法の立案○企業訪問2<ul style="list-style-type: none">・中間報告・「特殊高所技術」の見学・「特殊高所技術」の体験	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・株式会社特殊高所技術
2018年8月	<ul style="list-style-type: none">○調査1<ul style="list-style-type: none">・モザイクアートの作成方法について○グループワーク2<ul style="list-style-type: none">・モザイクアートの試作を作成・モザイクアートの作成手順を企画○企業訪問3<ul style="list-style-type: none">・中間報告・連携先のデザイン担当者にインタビュー	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・株式会社特殊高所技術
2018年9月	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク3<ul style="list-style-type: none">・企業訪問の振り返り・モザイクアートの企画立案・企画のブラッシュアップ○調査2<ul style="list-style-type: none">・オリジナル音楽の作成について・音楽作成ができる学生の募集	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年10月	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク4<ul style="list-style-type: none">・提案資料の作成○企業訪問4<ul style="list-style-type: none">・モザイクアートの作成企画を提案・企業からのフィードバック	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・株式会社特殊高所技術

学生成果物

○提案資料（一部抜粋）

TKGさんの魅力

熱意 やりがいのある仕事

人の生活を支える 誇り

ほどよいバカ チームワーク 几帳面

ダイナミックかつ繊細に 人生を楽しむ

⇒目に見えない思いを伝えたい、就活生にも響くのでは？

コンセプト

ダイナミックかつ繊細

↓ ↓
音楽 × モザイクアート

若者の就職観(マイナビ 18年卒就業意識調査)

1位: 楽しく働きたい

2位: 個人の生活と仕事を両立させたい

3位: 人のためになる仕事をしたい

4位: 自分の夢のために働きたい

5位: プライドの持てる仕事をしたい

⇒TKGの熱さ、仕事のやりがいが伝われば魅力的に映るのでは

なぜモザイクアートか？

社員の皆さんに参加してもらい、学生と共同で作ることが出来る

完成する過程もアートとして見せられる

社員の皆さんの日常を切り取った写真を使うことで、TKGの魅力が伝わる

音楽

- ・モザイクアートを作る過程の動画に音楽をつける
- ・音楽もこだわり壁、カラビナ、ハンマーなどを打楽器として用いて動画のBGMに組み込む。

⇒視覚だけでなく聴覚に訴えかけることで、動画のコンセプトや社風が伝わりやすくなる

③オリジナルの音楽を作る

・業者に外注

企業や法人なら5万~20万程度

個人でも4万~8万ほど

・音大生に依頼

京都市立芸術大学、同志社女子大学、京都精華大学、京都造形芸術大学など

専門学校で音楽制作を学ぶところは京都にはない

今後の活用方法と効果

・名刺の裏面に使う

→モザイクアートに特殊高所技術さんのロゴを大きく入れるため、会社のイメージも伝わり、明確でわかりやすいものになる。

・新卒採用で動画を流す

→動画は文字や写真とは違い、直感的で最も簡単に伝わるツール

⇒TKGさんの魅力、社員さんの熱い思いがより伝わり、応募者が増える。

④SUMMER PBL CAMP 2018~空き家活用Project~

連携企業：株式会社ライフ住宅販売



■実施時期

2018年8月27日～31日（短期PJ）

■参加者 合計：5名

京都産業大学（2名）

京都情報大学院大学（留学生1名）

立命館大学（1名）

龍谷大学（1名）

■学生への課題

京都の空き家の新たな活用法を提案せよ。

■概要

京都で問題となってる空き家問題に対して、その活用方法の提案を積極的にされている「株式会社ライフ住宅販売」に、いままでになかった空き家の活用法を提案するプロジェクト。

5日間という短い期間の中で、「レンタル型のゲストハウス」というアイデアの提案を行った。

■プロジェクトの結果・学生の学び

京都の空き家問題という社会課題に対して企業が積極的に取り組んでいる姿を目にしたことで、「三方よし」を体感し、企業の地域社会における公共性や、企業による社会課題への取り組みの重要性を学んだ。

また、参加学生の中には不動産業界の現状や課題を知ったことで、「京都の不動産業界で働きたい」という声が上がった。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企画立案

新たな空き家の活用方法を
チームで立案



Create

形にする
創造する

中間報告

他の夏季プロジェクトメンバーへ
企画の途中経過を報告



企画のブラッシュアップ

他のプロジェクトメンバーから
フィードバックを受け企画を修正



Act

実行する

最終報告会

空き家の活用方法を提案

活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年8月27日	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてレクチャー・チームビルディング○プロジェクト進行レクチャー<ul style="list-style-type: none">・会議の進め方についてレクチャー・スケジュール作成○調査<ul style="list-style-type: none">・企業、業界研究・企業へのインタビュー項目作成	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月28日	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・空き家の活用方法に関する企画立案○企業訪問<ul style="list-style-type: none">・顔合わせ・課題解決に係るインタビュー○グループワーク2<ul style="list-style-type: none">・企業訪問の振り返り・空き家の活用方法に関する企画立案	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・株式会社ライフ住宅販売
2018年8月29日	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク3<ul style="list-style-type: none">・企画書の作成・提案資料の作成○中間報告<ul style="list-style-type: none">・夏季PBL参加学生内で進捗報告・企画へのフィードバック○グループワーク4<ul style="list-style-type: none">・企画のブラッシュアップ	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月30日	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク5<ul style="list-style-type: none">・企画のブラッシュアップ・提案資料の作成○プレゼンテーションの練習<ul style="list-style-type: none">・プレゼンテーションのレクチャー・プレゼンテーションの練習○最終報告会の準備<ul style="list-style-type: none">・提案資料の準備	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月31日	<ul style="list-style-type: none">○最終報告会<ul style="list-style-type: none">・空き家の活用方法について提案・企業からのフィードバック・交流会○事後学習<ul style="list-style-type: none">・5日間の振り返り	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス

学生成果物

○活動報告書（一部抜粋）

プロジェクトを通じての学び！

大学とは違い、周りのモチベーションの高さに自分も集中して参加する事ができました。仲間のスキルに影響を受けるだけでなく、自分自身が楽しんで取り組むことで、どんなプロジェクトでもやりがいを感じながら頑張れることに気づき、改めて「楽をする」ではなく、「楽しむ」ことの大切さ気づきました。

プロジェクトを通して、ずっと一緒に過ごし助けてくれた暖かい周りの仲間のおかげで、最後までやり遂げることができ、チームで課題を解決する必要性を感じました。

また、自分たちの身に付いたスキルと個人の課題も見つけることができ新たな進歩へのきっかけとなりました。
(株式会社ライフ住宅販売チーム一同)



株式会社ライフ住宅販売さん

明るく開放的なオフィスで、社長をはじめ社員の皆様が生き生きと働かれていらしかったことが印象的でした。
私たち学生にもお気遣いいただき、不動産会社として**いつもお客様のことを考え、お客様第一で行動されておられることが**ひしひしと伝わり、不動産業界で働いてみたいと思うようになりました。

また、自分の会社のことだけでなく**社会のこともしっかりと考えられて**おり、「**三方よし**」の**会社で素敵**だなと訪問時にすごく伝えてきました。島本社長が優しく迎え入れてくださり、不動産業界について詳しく学ぶことができました。

○提案資料（一部抜粋）

企業訪問時の感想

オシャレで明るく開放的なオフィスがカッコよかった。こういうところで働きたい。

快活で親切的な島本社長で安心した。

丁寧な説明でとても分かりやすかった。

トイレまで綺麗に配慮が行き届いていた。

不動産業界のことを聞けて良かった。

今まで気にしていなかった空き家問題を再認識することができた。

社長さんに熱意があった。京都にいる不動産さんとしての信念を持っていた。

不動産のイメージは、以前は顧客が訪れるものというイメージが強かったが、意外と不動産さんは外で営業をするのが多かった。

株式会社ライフ
住宅販売の魅力

社会問題になりつつある京都市の空き家問題に積極的に取り組んでいる。

H27には、京都府より「知恵の経営」実践モデル企業に認証される！

経営革新に取り組む中小企業として京都市オスカー認定に採択される。

地域のための空き家相談会や、相続勉強会なども行っている。

新たな空き家の活用法とは...

- ・ ゲストハウス仕様の空き家を貸店舗として短期レンタル
- ・ 商品やサービスのテストマーケティングで利用していただく。
- ・ 地域の特性に応じた使い方

レンタル形式店舗

- ・ ターゲット
テストマーケティングを行いたいゲストハウス事業者や、新規事業を考えている事業者
- ・ テストマーケティングを行うことができる。
- ・ リスクが少ない。
- ・ 新店舗や新規事業の想定ができる。

なぜレンタル形式なのか？
株式会社ライフ住宅販売さんの強みを生かす！

- * 現在持っているゲストハウス事業者や、テナントを探している事業者とのコネクション、ノウハウを使うことができる。
- * 貸し出したオーナーが、テストマーケティング後に自分の店舗を求めて戻ってくる可能性がある

ユーザーのメリット

- * 交流の場になる
Ex.若い店主さんと知り合える
- * 地域について知れる
- * テストマーケティングでの出店のため通常よりさらに安価
- * まだ世の中に出ていないコンセプトに触れることができる
Ex.これから出てくる新しい販売戦略

ライフさんの見込める顧客形態

提案に至るまでに出た案

- ▶ワーキングスペース
- ↓
- ▶足湯
- ↓
- ▶日本酒のギャラリー兼ゲストハウス
- ↓
- ▶海外にあって日本にない店舗進出
- ↓
- ▶新たな空き家の活用！

⑤SUMMER PBL CAMP 2018~SNS活用PR Project~

連携企業：株式会社丸嘉



■実施時期
2018年8月27日～31日（短期PJ）

■参加者 合計：5名
京都産業大学（1名）
京都情報大学院大学（留学生1名）
同志社大学（2名）
立命館大学（1名）

■学生への課題

SNSを活用した企業PRの仕組みを提案せよ。

■概要

無垢な「木」を知るお店として、無垢フローリングや木のオフィスをプロデュースされている「株式会社丸嘉」と一緒に、SNSを活用した企業PRの仕組みを提案するプロジェクト。

企業におけるSNSの活用法として、その具体的なメリットやデメリット、ユーザーの求める情報や企業がSNSを使用する際の注意事項をまとめ、提案を行った。

■プロジェクトの結果・学生の学び

デジタルネイティブと呼ばれる世代の参加学生の感性を生かしたことで、通常行われる企業向けのSNS講座では教わることのできない内容を知ることができたと評価をいただいた。

学生たちは企業でのSNSの活用法を考察することを通じて、SNSが当たり前になっている世代だからこそ、インターネット上の情報の扱い方や自らの発信する情報の扱い方といった、情報リテラシーを学ぶことの重要性を学んだ。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企画立案

SNSを用いたPRアイデア
をチームで立案



Create

形にする
創造する

中間報告

他の夏季プロジェクトメンバーへ
企画の途中経過を報告



企画のブラッシュアップ

他のプロジェクトメンバーから
フィードバックを受け企画を修正



Act

実行する

最終報告

企業のSNSを用いたPR方法を提案

活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年8月27日	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてレクチャー・チームビルディング○プロジェクト進行レクチャー<ul style="list-style-type: none">・会議の進め方についてレクチャー・スケジュール作成○調査<ul style="list-style-type: none">・企業、業界研究・企業へのインタビュー項目作成	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月28日	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク 1<ul style="list-style-type: none">・企業におけるSNSの活用方法について企画立案○企業訪問<ul style="list-style-type: none">・顔合わせ・課題解決に係るインタビュー○グループワーク 2<ul style="list-style-type: none">・企業訪問の振り返り・企業におけるSNSの活用方法について企画立案	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・株式会社丸嘉
2018年8月29日	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク 3<ul style="list-style-type: none">・企画書の作成・提案資料の作成○中間報告<ul style="list-style-type: none">・夏季PBL参加学生内で進捗報告・企画へのフィードバック○グループワーク 4<ul style="list-style-type: none">・企画のブラッシュアップ	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月30日	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク 5<ul style="list-style-type: none">・企画のブラッシュアップ・提案資料の作成○プレゼンテーションの練習<ul style="list-style-type: none">・プレゼンテーションのレクチャー・プレゼンテーションの練習○最終報告会の準備<ul style="list-style-type: none">・提案資料の準備	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月31日	<ul style="list-style-type: none">○最終報告会<ul style="list-style-type: none">・企業におけるSNSの活用方法について提案・企業からのフィードバック・交流会○事後学習<ul style="list-style-type: none">・5日間の振り返り	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス

学生成果物

○活動報告書（一部抜粋）

プロジェクトを通じての学び！

今回、仲間でお互いを高めあうことができたが一番感じました。
リサーチ能力やプレゼンテーション能力が問われ、他のグループの仲間とも協力することで、自分たちだけでは解決することができないことも乗り越えることができました。
大学生活の中では、学ぶ機会の少ない能力が仲間のおかげでスキルアップでき、これからは活かしていけるよう今後より高みを目指して活動していこうと一人一人が目標を定めました。

また、真剣に向き合うからこそ違う考えや他の視点の意見をどうまとめ反映させるかといった問題にも、他を尊重させつつ自分の意見を伝える大切さを改めて学びました。
企業様を訪れ熱意を生で聞くことで、私たちの目標をぶれずに設定できたことがチームとしての成功につながったと感じました。
(株式会社丸嘉チーム一同)



株式会社丸嘉さん

オフィスにいただけで**木材の良さや温かさ**が伝わってきました。
小畑社長と社員の方々の距離が近く**和気あいあい**とした雰囲気、
皆様が**楽しんで**お仕事をされておられる様子から、働きやすい環境だと感じました。

木材のプロフェッショナルとしての商品への愛やこだわり、良いものをお客様に届けたいという**熱意**がお話から伝わり、私自身も心から他の人に紹介したり、このプロジェクトを成功させたいと思うことができました。

何も分からない私たちに対しても、**優しく親切にユーモア**を交えて接していただき、小畑社長や社員の方々の人間性**にお客様が自然に集まる**理由が垣間見えていました。

○提案資料（一部抜粋）

「SNSを用いる」ということ

メリットとデメリット

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none">・圧倒的な情報拡散力・ユーザーの多さ(国内) facebook 2800万人(2017年9月) Twitter 4500万人(2017年10月) Instagram 2000万人(2017年10月) データ出典:https://gaiax-socialmedialab.jp/post-27828/	<ul style="list-style-type: none">・上手く使えないとあまり有用でない・「炎上」がかなり身近・企業PRIに関してはSNSごとに向き不向きがある

「SNSを用いる」ということ

利用目的のギャップ

一般ユーザー	企業
<ul style="list-style-type: none">・特定の他者の私生活を知るため・匿名性のやりとり・SNS上のコミュニティ・情報収集・メールの代わり、連絡手段	<ul style="list-style-type: none">・宣伝目的・若者をターゲットに

「SNSを用いる」ということ

必要とする意識

- ⇒ “眩く”だけでなく、“眩かれる”こと
- ⇒ 拡散力を生かすこと

SNSを運用する

SNSに求めるもの

- ・SNSに何を求める？
⇒ 「そこで見られないもの」
例:情報 私生活 普通の風景 誰もやっていないこと
- ・SNSは本質的には自分の好きを発信するもの
⇒ それにより人が繋がる
小畑社長「大好きな人に大好きな商品を！！」

SNSを運用する

コミュニティの形成と拡大

- ・今まで
興味がある ⇒ 検索エンジンを用いる ⇒ サイトを発見 ⇒ 来店
 - ・これから
突然情報流れてくる ⇒ サイトを発見 ⇒ 来店 ⇒ 誰かに共有
- 人と繋がるステップが簡略化される時代-

SNSを運用する

SNSに求めるもの(丸嘉様を例に)

- ・ピザやかき氷をお客さんに振る舞っている
⇒ 普通の姿 しかし「来ないと分からないこと」
- ・DIYやリフォームを行っている
⇒ 変化の過程を動画としてアップロード
写真だけでは伝わらない過程が見えてくる



SNSを運用する
回答①



丸嘉様にしか作れない 動画によるアピール

SNSを運用する
回答②

発信する側から 発信される側へ



⑥SUMMER PBL CAMP 2018～タクシー業界探求プロジェクト～ 連携企業：株式会社タナベ



■実施時期

2018年8月27日～31日（短期PJ）

■参加者 合計：5名

京都学園大学（1名）

京都産業大学（2名）

同志社大学（2名内留学生1名）

■学生への課題

タクシー業界のニーズに合わせた、
新たな取り組みを提案せよ。

■概要

「タクシーのことならなんでもタナベに」をモットーに、タクシー製品だけでなく、タクシー業界の人材不足の問題にも取り組んでおられる「株式会社タナベ」に、タクシー業界のニーズに合わせた新たな取り組みを提案するプロジェクト。

若い人材がタクシー業界で働きたくなるような「好きなこと×タクシードライバー」という働き方の提案を行った。

■プロジェクトの結果・学生の学び

タクシー業界を知るとともに若者の就業観に焦点を当て、自分の個性を發揮できるタクシードライバーをテーマに働き方の提案を行った。その結果、「提案内容をタクシー会社へ持っていきたい」との評価をいただいた。

