

地方創生に資する魅力ある地方大学の実現に向けた検討会議（第2回）  
議事要旨

日 時 令和2年9月25日（金）14：00～16：00  
場 所 中央合同庁舎4号館共用第4特別会議室

## 1. 開会

<坂本大臣挨拶>

このたび、まち・ひと・しごと創生担当大臣を仰せつかった坂本哲志である。本日は、お忙しい中、御参集をいただき、心から感謝申し上げます。

私自身、地元紙の記者の経験があり、大学について取材を行ったことがあるが、地域のニーズと大学が持っているシーズのマッチングは本当に難しいと感じていた。今、コロナ禍になり、地方の創生が重要視される中で、地方大学を中心に、産官学金労言が一体になって、これからの地域の在り方を考えていくことが一番大事なことであると感じている。

この場では、様々な知見を持ち寄って、十分に論議いただき、様々なアドバイス、御意見をいただきたい。

## 2. ヒアリング

○事務局より、資料1に基づき、説明があった。

○株式会社リクルートマーケティングパートナーズリクルート進学総研小林所長より資料2に基づき、説明があった。

<株式会社リクルートマーケティングパートナーズリクルート進学総研小林所長>

大学の外から見た地方国立大学の個性とはという形でお話しさせていただく。

まず、「大学の外から見た大学の状況」ということだが、今、大学がいろいろと広報戦略、ブランド戦略に取り組んでおり、なぜ大学がブランド戦略に取り組むのかという部分。リクルート進学総研で発行しているリクルート『カレッジマネジメント』という大学の経営層向けの情報誌があり、そちらでは2008年より13年間、受験生、高校3年生の4月時点の目線で大学の知名度、志願度、様々なイメージを調査している。大学が発信している様々なメッセージは高校生に届いているのか、認識ギャップがないのかということを定量的に検証するということを目的としている。

ブランドとは活動全般を通じて構築されるイメージの総和となる。単なるシンボルマークやキャッチフレーズではなく、顧客が頭の中に連想する価値や世界観の総和である。大学が自分たちでどう思っているかではなくて、どう見られているかが重要となる。これは、単なる広報だけでなく、物やサービスの提供や広報など、あらゆる法人の活動全般によって認識される。私たちは、これを価値の浸透と呼んでいる。

大きく2つのポイントがあり、明らかにほかと異なるという差異性、それから、特異

の世界観を構築しているという統一性、一言で言うと独自性に基づくことが重要で、「ああ、〇〇の大学ね。」というふうに認識されることが重要だということである。これは「ならでは」の提供価値ということで、受験生側、学生にとっては約束、期待ということになるので、これを積み重ねることによって、時間をかけてブランド、信頼が構築されていくと考えている。

社会から見た大学の状況を整理すると、今の大学生の保護者あるいは就職のときの人事部長等が大学に通っていたときが1990年頃になる。そのときの18歳人口は200万人いた。これが今、118万人という形で、4割減ってしまっている。一方、大学の数は507校から786校ということで、1.5倍に増えている。これは企業から見るとレッドオーシャン、血の海というマーケットになっていて、非常に厳しいマーケットとなる。

この中で、公立大学が39校から93校と、非常に増えていて、これは公設民営でできた私立大学が厳しくなって、公立に変わるといった例も増えている。

では、なぜ大学がこれだけ増えてきたかということ、大学進学率が上昇したということになる。1990年の大学だけの進学率は24.6%ということ、クラスの4人に1人しか大学に行かなかったということになるが、現在は53.7%ということ、クラスの半数以上が大学に行くといった時代になってきている。

学部の名称も、1900年までは29しかなかったが、今は情報や福祉、環境、国際などいろいろついて、今や700以上の学部名称になっているという状況となっている。外から見ると、学部名から学問の中身が分からない、学習成果が見えづらい、偏差値が信頼できない、あるいは、情報公開が進まないのではないかという声が出ている。地方の大学もなくなってしまうのではないかということで、ここに書かれたようないろいろな疑問が出ており、高等教育の量的拡大が進む中で、大学教育の質は担保・保証されているのかというようなことが社会から問われている。

大学は差別化できているのかということ、以前大学評価・学位授与機構の先生にお聞きしたら、大学名を隠すと、大学の評価書を見てもどの大学だか分からないといったことが課題だと指摘された。

そうした中で、進学しようとする高校生や保護者、高校の先生方に違いが分かるのだろうかということ、特に最近の学部・学科名称は何だか分からないし、大学の特徴も分からない状況。結局、歴史のあるブランド力のある大学を勧めてしまうということで、独自性・魅力とは何かを、相手に分かりやすく伝わっているかどうかということが重要となる。しかし、一朝一夕ではイメージは変わらないので、このイメージギャップをコミュニケーションで解決するというのが広報戦略になってくると思っている。

私どもの調査で、ブランド力が高まっている、志願したいという高校生が増えている大学はどのような特徴があるかということ、3つのポイントがある。

1つ目は、大学改革を進めているということ。2つ目は、これがきちんと高校生に伝わっているということ。まずは、大学の統合や学部・学科の新設、キャンパス移転等の

改革を推進していること。そして、短期ではなくて中長期的な改革を推進していて、これをきちんと広報で実践していること。3つ目が、特に最近は入学時だけではなくて、卒業後の進路を見据えた選択をする傾向が顕著になっている。単なる広報・広告ではなく、教育や研究、人材育成のメッセージとの連動が重要になってきているということだと思ふ。

10ページ目、外から見た地方国立大学の状況について。この図は、学校基本調査を基にした18歳人口の全国推計となっている。2016年から2030年まで、14年間の推移を見てみると、全国平均で12%減、16万人がマーケットからいなくなるといった状況になり、東北地方は4人に1人がいなくなるといった状況になってくる。大学進学率を50%と置くと、16万人に50%を掛けるので、大学進学者が8万人マーケットからいなくなる。そうすると、定員500人規模の中堅大学が160校ぐらいなくなる可能性も秘めているという状況となる。

その中で、国立大学はどうなっているかということ、3つの方向性ということで整理がなされている。グローバル化を牽引する大学、地域に貢献する大学、そして専門を特化した個性のある大学ということで、それぞれグローバル化、地域貢献については予算がつけられており、地方についてはCOCということで地方創生事業との連動が図れている。

これをリスト化してみると、12ページ目、一番左側、地域の中核となる大学は国立86大学中55大学も手を挙げており、ほとんどが地域に貢献する大学となっている。外から見たときに、増加する公立大学との違いはどこにあるのか。両方とも地域に貢献する大学となっている。公立大学も資金が地方交付税交付金なので、国民の税金という形で資金が回っているという形になっている。

また、COC+を実行してきたが、その検証はできているかどうか。これがきちんと成果に結びついているかということがまだ検証できていないのではないかと考えている。

国立大学は、先ほどいろいろな大学が改革を進めていると申し上げたが、動向でいくと、このように地方、地域という名前をつけた学部が増えてきている。秋田大学は国際資源学部というように大学の個性を明確にしている、千葉大学もグローバル化を目指しているというところで国際教養と出しているが、あとは地域という名前がついた、似たような差別化ができない学部構成になっているのではないかと。最近では、滋賀大学がデータサイエンス学部という形で差別化を図っているということが言えるのではないかと考えている。

