

地域を支える人材育成の動きについて

社団法人 中国地方総合研究センター 野口 真理子

1. 高次教育・学習産業の動向と集積状況

(1) 高次教育・学習産業の重要性

①学習支援産業従事者の現状

近年、社会人向け教育が活況を期している。資格社会の風潮、高度専門能力を求める社会の動き、高齢化時代の潮流にあること、自己投資志向や心の豊かさを求める個人のニーズなどがその背景にある。また、昨年4月から国立大学の法人化の動きなど競争的な環境下での大学改革の取組みが行われており、高度専門職業人の養成や地域貢献など特色のある優れた取組に対する支援が大学側へ要請されていることも社

会人向け教育の活況を後押ししている。

平成13年度の全国の学習支援産業に従事する従業者数は、平成13年度現在、対平成8年度で3.22%増である。そのうち、いわゆる小・中学校、高等学校等の基礎的教育・学習産業従業者数は▲1.22%と減少しているのに対し、社会人向け教育産業を含む高次教育・学習産業従業者数は4.44%と増加している（図表1、2参照）。

図表1 全国の学習支援産業の従業者

	1996	2001	増加率(2001/1996)
高次教育・学習産業	1,196,344	1,249,467	4.44%
基礎的教育・学習産業	1,565,712	1,546,583	-1.22%

資料：総務省統計局「事業所・企業統計調査報告」

②社会人教育をとりまく環境

社会人教育をとりまく環境の変化は、企業の人材育成に対する取組みにも現れている。グローバル化による生産拠点の移転や長期不況、少子高齢化など、社会・経済構造に大きな変化が起き、これまでの企業経営では競争に勝ち残れないという認識が、企業の経営層に浸透しており、社会人の再教育に対する注目が高まっている。実際に雇用環境は大きく変化しており、就職難やリストラによって雇用不安が増大しているだけでなく、企業が社員に対して要求する能力がレベルアップしており、高度な実務能力や変化に対応できる柔軟性へのニーズが高まっている。従来であれば、主に企業が主導する能力開発によって、将来的に必要なスキルを身に付ければよかったものが、訓練費用の緊縮をはじめとする様々な要因によって、社員自らが主体的に職業能力を高めなければならない傾向が強まっている（図表3参照）。

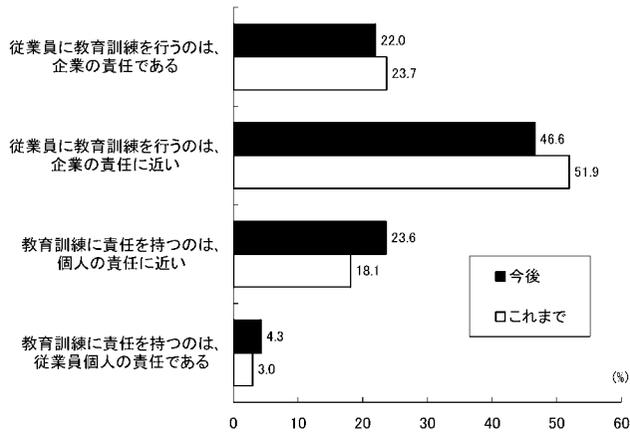
図表2 産業分類と事業所統計産業分類との対応

産業分類		事業所統計産業分類	
教育・学習産業	高次教育・学習産業	848	個人教授所
		914	高等教育機関
		917	専修学校、各種学校
		918E	その他の社会教育
		919	その他の教育施設
	基礎的教育・学習産業	911	小学校
		912	中学校
		913	高等学校
		915	特殊教育諸学校
		916	幼稚園
		918A	公民館
		918B	図書館
		951	集会場

資料：総務省「日本標準産業分類」

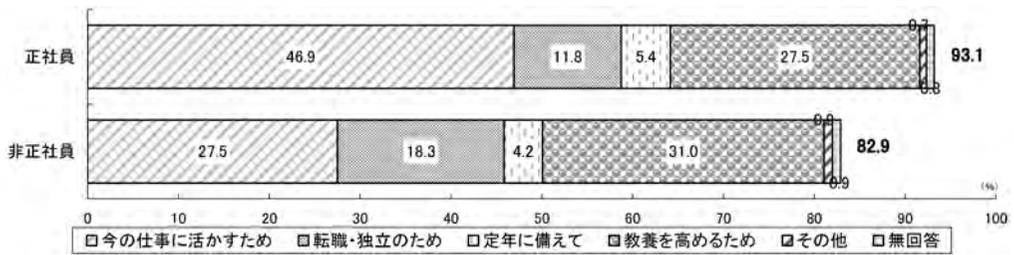
社員の側でも、スキルアップに対する関心は高まっており、「自分の知識や技能を高めたい」と考える人の割合は、正社員でも非正社員でも非常に高い（図表4参照）。就業形態の多様化は、企業が社員に対して教育を行うことを困難にさせていると言われるが、従業者にとっては、正社員であれ非正社員であれ、自らの能力開発

図表3 能力開発責任主体に関する企業の方針



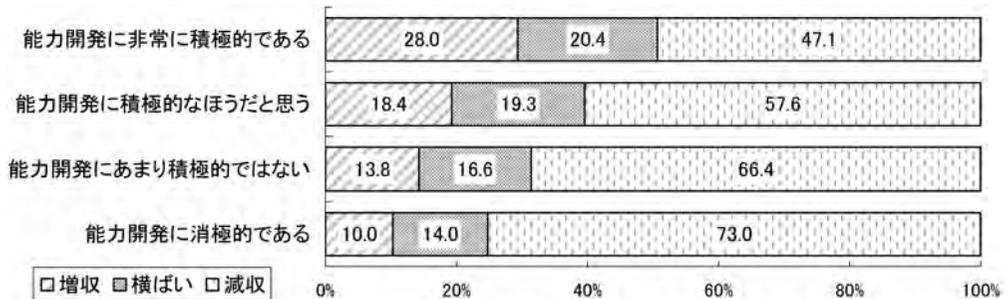
資料：日本労働研究機構「能力開発基本調査報告書」（2002年）

図表4 自分の知識・技能を高めたいと思う労働者の割合



資料：日本労働研究機構「企業の人事戦略と労働者の就業意識に関する調査（就業者調査）」（2003年）

図表5 企業の能力開発に対する姿勢と売上の状況



(注) 企業の能力開発に対する姿勢と経常利益の関係についても、ほぼ同様の結果となっている。
資料：厚生労働省「採用戦略と求める人材に関する調査」（2002年）再編加工

に対する熱心さには、それほど差がないと考えられる。また目的については、仕事上のスキルアップに関するウェイトが高い一方で、教養のためといった目的も約3割に達する。個人の関心が、「物の豊かさ」から「心の豊かさ」へと移りつつあり、生涯学習や教養分野への需要が伸びていることを示す例といえよう。

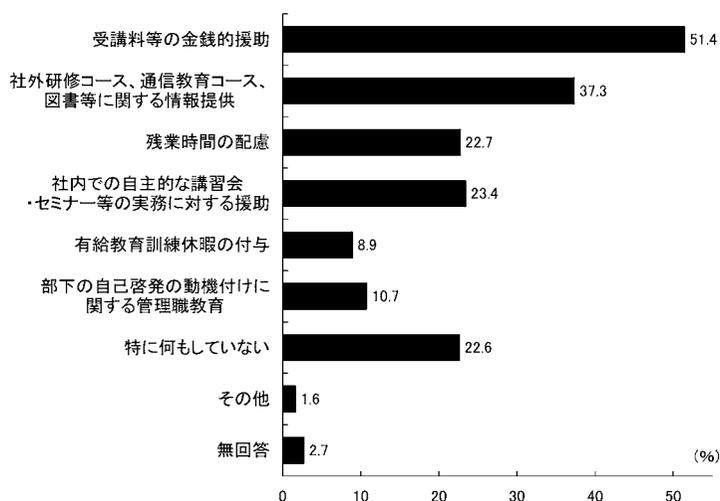
そして企業にとっては、以前ほど従業員の能力開発を行う余裕がなくなったといっても、やはり人材は重要な経営資源であり、人材育成に

