

2018年度 ALL DOSHISHA 教育推進プログラム

産官学連携を中核とした キャリア形成プログラムの策定

経済学研究科

申請者	研究科長	谷村 智輝
事業責任者	専攻教務主任	新関 三希代
担当者	事務長	沼井 哲男

1. プログラムの概要
2. プログラムの概念図
3. プログラムの全体像と達成目標
4. 達成目標
5. 実施のメリット
6. 本申請の特徴
7. 大学院ニーズ調査で得た知見（参考）
8. 現状の取り組み

1. プログラムの概要(計画調書 p1)

1. 経済学研究科におけるキャリア形成支援の一環として、企業等との連携を前提にした教育・研究プログラムを構築する。学部においては就職活動を含めたキャリア形成のための様々なインターンシッププログラムが設けられているが、大学院をターゲットにしたプログラムは量、質とも不十分であり、充実を図ることで大学院生の研究活動のモチベーション喚起に寄与することを目指す。

2. 経済学研究科では定員充足に苦戦している状況であるが、中国を始めアジア諸国からの留学生が増加している。日本語能力をどのように担保するのか、という課題もあり、入学後の指導に苦慮しているケースも散見している。その要因を分析したところ、日本人学生にも言えることであるが、2年後（あるいは5年後）のキャリアパスが明確でないことが問題となっており、大学院修了学生の進路選択の具体化・多様化を図りたい。

3. 今回の取り組みにおいては、企業のニーズを掌握し、企業の求める人材像を明確にするとともに経済学研究科の定める3つのポリシーとの整合性を測りながら、新たなキャリア形成プログラムを開発する。なお、文部科学省の施策との整合性にも留意しながら、プログラムを構築するものとする。

1. プログラムの概要(計画調書 p1)