こうした中で、選ばれる地方国立大学になるためにはどうしたらいいか。本学ならではの価値の確立と浸透ということが重要になってくる。

15ページ目、大学改革の流れ。私は2000年頃に経済同友会に出向しており、いろいろな経営者とお話ししていたが、2000年頃の企業の状況と今の大学の状況は非常に似ていると思っている。企業も、人口増加というところで強い規制の中、株式持ち合いということで、経営不在でもオーケーだった時代があった。しかし今は規制が緩和され、人口

減少の中で競争環境の中で淘汰が進んできている。

大学も、18歳人口が増加する中で、教授会の運営という形で、経営不在でも大丈夫だった時代があった。それが人口減少の中で、競争環境での淘汰が始まってきている状況。本当の意味での経営の必要性が問われていて、理事会・経営協議会による経営が重視されている。

東京大学が大学債を発行するが、そういったものも、こういった流れの一環だと考えていて、成熟マーケットにおける差別化とスピードが大学経営にも求められている時代であると思っている。重要なのは、本学のバリュー、価値を明確化して、社会にきちんと伝えていくことだと考えているところ。

そのためには、独自性に基づく一貫した大学経営と価値の浸透が重要になってくる。建学の精神、教育の理念があって、独自性は各大学にあると思っている。国立大学もミッションの再定義をしている。ディプロマ・ポリシーを定めて、学生が身に着けるべき資質能力を明確化している。そして、それができるのはカリキュラム・ポリシーで、どのような理念に基づいて、どのような教育の仕組みがあるからなのかが整理されているはず。そして、アドミッション・ポリシーにおいて、どのような学生に来てほしいのか、どのような要件、学力だけではなくて意欲や経験価値が必要で、それを入学者選抜でどのように見ていくかというのが重要な課題となってくる。

入学から卒業まで一貫した教育マネジメント、これを文部科学省では教学マネジメントと呼んでいるが、学修者本位の教育への転換をして、学習成果をきちんと検証していくことで、質を保証していくことが問われている時代になってきている。

これを積極的に情報発信して、学内でのインナーコミュニケーション、そして学外へのアウトナーコミュニケーション、両方をしていながら、ブランド価値を創造していくことが重要。

そのためには2つ、17ページ目、これは冰山だが、目に見えるだけではなくて、目に見えないところの学内でのインナーコミュニケーションも重要になってきている。特に国立大学を取材等すると、インナーコミュニケーションがあまり得意ではないのかなという印象を受けることもある。大学の魅力や方向性を学内で共通言語化できているかどうか。うまくいかないのは、ほかの誰かのせいになっていないか。環境や人口減少、文部科学省のせいになっていないかということ。

ブランドは、大学経営の基礎だと思っている。ブランド力が高い大学は、本学ならではの価値があって、それが向上すると理念に共感した志願者が集まってくる。そして、選抜ができるようになって、入学者の質が向上して、効率的な教育投資ができて、教育の質が高まり、卒業生の評価が高まって、さらに満足度が高まって、ブランドが高まる。これをポジティブ・スパイラルと呼んでいる。そこには競争的資金もついてくることになる。

一方、ブランド力、存在価値が低下すると、偏差値輪切りの中での滑り止め校になっ

てくる。そうすると選抜ができなくなって、教育が容易になり、教育の質が低下して、卒業生の評価も低くなってくると、ネガティブ・スパイラルに入ってくる。下のスパイラルに入ると、上に上がるのに大体10年かかると思ったほうがよい。これが募集力の源泉であり、退学者の減少に結びつくものである。なので、重要なのは、本学ならではの価値の存在の確立と浸透だということである。

最後に2つ、ポイントを挙げさせていただきたい。1つ目は、選ばれる地方大学のポイント。大学の存在価値をきちんと明確にして、独自性をつくっていく。特に地方国立大学においては、公立大学との違いは何か。また、ただ学費が安い、家から通えるだけではない、教育研究の強み、特徴の何か。それをきちんと学内で共通言語化できているかどうか。これがインナーコミュニケーションである。そして、社会にきちんとメッセージが伝わっているかどうか。“伝える”と“伝わる”は違うと思っており、きちんと伝わっているかが重要である。

2つ目が、教育・研究・人材育成に関する地域との連携は十分かということ。入学時の偏差値だけでなく、卒業後に活躍するイメージができる大学づくりが重要。先ほど言ったとおり、COCの検証ができているかどうか。偏差値による序列化だけではなくて、グルーピングが今、いろいろとなされている。そういったところからの脱却が必要である。産官学金と連動しながら、その地域における産業クラスターをきちんとつくっていく必要がある。

定員を増やしただけでは、そこに人は集まらない。例えばアメリカのピッツバーグも鉄鋼の町から医療の町に変わってきている。大学が中心となって新しい産業クラスターをつくっていき、地域を振興していく。そのために今、文部科学省で検討している地域連携プラットフォームも活用できるのではないか。国公私合わせた連携が必要ではないかと思っている。

最後に大学、短大。3つのポリシーは昔からそこはかたなくあったと思う。しかしながら、気がついたらギャップができていた。高校とのギャップ、社会とのギャップである。高校生から見ると、大学の個性、学部名から学ぶ内容が分からないということで、年間8万人も中退しているような状況になっている。学費が安い、家から通える以外の価値は何か。将来の自分の姿を描けるか。社会から見たときには、その地域ならではの価値や地方創生を担う人材を本気で育成していくためのプレイヤーは誰なのか。そして、国立大学への要望をきちんと把握できているかどうか。そもそも大学改革のスピードが遅過ぎるのではないかという声が上がっている。

入り口のところは、入試改革。今ちょっと詰まっているが、これを2025年に向けてきちんとつくっていく。そして、地域における新たな産業クラスターを大学、社会と一緒につくっていく。そして両方とも学習成果、何ができるようになったかをきちんと明確にして、本学はこのような人材を育成しているという「ならでは」の価値をきちんと伝えていく。できれば1分で語れるようなストーリーにしていくことが重要だと考えてい

る。

○宮本内閣府政策統括官（科学技術・イノベーション）付参事官より資料3に基づき、説明があった。

<宮本内閣府政策統括官（科学技術・イノベーション）付参事官>

今、地方の大学はどういう方向で活動していけばいいかということで、私のほうからは、そもそも産業界、社会はどういった人材を求めているのか。また、それは地域によってどう違うのか、そのあたりをデータに基づいて分析しており、集中的に用意させていただいた。

そもそもこの取組自体は、エビデンスシステムを構築しようというものである。エビデンスシステムというのは、地方創生、科学技術力、研究力と重要なテーマはあるが、現状、どういったエビデンスに基づいてどういった状態にあるのかということ、できるだけ大量のエビデンスで客観的に議論ができる土台をつくろうというものである。CSTIの司令塔機能としては、こういうものをちゃんとつくっていかないと政策の足腰ができないと、上山委員が4年ぐらい前からずっと主導していただいて、その中で出来上がってきたシステムである。

