

第2回検討会資料

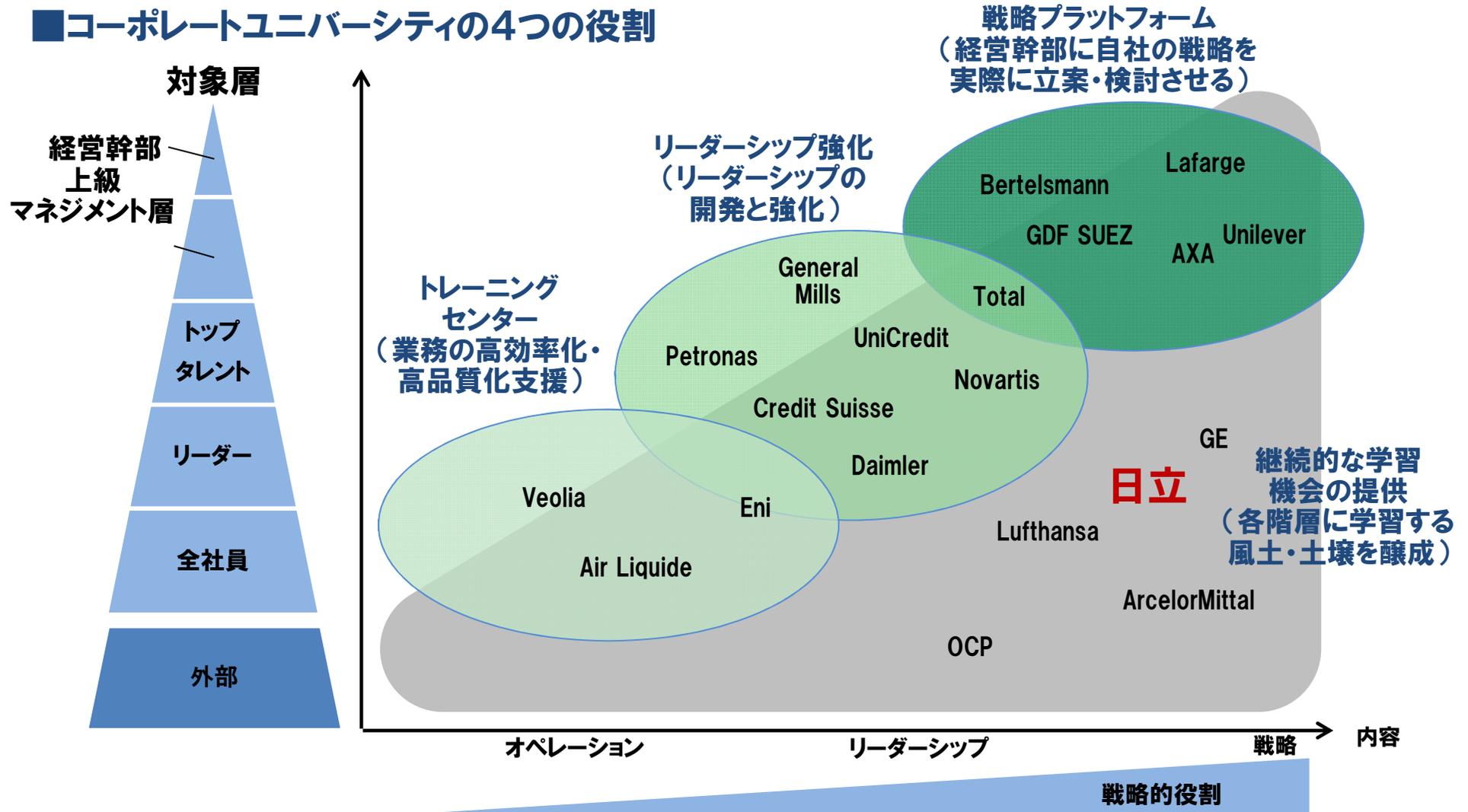
大学等における社会人の実践的・専門的な学び直しプログラムについて

2015年3月31日
株式会社日立製作所
田宮 直彦

1. 世の中の動向

グローバル企業におけるコーポレートユニバーシティ(CU)の位置付け

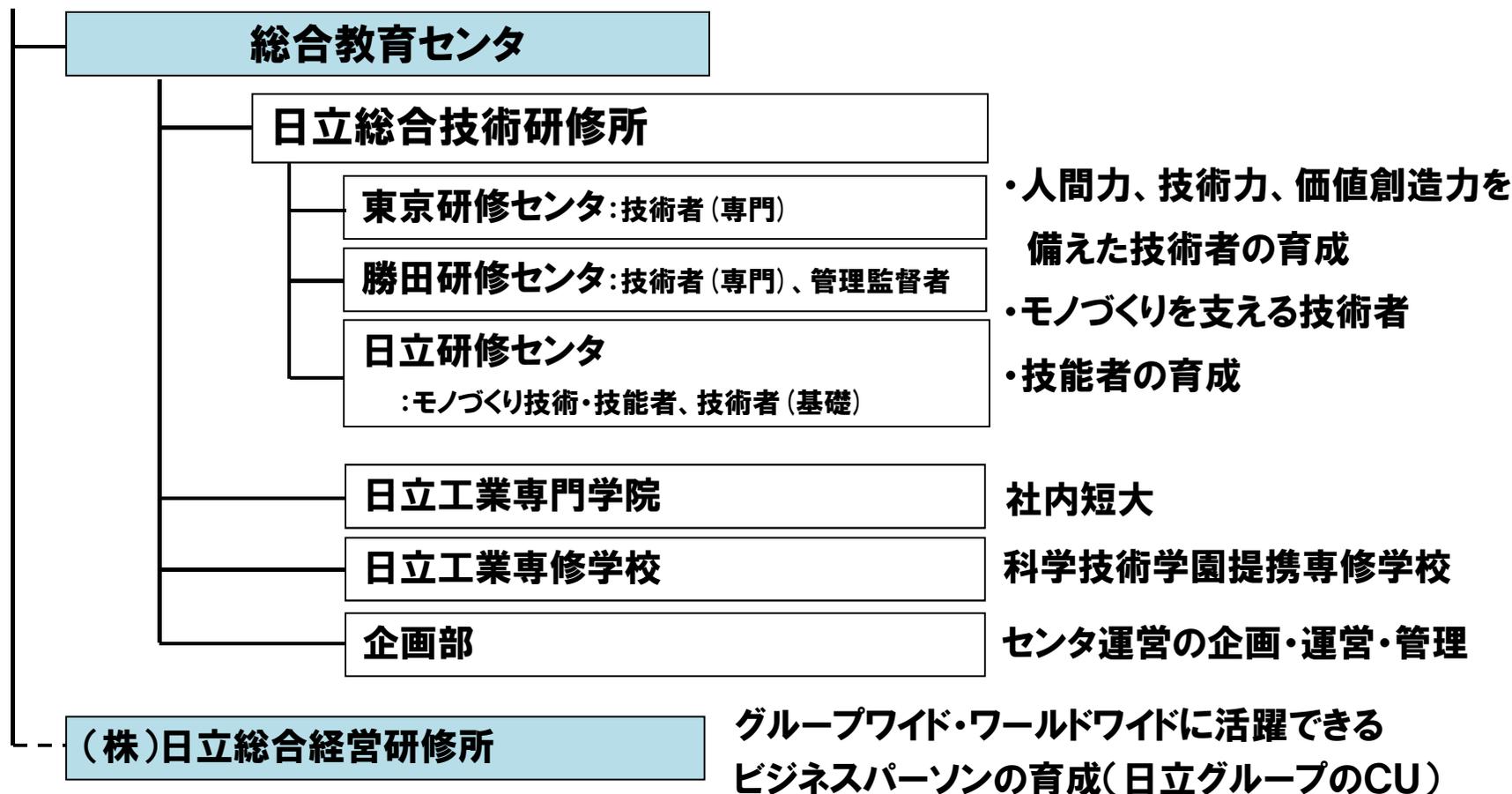
■コーポレートユニバーシティの4つの役割



社員を効率的・効果的に育成するために、さまざまな企業がコーポレートユニバーシティを設置

2. 日立の教育組織

(株)日立製作所



グループ内に教育機関を設置し、毎年約550講座を延べ2万人に対し実施

3. 他社における取組み

国内他社事例—電機各社研修機関(コーポ直轄)比較

| 比較項目 | 日立グループ | | 三菱電機(人材開発センター) | 東芝総合人材開発(株) | (株)FUJITSU ユニバーシティ |
|-------|---|---|---|---|--|
| | 日立総合経営研修所 | 日立総合技術研修所 | | | |
| 教育内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・経営研修(選抜) ・階層別研修 ・ビジネススキル ・職能(営業・調達) ・グローバル(語学) ・e-ラーニング | <ul style="list-style-type: none"> ・技術 ・モノづくり | <ul style="list-style-type: none"> ・経営幹部 ・ビジネススキル ・技術 ・技能 ・営業 ・eラーニング | <ul style="list-style-type: none"> ・経営幹部 ・階層・節目 ・グローバル ・技術 ・モノづくり ・営業 | <ul style="list-style-type: none"> ・経営・階層別 ・ビジネススキル ・キャリア支援 ・技術(プロダクト部門のみ) ・モノづくり |
