

留学で得たものを  
地域に還元する  
新たな学び方にも注目

# 地域を支える人材にこそ グローバルな能力・スキルが求められる!

今、日本の社会は“グローバル化”が叫ばれる一方、人口減少や高齢化の流れのなかで“地域活性化”も大きな課題となっている。  
この2テーマは、対置される関係にとらえられることもあるが、果たして本当にそうだろうか？ 日本の地域が抱える課題、地域で求められる人材像を探っていくと、その答えが明らかになってくる――。

取材・文／伊藤敬太郎

## 人口減少・高齢化による課題は 地方だけでなく大都市圏にもある

グローバルと地域で求められる人材像に違いはあるのだろうか。その点について考察する前に、日本の地域に関する課題について簡単に整理しておきたい。

図1は東京圏(=首都圏)と地方圏(=大都市圏以外)の人口推移を比較したグラフだ。どちらも人口は減少を続けるが、地方圏では全体の人口減少がより急激であり、東京圏は65歳以上の人口が減り始めるのが地方圏より遅いといった特徴が見て取れる。そのため、それぞれの課題は異なる。地方圏では、人を呼び込むことや新たな産業の振興が喫緊の課題である一方、地縁のない高齢者が増え続ける大都市圏では、持続可能なコミュニティを構築することなどが課題となっている。

この比較は一例に過ぎず、地域を一つひとつ見ていけば、それぞれに独自の課題があり、大都市圏であっても例外ではない。このことから、今、日本のあらゆる地域で、「答えのない課題」に取り組む人材が必要とされていることは明白だ。

次に、具体的な地域産業を取り上げ、求められる地域人材の姿をより詳細に探っていきたい。

## 地域の観光を支える人材に 求められるグローバルな能力

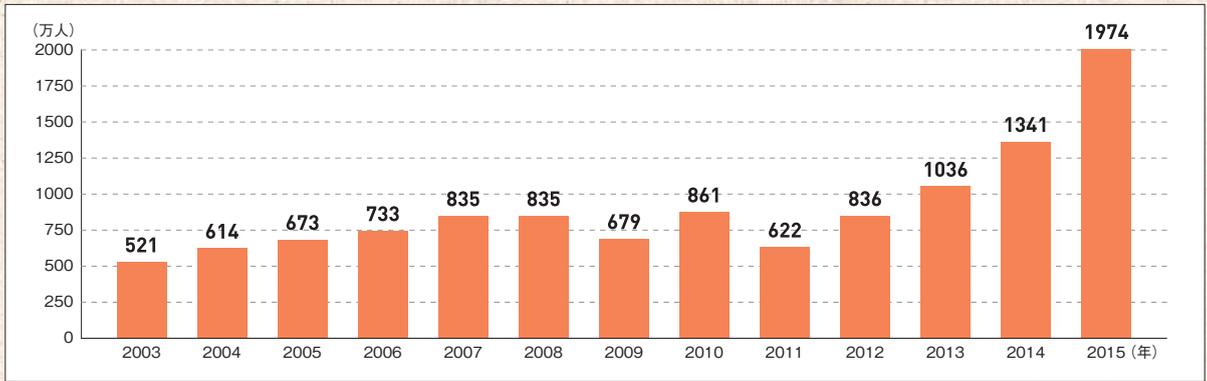
代表例が観光だ。「人を呼び込む」ことが大きなテーマである地方圏にとっては特に、観光はカギを握る産業となる。図2に示したように、訪日外国人旅行者数はここ数年急激な伸びを見せている。国内人口が減少しているなか、このインバウンド需

図1 東京圏と地方圏の人口推移の比較(2010~2060年)



出所：国土交通省「平成26年度国土交通白書」 2040年までは国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」(平成25年3月推計)の中位推計、2050年以降は国土交通省による試算値 ※東京圏=埼玉、千葉、東京、神奈川 地方圏：東京圏、名古屋圏(岐阜、愛知、三重)、大阪圏(京都、大阪、兵庫、奈良)以外の地域

図2 訪日外国人旅行者数の推移



出所：日本政府観光局(JNTO) 2015年は推計値

要をいかに取り込むか。そのためにはどのような人材が必要とされるのか。JTB総合研究所 常務取締役 観光危機管理研究室長の高松正人氏は次のように解説する。

「観光資源を外国人が楽しめるよう“商品化”するには、きめ細かくニーズをリサーチし、ターゲットを絞り込むことが必要ですし、そのうえで、適切なメディアやチャネルを使って訴求をすることも求められます。この一連の“マーケティング”を理解し、実践できることが、まず重要になります」

観光をビジネスとして成立させるためには、良いものをただ良いとアピールするだけではなく、マーケティングをはじめとするビジネスフレームワークが求められる。しかし、高松氏が挙げる観光人材の要件はそれだけにとどまらない。

「埋もれている観光資源を発見し、新しいアイデアにつなげるためには、経営学に限らず、例えば、政治学、社会学、文学、芸術学などの多様な視点が必要。大学教育でいうならリベラルアーツということになるでしょう。また、地域と深く付き合うには、国内であっても、異文化・多様性を受容する能力が求められます。例えば、都会の人が自分たちの時間感覚にとらわれていては、沖縄の離島の人々とはやっていきません」

