

産学連携学会 関西・中四国支部

第14回研究・事例発表会

< 講演予稿集 >

[と き] 令和4年12月1日(木)
12月2日(金)

[と ころ] 京都リサーチパーク
4号館 ルーム2
(京都市下京区中堂寺南町134)

プロメテウスの火
人類は火とそして知恵を授かり、
しかし未来を知る能力を失った。
代わりに得たのは、希望であった。
今、私たちは破壊と創造の火を燃やす。

主催 産学連携学会 関西・中四国支部

後援 地域活性学会 中国四国支部

神戸大学 産官学連携本部

岡山大学 研究推進機構

島根大学 地域未来協創本部

香川大学 産学連携・知的財産センター

徳島大学 研究支援・産官学連携センター／産業院

京都精華大学

鳥取大学 研究推進機構

山口大学 大学研究推進機構

愛媛大学 社会連携推進機構

高知大学 次世代地域創造センター

産学連携学会 関西・中四国支部
第14回研究・事例発表会

[と き] 令和4年12月1日(木) 13:20~17:00
12月2日(金) 9:15~12:00

[と ころ] 京都リサーチパーク 4号館 ルーム2

【第14回研究・事例発表会 プログラム】

■ 1日目(12月1日 13:20~17:00)

13:20~13:30 開会挨拶, 事務連絡

13:30~15:00 セッション1 (産学連携論ほか)

座長 永富 太一 (香川大学)

-
- M14-1 13:30 地方大学における産学共同研究の実証的研究-21
中国・四国地方の9国立大学法人の外部研究資金に及ぼす大学規模の影響
○北村寿宏¹, 川崎一正², 竹下哲史³, 秋丸國廣⁴
(島根大学¹, 三条市立大学², 長崎大学³, 愛媛大学⁴)
- M14-2 13:45 シンクタンクという産学連携
~学術研究と政策的調査研究の高次統合に向けて~
○澤田 芳郎
(株式会社シー・ディー・アイ)
- M14-3 14:00 地元新聞から見た「産学官連携」認識の現状把握の試み
○岸本 航¹, 内島 典子², ウ アテイ³
(北見工業大学 工学部 電気電子工学科 マネジメント工学コース¹, 北見工業大学 社会連携推進センター², 北見工業大学 工学部 地球環境工学科/地域未来デザイン工学科 地域マネジメント工学コース³)
- M14-4 14:15 大学発ベンチャー創出に影響を与える要因解析
○服部 大輔
(島根大学 地域未来協創本部)
- M14-5 14:30 北海道のバイオ・IT 分野における大学発ベンチャーの特徴抽出
○山崎 遥¹, 内島 典子², ウ アテイ³
(北見工業大学 工学部 地球環境工学科 マネジメント工学コース¹, 北見工業大学 社会連携推進センター², 北見工業大学 工学部 地球環境工学科/地域未来デザイン工学科 地域マネジメント工学コース³)
- M14-6 14:45 大学が事件当事者となっている知財訴訟
○生田 容景
(山口大学 知的財産センター)

-
- M14-7 15:15 高知県四万十町における「多様な農家」の組織化に関する取り組み
○岡村 健志¹, 武田 正人², 横山 光一²
(高知大学¹, 四万十町役場²)
- M14-8 15:30 フィッシュガール®を中心とした産学官連携での愛媛県産魚PR活動
○鈴木 康夫
(愛媛県立宇和島水産高等学校)
- M14-9 15:45 温泉知サロン事始め
○中嶋 克成, 寺田 篤史, 鏡 裕行
(周南公立大学 温泉知研究会)
- M14-10 16:00 米菓へ若者の関心を向けるには
-岩塚製菓バンザイ山椒から見る大学生の消費行動-
○大羽 彩佳
(近畿大学 経営学部 布施匡章ゼミ)
- M14-11 16:15 日本における文化芸術を活用した地域活性化の事例調査
○足立 紗子¹, 内島 典子², ウ アテイ³
(北見工業大学 工学部地域未来デザイン工学科 マネジメント工学コース¹, 北見工業大学 社会連携推進センター², 北見工業大学 工学部 地球環境工学科/地域未来デザイン工学科 地域マネジメント工学コース³)
- M14-12 16:30 「産学連携」と「地域連携」の体系的な相違と今後の展開の一考察
○吉用 武史
(高知大学 次世代地域創造センター)

◆本発表会での各発表の持ち時間

発表時間 12分, 質疑応答 3分, 計 15分

【情報交換会】

[と き] 令和4年12月1日(木) 17:15～19:00

[と ころ] 京都リサーチパーク内 GOCONC

■ 2日目 (12月2日 9:15~12:00)

9:15~10:30 セッション3 (オープンイノベーションほか)

座長 秋丸 国広 (愛媛大学)

-
- M14-13 9:15 企業のオープンイノベーション活動におけるオープンイノベーション室の役割と資質
○樋口 裕思
(北陸先端科学技術大学院大学 産学官連携客員教授)
- M14-14 9:30 岡山大学での医療系オープンイノベーション活動
○仙石 喜也, 森田 滋, 森田 洪爾, 伊東 孝, 内田 大輔, 岡 久雄, 福田 雅史, 伊永 俊雄, 櫻井 淳
(岡山大学病院 新医療研究開発センター)
- M14-15 9:45 人文系分野における教育系産学連携活動
~京都リサーチパーク株式会社と京都精華大学の連携事例~
○南 了太, 服部 静枝
(京都精華大学)
- M14-16 10:00 “心理的安全性”で加速する「おかやま DX コア」
○船倉 隆央, 松島 和季, 前原 有也美, 田淵 美奈, 吉葉 弘子, 宮崎 悟
(岡山大学)
- M14-17 10:15 “心理的安全性”の確保からみる産学連携組織改革
○船倉 隆央, 松島 和季, 前原 有也美, 田淵 美奈, 吉葉 弘子, 宮崎 悟
(岡山大学)

10:45~11:45 セッション4 (教育における産学連携ほか)

座長 生田 容景 (山口大学)

-
- M14-18 10:45 京都精華大学 PBL 教育プログラムの効果に関する実証研究
社会人基礎力、大学生活充実感を中心に
○夏 世明, 南 了太, 中井 咲貴子
(京都精華大学)
- M14-19 11:00 「地方農家を中心にした地域活性化~短期大学の PBL によるブランディング~」
○佐藤 由美子¹, 橋本 太郎²
(中国短期大学¹, 地域活性化研究所²)
- M14-20 11:15 関西の産学と北海道の産学を結ぶ
ソーシャルビジネスのオンライン研究会事例報告
- 地域活性化とリーダーシップ育成の観点から
○福重 八恵
(阪南大学)
- M14-21 11:30 マンガ・デザイン系分野における教育系産学連携活動
- 京都信用金庫・セメントプロデュースデザインと京都精華大学の連携事例 -
○南 了太, 米本 昌史, 中井 咲貴子
(京都精華大学)

地方大学における産学共同研究の実証的研究-21

中国・四国地方の9国立大学法人の外部研究資金に及ぼす大学規模の影響

○北村寿宏（島根大）、川崎一正（三条市立大）、竹下哲史（長崎大）、秋丸國廣（愛媛大）

1. はじめに

前報¹⁾では、中国・四国地方の9つの国立大学法人（広島、山口、島根、鳥取、岡山、香川、徳島、高知、愛媛の各大学）を対象に、科研費、受託研究、共同研究の受入件数、金額の推移やその関係性について調査を行い、受託研究や共同研究の受入の促進に及ぼす基礎研究の重要性について報告した。これまでに山口²⁾や北村³⁾らは、大学の教員数と寄付金や共同研究の件数や受入額との間に相関関係が認められることを報告しており、大学の教員数が外部研究資金の獲得に影響していることが示唆されている。今回は、前報¹⁾の情報を基に、科研費、受託研究、共同研究の受入件数や受入額に及ぼす大学の教員数（規模）の影響について検討した結果を報告する。

2. 分析の手順と方法

外部研究資金としては、科研費（学術研究助成基金助成金、科学研究費補助金）、受託研究、および、共同研究とした。調査した期間は、2015（平成27）～2019（令和1）年度の5年間とし、それぞれの外部研究資金の受入件数および受入額^{4,5)}を調査した。また、大学の規模の指標としては教員数⁶⁾を用いた。それぞれの大学の教員数と、教員一人当たりの件数や受入額、一件当たりの受入額との関係について調査し、外部研究資金に及ぼす大学規模の影響を検討した。

3. 結果および考察

（1）科研費、受託研究、共同研究の調査結果について

科研費、受託研究、共同研究それぞれについて、調査した5年間の平均の各大学の教員一人当たりの件数と受入額、および、一件当たりの受入額について教員数との関係を調査した。

a) 科研費について：科研費について検討した結果として、各大学の教員一人当たり、および、一件当たりの配分額と教員数の関係を図1、2に示した。図からは、教員数が多い大学ほど、科研費の教員一人、および、一件当たりの配分額は、多くなる傾向がうかがえる。

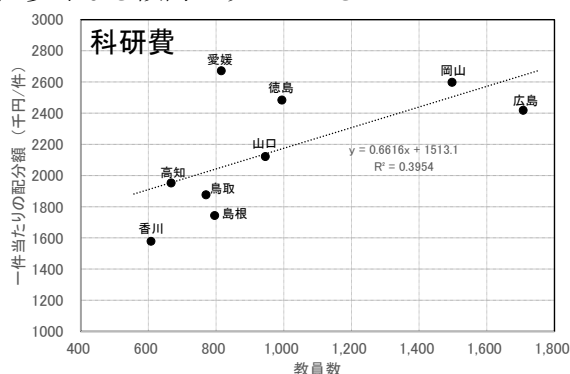
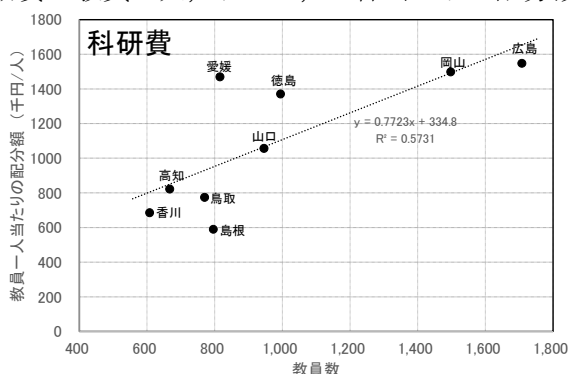


図1 教員数と教員一人当たりの配分額の関係 図2 教員数と一件当たりの配分額の関係

b) 受託研究について：受託研究について検討した結果として、各大学の教員一人当たり、および、一件当たりの受入額と教員数の関係を図3、4に示した。図からは、教員数が多い大学ほど受託研究の教員一人、および、一件当たりの受入額は、多くなる傾向がうかがえる。

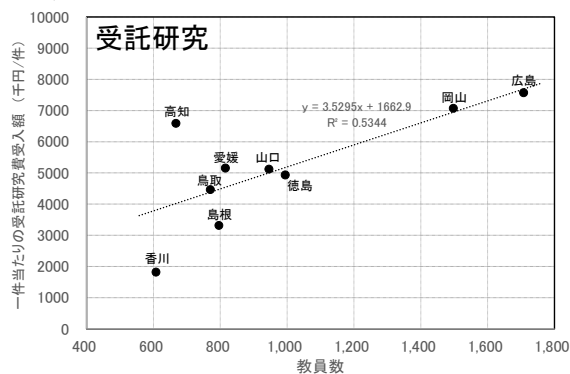
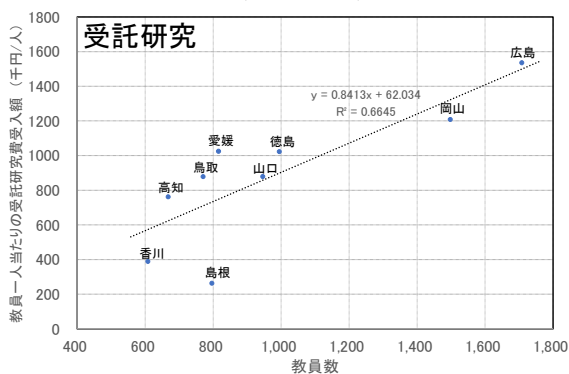


図3 教員数と教員一人当たりの受入額の関係 図4 教員数と一件当たりの受入額の関係

c) **共同研究について**：共同研究について検討した結果として、各大学の教員一人当たり、および、一件当たりの受入額と教員数の関係を図5、6に示した。図からは、共同研究の教員一人、および、一件当たりの両方の受入額は、教員数と緩やかな相関関係があることがうかがえる。

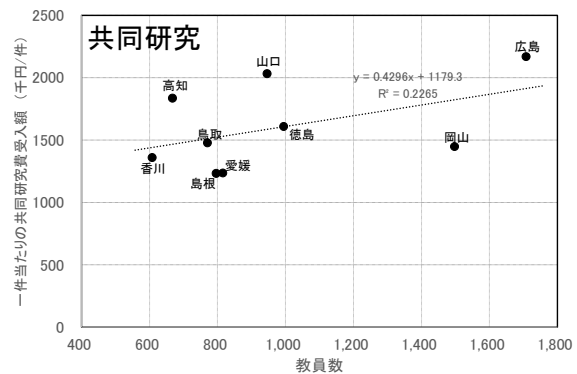
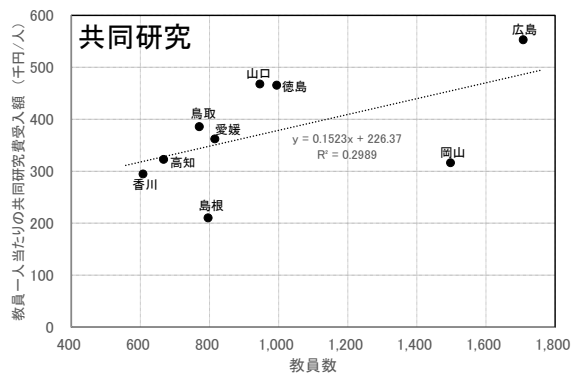


図5 教員数と教員一人当たりの受入額の関係 図6 教員数と一件当たりの受入額の関係

(2) 教員数と各指標との相関関係について

科研費、受託研究、共同研究について、調査した5年間の平均の各大学の教員一人当たりの件数、一人当たりの受入額、一件当たりの受入額について、教員数との相関関係を検討し、その結果を表1にまとめた。有意確率p値の有意水準0.05とすると、科研費の教員一人当たりの件数、教員一人当たり受入額(配分額)、および、受託研究の教員一人当たりの受入額、一件当たりの受入額は、それぞれ教員数と正の相関関係にあり、統計的に有意であると判断される。また、統計的には有意とは言えないが、科研費の一件当たりの受入額(配分額)や共同研究の教員一人当たりの受入額、一件当たりの受入額は、教員数と緩やかな正の相関関係があるようにみえる。すなわち、この結果は、教員数が多く規模が大きな大学ほど、教員一人当たりの受入額や一件当たりの受入額が大きくなる傾向がみられることを示している。これは、教員数が多い大学では、研究領域が多様になる、教員の研究グループを作りやすい、研究に関与できる学生が多くなる、研究設備が整っているなど、大規模な研究を行いやすい条件が良くなり、金額の大きな外部研究資金を導入しやすくなっていることを示唆していると考えられる。

表1 各指標の間の相関係数(r)と有意確率p値

	教員一人当たり件数		教員一人当たり受入額		一件当たり受入額	
	相関係数(r)	有意確率p値	相関係数(r)	有意確率p値	相関係数(r)	有意確率p値
科研費	0.795	0.011	0.757	0.018	0.629	0.070
受託研究	0.229	0.554	0.815	0.007	0.731	0.025
共同研究	0.216	0.575	0.547	0.128	0.476	0.195

4. まとめ

中国・四国地方の9つの国立大学法人について、科研費、受託研究、共同研究の件数や受入額と教員数の関係について検討を行った。その結果、教員数が多く規模の大きな大学ほど、科研の採択件数や配分額が多くなる、また、受託研究の研究費受入額が多くなる傾向が見られる。今後、外部研究資金における様々な要因を明らかにするためには、詳細な検討が必要である。

【引用文献】

- 1) 北村寿宏, 川崎一正, 竹下哲史, 秋丸國廣: 地方大学における産学共同研究の実証的研究-20 中国・四国地方の9国立大学法人における外部資金の受入状況の比較, 産学連携学会 第20回大会講演予稿集, 0623B1445-1, 2022.
- 2) 山口佳和: 法人化を含む期間における国立大学の外部資金受入の動向分析, 産学連携学, 6(2), 44-55, 2010.
- 3) 北村寿宏, 藤原貴典, 川崎一正, 竹下哲史: 国立大学法人における共同研究一件当たりの研究費受入額の分析, 産学連携学, 11(2), 62-69, 2015.
- 4) 文部科学省ホームページ 産学官連携の実績, https://www.mext.go.jp/a_menu/shinkou/sangaku/sangakub.htm
- 5) 文部科学省ホームページ 科学研究費補助金 配分結果, https://www.mext.go.jp/a_menu/shinkou/hojyo/1296236.htm
- 6) 大学改革支援・学位授与機構「大学基本情報」, <https://portal.niad.ac.jp/ptrt/table.html>

【謝辞】本研究の一部は、科学研究費補助金(基盤研究C 課題番号21K01878)の交付を受けて行われた。

(連絡先: 北村寿宏 島根大学地域未来協創本部産学連携部門 crcenter@ipc.shimane-u.ac.jp tel: 0852-60-2290)

シンクタンクという産学連携～学術研究と政策的調査研究の高次統合に向けて～

澤田芳郎（株式会社シー・ディー・アイ）

1. シンクタンクとは

「シンクタンク」は1970年前後にアメリカから導入された概念で、例えば「諸分野に関する政策立案・政策提言を主に行なう研究機関」（Wikipedia）とされる。国立国語研究所による「『外来語』言い換え提案」（2006年3月最終更新）もこれを「政策研究機関」とし、ただし「政策に直接かかわらない調査研究を行う機関の場合は、単に『調査研究機関』などと言い換えることもできる」と追記する。

梅棹忠夫氏、加藤秀俊氏、小松左京氏ら大阪万博のブレーンを務めた知識人が発起人になり、万博直後に京都に誕生した株式会社シー・ディー・アイ（京都市中京区、疋田正博代表取締役）も、初期のシンクタンクの1つである。専門は文化とその関連分野で、①「文化」「生活」「地域開発」「コミュニケーション」に関する調査研究、②文化施設の構想・計画・設計、③シンポジウム・出版・映像の企画・制作等を国や自治体、公的機関、大学、企業等から受託し、現在は8名の研究員（総務スタッフを含むと10名）が勤務して、株仲間（株主）ほかの学識経験者や非常勤研究員らとともに活動している。

