

# 地域創生・産学連携研究所 アニュアルレポート 2025

Regional Revitalization and Industry  
Academia Cooperation Research Center  
Annual Report 2025



産業能率大学

発刊にあたって

平素より地域創生・産学連携研究所の活動に多大なるご支援・ご協力を賜り、心から感謝申し上げます。地域創生・産学連携研究所長の小林幸平と申します。

当研究所では、経営学部における地域連携型授業である「自由が丘イベントコラボレーション」、「自由が丘コンシェルジュ」、「石垣島-自由が丘ブランディング」、「自由が丘スイーツプロモーション」及び情報マネジメント学部における「地域ブランド創造プロジェクト」について、授業の相乗効果をより高め、質の向上を図っております。また、本学の経営学部、情報マネジメント学部における地域連携および産学連携活動のノウハウの共有・ディスカッションを通じて、活動の活性化および質の向上を目指しております。加えて、教員からのコラムにより幅広く世の中に広報することも行っております。

おかげさまで今年度は大きなトラブルもなく、学生たちは自ら考え、実践から学ぶPBL（Project Based Learning）活動にて様々な学びを得ることができました。

今後も当研究所では、本学の強みのひとつであるPBL型教育の質的向上を目指し、研究活動を行って参る所存です。引き続きご支援・ご協力を心よりお願い申し上げます。

産業能率大学

地域創生・産学連携研究所長

小林 幸平

# 目次

発刊にあたって 小林 幸平 .....	巻頭
学生たちのチャレンジが結実した「自由が丘スイーツプロモーション」2025 小林 幸平 .....	2
「石垣島ー自由が丘ブランディング」2025 振り返り 小林 幸平、高原 純一 .....	5
2025年度「自由が丘コンシェルジュ」授業振り返り 櫻井 恵里子 .....	8
今後、益々の発展が期待される「自由が丘イベントコラボレーション」 小杉 樹彦.....	10
街案内人「セザンジュ」の活動報告 都留 信行 .....	12
湘南オリーブの認知度向上活動第2期の展望 ー湘南オリーブの新漬けとナチュラルワインバーでの販売拡大を中心に 松岡 俊.....	14
2025年度「自由が丘イベントコラボレーション」活動報告 西村 康樹、佐藤 有沙 .....	17
総合研究所が2025年度に実施した産学連携の振り返り 川合 広訓、天野 健司 .....	20
あとがき 林 巧樹、渡邊 道子 .....	22

## 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。

# 学生たちのチャレンジが結実した 「自由が丘スイーツプロモーション」 2025

小林 幸平

## はじめに

「自由が丘スイーツプロモーション」は3年生向けに通年で開講され、世界的に著名なパティシエである辻口博啓氏や自由が丘の商店街、その他様々な企業・団体のご協力のもと実施している。PBL (Project Based Learning) 型の授業であり、企画を机上で検討するだけでなく、実現させ、運営や運用するところまで携わることができるのが授業の魅力である。

当授業では、「スイーツで自由が丘を盛り上げる」というコンセプトのもと企画を考えていく。そのため、商品企画のみならず、幅広くあらゆる企画を考え、実現することができる。幅広い分野の企画を提案できる一方で、きちんとしたコンセプトや想い、妥当性がないと表層的なものになってしまい、提案を受け入れてもらうことはできない。辻口客員教授をはじめ、ビジネス経験豊富な講師陣が提示するそのような高いハードルを一生懸命超えようと努力するからこそ、一年間で劇的に成長する履修生がいるのも、当授業の大きな特徴でもある。

## 2025年度授業の状況

2025年度は選考の上、16名の履修生で授業を進めていった。授業を運営していく中での今年度の特徴は、各班ともになかなか企画が固まらないことであった。概ね前学期は、履修生は様々な企画を提案し、講師陣からのフィードバックを受けながら改善を加えるものの、すぐには軌道に乗せていくことができない産みの苦しみを味わった。中には、メンバーを再編してリスタートを切る班もあった。しかしながら私は、これが履修生たちの大きな学びに繋がったと考えている。

一般に他の授業では企画を考え、発表して講師からフィードバックを受け、終了することが多い。しかし当授業では、自分たちの企画に協力してもらう企業が必要であればその企業を見つけきて、実際に交渉を行って協力を取り付けるということも、自ら行う必要がある。自由が丘のスイーツ店に企画趣旨の説明をし、協力を取り付ける過程で、想定していなかった制約条件を聞かされたり、思うように相手方に動いてもらえなかったりといったことも発生した。これらはまさに彼ら、彼女らが社会に出ると、必ずと言っていいくらい経験することである。いくら様々なことを想定していても、想定外のことが起こるものである。その時にどのように臨機応変に対応していくかという経験をできたのは、大きな財産になったに違いない。

紆余曲折を経て、2025年度は最終的には5つの班に分かれ、自分たちの企画を実践に移し、活動を終えることができた。

## 主な活動

2025年度も前年度に続き、ゴールデンウィークに開催された“自由が丘スイーツフェスタ”を授業に組み込み、履修生に参加してもらうこととした。今年度は、自由が丘のイベントに触れ、雰囲気を感じてもらうのはもちろんのこと、自由が丘の街にあるスイーツ店を5店舗以上訪れ、それぞれの店舗の特徴や特色を考察することを課題とした。自由が丘のスイーツ店にそれほど訪れたことがない履修生も多いため、その後の企画検討を進めていく上での現状把握に役立てることができていた。

その後は各班、街の分析をはじめとした環境分析をし、企画提案をし始めたのだが、簡単にはGOサインは出なかった。企画に粗さがあるものは詳細な検討を求められ、リスクが大きすぎるものはその軽減策の検討を求められ、

