

地域創生・産学連携研究所 アニュアルレポート

Regional Revitalization and Industry
Academia Cooperation Research Center
Annual Report



産業能率大学

発刊にあたって

地域創生・産学連携研究所は大学の付属研究所として、5年前の2018年4月に新設されました。2022年度の当研究所の活動目的・内容は以下の4点から構成されています。

まず本学経営学部には配当されている自由が丘の街との連携授業である「自由が丘イベントコラボレーション」「自由が丘スイーツプロモーション」「自由が丘コンシェルジュ」「石垣島・自由が丘ブランディング」という4科目間の授業情報の共有化を図り、お互いに利用できる授業運営ノウハウは相互活用し、授業の質の向上を図ることで、授業の質の向上には、受講生のどのような能力や知識、スキルが向上したかという検証も含まれます。特に自由が丘の街では2022年度、3年ぶりに多くのイベントが開催されました。このため受講生の実習体験による学びも実現でき、学生にとっては大きな成果になったと思われます。

第2が本学湘南キャンパスにおいて、NPO法人湘南ベルマーレスポーツクラブの眞壁会長のお力をお借りして2022年度から授業化が実現したオリーブをテーマにした「地域ブランド創造プロジェクト」の成果を当研究所で共有し、参考となる運営ノウハウは相互で活用していくことです。

第3が、本学の既述の代表的な街や企業との地域・産学連携授業や、個々の教員によるゼミや授業などでの諸活動を広く周知すべく、HPを通じた広報活動を図っていくことです。

第4の活動目的と内容は、当研究所の年間活動を年報にとりまとめることです。

今回の2022年度年報は以下のような項目で構成されています。まず既述の自由が丘の街との連携授業科目の授業内容、受講生の成果と課題をまとめました。次に湘南キャンパスの「地域ブランド創造プロジェクト」の成果について掲載しました。

3点目は、自由が丘の街の方で現在経営学部の兼任教員をお願いしている研究員お二方から寄稿いただき、自由が丘の街全体の活性化を俯瞰する内容を掲載しました。

4点目は本学総合研究所からの研究員から、「地域創生・産学連携に関わる人材育成」について寄稿してもらっております。

以上のように2022年度の当研究所年報は、自由が丘キャンパスと湘南キャンパスにおける代表的な地域・産学連携授業を中核に構成し、取りまとめています。当研究所年報が無事に完成しましたのも、ひとえに多くの方のご協力があった賜物です。この場をお借りして厚く御礼申し上げます。

産業能率大学

地域創生・産学連携研究所長

岩井 善弘

目次

発刊にあたって 岩井 善弘	巻頭
3年ぶりの自由が丘イベントと 「2022年度自由が丘イベントコラボレーション」 岩井 善弘	2
「石垣島ー自由が丘ブランディング」 2022振り返り 高原 純一	7
2022年度、初めて学生教育を担当した立場から見た 「自由が丘スイーツプロモーション」 小林 幸平	10
「自由が丘コンシェルジュ」 授業報告 ー碑文谷警察プロジェクト連携事例ー 櫻井 恵里子	14
「地域ブランド創造プロジェクト」 活動報告 ー初年度の活動実績ー 松岡 俊	17
自由が丘地域と大学とのコラボレーション活動① 西村 康樹	19
自由が丘地域と大学とのコラボレーション活動② 古山 喜章	20
地域創生・産学連携に関する人材育成を考える ー地域活性コンサルタントへのインタビューを通じてー 川合 広訓、杉本 孝一郎	21
あとがき 林 巧樹、渡邊 道子	30

操作方法

＼タイトルをClick!／
希望のページへ



：目次のタイトルをクリックすると
希望のページへ進みます。

目次へ戻る

：目次ページへ戻ります。

3年ぶりの自由が丘イベントと 「2022年度自由が丘イベントコラボレーション」

岩井 善弘

3年ぶりに開催された自由が丘の街のイベント

「自由が丘イベントコラボレーション」において2020年度、2021年度の2年間はコロナ禍のあおりを受け、自由が丘のイベントの多くが中止を余儀なくされたため、学生はイベントに参加できず、オンラインによる机上だけのイベント企画会議という授業にならざるを得なかった。こうした事態は同授業が2008年度からスタートして以来初めての経験だったので、担当教員も手探りで授業運営を行った。従って2020年度、2021年度に2年生だった履修生は、自由が丘の街に出る形式の授業はほとんど経験出来ておらず、大変気の毒なことをしたと痛感している。

翻って2022年度はどうだったか。当然コロナは収束していないし、脅威は続いていたが、行政機関が示す指針に沿ってコロナ対策を厳密に行い、活動する学生の数、時間を小刻みに制限していけば、なんとか外部での活動も可能であることが徐々に判明し、また自由が丘商店街振興組合様、各商店会様のイベントも開催が決まっていた。

まず以下に学生が参加させていただいた主な活動を簡潔に述べていく。なお同授業は従来、毎年5月に開催される「スイーツフェスタ」、10月に開催される「女神まつり」、12月に開催される「サンクスリバティ」が授業対象のイベントになっていたが、2022年度はこれらのイベントの他に、9月に駅前中央会の「The J」企画や、10月の「ハロウィンイベント」など多くのイベントが分散して開催されたのが特徴的である。ちなみに当科目の2022年度の2年生履修生数は37名である。

2022年度のスイーツフェスタ、女神まつり、サンクスリバティの概要と学生参加

(1) 5月のスイーツフェスタ

5月3日から5日まで小規模ながらスイーツフェスタが開催された。5月のスイーツフェスタまでは毎年、前年度履修経験のある3年生が2年の履修生を指導するという形で授業が進められる。

「スイーツフェスタ」という名称にはなっているが、今回はスイーツにはとらわれないイベントが開催された。まず南口においてはおもちゃ博が開催され、小学生の子どもたちがおもちゃのワークショップに参加するという親子で楽しめる参加型のイベントがあった。

また駅前においては、自由が丘の街の「SDGs宣言の発信」、「自由が丘の環境への積極的対応」を意識し、以下のような展示・販売が行われた。まずバラの種子、苗、花の展示・販売である。次に和綿の加工品の販売があり、リサイクルゴミ袋の配布も行われた。自由が丘の街の環境部の方からの熱心なご指導のもと、学生は一生懸命説明や販売に従事していた。

今年度のスイーツフェスタは3年ぶりの開催だったので、指導役の3年生も実質初めての経験であったし、ましてや2年生は右も左もわからない状況での活動であったが、皆誠心誠意よくやってくれたと感謝している。

(2) 10月の女神まつり

10月9日、10日にわたり、第48回女神まつりが開催された。今回の女神まつりのテーマは、「saikai」である。ここ2年間イベントが開催されなかったため、3年ぶりの人々の再会という意味である。主だった学生企画・参加イベントを以下に記述していく。

① 南口商店会 ― 秋のマリクレールイベント

九品仏川緑道にて「秋のマリクレール2022」が開催された。2023年度から本学兼任教員に就任する実業家で、特にアートの世界に豊富な人脈をお持ちの有富史浩様のご功績大きく、アートの色彩が前面に出た企画内容であった。企画内容としては、第1に元テレビ朝日のアナウンサーでフラワーアーティストの前田有紀様と学生とのコラボレーションでカスミソウをメインとしたアーチの作成。第2にアーティストの奥田雄太様にご提供いただいたデザインをTシャツやトートバックなどに印刷し販売するという企画。第3はアーティストの〇〇様をお招きし緑道で開催した絵画のパフォーマンス。第4が商店会のインスタグラムフォロワー向けの花おみくじの提供。第5がバラをテーマにしたローズワークショップである。

② 丘ばちプロジェクト

2009年から自由が丘でみつばちを育成するプロジェクトが始まっている。みつばちを通して街づくりを図っていくという「丘ばちプロジェクト」の取り組みは、「JAPAN SHOP SYSTEM AWARDS2010」において優秀賞を受賞している。

今回はこの丘ばちプロジェクトをテーマに、自由が丘商店街振興組合にてワークショップが開かれた。4年生から6年生の小学生を対象としており、自由が丘の養蜂やバラ、自由が丘の森林化計画について、多くの方に理解してもらおうというのが目的である。実施した内容としては、「クイズ」「動画視聴」「トートバック製作体験」「季節ごとの蜜蜂や自由が丘サンド様提供の丘ばちスイーツのお土産の配布」である。16名の小学生が参加していただき、実施後のアンケート調査でも大変高い満足を得たという回答が100%であった。

③ しらかばフェスティバル

しらかば通りのイベントの目的は、自由が丘と沖縄県石垣島を繋ぐ企画である。主な学生企画・参加イベントの内容は以下である。

第1が、プロのアーティストと子供が、イリオモテヤマネコをテーマにアート作品を制作する企画である。

第2が、プロのアーティストから絵の具の使い方や画法を子供が学ぶワークショップで、子供たちは「アートを楽しむ」「アートを身近に感じる」体験ができた。

第3はイベント企画期間中、延べ5人のアーティストがライブイベントを継続的に行うという企画である。

第4は石垣島マーケットであり、石垣島の関連商品や特産品の販売である。出店者は石垣島商工会様、nuts town coffee様、平田観光様、アラカルト様、last supper diner様などであった。大人から子供まで多くの来店者がお見えになり、三井住友銀行の駐車場が人で溢れんばかりの盛況ぶりであった。

3年前までの女神まつりの人出には及ばないものの、筆者の印象では7割程度の回復であり、本学の学生は嬉々としてイベントに参加させていただいていた。

(3) 12月のサンクスリパティ

最後は1年を締めくくるイベント、サンクスリパティである。12月3日、4日に開催された。主な学生企画・参加イベントは以下である。

① 広小路商店会

広小路通りでは、クリスマスカードワークショップ、お菓子すくい、松ぼっくりクリスマスツリーワークショップ、ファーリースワークショップなどが開催され、大賑わいであった。親子連れの来街者が大変多く、親子でこれらのワークショップを楽しんでおられ、学生はそのお手伝いに回った。また広小路ではスーパーボールすくい、ヨーヨーすくい、輪投げなど子供が楽しめる企画もあり、こちらも盛況であった。

② 南口商店会

バラ企画、トイリユース、ジェルキャンドルワークショップ、バラのワークショップなど、子供を対象にした企画を行った。また自由が丘駅近くのLuz自由が丘の前では、マーキーズ様からご提供いただいた残布を活用したク

クリスマスオーナメントのワークショップ、プラスチック不使用の蜜蝋ラップのワークショップが行われた。こちらも親子連れで大盛況であり、学生が当初予想していた材料がすぐになくなるほどであった。

三大イベント以外の自由が丘イベントや企画

スイーツフェスタ、女神まつり、サンクスリバティという「自由が丘イベントコラボレーション」で実習対象としているイベント以外に、2022年度は多くのイベントが別途開催された。

① 「The J」

まず9月23日、24日、25日には駅前中央会により「The J」が開催された。イベントの内容は、グリーンマルシェ出店（植物・雑貨の販売）、ジャズステーション開催などで、学生が積極的に参加させていただいた。

またメガネのパリミキ様とのコラボレーション企画も9月の23日、24日と10月9日、10日に行われた。当初同企画は、不要になった眼鏡を来街者に持参していただきスリランカに送るという社会貢献活動と、ファッションショーという2本立てで企画していたが、後者はコロナ禍のため残念であったが断念した。スリランカに眼鏡を送るという企画は社会的に大変有意義な活動である。当初どの程度の眼鏡が回収できるか学生は不安であったが、結果は3桁の本数の眼鏡が回収された。