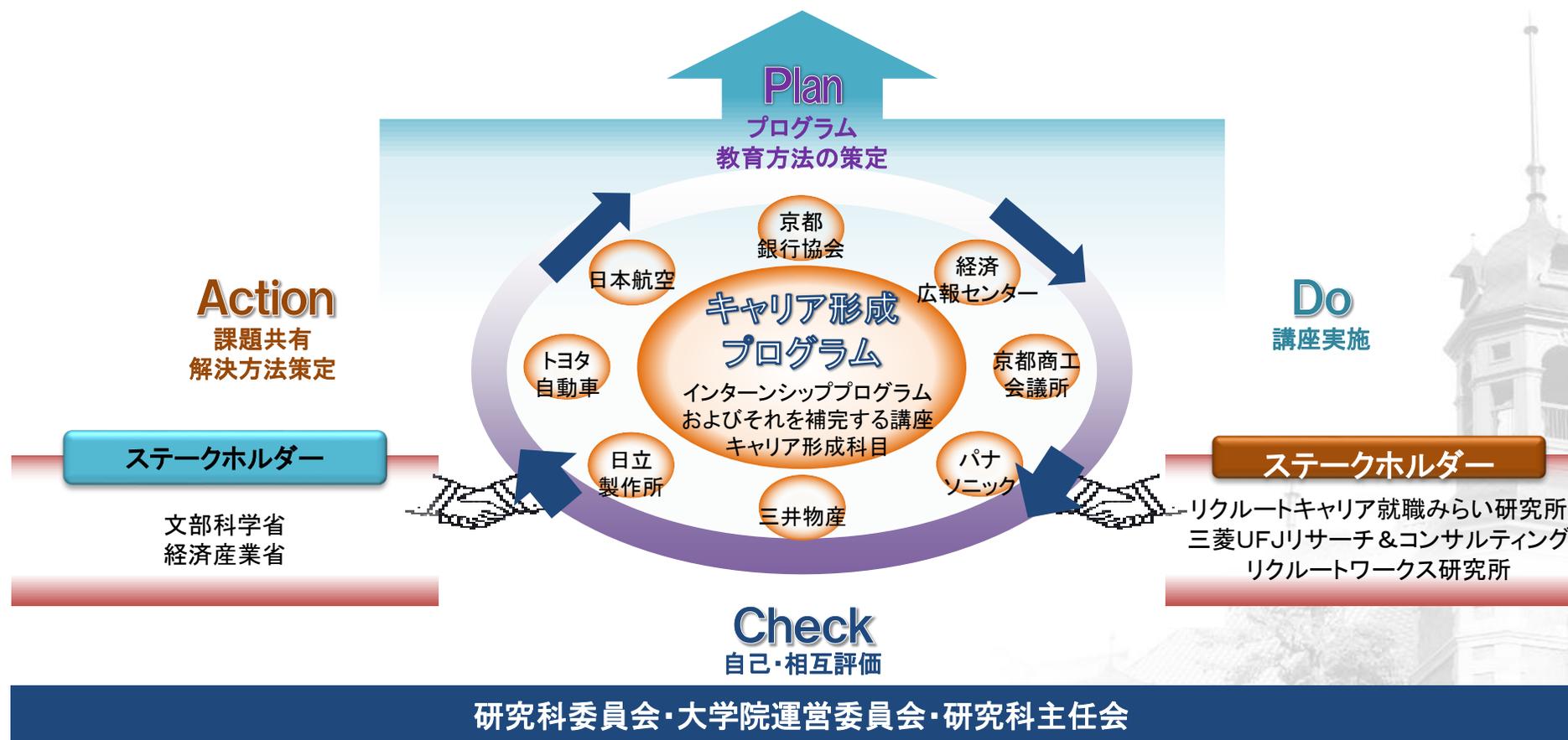
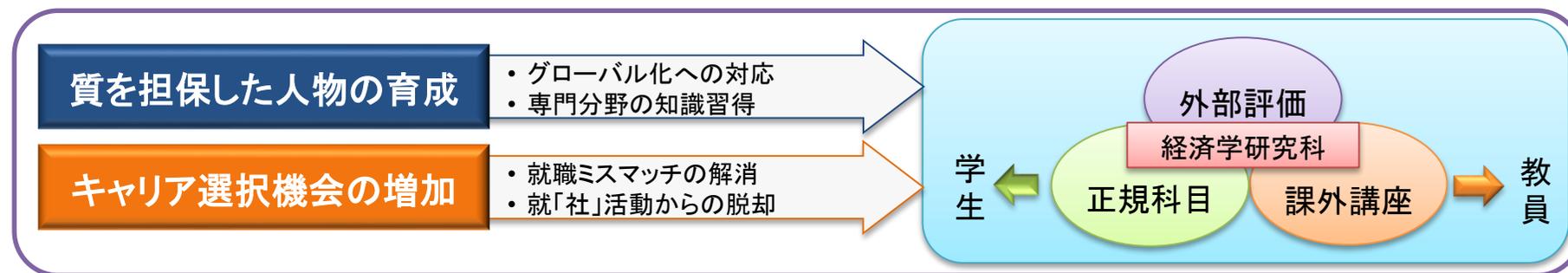
対象学年:前期課程・後期課程

対象学生数(概数):100名

(入学定員 前期課程25名、後期課程若干名、学部奨励学生募集人数30名以内)

経費計画(単位:千円)							
事業年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
事業経費総額	4,709	3,347	2,940	2,583	2,583	2,583	
内訳	支援金	4,709	3,347	2,940	2,583	2,583	2,583
	学部・研究科負担	0	0	0	0	0	0

2. プログラムの概念図(計画調書 p3)



3. プログラムの全体像と達成目標（計画調書 p 2）

◎達成目標：経済学研究科の定める人材養成目的、ディプロマ・ポリシーに合致した人物の育成

- ・企業の求める人物像の調査
- ・社会人基礎力（3つの能力／12の要素）の習得
- ・基礎学力、専門知識+活用する力（多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力）の習得

経済学研究科の定める人材養成目的、ディプロマ・ポリシーに合致した人物を育成するとともに、**企業の求める人物像を調査**し、到達目標とする。また、経済産業省の提唱する**社会人基礎力**（3つの能力／12の要素）の習得にも意識する。

