

地域の魅力創出と 発信への挑戦

私立大学研究ブランディング事業（選定：平成29年度）



東北公益文科大学

取組のポイントや補助効果

- ◆ 最新の設備や技術の導入による研究の加速
- ◆ IT技術の活用による、研究内容の発信力強化

東北公益文科大学は、日本初の「公益学」の創造と実践に基づく教育・研究と社会貢献を掲げ、地域の想いを受け公設民営で2001年に山形県庄内地域に開学した、公益学部を設置する単科大学であり、地域経営や交流文化系の六つのコースを設けている。

2017年度にメディア情報コースが新設されたことにより、それまで文系教員が行っていた研究について情報系教員と一体となり進められる体制となった。

大学の所在する庄内地区は「北前船寄港地」をはじめ3件の日本遺産があり、豊かな歴史や美しい自然と景観に溢れた地域である。キャンパスと広大な自然との間に隔てるものはなく、自然と一体となって建てられている校舎で、公益という学問を広めるために教育研究を実践している大学である。

取組に至る背景や問題意識

当大学の建学の精神を示す「大学設立宣言」のもと、地域課題研究や地域志向等のカリキュラムを重視し、開学以来さまざまな角度で教育・研究・社会貢献活動を展開している。その過程で、二つの大きな問題意識を持った。

一つは、庄内地域の無形文化財が消失する危機に直面していることである。この地域に

は歴史ある文化が数多く現存しており、その一つである踊りや舞などの民族芸能は、熟練の演者を見ながら覚えることで伝承されてきた。しかし、少子高齢化や人口減少に伴い、伝承が難しくなっているため、新しい伝承手法と記録・保存方法が求められていた。

もう一つは、当大学における研究に対する教員の取り組みが、教育に対する取り組みよりも弱かったことである。公益学として地域課題解決の取り組みは数多く行っているものの、それが研究成果として見えにくく、また地域文化に貢献する研究が十分ではなかった。

この二つの問題意識から、庄内地域の文化財についてこれまで行ってきた実践に加え、「公益大といえはこの研究」という柱を作りアピールする必要がある。それらを踏まえ、学長を中心とした議論の中で、「地域研究と実践の東北公益文科大学」というブランドイメージを作り、社会に発信していくことを決めた。

取組の目標・目的

ブランドイメージを確立し広く強固なものとするために、これまで培ってきた地域研究にIT技術を融合することで、研究成果の見える化を図り、庄内地域の新しい魅力発信に貢献することを目標とした。

その目標達成のため、この地域に数多く存在する有形無形の文化財のデータを集積しアーカイブ化したものを地域の施設等で公開し、新しい伝承方法の開発や発信方法の検討、その応用について研究を行うことを決めた。

取組内容

本事業においては、大きく四つの取り組みを行っている。

≡ 地域資源の掘り起こし、分析・活用研究

庄内地域のまちなかの景観、地域住民の経験や知恵などの地域資源が、急速な高齢化や人口減少により廃れないように記録を行う。具体的には、過去の古い写真に加え、ドローン等の最新技術を用いて撮影した現在の写真などを高齢層の地域住民に見せ、それを見ながら住民が地域の言葉で思い出を語ったものを、その言葉で書き起こす聞き書きの手法を用いる。将来的には記録したものを、認知症の予防等に活用する心理療法である回想法などに用いて福祉に役立てる。

≡ 民族芸能のアーカイブ化

バーチャルリアリティ技術(VR)やモーション・キャプチャ、CGアニメーションを活用し庄内地域の無形文化財の記録を行い、さまざまなメディアでの発信や、観光施設でのバーチャル体験等への対応について研究を行う。

≡ 民族芸能の伝承環境構築とその展開

アーカイブ化した民族芸能を、どのような方法で若い世代に伝えるかを研究し、収集した能や踊り等の文化財の記録・活用が可能となるシステムを開発する。さらにIT技術を使い、多くの人に参加できる新たな観光産業につなげる。

≡ 地域資源を活用できる人材の育成

地域の文化的資源をデジタル化するためのメディア情報技術を持つ人材育成として、若年層をはじめ、多様な年代、ニーズを対象に教育講座を実施する。その他にも、商品開発など産業を生み出す人材育成としての公開講座も実施する。



地域文化と IT 技術の融合による伝承環境研究の展開

実施体制

ブランディング事業全体の統括は、学長をリーダーとした大学戦略会議が行い、そのもとでブランディング推進委員会が中心となり事業を推進する。前述した四つの取り組みごとに研究推進・実施チームを構成し、進捗や成果はチームのリーダーからブランディング推進委員会に報告を行い、随時外部へ公開・公表していく。また内部や外部の評価内容を研究に反映させていく。

当大学では、これまでの改革プランについても全学体制で実施しており、学内で問題意識を共有し数値目標を立てていた。各リーダーは部署内で議論した上で会議や地域の後援会に参加しており、教員も当事者意識を持っている。全員で課題を共有しているため、合意形成はスムーズに行われ、理事会においてもほぼ異論なく合意されている。

外部との連携においても、当大学は開学当時より自治体や地元企業との密接な関係があったが、これまで以上に強く連携することで、地域の課題、大学への要望、大学ができること等の意見交換が可能となり、事業のさらなる進展を図っている。

取組後の変化

当大学は2017年度にメディア情報コースが設置されるまで文系が多数を占める大学であったため、研究で使用する設備はほとんど無かった。ブランディング事業に採択されたことで、モーション・キャプチャや最新のカメラの導入、多目的実験室の整備等、設備投資ができるようになった。大学として大きな補助金を獲得し、新しい設備や技術で研究を進められることで、教員の意気込みはさらに強くなった。

