

大学の創造性教育に関する提言

創造性豊かな人材の育成にむけて

平成14年3月

社団法人 神奈川経済同友会
教育文化委員会

大学の創造性教育に関する提言

昨今の労働事情をみると、デフレ経済下にあつて、企業の合理化が進められるなか、失業率が5.6%となり、また、大学生の就職内定率をみると76.7%（2001.12.01現在）と4人に1人が、就職先が決まらないという、依然として厳しい状況が続いており、市井にはフリーターと称する定職につかない労働者が急増、一説には1,000千人とも1,500千人ともいわれ、日本の将来の社会に及ぼす悪影響が様々取り沙汰されております。

こうした環境下にあつて、政府は大学教育改革を進めておりますが、教育改革は21世紀わが国にあつて重要課題の一つであることは言を待ちません。

教育問題は官民挙げてこれに取り組んでこそ成果があがるものであり、とりわけ経済構造改革が進められ、わが国経済が厳しい変革期にあるなかで、21世紀を展望しわが国を支える人材をどのように育成していくかが今問われていると考えます。

企業が求める人材像は大きく変化していることは異論の無いところであります。高度経済成長期には決められたことをきちんと処理できるための一定知識水準を確保する教育・知育を受けた人材でよかったが、現在のような変化の激しい時代にあつて、今の企業は、新たなものを見出し自ら思考し行動できる知恵を持つ、いわゆる創造性豊かな人材を求めているといつても過言ではありません。

神奈川経済同友会では、企業と大学生の意識にミスマッチがあるのではという前提に立ち、企業が大学生に求める創造性とは何か、また、大学生の考える創造性とはどのようなものであり、何を企業に求めているかということについて、アンケート調査によりその実態を明らかにし検証するなかで、21世紀を担う人材をどのように育むかについて提言することといたしました。

提言は、今後、企業や大学、学生が共に取り組まなければならない課題に関し、神奈川経済同友会教育文化委員会のメンバーが討論を重ねるなかで意見を集約しとりまとめたものであります。

目 次

1. 問題の認識と所在確認

1) 神奈川経済同友会の問題認識

- ・ 大学教育改革の流れ
- ・ 神奈川経済同友会の問題意識

2) 提言にあたっての問題の所在確認

- ・ 企業経営者にみられる創造性を重視する意識
- ・ 大学生の考える創造性と就職意識
- ・ 企業経営者と大学生の創造性に関するアンケートから導き出される課題

2. 提言

<資料>

創造性に関するアンケート調査

大学生の創造性と就職意識に関する実態調査

1. 問題の認識と所在確認

1) 神奈川経済同友会の問題認識

大学教育改革の流れ

大学等高等教育の改革については昭和62年に大学審議会が設置されて以来、大学等における教育研究の高度化、個性化及び活性化等のための具体的方策について諮問を受けて、様々な提言がおこなわれてきた。昨今の変化の激しい経済社会にあつて、高度な研究体制の実現を図ること、グローバル化に対応した大学改革や、産学連携の重要性が指摘されている。

平成10年10月の答申「21世紀の大学像と今後の改革方策について—競争的環境の中で個性が輝く大学—」では、卒業時における質の確保を重視したシステムへの転換が必要であると、「課題探求能力の育成」を重視するとともに、専門的素養のある人材として活躍できる基礎的能力等を培うことを基本とした、教育内容の再検討を行うための具体的仕組みを整備する必要性を挙げている。

また、大学は、今後、その知的資源等をもって積極的に社会発展に資する、開かれた教育機関となることが一層重要となるとし、各大学が地域社会や産業界の要請等に積極的に対応し、それらの機関との連携・交流を通じて社会貢献の機能を果たしていくため、リフレッシュ教育の実施、国立試験研究機関や民間等の研究所等との連携大学院方式の実施、共同研究の実施、受託研究や寄附講座の受け入れなど産学連携の推進を図っていく必要があるとしている。加えて、インターンシップ制度の積極的な導入や、学生のボランティア活動等地域社会に貢献する活動の促進に積極的に取り組むことも重要であるとしている。

神奈川経済同友会の問題認識

神奈川経済同友会ではこうした大学教育改革については強い関心と期待感を持っている。これまでの一定知識水準を確保する教育・知育教育に対しては、強い不満と疑念を持っており、新たなものを見出し、自ら思考し行動できる知恵を持ついわゆる創造性豊かな人材を如何に育むかが今問われていると考える。今、企業が強く求めている人材は、変化の激しい時代にあつて、物事の本質を見極め、新しい発想力や旺盛な起業力といった資質により、新たなビジネスを展開する資質・能力溢れる人材である。

しかしながら、最近の新入社員等の資質をみると、〇×式教育や知識に偏りすぎる教育では創造性豊かな人材は育むことができないといったことから、こうした企業の期待に応える人材育成が必ずしも行われていないのではと危惧する経営者が多い。

我々はこうした創造性豊かな人材を育む教育の実現をひとり大学等高等教育機関に対してだけ要求するのではなく、企業経営自身の課題として、企業は創造性を発揮させることができるような職場や組織づくり・風土変革など、関係機関が一致協力してそれぞれが持てる力を発揮していくことが、わが国経済を活性化させるために最も重要な課題であると認識している。

2) 提言にあたっての問題の所在確認

企業経営者にみられる創造性を重要視する意識

神奈川経済同友会では会員を対象に創造性に関してアンケート調査を行った。創造性を

定義することはなかなか難しいことではあるが、まず、経営者が創造性をどのように考えているかを調査結果にみると、「本質を見抜く能力」が59.9%、次いで「新しいものを造る能力」(52.5%)、「企画する能力」(47.5%)という結果となった。

経営者は創造性とは「本質を見抜く能力」としており、経済社会の変化が激しい時代にあって、物事を見極める能力の重要性を強く指摘している。その上で、新しいものを造る能力や企画力といった能力であると定義している。また、こうした創造性の重要性について「企業業績へ強く影響すると考える」83.4%、「不況下における決め手となる」73.7%、「経営が危機的状態の時には創造性が必要になる」78.6%と回答しており、極めてその重要性を高く指摘している。

昨今の経済環境の変化は、これまでのビジネスとは異なる態様を示してきている。ITの普及により新たなビジネスモデルが考案され、他社と同じことをやっていると生き残れないといった状況があり、個々の企業が創意工夫し、変化を読み取り、対応して行く姿勢が必須になってきている。こうした、経済環境の変化はまさに企業経営において創造性豊かな人材が求められることに繋がっている。ところが、こうした創造性豊かな人材を如何に育み、確保するかという点に関しては、経営者は、日本人は創造性があまり高くない(日本人は創造性が高い23.9%、低い35.2%)としつつも、「創造性そのものは教育できる」と考える経営者は74.2%を占め、教育により創造性を高めることの可能性を示唆している。そして、日本の大学における創造性教育の重要性を指摘する経営者は66.7%を占めており、大学等高等教育に求める創造性教育への強い期待感が映し出されている。

このように企業が大学等高等教育機関に求める期待感が強い一方で、企業自身にも問題が無いわけではない。創造性豊かな人材を確保しても、人材を活かす環境が無ければ、人は組織内にあって埋もれてしまう。アンケート調査では、創造性をどのように評価するかということに関して評価基準の有無をたずねたが、創造性を評価する基準ありの26.3%に対して、評価基準なしが41.4%との結果であった。これは、企業組織内にあっても、創造性を育み発揮させるための企業文化・風土が未醸成であり、取り組むべき風土改革等の課題があることを示すものである。

大学生の考える創造性と就職意識

こうした経営者の創造性に関する意識に対して、大学生は創造性をどのように捉えているのだろうか。大学生へのアンケートによれば、「新しいモノを造る能力」75.8%と最も多く、次いで「本質を見ぬく力」が56.1%、「企画する能力」54.0%であった。経営者ではトップが「本質を見ぬく力」であったことを考えると、学生は「新しいモノを造る能力」とは、まず創造することと素直に回答している点であり、また、このあたりに経営者の立場と学生とでの若干の意識のズレが見え隠れしているように思える。即ち、学生は創造性とは将に、新しいモノを造ることであり、企画する能力であると考えが、企業経営者はその前に変化の本質を見極め把握することにより、市場に対応した適確な新商品・新サービス、ビジネスモデルの創出が可能と断言しているようであり、実戦的経験の有無の差ないしは立場の差がでているように思える。

また、アンケートでは大学生の就職意識もたずねた。その結果、学生の50%以上の学生が「条件によっては転職を考えると」回答するなど、昨今の実力主義を重んじる企業経営の動向や雇用の流動化など最近の経済情勢の変化を敏感に感じていることや、こうした時代だからこそ専門分野に秀でた人材になり、得意分野を持って社会に出ようとする姿勢がうかがわれたが、一方で、就職にあたっての情報の不足を伺わせる結果もみられた。ちなみに、学生は就職にあたっては具体的かつ詳細な企業情報のみならず具体的な仕事の内容についての情報を求める意見が多々出ており、企業活動に関する情報をはじめとして実社会の経営や仕事に関する情報が十分に伝えられていない状況がみてとれた。

アンケートによれば、新聞を毎日読むかという問いに対しては毎日読むが36%にとどまっているなど、社会事象と距離が置かれたところにある学生の生活環境がみられ、経営者と学生における創造性の捉え方の微妙な違いに加えて、こうした状況をみると、学生の企業経営など実社会に関する情報の不足解消といった課題が見えてくる。

ちなみに、アンケートの設問11では、ランダムに知識と知恵、ならびに意欲に関する項目それぞれ10問の計30問に回答してもらったが、就職活動前にある3年生と就職活動経験のある4年生以上ではそのレベルに違いが明確に現れ、4年生になると各項目のレベルが高まり、特に意欲項目のレベルが急激に高まるといったことがみられた。（「大学生の創造性と就職意識に関する実態調査」P18参照）

これは、就職活動を通じて企業や社会との接点を持つことにより、様々な情報を得る過程で、学生の意識やモチベーションが変化したということであり、理解が進み、より創造性ある人材を育成できると言うことを示唆するものである。

企業経営者と大学生の創造性に関するアンケートから導き出される課題

産業界が今直面している課題や抱える問題等に関しての生きた情報が大学・学生に届いていないことや、学生が学究活動を行うにあたって、自らの学問がどのように社会に関わるのか認識できずにいることや、また就職にあたってどのような資質が必要とされているかといった情報を求めているといったことは、大学教育と社会の関係を一層密接にしなければならないことを示すものである。

アンケートからも読み取れたことだが、創造性に関する微妙な考え方の相違や学生の情報ニーズの強さをみると、産業界・大学・学生のコミュニケーション不足、相互の情報不足はあきらかである。政府は、現在の大学等高等教育機関の改革にあたって開かれた大学を標榜の一つに挙げているが、基礎研究分野は別としても、広く社会に貢献し、役立つ学問はどのようにあるべきかを真摯に再考する必要がある。産業界・大学各々が求めるだけでなく、自ら主体的に取り組むことが重要である。産業界は大学に対してより積極的に情報を発信し、教育に関わるべきであろうし、大学はより開かれた教育機関として社会とより密接な位置にあつての教育研究機関をめざすべきである。特に地域社会にあつては地域との密接な関係に立つ大学教育の必要性はいうまでもない。産業界・大学は産学連携のあり方や展開の手法について主体的かつ積極的に情報交流し、その関係改善に早急に取り組む必要がある。こうした点を踏まえて、以下では企業、大学、それぞれへの提言をまとめた。

提 言

【企業への提言】

提言1

企業は、採用の段階から学生に対して、創造性を重視し創造性のある人材を求めていることを具体的な情報として提供すべきである。また、採用選考過程における学生に対する質問手法の見直し、創造性の評価手法を早期確立にすべきである。

アンケート調査によれば、企業は創造性など期待する能力をより具体的に、職種や業務内容に則して情報発信することがもとめられている。また、一步進んで、学生の創造性を重視することを明確に伝え、その採用にあたってはこれまでの採用基準・手法を見直す必要がある。これにより、学生は企業が求めていることを正確に知るところとなり、学生の就学意識も変化すると考える。

提言2

企業は創造性豊かな人材を外に求めるだけでなく、社内研修等の社内においても創造性を育む教育体制を整えるべきである。

企業においては創造性の発揮は業種、職種など仕事の内容によっても異なるものであり、創造性を重視する点では同じであるが、創造性発揮の中味については企業により異なる。従って、個々の企業は創造性豊かな人材を確保したのちも、自社に即した創造力を培うための社内教育システムを考えるべきである。

提言3

企業はその活動のなかで創造性発揮のための組織・制度・風土改革に積極的に取り組むべきである。創造性が評価される人事考課システム、成果に対する報酬などインセンティブの明確化など、客観的かつ納得性のある制度を工夫すべきである。

21世紀企業を支えるのは、付加価値を生む能力、既成概念にとらわれない個性ある人材だといわれる。従来型の企業制度や既成概念にとらわれないワークスタイルを考え、実現出来る場を創出することが必要である。創造性豊かな人材を得ても、これを活かす組織・風土がなければ、企業の期待には応えられない。アンケートによれば50%以上の学生が将来条件によっては転職を考えるとしている。今、企業に魅力が無くなれば人は求めて自らの職場を変えていこうとする将に人材の流動化時代を迎えている。優秀な人材の定着化を図り、業績の向上を図るためには、これまでの組織・風土を見直し、改革に取り組むことによって、受け入れ環境を整備すべきである。職種・職能別の人事管理や

処遇など求める創造性ある人材を活かす生きがい、やりがいのある組織づくり、風土づくりに取り組まなければならない。

提言 4

企業はインターンシップや大学との共同研究開発などのプロジェクトに参画し、積極的に創造性豊かな人材を育む社会環境の創出に協力すべきである。

企業は自社にどのような専門性発揮の場があるのか、またどのような資質を求めているかといった学生の要望に応えるために、自らが抱える研究・課題等について大学との連携を積極的に図るべきであり、企業経営者が大学等で積極的に語れる場を求めて行くべきである。学生に対して十分な情報提供することに加えて、学生がどのような資質を持つのか、また何を考えているのかを知り、企業の考えを伝える機会を持つ事が重要である。大学に対する共同研究の提案、ニュービジネス提案の機会提供などが考えられる。また、最近注目されつつある、インターンシップ等の試みについても産業界・企業経営はその社会的な見地からも積極的に取り組む必要がある。特に産学連携の試みにあつては、理科系学部・学生との連携だけではなく、広く文科系学生との連携のあり方も模索すべきである。また、こうした企業の活動が、IR情報に準じた指標として、企業評価の向上につながる社会の実現も期待したい。

【大学への提言】

提言 1

大学は企業に対して、自らのあり方、産業界での役立ち、社会との教育の係わり方などに関するビジョンを公表・情報発信すべきである。

大学改革が進められるなかで、大学はこれまで以上に、大学のあり方等についての自らの考えを地域・企業に対して公表・情報発信すべきである。これからのわが国を支え、地域を支える人材の育成に関して、社会と一体になった教育のあり方を検討し、導入すべきである。これからの国際競争力等を考えると一人大学機関のみでなし得ることではなく、広く社会・産業界・個々の企業経営者の協力があつて可能となるものである。

提言 2

大学は創造性教育充実のため、企業との連携を図るなどして、その講義のあり方、カリキュラムの構成、研究教育方向について検討すべきである。

企業が大学に対して実学教育を望む声は大きい。大学はこれまで知識教育に終始してきた面が大きい。政府の教育改革では大学の研究レベルの向上をあげているが、更に一歩

すすめて、大学は積極的に地域社会・産業界との連携を図り、実学教育の充実に努めるべきである。社会・産業界が求めている人材は、高度な技術レベル・研究もさることながら、新たな事業機会の創出や起業アイデアなど、今後日本経済が将来に生き残っていくための知識・知恵豊かな人材である。翻って大学はその教育水準を維持すべきであり、質の劣る学生を社会に送り出すことは厳に慎むべきである。

提言 3

わが国の社会システムが様々な分野で構造改革に直面しているなかで、大学は専門性がありかつ視野の広い、グローバルなもののお考え方ができる人材育成に努めるべきである。

今やグローバル化は地域社会に無縁ではない。広く世界に通用する人材の育成を行うためにも、自らが研究機能のあり方について、社会・産業界に知恵の提供と協力を求め、より実戦的かつ戦略的な教育機関として再生すべきである。

提言 4

大学と企業は、広く地域社会におけるこれからの大学教育を共に考えるため、交流を第一義とした連絡協議の場の創設に共に努力すべきである。

これまで、地域においては大学との特定した連絡協議の場が設けられておらず、接点は個別かつ煩瑣な手続きを経て行われるケースが多かった。大学と地域の関わりを考えると、連絡協議会等の場の設置は急務であるといわざるを得ない。場の設置にあたっては、大学に対して積極的にその創設の協力を要請したい。

以上

神奈川経済同友会
教育文化委員会委員名簿

(平成14年1月31日現在)

委員長	徳谷 昌勇	株式会社未来質中央研究所	理事長
副委員長	亀井 文夫	亀井工業株式会社	取締役相談役
副委員長	矢部 哲男	株式会社京急百貨店	取締役相談役
副委員長	菅野 健一郎	相鉄ローゼン株式会社	代表取締役会長
委員	長澤 和彦	株式会社産業貿易センター	取締役社長
	宍戸 隆夫	桃美興産株式会社	代表取締役
	小川 善久	三浦藤沢信用金庫	理事長
	奥平 健智	株式会社ロリエ商会	専務取締役
	安西 久幸	株式会社富士	代表取締役
	野並 豊	株式会社崎陽軒	取締役会長
	赤荻 幸男	株式会社大久保塗装店	代表取締役
	佐藤 信夫	横浜高周波工業株式会社	代表取締役
	石田 健二	株式会社ハックキミサワ	取締役社長
	鈴木 智恵子	株式会社鈴広蒲鉾本店	取締役会長
	前田 次啓	日本発条株式会社	取締役会長
	杉崎 文男	株式会社ユニシアジェックス	常務取締役
	井上 誠	株式会社小松エレクトロニクス	取締役社長
	柏木 岱生	柏木岱生税理士事務所	所長
	藤井 監二	株式会社湘南合成樹脂製作所	専務取締役
	松下 亮	高砂熱学工業株式会社横浜支店	常務取締役支店長
	瀧本 良吉	瀧本交易株式会社	代表取締役

大学の創造性教育に関する提言

資料編

資料 1. 創造性に関するアンケート調査

資料 2. 大学生の創造性と就職意識に関する実態調査

創造性に関するアンケート調査

社団法人 神奈川経済同友会

教育文化委員会

アンケート実施要領

実施方法	神奈川県経済同友会会員への郵送による（配布総数 380）
実施日	実施期間 平成13年3月15日～3月31日
回答総数	164

創造性に関するアンケート調査結果(概要)

はじめに

神奈川県経済同友会 教育文化委員会では、本年3月、会員企業に「人材に求める創造性への意義・解釈」について質問し、人材に何を求めているかをアンケート調査いたしました。

その調査結果の概略を下記のとおりご報告いたします。

概要報告

▽創造性をどのように定義するかは難しい問題であるが、具体的に何かという質問に対しては、約6割（59.9%）の経営者が「本質を見抜く能力」としており、混沌とする経済社会の変化の中にあつて、物事の見極める能力の重要性を強く指摘している。以下回答は、「新しいものを造る能力」（52.5%）、「企画する能力」（47.5%）、「他人と異なる考えを出せる能力」（44.4%）となっており、これまでとは異なる新しいビジネス展開の源泉ともなる知恵を望んでいる姿が浮かびあがる。