もちろん海外とやりとりをするには英語は必須。対象とするマーケットに応じて中国語などもできればプラスだ。このように、今、観光人材に求められている力は、そのままグローバル人材に求められている力と重なると高松氏は指摘する。

なお、観光以外の地域産業においても、海外にマーケットを求める動きは活発になっている。図3はジェトロ（日本貿易振興機構）が支援する地方の中小企業による取り組み例。このようなそれぞれの地域の特性を活かしたブランディングやマーケット開拓にも、同様にグローバルな能力・スキルは必須だ。

### 国が若者のチャレンジを支援する 「トビタテ！留学JAPAN」

では、このような人材を育てるために、今、どのような教育が求められているのだろうか。高松氏は「観光の魅力を発信する

図3 ジェトロが支援する“地域からの海外展開を目指すモデルプロジェクト”  
(2015年に採択された「地域貢献プロジェクト」14件)

地域農林水産物・食品の初輸出及び輸出拡大に資するプロジェクト	
北海道	根室水産物の輸出拡大と海外との経済交流拡大
富山	イタリア料理を通じた富山食材のグローバル化
熊本	熊本の農畜産物ブランド確立・海外販路拡大プロジェクト
地場産業のグローバルブランド化により海外販路開拓を図るプロジェクト	
福井	SABAEブランドによる眼鏡の米国等新規市場開拓
兵庫	食の宝庫「HYOGO」ポスト・ミラノ博・地域発信事業
複数分野の地域産業資源連携により海外ビジネス拡大を図るプロジェクト	
東北	東北六市連携観光物産フェアin米国
中部	昇龍道日本銘酒街道グローバル化支援プロジェクト
山口	山口の特産品×観光プロジェクト
地域産業資源を核とした多面的ビジネス展開を図るプロジェクト	
新潟	TSUBAMESANJOブランド×産業観光プロジェクト
九州	地域資源を活用した九州の酒類（焼酎・日本酒等）の海外プロモーション
海外展開中堅中小企業の現地販路開拓を通じた地域産業強化に資するプロジェクト	
名古屋	中部モノづくり海外進出企業の定着及び現地販路開拓支援プロジェクト
小規模企業の共同取組により海外販路開拓を図るプロジェクト	
秋田	New稲庭うどんで台湾輸出を目指す ～秋田県稲庭うどん協同組合との連携～
福島	有志グループでタイ向け輸出を目指す ～喜多方ブランド食品の海外展開～
外資誘致に意欲的な自治体の取り組みを支援するプロジェクト	
名古屋	中部モノづくりクラスターへの外国企業誘致支援

出所：平成28年度版「地方の中核となる中堅・中小企業への支援パッケージ」パンフレット

人材になるには、自分自身が旅行や留学などで海外に出る経験が大切」と指摘するが、実際に、国の戦略としても、若者の留学を推進する取り組みは進んでいる。

2013年に閣議決定した日本再興戦略では、2020年までに高校生の海外留学を3万人から6万人に、大学生では6万人を12万人に、それぞれ倍増する計画を打ち出している。スーパーグ

ローバル大学 (SGU)、スーパーグローバルハイスクール (SGH)、奨学金の拡充などと並んで、この政策の一角を担うのが、文部科学省が産官学連携のオールジャパンで取り組む「トビタテ! 留学JAPAN 日本代表プログラム」だ。

大学生や高校生が自分自身で留学のテーマや行き先、期間を決め、そのプランが採用されると返済不要の奨学金が給付されるというプログラムで、2016年度は大学生950人、高校生511人が合格している (2017年7月以降の留学を対象とする高校生コースは2016年10月現在募集中)。大学や語学学校などへの留学だけでなく、企業等でのインターンシップや国際ボランティアも対象となっており、テーマ設定の自由度は非常に高い。

自ら課題を発見し、その解決のために主体的に行動できるグローバルリーダーを育成するこのプログラムに、2015年度から新たに地域人材コースが設けられた (図4)。

地域ごとに形成された産官学連携の協議会が主体となり、文部科学省の協力・支援も得て、地元企業等でのインターンシップと留学を組み合わせたプログラムを提供。地域と学生 (高校生は対象外) が一体となって地域課題の解決に取り組む。

### 世界に向けてアンテナを張り、 目の前のことに一生懸命取り組む

「地域にとっては、地域資源を活かした新たなビジネスのヒントや海外マーケットの生きた情報を得るチャンス。また、学生はインターンシップを通して地域が抱えるリアルな課題を知り、留学先でその解決策を探って地元に戻るといったプロセスを通して大きく成長することが可能です。学生と地域との間に“縁”と“恩”の関係を醸成することも目的の一つです」(プロジェクトディレクター/船橋 力氏)