② ひかり街でのランタン製作と展示

自由が丘デパートにおいて10月29日、30日に地元の親子を対象に事前予約制でランタンづくりのワークショップを行い、ランタン製作を実施、学生がサポートした。またそこでできた作品を11月12日、13日に同デパートの一室に展示をした。

③ 南口のアートの祭典

12月のサンクスリバティに先立つ11月20日、南口の緑道では巨大なクリスマスツリーへの点灯式典が開かれ、学生も参加させていただいた。また暖様、RISA様、TSUMUJI様という著名なアーティストが見えて、それぞれの分野でのアート作品を披露していただいた。暖様はお絵描きを子供たちと、RISA様は巨大なキャンバスに絵を描かれ、TSUMUJI様はバイオリンの素晴らしい音色を来街者に提供してくださった。

これらの企画にも学生は参加させていただいたが、こうした有名アーティストと接する機会はなかなか体験できないことなので、学生にとっては一生の財産になったに違いない。

これらの他にも2023年1月28日、29日には、旭会主催の北海道フェアとしらかば通りでの石川県金沢フェアが開催され、総勢40名近くの学生が参加させていただいた。さらに外部で来街者に対応する企画ではないが、多くの企画が検討、実施された。紙面の都合ですべて記述することは避けるが、例えば自由が丘の街のペット屋さんの紹介動画の制作をした。自由が丘はスイーツや美容・健康の街というイメージが定着していると思うが、ペットの街でもある。そこで学生はペットショップに取材・インタビューしてお店の紹介動画の制作を行った。

以上のように、2022年度の「自由が丘イベントコラボレーション」の実習は、5月、10月、12月の大イベントのみならず、他の月にも分散して開催されたのが、3年前の授業とは大きく異なる点であった。

学生自身が評価する「身についた力」「活用した経営学分野の知識」「今後の課題」

同授業では、年度初めに履修生に個人の目標として、「身につけたい力」「活用したい経営学分野の知識」を提出させて、前学期終了時に前半期の振り返り、そして授業終了時に1年間の成果としての総括と今後の課題を書かせて提出させている。

ここでは「この授業を通じて身についた力」「この授業で活用した経営学分野の知識」「今後の課題」について、まとめた。なおこれらの力や経営学分野の知識についての回答は、複数回答を可とした。

(1) 「この授業を通じて身についた力」

回答が多い順に並べると以下ようになる。

まず協調性である（17人）。同授業は班に分かれ、班ごとに目標、企画案・スケジュール計画、個別活動分担を立てて遂行するものであるため、協調性が求められ、実習によって身についた結果と考える。

次が親和性である（12人）。学生同士はもちろん、同授業は自由が丘の街の方々や他社会人との交渉を重ね、ご指導をいただきながら進めていく授業である。多様な考え方や価値観に柔軟に対応しつつ、計画を遂行していかなければならないため、親和性が求められる。協調性と同様に社会に出た際には大変重要な力と筆者は考えており、親和性が身についたと答えた学生が多かったことは大変喜ばしい。

第3が行動力または実践力である（11人）。机上や頭の中で企画・計画したことを実践できるか、行動に移せるか、単なる評論家に終わることはないかという力である。実習主体の同授業なので、この力が身についたことは当然の結果といえる。

第4が統率力（9人）である。イベントの企画・実行は班ごとに分かれて行うことは前述した。授業スタート時点で統率力を心がけて受講したいと目標を述べていた学生が多かったことから、一定の学生には成果があったと考える。

第5が維持力（または継続力、8人）である。社会に出ると維持力（継続力）は当然に必要とされる。平たく言えば忍耐力、我慢強さである。この力が身についたと答えた学生が多かったことも大変うれしい。

以下計画立案力（7人）、課題発見力（5人）、感情抑制力（5人）と続く。

(2) 「この授業で活用した経営学分野の知識」

回答が多かった順に列挙すると以下ようになる。

まずマーケティング（15名）である。この授業では学生は、来街者層の想定や求められる顧客ニーズは何か、なぜそう考えるのかを、講師陣からしつこいほど指摘され、頭を捻って考える癖をつけさせられる。その結果マーケティングの知識が役に立った、活用したと答えた学生が多かったと考える。

第2がコミュニケーション、プレゼンテーション（5人）である。毎回といっていいほどこの授業では班別発表と講師からの指摘が繰り返されるので、こうした知識やスキルは当然役に立つ。

第3が、消費者心理、マネジメントサイクル、ビジネスフレームワーク、説得交渉術（いずれも4人回答）であった。消費者心理はマーケティングとも相通ずるところがある。またPDCAサイクルの活用やビジネスフレームワークも、常に計画、実行、修正を繰り返す授業内容であるし、SWOT分析の使用なども学生はよく行っていた。またジェネリックスキルである説得交渉術の知識も役に立っている、もしくは活用したと答えた学生がいたことは、学生自らが交渉に従事する同授業では十分納得できる。

第4が、資金・収支計算とリーダーシップ論（3人ずつ）である。この中で資金・収支計算を挙げてくれたことは大変喜ばしい。イベント実行には必ず資金が必要であるし、学生が直接売上・利益目標を達成しなくてはならないという授業ではないが、金銭感覚を持ってイベントに臨むことは、将来社会に出た際に必ず生きてこよう。

なお経営学部には籍を置いている学生にとって、どのような経営学分野の知見が身についたかを意識させることは大変重要だと考えており、今後も継続して確認していくことが望ましいと考える。

(3) 「今後の課題」

一方で学生が挙げた今後の課題は以下のとおりである。

一番多く挙げられた課題は、社会人との関与の弱さ（5人）である。同授業では講師陣から、学生だけで固まらず、自由が丘の街の方や出展される企業の方々と積極的にアプローチすること、自身を売り込むことを求められる。学生だと物おじしてしまい躊躇してしまいがちなので、今後の課題として挙げる者が多いと考える。

第2が、スケジュール管理と計画立案力（いずれも4人ずつ）である。毎年授業の終盤になると時間が足りなくなって慌てる班が散見される。前期授業の最初にスケジュール表を配布するが、まだ利用する学生は少ない。対応策としては、スケジュール表やガントチャート作成を徹底させ、個人のタスクや班のスケジュール計画と実際の差を常に意識させることなどが必要であろう。

3番目が消極性と報連相の不備である（3人ずつ）。とくに報連相は身に付けてもらいたいと考える。講師陣や指導する先輩への報連相が不足している感は否めないと感じた。

これ以外にも挙げられた課題はたくさんある。企画力、想像性、自由が丘のイベントを俯瞰する力、モチベーションの起伏など多種多様である。学生にはこうして感じた課題を忘れず、3年生になってから、さらには社会人になってからも意識して改善、向上してもらうことを期待する。

さいごに 自由が丘の街の再開発と2023年度の授業の展望

2023年自由が丘の駅前「自由が丘1丁目29番地区第一種再開発事業」がスタートした。一方で新型コロナの感染状況もこの原稿を執筆している2023年2月中旬は落ち着いてきているように見える。2023年度は、2022年度以上の数のイベントが開催されるであろうとも聞いているし、5月のスイーツフェスタ、10月の女神まつり、12月のサンクスリパティ以外にも、特に年後半は毎月のように、自由が丘の街のどこかでイベントが開催される予定である。ここで担当教員が思うことは以下の2点である。

まず第1にイベントがますます増えていくなかにあって、学生は忙しくなるし、いろいろなストレスを感じることも多くなろう。これに対して学生は、作業に振り回され、作業に終わることなく、常に熟考しながら先を先を見据えて行動してってもらいたい。また適度なストレス耐性を醸成してもらいたい。

次に、教員の学生引率体制である。自由が丘の街とのコラボレーション授業であるこの授業は、2023年度で丸15年経過する。この15年間、自由が丘商店街振興組合様や自由が丘の街の方々には言葉では言い尽くせないほどのご協力、ご尽力をいただいていたし、多くの学生にご愛顧いただいていた。このおかげで今はかつての履修生の卒業生がことあるごとに自由が丘に参集してくれるほどである。一担当教員から言わせていただくと、この授業は本学を代表する科目という自負心があるし、高校生や学生からの注目度も高い。本学は自由が丘の街とともに今後も発展していく。従って今後もこの授業を維持、強化していくには多くの教員に積極的に関与してもらい、よりよい授業内容にしていただきたいというのが担当教員としての本当の気持ちである。

「石垣島—自由が丘ブランディング」 2022 振り返り

高原 純一

はじめに

「石垣島—自由が丘ブランディング」は経営学部2年次後学期授業科目、経営学部には属する経営学科、マーケティング両学科生から成る希望選抜型定員約10名の授業である。成り立ちは、石垣市と本学との連携の中で経営学部1年生全員が取り組むPBL（Project Based Learning）のテーマが経年で石垣島地域創生となり、本授業はその上位授業として石垣島や地域創生活動に1年次PBLを通して興味を持った学生がより深く取り組むことを目的として5年前に創設された。

本授業の特色はフィールドワークにある。文化人類学におけるエスノグラフィー概念を導入し石垣島と自由が丘という二つの離れたユニークな地域と都市を複眼で事実観察する。そこから見られる差異や掛け合わせをもとに社会や人々の課題や価値の抽出と解釈を行い明日の社会への提言・提案を仮説化する調査・分析を基礎とした体験創造型授業である。

過去4年間に於いて、コロナ禍前は実際のフィールドワークを行い計画通りの成果を得ることが出来た。しかし、コロナ禍以降本授業開講中止やリモート開講など不十分な状態での着地となったことは授業の性格上やむを得ない事実である。

2022年においても開講こそ滞り着けたものの、リモート授業での開講となり企画・運営は想像以上に苦しいものであった。しかし、授業として開講する以上は成果ゴールを果たし、履修生満足度を最大化することが務めである。やや苦労話になるかもしれないが、2022年のプロセスを振り返ってみたいと思う。

アイランダーサミット石垣

2022年授業を企画する中で、石垣市との間でアイランダーサミットというテーマが浮上してきた。アイランダーサミットは石垣島を起点に世界中の島が繋がり、島目線で現在の社会の状態を分析し、これからの社会の在り方を提言していくという、その名の通り島発信の世界サミットである。2022年が4年目の開催となり、初回から本学が協働していたという経緯もあり、お互いの中でそのテーマでの方向感を確認しあう所から始まった。並行して本授業の履修を志望する履修志望生からの志望理由書も同じ頃手元に届き始めた。仮にアイランダーサミットに参加するとなるとチームポテンシャルが必要となる。意欲と本授業の本質的な意味・意義を十二分に理解した精鋭が履修志望していることが確認でき、ハードルの高いテーマではあるが担当教員陣と協議しアイランダーサミットテーマへ挑むこととした。

2022年のアイランダーサミットが掲げるテーマは「島ガストロノミー」。食を中心に直面する社会課題を石垣島をネットワークとする事業系、学術系有識者とダイアログを重ね、関係する一人一人が小さな変化（アイランダーサミットではこの小さな変化をスモールチェンジと呼びかけている）を起こす明日をデザインしていく。もちろんその輪の中に本授業履修生もいる。

アイランダーサミットが本学履修生を受け入れた背景には、サミット自体が高尚すぎるため一般島民との距離が遠いことを若人が埋めてくれる期待と、自由が丘との連携の中で島から本州へとサミットのポテンシャルが広がることにある。さらには若き感性と視点への期待がど真ん中にある様にも思えた。