積極的な企業ほど、売上や経常利益が高いという傾向がある（図表5参照）。

また、企業そのものが主導して教育を行わなくても、従業員の自己啓発に対して、直接的・間接的に支援を行う企業も多い（図表6参照）。

以上のように、雇用情勢をはじめとして社会・経済環境は大きく変化しており、社会人教育に対する意識も急速に高まっている現状にある。

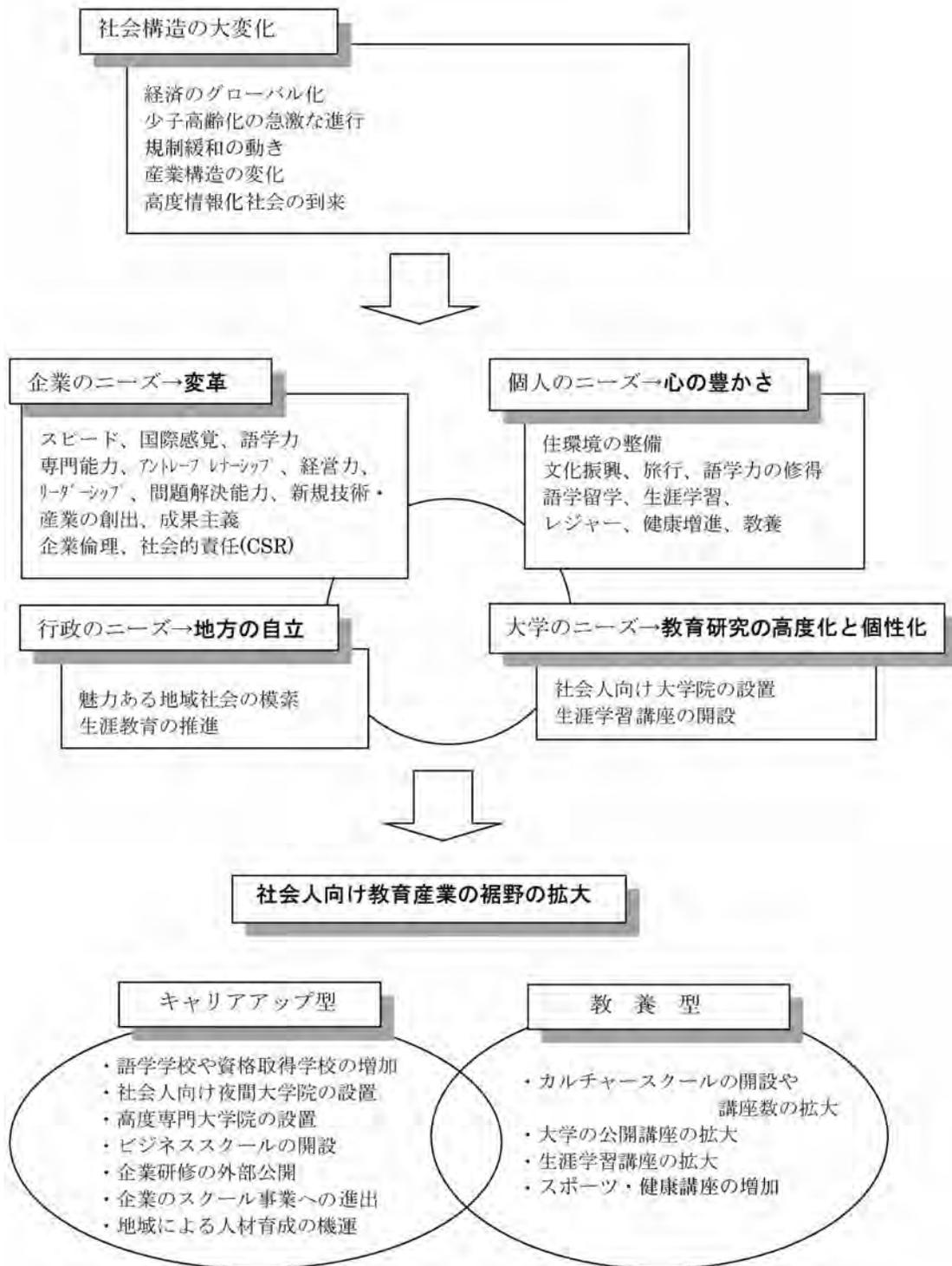
図表6 従業員の自己啓発に対する支援方法



(注) 複数回答。

資料：日本労働研究機構「能力開発基本調査報告書」（2002年）

(参考) 社会人向け教育プログラムが増加する背景



(2) 高次教育・学習産業の集積状況

① 都市型産業としての高次教育・学習産業

高次教育・学習産業は、日本標準産業分類を参考に、個人教授所、高等教育機関、専修学校・各種学校、その他の社会教育、その他の教育施設に分類され、さらに個人教授所は学習塾(各種学校でないもの)、フィットネスクラブ、スポーツ・健康個人教授所、生花・茶道個人教授所、そろばん個人教授所、音楽個人教授所、書道個人教授所、和裁・洋裁個人教授所、その他の個人教授所に分類される。集積係数を次式により算出し、1以上の欄を網掛けにすると、高次教育・学習産業は基礎的教育・学習産業と比較しても、都市においてゆるやかに集積が進む都市型産業とみることができ(図表7、8参照)。

$$\text{集積係数} = \frac{\text{従業者数}}{\text{必要従業者数}}$$

$$= \frac{\text{従業者数}}{\text{人口} \times \text{全国での人口当たり従業者数}}$$

つまり、人口規模に応じて期待される以上の従業者を有している産業が集積性が高いことになる。

高次教育・学習産業の中でもより集積が進むのは、「その他の個人教授所」「高等教育機関」「専修学校、各種学校」「その他の社会教育」「その他の教育施設」である。

高次教育・学習産業の全国の従業者の構成をみると、個人教授所が全体の46%で、なかでも学習塾(各種学校でないもの)22%とその他個人事業所の9%が大きなウエイトを示している。例えば外国語会話学校やカルチャースクールがその他の個人教授所に含まれる。個人教授所の次に大きなウエイトを占めているのは、大学、

図表7 高次教育・学習産業の都市階層別集積係数(平成13年度)

	都市部	大都市	地方中核都市	50万人以上	40万人以上	30万人以上	20万人以上	10万人以上	5万人以上	5万人未満	町村部
都市数	672	9	5	9	17	25	39	122	223	223	2,553
人口	97,540,370	21,479,809	6,032,983	5,223,463	7,481,088	8,467,568	9,562,850	16,328,981	15,185,212	7,778,416	27,374,003
平均人口	145,149	2,386,645	1,206,597	580,385	440,064	338,703	245,201	133,844	68,095	34,881	10,722
高次教育・学習産業	1,1525	1,6891	1,3053	1,2892	1,1193	1,1677	1,0042	1,0806	0,7834	0,4985	0,4457
個人教授所	1,1370	1,4811	1,0568	1,1140	1,1201	1,1888	1,0775	1,1329	0,9540	0,6434	0,5019
学習塾(各種学校でないもの)	1,1283	1,3607	0,9882	1,1260	1,1422	1,2193	1,0620	1,1862	1,0059	0,6656	0,5336
フィットネスクラブ	1,2229	2,0661	1,0975	1,1557	1,1394	1,1353	1,3044	1,2502	0,6398	0,1487	0,1897
スポーツ・健康個人教授所	1,1711	1,4637	0,9779	1,1299	1,2132	1,3446	1,1028	1,1514	1,0491	0,6558	0,3780
生花・茶道個人教授所	1,0312	0,9817	1,0104	0,8962	0,9792	0,9604	1,0155	1,0492	1,1039	1,2497	0,8865
そろばん個人教授所	0,9777	0,8068	0,6732	0,7340	0,9760	1,0225	1,0005	1,0598	1,2058	1,1677	1,0812
音楽個人教授所	1,0668	1,1437	0,9767	1,1003	0,8869	1,0366	1,0681	1,0964	1,1315	0,9112	0,7572
書道個人教授所	0,9954	0,8445	0,8188	0,9911	0,9165	0,9867	1,0074	1,0936	1,1380	1,1462	1,0166
和裁・洋裁個人教授所	1,1798	1,6299	0,9808	0,7917	1,8539	2,0680	1,1662	0,8125	0,7094	0,4189	0,3464
その他の個人教授所	1,2036	2,0223	1,4134	1,1789	1,1678	1,1805	1,0556	0,9920	0,7149	0,3978	0,2599
高等教育機関	1,1870	1,8591	1,5093	1,6988	1,1548	1,2594	0,9380	1,1868	0,5620	0,1678	0,3202
専修学校・各種学校	1,2028	2,1177	2,2695	1,3223	0,9353	1,0672	0,8834	0,8184	0,5833	0,5399	0,2626
その他の社会教育	1,0333	2,0913	0,5869	0,4978	0,6458	0,8191	0,9984	0,6924	0,6807	0,8569	0,8790
その他の教育施設	1,1031	1,6502	1,0729	1,0393	1,2547	0,9953	0,9874	0,8903	0,8595	0,6749	0,6251

(注) 数値は集積係数(網掛けは集積係数1以上)

資料: 総務省統計局「事業所・企業統計調査報告」

(財) 国土地理協会「住民基本台要覧」より中国総研作成

図表8 基礎的教育・学習産業の都市階層別集積係数(平成13年度)

