



学長と経営協議会学外委員との対談

## 室蘭工業大学のブランド戦略について

国立大学法人室蘭工業大学長 空閑 良壽  
学校法人浅井学園北翔大学名誉教授 相内 眞子  
北海道経済産業局長 児嶋 秀平  
(株)北海道二十一世紀総合研究所代表取締役会長 檜森 聖一

### 18歳人口の減少と、これからとるべき方策

空閑： 本日は本学のブランド戦略について、いろいろご提案いただければ大変ありがたいです。早速ですが、今、本学の置かれている現実的な課題として、18歳人口のことを最初にお話ししたいと思います。本学は平成21年度に学部の改組をいたしまして、入学志願者は一度少し下がりましたがその後は順調に増えてきていて、今年の4月は志願倍率が平均で3倍を超え、かなり順調に推移をしております。18歳人口はここ数年は120万人を保っており、平成29年くらいから減少を始め、15年かけて100万人を切るという状況です。現在の大学進学率は50パーセントなので、大学進学者は60万人から50万人に減少するということが、かなりの大学が消滅するのではないかとされています。

そのような中で本学は先ほど申しましたように最近では比較的順調に志願者を集めることはできていますが、実は北海道内の志願者は減少傾向にあります。もともと本学は8割くらいが道内からの進学者でしたが、道外志願者が2割から3割に増えたことで、道外からの志願者の獲得が進み始めています。それと、まだ少ないのですが女子学生も増加しておりますので、これから日本全体の志願者の減少への対策を考えるうえで、道外からの進学者と女子学生がキーワードとなってきて、そういう中で、女

性も含めた理工系人材の育成、活躍できる場の確保ということも含めて、社会の協力も得ながら、どのように学生を確保していくかが、本学の課題であると考えています。

ブランド広報ということで、何か本学の目玉になるような特徴をアピールして、志願者の獲得や共同研究等に結び付けていき、それを学生の就職にもつなげていくために、本当に心からPRできるようなものを作っていくために、いくつかの特徴の中からそういった本学の強みを作り出していきたい、と思っております。本日は、今後本学がどのように生き残り、発展していくか、どう社会に貢献していくかについて、広報の方法等も含めまして、様々なご意見をいただければと思っております。よろしくお願いたします。

### 地域に存在する大学の意義とは

相内： ブランドイメージの向上について、私立大学にありました者として少し厳しく申し上げれば、ブランドイメージの重要性の認識は、今に始まったわけではなく、かなり以前から大学の広報戦略の中で最重要と位置づけられてきています。なぜ大事かという点、ブランドイメージの向上が志願者倍率の上昇につながり、倍率が上昇すれば、優秀な学生を選抜す

ることができる。つまり厳格な選抜ができるので、その結果優秀な学生が確保される。優秀な学生が確保されると効率的な教育投資ができます。例えば多くの私立大学、特に少し偏差値が低くても頑張っている大学などでは、入学してくる学生に対して初等教育のレベルから教育するというところまでしていますが、そのプロセスを省略できるので、大学らしい効率的な教育投資が可能になる。当然ながら教育の質は向上しますから、社会や企業の卒業生評価が向上し、学生、保護者、教職員の満足度も高まる。すなわち、ブランドイメージの向上が好循環を創出するというところで、これが、私大経営のコンサルティングで強調されてきた「ブランドイメージ戦略」です。ですから、室蘭工業大学が学生確保に向けた入試広報戦略としてブランドイメージの向上に取り組むということは、大いに意義があるといえるのではないのでしょうか。

室蘭工業大学のミッションの再定義の中に地域に存在する意義、期待される役割を認識し、推進するとありますが、まさにその通りと思います。このミッションを再認識し推進するためには、学内におけるインナーコミュニケーションが重要になります。つまり、教員だけではなく、職員を含めた全員が、大学のミッションやアドミッションポリシー、カリキュラムポリシー、ディプロマポリシーの3ポリシーを理解し共有したうえで、大学が向かうべき方向性に関して、学内の共通言語化を図ること。そのためには、教職協働の環境構築が不可欠だと思います。