▽また、経済構造転換が叫ばれ、不況が続く昨今、創造性が業績へ強く影響すると考える経営者は83.4%と高く、創造性が不況下における決め手となるとするという回答も73.7%と高い。

▽このように創造性に関して、経営者には高い期待が見られる一方、日本人は創造性があまり高くないとみる、やや控えめな傾向（日本人は創造性が高い23.9%、低い35.2%）が見受けられた。日本の大学では創造性の教育が重要と考える経営者は6割（66.7%）を占め、創造性そのものは教育できる（74.2%）と考えており、大学等高等教育に求める創造性教育への強い期待感が映し出されている。

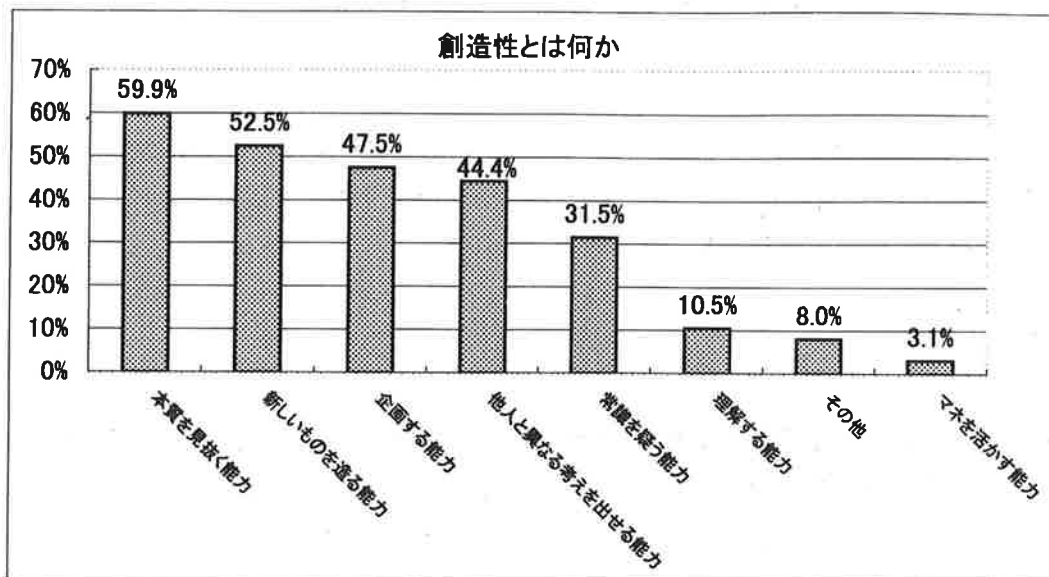
▽しかしながら、創造性をどのように評価するかということにおいては明確な基準がなく（創造性を評価する基準あり 26.3%、基準なし 41.4%）、また、教育が出来ると思いつつも、創造性を育み発揮させるための企業文化・風土が未醸成であり、風土改革の必要性が伺える。

▽蓋し、部下を叱り、叱咤激励のなかでは創造性が育まれるとは思っておらず、創造性の教育性実現のために何をなすべきかという点で若干の戸惑いも隠せない状況が垣間見られる。

▽設問の最後に、創造性に関する自由な意見を求めたところ、1. 創造性そのものの定義に関わるもの、2. 教育制度改革、3. 初等・中等教育等における基礎教育など教育内容に触れるものの大きく3つに意見が集約された。

Q1 創造性とは何か？特に重要と思われる項目三つに○を囲んでください。(3つ選択)

創造性をどのように定義するかは難しい問題ではあるが、具体的に何かという質問に対しては、約6割(59.9%)の経営者が「本質を見抜く能力」としている。これは、混沌とし、変化の激しい時代において、物事を見極める能力の重要性を強く指摘している。以下回答は、「新しいものを造る能力」(52.5%)、「企画する能力」(47.5%)となっており、これは、本質を見極め、新たな商品創造や事業企画など、これまでとは違った新しいビジネス展開の源となる「知恵」や「行動力」を望む経営者の姿が垣間見られる。

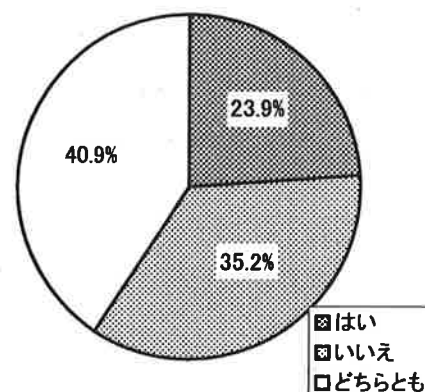


本質を見抜く能力	97	59.9%
新しいものを造る能力	85	52.5%
企画する能力	77	47.5%
他人と異なる考えを出せる能力	72	44.4%
常識を疑う能力	51	31.5%
理解する能力	17	10.5%
その他	13	8.0%
マネを活かす能力	5	3.1%
(回答数)	162	

Q2 日本人は創造性が高いと思う。

日本人の創造性が高いと思う経営者は、高くないと思う経営者を11.3%も下回る。経営者は、日本人の創造性に対しては、やや悲観視する傾向が見られる。このあたりに昨今の創造性教育に関する論議の高まりの源がありそうである。

日本人は創造性が高いと思う



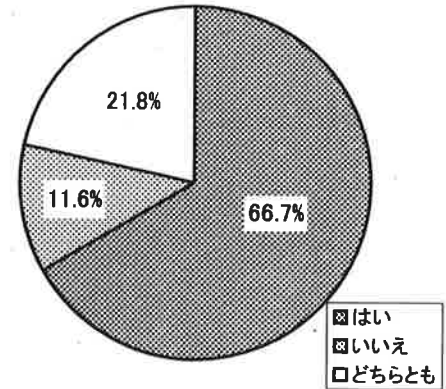
はい	38	23.9%
いいえ	56	35.2%
どちらとも	65	40.9%
有効回答数	159	

Q3 日本の大学は創造性が重要だと経営者は思っている。

経営者の約7割(66.7%)が、日本の大学における創造性教育の重要性を指摘している。
 大学に対する創造性教育への期待の高さが伺える。

はい	98	66.7%
いいえ	17	11.6%
どちらとも	32	21.8%
有効回答数	147	

日本の大学は創造性が重要だと経営者は思っている

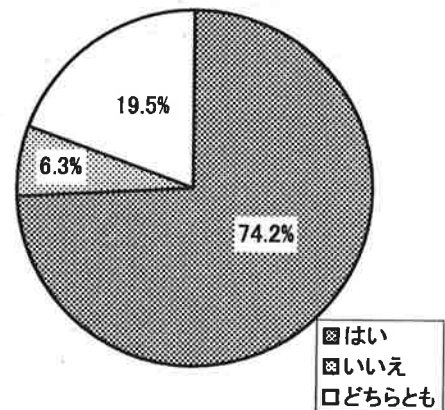


Q4 創造性は教育できる

経営者の約7割(74.2%)は創造性は教育できるとしている。
 経営者が考える、「本質を見抜く能力」、「新しいものを造る能力」
 「企画する能力」は、教育により育むことができるとしている。
 Q3との関係でみると、そうした創造性の醸成は、大学においても、もっと取り組むべきだといった考えが見えてくる。

はい	118	74.2%
いいえ	10	6.3%
どちらとも	31	19.5%
有効回答数	159	

創造性は教育できる

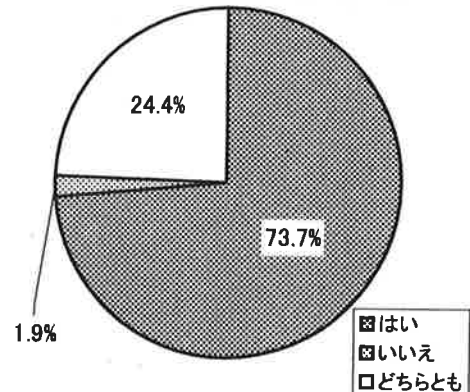


Q5 現不況下においては、創造性が成功の決め手になる。

創造性は、不況下にあつては、大いに決め手となると考える経営者が7割を超える(73.7%)。
 新たなもの、新規ビジネスモデルを創造し、企画することで現下の不況は乗り越えられるのではということか。

はい	115	73.7%
いいえ	3	1.9%
どちらとも	38	24.4%
有効回答数	156	

現不況下においては創造性が決め手になる

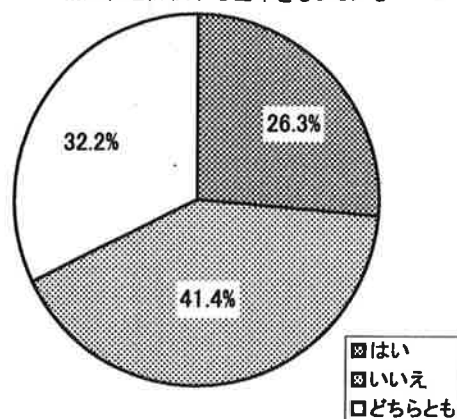


Q6 創造性を評価する基準をもっている。

経営者は創造性が重要であり、かつ教育できるとしながら、一方では、創造性を評価する基準は持ち合わせていない。新たなものを造り出す能力や企画力をどのように評価し、育むかというジレンマをみる思いがする。

はい	40	26.3%
いいえ	63	41.4%
どちらとも	49	32.2%
有効回答数	152	

創造性を評価する基準をもっている

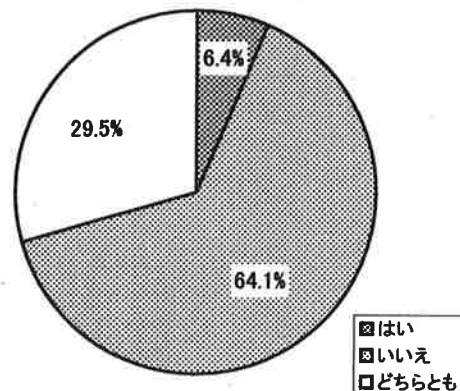


Q7 学歴と創造性とは相関関係にある

創造性は学歴とは関係ない。これは深読みすれば、昨今の大学における知識偏重教育に対して疑問視する意見の現われともとれる。新しいことを考え、変化に対応して経営の難局を乗り切ることができるといったことは学歴には関係ない。むしろ実戦・実学レベルでの知恵の勝負というところか。

はい	10	6.4%
いいえ	100	64.1%
どちらとも	46	29.5%
有効回答数	156	

学歴と創造性は相関関係にある

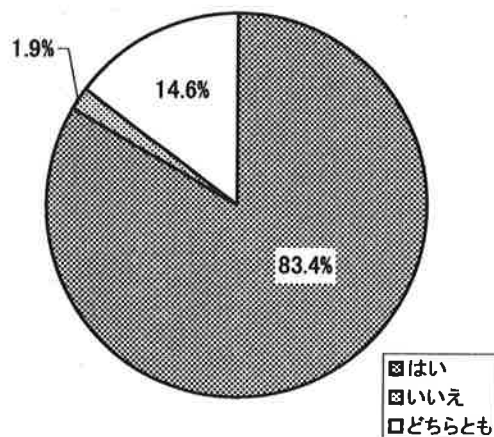


Q8 社員の創造性の高さは業績に影響する

業績も創造性により影響される。現下の経済社会では流通革命、IT革命などといわれ、これまでの思考からはおおよそ考えもつかないようなビジネス手法や新サービスが創出されており、こうした変化への対応も含め、創造性の高さに通じるものがある。

はい	131	83.4%
いいえ	3	1.9%
どちらとも	23	14.6%
有効回答数	157	

社員の創造性の高さは業績に影響する

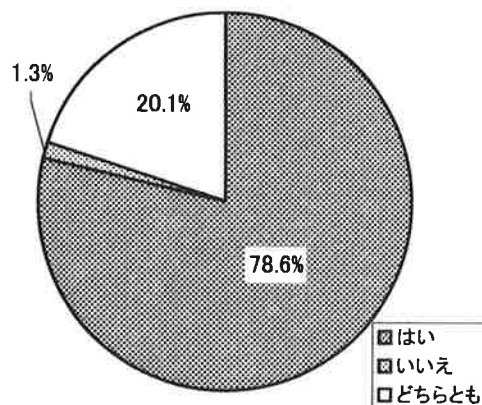


Q9 企業が危機状態のときには創造性が必要となる

危機状態を乗り切るのもやはり創造性である。こうしてみると、不況を乗り切り、業績を確保し、危機が迫った時にも、創造性が企業にとって鍵となる。創造性豊かな人材をいかに確保するがということが、企業にとって大切であり、今後の課題となっていくことだろう。

はい	121	78.6%
いいえ	2	1.3%
どちらとも	31	20.1%
有効回答数	154	

経営が危機状態のときには創造性が必要となる



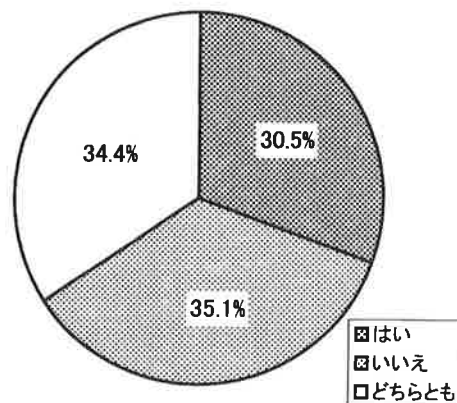
Q10 トップが社員の創造性を発揮させない文化・風土がある

トップに社員の創造性を発揮させない文化・風土があるとする回答(30.5%)より、そんなことはないとする回答(35.1%)がやや多い。

いずれにしても、創造性をどのように評価するかといった評価基準がないためか、創造性の必要性を強くもちながら、経営内部のとまどいが垣間見られる。

はい	47	30.5%
いいえ	54	35.1%
どちらとも	53	34.4%
有効回答数	154	

トップが社員の創造性を発揮させない文化・風土がある。

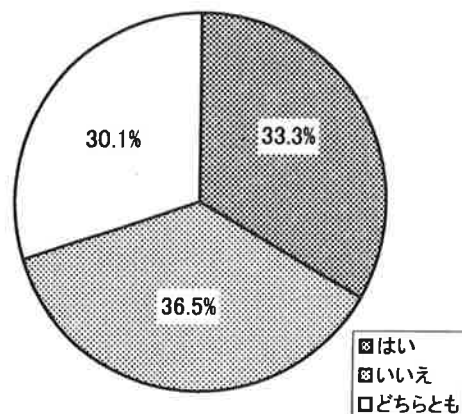


Q11 人真似からは創造性は育たないと思う

真似ることも創造性の中に入ると聞いたことがあるが、真似ることにも創造性を育む要素があるとする意見が、全体の1/3(33.3%)を占めた。新しいものを造り出す、企画する能力は、独創性に近いものとするのか、一方でいわゆる「学ぶ」～まねぶといった、より実戦志向で考えるのか、よって立つ考えに左右されそうではある。

はい	52	33.3%
いいえ	57	36.5%
どちらとも	47	30.1%
有効回答数	156	

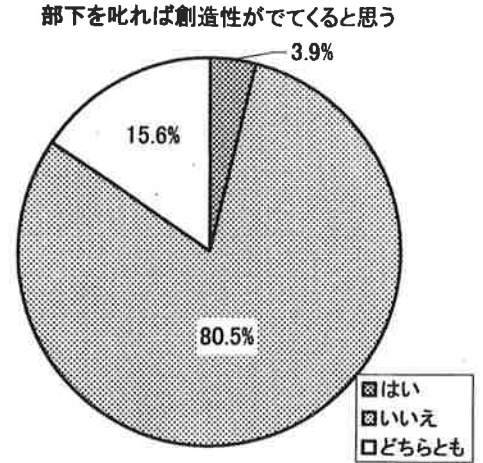
人真似からは創造性は育たないと思う



Q12 部下を叱れば創造性がでてくると思う

「人間は誉められたときは脳内における神経回路が読み取れるが、叱られたときははっきりとした経路が読めない。」といったことを大脳生理学者の言葉として聞いたことがある。創造性は叱っても育まれないということは、経営者の方々は、経験値としてすでに認識されているようである。

はい	6	3.9%
いいえ	124	80.5%
どちらとも	24	15.6%
有効回答数	154	



以上

創造性に関する自由な意見

- ・ 創造性云々の前の問題として、自分の意見を進んで発表する習慣づけが不足していると思うので、大学教育でディスカッション等の場を多くして自分の意見を発言する訓練が必要であると思う。
- ・ 明治以来の日本の教育は、アメリカ占領軍（アメリカ合衆国）により崩壊された。今後6・3制（アメリカの教育体系）の見直し、日本の事情に合った基礎教育、即ち高校生までに基礎教育を考え、それからの年齢になって独創性を考えるべきである。本当は社会体験をした後が良いと思う。
- ・ 「読み、書き、算盤」といった基礎をしっかりと学んではじめて、創造性が生まれるベースができると思う。⇒④の質問はやや曖昧ではないか？
- ・ 「独創・挑戦の精神を重んじる」ことを経営理念のひとつとしている当社では、創造性が商品開発、事業展開、組織運営等、企業活動の核となるものとして捉えています。
- ・ 創造性の豊かな人は、育った家庭環境や学校の風土等で能力を引き出せると思います。大学も儲け主義で無く、自由な発想のできる環境で学ばせたい。
- ・ 「知識偏重型」については、偏差値で評価される教育体制になれた学生だけを批判することはできない。教育基本法改正等により、義務教育の段階で能力には差がつくこと（横並びではないこと）を気づかせ、有能な人間は大いに力を伸ばせる仕組みを構築することが、創造性豊かな人材づくりにつながると思います。
- ・ 創造性を発揮できる勇気と努力を大学において教育すべきであると思う。
- ・ 創造性とは無から有を生み出すものではないと考えます。現状を否定できる能力、現状より先の目標を見ることができる能力であり、その意味では現状を充分理解するための努力が必要であります。教育・訓練は可能と思います。
- ・ 科学、音楽、経営すべて同じ。まずルールを覚え、次にそれを打ち破ることが大切。それを創造力と理解しています。
- ・ 創造性は個人の資質に負うところが大きいですが、常に社員に目的意識、問題意識を持たせることが重要でありその成果を正しく評価して生かすことが必要である。
- ・ 設問③の意味不明。大学の思う創造性と経営者の思う創造性にミスマッチがあるのではないかと思う。
- ・ ①幼児期の生活教育の重要さ
②創造性を育て上げる教育者の資質
- ・ 「自由に考え」「自由に発言する」環境下にはあるがこれに「責任をとる」文化なり風土があればもっと創造性に富んだ人材の育成ができよう。
- ・ 実践で経験を重ねた上で、創造性を植付けてくる人達が生まれてくるので、常に個の創造性を測るには実体験を積極的に重視した個人の特性を見抜くべきである。
- ・ いろいろとお手配ご苦労様です。
- ・ 政府、政治、商工業が一体となった機構を創って、その中で議論し実現出来る努力