	都市部	大都市	地方中核都市	50万人以上	40万人以上	30万人以上	20万人以上	10万人以上	5万人以上	5万人未満	町村部
都市数	672	9	5	9	17	25	39	122	223	223	2,553
人口	97,540,370	21,479,809	6,032,983	5,223,463	7,481,088	8,467,568	9,562,850	16,328,981	15,185,212	7,778,416	27,374,003
平均人口	145,149	2,386,645	1,206,597	580,385	440,064	338,703	245,201	133,844	68,095	34,881	10,722
基礎的教育・学習産業	0,9784	0,9142	0,9175	0,9501	0,9149	0,9835	0,9708	0,9878	1,0238	1,1870	1,0784
小学校	0,9182	0,8674	0,8759	0,8918	0,8551	0,9021	0,8770	0,9004	0,9722	1,1799	1,2972
中学校	0,9286	0,8820	0,8806	0,8867	0,8632	0,9339	0,8754	0,9253	0,9632	1,1684	1,2894
高等学校	1,0512	0,9604	0,9655	1,0162	1,0046	1,0281	1,0278	1,0489	1,1219	1,3692	0,8140
特殊教育諸学校	1,0497	0,7948	1,0077	1,0940	0,9039	1,2167	1,4084	1,1357	1,0126	1,1750	0,8193
幼稚園	0,9725	1,0447	1,1493	1,1500	1,1014	1,1287	1,1274	1,1371	1,0259	0,8279	0,7365
公民館	0,8063	0,1185	0,3469	0,1021	0,6964	0,8350	0,8372	0,9898	1,2207	1,6775	1,7040
図書館	1,0922	1,4724	0,7893	0,8306	0,9767	1,0468	0,9782	1,2162	0,9357	0,7882	0,6648
集会所	1,0002	1,2515	0,7031	0,6916	0,5793	1,0967	0,9872	0,9991	1,0332	0,9967	0,9992

(注) 数値は集積係数(網掛けは集積係数1以上)

資料: 総務省統計局「事業所・企業統計調査報告」

(財) 国土地理協会「住民基本台要覧」より中国総研作成

図表9 高次教育・学習産業の従業者の構成比（平成13年度）

	全国	都市部	大都市	地方中枢都市	広島市
高次教育・学習産業	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
個人教授所	46.3%	45.7%	40.6%	37.5%	43.6%
学習塾(各種学校でないもの)	22.1%	21.7%	17.8%	16.8%	21.7%
フィットネスクラブ	3.1%	3.3%	3.8%	2.6%	2.4%
スポーツ・健康個人教授所	4.7%	4.8%	4.1%	3.6%	3.3%
生花・茶道個人教授所	1.0%	0.9%	0.6%	0.8%	0.9%
そろばん個人教授所	1.3%	1.1%	0.6%	0.7%	1.0%
音楽個人教授所	3.7%	3.5%	2.5%	2.8%	3.0%
書道個人教授所	1.6%	1.4%	0.8%	1.0%	0.9%
和裁・洋裁個人教授所	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%
その他の個人教授所	8.5%	8.8%	10.1%	9.2%	10.1%
高等教育機関	30.0%	30.9%	33.0%	34.6%	29.6%
専修学校、各種学校	9.9%	10.3%	12.4%	17.2%	13.8%
その他の社会教育	1.9%	1.7%	2.3%	0.9%	0.5%
その他の教育施設	12.0%	11.5%	11.7%	9.8%	12.6%

資料：総務省統計局「事業所・企業統計調査報告」

短期大学、高等専門学校の高等教育機関の30%である。構成の内訳については、都市規模の大きさによる際立った差異は見当たらない。広島市については、地方中枢都市の平均値と比較すると、個人教授所のなかでも学習塾の割合がやや高く、高等教育機関や専修学校・各種学校の割合が比較的低い特徴がある（図表9参照）。

次に、中国地方の中枢都市である広島市において、高次教育・学習産業のうち社会人向けの講座を扱っており、地域と関わりの深いと思われる事業所を選び、ヒアリング調査を行った。また、先進事例として、大阪と福岡の事例も併せて調査を行ったので紹介する。

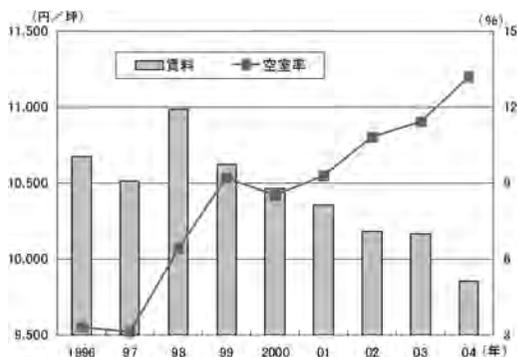
2. 広島市における高次教育・学習産業の実態

(1) 資格取得学校、語学学校の動き

社会人教育に対する需要の高まりにより、以前から中国地域で事業を展開してきた事業所に加え、東京や大阪を拠点とする資格取得学校が広島市内に進出している。金融機関をはじめとする企業の再編成によって、中心部のビル空室率が高まっていることも関係していると考えられる（図表10、11参照）。中心部で主要道路に面した1階事務所の確保が以前より容易になったこともあり、宣伝効果も高く顧客獲得に適した場所への進出が目立つ。

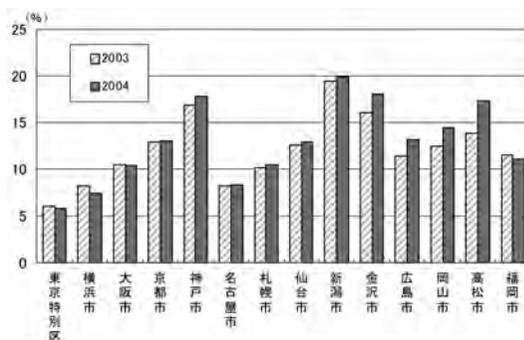
今回の調査では、1978年に広島市に進出して以来地域のニーズを反映しながら成長してきた「大栄教育システム」、TACの提携校を兼ねて中心部

図表10 広島市の空室率と平均募集賃料の推移



資料：生駒 CBRE 季刊オフィスマーケットリサーチ

図表11 全国的空室率の推移



(注) 各年の三月末時点の価格

資料：生駒 CBRE 季刊オフィスマーケットリサーチ

に立地した「穴吹キャリアカレッジ」の資格取得学校、そして中四国地域では広島のみ進出している通訳者養成を主とする語学学校「インタースクール」に行ったヒアリング調査を紹介する。

①事例紹介1

大栄総合教育システムは、もとは、大阪発祥の経理学校である。大栄の簿記や税理士講座が有名であるのは、この由来にある。その後、コンピュータをはじめ、各方面への資格講座を開設している。

大栄教育システム（以下、大栄）は、現社長の中村氏が大阪で税理士講座を中心に開講していた大栄本部から独立し、1978年に広島で開校した。現在でも本部は大阪であるが、中四国を拠点とする大栄は基本的に独立経営であり、専任講師を含むスタッフ150名はすべて、現地採用である。

中村氏は、広島の持つ中枢性と都市規模、教育に対する熱心さを判断して進出し、以後、福山、岡山、高松などの中四国に次々と開校した。広島校は、運営をはじめ、地域のニーズを反映した教材の開発や講座開設など、すべて独自に行っている。興味深いのは、中国地域のニーズが東京や大阪とは異なるという点である。大栄の得意分野である簿記やコンピュータの講座については、地方では受講後の就職先が多くないこともあり、受講者が集まり難い。中四国のニーズを吸い上げて講座化した公務員受験講座は、地方都市の労働市場の特性とマッチし、広島から全国へ広がった。公務員受験講座は現在でも、中四国において大きなウエイトを占めている。

大栄の強みは、公務員講座の開設にもあるように、地域のニーズをいち早く読み、他に先行してプログラムを開発、市場に提供することにある。今日まで、首都圏から進出した類似の資格取得学校がわずか数年で撤退したのは、東京と同じ経営感覚、つまり顧客の顕在ニーズに偏りすぎていたからだという。顧客のニーズには顕在ニーズと潜在ニーズがあり、大都市では需要規模が大きいため、潜在ニーズだけでも経営が成り立つかもしれないが、地方圏では潜在ニーズまで感知し、リスクをとりながらも事業

を展開しなければ市場をつかめない。社員が顧客対応から講義まで広く業務をこなすことで、顧客自身も気づいていないような潜在ニーズを引き出すことができる。そして、新しい顧客に対し、資格レベルを段階的に引き上げ、最終的に難易度の高い資格取得へ繋げる。地方の場合、初めから税理士を希望する人は少ないが、段階的に高度な資格へと向かわせるモチベーションを喚起することで、税理士講座も人気講座になったという。

広島市内での立地戦略にも注目点がある。設立当時、大栄は主婦層もターゲットとし、女性の社会進出の波に乗ったことが成長した理由の一つとしているが、場所を人の出入りが多い飲食店をはじめ異なる業態が混在したビル（現：紙屋町ビル）を選んで立地している。これにより、スクールというよりもカルチャーセンターに近い気軽な印象を与え、受講者の増加につながったと話している。当時、資格取得学校は一般的にそれほど馴染みがなく、授業料も高いという印象があった時代に、界限性の高い場所に立地させ誰でも入れる身近な存在として認知してもらうことが、市場を拡大することに直結するという考えが奏功した。

現在の受講者層は、学生が2割で社会人が8割、圧倒的に女性が多い。年齢層では、大学を卒業した20代前半と、子育てを終えた30代半ばが多く、前者には公務員講座、後者には再就職を目的とした資格取得講座や、資産運用のための講座が人気である。