COC+の地方創生推進事業教育プログラム全体については、地域に大学が存在する意義を強調するためにも日常的な取組みが望ましいです。随分成功していらっしゃると思いますが、まだまだ不足ということがあれば、例えばインフォメーションキャラバンやサイエンススクール、テクノカフェなど、すでに実施しているものをさらに充実させる。これらは地域住民、とりわけ子どもたちの科学マインドを刺激し、長期的には科学大好き人間を育成する効果が狙える、あるいは地域人材の養成につながる可能性を期待できると思います。それから、私はなかなか足を運ぶチャンスはないですけども、蘭岳コンサートなど学生による市民向けの多様なイベントも、地域に大学があることの意義と喜びを市民が実感できる良いチャンスになっているのではないかと思います。

児嶋： 具体的なアプローチとして地域に存在する意義、期待される役割を認識し、推進するという方針を示されましたが、これは地方に立地する国立大学にとって、非常に難しいけれども、やらなくてはならない大事なことだと私も思います。平成25年11月に再定義された室蘭工業大学のミッションについても、我々この国の経済政策を進める立場から言っても、非常に正しい、いい再定義のされ方だというふうに思います。というのも、航空機分野というのは成長産業で、今後20年間で世界の航空機市場は倍増するという風に予測されているわけです。国と

してもこの航空機分野というのは日本の基幹産業としてぜひ発展してほしいと思っている分野の1つです。

他方、北海道内の中小企業にとっては、いきなり参入するのは難しい分野ではあるのですが、長い目でみれば、経営の柱になり得る分野であり、国家的に見ても、地域的に見ても可能性のある分野だと思います。ぜひ室蘭工業大学におかれては、困難な面もありますが、道内の企業の航空機分野の参入ということも念頭におかれて、このミッションを進めていただきたいと思います。それから、人材育成の観点でいいますと、室蘭工業大学の機械航空創造系学科が、航空だったら室蘭という形で道内だけではなく全国から優秀な人材を集めていただき、その卒業生を道外に流出させるのではなく、全国から有能な人材を集めて道内の企業に就職してもらうということが一番理想的なことです。北海道の経済を発展させるのが我々北海道経済産業局のミッションですから、その立場から、そういう人の流れになるということを期待したいと思っています。



檜森： 私は常々室蘭工業大学の広報関係の文書を見させていただいて、非常に地道に地元でよくやっておられると思うのですが、ちょっと残念なのは、魚がいないところでばかりやっている。要するに札幌や東京では狭い範囲の方にしか知られていない。例えばものづくりに関しては道内では北海道大学を凌ぐというようなこと、あるいは希土類の研究、あるいは航空工学のような研究をやっているということ、子供や学生だけではなく、例えば先般学長が北海道経済同友会の例会で講演されたように、全道あるいは東京で、室蘭工業大学の持っている、知る人ぞ知る、道内では唯一というくらいやっておられる中身を、もっと遠慮せずにPRしていただきたい。せっかく札幌にも事務所を持っているわけですから、室蘭地域だけではなく積極的に広報することで、学生も集まると思います。ものづくりフェアなどを行いますと、室蘭工業大学の先生の出してくるものは非常に話題になっている。そういうのを札幌で広報していないのはもったいないことです。札幌や東京といったマーケットのあるところで広報することによって、大学のもっている得意分野や優位性をもっと強調されてくると思います。少し遠慮してお

られるのではないのでしょうか。室蘭だけではなく近隣地域の都市開発といったことにも積極的に大学が関わるような戦略を考えていただきたい。希土類の研究センターやものづくり基盤センターなど、こんないい研究をしていて、しかも民間と今後十分タイアップしていけるということは誇るべきものですので、もう少し積極的にPRしてもよろしいのではないのでしょうか。

## グリーンイノベーション、航空宇宙で最先端を目指す

空閑： 得意分野ということでは、本学の国際拠点化への取組としてグリーンイノベーションを打ち出していて、環境調和材料工学研究センターにおいて希土類の研究を行っています。本学ではもともと希土類関係の材料を扱っている研究者が20名近くおり、本学の教員が約190名ということからすれば割合としては非常に高く、全国的にみてもかなり多くの研究者が集まっております。新しい材料をつくる時は、無機系のものだとエックス線回析により分析して、それが化合物リストに載るのですが、それにより室蘭で造った新物質が世界で初めて同定できたこととなります。それが室蘭マテリアルということで、研究活動のベースとなっております。最近ハイブリッド自動車の材料に希土類を使用すると、出力も向上し性能も非常に上がるので注目されており、希土類材料の有効利用を大学としてはかなり強く打ち出しています。無機材料に関してはロシアが昔から強いので、共同研究を行っており、国際拠点化もロシアから始めて、順次希土類の産出量の多い中国やアメリカなどに広げていきたいと考えています。