が必要だと思います。

- わが国の教育制度では創造性は育たない。教育制度の改革を一日も早くやるべきである。
- 創造性はある程度訓練により出てくるものと思われるが、あくまでも各個人のもって生まれた性格、育った環境により備わってしまうものと思われる。
- 創造性が育たない環境下の教育があったと思います。不況になり今まで以上に創造性の必要性を感じる人も多くなったことはこれからの社会には無駄ではないと思います。
- 創造性とは奇を求める事ではなく、問題意識を持つ事だと思う。
- 創造性を高めるためには、自分自身を磨く努力が必要である。また何事にも興味を持つ感性がなければならない、自分を取り巻く環境が大事。
- 設問①はすべてではないでしょうか。
- 創造性は異質なものととの交流や非日常的な体験、経験から発想されるもののように思います。
- 3題を取上げてください。(①～③をテーマとして取上げて欲しいということか?)
- 日本の大学教育も含め、多くの人が知識を得る事が目的となってしまうその知識を使って、個々人の個性を発揮して物事に対応する訓練が行われていないと思う。知識を知恵に変えて、世の中の事象に対応する能力が創造力だと思う。
- 健全な精神の育成が必要と思う
- 日本はマネをすることは大変上手ですが、新しい分野での商品開発等は苦手となっています。また、キャッシュフローにしても(国際会計)ISO取得にしてもヨーロッパやアメリカの意向に沿って進めているだけで、日本の独自性が少しもない。企業の格付けにしてもしかり、他国に全て支配されている。
- 学生の場合創造性が育成されにくいような教育方法(〇×式など)は問題であるが、学生のがままや安易につく選択を創造性と誤解されることにも問題がある。学生はやはり知識を学ぶことが最大の命題であって、基礎知識を身につけぬまま、社会にでても創造性が有益な結果を産むとは思えない。
- 中高教育において創造性を培う場が不可欠
- スポーツで言えば、まずトップ選手を見て、そう出来るように努力することから(真似る)自分の型が(創造性)決まって来る。
- 大学以前の小学生の頃からの「Why」を大切にせる教育が不可欠。「創造性、創造性」といっても、具体的にどういうことなのかを学生に理解させ、経験させることが重要と思う。
- 創造する力の基本は、幅広い経験とそれを実現する為の能力知識が必要であります。誰にでも時に応じて素晴らしいアイデアが浮かぶ事があります。それを具体化するには本人の資質と周囲のアドバイス応援が必要だと思います。
- 基本+創造性=成果だと思います。また、創造性よりも基本が重要だと思います。
- 創造性の効果、結果にもハイリスク・ハイリターン、ロウリスク・ロウリターンの原則があると思う。安全性を重視すれば創造性は削減されるし、創造性を重視すれ

ば失敗というリスクがこれに伴う。失敗を恐れずまた失敗を容認する環境があって始めて新たに挑戦する創造性が生まれてくる。

- ①創造性こそ21世紀に必要とされる能力である。
- ②現状の教育が創造性を育むとは考えにくい。教育改革から考え直したい。
- 創造性は大分に天性によるが、しかし、幼児のころからの両親の教育、小学校、中学校にいたる義務教育が重要と思う。日本人の個性的な面、創造的な面を探すには日本人の芸術、文化、言語をみれば、日本人がいかに個性的、創造的な民族であるかがわかる。
- 創造性なる言葉の定義、基準が明確に出来ない難しい時代になって来ており、上記内容を画一的に明記できず、どちらとも言えるとの回答が多くなって申し訳ありません。
- 子供の時代、遊び道具は本人の欲求不満を充てる事が出来そうな物を探すか作り出して遊びをした。現代の子供は親が玩具店で金をだして買ったものを与えるのですぐ飽きてしまう。既製品慣れしているので自らが創り出したものがないので創造力が育たない。
- 現代の管理職は、叱る、誉める、励ますが不足している。「上司が鬼にならねば部下は動かず」の理念で社員教育に当たる必要があると思います。
- 「出る杭は打たれる」風土が変わらない限り、日本で創造性が高くなる状況がでてくる可能性は小さい。創造性を発揮した人が報われるインセンティブの導入が必要。企業のトップが風土を変えて行くしかない。

Q 1 創造性とは何か
その他 () 記載分

- ・ 異なる情報の連関をイメージできる能力
- ・ 前向きな思考能力
- ・ イメージを実現化できる能力
- ・ 既成概念にとらわれず、独創的なアイデアを出すこと
- ・ 創造を実行させる能力
- ・ 予測できないものを見出す能力
- ・ 何事にも関心（興味）をもつ能力⇒感性
- ・ 独歩の気概
- ・ 学際的知力
- ・ 既成概念を破壊する力
- ・ 自ら考え自ら判断し自ら実行する能力、疑問に思う心
- ・ 本質を見抜くと同時に徹底した執着心をもつこと。
- ・ 創造とはその基に選る事である（西田哲学の一節）

平成13年3月15日

社団法人 神奈川経済同友会行
(FAX 045 - 671 - 7160)

アンケート回答票
回答期限 3月31日

会社名

氏名

創造性に関するアンケート

① 創造性とは何か

本質を見抜く能力、新しいモノを造る能力、他人と異なる考えを出せる能力、理解する能力、マネを活かす能力
常識を疑う能力、企画する能力
その他 ()

特に重要と思われる項目を三つ選んで○で囲んで下さい。

- ② 日本人は創造性が高いと思う。(はい、いいえ、どちらとも)
- ③ 日本の大学は創造性が重要だと経営者は思っている。(はい、いいえ、どちらとも)
- ④ 創造性は教育できる。(はい、いいえ、どちらとも)
- ⑤ 現不況下においては、創造性が成功の決め手になる。(はい、いいえ、どちらとも)
- ⑥ 創造性を評価する基準をもっている。(はい、いいえ、どちらとも)
- ⑦ 学歴と創造性とは相関関係にある。(はい、いいえ、どちらとも)
- ⑧ 社員の創造性の高さは業績に影響する。(はい、いいえ、どちらとも)
- ⑨ 企業が危機状態のときには創造性が必要となる。(はい、いいえ、どちらとも)
- ⑩ トップが社員の創造性を発揮させない文化・風土がある。(はい、いいえ、どちらとも)
- ⑪ 人真似からは創造性は育たないと思う。(はい、いいえ、どちらとも)
- ⑫ 部下を叱れば創造性が出てくると思う。(はい、いいえ、どちらとも)

創造性について、ご意見がございましたらご自由にお書きください。

以上で質問は終わりです。ご協力ありがとうございました。

大学生の創造性と就職意識に関する実態調査

社団法人 神奈川経済同友会

教育文化委員会

アンケート実施要領

実施方法 大学へのアンケート票配布による(配布総数 1, 100)

実施日 平成13年10月～11月

実施大学 横浜国立大学 横浜市立大学 神奈川大学 慶應義塾大学
 関東学院大学 専修大学 東海大学 日本大学
 明治大学 フェリス女学院大学

回答総数 567

回収率 51. 5%

回答者内訳

	文系	理系	不明	合計
男子	169	150		319
女子	177	65	1	243
不明		2	3	5
計	346	217	4	567

	文系	理系	不明	合計
3年生	282	184	1	467
4年生	60	11		71
修士	4	20		24
不明		2	3	5
計	346	217	4	567

はじめに

神奈川県経済同友会では、企業が神奈川県下の大学生に求める人材像とは何かということに関して、企業経営者の考える創造性について先にアンケート調査を実施しましたが、一方で大学生が企業に求めている意識と大学生の創造性についても、その実態を把握することが必要と考え、アンケート調査を実施しました。

アンケートではまず全般的な学生の就職意識について質問した上で、創造性に関わる質問をおこないました。特に、創造性に関しては、まず、学生は「創造性」といったら何を思い浮かべるかということについて、経営者への質問と同じ調査をした後、創造性の構成要素と考えられる、「知識」、「知恵」、「意欲」に関わるそれぞれ10項目の設問をランダムに行い、学生の創造性について探ることにいたしました。以下はその概要をまとめました。

概要報告

▽学生の就職意識に関しては、すぐに就職することが当然であるとの回答は全体で46.4%。一方で、すぐに就職しなくてよいが25.2%と4人に1人が卒業即就職とは考えておらず、定年まで勤めたいとする学生は3割に満たないというショッキングな結果がでました。特に52.9%の学生が条件の良い会社があれば転職を考えたいとしており、最近の労働事情や経済環境の変化が学生の意識にも反映している姿がうかがわれた。

▽賃金の実績・成果主義賃金体系など実力主義に関しては、学生は正直なところ安定逓増型賃金体系を望んでいる。内訳をみると、営業等成果に結びつけやすい職種に関わる文系学生が理系学生に比べ実績・成果主義賃金体系に肯定的である。条件さえ良ければ転職とする学生が多い中で、給料は安定的に増えるタイプがよいとするところは現実的ではあるが矛盾した考えが垣間見られる。

▽入社後なりたいタイプは専門分野に秀でるが33.9%でトップ。内訳をみると理系学生が43.3%で文系学生の27.7%を15.6%ポイント上回る。専門分野に秀でることで企業のなかでの自らの存在価値を確保したいとする人が多いことは、採用する側（企業）として、具体的にどのような専門職能を望んでいるのか明確に示す必要があると思われ、事実、学生からは採用活動にあたって具体的な仕事の内容を教えて欲しいとする要望が多いことにも現れているようだ。

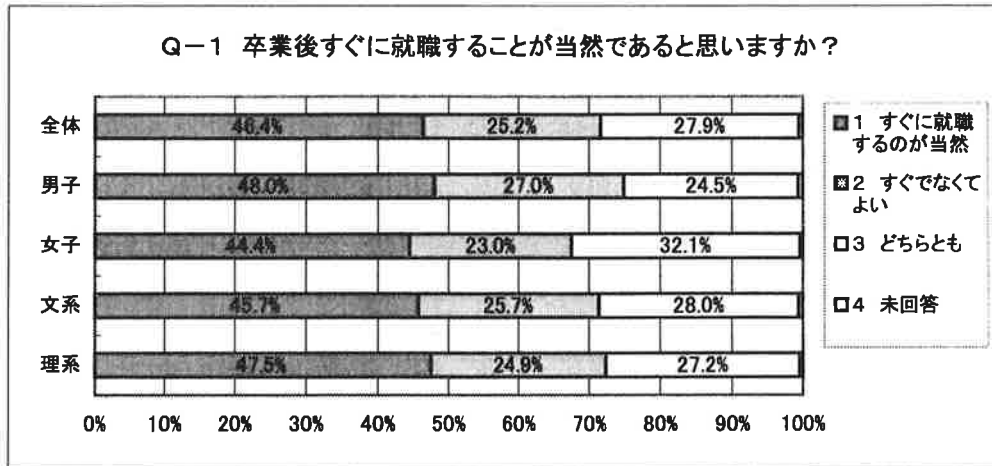
▽学生は「創造性とは何か」と聞かれて、まず「新しいモノを造る能力」と答えている。ちなみに、経営者に対するアンケート（前掲）では「本質を見抜く力」がトップであった。学生がトップに「新しいモノを造る能力」と答えているのは素直な回答であるとみられるが、経営者が「本質を見抜く力」とするところは、昨今の変化の激しい経済社会環境においての将来を見通す力をまさに欲しているという、極めて実業感覚から生まれる判断だと思われる。

▽学生の創造性に関する調査では、「知識」「知恵」「意欲」をみることができるとと思われる設問をそれぞれ10項目、合計30項目たずねたが、3年生と4年生で「非常にそう思う」とする回答の割合をみると、4年生にあつては3年生に比べ知識、知恵、意欲がともに明らかに向上している姿がみてとれた。これは、実際に就職活動を通じて経営者等の情報を得ることにより意識が変化したと考えられる。

▽学生の多くは就職活動に際して、仕事のやり方等具体的な情報をもとめており、ある意味では企業や経営の考えや情報にあまり接することができない環境にあると考えられる。企業はもっと大学、学生に対して情報を発信すべきであるし、大学はもっと企業との接点を多く持ち情報交流を図る必要性がありそうである。

Q-1 あなたは、卒業後すぐに就職することが当然であると思いますか？

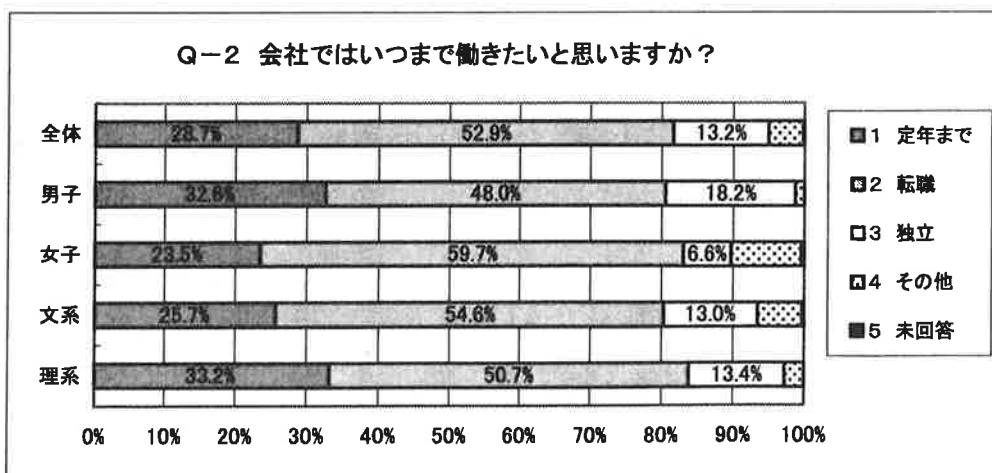
- 1 すぐに就職することが当然であるとの回答は全体で46.4%。一方で、すぐに就職しなくてよいが25.2%と4人に1人が卒業即就職とは考えていない。ちなみに、2001年卒業の関東地区の内定率は75.2%（労働省・文部省調べ）となっており、就職内定率の裏返しのように、興味ある結果である。
- 2 文系よりも理系の学生が卒業後即就職をすることが当然と考えている割合が高い。全体から感じられることは、半数の学生しか積極的に卒業即ち就職と考えておらず、これが、昨今の経済状況を反映したものなのか、学生のライフスタイルの変化によるものなのか、ないしは企業自身に職場としての魅力が無くなっていることなのか高度成長期には考えられなかった、学生の意識変化があるようだ。



	全体	男子	女子	文系	理系
1 すぐに就職が当然	46.4%	48.0%	44.4%	45.7%	47.5%
2 すぐでなくてよい	25.2%	27.0%	23.0%	25.7%	24.9%
3 どちらとも	27.9%	24.5%	32.1%	28.0%	27.2%
4 未回答	0.5%	0.6%	0.4%	0.6%	0.5%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Q-2 あなたが会社に勤めるとしたら、その会社でいつまで働きたいと思いますか？

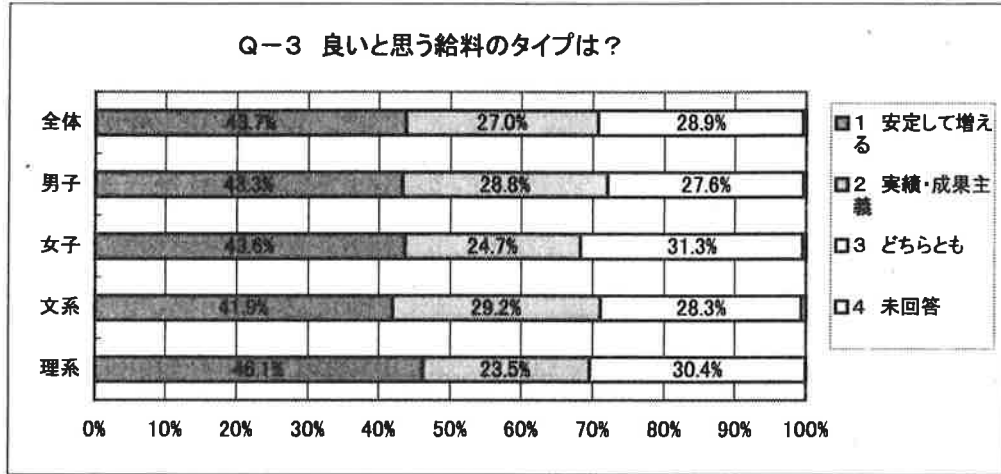
- 1 定年まで勤めたいとする学生は3割に満たない。52.9%の学生が条件の良い会社があれば転職を考えたいとしている。
- 2 転職を考えた学生の内訳をみると、女子が6割弱で男子の5割弱を上回っており、文理別にみると文系が54.6%と理系の50.7%を3.9%ポイント上回っている。
 転職の条件にもよるが、学生が終身一つの企業に勤めようとする時代は遠のいた感がし、人材の流動化が進んでいることがうかがえる。翻って、こうした学生の就業意識は、企業経営からみると、新卒採用者の人材育成にも大きく関わる課題を与えているようである。個々の企業が社内教育等で教育しても将来の転職もあり得るとしたら、教育のあり方自体を再考しなければならないかもしれない。



	全体	男子	女子	文系	理系
1 定年まで	28.7%	32.6%	23.5%	25.7%	33.2%
2 転職	52.9%	48.0%	59.7%	54.6%	50.7%
3 独立	13.2%	18.2%	6.6%	13.0%	13.4%
4 その他	4.9%	1.3%	9.9%	6.4%	2.8%
5 未回答	0.2%	0.0%	0.4%	0.3%	0.0%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Q-3 あなたは会社での給料が次のどのタイプだったら良いと思いますか？

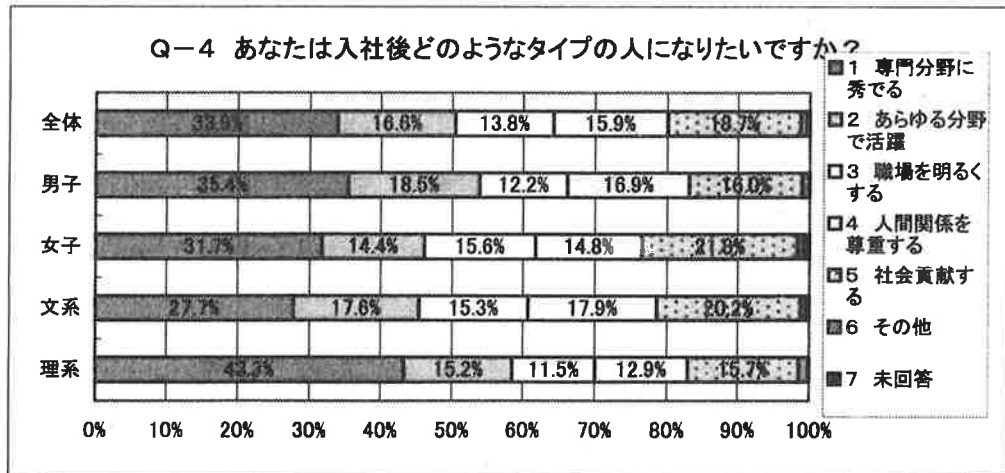
- 1 年功序列賃金体系から実績・成果主義賃金体系への移行が進む時代ではあるが、学生は正直なところ安定通増型賃金体系を望んでいる。しかし、見方を変え、どちらともいえないとする消極的肯定派を加えると実績・成果主義を受け入れやすい考えを学生はもっていると見られる
- 2 内訳をみると、営業等成果に結びつけやすい職種に関わる文系学生が理系学生に比べ実績・成果主義賃金体系に肯定的である。条件さえ良ければ転職とする学生が多い中で、給料は安定的に増えるタイプがよいとする点は、現実的ではあるが矛盾した考えが垣間見られる。



	全体	男子	女子	文系	理系
1 安定して増える	43.7%	43.3%	43.6%	41.9%	46.1%
2 実績・成果で決められるシステム	27.0%	28.8%	24.7%	29.2%	23.5%
3 どちらともいえない	28.9%	27.6%	31.3%	28.3%	30.4%
4 未回答	0.4%	0.3%	0.4%	0.6%	0.0%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Q-4 あなたは入社後どのようなタイプの人になりたいですか？