これは、見える化するものは何かということを決めた上で、データを集め、見える化したものをいろいろな関係者が見えるよう共有するということが必要になってきており、共有するためのウェブサイトのシステムに落として、そこに関係者がアクセスできるようにし、一般公開可能な部分は一般公開サイトにするというのが非常に効果的な方法であると考え、そういう形を取ってきた。

2ページ目が実際のe-CSTI（evidence data platform by CSTI）の画面である。CSTIが主導してつくり、今年3月に立ち上げている。関係省庁がID、パスワードつきに必要なデータにアクセスできるような状態をつくっている。

また、関係省庁だけではなく、本日の議論になっている国立大学、私立大学、いろいろな大学のプレーヤーの人たちもこういったデータにアクセスするようすべきだということで、今年7月末以降、約百数十機関の大学等に、このシステムへのアクセスが始まっている。

それから、一般公開可能な部分については、一般公開サイトを先日9月1日に公開サイトとして立ち上げて、そこには世界中誰でもアクセスできることになっている。

ちなみに、私が用意させていただいた100枚ぐらいのパワポにあるデータは、ほぼ全て一般公開サイトからもダウンロードが可能となっている。

e-CSTIの中身を簡単に申し上げると、科学技術政策のためのエビデンスシステムであり、どういったテーマを念頭に置いてつくっているかということ、大学の一番重要な3つの機能である研究・教育・産学連携の3つの機能それぞれにおいて、日本の各機関がどういった状況になっているのか、それを日本で全部足し合わせたときに、日本全体はどうなっているのか、それを地域ごとに集計してみたら地域ごとの違いが見えるのではないかということ

を全て可視化していこうと。こういうことを目指して作ってきたものである。

今回は、特に教育、人材育成の部分にフォーカスを当ててご説明したい。

人材育成は、3ページ目に記載されている5本柱のテーマの中では4番目、人材育成に係る産業界ニーズの見える化という部分になる。

今回使っているものは、2014年度、2016年度、2019年度と、過去3回、産業界の人たちに対する大規模なアンケート調査を実施しており、毎回、大体4～5万人の産業界の方々に対するアンケートの結果を集約したものである。今回は2019年度のデータ、具体的には今年1月、コロナが本格化する寸前に、日本全体で4万5000人ぐらいの日本のいろいろなところに住んでいる産業界の人にアンケートをして、取りまとめた結果を紹介させていただいている。

産業界で働いている人というのは、全体で見るといろいろなタイプがあるが、特に今回フォーカスするところで申し上げると、製造業であろうが、サービス業であろうが、どんな企業であろうが、多くの場合事務系と技術系に分かれている。技術系は研究職、開発職、製造ライン、システムエンジニア、セールスエンジニアとさまざまな技術系の仕事に就いていて、事務系は人事部、総務部、経営企画部、経理部といった仕事に就いていて、日本全体で事務系のほうが倍ぐらいいるということだが、実際に我々のアンケートの中でも、技術系と事務系の関係では倍ぐらい人数差がある。

どんな仕事に就いているかで、産業界で実際にどんな知識あるいは学びを活用して、実際の今やっている仕事に生かしているかというのは異なってくるので、どのような仕事についているかということに着目しながら、産業界での学びニーズを集計している。

6ページ目は、そういったデータを見ることを可能にしているコンソールの絵であり、これはe-CSTIのサイトに掲載している。

8ページ目は、大きく技術系と事務系と会社の中で働いている人を分けたときに、技術系の約1万1,000人にどういう学びニーズがあるかというのを聞いたものである。具体的には、現在企業の中で技術系の仕事をしている人に、どういった専門分野の知識を現在の業務を遂行する上で重要な知識として使っているか、それを1人最大3分野選んでください、という質問をしている。機械系の知識、電気系の知識、化学系の知識、情報系の知識、それから建築系の知識と、これは科研費の審査分類を参考にしながらつくっているものだが、265の産業分野の知識を横軸に取っている。9ページ目の半分から右側はライフサイエンス系の分野が並んでおり、2枚の絵で全体が見えるという形でデータをプロットしたものである。すべての業種で集計すると、情報系の知識を仕事で使っているという割合が極めて高くなっており、次に機械系、電気系のニーズが高い。そういう状況が日本全体の技術系職種で集計すると見えてくる。

では、事務系はどうか。10ページ目、11ページ目を見ていただくと、全く異なるプロットになっていることが分かる。例えば10ページ目はほとんど縦棒がなく、11ページ目の左側に大きく縦棒が出てくる。この専門知識分野は何かというと、法律、会計・

簿記、マーケティング、経営戦略であり、経営学、法律学、経済学といった分野になっている。実際に経理部、総務部といった人たちはそういった専門知識を使っている。

先ほどの技術系で見ると、情報に対する学びニーズ、研究ニーズが高く、次に機械・電気が高いというのが日本全国の集計値であったが、実際には企業といっても、自動車のような機械系の産業で働いている人なのか、電気系なのか、化学系なのか、情報系なのか、建築系なのか、業種がいろいろある。回答者が一定程度実際の産業規模を反映しているのだと我々は考えているが、実際にデータを見ると、27ページにあるように、機械・電気業種と化学業種と情報業種の回答者のボリュームが大きいということがわかる。それぞれの業種ごとに、技術系の人の仕事で使う知識というのはどの程度違うのかということを見たのが次のページ以降である。

まず、機械・電気の会社で働いている人は、機械・電気のニーズが高く、情報系がその次に続くように、高いところは全業種傾向と同様であるが、高さの傾向が少し全体傾向とは違うというような状況が見えてくる。

30ページ、31ページ目を見ると、今度は化学業種に属する人たちは、日本全体の傾向とは大きく異なる学びニーズを持っているということが分かる。

情報産業で働いている人たちの学びニーズはどうなっているのか。これもまた全体傾向と大きく違う。情報の部分に学びニーズが高いというのは、情報産業なので当然なのだが、それ以外のところにほとんど縦棒が出ないという点において、全国の傾向とは大きく異なるということが分かった。

したがって、業種によって実際に必要となっている学びニーズが大きく異なるというわけである。

今回、地方創生という観点で、地域ごとに見たときに、この学びのニーズはどのように違うのか、どう影響してくるのか、をロジカルに推測しようとする、地域に存在する企業の業種に偏りが相当あると、業種ごとの学びニーズの偏りを反映して地域の学びニーズの偏りが出てくるのではないかと想像ができるわけですが、実際にそれはどの程度あるのだろうかということを見ていこうと思ったわけである。それを技術系に関して見たのが40ページ目、41ページ目になる。もともと回答者の勤務地がどこかということで取っているが、47都道府県に分けると非常に細かくなるので、いくつか括りながら集計をした。それがどういうくくりになっているかというのが39ページ目である。

例えば、東京と青森・岩手・秋田という地域の学びニーズがどの程度違うのかということを見たのが40ページ目となる。東京は情報の学びニーズが極めて高いということが分かる。一方で、青森・岩手・秋田は情報系のニーズが東京に比べて非常に低くなっていて、それ以外の製造業系の機械・電気がむしろ高いというふうに、東京都と東北北部の違い、そこで働いている人たちがどういう知識を仕事に生かしているか、地域のニーズが大きく異なるということが分かる。