もう一つの得意分野は航空宇宙です。本学では入試の会場を室蘭のほか札幌、名古屋、仙台に持っているのですが、実は今や志願者が一番少ないのが

ここ室蘭です。名古屋や仙台の方がむしろ志願者が多く、そこから高校生を惹きつける一番の売りは航空宇宙です。道外から引っ張ってきて道内に残すということは、地元に戻りたいという学生も多いのでそう簡単ではないのですが、戦略の中では非常に重要です。

相内： 今、研究についてのご説明を伺いましたが、本当に力を入れてらっしゃるし、実質的な成功は積み重ねておられるわけですから、関連業界での評価は大変高いと思います。問題はそれを訴える力が必ずしも十分ではないということだと思います。成功に伴う知名度の向上やブランド力の広がりや、広報戦略としてフルに活用できていない、華やかさが足りないという印象です。

他の理系の大学でも、これまで主に男性が取り組んできた分野、重厚長大といわれる分野は、女子学生を惹きつけるのが難しいとされてきました。道民の半分は女性ですけれども、なかなかそこに魅力が伝わらない。航空宇宙に関しても、白老実験場があり、非常に高速で飛ぶジェット機が開発されているのであれば、それがもっと目に見えるかたちで、インパクトのある広報戦略を展開できれば、「ああ、室蘭工業大学ってそうだったのね」という認識が道民の間に広まっていくのではないのでしょうか。希土類研究でも、私は大学で製作されたあのガラスが大変気に入っておりますが、あれも希土類ですね。あの切子はきれいです。でもあれが室蘭工業大学の研究の成果だと、一般的にはあまり知られていないかもしれない。もう少し、華やかに色鮮やかに発信できないものかと思ってしまう。

空閑： あのガラスをよく見ると、光を吸収する波長が希土類の場合は違って、蛍光灯で見るときと太陽光で見るときでは色が変わるんです。

檜森： 今、学長のお話を聞いていると、経済界が考える室蘭工業大学のイメージと、大学が売り込もうとしているイメージが違うのではという印象を受けます。1番がグリーンイノベーション、2番が航空宇宙、3番がものづくりとおっしゃったが、我々経済界の者には室蘭工業大学はものづくりを北海道の地元企業と組んで進めているというイメージがすごく強いのです。全道でも、年に一回行われる経済産業省と経済界とで実施しているものづくりの表彰を受賞しているメンバーの多くは、この室蘭工業大学と組んでいるところです。そういう素晴らしいものを持っているのに地元経済界がわからないというのは問題です。希土類や航空宇宙の分野については、下請け業者が北海道に在るわけではないので、広報戦略としては経済界の状況を考えて行わなくてはいけないのではと思います。外から見たイメージと、室蘭工業大学のイメージがずれているので、効果的な広報ができないのではないのでしょうか。日本の本当に素晴らしい、グローバルに通じる技術を持っておられるのであれば、そういう広報のしかたをしていただきたい。そしてできれば希土類、航空宇宙だけではなく、ものづくりもやはり、地元の企

業もついていますので、一生懸命進めていただきたい。



児嶋： もちろん室蘭工業大学に経済界として期待するのはものづくりです。航空宇宙よりもう少しベーシックな素形材といった分野での技術開発や、研究というところだと思います。それをしっかりやりつつ、先ほどおっしゃった得意な分野で日本のトップの研究を確立するという姿勢も大切です。山の裾野は広いけれども頂も高くという気合いを持って大学運営されるというのは大事なことだと思いますし、先ほど航空の話をしました、レアアースの研究についても、日本の産業にとって、車や色々なハイテク製品の中に必要不可欠なものです。日本の国内にはない資源ですが、その研究開発を深めていくというのは、あまり他大学で手を付けていないのであれば、室蘭工業大学が先行し、深めていくのはよいことだと思います。

