

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2018年4月に新設されました。当研究所の活動目的は、本学の教育の特色であるPBL（Project Based Learning）をベースにした地域創生活動、産学連携活動を教員・職員が連携しながら強化し、効果的な活動が出来るような仕組みづくりを検討・実施していくことです。当年報は主に以下の4点で構成されています。

まず自由が丘キャンパスでは、本学が世田谷区や自由が丘の街の場所をお借りして実施している授業や同好会活動の概要や成果をまとめました。今後は、大学で修得・蓄積した知識をどう有効に活用していくかを検討していくことが大きなテーマとなります。

第2に東急東横線・副都心線利用者による自由が丘をはじめとする14の街の来街比較についてのネット調査結果をまとめました。同調査では、首都圏で注目される街14箇所への来街頻度や来街頻度の変化、来街目的などについて比較調査しています。来街者調査は大学の付属研究所であるコンテンツビジネス研究所時代から毎年実施し、データの蓄積も充実してきており、当研究所の財産になっております。

第3に、本学の包括協定先である沖縄県石垣市の観光人材育成事業や、茨城県かすみがうら市内の中学校生徒に対する本学学生による「商品企画」指導など、地域人材の育成についての報告をまとめました。人材育成は地域創生を進める上で鍵を握る最も重要なポイントです。各地域は、いかに地域創生の舵取りを効果的にとってくれる優秀な人材を地元に着定させていくかという仕組みづくりが今後待たれます。

第4に湘南キャンパスにおきましては、神奈川県二宮町、大磯町、伊勢原市の3市町との包括協定が結ばれ、これまで以上に活発な地域連携活動が可能となり、本学全体の地域連携、産学連携の幅は拡大しています。

最後に当研究所には学校法人産業能率大学総合研究所の職員2名も研究所員として参画しており、大学学生教育部門と総合研究所との相乗効果を視野に入れて活動することも大きな活動目的となっています。2018年度は総合研究所の職員、自由が丘の街からは本学兼任教員、そして本学教職員による座談会を開きました。テーマは「地域創生と人材づくり」です。その内容も当年報では掲載しています。

以上のように当研究所設置初年度は、本学における地域創生・産学連携活動の事例の概要と成果を中心に報告書をまとめております。当研究所の年報が無事に完成しましたのも、多くの方々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
所長
岩井 善弘

目次

発刊にあたって	岩井 善弘	巻頭
茨城県かすみがうらプロジェクト・東京商工会議所プロジェクト報告	岩井 善弘	2
2018年度街比較ネット調査報告	都留 信行／寺嶋 正尚／武内 千草	4
2018年度「自由が丘&地域再生プロジェクトユニット」活動報告	高原 純一／都留 信行	8
2018年度「石垣島—自由が丘ブランディング」活動報告	高原 純一	10
2018年度世田谷区との地域連携活動に関する報告	中村 知子	12
大学におけるスポーツを活用した地域貢献の可能性	木村 剛	15
産業能率大学と自由が丘・目黒区との関わり	西村 康樹	17
2018年度情報マネジメント学部の地域創生・産学連携活動報告	勝間 豊	19
2018年度「産官学民連携による石垣島観光人材育成事業」活動報告	松岡 俊	22
地域創生・産学連携研究所 初年度を終えて(座談会)	岩井 善弘／西村 康樹／伊藤 一実／岩崎 靖久／片山 和典	24
地域創生・産学連携活動への思い	小椋 則樹	28

茨城県かすみがうらプロジェクト・ 東京商工会議所プロジェクト報告

岩井 善弘

私のゼミでは地域連携・産学連携活動を10年ほど前から手がけてきた。
この中で代表的な事例を紹介したい。

1. 茨城県かすみがうら市立中学校「子どもミライ学習」でのレクチャー

茨城県かすみがうら市とは、2015年3月に本学、同市、筑波銀行との間で三者包括協定を締結し、以来2、3年のゼミ生が同市の活性化に関わらせて戴いてきた。この間、自由が丘という大学が立地する情報発信の地をお借りし、同市の特産品を加工した製品を販売してきた。例えば3種類の味を楽しめるレンコン揚げ、地元産の紅はるかという甘藷を使った菓子、レンコンで育成した地元ブランド豚である「レンコン豚」を使ったトルティーヤ、地元産フルーツでできたジャム付洋菓子の販売などである。こうした商品はこれまで、自由が丘で5月の連休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月のサンクスリパティで販売させて戴いた。また昨年には、川崎市の元住吉プレーメン通りにはじめてゼミ生が飛び込みで訪問し、プレーメン通りのイベント企画に参画させて戴くようになり、そこでかすみがうら市産のごぼうを使ったパンを元住吉のパン屋さんに製造戴き、販売し、来街者から好評を得、短時間で販売が完了した。

こうした茨城県かすみがうら市との連携事業の一環としてゼミ生が3年前から行っている地域貢献が、同市の3つの中学校生徒への指導である。これは「子どもミライ学習」と称されるもので、かすみがうら市内の霞ヶ浦中学校、下稲吉中学校、千代田中学校の3つの中学校の2、3年生に、ゼミの学生が直接、商品企画から販売に到るまでのプロセスを指導し、最終的には実際に地元企業の協力により製造された商品の販売戦略やマーケティング戦略をゼミ生が教えるというものである。手前味噌になるが、この中学校生徒への指導に対してかすみがうら市の教育委員会から高くご評価戴いている。私もこのご依頼を戴いた3年前には、中学生の年齢から商品企画を授業で考えさせ、地元食品製造業の協力の下実際商品開発を行い、販売するのかと驚いたことを記憶している。この「子どもミライ学習」では、必ず地元かすみがうら市産の果実や野菜、魚類などの食材を用いることが条件になっており、地元食材を用いた商品を中学生に考えさせることによって、地元への郷土愛を育成することが狙いにある。わがゼミ生たちは、市役所が作成した「子どもミライワークショップの手引き」と称する商品企画のテキストの内容を、中学生がより理解できるように編集しなおし、中学生指導に挑んでいる。かすみがうら市役所の職員の方が中小企業大学校で学んだことを参考に作成されたテキスト「子どもミライワークショップの手引き」は大変内容が充実しているし、社会人が学ぶ内容のレベルにあるといっても過言ではない。その手引きには、まずワークショップとは何かという定義、ワークショップのルールや進行の仕方がこと細かく記されている。次いで商品アイデア創出の方法、対象顧客の想定の方、対象顧客に想定した人たちの願望や享受するベネフィット、価格設定と続く。前述のとおり、ここでのポイントは商品アイデアを創出する際、必ず地元の産物(地域資源)を条件に入れることである。生徒たちは事前に地域資源を調査しておき、どのような資源が商品に活用できるかイメージしておく。アイデア発想法について言えば、この手引きでは、逆転発想法が事例に挙げられている。また商品アイデアを検討する際は、その商品が主役となる特徴のものか、補助的な機能の特徴とするものか(例えばパンに対するジャム)などその商品の位置づけも検討させる仕組みになっている。

最終的に現在は少子化の時代であるためクラスの数は昔と違い少ないが、中学生たちは兄、姉のようにゼミ生を慕い、両者良好な信頼関係を構築し、商品企画に取り組んでいる。ゼミ生にとっての最大の収穫は、中学生に商品企画のプロセスを教えることで、自分自身の商品企画の知識が定着するということである。ゼミ生たちは様々な質問を中学生からもらっても明確に答えられるように、事前に綿密に学習する。実際に大学で習ってきた知識を参考にして中学生といういわば入門者に教えることで、ゼミ生自身が大きく成長していくのである。こうしたゼミ活動は、ゼミ生の就職活動でも活かされている。例を挙げると、地域連携により今後食育をテーマにした新規事業を立ち上げようという企業をゼミ生が2018年度に受験した際、本件が話題になり、ご評価戴き、結果その学生は内定を戴いた。

こうして商品企画の案が作成されていった後、毎年私は12月から翌年の1月に、3つの中学校のクラス代表の発表会に審査員として出席させて戴いている。ここには私のほか地元筑波銀行の役員、市の教育委員会の部長、地元食品製造業の経営者や果樹農園の経営者などが審査員として出席されている。中学生のクラス代表のアイデアの質には驚かされることが多く、大人でも思いつかないアイデアだと痛感するものが多い。すべてのクラス代表のプレゼンテーションが終了した後、各中学校で1チーム選ぶのだが、どの

アイデアも中学生の考えたものとは思えないようなものばかりでいつも選考委員たちの頭を悩ませる。

ここで重要なポイントが、地元の菓子製造企業や果実農園の方々が商品化に全面協力して、イベントなどで実際生徒が販売する商品を製造することである。中学生のときから実際自分たちの考えた商品が形になり、それを販売するまでを体験することは、後々の彼らのキャリア形成にも好影響が必ずやあるはずである。

こうしたかすみがうら市の中中学生教育への協力が一つ目のゼミの活動である。

2. 東京商工会議所主催「中小企業の底デカラ・魅力発信プロジェクト」への出展

東京商工会議所は明治の経済人である渋沢栄一翁が設立に大きく関わった経済団体である。渋沢栄一翁は周知のとおり1万円札の次期肖像画に選ばれた人物である。

2018年度、東京商工会議所からテーマを頂戴して1年間かけて取り組ませて戴いた。2020年には東京でオリンピック・パラリンピックが開催される予定である。これに関連して、東京商工会議所は2020年に向けた活動計画「東商オリンピック・パラリンピックアクションプログラム」を2017年12月に発表した。この中で同会議所の独自の活動として、「東商のレガシー形成を見据えた独自の活動展開」というものがあり、4つのテーマから構成されている。その中に「中小企業の底デカラを世界に発信する」というテーマがある。これは大学生や専門学校生が中小企業の全面協力を得て、学生ならではの感性と視点から、国内外の若者に「東京の中小企業の魅力」を伝えるための映像を制作するというものである。私のゼミではこのお話を2018年春に戴いて喜んでお受けした。他には3大学と1専門学校がエントリーした。

まずはチームを2つに分けて、夏場それぞれ4社、3社の特色ある企業を訪問させて戴き、経営者の方、従業員の方から自社の概要、製品の概要の説明を綿密に伺った。その7社の業種はみな異なり学生は一生懸命メモをとり、積極的に質問させて戴いた。学生が実際の企業様に訪問させて戴く機会はそうそう多くなく、今回学生にとって優良な企業様を数多く訪問させて戴いたことは大変有意義であった。

東京商工会議所での最終プレゼンテーションは2019年3月13日である。1チームに与えられた発表時間は5分。我々は秋口から映像制作の作業に入った。まずはコンセプト設定を行った。ストーリーも作り上げていった。時にはメンバー間の意見が異なり時にはメンバー間で衝突がおき、作業が中断することもあった。さらに映像技術においてはもともと素人集団であるため、外部の映像制作会社の協力も仰ぎながら、試行錯誤で作業を進めていった。2019年3月13日までの時間もどんどん差し迫っている。ようやく2019年2月に映像が2チームから提出され、3月13日には東京商工会議所の東商グランドホールにおいて、無事に2チームより発表を行った。会場には東京商工会議所の三村明夫会頭ほか企業関係者、報道陣などが出席された。この発表の様子が東京メトロポリタンテレビの「中小企業の底デカラ」という番組で放映された。放映されたチームが制作した映像のタイトルは、「もし中小企業がなくなったら」。世の中で使用されているあらゆる電子機器には中小企業の隠れた技術が使われているが、その映像はスマートフォンを初めとする電子応用機器を事例に、もし中小企業が存在しない場合、いかに我々の日常生活が不便になるか描いた。実際に中小企業へのインタビューに行かせて戴き、肌感覚で中小企業を知った上で、映像を制作することによって、学生は地に足のついた学習を経験することが出来た。今回こうした貴重な経験をゼミ生がさせていただき、一定のご評価を戴けたことに関し、東京商工会議所の皆様には厚く御礼申し上げる次第である。



最後に

この稿ではゼミの地域連携活動、および産学連携活動の事例を1件ずつ紹介させて戴いた。経営学を学ぶ本学の学生にとって、こうした活動は大学で学んだことがいかに実践で活かせるかを試す格好の場であるといつて過言ではない。今回紹介した案件2件以外に我がゼミでは5,6件のテーマを4,5名からなる小集団によって実施するようにしている。地域連携、産学連携活動を通じて、ビジネス企画書作成、財務系科目、SNSを活用した広告プロモーション、マーケティングなど大学で学習したことが社会では重要な知識なのか、学生に気づかせることが出来る。

