

令和5年度 「大学のまち京都・学生のまち京都推進会議」 摘録

- 1 日 時：令和5年10月26日（木）午前10時～午前11時30分
- 2 場 所：キャンパスプラザ京都2階 第1会議室
- 3 開催形式：対面又はオンライン（WEB 会議システム Zoom）
- 4 出席者：黒坂座長、植木副座長、庵途委員、梅垣委員、河村委員、沓谷委員、
下間委員、豊永委員、中谷委員、布部委員、日比野委員、睦田委員、
山崎委員、山田理紗子委員、山田礼子委員、結城委員
(欠席)
稲垣委員、小林委員、辻委員、深尾委員
(事務局)
京都市：小笠原大学政策部長、中小路大学政策課長、
川本留学生支援・大学連携推進担当課長、東大学企画係長、竹中
大学コンソーシアム京都：伊勢戸事務局長、小泉副事務局長、
齊藤副事務局長、湊上副事務局長、
河合副事務局長、室野副事務局長、星野次長、
松本主幹、河合主幹

5 議題

- (1) 京都市の大学政策における今後の重点事項等について
資料2に基づき事務局から説明
- (2) 大学コンソーシアム京都加盟大学学長と京都市長との懇談会「大学のまち・京都 サマーミーティング2023」の概要について
資料3に基づき事務局から説明

<主な意見>

庵途委員：京都の大きな特徴は、オール京都で様々な層の方を歓迎するところではあるが、広報対象を漠然とするのではなく、ある程度京都に関心を持ってきている層、例えば、受験生を対象に積極的に広報してはどうか。受験でせっかく京都に来てくれているので、受験日に受験票を見せたら割引をするなど、歓迎の意を示す広報ができればと考える。そのような取組をすでにされているようであれば教えていただきたい。

中小路課長：京都市と大学コンソーシアム京都の協働で、京都学生広報部という学生団体を運営している。学生が京都の様々な場所を巡ったり、京都にゆかりのある方に取材し、全国の中高生向けに京都の学生生活を発信する団体である。今後、大学に入学することになる世代は、我々も重要視しているので、学生広報部の取組はもちろん、その他にもしっかりと京都の魅力をアピールしていく。御提案いただいた受験生に対する割引の制度については、今後、庁内や各大学とも相談し、検討していきたい。

庵途委員：受験生という層は非常に可能性があると考えている。例えば、受験の結果、京都以外の大学に進学したとしても、京都は皆さんを歓迎しているというメッセージを伝えることができれば、その後も関心を持ち続けてくれる。受験生へのチラシ1枚でもよいので、ぜひ受験生を対象とした広報を考えていただきたい。

日比野委員：資料2にある重点項目1「留学生、社会人を含む多様な学生の受入れ」、重点項目3「学生の市内企業への就職・市内居住の促進」は関連性がある。社会人や留学生など大学の授業を受ける方は、具体的な目的があるので職業と結びつくことが多い。

留学生を募るにあたって、京都における具体的な留学生の就職支援の内容がわかる動画があれば大学に提供いただければ、海外の学生に向けた発信ができる。京都で4年間学んだ後、京都で就職して経験を積み、その経験を母国に持って帰りたいと思っている学生はたくさんいる。

黒坂座長：京都に来た留学生チームが、京都の学びを発信する動画を作成しており、大学コンソーシアム京都のホームページにも掲載しているが、あまり知られていない。留学生から留学生に向けて情報を発信することは効果的であるとする。

室野副事務局長：昨年、大学コンソーシアム京都の国際事業部では、留学生がモデルになった就職支援に関する3分程度の動画を作ったので、改めて御案内させていただく。

豊永委員：京都以外から大学に来ている学生が、卒業後も京都に残るケースが少ないと感じる。京都には魅力的な企業があるが、知る機会がなかなかない。私自身、就職活動をする中でも就職サイトを見て、本社が東京や大阪にある企業を知ることが多く、周りの学生も、就職サイトを見て、大手企業に関心を寄せる学生が多いと感じている。大学の授業の中で京都の中小企業を紹介してもらったり、企業が授業を開講する取組があれば、学生が京都の企業を知る機会になるのではないかと。