経済産業省によると、①**前に踏み出す力（アクション）** 主体性・働きかけ力・実行力、②**考え抜く力（シンキング）** 課題発見力・計画力・創造力、③**チームで働く力（チームワーク）** 発信力・傾聴力・柔軟性・状況把握力・規律性・ストレスコントロール力の習得を目指す。社会（企業）で求められている力は、**基礎学力、専門知識に加えて、それらをうまく活用**し、「多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力」とされているが、企業や業種、職種により求める力に濃淡があるはずであり、「インターンシップの推進等に関する調査研究協力者会議」（平成28年6月16日設置）を踏まえながら、経済学研究科に留まらず、社会科学系の研究科に共通するプログラムの作成を目指したい。

4. 達成目標

- ・キャリア形成プログラムの開発

「グローバル」という観点を重視し、世界各国で活躍できる人物の育成とともに、日本で研究活動を行う外国人留学生にも対応するキャリア形成プログラムの構築を目指す。



キャリアパスの明確化により、志願者を増やし、安定的な**入学生の確保**を目指す。（確実な定員充足）

- ・評価指標の策定

大学院修了生（プログラム参加者）の**追跡調査**を行い、企業規模、海外拠点の有無（拠点数、地域）も含めた進路（就職先）を掌握し、3年間の年度毎の担当業務の他、当人の満足度をアンケート調査を実施する。また、採用担当者（企業担当者）にもヒアリングを行うなどして、修了生の社内における評価を確認する。直接評価、間接評価の両面からプログラムの評価を行い、職種・業界を単位として最適なプログラム開発を目指す。また、**外部評価**を取り入れることでプログラムの質の向上を目指す。



社会に貢献する人物を社会に送り出すことで、経済学研究科の社会的な**ブランド力を確立**する。
(競争力の強化)

5. 実施のメリット

・ 汎用性の高さ

- 1 s t ステージ 経済学研究科におけるキャリア支援のあり方の調査・研究、実施・検証
- 2 n d ステージ 社会科学系研究科への展開
- 3 r d ステージ 文理融合の観点から、すべての研究科に波及

・ 競争力強化に寄与

文系版産学連携事業への展開も期待。取り組みに参画する学生のモチベーションの向上、研究成果の質の向上にも寄与。他大学に対する競争力の強化にも好影響を及ぼす。



・ 連携大学院による企業との連携

理系における研究施設の共同利用とは異なり、企業の有する実データを用い、分析・解析などを行うことで、研究成果が実社会でどのように活用できるのか、検証の機会とすることも可能。また、企業にとっても、大学（研究者）との交流のメリットは大きい。

6. 本申請の特徴

・産官学協働によるプログラム策定および評価体制

5名の有識者（ステークホルダー）から専門的な知見を得る

産業界

- ・株式会社リクルートキャリア 就職みらい研究所
増本 全 主任研究員（インターンシップ推進等に関する調査研究協力者会議 委員）
- ・三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
佐々木 隆彦 コンサルティング事業本部 プリンシパル
- ・リクルートワークス研究所
豊田 義博 主幹研究員（一般社団法人 産学協働人材育成コンソーシアム理事）

行政

- ・文部科学省 高等教育局 専門教育課
山路 尚武 課長補佐（高等専門学校・情報教育推進・インターンシップ推進担当）
- ・経済産業省 経済産業政策局 産業人材政策室
川浦 恵 室長補佐

その他、社会人基礎力育成協議会 副会長 拓殖大学商学部 長尾 素子教授を始めとする
大学関係者との協働体制も構築

6. 本申請の特徴

◎既存の枠組みの有効活用が可能①

(正課)

コンテンポラリー・スタディーズ

それぞれの学問領域における現代的課題にトライし、新たなフロンティアを切り拓く科目。これまでの大学院教育になかった経済・産業の現場の動きを実践的に体感できるチャレンジ精神あふれる科目。