手間暇は大変かかるが、今後もゼミでは地域連携や産学連携活動を、習得した知識を応用させて戴く場として継続していくつもりである。

2018年度街比較ネット調査報告

都留 信行／寺嶋 正尚／武内 千草

はじめに

地域創生・産学連携研究所では、前身の地域マネジメント研究所、コンテンツビジネス研究所と組織変更を経て、研究所内に設置された「地域活性化に関する研究活動プロジェクト」として10数年にわたって、大学及び大学院が立地する自由が丘や代官山の街を対象にした実証研究を行ってきた。これらの地域に関する研究を通じて、地域社会との交流を図り、社会貢献の実現を目指してきた。

2017年度から産官学による地域連携型の研究として、学校法人産業能率大学、ユニアデックス株式会社、株式会社オズマピーアール及び自由が丘商店街振興組合の4者間契約を締結し、自由が丘商店街の振興を目的としたマーケティング活動にICTを利用することについての共同実証実験を実施する「商店街データ見える化プロジェクト」を実施している。自由が丘商店街に訪れるお客様は何を求め、どのようなことを感じているのかを明らかにするため、様々な視点から数値データを収集・集積・分析を行ってきた。そこで得られた成果は、自由が丘の街の振興に寄与するためにおこなわれてきたものである。

「副都心線・東急東横線利用者」に関するネットリサーチ調査の結果

1. 調査の目的及び概要

これまで、実際に来街した方に対してアンケート聞き取り調査を中心とした調査を実施し、自由が丘の街に対して、比較的来街頻度が高く、活用度合いが高い方々の傾向が明らかになってきた。今回実施した「『副都心線・東急東横線利用者』に関するネットリサーチ」では、一度視点を東急東横線・副都心線利用者にまで広げ、その中でも自由が丘の街を訪れた経験のある方々の傾向を探索した。

アンケート調査は、2019年1月にネットリサーチの手法により実施した。株式会社ドゥハウスのモニター（名称:my アンケート）を対象に、①自由が丘に行ったことがない人を除去、②男女同数になるように無作為抽出を実施、をスクリーニング基準とし、400名を抽出した。

回答者の概要として、①世代、②職業を図1、図2に記す。世代については、20代と40代の回答者が多く、職業に関しては、会社員、専業主婦・主夫、パート・アルバイト、無職、学生、自営業の順に多かった。

なお、今回調査対象とした街は、池袋、新宿三丁目（新宿）、明治神宮前（原宿）、渋谷、恵比寿、代官山、中目黒、自由が丘、武蔵小杉、横浜、みなとみらい、二子玉川、三軒茶屋、吉祥寺とした。恵比寿、吉祥寺、三軒茶屋は東急線及び副都心線沿線の街ではないが、いずれも住みたい街ランキングの常連であることから分析対象に加えた。

図1 世代

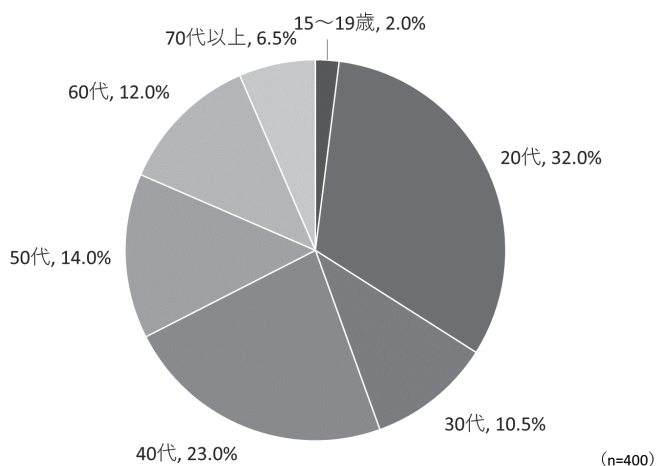
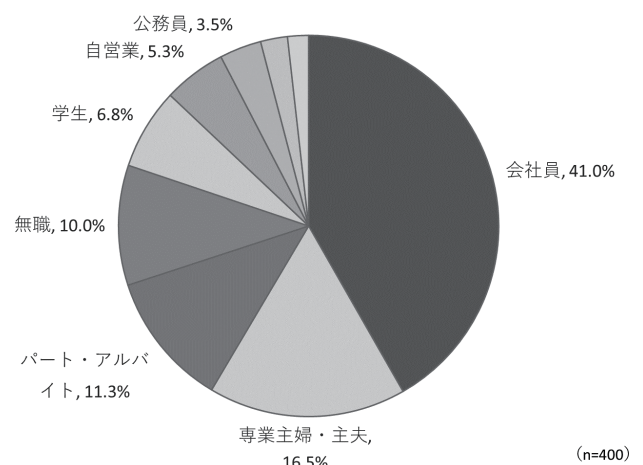
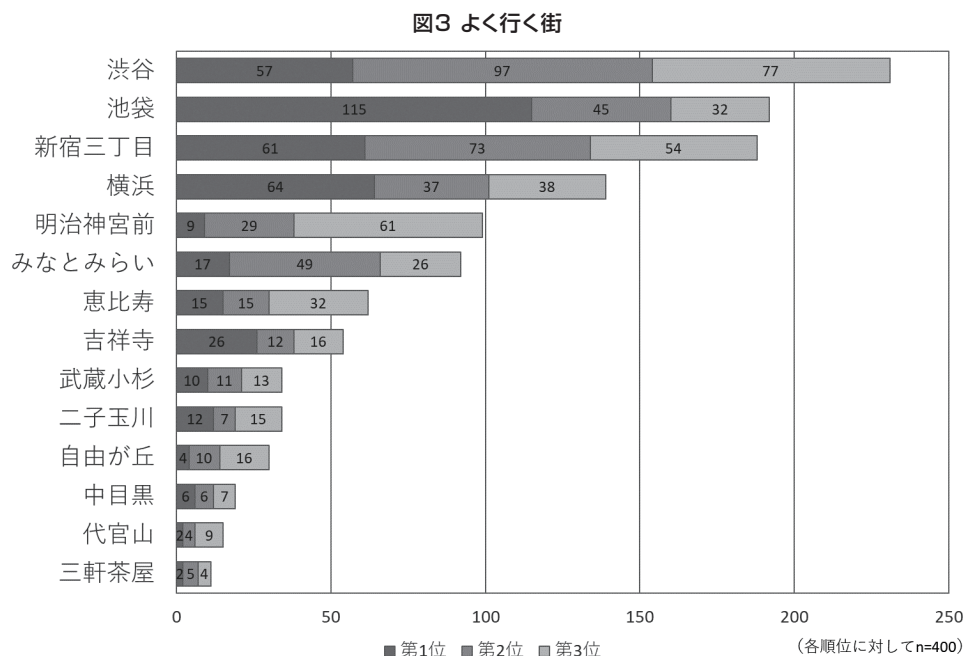


図2 職業



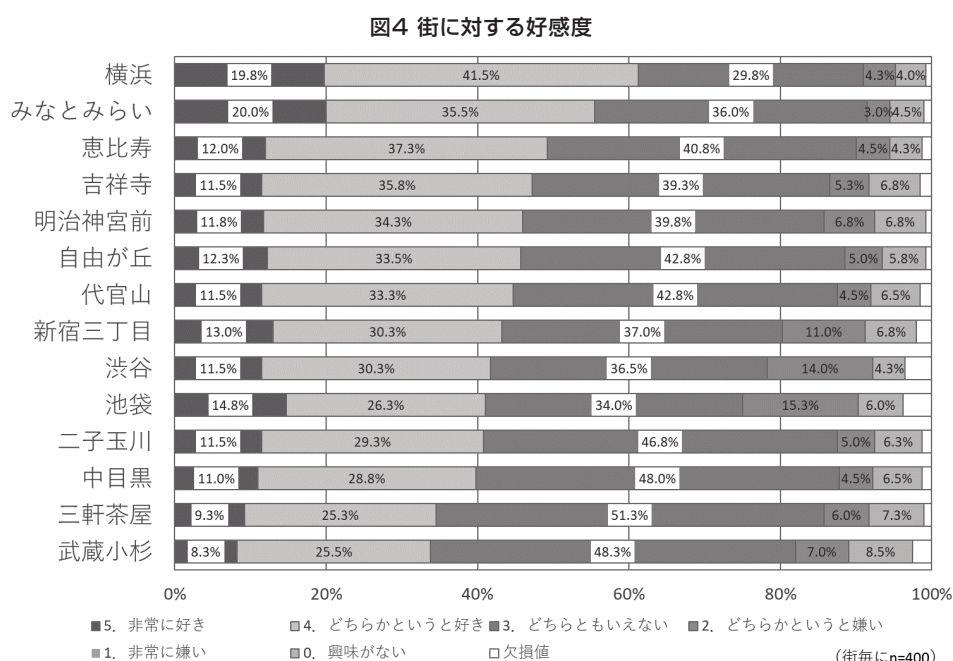
2. よく行く街と街に対する好感度

よく訪れる街について、自身でよく行くと思う頻度を第1位から第3位までについて回答してもらった(図3)。その結果、回答者の多くの人は、「池袋」へよく行くことがわかった。以下、「横浜」「新宿三丁目」「渋谷」と続いている。頻度が多い第1位から第3位を街ごとにまとめてみても、渋谷、池袋、新宿三丁目、横浜と上位4街は突出している。これは、1日平均乗降客数(注1)渋谷駅472,797人、池袋駅155,954人、新宿三丁目駅208,884人、横浜駅367,023人からみても明らかであろう。



さらに、それぞれの街に対する好感度についても、「非常に好き」「どちらかという好き」「どちらともいえない」「どちらかという嫌い」「非常に嫌い」「興味がない」の6点で聞いた(図4)。「横浜」と「みなとみらい」はそれぞれ61.3%、55.5%と過半数以上の人が、好意的(「非常に好き」と「どちらかという好き」を合算)であった。

よく行く街で上位であった「渋谷」「池袋」「新宿三丁目」は、41.8%、41.1%、43.3%の人が好意的である一方、18.3%、21.3%、17.8%と2割前後の人がネガティブ(「どちらかという嫌い」と「非常に嫌い」の合算)にとらえている傾向が見られた。

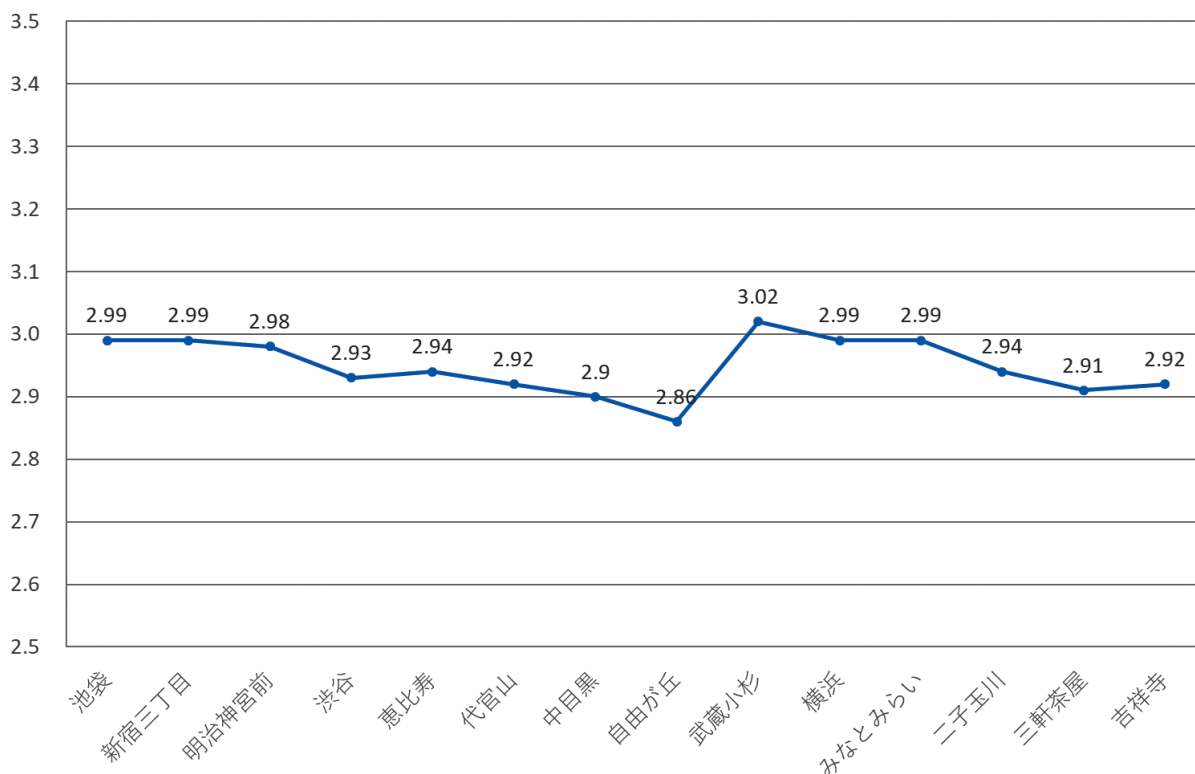


3. 来街頻度の変化に関する考察

来街頻度の変化にはどのような違いが見られるだろうか。各街を訪れる頻度として、過去5～6年において「非常に増えた」を5点、「やや増えた」を4点、「変わらない」を3点、「やや減った」を2点、「非常に減った」を1点としてその平均値を算出した。「変わらない」が3点であるため、3点より大きければ、現在の来街頻度は過去に比べて高くなっていることを、3点より小さければ低くなっていることを意味する。