リモート調査と企画開発

イベントや商品開発には手慣れた学生たちにも、アイランダーサミットの様な壮大なテーマは荷が重くスタート時点での戸惑いは想像以上に大きい様子だったが、ブレイクスルーはやはり事実との向き合いにあった。デスクトップリサーチにおける膨大な二次データと、コロナ禍で習得せざるを得なかったGoogleアースなどのリモート観察ツールを駆使し収集した様々なファクトは、徐々に学生たちを勇気付けていった。もちろん関係する方々（アイランダーサミット関係者、石垣島の皆さん、自由が丘の皆さん等々、あまりにも多くの方々にお世話になりました。この場を借りて改めてお礼申し上げます）から頂く広く深い重要な事実もあり、自信と確信あるプランが徐々に出来上がってきた。履修生は全員で8名。両学科4名ずつの好バランス。2名2名で4名の2グループを作成し、プロジェクトの精度を高めていった。教員はナレッジワークやファシリテーションサポート、また石垣島に居住・渡航経験を持つことからリアルで潤沢な情報サポートも行っていった。

ひとつのグループは自由が丘ブランドがここ数年右肩下がりである現状を複数データから読み解き、その解決策に石垣島の持続可能な食の魅力を活用しようとした。地域が都市を課題解決するという構図だ。もう一つのグループは石垣島で流通する地域通貨を自由が丘でも使用出来る環境を作り、距離を超えた循環型社会の創造へチャレンジした。モチーフにテーマである石垣の食をフォーカスしたのは両グループに共通した。

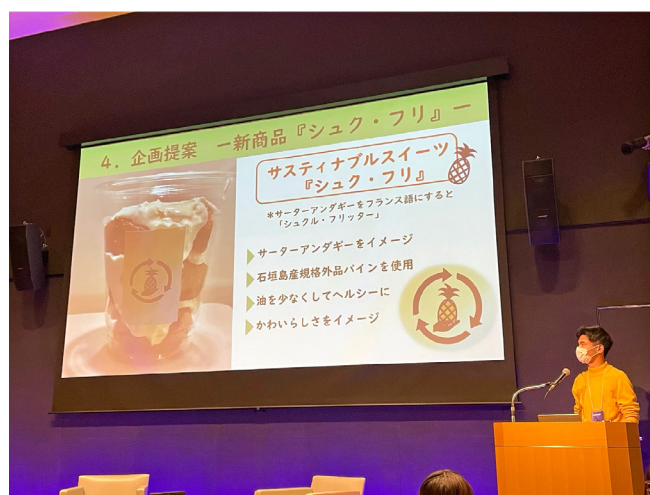
ここで重要なのは、両企画とも単に商品開発やイベントを実施する企画ではなく、社会課題解決視点での社会システムづくりを目指した企画であることだ。

詳細を述べるには紙面に限りがあるのでここでは割愛するが、ご興味ある方は一報頂ければ幸いである。

良質なダイアログとプレゼンテーション

11月末アイランダーサミット本番。サミットとして初めて石垣島以外にサテライトを自由が丘に設置。石垣島と自由が丘をオンラインで繋ぐリモートセッションが行われた。石垣島、自由が丘両地域のリモートセッション参加者へ学生2グループからプレゼンテーションが行われた。プレゼンテーションは単に意見を発表するだけでなく、プレゼンテーション内容に対して参加者と学生がダイアログすることが本分である。プレゼンテーションはある意味アイデアの出発点であり起爆剤である。その後のダイアログをいかに質の高い領域へと導き、そしてダイアログで完結させていけるか、学生たちにとっては未知の領域へのチャレンジになる。しかし、そこでのダイアログは予想を超えて本質的な議論となり、参加者と学生が一体となって明日へのスモールチェンジをお互いが確認し合う場へと昇華された。十分な成果をその場にいる全員が確信した。

成果はそこにとどまらず思いもよらない副産物まで学生たちに与えてくれた。プレゼンテーション及びダイアログの良質さに、12月に予定されている六本木アカデミーヒルズでのアイランダーサミット報告イベントにおけるメインアクトに学生たち2グループが抜擢されることにまでなった。



▲シュクフリチームプレゼンテーション



▲まるまるチームプレゼンテーション



▲六本木アカデミーヒルズへ登壇する学生たち

12月に実施された六本木アカデミーヒルズでのプレゼンテーションは、彼ら彼女らにとって半年を通して取り組んだことへのクリスマスプレゼントとして、大きなもう一つの喜ばしい成果とともに明日への良き思い出になったのではなかろうか。

最後に

リアルなフィールドワークでも難解な今回のテーマをやり終えたことは、履修生そして計画・運営した教員陣の誇りと安堵になったことと思う。不可能への挑戦は明日への扉を開く。今年度、一つの扉がまた開いたが、次年度以降更に地固めしつつも新たな開扉へと挑み続け、履修生たちが描くこれからの社会への道標をより確かなものへと導ける様に務める所存である。

2022年度、初めて学生教育を担当した立場から見た「自由が丘スイーツプロモーション」

小林 幸平

はじめに

筆者はこれまで社会人に対する教育研修を中心に活動しており、今年度初めて学生教育に携わることとなった。その立場から見た、今年度の自由が丘スイーツプロモーションの授業についての振り返りをしたいと思う。

この授業は、世界的に有名なパティシエである辻口博啓氏や自由が丘の商店街、様々な企業・団体と協力し、“スイーツというコンテンツを使い、自由が丘の街をブランディングする”をテーマに、いくつかのチームに分かれて企画やプロモーションプランを検討、実施するもので、3年生向けに通年で実施されるPBL（Project Based Learning）型の授業である。商品やプロモーションの企画を検討するだけでなく、実際に学生が企画したものを辻口氏が商品化してくださったり、撮影・編集した映像をWeb上にアップし、社会からの反応を見ることができるなど、実践まで経験できる授業である。それらを学生中心で、主体的に行う経験から、経営、マーケティングおよびプロジェクト運営等、ビジネスの面白さや難しさを肌で感じ、社会人基礎力の向上を目指すというものである。

学生教育に携わったことがなかった筆者は、この「自由が丘スイーツプロモーション」という授業には正直、衝撃を受けた。というのも、学生が受け身ではなく、想像以上に主体的に行動しており、さらにその取り組み姿勢に応えるように、協力してくださっている関係者が手厚く、想いを持ってサポートしてくださっていたからである。

授業には兼任教員の佐々木敏和先生、古山喜章先生のみならず、自由が丘の商店街の方々が毎回出席くださり、「スイーツを通じて自由が丘を活性化する」という同じベクトルで、一体感をもって取り組んでいる。学生が考えた企画に対して、ビジネスパーソンの目線で評価、フィードバックをしてくださるのだが、批判をするだけでなく、「〇〇という部分では協力してあげられる」といった姿勢で、常に学生に寄り添っているのである。

“学生主体”という点では、履修生が積極的に参画しているというだけでなく、前年度履修した先輩が前期に授業に参加し今年度の授業をより良くするためのアドバイスをしてくれていた。例えば、昨年度は無作為にグループが編成されたため、途中で一体感が崩れるグループがあったり、モチベーションが落ちてしまう人がいたという反省のもと、機能別グループ編成（総務、渉外、広報、商品企画）の採用を提案するなどしてくれた。クラス全体を会社組織として見立て、総務が中心となり理念やビジョンを策定、商品企画チームが練り上げた企画案をもとに、外部の関係者と交渉を行う役割を渉外が担い、プロモーションを広報が担うという役割分担をしながら関わっていくというものである。実際に進めてみると、渉外や広報は商品企画チームが出す案が固まるまであまり活動できないなどといった課題も見つかったが、社会経験がない学生たちにとって会社組織の疑似体験をできたことは、組織運営の面白さ、難しさを感じる良い経験となったのではないだろうか。

各チームの活動内容の紹介

「スイーツプロモーション」と聞くと、商品開発をする印象を強く持たれるのだが、本授業では“スイーツで自由が丘をプロモーションする”という広い概念で捉えている。そのため、学生が取り組んだ企画の中には、動画を通じてスイーツを広く世にプロモーションしていくというものもあった。以下に、今年度の代表的な企画や活動を紹介する。

（1）発酵あずきを使用したスイーツ企画

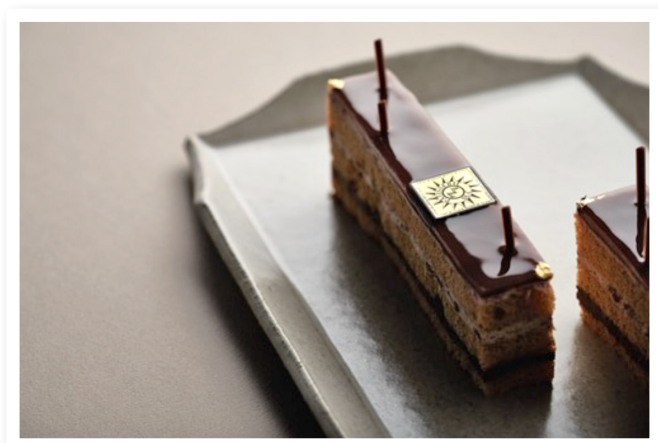
「人々が安心してスイーツを食べられる未来を作る」というコンセプトのもと、砂糖を一切使わずに、米麴の発酵力で小豆を甘く仕上げたあんこである発酵あずきを用いたスイーツを企画。これまで健康を気にして甘いものを

控えていた人をターゲットとした。

辻口氏ご協力のもと、商品が完成し、モンサンクレール様にて販売していただいた。それほど大量には製造しなかったものの、連日完売という結果を残した。

また、発酵あずきの製造元である森田農場様とも、最初のアポイントメントから企画説明、発酵あずきの提供依頼など、うまく関係性を築きながら協働して企画を進めた。

その過程で、当企画が新聞社（北海道新聞、十勝毎日新聞）の目に留まり、学生が取材を受け、記事になるなど、地域創生という当授業の大きなコンセプトを体現してくれた企画であった。



(2) 泡盛×スイーツ企画

沖縄県石垣市が本学の「地域創生プロジェクト授業」協力地域であることもあり、沖縄県の特産品である泡盛をもっと広く認知してもらえないかとの想いから企画を進めた。データを用いた現状分析をし、自ら試飲して泡盛の可能性を探るなど、熱心に取り組んでいた。



夏休み前後に、協力企業である泡盛提供元の八重泉様の担当者が変わることにより起因したスケジュール停滞が発生したものの、その時にできることを探し活動を行った。

プロモーション段階においても、本学のプレスリリースにて紹介してもらえよう自分たちから働きかけるなど、様々なチャンネルを探索し、意欲的に活動していた。

授業終了時点での商品化とはならなかったが、辻口氏が継続して商品化に向けて動いてくださり「泡盛のロール」という名で商品化することができ、晴れて2月下旬に販売を開始することができた。

(3) 動画によるスイーツ育の普及促進

スイーツづくりを通じて、スイーツ育を構成する5つの力（発想力、礼儀、段取り力、行動力、衛生力）の身に付け方やその効果を分かりやすく伝えることを目的とした動画を制作した。合計7本制作し、ASUN自由が丘に掲載。動画のプロモーションにあたり、佐々木先生のお力を借りながら、チラシを作成し、配布した。

動画の制作に初めて取り組むメンバーたちであったが、広報部と連携を取りながら、完成にこぎつけた。



(4) 広報部の活動

広報部門は学生たちが企画したものを広報するだけでなく、辻口氏の活動を世の中に広くプロモーションするという機能も担い、TikTokに動画をアップするという活動も行った。