学生たちは、自分が働きたくなるにはどうすればよいか？という視点で提案を考えることで、タクシー業界のことだけでなく、自らの「就業観」や「仕事観」を学んだ。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企画立案

タクシー業界の新たなビジネスを
チームで立案



Create

形にする
創造する

中間報告

他の夏季プロジェクトメンバーへ
企画の途中経過を報告



企画のブラッシュアップ

他のプロジェクトメンバーから
フィードバックを受け企画を修正



Act

実行する

最終報告

タクシー業界のニーズを踏まえた
新たなビジネスを提案

活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年8月27日	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてレクチャー・チームビルディング○プロジェクト進行レクチャー<ul style="list-style-type: none">・会議の進め方についてレクチャー・スケジュール作成○調査1<ul style="list-style-type: none">・企業、業界研究・企業へのインタビュー項目作成	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月28日	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・タクシー業界の新たなビジネスについて企画立案○調査2<ul style="list-style-type: none">・タクシー業界に関する調査○グループワーク2<ul style="list-style-type: none">・企画書の作成	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月29日	<ul style="list-style-type: none">○企業訪問<ul style="list-style-type: none">・顔合わせ・課題解決に係るインタビュー○グループワーク3<ul style="list-style-type: none">・企業訪問の振り返り・タクシー業界の新たなビジネスについて企画立案○中間報告<ul style="list-style-type: none">・夏季PBL参加学生内で進捗報告・企画へのフィードバック○グループワーク3<ul style="list-style-type: none">・企画のブラッシュアップ	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月30日	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク4<ul style="list-style-type: none">・企画のブラッシュアップ・提案資料の作成○プレゼンテーションの練習<ul style="list-style-type: none">・プレゼンテーションのレクチャー・プレゼンテーションの練習○最終報告会の準備<ul style="list-style-type: none">・提案資料の準備	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年8月31日	<ul style="list-style-type: none">○最終報告会<ul style="list-style-type: none">・タクシー業界の新たなビジネスについて提案・企業からのフィードバック・交流会○事後学習<ul style="list-style-type: none">・5日間の振り返り	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス

学生成果物

○活動報告書（一部抜粋）

プロジェクトを通じての学び！

今回のプロジェクトを通して、アイデアを生み出すことの難しさを改めて感じました。試行錯誤を重ね、自分たちで悩みながらも何かを作り出すことで、最後に大きな達成感を得ることができました。タクシー業界のみならず他のグループと意見交換を行ったり、助けてもらうことで他の企業についても深く詳しく知ることができ貴重な経験となりました。

また、自分が世の中や企業について何も知らないことを知り、ネット記事や他人から聞いた話だけでなく自分が見て感じ、知った情報を信じることの大切さを理解しました。知らない事を知ることで見える世界も大きく変わるので、今後は知らない事に対して積極的に追及し、周りからもたくさんのことを吸収していきたいです。
(株式会社タナベチーム一同)



株式会社タナベさん

京都のタクシー業界の**中心を担って**おられ、自分の会社のみならずタクシー業界全体を**よりよくするために広い視野**を持って活動されていらっしゃる、業界の明るい未来を感じることができました。

新たなサービスや進化し続けるIT業界の波を受けるタクシー業界の中で、未来を見据え、**積極的に**新しいものを取り入れようとされておられる**前向きな姿勢**や、学生の意見を受けれてくださる田辺社長の思いから、タクシー業界へ就職という新たな進路の選択肢も考えることができました。

○提案資料（一部抜粋）

タクシー事業部の戦略

- Wi-FiやBluetooth機器を活用した車載器、事務所機器の拡販
- クレジットのIC化の対応、電子マネーの決済対応機器の拡販
- 外国人対応サービスの提供→英語応対能力検定の対応
通訳、翻訳やwebソリューションの提供
- 人材開発のコンサルティング→乗務員不足、乗務員高齢化
- 取付技術の水平展開と将来的な技術ネットワークの構築

企業訪問の感想

・ Personal thoughts

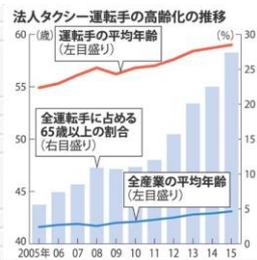
♥ タクシーのお医者さんであり、タクシーのコーディネーターというイメージを持ちました。

♥ タクシー事業について、知らないことをたくさん知ることができ、とても良い経験になりました。

タクシー業界の現状と課題

Situation and problems

☆乗務員不足、乗務員高齢化



原因

- タクシー会社のマイナスイメージ。
- 求人方法が旧態依然。(折込チラシなど)

全産業の中でもタクシー産業の平均年齢の高齢化は顕著である。

どんな働き方をしたいか上位3つ

就業意識調査

マイナビ18年卒



楽しく働きたい

29.7%



個人の生活と仕事を両立させたい

26.2%



人のためになる仕事をしたい

16.1%

→タクシーの働き方は若い人にも合っている。

タクシー業界の知られていない新事実？！

01

有給がとりやすい

02

歩合制

03

寮の完備

04

自分の私生活に合わせて働くことができる



利点→仕事と生活を自分なりに両立できる

解決策のコンセプト①

concepts

☆20代~40代が魅力を感じる働き方を広める

<特徴> 01
feature

お父さんや、お母さん世代に魅力ある働き方を進める

<ねらい> 02
target

楽しく働いている親や、身近な人の姿を子供世代に見せる

<効果> 03
effect

全世代におけるタクシードライバーの魅力を上昇させること

解決策のコンセプト②

concepts

☆京都のタクシー業界が一丸となってタクシードライバーのイメージが向上する情報発信をおこなう。

<特徴> 01
feature

各会社で情報を提供するのではなく、京都のタクシー会社一丸となり、発信する情報を変えていく。

<ねらい> 02
target

京都のタクシー会社が一丸となることで個々のコストをできるだけ減らす。

<効果> 03
effect

京都のタクシードライバーとして働く魅力の拡大と、京都のタクシーの知名度や情報の認知度の向上による、乗務員の数の上昇。

⑦TKG×Art Project Vol.2

連携企業：株式会社特殊高所技術



■実施時期

2018年11月～2019年3月

■参加者 合計：6名

京都大学（2名内留学生1名）

京都府立大学（1名）

立命館大学（1名）

龍谷大学（2名）

■学生への課題

株式会社特殊高所技術の魅力を表現したモザイクアートと音楽を作成せよ。

■概要

TKG×Art Project Vol.1で提案した、株式会社特殊高所技術の魅力を表現した「モザイクアートと音楽」を実際に作成するプロジェクト。

約5000枚の写真から最も魅力が伝わる写真を1枚選定し、そのパーツとなる写真を3000枚選びモザイクアートを作成した。

音楽は、作曲ができる学生メンバーとともに作成した。

■プロジェクトの結果・学生の学び

モザイクアートの作成に関して、株式会社特殊高所技術の各事業所（京都本社、東京、福岡）の社員の皆様と協働し作成した。作成の様子は撮影し、作成した音楽に載せて動画を作成した。

社員の皆様との協働を通じて、全社が一体となる取り組みを企画し実施した経験を得た。また、業界や職種に関わらない企業の魅力はそこで働く「人」であることを学んだ。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企業訪問

モザイクアート作成について
打ち合わせ



Create

形にする
創造する

企画立案

モザイクアート作成方法と
音楽の利用方法を立案



中間報告

モザイクアート作成の方法を
報告しブラッシュアップ

モザイクアート作成の準備

企業へ訪問し、
モザイクアート作成に向けた
準備を実施



Act

実行する

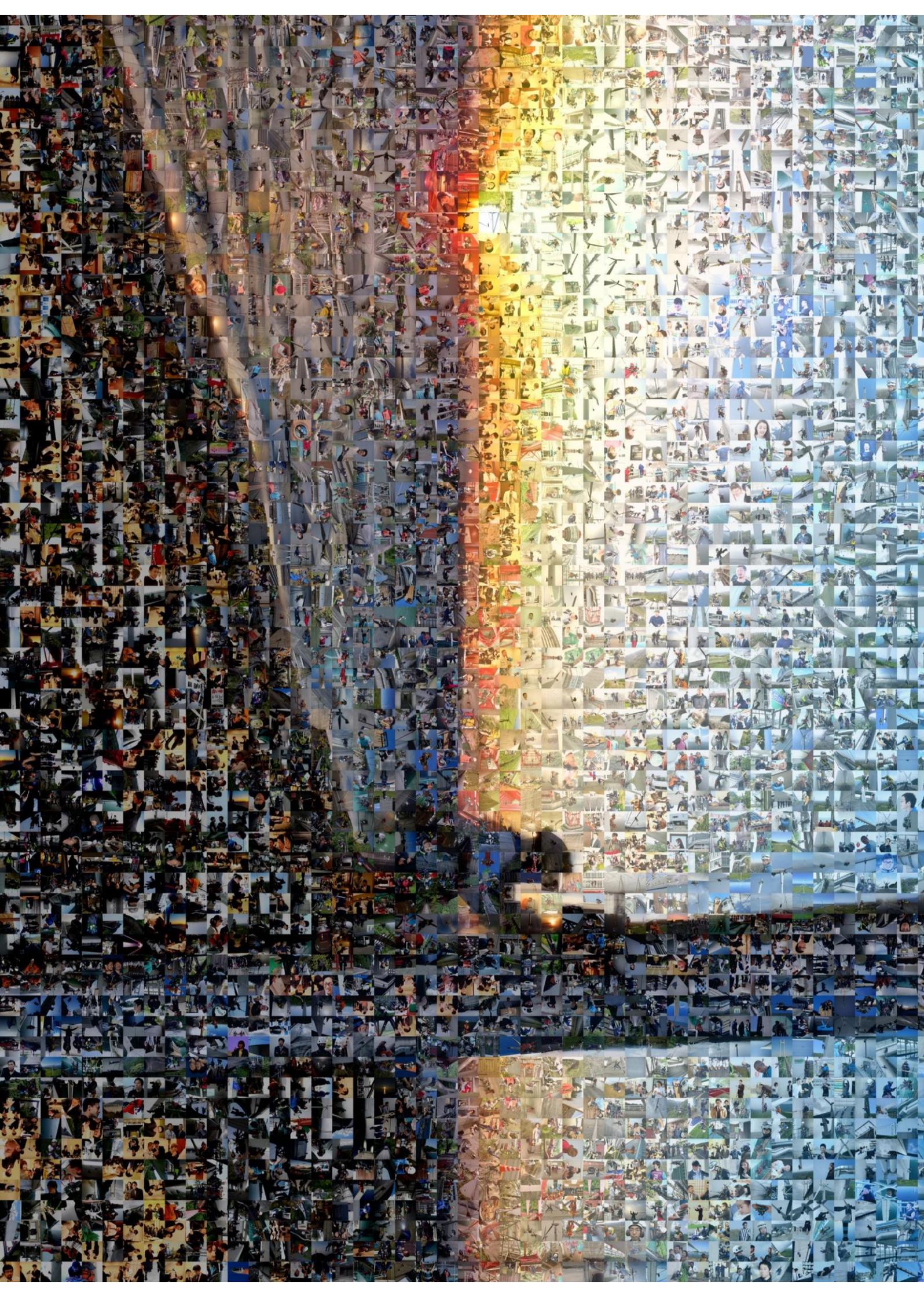
モザイクアートを作成

全社員を巻き込み、
モザイクアート作成を実施

活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年11月	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてのレクチャー・企業、業界研究○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・前期プロジェクトの共有・モザイクアート企画の具体的な実施方法を協議	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年12月	<ul style="list-style-type: none">○調査<ul style="list-style-type: none">・作曲ができる学生の募集○グループワーク2<ul style="list-style-type: none">・モザイクアートの作成に関する提案資料の作成・音楽のイメージを作曲ができる学生へ共有・企画のブラッシュアップ	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2019年1月	<ul style="list-style-type: none">○企業訪問1<ul style="list-style-type: none">・モザイクアートに使用する写真の受け取り・モザイクアート作成の実施に係る協議○グループワーク3<ul style="list-style-type: none">・モザイクアートに使用する写真の選定・モザイクアートの完成図を作成	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス 株式会社特殊高所技術
2019年2月	<ul style="list-style-type: none">○企業訪問2<ul style="list-style-type: none">・モザイクアートの作成準備・作成実施日当日の流れを協議○グループワーク4<ul style="list-style-type: none">・実施の工程表を作成・動画の撮影準備	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス 株式会社特殊高所技術
2019年3月	<ul style="list-style-type: none">○企業訪問3<ul style="list-style-type: none">・モザイクアートの作成を実施・記念撮影○事後学習<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの振り返り	<ul style="list-style-type: none">株式会社特殊高所技術

学生成果物



⑧GLOCAL MAKES STYLE Project

連携企業：株式会社ヒューマンフォーラム



■実施時期

2018年11月～2019年2月

■参加者 合計：7名

京都産業大学（3名）

京都情報大学院大学（留学生1名）

京都文教大学（2名）

立命館大学（1名）

■学生への課題

スピズ京都本店のイベントスペースを活用した、イベントを企画・運営せよ。

■概要

若者に大人気のファッション、音楽、アート、人などの様々なユースカルチャーがスピンするお店「スピズ京都本店」のイベントスペースを活用し、中高生を対象としたイベントを企画・実施するプロジェクト。

バレンタイン企画として、美容の専門学生によるメイクイベント「Make Up Your Story」の企画・運営を行った。

■プロジェクトの結果・学生の学び

自分たちが中高生の時の困りごとから着想を得て、メイクをしたことがない人でも、メイクを楽しいと思ってもらえるきっかけとなることを目指し、「バレンタインに甘い一手を」というキャッチコピーで企画を行った。イベント当日は約50名のお客様がメイクイベントに参加した。

学生たちはイベントを企画する中で、自分たちがやりたいことを実現するためには、連携企業やイベントの参加者など様々な視点を持つことが大切であると他者視点の重要性を学んだ。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業とアパレル業界について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企業訪問

イベント企画についてヒアリング
イベント会場の下見



企画立案

バレンタイン企画を立案

Create

形にする
創造する

中間報告

企画について提案



企画の実施に向けた準備

バレンタイン企画に向けた
広報を実施
当日までの準備

Act

実行する

バレンタイン企画の実施

中高生を対象とした、
メイクイベントを実施

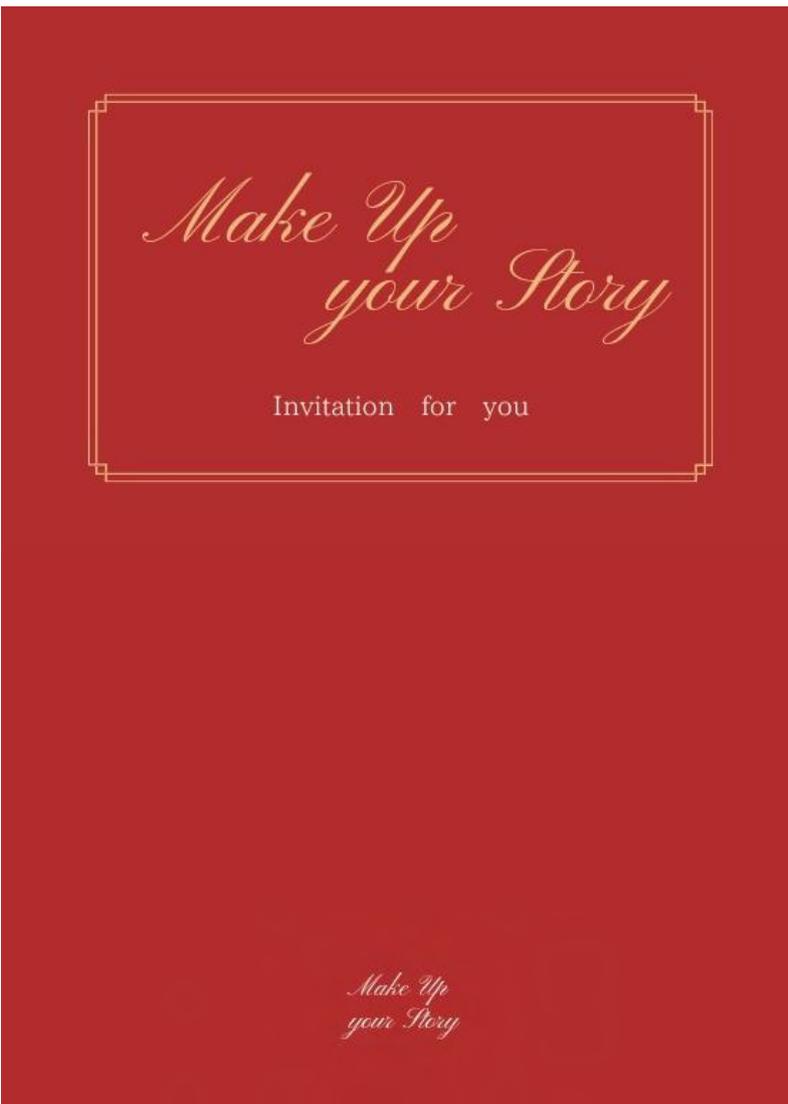


活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年11月	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてのレクチャー・企業、業界研究○企業訪問1<ul style="list-style-type: none">・顔合わせ・インタビュー・イベント実施会場の下見	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・スピンズ京都本店
2018年12月	<ul style="list-style-type: none">○調査<ul style="list-style-type: none">・スピンズの主な客層について・スピンズ京都本店の過去の実施イベントについて○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・中高生を対象とした企画の立案○企業訪問2<ul style="list-style-type: none">・スピンズ京都本店の現地調査・中間報告・企業からのフィードバック・企画の実施に向けた協議	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・スピンズ京都本店
2019年1月	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク2<ul style="list-style-type: none">・企画のブラッシュアップ・企画に必要な備品リストの作成○グループワーク3<ul style="list-style-type: none">・イベントの広報プランの作成○イベント準備<ul style="list-style-type: none">・備品の買い出し・当日の広報物（チラシ、ポスター）の作成	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2019年2月	<ul style="list-style-type: none">○イベント実施<ul style="list-style-type: none">・中高生を対象としたメイクイベント 「Make Up Your Story」を実施○事後学習<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの振り返り	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・スピンズ京都本店