アメリカとの社会制度の相違から、日本のシンクタンクはインディペンデントな政策提言が難しい。そこに生まれた多様性を反映するのが国立国語研究所の定義であるが、かかる日本型シンクタンクがいかなる意味において産学連携であるかを本発表で明らかにしたい。

2. シンクタンクの手法と調査研究例

シンクタンクの調査研究手法は社会科学系の学術研究と大差ない。問題意識をクライアントと共有することを前提に、①ジャーナリズムの記事や論文・著書の内容分析、②有識者、当事者へのヒアリング調査、③アンケート調査やデータの多変量解析、④WEB調査（制度、機関の概要や数値データを収集、整理する）などである。⑤専門家に相談したり、必要に応じて委員会を運営することもある。完了時には報告書（電子媒体を含む）を納める。「手段のために目的を選ばない研究職人」とも言えるが、クライアントも解を出せているとは限らず、ディスカッションを通して新しい観点、論点が生まれることもある。そして論理であれ知識であれ、未踏の政策・施策領域に学術知を適用しうることが少なくない。ただし導出・検証すべきは理論ではなく政策や施策であり、ゆえに演繹より帰納や総合に方法論的重点がある。

官庁案件の採否は入札額と企画提案書の総合評価が一般的で、社としての実績が評価対象に含まれるが、個人の経歴もアピールできる。発表者はこの3年8か月間に7つの案件を担当し（官庁4、大学2、企業1）、うち報告書を制作したものが5件、うち一般公開されているものが3件である。下記はいずれも発表者が担当した文部科学省高等教育局の委託案件で、「先導的大学改革推進委託事業」ページに全文掲載されている。

就職・採用活動に関連して実施されているインターンシップの現状に関する調査研究 [2019年度]

【概要】大学生等が在学中に就業体験を持つ「インターンシップ」が推進されている。その現状と課題を明らかにするため、①文献調査、②大学ヒアリング（国立3、公立1、私立2）、③大学アンケート（回収105票）、④学生アンケート（回収1196票）を実施した（図1）。

【結論】①就職先企業規模は大学の「ランク」で強く規定されているが、インターンシップの効果はこれに匹敵する（パス解析）。②業務系の体験はインターンシップの満足度と関連が深い、就職先企業規模にはほとんど影響しない。影響するのは発表系の体験である。③例外的な大学を除いて、卒業年次の学部学生100～200名に1名程度の就職担当職員が置かれている。④大学は人員配置、学内制度化、学生との機動的コミュニケーションに注力しているが、職員の負担は大きく、受入れ企業の開拓にも課題がある。⑤採用活動は企業にとっての組織開発であり、産と学が切り離されているゆえに必要な「産学連携」があらためて深化する兆しをインターンシップが示していると、ある専門家は述べている。

【提言】インターンシップの意義は多くの面で確認されたが、EBPMベースの確認には自己選択（self selection）を回避するためのパネル調査も必要である。大学生が力量涵養もそこそこに表層的な就職活動を余儀なくされるのはマイクロ合理ーマクロ不合理のパラドックス状態である。就職活動早期化の影響が懸念される状況下に、政府が就職制度に関する広範な議論のイニシアチブを取ることが期待される（206ページ）。

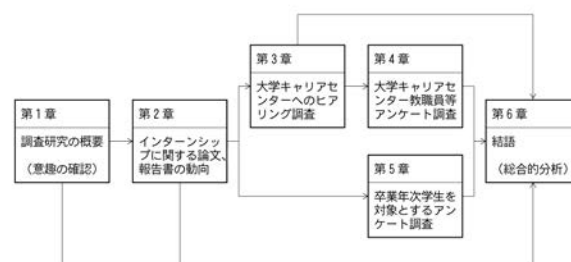


図1. 調査研究のタスク構造

大学における分野融合教育（医工連携教育）に関する調査研究〔2020年度〕

【概要】大学の分野融合教育に関し、N I A D「大学基本情報」データを用い、国立大学の全学科を名称で「文系」「文系融合」「文理融合」「理系融合」「理系」に分類して、卒業後の進路状況をデータの両端である2012年度と2019年度と比較した。医工連携教育については全国45大学のWEBから専門科目、担当教員と研究テーマを抽出し、全体的傾向をふまえて代表的な4大学でヒアリングを実施した。有力研究者や大企業、ベンチャー企業の意見に基づいて課題を整理した。

【結論】①文理融合学科の卒業生が全卒業生に占める割合は3～4%で、技術者就職への影響は大きくない。②2012年度から2019年度にかけて理系融合学科、理系学科とも技術者就職は減少していない（図2）。③医工学を修めて企業に就職する者は例年、学士500名、修士1000名に及ぶが、企業が問うのはその質である。④医工学が「人間以上のもの」を目指すべきかどうか研究者の間で議論されている。

【提言】医学の発展に工学が必要という認識は両分野の研究者に一般化しているが、それには人命を救うという共通目標の存在が大きい。分野融合は大学教育の教養回帰や新学問創出を通して進行しうが、その成否は関係者の努力と国民の評価次第である（176ページ）。

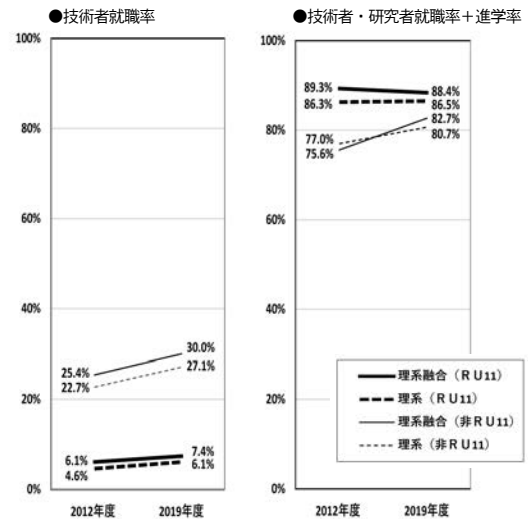


図2. 理系融合学科、理系学科卒業生の技術者就職率

3. シンクタンク業界の環境変化と対応の方向性

この50年余にシンクタンク業界の環境は大きく変化した。発表者は2019年4月、大学勤務を終えて30年11か月ぶりに業界に戻ったが、①クライアントにノウハウが移転したうえ、②入札制の導入と1件あたりの予算縮小で業務上の余裕が乏しくなっていた。また、③官僚と事業者の意見交換がないまま仕様書が作成され、それに対して企画提案書を送り込むという一往復では、双方誤解したままのスタートになりやすい。以上の結果、④成果が小粒化し、それが予算額にフィードバックするダウンスパイラルが生じた。そして、⑤大学が社会課題解決へのコミットを躊躇しなくなり、国がリソースを大学に直接投じる傾向も出てきた。

以上の背景としては、日本のシンクタンクが寄付等によって自立的な財政基盤を確立することができず、受託者の立場を脱却できなかったことが大きい。しかし、現代社会における「知」のあり方を問い直すなら、ビジネスとしての再構築はありうる。社内で提起されている方向性は次のとおりで、業界他社がコンサルティングファーム寄りに事業転換することが多いのと軌を一にするが、当社の独自性も現れている。それはあくまで調査研究に重点を置きつつ、学術研究との高次統合を通して知の社会的意義を訴求することである。

I. コンサルティングの強化

- 社会情勢、市場、技術、政策動向のアクチュアルな調査
- クライアントとの問題意識の共有を通じたコンサルティング、戦略立案
- 総合的、一貫的なマーケティングリサーチ
- 「SFプロトタイプング」手法の適用

II. 広報コンテンツ作成等

- WEB記事作成、パンフレット制作
- YouTube映像制作（撮影・編集、特に研究者インタビュー）
- インフルエンサーマーケティング（協力企業と共同）
- 研究広報（広報誌、プレスリリース）、プロジェクト事務局機能の受託

III. ソーシャルイノベーション支援、大学支援

- 社会事業、地方創生の推進やそれに伴うベンチャー企業支援
- 「シンクタンクとしての大学」の業務代行、プロセスマネジメント
- 産学連携コーディネート、コンサルティング
- 競争的資金コーチング、研究過程の一部代行

4. シンクタンクはそれ自体が産学連携である

産学連携の「学」は本質的には学術知を意味する。ここで「産」を広義に捉えると、シンクタンクの存在自体が産学連携の一形態となる。IT化の進行、AIやSNSの普及を通して「知」全体が、そしてその一部たる「学術知」が、より引き出しやすい形で社会に埋め込まれるようになっている。調査研究のDX化も想定すれば、シンクタンクが活動の幅を広げる余地は小さくないだろう。

sawada@cdij.org

地元新聞から見た「産学官連携」認識の現状把握の試み

○岸本 航（北見工業大学 工学部 電気電子工学科 マネジメント工学コース）

内島 典子（北見工業大学 社会連携推進センター）

ウ アテイ（北見工業大学 工学部 地球環境工学科/地域未来デザイン工学科 地域マネジメント工学コース）

1. はじめに

内閣府は科学技術創造立国を目指すべく1995年「科学技術基本法」¹⁾の施行、1996年には「科学技術基本計画」²⁾を策定した。これに沿って科学技術政策が推進され、産学官連携活動が重要視されるようになった。2016年には文部科学省・経済産業省による「産学官連携による共同研究強化のためのガイドライン」³⁾が策定された。これまで以上の産学官連携のより強化・推進への動きも出てきている。科学技術振興に向けた産学官の連携・交流を強化・拡大するためには、産・学・官の各々だけでなく、多くの人に「産学官連携」が認識・浸透していることが重要であると考えられる。産学官連携の認識が確実にすることで、産学官連携活動が活発となり、日本の発展向上に繋がると考える。そこで本研究では、メディアの発信量を認識の広がりとして定義し、メディアを通じた情報発信量から「産学官連携」の認識の広がりの視覚化を試みた。

2. 研究方法

メディアとしての高い信頼度⁴⁾、北海道における購読率の高さ⁵⁾より、北海道新聞の記事を対象とした。科学技術基本計画は1期5年間である。科学技術基本計画の第1期から第5期までの25年間の計画本文から、産学官連携に関する記事を抽出するための検索キーワードを設定した。検索キーワードは「産学」、「産学官」、「産学連携」、「産学官連携」、「産学 and 連携」、「産学官 and 連携」の6つとした。記事の調査期間は、科学技術基本計画策定以前の1991～1995年(以下、策定以前)、科学技術基本計画第1期1996～2000年(以下、第1期)、科学技術基本計画第5期2016～2020年(以下、第5期)の3期間を対象とした。北海道新聞データベース⁶⁾から産学官連携に関する記事を抽出した。

3. 結果・考察

産学官連携に関する記事数は、策定以前378件、第1期1045件、第5期638件であった。科学技術基本計画が策定された1996年以降の5年間は、記事数の大幅な増加が見られた。北海道内には179自治体を地域として区分する14の総合振興局・振興局(石狩、空知、後志、胆振、日高、十勝、釧路、根室、オホーツク、渡島、檜山、上川、宗谷、留萌)がある。図は、第5期の産学官連携関連記事638件における14地域別割合を示す。石狩、胆振、オホーツク、十勝の4地域は産学官連携に関する記事割合が15%以上で、石狩40%、胆振24%、オホーツク19%、十勝15%であった。石狩では、産学官連携に関する記事の割合は策定以前からほぼ同程度であった。胆振では、策定以前の34%から第1期では15%までに減少したが、第5期で再び増加した。オホーツクでは、策定以前の14%から第1期で21%まで増加した。十勝では、策定以前の12%から緩やかな増加傾向が見られた。以上のことから「産学官連携」の認識が広がりつつあると考えられる。また、産学官連携に関する記事の割合が高い4地域には、国立大学や高等専門学校が存在している。このことから、産学官連携の認識の広がりには学術機関の存在も関係があることが示唆された。

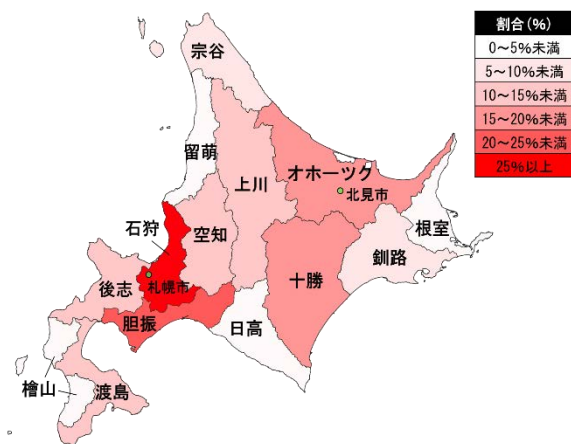


図.14 総合振興局・振興局別産学官連携関連記事の割合 (第5期:638記事)

参考文献

- 1)内閣府、「科学技術基本法」, 1995. 11. 15.
- 2)内閣府、「科学技術基本計画」, 1996. 7.
- 3)文部科学省, 経済産業省, 「産学官連携による共同研究強化のためのガイドライン」, イノベーション促進産学官対話会議, 2016. 11. 30.
- 4)総務省, 令和3年版情報通信白書, pp218-219, 2021. 7.
- 5)北海道新聞社, 北海道新聞媒体資料2021, 2021. 2.
- 6)北海道新聞社, 北海道新聞データベース「どうしんDB」, <https://www.aurora-net.or.jp/services/DB/index.html> (最終閲覧日:2022年11月3日)

大学発ベンチャー創出に影響を与える要因解析

服部 大輔（島根大学 地域未来協創本部）

1. はじめに

大学における研究シーズを活用したベンチャー創出への取り組みは、近年、盛んになっており、2015年に全国で約1,800社あった大学発ベンチャーが、2020年には約2,900社と、5年間で1,100社増えている¹⁾。また、国は、第6期科学技術・イノベーション基本計画において、スタートアップ・エコシステムの形成により、大学などの研究開発成果がスタートアップや事業会社などとのオープンイノベーションを通して新たな付加価値を継続的に創出し、スタートアップの拡大を目指すとしている²⁾。本研究では、このような状況下で各大学のベンチャー数と様々な要因の関係性を解析し、どのような要因が大学発ベンチャー創出に影響を与えているのか明らかにすることを目的とした。

2. 方法

2020年度に大学発ベンチャー1社以上が存在する126校の大学³⁾を解析対象とした。大学発ベンチャー数に対して、それぞれの大学の2020年度の共同研究額、受託研究額、発明者数、発明届出件数、特許出願件数、科研費、教員数、URA数³⁾が与える影響について重回帰分析を用いて解析した。大学発ベンチャー数を従属変数に、それ以外の因子を独立変数とした。多重共線性の影響を考慮して各独立変数のVIFが5以下となるように調整した。具体的には、独立変数間の相関係数が0.9以上となる因子のペアについては、そのどちらかを解析から除外した。その結果、共同研究額、発明者数、発明届出件数、特許出願件数が解析から除外された。重回帰分析の手法は、強制投入法を用いた。統計解析には、IBM SPSS Statisticsバージョン28を使用した。

3. 結果

重回帰により得られたモデルの調整済み R^2 は、0.855であった。また、実際の大学発ベンチャー数と重回帰式より得られた予測値の相関関係を調べたところ、相関係数は0.925 ($p < 0.001$)と高く(図)、精度の高い線形回帰式が得られた。独立変数ごとの標準化係数と有意確率を表に示した。科研費の標準化係数は、0.734と最も高く有意確率も0.001以下であった。URA数の標準化係数が0.206、有意確率が0.001以下、受託研究額の標準化係数が0.153、有意確率が0.01以下であった。教員数については大学発ベンチャー数と有意な関係は認められなかった。

4. 考察

科研費が最も大学発ベンチャー創出に影響を与える因子であった。科研費は、共同研究額、発明者数、発明届出件数、特許出願数とも相関係数0.9以上の強い正の相関を示しており、科研費を獲得することにより研究が推進され、それが発明の増加や共同研究の実施などに結びつき、結果として大学発ベンチャーの増加にもつながっていくと考えられた。また、URA数も大学発ベンチャー創出に影響を与えていることが示唆された。起業経験の無い教員が、研究シーズをもとに大学発ベンチャーを立ち上げていくためには、様々な壁が存在しており大学側のフォローが必要不可欠である。そのようなフォローをURAが中心となって担っているものと推察された。大学の教員数は、ベンチャー数に影響を与えておらず、科研費やURA数の方が、影響力のある因子であることが分かった。科研費の獲得額に関わらず、ベンチャー数が極端に多い大学や少ない大学が存在しており、今後は個別の解析も必要である。

【参考文献】

- 1) 令和2年度産業技術調査事業「研究開発型ベンチャー企業と事業会社の連携加速及び大学発ベンチャーの実態に関する調査」大学発ベンチャー調査報告書、株式会社野村総合研究所、2021年
- 2) 第6期科学技術・イノベーション基本計画、内閣府、2021年
- 3) 大学ファクトブック2022、経済産業省、2022年

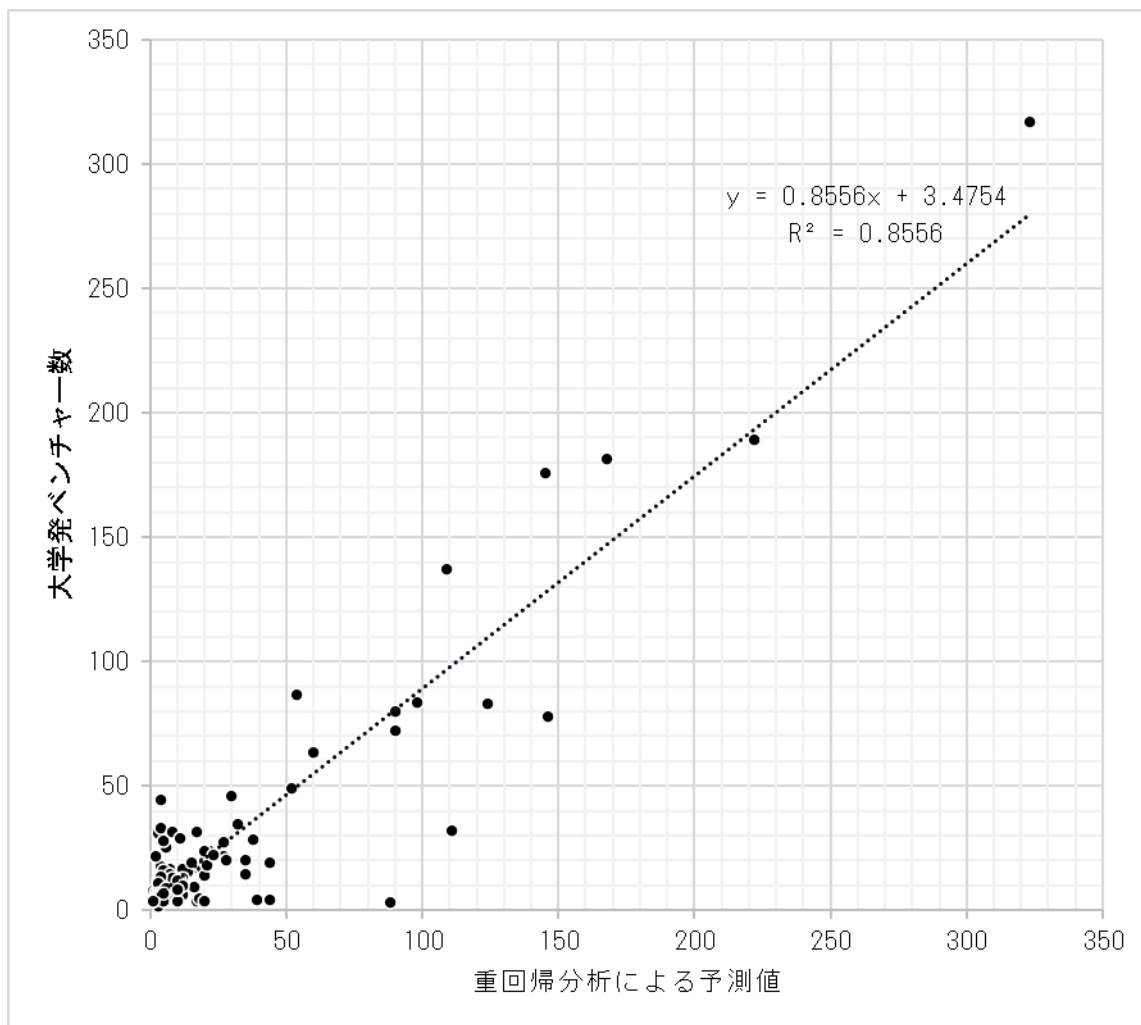


図. 実際の大学発ベンチャー数と重回帰式により予測された値の関係

表. 重回帰分析より得られた標準化係数およびその有意確率

	(独立変数)			
	受託研究額	科研費	教員数	URA 数
(従属変数) 大学発ベンチャー数	0.153**	0.734***	-0.101	0.206***

*** $p < 0.001$ 以下、** $p < 0.01$ 以下

北海道のバイオ・IT分野における大学発ベンチャーの特徴抽出

○山崎 遥 (北見工業大学 工学部 地球環境工学科 地域マネジメント工学コース)