2022年12月末時点で14本の動画をアップし、辻口氏の新規フォロワー1,000人獲得に貢献した。最も見られた動画は81万回以上もの再生回数を記録し、いいね数も2万5,000以上を獲得することに成功した。動画のクオリティ面においても、辻口氏ご本人から高評価をいただいた。

また、TikTokの社員の方を講師として招き、勉強会を開催してもらうなど、自分たちの技術を向上させるための活動も精力的に行っていた。



来年度に向けて

本授業を一年間担当してみて感じたことは様々あったが、来年度さらに良い授業にするための課題を2点、下記に述べる。

一つ目の課題は、経営理論や手法をうまく実務で活用させることである。PBL型授業の目的は、これまで履修してきた授業で学習した各種理論や手法を適宜活用しながらプロジェクトを推進し、ミッションを全うしていくというところにある。しかしながら、履修生たちはどうしても自分たちが思いついたやりたい企画を推進しようとし過ぎたり、目の前のことに一生懸命になり過ぎて、視野が狭くなってしまい、論理的な筋道を立てることがおろそかになったりしがちである。PBLの目的から考えると、活動のそれぞれのフェーズで理論背景との繋がりを常に意識させ続けることが課題であると感じる。例えば企画段階では、「なぜその企画がうまくいくと考えたのか」ということに説得力を持たせるために、環境分析やターゲティングなどを論理的に、筋道立てて実施する必要がある。出来上がった商品や映像をターゲットにリーチさせるためのプロモーションについても、思いついたものを手あたり次第実施するのではなく、筋道立てて検討し、施策を決めていく必要がある。もちろん履修生たちもSWOT分析やペルソナ、購買心理等を活用してくれてはいたが、より高い水準で精度の高い分析をできるよう支援していくことが課題である。

二つ目の課題は、各チームの進捗に合わせた活動の支援である。当然のことではあるが、チームで考えた企画が比較的スムーズに進むこともあれば、何度も練り直しを余儀なくされることもあり、チームとしての進捗にズレが出る。今年度については、発酵あずきのチームは比較的早い段階で企画した商品がリリースされた一方で、泡盛×スイーツのチームは企画した商品のリリースが授業終了後となった。ただ、泡盛×スイーツのチームは授業の有無に関わらず、自分たちの考えた商品に関わり続けることにコミットし、活動が続けた。一方で発酵あずきのチームのように、早い段階で企画が実現してしまうとその時点で達成感が得られてしまうため、その後のモチベーションの維持が難しい。当方もそれに気づいた段階で商品の売れ方を分析してはどうかなどの助言をしたが、早い段階から、検証することの重要性や意識づけをしておく必要があると感じた。

今年度は筆者が初めてのことで右も左も分からない状況を察してくださり、主務者の岩井先生および佐々木先生、古山先生、自由が丘商店街の方々が、本当に手厚く、親切にご指導くださった。この場をお借りして心より感謝申し上げたい。来年度は今年度以上に指導側の連携、及び学生との連携をうまく取り、履修生たちにより良い学びの場を提供すべく、活動していきたい。

「自由が丘コンシェルジュ」授業報告

—碑文谷警察プロジェクト連携事例—

櫻井 恵里子

はじめに

「セザンジュ」は、2009年より自由が丘の魅力を伝える街案内人としての活動をしている産業能率大学の学生団体である。授業科目「自由が丘コンシェルジュ」は自由が丘商店街振興組合と本学とのコラボレーション科目であり、「セザンジュ」の活動を通して、コンシェルジュとして必要となる実践的な研修や実習を行い、真のホスピタリティとは何かを理解し、地域連携の場面で体现できるような人材を育てることを目的としている。その活動は、自由が丘の街の防犯（巡回や交通整備）とホスピタリティ溢れる案内が中心となっているが、コロナ禍において自由が丘の街のイベントは中止となり、街に出る実践的なコンシェルジュ活動ができない状態が続いていた。そのような中で今年度は碑文谷警察との連携プロジェクトを初の試みとして実践してきた。イベント企画並びに当日の司会進行・運営を通じての学生自身の学びや気づきについて報告する。

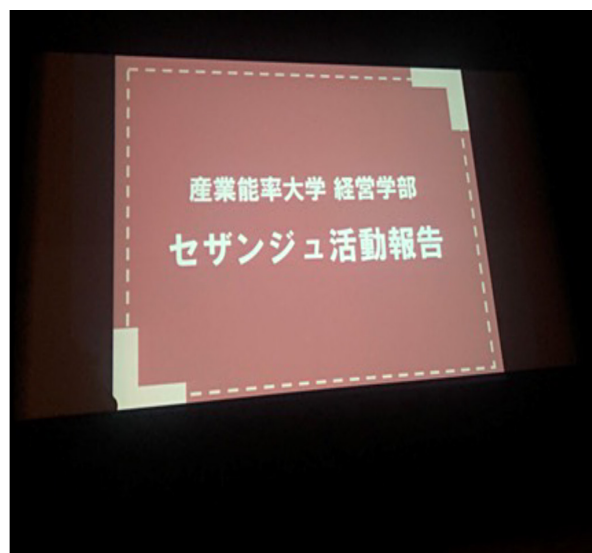
イベント内容について

全国防犯運動として始まった「全国地域安全運動」のイベント企画、当日の会場運営について学生が主体となり企画運営を実施した。

【イベント概要】

- イベント名：「地域安全目黒区民のつどい」
- 場 所：めぐろパーシモンホール大ホール
- 内 容：第1部 式典
 - 第2部 広報啓発
 - スペシャルゲスト対談
 - セザンジュ 活動報告
 - 防犯寸劇
 - 第3部 アトラクション
 - 警察音楽隊・警察庁音楽隊カラーガードによる演奏

セザンジュの活動報告プレゼンテーション以外に式典全体の司会進行、会場内外におけるゲスト対応（案内・誘導など）、参加ゲストへのギブアウェイ商品の企画立案など多岐に渡る内容について企画を実施した。



セザンジュ活動報告

目黒警察署長より感謝状を授与



学生自身による振り返り

ジェネリックスキルの考え方をを用いて学生への振り返りを実施した。

【質問項目】

- ① 警察コラボイベントPJT を通じて、ジェネリックスキルの中でどの項目が1番伸長したと思いますか。もっとも当てはまるもの1つを選択してください。
- ② ①で選択したジェネリックスキルが1番伸長したという理由について具体的に記載してください。

なお、ジェネリックスキルは、2006年に経済産業省が「社会人基礎力」という考えを提唱して以来、大学においてジェネリックスキルの育成が重要視されてきた。それと同時にジェネリックスキルの測定手法としてPROG (Progress Report on Generic skills)が開発された。ジェネリックスキルは「リテラシー」と「コンピテンシー」の両面から測定するものである^{[1][2]}。学生が1番伸長したと感じているジェネリックスキルの自己評価は、1位「協働力」、2位「親和力」、3位「課題発見力」の順だった。協働力については、ステージにて活動報告を担当する者、会場運営を担当する者など各役割を分けていたが、互いに情報共有をしながら相互に助け合うことができていたことを主な理由にしていた。次に「親和力」だが、多様なメンバーの価値観を受け入れながら共感的理解を深めていた。セザンジュメンバーの学生側のみならず、主催者である碑文谷警察の意向などを含めて多様な価値観を受け入れ信頼関係を構築できていたことを理由にしていた。次に「課題発見力」だがイベント自体の課題点を抽出したり、ターゲット層に対してのイベント企画を立案する過程で、問題の本質を探究できた点を挙げていた。

おわりに

前述のとおり受講者自身の評価では、このイベントを通じて特に成長したと実感していたのは、コンピテンシーのうち、対人基礎力を構成する「協働力」「親和力」対課題基礎力を構成する「課題発見力」であった。イベント企画から当日運営までの活動を通じて、学生間の信頼関係構築が図れ、チームビルディングが醸成できていたことは良かったことである。短期間でやり切れたという良い意味での達成感を概ね感じていた。一方で、今回連携事例として初めての試みということもあるが、イベント企画から当日までの準備期間がタイトであり、関係者間で情報共有や議論の時間が短かったことは反省点と言える。今後、プログラム設計段階で、意図的にキャリア形成支援につながる施策やジェネリックスキルのどのような部分を成長させたいのか意識してプログラム作成をすることも重要だと考える。

【参考文献】

- [1] リアセックキャリア総合研究所監修、PROG白書プロジェクト編著：『PROG白書2018 企業が採用した学生の基礎力とPROG研究論文集』、学事出版、(2018)。
- [2] リアセックキャリア総合研究所監修、PROG白書プロジェクト編著：『PROG白書2021 大学教育とキャリアの繋がりを解明』、学事出版、(2021)。

「地域ブランド創造プロジェクト」活動報告

—初年度の活動実績—

松岡 俊

コース横断科目が新設された背景

情報マネジメント学部の2年次配当のコース横断科目には従来「イベントプロデュース」「スポーツプロモーション」「フィットネスビジネス創造講座」など3科目があり、活発な活動がそれぞれ展開されていた。そうした中2022年度より新たに「地域ブランド創造プロジェクト」がコース横断科目の一つとして新設された。設置の目的は、コース横断科目のさらなる充実と情報マネジメント学部における湘南地域に根差した本格的なPBL科目の導入という2つにあった。

コース横断科目のさらなる充実は従来からの課題の一つでもあった。理由はこれら3科目を履修希望する学生が毎年数多く存在し、履修が抽選となっていたからである。各科目のスムーズな運営上、さらなる履修者数の増加は現実的に困難なことから、抽選から漏れる学生たちを少しでもなくし多くの学生たちの需要に応えることが課題となっていた。

また、PBL科目の導入という点では、湘南地域をベースとした本格的なPBL科目が設置されていなかったため、その新設が長らく切望されていた。もちろん、2年次後学期から始まる実践ゼミではPBLが積極的に各ゼミで行われていたが、「湘南地域をベースにした」「本格的」という点を前面に出すまでには至っていなかったのが現状であった。

以上のような背景を踏まえて「地域ブランド創造プロジェクト」は新設された。

4者間による「包括連携協定」の締結とその意義

2022年4月26日、二宮町役場において産業能率大学、二宮町とオリーブ園を展開するファームビレッジ湘南、ユニバーサル農場の4者間で包括連携協定を締結した。これは、4者各々が保有するリソースの相互連携を前提に、地域ブランドとしての「湘南オリーブ」の認知度向上を目的に活動を展開することを定めた協定であった。

「湘南地域をベースにした」「本格的」という点で科目「地域ブランド創造プロジェクト」のスタートと同時期にこうした4者間の包括連携協定を締結できたことは、一年を振り返って極めて大きな締結でありご協力いただいた各関係者には感謝に堪えない。

一般的な包括協定の場合、活動の機動性に問題があり実質的なリソースの相互連携に難があることが多い。しかしながら、今回締結した4者間では理想的な連携が年間を通して実現していた。

その理由として、活動エリアを二宮町、中井町という場所に限定して行ったこと。また、二宮町産業振興課の中にオリーブ担当の職員が複数常駐しており、臨機応変なサポートをすぐに受けられたことなどがあげられる。

二宮町産業振興課からは一年を通してオリーブ栽培に関するテクニカルな情報だけでなく、学生の移動、圃場管理の講習会の開催、耕作放棄地情報など多面的な支援を数多く受けることができた。