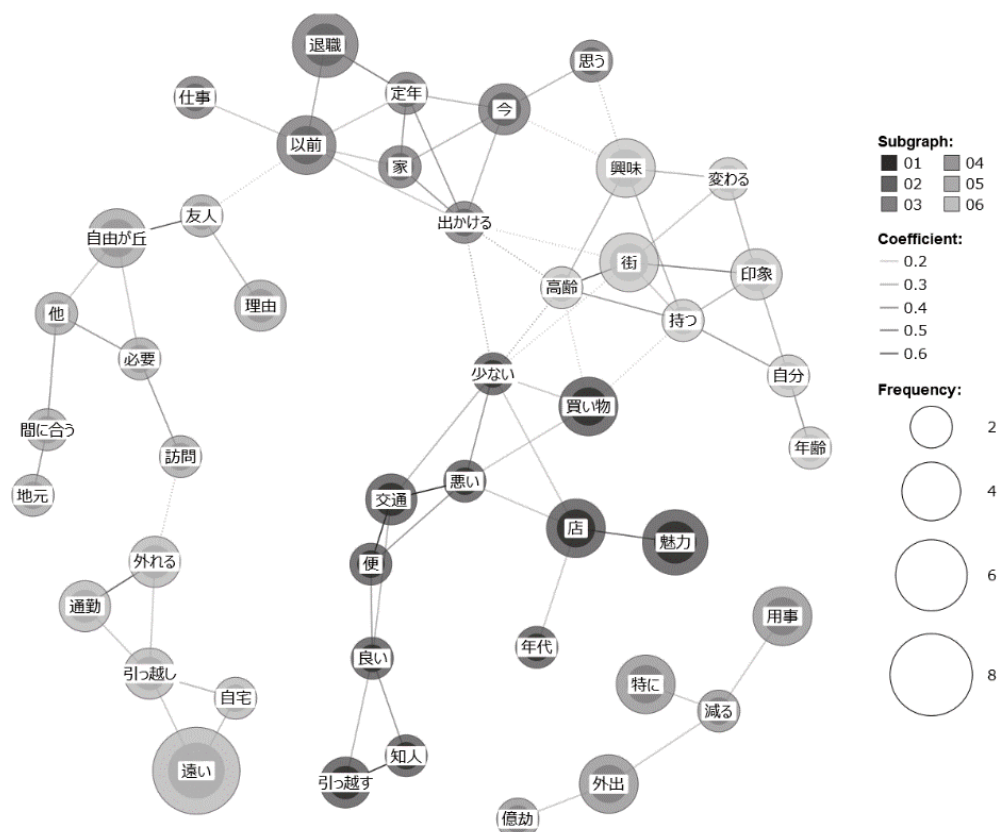
その結果は図5に示すとおりであり、全体的にはほぼ3点であった。より詳細にみていくと、3点を超えているのは「武蔵小杉のみであり、その他の街は5～6年前と比べて来街頻度が低い傾向にある。特に「自由が丘は2.86と平均点が最も低く、相対的に顕著な傾向だと思われる。

図5 過去5～6年における来街頻度の変化の平均値



さらに、自由が丘に訪れる頻度が減った理由について、自由記述形式で質問している。この回答を、テキストマイニングソフトKH Coderの「共起ネットワーク」のコマンドを用い、自由記述それぞれの中で出現パターンの似通った語、すなわち共起の程度が強い語を線で結んだネットワークを図6の様に描いた。なお、分析にあたっては、出現数による語の取捨選択に関しては最小出現数を2に、描画する共起関係の絞り込む描画数を60に設定した。この図では、強い共起関係ほど太い線で、出現数の多い語ほど大きい円で描画されている。また、語(node)の色分けは「サブグラフ検出(modularity)」(分割されたコミュニティ内の辺の数とコミュニティ間の辺の数の比較により、コミュニティが高密度のサブグループをうまく抽出しているかを示す指標)によるものであり、6個のグループがあることが示されている。

図6 自由が丘に訪れる頻度が減った理由の共起ネットワーク図



これまで会社への通勤や仕事のためや、自由が丘に住む知人宅へ訪れるのも来街の理由となっていたようである。しかし、定年を迎えたり引越しなどによる生活環境の変化によって足が遠のき、買い物は地元で事足りてしまい、来街しなくなってきていることが見て取れる。また、高齢になって、それまでの興味が変わったり、自身の年齢に合わなくなった印象をもつようになり、用事がなければわざわざ外出することが億劫になったと、回答者は感じているようである。

4. 今後の課題

今回調査では、東急線及び副都心線沿線の街に対する来街頻度やその変化について明らかにすることを志向した。今回は、全般傾向について報告したが、従来から指摘されてきた来街頻度が低下した来街者の変化などを、垣間見ることができたかと思う。今後とも属性分析や自由記述などに基づいた、より詳細な整理分析を行っていく必要があると考える。

注1:「2018年度乗降人員」東急電鉄、および「平成29年度1日平均乗降人員・通過人員」関東交通広告協議会を参照

注2:本年次報告の一部は、2020年2月発刊の紀要「テキストマイニングを用いた自由が丘への来街頻度の変化に関する分析」をもとにしたものである。

2018年度「自由が丘&地域再生PJユニット」活動報告

高原 純一／都留 信行

はじめに

現代の日本の市場経済は成熟化が進展し、多くの地方・地域では人口減少、高齢化、収入減などに直面し、その解決策を模索しているものの既成概念ではなかなか先が立ち行かなくなっている。

本学では、1・2年次に学習の土台づくりをし、段階的に経営の専門分野を学ぶ。そして現代ビジネス学科では3年次になると、具体的で現代的な課題に対して、理論を学ぶのと同時に実際にその活用を通じた課題解決を行うことで実践力を修得するユニットという学び方を行っている。「自由が丘&地域再生プロジェクトユニット」は、そうしたユニット科目の1つであり、「地域ブランドの成功事例を学ぶ」「地域プロモーション」「地域再生プランニング」「地域再生プロジェクト実践 in 自由が丘」の4つの専門科目から構成されている。

自由が丘女神まつりにおける地域創生プロジェクト

自由が丘は時節において街に住まう人や来街者を魅了する祭りやイベントに溢れている。「自由が丘女神まつり」は、なかでも今や東京を代表するイベントである。毎年10月に開催され、会期中来街者が50万人を超える大きなイベントである。この女神まつりには例年、産業能率大学生が200名以上関わり、イベントの重要な骨格を構成している。さらに自由が丘は、多くの人を惹きつける魅力的な街であるだけでなく、発信する情報の質が高い街で知られ、メディアとしてのポテンシャルも有する街でもある。

一方、昨今、地域はその再生が叫ばれている。地域には魅力に溢れている資源を多く保有しているものの、都市在住者にはあまり知られていないのが現状だ。本ユニットでは、先進の情報発信エリアであり有数のブランド力を有している自由が丘の街を舞台に、地域の魅力にスポットライトをあてて様々な地域とコラボレーションを行っている。

具体的には、「地域ブランドの成功事例を学ぶ」と「地域プロモーション」は、本ユニットの基礎的・導入的知識を提供する役目を担うものであり、全国各地にある地域ブランドなどの開発・育成事例について学ぶ。全国でも有数な「自由が丘」をはじめ、全国にある様々な地域・地方の事例を学ぶことで、その魅力の源泉を探る。さらに、多くの事例を単に考察・分析するだけでなく、根底にある「共通する成功要因」について整理することで、その成功要因を一般化し、活用していく手法を学ぶことを目的としている。

さらにそこで得た知見は、続く実践科目である「地域再生プランニング」や「地域再生プロジェクト実践 in 自由が丘」に生かされることになる。自由が丘と連携する地域を選定し、「自由が丘らしさ」「自由が丘ブランドの源泉」を踏まえ、地域・地方が有する経営資源をどう活かしていくのが良いか検討し、先述した女神まつりに、地域・地方の情報発信・物販を実際に行うことを想定した販売戦略・プロモーション企画案を立案する。そして、そうした企画案をもとに、地域の方々の協力を仰ぎ、実際にブース出展を行う。

本ユニットは、学生たちが実践的な発想力・企画力・行動力などを身に付けていくと共に、行政や地域住民はもちろんのこと、産・学・金・メディアと連携することで、新たな価値の創造を生み出すことを目的としている。

2018年度の成果について

毎年複数の地域とのコラボレーションを行っている。履修する学生の中には地方出身者が多く、この科目を通じて学び体験したことを自らの故郷へと役立てたいという気持ちを持っており、出身地をコラボレーション地域に選ぶ学生も多い。

本年度は、青森県、福島県中通り地域、新潟県長岡市、石川県、長野県安曇野市、神奈川県横須賀市、そして沖縄県といった地域に焦点を当てた7つの班31名の学生が活動した。残念ながら、横須賀市を担当した班の企画は、参加予定していた地元団体が女神まつりの日程と地元イベントの日程が重なったため、最終的には出店を断念せざるを得なかった。しかしながら、残りの6つの班は、地域の特産品や観光資源などと自由が丘を結びつける活動を行った。

こうした一連の活動は、1年1年のその場限りのものではなく、支援していただいた地域の方々より、リピートして参加いただいたり、自由が丘の商店街の方々との連携を深めていただくなど、継続した関係を築きつつある。今後とも、より深化した活動を実施できたらと考えている。



沖縄班ブース



金沢班ブース

2018年度「石垣島—自由が丘ブランディング」活動報告

高原 純一

2018年度にスタートした「石垣島—自由が丘ブランディング」科目は、石垣島、自由が丘、株式会社ユーグレナ、産業能率大学が締結した四者連携協定に基づく国内外にもユニークな地域創生×産学連携の新たなチャレンジである。

石垣島と自由が丘をダブルブランディングすることが本授業の要であるが、両地域が持つ「共通点」がスタートとなる。自由が丘から特に強く感じる街の要素に「自由(リバティ)な空気」と「空」がある。人を引きつける商業の街は近隣にも多くある。しかしそこには大型施設があり、どこかマニュアルタイプな施しと閉ざされた空間に占められている。しかし、自由が丘だけは違う。バスが通り、犬が啼き、人が笑い、自転車の軋む音がする石畳の道がある。見上げると青い空がある。新しくて古い。たぶんこの街には文化があるのだらうな、初めて街を訪れた人にそう響くものがある。そして、石垣島も同じだ。お隣の沖縄本島とも明らかに違う。それはやはり「自由(リバティ)な空気」。日本中にさまざまな地域があるが、これは自由が丘と石垣島に独特なもので、そこから感じられる「人」「時間」「生活」にこれからの日本や世界にとってのあるべき姿のヒントが隠されているのではないかと。そして今この時代だからこそ、石垣島と自由が丘の共通項から見えて来る社会を世の中に伝えることこそ大切なのではないだろうか。それを学生たちと探究し、世の中と共有することに価値があるのではないだろうか。そこから授業の骨格が出来上がり、その先へのビジョンも含めて授業名を「石垣島—自由が丘ブランディング」と命名した。石垣島と自由が丘をダブルブランディングする。そこから感じられる本質こそが、これからのあるべき社会の姿として提示すべきものなのではないか。