内島 典子 (北見工業大学 社会連携推進センター)

ウ アテイ (北見工業大学 工学部 地球環境工学科/地域未来デザイン工学科 地域マネジメント工学コース)

1. はじめに

日本の大学発ベンチャー数は、経済産業省が2001年に推進した大学発ベンチャー1000社計画¹⁾(当時、通商産業省)をはじめとする政策や各大学の取り組みにより全国的に増加している。しかし、北海道の大学発ベンチャーの増加率は全国と比較して緩やかである。大学発ベンチャーは地方圏における高度人材の雇用や新しい産業集積の核として地域経済への貢献が期待されている²⁾。また、大学発ベンチャーの活動は、その周辺地域や関連産業にプラスの経済効果をもたらし、大学発ベンチャーの創出促進によって大学周辺の地域イノベーションと経済振興を実現すると述べられている³⁾。北海道においても、地域経済の活性化に向けた大学発ベンチャーへの期待は大きい。そこで本研究では、北海道の地域経済産業活性化へと繋がる大学発ベンチャー数拡大に向け、北海道の大学発ベンチャーの現状を明らかにした。

2. 研究方法

経済産業省大学発ベンチャーの実態等に関する調査では、2021年度の全国の大学発ベンチャーは3306社、北海道の大学発ベンチャーは83社であった⁴⁾。本研究では、北海道の大学発ベンチャー83社のうち、「経済産業省大学発ベンチャーデータベース」⁵⁾に登録されている企業28社と、さらに北海道の国公立大学13校(旭川医科大学、帯広畜産大学、北見工業大学、千歳科学技術大学、はこだて未来大学、北海道大学、室蘭工業大学、小樽商科大学、名寄市立大学、釧路公立大学、札幌医科大学、札幌市立大学、北海道教育大学)がホームページ上で公開している大学発ベンチャー25社の計53社を対象とした。大学発ベンチャーの所在地域および設立年分布、提携大学、事業内容、種別(研究成果型ベンチャー・技術移転ベンチャー・共同研究ベンチャー・学生ベンチャー・関連ベンチャー)、について情報を収集・整理した。

3. 結果および考察

北海道の大学発ベンチャー53社のうち、バイオ分野が25社、IT分野が15社であり、全体の75%を占めた。全国において、大学発ベンチャーのバイオ分野の業種が全体の23%であるのに対し、北海道では、約2倍の47%を占めていた。また、大学発ベンチャーの設立年分布では、IT分野は2017年以降設立されていなかったが、バイオ分野においては、2015年以降毎年新たな大学発ベンチャーが設立されていることが示された。提携大学別では、バイオ・IT分野ともに北海道大学(札幌市)が最も企業数が多く31社、続いて北見工業大学(北見市)4社、はこだて未来大学(函館市)2社の順となった。企業所在地域別に見ると、IT分野の企業全てが札幌市のほか、北海道の人口十万人以上の大都市から東京都を含めた大都市に集中していた。一方、バイオ分野の企業では、大学発ベンチャーは広域に分布しており、札幌市や東京都のほか、人口十万人以下となる北海道夕張市や上川郡上川町に分布していることが示された(図)。夕張市は夕張栗栗山町のみで栽培される玉ねぎの品種「さらさらレッド」、函館市は函館東海岸に生育している「がごめ昆布」を資源にした研究成果型大学発バイオベンチャーであった。このことから、北海道の独自性が高く豊かな植生がバイオ分野の大学発ベンチャーの創出に繋がり、北海道のバイオ産業の発展に貢献しているのではないかと考えられた。

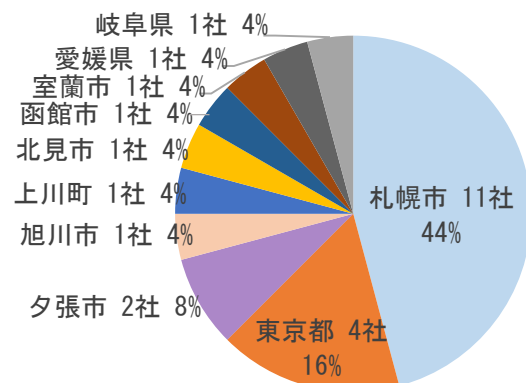


図. 北海道のバイオ分野における大学発ベンチャー所在地域別分布 (企業数25社)

【参考文献】

- 1) 経済産業省, 大学発ベンチャー1000社計画「平沼議員提出資料」2001.5.31, https://www.meti.go.jp/policy/innovation_corp/start-ups/senshaplan.pdf
- 2) 須田孝徳, 「地域における大学発ベンチャーの役割」, 日本経営診断学会論集 9 (0), 109-114, 2010 日本経営診断学会
- 3) 笹森有徳, 「大学発ベンチャー企業の成功要因に関する研究動向-2000年代以降の議論を中心に-」, 東京大学大学院教育学研究科紀要, 第61巻, p668, 2021.
- 4) 経済産業省, 「令和3年度経済産業省大学発ベンチャーの実態等に関する調査」, 2022.5, https://www.meti.go.jp/policy/innovation_corp/start-ups/reiwa3_vc_cyouasakekka_houkokusyo.pdf
- 5) 経済産業省, 「大学発ベンチャーデータベース」, 2022.5.17, https://www.meti.go.jp/policy/innovation_corp/univ-startupsdb.html

==== ===== ===== ===== メモ欄 ===== ===== ===== ===== =====

大学が事件当事者となっている知財訴訟

○生田 容景（山口大学 知的財産センター）

1. はじめに

大学が知財活動に取り組む目的は社会貢献と知財教育(2002年の知的財産立国政策以降)。大学は教育・研究機関であり、原則、知的財産を業として実施(製造販売等)する機関ではない(私立大学等を除く)。

大学(特に国・公立大学法人)にとって知財訴訟は、積極的に活用する手段ではなく、回避したいリスクではないだろうか(活用“手段” < 回避“リスク”)。

知的財産に関する訴訟は、毎年250件程度ある(例えばR3新受件数は、審決取消訴訟165件、民事事件103件)¹⁾。それらの中には大学が事件当事者となっている知財訴訟はどのようなものが、どのくらいあるのか。特に、国・公立大学法人が原告となっている知財訴訟はあるのか。本発表ではこれらについての調査・分析した結果を報告する。

2. 調査概要

裁判例検索(https://www.courts.go.jp/app/hanrei_jp/search1)を用いて調査を行った。

検索対象：知的財産裁判例集

検索キーワード：大学

検索日2022年10月5日時点で978件ヒットがあった。

この中から、原告(控訴人)又は被告(被控訴人)に「大学」(国立大学法人、公立大学法人、国立大学法人化前の「国」,等)又は「学校法人」が含まれているもの42件を抽出した。

そして、42件の中には同一案件の控訴審の原審が6件含まれており、重複の観点からそれらを除いた36件を分析対象とすることとした。

3. 結果

事件の受理年が最も古いのは平成12年、最も新しいのは令和2年であった。年別受理件数は平均2件程度であった。

事件種別では、審決取消訴訟が最も多く17件、次いで差止請求7件、損害賠償請求5件、確認請求4件、その他3件であった(図1)。

審決取消請求を除く差止請求等の民事事件だけを取り上げると、学校法人が事件当事者となっているのは8件、国・公立大学法人が事件当事者となっているのは11件であった。

そして、国・公立大学法人が事件当事者となっている事件のうち、被告案件は9件、原告案件は2件あった。

国・公立大学法人の原告案件の一つは不正競争行為差止請求事件(大学名称に関して)、もう一つは先願たる地位の不存在確認等請求事件(共同研究成果の発明者認定等について)であった。

4. さいごに

国・公立大学法人の原告案件2件は、どちらも事件概要からは積極的な活用“手段”というよりは、やむを得なく提起したものと考えられる。回避したい“リスク”の観点からは、被告案件を含め引き続き精査・検討する。

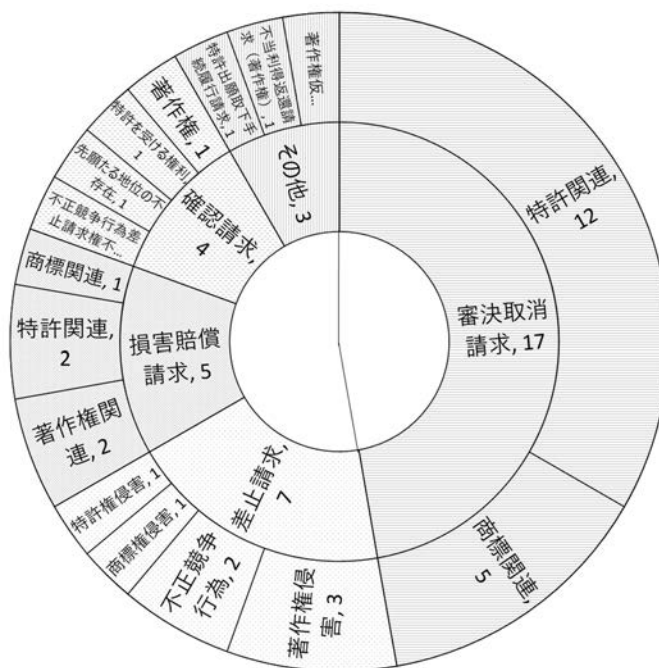


図1 事件種別件数

1) 知的財産高等裁判所 HP (<https://www.ip.courts.go.jp/documents/statistics/index.html>, 2022年10月26日アクセス)

==== = = = = = = = = = = メモ欄 = = = = = = = = = =

高知県四万十町における「多様な農家」の組織化に関する取り組み

○岡村健志（高知大学）・武田正人（四万十町役場）・横山光一（四万十町役場）

1. はじめに

本稿では、「多様な農家」が参画する四万十町農業者ネットワークの取り組みとともに、大学との関わりについて紹介する。

四万十町は高知県西部の四万十川中流域にあり、高知市から西に約 70km、車で約 1 時間離れて場所にある。人口は 15,607 人（2020 年国勢調査）で高齢化率が 45%である。農業が盛んな地域で、経営耕地面積は 1,740ha、農業経営体数 1,194（2020 年農林業センサス）といずれも高知県内で 1 位、2 位争う。主要な農産物は米、ショウガ、ニラ、豚などで、ショウガの生産量は日本一である。こうした農産物は、農業協同組合による系統出荷のほか、民間企業や農事組合法人らによって栽培、販売されているほか、有機農産物なども盛んで、四万十町では多様な農業が展開されている。一方で、過疎化に伴い、農業の担い手や耕作放棄地の拡大といった問題が顕在化し、農業の持続性が危ぶまれる状況にもある。

このような状況において、四万十町では、多様な農業者が参画する任意団体「四万十町農業者ネットワーク」が設立された。

2. 四万十町農業者ネットワークの概要

四万十町農業者ネットワークは「栽培方法や出荷先などに違いがあっても、同じ四万十町内で暮らす農業者として、お互いに学び合い、違いを認め合える関係性づくりと新たな挑戦の場づくりを目標とします。」¹⁾を掲げ、2016 年に四万十町役場が実施する四万十町人づくり戦略の一貫として始まった。図 1 にコンセプトを示す。四万十町農業者ネットワークは、これまでの枠組みを越えた活動の場づくり事業である。一言に農家と言っても、慣行や有機といった農法や、系統出荷や系統外出荷といった流通、個人や法人といった経営体など農業の形態は多様である。特に四万十町は、系統外出荷の取り組みも盛んで、有機農法や自然農法を行っている農家も数多くいる。

これまでの活動内容と実施回数を表 1 に示す。これまでの活動を整理すると、「情報交換」「勉強会・研修」「試験・研究」「展示商談会」「販売」「商品開発」「新作物の導入」に分類できる。

2016 年度は主に企画づくりと農家への参加呼びかけを行い、2017 年度より情報交換やグループワーク、勉強会を始めた。2018 年度からは、物流・販売部会と生姜部会を設立した。物流・販売部会では県外での商談会開催や展示会出展に加え、量販店へのイベント出店などを実施した。生姜部会では、産地の視察研修のほか、町や県などが実施する土壌環境調査や土壌病害対策実験に参加した。こうした取り組みをもとに、2020 年度からは四万十町農業者ネットワークを任意団体として設立するとともに、「四万十組」（図 2）の名称で活動を始めた。2022 年 11 月現在、会員は 50 名で、都内で開催するマルシェに出店するほか、新商品開発や販路開拓に向けて取り組んでいる。

3. 自治体と大学の関わり

四万十町農業者ネットワークは四万十町役場が人材育成戦略²⁾のもとで取り組んだ事業のひとつである。企画当初から、高知大学では地域コーディネーターである筆者が四万十町からの受託研究として取り組んだ。四万十町役場と高知大学は、四万十町農業者ネットワークの企画や活動の場づくりを行っており、いわゆる事務局の役割を担っている。取り組み当初の四万十町役場の担当者は生姜栽培や農業施策に精通しており、地域コーディネーターは過去に加工食品業による新産業開発に関わった経験を持つ。こうした互いの技術や経験、人脈を活かし、取り組み当初から、四万十町役場と定例で進捗状況の共有や意見交換を行い、勉強会や販売活動の企画を立案してきた。

また、四万十町農業者ネットワークの取り組みを通じて、四万十町と高知大学は、ショウガ圃場の土壌環境や微生物環境に関する共同研究を実施するに至った。ショウガは根茎腐敗病による病害リスクが大きい。根茎腐敗病は、既存の病害対策の効果は限定的で、一度感染すると壊滅的な被害に発展する可能性がある。こうしたなかで、学術的なアプローチで、生姜圃場の土壌や微生物環境を明らかにし、病害対策を探っている。この研究には、高知大学から、土壌学や微生物学、食品化学の研究者が関与し、調査対象圃場として四万十町農業者ネットワークの会員が参加している。

4. まとめ

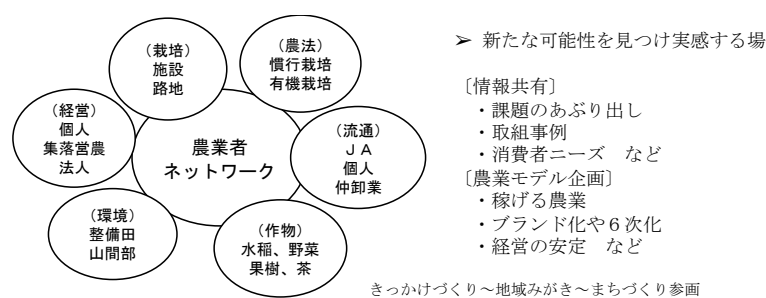
本稿では、「多様な農家」が参画する四万十町農業者ネットワークの取り組みと大学との関わりについて紹介した。四万十町役場の声掛けから始まった取り組みは、任意団体の設立に繋がり、情報交換や勉強会中心だった活動から販売や商品開発といった実業への活動に発展しつつある。一方で、こうした発展は、多様な農家が参加した組織であるため、参画できる農家が限られている。勉強会や意見交換などは多くの農家が参加しやすい一方で、例えば、品目に限った栽培の試験や六次化などの取り組みとなると、参加できる農家が限られてくる。

大学は、コーディネーターが場づくり事業の開発やマネジメントに関与している他、コーディネーター活動での経験を活かして、商品開発などの専門人材の導入、新作物導入や土壌研究といった取り組みの拡大につなげた。また、大学からは土壌、微生物、食品化学などによる研究を通じた専門的な関与により、これまで農家の経験から語られてきた病害の原因や味の違いなどを、学術的に明らかにしつつある。

今後も、四万十町農家、自治体、大学など取り組みを担う主体が連携しつつ、四万十町農業者ネットワークの活動を継続していきたい。

表1 四万十町農業者ネットワークの活動内容と実施回数

年度	情報交換	勉強会・研修	試験・研究	展示商談会	販売	商品開発	新作物の導入
2017年度	2	3					
2018年度	4	4		1			
2019年度	4	3	2	1	3		
2020年度	6		2	1	2	1	
2021年度	9		2		1		2
2022年度	3		2		4	4	2



「総合振興計画」活力ある産業が育ち、にぎわいのあるまちづくりへ
～ 特色ある農林水産業を生かすまち ～
地域資源を生かし安全・安心で高品質な農産物を生産するまち

図1 四万十町農業者ネットワークのコンセプト
(四万十町役場資料¹⁾より抜粋)

海山川、土と根っこをつくる人。



図2 四万十組のロゴ

【参考文献】

- 1) 四万十町人材育成推進センター，四万十町農業者ネットワーク-活動紹介-, 2020, 7p.
- 2) 四万十町人づくり委員会，四万十町人づくり戦略, 2016, 5p.