それ以外にも、地方はどこもITのニーズが低いのかということ、必ずしもそうではなく、



例えば、北海道や九州北部は比較的ITのニーズが高いことが分かる。41ページを見ると、北海道は食品科学のニーズが日本全国の中で一番高いということが見える。愛知県は機械・電気系、情報系も高いが、これは製造業が強いからだと思われるが、生産工学のような分野も日本の中で一番高い地域として出てくる。このデータは細かく見ていくと、地域ごとにいろいろな差があることが見えてくる。

したがって、今まで定量的にこういうものを分析するということはできていなかったが、こういったものを一般公開し、日本中、全ての大学の関係者も含めてアクセスしてデータを引っ張り出すことができるようになった。こういったデータを見ながら、自分たちの大学でどういった教育、地域に対する貢献をしていけばいいのか、どういった分野の学部・学科をつくっていけばいいのかといったことを考えていくために必要な材料になるのではないかと考えている。43ページに全体をまとめさせていただいた。

なお、79ページ目以降に事務系の地域割りのニーズがどうなっているかというデータも全て掲載させていただいている。事務系は地域差がほとんど生じない、直感的に考えれば、どの会社にも経理部、総務部、人事部があり、地域によって学びニーズが違うのかということ、そんなことはないということである。むしろ地域の差が出てくるのは技術系の分野であるといったことも見えてきており、こういったものも生かしながら、今後の地域の在り方についての議論に使っていただければいいのではないかと思う。

○以上の説明に関し、以下のような発言があった。

<委員>

最近、文理融合という話が出てきていると思うが、この観点は学びのニーズにはあまり必要がないというふうにとっているのか。

<宮本内閣府政策統括官（科学技術・イノベーション）付参事官>

お示した資料の中においては、例えば、バイオの分野におけるバイオとITの融合「バイオインフォマティクス」などの分野も埋め込まれた形でデータ集計されており、その意味では、一定程度の融合した分野は読み取れると考えている。ただし、今後融合の可能性のある分野については、現状の調査では見えないため、様々な議論をしつつ考えていく必要があると思う。

<委員>

小林所長に説明いただいた資料の中で国立大学の組織改編の動向というものがあるが、今の状況が改善したようなことはあるのか。

<株式会社リクルートマーケティングパートナーズリクルート進学総研小林所長>

データサイエンス分野において、滋賀大学、武蔵野大学、横浜市立大学等が学部を開設しており、一定のマーケットが広がっていると認識している。文理融合という意味でも情報系というのは非常に広がっている領域だと思う。

一方、千葉大学の国際教養学部などは、留学が必要というところで特徴を出しており、人気がある。学部の個性をきちんと生かしているところは新たなマーケットを広げている印

象がある。

<委員>

地方の大学において、例えば情報系のニーズの伸びが鈍いという話があったが、大学が新しい取組を始めると6年後の社会を見据えなければいけないと思う。準備、申請、認可に約2年かかり、設置してから4年間はカリキュラムが固定されることを踏まえると、計画を始めてから6年後にニーズがどうなっているか知りたいところだが、それを示すデータはあるのか。

<宮本内閣府政策統括官（科学技術・イノベーション）付参事官>

資料3のP.8をご覧ください。今回の調査におけるニーズの取り方だが、現在の企業の職務を遂行するに当たって重要な専門分野の知識は何か、最大3つ選んでほしいという聞き方をしている「学びニーズ」と、自分たちの会社の業績を伸ばしていく上で、今後どういう知識が必要になると考えているかという聞き方をしている「研究ニーズ」の2つある。こうした中、例えばAIの分野で考えてみると、現在、企業の業務でAIを使いこなしている人材は少ないものの、企業内部ではAIに関するニーズが高まっている場合には、現在の業務における「学びニーズ」の指標は高く出ないものの、「研究ニーズ」の指標が高く出ることとなる。

こうした視点で2019年度の調査を見てみると、「学びニーズ」という点では、例に出したAIの分野においては低いものの、画像処理の知識や音声解析の分野においては、将来のイノベーション、会社が成長していく上で必要な知識として重要だということで高く出ていることがわかる。

また、過去の調査を踏まえてまとめたものが、資料P.16にある。今後、自社の成長にとってどの専門分野の知識が重要になるか（研究ニーズ）については、2014年度から19年度の5年の間に例えば人工知能のところは倍以上、一気にニーズが高く感じ取られるようになってきている。それ以外にもアルゴリズムとかロボティクスとかの分野は目に見える形で高くなってきている。

○日本私立大学連盟の廣瀬委員長から資料4に基づき、説明があった。

<日本私立大学連盟廣瀬委員長>

このコロナ禍に見舞われた今年度、各大学とも非常に大きな影響を受けて、少なくとも春学期にはほとんどの大学が、大半の授業をオンラインで展開するということを言わば選択の余地なく経験させられた。また、人の移動ということにも大きな制約がかかり、今年度の新入生の中には地方に在住したままで、実家に暮らしたままで、遠隔地にある大学のオンライン授業を受けているという学生も多数存在している。地方、首都圏に対する人々の受け止め方、人の流れ、これらについても大きな影響を受けた。

このような、物理的な所在と働いたり学んだりする場が分離可能であるという環境が、限定的ではあるが実現されたことによって、人の意識や一定の行動に社会的な変容が生まれてきていると考えている。

これは、長い目で見ると地方と都市という関係性にも非常に大きなインパクトを持っていると考えており、そういう長期的な広い視野によって、例えば大学間の連携、あるいは大学と地方の関係、大学の地方への貢献、といったことについても検討していく必要があると思っている。

環境の大きな変化もあり、これまで積み上げられてきた施策の効果の検証についても、そういう要素を踏まえてエビデンスに基づいた議論をぜひ展開していただきたい。総論としてはそのように考えている。

今日申し上げたい点については、4項目に分けている。

1番目は、今の環境の変化への対応という観点であり、ウィズコロナを想定した大学間連携への意見。オンライン授業というものが可能であること、一定の効果を持つこと、他方で限界もあるということ。これらを今年度の経験に基づいてほとんどの大学が実体験したが、そこで登場してきた全面的なオンライン授業というものの存在、これが物理的に地域を共有していない、同じ地域に立地しているということではない形の大学間連携というものに道を開いたと捉えるべきではないかと考えている。地方と都市圏の大学間に、新たな連携の方式が可能になったのではないかと。

例えば、同時複数所属という意味で、学生のクロスアポイントメント的な新たな制度を模索することによって、地方にいながらにして学びの選択肢を広げる、そして、地方を活性化することにつなげていくということも可能であり、ある特定の地方にフルセットで学びの機会を確保するというだけでなくとどまらない、様々な連携を推進すべきだと考える。

今、まち・ひと・しごと創生基本方針2020等において、都市圏の大学の地方へのサテライトキャンパスの推進が示されているが、ウィズコロナを想定した場合、教育の新しい手法であるオンライン教育等を活用して、新たな都市と地方の連携を創出することが非常に低コストで合理的に可能であるということも見えてきた。サテライトキャンパスの設置は人的にも財政的にも多大な負担を伴い、支援があったとしても、それを設置する大学自身の負担は非常に大きなものがある。そうやって設定されたサテライトキャンパスにおける教育の質の担保や体系性の担保、それから、それぞれの地域に何が必要な学問分野であるかといった教育的な観点に立った慎重な議論の上で進めていただくべきことと考えている。