空閑： 私もそうですが、教員で研究者としてずっといると、どうしてもアカデミックなところに目が行きがちなので、大学の売りは何かというときにも、研究成果や論文数、研究発表などの実績を強く意識してしまいます。本学は北海道地域への貢献を大きく打ち出している、その地域に対する貢献度の高い研究であったり、ものづくりで地域の産業に貢献するようなことを、我々自身ももっと評価するようにならなくてはならない。我々自身も意識改革をすることが必要だと思っています。

レアアースについての本学の研究の特徴としては、通常レアアースとは地球上でも存在量が少ないもののことをいっており、ハイブリッド自動車などで必要とされるのもジスプロシウムといった非常に貴重な材料ですが、こういったものはそれだけで採ることはできなくて、同じ希土類でも余計なものと一緒にたくさん採れてしまいます。本学はこの存在量が多い部分の希土類を有効利用しようという戦略で進めており、この分野で世界を目指す研究をしたいと考えています。

檜森： その稀なレアアースというのを、一時中国が輸出を止めたことで、それに代わる材料が出てきて、中

国の会社が実際に潰れたという新聞のニュースも出ていましたが、それがなくなるということはなく、レアアースはまだ研究価値や市場価値という面で可能性があるということですか。

児嶋： 私も専門家ではありませんが、資源価格の低迷が続いているので、一時期よりもレアアースの入手困難性が弱まっているかもしれませんが、そうであってもレアアースというのは日本にはない、世界に遍在している資源ですので、日本の国家戦略として着々と研究を深める必要性はあると思います。

空閑： 中国が輸出制限した時に、国家戦略としてはその代わりになるものを作る研究を進めてきましたが、本学はそうではなく、それ以外の割とたくさんある希土類のほうに着目して、それを上手に使いましょうという方向性で研究を進めてきました。そういった他大学との違いも、本学の研究はここが他と違う、ここが凄いということが分かるように外部に発信していかないといけないですね。

児嶋： この研究が進めば日本産業の強みになるでしょうし、北海道の企業にも関連しそうですね。北海道の経済の競争力も高まると思います。

## マーケットを意識した広報を

檜森： 広報については、それほど難しいことではなく、遠慮しておられるのではないかと思います。地元ことは当然大事ですが、広報というのは人のいるマーケットでもっと積極的にやらないといけません。先日空閑学長が北海道経済同友会の例会でなさった室蘭工業大学でこういう強みがあって、こういう環境でというお話は、非常に評判がよかった。もっと積極的に、室蘭工業大学として、例えば先ほどの3つの強みを大々的に広報し、例えば札幌で、道経連だとか商工会議所、COC+事業を関連づけて、卒業生が地元でもっと採用してもらえるよう働きかけるとか、そういうことをもう少し組織的・戦略的に広報できるとよいと思います。せっかく蘭岳コンサートなど、大学としていいことを色々やっていますが、室蘭の新聞には毎週出ていても、札幌の人は見たことがないし、東京の人はもっと見たことがない。最近はCOC+の連絡所も札幌の大通の真ん中に置いていて、これはやはりチャンスではないかと思っています。事務所を活用し、もっと聞きに来てくれという広報を札幌でやってもよいのではないのでしょうか。

児嶋： やはり広報戦略はターゲットを絞り込むことが大事だと思います。ベネッセが全国の大学生の保護者6,000人にアンケート調査をしたところ、大学選択で何を重視したかという問いに対して、社会的知名度があるとか、就職先がいいとか、偏差値が高いという回答は意外に割合が低くて、一番割合が高かったのは子供が本当に専攻したい学問があるかということで、特に父親よりも母親の56%ぐらいの人が重視していたという結果があります。したが

って高校生の子供を持つ母親向けの広報ですね。例えばあまり技術的な専門的用語を避けるとか、流行のキーワード、例えばI o TとかAIなどというキーワードを盛り込んで母親が読むような媒体で広報するなどの工夫があればよいのではないかと思います。

今社会で活躍している卒業生を通じて、本当に大学を受験してくれるような学生の発掘につながるような卒業生に対する広報という視点もあるのではないかと思います。室蘭市にとっても、優秀な頭脳を持つ若者が室蘭市に来てくれることはメリットがあり、市との連携にはお互い利害関係が一致している。例えば道内外の受験生をオープンキャンパスなどで呼んでくるときに、ついでに室蘭観光もセットするなど、こういうところで住めたら、室蘭市で生活するのも悪くないなと思ってもらえるようなことを市とタイアップすることも有効なのではないかと思います。