「地域ブランド創造プロジェクト」の活動

3月の科目説明会后、エントリーシートによる選考が行われ、履修者数は23名と決まった。
以下、前学期、後学期の主な活動を列記しておきたい。

【前学期】

- 4月 伊勢原オリーブ園での1人1本責任栽培の講習会
- 5月 オリーブの品種・オイル・実のテイasting大会を授業内で開催
二宮町、ユニバーサル農場、濱田治郎氏によるオリーブの栽培指導
- 6月 オリーブを使ったレストランメニュー開発
- 7月 ユニコムプラザにて開発メニューの試食・発表会
- 8月 二宮町、ユニバーサル農場にて台風対策の防風杭の設置作業

【後学期】

- 9月 小田原市、オリーブガーデン林でのオリーブの実の収穫・出荷作業
収穫した実を使ったオリジナル「オリーブの新漬」開発
二宮町、ユニバーサル農場、濱田治郎氏によるオリーブの収穫指導
- 10月 産業能率大学スペシャルデーにてバモリーブ（オリジナルオリーブの新漬）の販売
- 11月 オリーブを使ったヘルスケア商品の企画開発
ガーデニングカウンセラー岡井路子氏によるワークショップの開催
ファームビレッジ湘南、眞壁潔氏によるオリーブビジネスに関する特別授業
- 12月 オリーブを使ったヘルスケア商品の企画発表会

以上が前学期、後学期の主な活動である。

まとめ

初年度とあって前学期、後学期ともに試行錯誤の中での授業の展開であったが、第2章でも触れたように4者間での包括連携協定が有機的に機能して予想以上の成果を上げることができたと考えている。収穫したオリーブの実を使ったオリジナル新漬の製造販売は当初、予定に入っていなかったイベントであったが、皆様のご協力により収穫から企画開発、販売までわずか1カ月という短期間で実現させることができた。こうしたご支援と数多くの経験とによって履修する学生たちは年間を通してモチベーションを維持し続けることができ、地域ブランドの創造という点でも多くの学びがあったのではないかなと思う。



産業能率大学スペシャルデーでの販売風景



学生たちが開発したオリジナルの新漬け

自由が丘地域と大学とのコラボレーション活動①

西村 康樹

「自由が丘イベントコラボレーション」(以下イベコラ) 14期目の活動を中心として、産業能率大学と自由が丘との取り組みの報告をしたい。

昨年、一昨年は新型コロナウイルスの影響により、自由が丘のイベントが全て中止となり“自由が丘のイベントの企画運営をする”という授業内容のイベコラとしては、なんともストレスのたまる状態であった。そのような環境の中でも、とりあえずやれることをやるというスタンスで授業を進め、なんとか成立させてきたという2年間だった。しかしそのような状況の中ではあったが、昨期履修した学生の一部のメンバーは今期の授業運営にも協力してくれており、その学生たちがいなければ、今期から再開した自由が丘のイベントに参加したとしても、うまく協力体制をつくることはできなかったのではないかと思います。

2022年5月に行われた「スイーツフェスタ」は、自由が丘で開催する3年ぶりのリアルなイベントであった。恐る恐るイベントを再開したというだけではなく、運営をする商店街側や協力してくれる企業様などにとっても久しぶりのイベントであり、行政からの制約も厳しかったことから小規模な開催となったことはやむを得なかったと思う。しかしながら、リアルなイベントを再開することができたということは大きな一歩ではあった。授業としての学生の参加も3年ぶりのことであり、以前のように企画段階から関わっていくというわけではなく、運営のお手伝いとして大学のルールに則ってのイベントへの参加となった。実際の活動は、駅前ロータリーでのSDGsブースと南口緑道でのおもちゃ博のお手伝いを行った。かつてであれば履修生(2年)ではなく、1年生のボランティア参加の学生が関わるような仕事ではあるが、これもやむを得ないことであったと思う。

9月にはイベコラ授業としてだけではなく、同好会である「エンターテインメント・ラボ」のサークル活動としても自由が丘駅前中央会が主催する「THE J」に参加した。こちらは一部の学生ではあるが、準備段階から関わっており本格的な活動への参加となった。「THE J」を主催する駅前中央会の商店街の人達の熱量と気合いはいつもながら凄まじく、今回も行政などからの制約をなんとかこじ開けようと交渉に交渉を重ね、ほぼコロナ前のレベルでのイベントを開催した。こういった大人達が本気でやっているところで、企画段階から関わった学生達の成長は本当に著しい。イベコラをやっていて何度も感じたことではあるが、大人達が本気でやっている姿を感じることができるところに身を置き、共感し、年齢や立場は違えど、仲間となっていくことができた学生たちは本当に伸びる。まさに言葉通りに、顔つきが変わる。

「自由が丘イベントコラボレーション」の授業としてもこの「THE J」の経験は大きかった。このイベントに関わった学生たちの感覚が他の履修生にも伝わり、10月の「女神まつり」、12月のクリスマスイベント「サンクスリバティ」と、日を追うごとにイベコラがコロナ前のかつてのイベコラに戻ってきている。

来期は、ほぼ完全な形でのイベントが開催されていくと思う。楽しみだというより、何とかギリギリ体制づくりが間に合ったのではないかと内心ほっとしている。



自由が丘地域と大学とのコラボレーション活動②

古山 喜章

学生たちと何気ない会話をしながら振り返ってみると、この3年間がいかに特異な環境下での活動を強いられていたのかという事を改めて実感させられることがある。

人を多く集め、楽しませる事を目的としていたはずのイベントですら、「人を集めず」「過度な盛り上がりを起こさず（大声を出さず）」「飲食を伴わず」それでも私たち大人は、学生たちに対して「地域の活性化に繋がるような企画を立案、実行しよう」とテーマを与える。

自分自身でもその矛盾に葛藤を抱きながら、4年間という卒業までの限られた時間の中で、産業能率大学だからこそ体験できる唯一無二の経験を学生たちに持ち帰ってもらいたいという思いから、今年も様々な試行錯誤を行っていくつかの成果に結びつけることが出来た。

2022年度、自由が丘の街で一番初めに行われた大きなイベントは、自由が丘駅前中央会が主催する「THE J」だろう。2015年、自由が丘の若手有志が集い「これぞ、自由が丘（THE JIYUGAOKA）」と呼べるような新しいイベントを作ろうという思いから立ち上がった本イベントは、コロナ渦中でも規模を大幅に縮小しつつ開催を続けてきた。

コロナ渦中の開催については、イッツ・コミュニケーションズ株式会社の関連会社である「FMサルース」で行われているラジオ番組の公開収録を自由が丘の街角で行うというものだった。しかし、そもそもの「人を集めてはいけない」という前提の中で街角の公開収録を行うという企画自体が、プロのラジオディレクターたちも頭を悩ませながらの開催となったのが実情である。その中でも、学生たちはディレクターやパーソナリティーたちと打合せを重ね、各企画の内容に適した自由が丘の様々な店舗をリサーチし、自分たちで出演交渉を重ねつつ最終的には15店舗の参加を実現することが出来た。実際にFMのラジオ電波にのせて、自分たちの企画したラジオ番組を東急沿線の方々に届ける事が出来たことは、学生自身からも「あまりにも厳しい制約の中での活動を行わざるをえなかった自分たちにとって、他の学生にはなかなか体験できない貴重な経験になった」という嬉しい声を聞くことが出来た。

また、2022年の後半に開催された「アイランダーサミット石垣」も、今年行われた大きな取り組みの一つだったと思う。「石垣島ー自由が丘ブランディング」の授業で、高原先生が以前に行われていた往来型の企画を、コロナ渦という制約の中今年オンラインという形で実現した。

3年ぶりに開催された今年のアイランダーサミットのテーマは、ガストロノミーを軸にした「食」について。自由が丘と石垣市は共に「SDGs」の取り組みに力を入れていることもあり、学生には「SDGs」の観点から自由に発想をしてアイランダーサミットでのオンラインプレゼンを石垣市、自由が丘商店街振興組合、アイランダーサミット事務局へ行おうという内容で授業がスタートした。

授業に参加した全員がとても高い意識で積極的に参加をしてくれたこともあり、結果2班のプレゼンがオンライン上にて開催され、参加した両市の方々から高い評価を頂く事が出来た。こちらのプレゼンには石垣市、自由が丘商店街振興組合双方の自治体青年部が正式に参加をしてくれたこともあり、若い経営者ならではの斬新かつ実効性のあるアドバイスを学生に与えられたことも、本企画の大きな成功要因であった事は間違いなく感じる。

コロナ渦で失われた、特に4年間という時間の制約がある学生にとってはあまりにも大きなこの3年。しかし、だからこそ通常の大学生生活では経験できなかった多くの体験が出来たのも、今年この産業能率大学に在籍していた学生たちなのだと実感する。10年後20年後に今の在校生たちが今日のこの日を振り返り、「コロナのあの時、産能大にいたからこそ、今の自分たちがあるよね！」と胸を張って言ってくれる日が来るように、私自身も願わずにはられない。また、そう言ってもらえるように自分自身も努力を続けなければいけないと改めて感じた1年だった。

地域創生・産学連携に関する人材育成を考える ～地域活性コンサルタントへのインタビューを通じて～

川合 広訓、杉本 孝一郎

総合研究所は全国の民間企業、官公庁、自治体で社員・職員の研修を行っていて、年間の研修日数は6,000日以上に及んでいる。そして地域創生のプレーヤーである産官学の組織でも多くの研修を行っている。しかし、総合研究所が行っている研修は、階層別研修や業務遂行力を高めるビジネススキル研修等が中心であり、地域創生そのものをテーマにした研修の実施例は極めて少ない。

こうした状況のなか、今回のテーマである「地域創生・産学連携に関する人材育成」を考察する方法を検討していったところ、総合研究所兼任講師という人的リソースに思い至った。総合研究所には約120人の総合研究所兼任講師が在籍している。この総合研究所兼任講師（以下、講師という）はさまざまな専門性・資格・キャリア・個人の活動実績を持ち、そして本学で研修指導を行っている。このなかで、地域活性コンサルタントとして活動している講師は宮園耕二氏、黒田浩介氏である。そこで本稿では、地域活性の現場を知り、そして研修指導を行っている両氏にインタビューを行い、そのなかから地域創生・産学連携に関する人材育成の方策を考察してみたい。併せて、講師の菅原優輔氏は東京大学公共政策大学院を修了し、自治体での評価委員等を務めるなど地方行政と地域創生に高い知見を持っている。この菅原氏にもインタビューを行い、これからの地域創生について、行政学の立場から意見をいただくこととした。

インタビュー 1

宮園耕二 講師



●プロフィール

総合研究所兼任講師

北海道大学文学部行動科学科卒業

マーケティング会社を経て、アクセンチュア株式会社戦略グループ入社

独立後、ジャズー株式会社設立

ITを活用した地域活性コンサルティング、地域振興・商業振興サービスのコンサルティング等を行っている。

【1】これまで携わってきた地域創生・地域活性事業のいくつかについて、概要をご紹介します。

神田エリアがメインとして、墨田区商店街、多摩市、長野市（戸隠スキーエリア）で地域活性に取り組んできました。またJAに対する支援も会津、岩手、秋田、大阪などで行ってきました。

内容として、メインである神田エリアでは神田スポーツ祭り、神田小川町雪だるまフェア、神田カレーグランプリなどです。そのなかで、企画運営プロデュースを担ってきました。