2番目は、STEAM人材と地方に貢献する人材についての意見。STEAM人材の育成を目的に、地方国立大学の定員増をするという施策が示されている。地域におけるSTEAM人材の需要がどの程度であるか。その人材に対する高処遇の働き口がどれほど確保されているか。そして、それを育成する場が国立大学である必然性があるのかどうか。これらについて、データに基づいた多角的な議論をぜひ展開していただきたい。STEAM人材が一つの核となる、そして現在希少性があり、求められている人材であるということは確かではあるが、STEAM人材さえいれば地方が活性化するというものではない。その地域内にいる、従来からその地域内で暮らしてきた方々、その地域内で起こったイノベーションに関わる方々、そして経済が活性化すれば、地域外から入ってこられる方々、様々な異なる価値観や意見を持つ

人たちがその地域内で活躍できて初めて地域の活性化につながると思っている。その際には、それら多様な人々をまとめたり、独創的な解決策を見出していったりできるような能力を持つ人材が不可欠である。その意味では、文化の違う多様な人々の交流によって得る経験を持った人材というのが不可欠である。地方創生策として、地方に生まれ、その土地にとどまる人材というところに焦点が合わされているように見えるが、地方と都市を分断するのではなく、都市の大学と地方との人的好循環をつくり出した上で、イノベーション人材を地方に根づかせるという策を総合的に組み立てていくということに意義があり、必要性があると考えます。

3番目は、これまで展開されてきた事業についての意見。内閣府の令和2年度の地方大学・地域産業創生事業における対象9事業に参加をする高等教育機関19機関のほとんどは国公立であり、私立大学は1校のみとなっている。これは同交付金の支援対象が、大型装置の整備を必要とするような大規模な理工系の事業というところに焦点が合わされている結果だと思われるが、それによって新しいイノベーションをつくった際に、その大規模な事業が生み出した成果を普及・拡大して、その地域に根づかせていくための人材を育成することも必要である。特定の取組を重点的に支援するだけではなく、小規模であっても効果が期待できる多様な取組を柔軟に支援していただきたい。そういう要素をぜひ組み合わせていただきたい。

4番目は、地方大学の活性化と東京23区における大学規制との関係についての意見。一極集中の是正策として、23区の大学の定員が規制を受けているが、これが地方創生という目的に適した政策になっているかどうかということについて、ぜひ明確なKPIによって検証していただきたい。23区の大学の規制は既に行われているが、2020年時点で東京圏から地方への転出・転入を均衡にするという数値目標は現時点では達成できていない。もし今後達成の方向に行くとするれば、むしろコロナ禍等の現下の情勢のインパクトが非常に大きいということのように思う。2019年度の東京圏への流入者数のうち、大学進学の時点の15～19歳、18歳、19歳を中心とする層は17.4%になり、近年減少傾向にある。他方で、20～24歳の流入は過半数、55.6%を占めており、これは増加の一途をたどっている。23区の大学規制による効果は、18歳による大都市圏への流出の抑制効果は持っているかもしれないが、22歳、大学卒業、就職時点における抑制効果にはつながっていないのではないかと考える。大都市圏の大手大学の就職者のうち、出身地である地方への就職者の就職先の傾向と、地方に所在している地域貢献型の国立大学の地元への就職者の就職先、これらのデータを照合してみると、ほぼ一致している。つまり、それらの就職先の受入人数によって何名ぐらいの大卒人材がその地域で就職していくかということがむしろ規定されているという要因が示唆されている。この構造をどう変えていくかということが非常に大きな課題なのではないかと考える。

また、東京圏の大学というのは極めてローカルな大学である。特に23区など首都圏の中心部に所在する大学ほど、首都圏内に在住していて、実家、自分が生まれ育った家から大

学に通っている学生の比率が全国的に見ても極めて高い。地域貢献型の地方国立大学に比べて、顕著に自宅通学生の割合が高いというのが現状である。

23区というのは、東京都内だけではなく、非常に広域にわたって通学圏、通勤圏が広がっている公共交通網の発達した地域であるため、1都3県にとどまらず、山梨、群馬、栃木、そして特に茨城県南部などからは多数の学生が自宅通学として首都圏の大学に通学をしている。これは、都道府県単位で見ると流出にカウントされるが、本来の意味での流出とは少し違うタイプの人の動きではないか。こういったことも含め、23区規制というものが効果を持っているのか検証いただきたい。さらに、首都圏郊外の大学のほうが、首都圏の外からの入学生の比率は高いという事実もある。これは首都圏全域から学生を集めやすい首都圏中心部の大学よりも、郊外の大学の場合には、その郊外エリアに近い首都圏の学生とそれ以外の地域の学生が入学をしてくるといった傾向があるかと思う。これらの点もぜひきめ細かくエビデンスに基づいて検討いただきたい。

大学、企業ともにリモート化ということの可能性を今、経験しつつある。大学の規制ということだけではなく、働き方改革、地方の雇用創出、大学間連携、人的好循環といったことを通して、人口が地方へ分散しやすい構造をつくっていくことが鍵なのではないかと考えている。

いずれにしても、新たな人材へのニーズというものは明確に存在していると認識しており、STEAM人材あるいは年間25万人のAI人材育成等の目標を達成するためにも、23区に所在するというのみを理由として、大学改革で教学の新しいプログラムをつくる際に、学生数のスクラップ・アンド・ビルドで増減を均衡させなければつけれないということになると、いろいろな選択肢が規定されてくる。こういったことについても考慮いただき、私立大学の新しい学問分野へのチャレンジがぜひ可能になるような形態で進めていただきたい。

○この説明に関し、以下のとおり発言があった。

<委員>

東京23区の定員規制については、18歳人口が減っていくのは、現在の出生数からみても明らかであり、そのうえで大学が増えてきて、全国で4割近い大学が定員割れを起こしている。

また、県民所得と大学進学率については、資料を見る限り、一定の相関性がある。山口、鹿児島、佐賀が進学率が低い、山口、鹿児島、佐賀は工業高校比率が高い。大学進学率53%が高まるのかというと、恐らくこれ以上進学率を高めるのは難しいと考える。その前提に立つと、23区規模が多いというケースは、23区の定員を据え置くだけで、23区比率は高まっていく。したがって、さらに進学率が高まるのか、全体の比率がどうなるのか、毎年2校程度、学校が統廃合されている状況下の中で、もう少し幅広い視点からも見ていただきたいと思う。

<事務局>

事務局から補足をする。東京23区規制は平成31年4月から法律によってされることになっているが、それ以降も、法律の例外事項として、実際には新たな定員の拡大のような動きがあり、実際に年3,000人ぐらいの定員の拡大が既に進んでいる。このことを踏まえ、しばらくは定員の拡大というのは続いており、規制の効果という点についてはしばらく時間がかかると考えている。

<委員>

現在の東京一極集中であったり、東京圏に大学が集中している状況には様々な背景があると考えているが、特に企業側が総花式の学生や偏差値の高い人間を望んだことが大きいと思う。しかし、その状況が変化しつつある中で、本当に東京への入学希望者が従来のように続くのかという部分について、私は相当疑問を持っている。この点について、廣瀬委員長について御意見を伺えればと思うがいかがか。