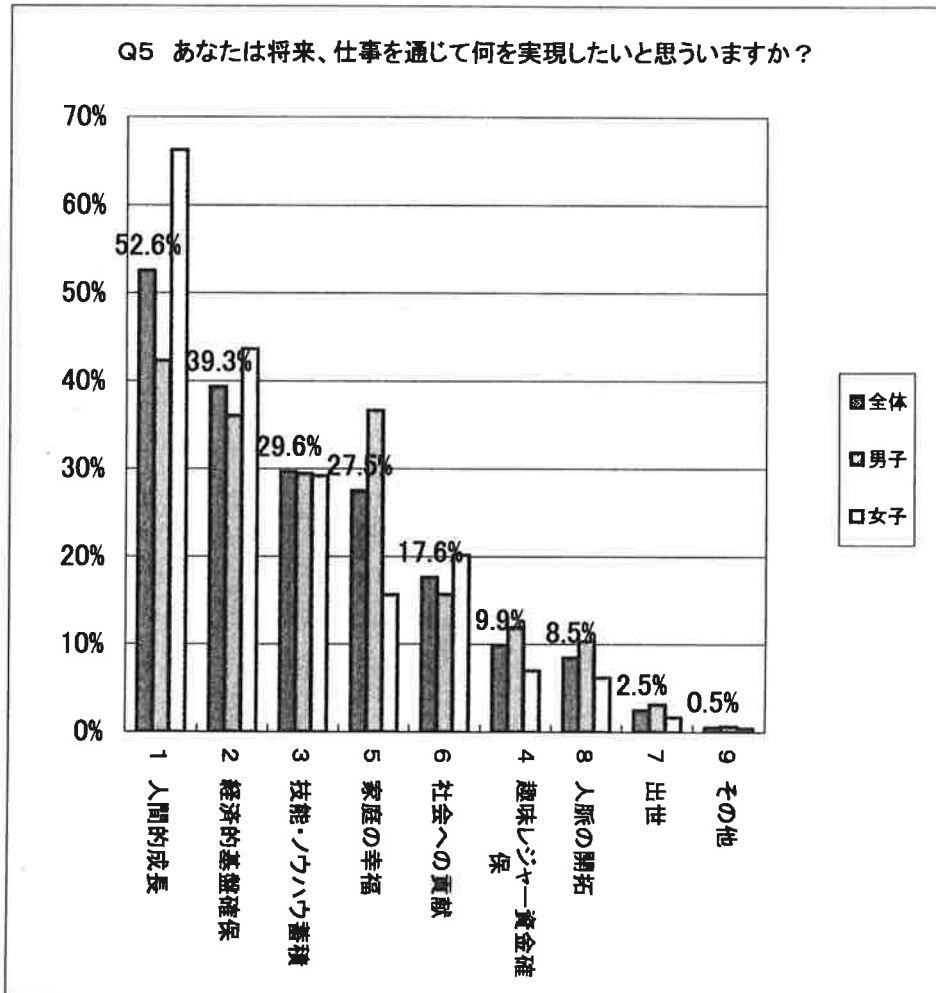
- 1 入社後になりたいタイプは専門分野に秀でるが33.9%でトップ。内訳をみると理系学生が43.3%で文系学生の27.7%を15.6%ポイント上回る。理系の学生は専門分野で自らの存在価値を高めようとする姿勢は社会通念通り。
- 2 専門分野に秀でることで企業のなかで、自分の価値を確保したいとする人が多いのは採用する側(企業)として、具体的にどのような専門職能を望んでいるのか明確に示す必要があると思われる、事実、具体的な仕事の内容を教えて欲しいとする要望が多いことにも現れているようだ。



	全体	男子	女子	文系	理系
1 専門分野に秀でる	33.9%	35.4%	31.7%	27.7%	43.3%
2 あらゆる分野で活躍	16.6%	18.5%	14.4%	17.6%	15.2%
3 職場を明るくする	13.8%	12.2%	15.6%	15.3%	11.5%
4 人間関係を尊重する	15.9%	16.9%	14.8%	17.9%	12.9%
5 社会貢献する	18.7%	16.0%	21.8%	20.2%	15.7%
6 その他	0.9%	0.9%	0.8%	0.6%	1.4%
7 未回答	0.4%	0.0%	0.8%	0.6%	0.0%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Q-5 あなたは将来、仕事を通じて何を実現したいと思いますか？(2つ選択)

- 1 仕事を通じて実現したいことは、人間的成長がトップ。
- 2 女子は経済的基盤確保が次に続くが、男子は家庭の幸福が2番。このあたりは現実主義的な女性、浪漫主義的な男性といった傾向の違いが見えて興味深い。
- 3 理科系の学生は技能・ノウハウの蓄積が2番目で、経済的基盤確保、家庭の幸福に優先して実現していることとしている。



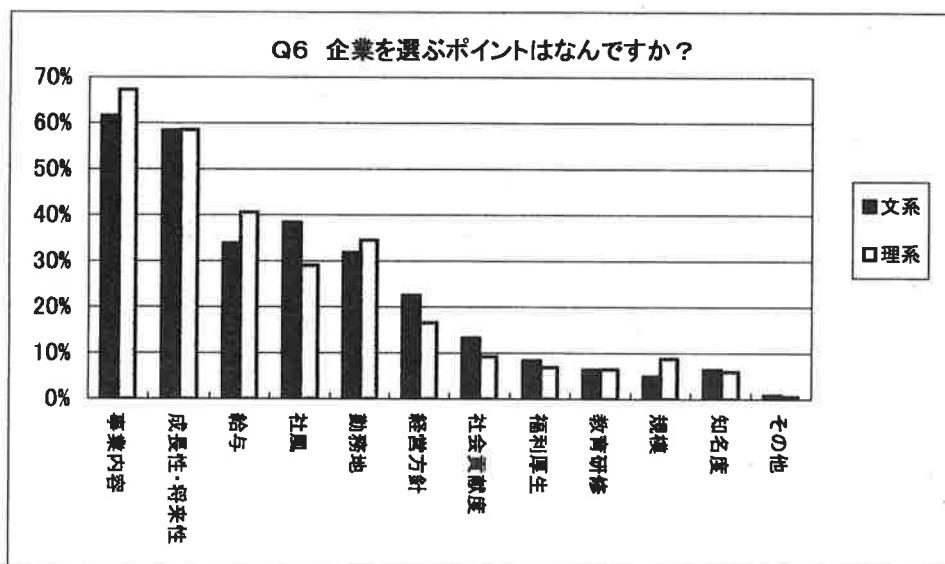
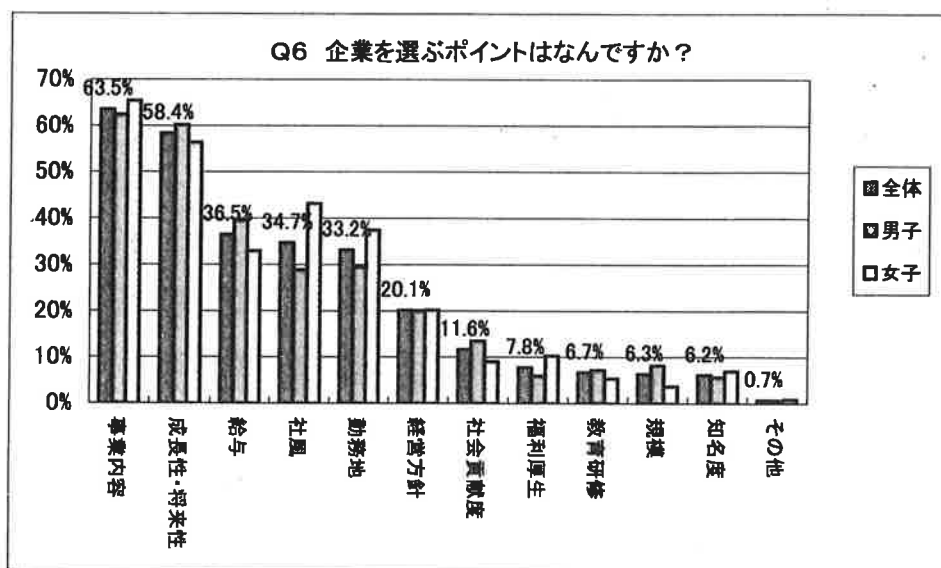
仕事を通じて何を実現したいと思うことの上位3つ

	第1位	第2位	第3位
全体	人間的成長 52.6	経済的基盤確保 39.3	技能・ノウハウ蓄積 29.6
男子	人間的成長 42.3	家庭の幸福 36.7	経済的基盤確保 36.1
女子	人間的成長 66.3	経済的基盤確保 43.6	技能・ノウハウ蓄積 29.2
理系	人間的成長 45.2	技能・ノウハウ蓄積 37.8	経済的基盤確保 30.4
文系	人間的成長 47.2	経済的基盤確保 44.8	家庭の幸福 26.3

	全体	男子	女子	文系	理系
1 人間的成長	52.6%	42.3%	66.3%	57.2%	45.2%
2 経済的基盤確保	39.3%	36.1%	43.6%	44.8%	30.4%
3 技能・ノウハウ蓄積	29.6%	29.5%	29.2%	24.3%	37.8%
4 趣味レジャー資金確保	9.9%	11.9%	7.0%	8.7%	11.5%
5 家庭の幸福	27.5%	36.7%	15.6%	26.3%	29.5%
6 社会への貢献	17.6%	15.7%	20.2%	17.3%	18.4%
7 出世	2.5%	3.1%	1.6%	2.6%	2.3%
8 人脈の開拓	8.5%	10.3%	6.2%	9.5%	6.9%
9 その他	0.5%	0.6%	0.4%	0.6%	0.5%

Q-6 あなたの企業を選ぶポイントは何ですか？(3つ選択)

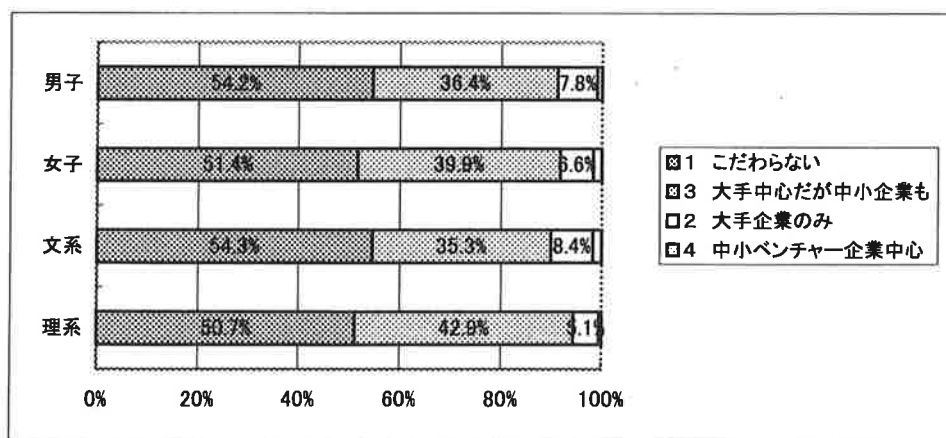
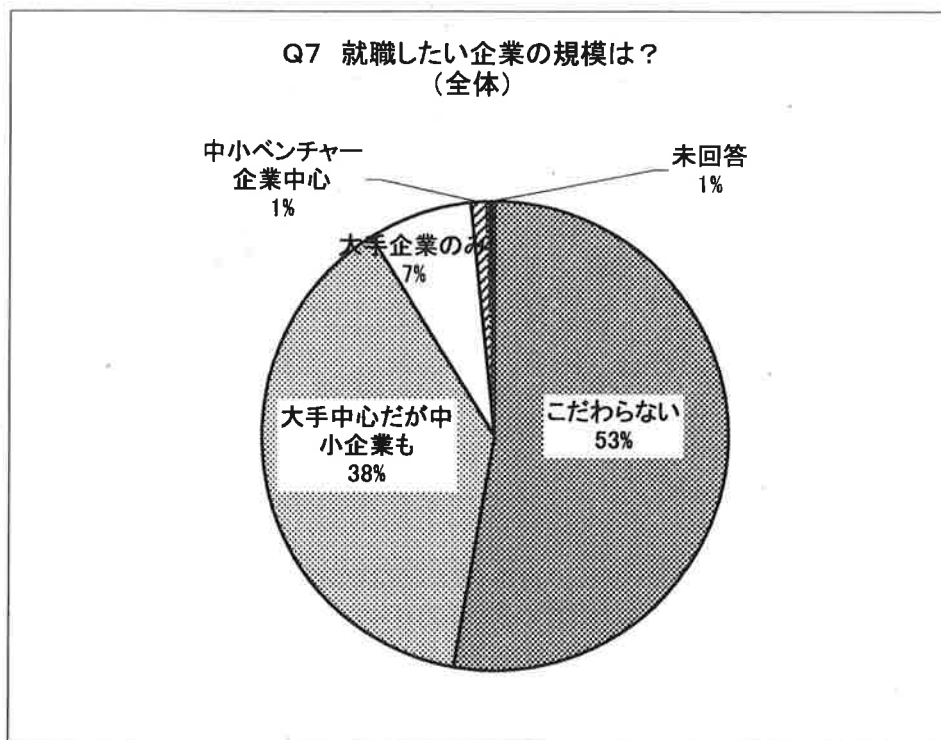
- 1 企業選択のポイントのトップは事業内容である。以下、成長性・将来性、給与、社風、勤務地の順である。
- 2 性別ではおおよそこの傾向は同じであり、女子については男子に比べ社風を重視する傾向がある。



	全体	男子	女子	文系	理系
1 経営方針	20.1%	20.1%	20.2%	22.5%	16.6%
2 事業内容	63.5%	62.4%	65.4%	61.6%	67.3%
3 成長性・将来性	58.4%	60.2%	56.4%	58.4%	58.5%
4 給与	36.5%	39.5%	32.9%	33.8%	40.6%
5 教育研修	6.7%	7.2%	5.3%	6.4%	6.5%
6 知名度	6.2%	5.6%	7.0%	6.4%	6.0%
7 規模	6.3%	8.2%	3.7%	4.9%	8.8%
8 勤務地	33.2%	29.5%	37.4%	31.8%	34.6%
9 社風	34.7%	28.8%	43.2%	38.4%	29.0%
10 福利厚生	7.8%	6.0%	10.3%	8.4%	6.9%
11 社会貢献度	11.6%	13.5%	9.1%	13.3%	9.2%
12 その他	0.7%	0.6%	0.8%	0.9%	0.5%

Q-7 あなたが就職したい企業の規模は？

- 1 企業規模を問わないとする学生が52.7%と過半数を超える。「大手企業のみ」と「大手中心だが中小企業も」という回答とを加えると45.5%
- 2 前記の比率を男女別でみると男子の44.2%に対して女子は46.5%となっており、大企業志向が強い。
また、文理別で同様にこの比率をみると、理系学生が48.0%と文系学生の43.7%を4.3%ポイント上回っており、大企業志向が強い。

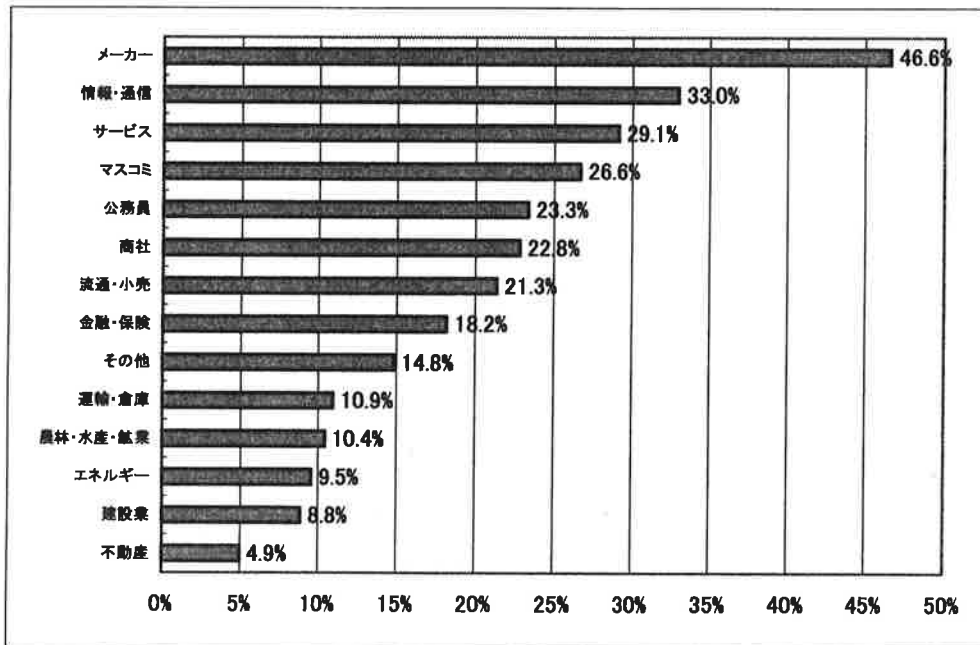


	全体	男子	女子	文系	理系
1 こだわらない	52.7%	54.2%	51.4%	54.3%	50.7%
2 大手企業のみ	7.2%	7.8%	6.6%	8.4%	5.1%
3 大手中心だが中小企業も	38.3%	36.4%	39.9%	35.3%	42.9%
4 中小ベンチャー企業中心	1.2%	0.9%	1.6%	1.7%	0.5%
5 未回答	0.5%	0.6%	0.4%	0.3%	0.9%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Q-8 あなたが就職を望んでいる業種は何ですか？(重複回答)

- 1 就職を希望する業種のトップは男女・文理ともメーカーとなっている。第2位は情報・通信で、以下サービス、マスコミ、公務員と続く。
- 2 内訳をみると、男女別では男子は公務員が3位で以下サービス、マスコミの順女子は2位がサービスで以下マスコミ、商社、情報通信となっている。
- 3 文理別では男子の公務員志望が高い。