学生成果物

○イベントの広報資料



○当日の呼び込み用配布チラシ



○イベントの当日写真



会場準備の様子



メイクイベントの様子①



店内アナウンスの様子



店前の呼び込みの様子



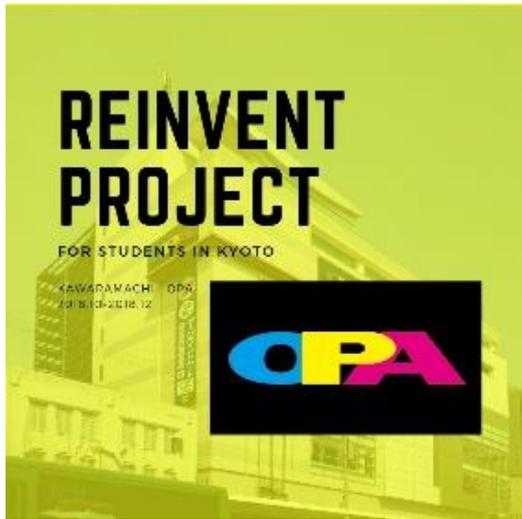
メイクイベントの様子②



集合写真

⑨OPA REINVENT Project

連携企業：株式会社OPA



■実施時期

2018年11月～2019年1月

■参加者 合計：8名

京都大学（3名）

京都府立大学（1名）

同志社大学（留学生1名）

龍谷大学（1名）

立命館大学（留学生2名）

■学生への課題

河原町オーパならではの立地・学生のアイデアを活かした販促企画を提案せよ！

■概要

若者を中心に幅広い世代から愛される「河原町オーパ」。新たな時代を開拓していくオーパへ、京都の若者の「消費行動」や「情報収集」の方法などリサーチベースに時代の感性をいかした学生ならではの販促アイデアを提案するプロジェクト。

アンケートの結果を考慮し、20代女性向けの「すっぴん割」という販売企画の提案を行った。

■プロジェクトの結果・学生の学び

約200名へのアンケートを実施し、京都の若者の「消費行動」や販売促進に係る「情報収集」を実施した。その結果をもとに、連携企業の販売促進担当者と協働し、「すっぴん割」という企画の提案を行った。

提案内容は、2019年4～5月を目処に実施予定となっている。

学生たちは、アンケート調査での統計学的なデータを活用しながらも、京都という地域の特性や現場観を持ち、企画を立案する重要性を学んだ。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業と不動産業界について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企業訪問

今まで実施された販促企画についてヒアリング



Create

形にする
創造する

企画立案

販促企画を立案



中間報告

販促企画について提案
具体的な実施にむけて打ち合わせ

企画のブラッシュアップ

ワークショップ型で企業担当者と
企画をブラッシュアップ



Act

実行する

最終報告

4~5月の実施に向けた販促企画を
提案

活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年11月	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてのレクチャー・企業、業界研究○アンケート調査<ul style="list-style-type: none">・販促企画の立案のためのアンケート作成・Webアンケートの実施○連携先担当者とのグループワーク<ul style="list-style-type: none">・顔合わせ・インタビュー・アンケートの進捗報告	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2018年12月	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・アンケートの集計、分析・販促企画の立案○企業訪問1<ul style="list-style-type: none">・販促企画の提案・企業からのフィードバック○グループワーク2<ul style="list-style-type: none">・企業訪問の振り返り・企画のブラッシュアップ○企業訪問2<ul style="list-style-type: none">・販促企画「すっぴん割」の提案・企業からのフィードバック・連携先担当者との販促企画のブラッシュアップ	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス ・河原町オーパ
2019年1月	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク3<ul style="list-style-type: none">・企業訪問の振り返り・販促企画「すっぴん割」のブラッシュアップ・別の販促企画の立案○企業訪問3<ul style="list-style-type: none">・販促企画「すっぴん割」の提案・販促企画の実施に向けた協議○グループワーク4<ul style="list-style-type: none">・販促企画の広報プランの立案・広報先リストの作成○企業訪問4<ul style="list-style-type: none">・販促企画の広報プランの提案・企業からのフィードバック○事後学習<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの振り返り	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス ・河原町オーパ

学生成果物

○提案資料（一部抜粋）

アンケート概要

実施期間：2018年11月21日～12月4日

対象者：京都で学ぶ大学生、京都で働く社会人（プロジェクトメンバーの友人・知人）

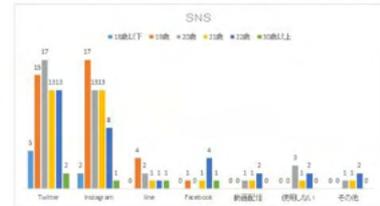
回答数：150人



3

アンケート結果

- ・SNSを使用している人が多い。
- ・ツイッターとインスタグラムの利用者が多い。
- ・OPAのイメージは「ファッション」という声が多かった。



4

販促アイデア① インスタ映えスポットをOPA内に設置

- ◆アンケート結果より
Instagramは男女共に「普段使うSNS」の中で1位
- ◆行う場所
上階フロア・1階のイベントスペース・あちこちに...

では、どうやって「インスタ映え」にするか？

- ①ボードを作る。新ロゴの宣伝、吹き出しだけある
事例) ジュービッコ新宿東口店
- ②OPAらしい壁紙(アニバーサリーのような)
事例) 原宿BARE KIDS (子供服ショップ)



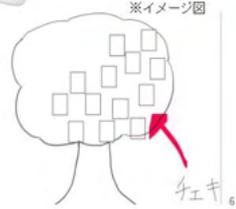
3

販促アイデア② チェキ (チェ木)

- ◆内容
その場でチェキ(若者の中で流行)を撮り、写真を貼りOPAのシンボルに



- ◆狙える効果
 - ・OPAのものを買ってくれた人にチェキ引き換え券 → 買いたい欲を促進する。
 - ・シンボリックな存在になる → 話題性up、来客数up
 - ・SNSでお客さんに拡散してもらえる。 → 口コミ効果



6

販促アイデア④ プロの人にコーディネートしてもらおう

<アンケート結果より>

「若者向けのファッションストア」「服屋さん」「衣服を買うのに便利」

※アンケート自由記述欄一部抜粋

オーバは「ファッション」というイメージが着いている



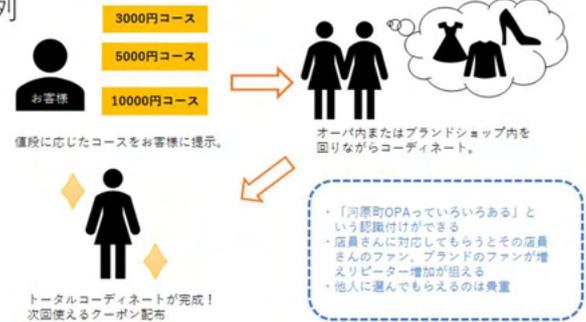
「オーバ内で自分好みのトータルコーディネートができる」

イベントを開催してはどうか

11

販促アイデア④ プロの人にコーディネートしてもらおう

例



13

販促アイデア⑤ 新入生が使うものを割引き

- ◆内容
 - ・「襟付きシャツ」や「春コート特集」など、新入生が使うと予想されるものを割引
 - ・抽選と組み合わせると面白いかもしれない。
ex) SNSで抽選して当たったら対象商品がもらえる！

- ◆SNS抽選の方法
 - ・アカウントをフォロー&対象ツイートをリツイート
 - ・ハッシュタグをつけて投稿

14

その他のアイデア

- (1) 「アパレル店内にカフェ」
- (2) 「アプリを作って購買記録を管理」
- (3) 「海外のファッションを楽しめるイベント」
- (4) 「すっぴん割」
- (5) 「団体割・初めての人に割引・紹介割引」
- (6) 「積立方式で使用金額を記録」

16

⑩就活お悩み解消プロジェクト！企業の中までシッテQ

連携企業：日新電機株式会社



■実施時期

2018年11月～2019年2月

■参加者 合計：8名

京都大学（1名）

京都情報大学院大学（留学生1名）

京都橘大学（3名）

京都文教大学（2名）

立命館大学（留学生1名）

■学生への課題

大学生から見た日新電機グループの魅力をまとめ、会社が採用活動に利用できる成果物を作成せよ。

■概要

電気とともに100年もの歴史を持つ古き良き企業「日新電機株式会社」の魅力を発見し、採用活動に利用できる成果物を作成するプロジェクト。

若者社員の皆様とのワークショップやインタビューを通じて日新電機株式会社の魅力をまとめた。成果物として「採用×遊び」をテーマとした採用活動で利用できるゲームを提案した。

■プロジェクトの結果・学生の学び

若手社員の皆様とのワークショップやインタビューから魅力を発見することで、現場が感じる魅力を抽出することができた。これからの採用活動の在り方を調査するだけでなく、100年もの歴史をもちながら、ベンチャースピリットを兼ね備えた日新電機株式会社に触れることで、「京都企業」と呼ばれる所以である「伝統と革新」を肌で感じ、いままでの採用活動の枠にとらわれることのないアイデアを提案することができた。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業と電機業界について調査



Think

アイデアを出す
発想する

採用活動に関する調査

「採用×遊び」をテーマに調査



Create

形にする
創造する

企業訪問

企業担当者とワークショップ形式で
企画を立案



企画立案

「採用×遊び」をテーマに
採用活動で利用できるゲームを企画

Act

実行する

最終報告

「採用×遊び」をテーマに
採用活動で利用できるゲーム



活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年11月	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてのレクチャー・企業、業界研究○企業訪問1<ul style="list-style-type: none">・顔合わせ・インタビュー	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・日新電機株式会社
2018年12月	<ul style="list-style-type: none">○調査<ul style="list-style-type: none">・日本の就職・採用状況について・「採用×遊び」について○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・「採用×遊び」をテーマとした企画の立案○企業訪問2<ul style="list-style-type: none">・連携先人事担当者とのワークショップ・中間報告	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・日新電機株式会社
2019年1月	<ul style="list-style-type: none">○グループワーク2<ul style="list-style-type: none">・企業訪問の振り返り・「採用×遊び」をテーマとした成果物の作成○調査<ul style="list-style-type: none">・「採用×遊び」の取り組み事例の調査○グループワーク3<ul style="list-style-type: none">・企画のブラッシュアップ・提案資料の作成	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス
2019年2月	<ul style="list-style-type: none">○企業訪問3<ul style="list-style-type: none">・「採用×遊び」をテーマとした企画の提案・企業からのフィードバック○事後学習<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの振り返り	<ul style="list-style-type: none">・グローバルセンター オフィス・日新電機株式会社

学生成果物

○提案資料（一部抜粋）

学生から見た日新電機株式会社の魅力

- ・インフラ業界という安定性
- ・キャリアの多様性が見込める
例:ジョブローテーション
- ・社員の方の温かさ、話しやすさ
- ・若手でもチャレンジできる環境
→自分の成長が実感できる仕事で、やりがいがある。
例:南極のプロジェクト
- ・グローバルな視野で仕事をできること。
- ・メーカーは女性が少ないというイメージがあるが、実は女性が働きやすい環境が整っている。
- ・面接では自分のことをよく考えてくれる面接のような形式であり、本当に日新の仕事が自分に合っているのか考えて選考して下さる
→その結果、離職率が低い。

なぜ採用×遊びなのか

- ・従来の採用活動
面接時に聞かれる内容を想定してしまうため、就活生が用意してきた自分を見せてしまう。
→本来の姿が見えない。
→入社後のミスマッチ
- ・採用×遊び
緊張感の緩和により、就活生の本来の姿が見え、自然なコミュニケーションが可能。
→マッチング精度の向上

日本企業の採用活動と「遊び」の接近によると

遊びが採用の中に適切に持ち込まれるとき、それは面接のように「真面目さ」が支配する従来の選抜手法以上に、企業と求職者の能力のマッチング精度を高める。

企業と学生にとって、採用・就職活動が極めて重要でシリアスな活動である限り、それがいかに設計されようとも、「就職・採用活動のルール」による侵食は避けられない。

「フランク」な雰囲気を出された説明会や、「気楽に」望むように指示されたグループワークや、「素直な」自分を出すように要請された面接のその中で、求職者は常に、自分が就職・採用という「真面目」でシリアスな状況の中にいることを意識する。

そのことが、説明会を必要以上に堅苦しいものにシグループワークや面接における求職者の演技を誘発する。



人狼

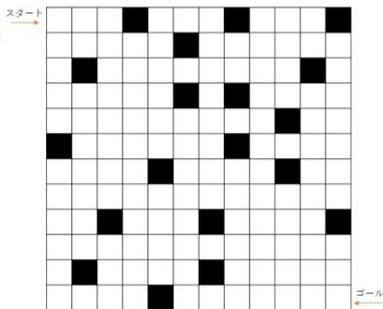
VS



市民

道を作るパズル

次のパズルを解いてください



- ☆ルール
1. 黒いマスは通れない
 2. 白いマスはすべて通る
 3. 同じマスは2回通れない

道を作るパズルの効果

企業からみた効果

- ・集中力を見ることができる
- ・思考力を見ることができる
- ・持続力を見ることができる
- ・1つの問題に4人で取り組むのでグループでの役割や立ち回りも見れる

学生からみた効果

- ・ルールが単純なのですぐに取り組むことができる

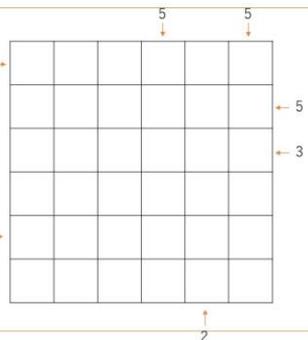
このパズルを日新で使う理由

- ・実際に仕事をするうえで必要としている力を見ることができる
- ・面接でも見れるがゲームという環境で緊張が解けた姿が見れる

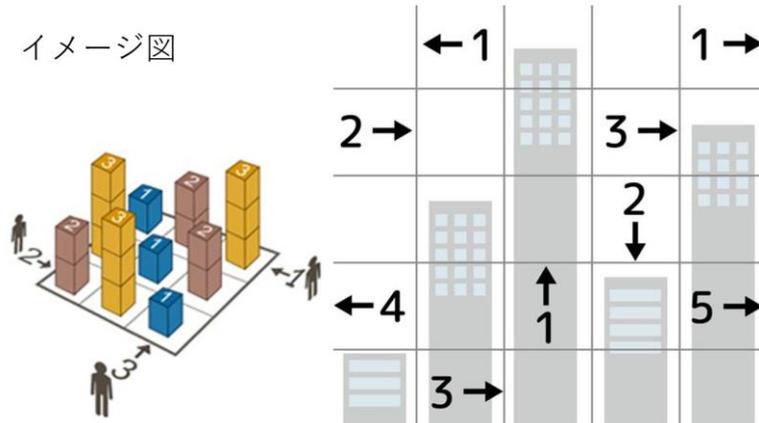
ビルディングパズル

高さのちがう積み木 (0~5) を、次のルールで右のボードにならべました。□に当てはまる数字を書きましょう。

- ☆ルール
1. たて・横どの列を見ても、同じ高さの積み木がないようにします。
 2. どの列にも、積み木を置かない□が1つずつあります。
 3. ボードのまわりの数字は、その列の積み木を矢印の方向に見たときに、見える積み木の種類を表しています。