フィッシュガール®を中心とした産学官連携での愛媛県産魚PR活動

○鈴木 康夫（愛媛県立宇和島水産高等学校）

1. はじめに

愛媛県立宇和島水産高等学校は、海洋技術科、水産増殖科、水産食品科の3科を設置する愛媛県下唯一の水産高校である。教育目標は、「水産・海洋の未来を拓く教育の推進」～心豊かでたくましく海と生きるスペシャリストの育成～であり、生徒に身に付けさせたい力として①創造力②課題発見力③継続力④行動力（主体性）⑤適応力（柔軟性）⑥信頼力（規律性）の6つを挙げている。

水産食品科では、地域に根差した水産高校を目指して2005年より本格的に地域の企業・行政・団体と連携した活動を行っている。その取組の一つとして、フィッシュガール®の活動が2012年より始まり2022年現在で11年目となっている。今回は、このフィッシュガール®の取組について事例発表を行う。

2. フィッシュガール®とは

フィッシュガール®とは水産食品研究部の生徒が行っている活動である。愛媛県産養殖クロマグロの解体ショーを行っている。主に愛媛県営業本部及び愛媛県農林水産部水産局漁政課、地元の水産会社と連携し、全国各地の百貨店や量販店等において実施される「愛媛県フェア」や「愛育フィッシュフェア」において、この愛媛県産養殖クロマグロの解体ショーが行われ、産学官連携の愛媛県産魚プロモーション活動となっている。この取組は2016年度をピークに2022年年10月現在で264回行っている。また、フィッシュガール®という名称は、模倣を防ぐために、愛媛県が商標登録を行っている。（商標第6308543号）

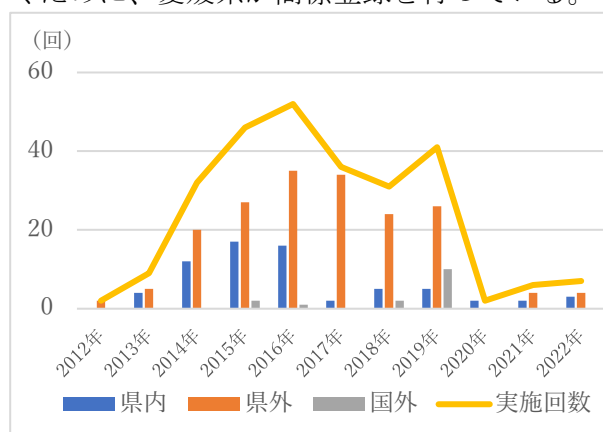


図1 解体ショーの実施回数



図2 第1回マグロ解体ショー（2012年）

3. 取組のきっかけ

愛媛県では「愛媛で愛情を込めて育てた魚」を愛育フィッシュ(商標第5530930号)と呼び国内外でPRを行っているが、まだまだ知名度は低い。クロマグロの養殖をしている日振島養殖L.L.P代表福島和彦氏と鈴木は2012年当時同じ地域活性化の会に参加しており、何か一緒に地域活性化に関する取組ができないかと考えていた。鈴木は、高知海洋高等学校が実習船で捕ったマグロを利用したマグロ解体ショーを行っていることを聞いており、愛媛県が売り出し中の養殖クロマグロを使って解体ショーが行えないかと考えた。

宇和島水産高校ではまぐろ缶詰を製造しており、缶詰を製造する際に生徒がビンナガを解体する。そこで、生徒の技術を生かして福島氏が育てているクロマグロの解体ショーができないかと提案し、面白そうな取組であると考えた福島氏は愛媛県農林水産部ブランド戦略課（当時）西村幹史朗氏に持ちかけたところ、「産学官連携でPRを行いましょう」となり、2012年にフィッシュガールの取組が始まった。

4. 産学官連携のメリット

(1) 企業の視点

企業は、愛媛県でクロマグロの販売先の新規開拓や売り上げ増加につながることを期待される。

(2) 学校の視点

学校は生徒が流通現場の最前線で活動できる。この活動を行うことにより、生徒に様々なスキルが身に付く。フィッシュガール®になりたいという目的を持った生徒の入学が見込まれる。活動により卒業後の進路の幅が広がり、フィッシュガール®以外の生徒も恩恵を受けている。

(3) 行政の視点

愛媛県フェア等を開催するときに小売店との交渉の目玉イベントとなり、フェア開催がスムーズに行える。

このように、産学官それぞれにメリットがあり、フィッシュガール®を中心とした産学官連携での愛媛県産魚PR活動は win-win-win の関係となっている取組である。

5. なぜこの取組が成功しているのか

この取組は 11 年間継続しており、成功している事例であると言える。では、なぜこの取組が成功しているかについて考察した。

- ・愛媛県の政策と合致している
- ・産学官 3 者ともにメリットがある
- ・他にない取組（解体ショー自体はあるが産学官連携での活動はほとんどない）
- ・女子生徒が解体ショーをするという新鮮さ
- ・うまくないのが面白い
- ・対象者の心に響く（子供や孫の年代が頑張る姿がうける）
- ・MCがおもしろい
- ・フィッシュガール目当てで入学してくる生徒が実施するのでモチベーション高い
- ・初めの仕掛けがうまかった（日本橋三越でお披露目）
- ・メディアで多く取り上げられた
- ・活動する生徒が純粋

6. フィッシュガール®の卒業後の進路

フィッシュガールとして活躍した生徒の進路状況は非常に良い。フィッシュガールの活動で訪れた関西や関東の水産会社、一緒に活動をした地元の水産会社に入り営業をする生徒、地元をもっとPRしたいということで地元の郷土料理店で働く生徒、また、もともと持っていた夢をかなえようと美容師・看護師になる生徒、地元の水産業を活かした観光を開発したいと大学の国際観光学部に進む生徒など、ほとんどの生徒が高校時代にフィッシュガールの活動を通して、自分の進路が明確となり、進路を決定している。

7. フィッシュガール®から生まれた教育プログラム

フィッシュガール®の活動を通して、その他の生徒にも教育プログラムを開発することができた。SPH事業では、フィッシュガール®の活動で身に付くコンピテンシーとして、コミュニケーション力（プレゼンテーション力、傾聴力、議論力）、創造力（発想する力、探求する意欲）、知識獲得力（情報収集力）、多様性創発力（協創力）などが身に付いていると分析している。これらのことより、授業の中で模擬解体ショー（お客さん役を交代で生徒が行うショー）を取り入れた実習を行うことによりフィッシュガール以外の生徒の育成にも役立つと考え、2018年より模擬解体ショーを校内で実施している。

【謝辞】

本研究は、2017年～2019年年度文部科学省 SPH 事業において生徒のコンピテンシー評価研究を行った。本研究に関わっていただいた皆様に深謝いたします。

(suzuki-yasuo@school.esnet.ed.jp)

温泉知サロン事始め

○中嶋 克成, 寺田 篤史, 鏡 裕行 (周南公立大学・温泉知研究会)

1. はじめに

本発表では、「温泉知研究会」¹⁾が環境省「令和4年度新・湯治コンテンツモデル調査」の採択を受けて実施している現地滞在者向け体験プログラム型「温泉知サロン」の実践事例について報告する。「新・湯治コンテンツモデル調査」は、環境省が実施する令和4年度「チーム 新・湯治」²⁾運営等実施業務の一環として、チーム員間の連携や交流から、温泉地活性化のための新たなコンテンツを創出することを目的として、モデル調査を実施し、その効果及び有用性の発信を行うものである³⁾。

本発表で取り扱う事例「温泉地サロン」は山口県周南市にある湯野温泉で実施している。湯野温泉は、「防長三名湯」の一つで、特にラジウムが豊富に含まれている。古くから湯治としても利用され、美肌効果も高い温泉である⁴⁾。少子高齢化による人材不足、後継者不足による旅館や商店の廃業によって地域全体の活力が低下するなどあらゆる課題に直面している。反面、こうした地域課題は学生にとっては「課題解決力」を高める格好の「学びの場」である。実際に当研究会メンバーは学生が地域課題解決に取り組む課題解決型授業「地域ゼミ」をこの湯野温泉で行っている。当温泉地はしかし同じ周南市に所在する「大学」という資源を未だ活かさきれてはいない。当研究会のメンバーの専門知識もまた温泉地の魅力を高める「観光資源」なりうる。すなわち温泉地は一般向けの「学びの場」となりうると考え、「温泉×学知」を志向するコンテンツモデル（「温泉知サロン」含む）を実施するに至った。

2. 事例の概要

本コンテンツモデルは次の2つの企画から成る。

- ①地域協力活動プログラム：温泉地の関係人口を増やし将来的には人材獲得や地域全体の活性化を図る事を目的として、参加者が地域課題を解決しながら地域資源の理解を深め、温泉地の魅力を味わうプログラムを企画する。
- ②温泉知プログラム：大学の研究者を囲んだ座談会形式の宴と温泉入浴を組合わせた、所謂「哲学カフェ」「サイエンスカフェ」を湯野温泉で開催する。温泉利用者が地元大学の擁する学知とともに温泉地の魅力を味わう企画となる。

このうち本発表では②「温泉地サロン」について報告する。

3. 温泉地サロンの実際

「温泉地サロン」では、様々なテーマで「哲学カフェ」「サイエンスカフェ」形式の座談会を開催する。サロンは比較的長時間を想定して、特産品を中心とした飲食物が提供され、また入浴のための入退出を自由とする。参加者は、当研究会メンバーの大学教員のファシリテートのもとテーマについての思索を深めていくことで学問知に触れると同時に、当温泉地の魅力を味わうこととなる。

今年度は、ひとまず合計3回モデル調査を行い、その効果測定を行う予定である。

3回のテーマ及び場所は以下の通りである。

第1回	10月18日	湯野温泉・紫水園	：テーマ「出会う」	ファシリテーター	寺田篤史
第2回	11月15日	湯野温泉・芳山園	：テーマ「道」	ファシリテーター	中嶋克成
第3回	12月6日	湯野温泉・紫水園	：テーマ「湧く」	ファシリテーター	鏡裕行

実施済みの第1回は「出会う」をテーマに温泉知研究会の寺田のファシリテートのもと、8名がサロンに参加した。各参加者の発言をテキストマイニングし、共起ネットワークを作成したのが下図である。抽出数に応じて円の大きさを変えている。「出会い」や「出会う」を中心に議論が展開され、右側「人」「旅」「本」などの語が見られるカテゴリーでは、「出会い」の「対象」について、左側「求める」「意味」などの語が見られるカテゴリーでは「出会い」

の意義についての議論がなされた様子が見て取れる。

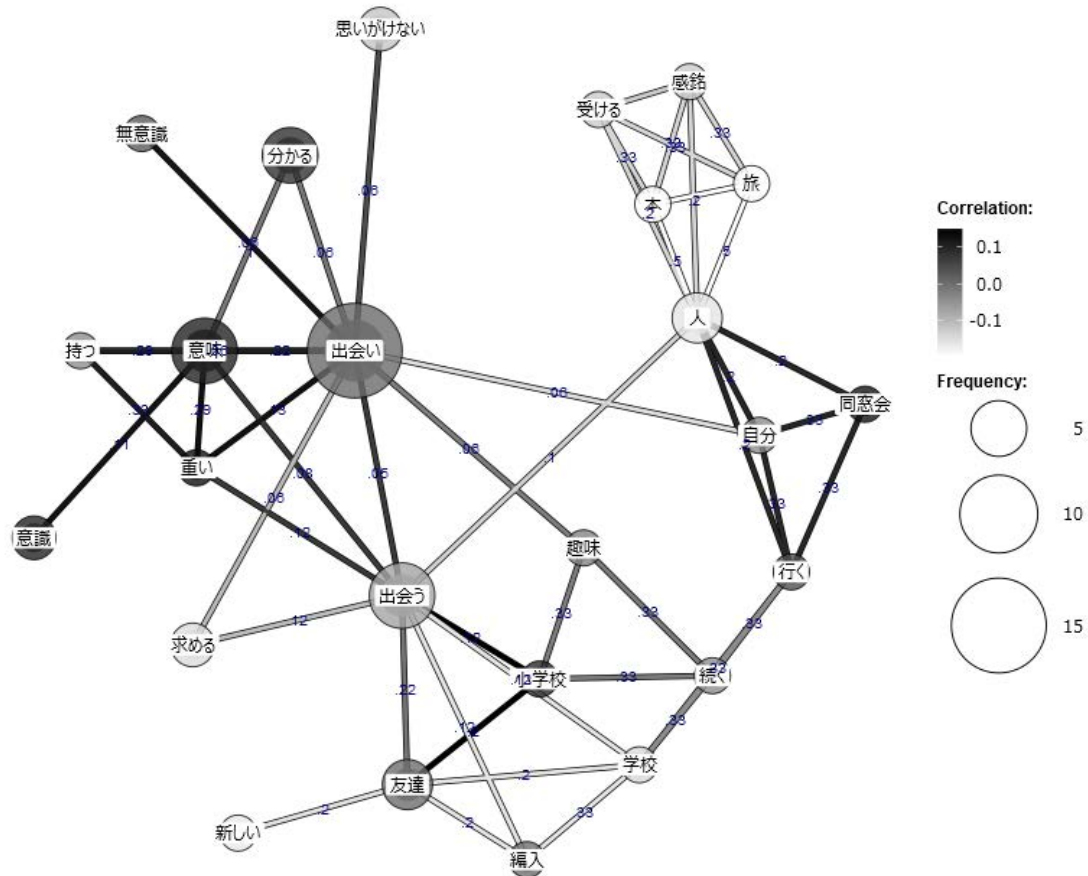


図.温泉知サロン第1回参加者の発言

4. 課題と今後の展望

今回の参加者の感想として、サロン前に入浴した参加者からは「温泉に入って話ができるのでリラックスした雰囲気じゃべることができた」などの回答がみられた。温泉と学知を掛け合わせることで参加者の学知へのアクセスが容易になった可能性がある。

一方で、今回は初回の事始めということで行ったいくつかの課題も見られた。3でも述べたように本サロンでは議論の途中での入浴や飲食は自由であったが、実際に途中で入浴された参加者は1名のみであった（サロン前に入浴した参加者は4名）。サロン後に入浴された3名の参加者については温泉地のリラックス効果を十分生かしていたかは第2回以降のアンケート結果をもとにさらに検証する必要がある。

【謝辞】

本研究は、環境省「新・湯治コンテンツモデル調査」補助金の交付を受けて行われた。本調査にご協力いただいた「温泉地知サロン」第1回一般参加者及び学生参加者に深く感謝いたします。

【注】

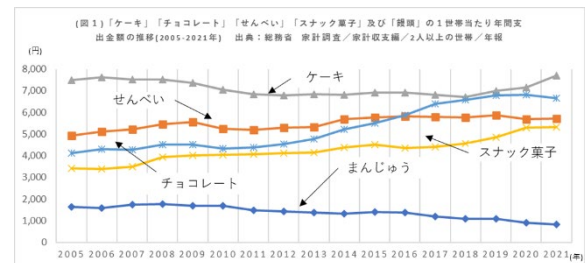
- 1) 温泉知研究会は、湯野温泉における令和3年度「新・湯治の効果に関する協同モデル調査業務」に携わった周南公立大学（元・徳山大学）教員を中心とするメンバーで構成されている。
〇〇〇〇：「タイトル」, 雑誌名, Vol.46, No.5, pp.154-163, 2010.
- 2) 「チーム 新・湯治」は、温泉地を中心とした自治体、団体、企業等による多様なネットワークづくりを目指した取組である。
- 3) 公益財団法人日本交通公社：「令和4年度新・湯治の効果に関するコンテンツモデル調査」
<https://www.jtb.or.jp/shintouji2022-1/>（参照日 2022年11月1日）
- 4) 鏡裕行, 寺田篤史, 中嶋克成：「新・湯治の効果に関する協同モデル調査（令和3年度調査結果）（数理モデルに裏打ちされた新・湯治プログラムの提案）」
https://yuno-onsen.jp/_file/ja/cms/1151/file/2/（参照日 2022年11月1日）
（問い合わせ先 Nakashima_k@shunan-u.ac.jp 中嶋克成）

米菓へ若者の関心を向けるには -岩塚製菓バンザイ山椒から見る大学生の消費行動-

○大羽彩佳（近畿大学経営学部 布施匡章ゼミ）

1. はじめに：若者のお菓子離れとZ世代の消費行動について

近年若者のお菓子離れの記事を見かける。例えば、「チューイングガムはかつての売上から大きく下降傾向にあり、その理由が若者のスマホの普及と関係している」と言及されている。今回取りあげた米菓市場は、売り上げこそ比較的横ばいに安定して推移してきているが、メイン顧客層が50・60代とチョコやスナック等を含むお菓子市場の中で見ても年齢層が高く若年層の顧客が少ない。(図1)人口減少の問題も相まって売上



は下降傾向になると予測されるため、次世代の顧客となりうる若い顧客層の獲得が米菓市場全体の長期的な課題となっている。現代の若者はZ世代²⁾と呼ばれ、1996～2012年の間に生まれた人々を指す。彼らの行動パターンとして「モノ消費」ではなく、体験に価値を求める「コト消費」の傾向が見られる。その背景として、総務省「情報通信に関する現状報告」(2016年)によると「情報化の進展によりデジタル化されたコンテンツが複製によって簡単に手に入るようになり、モノを所有することの意義が低下する、また、デジタル化されていない情報やコンテンツの価値が相対的に高まるという影響が生じたこと」などが考えられるという。昔の若者とは違う消費行動が若年層顧客の減少の理由だとすれば、逆に、Z世代のニーズや行動パターンに即したサービスや販促へと変えることで新たな顧客創出のチャンスを生むことも可能ではないだろうか。今回は“米菓”というテーマのもと、若者の関心を向けるにはどんなアプローチが必要なのか、岩塚製菓株式会社様へ提案し、共同研究を行った。

2. 調査概要

■岩塚製菓株式会社

今回共同研究をさせて頂いた岩塚製菓株式会社は、新潟県長岡市に本社を構える今年創業75年目となる米菓メーカーである。米菓業界3位の大手だが、メイン顧客層が70代と、業界全体の顧客の高齢化が課題だ。若年層顧客の獲得を目指した挑戦的な商品だという“バンザイ山椒”を題材に、大学生に向けた販促活動を行うことで、若い層の関心を米菓に集めることを本研究の目的とした。

■仮説

題材とした“バンザイ山椒”は山椒のピリッとしたしびれが癖になるあられおかきである。真っ白な背景にゆるいネコがバンザイしている姿が可愛らしく、癒される見た目を狙ったパッケージである。

消費者は、SNSの流行に伴い“パケ買い”という行動パターンが見受けられる。商品の特徴である「見た目の可愛さ」を生かし、見た目のファンから味に触れ、バンザイ山椒のファンになるという体験フローを想定し、米菓を定期的に取り取るきっかけになるのではないかと仮説を立て検証した。