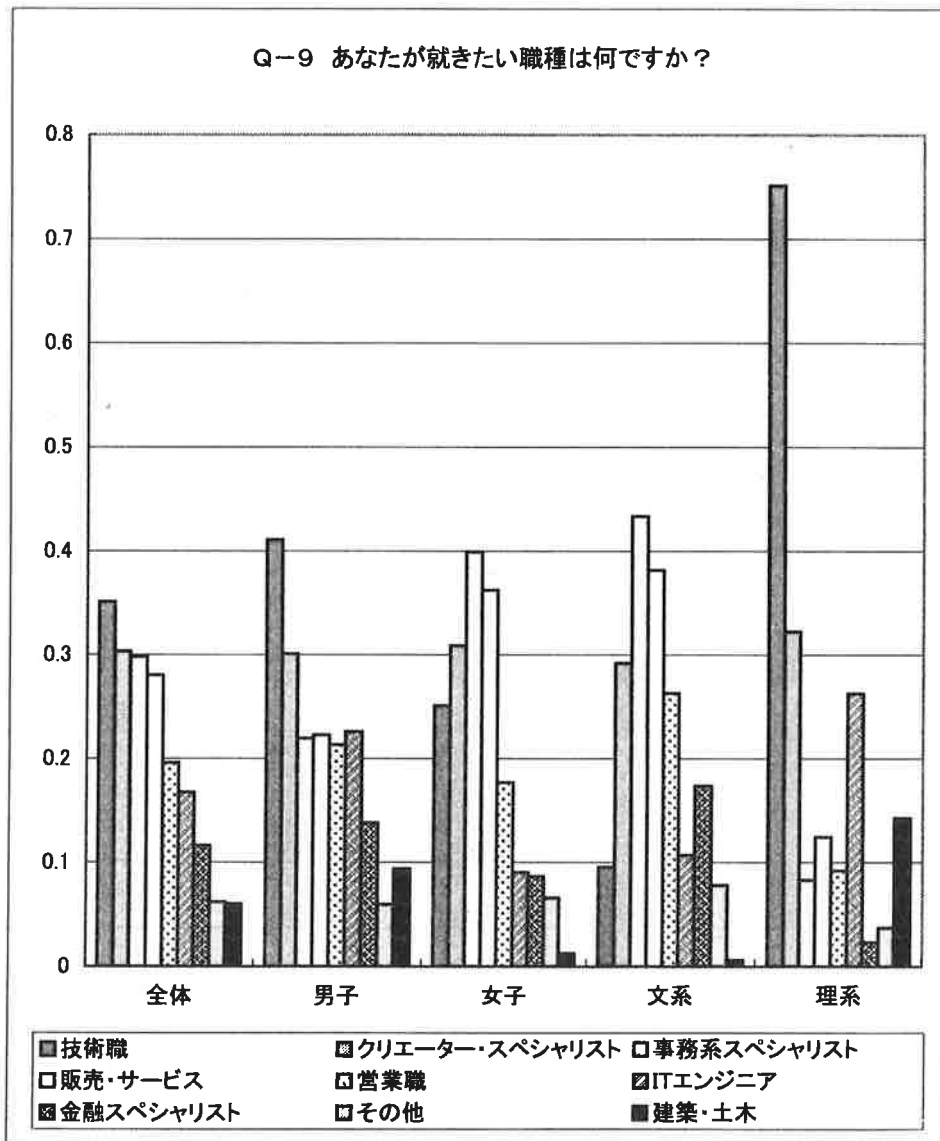
	全体	男子	女子	文系	理系
1位	メーカー 46.6%	メーカー 48.3%	メーカー 50.2%	メーカー 41.0%	メーカー 55.3%
2位	情報・通信 33.0%	情報・通信 37.0%	サービス 37.3%	サービス 38.2%	情報・通信 35.9%
3位	サービス 29.1%	公務員 28.5%	マスコミ 34.1%	マスコミ 32.1%	公務員 29.0%
4位	マスコミ 26.6%	サービス 26.0%	商社 30.0%	情報・通信 30.6%	農林・水産 23.5%
5位	公務員 23.3%	マスコミ 23.8%	情報・通信 30.0%	商社 30.1%	マスコミ 18.4%
6位	商社 22.8%	流通・小売 21.3%	流通・小売 24.4%	流通・小売 28.3%	エネルギー 17.5%
7位	流通・小売 21.3%	商社 20.1%	金融・保険 20.3%	金融・保険 26.6%	建設業 16.1%
8位	金融・保険 18.2%	金融・保険 18.2%	公務員 18.0%	公務員 19.7%	その他 16.1%



	全体	男子	女子	文系	理系
1 農林・水産・鉱業	10.4%	10.3%	12.0%	2.3%	23.5%
2 建設業	8.8%	11.0%	6.5%	4.0%	16.1%
3 メーカー	46.6%	48.3%	50.2%	41.0%	55.3%
4 商社	22.8%	20.1%	30.0%	30.1%	11.5%
5 流通・小売	21.3%	21.3%	24.4%	28.3%	10.6%
6 エネルギー	9.5%	12.2%	5.5%	3.8%	17.5%
7 不動産	4.9%	5.6%	4.6%	5.8%	3.7%
8 運輸・倉庫	10.9%	9.4%	14.7%	11.8%	9.7%
9 情報・通信	33.0%	37.0%	30.0%	30.6%	35.9%
10 マスコミ	26.6%	23.8%	34.1%	32.1%	18.4%
11 金融・保険	18.2%	18.2%	20.3%	26.6%	4.6%
12 サービス	29.1%	26.0%	37.3%	38.2%	14.7%
13 公務員	23.3%	28.5%	18.0%	19.7%	29.0%
14 その他	14.8%	16.3%	14.7%	14.2%	16.1%

Q-9 あなたが就きたい職種は何ですか？(重複回答)

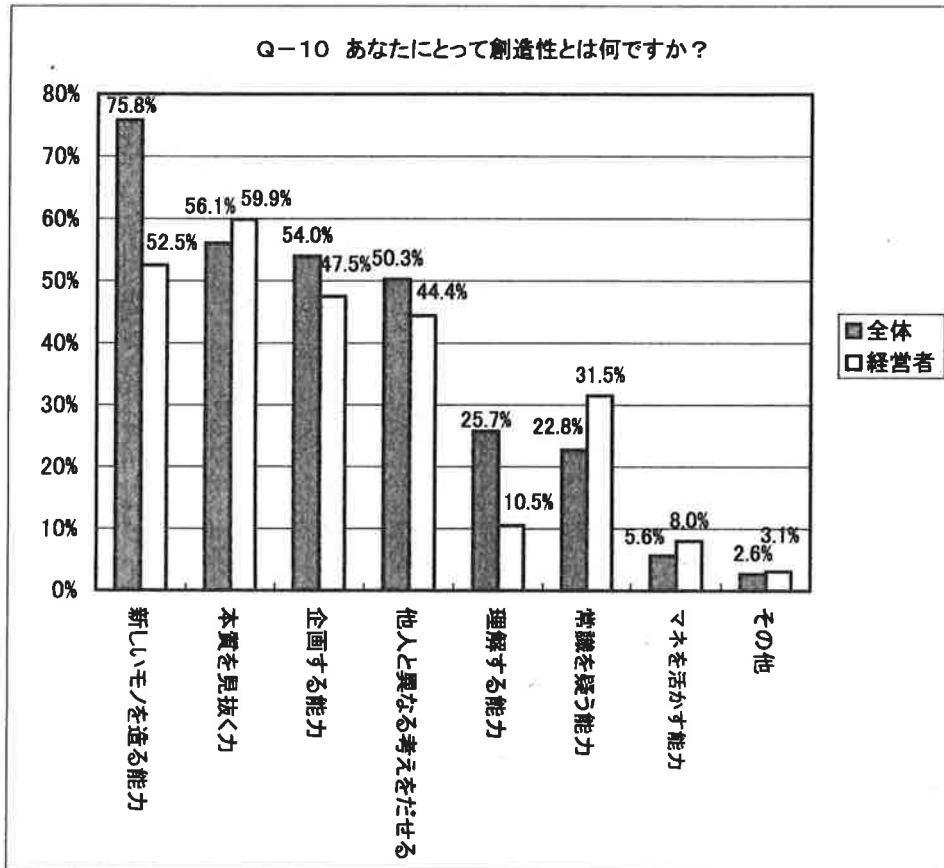
- 1 就きたい職種をみると、全体ではトップが技術職、以下クリエイター・スペシャリスト、事務系スペシャリストと続く。
- 2 内訳をみると、男女別では男子のトップが技術職(41.1%)、女子のトップは事務系スペシャリスト(39.9%)となっている。また文理別では文系では事務系スペシャリスト(43.4%)、理系では技術職(75.1%)とそれぞれトップとなっている。



	全体	男子	女子	文系	理系
1 ITエンジニア	16.8%	22.6%	9.1%	10.7%	26.3%
2 営業職	19.6%	21.3%	17.7%	26.3%	9.2%
3 販売・サービス	28.0%	22.3%	36.2%	38.2%	12.4%
4 クリエーター・スペシャリスト	30.3%	30.1%	30.9%	29.2%	32.3%
5 事務系スペシャリスト	29.8%	21.9%	39.9%	43.4%	8.3%
6 技術職	35.1%	41.1%	25.1%	9.5%	75.1%
7 建築・土木	6.0%	9.4%	1.2%	0.6%	14.3%
8 金融スペシャリスト	11.6%	13.8%	8.6%	17.3%	2.3%
9 その他	6.2%	6.0%	6.6%	7.8%	3.7%

Q-10 あなたにとって創造性とは何でしょうか？(3つ選択)

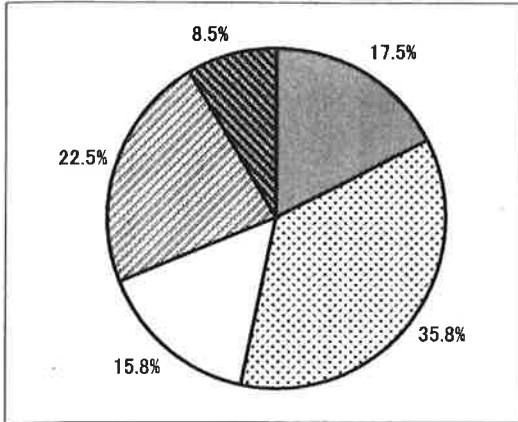
- 1 創造性とはと聞かれて、学生がまず指摘するのは「新しいモノを造る能力」と答えている。
ちなみに、経営者に対するアンケート(前掲)では「本質を見抜く力」がトップであった。
- 2 経営者と学生の考える創造性の違いというところで見ると、「理解する能力」では学生が経営者より多く、「常識を疑う能力」では経営者が学生より多い。
このあたりに、学生は理解することがまず基本にあり、経営者は新たなビジネスチャンスや事業を考えるなど実践的立場から常識を疑えといっているようで興味ある結果である。



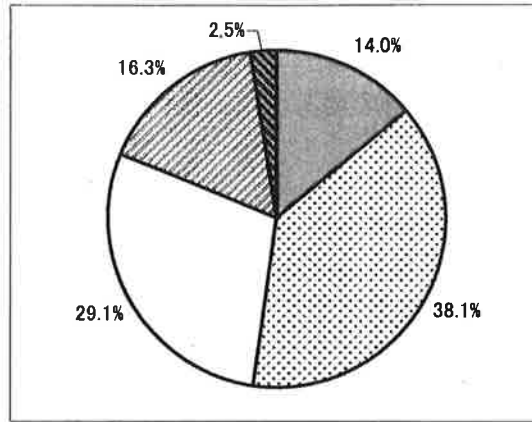
	全体	男子	女子	文系	理系	経営者
1 本質を見抜く力	56.1%	60.5%	51.4%	54.0%	60.4%	59.9%
2 新しいモノを造る能	75.8%	76.5%	74.9%	77.2%	73.7%	52.5%
3 他人と異なる考え	50.3%	45.8%	55.6%	51.4%	47.9%	44.4%
4 理解する能力	25.7%	28.2%	22.6%	27.2%	23.5%	10.5%
5 マネを活かす能力	5.6%	6.3%	4.5%	3.8%	8.3%	8.0%
6 常識を疑う能力	22.8%	27.0%	17.3%	19.9%	27.2%	31.5%
7 企画する能力	54.0%	45.8%	64.2%	56.4%	49.8%	47.5%
8 その他	2.6%	1.6%	4.1%	3.8%	0.9%	3.1%

Q-11 あなたのいろいろなお考えや生活習慣について、それぞれの程度あてはまりますか？

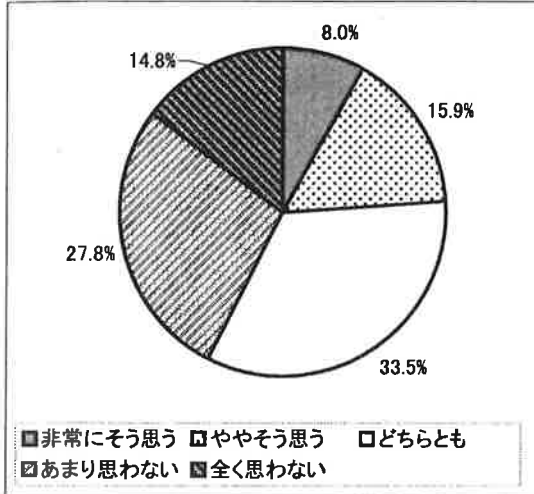
1. 自分は読書を好む方だ



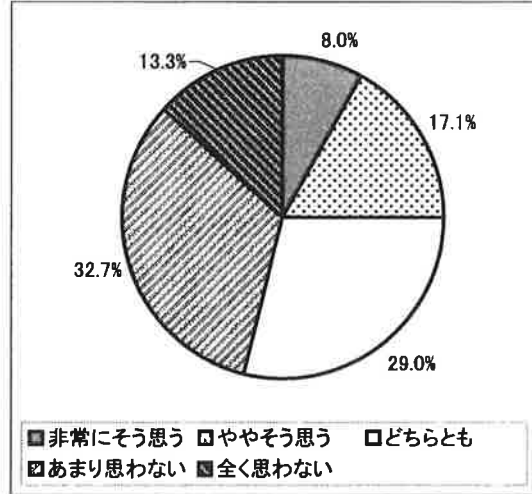
2. 教授の講義内容を批判的に考えたことがある



3. ゼミでは活発に質問する方だ



4. 知識の詰め込みは無意味である



1. 自分は読書を好む方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	17.5%	35.8%	15.8%	22.5%	8.5%	100.0%
男子	12.5%	37.3%	15.0%	26.0%	9.1%	100.0%
女子	24.1%	33.6%	16.6%	17.8%	7.9%	100.0%
文系	19.7%	31.9%	18.6%	23.2%	6.7%	100.0%
理系	14.4%	41.7%	11.1%	21.3%	11.6%	100.0%

2. 教授の講義内容を批判的に考えたことがある

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	14.0%	38.1%	29.1%	16.3%	2.5%	100.0%
男子	19.5%	35.8%	28.6%	13.8%	2.2%	100.0%
女子	7.1%	40.7%	30.3%	19.5%	2.5%	100.0%
文系	11.9%	40.1%	29.4%	16.3%	2.3%	100.0%
理系	17.6%	35.2%	28.7%	16.2%	2.3%	100.0%

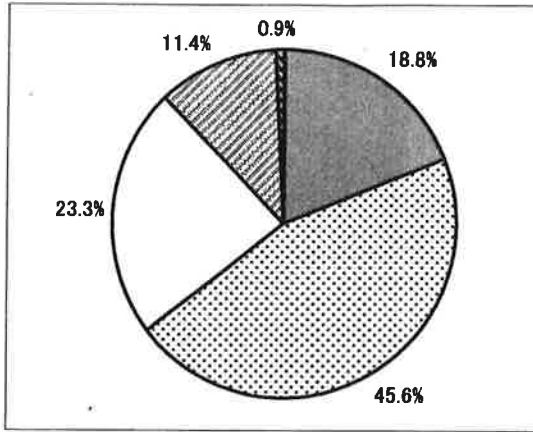
3. ゼミでは活発に質問する方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	8.0%	15.9%	33.5%	27.8%	14.8%	100.0%
男子	7.6%	16.4%	35.0%	25.9%	15.1%	100.0%
女子	8.8%	15.0%	31.3%	30.4%	14.6%	100.0%
文系	10.8%	18.4%	30.9%	29.2%	10.8%	100.0%
理系	3.7%	11.7%	37.9%	25.2%	21.5%	100.0%

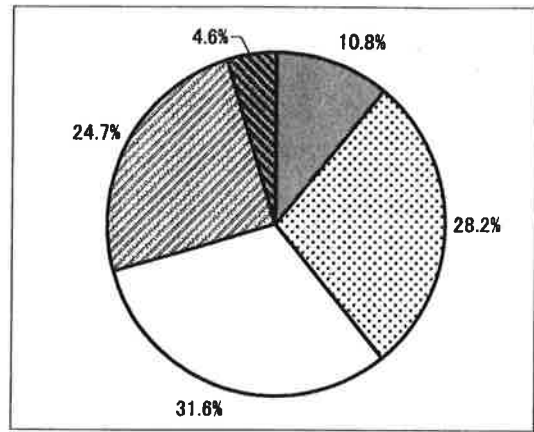
4. 知識の詰め込みは無意味である

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	8.0%	17.1%	29.0%	32.7%	13.3%	100.0%
男子	10.4%	15.5%	25.6%	34.1%	14.5%	100.0%
女子	5.0%	18.3%	34.0%	30.7%	12.0%	100.0%
文系	7.0%	17.5%	30.3%	32.4%	12.8%	100.0%
理系	9.7%	15.7%	27.3%	32.9%	14.4%	100.0%

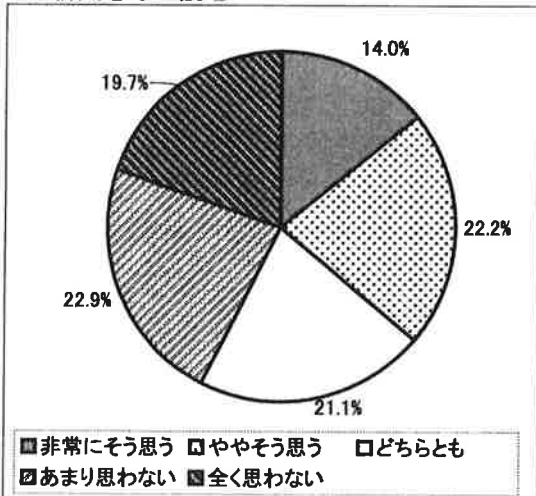
5. 雑誌・新聞・人の話で「自分だったらこうする」という意見を持つことが多い



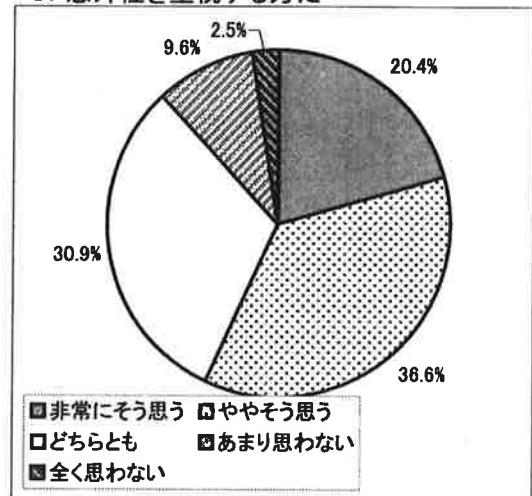
6. 反対意見を平然とする方だ



7. 新聞を毎日読む



8. 意外性を重視する方だ



5. 雑誌・新聞・人の話で「自分だったらこうする」という意見を持つことが多い

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	18.8%	45.6%	23.3%	11.4%	0.9%	100.0%
男子	23.0%	42.1%	23.3%	10.4%	1.3%	100.0%
女子	12.9%	50.8%	23.8%	12.1%	0.4%	100.0%
文系	18.7%	47.8%	23.9%	9.0%	0.6%	100.0%
理系	19.1%	42.8%	22.8%	14.0%	1.4%	100.0%

6. 反対意見を平然とする方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	10.8%	28.2%	31.6%	24.7%	4.6%	100.0%
男子	13.8%	26.4%	32.7%	22.6%	4.4%	100.0%
女子	7.1%	30.4%	30.0%	27.5%	5.0%	100.0%
文系	14.0%	23.0%	25.6%	20.6%	16.9%	100.0%
理系	10.7%	28.4%	31.2%	26.0%	3.7%	100.0%

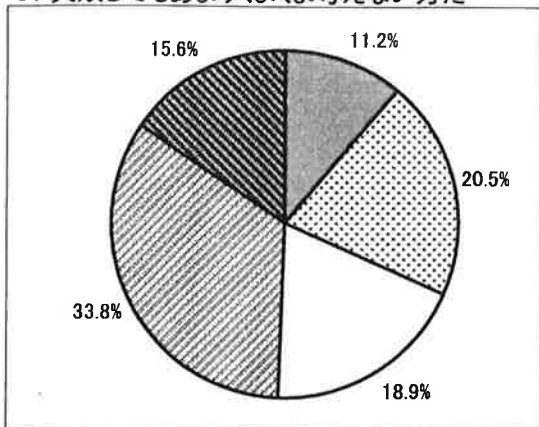
7. 新聞を毎日読む

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	14.0%	22.2%	21.1%	22.9%	19.7%	100.0%
男子	17.6%	21.4%	21.7%	21.4%	17.9%	100.0%
女子	9.2%	23.3%	20.4%	25.4%	21.7%	100.0%
文系	14.0%	23.0%	25.6%	20.6%	16.9%	100.0%
理系	14.4%	20.9%	14.0%	26.5%	24.2%	100.0%