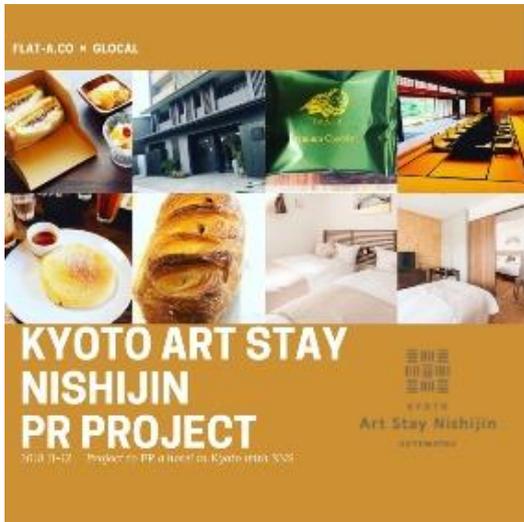


イメージ図



⑪ SNS発信Project！モニタリング京都西陣

連携企業：株式会社フラットエージェンシー



■実施時期
2018年11月～12月

■参加者 合計：5名
京都情報大学院大学（1名）
京都府立大学（1名）
京都文教大学（2名）
同志社大学（留学生2名）

■学生への課題

「京都アートステイ西陣捨松」の魅力を学生視点で発見し、大学生や外国人観光客が選びたくなるSNS広報プランを提案せよ。

■概要

京都の伝統に触れ、感じる宿泊施設「京都アートステイ西陣捨松」にモニターとして宿泊し、体験した魅力をSNSを用いて発信するプロジェクト。

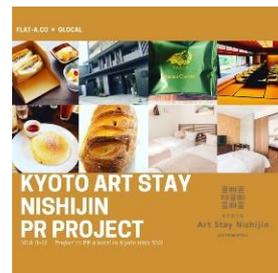
3泊4日の宿泊中にもSNSで発信を行いながら、ホテルの魅力を抽出した。さらに、今後のSNSを用いた発信方法として、Instagramを用いた際の注意事項や魅力の伝え方をまとめて提案した。

■プロジェクトの結果・学生の学び

3泊4日のモニター宿泊を通じて、実際に泊まったことで感じたリアルな感想の発信を行った。さらにホテルだけでなく、「西陣」という地域に着目し、まちの魅力の発信も行った。提案は、発信した内容への反応から考察し、特に反応の良かったハッシュタグをリスト化し、提案内容に反映させた。

学生たちは不動産業界や京都の観光業界に触れることで、「不動産はまちづくり産業」という言葉を学び、観光業界にとってもホテルの魅力だけでなく、京都という地域の魅力を再発見し発信することの重要性を学んだ。

プロジェクトの流れ & 活動写真



Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業と観光業界について調査
西陣について調査



企業訪問

ホテルへの宿泊について打合わせ
SNSの利用についてヒアリング



Think

アイデアを出す
発想する

モニタリング宿泊

京都アートステイ西陣捨松に
モニターとして宿泊しSNSで発信



Create

形にする
創造する

企画立案

SNSの発信方法について立案

企業訪問

SNSの発信の結果について報告
SNS発信企画について中間報告



Act

実行する

最終報告

Instagramの新たな活用法と
西陣町歩きマップを企業に提案

活動スケジュール

日程	内容	場所
2018年11月	<ul style="list-style-type: none">○キックオフミーティング<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの課題確認・京都企業についてのレクチャー・企業、業界研究○企業訪問1<ul style="list-style-type: none">・顔合わせ・インタビュー・モニタリング宿泊の注意事項の説明○モニタリング宿泊（3泊4日）<ul style="list-style-type: none">・ホテル「京都アートステイ西陣捨松」に宿泊・ホテルの魅力をSNSを用いて発信○グループワーク1<ul style="list-style-type: none">・ホテルの魅力を抽出・SNS発信方法の企画立案○企業訪問2<ul style="list-style-type: none">・進捗報告・モニタリングの感想を共有・SNSの発信の結果を報告	<ul style="list-style-type: none">・ グローカルセンター オフィス・ 株式会社フラットエー ジェンシー
2018年12月	<ul style="list-style-type: none">○フィールドワーク調査<ul style="list-style-type: none">・西陣の魅力を調査○グループワーク2<ul style="list-style-type: none">・企業訪問の振り返り・提案資料の作成・企画のブラッシュアップ○企業訪問3<ul style="list-style-type: none">・SNS発信の方法について提案・西陣の町歩きマップの作成を提案・企業からのフィードバック○事後学習<ul style="list-style-type: none">・プロジェクトの振り返り	<ul style="list-style-type: none">・ グローカルセンター オフィス・ 株式会社フラットエー ジェンシー

学生成果物

○提案資料（一部抜粋）

提案のまとめ



SNSの発信について

若者にとってのSNS

- Twitter
- Instagram
- YouTube



海外でのSNS

- Facebook
- Instagram
- YouTube

特に中国では

- iQIYI
- YOUKU
- QQLive
- Vblog

さらに旅行サイト

- Epedia
- Booking.com
- Agoda
- Airbnb
- TripAdvisor



SNS発信のポイント！

ホテルを知ってもらうだけでなく『西陣』という地域に魅力を感じてもらうことが重要！

京都の西陣に行きたい！
→ 「じゃあ、西陣のホテルってどこ？」
「京都アートステイ西陣捨松がある！」
という流れができるのでは！

投稿をしてみたの気づき

Instagramでの発信は #ハッシュタグ が重要！！

特徴的な #ハッシュタグをつけることで、投稿に対する反応が増加！

○モニタリング中のSNS発信



IV.成果報告会

すごい！採用・就職会議 Vol.3

(日時) 2019年2月15日(金) 14:00~17:00 (開場13:30)

(会場) 西陣産業創造会館 2階 Impact Hub Kyoto

14:00~ 開会挨拶

橋本 浩之 (京都市総合企画局 総合政策室 留学生支援・大学連携推進担当課長)

14:05~ 事業報告

木下 京介 (NPO 法人グローバル人材開発センター コーディネーター)

14:10~ 活動報告

○企業連携プロジェクト活動報告

TKG×Art プロジェクト (連携先企業: 株式会社特殊高所技術)

SPINNS GLOCAL Makes Style プロジェクト (連携企業: 株式会社ヒューマンフォーラム)

14:30~ パネルディスカッション

テーマ: 京都企業×学生連携プロジェクトは新たな出会いの場となりうるか?

登壇者: 安東 司 氏 (株式会社 OPA リーシング企画部)

青山 太輔 氏 (株式会社特殊高所技術 総務課 課長)

太田 亮子 氏 (日新電機株式会社 人事部 採用グループ グループ長)

櫻井 美優希氏 (龍谷大学 OPA Reinvent プロジェクト参加)

高津 遥 氏 (京都産業大学 GLOCAL SUMMER PBL CAMP2018 参加)

森田 桃香 氏 (京都文教大学 就活お悩み解決プロジェクト! 企業の中までシッテ Q

SPINNS GLOCAL Makes Style プロジェクト参加)

コーディネーター: 仲田 匡志 (NPO 法人グローバル人材開発センター 事務局長代理)

15:30~ 休憩

15:40~ 来場者参加型ワークショップ

テーマ: どうすれば出会える!? 良い企業&良い学生 新たな出会いの場について考える。

内容: 「社会人」×「学生」のトークとワークの分科会を行います。

16:55~ 閉会挨拶

プロジェクト参加学生代表

主催: 京都市

後援: 京都商工会議所、京都経営者協会、一般社団法人京都経済同友会、公益社団法人京都工業会
京都中小企業家同友会、公益財団法人大学コンソーシアム京都

広報協力: 京都市わかもの就職支援センター

「すごい！採用・就職会議 京都市 平成 30 年度 グローカル人財育成事業 成果報告会」

1. 開会挨拶

橋本 浩之 氏（京都市総合企画局総合政策室 留学生支援・大学連携推進 担当課長）

皆さま、こんにちは。ただ今ご紹介いただきました、京都市で留学生支援、大学政策推進担当課長をしております橋本と申します。

本日は平日の昼間ということで、なかなか皆さんお集まりにくい時間にもかかわらず、このようにたくさん来ていただきまして誠にありがとうございます。

本事業は、先ほど少し説明がございましたけれども、留学生を含む京都の学生の皆さまをグローバルな視点と、あとローカル、地元の支えとなるような人材、いわゆるグローバル人財になってもらうこと、もう一つが学生の皆さまと京都の企業の出会いの場となること、この二つの大きな目的を持って始めた事業でございます。

平成 26 年から始まりまして、今年が平成 30 年度ってということで、長い間グローバル人材開発センターさんの皆さまのご協力もあって、こうして続けさせていただいている次第でございます。参加された学生の皆さまの中には、京都の魅力ある企業のことを知っていただいて、また興味持っていただいて、中には就職していただいた学生さんもいるということで、大変私ども主催者としてもありがたく思っております。また、この事業の大きな特徴としましては、留学生が必ずプロジェクトに 1 人以上が入っていただいて、日本の学生の皆さんと一緒にプロジェクトに参加していただくというのが大きな特徴となっております。

留学生の就職ですが JASSO という、日本学生支援機構の調査によりますと、卒業する留学生の約 6 割が日本での就職を希望しているにもかかわらず、実際就職できるのがその 3 割ということで、京都市としても、そうした日本で就職したいけれども就職できないという留学生の皆さまを支援する、留学生の就職支援の事業も一昨年からはじめておりまして、グローバルセンターさんの協力も得ながら、皆さまの本日お手元にお配りしている、この『ハタ洛』っていう留学生の就職支援のマッチングサイトを、新たに作らせていただいております。そして、今回のグローバル人財育成事業を通しましても、ぜひ留学生の皆さまにも京都の素晴らしい企業を知っていただいて、ぜひ就職に結びついていただければなと思っている次第でございます。

本日はこの後、事業報告、あと学生の皆さんのセッション。そして最後はワークショップという形で続きます。短い時間ですけれども、ぜひ何か皆さまの有意義なものになることを祈っておりますので、どうぞよろしく願いいたします。甚だ簡単ではございますけど、主催者を代表してごあいさつをさせていただきますので、皆さんどうぞ本日はよろしく願いいたします。

2. 事業報告

木下 京介 (NPO 法人グローバル人材開発センター コーディネーター)

皆さま、本日はお寒い中お越しいただきまして誠にありがとうございます。これより簡単ではありますが事業報告のほうさせていただきますので、どうぞよろしく願いいたします。まずは今回のご報告の流れが、先ほどの橋本課長のほうからお話しいただきました事業の趣旨、目的を簡単にもう一度お話しさせていただきます。その後私たちグローバルセンターについても少しお話しさせていただきます。最後に、この事業の成果というところで具体的な数字を用いて事業の成果をご説明させていただければと思います。

まずは事業の趣旨ですけれども、先ほどもありますように、以下の三つの目的とした事業をさせていただいております。一つ目がグローバル人材の育成というところ。もう一つが学生と京都企業の出会いの機会の創出。それから学生のグローバルかつ実践的な共同研究の創出。この三つを目的としてこの事業を運営させていただいております。

一つ目のグローバル人材の育成ですが、こちらグローバルな視野を持ちながらローカルで活躍できる人材というところで、私たちグローバルセンターと同じ思いをお持ちいただいている京都市の皆さまと一緒に 5 年間、この事業を継続してさせていただいております。

また、学生と京都企業の出会いの場の創出というところで、本日皆さまにお越しただいている、この場がまさにその出会いの場となるかなと思っております。本日のこの『すごい採用就職会議』を通しまして、お越しいただきました企業の皆さま、それからこちらにいる学生、この両者が出会い、本当にいい採用ってなんなのか、本当にいい出会いとはなんなのかなとそういったところを話せるような場に、本日はしていきたいと考えております。

学生とグローバルかつ実践的な学びの場というところなんですけれども、これは先ほどもありましたように、プロジェクト、5 人から 6 人の 1 チームで行います。こちらに必ず 1 人の留学、1 人以上の留學生が参加しまして、また三大学以上から学生が集まった混同チームを結成しております。

簡単にグローバルセンターのこともお話しさせていただきます。先ほどもお話しさせていただきましたように京都市さまと目的は同じといたしまして、グローバルな視点で物事を考えるグローバル人財というものを育てております。この企業さまと学生との連携プロジェクトの他にも、先ほどお話しいただきましたマッチングサイトですね。京都で学びにきてもらった留学生に、ぜひ京都企業の魅力を知っていただきたいと、そういう思いからこのマッチングサイト『ハタ洛』というものの運営もさせていただいております。もう一つは京丹後地域でも、『京丹後未来ラボ』という名前をもちまして、京丹後地域のベンチャー企業の皆さまの創業支援ですとか、事業の支援なんかもさせていただいております。

改めまして、今年度の事業の成果について引き続きお話しさせていただきます。

今年度なんですけれども、今回この事業のプロジェクトに参加してくれた人数が、延べで70人になっております。5年間継続させていただいている事業なんですけれども、今年度が一番多い人数となっております。日本人学生 55 人留学生 15 人と、またこのメンバーで 11 プロジェクトのプロジェクトを実施することができました。本日は、プロジェクトに参加してくれていたんですけれども、帰国の都合で来れなかった留学生からプロジェクトの学びをまとめた動画を送っていただいておりますので、大体1分か2分ほどございますので、こちらご覧いただけたらと思います。

(映像)

実際この台湾から来てくれたチンさんは、二つのプロジェクトを経験していただきました。こういった形でこう日本語が上手に話せないと言っていたんですけれども、うまくチームメンバーとコミュニケーション取りながら最後までプロジェクトをやりきってくれました。こういった形で動画も作ってくれて学びを報告してくれております。

留学生のメンバーも、言葉の壁はありながらも必死にコミュニケーションを取ろうとしてくれますし、留学生とチームになった学生、日本人学生のメンバーも必死に伝えようと、コミュニケーションを全力で取ろうとしている姿を見て、やはりいいプロジェクトができたなというふう実感しております。

これまで5年間継続させていただいているんですけども、延べで297名の学生が参加してくださいました。特に参加してくれた学生の変化ですけども、昨年度就職した学生の事例で、一つご紹介させていただきたいものがありまして、この事業の目的の一つである京都企業さまの魅力を学生に伝えていくというところですね、もともと東京の企業、東京の大企業しか就職活動、視野に入れてなかった学生が、京都企業の皆さまに触れていただいて、実際に京都の企業さまに就職するといったケースも何件か生まれてきております。

多くの大学に参加していただきまして、本当に多くの企業さまにご協力いただいております。京都企業さまの熱い思いと、本日お集まりいただいている皆さま、それから京都企業の皆さまの熱い協力の下、グローバルセンターとしてこのプロジェクトを5年間継続することができました。これからもこのプロジェクトは引き続き実施できればなと私たちのほうでは考えておりますので、これからもご協力のほどよろしく願いいたします。以上をもちまして、事業報告とさせていただきます。

次に実際にこの学生プロジェクトの活動報告を学生メンバーのほうからさせていただきますので、そちらのほうもお聞きいただけたらと思います。ありがとうございました。

3. 活動報告

TKG×Art Project (連携先企業：株式会社特殊高所技術)

GLOCAL Makes Style Project (連携先企業：株式会社ヒューマンフォーラム)

TKG×Art Project 参加学生と GLOCAL Makes Style Project より、プロジェクトの活動報告が行われた。

4. パネルディスカッション

テーマ：京都企業×学生プロジェクトは新たな出会いの場となりうるか？

登壇者：安東 司 氏 (株式会社 OPA リーシング企画部)

青山 太輔 氏 (株式会社特殊高所技術 総務課 課長)

太田 亮子 氏 (日新電機株式会社 人事部採用グループ グループ長)

高津 遙さん (京都産業大学 2 回生)

櫻井 美優紀さん (龍谷大学 2 回生)

森田 桃香さん (京都文教大学 2 回生)

コーディネーター：仲田 匡志 (NPO 法人グローバル人材開発センター)

仲田 では、熱きパネラーの皆さんそろいましたので、ご着席いただいてスタートしていき
たいと思います。私もすみません。座ってちょっとお話しさせていただければと思いま
す。

さあ、トークセッションですね、前にテーマが書かれていますが、京都企業×学生連
携プロジェクトは新たな出会いの場となり得るか、長いタイトルになっていますね。
もうこれ見たときに、どうですか皆さん。なり得るんだなと言いたいのがふんぷんしま
せんか。連携することで新しい出会いになるよっていう話をと。そういう形のテーマに
はなっているんですけども、私のほうはですね、グローバルセンターで木下とともに
学生のプロジェクト、コーディネートさせていただいている身として、今日はそのプロ
ジェクトでお世話になっております連携企業の皆さんと、そして実際に活動した学生
さんと一緒に、このテーマを切り口に、きょうの会自体のテーマが『すごい採用就職会
議』ということで、学生さんと企業の皆さんがお互いにどういう就職、採用を求めてい
るのかということ、本音でお話しをいただいて、そこから見えてくるこれからの就職、
これからの採用、どのようにしていくと本当の意味でいいのかということ、約1時間
で限られた時間なんですけど、進めていきたいと思っております。

皆さんお手元に、こちらの『すごい採用・就職会議』と書かれたパンフレットあるか
と思いますが、中、開いていただきますと、いろんなプロジェクトの概要が載っており
ます。きょう冒頭は二つのプロジェクトが発表いただいています。

この後もまたプロジェクトの方お話しいただきますが、実際に汗を流して学生たち
が活動してきました。そこには企業さんも一緒になって汗を流していただいた背景が
あります。そこから出てきた出会いというものが一体どういう出会いだったのかとい
うことを、きょうは切り口に最初お話を順繰りに回していきまして、その後、要は実際
どうやったらいいの。まずどうやったら出会えるの。どういうふうに出会ってくといい
のということ、お話しいただければなというふうに思っております。