川本課長：豊永委員にも御参画いただいている「大学のまち京都・学生のまち京都」公式アプリ「KYO-DENT」の協議会の中でも、なかなか学生が企業を知る機会がないという御意見をいただいたことから、今年度からアプリのトップ画面に、京都市産業観光局が運用するポータルサイト「京のまち企業訪問」のアイコンを設置し、学生が京都企業の情報を知ることができるよう工夫している。また、平成26年度から実施している「地域企業と連携した次代の京都の担い手育成事業」では、就職活動前の1、2回生の学生に京都の老舗企業等を知ってもらえるよう取り組んでおり、昨年度も㈱イシダ様や㈲中村ローソク様とのコラボ等、様々な機会を通じて地域企業の魅力を発信した。今年度以降も引き続き充実していきたい。

豊永委員：「KYO-DENT」のトップ画面にアイコンを設置する方法は、アプリに登録している学生には効果的だが、登録していない学生にもアプローチできる方法を検討していただきたい。

黒坂座長：重点項目2「京都ならではの学びの推進」の中で、「学生が文化に触れる機会の充実」とある。確かに京都は歴史・文化・芸術が魅力的なまちだが、それだけでなく、先端分野の企業も多い。そうした部分を学生にアピールし、就職に繋げていくのもよいのではと感じた。

下間委員：「市内企業への就職の促進」に関しては、京都経済同友会でも関心をもって議論を重ねており、コロナ前になるが、提言もさせてもらった。

市内企業に就職した人について分析のうえアプローチを考える必要がある。例えば「グローバル人材開発センター」のプログラムに参加した学生さんの京都企業への就職率は確か4割ほどと聞く。母数は少ないが、せっかく京都市から委託しているので、検証してみてもどうか。

学生さんへのアプローチに関して、学生さんの下宿を提供する不動産屋さんが、親御さんへのアプローチをされているという話を聞いていて、面白いと思った。学生さんが下宿を決める時から就職決める時まで、親御さんの影響大きいのではないかと思うので、ヒントにできるのではないか。

また、豊永委員から、企業の方に大学で授業をしてもらいたいという話があったが、経済同友会を通じて実際に企業経営者が講義している例もあるので、お力になれることもあるかと思う。

中谷委員：「地域企業と連携した次代の京都の担い手育成事業」では、学生が実際に京都企業を訪問し、連携した活動を行うことで、参加学生の中で企業の認知度が上がることに手応えを感じている。やはり座学では、京都企業の気概、迫力が伝わらない面がある。就職を考える際、学生は大都市に目を向ける傾向があるが、京都に目を向けてもらうためには、地元の企業を実際に見る、話をしてみる、その中で特徴ある企業を見つけてもらうといった機会を設けることは、非常に重要であると考えている。このような取組がどの大学でも行えるようになればよいが、教員が足りないなどの問題で現実的には難しい。そうすると、インカレ的に複数の大学の学生が互いに知り合いながら、京都企業を巡っていくという取組を仕掛けていくべき。一方、企業にも支援や協力をいただきたいと思っている。忙しさに追われ、どう学生を受け入れてよいかわからないといった企業も多いので、企業を集めてレクチャーを行うなど、受入先の企業の母数を増やすことも大事である。

黒坂座長：確かに就職活動をしている割に企業を知らないという学生が多く、彼らは知名度で就職先を決めているように感じる。地元の利を活かし、現場を見て企業の良さを知ってもらう機会を増やしていきたい。

中小路課長：京都市産業観光局とも連携しながら、インターンシップ生を受け入れる企業への補助を実施している。学生側と企業側双方への支援を進めていきたい。

布部委員：黒坂座長から、先端分野の地域企業と学生を結びつけてはどうかという話があったが、私も京都の先進的な企業を活かすことに賛成である。資料2の6ページ

に、世界で勝負する先端分野の地域企業と連携し、留学生の体験プログラムを進めていくと紹介されている。もし、連携先の企業が具体的に挙げられるようであればお尋ねしたい。これに関連して、留学生に限らず学生と地域企業を結ぶということで、資料2の7ページに、「地域企業の現場（工場）訪問体験」を効果的に組み合わせると書かれている。具体的にお聞かせ願いたい。