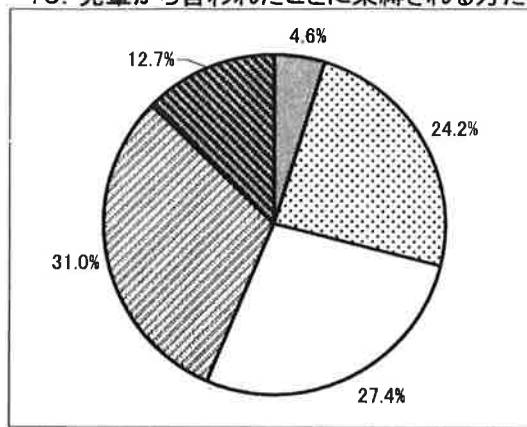
8. 意外性を重視する方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	20.4%	36.6%	30.9%	9.6%	2.5%	100.0%
男子	24.5%	36.2%	29.2%	8.8%	1.3%	100.0%
女子	14.6%	37.5%	33.3%	10.8%	3.8%	100.0%
文系	19.2%	34.1%	35.3%	9.3%	2.0%	100.0%
理系	22.2%	40.3%	24.1%	10.2%	3.2%	100.0%

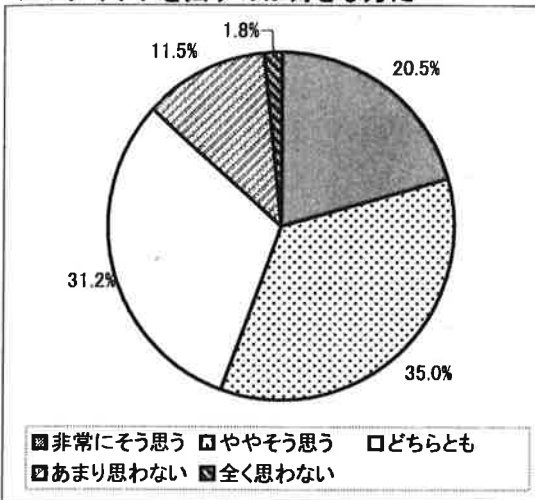
9. 失敗してもあまりくよくよ考えない方だ



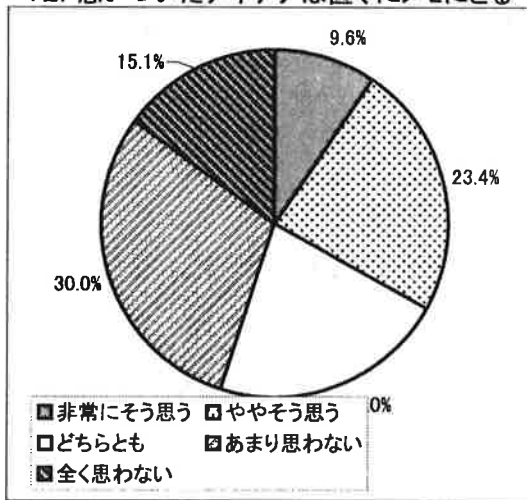
10. 先輩から言われたことに束縛される方だ



11. アイデアを出すのが好きな方だ



12. 思いついたアイデアは直ぐにメモにとる



9. 失敗してもあまりくよくよ考えない方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	11.2%	20.5%	18.9%	33.8%	15.6%	100.0%
男子	10.0%	21.9%	17.9%	32.0%	18.2%	100.0%
女子	12.4%	18.7%	19.9%	36.5%	12.4%	100.0%
文系	12.2%	20.6%	20.3%	31.9%	15.1%	100.0%
理系	9.7%	20.4%	16.2%	37.0%	16.7%	100.0%

10. 先輩から言われたことに束縛される方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	4.6%	24.2%	27.4%	31.0%	12.7%	100.0%
男子	5.3%	23.2%	25.4%	32.6%	13.5%	100.0%
女子	3.3%	25.3%	30.7%	29.0%	11.6%	100.0%
文系	4.1%	24.9%	25.5%	31.9%	13.6%	100.0%
理系	5.6%	22.7%	31.0%	29.6%	11.1%	100.0%

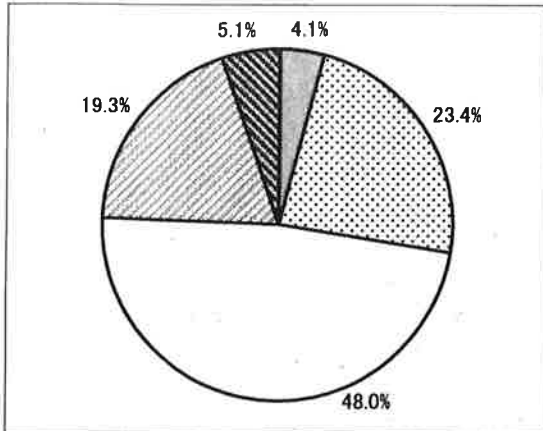
11. アイデアを出すのが好きな方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	20.5%	35.0%	31.2%	11.5%	1.8%	100.0%
男子	23.2%	33.5%	32.0%	10.3%	0.9%	100.0%
女子	17.0%	37.3%	29.9%	13.3%	2.5%	100.0%
文系	21.7%	34.8%	28.7%	13.9%	0.9%	100.0%
理系	18.5%	35.2%	35.2%	7.9%	3.2%	100.0%

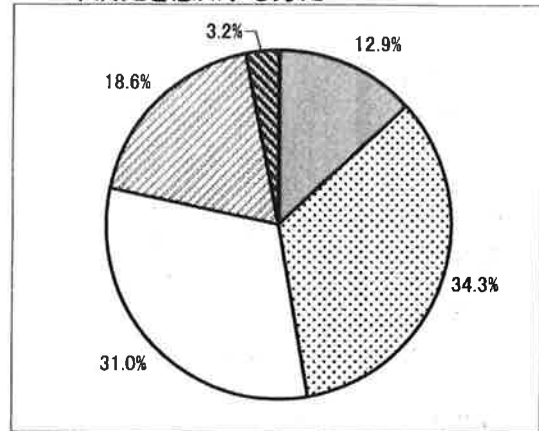
12. 思いついたアイデアは直ぐにメモにとる

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	9.6%	23.4%	22.0%	30.0%	15.1%	100.0%
男子	8.5%	20.1%	22.0%	32.1%	17.3%	100.0%
女子	10.8%	27.8%	21.6%	27.8%	12.0%	100.0%
文系	9.9%	23.5%	23.8%	30.8%	11.9%	100.0%
理系	8.8%	23.1%	18.5%	29.2%	20.4%	100.0%

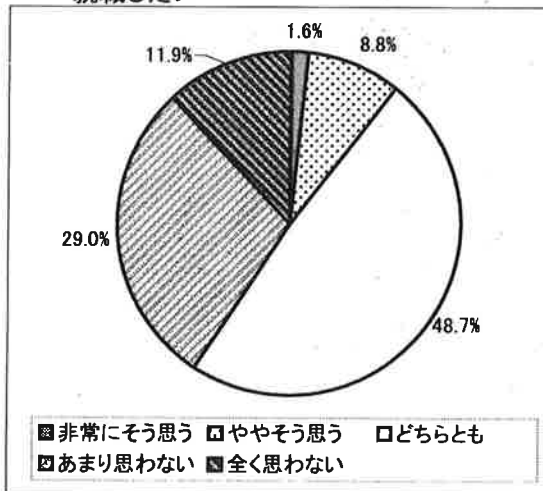
13. 定説や定理は正しいと思う



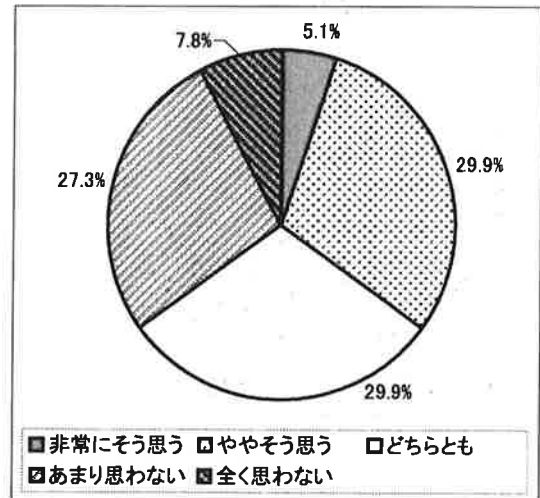
14. 商品やサービスを利用したとき、直ぐに不便や不満足を感知する方だ



15. 勤めるなら大企業よりもベンチャー企業に就職したい



16. 外観や外形で人や人物を判断する傾向が強い



13. 定説や定理は正しいと思う

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	4.1%	23.4%	48.0%	19.3%	5.1%	100.0%
男子	5.0%	26.0%	45.8%	16.9%	6.3%	100.0%
女子	2.5%	20.0%	50.8%	22.9%	3.8%	100.0%
文系	1.7%	23.0%	51.2%	18.9%	5.2%	100.0%
理系	7.9%	24.1%	42.6%	20.4%	5.1%	100.0%

14. 商品やサービスを利用したとき、直ぐに不便や不満足を感知する方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	12.9%	34.3%	31.0%	18.6%	3.2%	100.0%
男子	14.4%	34.2%	32.9%	15.4%	3.1%	100.0%
女子	10.8%	35.3%	27.8%	22.8%	3.3%	100.0%
文系	14.5%	32.5%	31.3%	19.1%	2.6%	100.0%
理系	10.2%	38.0%	29.6%	18.1%	4.2%	100.0%

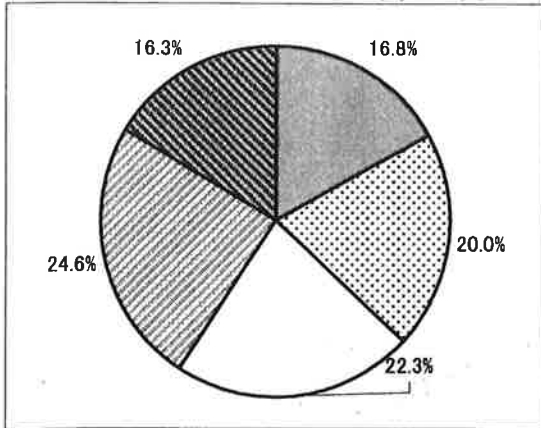
15. 勤めるなら大企業よりもベンチャー企業に就職したい

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	1.6%	8.8%	48.7%	29.0%	11.9%	100.0%
男子	1.3%	10.3%	48.3%	27.9%	12.2%	100.0%
女子	2.1%	7.1%	49.8%	30.3%	10.8%	100.0%
文系	2.6%	9.6%	45.5%	29.0%	13.3%	100.0%
理系	0.0%	7.9%	54.6%	28.7%	8.8%	100.0%

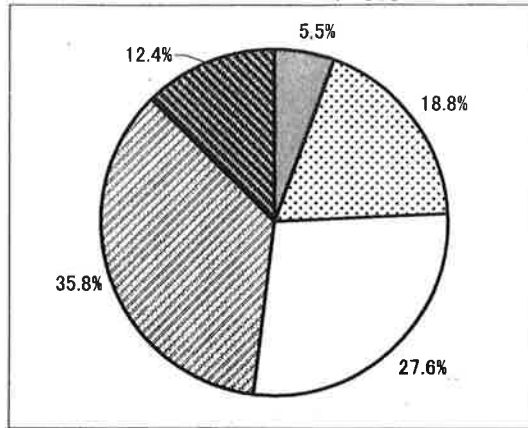
16. 外観や外形で人や人物を判断する傾向が強い

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	5.1%	29.9%	29.9%	27.3%	7.8%	100.0%
男子	6.6%	33.2%	29.5%	23.5%	7.2%	100.0%
女子	3.3%	24.9%	30.3%	32.8%	8.7%	100.0%
文系	5.8%	27.2%	29.9%	28.1%	9.0%	100.0%
理系	4.2%	33.8%	29.6%	26.4%	6.0%	100.0%

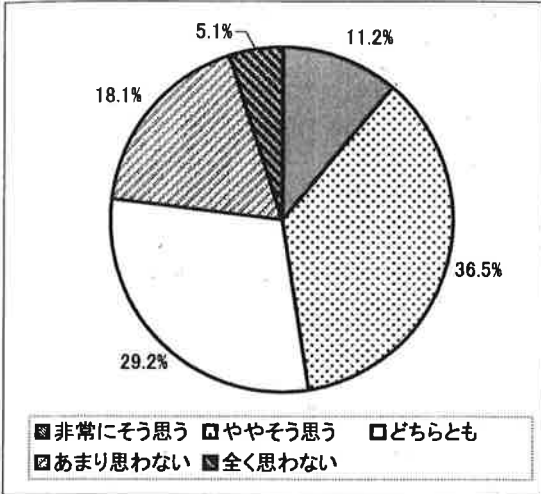
17. クルマやバイクなど乗り物に関心が高い



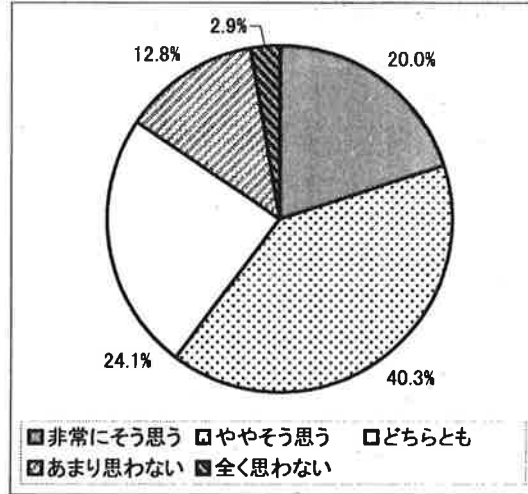
18. どんな批判にも耐えられる方だ



19. 人のやることをいつも気にしている



20. 「もし……したら」という想定問答が好き



17. クルマやバイクなど乗り物に関心が高い

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	16.8%	20.0%	22.3%	24.6%	16.3%	100.0%
男子	24.5%	22.3%	21.0%	19.7%	12.5%	100.0%
女子	6.6%	16.6%	23.7%	31.5%	21.6%	100.0%
文系	16.2%	18.3%	21.7%	27.8%	15.9%	100.0%
理系	17.6%	22.2%	23.6%	19.9%	16.7%	100.0%

18. どんな批判にも耐えられる方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	5.5%	18.8%	27.6%	35.8%	12.4%	100.0%
男子	6.6%	22.6%	30.1%	32.0%	8.8%	100.0%
女子	5.0%	15.5%	29.0%	50.0%	0.5%	100.0%
文系	5.5%	16.2%	28.7%	35.9%	13.6%	100.0%
理系	5.6%	22.2%	25.9%	35.6%	10.6%	100.0%

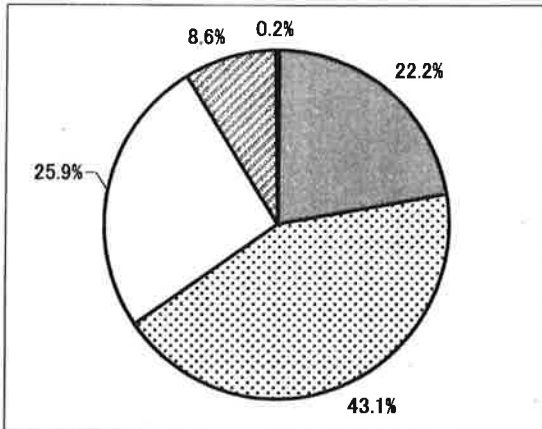
19. 人のやることをいつも気にしている

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	11.2%	36.5%	29.2%	18.1%	5.1%	100.0%
男子	12.2%	38.9%	28.8%	15.0%	5.0%	100.0%
女子	10.0%	32.8%	29.9%	22.4%	5.0%	100.0%
文系	11.0%	32.2%	33.0%	18.3%	5.5%	100.0%
理系	11.6%	43.1%	23.1%	17.6%	4.6%	100.0%

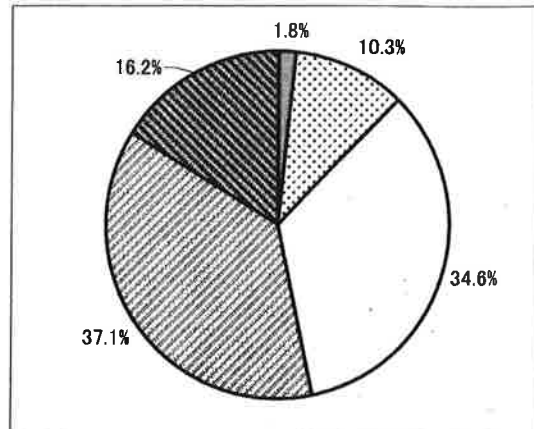
20. 「もし……したら」という想定問答が好き

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	20.0%	40.3%	24.1%	12.8%	2.9%	100.0%
男子	19.5%	39.6%	23.6%	14.8%	2.5%	100.0%
女子	20.6%	41.2%	24.4%	10.5%	3.4%	100.0%
文系	20.8%	40.9%	24.3%	11.7%	2.3%	100.0%
理系	19.1%	39.1%	23.7%	14.9%	3.3%	100.0%

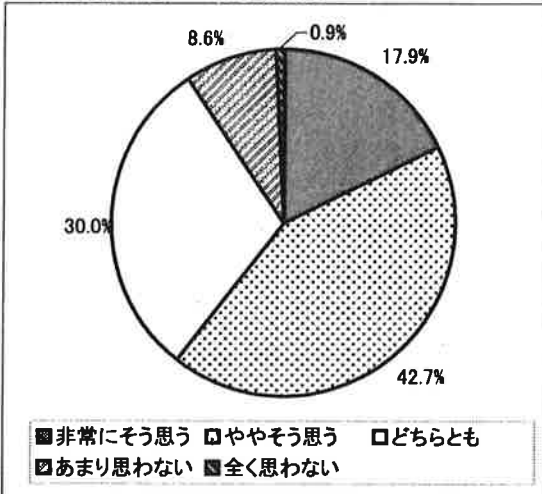
21. 体験したことのないことにチャレンジするのが好きだ



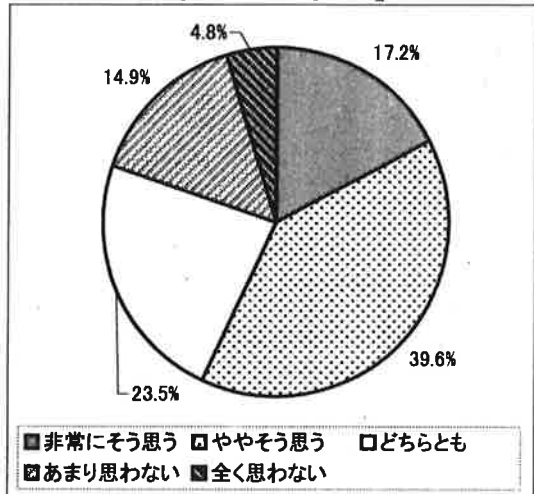
22. 伝統を破ろうとすることは良くないことだ



23. 自分は思いつきを大切にする方だ



24. 自分は「歩きながら考える」



21. 体験したことのないことにチャレンジするのが好きだ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	22.2%	43.1%	25.9%	8.6%	0.2%	100.0%
男子	20.5%	45.7%	24.9%	8.5%	0.3%	100.0%
女子	23.6%	40.1%	27.4%	8.9%	0.0%	100.0%
文系	20.3%	43.5%	27.4%	8.8%	0.0%	100.0%
理系	24.7%	43.3%	23.3%	8.4%	0.5%	100.0%