| 拠点数 | 3箇所 | 3箇所 | 3箇所 | 1箇所 | 3箇所 |
| スタッフ数 | 約100名程度 | | 約50名 | 約100名 | 約150名 |
| 講師 | <ul style="list-style-type: none"> ・社内講師 ・社外講師(専門家、大学教授、教育ベンダー講師等) | | | | |

※各社ヒアリング結果及び公開情報等に基づき作成

社内提供価格の例...

- 日立グループ初級管理職研修(3日間)
80,000円/人・3日間
- 日立グループ新任主任研修(2日間)
81,000円/人・2日間

数十人の受講者を社内施設に集め、社内外から講師を招いて企業ニーズに即した内容の研修を実施し、比較的安価に効率的に運営

4. 社外機関の活用

自社での対応が難しい教育については、社外機関も活用

| 項目 | | 内容 | 対象者 |
|------------|--|---|------------|
| 異業種交流／人脈形成 | 経営者育成 | ISL(Institute for Strategic Leadership) － TLP、SLP FORUM21 － 梅下村塾、マルチメディアフォーラム 等 東大 － EMP (Executive Management Program) | 選拔者 |
| | 起業家精神 | 東京大学 － グローバルアントレプレナー育成促進事業(EDGE) 京都大学 － 起業家育成プログラム(EDGE) | 若手研究者 |
| | | 早稲田大学 － 社会人能力開発講座 早稲田大学 － 次世代国際幹部養成研修 等 | 若手選拔者 |
| | グローバル経験 | 海外ビジネススクールにおけるエグゼクティブプログラム 国際基督教大学 － Global Leadership Studies 早稲田大学 － グローバルリーダー育成のためのセミナー 等 | グローバル事業推進者 |
| 学位取得／留学 | 各大学大学院・ビジネススクール(海外／国内) | 選拔者等 | |