<日本私立大学連盟廣瀬委員長>

23区内に所在する大手大学は極めてローカルな大学である。規模が大きいことから、相当数の地方圏出身の学生も在籍はしているが、首都圏で生まれ育った若者が、23区内の大学に進学した際に、他の地方、首都圏以外の出身の学生と友達になり、それらの地域での生活の実感や地域の社会・経済構造についての実体験的な知識を得る機会というのは極めて限られている。首都圏しか知らない若者たちが、首都圏で学び、首都圏だけが日本であるかのような認識を持ちながら、例えば大手企業に就職をしていく。そういう状況の循環ということに何らかの形で歯止めをかける必要もあるのではないかと考えている。

○日本私立大学協会の鶴副会長から資料5に基づき、説明があった。

<日本私立大学協会の鶴副会長>

日本私立大学協会には、現在410の大学が加盟している。その加盟校の多くが地方に存在し、規模的には中規模・小規模の大学であり、そういった地方の中・小規模の大学を代表しての意見ということで、お話しさせていただければと思う。

最初に、このたびの新型コロナウイルスの影響で、日本社会のいろいろな問題点が出てきた。その一つとして、官と民を比べた場合の民の活用が少ないということが言われている。緊急事態宣言が出されている期間中の新聞において、「各国では多様なデータが公開され、研究者や企業が分析し、政府の戦略に生かされている。日本では情報公開が遅れ、外部の知恵の活用が進まない」という指摘がされている。

これを高等教育の現場に置き換え、民である私立大学が全国の学部学生の7割以上を担っている、これからの日本の発展のために私立大学、民の力をもっと活用してもらいたいというのが第一の意見である。

その裏には国立と私立の格差という問題がある。学部学生1人当たりの公財政支出の格差が約13倍もあり、私立大学は非常に厳しい中で教育・研究に取り組んでいる。これを解消していただきたいというのが、長年日本私立大学協会が主張し、お願いしている点である。

そういったことを前提として、私立大学、特に地方にある私立大学の立場から意見を述べさせていただきます。

まず、地方にある私立大学の一番の特徴は、人材の育成力だと私は思っている。もちろん大学であるので、学生に専門力を授けることは基本であるが、各私立大学はそれぞれオリジナルな建学の精神に基づき、人間力の育成に力を入れてきた。この人間力の育成という点に関しては、私立大学は国立大学に負けているとは決して思っておらず、むしろ国立大学に勝っていると自負している。

その私立大学で育った多くの卒業生、先ほど言ったように全国の学部学生の7割以上を担っており、その私立大学を卒業した人材が全国各地の企業で活躍している。その活躍が日本経済を支えていると思っている。

また私立大学は、所属している県の出身者を多く受け入れている。データを見ても、国立大学の33.2%が所属している県の出身者であるのに対して、私立大学は47.5%となっている。

広島県を例に取ってみると、広島大学への広島県からの出身者は27%にしかすぎない。中国5県全部合わせても38.6%。山口大学は、山口県の出身者は24%、中国地方全体でも49.6%と約半数である。

国立大学に進学できなかった高校生を受け入れているのは、地元の公立大学と、特に私立大学である。例えば、本学でも広島県の出身者は約63%である。また、大学を卒業した後の就職に関しても地元就職する率は私立大学のほうが国立大学より高くなっている。

この数字から見ても、いかに各地域にある私立大学が地元と密着して存在しているかということがわかると思う。地元からの進学における受け皿、地元への就職における供給というところが私立大学の特色であり、これがその地域を活性化させている。

また、このたびの提言の中には、STEAM人材の育成ということが書かれている。STEAM人材の育成は、私立大学には難しいのではないかと、思われているのではないだろうか。STEAM教育の前にSTEM教育というのがあり、これは1990年代のアメリカで生まれたと言われていた。日本では、オバマ元大統領が2009年にSTEM教育に力を入れると発表したことがきっかけで、一般的に知られるようになった。STEM教育では、子供のうちからロボットやIT技術に触れ、自分で学ぶ力を養う新しい時代の教育ということ掲げた。

STEM教育にARTを加えてSTEAM教育が唱えられるようになったが、STEAM教育で人材を育てていこうということになると、アメリカ国立科学財団が言うように初等中等教育の充実が本当は大切なのだと思う。初等中等教育でSTEAM教育の基礎をしっかりと学んだ高校生であれば、国立大学に限らず私立大学でも、これからの世の中の要求に応えられる「STEAM教育を受けた人材の育成」ということは十分に可能であると考えている。

「広島県×株式会社SIGNATE×広島工大」というタイトルで、資料5の参考1もつけさせていただいている。

上半分では、「広島でAIのエキスパート育成！1年次生必修科目『AI・データサイエン

ス入門』を全学部全学科に導入」ということを書かせていただいている。これは、広島県はデータ分析に強い人材を欲しい。その要望に応えられる教育プログラムをSIGNATEという会社がつくった。それをまず広島工業大学で取り入れて人材育成をしてみたい、という三者共同のプロジェクトである。こういうふうに地方の大学でもこれから要求されるAI・データサイエンスに強い人材を育成していくことは十分に可能であるという例として、ここで御紹介させていただいている。

先ほども申し上げたように、STEAM人材の育成ということは私立大学でも十分可能である。もう一つは、地域でどのような課題を持っているか。それに対しての人材育成ということになると、国立大学よりも私立大学のほうが強い。何しろ、私立大学の卒業生は地元にとくさんおり、その地元の企業で活躍をしている。そういったところから地域の需要を掘り起こし、私立大学が協力をして、その課題に取り組んでいく。地方創生という観点から見ると、現在の私立大学でも十分対応できる力はあると思っている。

また、サテライトキャンパスについても書かれている。東京の大学が地方に出てきてサテライトを開くということに対して、その魅力は確かにあると思う。しかし、先ほどから申しているように、地域にある大学、自治体、経済界、卒業生といった関連を考えると、政府が財政支援をしてサテライトキャンパスの推進を認めるということではなく、大学同士で協議をしながら、地域社会と協議をしながら取り組むべき問題であると思っている。

総括すると、地方創生という点に関しては、地域に密着した私立大学の活用が、地方の国立大学の定員増をするよりも、あるいはサテライトキャンパスを拡充していくよりも、より早く高い効果が得られると我々は考えている。

### 3. 地方創生に資する地方大学の実現に向けた意見交換

○ヒアリング等を踏まえ、以下のような発言があった。

<委員>

地方大学や地方国立大学のあるべき形は様々な議論があると思う。本日話にあった大学のブランド力や地域のニーズにふさわしい大学になるということも一つだが、この会議としては、地方創生に資する観点が重要であり、そこに焦点を絞って議論する必要があるのではないかと。その意味では、地域経済の活性化に、地域の国立大学、私立大学を含めた大学の関わり方を深く掘り下げていただく必要があるのではないかと思う。小林所長から話があったが、選ばれる地方大学になるための2つのポイントのうち、「地域との連携は十分か」という点を考えて、プランニングすることが最も重要なことなのではないかと思う。ある種のオープンイノベーションを地域企業と積極的にやることができれば、大学が地域活性化のエンジンになるはずだし、それだけの研究開発能力や教育能力を持っていることは今日の話や前回の話からも聞いているところ。問題は、それがどうやって地域の社会・経済と関わっていくかという点。活性化の好循環をどう生み出していくのかという点は掘り下げていただく必要があるのではないかと思う。