22. 伝統を破ろうとすることは良くないことだ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	1.8%	10.3%	34.6%	37.1%	16.2%	100.0%
男子	2.2%	9.7%	32.1%	39.0%	17.0%	100.0%
女子	1.3%	11.3%	38.2%	34.0%	15.1%	100.0%
文系	2.0%	9.9%	35.7%	35.7%	16.7%	100.0%
理系	1.4%	11.2%	33.0%	38.6%	15.8%	100.0%

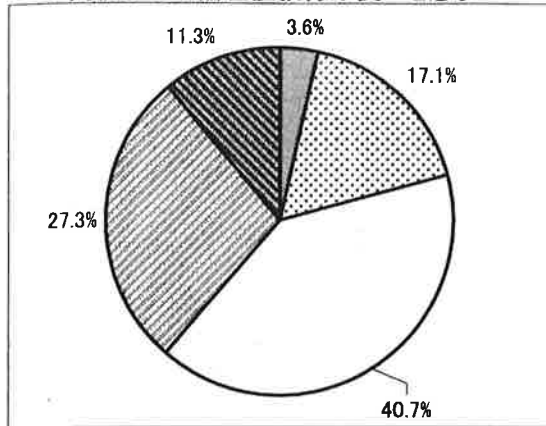
23. 自分は思いつきを大切にする方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	17.9%	42.7%	30.0%	8.6%	0.9%	100.0%
男子	19.8%	41.8%	29.9%	7.5%	0.9%	100.0%
女子	15.1%	44.1%	30.3%	9.7%	0.8%	100.0%
文系	16.7%	43.3%	29.2%	10.2%	0.6%	100.0%
理系	19.5%	41.9%	31.2%	6.0%	1.4%	100.0%

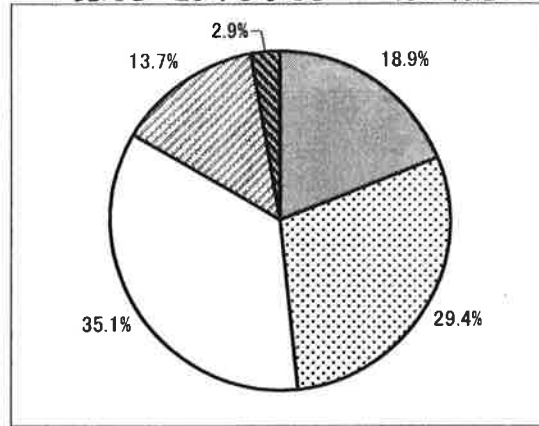
24. 自分は「歩きながら考える」

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	17.2%	39.6%	23.5%	14.9%	4.8%	100.0%
男子	16.4%	39.7%	25.2%	13.2%	5.4%	100.0%
女子	18.6%	39.4%	21.2%	16.5%	4.2%	100.0%
文系	19.1%	37.9%	25.3%	14.1%	3.5%	100.0%
理系	14.0%	42.1%	21.0%	15.9%	7.0%	100.0%

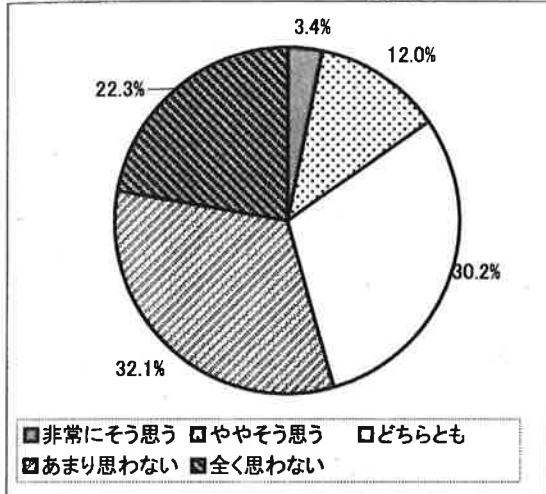
25. 高校までの偏差値教育は良いと思う



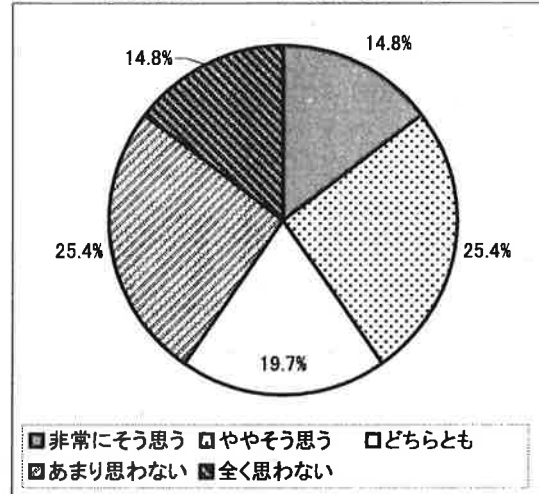
26. 覚えることよりも考えることの方が得意だ



27. 将来はベンチャービジネスを起業したい



28. 正直、東大生にはかなわないと思っている



25. 高校までの偏差値教育は良いと思う

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	3.6%	17.1%	40.7%	27.3%	11.3%	100.0%
男子	4.7%	15.5%	41.0%	25.2%	13.6%	100.0%
女子	2.1%	18.9%	40.3%	30.7%	8.0%	100.0%
文系	2.9%	17.6%	39.0%	27.6%	12.9%	100.0%
理系	4.7%	16.3%	43.3%	27.4%	8.4%	100.0%

26. 覚えることよりも考えることの方が得意だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	18.9%	29.4%	35.1%	13.7%	2.9%	100.0%
男子	20.1%	32.1%	33.0%	11.9%	2.8%	100.0%
女子	17.3%	26.2%	38.0%	16.0%	2.5%	100.0%
文系	20.2%	28.1%	35.4%	13.5%	2.9%	100.0%
理系	16.8%	31.3%	35.0%	14.0%	2.8%	100.0%

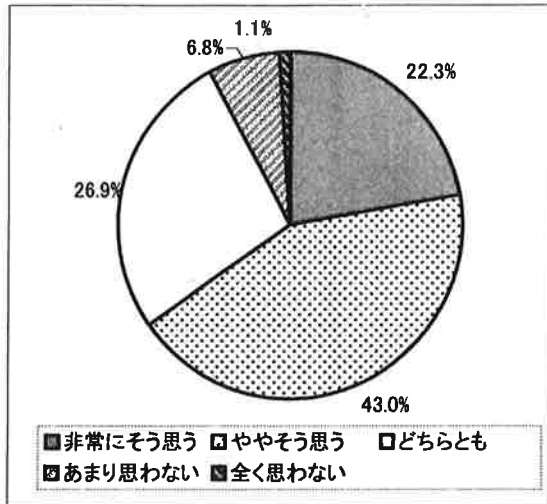
27. 将来はベンチャービジネスを起業したい

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	3.4%	12.0%	30.2%	32.1%	22.3%	100.0%
男子	5.7%	15.7%	33.3%	25.5%	19.8%	100.0%
女子	0.4%	7.2%	26.2%	40.9%	25.3%	100.0%
文系	3.2%	12.9%	28.2%	32.8%	22.9%	100.0%
理系	3.7%	10.7%	34.0%	30.2%	21.4%	100.0%

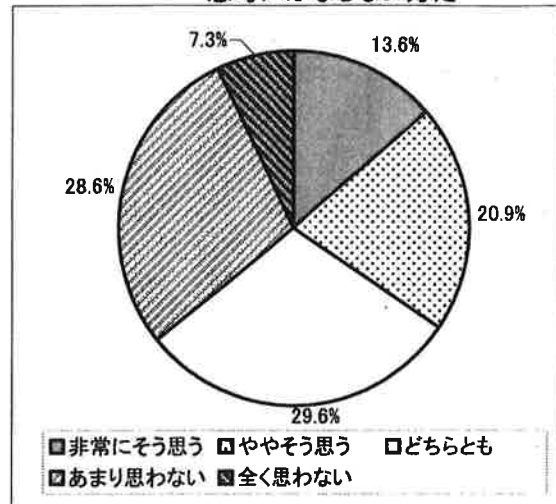
28. 正直、東大生にはかなわないと思っている

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	14.8%	25.4%	19.7%	25.4%	14.8%	100.0%
男子	12.3%	21.7%	13.5%	22.0%	30.5%	100.0%
女子	13.4%	22.3%	21.8%	25.2%	17.2%	100.0%
文系	11.4%	22.8%	18.1%	22.8%	24.9%	100.0%
理系	14.9%	20.9%	15.3%	23.7%	25.1%	100.0%

29. いつも自分なりのやり方を考える方だ



30. 自分はいつもプラス思考でありマイナス思考にはならない方だ



29. いつも自分なりのやり方を考える方だ

	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	22.3%	43.0%	26.9%	6.8%	1.1%	100.0%
男子	25.8%	40.3%	26.4%	6.6%	0.9%	100.0%
女子	16.4%	47.1%	28.2%	7.1%	1.3%	100.0%
文系	21.1%	43.0%	29.2%	5.6%	1.2%	100.0%
理系	23.7%	42.8%	23.7%	8.8%	0.9%	100.0%

30. 自分はいつもプラス思考でありマイナス思考にはならない方だ

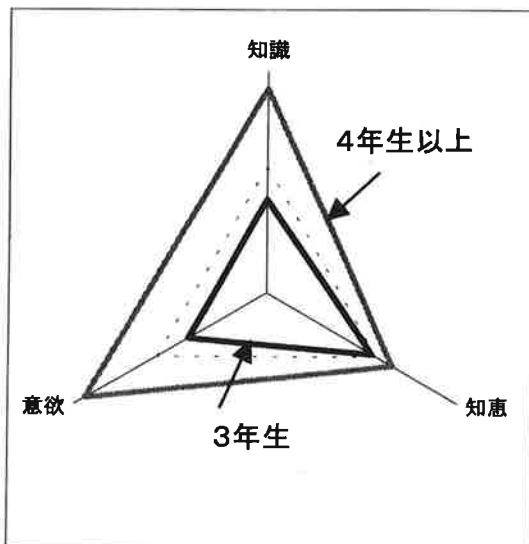
	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも	あまり思わない	全く思わない	合計
全体	13.6%	20.9%	29.6%	28.6%	7.3%	100.0%
男子	14.5%	20.5%	28.1%	28.4%	8.5%	100.0%
女子	12.2%	21.0%	32.4%	28.6%	5.9%	100.0%
文系	14.4%	21.4%	30.8%	25.5%	7.9%	100.0%
理系	12.6%	20.0%	27.9%	33.0%	6.5%	100.0%

参考データ

設問30個を知識項目、知恵項目、意欲項目にわけて、それぞれ非常にそう思うとこたえた人数の割合をだすと下表のとおりとなる。

就職活動前である3年生と就職活動経験のある4年生以上ではそのレベルに違いが明確に現れ4年生になると各項目のレベルが高まり、特に意欲項目のレベルが急激に高まるといったことがみられた。

- 知識項目 (問 1, 4, 7, 10, 13, 16, 19, 22, 25, 28)
- 知恵項目 (問 8, 11, 12, 14, 17, 20, 23, 24, 26, 29)
- 意欲項目 (問 2, 3, 5, 6, 9, 15, 18, 21, 27, 30)



平均値	知識項目	知恵項目	意欲項目
3年	11.5%	17.2%	10.1%
4年以上	16.0%	18.5%	14.4%
男子	13.3%	19.6%	12.2%
女子	10.6%	14.5%	8.9%

Q-12-1 ブロードバンドやインターネットなど最近のコミュニケーションツールの技術発展と広がり
を踏まえて、大学の授業に関する自由なアイデア(良い点・悪い点/改善点)を箇条書きにてあげ
てみてください。

講座シラバスがネットで閲覧でき、また、各種学内情報(休講案内、試験日程等)が随時入手可能となるなど
キャンパスライフがより快適になる。加えて、メールでのレポート提出やネットを利用した講座の登録など、各
種手続きや、更に進めてネットでの試験など時間効率を高めることができるとしている。

主な提案は以下の通り

<ネット利用による、各種情報提供(事務・教務連絡等の電子化)・講義形式に関わる提案>

講義シラバスを検索し登録をネットで行う

学校間における情報の共有

メールでの教授などのレポート・卒論など提出物のやりとり

レジュメのネット公開

講義情報さらには成績表もメールで配信

インターネットでの講義内容・ノートの提供

レジュメを24時間ネットで入手できる

データベースの共有化

インターネットで教授のアンケートを実施し、評価する

補講がインターネットで利用できる

休講情報、試験情報の配信

偏在するキャンパス間での共通講義や補講の実施

画像利用による講義のビジュアル化で理解度促進

講義のアーカイブ(欠席時の補完)や配布プリントのデータベース化配布物のダウンロード

自宅からの図書検索

<学内外との交流に関する提案(国内・国外を含む)>

大学間のオープンセッション/ディベート/チャットによるディスカッション

実社会で働く人とのコミュニケーション(画面を通して)

大学と企業とのオープンセッション

大学同士の壁を取り除き自由に履修できるようにする

他大学の授業を映し出し、講義に参加する

他大学との単位互換制度

他大学の講座履修

研究や発表の場の設定

ネット上の公開講座・社会人に対するネットによる授業

産学連携(インターンシップ<在宅で>、企業業務のゼミ受講、共同研究)

海外大学との語学交流/研修授業(インターネット上で)

仮想企業運営シミュレーション(ネット上で)

大学と企業間の技術的交流

外国との交流授業

社会との関係をもっと持たせるようにする

外国の学生とのメールでのディスカッション

ネット利用による多ゼミとの交流

ネット利用による社会人のゼミへの参加

ネット利用に関しての学生の評価や考え方

ITの利用により、わかりやすい講義や、各種データ、レポートなどが簡単に入手できるなど、学
究活動に資する面は多いとしている。また、学生による講師・教授の評価などにも利用できると
するなど、匿名性の高さからの利用価値を認める声も聞かれるなど評価は高い。

一方、学生と教授のコミュニケーションが近くはなるものの、直接的な対話が少なくなることや、
ネット利用の授業等には依然学校間、個人間にリテラシー格差があり、機器など設備整備を要
望する声が多々あるなど、導入に関わる様々な問題指摘があった。

提案総数は310件あった。

提案等意見詳細

<一般的意見>

- もっと高校のようなクラスをつくってみては？
- 押し付けではなく、興味ある分野を学べる様にして欲しい
- 先生の評価をつけたい
- インターネットでの効率よい情報の集め方を教えて欲しい
- 授業の休講を早く知るためにHP上に通知して欲しい
- SPIの対策について
- あふれる情報を的確に判断する授業
- 古典的な授業を減らして欲しい
- 自己満足的な授業はやめてほしい
- 資格取得を目的とした講座の開設
- 教授の話だけでは困る
- もっと授業中静かにさせる
- なるべくプリントを配布する
- カリスマ性のある教授が少なすぎる
- 資格のとれる授業がもっとあってもよい
- 教授の観点と生徒の観点が異なるため、もっと基礎から授業を進めて欲しい
- ガイダンスの内容と実際が異なることが多い
- 教え方をもっと丁寧に
- 講義内容が専門的にすぎる
- 学生の聴講態度が悪く、教授の話が聞き取れない
- 授業が難しいが、社会に出たら役に立つものはない。興味を持たせる授業をして欲しい
- テスト前に勉強するだけで単位が取れてしまう
- たいして授業に出なくても卒業できる
- 実用性のある授業をして欲しい
- 前のほうに座らないと話が聞こえない
- 人数が多いのでうるさい
- どんどん先に進むので理解が大変
- O. V. Aを多用する
- BBによる授業。喧騒な授業や黒板の見にくさを解消
- 設計でも製作の授業があってよいのでは
- ある授業については大画面ビジョンでの講義で見れるようにする
- 試験的な授業や取組みが多すぎる。実験台にされている感じがする
- 玄関となるようなスペースの創設を望みます
- 必要のない授業でわざわざインターネットを使わない
- 取得単位数の削減と1科目あたりの単位数の増加
- 学生個人のプロジェクト研究の促進
- 新聞やアップトゥデートな情報を提供して欲しい
- エンターテイメントな授業
- ピアノの情報を映像に反映させるなど横断的アートの授業

<IT活用方法とインフラに対する要望・意見>

- PCルームの拡大
- 今、一般に広まっているようなBBやITツールではまだ限界がある
- インターネット上のテキストのコピーが多く勉強にならない
- インターネットによる講義についてのランキングを作る
- インターネットやPCに関する特別講義
- インターネットを上手く利用した講義がない
- 衛星授業
- エクセルの使いかたを教えてくれる授業
- 基本的な操作の仕方、特にタイピングの実習を必修にしたほうが良い

グループウェアの必要性

携帯端末を利用した、コミュニケーション実験授業

講義内容がリアルタイムでパソコンに表示されるシステム

黒板の代わりにPC画面を利用する

コンピュータを使った授業を増やして欲しい

コンピューター初心者向けマニュアルを作成して欲しい

授業の中継

授業のノートは全てパソコンで

授業をパワーポイント等プレゼン形式で行い、ネットで後日確認できるようにして欲しい

情報処理の入門的な授業なのに、パソコンを使わず話しを聞くだけではあまり意味がない。

ゼミなどのHPを充実させて欲しい

ネットは誰もが使えるようになったが、授業には活かされていない

ネット利用により授業内容の掘り下げができる

ネットワーク関連の知識をつけるための授業を増やす

配布プリントは全てデータとして配る

パソコン初心者に対するケアをもっと手厚くして欲しい

パソコンを使ったことのないような教授を排する

パソコンを使った授業を増やす

ビデオの活用

理科の課外授業を屋外でおこない、モバイルを利用

パソコンの性能向上、台数増加

大学によってコンピュータ等の設置に差がある。(授業に活かせるほどはない)

パソコン利用の授業で、パソコンの台数が受講者より少なく、立ち見がいたのは改善すべきだ

パソコンに触れる機会がすくない

パソコンの数が少ない

プリンターの性能があまりよくない

生徒各自にパソコン配布

学内で使えるパソコンがすくない

eメールでの各種連絡通知

eメールでのレポートの提出

IDカード導入による決済・出欠

ONLINE休講・補講情報

WEBでの履修登録

インターネットで教授のアンケートを実施し、評価する

インターネットで出席をとる

インターネットでの休講情報

インターネットでの講義内容・ノートの提供

学校間における情報の共有

教授とのメールのやりとり

掲示板のネット公開

講義情報をメールで配信

講義シラバスを出してほしい

講義のアーカイブ(出席しなくても後で補完できる)