先ほどちょっと打ち合わせのときも、放送禁止用語でなければ何でもOKですという
ふうにお伝えしたんですけど、本当に自由にお話しいただければなと思います。

ではまず第1巡目ですが、どうしようこのテーマ、新たな出会いの場となり得るか。
実際どうなんでしょう。学生連携、企業と学生の連携っていうのはそういう新しい場
になっているのかどうかというところを、じゃあ一番私の席から近い青山さんからお話
を伺いたいと思いますが、先ほど学生さんのチームもありましたけども、特殊高所技術
さんと青山さん、このテーマについてのご意見をいただいてもよろしいでしょうか。

青山 新たな出会いの場となるか。出会いの場にはなります。なってますよね。なってないことはないです。なってます。このプロジェクトを通して思ったことはですね、うちもインターンシップやってるんですけど、インターンシップはどうしてもこちらが用意したコンテンツに参加してくれる学生がそのコンテンツに沿ってやっていく、そういう概要なんですけれども。このプロジェクトは、もうゼロケースから何かからするっていうところから学生と語り合いながらいくんですよ。なんで、こっちももう何も持ってない、丸腰の状態です。なんで、大人って意外と。僕もできた大人じゃないんで、結構ごちゃごちゃとした中から、いろんなアイデアを出していきながら形にしていくと。論理的にとかっていわれますけども、最初って論理的じゃなくて結構無秩序のような状態からぼんって。そういうところを学生と一緒に経験していける。

もちろん、われわれにも多くの学びがあるんですけども、その中で僕たちも学生のほうも、素の大人に出会い、結構長い時間一緒に過ごすので、本当の会社に漂っている空気といいますか、風土といいますか、そういうのが一緒に醸成されていく。その学生が社内に入ってくることで、また毎年会社の雰囲気も変わっていくと。

なんで、本当にウィンウィンな関係であり、僕は本来はこうやって学生と企業が出会っていくのがいいのかなと。就活の決められた期間の中だけで、ウェブの中だけで企業探していくっていう中では、結構ギャップとかすれ違いがあるんじゃないのかなと思ってるので、非常にこれが僕は将来的にスタンダードな形になっていくと思いますね。

仲田 ありがとうございます。もう見事に端的にまとめていただいたなと思います。

確かに今は学生さんと企業の接点というのが、ほとんどが就職活動の時期ですよ。それも1day インターンシップや、長期のインターンシップもありますけれども、そういった機会ではないと。で、その中で学生と企業のプロジェクトはゼロからスタートして、ある種、自分たちがどういうふうに学生と一緒に成長していこうかということを考えられたということをご評価いただいたのかなというふうに感じます。

では、そのままの流れでと思ったんですけど、多分緊張してる顔が隣の学生さんから伝わってきてますので、学生さん最後にまとめてお聞きしようかなと思います。ですので、そのままお隣いきまして、株式会社 OPA の安東さんからお話をお聞きしようと思います。

今回河原町の OPA さんと一緒にプロジェクトをさせていただいたときのご担当でいらっしゃるしまして、全国を飛び回っているんな各地の OPA さんと、各エリアの状況をよくよくつぶさにご観察されているなということ。実際どうでしょう。その学生さんとの出会い、若者との出会いというのは安東さんから見たときにどういう出会いがあって、実際こういう、今回のようなプロジェクトの場というのはどのように連ねていたか。ちょっとそこを教えていただければと思います。

安東 株式会社 OPA の安東と申します。今、ちょっと紹介にあったとおり、株式会社 OPA という会社で、実はイオンモールの子会社なんですけれども、商業ビルをやっております。親会社はもちろんイオンモールで、われわれは駅前の商業ビルをやっているということで、京都に関しては河原町 OPA、北大路ビブレといったところをやっております、全国 21~22 ぐらいかな、沖縄から秋田まであります。私のほうはその本社のほうで全国の店舗のリニューアルであったり新規の物件の担当をしているというようなところで、私が出身が京都ということもありまして、河原町 OPA を担当させていただいております、ちょっとご縁があってグローバルさんのほうとお会いさせていただいて、今回こういうプロジェクトに参加させていただくこととなりました。

今、なぜ仕事の話をしたかということ、今回このグローバルさんをお願いしたのも、都市型でファッションビルやっていますと。河原町 OPA を見ていただいたら分かるんですけど、ヤング向けのレディースのファッションやっていますということをやって。実は社内で何が起きているかということ、ファッションです、こういうトレンドのものを発信するんですといいながら、その最前線に立っている人間が誰もいなくて。いわゆる、作り手側がいいと思っている、流行ると思っているもの、東京でいいと思ってるものを出すことが今まで是とされてきたんですけど、本当にそうなのかと。その若い子が求めているものは本当はそうじゃないのっていうのがずっと疑問にありまして。今回この担当に、そのギャップを埋めてみたいと思って、実際の学生さんの生の声を聞いて、それを販促であったり売り場であったりお店に活かせないかなと思ってやらせていただきました。

そういう意味では、じゃあ、どうやっていこうかということの入り口が分からなかったんで、今回こういう出会いの場を設けさせていただいたんで、本当に、質問に関していうと、新たな出会いの場にはなったかなと思っております。

仲田 ありがとうございます。OPA さんとしてもこういう形で学生さんと出会いたいというのがおありだったということもありますし、そこからどういうふうにつながっていたかということも、またさらに深掘りしてお聞きできればと思います。

では、学生さんはまだ準備をいただいてということで。そのお隣のお隣いきましょうか。日新電機の太田さんです。太田さんはもともとグローバルセンターと今回プロジェクトと一緒にするときにも、いわゆる BtoB 企業であるということをどのようにして学生さん知っていただくかと。BtoC ですと非常に分かりやすいんですけどもっていうことを、いい課題認識をされていて、私たちもどういうふうにすると企業さんの魅力って伝わるのかということをご一緒させていただきました。

その観点からもどうでしょう。こうした学生と企業の連携というものの意味、出会い方ということについて、ご意見いただければと思います。

太田 ありがとうございます。ただ今ご紹介にあずかりました太田と申します。私ども日新電機株式会社、今お話にありましたBtoBの企業でございます。ですので、学生さんは普段全くご縁がない。われわれの製品は変電所であるとか、あるいはそれこそイオンモールさんにも入っているかもしれませんが、普通の人が近寄ると感電したり危ないので、誰も入れない電気室の奥にひっそりと受変電装置が入っております。

ですので、私も就職のとき、日新電機、何作ってるんだらうかなあと思いながら入ったような記憶がございますので。昨今の状況を見てみますと、これではいかんと。私、普段採用やっておりますので、何とかして学生の方にわれわれのことを知ってもらう方法はないものだろうか。ありきたりの手段ではもう、これまで試したところではとても足りないだろうという課題認識がございまして、たまたまグローバルさんにご縁がありまして、何やってるのってお尋ねしましたら、PBL やってますと。飛び付きまして、やらしてくださいということをお願いしたのがきっかけでございます。ですから、われわれの場合は下心満載で、出会いの場くださいということになったパターンになります。

おかげさまで本当に、こちらの森田さん始めきょう来ていただいているみなさんと顔合わせして、正直われわれのほうでどうやって対応さしてもらったらいけない方法論から、意識、伴走しながら学んでいきたいということで、本当はお話は、また後でしたいと思います。

仲田 はい。ありがとうございます。ではせっかくお名前上がったので、お隣の学生さん森田さんからお聞きしましょうか。実際、日新電機さんのプロジェクトに参加されたのが森田さんです。太田さんともいろんなインタビューしたり企業訪問したりする中で、会社ってこういう感じなんですってというふうに気付いたこともあると思うんですが、多分学生さんってどうですか。いろんな企業さんとの接点ってあるのかなというふうにも思うんですけれども。まず実際、周りのお友達とかどうですか。どういうふうに企業さんに関わるみたいなのとか、まずあるかないかでいうと、どっちのほうだと思えますか？

森田 周りは結構そういう、気にしてない人が多くて、私はこういう機会を大学で知ったんですけど、こういう機会をそもそも知らない人がたくさんいると思うので、出会いの場とはなると思うんですけど、参加するために知る必要があるなとは思っています。

仲田 そもそも、そういった場があるよということを知らないといけないということですね。今、森田さんが京都文教大学の2回生ですよ。

森田 すみません。

仲田 いえ、ごめんなさい、僕が言ってなかったの。ただその2回生のみんなを見たときに、まだまだそれを知らないんじゃないかなって思わずにいられないってことですね。じゃあそうですか、そういう意味では森田さんはどちらかというところ積極的だったのかなという印象があるんですけど、きっかけはどうでしたか。

森田 私は就活の役に立つかなというのもあったんですけど、それよりも自分が成長していく上で経験いろいろしたいなと思うのがきっかけで、他の自分が興味を持ってない会社さんのこととかも知りたいなっていうのもあったので、去年、1回のときの冬の企業さん50人ぐらい来てるやつですかね、そこに参加させてもらっているいろんな考えとか聞いて面白いなと思って今、続けてるって感じです。

仲田 じゃあ、どちらかというところ最初は交流会のような、もしくはきょうもこの後ありますけどワークショップのような場で、あ、ここだといっぱい企業さんいて、面白そうだなっていうのが始まりで、そこからステップアップしていったような感じですか。

森田 そうですね。同年代の意見とかじゃなくて、全然違う年代の人の意見を聞きたいという、素直にそれだけの気持ちもあって、いろんな考え聞きたいなって思って。それで参加してみようと思いました。

仲田 いろんな人の考えに触れてみたいと。すごく積極的でいいなというふうに思って聞いていました。ありがとうございます。

では、お隣のお隣いきまして、櫻井さんも同じようにお聞きしようと思いますが。最初、お名前、大学とで、どうしてプロジェクトに参加しようと思ったかっていうのを教えてください。

櫻井 はい。龍谷大学2回生の櫻井美優希と申します、よろしく申し上げます。私がこのプロジェクトに参加させていただいたのは、友達からこのグローバルさんのことを教えていただいて、「今度、秋にこういうのがあるみたいだよ」というチラシをもらったのが、このプロジェクトとグローバルセンターを知ったきっかけです。そのチラシを見たときに河原町 OPA さんの、もっと面白くするためにはとか、もっとこういうことをしたらいいんじゃないかっていう学生の意見を求めてますっていうのを見たときに、すごい面白そうだなと思って、やってみたいと思って私は参加させていただきました。

仲田 面白いなと思ったのは、具体的にいうとどの部分が面白そうに見えました？

櫻井 私は今、大学のほうでは地域に目を向けた学習をしているんですけども、それと違って今回、企業さんっていうことで違った視点に向けてのアプローチができるのかなという点が面白いなと感じました。

仲田 自分の意見が企業さんに届く、変わるんじゃないかというところですね。そういう意味では、そういった活動がしてみたかったみたいな感じですか。

櫻井 そうですね。地域に向けた活動ってさっき言ったんですけど、結構その地域をどう面白くするかっていう活動を私、今、勉強してまして。それと企業さんっていうか河原町 OPA を面白くするっていう活動では似た部分があるのかなとか、どういった違いがあるのかなっていう部分も学べるのかなと思いました。

仲田 参加する前からある程度、明確な目的があったような感じがします。ありがとうございます。ちょっとそれについても何かヒントがありそうなので、もうちょっと聞いてみたいです。

では、お待たせしました、高津君です。高津君は夏の5日間のプロジェクト、他の皆さんは大体3カ月から半年ぐらいのプロジェクトでご参加ですけども、高津君は5日間の短期集中型の夏休みのプロジェクトにご参加いただきましたが。さあ、どうでしょう。プロジェクトの参加動機と、参加してみて発見したこととかあれば教えていただきたいです。

高津 はじめまして。京都産業大学2回生の高津と申します。参加動機についてですけど、それは実はプロジェクトに参加したいというわけではなくて、僕がそもそも大学の授業内でグローバルセンターが行っている授業を受けて、グローバルセンターでインターンをしたいなと思ったときに、グローバルセンターがどういうことをしてるのかっていうのを知る上でプロジェクトに参加さしてもらって、そこでグローバルセンターのしているプロジェクトとか、そこで学べることとかを知った上でインターンをするっていう形になったので、動機はそんな感じです。

仲田 そうですね、参加して5日間って結構、短いプロジェクトだったのかなという印象があるんですけど。

高津 そうですね。学べたこととしては、まず一つが全く自分の知らない業界だった、タクシー会社のプロジェクトだったんですけど、そこに面白みを感じたっていうことです。

仲田 つまり、全然自分が知らなかったところだけど面白みを感じた？

高津 その部分はとても自分の中で新しい発見やなと思って。自分の全く興味がないとか、知らないこと、知らない部分にちょこっとした機会でなんか出会いがあったときに、あ、面白いやんってなる、そこはめっちゃためになったと思います。

仲田 だから本当、興味がないからずっと別に関わっていない状態だったけれども、ただ単にそれは知らなかっただけじゃないかという感じですかね。なるほど。実際どうですか？参加してみて企業さんのことってどういうことが分かったとか、そういうところはどうですかね。中小企業さんのイメージと違って変わりました？

高津 そもそも僕は、就職活動に何かめっちゃ目を向けてたわけではなくて。僕もそうだし、僕ぐらいの友達が大学生の大半が実はそうじゃないかと思ってる部分があって。何かをしなきゃいけないと思ってるんですけど、大学の授業内でこれでいいのかって思ってる部分が絶対、多分みんなあると思うんです。僕が1回生のときにそうであったように、この授業でやってる学んでることがどこまで通じるのか、それをやってる中で、ふとしたときに誰かになりたい職業なんなのとか、やりたいことなんなのって聞かれても全然、答えられない自分がずっとあるんですけど。

だから僕は今回の京都企業と学生連携プロジェクトがあると出会いの場となるかという部分で、出会いの場にはなると思ってるんですけど、それプラスそれ以上に、学生は業種のことについて知るよりも、まず先に働くこととか社会に対しての他の人の価値観とか、そういうものをまず知りたいかなって僕はめっちゃ感じます。

仲田　すごくいいご意見ですね。

どうでしょう。高津君から出てきたキーワードは二つかなと思いますが、大学生の間ってなんかしないといけないなというような空気感があって、でも何をしたらいいのかっていうのが実はあんまりまだ分からないこと。その中で一番、最初に知りたいこと。例えば、就職活動のときは業界研究しましょうとか自己分析しましょうということは出るんですけど、その前に、そもそも働くってなんだろうとか、仕事って何とか、社会の中で自分って何をしたらいいんだろう、何をしたいんだろうってことがないと、そもそも選べないんじゃないかっていうような感じですよ。

なるほど。まるで打ち合わせをしたかのような、すてきなコメントをいただけてますが、今、普通にびっくりしながらメモを取ってました。ありがとうございます。

今、一巡しまして、皆さんそれぞれのお考えが少しずつ見えてきたかなと思いますので、同時に問題提起として大学生がそもそも何をしたいのか分からなかったり、その前に知るべきことがあるんじゃないかというご意見もいただけてるかと思ったり、一方で、企業の皆さまからは若い人の声をどこか拾うと言いますか、活用していくためにというのがあったのではないかなと思います。

今日はこの二つがキーになると思いますので、まずはそのままいくと面白いと思うので、学生の皆さんどうでしょう。何かしないといけないみたいな空気感ってやっぱりありますか。

ここからはフリーディスカッションでいきたいと思いますが、どうでしょう。周り見てどうですか。何かしないといけないような空気感みたいな。

櫻井　そうですね。さっきお話しされていたとおり、やっぱり周りがやってるからしなければいけないだったりとか、3回生でインターンに行って4回生で就活しなきゃいけないっていう固定概念じゃないですけど、上の世代がずっとそうだったっていう形式が頭の中にあるので、しなきゃいけないっていう意識は自分の中ですごいあります。

仲田 具体的に何をするといいかみたいなの、そういったところってどうですか。ちょっと意地悪な質問しちゃったような気がしますけど、何をすべきなのでしょう。

櫻井 言われると分からないんですけど。

仲田 そうですよ。何をしたらいいのかっていうのは見えにくいですよ。ただ、でも空感的に何かをしといたほうがいいかなというのが、もしかしたら今の現状なのかもしれないです。私も学生時代そうだったなと今、思います。

森田さんどうですか。彼女すごく緊張してますというか、ずっと昨日から言い続けているんですけど。さあどうでしょう。

森田 周りにも何もやってない人すごい多いんですけど、やっぱ何かやらなければという意識は持っている人は多いと思います。でも実際に行動、移せる人はすごい少なくて、さっきもあったように何したらいいのか分からへんとかいうのはあると思いますし、シンプルにやる気がないっていうのもあると思います。

仲田 いいですね。本音を見たような気がします。確かに、朝の早い1限って皆さん行きたくなかったという思い出ありませんか。私なんかそれで気付いたら昼に行ってたなんかあるんですけど。なかなか確かに自分で自分のスケジュール管理する大学生ってなかなか難しかったりするのかもしれないですよ。

さて、いろんな学生意見が出ている中で今度は太田さんにも少しお聞きしたいんですが、太田さん、どうでしょう。いろんな学生さんを人事部さんとしてご覧になられているかなと思うんですけども、そうした何をしたいかちょっと分からないんですけど迷われている学生さんってどうでしょう。面接であつたりで見かけたりすることって増えてきたんですかね、それともまた全然、違った形に見えるのかなと気になったんですが。