また授業のアプローチだが、マーケティングフレームワークで言うと課題解決と価値創造のバランスが求められる。石垣島における課題を「冬場の観光創造」と設定した。マリンスポーツ需要の高い石垣島の冬場は観光が落ち込むことが課題だ。その底上げは島の経済を根底から強くする。しかし観光客過多は経済が潤う反面、環境悪化を招く。石垣島は世界に向けてエコアイランドを謳いサステナブルメッセージを発信する島。そこで組み上げて行く方向性として島住民も観光客も共に幸せになる「あるべきツアー」の創造を授業の骨格とした。エコでサステナブルな観点は自由が丘の街の目指すべき所にも通ずる。そしてその「あるべきツアー」の先には更に社会に向けて「あるべき社会」のあり方提言も視野に入れて授業の全体設計とした。課題解決と価値創造を複眼とした「石垣島—自由が丘ブランディング」の本分が整った。

2018年度は「石垣島—自由が丘ブランディング」科目初年度。12名の履修生が選ばれ授業はスタートした。授業の最初のハイライトは「石垣 Visit」(11月20日~22日実施)。履修生と作り上げた「あるべきツアー」を実際に現地体験し、そこから「あるべき社会の気付き」を得ることを目的とした。



ツアーを作ると言っても東京にいる本学学生だけでは出来ない。石垣島・八重山商工高等学校観光クラスの生徒たちと協同で作上げた。ツアーでは実際に高校生と1日共に過ごし、八重山文化に触れることに重きを置き、また今回は「あるべきツアー」のプロトタイプをつくることを主眼に、その意味で「人」の要素におけるチャレンジへも取り組んだ。一般的なツアーは、そのほとんどが非日常とも言える「ハレ」を演出し、旅先の住人との触れ合いはほとんど無い。しかし「ハレ」と「ケ」の間にある「特別な日常感」にこれから人は真実の旅を見いだすのではないかと、またそこに「あるべき社会」への気づきをインプットすることが出来るのではないかと、の仮説から、要素としての「人(=地域や生活との触れ合い)」を大切にしたい。



その人や文化の向こうにある懐かしくて新しい、あるべき姿をどのように今の社会にインクループさせるかを感じ話し合うため、石垣島滞在中にワークショップを実施した。島にあるユグレナの飲食施設「ユグレナ・ガーデン」で島の大人たちと授業履修生が入り交じり、自由が丘と石垣島を複眼で見ながら、「石垣 Visit」で感じた全てを棚卸して、これからのあるべき社会像をワークショップで創造した。

その先に本授業初年度の集大成として、2019年2月に野村證券自由が丘支店地下ホールにて「未来シンポジウム～あるべきツアー、あるべき社会の姿～」を開催した。「石垣 Visit」というインプットにバランスする「未来シンポジウム」というアウトプット。特別な体験による知見と創造こそ今アカデミックに求められることとしてこのアウトプット経験を設計した。そこでは四者連携のリーダーによる四者連携意義のパネルディスカッションを大人の部として展開し、学生の部は12名の履修生一人一人のあるべきツアー、あるべき社会への提言プレゼンテーションを実施。はじめてのスタイルでの社会提言でありそこにおけるフィードバックを本授業の第2幕2019年度に注入し、次のステージへと昇華する今新たな計画段階にある。

石垣島、自由が丘、ユグレナ、産業能率大学の四者連携の礎からなる社会提言型授業における提言が何らかのヒントとなり、より住み心地の良い社会になる事を願い結びとする。



2018年度世田谷区との 地域連携活動に関する報告

中村 知子

はじめに

本学は、経営学部のキャンパスがある世田谷区と連携した地域活動を都市型授業、ゼミ、同好会の活動と幅広く行っている。世田谷区の地域や商店街と協働して地域で50年以上続いているお祭りの運営、企画から参加するもの、1年を通して実行委員会から参加して企画と運営を行う地域の大型フェスティバル、大学の近くにある区立中学校の防災訓練など、多くの世田谷区の活動に学生が参加している。

このような活動を通して、本学と世田谷区は包括協定を2016年5月に締結し、より緊密に連携して地域活動を行っている。今回は、2018年度に実施した都市型授業、ゼミ活動、同好会の活動と今後の地域連携における課題について報告する。

1. 授業での連携活動

1-1. 都市型授業「世田谷タウンプロジェクト」

2015年から開講されている都市型授業「世田谷タウンプロジェクト」(2年次後学期科目)は、地域連携活動を通して学生に自分の住んでいる地域や大学がある地域に目を向けさせ、シチズンシップを醸成することを目的としている。また、この授業では、地域と連携した活動以外にサービslラーニングやCSRについても学んでいく科目となっている。

この授業では世田谷区尾山台商店街で毎年10月に開催される「尾山台フェスティバル」で活動を行っている。このフェスティバルでは、世田谷区社会福祉協議会の広報活動と地域の子供たちとのワークショップを開催している。ワークショップとして子供たちとのぬりえなどを行っているが、子供たちへの対応、保護者に対する社会福祉協議会の広報活動などを行うことで学生は多くのことを経験し、そこから地域というものについて学んでいる。イベント当日の準備を地域や世田谷区の方と連携しながら行うことで自分とは違う年代の方からお話を聞くことで地域と人とのつながりを体感し、理解していく様子が見られる。このような活動を通して、自分以外の周囲のことを自分のこととして捉え、地域の一員として自ら進んで行動することができるようになる。このような都市型授業での地域活動を通して、新たな地域との関係が生まれ、学生は自分が暮らしている地域の存在に目を向けるようになり、シチズンシップの醸成がゆっくりと行われていく。このような都市型授業での活動には、毎年20名以上の学生が参加している。



尾山台フェスティバルの様子

1-2. ゼミにおける地域連携活動

私のゼミの研究テーマであるCSR活動の一環として地域連携活動を行っている。世田谷区と連携した地域活動として地域の商店街と世田谷区と連携した以下の活動を毎年行っている。

(1) 世田谷区東深沢商店街

大学の近くにある東深沢商店街振興組合が50年以上行っている「東深沢桜祭り」に毎年参加している。ゼミの学生達は、商店街で実施される実行委員会に地域や世田谷区の関係機関の方と一緒に参加し、その年の桜祭りの企画内容や注意点、問題点の共有を行い、当日の準備を進めている。ゼミ生は、2学年合同で毎年この活動に参加し、全員で商店街の場所の確認や桜祭りの立て看板作りや設置、当日の会場設営、ブースの運営などを行っている。桜祭り当日は、44名の学生が早朝からテントやイベント会場の設営と確認を行い、小学校や中学校のPTAのブースのサポート、ステージで開催される子供たちのパフォーマンスや太鼓の演奏などの準備を行った。このような準備を終えた後、学生が担当するワークショップの運営や餅つきを学生が行っている。

この桜祭りで行われる餅つきは、東深沢のおやじ会の方たちと毎年行っており、学生たちはもち米のなりし方から、杵の扱い、餅の

返しかたなど、今まで経験したことのないことをおやじ会の方から教えて頂き、そこで多くの経験を得ることができている。このような活動を行いながら、地域の高齢の方やおやじ会の方、PTAの方などとの交流を通して、自分たちの大学のある地域というものについて深く考えるようになってくる。

このような東深沢商店街での活動を通して、地域の活動やおやじ会が主催する世田谷区立東深沢小学校の小学校の活動にも学生が自ら進んで参加するようになった。夏休みに小学校の体育館で実施されるキャンプにも20名以上の学生が参加し、始発の電車に乗って子供達の朝食作りのお手伝いに行く学生、校庭で実施される鬼ごっこの鬼の役など、おやじ会の方やPTAの方と一緒に子供達のサポートを行っている。このような地域の小学生との活動を通して、学生は子供たちに対する地域や保護者の思いを知り、地域や社会というものについて知見を深めている。



東深沢商店街 桜まつり

(2) 環境エネルギー・ラボ

環境エネルギー・ラボは、環境について子供たちに意識し、考えてもらおうという目的で子供たちに向けた環境に関する多くのワークショップを行うものである。これは、世田谷区、川崎市やNPO団体などが参加する環境エネルギー・ラボ実行委員会が主催となり、2017年10月に第1回環境エネルギー・ラボが開催された。本学は、第1回から世田谷区の会場において活動を行っている。2018年は、7月21日、22日の2日間、三軒茶屋にあるキャロットタワーで開催され、その世田谷区の会場の運営全体の調整と未就学児童のためのワークショップを行った。当日は、他の出展団体や大学のワークショップの運営調整や整理券の配布の対応、来場者の動線の管理などを行った。毎年数千人の来場者があるため、当日は多くの問題が発生し、それらに対して世田谷区の担当者とゼミの学生達が連携して解決にあたっている。この解決のためには、情報をしっかり収集し、考え、臨機応変に対応することを要求されている。このような本当の意味での現場（フィールド）での活動を通して、学生達は大きく成長している。参加する子供たちや保護者の方から自分の地域や環境についての感想を頂くことが地域連携活動の成果となっている。



環境エネルギー・ラボ



環境エネルギー・ラボ 子供とのワークショップ

2. 同好会「世田谷地域交流ラボ」での連携活動

世田谷区での地域連携活動を行うことを目的として設立されたのが同好会「世田谷地域交流ラボ」である。この同好会では、地域での活動を通してサービスラーニングやCSRについて学ぶことも目的としている。

2-1. 二子玉川商店街

この同好会の活動は、世田谷区の二子玉川商店街での活動から始まり、9年目となる。二子玉川商店街で開催されるアート&マーケットというイベントの企画・運営などに長年参加し、現在は、花みず木フェスティバル(4月開催)、二子玉川小学校で開催される大山みちフェスティバル(10月開催)に携わっている。このほか、6月に二子玉川小学校で行われる小学生のフラグ作りなどにも参加し、地域の子供たちと交流する機会を多く持っている。この同好会の活動は、イベント当日だけ参加するものではなく、学生達が打合せやさまざまなことで商店街に日々足を運び、地域の方との深い関係を形成していることで成立している。イベント当日は、40名以上の学生が参加し、商店街の方、小学校のPTAの方、民生委員の方、地域の自治会の方、行政の方など多くの方と協働しながら活動を行っている。

2-2. 世田谷区立八幡中学校

本学の近くにある区立八幡中学校で実施される防災訓練にも毎年20名以上の学生が参加している。自分たちの通学路にある中学校で実施される防災訓練を通して、自分たちの大学のある地域に対する意識が醸成されている。この防災訓練では、炊き出し、非常時の電話連絡の方法の説明、車いすでの避難練習、間仕切りの設営実習など多くの内容を地域の方と行い、この防災訓練に授業として参加している八幡中学校の1年生のサポートも行っている。この活動を通して、地域の方の思いや自分の大学のある地域の防災について考えるようになった。

この防災訓練の活動を通して、自治会の方から8月に中学校の校庭で実施される盆踊りのお手伝いにも参加するようになり、地域の方に盆踊りを教えてもらうなど交流が深まっている。

2-3. 世田谷わかもの応援ブック

世田谷区子ども支援課の依頼で世田谷わかもの応援ブックの作成を行っている。これは、2015年に作成したもので、世田谷区にある子どものための施設を学生がイベントに参加し取材を行い、撮影と記事を書いたものがまとめられたものである。この冊子の巻頭には、世田谷区の保坂区長へのインタビューが掲載されており、保坂区長へのインタビューの実施、原稿の文字起こし、レイアウトの確認までを学生達が行った。この冊子の構成やデザインについては、プロのデザイナーと協働して進めて行った。このような経験から学生は、世の中にある雑誌がどのように作られるかを実際に経験することから理解を深めることができたようであった。この作成されたブックは、世田谷区の小中学校の生徒全員に配布された。また、区役所や支所などでも配布されており、現在は、世田谷区の Web ページで見ることできるようになっている。