【2】地域創生で重要な役割を担い成果を上げた人の特徴について教えてください。

地域リーダーの特徴を挙げるとすると、次の3つになると思います。第1は「地域の中に元からいる人」。外から来た人ではなく、そこに元から住んでいるような人です。このような人でないとリーダーになれない。第2は「外の人と関わりを持てる人」。自分の地域だけではなく、違う分野の人、違う地域の人、外部の専門家などとコミュニケーションがしっかりとれる人です。第3には「目的思考で動ける人」。自分たちのことだけではなく、大きな

目的を持ち地域を良くしていこうという意識を持っている人です。

【3】同じく、組織についてはいかがでしょうか。

成果が上がる組織の特徴ですが、これも3つ挙げられると思います。第1に「少人数」です。チームとして動く組織のメンバーが少人数ということ。仮に商工会のような大きな組織にあったとしても、その中で目的をもって結成されたプロジェクトチームが、少人数で動くとパワーを出ます。それをトップが承認して、その後ろ盾があればなお心強いです。第2に「メンバーの能力のバランス」です。同じような人たちの集まりではなく、必要な機能のバランスが取れている。例えば財務に強い人、実行力がある人、全体のバランスを取れる人、などさまざまな能力を持つ人が集まっているということです。第3に「一人一人が主体的に動ける」です。自分の考えで動ける人が集まっていて、人に言われないと動けない人はいないということです。

【4】逆に事業を進めるにあたり、「困った人」「苦勞した人」についてお話しください。

これは「お客さんになってしまう人」です。コンサルタントを外注先にとらえて、例えば、商店街支援で「コンサルさん、何やってくれるの?」「それ、コンサルの仕事でしょ?」と言われる。自分のお店の売り上げが気になって、商店街全体の事を考えずに言われたことだけやる。しかも言われたことも自分の身になるようなことしかやらない。自分たちの置かれている立場や状況もあるので、それ以外のところに自分のリソースを割くこともできない事情も分かりますが、商店街全体の事を考えない人には困ってしまう。

外部から来たコンサルタントが何でもやりすぎると皆さんの主体性のなさを増長させてしまいます。メンバーの主体性を引き出すことがコンサルタントの仕事と私は考えていますので、そこから皆さんが主体性を持てるような環境づくりや支援することが大切だという意識を持っています。

コンサルティングは期限が決まっています。コンサルタントが去った後に地域活性の取り組みが継続される必要があります。そこから地域活性を推進できる人材育成の重要性に気づきました。

【5】地域創生・地域活性事業を行う中で、宮園さんが心がけていることを教えてください。

初期の失敗は自分が中の人になろうとしていたことです。その地域の一部になろうとしていたのです。そのためになんでも自分でやっていました。これではコンサルタントの自分がいなくなったら地域が困ってしまいます。

今、私が心がけていることは、「外の人」に徹することです。中のメンバーとの線を明確にしています。「地域活性のプレーヤーは皆さん、私は外からのコーチです。」ということです。外から見えていることを客観的にフィードバックしています。冷たいようですが、この線引きが大事なのです。関係性を作ることで客観性がなくなることがありますので、それを避けるための線です。私は冷静に客観的にアドバイスをする人という立場に立ちます。「私は外の人です、これを行うのは中の人であるあなたたちですよ」という関係を作りました。

【6】これからの地域創生に求められる人材についてお考えをお聞かせください。

これは4つのことがあります。第1は「3人組であること」。3人組とは「よそのもの・わかもの・ばかもの」の発想でいられる人で、中の人にもこの意識を失わずにいてほしいと思います。第2には「全体最適で考えられること」。自分たちの利得・利害だけではなく、全体を良くしていくにはどうすればよいかを考えられる人です。第3は「ビジョナリストであること」。これはビジョンを具体化して示せる人です。最後は「社会貢献の意欲を持つこと」です。利害を超えた何らかの形で社会に貢献したいという欲求で動く人が若い人に増えてきていると感じます。世界レベル、地球レベルなどのSDGsの発想でとらえて、そして自然環境も含めて社会・環境を考えられる人が地域創生に必要なだと考えています。

【7】そのための能力開発や人材育成にはどのようなことが必要でしょうか。

具体的な方法論としては、PBL（プロジェクト型学習）の機会を提供していくことが重要と考えています。知識提供型学習では限界がありますし、逆に知識を入手する手段は容易になっています。むしろ地域活性の経験を通じて、そのなかで学んでいくチャンスを提供することが重要でしょう。また、その人がチャレンジしている間の収入

などのサポート等は行政が行うという育成スタイルが必要だと思っています。現実の問題解決を経験するなかで、社会にいる人と触れ合う経験をして、その経験から学ぶという育成方法が重要だと感じています。

【8】地域創生活動に取り組むことで、学生時代に何を学び、何を経験すればよいとお考えですか。

今の世代はバーチャル空間がベースになってきています。「あつまれ どうぶつの森」に代表されるようにバーチャル空間のなかでの体験を通じて知ることが中心の世代です。だからこそ、リアルなものを体験してほしいと思います。リアルな大人たち、リアルな自然環境など、今のリアルはどうなっているのかを体験し、併せてそのリアルの背景にも目を向けていただきたい。「リアリティショック」という言葉がありますが、大人の世代が持っている価値観や経験などの背景を理解する姿勢を持ってほしいと考えます。これが理解できないと、理想を持ちすぎて、今の地域がやっていることが安っぽく、低俗に見えてしまいます。そうではなく、リスペクトや理解を持ってほしいと思います。

本日は貴重なお話をありがとうございました。

インタビュー 2

黒田浩介 講師



●プロフィール

総合研究所兼任講師

東京大学法学部卒業

伊藤忠商事株式会社に入社し、自動車部門を経て、総本社開発戦略室で新規事業開発に取り組む。

独立し、グランドデザイン株式会社設立

国連工業開発機関（UNIDO）非常勤コンサルタント

道の駅をネットワーク化する未知倶楽部の立ち上げなど生活消費分野での事業開発を行っている。

【1】黒田さんが地域活性の大きな役割を担っている道の駅と関わりを持つようになった経緯を教えてください。

私が伊藤忠に在籍していた2004年から取り組みを始めました。総本社開発戦略室時代に「カーライフ」をテーマに先輩がサービスにビジネスを広げる取り組みを行いました。その中で道の駅を知りました。伊藤忠の国内支社が縮小するなかで、国内情報が入ってくるルートが細ることを懸念して、道の駅を基点に情報を収集することを目的に、道の駅との関わりを持ち始めたのです。

道の駅プロジェクトには長く関わっています。伊藤忠時代は、道と未知を掛けた「未知倶楽部」を立ち上げました。当時は道の駅が始まって10年。連絡会も機能していなかったもので、道の駅を連携させることを目的としての組織を立ち上げました。そこで資材の共同購入や情報発信のプラットフォームづくりを提案しました。併せて、地域連携を呼び掛けました。当時は「隣の道の駅は敵」という時代でしたが、道の駅単体ではなく、面で見た魅力を出すことが重要だと提案しました。全国の道の駅を訪れました。私は2007年に伊藤忠を退職しましたが、道の駅とのつながりはいまでも継続しています。

地域活性の仕事は商社の仕事と比べてスケールは小さいですが、その半面、直接地域の人たちと関わることができて、自分が役に立っていることが実感できる仕事です。私のライフワークとなっています。

【2】地域創生・地域活性で成果を上げるために重要な役割を担った人について。黒田さんは2004年から全国にある「道の駅」の連携や経営コンサルティングに関わってきました。道の駅の責任者は駅長だと思いますが、成果を上げた駅長について、その行動、態度、知識などについて教えてください。

駅長で成果を上げる人に共通した特徴として、まず「主体性があること」「リーダーシップがあること」が挙げ

られます。主体性とは、道の駅は何をすべきか、自分たちは何をすべきかを自分で考え決められることです。成果を出す駅長は自分なりの考えをもっていました。

私がお会いした中で印象的な駅長は民間企業の事業部長だった人です。この人は予算感覚があり、人を使うことができました。要するに「経営マインド」があったのです。

また道の駅には数多くのステークホルダーがいます。自治体、商店街、農家、職人（工業品）、顧客、観光協会、大学、高校などです。駅長にはこうした地域のステークホルダーとの関わり方・接し方が大切です。これには「度量が大きいこと」「物腰が柔らかく包容力があること」「地元の人たちのペースに合わせられること」も求められます。

【3】逆に成果を上げることが難しかった人たちの特徴はいかがでしょうか。

成果が上がらない場合においては、駅長をはじめ運営の中心になる人（リーダーシップを発揮すべき人）に次の特徴があります。これは上記の裏返しとなりますが、「主体性がないこと」「前例を踏襲すること」「自分たちが何をすべきかを考えないこと」「目の前の業務ばかりを追ってしまうこと」が挙げられます。

道の駅は自治体からの指定管理の委託事業なので、決められたことを行い、つつがなく5年間を過ごせばよいという認識を持つ人が多いのも事実です。また、自治体職員が第3セクターの委託責任者として着任すると、前例踏襲的な動きになってしまいます。こうした人は施設の「管理」が仕事という認識がありますので、掃除と警備に関心がいくようです。駅長ではなく「総務部長」になっているのかもしれません。

また「視野が狭いこと」も挙げられます。例えば「道の駅もインバウンドに対応しましょう」という時に「外国人に来てもらいたくない」「外国人に商品構成など合わせたくない」と言う人もいます。これはたぶん外国人と接したことがないこと、地域の中だけにいて「外」に触れたことがないことによる抵抗感だと思います。

地域活性は「外」から来る人をどう迎えるかがポイントです。そして道の駅には「外」と「中」をつなぐ「ゲートウェイ」の役割があります。道の駅に関わる全ての人には、いろいろな人と交流して「外」に慣れてもらう必要があると考えています

【4】地域創生・地域活性事業を行う中で、黒田さんが心がけていることを教えてください。

「よそから来た人」の立場にいるようにしています。その地域の文脈が分かっていないことを自覚して、謙虚にふるまうようにしています。ただし「よそ者の目線」は地域の方にはプラスとなるということを伝えていきます。しかし、あくまでもよそ者としての立場の意見としてです。

【5】これからの地域創生・地域活性に求められる人材についてお考えをお聞かせください。

「外の目」を持つことが必要であり、「外」と「中」を組み合わせしていくことが大事だと考えています。ですので、地元育ちの人には「外」を知っていただきたい。「外」の現場を経験することが大きな効果を持つと思います。そして「中」に外から入ってきた人が地域に大勢いる状態で、「中」の人と「外」の人が交流する形ができれば一番活性すると考えています。

次に「調整力」です。さまざまなステークホルダーと調整する力が、道の駅で働く職員には求められます。

例えば「平等」という意識の難しさがあります。道の駅は行政が設置していますので、地域の人に平等でなければならないことがあります。しかし、来場したお客さまに地域の魅力を伝えるために、売れ筋ランキングを出したり、売れるものを目立つ棚割りをつくりたい。しかし、「これは平等と相反するのでは」といわれることがあります。「結果の平等」も大切ですが、地域の人であれば、だれでもチャンスを与えるという「機会の平等」も大事です。

そのためにこうした場合には、道の駅は地域の人に売れていない理由をフィードバックして、どうすれば売れるかを一緒に考えることが考えることが大事だと思います。

そして「稼ぐ」ことの意識です。私が勤務していた商社では、お金を稼ぐことは悪い事ではない、お金を稼ぐことは後ろめたいことではないという意識を持っていました。

しかし、地域ではお金の話はあまりでません。その地域に来てもらいたい、名産を食べてもらいたいという気持ちは大いにあるのですが、儲けの話は「はしたない」という意識を感じます。地元の産品が売れるということは、