太田 ありがとうございます。面接、毎年やらせていただいているんですが、まずその場では、もうこの後におよんで迷ってますという話は一切出ません。学生も、もちろんそこは理論武装してたんで。とりあえず会って、われわれの面接は全部お話を聞くタイプなんですけど、いやいやちょっとまだ迷い見えるよねっていうときは、ときたまあります。ただやはり、そこまで必死で自分の分析をして就職の軸を探して、こういう仕事やりたいですと一生懸命、組み立ててこられたなというのはよく分かります。

ただ、今の、何かやらなきゃいけない、でも何したらいいんだろうって悩むお話は、直接じゃない場ではやはりよく聞きますので。「どうしてもやっぱりやらなきゃいけな

いんだけど、つい後伸ばしにしちゃって」って言って。結局、仕事をするのが、「ねばならない」になっちゃうかなって。

嫌なものにしても通過儀礼ですごく嫌なもの。歯医者、行くの嫌だと同じレベルかなと。気持ちっていうのは、はたから見て思います。非常にもったいないなとは思っているので、まず1歩、踏み出してみると、それこそ働くこととか社会の価値観とかいろいろかなこういう場で、そのうち何となく吸収していけばいいので、まずは踏み出してみようよって感じは、お伝えさせてもらっています。

仲田 ありがとうございます。そう見るとある程度、面接の段階に行くステップに行くこと固まっては来るんだけど、それが始まる前は、やはり何をしていいんだろうってというのが出てくるというような状況ですかね。ありがとうございます。

今、価値観という言葉も出てきてキーワードかなと思うんですけども、私、安東さんに今度お聞きしたいんですが、安東さん、いかがでしょう。安東さんも大学生活にいろんなことをご経験されてきて、それを学生にお話しされて、学生さん、あ、そうなんですっていうふうに目が変わったなと心境になったと思うんですけども。

価値観でいうと学生さん、もしかしたらそうした大人との出会いの場によって磨かれるものがあるのかなと思うんですが。今回のプロジェクトも、そういったいろんな価値観をお互い触れる機会だったのかなと思うんですか。それってどうでしょう。企業さんから見たときにどういうプラスの部分があったり、逆に学生さんにとってどういう経験になってたかなというふうに安藤さんのほうからご覧になられていかがですか。

安東 そうですね。私は活動を通して何となくゴールは決めてたんですけど、別にこれが最終的にできなくてもそれまでの過程で気があればいいかなくらいで最初、プロジェクトを始めて。あんまり限定せずにフリートークでずっと話してたんです。多分、学生さんにとっては商業ビルのバイトなどに時間使っていただいて、ファッションだったりカフェが、なんで流行ってるの、なんであそこにできたのみたいな話をしてあげるとすごい興味を持っていただけるし、そういうことなんですっていうので、すごく皆さん興味を持ってくださって。私も普段、仕事で例えば、ある会社にお話しに行くと、ここはこういう対応をしてるんです、ここはこういうコンセプトでやってるんです、あるいは、こういうことはやってないんです、こういう条件なんですみたいな話をばっかやってると、架空のものでずっと話してしまってた。それを学生さんに聞くと、「私、全然そんなこと思ってませんよ」という声がほとんどなんですよ、実際のところ。

さっきも話で、結局、作り手側のエゴに走って勝手にそこターゲットにしがちなだけで、実情は違うよみたいなことが多かったのが、私としては一番大きかったなというのと。ゴール決めなかったっていうのもそうなんですけど、さっきの、何をやらいいかわからないっていうのがあって、私も実際、学生るときそうだったので。そのときに自分はどうしたって、何でもいいからやった。とりあえず決めずに。

でも何でもいいからやるのは実は難しくて。じゃあ何やればいいかっていうのもあるんで、やらないこととかやりたくないことを決めておいて、今回のプロジェクトもそうだったけど。これは要らないっていうものだけ決めておいたら残りは何でもいいからっていうふうにしとけば、仕事するときも就活もそうなんですけど、やりたくないこととか、やらないことってのを決めておけば、次の1歩も見つかるんじゃないかなと思います。

仲田 むしろ何をやっていいかっていうのはたくさんあるので難しいと。それも先ほどおっしゃっていたようにプロジェクトを学生とするときにも、まずはどういう形になるか、いろいろ試行、模索しながら募集してたのかなというのは確かにあるなと思いました。その中でいい面である意味、遊びの部分が出てきて発見が出てきたと。そのときに大事なのが、やりたくないこととか、これと違うと軸がぶれるようなことははっきりとしておいて、それに向かって、それを除いた上で進めていく自由度を持つということだったのかなと。

これってもしかしたら学生の皆さんの就職活動する前においても、すごく大事なことなのかもしれないですね。まずはやってみると、でもやってみるの何していいかわからないときは嫌なことを外して考えてみると。明確なお答えいただきました、ありがとうございます。

そのままの流れで今度は青山さんに同じようにお聞きをしたいんですけども。どうでしょう。

実際、学生さんが今、何をしたいのかかわからないという状態にあって、企業さん、もしかしたらどういうふうに接点を持った方がいいのか、もしくはどうやったらお互いのことが分かってミスマッチが回避できるかというのは、素朴な疑問でありながらも割と実は本質的なことなのかなと思ったりするんですが。

青山さん自身どうでしょう。今の学生さんと触れ合っていく中でも自分たちの関わり方って実は最初、難しかったのかなっていう気もしたんですけども。逆に言い換えると、いや、僕はこういう関わり方と決めていましたというものがあればお聞きしたいんですが、いかがでしょう。

青山 そうですね。うちの会社が採用に取り掛かったのも本当の3年もたないぐらいなんですけど。右も左も採用の世界分からない中で、ただ直感的に就活を頑張ってる学生と普通に会ってもきっとマッチしないだろうなって。

特にうちの会社は土木なんで、不人気業種と言われてるんで、普通に仕事探してる子たちと触れ合っても、なかなかマッチしづらいだろうなと思っていたので、一切そういうふうな媒体とかを使わずに、どうやって出会おうって思ったんです。

いろいろ合同企業説明会みたいなのがあって学生とかと触れ合うんですけども、俗に言う待遇であるとか、お給料であるとか、そういうところがほぼ8割近い子がそこを見て、紙面上ではそこでハードルにかかってフィルターがかかって、大半の中小企業とか制度とか薄い会社は絞られていくんやなと。けど、きっと大人というか、仕事をしだして仕事の本質をつかみ出すと、そこじゃないことに絶対気付くはずなんです。

仲田 仕事の本質ですか？

青山 じゃあ、どうやってそれを伝えたらいいんやろうって思って。就活生と会うんですけど、会社の話を僕しないんです。どうせ興味ないやろと思って。「ほな、仕事の話はやめとこか」って言って。一体、仕事ってどう思ってんみたいな話をして、なんの会社なんやろあの会社っていう状態で、変なこと言われたなっていう感じで、きっと学生はほとんど帰っていくんでしょうけど。

きっとその学生、将来的にあれって思う瞬間が来たときに、うちの会社に転職してきてくれたらいいかなって。種まきの就活生と会えばいいやって最初は動いてました。

そんなときにグローバルの存在を知ったんです。で、低年時から社会人と出会い、仕事というものに関して結構いろんな話を交わしたりしていく中で、低年時から職業観っていうのが芽生えていく。その子たちが2、3年後、就活を始める頃には、きっとそういう目線で会社を選んでくれるだろうなと。それが別にうちの会社じゃなくてもいいかなと思って。

僕は採用担当としてうちの会社に引っ張ってくるのも、もちろん仕事なんですけれども、僕と知り合ったことで世の中に出て、その子が生き生きと日本、世界をより良くしてくれれば、それは回り回って帰ってくるじゃないかと。これって実は採用してるよりももっと面白い可能性がある。メリットというか、報酬というか、なんじゃないのかなと思って。そういう意味ではすごく低年時から職業観、育んでいくような出会いが僕の中で一番、大事にしたいことです。

仲田 ありがとうございます。

低年時というところから仕事を通じて、仕事というものを教えていく中で育んでくものがあるということですよ。

今、太田さんが激しく、そうですっていうふうにならずいてらっしゃったんで、太田さんのご意見もいただきたいんですけども。どうでしょう。今、青山さんのほうはもともと掲載関係で見たときに、なかなか求人の例えば検索であったりではなかなか勝っていくことが難しいのではないかと。であれば、違うアプローチの方法で低学年時から仕事を通じて仕事とは何かということを知ることが出てきたと思いますが、太田さんは、あ、そうそうと共感されてた部分ってのはそういったところですか。

太田 アピールしたつもりはなかったんですけど、お話にならずいておりました。普通に聞いていました。そうですね、やはり先ほどお話あったとおり、まず知りたいという、そこから思うので。スタートが早ければ早いほどみんなと就活に入るっていうの、私さっき歯医者さん例えに出してきましたけど、歯医者さん大体、虫歯になってから行くじゃないですか。嫌じゃないですか。それより普段から半年ごととかに行くと全然怖くはないですよ。なので、そっから働くことってなんだろうっていうのを少しずつ身に付ける。そうすると就活もいきなりじゃなくて、ちゃんと長い目で見て企業を選んで本当に前もってアプローチもできるし、お話を聞けるし。で、納得してお互い顔見知りで、じゃあ、来たいんです、そうかっていうのが、一番すばらしいミスマッチのない形だと思うので。われわれもそういったことはやりに行きたいと思いますし。

やっぱり日新電機も同じような、なかなか知られてないところですし、就職説明会にも来てくれるだけありがたいんですが、そうはいうても「他にもいっぱい会社あるから。他にもいっぱい見て、もしうち気に入ったら来て」っていうような言い方はしてます。

やっぱりミスマッチだとお互いにもったいないので。しかも、われわれの場合は、もしどこに行かれても電気って絶対使うので、日新電機覚えててねっていうところで。社内でお客さん増やしということもあります。

仲田 いろんな会社って、どっちかっていうと寄り添ってお話をされていく中で、きちんと会社、魅力をお伝えされてたというところですよ。

どうでしょう、今の太田さんと青山さんのお話を聞いた学生さんの意見もちょっと聞いてみたいと思うんですけど、お隣、森田さん、どうでしょう。今こういう感じの会社の方がお話しをしてくださると、学生さんってどういうふうに関心ありますか、印象として。

今のような説明会で、例えばもううちに興味がないと。この土木関係、興味ないと。じゃあちょっと別の話でっていうのでお仕事とか働くことについてお話ししたりとか。太田さんのように、広くうちの会社も見てほしいけど他の会社もあなたの選択肢であるよっていうような、そういう働き方を企業さんにしてもらおうというのは学生さんから見たときにどういうふうに感じるか、受け取られるのかというのがちょっと気になったんですけど。

森田 親切な会社だとは思いますが。

仲田 親切な会社だと。実際どうですか、親切な会社ってどういうイメージというか。

森田 会社に入ってほしいっていうイメージが強いんで、自分の会社に入ってもらえなくても学生のことを考えて言ってくれるっていうのは、親切やなって思います。

仲田 なるほど。逆に親切っていうと結構いいイメージかなと思うんですけども。逆にいうとそうじゃないイメージがあったのかなと思ったんですけど。会社に対して。

森田 そうですね。ちょっとありました。

仲田 ちょっとありましたか。何かあったのかな。ということは就職活動のとき、うちに来て、うちに来てみてという先輩たちの声を聞いていたのかな。どうやろう。

森田 そういうわけではないんですけど、私のイメージは自分の会社に入ってほしいっていう気持ちが強いと思ってるんで。

仲田 そういう意味では自分都合ではなくて、実際もしその会社に入ったときに社員としても大事にしてもらえるかという感じは、もしかしたらあったのかもしれないですね。

じゃあ、ちょっと櫻井さんのほうにもお聞きしたいと思いますが、櫻井さん、どうでしょう。こうした企業さんのお話を聞いたときに、多分、安東さんのほうからも、仕事とか今、学生の間でできることっていうお話もいろいろ伺ったと思うんですけど、そのお話、聞いたときの感想というか、気持ちの部分ってどうですか。企業に対しての。

櫻井 さっきの安東さんのお話であったり、太田さんのお話であったりを聞いてたときに思っていたのは、森田さんと一緒なんですけど、良くいうと親切だし、後々、自分の人生やから好きにしたらいいんだよっていうことまで考えていただいているなっていう印象は受けたんですけど。私としてはガツガツ、自分の企業こういうところがいいんだよっていうアピールをしてくる企業さんのほうが、すごい熱意が見られる、熱意がダイレクトに伝わっているイメージがあって。

自分が就職活動するってなったらそっちのほうに行きがちになるなっていう感想がありました。

仲田 行きがちっていうと、ちょっといい面もありそうだけど、そうでない面もありそうなニュアンスかなと思ったんですけど。

櫻井 そうですね。私は働くっていうのは、すごい自分の人生で一番長く関わることだと認識しているので、熱意だけで決めるっていう部分にリスクは大きいのかなと思うところがあります。

仲田 そういうことも、あの言葉にはあったんですね。すごく実は冷静だったんですね。やり方のアプローチとしても親切さもいいんだけど、自分に来てほしいというメッセージも実は届けてほしいというところがあったってことですね。ありがとうございます。

じゃあ、高津君にも同じように聞いてみたいんですが、どうでしょう。企業さんの寄り添ってくれるような企業さんの部分や、逆にいうと櫻井さんの場合はガツガツともう来てほしいというようなメッセージがあったほうがいいのかというのがありますが、高津君自身はどうですか。

高津 僕そこで働きたいです、実際に。というのも、僕がセンターでインターンした中で、今の段階での価値観としては誰と働くかみたいなのは重要にしたいなっていうのは今の僕の価値観なので。これがもしかしたら変わるかもしれないんですけども、ただ、今、この3カ月間やってる中で、この先ずっと誰と働くか価値観で考えると、そういうふうなことを大々的に言える会社って絶対そんな、分からないんですけど、僕、働いたことないんで。そういう会社だったら働けるかなって思いますし、逆に他の考え方っていうか、よく働くことって初め楽しくないことが多いよみたいなことって聞くんですけど。でも、後々で楽しかったりすることっていうか成功体験とか周りの環境とか、そういうので急に楽しくなることとか、逆にきつくなっていうことを聞いたりするんで。それやったら何をやるかも重要やけど、誰と働くかも重要なのかなって思ったりもしてるんで。僕は結構そやったら働きたいと思います。

仲田 今の誰とってというのは、同じ仲間の同僚なのか、それとも例えば中小企業さんだと社長とかあったりすると思うんですけど、どっちのイメージがありますか。

高津 全部。

仲田 全部？ なかなか欲張りですね。

高津 同僚はあんまり分からないかもしれない。新卒で一緒に入った仲間はあんまり分からないんで、多分、上の上司の方と社長の方。会社にもともといるかたがたの人柄というか、その部分ですか。同僚はあんまり。

仲田 なるほど。もし今いる方で、社長さんであったりと一緒に自分は働きたいと思うかどうかという事ですね。そういう意味で青山さん実際、今、取り組まれていることに近いのかなと思ったんですけど。

青山 ちょっと今、勝手にマイク取ろうかなと思ったんですけど。ちょうど今、間逆やったように聞こえてる方が多いと思うんです。ガツガツ来てほしい、でも他も行っていいんだよって。でも僕の中で本質は一緒なんです。伝えてるものが、職種は別に僕どうでもいいと思ってて、働くということに関して。別に土木やってようが営業やってようが製造やってようが、働くということに関しては変わらなくて。どちらかというところを伝えたくって。

最後いいことも言ってくれて。この人と働きたいと思ってほしいなって。会社ってやめなければ40年以上、一緒に人生を共に過ごす人たちのつながりで、そこで職種でつながってるなんてことって、ほぼないんかなって。

きっとその中で一番大事なものは関係性、人と人との関係性で、その価値観のすり合わせをやったら面接とか企業説明の、あの一瞬の間でしなければならぬ。そこで大半を事業説明に使うのはどうなんかなっていうところから、こっちの価値観をさらけ出して。でもガツガツ来てほしいっていう意見があったってことは、そこがうまいこと伝えきれてへんのやなって。どう伝えていったらいいんかなっていうのをちょっと今、大分、頭で課題が出てきたなと思ってます。

仲田 安東さんをお願いします。

安東 すみません。今いろいろ話を聞いてて、私、立場が違うので割と好き勝手なこと言います。私、人事ではないんで、人事側としての意見というか私、会社の人事で来てますけど。私どっちかっていうと学生的な多分、意見であり、今、働いてて思う素直なことと言うと、今回のこういう企画が学生さんとの出会いの新しい場になるかみたいな話があったと思うんですが、まさにそうで。旧態依然の、以前の就職活動の形みたいなのはほぼ崩壊しつつあって、終身雇用とかも、ほぼ昔みたいにならないだろうし、働き方だって散々働き方改革って言われてて多様化してるので、学生側も非常に見る目も肥えてるし、選択肢のやり方もいくらでもある時代なんで。

まずそこに対応しないといけないのもありながら、それでもやっぱり、変わったって言いながら根本的に変わらないのは働く、さっき今の議論の中ですけど、企画してみたところで企業に雇ってもらってる。人生において学生までが、ようやく自分の自由なことが許された時間、就職活動して就職した瞬間に自分は社会人としてもう責任を果たさないといけないんだっていうところに関しては、やっぱり概念としては変わるだろうと思ってて。この概念のせいで、こうじゃないといけないとか、働くんだからこんなとこじゃないと幸せになれないとかっていう。そういうふうな思いで就職活動する方は嫌になったり決められないですよ、一生働くと思ってるから。で、そこに幸せがあると考えてるから。