■検証

具体的な検証内容は以下の(1)～(3)である。

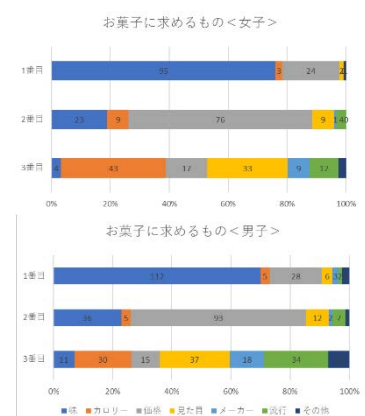
(1) 近畿大学内フォトイベントの実施：

2022年1月17日～21日(5日間)近畿大学構内アカデミックシアターにおいてバンザイ山椒のサンプリング・フォトブースを設置しフォトイベントを行った。直接ターゲットである大学生にバンザイ山椒の世界観を体験してもらうことを目的とした。また、並行してお菓子に関するアンケートを289名(大学1年～修士2年：女子125名、男子164名)の学生に実施し、バンザイ山椒の見た目に対する評価、お菓子に求めるものはなにか等のお菓子の購買にまつわる内容の調査を行った。男女ともに食べる頻度に関わらず、味と価格を重視する傾向が高く、見た目への重要度は低く見られた。(図2)そもそも、米菓にふれる機会がどれほどあるのかインタビューをしてみると「自分ではなかなか買わない」「母親が好きで家買い置きされている」という声から、ターゲットを学生だけに絞るのではなく、主婦を含めた“親子”へターゲットを広げたいというPRし、家族のつながりで若者が米菓にふれる機会の創出をすることで大学生の関心が米菓に向くのではないかと仮説を修正した。

(2) SNS販促活動：

SNS販促活動では、“BEIKA YOU HAPPY”をテーマに、『見ていて癒される+食べておいしい=楽

(図2)「お菓子に求めるもの(1番目～3番目)：近畿大学生男女別」



しい体験』という体験の創造を目指した。バンザイ山椒の魅力に触れられるプロモーションビデオの制作や『大学生とバンザイ山椒』のテーマのもと“バンザイ山椒が暮らしにあるとどう楽しいのか”を可視化コンテンツとして制作した。プロジェクト用の Instagram アカウントを開設・投稿するとともに、長編動画コンテンツはゼミの YouTube チャンネルで配信した。(1)の調査により、学生がお菓子に求めるものは1番に“美味しさ”であるため、岩塚製菓がつくる米菓のおいしさのPRもコンテンツ制作の上で重視した。これは、2022年5月に企業訪問した際に感じた、岩塚製菓という企業の技術力・つくる人の真心・商品へのこだわりを知ることで、より米菓がおいしく感じる体験を自らしたことから、企業自体へファンを増やすことが米菓への愛を深めるために必要なポイントになると考えた。

(3) コラボ商品発売・POP制作：

2022年9月上旬より、期間限定・数量限定で岩塚製菓と近畿大学とのコラボ商品“バンザイちりめん山椒”を関西エリアのスーパー・共同購入限定で発売した。バンザイ山椒の特徴である小ネタが描かれたテトラの個包装に、実際に大学生から集めた“学生あるあるネタ”をしたバンザイ山椒のネコを絵柄に落とし込むことで、限定のちりめん山椒味を楽しんでもらうのももちろんのこと、学生あるあるネタを話題に食べる時間を楽しみ、母親と子供とのコミュニケーションを生むことを目的とした。(1)の検証より、ターゲットの対象を親子にひろげたことから、直接スーパーに足を運ぶ主婦に向けていたPOPの制作・また、大学構内の生協にて陳列して頂き、学生にむけた販促物を制作した。

■結果

この“バンザイ山椒”の販促期間中、私のもとには見た目の可愛さへの共感や味のおいしさにハマったという声が友人から届くようになった。手に取ったきっかけを聞くと、SNS活動の影響もある一方で、「母親がスーパーで見つけ、買ってきていた」という声が多かったことより、“親子”がきっかけになりうるといふ仮説通りの結果を得られた。しかし、スーパーでの販売実績から、その主婦層への認知がまだまだ不足していることが分かったため、継続的なPR活動の必要性を感じた。“バンザイちりめん山椒”の販売実績を見ると、スーパーと大学生協においての売上は目標数に届かず、あまり売れたとは言えない結果であった。一方、共同購入による紙面での販売は、限定販売数に対して大きく上回る注文数が入った。大学生に対して見た目アプローチが立証されなかったが、紙面上で画像としてのPRが効果的であることが今回の結果を通じてわかった。

3. まとめ・今後の課題

本稿では、若い層の関心を米菓に集めることを目的に、産学連携による“バンザイ山椒”を用いた販促検証を行なった。結果は、「見た目」要素のPRだけでは、若者が米菓へ関心を向けることは難しいことが分かった。現代の企業PRでは、「いま現代の大学生は、話題性が重要だ」と若者の商品への関心の的を“意外性”や“オリジナル感”だと考える菓子メーカーが市場全体として多く見られるが、若者は話題性に関心を持つ一方で、その菓子のおいしさがなければ、関心は持続しない。若者がお菓子を食べる理由は、“お菓子を食べることで幸せな気持ちになれる”という食べるお菓子に対する信頼のようなものがあるからだとすることが今回の研究を通じて分かった。その点で、バンザイ山椒は見た目の可愛さでの話題性を持っていただけではなく、山椒味と個性的でありながらも、間違いのないおいしさを兼ね備えていた。だからこそ「見た目かわいい」だけで終わらず、ハマリ、ファンになる学生が自分の持つ友人の間だけでも5人は生まれた。しかし、どれだけ美味しい米菓であっても、はじめ手に取る際に与えられる情報はパッケージのみになる。そのため、「見た目」の情報でいかに「美味しそう」という感情を引き出せるかが今後の課題だと考えた。また、今なお米菓を食べるといふ若者は、「昔から暮らしの中に米菓がある環境下で育った」という声が多くあった。30代・40代の主婦へアプローチを強化することで、顧客年齢層の若返りも望めると同時に、米菓になじみある子供の数も増加する。その子が大人になった際にも「小さい頃から食べていたから」という理由で米菓を食べるといふループが生まれ、引き続き安定した売り上げ推移が米菓市場において見込めるのではないだろうか。

【謝辞】

本研究は、岩塚製菓株式会社様との産学連携プロジェクトとして研究を行った。本調査にご協力いただいた岩塚製菓株式会社中静様・太田様、データ提供にご協力頂きました関係者の皆様に深く御礼申し上げます。

【参考文献】

- 1) “お菓子離れ原因はスマホ…人気商品、相次ぎ生産終了”,産経新聞,2018-10-30, <https://www.sankei.com/article/20181030-ITLMSJ51MBPWFAJN15CT4NRJA/2/>
- 2) “Z世代の情報処理と消費行動(1) —Z世代が歩んできた時代” 廣瀬 涼,2020-01-29, <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=63536?pno=2&site=nli>(参照2022-10-24)/消費者庁 白書「第1部第3章【特集】若者の消費」(2017年)/「若者のSNS利用と消費行動—平成29年度経営・経済調査実習報告書—」 Tee Kian Heng・高嶋裕一,2018-02-23
- 3) “米菓特集：20年、おつまみ需要けん引し微増 21年は若年ファン獲得の分岐点” 日本食糧新聞,2021-03-03, <https://news.nissvoku.co.jp/news/yamamoto20210219034126377>, (参照2022-10-28)

日本における文化芸術を活用した地域活性化の事例調査

- 足立 紗子(北見工業大学 工学部 地域未来デザイン工学科 地域マネジメント工学コース)
 内島 典子(北見工業大学 社会連携推進センター)
 ウ アテイ(北見工業大学 工学部 地球環境工学科/地域未来デザイン工学科 地域マネジメント工学コース)

1. はじめに

文化庁は、文化芸術の持つ創造性を地域振興、観光・産業振興等に領域横断的に活用し、地域課題の解決に取り組む地方自治体を「文化芸術創造都市」と位置付け、2007年から文化庁長官表彰を行っている¹⁾。また、ユネスコは2004年より「創造都市ネットワーク」事業を開始し、7つの分野(クラフト&フォークアート、デザイン、映画、食文化、文学、メディアアート、音楽)で文化芸術と産業経済との創造性に富んだ都市(創造都市)を認定している²⁾。現在、世界で295都市が登録(文部科学省、2021年11月8日時点)され、日本からは10都市が登録されている²⁾。

2020年に発生した新型コロナウイルス感染症は、不要不急の外出自粛の要求など人の行動を制限した。これにより文化芸術に関わる分野は活動の縮小や鑑賞機会の減少、そして文化芸術への需要が低下するなど大きな影響を受けた。文化芸術に触れる機会が多い地域は南関東や近畿圏を始めとする都市に集中していることから地域格差が生まれていることが明らかとなっている³⁾⁴⁾。日本における文化芸術の地方分散の社会的価値の明確化ができれば、人の行動制限がもたらす文化芸術への影響を最小限にとどめることができるのではないかと考えた。そこで本研究では、文化芸術を用いた地域活性化を目指す地方都市の取り組み事例の特徴・価値の抽出を試みた。

2. 調査方法

本研究では、人の行動に基づく文化芸術分野の代表といえる「映画」と「音楽」を対象とした。ユネスコ創造都市ネットワークに登録されている10都市から、山形市と浜松市を事例調査対象都市とした。これら2都市が地域活性化に向け取り組む事業内容や実施団体について調査した。

3. 結果・考察

表は、山形市と浜松市の文化芸術を通じた地域活性化に向けた取り組みを示す。両市とも創造都市推進のための基本方針を策定し、具体的な創造都市推進事業を推し進めている⁵⁾⁶⁾⁷⁾⁸⁾。両市は、市民の文化芸術への興味・関心の醸成に向けた活動を進めている。両市では、市民が自発的に文化芸術を体験する場や人材育成の取り組みを生み出していくことを支援していることが示された。山形市では、「やまがた秋の芸術祭」などの文化芸術に触れる場・機会を直接的に作っていた。浜松市では、実施事業の活動をプロジェクト化し支援していた。また、両市の創造都市推進会議/協議会の委員は、同市や学識経験者のほか、文化、産業、観光の分野に関わる一般市民を含む関係者を中心として構成されていた。両市ともに行政機関だけではなく、市民や産業界が一体となった活動を行っており、分野を超えた連携により事業推進が行われていることが明らかとなった。

表. 文化芸術を活用した主な地域活性化への取り組み(山形市、浜松市)

事例都市 (規模)	文化 芸術	地域活性化に向けた取組・実施団体			
		事業	人材育成	交流施設	大学機関
山形市 人口*: 244,381人 面積: 381.58km ²	映画	山形国際 ドキュメンタリー 映画祭	リーグショップを通じた 映像教育	やまがた クリエイティブ・シティセンター (遊休施設の活用)	東北芸術 工科大学
浜松市 人口*: 793,615人 面積: 1558.06km ²	音楽	浜松国際 ピアノコンクール	浜松市アウトシティ音楽院 ソフト事業による教育	鴨江アートセンター (遊休施設の活用)	静岡文化 芸術大学

*総務省, 令和2年国勢調査, 2022. 10. 1.

参考文献:

- 文化庁, 文化庁長官表彰(文化芸術創造都市部門), https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/chiho/creative_city/chokan_hyosho.html
- ユネスコ創造都市ネットワーク, Search Creative Cities, <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>
- 橋本紀子, 「これからの文化需要を巡って: コロナ禍の影響と地域による違い」, 関西大学経済論集, 第71巻, 2-3号, pp91-113, 2021. 12. 10.
- 橋本紀子, 「数字で見る文化芸術活動 わたしたちの直接鑑賞講堂とコロナ禍の影響-コロナの影響により文化芸術鑑賞が大幅減少-」, 文化庁, 広報誌ぶんかる NEWS008, 2022. 1. 30, https://www.bunka.go.jp/prmagazine/rensai/news/news_008.html
- 山形市, 山形市創造都市推進基本計画, 山形市企画調整部文化振興課, 山形市ホームページ, 2022. 4, https://www.city.yamagata-yamagata.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/009/405/bunkasouzou-honpen.pdf
- ユネスコ創造都市やまがた, 創造都市推進事業, <https://www.creative-yamagata.jp/wp2022/>
- 浜松市, 「創造都市・浜松」推進のための基本方針, 浜松市企画調整部企画課, 浜松市ホームページ, 2013. 3.
- 創造都市・浜松, 浜松の取り組み, <https://www.creative-hamamatsu.jp/projects/>

「産学連携」と「地域連携」の体系的な相違と今後の展開の一考察

○吉用 武史（高知大学 次世代地域創造センター）

1. はじめに

我が国の産学連携は 1995 年の科学技術基本法の制定を嚆矢として本格的に始まった。その後 30 年近くが経過し、全国で取組が進展する中で、未だ課題は多いながらも順調に成果を上げつつある。その背景には、大学の運営費交付金が削減され続ける中で、外部資金獲得の手段として効果を最大化（または起こり得る問題を回避）するための知識・経験が蓄積され、機能別分化や各機能における体系化の努力が重ねられてきた結果と考えられる。

一方、地域連携が政策的に捉えられ始めたのは 2005 年 1 月の中央教育審議会答申「我が国の高等教育の将来像」である。ここでは大学の社会貢献機能を第 3 の使命として「地域社会・経済社会・国際社会等広い意味での社会全体の発展への寄与」と言及されている。他方で、地域サイドでは 2008 年の国土形成計画に「多様な民間主体を地域づくりの担い手にとらえ、それら相互が、あるいは、それらと行政とが有機的に連携する仕組みを構築することにより、地域の課題に的確に対応していくことの可能性が高まっている」とされ、その重要な主体のひとつとして大学が位置づけられた。つまり、大学の「第 3 の使命論」と地域の「多様な主体論」、この両者が結びつき、大学と地域の連携はこの時期から急速にホット・イシューとなり始めた。

ただし歴史的に見ると、日本の大学はかつて地域と交流することを必ずしも重視していなかった（小松 2006）。そのため、地域連携の現場では未だに地域と大学の両者から戸惑いの声もある。

本稿では、先行する産学連携と、発展途上である地域連携の目的、手法、アウトプット、アウトカムを俯瞰的に捉え、両者の現状と今後の展開の考察を述べる。

2. 産学連携と地域連携の成り立ち

産学連携と地域連携は、異種異質な主体同士の連携を通じて、新たな価値を創出する点で同質である。しかし、特に国費を運営費とする国立大学では、当初、産学連携を促進するために諸制度の改正が必要とされたことに加え、1990 年から続く大不況の克服のために大学や公的研究機関の研究成果を早急に産業界に活用させたい思惑が重なり、矢継ぎ早に関連法案が制定された。すなわち、1998 年に大学等技術移転法（TLO 法）、1999 年に産業活力再生特別措置法（日本版バイドール法）、2000 年に産業技術力強化法を施行するとともに、2002 年には知的財産基本法が定められた。これらを通じて、産学連携の実際上の課題や、それをクリアするための制度設計に関する知見が蓄積され、結果として産学連携の機能別分化や体系化にも寄与したと思われる。

一方で地域連携に関しては、（営利活動を除けば）それを妨げる制度は無く、大学の名称使用など注意すべき点はあるものの、地域の課題解決に対して大学の資源を可能な範囲で活用することを命題とし、そこにおいて順守すべきは信義誠実の原則が第一である。そのため地域の特色や大学の資源を基にした様々な連携活動が各地で創出されると共に、国も後押しするため総務省の「域学連携」関連施策や文部科学省の COC、COC+事業等を全国で展開することで、一層多種多様な活動が続出することとなった。しかしながら、大学にとっての制限が少ないことが反面し、多様な連携活動は体系化のための議論が成されず、結果として地域連携は茫漠としたイメージを関係者に与える状況になっているように感じられる。

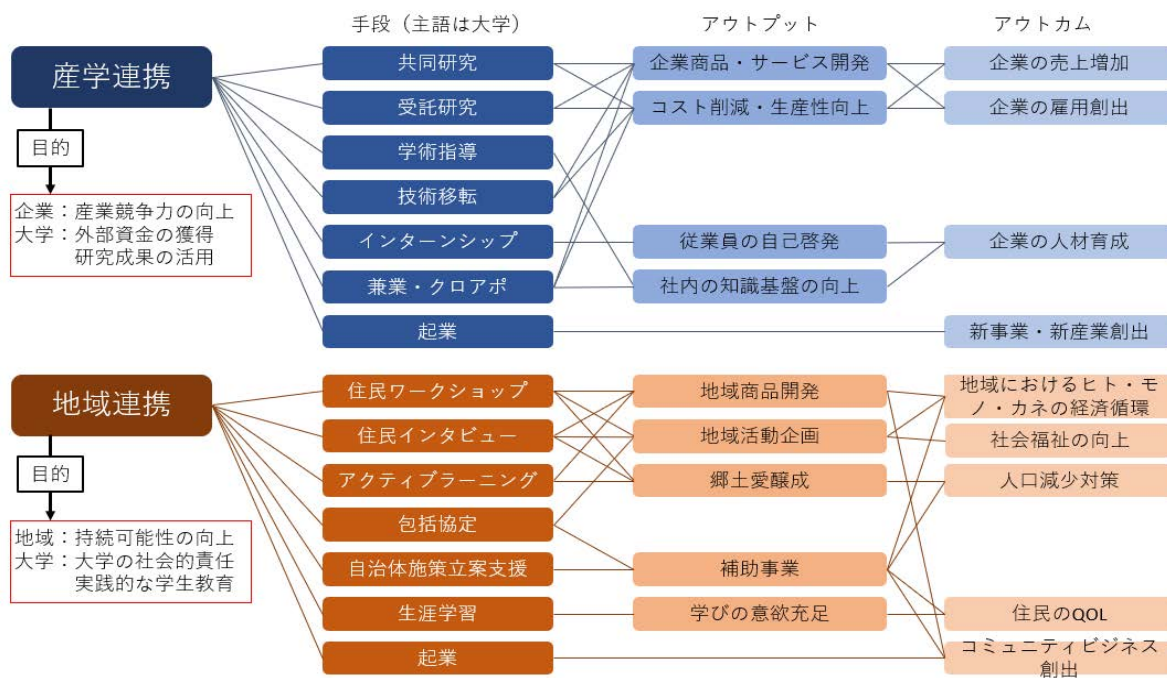
3. 産学連携と地域連携の今後の展開の一考察

一般的な産学連携と地域連携は次頁のような模式図で構成されると考えられる。

産学連携では、共同研究・受託研究・学術指導・技術移転などの実施においては雛形となる契約書を各大学は所持しており、各大学間で大きな相違は無い。基本的には産学連携の諸活動では契約の締結を前提としており、産学の相互の役割や責任関係、連携の結果として両者が得られる利益を明確化している。一方で地域連携では、費用が発生する場合を除けば契約を締結することはあまり無い。包括協定は契約となるが、責任関係や利益の明確化ではなく、両組織が組織内外に対して連携事業の理解を得る（場合によっては予算を得る）ための大義名分として利用するために締結しているケースが多いように感じる。