2018年度のオープンキャンパスにおいてブ

ランディングブースを設けたところ、高校生や保護者に研究内容が伝わっただけでなく、当大学の学生が高い関心を示したことは、はからずも喜ばしい結果であった。今までは、ゼミ単位等でしか研究を見せる場が無かったため、教員の研究内容があまり学生に浸透していなかった。現在は1年生のガイダンスにおいて、コースの説明、資格、留学、就職活動の情報だけでなく、研究ブランディングの事業内容や研究を発表し、情報提供を増やしている。

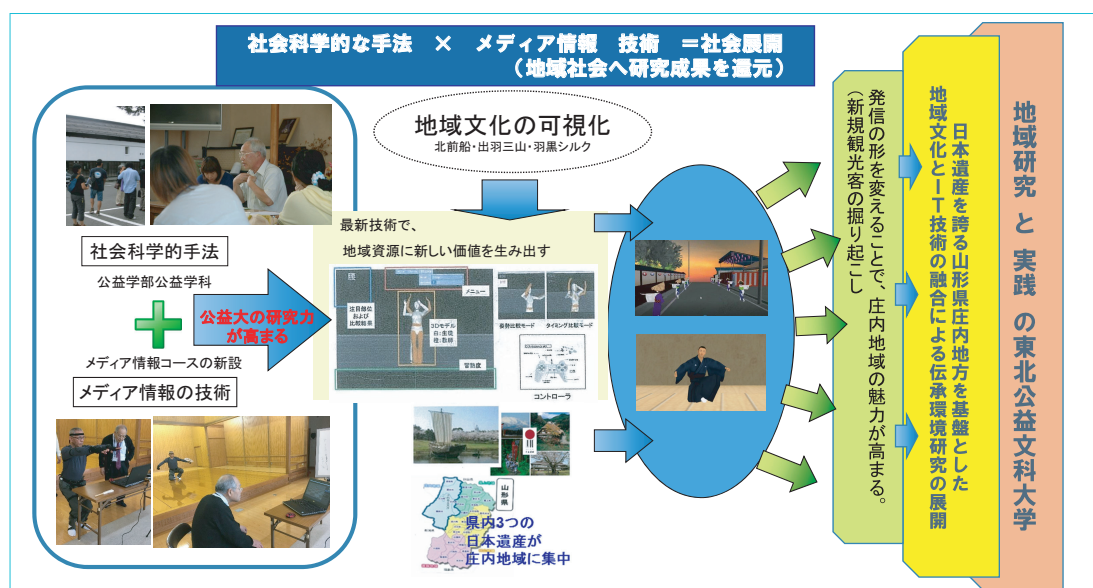
メディア情報技術を持つ人材育成の取り組みにかかる若年層を対象とした公開講座では、当大学の学生が子どもにRuby（プログラミング言語の一つ）を使ったプログラミング教室「Rubyてらこった」を実施しており、プログラムから具体的な内容まですべて学生が考えて作成している。学生が教育を実践し、結果を踏まえて自ら改善するという、学生が主体的に活動できる仕組みが作られており、学生の育成にもつながっている。

補助金が交付されたことで、弱みであった研究に関する取り組みについて補強された。さらに研究にとどまらず、メディア等により発信ができたことは非常に大きな力となった。

成功のポイントや苦労した点

当大学は、文系を主とした小規模な大学であるため、何より教育に力を入れる思いが強い。毎年行っている教員評価の結果からも、教育面、研究面、地域貢献の中で教員が一番時間を割いているのは教育面であることが分かる。熱心に教育を行うことは非常に重要でありつつも、新たな柱である研究に割ける時間を増やし、スピード感を高めていく必要があることに苦労している。いかに教育の質を落とさずに負荷を減らし、研究に力を注げるかを考えている。

そのような苦労はあるものの、研究は進ん



地域文化と地域研究の可視化とその波及効果イメージ

である。成功している大きなポイントとしては、前述のとおりブランディング事業に至るまでに学内で問題意識を共有し、数値目標を立てていたことに加え、学長の強いリーダーシップと、全教職員で話し合いを重ねて合意形成する、トップダウンとボトムアップの融合が実現できたことが挙げられる。

本事業は、それぞれの教員が進める研究が結びついたプロジェクトであるため、分野が融合することにより新たな発見がある。それを促す工夫の一つとして、本事業における取材や訪問に、あえて別分野の教員同士のペアで実施することが挙げられる。

例えば、回想法事業を展開する施設に訪問する場合には、福祉の研究を専門とする教員は回想法自体を調査研究対象と考え、社会についての研究を専門とする教員は、回想法がなぜ生まれたのか、回想法を事業化することでコミュニティーの形成にどのような影響を与えるか等に関心がいく。このように複数の分野の教員であれば視点が広がり新たな発見ができるのである。

研究を進める過程では共通の知識がある同じ分野の教員で固まりやすく、コースの中だけで話し合ってしまう外に発信できず、学内

での共有さえも難しい場合があるが、分野を越えて研究を行うことで一体感が生まれ、学内での共有も促進されるという効果がある。研究を進める全体的な実施体制や、研究の現場においても、教職協働が事業を進める力となっている。

今後の課題・展望

当大学が抱えていた問題意識でもあるが、一般的に文系単科大学においては、理系大学と比較して研究の特色が見えにくい。ブランディング事業により、研究という大きな柱を外部にPRできることは大きな効果がある。大学としては、研究成果を広く発信し、学生や地域住民が当大学の魅力に気づき、学びに来る人が増えるというサイクルが出来ることが喜びであると話す。

今回の事業は2017年度にスタートしたばかりである。研究が進み、記録された庄内地域のさまざまな文化財が、これから新しい形で外に公開され、研究の成果がますます見られることとなる。ブランディング事業を通じて、研究等の多方面への広がりが今まで以上に期待される。