川本課長：現時点で具体的な企業名は申し上げられないが、京都の日本酒製造会社が、日本酒を作る際に必要となる酵母の技術を活かし、バイオ産業の事業拡大に興味を持たれているという話を聞いたため、先月にその企業を訪問し、協力を仰いだところ、前向きなお返事をいただけた。伝統的な事業はそのまま活かしながら、新しい分野にも挑戦するといった積極的な企業が京都には多いので、そういった企業を学生に知っていただくことで、新しい気づきや学びに繋がると期待している。「地域企業の現場（工場）訪問体験」については、今年度から開始した。今年の夏には南区にある㈱特殊高所技術を訪れ、橋や風力発電等の普段、人が登れない高いところに特殊なロープを使って登り、メンテナンスをしている企業ならではの強みを体験できる場を設けた。11月には伏見区の築100年を超える町家を舞台に、酒造りの現場を体験する機会を予定しており、学生の募集を行っているところ。先ほどの中谷委員のお話にもあったが、学生には、座学では伝わらない京都企業の強みや迫力を感じてもらいたい。

中谷委員：学生が京都企業を知る機会を増やすことは大事だが、やはり就職活動の時期になると就職サイトを見て大都市に流れてしまう。ところが、卒業後の半年～1年ぐらいで京都に戻ってきたいという方も相当数おり、私もかなりの数の相談を受けている。彼らは、学生生活を京都で過ごした中で、企業訪問等をした経験もあるため、次は失敗したくないという思いから、京都で次の就職先を探し始める。各大学が単独ではできない取組を、インカレを通じて拡充していく中で、第二新卒の範囲まで広げて、彼らにもう一度地域企業に目を向けさせるような相談機能の構築をしてもよいのではないか。こうしたことを踏まえ、今の学生や第二新卒の方の気質等を中小企業にも勉強していただくことで、訪問先企業の母数も増えていくという好循環が生まれるのではないだろうか。

河村委員：教育と現場をどう結びつけるかということは各大学にとっても非常に大事なことになるので、そういった環境を大学コンソーシアム京都がどこまで提供できるかが大きい。大学コンソーシアム京都の大きな役割は、大学間の連携を母体としながら、大学外との関係について、どうハブとして機能できるかということである。例えば、留学生をどうインターンシップに結びつけるかということも考える必要がある。海外の大学では、留学生の単位認定の必須条件としてインターンシップを課している場合がある。通常の留学生を対象とするプログラムだけではなく、短期的に留学生を受け入れる際にも現場と結びつけることが重要。そういった体制を作るためには、京都をベースとした企業とのリンクが非常に重要になってくる。

もう一つがリカレント教育。各大学が自身でプログラムを組む、それが難しい

場合は大学コンソーシアム京都が組む、と通常考えるが、各企業は社員を教育する際に、自身の企業にあったリカレント教育を求めている。企業から、その企業に合ったプログラムの提供を求められたら、大学コンソーシアム京都がそのプログラムを企業と一緒に作り上げていく。そういったハブの役割を果たして欲しい。

黒坂座長：大学コンソーシアム京都のハブとしての役割について話をいただいた。そもそも留学生に対し、英語で単位を取れる科目の準備ができていない大学がほとんどというのが現状であり、今後考えなければならない課題である。リカレント教育については、企業のニーズ調査の結果に基づき、大学コンソーシアム京都ができる範囲でプログラムを提供することは可能かもしれないが、各企業のニーズに合わせたものを新たに作るとなるとハードルが高いように感じる。

日比野委員：各大学でリカレントプログラムをすでに持たれているところはあると思う。日本を代表するような大企業は、自前でプログラムを1,000以上持っており、社員はそこから自分にふさわしいものを選んで受講するということが可能だが、そこまでの規模でない企業には難しい。大学コンソーシアム京都が、各大学のリカレントプログラムを集約し、各企業にふさわしいプログラムを紹介するというハブの役割を果たしていただけるのであれば、大学側の作ったプログラムも有効活用されることになり、大変ありがたい。