世田谷わかもの応援ブック

まとめ

本学では、世田谷区において、都市型授業、ゼミ、同好会と地域連携活動を行うためのさまざまなチャンネルがある。これを通して、学生たちは世田谷区という地域に対する理解を深め、そこに住む方たちの思いを大切にし、その思いに共感しながら活動を行っている。また、学生はこのような地域活動を行うことによって、自分の住んでいる地域に対する見方も変化し、市民性の醸成にもつながっている。

世田谷区の多くの地域と本学が活動を行うことができるのは、それぞれの地域の方の学生に対する配慮と世田谷区の多くの関係部署の方の支援があるからである。

大学においては、このような関係を地域と作るために多くの学生が自分の大学のある世田谷区のことを理解し、その活動に自発的に参加することができよう仕組みを作る必要があった。そのため、本学では同好会という学生主体の活動と都市型授業とゼミという教員がファシリテーターとして存在する授業を作り、学生の地域連携活動を行うようにした。

また、これらの授業や同好会の活動においては、本学の学びの特色のひとつであるPBL (Project Based Learning)を取り入れ、学生が主体的な学びができるように進めた。

このような多くのチャンネルを用意することで学生が多角的に活動を行い、様々な地域と良好な関係を築くことができている。

これからも世田谷区との地域連携活動を行い、より強い信頼関係を地域と築いていきたいと考えている。

大学におけるスポーツを活用した地域貢献の可能性

木村 剛

1. スポーツを活用した地域貢献

1-1. プロ・スポーツと地域振興

近年、スポーツを核とした地域貢献や地域振興が大きなテーマとなってきている。1つのきっかけとなったのは、これまでわが国でしばしば起こってきた震災であった。阪神淡路の震災時における神戸を本拠地とするオリックス・バファローズなど地元スポーツチームの取り組みや、東北の震災時における仙台の楽天イーグルスの取り組みなど、プロ・スポーツが地域の復興に多大な影響力を及ぼしてきたことは記憶に新しい。

しかし、こうした試みが顕在化する以前からスポーツを活用した地域貢献は存在してきたものの、これまではあまり目立った活動にまで発展していなかったことも事実である。その主な理由は、プロ・スポーツチームが存在する地域が限定されていたことがある。プロ野球でいえば12球団しかないこともあり、自然、チームが存在するのは大都市圏に限られる。結果として、その地域に住んでいる人々はその地域のチームを応援するが、応援すべきわが町のチームがなければそれもできない。例えば北海道に移転した日本ハムや仙台に移転した楽天イーグルスの地元での人気ぶりはその好例である。こうした地域密着を設立当初から打ち出していたのがJリーグである。Jリーグでは、設立当初からチーム名から企業名を排除し、地域名を入れることで地元密着を打ち出してきたことから、最初から地元の熱が高かった。またチーム数が多かったこともあり、応援すべきわが町のプロ・スポーツチームを数多く提供したということも事実である。ではどうすればプロ・スポーツを地域貢献に活用できるのか、そしてそこで大学が果たすべき役割や大学としてどのような活動をしていくべきなのか、その方向性について論じてみたい。

1-2. スポーツによる地域貢献が進まなかった理由

2020年に東京オリンピックという節目を迎え、徐々にスポーツによる地域活性化や貢献が可能となる土壌が出来てきた。しかし、まだその動きは強いものではない。ではなぜプロのスポーツチームの地域貢献がさほど有効に機能してこなかったのであろうか。主な理由としては以下の点が考えられる。第一にプロ・スポーツゆえに、当該チームのファンに限定されてしまうことがある。ファンの集いやファン感謝祭などは野球やサッカーなどで広く行われているが、そこに集うのは、そのスポーツが好きで、かつそのチームのファンである。また当該地域のイベントに人気選手が参加するということはあるが、単発で終わってしまっているというのが現状であろう。もちろん地元のチームを応援しようという機運は高いものがあるが、地域が限定されてしまうため、地域貢献や地域活性化ということになるとインパクトや影響力は強くない。

第二点は地域貢献の仕方がわからないということがある。プロ・スポーツの人気や知名度を活用するということまでは良いが、何をすれば地域貢献になるのか、その方法論、活用の仕方が明確でなく、現在でもそれは不明確なままである。地元のイベントへの参加、当該スポーツの教室の開講や、地元への寄付、チャリティーへの参加などが数多く行われているがそこで止まってしまっているのが現実であろう。

2. 我が国におけるプロ・スポーツ発展の経緯と地域密着の台頭

近年になってスポーツと地域貢献が話題に上ってくるようになったのか。それには、バブル崩壊以後のプロ・スポーツを取り巻く大きな環境変化が影響している。まずその理由について簡単に整理しておく。

バブル崩壊後の長く続いた景気の低迷を受けて、わが国のプロ・スポーツは衰退傾向にあるといってもよい。プロ野球(NPB)、Jリーグなどの一部のメジャー・スポーツを除いて、多くのスポーツ・カテゴリーで撤退や解散、縮小が相次いだ。その理由は我が国のプロ・スポーツの多くが、企業スポンサーの強力なサポートによって存続してきたからに他ならない。景気悪化→コスト削減要請→スポンサーの打ち切り・縮小→スポーツからの撤退・縮小という流れは、この20年間、日本のプロ・スポーツ界が直面してきた大きな潮流であった。

こうした状況の中で、多くのプロ・スポーツではその対策の1つとして「地域密着」を掲げ、これまで以上に、地元へ貢献し地元の人々から愛されるチーム作りをすすめ、過度のスポンサー依存からの脱却を図ってきた。先述の通り、Jリーグは設立当初から地域密着を志向しているし、プロ野球チームの移転などを通じて地域密着を推進してきた。元々、欧米のプロ・スポーツの多くは地域密着を強

く志向してきた。チーム名に地域名を入れるだけでなく、地元ホームグラウンドやアリーナを作り、地元ファンとの関係性を高めていく。チームは地元の誇りであり、愛すべき対象となる。一言でいえば、強固な関係性（リレーションシップ）をベースにしたビジネスモデルの構築である。その意味で、この20年は日本のプロ・スポーツが、地域との関係性をいかに高めて、構築していくべきなのかを真剣に考え始めた時期でもあった。

3. 横浜ビー・コルセアーズの地域貢献への取り組み

こうした地元密着型のビジネスモデルを掲げているのはバスケットボールも同様である。現在のBリーグに統合される以前のbjリーグから、地域密着はその理念として明確にうたわれており、地域に根差したチーム作りが志向されていた。今回例として取り上げる横浜ビー・コルセアーズは、設立から現在に至るまで、特に「ユース・スクール」事業に力を入れてきた。実際、この事業での収入割合は他のチームよりはるかに多い。これは横浜ビー・コルセアーズの重要な経営方針であり、岡本社長（当時）の戦略である。こうした独自色はチームの差別化にもつながる重要な戦略となる。「スクール・アカデミー事業」として位置付けられたこの事業では、神奈川県下に12のスクールを展開しており、幼児から中学生まで約800名が在籍（2016年現在）している。さらにトップチーム直轄のアカデミー（ユースチーム）には、U12、U13、U14、U15の男女チームに約100名が在籍しており、卒業生からはプロ選手も輩出されている。この他、当該事業では、トップチームの選手によるバスケットボールクリニックの開催やバスケットボール大会への協賛、海外遠征のサポート、健康・怪我予防に関する公開講座・出張講座等も行われている。

横浜ビー・コルセアーズでは、「スクール・アカデミー事業」のように、チームとして社会に貢献する活動を徐々に積極化させてきている。その1つの柱となるのが、地域・社会貢献活動、及び青少年育成活動である。この活動では、選手やチアによる地域イベントへの積極的な参加はもちろんのこと、都筑区での「B-CORカップ」の開催、車椅子バスケット及び知的障害者バスケットへの協力、試合前やハーフタイムを利用した地域エンターテインメント発表の場を提供するなどといった活動が行われている。

こうした一連の活動を踏まえて今後、横浜ビー・コルセアーズが推進していこうとしているのが「B-COR SPORTS wellness 構想」である。この構想は、選手やチアリーダーは身体運動・健康管理のプロであるという位置づけのもとに、選手やチアリーダーから、運動・栄養・休養を統合した「ウェルネス」を発信・提供することで、地域住民の健康生活の増進に貢献しようというものである。急速な少子高齢化が進行している日本にとって、健康で生活し続けるための情報をプロ・スポーツチームから発信するという試みは、従来はあまり見られなかったアプローチである。地域密着はプロ・バスケットボールが普及するための生命線でもある。チームとブースター、チームと地域の近さを深化させていくこうした試みを着実に積み重ねていくことが、プロ・バスケットという新しいコンテンツを充実させていくための基盤となる。

4. 大学とプロ・スポーツチームのコラボレーションを通じた地域貢献の方向性

産業能率大学では、Jリーグの湘南ベルマーレ、NPBの横浜DeNaベイスターズ、そしてBリーグの横浜ビー・コルセアーズといったプロ・スポーツチームと、スポーツ教室や地元イベントでの協力など、これまで多種多様なコラボレーションを実施してきた。当初は試行錯誤の繰り返しであったと思われるが、次第に相互理解が進み、効果的なコラボレーションが実現出来てきている。それが可能となった最大のポイントは、産業能率大学と当該プロ・スポーツチームとの情報共有、価値観の共有が出来てきたことである。これまで産業能率大学ではプロ・スポーツチームとの提携を通じて、講義プログラムの開発やインターンシップの実施、学生のイベント企画の実施などを行ってきた。そうした活動を続けていくなかで、お互いの理解が進み、相互に出来ることと出来ないことが分かるようになってきた。相互理解が深まる中で、こんなことが出来るのでは？こんなことをやってみませんか？というような提案が増え、実現してきたものも少なくない。

実は、大学が地域とプロ・チームとの間に入っていくことの意味は大きい。地元の大学が参加することで、地域の一体感が出てくるほか、産学のコラボレーションという枠組みは地域貢献になじみやすいという面を持っている。大学の地域貢献を考えたとき、地元や行政とのタイアップは進めていくべきであり、その際にスポーツが1つの梃子となりうることはすでに証明されている。その中にあって、大学としてそれぞれのスポーツの特性を理解し、当該チームと綿密なコミュニケーションを重ねていくことで、十分な地域貢献が可能となると考えられる。地元や地域、プロ・チームを結ぶ結節点としての役割を通じた貢献は、今後とも進めていくべきであると思われる。

産業能率大学と自由が丘・目黒区との関わり

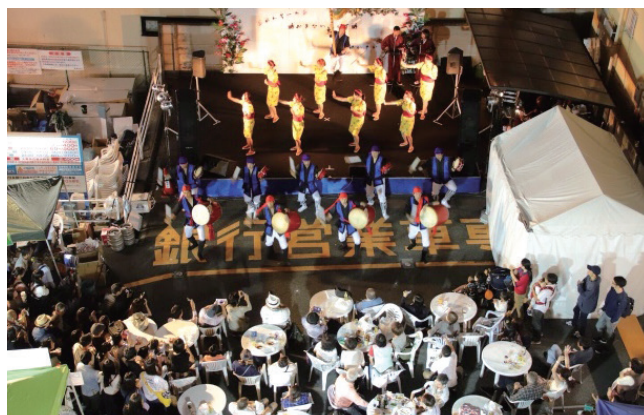
西村 康樹

自由が丘3大イベントである、GWに行われる「スイーツフェスタ」、自由が丘最大規模の「女神まつり」、クリスマスがテーマの「サンクスリパティ」の企画や運営を行うことを課題とした2年次科目「自由が丘イベントコラボレーション」が今年で11年目を迎えた。自由が丘商店街振興組合をはじめとする商店街の人々と関わっていく中で、年を重ねるごとに地域との絆が育まれていった。また、授業を履修していた先輩が後輩を教えるという学生同士のサポート体制も11年目を迎えた今、整っている。この授業をきっかけに、商店街の人々と学生との関わりが深くなり信頼関係が構築されたおかげで、より高度な案件を学生に任される機会もどんどんと増えてきている。