来場されたお客様からの支持の反映です。地域に人が来てくれることはうれしいことですが、それだけではなく、地域にお金が落ちないと意味がありません。

お客さまにトイレやごみ箱を提供することは道の駅の大事な機能ですが、それだけではお金は落ちません。どこでお金を落としてもらうか、その仕組みを考えていただきたいと思います。

【6】 そのための能力開発や人材育成にはどのようなことが必要でしょうか。

「外」を知り、視野を広げることが重要だと思います。道の駅には異動がありませんので、職員は他の道の駅で働いたことがありません。小さな道の駅では5人で運営しているところがあります。そこしか知らない人がそのまま駅長になると視野の狭さは否めません。ですので人材育成を考えると、いろいろなタイプの道の駅を経験する必要があると思います。

また、道の駅の運営は指定管理者制度で指定期間が5年程度です。継続して受託できるとは限りませんので、長期的な人材育成ができません。地域間交流をしながら視野を広げ、そして一つの地域に深くかかわっていく人材を育成する仕組みがあるとよいと考えます。

そして「経営マインド」です。経営マインドを持った人材を1,000人育てれば、日本の地域を大きく変えていくことができると考えています。「このような仕組みができればいいね」と未知倶楽部のメンバーといつも話していました。

【7】 地域創生に取り組むことで、学生時代に何を学び、何を体験するとよいとお考えですか。

誰のために仕事をしているかを感じることができるとは重要です。この経験から、誰のために仕事をしていくのか、誰を幸せにしていくのかを考えるきっかけにしてほしいと思います。

地域活性に関わると、社会の課題を解決している実感を得ることができます。自分の仕事が誰の役に立っているのかを実感する体験をすることは貴重だと思います。

本日は貴重なお話をありがとうございました。

インタビュー 3

菅原優輔 講師



●プロフィール

総合研究所兼任講師

東京大学公共政策大学院修了

自治体シンクタンク等を経て、現在、一般財団法人地域開発研究所客員研究員、千葉大学兼任講師

東京大学大学院法学政治学研究科博士後期課程在籍

埼玉県三芳町行政評価外部評価委員会委員、千葉県佐倉市指定管理者審査委員会委員を務める。

専門分野は自治体行政学で、都道府県・市町村職員に向けて、政策立案、政策評価・EBPM、地方自治法等の研修指導を行っている。

【1】 行政学を研究し多くの自治体情報を持つ菅原さんが、地域創生・地域活性について考えていること、感じていることを教えてください。

古くは1970年代末頃から開始した「一村一品運動」から始まり、1980年代末頃に実施された「ふるさと創生事業」により本格化した流れのなかにあると考えています。つまり、地域が自分たちで知恵を出すように求めるもので、悪く言えば「丸投げ」、良く言えば「自治の重視」とも言えます。ただ、地方創生のなかで人口目標を掲げさせられた結果、都道府県や市町村は競争になかば強引に引き入れられて、拳句の果てには結果責任を取らされる

形になっています。

当の国自体はテクノポリスの整備やリゾートの整備以降、交通インフラや通信インフラの整備は進めてきたものの、大々的な拠点整備の構想は大都市圏を除いてあまりないのではないのでしょうか。つまり、国としても地方産業の振興には明確な案を持てずにいる状況だと考えられます。近年の動きのなかでありうるのはスマートシティ構想ですが、どこまで地域内で経済が循環しうるエコシステムができあがるかどうかは不明です。

そのようななかでも、いくつかの地域で目を見張るような取り組みが見られます。私の観察によると、いわゆる過疎地域に近いところの方が活発であると感じています。徳島県の上勝町や神山町、島根県の邑南町、宮崎県の日南市、長野県の小布施町、北海道の東川町などです。町を多く挙げたのには、取り組みが目立ちやすいというバイアスもあるかもしれませんが、個人的には、町の自由度、切迫度などの影響があると考えています。

【2】地域創生・地域活性は今後どのように変わっていくのでしょうか。

これはわかりません。地方創生自体は今までの地域活性化政策と同じように一過性で終わる可能性はあります。「あの時、神山町流行ったよね」などの形です。実際、以前まちづくりで長浜市の黒壁なども話題となりましたが、その後の様子を見ると目を見張るような大きな変化はありません。その意味では、同じようなことが繰り返されるかもしれません。

ただ、地方創生における取り組みのなかには、神山町の「神山塾」や邑南町の「食の学校」など、人材育成の観点から注目するものがみられます。これらは域外、特に都市部から町に来てもらい、一定期間住んでもらうなかで、何かしらのスキルを身につけてもらうという点で共通しています。

人口が流出する原因の一つとして、ある種の上昇物語があるのではないかと考えています。地元の県立高校から都市圏の大学に進学し、一流企業に就職するというものです。このような物語にうまくのれる人が増えれば、農村部や地方都市部からは流出する人も増えます。

ただ、なかには大学で道に迷ってしまう人や就職活動に失敗する人、就職後に企業で潰れてしまう人もいます。そのような人が自分の生き方を見直すための場としての農村や地方都市というものがあろうのではないのでしょうか。その意味では、ミクロ的には、神山町や邑南町の取り組みのようなものが広がり、それが継続されれば、ある程度、農村部や地方都市部への人口の還流が継続的に起こる可能性はあります。

もっとも、マクロ的にみてどの程度そのような取り組みが広がりうるのかはよくわかりません。つまり、すべての市町村でそのような取り組みをなしうるほど十分な種類のネタがあるのかわからないからです。その意味では、うまく人材育成のネタを見出せたところと見出せなかったところで差が生まれる可能性はあります。

むしろ、より微妙なのは、そもそも人材育成機能の発揮がどの程度地域の活性化に役立つかはわからない点です。「塾」や「学校」の受講生は受講料をどこから用立てなければいけませんし、卒業後に地域で起業しなければその地域の活性化にはつながりません。起業した企業の消費者がどこにいるのかを考えると心もとない部分もあります。その意味では、人材育成が地域の活性化の鍵になるかどうかはなお留保が必要です。

【3】これからの地域創生・地域活性に求められる人材像はどのようなものなのでしょうか。

新規採用職員に知識を求めてきた時代から、企画力やコミュニケーション能力を求める時代が変わってきています。実際、採用試験で面接やグループディスカッションを重視するようになってきています。これは、おそらく、日本が先進国の仲間入りをするなかで学ぶべきことが曖昧になってきたことと、試験競争に対する不信から来ているのではないかと思います。自治体に限って言えば、自分たちで知恵を出すことが求められるようになってきたことの影響もあるでしょう。

ただ、大阪市などの一部の自治体では揺り戻しが起こっており、今後ともその傾向が続くかはわかりません。確かに新しい取り組みを進めるためには企画力やコミュニケーション能力が重要ですが、それらの能力を発揮するためには、その基盤に正確な制度知識や高い制度読解力がある必要があります。つまり、制度知識・読解力を持ちながら、その基盤のうえで新しいことに挑戦する人材、問題の解決策を企画したり、まとめあげたりすることができる人材が求められるようになるのでしょうか。

その具体的なあり方の一つとして、①域外とのつながりを持つとともに、域内の意見を調整しながらそのつなが

りを域内に引き込むことができる人材、②域外の様々な情報を収集し、地域に落としこむことができる人材が重要なのではないかと考えています。神山町のNPO法人グリーンバレーの方々や邑南町の寺本さん、南山城村の森本さんなど、地方創生のなかで活躍されている方にはそのような方が多いのではないのでしょうか。そもそも、農村部や地方都市部にある情報やいる人材は限られています。その意味では、ある程度、地域の外の情報や人材に頼らざるをえないのが現状であるとともに、構造でもあります。

しかし、農村部や地方都市部にはヨソモノを警戒する人もいます。域外の人も、都市部とは違うしきたりを窮屈に感じる場合があります。相互の意思疎通の欠如がすれ違いを生みます。その発生をできる限り未然に防止するためには、外と中の「ハブ」や「翻訳家」「世話役」となる人材が必要になるのではないかと思います。また、新しい企画には様々な情報が必要となります。関係のありそうな情報を効率よく収集し、有用な情報を峻別し、また核となる情報を抽出できる人材が必要になるのではないかと思います。

【4】 そのために必要な能力開発と人材育成の仕組みはどのようなものでしょうか。

【3】で述べたように、①域外とのつながりを持つとともに、域内の意見を調整しながらそのつながりを域内に引き込むことができる人材、②域外の様々な情報を収集し、地域に落としこむことができる人材が重要だと考えています。

①については、まず自治体職員や地域住民に対して域外研修などの機会を設けることが重要そうです。とはいえ、外の世界を見せることで魅了されて帰ってこない人もいますので難しいところもあります。次に、地域内外の異質な人同士をつなぐという意味でのコミュニケーション能力や地域住民と何かを作り出す際に意見を調整するという意味でのコミュニケーション能力などの能力の育成も必要になりそうです。

②については、代表的な情報源にはどのようなものがあるのかを学んだり、どのような情報を収集するかの戦略を考えて実行したりする機会を設けることが重要そうです。これはある程度机上の研修でも達成されるでしょう。必要に応じて、現地調査やインタビューなどを実施する機会を設けて、インタビュー設計などの能力を磨くこともありえます。奈良県生駒市ではインタビュー研修と称して入庁3日目の新規採用職員に市民インタビューをさせているようです。

【5】 地域創生・地域活性と学生教育について、「大学と地域の連携」は学生の教育指導にどのような効果を持っているでしょうか。

近年は「ガクチカ」という言葉があるように、学生時代に何かに取り組んだという経験が入社試験や採用試験には必要なようです。高校や予備校で教えられる内容が大学入試の内容に影響を受けるように、大学で教えられる内容が入社試験や採用試験の影響を受けるのはしかたがありません。試験で企画力やコミュニケーション能力が求められている以上、PBL的な取り組みや地域との協働によりそれらを育成することは十分ありえます。もちろん、大学側としても、地域に大学の持つ知的財産を利用してもらうことでその営みを社会に還元していく必要があるので、地域との協働は悪い話ではありません。

「地域」も様々です。「自治体」や「商店街」「町内会」「住民団体」「企業」など、様々な主体が考えられます。また、外部の人とともに考えていく取り組みもあれば、学生たちがチームとなって検討して最後に提案する取り組みもあります。取り組みの種類によって育成される能力は異なるようにも思います。

例えば、地域住民とともに商品開発をするような取り組みであれば、異質な人とのコミュニケーション能力は高まるでしょう。また、生産者・提供者の目線から社会をみるという観点に気づき、社会への洞察力が増すかもしれません。もっとも、商品開発といった取り組みは、民間企業に就職する場合はともかく、自治体では農村部など名産品を開発するような地域に就職しない限り、あまり役に立ちそうにはないような思われます。

学生たちで政策立案を進めて自治体に提案するような取り組みであれば、適正な指導が受けられる限り、情報収集能力や分析力など企画に関する能力は高まるでしょう。しかし、異質な人とのコミュニケーションの機会は限定されるので、コミュニケーション能力の成長は限定的かもしれません。ただ、民間企業含め、就職試験時や就職後に役立つ可能性は高いと考えられます。この取り組みは、若手社員・職員とともに企画するような取り組みとすれば、上で挙げた取り組みに類似します。