じゃなくて、自分の人生のおいての第1歩目がこれなんです。だから、例えば就職を2回ぐらいに分けたらいいじゃないですか。

最初の5年を働く会社と次に働く会社みたいな分け方をすると多分、考え方、変わるんです。例えばその5年で、自分はこういうスキルを身に付けて、こういうことをして。だから、この5年をこの会社でやりたいとか。ひたすらお金ためたいから取りあえず給料のいい会社に入って、5年後にお金ためてこういうことやりたいっていう考え方になれば多分、会社に入る目的とやりたいことが明確になると思うんです。その会社、何やるかはっきり決まってるんで。その業界の知識を得ることなのか、学ぶことなのか、お金稼ぐことなのか。だからそこが今ぼやっとしてるから学生も決めれないし、企業も終身雇用で取ろうとするから、そんな自分の会社ドンズバで一生、働きたいとかなかなか言えないじゃないですか。だからそこでギャップが生まれてるんじゃないかなと思うんで、学生もどんなことをしたらいいか。

企業なんか使い倒したらいいと思うんですよ。自分の人生なんで、スキルを上げるのか、自分の人生が幸せになるために会社なんか選べたらいいし。

その代わり最低限自分に見合った、もらってる報酬に見合う仕事はしないとイケないんです。それはもちろん社会人なんでそうなんですけど。その代わり会社なんて使い

まくり、人脈なんて使いまくればいいし、会社の持つてる皆さん名刺を持つてるから分かると思うんですけど、名刺、持つて会社の看板、背負った瞬間に会える人、今まで学生であった自分とは違って、その会社の看板持つてるから会ってくれる人も、偉い人も会える、新しい話もできる。自分のお金じゃできなかつたような仕事も会社のお金でできるんです。こういう資源をどうやって使うかっていう頭で就職活動したほうがいいと思うんです。

私も今、イオングループっていうとこ、イオングループですっていうと大体の会社、電話出てくれるんです、話聞いてくれるんですっていうの使つて、自分のこんなことやりたいんですとか、こういう思いをやつてこういうことを実現しませんかっていう話をしていくのが僕、楽しくてたまらないです、仕事してて。こんなことっていうのは会社にいないとできないし。でも別にこれ一生やりたいかっていうとそうじゃなくて、今は30までに、こういうことを通して次に行くための出会いを探してるみたいなところで考えてる。そういう意味では今の会社は非常に自分に合つてると思うし、別に一生働くつもり、ちょっとこんなこと言うと怒られるんですが。じゃないからこそ楽しめる働くことっていうように思つて働くようにしてます。

これ全然、人事側から意見でもないんですけど。これは本音の部分でそういうふうにして働ければちょっと変わるんじゃないかなと思つて、お話しさせていただきました。

仲田 ありがとうございます。

自分事っていうのが一つテーマだったのかなっていうような感じがしますよね。多分、自分の人生にとっての仕事、働くつて何かと考へたときに、この会社で働きたいか。それが高津君の場合だと、今は自分はこういう人と働きたいと思へるかというような軸が一つあるということですよね。

そういうことは、どうでしょう。自分事っていうと多分、太田さんのほうで学生さんに掛けていただく、会社もちゃんと見てねっていうのは、選択肢をきちんと持つてねっていうようなメッセージだったのかなと思つたんですけども。どうでしょう。ミスマッチを防いでくという意味では、相手のことをきちつと掘り下げてあげるということも一つ企業としてはしていくべきなのかなというふうにも見えたんですけども。この辺りいかがですか。

太田 そうですね。正直な話、本当に就活だ一ってなった瞬間、3月から一斉に走りだすと正直そこまでの余裕がないんです。こちらで説明会でなるべく説明もしますし、よくある質問とかは一応、最初から掲示した上で、「それ以外の質問、紙に書いて出してね」って言って、矢継ぎ早に10分間で30個ぐらいガーッと答えていったりとかしてるんですが、やはりお一人お一人向き合ってるってなると難しいので、みんな早く動いたらお得意でってこっそり出すし、よーいどんの前にイベントとか来てくれたらなんぼでも説明するんやけどなっていう感じ。それこそ今回、熱く2時間くらい解説しましたけども。そういうことができるので、本当に早いもの、動いたもの勝ちだよって。今の仕組みの中ではそれがいいんだろうなって思ってる。

就活ルールがなくなりつつあって今、通年採用だと言われてますが、学生さんの立場のズレなのかなということ言うと、大学側としては、いやいや低学年から就活の話ばかり考えてたら授業に身入らへんやないかと。別に就活か勉強かじゃないはずなんです。そこが今ちょっとお話聞いてても、無理なく両立できひんのかなっていうのは思っております。

仲田 ありがとうございます。でもせっかくだから聞いてみましょう。どうでしょう、学生の皆さん、どうですか。通年採用になってくる気配って感じたりしますか。

今だと3月1日が情報解禁で6月1日から具体的な選考しましょうというのが経団連の指標ですけど、実際そうしたスケジュールの話とかって森田さんどうですか、聞いたりしますか。

森田 軽く大学で聞いたりはしますけど、まだ2回なんでそんな詳しくは説明はないです。

仲田 やっぱり、そうですね。2回生であればまだこれからかなという感じですかね。もう一つ出ていた今、2回生で多分、企業さんとのプロジェクトをしながら学校の勉強もあったりアルバイトもあったりすると思うんですけど。実際どうするとそういう企業さんと出会える場に行けたりとか、うまく両立する工夫とかありましたか。もしくは、こういうふうだったらもっと企業さんと出会えるのにとというような。

森田 そもそも自分自身が、そういう興味がなければいけないとは思いますが。

仲田 興味をまずどう作るというか、興味を築くというような感じですね。

森田 それこそ初めに話されたように、知らないっていうのが大きいと思うんで。まず知らない、そもそもっていうのはあると思います。

仲田 まずどうやって知る、企業のこととか仕事とかについて知るということですかね。

森田 正直、わざわざここまで足運んでっていうのは多分、大学生しないと思うんで。やっぱり大学に企業さんとかができるだけ来てもらって一緒にワークショップやるとか、そういう形を取ったほうが。

仲田 もう、直接キャンパスに乗り込んでいったほうが会えるしいじゃないですか。そうですね。確かに。

森田 それか、もう大学のプログラムで企業に行くっていうプログラム作ってもらうとか。

仲田 でも、そうですね。そういう形で自然と出会える場を、最初から仕組みとして入れてもらうっていうのは大事かもしれないですね。

櫻井さんにもちょっと聞いてみましようか。櫻井さんはどうですか。通年採用とかそういう就活のスケジュールについて何か学校でお話、聞いたりとかありますか。

櫻井 私も同じで、すごいふんわりとなんですけど、この時期から始まってっていうのは聞いたことあります。

仲田 それが影響しそうだなとか、そういう感じありますか？

櫻井 影響しそうだなとは正直、思わないです。

仲田 じゃあ、もしかしたらこれからなのかもしれないし、ないのかもしれないしとなるんですね。同じようにどうですか。どういうふうに企業さんと出会えるととか興味を持てるというようになっていようなアイデアが、もしあれば。

櫻井 さっき森田さんが言ったことと同じになってしまうんですけども、結局その人の興味次第だと思うので、やっぱり興味のある人は足を運んでいろんなところに行くし、1、2回生からインターンシップにも行くしっていうことをするので、いつからでも企業さんとは出会えると思います。興味ない人はもう3回生になってスタートするみたいな感じだと思うので、興味次第だなとは思うんですけども。私も出会う方法としては、やっぱり大学でプログラム化するっていうのが半強制にはなりますけど、出会える方法かなとは思いますが。

仲田 だから、大学に通ってるんであれば大学のプログラムでしっかりとまずは出会っていく。そこで興味を持つということですね。ありがとうございます。

高津君にも同じように聞いてみたいと思います。ちょっと時間もあるので高津君、どうでしょう。どうしたら出会えたり出会いたいと思うようになるんでしょう。高津君の場合、もしかしたら1年生のときの授業で京都の企業さんを知って、そこからだったってことで、まさにその例なのかなと思ったりしますけど。

高津 確かに授業で知った部分が僕はおっきいんですけど、学校の授業で中小企業の方の話を知ってというのがあの時間とはとてもためにはなったんですけど、多分、今回のプロジェクトの数もめちゃくちゃ多いわけじゃなくて、何個かあるって感じで。これだけじゃなくて、他にいっぱいあるんだろうなっていうのは多分あると思うんですけど。

学生と企業、会う場所って他にもあると思うんですけど。それを企業の方は率先して作ろうとしてるのかなみたいなの。企業の方が、じゃあ学生に向けてインターンではなくて職業のことを紹介とか説明ではなくて、そもそも大学でどんなことを学んでますか、ここで生かしますかとか、価値観の話だったりとか、そういうのを。みんなで共有しようっていうインターンじゃない。さっきの話でもあったんですがインターンっていう名前だから行きづらくなったりとか。インターンっていうので意識高い系になってるよねみたいな。

仲田 だから、インターンシップ行くんだって言うと、ちょっと意識高い系に見られたら嫌だなとか。

高津 その部分が、もうちょっとみんなが行きやすい場作り、特にグローバルセンターとかでもやってることだと思うんですけど。それをちょっと広げていくしかないかな。

仲田 そうすると、みんなが行きやすいような企業さんと学生が出会える場を、ネーミングも含めて低学年時からどう作っていきけるか。それに対しては学生の皆さんも興味がない場合があるので半強制的に行けるような仕組みと、一方で企業さんも本気で学生と分かり合おうとしてますかっていうようなメッセージだったのかなっていうところですね。ありがとうございます。

最後どきとするようなお話だったかなと思いますが、でも確かに、大事な社員さんになるとしたらそういうことって大事ですよ。少し、すいません。私の進行の部分も入ってきて時間が来てしまっていますので、最後に皆さんお一言ずついただくと思うんですけども。多分、出会いの場にはなっていると、このプロジェクトはなっているということあると思うんですけども。ただ、それがどのタイミングで、低学年時なの

か就職活動時期なのかによっても質問、変わってきますし伝えたいメッセージも変わってくるというところで。

これから企業と学生はどのようなタイミングで、いつ、どのような出会いをするとお互いにとっていい将来的なマッチングになる、もしくはその方にとっていい人生を送る仕事の発見の機会になるのかという、お知恵を最後いただければと思います。多分いろいろ議論の中で出ている部分もあると思いますが、いつ、どのような出会いをするべきかということをお一人ずついただきたいなと思います。では、最初に出してくださいだったので、青山さんからいいでしょうか。いつ、どのような出会いをすると。

青山 いつ、どのように会えばいいのかは、ないです。

皆さんがそれぞれ考えればいいと思います。僕もそれなりに考えてますし、僕がじゃあ、いついつ、どうやって出会えようかって言ってそれを実践されても、それは作られたもので、われわれ構造物の評価をしてるんですけども。作られた構造物は時間とともに崩れていきます。けど自然発生的にできた山などは崩れないんです。僕は最近、自然発生的に起こすべきだと思ってるので、物事は。ですので、僕がここで低年時からグローバルさんみたいなのに来てって言って皆さんそれをまねしても、それはもう出来上がったものなんで、皆さんそれぞれ考えて、その感覚というか、何が大事なんかっていうところを気付かれたと思うんで、それを自分で考えて実践されることがいいのかな。それがこう長く続く本質を突いたものになると思います。

仲田 ありがとうございます。では高津君、お願いします。

高津 今、言ってらっしゃったことだと思います。納得して僕、何をみたいな感じなんですけど。本当に普通は結局、初めの冒頭で言ってたんですけど、みんなインターンとかしなきゃいけないとか、しなきゃいけないっていうか、したらためになるだろうなって僕も分かってたんです、ためになるはずだっていうのは。だから、けど何をしたらいいかわからないっていう話なんですけど、そんなときに、こういうことがあるよって言ってもらえると僕は助かるなっていうか、自発的に自分の中でこれやらなきゃいけないなと思ってるけど、環境がないからやれないみたいなものになったら今、めっちゃはびこってると思うんですよね、やっぱり。

そこで、企業の方とかもしくは大学外の方が今やってることに対して、何かやらなきゃいけないことあると思ってんの？じゃあ、こんなんどうとかって言われる機会あると、絶対みんな食いついてくると思うんですよ。みんな行くと思います。それは僕は感じるんで、どのようかっていう部分が一番まさに今、言ってた、やらなきゃいけないな、

じゃあ、これどう？みたいな言ってもらえると、このグローバルセンターのやってることみたいな、これ、どうみたいの、あ、やりますみたいな。

仲田 お薦めってことですね。

高津 そうですね。

仲田 ありがとうございます。じゃあ安東さん、お願いします。

安東 はい。いつどのようにという質問に関して言うと、正直、言うと私は分かりません。ここで学生さんの側に立ってお話しすると、さっき裏で話したんですけど、働くとは何かみたいな話になって、それをいろいろ聞いてますみたいな。私は完全にお金を稼ぐことだと思います。報酬をもらうことだと思ってますので、全体で先ほどの話でもありましたけど、就職活動するときに基本的にこういう企業があって、こういう高い年収もらってます、みtainなの出てくると思うんですけど。

学生さんには、なんでそんなにお金もらえるかを考えてほしいんです。なんで、例えば金融であったり、商社であったり、あの人たちがなんであんなにお金もらえるんだろう。なんで一番、自分たちが身近に触れてる、それこそサービス業だとかそういう方の給料が安いんだろうって、そこを真剣に考えてほしいんです。なんでなんだろう。

結局、私もそうでしたけど、今の大学の教育でちゃんと勉強してるかは別として、私みたいな人間でいうと、会社に入っても給料って降ってくるもんかと思ってるんです。何となく決められた給料が降ってくる。これは正直言うと、寝てても思いっきり働いても降ってくるものなんです。自分がその報酬に見合った仕事してるかどうかって真剣に考えたことないんです。自分で例えば1年間に400万もらいましたということは、会社に400万の価値をしっかりと作ってるか。最初はOJTもちろんあるんですけど、それを真面目に考えたときに400万とか800万とかなぜ違うかっていうと、800万作り出す仕事をしてるんです。なんでそんなことができてるのかっていう、同じ人間なのに。そうすると、会社が仕組みが違ったり作ってるものが違ったりっていうのの本質が分かるんです、会社の。なんでそうなのかっていう。例えば大企業は工場を持ってるから全然違うんですと。

そこをしっかりと考えると、企業を選ぶポイントになったり、自分が会社を選ぶポイントになると思うんです。それを学生のうちに勉強するじゃないけど興味を持っていけば、おのずと企業との接点になって、就職活動のときに出会いの場になるだろうと思うんです。今の質問より若干ずれてるんですけど。それを学生さんにしていただくことが、よりよい企業と学生さんの出会いのなかになって思います。

仲田 ありがとうございます。櫻井さんお願いします。

櫻井 はい。いつかっていうのは、やっぱり私も前にお話があったように人それぞれタイミングっていうのがあると思うので、その人がやらなきゃって思った瞬間かなと思います。どのようにどこでっていうのに関しては、これも一緒になるんですけど、やっぱりセミナーであったりとか説明会、就職活動のいろんなインターン場であったりとかいろんな場が今、設けられている時代、多様な時代だと思うので、その人にあった場、それに価値が見いだせるような場に、その人が行かなきゃと思ったタイミングで行くことが出会いの場になるのかなと思います。

で、その出会いの場があるよっていう宣伝をしてくれてる一番、身近な存在が私たちが今、通っている大学っていう所だと思うので、そこもちゃんと利用するって言ったら言い方が悪いんですけど、しっかり使っていきながら頑張っていきたいなと思います。

仲田 ありがとうございます。太田さんお願いします。

太田 はい。ちょっと二つのことをお話させていただこうと思うんですけども。一つは、やっぱり出会い、いつ、どのような場で、そういう出会いをコーディネートしていく立場の人がいるととっても楽だなと正直、思います。やっぱり学生さんと企業が一對一で会うとどうしても無理な勧誘を受けたらどうしようとか、逆に誘われなかったり、私、嫌われたんかなとかいらん心配されかねないので。いろんなタイプの企業を見ていろんな話、できますよみたいな場をコーディネートしていただくとか、こういう京都で1回、行ったらいろんなところの話、聞けるっていうと、ちょっと心理的なバリアも低くなりますし、参加する企業もそんなに負担にならないご利用ができるんじゃないかなと思いました。

それともう一つは学生さんに向けてなんですが、一番身近な社会人というと親御さんですか、ご親戚の方とかいらっしゃると思うんですけど、普段はなかなか年も離れてしゃべることも思い浮かばないかもしれませんけど、先ほど安藤さんがおっしゃった、どうやってお金、稼いでるの、稼いでるっていうと正直言い方どぎついですが、うちの家計どうなってるんやろうとか。例えばお小遣いもらったことを思い出していただいて、お小遣いは一体どっから来たんやろう、そんなこと思うだけでも実社会で働くことって見えてくる部分あると思うので、本当にぜひお話することをお勧めしたいと思います。以上です。