<株式会社リクルートマーケティングパートナーズリクルート進学総研小林所長>

一つヒントになり得るのが、資料2のP.12に記載している「全国の18歳人口の減少率の推計」である。この中で、減少率が0%未満の地域と減少率が10%未満の地域では、ある程度、産業が集積していることが上げられる。例えば、愛知県であると自動車産業とか、福岡県だったらアジアとのゲートウェイになっていたり、沖縄県だったら観光のインバウンドが売りになっているなど、その土地なりの産業集積が成り立っているところは、いわゆる子供を産んで育てる地域として成り立っているのではないかと思う。

逆に、大阪については減少率は15%以上となっており、全国平均よりも人口が少なくなる予測になっている。これは本社が東京へ移転してきて、空洞化の減少があると思われるので、そういった産業集積を地域と一緒にやっていくことが重要と思う。

また、関連して懸念点を上げさせてもらうが、国立大学は国の方を見ており、国立大学が中心にいなながらも、実質的に地域と一緒にやっている感じがないのではないかと危惧している。COC+といった事業もあるが、結局は、国立大学が前に立ちながらも、あわよくば東京に就職するみたいな傾向が出ているのではないかと思うところ。

<委員>

CSTIIにおいては、現在、コロナ禍において、STEAM教育を行うことが喫緊の課題として、東京に限らず、全国において必要とされているという認識している。これは大学のみならず、初等中等の段階から手を入れなければならず、初等中等、高校、大学と至るそれぞれのフェーズにおける新たなデジタル社会の教育の在り方を考えないといけない。その中には、例えばリカレントよりも、むしろ企業内失業に陥っている人々に対して、新たなデジタル社会における人材育成の在り方を通じた失業のミスマッチを防いでいくことができるような方法もあるのではないかということも議論があると認識している。

こうした状況の中で、今回の地方国立大学の定員増ということを取り上げているこの会議体で期待したいことは、地方における高等教育への進学率の向上ということ。具体的には、いわゆる50%を超えると高等教育の大衆化が始まったといわれるが、我が国の地方においては、30%程度でずっと低迷している地域がある。これはその地域の中で生まれて、地元の大学に行き、そして地域で働く、という循環をつくり上げる際、国立大学を中心とした私立公立のネットワークが恐らく重要な役割を果たしていくと考えている。

これに加えて、それぞれの地域における中心的、ハブ的役割を果たしている国立大学においては、人材育成の新たなミッションを考える必要があるのだろうと思う。国立大学は各県に1つあり、日本のどこにいても高等教育を受けられるということを念頭にしているが、現在抜け落ちているのは、その地域ならではの人材育成ということに視線が向けられてこなかったこと。国立大学の運営を支えているのは、運営費交付金であるが、この資金はあくまで渡し切りであり、したがって国立大学は、地域の問題をそれほど真剣に考えるというインセンティブが働いていないという側面があると思っている。

今後は運営費交付金に関して、アディショナルにつく部分については積極的にミッショ

ン性を持たせることを国として考えていくべきであり、その中には、30%程度にとどまっている高等教育の進学率を上げていくことや地方の私立や公立とのネットワークの中で、地域依存型の雇用を生み出していくような役割を考えていくべきだと思っている。加えて、STEAM教育やデジタルトランスフォーメーションの力を使いながら、新たな地域産業への貢献の橋渡し役という役割が出てくるのではないかと考えている。

また、科学技術の問題においても、人文社会科学を入れることを積極的に提案しているところ。私立大学は人文社会科学系の研究と教育によって支えられている側面があって、この新たな人材育成の在り方を考えていくときに、恐らくは地方における私立大学の問題も同じような側面が出てくるのだろうと考えている。STEAM教育を推進するとともに、人文社会科学の力を利用しながら、地方国立大学の新しいミッション性と、それに付随するような定員の増加と、そして、それをきちんと吸収できるような地方における私立と公立のネットワークの在り方ということの中から、積極的に地方国立大学を使った地域創生の姿が見えてきて、必ずしも東京への一極集中を人為的にとどめることなく、地域の中できちんとした自立再生型の高等教育と雇用の在り方が生まれてくるのではないかと考える。

<委員>

今回、定員増という話が一つの柱になっているが、増加した定員の分をどう育てて、地域に還元していくかという、人材育成を通して地方創生に資するという観点が強調されていると思うが、前回のヒアリングを聞く限りだと、国立大学側のプレゼンテーションは、研究を通して地元の産業を活性化していくという事例が多く報告されていたと思う。一方、本日は私立大学側の話聞かせていただいたが、いかに人材を育成するかという観点だったと感じている。つまり、地方創生に資するといったときに、その地域の人材を育成するというのは、恐らく国公私関係なく、みんなで育てていくものであり、今回、国立大学の定員増に注目しすぎなのではないかと。一方で国立大学においては、例えば新しい産業を興そうとしていたり、地域の産業と結びついた新しい技術開発をしている。様々な役割の違いがあって、地方国立大学に頑張ってもらおうと思ったら、むしろ定員の話よりも、地域との関係をきちんとつくった上で、新しい産業を興すとか、今の産業をより発展させていくといった視点で力を尽くしていくということをお願いしていくのがいいのではないかと。その意味では、会津大学がよい例だと思う。

それから、人材育成に関しては、地方の私立大学が地元に残しているぐらいの割合を国立大学もちゃんと残せるのかという観点が議論されていいのではないかと感じた。

<委員>

本学における情報系の分野での育成にあたっては、地元を出ていく学生は、地元を含めて国内あるいは国外に対しての貢献をするという人材を育てようとしている。そういう形で進めてきているが、現在は少子化が進んでいる中で、どうやって人材を増やそうかということで、外国に目を向けている。本学は、基本的にはバイリンガルで、内部の資料は全て英語と日本語を併記、会議も全てそうしている。教員も4割が外国人であり、日本的な

しがらみは一切ない。したがって、インプットもアウトプットも地域自体がITに非常に熱心な土地柄であって、地元貢献という視点もあるが、最終的に日本の産業を支える人材を増やすことミッションにしている。地元で生まれて、地元のために貢献する人間を育てるのだという非常に短絡的な話は、分野に問わず、もう少し見直したほうがいいのではないかと、特に私立大学関係者の話も聞いて非常に強く思った。

