

企業が博士号取得者に期待すること ~ 私見 ~

Business must expect ability of doctor holder -a personal opinion-

新家 富雄 [1]

Tomio Shinke[1]

[1] システムインテック

[1] System Intech

今年1月19日の朝日新聞に「<新・学歴社会> 就職漂流 博士の末は」という見出しの記事が掲載された。その内容は「我が国は、研究者だけでなく企業など社会の多方面で活躍できる高い専門知識・能力を備えた人材を育てるため、1991年度から10年間で大学院生を倍増化する計画を推進してきた。その結果、博士課程の在学者は、91年度の29911人から、07年度は74811人に増加した。しかし、博士号取得者(以下、博士と略す)の就職率は約6割に留まっている。博士に人気が高い大学の教員や公的研究機関の研究職の求人数は減少傾向である。現在、企業への就職者数は全就職者数の約1/6(博士数の約1/10)と、米国の約1/3に遠く及んでいない」である。また記事は、一般的な企業の博士像として「専門能力は高いものの、他の分野の知識やコミュニケーション能力が不足している場合が多い」と紹介していた。では、企業が期待する博士像とは、どのようなものなのか?ここでは、講演者の経験を踏まえて、その像に迫ってみる。

第一の博士像は技術営業力を持っていることである。商品・サービスの企画・提案・広告を行える能力である。また、学生時代に培った人脈を使った新規顧客開拓や情報収集力も期待される。すなわち、企業は博士に事業を作れることを期待している。そのため、米国では博士の多くは技術営業職に就いている。昨年度、当社は、ある競争的資金に応募した。小さな企業にとって研究開発費としての国の資金は、喉から手が出るほど欲しいが、応募条件は厳しい。しかし、博士号を持つ私は、研究アイデアを考え、研究総括者となり、共同研究機関・研究者には自身の人脈が利用した。その結果、応募要項を満たすことができたのである。第二の像は、付加価値の大きな商品・サービスを研究開発する能力を有していることである。この能力は、研究開発業務の免許を取得済みと捕らえると分かりやすい。具体的に商品・サービスを作り上げ、その価値を高める力である。第三の像は業務管理力である。関係する部署との連絡をとり、メンバー・スタッフの工程や開発コストを管理するなどの能力である。このように企業が期待する博士像は、イビチャ・オシム監督の言うポリバレント(複数のポジションをこなせる)な選手であり、それを実現できる能力を一般的に表現すれば「専門能力が高く、他の分野の知識にも精通し、コミュニケーション能力を持った人材」になる。

これらの博士像は、研究資金を獲得し、研究を行い、その成果を発表することで更なる資金を獲得する能力と言い換えることができる。この能力は、企業研究者に限らず大学教員や公的研究機関の研究者にも共通したものである。然らば、企業活動に適應できる博士とは、どのような人材なのか。一つには、コレクティブ(組織的)な行動・判断ができる人材ではないかと考える。企業において優先すべきは、コレクティブで、個人はそこからのプラスであること。またその個人判断もコレクティブでなければならない。なぜなら企業は、組織として社会と関わっているからであり、企業研究者は研究者である前に企業人でなければならないのである。もう一つには、企業から見れば、「専門能力が高いものの、他の分野の知識が不足している」という博士像は、静的なテクニックが高いが、動的なテクニックが低いという不安である。企業を取り巻く環境は常に変化する。そのため、数年毎にテーマが変わり、開発スパンは長くはない。このような環境に對し、結果を残せる人材を求めている。

現在、日本企業は未曾有の金融危機の中にある。そんな渦中だからこそ、新しい商品・サービスの企画・提案・開発ができる能力を有している博士が求められているのではないだろうか。企業は博士が要らないから採用しないのではなく、企業活動に適用できる博士ならば採用したいのである。古びた言葉を使えば、博士は“金の卵”である。企業に入社することによって、自分の研究テーマや研究分野を継続できないということは、博士が就職先に企業を選ばない最も大きな理由だと推測する。しかし、前述の国の目的から言えば、博士が、社会貢献できないのは国家問題である。是非、企業活動に適合して、皆さんの高い専門知識・能力を社会のために役立てて下さい。