現在では、広島市内の大学のすべてで公務員受験指導やパソコン指導などの課外授業を行っており、なかには簿記や税理士講座などを単位取得講座として提供している大学もある。今後は、大学が社会人教育も視野に入れ始めたことで競争相手にもなるため、新たな市場の開拓へ向けた事業を考えている。中四国へ足場を置きながら、市場をグローバルに捉え、WEB教育に力を入れていく。また、国際的に通用する人材が求められるため、英文会計や中国語、米国CPAなどに力を入れていくという。

②事例紹介2

東京を拠点とし、公認会計士講座を強みとす

るTACが、穴吹カレッジサービスの提携校として広島都心部へ進出した。

穴吹キャリアアップスクール（以下、穴吹）は高松に本社を置き、穴吹グループの一つである穴吹カレッジグループが行っているスクール事業である。穴吹グループは多角化を積極的に遂行する経営方針があり、工務店が販売するマンションのアフターケアから人材派遣、資材調達会社など拡大してきた。学習産業への参入も、そうした一環である。創業地である高松市には、高松市で初めてとなるビジネス、コンピュータ、デザインなどの専門学校を設立している。コンピュータの専門学校を設立した際に、県や市からの委託事業も行うことになり、簿記、インテリアコーディネーター、ホームヘルパー等の科目を増やすことになる。

一方で、TACは全国でスクール事業を展開しているが、「直営校」とフランチャイズ方式で運営を委託する「提携校」の二通りがある。穴吹が高松で受講科目数を増やしていた頃、中四国地域でTACと提携して講座を設ける計画ができ、TACのもつ会計士や税理士など難易度の高い資格講座についてのノウハウ、穴吹の中四国における知名度から連携を決定した。TACは、基本的に人口50万人以上の都市では直営校によって進出する方針をとっているが、岡山や広島校では穴吹の強い要望で提携校として開校することになる。TACは教材やノウハウを供与し、穴吹は学校の運営や広報、生徒管理を行う。また、TAC提携校として運営しながら、穴吹キャリアカレッジスクール独自の講座も多数開講している。現在のスタッフは全て現地スタッフであり、講師もこの地域で採用する。

当初TACは、広島については2～3年後に直営校として進出する予定であったらしいが、昨今の各種社会人向けの教育学習産業が都心へ進出している状況から、提携校という形でも早期に進出した方がいいと判断したものと考えられる。もちろん穴吹のブランド力もあるが、この地域が進出形態の選択において、ボーダーラインにあることを窺わせる。

資格取得学校や専門学校が立地する際に重要なのは、同業の他校が多く集まる地域であること、という。多くの学校が集積することで、宣

伝効果も高まり、相乗効果が発生する。また、スクール間の比較が容易にできるようになり、受講者が回遊する環境が出来上がることで、自分に合う学校を求めて移動することが可能となる。特に社会人を対象とした講座を持つ学校は、やはり市街地に立地することが多く、その理由としては、安心感や交通の利便さを求める傾向が強いことが挙げられる。このほか、穴吹が立地を決定する判断項目として、すでに穴吹工務店が進出しているがどうかも重要である。穴吹グループからの受講者を集めることも可能で、リスクの分散が図れる。

広島は、TACの拠点が無い時から、通信教育の受講者が多く、TAC進出に対するニーズが高かった。また既に他校で学んだ生徒も多く、要求水準が高い。社会人向けに朝8時から夜10時まで長時間にわたって開講しているのは、大学生から社会人まで広い受講者層を抱えるためである。

近年の傾向として、様々なサービスに対する要求がスクールに寄せられ、スクール側も応じることができるように体制を整えていることがある。例えば、就職に対するフォローである。CDA（キャリアディベロップメントアドバイザー）を置いて受講者の相談や求職活動をサポートする。また、受講前に体験入学を行い、スクールの学習環境を紹介するなども行っている。しかし、最も要求されているのはやはり合格実績であり、以前にも増して受講者がシビアに評価する。経済状況の悪化も加わり、投資した分はリターンも得ようとする受講者の熱心さは、近年ますます強まっている。

③事例紹介3

インターグループは、1966年、関西初の同時通訳者養成所として創設された会社である。広島への進出は、アジア競技大会開催に向けて、主催者の広島県から通訳業務の運営を委託されたことがきっかけとなる。アジア競技大会では、インターグループが通訳ボランティアの募集、採用、研修までを行い、英語をはじめアジア各国の言語について約千人の通訳者を派遣した。広島には当時、通訳者養成のスクールがなかったことや、ボランティアを経験した人が継続的

に学習したいというニーズがあり、94年広島校を開校することになる。

現在、東京、大阪、京都、名古屋、広島、福岡、仙台、金沢の8校を展開し、広島校は県や市、国際会議場へもアクセスが良い胡町のビルで開講している。場所を示す程度の看板は掲げているが、年数回の講演会を除き、積極的な広報活動を行っていない。高いレベルの英語力を求める層をターゲットにしており、広範に宣伝を行っても効果的ではないと考えるためである。実際に、受講者層は一定レベル以上の英語力をさらに向上させること、また通訳者となることを目的としており、その多くは、「口コミ」による。女性が多く、通訳者養成学校という希少価値もあって、エリア的には岡山から山口、なかには四国や島根からも通学する。受講者数は、過去2～3年間は横ばいとなっている。

東京や大阪では、法律や金融に関わる英語の講座や、英語以外の外国語講座も開講しているが、広島では高度な英語教育に対する需要が相対的に少なく、地域の特色が出るに至っていないのが実態である。また、受講料が全国的に同水準であるため、地方都市ほど価格弾力性がはたらきやすい可能性もある。また、求職活動へのフォローについても、東京や大阪では会議通訳などへ派遣を行っているが、広島ではボランティア派遣にとどまり、企業内でプロ通訳者が求められる環境が多くないため、修了後のフルサポートまで行っていないのが実情である。

全国的な傾向では、大学でセミナーを開催したり、社会人向けの講座に講師を派遣するなど、需要も高まっている。大学側の関心が高まっており、単位を取得できる講座を担当することも増えてきた。さらに、eラーニングへ向けた準備も行っており、教材の開発や指導方法などが検討されている。今後は、広島地域でもこれまで以上に大学や個人の英語に対するニーズが高まると予想されるが、高度な英語教育のニーズに対応できるよう、事業を展開していくことになるという。

(2) 大学が地域に与える影響

大学の進学率が右肩上がりであったころ、広いキャンパスを求めて新設校や既存大学が郊外へ立地・移転する全国的な動きがあった。中国地域でも、広島大学が広島市中心部から東広島市へ統合移転した（平成7年3月に移転完了）ことは、広島市中心部にとっては大きな打撃であった。主要都市における大学の教員数の県内に占める割合は、広島市は29.8%であり、主要都市の中では、大阪市の11.1%に次ぐ低さである。札幌広福を比較しても、札幌市63.2%、仙台市93.3%、福岡市60.6%であり、広島市における大学の中核性の低さがわかる（図表12参照）。大学は、教職員や学生の地元と与える経済的活動のみならず、高い研究機能と連携しようとする企業や試験研究機関から生まれる経済波及効果も大きいものである。最近では、大学間競争が激しくなるなど大学を取り巻

図表12 主要都市における大学教員数の県内に占める割合（本務者）

(単位:人)

都道府県	大学教員数	主要都市	大学教員数	都市/県
北海道	6,059	札幌市	3,830	63.2%
宮城県	3,938	仙台市	3,676	93.3%
千葉県	3,742	千葉市	1,981	52.9%
東京	43,102	東京(23区)	35,812	83.1%
神奈川県	4,560	横浜市	2,502	54.9%
		川崎市	846	18.6%
愛知県	8,846	名古屋市	4,392	49.6%
京都府	7,544	京都市	7,146	94.7%
大阪府	11,105	大阪市	1,287	11.6%
兵庫県	5,364	神戸市	2,838	52.9%
広島県	3,655	広島市	1,088	29.8%
福岡県	7,409	北九州市	1,603	21.6%
		福岡市	4,492	60.6%

(注) 都道府県は、大学本部（事務局）の所在地による

資料：文部科学省「学校基本調査報告書（高等教育機関）」平成14年度

図表13 大学院（修士課程）の年齢別入学者数

	H12年度		H13年度		H14年度	
21～29歳	62,655	89.1%	64,108	88.4%	65,088	88.4%
30～39歳	5,049	7.2%	5,522	7.6%	5,508	7.5%
40～49歳	1,765	2.5%	1,957	2.7%	2,030	2.8%
50～60歳	676	1.0%	780	1.1%	824	1.1%
61歳以上	191	0.3%	194	0.3%	186	0.3%
計	70,336	100.0%	72,561	100.0%	73,636	100.0%
社会人	7,264	10.3%	8,372	11.5%	8,431	11.4%
留学生	4,123	5.9%	4,712	6.5%	4,972	6.8%

(注) 5月1日現在の年齢

資料：文部科学賞「学校基本調査報告書（高等教育機関）」平成14年度

く環境が変化したことで、広島大学をはじめとした高等教育機関に都心回帰の動きが見られるようになった。ここ数年の大学院（修士課程）の入学者の約1割を社会人が占めること、その人数も微増状況にある（図表13参照）。

