

平成27年度 経営協議会学外委員等からの意見と対応状況

○経営協議会学外委員からの意見と対応状況

番号	経営協議会	内容区分	学外委員等からの意見	本学の対応状況
1	第54回 H27.6.18開催	組織運営	<p>学生収容定員に対し在籍者数が90%を下回ると、大学が使用できる運営費交付金が減り、収入が減ることになるので、学生確保に向けて取り組んでもらいたい。</p> <p>外部資金における間接経費は、大学運営に極めて重要であるので、収入増に向けて取り組んでいただきたい。</p>	<p>学生獲得タスクフォースを設置し、学生の確保に向けて、大学院説明会及び受験生のためのオープンキャンパスの実施や広報活動等に取り組んだ結果、平成28年5月1日現在の収容定員の充足率は、博士前期課程106%、博士後期課程114%と改善した。</p> <p>本学シーズを民間企業等へ提案して本学の教員等と民間企業等が実施する共同研究を、新たに「提案型共同研究」と位置づけ、提案型共同研究においては、直接経費に加えて、直接経費の20%にあたる額を民間企業等に負担させることとした。その分については、学長のリーダーシップを発揮する経費として、産学連携活動の推進のための経費の一部に充当させる制度を平成28年4月から実施することとした。</p>
2	第56回 H27.11.19開催	教育	<p>企業に在籍していると、20代後半から30代半ばの社会人を鍛え直すことが非常に重要だと感じる。そういった人材が2年ほどかけて、先端的な技術や考え方を学べるようなプログラムはあるのか。仮にあったとしても、企業人が学びにくいプログラムにならないようにしなければならない。</p>	<p>東京サテライトにおいて社会人を対象とした教育を実施していることに加え、金沢を中心とした地域の社会人が学びやすい教育拠点の整備を目的として、平成28年度から「金沢社会人コース(金沢サテライト(仮称))設置検討WG」を立ち上げ、地域ニーズの把握、カリキュラムの開発、実施場所等の検討を開始することとした。</p>
3	第59回 H28.3.17開催	組織運営	<p>平成28年度計画における取組が、本学の中期目標の達成にどのように繋がっていくのかを見えるようにすると良いのではないか。</p>	<p>委員からの指摘を受け、中期計画の各数値目標が中期目標に示す大学の将来像にどのように繋がっているかを示した図を作成し、各指標と目標達成との関係を明確化した。</p>

○アカデミックアドバイザーからの意見と対応状況

番号	アカデミックアドバイザー交流会	アドバイザーからの意見	本学の対応状況
1	知識科学研究科 H27.2.2開催	知識科学と情報科学は本来親和性があり、それらが融合することにより、双方の価値が上がる領域であると思われる。研究者同士の融合が難しいとしても、授業科目が相互乗り入れするカリキュラムを提供することで、学生が融合したスキルを修得できる。従って、教育における融合から始めることを勧める。	平成28年4月以降、知識科学系の2領域（ヒューマンライフデザイン領域、知識マネジメント領域）は、いずれも情報科学系の教員が構成員に入っており、融合が図られている。特に前者においては両系教員相互の密な連携により研究者同士の融合が進んでいる状況である。3月に開催した領域ごとの国際シンポジウムは融合による可能性の拡大を世界に知らしめるものであり、有意義であった。さらに、学生は3つの系の壁に阻まれることなく科目選択できる仕組みになった。そのため、選択の幅が広がるとともに、オリエンテーションや共通の必修科目において知識科学系の教育が全学展開しており、その効果が十分期待できる。今後は授業設計時から融合的な視点を導入していきたい。
2	知識科学研究科 H27.2.2開催	企業での博士入社が生涯賃金において修士入社を超えるような実情にならないと、学生は博士取得後に就職することのメリットを感じることはできないだろう。そのためには企業にとって魅力ある学生を送り込まなければならないし、入社後訓練で思い通りの人材育成をしている企業に、大学院での教育が有利・有効であることを理解してもらう努力が必要だろう。知識科学という分野に対する企業の期待は大きいのだが、採用においては、博士後期課程で学んだ知識・スキルをすぐ業務で活かすという即戦力として評価する傾向が強く、こういう考え方では研究所採用の一部の枠しかないことになる。また、博士後期課程に進学する学生の目標が、大学での研究者ということであれば、その時点で企業ニーズとはマッチしていないことになる。	知識科学は、教育内容や研究課題についても社会ニーズを起点とした構想を重視しており、知識科学系全体を通じてニーズ志向は高く、企業との接点も少なくない状況である。博士前期課程学生のみならず、博士後期課程学生においても、企業の魅力を知り、企業への就職を個人のキャリア目標とすることを、入学後のより早期から意識づけるようにしている。指導教員を経由して、博士後期課程学生が取り組んでいる博士論文のテーマを企業に伝えるなどのアクションも取っている。しかし、いまのところはまだ企業就職を希望する博士後期課程修了者は少ないのが実情である。日本人学生で博士後期課程まで進学する者が少ないが、今後、「大学院入学ー博士後期課程修了ー企業で活躍できる人材」というキャリアモデルを実現した例をもっと増やしていく必要がある。
3	情報科学研究科 H27.2.6開催	学生定員充足の課題を解決するために、JAISTを高専出身者のキャリアパス上に位置づけた高専からの学生獲得、アジアからの留学生受入れを、今以上に強化するのがよい。	高専における説明会を積極的に行うとともに、高専生の体験入学を継続して実施した。また、海外有力大学、特に中国、ミャンマー、マレーシア等からのインターンシップ受入れや現地での広報活動に一層注力したほか、国内日本語学校へのPRも積極的に行うなど、対象ごとに戦略的な学生募集活動を展開した。
4		英語での教育・研究をさらに強化されてはどうか。これは貴大学の特色をより鮮明にするものである。JAISTはグローバル人材を育成し、グローバルな企業に輩出していることをアピールするのがよい。	従来から取り組んでいる英語での講義に加え、より実践的な教育を行うため、インド、マレーシア等への日本人学生のインターンシップ派遣を支援した。

番号	アカデミックアドバイザー交流会	アドバイザーからの意見	本学の対応状況
5	マテリアルサイエンス 研究科 H27.1.23開催	メディアによる宣伝効果は大きく、民間企業のように広報活動を強化すべきである。	学外の学生及び大学関係者に対しマテリアルサイエンス研究科の魅力を発信し学生募集に繋げるため、広報活動を強化させた。主に学生に向けて動画を作成し、FacebookやYouTubeで公開した。「いいね」数や視聴回数は多く、まずまずの成果を得られた。また、平成28年2月26日から3月18日の間に4回に分けて開催した国際シンポジウムの案内広告を、朝日及び読売新聞全国版の朝刊に大きく掲載し、シンポジウムの周知と共に本学及びマテリアル系4領域の知名度向上を目指した。
6		他国がやらないことをやるのが先端なのではなく、企業が持つニーズこそが先端なのでは。	平成27年度に開催した研究科セミナーにおいて、講演者を企業(ソニー株式会社、みずほ証券株式会社、株式会社資源総合システム、東芝機械株式会社)の方に依頼し、本学教員及び学生が企業の現状、必要とする研究成果、求める人材について直接聞き、また質疑応答できる機会を多く設けた。また、企業との共同研究への積極的な取組を行い、平成26年度を上回る共同研究費を獲得した。