図4に示したように、学生の留学テーマはいずれも地域産業の具体的な課題。地域とグローバルがダイレクトに結びついたその学びは、学生にとってはハードルが高い。しかし、だからこそ、一人で主体的に活動し、失敗と努力を重ねて自分なりの解をつかむことによる達成感は大きく、一連の経験を通じた成長には目を見張るものがあるという。船橋氏は「留学こそ最大のアクティブラーニング」だと語る。

「地域人材コース以外のコースでも身近な地域課題をテーマにする生徒・学生は少なくありません。地域が若いグローバル人材を求めている一方で、若者の目も地域に向き始めています。“Think globally, act locally”という言葉がありますが、大切なのは世界にアンテナを張って、目の前のことに一生懸命取り組むこと。そこが海外であろうが日本の地域であろうが、私たちが生活し、働く場は常に“ローカル”なのですから」(船橋氏)

この地域人材コースは、日本の地域で求められるグローバル人材像やその育成に関して、一つのモデルを示すものといえる。このように地域と世界を往還する学びが、高校・大学などでどこまで広がっていくかが、今後注目されるどころだ。

## 図4 トビタテ! 留学JAPAN 日本代表プログラム 「地域人材コース」プログラム例

下記のほか、福島県いわき市、石川県、奈良県奈良市、香川県、新潟県長岡市、島根県、佐賀県、宮崎県の15地域のプログラムが採択されている。「留学事例」は実際に学生が取り組んだ留学テーマの例。留学テーマや留学先は学生の一人ひとりの主体性を尊重しながらインターンシップ先等と相談して決める。

<b>栃木県</b>	<b>とちぎグローバル人材育成プログラム (上級コース)</b>
地域と海外を結ぶブリッジング・エンジニアを育成する「ものづくり分野」、六次産業や輸出を担う食・農・環境グローバル人材を育成する「食農環境分野」、地域の魅力を活かす観光プランナーを育成する「観光分野」、地域課題解決の中心となる人材を育成する「地域づくり分野」の4分野を設定。	
<b>留学事例</b> 農業ビジネス等に関するフィールドワーク (食農環境分野)	
<b>三重県</b>	<b>航空宇宙産業分野の企業へ就職をめざす人材の留学支援</b>
愛知県を中心とした東海地域が航空宇宙産業の中心であるという地域の特性を活かしたプログラム。航空宇宙産業に関連する分野の学習を行うことを必須要件とし、主に工学系分野、理学系分野、ビジネス系分野での留学を行う学生を文理問わず募集。三重の歴史・文化を学ぶ留学前研修もある。	
<b>留学事例</b> 航空宇宙産業を「物流」の観点から分析・調査する	
<b>岡山県</b>	<b>おかやま若者グローバルチャレンジ応援事業</b>
「岡山の認知度向上」をキーワードに企画力・行動力を兼ね備えたグローバル人材を育成する。海外での実践活動は、岡山県の特徴ある産業・技術・素材を題材としたテストマーケティング、国の特性に合った商品の提案、外国人観光客誘致のための企画提案などを学生自らが計画する。	
<b>留学事例</b> 岡山デニムを世界ブランドに! 岡山を世界のOKAYAMAに!	
<b>徳島県</b>	<b>徳島県地域グローバル人材育成事業</b>
新技術開発、新ビジネス創出を想定した「続けノーベル賞! グローバル技術者コース」、海外販路開拓に取り組む「飛び出せ世界マーケット! グローバル営業マンコース」、地域活性化を担う人材を育てる「やる気と国際感覚で! なんでもこなす人材コース」の3コースを設定。	
<b>留学事例</b> 徳島県産すだちをラオスで展開する営業インターンシップ	
<b>熊本県</b>	<b>「熊本と世界をつなぐ」グローバル人材育成事業</b>
地域が設定した「熊本と上海をつなぐ“ビジネスマッチングプロジェクト”」「熊本と中国をつなぐ“観光客増大プロジェクト”」「熊本とマレーシアをつなぐ“熊本良品販路開拓プロジェクト”」に加え、事業の趣旨・目的に沿った学生オリジナルのプロジェクトも支援。	
<b>留学事例</b> 上海進出マニュアルの作成を通じて海外ビジネスを体感する	
<b>大分県</b>	<b>大分県地域グローバル人材育成・定着事業</b>
九州のシリコンバレーと呼ばれてきた県内の半導体関連産業、民有林におけるスギ林の蓄積量では全国2位を誇る林業、湧出量日本一の温泉に代表される観光ビジネスの3分野で、人材の育成・定着を図るプログラム。半導体分野はアメリカ、林業はイタリアに留学。観光は渡航先自由。	
<b>留学事例</b> イタリア・オーストリアで林業×建築の最先端を学ぶ	
<b>沖縄県</b>	<b>沖縄からアジアへトビタテ留学JAPANプロジェクト</b>
世界最高水準の観光リゾート地の形成、情報通信関連産業の高度化・多様化、アジアと日本の架け橋となる国際物流拠点の形成といった、地域特性を活かした自立型経済の構築を図るために「観光」「IT」「物流」の3分野に特化して沖縄とアジアの架け橋となる意欲をもつ学生の留学支援を行う。	
<b>留学事例</b> バリの5つ星リゾートホテルで実践インターンシップ	