連携の結果として得られるアウトプットは、産学連携の場合は死の谷を越えられるかどうかという高いハードルがあり、必ずしも成果が上がるか保証されない。まして売上増加や雇用創出などのアウトカムは、関係者の相当の努力と当事者同士の相性、優れた研究シーズと企業の事業戦略等、多くの要素が複雑に影響し合った結果として得られるもので、完全な予測は困難である。地域連携においても

アウトプットの創出は容易ではないが、産学連携のような企業によるアウトカムに対するシビアな判断はなく、どちらかといえばアウトプットを創出すること自体が目的の一部になっているようにも感じる。もちろん最終的にはアウトカムへの寄与が問われるが、必ずしもアウトカムの数値的目標の達成度が地域連携の目的になっている訳ではないように感じる。



これらの相違は、連携の目的が異なるためと思われる。産学連携では、産業競争力の向上と大学の研究成果還元および外部資金獲得が重要な目的とされる。一方、地域連携では、地域の持続可能性が重要であり、大学にとっての目的は社会的責任（第3の使命）の一環に位置付けられていると思われる。

地域の持続可能性において、古くから「内発的発展」概念がある。地域間の不均等発展、過密・過疎問題など、戦後日本の近代的な産業化論に対する反省としての「地域主義（一定の地域住民が、その地域の風土的個性を背景に、その地域の共同体に対して一体感を持ち、地域の行政的・経済的自立と文化的独立性を追求する）」の考え方である。一例として大分県の一村一品運動では、施策・政策によるトップダウンの指示ではなく、基本的には農村女性を中心とした住民の自発的なボトムアップの運動を徹底した。住民の自発性、すなわち当事者意識を喚起することが、本来は地域連携においても最大の課題になると想定される。当事者意識については、中塚・小田切（2016）が学生も含めた大学と地域の連携を「新しい連携」と位置づけ、「新しい連携」では主体の専門性と地域の当事者意識が平行に発展する動きとなり、地域も大学と共に成長・発展するとしている。地域が大学と共に成長することで、地域の当事者意識を高めることが地域連携の真の目的と位置付けると、必ずしもアウトカムの達成に拘らず、まずアウトプットを出すことで住民のチャレンジ精神を満足させることを重視していると考えられる。

しかしながら現状の地域連携では、必ずしも「内発的発展」や「新しい連携」の考え方が踏襲されているとはいえず、ともすれば大学が自らの研究活動のために地域を利用しているだけとも受け取られかねない。このような懸念を反映してか、近年は地域連携に焦点を当てた研究も増え始めている。特に、連携そのものを対象とした研究は、これまで散逸的に実施されてきた地域連携を包括的に捉え、体系化を成そうとする動きの端緒にも感じる。かつて産学連携の促進のために国全体で多くの議論が積み重ねられたように、地域連携においても同様に体系化のための議論が今後進展するのではないかと感じている。一方で産学連携ではクロアポやストックオプションなど、今も新たな制度の設定とそれに対する産学連携の在り方が議論され続けており、更なる機能別分化に向けた整理整合が進められると思われる。いずれは地域連携においても地域の将来ビジョンに基づいた連携の在り方が整理され、連携に携わる者の共通認識になることを期待している。

【参考文献】

- 1) 小松隆二：「大学にとって地域とは何か—大学と地域関係の基礎『大学地域論—大学まちづくりの理論と実践』」, 論創社, pp.5-44, 2006.
- 2) 松宮朝：「『内発的発展』概念をめぐる諸問題—内発的発展論の展開に向けての試論—」, 社会福祉研究, 3 (1), pp.45-54, 2001.
- 3) 中塚雅也, 小田切徳美：「大学地域連携の実体と課題」, 農村計画学会誌 Vol.35, No.1, pp.6-11, 2016.

企業のオープンイノベーション活動における オープンイノベーション室の役割と資質

○樋口 裕思 （北陸先端科学技術大学院大学 産学官連携客員教授）

1. はじめに

筆者はこの3月までの6年間、大阪ガスにてオープンイノベーション室を担当してきた。ここではその経験から、企業のオープンイノベーション活動におけるオープンイノベーション室の役割と資質¹⁾に関して考察を行った¹⁾。

2. 概要

企業におけるオープンイノベーション活動の目的は、主に3つある。1) 技術開発のスピードアップ、2) 開発製品の性能アップ、3) 技術開発の投資効率アップである。この目的を達成するため、企業によってはオープンイノベーション室という専門組織がある。オープンイノベーション活動を円滑に推進するためには3つの主体が必要である²⁾。1) トップのリーダーシップ、2) 研究開発部門の理解とモチベーション、3) オープンイノベーション室によるサポートである。どの主体が中心かによって、各社のオープンイノベーションの推進方法は変わってくる。

オープンイノベーション活動のスキームとしては、研究部門、開発部門や事業部門などの現場から発信されたニーズをオープンイノベーション室がいったん集約し、社外コーディネーターを通じて外部に発信することで、外部からのリソース（シーズ）を獲得するという流れである。オープンイノベーション室の役割は、社内からのニーズの集約と社外への発信、および社外から獲得したシーズの社内への発信である。いわば社内コーディネーターという位置付けである。

オープンイノベーション活動のカタチは3つある。1) ニーズを社外に発信しシーズを獲得するインバウンド型、2) シーズを発信しニーズを獲得するアウトバウンド型、3) 社外からアイデアを募集し、社内のアイデアとの融合を図る新規事業創出型である。近年は新規事業創出のためにオープンイノベーション活動を実施するというパターンが多いようである。

オープンイノベーション室のメンバーの役割は3つある³⁾。1) 世界各地から様々な人材や先進事例を集めてくるグローバルハンター、2) イベントを運営しながらビジネスマッチングするオープンイノベーター、3) 社内でイノベーションワーキングを手掛けるアクセラレーターである。グローバルハンターが探索活動の方向性を決め、オープンイノベーターが社外からリソースを獲得し、アクセラレーターが社内のオープンイノベーション活動を回す役割である。この3つの役割が上手く連携しなければオープンイノベーション活動は円滑に回らない。それぞれの役割は、自動車におけるハンドル、前輪、および後輪という位置付けである。

ニーズに対しシーズが提案されると「面談」という運びになる。シーズ提供者には独創的な考えを持ちそれを提案できる力が必要であり、ニーズ提供者はその考えを受け入れる力が必要となる。オープンイノベーション室は、社内のニーズ提供者と社外のシーズ提供者を引き合わせ、商談が円滑に進捗するよう取り計らう能力が求められる。そのためには、シーズ提供者を提案してきた社外コーディネーターも同席することが理想である。両コーディネーターには、それぞれニーズ提供者およびシーズ提供者により添う心が必要とされる。

オープンイノベーション活動の成功とは、面談が成功裏に終わり、両者が次のステップに進むことである。コーディネーターはニーズとシーズを取りまとめる「コーディネート力」が必要である。このコーディネート力とは、経験上「おもてなしの心」と言い換えることができる。ニーズとシーズそのものがお互いうまくマッチしていることが前提ではあるが、たとえマッチしていたとしても、両者がそれを認識し次のステップに進めるかどうかは、面談の場の雰囲気にかかってくる。そのため、どちらかのコーディネーターにおもてなしの心がないと面談がうまくいかないことが多い。つまり、社内コーディネーターと社外コーディネーターの綿密な連携が必要である。この連携は、面談前に構築しておくことが望ましい。

【参考文献】

- 1) 樋口裕思:「研究開発部門と他部門の壁の壊し方、協力体制の築き方」, 技術情報協会, pp.325-, 2022.
- 2) 星野達也:「オープンイノベーションの教科書」, ダイヤモンド社, pp.137, 2017.
- 3) 残間光太郎:「実践するオープンイノベーション」, ダイヤモンド社, pp.118, 2015.

岡山大学での医療系オープンイノベーション活動

○仙石喜也, 森田滋, 森田洪爾, 伊東 孝, 内田大輔, 岡 久雄, 福田雅史, 伊永俊雄, 櫻井 淳
岡山大学病院 新医療研究開発センター

1. はじめに

岡山大学は令和元年度(2019 年度)から5年間, 国立研究開発法人日本医療研究開発機構(AMED)の次世代医療機器連携拠点整備等事業における14拠点の1つに採択され, 「オープンイノベーションと事業化推進を目指した医療機器開発中核拠点整備」を目標に掲げ, 4つの活動を中心に進めている。

- ①病院でものづくり/病院滞在型開発・教育, ②次世代医療機器開発人材育成プログラム, ③ニーズマッチング, ④シンポジウム/拠点間連携

令和3年度(2021年度)より, BIZEN(Business Innovation Zone for Entrepreneurship)という統合プログラムを始動した。この活動は従来の個別の①~④の各活動を俯瞰し拡張させ, 自由でオープンなイノベーションを生み出すものである。これにより, これまでの活動を更に加速させている。その内容と実績について報告する。

2. BIZEN 目的

BIZEN はイノベーション創出のための研究開発基盤となる。継続的に医療のイノベーションを創出し続けるように, 参加する産官学が各々のメリットを持てることを明確にし活動している。



図1 BIZENプログラムの概要

3. BIZEN 内容

基本的には従来進めている①~④の活動を俯瞰し, より自由に広範囲に活動できるようにした。

(1) 会員プログラム

病院滞在型開発・教育により人材育成・事業育成を実現させる。院内のニーズを探索し, 分析・検討するプロセスを学び, そこから医療機器等の事業化への検討に繋げる。

その際に学内及び院内の医療現場・人財・設備などを広範囲にフレキシブルに見学・相談・活用できることが特徴となる。医療情報や検体なども含め, 医療に関わるインフラをイノベーション創出のための研究に活用できる。



図2 人材育成・事業育成の概要1

(2) ラボ

病院内の鹿田会館に4つのウェット・ラボ、5つのドライ・ラボ、および共用の会議室とフリースペースを設置し、現場の間近にて研究・検討が行える環境である。

(3) 情報発信・交流

研究や活動の成果を定期的に院内外に発信する場を設け、より広くの知識の交流を行えるようにしている。医工連携、産学連携など連携するチャンネルを研究者、関係者に提供している。

BIZEN Home Page: <http://shin-iryu.hospital.okayama-u.ac.jp/bizen/>

4. BIZEN デバイスデザイン

医療機器の開発手順をBIZEN デバイス・デザイン・フローとして標準化し展開することにより、人材育成&事業化を効率化するとともに、成功確率の向上を行っている。

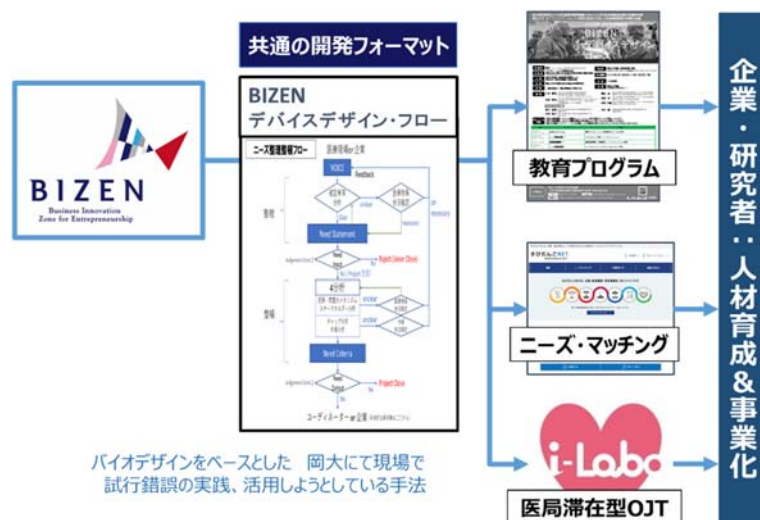


図3 人材育成・事業育成の概要2

5. 実績 (2022年10月末時点)

- ・コア人材の輩出 (開発担当→Project Leader, 営業担当→Marketing Leader など)
3社4名, 現在6社6名プログラム継続中
- ・人材育成・教育の実施: 今期成果
基礎コース 参加者計187名, アドバンストコース 参加者計88名
BIZEN デバイスデザインコース 参加者7名 (企業4社4名, 医療従事者1名, 学生2名)
- ・ラボ使用
4つのウェット・ラボ, 5つのドライ・ラボ 満室
- ・ニーズマッチング: 今期成果
新規ニーズシートの公開7件, 新規マッチング4件
- ・医療現場の巻き込み/情報発信
BIZEN 活動発信会4回開催
リンクスタッフ登録34名 ⇒関与したプロジェクト件数10件

【謝辞】

本活動は、国立研究開発法人日本医療研究開発機構 (AMED) 次世代医療機器連携拠点整備等事業の補助金によって行われた。

BIZEN デバイス・デザイン・フロー作成に際し、ご指導いただいた 大阪大学 八木雅和先生、神戸医療産業都市推進機構 吉田哲也先生 に深く感謝いたします。

【参考文献】

- 1) BIODESIGN 日本語版 (薬事日報社)

人文系分野における教育系産学連携活動
～京都リサーチパーク株式会社と京都精華大学の連携事例～

南 了太・服部静枝（京都精華大学）

はじめに

近年、人文・社会系分野の知の活用方法が問われている。例えば、「人文科学・社会科学系における大学院教育改革の方向性—中間とりまとめ—」¹では、学生と社会の双方に、大学院修了者の価値・社会的通用性への気づきを与える取組（社会課題に挑み、新たな価値創出を目指すPBLの推進やリカレント教育の振興等）が望まれている。上記は大学院に関わる課題であるが、学部教育においてもその必要性は同様である。

理工系分野は技術開発の側面で企業に対してアウトプットを提供する一方、人文系の学生が社会と関わる際にはどのような連携が可能なのか。本発表では、京都精華大学が在京企業と行った連携事例を紹介する。

1. 京都精華大学人文学部「フィールド・スタディーズ」とは

京都精華大学人文学部では、3年生前期の間、学生たちがキャンパスを離れ、自らの関心テーマに応じて国内外のフィールドでの学習を行う「フィールド・スタディーズ」という授業を展開している。その一環で、「地域・企業研究～在京の中小企業・ベンチャーの魅力を発信する～」（授業担当者：服部静枝・南了太）を行った。この授業の目的は、京都の中小・ベンチャー企業を対象に、その企業の魅力を学生目線で社会に伝えるための企業研究を行うことである。具体的には、各チームで京都企業の実態を文献やインターネットを通じて調査し、そこで学んだ知識を元に企業に対してインタビュー・撮影を行い、インタビュー内容を編集して映像にまとめ、社会に発信するまでの一連のプロセスを学ぶものである。特徴的なのは、学生の目線で企業の魅力を様々な角度から発信し、産官学連携や広報の視座のみならず自身の就職意識の向上も含めて授業を展開している点である。

2. 授業の構成

授業の進めかたは図表1の通りである。2021年は、2年生受講生21名を対象に、21年10月6日～22年1月26日に、1コマずつ現場学という科目名で座学形式の授業を行った。現場学では、フィールド・スタディーズの最終的なアウトプットであるインタビュー内容をもとに映像配信をする一連の流れの前段階を学ぶことを目標に、①時事問題を通じて、企業について学ぶ、②問いを立て、インタビュー項目を作成し、インタビューの仕方を身に着ける、③広報について学ぶことを主題とした。2022年は、持ちあがりの3年生受講生17名を対象に、企業研究や映像指導を行った。4人1組のチーム編成にし、①リーダー（グループの取りまとめ、企業窓口・アポイント等）、②質問者（問いのまとめ、対象企業へのインタビュ

¹ 文部科学省(2022)「人文科学・社会科学系における大学院教育改革の方向性—中間とりまとめ—」
https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/004/mext_01176.html

一)、③編集者（映像データの編集作業）、④撮影（映像撮影）、⑤書記（インタビュー内容のメモ作成）の役割を課した。撮影や編集技法は、株式会社 OFFICE SAWAMURA（京都市東山区）の協力を得た。そして、包括連携先の京都リサーチパークの協力の元、図表 2 の対象企業に対してインタビューを行い、最終的には、学生目線で企業の魅力を伝える 5 分程度の映像を作成し、関係企業を招き、京都リサーチパークを会場に成果発表会を行った。

図表 1 授業の内容

日程	授業内容
21年10/6 ～22年1/26	<ul style="list-style-type: none"> ・企業についての講義 ・時事問題についての講義 ・インタビューの仕方・質的調査 ・問い・ヒアリング項目の作成 ・広報についての講義
22年4/12 ～22年8/1	<ul style="list-style-type: none"> ・マナー講座・メールの書き方 ・対象企業・業界・同業他社の動向調査/発表 ・撮影技法・広報の紹介・実演 ・4社企業訪問 ・映像・企業研究会発表 ・成果発表会

図表 2 対象企業

企業名	所在地	業務内容
株式会社カンプライト	京都市中京区	食品開発コンサル事業・オリジナル缶詰商品の企画～販売など
株式会社ウエダ本社	京都市下京区	リノベーション事業・空間プロデュース事業など
大東寝具工業株式会社	京都市伏見区	寝具・寝装品の製造
HILLTOP株式会社	京都府宇治市	機械加工事業・表面処理事業・装置開発事業

3. 教育効果

履修者に対しては、経済産業省が提唱する「社会人基礎力」²の 12 の項目で事前・事後でどのように変化したかを 5 件法で主観評価した。15 名の回答がありその結果、「そう思う」、「ややそう思う」で 10 人以上の評価を得たのは、主体性、実行力、課題発見力、計画力、発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、規律性で、大部分において基礎力向上が見られた。

4. 考察

上記の事例より、人文学部の学生においても、企業と連携をし、自身で問いを立て、映像編集をし、広報という角度から社会と実践的な活動を行うことが可能である。さらに、左記の活動は、社会人基礎力の向上や就職活動への展開など様々な方面に応用可能である。

謝辞 本プロジェクトの推進にあたって、京都リサーチパーク株式会社の倉地聡子氏、長田和良氏、河端莉央氏と株式会社 OFFICE SAWAMURA の澤村栄治氏、澤村花霞氏に大変お世話になった。この場を借りて謝辞を申し上げる。

² ①主体性、②働きかけ力、③実行力、④課題発見力、⑤計画力、⑥創造力、⑦発信力、⑧傾聴力、⑨柔軟性、⑩状況把握力、⑪規律性、⑫ストレスコントロール

"心理的安全性"で加速する「おかやま DX コア」

○船倉隆央、松島和季、前原有也美、田淵美奈、吉葉 弘子、宮崎悟（岡山大学）

1. はじめに

岡山大学では、新たな事業モデルの展開に向けて「おかやま DX コア」の形成を進めている。令和元年度には、地域の DX 化を担う人材を育成する岡山県寄附講座「おかやま IoT・AI・セキュリティ講座」の開講、令和2年度には、全学のデータサイエンス研究者集団の応用研究拠点である「サイバーフィジカル情報応用研究コア（Cypher）」と、企業と研究者の共同研究の場「おかやま AI・セキュア IoT 共創コンソーシアム（OASIS）」を設置した。さらに令和3年度には、文理や学年の枠を超えた学生、教職員がともに課題解決に取り組む学生サークルの「岡山大学データサイエンス部（以下、「岡山大学 DS 部」）」が発足し、キャンパスベンチャーグランプリ全国大会で連続大臣賞を受賞する学生ベンチャーを輩出している。この4つの組織は、産官学協働のアジャイル型オープンラボである「おかやま DX コア」を形成している。