7年前に「自由が丘イベントコラボレーション」を履修したい1年生や履修をしていた3、4年生が活動するサークルとして、「エンターテインメント・ラボ」が発足。ほぼ同時期に自由が丘の商店街とそれに関わる企業、産業能率大学の学生が三位一体となって自由が丘の街づくりを考える「一般社団法人自由が丘コンテンツ・ラボ」が自由が丘駅南口の改札前にあるメルサⅡビル4階に開設され、それにより産業能率大学と自由が丘との関わりはより一層深くなっていった。

5年前には私が担当する新しい科目、「地域再生プロジェクト実践 in 自由が丘」が始まった。この科目では、地域の活性化の実現のため、新事業・新サービスの創出、街・人・仕事の創生についての基本的方向性と具体的な取り組みについて学び、学生自身が主体的かつ能動的に、自由が丘商店街振興組合、地方自治体、金融機関、企業などの協力を得ながら、地域・地方の自由が丘における「地域再生に向けた企画・プロモーション企画」を行う。

この授業の成功例の一つとして、女神まつりでの「沖縄フェス」が挙げられる。自由が丘に12ある商店街の一つである自由が丘広小路会が主催者となり開催され、今年で4回目を迎える。そこでは沖縄企業の物産ブースや沖縄出身のアーティストによるステージなどを展開しており、様々な面で会場が沖縄一色となっている。このイベントの最大の協力者である琉球銀行とは学生自らが交渉を行い、イベントの成功に向けて共に連携を取っている。さらには琉球大学の学生も参加してくれており、産業能率大学の学生と交流を深めている。それに加えて、学生が企画の交渉を行った、オリオンビール株式会社や株式会社香那ホールセールなど、様々な沖縄の地元企業が、学生の熱い想いに共感し、共にイベントを盛り上げてくれた。当日は、円滑にイベントが進められるよう、女神まつり全体運営の手伝いをしている2年次授業「自由が丘イベントコラボレーションの履修生」と共に自由が丘広小路会のマネジメントも行った。そのため、自由が丘イベントコラボレーションの学生と綿密な打ち合わせも多く、信頼関係も生まれている。



さらに、3年ほど前からめぐろ観光まちづくり協会インターンシップという目黒区との取り組みも行っている。めぐろ観光まちづくり協会は、目黒区の文化的・社会的特性を生かした観光振興に向けての事業を実施している。産業能率大学の学生はインターン生として関わり、観光協会のイベント出店時の手伝いや観光協会が取り組む会議に参加をしている。観光協会の取り組みの中でも2017年に友好都市協定を結んだ金沢市との活動に力を入れて参加している。この協定は、旧前田家江戸本邸が目黒区にあることから結ぶことが決定した。2018年の女神まつりでは12ある商店街の一つである自由が丘しらかば通り会が主催となり、金沢の加賀百万石まつりをイメージして、「自由が丘百万石ストリート」を開催した。イベントでは金沢市ならではの和菓子の販売や現地でしか食べることのできないジェラートの販売、金沢市にちなんだクイズブースの展開などを行った。これらは金沢市東京事務所と連携を取り、紹介してもらった企業に出向き、仕入れ交渉を学生たちが行った。また、めぐろ観光まちづくり協会も出店し、インターン生が製作をしたブックカバーやポストカードの販売、目黒区のパンフレットの配布などを行った。この取り組みも、「自由が丘イベントコラボレーション」や「地域再生プロジェクト in 自由が丘」の学生と共に、自由が丘しらかば通り会のマネジメントも行い、学生同士の連携も強まっている。

2019年度から始まる授業「自由が丘スイーツプロモーション」では、世界的に有名なパティシエである辻口博啓客員教授が代表を務める「株式会社スーパースイーツ」の考えるビジネスや社会的活動のサポート・プロモートを行う予定である。辻口氏が活動の舞台としている自由が丘で、辻口氏本人にアドバイスをもらいながら、学生自らが企画・提案・交渉・実行を行っていく。

先日、辻口氏の地元である石川県を訪れ、辻口氏が学校長を務めているスーパースイーツ製菓専門学校や辻口氏の美術館、石川県各地に展開する辻口氏関連のショップに行き、店舗マネージャーからみた辻口氏の人物像や、施設・店舗の紹介などを伺った。辻口氏の地元石川県と産業能率大学がある自由が丘が連携を取り、面白い結果を出せるよう、学生がどんな発想をし、企画を創り上げていくのかとても楽しみにしている。

自由が丘のイベントを企画運営する授業、自由が丘と地方を結びつける授業、めぐろ観光まちづくり協会でのインターンシップ活動、スイーツを通して自由が丘のプロモーションをする授業…この4つがうまくリンクすることが出来れば、今私が想像している以上の結果が生まれてくるのではないかと考えている。

2018年度情報マネジメント学部の 地域創生・産学連携活動報告

勝間 豊

はじめに

情報マネジメント学部では、近隣の二宮町、大磯町、伊勢原市との「連携・協力に関する包括協定」を締結した。従来から、ゼミ活動やインターンシップ等のPBL (Project Based Learning)を通じて3市町とは継続的に交流が行われてきたが、包括協定の締結により、これまで以上の活発な交流と地域貢献活動が可能になると考えられる。また、「現在の課題」を題材とした「生きたActive Learning」を通じて、より実践的な学びの実現が期待できると考えられる。

1. 湘南地域3市町との包括協定^[1]

情報マネジメント学部は、2018年度末までに、二宮町、大磯町、伊勢原市と「連携・協力に関する包括協定」を締結した。3市町とは、これまでも種々の点に於いて交流が図られてきたが、包括協定に基づき、さらなる連携強化と多様な活動の推進が期待される。包括協定による主な協働活動の内容を表1に示す。

表1:包括協定による連携・協働の主な項目

1	市町が設置する各種審議会及び専門委員会等の人材派遣に関すること
2	市民活動、生涯学習活動、文化・芸術活動への支援に関すること
3	産業、観光等地域経済の振興に関すること
4	大学の学術研究に対する行政情報の提供及び協力
5	市町及び大学施設の相互利用に関すること

情報マネジメント学部に於ける地域連携活動の特徴は、ゼミ活動を核とした連携が主体となっている点である。ゼミ活動のPBLとして、各市町の行政施策への協力を進めている。PBLの結果として、行政側は若者の視点による新しい取り組みのアイデア等を得られ、参加する学生は大学の学びを実社会に於ける経験として活用できる。

また、ゼミ活動による参加以外に、教員による専門性を活用した取り組みや諸活動、湘南学生サービスセンターが中心となって実施する学生参加活動、インターンシップ等による学生の派遣が計画・実施されている。

1-1. 二宮町に於ける取り組み^[1]

2017年11月に二宮町及び二宮町観光協会と「連携・協力に関する協定」を締結した。2018年度に実施した主な活動を表2に示す。2018年は4件の事業が実施された。2019年度については、継続を含め、現在4件の活動が計画されている。今後も、地域資源を活用した観光事業やイベントの開催、観光振興を積極的に進めて行く。

表2:二宮町に於けるゼミを中心とする主な活動例(2018年度)

事業名	担当者	事業内容
湘南にのみやふるさとまつり	矢田木綿子准教授および矢田ゼミ生	町と大学との協働活動の推進
ポールウォーキング事業	中川直樹教授および中川ゼミ生	ポールウォーキング体験と史跡探訪
節分祭	小柴達美教授 / 鬼木和子教授 情報マネジメント学部学生	芸術・文化の普及・振興



図1:2017年11月に実施された調印式



図2:中川直樹教授とゼミ生によるポールウォーキング事業

1-2. 大磯町に於ける取り組み^[1]

2018年8月に大磯町と「包括的な提携に関する協定」を締結した。2018年度に実施した主な活動を表3に示す。2018年は10件の事業が実施された。2019年度については、継続を含め、現在12件の活動が計画されている。今後も、「連携・協働の項目」を中心とした種々の交流を通じて、多面的な協働と貢献を積極的に進めて行く。

表3: 大磯町に於けるゼミを中心とする主な活動例(2018年度)

事業名	担当者	事業内容
大磯町スポーツ推進審議会	中川直樹教授	スポーツの推進に関する諮問
旧吉田茂邸魅力発信支援活動	川野邊誠教授および川野邊ゼミ生	旧吉田茂邸 PR 動画の制作・配信
大磯チャレンジフェスタ実行委員会 大磯チャレンジフェスタの運営補助	湘南学生サービスセンター / 情報マネジメント学部学生 松岡俊教授 / 中川直樹教授	チャレンジフェスタ当日の運営補助



図3:2018年8月に実施された調印式



図4:川野邊誠教授とゼミ生によるPR映像の制作と提案

1-3. 伊勢原市に於ける取り組み^[1]

2018年8月に伊勢原市と「連携・協力に関する包括協定」を締結した。2018年度に実施した主な活動を表4に示す。2018年は16件の事業が実施された。2019年度については、継続を含め、現在19件の活動が計画されている。今後も、市民活動支援、地域経済振興や政策提言等の大学の有する資源を活用した連携活動を推進する。

表4: 伊勢原市に於けるゼミを中心とする主な活動例(2018年度)

事業名	担当者	事業内容
伊勢原市商業振興事業プラン 策定検討委員会	橋本諭准教授	商業振興事業プランの 策定に向けた検討
子育て支援センター事業	荒木淳子准教授及び荒木ゼミ生	母親のための 子育てワークショップの開催
科学工作教室 「夏休み思い出ムービーを作ろう」 「プログラミング教室」	荒木淳子准教授及び荒木ゼミ生 北川博美教授及び北川ゼミ生	子どもを対象としたムービー制作 子ども向けプログラミング・ ワークショップ



図5:2018年8月に実施された調印式



図6:北川博美教授とゼミ生による
「子ども向けプログラミング・ワークショップ」

まとめと今後の展開

情報マネジメント学部では2017年には二宮町、2018年には大磯町と伊勢原市の3市町と「連携・協力に関する包括協定」を締結した。従来より、3市町とはゼミ活動を核とした種々の連携活動が実施されてきたが、今後は、PBLを通じた実践的な学びとALによる能動的な学びとの組み合わせによる「密度の高い学び」を実現できると考えられる。また、教員の持つ専門性等の知的資源を地域の政策・振興のために提供する連携活動も期待される。

参考文献:[1]「連携・協力に関する包括協定」事業に関する報告書,産業能率大学(2018)

2018年度「産官学民連携による石垣島観光人材育成事業」活動報告

松岡 俊

1. 本事業の目的

石垣島をはじめとする離島の抱える構造的な問題のひとつが島内に高等教育機関がないことである。そのため進学を選択した場合、島外への進学が唯一の選択肢となり、若者の転出超過が常態化している。石垣島も例外ではなく、大学進学を希望する多くの高校生が東京圏を中心に転出が続いている。石垣島には八重山高校、八重山商工高校、八重山農林高校の3つの高校があり、在籍数は約560名。そのうちの75%が卒業後進学のため島外へ転出している。また、転出後、再び石垣島に戻るUターン率も60%台を推移し年々低下傾向にあり人材流出は拡大しているといえる。

こうした課題を少しでも解消すべく、島内の高校生を対象に生まれ育った地域への愛着を育むためのワークショップ、潜在的な観光資源をマーケティングの視点から創出するためのフィールドワーク、これらを通じて島への理解を深めることで将来の観光人材育成を目的に企画されたのが本事業である。

本事業は、一般社団法人地域活性化センター助成事業「平成30年度地方創成に向けてがんばる地域応援事業」に石垣市が応募し採択された事業であり産官学民による連携の一角として本学が参加・協力することとなった。

2. 平成30年度の活動概要

主な活動の実施時期は平成30年6月から平成31年2月。八重山高校、八重山商工高校、八重山特別支援学校の生徒を対象に観光人材育成のためのワークショップを石垣島で3回、石垣島北部でフィールドワークを1回、都内で離島経済新聞社、リトウ部との共催で成果報告会を1回実施した。

いずれも、石垣市、石垣市役所観光課、及び参加した生徒が在籍する石垣市内の高校の先生方の多大なる協力とご支援のもとに実施できた。また、石垣市北部の平久保地区のフィールドワークでは公民館長をはじめとする地域の方々にも取材・撮影等で大変お世話になった。