その意味では、取り組みの内容次第で得られるものは変わるものの、基本的には連携による何かしらの効果はあると思います。ただ、【3】で触れたように、いわゆる「お勉強」によって得られる知識や鍛えられる能力の重要性が再認識されてくる可能性もあります。それらも重要であることに地域との連携の活動のなかで気づき、課題解決の実践とそのための体力づくりとしての「お勉強」の両方を生涯にわたってうまくまわすことのできる人材が育っていくことを望みます。

貴重なお話をありがとうございました。

まとめとして

～地域創生・産学連携に関する人材育成を考える

それぞれの講師と1時間にわたりインタビューを行った。地域創生の現場を知るコンサルタント、行政学研究者の話は興味深く、その知見から多くの学びと気づきを得られた。そして、この連続インタビューの中から、地域創生・産学連携に関する人材についての共通した事項を浮かび上がらせることができた。ここから地域創生に求められる人材像とそのための人材育成方策を考察してみたい。

1. 地域創生に求められる人材像

(1) 「外」と「中」をつなぐ人

地域創生に求められる人材像について、3人から共通して、「外」と関わりを持てる人が挙げられたことは極めて興味深い。自分の地域や自分の知っている知識（「中」）にとどまることなく、異なる地域、異なる分野、異なる視点に触れることができる人材が地域創生には求められているといえるだろう。

一方で地域の特性にも合わせられることもインタビューで挙げられている。一般の企業同様に地域にもさまざまなステークホルダーが存在するが、地域の場合は特に「地域のペースに合わせられる」ことも求められている。ここから、地域創生を担う人材には、地域における「外」と「中」をつなぐことが大きな要件といえるであろう。

(2) 主体的に動く人

主体性も共通して重要な要素になっている。これは民間企業も重視している点である。地域における主体性を発揮するために必要な能力・行動として、「ビジョンを示せること」「経営マインドを持っていること」「有用な情報を峻別し、核となる情報を抽出できること」が3人から挙げられている。

2. 人材育成の方策を考える

上記の人材像を基に、「地域創生人材×総合研究所の社会人教育」の切り口で人材育成を考えてみたい。

(1) 「外」と「中」をつなぐために

① 「外」を知ること

地域創生のリーダーや中核となる人材を育てるためには、「外」を知り、視野を広げる機会を提供することが重要となる。そのためには知識学習にとどまらず、地域活性の経験を通じたPBLによる学習の機会が有効であろう。「外」を知る機会として、地域外の研修機会を設けることや、地域内外のさまざまな人同士が一緒に何かに取り組む場のセッティングが「外」を知る機会となる。この時の課題は、こうした研修の主催者になる機関・団体を見つけることと、開催を働きかけていくことであろう。

② 「つなぐ」こと

菅原氏はこれを「ハブ」「翻訳家」「世話役」と表現している。「つなぐ」に必要な能力にはコミュニケーション力、調整力、ファシリテーション力、交渉折衝力、プレゼンテーション力などがある。これらは社会人教育の主要科目であり、総合研究所にも多くの研修プログラムと担当する優秀な講師がいる。筆者としては、その

講師たちに地域創生人材への育成指導を体験してもらいたいと考えている。これはその場で起こる相互作用を期待するからである。ただし、研修内容や演習題材は地域創生人材が理解できるものに変えることが条件となるであろう。

(2) 主体的に動くために

ここでは、主体性を発揮する重要な要素としての「ビジョン」「経営マインド」について考えてみたい。

①ビジョン

これには「ビジョンを創る」と「ビジョンに基づく組織マネジメント」の2つがある。この2つは総合研究所のマネジメント研修の主要科目であり、これらを地域創生人材の育成に応用できると考えられる。ただし、これも知識学習ではなく実際に地域のビジョン策定に取り組む体験型学習が望ましい。そして、そのビジョンを地域の「中」にどう伝え、共感を得て、どう人を動かすかも体験から学び、自分自身の能力アップにつなげる構成としたい。

②経営マインド

「地域にお金落ちる」仕組みを作るためには、売上と費用と利益の仕組みを知ることが必要である。また、地域産品を売っていくためのマーケティング知識も求められる。総合研究所にはこれらをゲーム形式で体験するシミュレーション研修があり、これを活用して地域創生人材の経営マインドを醸成するきっかけとしたい。

3. 地域創生と学生教育

学生教育の中で、地域創生を通じた学習機会を提供することは大きな意義がある。それはバーチャルがベースになっている世代に「リアルな体験」の重要性を伝えることができるからである。

大学生は企業でのインターンシップでは、その企業の「中」を知ることによって社会の入り口を体験する。その一方で、地域創生での学習では、その地域のさまざまなステークホルダーとリアルに接する体験を持つ。総合商社で大きなビジネスを動かす経験を持つ黒田氏は、地域創生を通じた学びが学生にとっての有益な点として、ビジネスとしてのサイズは小さくても、「誰のために仕事をしているのか、自分の仕事で誰を幸せにしていくのかについて、リアルな体験を通じて考えるきっかけになる」ことを挙げている。このことは学生教育における地域創生の取組を考えるうえで、重要な示唆といえる。

4. 次年度に向けて

総合研究所が行っている政策形成研修では3現主義（現地・現物・現実）の大切さを伝えている。今回、このレポートをまとめるにあたり、地域創生の現場に携わる3氏にお話を聞いた。これは、地域創生について断片的知識しか持たない筆者にとっての3現主義でもあった。そして3氏の体験に基いた話からさまざまな示唆と情報をいただき、そこからこのレポートをまとめることができた。しかし今回は「地域創生と人材育成」の現状を知るレベルであったというのが筆者の実感である。

今年度の活動とレポートを踏まえ、これを継続・発展させる形で来年度も「地域創生・産学連携に関する人材育成」に取り組んでいきたい。

Society 5.0は、「新たな価値創造により経済の発展と社会的課題の解決の両立を目指す」とその目的を表明しています。今日、人口減少、高齢化、耕作放棄地など多くの社会的課題は、地域社会に顕在化しています。それらの課題を解決することは、地域創生によるSociety 5.0の実現に必要な事項と捉えています。地域創生・産学連携研究所では、Society 5.0に向け、本学が有する経営学を主体に社会的課題の解決に資する活動を展開することを目的としています。そのため、研究所の母体となる産業能率大学のキャンパスがある自由が丘、湘南エリアをモデルに地域創生の成功事例を構築し、Society 5.0に貢献する活動を展開しています。

今年度は、神奈川県二宮町、オリーブ栽培を営むファームビレッジ湘南、ユニバーサル農場と四者連携を締結し、神奈川県湘南エリアでの地域創生に資する「地域ブランド創造プロジェクト」科目を新設しました。また、自由が丘、石垣エリアでの関係者とは引き続き新たな魅力創造に取り組む活動を展開しています。

2021年度までは、新型コロナウイルス感染症拡大により多くのイベントが開催の中止をせざるを得なくなりました。そのため「自由が丘イベントコラボレーション」などは、実践の場をなくし、授業内容について大幅に見直したことから、学生は実地での演習を経験しないまま履修を終えることとなりました。しかし、今年度は、政府からの指針、自由が丘各商店街皆様の叡智により「スイーツフェスタ」「女神まつり」などが再開される運びとなりました。

過去2年間イベントが開催されなかった影響は、授業ノウハウの継続、学生の演習体験の欠如に繋がっており、授業実施への不安要素は多くあったものの、自由が丘商店街関係者、履修した上級生の協力など様々なステークホルダーの支援により、ブランクを感じさせない授業を展開することができました。

今年度の特筆すべき活動としては、本学総合研究所の研究員が地域創生・産学連携研究所関連のPBL科目の担当教員として加わり、アカデミックな研究領域と社会人教育での実践を目的とした教育のノウハウの結合にあります。その代表となったのは「自由が丘スイーツプロモーション」です。前述した自由が丘商店街関係者、上級生、教員が学生をサポートし「人々が安心してスイーツを食べられる未来を作る」をコンセプトとしたスイーツ商品を開発し、販売することに繋がりました。世界的パティシエであり、本学客員教授でもある辻口博啓氏のご協力もあり、この商品は連日完売し、入手困難な商品となりました。

また、今年度より新たにスタートした湘南オリーブによる地域創生を目指した「地域ブランド創造プロジェクト」は、連携を図った二宮町渡邊康司副町長、ファームビレッジ湘南眞壁潔代表などの協力により、オリーブを使用したレストランメニュー開発、オリーブ収穫と新漬け作りなど演習の場面を多く提供いただき、学びと共に地域に貢献できる科目として出発することができました。

本報告書にまとめられた活動報告は、本学総合研究所から参画することになった小林研究員、川合・杉本研究員の社会人教育からの視点も加わり、さらに充実したものとなりました。また、この最終報告が編纂できたのも、東

京都商工会連合会副会長岡田一弥客員研究員、自由が丘商店街振興組合西村康樹客員研究員、古山喜章客員研究員、また各科目の運営にご尽力いただいた佐々木敏和様はじめ多くの皆様のご支援の賜物と感謝しております。この場を借りて心より感謝申し上げます。

本学の最大の特徴である教職協働によりこの研究所の活動は発展しております。次年度も引き続き、この独特の視点をもとに他大学にはない地域創生・産学連携について調査研究を展開したいと考えております。

最後にこの研究所の活動にご協力くださいました全ての皆様に御礼を申し上げたいと存じます。

地域創生・産学連携研究所 研究員
林 巧樹
渡邊 道子

産業能率大学 地域創生・産学連携研究所 研究員・スタッフ紹介

【研究所長】

岩井 善弘 経営学部 教授

【研究員】

高原 純一 経営学部 教授

松岡 俊 情報マネジメント学部 教授

小林 幸平 経営学部 准教授

櫻井 恵里子 経営学部 准教授

川合 広訓 総合研究所 研修管理部長

杉本 孝一郎 総合研究所 経営管理研究所
講師管理課

林 巧樹 入試企画部長

宮内 浩 大学事務部
学生サービスセンター長

渡邊 道子 入試企画部 企画課長

【客員研究員】

眞壁 潔
株式会社湘南ベルマーレ 代表取締役会長
湘南造園株式会社 代表取締役社長
ファームビレッジ湘南 代表

西村 康樹
自由が丘商店街振興組合 出版企画事業部長

古山 喜章
自由が丘クリニック COO
株式会社THE MEDICAL 代表取締役社長
自由が丘駅前中央会 理事

【客員研究員・相談役】

岡田 一弥
目黒区商店街連合会 会長・代表理事
東京都商工会連合会 副会長
株式会社ジェイ・スピリット 代表取締役

【事務局】

置田 孝裕
大学事務部 学生サービスセンター

矢島 雪乃
大学事務部 学生サービスセンター

(2023年3月現在)

2022年度 産業能率大学 地域創生・産学連携研究所 アニュアルレポート 第5号

2023年5月発行

編集／発行 産業能率大学 地域創生・産学連携研究所

産業能率大学 自由が丘キャンパス
〒158-8630 東京都世田谷区等々力6-39-15
TEL : 03-3704-5283 (事務局)

産業能率大学 湘南キャンパス
〒259-1197 神奈川県伊勢原市上粕屋1573
TEL : 0463-92-2214 (湘南学生サービスセンター)

WEB : <https://www.sanno.ac.jp/undergraduate/societylab/>



Regional Revitalization and Industry
Academia Cooperation Research Center
Annual Report