大学を取り巻く環境の変化には、18歳人口の減少、経済構造の変化、規制緩和の大きく3つの背景事情があるとされている。高等教育の進学年齢である18歳人口は、1992年の205万人をピークに2000年には151万人と減少の一途をたどってきたが（図表14参照）、高等教育機関が増加し続けたため、現在では大学の数が過剰となり、大学の生き残りをかけた種々の方策が講じられているところである。

経済構造の変化としては、90年代初めのバブル経済崩壊に端を発する。世界的な経済の構造変化への対応の遅れが不況脱却まで長期化したとされ、国際的に通用する高度の教養と専門能力を身につ

けた人材の育成が大学に求められている。また、研究の面でも大学における基礎研究の重要性が再認識されるとともに、産学官連携が提唱され、大学の研究や教育面での開放と交流が求められている。

規制緩和については、90年代に入り、大学設置基準の大幅な改訂により、カリキュラム編成が自由になった。社会人の入学を容易にする職業人養成を目的とした「専門大学院」の新設の動きも、この規制緩和を受けて可能になった。規制緩和の動きは、国立大学の独立行政法人化の動きへとつながる。

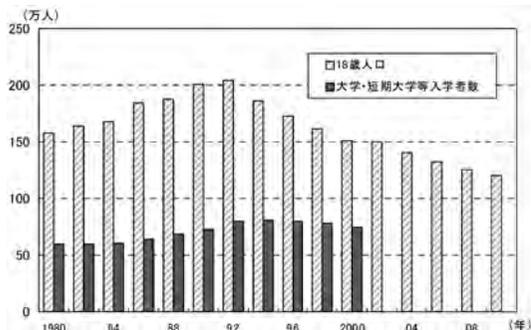
こうした状況のなか、社会人を対象とする教育の拡大やリカレント化が進み、職業関連の夜間・休日講座、メディア活用による遠隔授業など、顧客層の学習スタイルに応じたメニューの開発が行われている。

顧客重視の立場から、都心へのサテライトキャンパス設置やオープンキャンパスが広島市内でも見られるようになった。単独の公開講座や比較的長期に渡る高度な専門知識を提供する大学院まで、その形態はさまざまである。今回の調査では、広島市中心部における社会人の教育事情を調査するため、広島大学と広島国際学院大学を調査対象とした。

①事例紹介 4

広島大学は、社会人向け夜間専門大学校として、「広島大学大学院社会科学部マネジメント専攻」をもつ。職業人に理論的かつ実践的な再訓練のプログラムを提供するプロフェッショナル・スクール（高度専門職業人養成大学院）として、2000年に開講した。広島市中心部に近接した東千田キャンパスで開校している。

図表14 18歳人口の推移と見通し



(注) 1. 18歳人口は、3年前の中学校卒業生数を用いている。

(注) 2. 2001年以降の18歳以上人口は推測値

資料：文部科学省高等教育局

入学定員は修士課程28名、博士課程14名（2004年度）とし、入学にはそれぞれ選抜試験がある。修士論文の提出も課され、修了後は、資格試験を合格すれば博士課程へ進学することも出来る。欧米のビジネススクールと比べて、受講者の職業や年齢は多岐にわたっている。

広島大学がこの社会人向けの専門大学院を設立した背景には、東広島市への統合移転後に整備した東千田キャンパスの利用という理由もある。文部省がリカレント教育（学校を修了して社会に出た人が、働きながらあるいは必要に応じて仕事を離れ再び受ける教育をいう）として認めた全国4校の中の1校として指定され、社会人向け講座を行う“フェニックスセンター”を設立した。2ヶ月にわたって、週1回夜間に開講し、県や市、経営・建設コンサルタントなどから受講生を集めており、寄付講座なども開催した。このリカレント教育については、その後教育委員会に引き継がれることになるが、この試行的措置のなかで、社会人教育のニーズを把握しており、それをふまえ、当時の原田学長の方針のもとで、今のマネジメント専攻が開設されることになる。

マネジメント専攻は、実践につながる専門知識を修得できるように工夫され、講義やゼミによって教育を行う。そして教育理念を見れば、広島大学の地域貢献に対する高い姿勢を受け止めることができる（図表15参照）。

教育内容もビジネススクールのように受講層を限定する内容でなく、広い層からの入学が可

能であり、それぞれの層を満足させる内容となっている。リカレント教育などにより、地域のニーズをつかんだ結果であると考えられる。

今後は、本部のある西条キャンパスを研究者養成に特化させ、東千田キャンパスを社会人をブラッシュアップ、スキルアップさせ地域を担う人材を育成することで、社会貢献の場と位置付ける。東千田キャンパスの隣接地も買い戻しており、建物を増設して社会人教育をさらに拡充させる構想をもつ。

平成14年度から、広島商工会議所と広島大学の連携による、“広島^{せき}夕学講座”を開講している。これは、慶応学術事業会が丸の内キャンパスで開催している夕学五十講のサテライト配信を受け、教材として活用している講座であり、広島で丸の内のビジネスマンと同じビジネス講座を受講できる。広島大学は、この講座の約半数の講義に、視聴後の教授陣のコーディネートによって地域の諸問題等について話し合う時間を設けている。2004年度前期は、15講座が平日の18時30分から2時間程度、都心にある広島商工会議所または東千田キャンパスのどちらかで行われている。1回3,000円で誰でも受講できる。広島大学教員による講演のサポートや交流機会もあり、30代から40代のビジネスパーソンに好評である。

大学の改革の動きは、公立大学にも現れている。広島県の3大学、広島市の広島女子大学、庄原市の広島県立大学、三原市の広島県立保健福祉大学の統合が平成17年4月に予定されている。今後は県立女子大学を本部広島キャンパスとし、その他を庄原キャンパス、三原キャンパスとする。教育体系が再編され、学部では経営学部や生活文化部、修士課程ではマネジメントIT専攻や生活文化専攻など、より実社会に密接した学問が広島キャンパスに置かれることになる。新県立大学では、地域貢献への一環から地域課題に対する政策提言、生涯学習への貢献や産学官連携などを総合的に推進するセンター機能を整備するとしている。社会人向け講座の開設も検討され、都心に近い広島キャンパスの動向が注目される。

図表15 マネジメント専攻の教育理念

- [1] 変化の激しい企業社会および地域社会に適切、的確に対応できる、専門的な知識・能力と総合的な判断力を有した人材の育成
- [2] 広島市に立地し、職業人を主たる対象とする生涯学習（再教育）を支援するための夜間大学院
- [3] 広島県および中四国地方における、起業支援、産業振興、地域振興ならびにわが国の国際的競争力向上に貢献し得る優位な人材の育成

②事例紹介 5

2003年9月、広島国際学院大学は広島市の中心部に、本部とは別のキャンパスをオープンさせた。都市銀行の支店などが集結する場所で、この周辺は金融機関の統合などによってオフィスの移動が起り、空室が出来たことで宣伝効果の高い場所が確保できるようになった。キャンパスの看板の前を公共交通機関が始終走り、都心に通勤するビジネスマンや買い物客に対する大学の認知度は急速に高まったに違いない。

広島国際学院大学の学生は、工学系は本部中野キャンパス、現代社会学系は上瀬野キャンパスで主に授業を受ける。最近の大学間競争に対し、独自性のある大学にしなければというトップの思い、そしてこれからの学生や教官は社会との接点を持つことが重要という思いが、今回の立町キャンパスの設立につながった。実際にキャンパスを設置してから、今後の展開を多角的に検討している。キャンパスは、目抜き通りに面した1階と地下1階から成り、1階のサロンは市民に開放されたスペースで、ピアノや椅子、テーブルが置かれ、待ち合わせや休憩場所として利用できる。

これまでの立町キャンパスの活動内容は、大学院の授業や研究発表会、サークル活動、保護者向けの大学行事から、学生・卒業生・保護者のサロンとしての活用、社会人向けの公開講座やシネマトーク、サロンコンサートなど幅広く使われている。立町キャンパスは、いわゆるアンテナショップとしての役割も果たしており、毎月約千人の利用がある。設立したメリットのひとつには、看板効果が高く、大学の知名度が上がったことがある。企業向けへのアピール度も高く、今後はこの場所での就職説明会等、学生の就職活動での活用も考えられている。また、この場所で研究発表会を行うことで一般市民の直接の反応を得ることができ、学生の訴求力やプレゼンテーション力などの向上にもつながっているという。

大学にとっては、都心にサテライトキャンパスを設置することは、学生にむけてのサービスであると同時に、大学にとっての経営戦略でもある。在学生だけでなく、新入生を広く集めるためのPRとして、あるいは広島市中心部の企

業に対して大学の認知度を上げて在学生の就職活動を間接的にサポートする役割をも担っている。そして、大学への進学率が高い現在でも、一般的に大学との距離を感じる人は多い。そうした人にも大学を身近に感じてもらい、垣根を少しでも取り払うことが必要になっている。実際に、現代社会学部の学生は、市内でフィールドワークを行うことも多く、工学部の学生も研究のヒントを社会のなかで具体的に発見することにつながる。