伊勢戸事務局長：大学コンソーシアム京都では、各大学が個別に行っているリカレント教育の講座を紹介する「KYOTO リカレントプラス」というサイトを10月から公開している。まずはこうしたサイトがあるということを知ってもらえるよう広報していきたい。また、今年度、文部科学省の「地域ニーズに応える産学官連携を通じたリカレント教育プラットフォーム構築支援事業」に採択され、京都府・京都市とも連携しつつ、取組を進めているところ。企業へのニーズ調査と併せて、各大学がどのようなリカレント教育を行っているか、また今後どういったリカレント教育を提供できるのかというシーズ調査を行い、マッチングし、京都全体のリカレント教育を推進できるよう取り組んでいる。今後も、学生と地域のハブとなるような取組を拡充していきたい。

黒坂座長：リカレント教育は企業のニーズはもちろん、個人のニーズも今後大きくなると思うのでプログラムが多いほど選んでもらえるようになる。まずは広報していかなければならない。

山崎委員：広報という話でいくと、一番情報が届いて欲しい学生に情報が届けられていないというのが積年の課題。例えば、「KYO-DENT」により57もの文化施設を優待で使えることをほとんどの学生は知らない。ホームページに載せていても、そういった情報がホームページにあるということを知らなければたどり着けない。若者が関心ある Youtuber 等のツールで情報を発信してはどうか。もう一つは、下間委員からも話があった保護者へのアプローチが重要。保護者から子どもに情報を伝えてもらうという意味では、新聞やラジオも有効であるし、またチラシ等のア

ナログなツールも用いながらアプローチすることが大事であると考える。

梅垣委員：京都市や大学コンソーシアム京都が「KYO-DENT」を運用していることは知っているが、私の周りでも存在を知らない学生は多い。大学のポータルサイトへの掲載や、掲示板へのポスター掲示等していただければ、学生が知る機会が増える。京都の企業情報や二条城の割引等、学生にとって有用な情報が提供されているので、学生にもっとアプローチしていただけるとありがたい。大学のサイトしか見ない学生は情報を得づらいかと思うので、インスタグラム等の SNS を活用してはどうか。

山田理委員：各大学で個々に活動している学生団体があり、中には SNS の発信に力を入れている団体もある。学生団体と大学コンソーシアム京都がコラボするなどして学生団体に広報協力してもらえば、多くの学生に広まるのではないか。

陸田委員：SNS の話が出たが、やはり大学コンソーシアム京都から発信するのではなく、すでに存在しているフォロワー数が多いアカウントから発信しないと学生には届かないと思う。また、新入生が集まるオリエンテーションやガイダンスの際にチラシ等で広報すれば、一気に広がるように思う。

山田礼委員：大学コンソーシアム京都のハブの役割について、留学生に関連して考えてはどうか。この間、様々な国際会議に出ていると、アジア圏の大学も留学生を獲得することに大変力を入れていると感じる。京都のネットワークを通じて留学生が増えているとしても、今後厳しくなることは明らか。他の国の留学生の獲得戦略を見ているとオンラインを活用した方法に変わっている。従来の対面形式を前提とした広報や説明ではなく、COIL 教育も用いながら、東南アジア地域におけるコンソーシアムのようなハブと連携しながら、SDGs や京都の文化等に関する共通教養教育にあたる授業を提供することで、受講者の京都への留学に繋げ、留学時には単位認定をするといった新しい方向性も踏まえたハブとしての役割も考えていくとよいのではないか。

河村委員：従来、大学コンソーシアム京都で検討されてきたことであるが、既存の大学の教職員をエンパワーメントする際に、大学コンソーシアム京都がどう機能するか、というのは大きなポイントの一つ。複数の大学が集まっているが故のプログラムを定着させて欲しい。例えば、異なる大学の職員が 2 週間一緒に海外の大学等を現地視察しながら学んでいくというプログラム。これを 10 年続ければ大きな蓄積になる。そういったシステムを意識して構築いただきたい。

以上