平成30年度は上述のように合計の5回の活動を行ったが、詳細は以下のとおりである。

	時期	概要	場所	参加者
第1回	平成30年6月	ワークショップ1 人はなぜ旅をするのか？ 旅を多義的に考える	石垣市役所	11名
第2回	平成30年8月	ワークショップ2 マーケティングの視点から 石垣島の観光資源を再考する	石垣市役所	8名
第3回	平成30年12月	フィールドワーク 石垣島北部の観光資源調査 平久保地区宇久良	平久保地区 宇久良	16名
第4回	平成31年2月	ワークショップ3 北部観光の可能性と プロモーション	石垣市役所	8名
第5回	平成31年2月	成果報告会 高校生による成果報告会	品川 OURS	38名



3. 高校生を対象にした観光人材育成ワークショップ

石垣島を訪れる観光客数は平成30年が約137万人。直近の3か年を見ても増加傾向にある。国内客が約116万人に対して外国人観光客は約21万人である。そのうち、約8.8万人が台湾からの観光客であり、また台湾からの場合クルーズ船での入域が92%を占めている。近年九州・沖縄における外国人観光客の増加を支える要因のひとつがクルーズ船による来日であり石垣島の平成30年の観光消費推計約940億円のうち6.8%を占めるまでになっている。こうした外国人観光客の増加、クルーズ船、LCCなど来島アクセスの多様化、リピーター率の増加など外部環境の変化をベースにしながらワークショップを行った。

第1回のワークショップでは、そもそも人はなぜ旅をするのか?というテーマでまず自分の過去の旅を振り返りながら旅の目的を多義的に考えることから進めた。また、だれと一緒に旅をするかで旅の目的は異なる。とりわけ石垣島に多く訪れる東アジアの台湾、香港、中国には日本とは異なる父系リネージという特徴的な親族構造があり、その構造がもたらす旅への影響など観光を理解するには不可欠の基本的な情報をレクチャーしながら進めていった。

第2回のワークショップでは石垣島の中でも地域を北部に限定し北部観光をどう発展させるかについてグループワーク形式で進めた。石垣島を訪れる観光客の大半が離島ターミナルを起点に八重山諸島へと渡ることが多いため石垣北部を訪れることはほとんどない。

しかしながら、外国人観光客のリピーターも増え、旅自体の多様化とともに北部観光にも可能性はある。こうした可能性を確認するために北部の観光コンテンツを検討していった。

そこで取り上げた地域が平久保地区宇久良であり、コンテンツとして選定したのが与那国馬による海中乗馬体験と木造帆船サバニによる航海であった。



4. 平久保地区を中心としたフィールドワーク

与那国馬による海中乗馬体験、乗馬ツアーを行っているのは、石垣島馬広場。ツアーに参加する観光客の属性や最近の傾向などを中心にインタビューを実施。台風被害による離村など集落の環境を含め熱心な聞き取りが行われた。

木造帆船サバニは吉田サバニ造船で現在も木と竹釘のみで作られている帆船である。吉田友厚氏に継承された技術は現在も脈々と若手の船大工へと引き継がれている。実際に船を造る工程を見学させていただき木造、手造りの良さとともにサンセット、サンゴ礁でのシュノーケリングなど宇久良サバニツアーの実態についてもインタビューを実施。最後にエンジン音の響かないサバニで冬の静寂な海を体験することで吉田氏の話を確認した。



5. 成果発表会

高校生による成果発表会は、平成31年2月17日(日)に品川のOURSにて離島経済新聞社、リトウ部との共催で実施した。聴衆は離島に関心のある都内在住の社会人。

まとめ

石垣島に住む高校生でも北部を訪れる機会はほとんどない。観光資源として石垣島従来のコンテンツとは異なる北部の可能性を検討する機会を提供することで観光人材育成に寄与できたと考える。

座談会

地域創生・産学連携研究所 初年度を終えて

地域連携活動を通じた率直な感想をお聞かせください。

西村:自由が丘との取り組みを始め、かれこれ11年目、始めた頃と今の学生は全く違いますね。「面白そうだから～」の言葉は、今や「高校時代からこの活動をやりたくて」「この授業があるから産能志望しました!」の断言に変わってきました。

その学生ですら1年次に50人程いても、2年次で「自由が丘イベントコラボレーション」の科目履修となると定員30人に絞られ全員は履修できません。

片山:えっ? そうなのですか。

西村:1年次ですでに競争が起こる。活動でリーダー格の先輩指導に付いた学生が必然的に履修していく傾向。現場での覚悟、実力、人間的なバランスを備えてレベルを上げて履修者になり、さらに鍛えられた中の15人程が3年生リーダーとなって街に残り、運営側としてアクティブラーニングを展開するのです、産能流の。

西村:今では授業も3年生が2年生のサポート内容を会議で練り上げ、街の人や企業に顔の売れている(信頼のある)4年生に相談してプランを確立させる仕組みができています。もちろん、仕組みができるまでは5~6年は掛かっていて、6年目を過ぎた辺りから一気に成長した団体となって地域連携の規模が拡大した感じです。

他地域、他団体もこれ(仕組み)を作りたくて色々仕掛けていますが、実際はなかなかうまくいかない。産能が一番うまくいっていますね。やはり、地道な彼らの継続が、結果を生んだのでしょう。そして岩井先生や大学側の考え方(方針)が私たち(街側)の想いとクロスしながら自然に組織にこうなっていく。

その傍らで、学生は仲間を助けようとか、全員で進めようとか、大人より団結意識が高い。幼少から皆で助け合い、って大人が教育してきた分、それを本気でやろうとする。熱烈指導になり過ぎて、できない学生を何とかしようって想いが強い。ほら、部活に良くある先輩からの厳しい指導のような。それがアクティブラーニングの弊害でもあると感じています。大人のように「アイツはアイツ、アレはアレ」って割り切りが学生にはできませんから。

…というのが10年間で思ったことです。

岩井:西村先生とまさに11年ご一緒させていただいて「自由が丘イベントコラボレーション(通称:イベコラ)」という自由が丘の街を主体とした授業から、新たに辻口客員教授による「自由が丘スイーツプロモーション」に至るまで、もう「自由が丘」抜きでは語れない大学になっています。街の人に足を向けて寝られない状況です。

十数名のボランティア活動から始まった活動は、現在、ボランティア学生を含めて300人規模に拡大し、特に秋の自由が丘女神まつりでは、その学生と教職員が一体となって行う実践的な授業に成長しました。授業は一年間で28週ですが、授業外時間の学生の自主的な集まりは、ほぼ、街の方々にお世話になっていて。(街の方々の)取り組み姿勢を尊敬しています。西村先生をはじめ、本学に良くしてくださる方もいれば、ちょっと厳しいご意見をお持ちの方もいるかもしれませんが。

西村:反対する方って必ずいるじゃないですか。そこで私が「凄い」と思うことがあって。

学生たちって、(街の人を)良く観察して考えていて、ずっと私より賢い。(笑)

(反対意見を)わかっていて、それを陥落させようとチーム作って大人たちに仕掛けるわけです。自分達の活動がやりやすくなるように。

片山:大人だと諦めたり、それ以上しないでやめちゃったりしてしまいますよね。

一同:(全員うなずく。)

片山:それでも、学生たちの活動への強い想いがあるからこそ、大人も説得できちゃうんですね。

西村:自分達の組織論をぶつけていくんですよ。だから伸びるんだと思うんですけど。



岩井:西村先生が「6年目位から組織力が出てきた」とおっしゃいましたけど、その頃から大変優秀なリーダーの登場、その前のリーダーも今では勤務先で営業成績連続トップ。しっかり実践力を身につけて卒業した先輩たちが生まれてね。

西村:良く言えば凄い優秀。悪く言えば、学生らしくない。(大笑)

岩井:そうなんです。(一同、笑) 私らより、処世術の長けた人たちです。

岩崎:そこがまさに、実学教育なんでしょうね。社会に出た瞬間に発揮されるんでしょう。

西村:5,6年目から圧倒的な活動になってきた理由として、一つわかってきたこと。リーダーが全部女子なんです。自由が丘の大人たちに自然に入り込む、それは女子に多い。一方、男子の20~22歳、私もそうだったけど、いつまでたっても男性社会の先輩後輩で。

岩崎:ああ、“縦の繋がり関係”になってしまうんですね。(笑)

西村:女子の人間間の距離の詰め方は絶妙。(笑) 上の方に対しても、フレンドリーな感覚で話しかける、あれ、凄いよね。

片山・岩崎:男子は(なかなか)できませんからね。(苦笑)

西村:さっきの(アクティブラーニングの)弊害と同じで、会社での30年間ならその構図は違うと思うけど、限られた4年間で女子の力量が強い、確実に。人間社会の構造の問題なのか、男子は3年生になると後輩の面倒を見ているが、4年生女子はすでに“大人(街の方)の近くにいる”という風景になっています。

岩井:そうそう、確かに。

西村:ジェンダー研究者にも聞いてみたい。それがわかると適材適所がもっと明確になるかもしれない。そこを学術的に大学が研究するのも面白いね。

岩井:面白い。

総合研究所の岩崎さん、片山さん、学生の活動を一年間、直視していただきましたが、ご覧になっていかがでしたか。

岩崎:そうですね、我々社会人教育部門と学生では接点が少なく、正直、何をやっているのか理解していなくて。去年から様々な活動を見せてもらい、かなりの多種多方面で活動している姿に感心しました。本学学生がどの程度の力量(実践力)があるか知らず、学生が生き生きと動く姿、大人の世界に関わり発言をするシーンが凄く新鮮に映っています。同時に力強さ、大学生がここまでやるのかと驚きさえある。私の子供も学生と同世代ですが、自分の子供と比べて「凄くしっかりしている」が最初の印象でした。

一同:同感です。(笑)

岩崎:だから、期待を持って入学した学生たちがどうやって力をつけるのか、とても興味深いです。

本学社会人教育部門には能力測定テストやツールがありますが、4年間の成長幅をデータで取ってみたい面白いかと。また、社会人になった後も、どういった活躍をしていくのか、どういう領域の会社、業種なら伸びる、または伸びないのか、相関はあるのか。社会人の育成に携わっている側からは、そこに以前よりかなり変化があると感じています。昔に比べアクティブラーニングの機会が増え、研修、グループワーク慣れしているのか、答えを出すのは上手いけれど、考えが今一つ深まらなかったりする姿を見ているので。

岩井:わかるな。

岩崎:グループワークは女性がリーダーになるのは同じ現象。本学学生の例だけとは言えないですが、成長の過程、度合い、役割の在り方の中に、何かヒントがあれば、我々社会人教育部門側の若手の教育、キャリア開発に示唆ができるのでは?と感じましたね。

一同:なるほど。

片山:私が強く感じたのは、こういう経験の場が学生たちに与えられていることが羨ましいと感じました。若いうちに、社会や市場、地域を巻き込んで、様々な活動に打ち込めるというのは絶対できない貴重な経験だと思います。そして任される、任せてもらえるという責任も含めて“与えられている”ことが重要です。そこに先生方の指導、厳しさが加わっての素晴らしい仕組みが出来ている。岩崎さんがお話された生き生きしている姿は、やっぱり、厳しい状況の中で自分なりに出した答えがあるから、自信を生み出しているのだと思います。一朝一夕でできたものではないと思いますけど、恵まれてい



るな、羨ましいな、と率直に思いました。

岩崎:最近、求められているのは“イノベーションを起こせる人材”ってよく言われるのですが、会社に入ってからでは育てられないのが現実。むしろ、そういった素養を持った人たちが力を発揮できる環境を(会社側が)作らないと、たぶん育って難しいと思います。この活動に参加している学生は、イノベーションを起こせる可能性を持っていますよね。

西村:その通り、そうだよね。

岩崎:そういう学生を育成できる大学ですということは、本学のプレゼンスが高まると思います。最初は与えられるけれど、次には自主的に行動するっていう能動的に変わる瞬間がどうもあるようですね。社会に出てこういった場面で役立っているのか、「あの時のこういう経験がターニングポイントになっている」というようなものが明らかになると、ひょっとしていい研修の形と言うか、教育の情報にもなっていくのではと感じました。