空閑： 母親や卒業生向けの広報について、私もその必要性を感じています。学長になる前が学術担当ということで、オープンキャンパス担当の副学長だった時期がありますので、オープンキャンパスには毎回出ていますが、やはり保護者の数が増えてきています。生協にもお願いして保護者への対応をしていますが、大学自身ももう少し入り込んでいく必要があるのかなという気がしています。



相内： 室蘭工業大学における女子学生の数や割合が今春の入学生をもって過去最高となったと伺っております。いわゆるリケジョ（理系女子）はまだ少数で、進学先もやはり薬学、生物農学系、看護医療系が多いですが、近年理学への進学割合も増えつつあります。その意味で理工学部への改組を通して大学が理の要素を加えようとしていることは、女子の志願者増につながる可能性があると思います。一方で理工系への女子の関心を喚起するためには、若い時代に理学や工学に触れる日常的なチャンスが必要で、例えば旭川で行ったという理系女子応援プロジェクトやサイエンススクール等の実験プログラムは理系女子の獲得に有効な戦略と思われる。

華やかな広報という話を先ほどいたしました、例えば関西のある大学は、かつては相撲部で、今は

まぐろの養殖などで非常に有名ですけれども、以前は男子学生が圧倒的に多かったのです。それが学内をファッションブルに改装し、パウダールームを作るなど、女子学生の取り込み作戦に注力した結果、大学が非常に華やかなイメージに変わり、女子の志願者も入学者も増えたということです。どうすれば女子にアピールできる理系の大学に変われるのか。女子学生にフレンドリーな室蘭工業大学というイメージをどう出せるかが課題になります。

政府はポジティブアクションを提唱しています。要するに女性を優遇する制度ですけれども、法律上可能かどうかわかりませんが、例えば女子を男子に優先して入学させるというような作戦まで立てないと、実際女子学生は増えないだろうと思います。女性にフレンドリーなというのはなかなか難しいですが、室蘭工業大学では女子寮なども充実しているようですから、女子にとっての理工系学部選択の中では室蘭工業大学が一番、というくらいの勢いが出てくるといいですね。

そのためには、イメージ戦略も大事ですし、先ほど保護者の話が出ましたが、保護者の関心と信頼を得ることも重要です。女子生徒が大学選択を相談する相手は、先生より母親であるといえます。また、多くの私立大学では、学業を含む学生の生活状況について保護者に報告し、また意見交換を行うため各地で保護者懇談会を開催しますが、それは、保護者（出席者の多くは母親）と大学の信頼関係の構築が目的です。こうした試みが、理系の大学でも実現すれば、女子学生の増加に結びつくのではないのでしょうか。18才人口は減少の一途をたどることがわかっており、女子学生、留学生、社会人の受け入れは、今後の入試戦略のなかで大きな比重を占めることは間違いありません。国立大学・単科の理工系大学の中では、室蘭工業大学が一番女性にフレンドリーだということはどう打ち出せるか、これを考えるとよいと思います。

## 工学に理の要素を融合させる

空閑： 学部の改組を考えています。本学は今まで工業大学の工学部だったわけですが、そこに理の要素を融合させることを考えています。産業界のスピードが速くて、専門知識を学んでも仕組みがすぐ古くなるので、もっとサイエンスのベーシックなところ、数学、物理、化学、生物などに基づいた、基礎的な理学的な部分を強調して、そこに情報学も付け加えた形です。相内先生がおっしゃっていた初年次教育について、本学を含めどの大学でもそうですが、1年生の時の教育が非常に重要で、最初にきちんと学生に教えると、割と順調に卒業までいくのですが、1年目でつまづいてしまうとなかなかうまくいかない。そこで、各学科のエースの先生が1年生の担当にくるような仕組みを作って、初年時教育にぐっと力を入れるような改組の構想を今進めているところです。

相内： その広報に女性の教員が出てくるとよいと思います。広報を読ませていただいているのですが、女性教員として出てらっしゃるのが教授とかのレベルの方ではなくて、助教とか助手の方だったと思うのですが。