2020年度に本格開講を目指す、キャリア形成科目の母体となり得る。

(課外)

大学院キャリア支援連携セミナー

経済学研究科での研究活動を踏まえ、大学院生が仕事のイメージを具体化し、キャリアパスを考えるためのセミナー。

2018年度秋学期から試行する「インターンシッププログラムを補完する講座」との親和性も高い。

6. 本申請の特徴

◎既存の枠組みの有効活用が可能②

インターンシッププログラムについては、学部で2007年度より海外インターンシップを実施し本年度で11年間のノウハウを蓄積している。また、学生プロジェクトを実施し、アクティブラーニングの運用経験が豊富である。

・海外インターンシップについて（経済学部同経会および経済学部共催事業）

2017年度実績

みずほ銀行 デュッセルドルフ支店（ドイツ）
株式会社マイツ（中国）
株式会社ノーザンライツ（インドネシア）
株式会社鶴見製作所（シンガポール）
ダイキン工業株式会社（マレーシア）
シークス株式会社（シンガポール）
日本コルマー株式会社（中国）
株式会社石田大成社（アメリカ）

経済学部2および3年次を
8社に9名を派遣

※ダイキン工業株式会社のみ2名（その他1名）

6. 本申請の特徴

- ・過去に行った調査結果の有効活用

2006年12月～2007年1月実施「同志社大学経済学部・経済学研究科の教育のあり方についてのアンケート（大学院ニーズ調査）」の知見をもとにした取り組み。

一部上場企業1,500社を対象にしたWeb調査（事業規模2,500,000円）

- ・本申請における初年度（2018年度）委託費の積算根拠

本申請においては企業動向調査だけではなく、プログラム検討・作成および評価指標策定に係る業務への従事を期待。また、二年目以降については初年度の業務を踏襲するが、企業動向調査に投入するコストを削減し、補足調査に留め、経費の逡減に努める。（必要経費の圧縮に寄与）

7. 大学院二一ス調査で得た知見（参考）

○同志社大学経済学部卒業生、経済学研究科修了者に求める教育

- ・両者とも「課題発見・自己解決」「幅広い知識と視野」「職業意識の形成」等が重視される
- ・院修了では「専門分野」「他領域の専門分野」などが相対的に高め

	MA(%)	
	経済学部	経済学研究科
課題発見・自己解決	86	78
幅広い知識・視野	76	70
職業意識の形成	52	46
専門分野	20	41
ディベート・プレゼンテーション	32	32
チームで取り組むプロジェクト型教育	28	32
他領域の専門知識	20	29
国際コミュニケーション能力	27	26
ビジネスマナー・礼儀	31	23

7. 大学院二一ズ調査で得た知見（参考）

- 大学院経済学研究科生採用にあたっての優先テーマ・スキル
 - ・ 約半数の企業が「特になし」、人気集中テーマはなく分散している
 - 研究テーマへのこだわりは少ない
 - ・ 既存のテーマの中では「企業経済」がトップ（26%）、ついで「日本経済（16%）」
設定したテーマの中では「リスクマネジメント（24%）」「コーポレートガバナンス（23%）」「国際会計（15%）」など比較的高比率のものがみられる
 - あえていえば企業が現実に直面している経営課題に近いテーマが優先される
 - ・ スキルについても「特になし」が過半数（27%）
 - 経済学的なスキルにはこだわりは少ない

7. 大学院二一ス調査で得た知見（参考）

○クロス集計でみた特徴（1）

- ・ 大卒学部別（区別）採用意識と大卒・院卒別（区別）採用意識はある程度相関。
- ・ 採用時の重視能力・資質は、学部別採用意識別、大卒・院卒採用意識別によって大きな差はないが、有層は「論理思考力」「問題解決力」を相対的に重視。
無層では「行動力・実行力」「熱意・意欲」などが相対的に高く、この傾向は経済学部
経済学研究科を問わない。ただし、大学院卒採用実績有無別では、あまり差がない。
- ・ 経済学部の学生に求める教育を、学部別採用意識別、大卒・院卒採用意識別で見ると、
有層では「ディベート・プレゼンテーション」「プロジェクト型教育」「文章作成能力」
などで高い。