では、どういう経験を与えたり、どういう気づきを促せば人って伸びるのかということも考えないといけません。

片山:社会人になり、社会の常識がわかってきたり、企業のルールを知ったりすると、自分の言葉で想いを語ることがなかなかできにくくなると思います。「これを言ったら、こう思われてしまうんじゃないか」とあれこれ考えてしまうから。

西村:イベコラの学生たちの中でも“局面を変えられる学生”が出世(成長)していますね。学生に言わせると、仕事は誰でもできるんだって。わからないことは何でもネットで調べられるし、資料作りもフォーマットがあるし。我々の頃のようにどれだけ知識があるのかわからないんだよね。それは向いている子がやればいいし。例えば英語は、「英語ができる子がやればいい」と言うんです。

人間力が大きくなって、敵対していた人を好意的に寄せられる。今まで入れてもらえなかった町会に食い込んでしまうと、要は状況を変えられる学生。世の中も求めているんだよね。産能は、そういう学生が多いですよ。

岩崎:知識でできることって、たぶんAIに置き換わっていくんでしょうね。

一同:そうそう。

岩崎:人間しかできないことっていうのは、人と人とかかわりの中で、さっき仰られたように局面や状況を変えて、いい方向に持っていける。そういう人材っていうのが、これから求められていく。特に、地域活動って色々なしごきがある中に入り込むので、人との繋がりを変えていかないと局面打開できない。

西村:学生の活動時に声の大きさを周囲の人に注意された時、キャプテンの学生が「幼稚園とか隣にあって、知り合いの子が騒いでいたらかわいいと思う、知らない子が騒いでいたらうるさいと思う」って、全体に指導するわけですよ。これ、凄いなと思った。ワーワー騒ぐことが悪いじゃなくて、商店街の皆と仲良くなっていれば、ワーワー騒いでいても、元気があっていいな〜、って思ってもらえるって。そして、後輩の学生たちに考え方が引き継がれ、徹底さえされている、今日。

学生一人、一人に落とされるんです、街の大人が狙われて。(笑)産能ファンになるように、次から次へとアクション起こして。もともと、反対していた人たちの方が、仲間になると好意的になっていきます。

ある学生が以前、「プレゼン資料を作るよりも、プレゼンする機会をつくれる人の方が偉い」と言ったんですよ。自分の町会内に説得しやすい資料さえ作っておけば良いのであって、むしろそのプレゼンができる機会をつくれる学生が偉いって。確かにそうだろうなって、思った。

企業もキャラの輝き、人にスポットを当てて、“大学がお墨付きをつけて企業に推薦してくれる”という採用基準になると、産能の学生、強いと思うんですよ。経験を積んでますから。勉強も必要に応じた勉強をしているというか、実際に動きながら足りないところを学んでますよ。

岩崎:「裏付けとなる経験があるから、こういうことができます」みたいになると、採用する側はとてもわかりやすい。ほかの大学生と差別化ができる。

西村:この10年間で、すでに自由が丘とか、この近辺に住んじゃったり、就職した学生が沢山出てきています。それまでの学生は、(卒業すると)素通りしていたと思います、自由が丘を。でも、ここまで(街に)深く食い込むと、街の人とも仲良くなってるし。この10年間、何百人、海に放流して戻って来ている魚のごとし!これが絶対、10年後、20年後の街、地域発展のためになると思うんですよ。だからこのモデルは他のエリア地域でもやった方がいいと思う。自分のルーツ(地元)を愛すっていうか。絶対その学生たちが未来のそのエリアの力になっていくと思うから。

伊藤:なるほどね。それが本当の地域活性かもしれませんね。

西村:時間も手間も掛かるけど、確実な街づくりだと思います。

岩崎:自由が丘っていうエリアもいいですよ、ブランドというか。それは大きいですよ。

西村:成功しているケース、これは偶然ではないと思うのですが、いわゆる地方銀行が付いてくれているところ。いわば産学官連携に、金。「金(金融機関)」があって「産」が付いてくるんでしょうね。

結局、茨城(筑波銀行)や沖縄(琉球銀行)は、自由が丘での地方創生案件として安定して伸びている。これも産能モデルとして、大きな成功事例だと思うんですね。

地方銀行のバックアップを得られるのは、とても良いことですよね。新潟の新光銀行もその一つ。

全国にアピールしても良いかもしれませんね、産能の実績として。(笑)

岩崎:最近、地方銀行は厳しいと言われている時代ですからね。成功している地方銀行がどういう経営状況になっているかを見てみると、ひょっとしたらアピールになるかも知れませんね。

西村:ただね、自由が丘で全国各地の地方銀行さんが色々やるでしょ、イベントを。その際に理由が必要だったんですよ、なぜ自由が丘なのかと。

だって、「自由が丘にとって、メリットあるか」って言われちゃったらね。なぜ、自由が丘でかすみがうらを売り出すの?みたいな。

岩井:でも、だんだん地域ストリートみたいなものが出来てきましたね。有難かったです。

もう一つ、継続の難しさっていうのが一方でありまして。皆、人間は歳を取っていきますから。西村先生も私も、その辺を上手く継承できるかどうか、指導というか、ね。

学生は毎年変わっていくんです。野球部と一緒に、監督は変わらず毎年の新入部員。

西村:「卒業生から誰か代表出してもらって」という声が街側であります。ここでやってこれた卒業生からイベコラの指導役を選出する、凄いことじゃないでしょうか。

岩井:連携相手も変わったりすると、地域も役所なんか3、4年で変わっちゃう、銀行も。そうすると、急に熱が冷めちゃったりしてね。そこがまた悩みなのです。形だけやっているみたいな。

片山:理解がある人がいるか否かで全然違いますよね。

岩崎:“理念”って引き継がれないんですよね。我々も色々な自治体と色んなことやってきて、この担当とやってきたことが、(担当が)変わると全然、もう想いが伝わってなくて。ただ単に事務的に手続きだけが流れていく、何年か経つと廃れちゃう。経験していますよ。

一番難しいのは、“想いを伝えて引き継いでいく”ってことですよね。一番難しいです、継続していくための働きかけって。

伊藤:支援者が大事。そう何年も担当できないし、後継者問題ですよ。

継続はやはり、人ですね。母校愛と地元愛をキーに想いを継続させていくしかないかと。

だからこそ、卒業生の成長をぜひ、言葉で聞いてみたい。自由が丘に対する想いややってきたことへの振り返りを聞きたい。

岩崎:卒業してから振り返った方が、あの時の何が今の自分に役に立ったのか。社会に出て苦労しているわけじゃないですか、その苦労を乗り越える時に、“あの時のこういう経験が役に立った”

というのが判ってくる。卒業してすぐの学生より、少し時間が経っている学生たちの方が色々な話が出てくるような気がします。

片山:そういう先輩から話が聞けるといっても在学生にとってはいいことですよね。社会に出たらこうやって活躍の姿が見えるんだ、というひとつ良いロールモデルになると思うですよ。

企業内の活躍している人を観るだけでなく、母校の先輩達をロールモデルにしたら、“そういう生き方もあるんだ”とか、すごく世界が広がるんじゃないかって。

伊藤:今後は公開パネルによるディスカッションなんて面白いかも知れませんね。学生はもちろん、地域の方々や総合研究所の職員の方、さまざまな方の参加の中で“想い”を聞いてみたいです。

あの子達は誰がお客さんでもしゃべりますよね。(笑)

西村:我々と違って、ちゃんとパワーポイントも作ってしゃべると思いますよ。(笑)

伊藤:ぜひ次回の座談会のテーマにしましょう。

片山:振り返りもまた、次の経験に繋がっていきますからね。喋ってくれる卒業生もまた、次のステップアップのきっかけになると思うですよ。(その経験を)人に話すことによって、“自分はこれで強くなってきたんだ、これが良かったんだ”ってまた再認識できる。そういう交流が循環していけば、卒業した後も様々な人との関係性がどんどん、どんどんと広がっていきますね。

伊藤:本学の職員の方にも若いパワーを観ていただき、ぜひ、その裏側舞台に触れていただき、新たな発見をしてもらいたいですね。皆さん、今日はありがとうございました。



地域創生・産学連携活動への思い

小椋 則樹

10年後、いま住んでいる街並みがどのように変化しているか想像できるだろうか？人口減少、少子高齢化、労働力不足、異常気象など現在表面化している社会課題は今後も継続して起こり我々の生活に影響を及ぼす。これはそれぞれの地域特性により異なる現象として現れるため地域個別で対応することが必要になってくる。しかし、その影響がいつ、どのくらいの早さで、どの範囲で、どのように起こるのかなどを事前に予測することは影響する外部要因が多く難しい。よってここで大切なことは自分たちが住んでいる街や地域をどのようにしたいかという将来像をより多くの関係者で描き、そして全員が共感することである。持続可能な街や地域を作るためにはどうすればよいか、あらゆる知恵や手段を使ってアイデアをひとつひとつ試してみる。現在、そんな試行を容易にできる環境がデジタルテクノロジーの発展により整ってきている。

現在、人工知能、ビッグデータ、クラウド、次世代無線ネットワークなどデジタルテクノロジーを活用することにより新たなサービスが次々と現れ社会構造までも変えている。これは、実社会で起こっている様々な活動をリアルタイムにデータ収集し、その大量データをもとに瞬時に判断を下し、結果を実社会にフィードバックできる仕組みにより実現できている。たとえば、自分好みの飲食店の予約を代行、街中の好き場所でのオンデマンド配送、無人店舗で自分スマホからのオーダーとキャッシュレス決済など。この仕組みは今後もより緻密なデータ収集技術や効率的な学習機能など益々高度化し利用者の潜在的な欲求までも満たすことを可能にする。これらが実現しているのはマスカスタマイゼーション、つまり収集したデータをもとに利用者ごとに異なる個別なサービスを提供し、顕在的または潜在的な満足感を与えることである。それぞれの利用者がもつ「こだわり」を具現化している。

日本政府では地方創生を「まち・ひと・しごと創生」とも定義している。それぞれの地域の住民ひとりひとりの望みや期待するサービスが提供できる社会システム基盤を構築することで、自立した将来性のある地域社会の実現を期待されている。そのためにはその地域社会で培ってきた仕組みと新しい発想のもとで革新的な仕組みを調和的に融合させる必要がでてくる。このように複雑化していく社会システムの実現に対してはすでにいち個人での対応は難しくなっており、つまり多彩な考えや視座を有する人材がチームとなり新しいアイデア手法により問題解決していく体制が有効とされている。産学連携の活動は、大学の幅広く専門的な学術的知見と、企業の実践的な企画と実行力によるシナジーを発揮できる。これによりそれぞれの地域社会を活かした持続可能な地方創生に貢献できると考える。

ITサービス企業として地域創生・産学連携活動に参加することは、地域社会にまだ潜んでいる能力をデジタルテクノロジーにより最大限に引き出し活かすことへの関与である。そして描かれた地域社会の未来に向けて、たくさんの新しいアイデアをひとつひとつ具体化することで目標へ近づいていることを実感できる活動にしていきたい。

産業能率大学 地域創生・産学連携研究所 スタッフ紹介

【研究所長】

岩井 善弘（経営学部 教授）

【研究員】

勝間 豊（情報マネジメント学部 教授）

木村 剛（経営学部 教授）

高原 純一（経営学部 教授）

武内 千草（経営学部 教授）

都留 信行（経営学部 准教授）

寺嶋 正尚（経営学部 教授）

中村 知子（経営学部 教授）

松岡 俊（情報マネジメント学部 教授）

伊藤 一実（学生サポート部長）

岩崎 靖久（総合研究所 研修管理部長）

片山 和典
（総合研究所 マーケティング部 マーケティングセンター長）

【客員研究員】

小椋 則樹
（ユニアデックス株式会社 未来サービス研究所 所長）

辻口 博啓
（モンサクレール オーナーパティシエ、産業能率大学 客員教授）

登坂 泰斗
（株式会社オズマピーアール コミュニケーションデザイン部 エキスパート）

西村 康樹
（古書「西村文生堂」 代表、産業能率大学 兼任講師）

【事務局】

村田 朋美
（学生サポート部 地域創生・産学連携課）

（50音順 2019年3月現在）

2018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1号

2020年2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