都心という場所がら、様々な人の出入りがあり、各種の間合せをはじめ提案を受ける。公開講座や資格取得講座など他と同じものでなく、この場所だからこそのことをやりたい、という。

(3) 異業種による人材育成ビジネスへの進出

企業研修は、従来の基本的な教育に加え、より専門能力を充実させる研修や個人が選択できるカフェテリア型研修へと発展し、講座内容の充実が図られている。さらに最近の動きとして、競争社会で生き残るためには、社内変革・イノベーションが必要であるとして、幹部候補生を選抜し、集中的に研修を行うことも多い。企業が均一に教育投資を行なう余裕がなくなってきたことで、投資効果の高い層に絞る方法でもある。大企業では以前から、MBA取得のため社員を海外へ派遣してきたが、もう少し広い層を対象とし、その企業の実情に合うかたちで教育投資を行おうとするものである。

一部の企業では、社内の幹部候補生に視野を広げてもらう観点から、開発したプログラムを社外へ公開し、他社から選抜された人材と切磋琢磨させ人材を育成させることを目的にビジネススクールを開設している。さらには、彼らのディスカッションの中から、新規ビジネスのチャンスをも見出そうとしている。

今回調査対象とした「中国電力㈱のエネルギー・ビジネス・スクール」「大阪ガスグループの㈱アイさぼーとによるMOTスクール」「特定非営利活動法人九州・アジア経営塾」は、いわゆる教育産業以外の業種から社会人教育事業を立ち上げた例である。共通するのは、現在の企業には変革が必要であるという危機感、経営層と現場の橋渡

図表16 公益企業による人材育成ビジネスの事例

企業・事業名（親会社）	業 務 内 容
エネルギーマネジメントスクール (中国電力)	研修事業、教育コンサルティング、 講師派遣、eラーニング
(株)キャリアライズ (東京電力)	人材派遣、再就職支援、人事コンサルティング、 研修・育成、アウトソーシング
北陸電力(株)	公開講座
(株)アイさぼーと (大阪ガス)	人事・総務システムの提供、人事・総務コンサルティング、 人事・給与関連業務の事務センター運営、人材育成 (MOT スクール、研修・セミナーの企画運営等)

しができる中堅社員をターゲットにしていること、地元の大学との提携による学術知識の取り込み、地元企業経営層による実学講義、そして十分なグループディスカッションの時間が盛り込まれていることである。

また今回対象としたスクール事務局は、中国電力、大阪ガス、九州電力という公益企業が関わっているという共通点がある。各社、このスクール事業をビジネスと考える比重には高低があるが、その理念には少なからず地域や社会貢献への思いがある。この思いが、独立法人化した国立大学を中心とする大学の生き残りをかけた展開や、行政の地域活性化の願いにうまくマッチングして相互に協調する大きな流れとなり、将来地域を背負って立つ人材の育成に向けて取組みの輪を拡げつつある（図表16参照）。

①事例紹介 6

中国電力(株)による「エネルギーマネジメントスクール（以下、EMS）」は、平成15年10月に開校し、平成16年4月からプログラム数を大幅に増加して、受講生を募集している。

平成11年の電力の部分自由化に伴い、電力市場の益々の競争激化が予想されるなか、電力会社の経営自主性の尊重、経営資源の有効活用等の観点から、規制緩和の一環として兼業規制が撤廃された。中国電力でも、電力事業における顧客の繋ぎ留めに加え、保有する資本や能力を活用して新規ビジネスへ積極的に進出している。

EMSは、自立した人材の育成、新たな創造的価値を生み出す起業家、経営の中核を担う人材の育成を柱に、マネジメントや起業に直接結び付く実学の提供を行い、新たな時代のリーダー

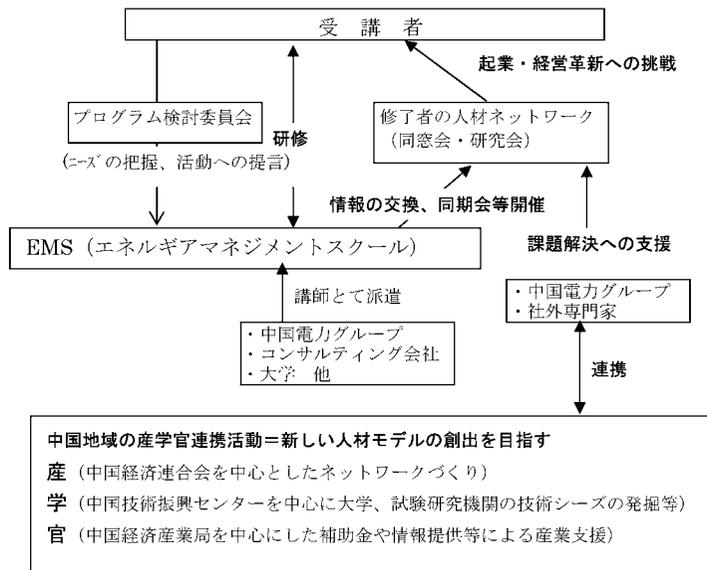
を育成し地域活性化に貢献することを目的としている。スクール事業を通じた地域社会の発展への貢献が事業の根底にあるため、内容に比して受講料を低く抑えていること、プログラムのジャンルが広く多岐に渡っていることが特徴である。また、地域貢献というコンセプトから、「中国地域における社会と人々の暮らしの発展に貢献できる人材を育成する」という趣旨に賛同した客員講師を迎えている。校長をはじめ教育・経済・工学・経営・文化の5分野から、第一線で活躍する中国地方出身の有識者、経営者計11名で構成されている。特に“ものづくり”の専門家を迎えているあたりは、中国地域の特徴といえる。

EMSの16年度社会人向け事業は、起業・経営革新研修、経営セミナー・講演会、テクニカル研修の大きく3つの柱から成っている。

起業・経営革新研修では、財務・会計・マーケティング等のビジネスマネジメントを学ぶ場や、中堅社員を対象にこれからのビジネスリーダーとしての基礎的な考え方などを学ぶプログラムを持つ。受講時間は社会人が定期的に通学することを考慮して平日の夜間や休日等の時間帯とし、社員クラブ（広島市中区）で開講している。大学でも社会人向けマネジメントスクールを開校している所があるが、EMSは入学試験がなく、広い層の人間が短期間でエッセンスを学べるメリットがある。また、中小企業や個人事業所が自社の研修プログラムでは対応できない部分もカバーしている。

経営セミナーや講演会は、EMS講師陣が広島、岡山、松山の各都心で行われ、EMS修了者のフォローアップとしても位置付けられ、一般

図表17 EMSのしくみ



の聴講も可能である。

そしてテクニカル研修は、鑄工の生産技術、発受電設備、保護継電器装置のプログラムから成り、中国電力の研修所での泊り込み集中講座である。一部中電グループ企業の社員も講師となる。今後は、さらにグループ企業の専門知識を持つ人材を講師としたプログラム開発を拡大していく考えがある。

開催場所は、講座の種類によって、都心事業所での会議室での講座、郊外の宿泊施設をもつ研修所での集中講義、地域の主要都市の都心、という形で開催され、受講者層の事情とマッチさせている。またEMSは、修了者に定期的に講演会や研修等に参加してもらうことで、その後も人材ネットワークとして機能できる仕組みを検討している。このような人材ネットワークの構築を考えても、社会人教育事業を都心で行う意義は大きい。

今後は、スタッフの増強あるいは、必要に応じて外部コンサルタントや運営面のアウトソーシングも検討しながら、教育コンサルティング事業、講師派遣事業、eラーニング事業についても順次立ち上げていくことになる。最終目的は、中国地域の産学官と連携した体制を確固たるものにし、地域で新しい人材を創出すること

で地域活性のムーブメントをもたらすことを目標とする（図表17参照）。

②事例紹介7

大阪ガスの子会社(株)アイさぼーとによるMOTスクールが平成13年10月に開校し、国内初の本格的MOTスクールとして注目されている。

アイさぼーとは、大阪ガスのコア・コンピタンスへの集中と戦略的アウトソーシングによる事業の効率化の流れの中で、平成13年6月末に大阪ガス人事部の従業員サービス・人材開発部門を分社化して設立され、約60名の社員で構成されている。事業内容は、人事・給与・福利厚生などの従業員サービスをインターネットでサポートする代行業とスクール事業を行っている。

MOTスクール設立の背景には、以前から大阪ガス社内で蓄積された技術力がある。当初は、自社の技術研究者自身に経営の基礎からビジネスモデルを教え、利益に結び付く効率的な技術開発を行えるような社内向けのMOTプログラムとして考案された。さらに社内研修としてだけでなく、社外へ公開して異文化のディスカッションを行い研鑽し合うことが技術者の視野を