空閑： 今はまだ女性の教授、准教授の数は少ないですが、積極的な女性教員が増えていますので、広報の部分でも活躍していただきたいと思います。

相内： 室蘭は鉄の街だというイメージがあるので、どうしても女性と縁が遠いという感じがするわけです。ですから、室蘭工業大学には理系をマスターされ、教育にも研究にも熱心に取り組む女性教員がおられるということが広報されれば、イメージ戦略としてはずいぶん違ってくると思います。

児嶋： 女子高校生のための学校説明会はやられておられるでしょうか？

空閑： 旭川高専で女子学生向けの铸造ものづくり教室を行っています。それは女子学生限定ですね。

児嶋： 私の前職が警察でしたが、やはり男性が多い職場で、その中でも女性警察官を増やすことが大きな課題になっていました。入った後どういう仕事をするのか、女性でやっていけるのかということで躊躇する子がたくさんいて、やはり受験率は少なく、かといって枠を設けるわけにもなかなかいきません。優遇するわけにもいかないので、色々な県の警察が工夫をするのですが、その一つが女性専用の就職説明会で、講師は年齢の近い女性警察官で、私たちはこういう仕事をしているのだ、非常に楽しく生きがいを持って世の中の役に立っているのだということをお母さんの口から女性の高校生、大学生に対して説明をするという取組を始めています。何回もやっているわけではないので効果はまだわかりませんが、よい取組ではないかと思います。同じように協力を得られるのであれば、女子学生に説明してもらうような説明会など、女性だけの説明会を開くというのは、女性の受験生を増やすために効果があるのではないかと思います。

檜森： 会社のリクルートは大体そうですね。入社2、3年目の社員が自分の出身大学に行って説明会をします。

児嶋： それを男性ではなく女性にやってもらうということですね。

檜森： これは間違いなく女子学生が増えると思います。私は北海道科学大学の理事をしています。そこは北海道薬科大学と一緒にしたときに雰囲気が大きく変わりました。男子学生の恰好もきちんとして、それはやはり女性が増えて雰囲気が変わったので、食堂でご飯を食べるようになったようです。そうすると、見学会などで訪れた生徒が、この学校は明るいという印象を受けるようになりました。それから食堂も変わりました。私は理事会のときは食堂で昼食を食べていますが、きれいになって、メニューも

変わりました。今では定員もオーバーして、私学の間では独り勝ちといわれています。

相内： 私はジェンダー論、ジェンダー教育論が専門なのですが、女子中学生、女子高生になると、どうしても女の子っぽいこうと思ってしまう生徒が少なくないのです。大事なことは、小学生からいかに理系の分野に興味を持たせるかということなので、中学生、高校生も大事ですけども、もう少し年齢を下げ、小学生から中学の低学年あたりをねらって継続的にリクルートするという戦略はいかがでしょうか。その時だけというのではなく、時間をかけて徐々に理科の面白さに目覚めさせるということですよ。

檜森： 北海道教育大学附属小学校では、夏休みに女の子向けに金融教育の教室を行っています。医学部でも、工学部でも、経営の感覚がない人がいるので、そういう教育を小学生の頃から例えば女の子だけに教えたりというのは面白いです。私どもの研究所では北海道教育大学と連携して金融教育の教科書も作りました。

## これは絶対室蘭工業大学だというものを 育てていきたい

児嶋： 入試広報戦略についてですが、道外の学生を視野に入れることは大事ではあるのですが、やはり道内の高校生で道外の理系私立大学を目指す子もたくさんいると思うので、そういう学生に対し、道内の理系の立派な大学である室蘭工業大学というのも選択肢の一つとして考えてもらえるような広報も、大事なのではないかと思います。例えば、道内の高校生が東京で下宿して私立大学に通うのと、室蘭で寮に入って室蘭工業大学に通うのと、生活費を含めて、どれだけ親の負担が違うのかという試算をしてみることも有効なのではないかと思いました。

相内： 繰り返しになるかもしれませんが、カテゴリーキラーになるということが大事だと思います。差別化を図り、室蘭工業大学でなければできないことを打ち出していくということです。これまでのお話でいろいろと大学の特徴が出ましたし、そういう分野で成功してらっしゃるということですから、カテゴリーキラーとしての差別化は成功しているのではないかと思います。

