

たじみん昼話 99

企業選びのこちら側に大学選択あり

企業の将来を計る桔梗の物差しは研究開発費だ。その理由は3つだ。第1は、会社が開発費に投資できるのは、資金が潤沢で経営が安定していることを示すからだ。第2は、お金をかければ様々な測定機器や研究材料が購入でき、より高度な研究が可能になるからだ。当然、画期的な技術開発の可能性も高くなり、今以上に会社が発展する可能性が高いからだ。第3は、新製品の開発力の高さが会社のイメージと知名度を上げ、さらに研究者や凄い人材を呼び込むことに繋がって会社の研究能力が向上し、第2の効果が増強されるからだ。

多治見に物流センターがあるアマゾンの研究費開発費は4.5兆円(2019年)だ。2.9兆円のアルファベットやアップルの2兆円を圧倒している。この莫大な研究開発費で、アマゾンゴージャやアマゾンエコー等、次々と新技術を創出し他企業を圧倒している。研究費開発の多さが会社パワーを測るわかりやすい例だろう。

志望校を決定するとき重要なことは、本当にその大学で研究がやりたいのかだ。なんとなくここへ行きたいという抽象的な概念では、何かと弱気になりがちな受験を乗り越えることができないのだ。この思いが本物であれば、受験勉強が苦しくなっても、何かのハプニングで諦める思いが生じても、また逃避したくなっても、全て乗り越えられるだろう。それは、「私はこの研究がやりたい」という強い志や思いこそが、これらの弱気を打ち砕く最大の武器になるからだ。

では具体的な概念はどう思考して構築すべきか。それは数字を根拠にして論理的に構築することを推奨する。モチベーションの根拠を数値化するのだ。

冒頭で企業の研究開発費を紹介した意味もここにある。「こんな研究費を使える、年商〇〇の〇〇会社で〇〇という研究をしたい。そこで私の想いを具現したい。では何を身に付けたら入社できるのだろうか、何を大学で研究すべきだろう。この研究は〇〇学部学科がやっている可能性が高い。この研究を実際にやっている学科はここだ。この大学にある。この大学の学科の研究費は〇〇ある。しかも〇〇機器と〇〇を専門とする〇〇教授がいる。よし、この大学を目指そう。

ここまで、しっかり考えて調べることで、「だから私は、今、〇〇まで〇〇を学習すればよいのだ」ということが明確になり、強い受験動機が構築できるのだ。

まずは強烈なモチベーションの構築から始めよう。