広げるといふ考えから、社外へも研修内容を公開するためにMOTスクール事業を立ち上げることになる。

大阪ガスは、これまで自社の技術、研究成果を活かすための知的財産戦略を重視してきたことが、このような本格的なMOTスクールの設立につながったと話す。現在3期目であるが、社外からの参加者が増える傾向にあり、大阪校では、3分の2が他社からの参加となっている。幅広い業種から参加することで議論が活発化し、学習効果が高まり、新しい発想も生まれやすいとの考えから、今後は他社の受講生の割合を増やす考えである。参加企業からの要望もあり、本年4月に東京大手町に東京校を設立した。ここでは東京電力の子会社㈱キャリアライズを運営会社としている。

このMOTスクールの特徴は、欧米のビジネススクールを実際に視察して、その長所を取り入れつつ、大学の研究成果と企業の技術やビジネスノウハウを融合させ、日本企業の実情に即したオリジナル性の高いカリキュラムを持つことである。また、欧米のビジネススクールに習って「アイさぼーと」はディレクター機能（プログラムの開発、講師陣の選定・管理）に徹し、時代の変化に即応して講座内容や講師陣の見直しを行い、カリキュラムにスピードと柔軟性を持たせている（図表18参照）。

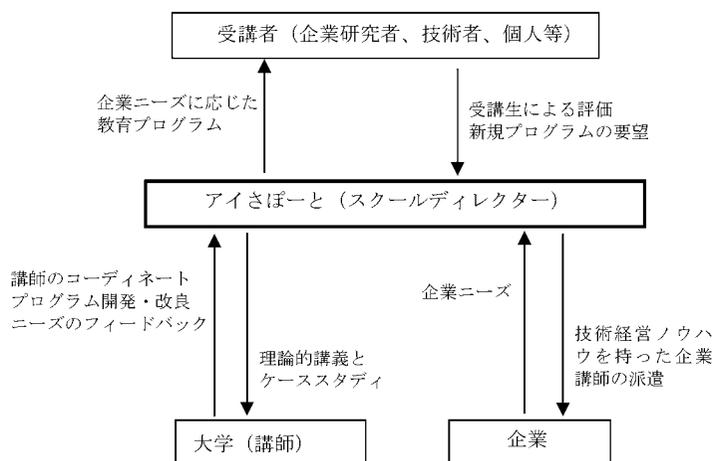
講師陣は、旧国立大学の教授や民間コンサル

タントなどの実務経験者から成っており、理論的講義とケーススタディの両面から講義が行われている。質の高い講義を維持するため、講師の任期は原則1クール（4回）としている。ディレクターが、受講者へのアンケート結果等から講師陣の評価・改変を行うことに加え、第1回受講生の4割が工学博士を保有するレベルにあったこともあり、講師陣が毎回真剣勝負で講義に望んでいるという。このようなスクールのシステムにより、受講者および講師陣が相互に切磋琢磨し、その相乗効果によって質の高い学習が実現されている。

スクールは、18:30～21:00で週2回、年間80回で計200時間のプログラムが組まれている。受講生のほとんどが企業による選抜派遣、費用も企業負担である。結果的に企業の幹部候補生である第一線のリーダー、マネージャークラスが派遣されており、最も忙しい層だが勉強に対する熱意も高い。大阪ガスも各部門や研究所、エンジニアリング部門から数名が派遣されている。企業の研究所が京都、神戸、高砂、三重県の伊賀上野など遠方にあるため、大阪の中心部でアクセスがよいにもかかわらず、2時間以上かけて通学する受講者もいる。

経済産業省は、高い技術力を経済価値にうまく転換できていない日本企業の課題克服のため、MOTによる人材育成へ向ける期待は大きく、アイさぼーとのスクール事業も経産省の教材開

図表18 アイさぼーとMOTスクールのしくみ



発に採択されている。

大阪のほとんどの大学は郊外に移転したため、大阪の中心部に学びの場を設けることで、地域の活性化につなげたい、という公益企業ならではの思いもある。

③事例紹介 8

九州・アジア経営塾（The Kyusyu-Asia Institute of Leadership :KAIL）」は、設立に向けて始動した当初から、地域の将来を担う人材を育成するという明確な使命をもち、これに賛同した産学官の連携体制をとっている。

KAILの構想は、九州・山口経済連合会会長（九州電力[㈱]会長、当時社長）の鎌田迪貞氏が、北九州市の(財)国際アジア研究センター顧問（当時所長）の市村真一氏から、アジアでも香港やシンガポールなど急成長をとげている地域には優秀な工業大学やビジネススクールがあると提案されたことを受け、九州の経済界や大学関係者と議論をスタートさせたことが契機となり検討がスタートした。その議論を通じて、地域の成長を進めるためにはさまざまなインフラが必要であり、知的なインフラ、特に社会人を対象として専門的な枠組みでビジネスについて学ぶ場が必要であるとの問題提起につながる。

従来から、九州は1割経済と言われ製造業など成熟産業が主な産業である。ベンチャー企業の活躍もあるが、次なる経済活性化に向うにはインパクトに欠けており、主要企業における保

守的思考を変革へと転換させる必要があった。

これらの背景から、九州の産学官27機関がKAIL設立構想に賛同し、推進協議会を設置、平成16年4月に特定非営利活動法人KAILとして発足する。プログラム第1陣として、6月から40代前後のビジネスパーソンを対象に次世代のリーダーを養成する変革型コース「碧樹館プログラム」を立ち上げている。経営トップと現場の結節点でもあるミドル層の意識改革を行うことで、経営トップをも巻き込み、究極的に九州経済の活性化を図ろうという考えがある。

「碧樹館プログラム」の設計には、インスティテュート・オブ・ストラテジック・リーダーシップ（Institute of Strategic Leadership、以下ISL）が参画している。ISLは、欧米のビジネススクール教育の最先端ノウハウを最大限にとり入れた「戦略的リーダー養成プログラム」提供している特定非営利活動法人である。

プログラムは、約9か月間で原則土曜日の講義と合宿から成り、計230時間の受講時間となる。受講料は250万円、受講者は九州の企業・自治体から参加する30名の経営ミドル。組織においてトップと現場の結節点になるべきミドル層を地域で育成することで、企業・団体内での変革を期待するだけでなく、組織内で孤独になりがちなリーダーが、受講後もそのネットワークを使って相互に相談、問題を共有化できる体制を築いている。そのネットワークが、地域での共存を高め、ひいては優秀な人材の域外流出

図表19 九州・アジア経営塾の将来構想



を防ぐという思いもある。福岡市は、アジアへの玄関口として、国際路線や定期航路などのインフラも充実しており、多くの企業がアジアとの関係を持っている。アジアでは、40代で市長や企業の社長となる者が台頭しており、高度成長を支えていると言われる。その勢いを九州のミドル層にも触れられるために講習会を催したり、将来的にはアジア等からの受講生と共に学ぶ「国際スクール」の開設等も予定されている(図表19参照)。

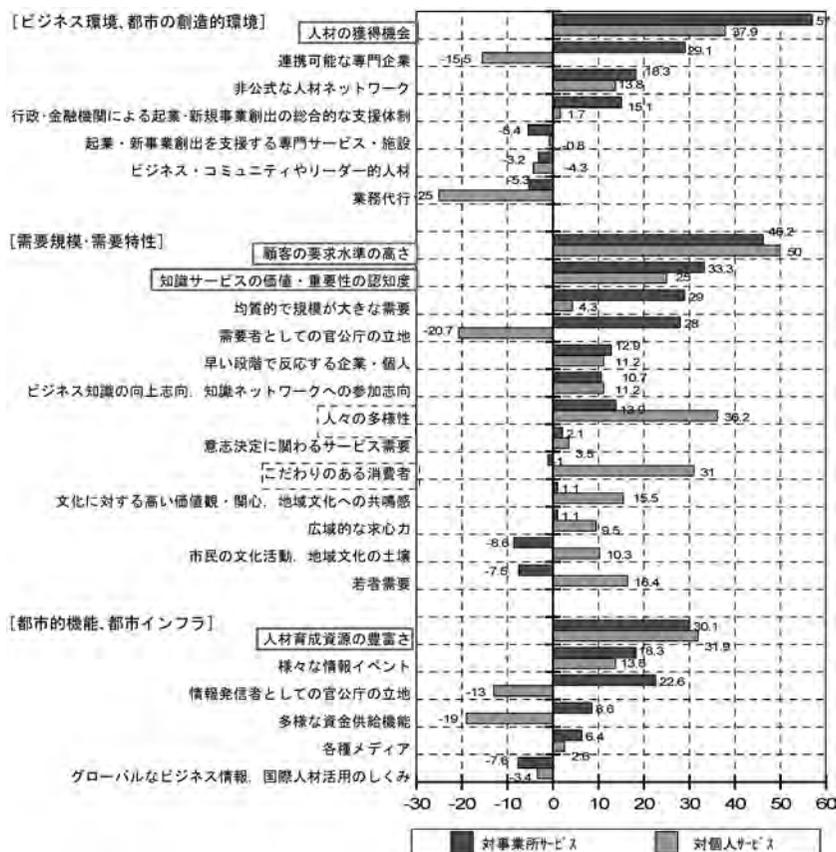
4. 広島市における高次教育・学習産業の特性

広島市における都市型サービス業を対象に、事

業競争力と結びつきの強い都市の特性についてアンケート調査を行った。その結果、事業競争力と結びつきの強い都市の特性は、対事業所サービス産業及び対個人サービス産業ともに『人材の獲得機会』『顧客の要求水準の高さ』『知識サービスの価値・重要性の認知度』『人材育成の豊富さ』の特性について高い評価をしていることがわかった。また、これに加えて高次教育・学習産業の属する対個人サービスについては、『人々の多様性』や『こだわりのある消費者』についても事業競争力と結ぶつきの強い都市の特性と評価している(図表20参照)。