2. 岡山大学 DS 部の活動について

おかやま DX コアの中でも今一番の盛り上がりを見せているのが岡山大学 DS 部である。同部は令和3年より結成、活動している学生サークルであり、文理や学年の枠を超え広いダイバーシティ、アイデアとデータサイエンスで、各所からの依頼等の問題解決や新たな価値創造に和気藹々と挑戦している。年齢、肩書、分野を問わず部員が集まり、現在学生約70名、教職員約20名が所属している。

同部は学生が主体となり様々なプロジェクトを手掛けるが、特に際立つ取組として、企業からのお悩み相談に対して柔軟な視点で解決策を考える動きが自然発生的に出現している。現在進行形で複数の企業・団体との連携開発・ブレインストーミングが進んでおり、これまで県内企業と10件以上の共同研究を行っている。また、最近では、同部員が企業と企業を繋ぎ、オープンイノベーションを促進する取組も行っている。

3. 心理的安全性を土台とした企業との連携促進について

このように、岡山大学 DS 部の活動を起点として、社会人（技術者）と大学生が心理的に共振り共育共創できる「場」（伊丹，2005）が生まれている。この活動を通じた様々な経験が若手人材、とりわけ大学生の育成に大きな効果をもたらすことは明白であり、岡山大学ではこれを強力に Activate するべく各種後方支援を行っているところである。

産学連携は企業と大学の研究者との間のみでなされるものという一般常識に変化が生じており、企業にとってこれまで敷居（心理的障壁）の高かった大学であっても、学生との繋がりをきっかけとすることで気軽に相談できる環境が岡山大学では出来上がりつつある。このことを学術的に考えると、その土台には共育共創の「場」による「心理的安全性」が企業の心理的障壁を解消しているのではないか。この仮説を検証するために、今後企業側の心理面等の変化を探り、他の大学においても同様の環境作りができないかを検討したい。

4. おわりに

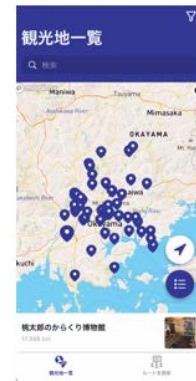
今回は岡山大学 DS 部の活動を中心に紹介するが、上述のとおり「おかやま DX コア」は4つの歯車がかみ合っていて動いている。他に起こっている現象として、例えば社会人技術者がさらに深く DX ツールを学ぶために大学の研究室に通うという「逆インターンシップ」や、おかやま DX コアから「活きた情報教育」を展開することで県内小中高から新たな要望・アクションが起こっている。これらの現象は、これからの地方・地域を活性化させること、そして大学を「共育共創・創成の拠点」とするために見逃してはならない変化であり、これら多方面からの期待に応えていくことこそが今後重要である。学外の様々なステークホルダーの「心理的安全性」を確保することで、おかやま DX コアを中心とした地域活性化に貢献していきたい。

【DS 部の活動】



これまでの活動（開発）

- 学生証を忘れた時でも図書館に入館できる**QRコード図書館入館アプリ**
- 顔の画像からその人の**感情を推定する医療AI**
- **自動運転**し、移動するたびに周囲の地図を作成し更新する電動車いす
- 岡山市の**観光地を機械学習**させたデータに基づき**レコメンドする観光アプリ**



【おかやま DX コア】



"心理的安全性"の確保からみる産学連携組織改革

○船倉隆央、松島和季、前原有也美、田淵美奈、吉葉 弘子、宮崎悟（岡山大学）

1. はじめに

“心理的安全性”とは、「あるチームにおいて、自分の意見を臆することなく発言できる状態」(Edmondson, 1999)としてハーバード大学のエイミー・エドモンドソン教授が提唱された心理学用語とされている。岡山大学の産学連携部門では、この“心理的安全性”を確保した上での組織改革に着目し、それを実現するための教職協働の推進や大学内外の様々なステークホルダーとのエンゲージメントの推進を図るため、どのように“心理的安全性”を確保し、効果として職員の思考や行動がどのように変容するかを検討してきた。

現在岡山大学産学連携部門で導入している、職場内での「感謝」、「称賛」を可視化するシステム、及び、担当業務を越えたプロジェクトチームによる職場環境改善、の2点について、“心理的安全性”の確保とそれがもたらす効果の観点から、岡山大学の事例として紹介する。

2. Unipos について

岡山大学の産学連携部門（事務機能を担う研究協力部、及び、教員、URA、コーディネーター等が所属する研究推進機構）では、Unipos 株式会社が提供しているサービス「Unipos（ユニポス）」を2021年1月より試験導入しており、本サービスが、組織内の“心理的安全性”をもたらすとともに、個々人の思考や行動にポジティブな影響をもたらしていると考えられる。

本サービスは、従業員同士が「貢献に対する称賛のメッセージ」と「ポイント」をアプリ上で送り合うことができるもので、「遅くまで急ぎの資料作成ありがとう。」や「担当じゃないのに先日イベントの設営を手伝ってくれてありがとう」など、感謝の気持ちをメッセージとポイントで送る、誰かが他の誰かに送ったメッセージに共感したら拍手（いいね）ができる、といった機能が備わっており、「感謝」と「賞賛」というポジティブな体験によって組織内の“心理的安全性”を高めることを目的としている。

岡山大学の産学連携部門は、上述のとおり教員・事務職員・URAなど、多様な職種の者が1フロア内で業務にあたっており、人数も70名程度と多い。この状況下において、「個人個人がどんな仕事をしているのかわからない」、「自分の発言をしにくい」、「上層部でも違うことを言われるから、板挟みになる」などの意見があったことも事実であり、現状を打破し、働きやすい職場へ改革するため、業務の可視化、人間関係・連携の強化、風土改革の醸成、モチベーションアップなどを目的にUniposを試験導入し、“心理的安全性”の確保に努めてきた。

導入から約3か月間における本サービス内でやり取りされた「感謝」の送受信をテキストマイニングにより分析を行った結果、個人が発出した「感謝」が、個人の思考・行動様式をポジティブに変容させていることが示唆された。具体的には、「今まで話したことが無かったが、本サービスをきっかけに業務の相談をすることがあった」、「理事や機構長など、上層部から感謝を受けて、モチベーションアップにつながった」など、組織内の“心理的安全性”が高まったことによるポジティブな行動変容と考えられる。

3. 職場環境改善プロジェクトチームについて

岡山大学の産学連携部門では、令和2年度頃より、アジャイル型組織によるプロジェクト推進を実施している。異なる部署に所属する者が職種を問わずチームを結成し、大型外部資金の獲得や大学発ベンチャー支援など様々なプロジェクトを教職協働で推進している。これらは主に令和2年度に岡山大学が獲得した内閣府予算を契機とする動きであるが、これらとは関係なく、上述の職場内での「感謝」、「称賛」を可視化するシステムの導入後に新たに自主的なプロジェクトチームとして、職場環境改善をテーマとするチームが立ち上がった。

本チームも異なる課の事務職員、URA、コーディネーター等で構成されており、“心理的安全性”の高まりがもたらした新たな動きと考えられる。具体的な成果はこれからであるが、職場環境に関する些細な点から、将来的な職場のフリーアドレス化まで、様々な視点から職

場環境改善を検討している。

4. おわりに

紹介のとおり、岡山大学産学連携部門では“心理的安全性”の確保が進んでおり、それによる職員のモチベーションアップや職場環境の改善などの行動も表れている。“心理的安全性”という言葉自体も、役員間のみならず教職員の間でも浸透してきており、大学全体として今後さらなる組織改革が見込まれる。

京都精華大学 PBL 教育プログラムの効果に関する実証研究 社会人基礎力、大学生生活充実感を中心に

○夏世明, 南了太, 中井咲貴子 (京都精華大学)

1. はじめに

社会が大きく変化する中で、社会との連携が大学教育においても求められている。これまで、大学での学びの多くは座学で専門スキルや教養を身につけることが中心であったが、今後はその能力に加え、自らが積極的に自治体や企業、地域社会の問題に関心を持ち、在学期間中から社会と関わることで、即ち社会人基礎力の育成が求められている。このことを受け、京都精華大学では、2021年度より全学共通教育科目の中に「社会実践力育成プログラム」が構築された。本プログラムは2022年度地域や企業等との連携 PBL 教育プログラムを60近く用意し、社会実践力を身につけることを目指すとともに、在学生の夢に近づける機会を提供するものである。

本研究はこのプログラムの前半期の履修者を対象に、直接的教育効果（社会人基礎力）および間接的波及効果（大学生生活充実感）に焦点を当てて、2時点（事前・事後）で収集された97名の履修生データを用いて検証を行う。今まであまり取り上げてこられなかった芸術系・デザイン系の学生を対象に、かつ、大学経営における重要事項である学生の大学生生活充実感にも着目しているところに学術的意義と政策的示唆が期待できる。

2. 調査及びデータの概要

2022年8月～9月の間に本プログラムの履修登録学生に事前アンケート（紙媒体とWEB版）を配布した結果、204名分の回答を得た。10月～11月の間に、204名の回答者を対象に事後アンケート（WEB版）を送信し、104名から回答があった。回答基準を満たさない7名を除き、本研究では97名の事前・事後アンケートデータを用いて分析した。調査項目としては基本属性（性別、所属、選択科目、次年度の希望プログラム、本プログラムに対する期待、等々）に加え、パーソナリティ特性、創造的態度、大学生生活充実感、社会人基礎力、地域貢献意志、コミュニケーション意欲なども取り上げられている。

97名の回答者のなかで男性学生が19名、女性学生が73名、性別不特定の学生が5名、約9割は2年生以下である。事前アンケートにおいては最終履修者（人数実数値：325人ⁱ）での回収率が約63%であり、事後アンケートにおいては、事前アンケート回答者での回収率が約51%である。なお、回答者を所属学部で見ると、一番回答者が多いのはマンガ学部（31%）で、その次はデザイン学部（28%）で、3番目は芸術学部（17%）である。性別及び所属学部の内訳は事前アンケート回答者（204名）と全履修者（421名）の内訳とかなり一致していることから、本研究の使用データには代表性があるといえよう。

3. 分析結果

事後アンケートではプログラム参加後の満足度について「本プログラムを在学生（友人、知人、クラスメート、先輩後輩など）に薦めたいと思いますか」で代用している。表1はその結果である。97名回答者のなかで、83名は身近な人に薦めたいことから、プログラム参加満足度の高いことが推測される。

表1. プログラム参加全体満足度の人数別

薦めたくない	あまり薦めたくない	どちらとも言えない	少し薦めたい	薦めたい	未回答
0	1	6	37	46	7

表2. 大学生生活充実感における事前と事後の平均値比較

	事前		事後		t 値 (df)	平均値の差
	平均	標準偏差	平均	標準偏差		
大学生生活充実感	3.35	.50	3.34	.51	.467 (96)	.01

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

大学教育には知識の伝授のみならず、在学生の包括的な充実感を求められている。本調査では、大対 (2015) の「大学生生活充実感」の質問項目を部分的に引用している。大対 (2015) の研究においては交

友満足、期待感、学業満足、不安を下位概念としているが、本調査においても、これらの下位概念 10 項目を用いて合成変数「大学生生活充実感」を作成した。これらの質問項目の信頼係数（事前 $\alpha=.77$ ；事後 $\alpha=.73$ ）であるため、この 10 項目の質問は大学生生活充実感として内的一貫性があり、信頼性のある概念であると認められる。表 2 はプログラム参加前の大学生生活充実感平均値（事前）とプログラム参加後の大学生生活充実感平均値（事後）の比較を纏めた表である。対応のある T 検定を行ったところ、 $t(96)=.467, p>.10$ で事前と事後の平均値には有意な差が確認できなかった。

表 3. 社会人基礎力における事前と事後の平均値比較

	事前		事後		t 値 (df)	平均値の差
	平均	標準偏差	平均	標準偏差		
伝える力	2.42	.57	2.53	.57	2.304 (96)	-.10*
働きかける力	2.56	.55	2.53	.60	.578 (96)	.03
協調力	3.18	.53	3.55	.56	4.378 (96)	-.37***
考える力	2.69	.52	2.73	.56	.961 (96)	-.04

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$

プログラム参加を通して学生はどんな力を身につけているのかに関して教育効果の検証が必要になる。本調査では、大対ら (2018) の「大学生の社会人基礎力尺度」の質問項目の殆どを引用している。大対ら (2018) の研究においては伝える力、働きかける力、協調する力、考える力を下位概念としている。本調査においても、これらの下位概念の質問項目を用いて分析を行った。これら下位概念の質問項目の信頼係数は伝える力（事前 $\alpha=.83$ ；事後 $\alpha=.82$ ）、働きかける力（事前 $\alpha=.73$ ；事後 $\alpha=.76$ ）、協調力（事前 $\alpha=.81$ ；事後 $\alpha=.83$ ）、考える力（事前 $\alpha=.76$ ；事後 $\alpha=.79$ ）である。これらの質問は該当する概念として内的一貫性があり、信頼性のある概念であると認められる。表 3 は参加者の事前と事後の社会人基礎力平均値比較を纏めた表である。対応のある T 検定を行ったところ、「伝える力」($t(96)=2.304, p<.05$)と「協調力」($t(96)=4.378, p<.001$)においては事前と事後の平均値に有意な差が確認できたが、「働きかける力」と「考える力」においては有意な差が見られなかった。それゆえ、プログラム参加を通して参加者学生は全体的に伝達力と協調力が伸びたという教育効果があるといえよう。

4. 考察

本研究は京都精華大学 2022 年度前半期 PBL 教育プログラム参加者を対象に、直接的教育効果（社会人基礎力）および間接的波及効果（大学生生活充実感）に焦点を当てて、事前と事後の統合データを用いて検証を行った。まず、プログラム参加の全体満足度において、参加者の 8 割以上が身近な人に推薦したいと回答していることから、全体満足度が高いことが推測される。次に、大学生生活充実感においては事前と事後で有意な差が確認できなかった。一方、大学生の社会人基礎力は、「伝える力」と「協調力」において事前と事後に有意な差が認められたが、その他には有意な差がなかった。

大学生生活充実感に有意な平均値の差がなかったことは元々大学生生活充実感の高い学生が PBL 教育プログラムに参加している割合が大きいことに原因があるとも推測できる。それゆえ、今回のプログラムに参加していない学生を対象に同様な調査を行うことでプログラムの参加と大学生生活充実感の関係がより明らかになると考えられる。また、前半期 27 プログラムが開講され、それぞれのプログラムの履修者数と育成目標が異なっていることから、社会人基礎力においても、プログラム別に分けて詳細に確認することが今後の課題となる。

【謝辞】

本調査にご協力頂いたプログラム担当教職員、ご回答頂いた履修生に深く感謝いたします。

【参考文献】

- 1) 大対 香奈子:「大学生生活充実感を規定する要因の検討」, 近畿大学総合社会学部紀要, 4 (1), pp.47-57,(2015).
- 2) 大対 香奈子・堀田 美保・本岡 寛子・直井 愛里:「大学生の社会人基礎力測定尺度の開発」, 近畿大学総合社会学部紀要, 7 (1), pp.51-59,(2018).

ⁱ 履修登録者数は 421 名であったが、海外渡航や連携先などのコロナ対策で 6 つのプログラムは中止になったため、最終履修者数は 325 名である。

「地方農家を中心にした地域活性化 ～短期大学の PBL によるブランディング～」

○中国短期大学 佐藤由美子 地域活性化研究所 橋本太郎

1. はじめに

地域の第 1 次産業の課題を第 6 次産業によって解決を試みる産学連携の取り組みを紹介する。

2. 概要

岡山市南区一農家の現状は①二毛作で米と麦を作っている、②麦はホップとしてメーカー 2 社に卸している、③JA と提携しており安定しているようであるが、実は問題点が山積している。その 1 つは採算が取れない、2 つ目は事業継承ができない、3 つ目は今後の方向性が見いだせないでいる、4 つ目はブランド米ではないことである。上記の項目は多くの農家に該当するものであり、この地域全体の抱える問題点であると考えられる。そこで問題点解決のため短期大学・地元産業界との連携により、これらの一方向性を見出すことで、地域全体の活性化を目的とした研究活動である。

3. 本研究の取り組み

短期大学の授業で行われたもので、以下のとおりである。

授業内容：PBL によるフィールドワーク・ブランディング等

対象者：情報ビジネス学科 2 年生 23 名

科目：地域創生学（選択科目）

期間：2022 年 9 月～2023 年 3 月（後期）

1 コマ 90 分×15 回

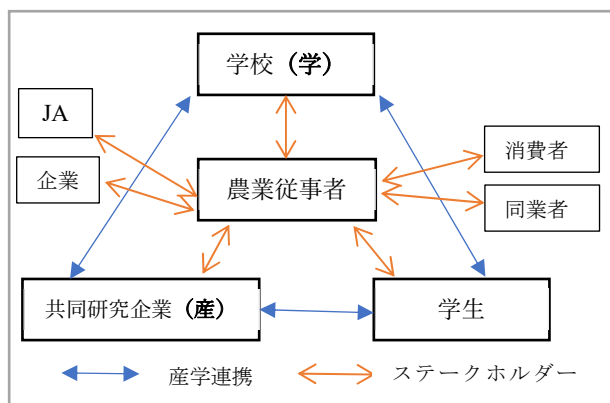
社会貢献の欲求の高い Z 世代（牛窪 2021）の学生を対象としたグループワークで、新奇なアイデアを生み出すことによりブランドを構築する一方法と考えられる。

学生はフィールドワークで現地に出向き、農業従事者の説明を聞くことで第 1 次産業に向き合い、ブランディングにより農業の第 6 次産業を形成することが目的である。産学連携（農業従事者を取り巻く環境）のステークホルダー（図 1）を示す。

