

第2回 静岡市高等教育のあり方検討会

静岡商工会議所副会頭 戸野谷宏

2018年6月19日

現状

- 県内高校卒の大学進学者、72%が県外へ(うち首都圏56%)
しずおか産学就職連絡会2017年まとめ
- 想定を上回る少子化の進行
 - 有名大学への進学熱は収まることはない
 - 少子化が急速に進む中、従来型の大学新設はリスクも
 - ⇒今ある大学・施設を最大限活用し、
官民連携で生まれ変わらせる「リ・カレッジ」を優先

静岡の高等教育 その強み・可能性は何か？

[学生・市民の志向]

- 地元進学者の地元就職希望、静岡県は81%高水準(全国72%)

マイナビ2017年調査

- 静岡市民は「学び」への意欲がある

生涯学習を「したことがある」「したい」67% 市2013年調査

- 静岡県の世帯年収664万円、全国9位と高め

総務省2014年まとめ

[経済・地理的要因]

- ものづくり、新産業、観光業まで厚い産業集積、幅広い人材ニーズ
- 人口減や高齢化などの「課題先進県」
- 静岡市は商業施設が集積するコンパクトシティ、長い滞在時間

これからの「知の場」のあり方とは？

- 多様な背景や知識を持つ「個」が出会い、共創する場
- 「学ぶ」に加えて、
「働く」「遊ぶ」「休む」など複合機能を持つ開かれた場

→一大学、一企業、一自治体単独の取り組みには限界も

→学びを核としたコミュニティづくりが地域問題解決の糸口にも

ケース1: 大学×学生 キャリアデザインしやすい環境づくり

地元静岡で「いい就職をしたい」「働き続けたい」というニーズ
県内人口、20-24歳女性の流出が突出

→大学と企業が強力なタッグを組むことによる道筋づくり

- 企業冠講座やインターンの大幅拡充
- 学生と社員の定期交流
- 女性活躍推進や、子育てのしやすさなどWLBの取り組み紹介

子育て支援「くるみん」認定企業67社、全国7位 静岡労働局2017年11月まとめ

⇒地元就職率、就職後の定着率の向上

ケース2: 大学×企業 企業人の「副学」スクール

地元企業が地元大学に求めるのは一握りのMBA人材か？
各社が人材教育投資を拡充している現状、ヒト・カネの重い負担

→企業が必要とする職業能力を、多彩かつ柔軟なプログラムで
提供する「使える大学」に

- 朝昼夜問わず、語学や会計、ものづくり基礎講座が多数開かれ、
多様な企業人が、副業ならぬ「副学」するように入り出す
- 学生と企業人の接点を増やし、スタートアップが生まれる土壌に

静岡県の開業率4.6%と低め(全国5.2%) 厚労省2015年度まとめ

ケース3: 大学×地域 地域づくりの担い手の育成

人口減や高齢化、にぎわいづくりなど地域の課題は多様化

→「葵区学科」「清水区学科」など、徹底的にローカルを究める
問題解決型少人数教育の検討

静岡の観光産業は事業環境変化の真っ只中にある

- ・ 清水港クルーズ拠点始動、インバウンド客の「伸びしろ」余地
- ・ 熱海など大観光地、中小宿泊業の事業承継問題深刻化

→観光産業・地域づくりを担う戦略人材ニーズの高まり

ケース4: 大学×街づくり リカレント教育の先進地域に

市中心部に「生活＋学び」の教育機能拠点を

昭和モダン建築の静岡市議会議事堂をシンボル施設に、
周辺の市有・民間施設を活用

シニアや企業人、学生ら市民やNPOが自由に出入りし、

多数の講座やトークセッション、会合が開かれる場

→消費喚起だけではない市街地活性化の可能性を探る

ケース5: 大学×東京 静岡を知る「アンテナカレッジ」

特産品物販にとどまる従来型のアンテナショップを発展・深化

- ・ 静岡の地域問題や将来を考える「地域密着社会学」の拠点
- ・ 首都圏に進学した学生、静岡出身の社会人が集う場に

→「学びを促す自治体」として、新たなブランディングを推進

→観光や移住にとどまらない地元情報・魅力発信で

学生のUターン、Iターン、子育て世代の移住を後押し

静岡で学ぶことに意味がある
静岡を学ぶことに意味がある

⇒「知の出会い」の場の創出で、特色ある地域づくりを