このことから、広島市の教育・学習産業が市場として成熟段階にあるものの、都心部に立地する

図表20 事業競争力と結びつきの強い都市特性(広島市)



(注) 1. 対事業所サービスは、情報・通信産業と産業支援サービス産業を対個人サービスは、高次集約・交流産業、高次教育・学習産業、生活関連サービス産業をさす。

(注) 2. 「結びつきが強く、重要である」という回答から「あまり重要でない」という回答を差し引いた。

資料：都市型サービス業アンケート調査に基づき中国総研作成

ことが事業展開に大きく影響していること、それは特に人材を確保することにおいて、重要度が高い傾向にあることがわかる。サービス業は人材がビジネス成否の鍵を握るといわれているが、教育・学習産業においても、教育の担い手や事業を展開する経営者など、新しい知識に対する志向性の強い人材や創造的な人材を必要としており、都心で事業を行うにあたっては、この点で優位性を保っていると考えられる。

また、顧客の要求水準が高いことや、提供するサービスの認知度が高いことも、都心での事業遂行を推進する要素になっているが、近年の都心部をはじめとする教育産業に対する需要の高まりは、産業の高度化と表裏一体の関係にあることが、ヒアリング調査でも明らかとなっている。

本節では、都心部での集積が高い高次教育・学習産業、なかでも社会人を対象とした教育産業について、その実態を調査した。ヒアリング調査は、資格取得学校（英会話学校等を含む）、社会人大学院をはじめ大学が提供する社会人教育、そして企業が提供する社会人教育を対象とした。資格取得学校は、回遊性・界限性の高い広島市中心部に立地することの重要性が高く、顧客サービスも含めた教育内容の充実を求めるニーズが膨らんでいることが分かった。一方で、難易度の高い資格やスキルに関しては、この地域の企業で実務上必要とされる機会が少ないこともあり、必要性がそれほど高まっていない。そうした内容については、段階的に需要を掘り起こしつつ、受講者の拡大につなげていく戦略がとられている。

社会人大学院でも、資格取得学校と共通する状況がある。東京や大阪などの大都市と比べて、ビジネスパーソンの間で高度な職業能力を蓄積する

必要性がそれほど高まっていないことである。したがって、生涯学習の提供機関としての役割も担い、幅広い年齢層や異なるバックグラウンドを持つ人々に対して教育を行っている。しかし、近年この動向は大きく変化しており、実務能力の養成や経営手法の習得を目的として入学する者が増えている。

先進事例として近畿や九州地域における他産業が提供する人材育成事例も調査したが、各所に共通するのは、次世代の地域の発展を担う人材を育成しなければ、地域は衰退し、地盤沈下が起こるという危機感である。地域を代表する企業が連携してミドル層を育成することで、経営層に意識改革をもたらすとともに、若年層へその理念を浸透させる。地域発展の核として、地域で人材を育成するという新しい視点を提示していることが、これまでになかった斬新なコンセプトである。

社会構造、経済構造が変化するなか、社会人としての職業能力を高めることで、自らの市場価値を高めようとする行動が活発になっている。特にこうした行動は、労働市場の流動化を身近に感じ取ることができる都心部において散見され、都市に集積する教育機関・教育産業が、これらのニーズに応えている。中国地域の都心部でも、こうした状況が生まれ、東京や大阪といった大規模都市とは異なるニーズを内包している。人材育成に対する注目が、個人と企業の両者から集まるなか、都心に集積する教育・学習産業、特に社会人を対象とする教育産業は、その役割をさらに大きなものへと変えていくにちがいない。

引用文献：中国地方総合研究センター編・刊『中国地域経済白書2004』

(参考) ヒアリング事例紹介のまとめ

事例	学校名	本部所在地	開校時期	独自性	都心立地の理由	展開
1	大栄教育システム (広島市)	広島市中区	1978年	<ul style="list-style-type: none"> ・地方都市の労働市場の特性を反映した講座作り ・地元消費者の潜在ニーズを引き出す。 ・ニーズの把握から講座開設までのスピードの早さ ・女性をターゲットのした立地戦略と講座開発 	<ul style="list-style-type: none"> ・中国四国の中枢性 ・都市規模 ・教育への熱意 	<ul style="list-style-type: none"> ・福山、岡山、高松、松山、徳島、高知へ開校 ・新規開発の講座が全国へ拡張 ・大学への出前授業 ・グローバル化対応のWEB教育の拡大 ・外国語教育への強化
2	穴吹カレッジサービスキャリアアップスクール広島校 【TAC広島校】 (広島市)	高松市	2002年	<ul style="list-style-type: none"> ・生活関連の講座から大手資格取得学校との提携校となり、難易度の高い講座まで広く取り扱う。 ・CDA(キャリアアドバイザー)を置き求職者をサポート 	<ul style="list-style-type: none"> ・同業者の集積する地への立地を選択 ・リスク分散から受講者を確保できる親会社のある地への立地 	<ul style="list-style-type: none"> ・本拠地高松、徳島、福山、岡山の順に展開し、広島はその後で姫路とともに開校。 ・公認会計士や税理士など難易度の高い講座には山口、四国など遠隔地からの通学者も存在
3	インターグループ (広島市)	東京都、 大阪市	1994年	<ul style="list-style-type: none"> ・中四国初の通訳者養成学校 ・高度英語力を必要とする需要が少なく講座も限定的となる。 ・就職の斡旋も限定的となる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・県からの通訳業務運営受託がきっかけ ・県庁や国際会議場への近接性 	<ul style="list-style-type: none"> ・高度教育ニーズへの需要を受けての展開となる。 ・遠隔地からの通学者も存在
4	広島大学大学院社会科学研究所マネジメント専攻(広島市)	東広島市	2000年	<ul style="list-style-type: none"> ・実践につながる専門知識の修得 ・地域ニーズを検証し、広い層からの入学を受け入れ、各層を満足させる内容 ・地域の人材を担う人材を育成することによる社会貢献の場 	<ul style="list-style-type: none"> ・社会人対象のため、移転前の東千田キャンパスの有効活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会議所との提携による“広島夕学講座”を開校しており、広島大学教員による講演のサポートや交流機会をもつ。
5	広島国際学院大学(広島市)	広島市安芸区	2003年	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的に学生の授業は行われず、サークル活動、学生・卒業生・保護者のサロンとして利用。社会人向けの公開講座やサロンサポートなど多岐にわたり活用されている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・学生へのサービス機能の充実やPR効果を期待 	<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな人の出入りや各種問合せや提案の中から独自性ある施設の活用方法を検討中
6	エネルギアマナジメントスクール(広島市)	広島市中区 他	2003年	<ul style="list-style-type: none"> ・新たなリーダーを育成し地域活性化へ貢献することを目的とする。 ・講師へ“ものづくり”の専門家迎えるなど地域のニーズを講座内容へ反映 ・入学試験がなく広い層の人間が短期間でエッセンスを学べる。 ・中小企業等が自社ではカバーできない研修プログラムもカバーしている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・社会人が定期的に通学できる環境を提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・単独で開催している経営セミナーや講演会は岡山、松山でも行われており、一般の人の聴講も可能
7	MOTスクール(大阪市)	大阪市	2001年	<ul style="list-style-type: none"> ・利益に結び付く効率的な技術開発を行うよう社内の技術研究者向け研修プログラムを社外にも公開したのが事業発足のきっかけ ・受講生のほとんどが企業の選抜派遣、費用も企業負担で質が高い。 ・事務局は、受講者の意見を講師陣の評価・改善に反映。 	<ul style="list-style-type: none"> ・中心部の中でも交通アクセスの良い場所で開催。高度専門性の高い内容であるため遠隔地からの受講者もいるため。 	<ul style="list-style-type: none"> ・参加企業からの要望を受け2004年東京校を設立。運営は、東京電力の子会社キャリアライズに委託
8	九州・アジア経営塾(福岡市)	福岡市	2004年	<ul style="list-style-type: none"> ・地元九州の経済界や大学関係者による特定営利活動法人の形態をもつビジネススクール ・地元の将来を担う人材を育成するという明確な氏名をもつ。 ・ミドル層を対象に意識改革を行うことで経営トップをも巻き込み九州経済の活性化を図ろうと企図 	<ul style="list-style-type: none"> ・交通アクセスの良さ 	<ul style="list-style-type: none"> ・起業科コースやアジア等からの受講生と共に学べる国際スクールの開設等も予定