それから、先ほど児嶋委員もおっしゃったように、募集エリアを拡大して、「室蘭よいところにかくおいで」みたいなところですね。確かに室蘭は過ごしやすいいし住みやすいし、色々な意味で首都圏に住むより環境的にも経済的にも優位であることは確かです。ここを強調しながら、特色ある専門分野を学ぶことのできる、有数の国立工業大学であることをアピールするのが効果的な広報のように思われます。

先ほど申し上げましたように、留学生の獲得とグローバル化への対応も大事ですが、一方で地域にある大学であることを強調してアピールすることも大事です。加えて、オープンキャンパスなどを活用して、受験生と保護者の大学選択のポイントを探る必要もありますが、オープンキャンパスの後、参加者に対して何かフォローはされていますか？

空閑： オープンキャンパスと、個別学力試験が終わったあとに、アンケートを取っています。

相内： 例えば私立大学の多くは、オープンキャンパスの参加者に連絡先を記載してもらい、次回オープンキャンパスの案内や、卒業生の就職状況、在学生の話などを載せたニューズレターを送るなど、継続的にフォローし、志願動機を高める努力をしています。私立大学はそこまで熱心にやっています。

檜森： 小樽商科大学は単科大学ですが、北海道の経済界において、北海道大学よりも統計上たくさんの優秀な人材を輩出していました。得意な分野についてきちっとみんながわかるように広報することが大切です。例えば、都銀の頭取が連続で小樽商科大学から出ているんですね。国立大学法人化以前は一期と二期で試験が分かれていて、一期の北海道大学に合格しているのに二期の小樽商科大学に入学する人が結構たくさんいました。室蘭工業大学も単科大学なのだけでも、室蘭工業大学が得意な分野、これをやるなら室蘭にかなきゃダメだと思えるもの、または学長が可能性があると考えていることをマーケットにアピールすることにより、それらの分野を学びたいと思っている意欲のある人が集まるようになるのではないのでしょうか。

それはユニークさというか、そういう特異な、あそこに行けばこれができるというものを、室蘭工業大学もお持ちであればそれをブランド化して、もっと経済界や一般の方に積極的にわかってもらうようにする戦略が必要であり、今まで地道にやってきておられるのにそういう部分で足りないところがあるのではないかと思います。

空閑： 本日は長時間にわたり、貴重なご意見をいただきましてありがとうございます。ブランド広報の展開には、本学の特徴となる分野を、トップブランドとして売れるところまで責任もって作り上げていく必要があります。本日ご意見いただいた中でも、すぐ実行できるアイデアもたくさんございましたので、参考にさせていただいて、ぜひ北海道に室蘭工業大学あり、日本に室蘭工業大学があるんだということを見せられるように頑張っていきますので、今後とも色々ご指導いただければと思います。本日はどうもありがとうございました。

## ■■ 対談者紹介 ■■



くが よしかず  
空閑 良壽

東京工業大学修士課程修了後、理化学研究所勤務中に同大にて論文博士号取得、室蘭工業大学の勤務を経て、平成21年に室蘭工業大学副学長、平成23年に同理事・副学長に就任。平成27年度から室蘭工業大学学長。



あいうち まきこ  
相内 眞子 氏

北海道大学大学院法学研究科博士課程単位取得満期退学後、北海道大学、北海道女子大学、北海道浅井学園大学（現北翔大学）の勤務を経て、平成22年に北翔大学長に就任。現在は北翔大学名誉教授。



こじま しゅうへい  
児嶋 秀平 氏

京都大学法学部卒業後、通商産業省入省、外務省在パキスタン日本国大使館、群馬県警察、(独)中小企業基盤整備機構、中小企業庁、内閣官房、警察庁、原子力安全・保安院、内閣府、徳島県警察、(独)石油天然ガス・金属鉱物資源機構等の勤務を経て、平成28年から北海道経済産業局長。



ひもり せいいち  
檜森 聖一 氏

中央大学法学部卒業後、北海道拓殖銀行、北洋銀行の勤務を経て、平成21年に株式会社二十一世紀総合研究所代表取締役社長に就任。現在は同研究所代表取締役会長。