<委員>

地方国立大学の立場から発言する。今までのキャリアにおいて、一番感じたのは、高等教育というものが劣化していないかということ。本来、大学は学問をする場所であって、学問というのは、高校までの詰め込み教育ではなく、新たな発想力ある人間をつくることにあると思う。個人の肌感覚だが、30年以上前の国立大学には、そんな雰囲気があったような気がする。しかし、産業構成も変わり、社会も変わり、国立大学については予算も変わり、委縮していて、矮小化していないか、などどんどん衰退していくような雰囲気を感じている。とはいえ、地方国立大学には、実はファシリティーもある、人材もいる、そこには地域における信頼関係もある。しかしながら、それを生かし切れていないという点が一番危惧すべき点だと思う。前回も申し上げたが、新しい大学院をつくって、地域の社長たちに大学に入ってもらい、地域の中で何かできないかと動いてみると、変化が起こる。なぜ衰退してきたのかについては、社会が変わっていったのに、その社会との接点がないことによって、自分たちの生かし方が分からなくなっているということだと思う。だからこそ、今回の議論にある定員増といったことを行い、そこに新たな掛け算として、地域でしかできない、現場の最先端しかできないような社会との接し方というところで教育をするような掛け算を行っていくべきだと思う。それができれば、今まで蓄積してきたものを生かすことができ、結果的には地域にクラスターを生み、ひいては、人材の定着にもつながる。今回言われている地方大学の定員増で何をするかというのが、明確な区切り、分け分けというか、先ほど話にも出たが、何かミッション立てをしながら、行うことが必要だと思う。

<委員>

選ばれる大学になる論点について、地域の話がある一方で、入学してもらうためには、その大学の「ならでは」の価値を知ってもらうことが必要だと思う。そのうえで、さらに地域に残ってもらうことを考えてもらうと、地域についてよく知ってもらうことが第一歩ではないか。地域文化、地域産業、地域経済について関心を持って、理解を醸成することが、何らかの体感を持つ機会が、初等教育の頃からあればいいのではないかと。この部分は自治体や地域コミュニティー、教育機関、地元産業界といったところが連携をして、地域にどういった人材が必要なのかという認識や、それをどう役割分担をしてやっていくかという長期的な戦略が必要なのではないかと思う。

それから、個別の話になるが、大学生あるいは大学と地元企業の間ではインターンシップを行っている例もあり、これは学生の地元企業や産業への理解を促すためには、効果的

な機会であり、これは地域のニーズを踏まえた人材育成ということにもつながっていると感じている。実際に、具体的な企業の悩みを扱って、解決策のアイデアを出させるといった取組の紹介もあったが、リアルな世界でのフィールドワークといったものは学生ニーズが非常に高くあると感じているところ。あとは、地元で貢献できるという納得感というか成功体験を大学のうちに持ってもらおうというのは非常に重要と考えるので、そういうプログラムができるとよいかと思う。また、人材育成的な観点というか、教育機関としての大学との地域の連携に加えて、研究機関としての大学に対する地域のニーズはもちろんあって、そういったところでも、地域の産業試験場なんかも含めた連携で、地域発のイノベーションができるといいのではと考える。

また、金融機関は、地域での役割が非常に大きい。地域金融機関は地元の産業や地元経済を熟知しているし、企業のネットワークもある。事業評価もできるわけで、いろいろな連携の仲立ちとか、新たなビジネスの評価みたいなこともうまく行える立場にある。昨今は、地域商社あるいは人材派遣といった視点でも動けるので、地域の連携にあたっては、金融機関を含めた取組が進むといいのかなと思う。

<委員>

今までの議論の中で2点ほど発言したい。1点目は、高等教育に対するニーズが非常に急速に動いていることに、高等教育機関が付いていけない実態があるのではないかという点。これまで汎用的能力みたいな話がずっとなされていたが、最近はデータサイエンスを中心にSTEAM人材の育成が大事になると言われる。とりわけデータサイエンスや情報リテラシーの専門家というのは限られているため、その中でそういった傾向を実践していくとなると、大学間の連携というのはこれから欠かせないものになるはず。ただし、大学間連携をやるのであれば、何のためにやるのかという目的意識を共通にしないといけないが、地方創生、地域の経済を活性化し、雇用を創生していくという価値観を共有すれば、地方国立大学にとって地方の私立大学というのは極めて有力なパートナーであるべきだと考えている。

しかしながら、ここがなかなか難しいのは、私立大学には建学の精神とか建学の理念といった絶対的な価値観があり、そういったこともあってなかなか連携が難しい。そこを行政等々が入る中で、CSTIの提言にもあるように、本気で考え直す必要があるのではないかと考えている。

2点目は、どの国立大学も非常に長年にわたって作り上げてきた個性があると思うが、地域貢献、社会貢献になかなかつながってこなかったというジレンマがある。その意味では、ポストコロナの時代に一極集中の見直しがおそらく起こり、それとともに産業構造、あるいはサプライチェーンの仕組みも変わってくる可能性もあると思う。それを踏まえれば、今まで地方の作り上げてきた個性をベースにした新たな掛け算を試行して、新たな人材育成の仕組みとか、新たな産学連携の仕組みとか、そういったものを作り上げていく非常に大きなチャンスであると思う。それを実現するには、県内にとどまった産学連携

では恐らく限界があって、県域を越えた産学連携を試行しながら、何とか地域に産業も呼び込んでいく戦略が必要ではないかと考えている。

<委員>

今回、私立大学の立場の話を伺ったが、自分のいる県では、これまでどちらかという県立大学が4年制化したことにより、逆に県内からの進学率が下がってきたという傾向があり、今般は県内からの進学率を上げるために、入試改革を大胆にやってもらっているところ。地元からの入学者の拡大といったものもしていかなければいけないと、県内の大学の構成から考えている。

そして、先ほど地域への貢献という話があったが、大学から貢献するという立ち位置だと、どうしても長続きしないと思うので、行政、企業、経済界が財政的な負担をしてでもやりたいというプロジェクトを、小さなものからでもいかに始めていけるかができないと、社会に響く貢献というのは難しいのではないかと。

<委員>

大学の定員増が目的である今回の会議に対しての私の理解は、特色のある大学や学科を作ろうとした場合、今の学生が存在しているので、プラスアルファでまずスタートした後、どこかをスリムにしたうえでやっていくという長期計画なしにスタートできないと思っている。それから、ある大学の学科が全国的な人気が出たとしたら、そこに応募する学生の増加分について、大学単位での定員増を認めないという柔軟性のないやり方はないかと考えている。したがって、少子化の情勢の中で、全国的に定員が増えることを積極的に推進するという事は私の頭には全くなく、特色ある大学をつくらうと思って、一時的にある大学の部分がプラスアルファでスタートして、最終的にどのように持っていくのかという青写真を聞きたいという解釈をしている。また、意見交換の中で、地元産業向けの人材に固執するのはどうかという御意見があったが、私の理解は、今ある大学は全国人材供給型を目指してきたと思っている。「この分野ならばこの大学」という大学が現在でも10校ぐらい挙がると思うが、例えば滋賀大学のデータサイエンスについては、まさに全国人材供給型だが、その分野で有名になったところに、それに関連する企業が地元が集まってくる形になったら理想的だと思う。それから、マツダと広島大学が一緒になってやっているモデルベースの開発があるが、恐らくこれが成功すると、広島大学の大学は全国供給型の人材にも変わっていくはずと認識している。

したがって、私は両面があって、全国供給型で成功しているならば、地元で産業が寄ってくるようなアイデアはないのかと問いかけたいし、地元企業が特定技術を持ち、その技術を学べるような地元供給型の学校ができて、それが全国からお呼びがかかるという、シナリオができればいいのだと思っている。

#### 4. 閉会