| 大学での研究活動経験 | 日立工業専門学院(研究科) 高校等卒選拔者を大学に派遣、研究の指導・実践を行う | 高卒技術者 | |

5. 派遣拡大に向けた課題と解決の方向性

| 区分 | 課題 | 解決の方向性 |
|--------|---|--|
| ニーズ | <ul style="list-style-type: none"> ・企業内教育機関を持つ企業では、職種や役割に応じた教育が既に充実。 ・既存の大学・外部研修機関の教育等もあり、企業のニーズは、ほぼ充足。 ・汎用的な知識教育よりも、企業は事業ニーズに応じた実テーマの実践的な内容を求めている。(共同研究等) | <p>中小企業等の社内教育機関を持たない企業の教育ニーズを発掘すべき。 (技術・技能、マネジメント力等)</p> <p>大学が持つ地域のネットワーク等を活用し、地域の産業振興に繋がる内容等について拡充を図るべき。</p> |
| コスト | <ul style="list-style-type: none"> ・企業は社内の集合教育により、費用の効率化を図っているのに対し、大学への派遣は、費用(授業料/旅費)が高い。 | <p>派遣企業に対する授業料補助や税額控除等のインセンティブも有効と考えられる。</p> |
| 期間 | <p>業務との関係を考えると、長期に亘る研修派遣は負担が大きい。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・例えば数日間の短期集中型の講座、または月1回週末等の日程的配慮が望ましい。 ・コース全体でなく、科目単位受講を認める等の柔軟な対応への要望もあり。 |
| ロケーション | <p>良質なプログラムが提供されとしても、通学可能な範囲で無い場合は、派遣が困難。</p> | <p>大学への派遣を前提としない、ICTツールを駆使した教育機会の拡充。 (JMOOCの更なる活用促進等)</p> |

HITACHI
Inspire the Next