7. 大学院二一ス調査で得た知見（参考）

○クロス集計でみた特徴（2）

- ・ 経済学研究科の学生に求める教育も学部卒と類似。学部別採用意識有や大卒・院卒別採用意識有の層では、「ディベート・プレゼンテーション」重視ウェイトが相対的に高い。
- ・ 経済学研究科とはいえ、研究テーマへのこだわりは少なく、採用時に優先したいテーマは「特になし」が約半数を占める。学部別採用意識有や大卒・院卒別採用意識有層では「特になし」は少なく、企業経済、国際経済（以上既設テーマ）、コーポレートガバナンス、リスクマネジメント、国際会計などのウェイトが相対的に高く、研究テーマへの関心はやや高め。
- ・ 経済学的スキルについても上記と同様の傾向がみられる。

7. 大学院ニーズ調査で得た知見（参考）

○全体からみた経済学研究科の方向性仮説（仮案）

- ・ 大学院特別視の観点は少ないという現状を認識する
- ・ 特に研究テーマや経済学的スキルでの魅力づけより、社会人・企業人としての基本（コミュニケーション力、行動力、熱意・意欲等）を重視しつつ、プロジェクト型教育やディベート・プレゼンテーション能力、専門性等の教育を重視していく
- ・ 経済学研究科や学部奨励学生制度等の認知向上を目指す

8. 現状の取り組み

○委託業者の決定

株式会社リンクアンドモチベーション（※一部上場企業）

ディレクターとしての参画

組織開発デザイン室 エグゼクティブディレクター

<大学関係>

【現在】早稲田大学・上智大学非常勤講師

【現在】早稲田大学 国際学生寮 Social Intelligence プログラム オフィサー

【過去】名古屋大学 非常勤講師（2016年）

一橋大学 非常勤講師（2012年～2015年）

<官庁>

【2016年】トビダテ！留学ジャパン 事前教育講師

【2015年】経済産業省 サービス産業人材育成 アドバイザー

ディレクターおよびアシスタントディレクターを中心に業務を遂行中

8. 現状の取り組み

○新入生を対象にしたキャリアガイダンスを開催（2018年4月4日）

テーマ 活躍する若手社会人の条件とは？

講師 株式会社リンクアンドモチベーション 榎原 洋平 氏

受講生に対するアンケート調査の結果、人的情報系（OB・OGに会う機会、経験豊富な社会人を知りたい、企業の人のお話をもっと聞きたい）、就職対策系（SPI対策、大手企業（外資企業）の就職活動の準備方法、就職に関することを教えてもらいたい、就職関係の一般的な知識、ノウハウ・情報提供、面接と筆記試験のシミュレーションの提供）に対するニーズが高いことが判明。これらを含め、育成機会系、企業理解系、情報発信系、知りたい系、特化情報系という観点からプログラムの構築を行う。

○企業へのヒアリングなどを通じて、社会の求めるスキルの確認

★ヒアリング方法A：ワークショップ形式で、採用責任者へのヒアリング

①6月21日（木）@大阪で第1回の実施

【参加確定企業（6月6日現在）】パナソニック、川崎重工業

②7月27日（金）@東京で第2回の実施

【参加確定企業（6月6日現在）】みずほFG、オリエンタルランド、日本ガイシ、栄光

★ヒアリング方法B：訪問形式での、個別ヒアリング

上記に参加できない企業については個別訪問をし、意見収集を行う

（※6月中は採用活動で忙しいため、個別ヒアリングは7月中がメイン）

→上記のヒアリング内容をまとめ、8月（もしくは9月）に報告させて頂くとともに、その内容をふまえて

秋のトライアルプログラムの素案をご提案させて頂く

（※前提としてワークショップ参加企業は、その後のプログラム構築にも関心を示している）

ご清聴ありがとうございました。