仲田 ありがとうございます。では森田さん最後、いきましょう。

森田 私も、いつどこでとかそういうのではないと思って。さっき安東さんが言われたように、やりたくないこと以外いろんなことに挑戦していれば、出会うべきものには出会うかなというふうなん思っていて。やりたい仕事っていうか天職っていうのも、やればやるほど出てくるのかなっていうのは思います。

仲田 はい、頑張って緊張の中お話してくださいました。ありがとうございます。

どうでしょう。すごく嬉しいなと思うのが多分、自ら考えて動いていく。で、自社に合った人材とどういう形で出会っていけるかということも、それは考えていかなければいけないです。学生さんに至っては、そうした社会とのつながりがまだ大学の中では少ないので、その思ったタイミングでこれあるよっていうような場、それが1回でいろんな企業さんと会えたりするようないわゆる敷居、低い系に、どうやったら出会っていけるのか。これの数がたくさん、増えてくるといいのかなというような気がしました。

その中でも、やはり自分がどういう仕事でっていうことを、ぜひ考えてほしいという安藤さんのメッセージにもありましたが、多分そうやって考えていく時間をどう取るべきか、そしてその考えをどう行動に移していくことなのかなというふうに思いました。で、ちょっと時間、超過してしまっただけですけども、実はこの後のワークショップではそうした話の続きを、今度はここにいらっしゃる皆さんと一緒に考えていく時間になっていると思いますので、いつ、どこでという、いや、分からない、むしろ自分たちでというところを実際、皆さんと一緒に考えていければと思います。ではまずは長時間にわたってご意見をきれいにまとめていただいたパネラーの皆さんに拍手をお送りして締めたいと思います。ありがとうございました。

以上でトークセッションを終了いたします。皆さん、ありがとうございました。では司会に戻します。

5. 分科会～すごい！採用・就職～来場者参加型ワークショップ

来場者とプロジェクト参加学生によるワークショップを行った。

始めに3人一組で先ほどのトークセッションの感想を共有し、その後6人一組でテーマである「どうすれば出会える！？良い企業&よい学生 新たな出会いの場について考える」について話した。

最後はフィッシュボウルという手法を用いて参加者全員での対話を行った。

6. 閉会挨拶

学生代表 植野 貴也さん（同志社大学 1回生）

企業代表 安東 司 氏 （株式会社OPA）

参加者の中から学生と企業人が1名ずつ挨拶を行った。

(資料) 広報チラシ

平成31年

2月15日(金)

開場 13:30

開会 14:00

(閉会 17:00 予定)

参加費無料
事前申込制
定員 100名

平成30年度京都市グローバル人財育成事業
成果報告会『すごい！採用・就職会議vol.3』

～京都企業と グローバル人財の

新たな出会いの場～

人事部必見！良い人財と出会える！！
大学生必見！魅力ある企業が集結！

企業と学生の連携プロジェクトの優良事例を共有します。

【グローバル人財】グローバルな視点と地域（ローカル）の発展を支える情熱を持つ人財（担い手）

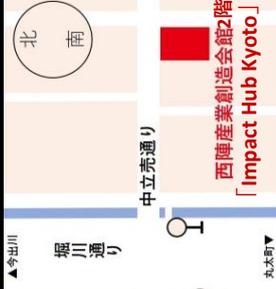
【会場】西陣産業創造会館 2階 「Impact Hub Kyoto」

(〒602-8061 京都市上京区甲斐守町97番地)

【アクセス】

○JR「京都駅」より京都市バス（B1、B2のりば）から9系統、
50系統「堀川中立売」下車、徒歩3分

○地下鉄「今出川駅」より 徒歩10分
詳しい地図はコチラ→



【主催】京都市
京都市商工会議所
京都市経営者協会
一般社団法人京都経済同友会
公益社団法人京都工業会
京都市中小企業家同友会
公益財団法人大学コンソーシアム京都
【広報協力】京都市わかもの就職支援センター



京都市
CITY OF KYOTO

平成31年1月発行 京都市総合企画局総合政策室 京都市印刷物 第304919号



この印刷物が不要になれば
「雑がみ」として古紙回収専へ！

GLOCAL
Global Human Resources Development Center

開催趣旨

京都市では、平成26年度から「京都企業と連携した次代の京都を担う人材（担い手）の育成事業（略称：グローバル人材育成事業）」を開始し、これまでに250名以上の学生が京都企業と連携し、様々な企業課題を解決してきました。地元企業と協働し、次代を担う学生を育成することで、学生が地元の企業を知るきっかけとなっています。

この度、平成30年度の事業の集大成として、プロジェクトの成果の共有等を目的に、参加学生、連携先企業による事業報告及びパネルドイスカッション、来場者参加型ワークショップを行う成果報告会を開催します。

次第

■ 開場 13:30 ■ 開会 14:00 ■ 閉会 17:00（予定）

14:00 開会挨拶

14:05 事業報告

①NPO法人グローバル人材開発センター

②プロジェクト活動報告

14:30 パネルドイスカッション

テーマ：採用・就職活動以外での新たな出会いの場

「京都企業×学生連携プロジェクトは新たな出会いの場となりうるか？」

登壇者：プロジェクト連携先企業担当者（五十音順）

青山 太輔 氏（株式会社特殊高所技術 総務課課長）

安東 司 氏（株式会社OPA リーシング企画部）

太田 亮子 氏（日新電機株式会社 人事部採用グループグループ長）

プロジェクト参加学生 3名（予定）

15:50 来場者参加型ワークショップ

テーマ：「どうすれば出会える！？良い企業&良い学生 新たな出会いの場について考える」

16:50 閉会挨拶

お問合せ

NPO法人グローバル人材開発センター <担当 木下 >

〒602-8061京都市上京区甲斐守町97番地

西陣産業創造会館 2階

TEL:075-411-5010 FAX:075-411-5011 Mail:info@glocalcenter.jp

申込方法

NPO法人グローバル人材開発センターのウェブサイト

(<http://glocalcenter.jp/>) 又は、電話 (TEL 075-411-5010

土日祝は休み)にてお申し込みください。

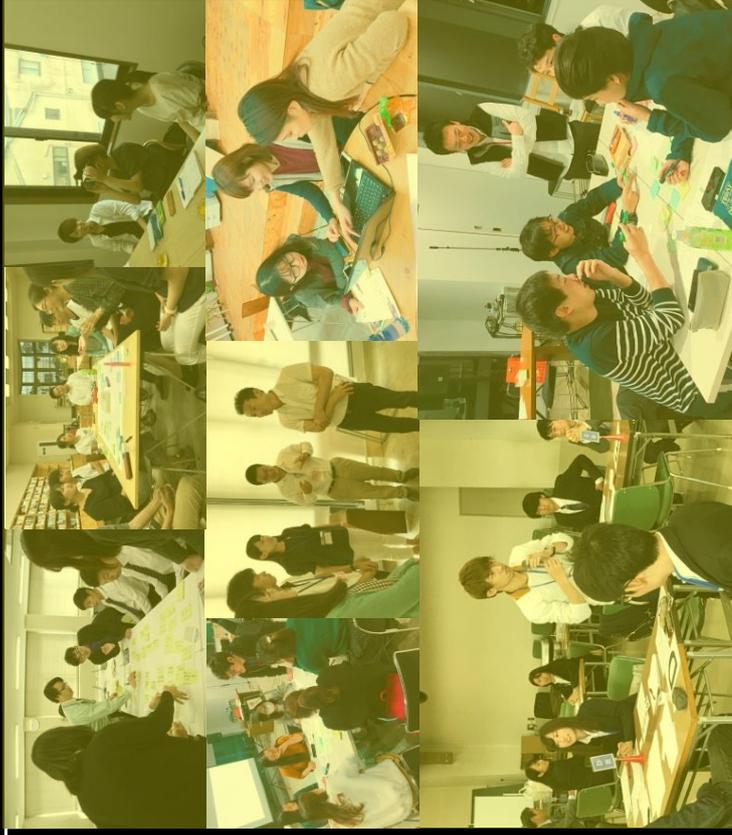
※締切：平成31年2月14日(木)



お申込みQRコード→

来場者参加型 ワークショップ

現役大学生・留学生とともに、「採用」「就職」における「良い企業&良い学生」との出会いの場について討議等を行います。今どきの学生と京都の企業人が考える採用・就職活動以外での新たな出会いの場とは！？白熱の議論をお楽しみください！



(資料) 配布資料

平成30年度 京都市 グローカル人材育成事業 成果報告会

すごい 採用・就職 会 議



京都の未来を担う
グローバルな視点 Think Globally
ローカルへの情熱 Act Locally

企業×学生連携プロジェクトは、大学や国籍の枠を超えた留学生を含む学生を、グローバルな視点と地域（ローカル）の発展を支える情熱を併せ持った「グローバル人材」として育成するとともに、学生と企業がお互いを知る機会を創出することを目的としています。

5年目となる今期も、様々な大学から集まった大学生・留学生が若者と企業人が出会う場を学生が自ら企画したり、海外の視点を取り入れた企業の販促企画や京都西陣の観光を盛り上げるマップを作成するなど、多様なプロジェクトを実施しました。

主催：京都市 受託者：NPO法人グローバル人材開発センター 後援：京都商工会議所/京都経営者協会/一般社団法人京都経済同友会/公益社団法人京都工業会/京都中小企業家同友会/公益財団法人大学コンソーシアム京都 広報協力：京都市わかもの就職支援センター

連携企業：有限会社中小企業診断所エス・ピー・シー / 株式会社OPA / 株式会社タナベ / 株式会社特殊高所技術 / 日新電機株式会社
株式会社ヒューマンフォーラム / 株式会社フラットエージェンシー / 株式会社丸嘉 / 株式会社ライフ住宅販売 / 株式会社リーフ・パブリケーションズ
(50音順)

京都企業×学生 連携プロジェクトのプロセス

このプロジェクトは、企業から与えられた現場のリアルな課題を学生チームで解決するPBL（課題解決型プロジェクト）です。

すごい
採用・就職
会議

Join

メンバーに加わる

キックオフミーティング

メンバーとの顔合わせ



Research

企業の魅力を知る
業界を知る
社会を知る

企業・業界研究

連携企業について調査



Think

アイデアを出す
発想する

企業訪問

連携企業に訪問



企画立案

課題解決策をチームで立案

Create

形にする
創造する

中間報告

企画の途中経過を報告



企画のブラッシュアップ

企業からフィードバックを受け
企画を修正

Act

実行する

最終報告

課題解決策を企業に提案



京都企業×学生 連携プロジェクトの紹介

このプロジェクトは、企業から与えられた現場のリアルな課題を学生チームで解決するPBL（課題解決型プロジェクト）です。



若者の声を社会へ届ける。

グローバルセンターの企業×学生連携プロジェクトで大切にしていることは、連携いただいた企業を通じて、若者の声を社会へ届けることです。

彼らの声は荒々しくて、率直で、未完成なものかもしれない。でも、その声を聴き、磨き上げていくことで京都の未来、世界の未来は「風通しの良い社会」へShiftすると信じています。

5年間の実績

参加学生数 **297人**
・日本人学生 232人
・留学生 65人

プロジェクト数 **51プロジェクト** 参加学生の所属大学 **20大学・大学院**

連携・協力<企業・団体> **40企業・団体**



Leaf Web Writer Project

with
株式会社リーフ・パブリケーションズ

【ミッション】
観光WEBサイト『Why? KYOTO』の記事を作成せよ！

- 【活動内容】
- ①記事作成、取材に関するレクチャーを受ける
 - ②京都の中で大学生が発信したいことを企画
 - ③2人一組で取材を行い、記事を作成



わかもの×企業人 出会う場創出 Project

with
有限会社中小企業診断所エス・ビー・シー

【ミッション】
「バトルクレーン」を活用した、企業経営者と若者が出会う場の企画・運営を行い、持続可能な運営体制について提案せよ！

- 【活動内容】
- ①バトルクレーンを体験
 - ②企業人と学生の交流が促進される企画を立案
 - ③「企業と学生の出会う場ゲームイベント」を実施



Oscar×GLOCAL SUMMER PBL CAMP 2018

with
**株式会社ライフ住宅販売
株式会社丸嘉
株式会社タナベ**

【ミッション】
I.株式会社ライフ住宅販売
京都の空き家の新たな活用法を提案せよ！

II.株式会社丸嘉
SNSを活用した企業PRの仕組みを提案せよ！

III.株式会社タナベ
タクシー業界のニーズに合わせた、新たなビジネスを提案せよ！

- 【活動内容】 **I.株式会社ライフ住宅販売**
- ①京都の空き家問題について調査
 - ②企業訪問を実施し、不動産業界を調査
 - ③ゲストハウス事業者を対象に、短期レンタルが可能なテストマーケティング用空き家を提案

- 【活動内容】 **II.株式会社丸嘉**
- ①企業訪問を実施し、現状のSNS活用法を調査
 - ②SNS媒体ごとの特性と効果をまとめ提案

- 【活動内容】 **III.株式会社タナベ**
- ①タクシー業界の抱える人材不足という課題に対して、新たな働き方を企画
 - ②タクシー業界の魅力を京都のタクシー会社で協力し発信する企画を提案



SNS発信Project! モニタリング京都西陣

with
株式会社フラットエージェンシー

【ミッション】

「京都アートステイ西陣捨松」の魅力が学生視点で発見し、大学生や外国人観光客が選びたくなるようなSNS広報プランを提案せよ!

【活動内容】

- ①ホテルの魅力进行调查するためモニター宿泊を実施
- ②魅力をまとめ、学生のSNSから魅力を発信
- ③SNSを活用した広報プランを企画
- ④西陣町歩きマップを提案し実際にマップを作成



就活お悩み解消Project 企業の中までシッテQ!

with
日新電機株式会社

【ミッション】

大学生から見た日新電機グループの魅力をまとめ、会社が採用活動に利用できる成果物を作成せよ!

【活動内容】

- ①日新電機を知るため社員の皆様へインタビュー
- ②「採用×遊び」をテーマに成果物を企画・立案
- ③「人狼ゲーム」をモデルに、採用活動で利用できるゲームを作成し提案



GLOCAL MAKES STYLE Project

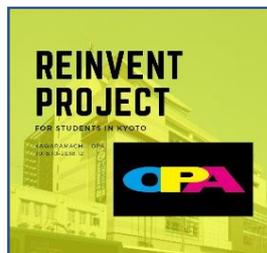
with
株式会社ヒューマンフォーラム
スピンス京都本店

【ミッション】

スピンス京都本店のイベントスペースを活用した、イベントを企画・運営せよ!

【活動内容】

- ①スピンス京都本店のイベントスペースで実施可能なイベントを企画・立案
- ②中高生を対象としたバレンタインイベントを提案
- ③広報～企画実施までを行い、イベントを実施



OPA REINEVENT Project

with
株式会社OPA

【ミッション】

河原町オーパならではの立地・学生のアイデアを活かした販促企画を提案せよ!

【活動内容】

- ①河原町オーパの過去実施された企画を調査
- ②「すっぴん割」という割引企画を立案
- ③オーパスタッフの皆様とミーティングを実施し、企画のブラッシュアップ
- ④4～5月を目処に「すっぴん割」を実施予定



TKG×A r t Project Vol.1

with
株式会社特殊高所技術

【ミッション】

株式会社特殊高所技術の魅力を「アート」で表現し発信せよ!

【活動内容】

- ①アートについて知るため、アーティストとして活動しているグローバル卒業生にインタビューを実施
- ②企画立案のため、特殊高所技術を体験
- ③表現方法としてモザイクアートと音楽を提案



TKG×A r t Project Vol.2

with
株式会社特殊高所技術

【ミッション】

株式会社特殊高所技術の魅力を表現したモザイクアートと音楽を作成せよ!

【活動内容】

- ①モザイクアートの作成方法を調査
- ②音楽を作成できる大学生メンバーを募集
- ③モザイクアートの作成に向けて、準備を進め、3月に社員の皆様と作成予定

(資料) 当日写真

開会挨拶・事業報告・活動報告・パネルディスカッション・分科会



開会挨拶（京都市総合企画局総合政策室
留学生支援・大学連携推進 担当課長 橋本 浩之 氏）

事業報告
（NPO 法人グローバル人材開発センター 木下 京介）



活動報告（TKG×Art Project）



活動報告（GLOCAL MAKES STYLE Project）



トークセッション①



トークセッション②



トークセッション③
株式会社特殊高所技術 青山 太輔 氏



トークセッション④
日新電機株式会社 太田 亮子 氏



トークセッション⑤
株式会社OPA 安東 司 氏



トークセッション⑥
登壇学生



トークセッション⑦
グラフィックレコーディング



来場者参加型ワークショップ①



来場者参加型ワークショップ②



来場者参加型ワークショップ③



来場者参加型ワークショップ④
フィッシュボウル対話



来場者参加型ワークショップ⑤
グラフィックレコーディング



閉会挨拶①



全体集合写真

京都企業と連携した次代の京都を担う人財の育成事業（グローバル人材育成事業）
年次報告書

発行 平成 31 年 3 月

編集 特定非営利活動法人グローバル人材開発センター

〒602-8061

京都市上京区甲斐守町 97 番地

☎075-411-5010