探究学習（PBL：Project Based Learning）は「探究における生徒の学習の姿」では自ら課題を設定し、探究の過程を①課題の設定 ②情報の収集 ③整理・分析 ④まとめ・表現のスパイラル（高等学校学習指導要領の「総合的な探究の時間編」 文部科学省 H30 年年告知）が周知されているが、本研究ではデュエイ（1907）の提唱から発展してトーマス・キルパトリックが提案したプロジェクト学習法をベースとしている。田中（2021）はこれをメソッドとしてディスカッション・リサーチ・プレゼンテーションの相互作用を通して実践される活動とみなす。本研究でもディスカッション・リサーチ・プレゼンテーションの相互作用効果を、自己評価シートで前後チェック・相互評価は振り返りで実施した。そのチェック項目は 8 つの能力（表現力・状況把握力・関係調整力・論理力・問題発見力・分析力・批判力・協創力）を 4 段階評価で行う。この能力はディスカッションでは表現力・問題発見力・関係調整力・協創力を、リサーチでは状況把握力・分析力・問題発見力・批判力を、プレゼンテーションでは表現力・批判力・論理力を高める効果が期待される。ブランディングはワークショップによりグループワークでアイデアをまとめていった。ファシリテーターはテーマ対象となる農業の問題点「①採算が取れない、②事業継承ができない、③今後の方向性が見いだせないでいる、④ブランド米ではない」を説明し、ブランド・コミュニケーションのポイントを

基に、コトラー（1932）が提唱した STP 分析によるコンテンツとストーリーでブランドを作る作業が行われる。また消費者行動モデル DECAX の法則（内藤 2015）に重点をおいた話し合いが展開され、各グループによる発表が行われた（図 2）。実現可能なアイデアが多数あり、今後のプロジェクトにモチベーションも高まる。

学生のプロジェクトはグループ別に行われたが、問題点としてグループ毎に学生のモチベーションが異なることが挙げられる。内発的動機を伴っているときに高い結果を得るプロソシヤルモチベーション（Adam M. Grant2008）では、「他者視点」などを重視するように考えられることから、ファシリテーターは意識してワークを実施した。学生は農業の知識があるグループ、全くないグループ、あるいはモチベーションの高いグループ、低いグループに対して同じ指導では結果に差が出るのをできるだけ抑えるためである。



（図 1 産学連携ステークホルダー図）



（図 2 学生のグループワーク）

4. 結果

農家の米からブランドでないものを価値があるものにブランディングするための活動を行い、高付加価値が生まれることで農家の方向性が定まった。まだ学生の履修期間が残る中、ブランディングで得た結果が農家周辺地域全体に及ぼす影響が一過性のものか、有効に発揮されるかどうかは明確ではない。このことからこの研究は単年度でなく、複数年にわたって実施されることで明らかになると考えられる。

【謝辞】

本調査にご協力いただいた岡山市南区農業従事者様に深く感謝いたします。

【参考文献】

- 1) 牛窪恵著「若者たちのニューノーマル Z世代、コロナ禍を生きる」(2021) 日経プレミアシリーズ
- 2) 教育新聞「たくましさとしなやかさを身に付けるために (田中茂範著)」(2022. 8. 10) 教育新聞編集部
- 3) 電通デジタル・ホールディングス 内藤敦之氏提唱概念 (2015)
- 4) デューイ著、市村尚久訳「経験と教育」(1938) 講談社学術文庫
- 5) デューイ著、宮原誠一訳「学校と社会」(1935) 岩波文庫
- 6) デューイ著、松野安男訳「民主主義と教育」(1975) 岩波文庫
- 7) Thomas H.Kilpatrick(1918) The Project Method.teachers College Record 19
- 8) Grant,A.Met al.(2008)Academy of Manegement Journal,vol.51,pp898-918 ”
- 9) Adam M. Grant (2008) Journal of Applied PsychologyCopyright 2008 by American Psychological Association. 2008, Vol.93
- 10) 向社会的モチベーション研究レビュー ―概念定義と組織行動研究への適用を中心に―SHIN, Hayoung 日本労務学会誌 Vol. 21No. 2:44-57 (2021)

関西の産学と北海道の産学を結ぶ ソーシャルビジネスのオンライン研究会事例報告 - 地域活性化とリーダーシップ育成の観点から -

○福重 八恵（阪南大学）

1. はじめに

従来、人口の二極化に伴う地方の衰退や開発による環境破壊等の社会的問題は、政府や地方自治体などの公的機関が解決すべきとする考えが根強くあった。しかし、時代の変化に伴って、解決が望まれる社会的課題は多様化、複雑化していることに加え、財政の逼迫やシステム的な限界もあり、公的機関のみでは十分な対応ができなくなってきた。かかる状況を背景に、社会的課題やニーズを「市場」として捉え、課題解決のための取り組みを持続的な事業活動として展開するソーシャルビジネスに期待が寄せられるようになった。

他方、大学に対しては、産学共同研究や技術移転をはじめとする理系を中心とした社会貢献にとどまらず、地域の活性化やまちづくりなど、豊かな社会の形成につながる幅広い社会貢献に期待が高まっている。

そこで 2021 年度より、地域の資源を活用して商品開発等のソーシャルビジネスに取り組んでいる北海道士幌町立士幌高校、開発に伴う人と野生動物の軋轢の解消について研究する帯広畜産大学浅利研究室、地域活性化を担うリーダーの育成について研究する阪南大学福重研究室、教育サービスをはじめとした各種事業をグローバル展開する株式会社 ECC、地域おこし協力隊から起業してまちづくりに貢献する合同会社 Sun Village の産学及び高大連携により、地域活性化とリーダーシップの観点からソーシャルビジネスについて検討する取り組みを開始した。本稿ではその第 1 回オンライン研究会の事例を報告する。

2. 取り組みの概要

初年度の 2021 年度は、12 月 17・20 日の 2 日間にわたり、Zoom を用いたオンライン研究会として実施した。士幌高校生が取り組んでいる特産品の商品開発をはじめとした地域活性化の活動等を題材として、「うまくいったこと」や「うまくいかなかったこと」を振り返りながら、それらの要因をリーダーシップの観点から分析し、発表会を行った。

参加者は、士幌高校生 12 名、帯広畜産大学生 6 名、阪南大学生 14 名、高大教員 3 名、企業関係者 3 名の計 38 名で、高校生 3 名に大学生 4・5 名が加わった、1 グループ 7・8 名の 4 グループ構成とした。

司会進行をはじめとする研究会全般の運営と、分析に用いるフレームワークの講義やグループ内でのファシリテーター、ホワイトボード（発表用 Word ファイル）の作成は阪南大学の学生が担当し、高校生のディスカッションのサポートは地元の事情に詳しい帯広畜産大学の学生が担当した。また、研究会までの準備や研究会当日のネットワークトラブル等への対応には、参加校の教員 3 名と帯広畜産大学の代表学生が協力して当たった。

3. プログラム

研究会は高校の授業に合わせて 1 コマ 50 分とし、1 日 2 コマ×2 日間の 4 コマで実施した。プログラムは以下の通りである。

【2021 年 12 月 17 日・1 コマ目】

- Zoom の操作説明
- グループに分かれてアイスブレイク（その後メインルームに再集合）
- はじめの挨拶
- 研究会の趣旨説明
- 関係者の紹介と一言メッセージ
- 分析に用いるフレームワーク「6 つのリーダーシップスタイル」（ゴールマン）の講義

【2021 年 12 月 17 日・2 コマ目】

- ディスカッションテーマの説明と質疑応答
- グループディスカッション（その後メインルームに再集合）

○ 連絡事項等

【2021年12月20日・1コマ目】

○ 発表会の説明

○ グループに分かれて発表準備（その後メインルームに再集合）

【2021年12月20日・2コマ目】

○ 発表会

○ 合同会社 Sun Village 代表 服部氏からのコメント

○ 株式会社 ECC 事業部統括 清河氏からのコメント

○ 株式会社 ECC 人事部 岡本氏からのコメント

○ 帯広畜産大学 浅利准教授からのコメント

○ 士幌高校 進藤教諭からのコメント

○ おわりの挨拶



図1 メインルームの画像



図2 グループディスカッションの画像

○ 取り組み事例(1)「どら焼きの皮をふるさと納税に出す企画」

<上手くいったところ>

どら焼きの消費期限を1週間延ばした。

<使っていたリーダーシップ>

強制型：先生が決断してくださった。

<上手くいかなかったところ>

商品名が発表ギリギリまで決まらなかった。

<使った方が良かったリーダーシップ>

民主型：意見を募った方が良かった。

関係重視型：もっと周りと連携した方が良かった。

○ 取り組み事例(2)「牛乳を自分たちで加工販売する企画」

<上手くいったところ>

牛乳の乳質がアイスクリームに適していることを発見した。

<使っていたリーダーシップ>

民主型：みんなで決めた目標に向けて、協力しながら試行錯誤できた。

<上手くいかなかったところ>

牛乳の酸味が強くヨーグルトに適さなかった。

<使った方が良かったリーダーシップ>

ビジョン型：目標が明確ではなかった。

強制型：活動時の雰囲気が緩かったので、引き締めるリーダーが必要だった。

図3 発表用ホワイトボードの画像

4. まとめ

研究会終了後、開催関係者により総括を行った。ここではその結果をまとめる。

第1回研究会では、地域の活性化に寄与するソーシャルビジネスの実践事例について高校生が大学生に情報提供し、その成功要因や課題の克服策等を、大学生がサポートしながらリーダーシップの観点から分析した。参加した高校生や大学生にとって、これらの領域に関する理解を深めるきっかけとなったものと考えられる。また、地域、年齢、専門分野、事業内容等の違いを超えて、企業・大学・高校の連携を構築する第一歩となった。

一方で、オンライン研究会としての課題も残った。制限時間がタイトな中、オンラインの議論で発表にまでもっていかねばならないファシリテーターは、グループ内の高校生と個別にやり取りする方法を取らざるを得なかった。そのため、グループのメンバー同士が議論する場面はほとんど見られなかった。今回は大学生がファシリテーターを担当したが、たとえ企業関係者がファシリテーターを担当しても同様になったと考えられる。今後は発表を重視するのではなく議論を重視するとともに、オンラインと対面を組み合わせたハイブリッド型の研究会にする方向性を共有した。

また、2022年度は、第1回研究会の参加者に対して、リーダーシップに関する企業評価をフィードバックし、社会で求められる能力を高めていく研究会と、地域活性化のためのイベントや商品開発の企画等について検討する研究会の、計2回を開催する計画も共有した。

【謝辞】本研究は阪南大学国内研究の支援を受けて行われた。関係者一同に謹んで謝意を表す。

マンガ・デザイン系分野における教育系産学連携活動
 ～京都信用金庫・セメントプロデュースデザインと京都精華大学の連携事例～

南了太・米本昌史・中井咲貴子（京都精華大学）

はじめに

近年、PBL 教育の一環で学生のアイデアを元に企業が商品化する動きが多くみられる。これらの活動成果は、例えば、日本経済新聞朝刊「キャンパス発 この一品」や「大学発商品図鑑」ⁱなどを通じて見る事ができる。左記の活動成果を見てみると、これまで産官学連携分野で積極的に推進されてきた、理工・生物系分野のシーズをベースに高度な科学技術を用いた製品やサービスでなくとも、十分に社会に対して価値を提供していることが分かる。本発表では、商品開発に向けて、マンガ・デザイン系分野の学生が企業とアイデア創出を行った一事例を紹介するものである。

京都精華大学 社会実践力育成プログラムとは

京都精華大学は、2021 年より教学プログラム改革の一環で「社会実践力育成プログラム」を展開している。本プログラムは、在学期間中から社会と連携をし、実践力を身に着ける目的とし、「学びを社会に活かす」ことをコンセプトとしている。22 年度は 62 のプログラムⁱⁱを用意し、学生に対して、①大学連携プログラム、②インターンシップ、③海外ショートプログラム、④国内ショートプログラム、⑤産官学公連携 PBL プログラムのいずれかを履修することを推奨している。特徴的なのは、5 学部（芸術学部・デザイン学部・マンガ学部・国際文化学部・メディア表現学部）3,500 名を対象とし、学年も学部も固定せず横断的であり、クォーター制（8 週間）で実施している点である。2Q に開講した 33 プログラムには 421 名の履修登録があるなど大規模に推進をしている。理工・生物系分野の学部を持たない本学は、一般的な産官学連携に見られる技術開発のノウハウを有していない。そこで、①解決型（連携先の問題を何らかの方法で解決する形態）、②表現型（連携先に対して自身の制作活動などで表現する形態）、③提案型（連携先の問題を何らかの方法で提案する形態）、④調査型（様々な社会現象を調査する形態）のフレームワークから実践的な活動を行っている。

提案型産官学連携プログラムについて

京都信用金庫（本社：京都市下京区）と有限会社セメントプロデュースデザイン（本社：大阪市西区）は、2022 年度より京都信用金庫の顧客向けに商品開発講座「ANSWER」を開講している。本講座は、新商品の開発を検討している中小の製造事業者 8 社に対して、商品開発の視点からプログラムを提供するものである。具体的には、「全 8 回の講座では、はじめに自社の経営資源や強み、競合の取組など、徹底した現状分析を行った上で、商品イメージ、方向性の検討などの実践プログラムを経て商品企画開発に取り組んでいただきます。そして、事業規模や実力に応じ、販路や販売方法、つくれるもの、つくりたいもの、つくるべきものを検討し、参加事業者自身で商品企画を完成させていきます」というものである。ⁱⁱⁱ

今回、京都精華大学は「産学公連携 PBL プログラム 1（ハイブリット型：京都信用金庫/セメントプロデュースデザイン）」という 2 単位の集中授業で本講座の一部に関わった。以下、詳細を示す。

授業内容

今回、担当教員はデザイン学部の米本教授、国際文化学部の中井特任准教授、そして筆者の 3 名である。受講生はいずれも 2 年生で、デザイン学部 5 名、マンガ学部 1 名の計 6 名であった。授業場所は、大学や京都信用金庫本店や、2020 年に京都市役所近辺の一等地にできたコミュニティー複合施設「QUESTION」、自宅学習、オンラインなどを組み合わせ実施した。

図表 1 の通り、授業は、事前学習（オリエンテーションやマナー講座）と演習、事後学習（振り返り）で構成した。演習の一部として、上記の計 8 回の商品開発講座「ANSWER」の内、第 5 回の『コンセプト固め』（「自社の想い」や「志」を軸にビジョン設計を行う）と、第 6 回『商品企画①』（コンセプトを満たす事業〈商品/サービス〉を考える）に関わった。製造事業者は、飲食や服地卸、珈琲専門店、伝統工芸、イベントプロデュース業など多岐に渡った。

受講生は、各 1～2 名が製造事業者の担当となり、企業の取組や課題、業界の分析、アイデア

ブレストへの参加など様々な内容に従事し、実際に企業のアイデア創出の場に関わった。さらに本プログラムでは、製造事業者の商品開発に対して 100 案考えるという課題が出され、さらにその 100 案から 3 案に絞り事業者向けに発表を行った。

教員は、アイデア創出の支援やプレゼン技法の紹介、マナー講座、学生の進捗管理、主催者との調整などを中心に、本プログラムが順調に進むように支援を行った。

履修者に対しては、経済産業省が提唱する「社会人基礎力」の 12 の項目^{iv}で事前・事後でどのように変化したかを 5 件法で主観評価した。6 名の回答がありその結果、主体性、実行力、課題発見力、計画力、創造力、発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、規律性の能力の向上が見られた。学生からは「今までに社会を見学することはあったが、実際に『触れる』ということは今回のプログラムが初めてだった。社会に触れたことで視野が広がり、今だけでなく将来を見据えて物事を捉えられるようになった」、「お店の思いや、課題、商品などただ企画を立てればいいだけではなく、リサーチすること、分析することなど商品が出来上がるまでにさまざまな工程が必要であることがとても印象に残りました。また、商品を販売していく、企画していくための方法や自分の知識を引き出しを増やしていくことの大切さを学ぶことができました」などの感想が聞かれ、教育効果の高い取り組みとなった。

図表 1 授業内容

構成	日程	時間	内容	場所
事前学習	8/2(火)	13:00-16:10	学生・教員顔合わせ・対面事前学習・ブレスト・自己紹介記入	大学
	8/8(月)	14:00-17:00	オリエンテーション ・紹介(京都信用金庫 30分) ・目的(セメント) ・自己紹介(各自) ・課題提示(セメント) ・企業担当分け等	京都信用金庫 QUESTION
演習	8/9(火) ~17(水)	各自裁量	対象企業の業界リサーチ	在宅
	8/18(木)	15:00-17:30	商品コンセプト決定	京都信用金庫本店
	8/25(木)	13:00-17:50	商品アイデア考案 100案	大学
	9/2(金)	15:00-19:00	チーム内アイデアミーティング (グループワーク) ・15:00-16:00 レクチャー(セメント) ・16:00-17:30 企業アイデアブレスト ・18:00-19:00 知財セミナー	QUESTION
	9/7(水) ~9(金)	各自裁量	ショップリサーチ	東京ギフトショー/ 京都市内(任意)
	9/15(木)	14:30-18:00	プレゼンテーション	QUESTION
事後学習	9/27(火)	13:00-17:50	最終案提出・振り返り	大学

考察

上記の、企業が行う商品開発講座と大学の PBL 教育を組み合わせること、より高い教育効果を生み出すことができる。企業においても新しいアイデアや気づきを得ることが期待され、企業の評判も高い。今回は、主催者の京都信用金庫とプログラム考案者の有限会社セメントプロデュースデザイン、事業者 8 社、大学の教員・学生が連携をすることで各社のニーズに応じた試みが可能になった。本取組は、マンガ・デザイン系分野における教育系産学連携活動の一事例として参考になるものである。

謝辞

本プロジェクト推進にあたり、京都信用金庫の荒尾元彦氏、大隅美沙氏、有限会社セメントプロデュースデザインの金谷勉氏、三嶋貴若氏、川村さりか氏に多大なご協力を頂いた。改めて感謝申し上げる。

ⁱ 大学商品図鑑 <http://hotozero.com/product/>

ⁱⁱ 京都精華大学社会実践力育成プログラム HP <https://jissen.kyoto-seika.ac.jp/>

ⁱⁱⁱ ANSWER 販路を見据える商品開発講座

<https://www.cementdesign.com/?portfolio=%e4%ba%ac%e9%83%bd%e4%bf%a1%e7%94%a8%e9%87%91%e5%ba%ab>

^{iv} ①主体性、②働きかけ力、③実行力、④課題発見力、⑤計画力、⑥創造力、⑦発信力、⑧傾聴力、⑨柔軟性、⑩状況把握力、⑪規律性、⑫ストレスコントロール力

産学連携学会 関西・中四国支部 第14回研究・事例発表会 講演予稿集

発行日 : 令和4年(2022年)11月14日

発行者 : 産学連携学会 関西・中四国支部 事務局
〒690-0816 松江市北陵町2番地 島根大学地域未来協創本部産学連携部門内
TEL (0852) 60-2290 FAX (0852) 60-2395
E-mail : j-sip-B150@riko.shimane-u.ac.jp
ホームページ : <http://www.sgrk.shimane-u.ac.jp/j-sip-B150/>

産学連携学会 本部 事務局
〒102-0073 東京都千代田区九段北1-4-7 喜助九段北ビル501
TEL 080-4203-5165
E-mail : j-sangaku@j-sip.org ホームページ : <http://j-sip.org/>