講義を記録し自由に閲覧できるようにする

合同実験を行い、データ分析の共有

自宅からの図書検索

授業毎にサイトやページを持って欲しい

授業にiモードやeメールを取り入れ質問や宿題の配信ができるようにする

授業の履修届をネットで処理

数学や物理系の授業では数式で計算している現象をCGで見せてもらうとよい

成績表のeメールによる配信

生徒参加型の授業

先生への質問などを書く掲示板をもっと充実させるべき
チャット授業
テスト日程の配信
配布物のダウンロード
配布プリントのデータベース化
補講がインターネットで利用できる
もっと画像を利用してほしい
リアルタイム双方向通信授業
レジュメのネット公開
レジュメを24時間ネットで入手できる
レポート、卒論のメール受発信
移動時間のカット、全国の人との瞬時意見交換が可能
インタラクティブなコミュニケーション
インフラ整備にコストがかかる。維持費も未だ高額、講義への雰囲気もつかみにくい
課外授業(工場見学)
各種データベースの閲覧にかかる時間を高速回線利用により解消してほしい
学生がもっと活発になるように考える
学生による(講座)の評価
学生の授業への参加意識の向上(ネットで講座未履修者に対して内容発信)
講義のHP(黑板にかかれたことを写し取ることを排除)
コンピュータの授業に人数制限があるが撤廃してほしい
コンピュータを利用する授業がない
サッカーチームのユースチームのように企業の下に訓練校をつくってみたい
様々な学生が平等に授業が受けられるよう改善してほしい
字幕・OHP・手話・点字・PC通訳など
授業でできたリソースの共有化
小人数制授業
生徒と先生の距離を近づける
他大学との情報交換を容易にする
同時音声文字化による聴力不自由者への配慮
ネット利用の授業はリテラシーに差があるので難しいのでは
パソコン(CAD)の授業を絶対増やすべき
プレゼンテーション・ディベートへの活用は促進すべき
文系学生に対するIT講座を実施してほしい
変化する情報や新しい情報も確実にHPに掲載するようにする
モニター授業はよくない
わかりにくい数式をイメージでつかめるような画像を使った授業
わかりやすい授業とするためメディアを活用する
1つの講義(例えば社会学概論)を複数の大学から講師を集めて講義する。(遠隔講義でもよい)
海外大学との語学交流/研修授業(インターネット上で)
海外大学とのネットミーティング
海外提携大学との合同授業
各大学教授のパネルディスカッション(onlineで)
仮想企業運営シミュレーション(ネット上で)
企業とのオープンセッション
企業の業務に関わるような授業を取り入れて欲しい
研究や発表の場の設定
公開講座
国際的なオープンセッション
産学連携(インターンシップ<在宅で>、企業業務の一部をゼミで受講、共同研究)
実社会で働く人とのコミュニケーション(画面を通して)
社会人に対するネットによる授業

ゼミの交流
専門分野の研究者への質疑
大学間での共同研究
大学間のオープンセッション
大学間のディスカッション
大学間のディベート
大学同士の壁を取り除き自由に履修できるようにする
大学と企業間の技術的交流
他大学との単位交流
他大学との単位互換制度
他大学の授業を映し出し、講義に参加する
ネット上の公開講座
ネットを導入し、研究に活用(参加者で同じ項目を調べ結果を共有する)
文系の学生とも交流できるようにすべきだ
論文・答案・授業のレジュメなど、それぞれの大学の情報へのアクセス
LAN設置による、教授と学生が同じ資料を見ながら進む授業
Webによる授業・テスト
家でも授業を受けることが出来るようにして欲しい
家にいながら各研究室の研究内容や経過がわかるシステム
インターネット講義
遠隔地からの授業参加
在宅での授業
自宅学習を行えるようにして欲しい
自宅授業
自宅での受講(通信教育のような)
授業の家庭配信(1講座いくらで売る)
授業をネットで放送
深夜授業/早朝授業
大学にいかななくても自宅で授業が受けられる
同時に複数の場での授業
ネットだけで成立する授業があってもよいと思う
放送大学的授業スタイルの提供

Q-12-2 あなたが企業に望むことを箇条書きにてあげてみてください

学生から企業に望むことは概ね以下の3つの領域に分類された。

1. 採用時の情報提供について
2. 採用に関する一般的な要望事項について
3. 企業経営全般に関わる要望事項について

以下主な要望を部類項目毎に書き上げると次の通りであった。

1. 採用時の情報提供について

経営理念

経営理念をもっとアピールしてほしい

「将来…する予定である」という会社のビジョンをはっきり「〇年後」と明示してほしい

企業が何を目指しているのかははっきり示してほしい

5年後、10年後の将来の企業の目標

企業の方針を明示してほしい(3件)

入社後すぐのことではなく、将来性をより提示してほしい

営業方針の具体的内容の表示

会社のビジョンを表面的や陳腐にではなく、はっきりと見せてほしい

企業の将来性

企業のトップの経営観が知りたい

具体的な仕事・業務について

仕事内容を明確に提示してほしい

企業にどのような職種がありその職種に対して具体的な説明がほしい

事業内容を明確にしてほしい

会社でどうゆうことを今までしてきたのか明確に示してほしい

大学に年1回でもいいから大手企業等が仕事内容等を説明にきてほしい

入社後にどのような仕事をするのか明確に提示してほしい

仕事内容をより明確に提示してほしい

どんな仕事を用意されているのか、どんな部署があり、そこからどんな道があるのか詳細を知りたい

仕事の内容をもっと詳しく提示してほしい

会社での仕事内容を具体的に教えてほしい

企業内でそれぞれの職種がおもにどのような仕事をしているのか明確にしてほしい

企業の有する各職種が①職種から見た場合②企業から見た場合、どのような特性が必要かはっきり提示してほしい

どういった業務がおこなえるのか

入社後どのような仕事をするのかおしえてほしい

職種の明確化

入社後に就ける仕事を明確にしてほしい

求める人材について

どのような人材を望むかもっと明確に提示してほしい(9件)

どのようなものを求めてどのような仕事をさせたいと考えているのか明確にしてほしい

「このような人材がほしい」とよく書いてあるが、学生に具体的事例を求めるわりに全く具体的ではない。

新入社員がどのような業務を担当するのか具体的に提示してほしい

どのような才能や能力が必要とされているのか詳細を提示してほしい

自企業にどのような人材を受け入れどのようにのばしていきたいか示してほしい

資格や採用基準について

入社の基準を明らかにしてほしい(4件)

資格の必要性の有無

具体的にありと有利な資格等を提示してほしい
企業内で資格での優遇性(給与面等)を開示してほしい
どのような資格をもっていると有利が提示してほしい
資格の必要性の提示
資格について何を取得すべきなのか、具体的に示してほしい
その企業にはいりやすい優位な資格を教えてください
学生時代にどのような資格があればいいのか。会社ごとに提示してほしい。

待遇・福利厚生

給料の査定仕方、昇給システムを明らかにしてほしい
仕事内容、給与、方針等の詳細な説明
データは正確に(休日等)
給与に関してのデータ、内訳、昇給の割合等を公表してほしい
住宅手当等具体的な内容を明確にほしい
明確に給与を教えてください
待遇について詳しく明記してもらいたい(時々給与も記されていないことがある)
初任給だけでなく、その後の給料も知りたい
仕事内容、待遇の明確化
賃金について

情報提供のあり方

入社した際の上司が誰であるか面接段階で教えてください
早めに採用方法を提示してほしい
数字で示されるデータではなく、OB/OGの意見をパンフレット等に掲示してほしい
就職準備生(大学1～2年生)にも企業訪問、セミナー等を開催して知る機会を提供してほしい
社員の体験談セミナーや企業体験を多く開催してほしい
たくさんの社員の話をきかせてほしい
採用までの流れをもっと明確に提示してほしい
OB/OGの紹介を積極的に教えてください

営業実績情報について

会社の現状について詳細を公表してほしい
企業の各部署ごとの方針、コンセプト、経常利益の開示
企業の経営状態の開示
現状を正確に開示してほしい
最近の営業成績の提示
経営状態を良くも悪くも教えてください(経営状態が悪いのに良いとってだますのはよくない)
会社の弱みを見せてほしい

採用情報一般

より正確な情報公開を(自社に都合悪いことも公平に)
資料を多く提供してほしい
実際の社員の方々の経験やアピールポイント等、社風がわかる内容をもっと提示してほしい
会社の雰囲気がわかるような何かをほしい
社内の雰囲気が明確にわかるようにしてほしい
選考方法の明確化
足切りをおこなう場合、事前にその基準を教えてください

他社との相違など企業独自性に関する情報

他社との相違、自社の特徴をアピールしてほしい

研修・教育

新人研修などの新入社員に対する情報がほしい
入社してからの研修内容の明確な提示
社内教育に実態をより明確に提示してほしい

企業情報

他分野への連携、発展
研究内容をより詳細に
詳細な雇用率
詳細な社会貢献度

その他提供して欲しい情報

大学の派閥はあるのか／社員の出身大学を公表してほしい
情報業界などのような技術(コンピュータ用語)を使っているのか教えてほしい
残業の程度
女性・男性と分けた採用人数(昨年まで)が知りたい
女性の平均勤務年数等、具体的に知りたい
女性の出産に関する企業の対応について
女性の働きやすい環境か否か
全学部全学科希望の企業が多いが、建築と経済の学生に入社後同じ仕事を担当させるとは思えない
雇用形態の明示
研究職は修士以上とらないのなら明記してほしい
服装に関してリクルートスーツが望ましい等提示してほしい
面接のチェックポイント
インターネットに企業の業績や主張を広く知らしめて向上してほしい

2. 採用に関する一般的な要望事項について

学歴による採用について

大学名での学生選びはやめてほしい
学歴で給与に差をつけず、能力で判断してほしい
など学歴による採用をしないで欲しいとする意見が18件

採用にあたっての評価について

個人の長所をみて採用してほしい
出きる限り学生の能力を多方面からみてほしい
成績で判断しないでほしい
重視するのは技術面か人間性が示してほしい
人間性の重視
人柄重視にしてほしい
やる気を重視してくれること
人間の内面をみてほしい
正確な評価をしてほしい

女性の採用について

女性は要らないという圧迫面接をどうにかしてほしい
性別による制限について明確で納得できる理由を示してほしい
男女の差別なく平等に就職、仕事の機会を与えてほしい
性別の差別をなくしてほしい

就職活動前の情報提供について

試験で選定するだけでなく試行的に採用してみしてほしい

面接等にまず社長を出すべき
ひやかしの受験防止のため採用試験にお金をとってほしい
大学で企業の状態を講義してほしい／企業と接する機会の増加
就職活動の前に体験入社ができるといい
入社後のギャップをなくし、事前に本当の情報を知りたい

採用手法について
面接で圧迫感を与えないでほしい
効率面から考えて、堅苦しいスーツはやめるべき、動きやすい格好がよい
学校の日程を考えてほしい
リクルーター制をやめてほしい

その他要望
一般職と総合職というくくりをやめてほしい
この世の中でどうい学生が勝ち残っていくのか教えてほしい
個人の能力を活かすようにしてほしい
研究職に学部生の採用
能力があっても人間としての常識やモラルを持っていない人間は採用すべきではない
入社受験時に必須にするのではなく、入社後社内で対策講座をしてほしい
クイズのような試験はやめてほしい
縁故主義をやめてほしい

3. 企業経営全般に関わる要望事項について

入社してから技術が身につくような職場を望む(資格にこだわらない)
若い人にも裁量権を
社長がしっかり「見える」会社(社長の意思、方針、目標がしっかりある)
企業が個人に貢献できることが何か明示してほしい
総合職・一般職の区別は必要なのか再考してほしい
人間関係(労務管理)をラフにほしい
働きやすい環境
売上のみ追求はやめ、もっと理念や信念を大切にすべきだ
学閥をなくしてほしい
男女差別をなくしてほしい
古い制度・慣習に固執しない職場
企業の従業員の能力を十分引き出してほしい
自分の力を発揮できる職場
将来の望みをもって接してくれる会社(教育研修の充実)
自己実現のための支援を積極的にしてほしい
価値ある思考や企画はリスクを恐れず拾い上げてもらいたい
不祥事は隠さないでほしい
せめて社員くらいには経営状態をオープンにほしい
ディスクロージャーは良い所ばかりでなく悪いことも明確に
実績を重視して収入を決めてほしい
女性が働きやすいようにしてほしい
いろいろな企業がもっと大学にアピールしてほしい

学生は働きやすい職場、自己実現のできる職場、生きがいのある職場をもとめており、企業の社会的な責任についても、社会的正義に則った企業倫理を求めている。

大学生の創造性と就職意識に関する実態調査

社団法人 神奈川経済同友会

代表幹事 平松 一朗

代表幹事 平澤 貞昭

教育文化委員会

委員長 徳谷 昌勇

ご協力のお願い

近年、わが国では、情報化やグローバル化、経済構造の転換が急がれるなかで、21世紀のわが国を支える人材像として、創造性溢れ、主体的かつ能動的な人材が強く求められております。

そこで当会では、企業が神奈川県下の大学生に求める人材像とは何か、また、一方で大学生が企業に求めている意識をそれぞれアンケート調査し、その実態を把握するとともに、21世紀を担う人材をどのように育むかについて分析提言をしたいと考えております。

つきましては、ご多忙の中誠に恐縮でございますが、本調査の主旨や手順をご理解のうえ、何卒ご協力くださいますようお願い申し上げます。

●お答えいただいた内容は、全て統計的に処理し、ご迷惑をおかけすることはいっさいございません。

●ご回答は貴校の取りまとめご担当者にご提出いただきますようお願い申し上げます。



本調査についてご質問などがございましたら下記までお問い合わせ下さい。

〒231-0023 横浜市中区山下町2 産業貿易センター7階

社団法人神奈川経済同友会 担当：山野井（ヤマノイ）

Tel：045-671-7110 Fax：045-671-7160



ご回答者プロフィールシート

大学名		性別	1. 男性 2. 女性
学部・学科		年次	1. 3年次 2. 4年次
ゼミ専攻内容		所属クラブ	1. 体育会系 2. 文化系 3. なし

就職意識について伺います

- Q1 あなたは、卒業後すぐに就職することが当然であると思いますか？
お考えに最も近いもの1つに○をつけてください。
- 1 卒業後はすぐに就職するのが当然
 - 2 卒業後はすぐに就職しなくてもよい
 - 3 どちらともいえない
- Q2 あなたが会社に勤めるとしたら、その会社でいつまで働きたいと思いますか？1つに○をつけてください。
- 1 できれば定年まで同じ会社で働きたい
 - 2 条件のよい会社があれば転職を考えたい
 - 3 とりあえず就職し、将来は独立したいと考えている
 - 4 その他()
- Q3 あなたは会社での給料が次のどのタイプだったらよいと思いますか？1つに○をつけてください。
- 1 年齢に応じて収入がある程度安定的に増えるシステム
 - 2 不安定だが実績・成果を重視し収入が決められるシステム
 - 3 どちらともいえない
- Q4 あなたは入社後どのようなタイプの人になりたいですか？お考えに最も近いもの1つに○をつけてください。
- 1 専門分野に秀でたタイプ
 - 2 あらゆる分野で活躍するタイプ
 - 3 職場を明るくするタイプ
 - 4 人間関係を尊重するタイプ
 - 5 仕事を通じて社会貢献するタイプ
 - 6 その他()
- Q5 あなたは将来、仕事を通じて何を実現したいと思いますか？実現したいと思うもの2つに○をつけてください。
- 1 人間的成長
 - 2 経済的な基盤確保
 - 3 技能・ノウハウの蓄積<スペシャリスト志向>
 - 4 趣味レジャー資金の確保
 - 5 家庭の幸福
 - 6 社会への貢献
 - 7 出世
 - 8 人脈の開拓
 - 9 その他()
- Q6 あなたが一般企業に就職するとして、あなたの企業を選ぶポイントは何ですか？3つに○をつけてください。
- 1 経営方針
 - 2 事業内容
 - 3 成長性・将来性
 - 4 給与
 - 5 教育研修
 - 6 知名度
 - 7 規模
 - 8 勤務地
 - 9 社風
 - 10 福利厚生
 - 11 社会貢献度
 - 12 その他()
- Q7 あなたが就職したい企業規模は次のどれですか？1つに○をつけてください。
- 1 企業規模にこだわらない
 - 2 大手企業のみ
 - 3 大手中心だが中小企業も対象
 - 4 中小ベンチャー企業中心
- Q8 あなたが就職を望んでいる業種は何ですか？いくつでも結構ですから番号に○をつけてください。
- 1 農林・水産・鉱業
 - 2 建設業
 - 3 メーカー
 - 4 商社
 - 5 流通・小売
 - 6 エネルギー
 - 7 不動産
 - 8 運輸・倉庫
 - 9 情報・通信
 - 10 マスコミ
 - 11 金融・保険
 - 12 サービス
 - 13 公務員
 - 14 その他

Q9 あなたが就きたい職種はなんですか？いくつでも結構ですから番号に○をつけてください。

- 1 ITエンジニア 2 営業職 3 販売・サービス 4 クリエーター・スペシャリスト
5 事務系スペシャリスト 6 技術職 7 建築・土木 8 金融スペシャリスト
9 その他()

創造性について伺います

Q10 今、日本経済は大きな転換の時代を迎え、企業は創造性豊かな人材を求めています。あなたにとって創造性とは何でしょうか？お考えに近いもの3つに○をつけてください。

- 1 本質を見抜く力
2 新しいモノを造る(新しい事を始める)能力
3 他人と異なる考えを出せる能力
4 理解する能力
5 マネを活かす能力
6 常識を疑う能力
7 企画する能力
8 その他()

Q11 あなた自身のことについてお伺いします。いろいろな考えや生活習慣などをあげてありますが、それぞれあなたご自身にとってどの程度あてはまりますか。あてはまる番号に1つずつ○印をつけてください。

	非常に 思う	やや 思う	どちら も いえ ない	あまり 思わ ない	全く 思わ ない
1. 自分は読書を好む方だ	5	4	3	2	1
2. 教授の講義内容を批判的に考えたことがある	5	4	3	2	1
3. ゼミでは活発に質問する方だ	5	4	3	2	1
4. 知識の詰め込みは無意味である	5	4	3	2	1
5. 雑誌・新聞・人の話で「自分だったらこうする」という意見を持つことが多い	5	4	3	2	1
6. 反対意見を平然とする方だ	5	4	3	2	1
7. 新聞を毎日読む	5	4	3	2	1
8. 意外性を重視する方だ	5	4	3	2	1
9. 失敗してもあまりくよくよ考えない方だ	5	4	3	2	1
10. 先輩から言われたことに束縛される方だ	5	4	3	2	1
11. アイデアを出すのが好きな方だ	5	4	3	2	1
12. 思いついたアイデアは直ぐにメモをとる	5	4	3	2	1
13. 定説や定理は正しいと思う	5	4	3	2	1
14. 商品やサービスを利用したとき、直ぐに不便や不満足を感知する方だ	5	4	3	2	1
15. 勤めるなら大企業よりもベンチャー企業に就職したい	5	4	3	2	1
16. 外観や外形で人や人物を判断する傾向が強い	5	4	3	2	1
17. クルマやバイクなど乗り物に関心が高い	5	4	3	2	1
18. どんな批判にも耐えられる方だ	5	4	3	2	1
19. 人のやることをいつも気にしている	5	4	3	2	1

	非常に 思う	やや 思う	どちら もない	あまり 思わ ない	全く 思わ ない
20. 「もし………したら」という想定問答が好き	5	4	3	2	1
21. 体験したことのないことにチャレンジするのが好きだ	5	4	3	2	1
22. 伝統を破ろうとすることは良くないことだ	5	4	3	2	1
23. 自分は思いつきを大切にする方だ	5	4	3	2	1
24. 自分は「歩きながら考える」	5	4	3	2	1
25. 高校までの偏差値教育は良いと思う	5	4	3	2	1
26. 覚えることよりも考えることの方が得意だ	5	4	3	2	1
27. 将来はベンチャービジネスを起業したい	5	4	3	2	1
28. 正直、東大生にはかなわないと思っている	5	4	3	2	1
29. いつも自分なりのやり方を考える方だ	5	4	3	2	1
30. 自分はいつもプラス思考であまりマイナス思考にはならない方だ	5	4	3	2	1

Q12-1 下枠に、ブロードバンドやインターネットなど最近のコミュニケーションツールの技術発展と広がりを踏まえて大学の授業に関する自由なアイデア(良い点・悪い点/改善点)を箇条書きにてあげてみてください。

(例)大学間のオープンセッション。

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Q12-2 下枠に、あなたが企業に望むことを箇条書きにてあげてみてください。

(例) どのような人材を望むかもっと明確に提示して欲しい。

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

ご回答ありがとうございました。