大きな方針転換を余儀なくされたグループもあった。夏休みに自主的にそれぞれの班で活動し、後学期になってようやく出口が見えてきたグループが大半であった。

各グループの企画を紹介する。

### (1) 「いい夫婦の日」を2人で楽しむ文化を「ワインとスイーツ」を通して広める

自由が丘の個人経営、小規模店舗を辻口シェフの力を活用してお店の発展に寄与するというものである。具体的には、ワインに合うスイーツを辻口シェフにペアリングして頂き、それを購入してもらったり、試飲会に参加してもらったりするというものである。数回の試飲会のうち1開催は実際に辻口シェフが参加してくださった。辻口シェフはワインとスイーツのペアリングについての解説をするだけでなく、来場したお客様と冗談も交え、気さくにお話して下さった。そのおかげで試飲会は非常に盛り上がり、お客様の満足度も相当高いものとなった。



「いい夫婦の日」での試飲会の様子

### (2) I'm donuts?との連携によるスイーツの街自由が丘のブランド強化

新たに自由が丘駅前にオープンした若者に人気のI'm donuts?との関係強化により、改めて自由が丘のスイーツの街としてのブランド向上を目指そうという企画である。

人気店ということもあり、先方とのコミュニケーションをうまく取るのに苦慮していたが、女神まつりにて「あいむくん。かくれんぼ」という企画実施にこぎつけた。街に数か所設置されたパネルを探し、その情報をもとにクイズに答えると抽選でI'm donuts?グッズをもらえるというものである。多くの家族連れが参加し、盛況であった。

### (3) SNSを活用した発信

InstagramとTikTokにて辻口シェフのお店やご本人、自由が丘のスイーツ店についての情報を発信し、スイーツの街自由が丘という認識を広めていきたいとの想いで活動した。自由が丘商店街振興組合のSNSとも連携することができ、今後も後輩に引き継いで長期的に活動を続けていくことができる企画に育った。

### (4) 地方のフルーツ農家と自由が丘のスイーツ店の共創

地方には、魅力はあるが認知度が低いフルーツがたくさんある。それらが自由が丘のスイーツ店とコラボレーションすることにより話題性が創出され、双方にとってのメリットになる企画である。

自由が丘のスイーツ店3店舗と、地方のフルーツ農家3農家にコラボレーションしてもらい、それぞれの店舗で商品開発して頂き、3回連続企画とした。中でも第1弾では辻口シェフの「自由が丘ロール屋」にご協力いただき、岡山県の果樂株式会社の水熟桃（生に近い状態で一年中食べることのできる加工をした桃）を使用した「水熟桃のヴェリーヌ」を開発、販売して頂き、好評を得た。



「水熟桃のヴェリーヌ」チラシ

### (5) ハロウィンでのスイーツブーケ作成ワークショップ

自由が丘のハロウィンイベントで配布しているお菓子を集めてきたり、購入してきたりして、それらでスイーツブーケを作ることができるワークショップを企画した。

履修生たちはどのように装飾すればブーケの見栄えが良くなるか、試作を何度も繰り返して本番に備えていた。

ワークショップ参加者からのアンケートも好評で、回答してくださった参加者全員が、また同じ企画があったら参加したいと回答した。また、自由が丘の店舗を回って街を回遊してもらうという目的も達成することができ、意義のある企画となった。



「スイーツブーケ」チラシ

## 総括

今年度集まってくれた履修生16名の企画は、スイーツで自由が丘を盛り上げるというベースは共通しているものの、前述した通りバラエティに富んだものであり、有意義なものであった。嬉しく感じたのは、複数のグループが、自分たちの取り組みを今回の1回限りとするのではなく、後輩に受け継ぐべくマニュアルを作るなどし、継続して自由が丘の街を盛り上げていこうと考えてくれたことである。一過性の企画ではなく、継続して実施することにより街に根付いたものになっていく。スイーツプロモーションの履修生の企画が、自由が丘の街にとって欠かせないものとなるよう、今後も引き続き支援を続けたい。

# 「石垣島—自由が丘ブランディング」 2025 振り返り

小林 幸平、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で、経営学部 に属する経営、マーケティング両学科生から成る希望選抜型、定員約10名の少人数制授業である。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より深く取り組むことを目的として8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し、そこから見られる差異や掛け合わせを元に、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。

## 石垣アイランダーサミット

2025年度授業を企画する中で、2022年度より本授業として参加した石垣アイランダーサミットでの活動実績が、石垣市のみならず幅広い分野の方々より高評価をいただき、ぜひ今年も参加してほしいと強い要望を受け、4年連続で参加することとなった。アイランダーサミットは、石垣島を起点に、カウアイ島やサルディーニャ島など世界中の島々が繋がり、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、島発信の世界サミットである。2025年が7年目の開催となる。本授業履修生は本サミットにおけるキープレイヤーとしての位置を年々高めており、その存在無くしては成り立たないほどになった。教員としても誇らしい限りである。

## テーマはプラネタリーデザイン —島から考える地球思考—

2025年のアイランダーサミットが掲げるテーマは「プラネタリーデザイン—島から考える地球思考—」である。地球規模の環境変動、社会変革、テクノロジーの進展が同時に起きる現代。「惑星目線」での社会変革について議論を深め、未来を共創するきっかけを探っていくことが求められる。

## デスクトップリサーチと企画開発

イベントや商品開発は手慣れた本学の学生たちにも、アイランダーサミットにおける「地球視点」という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たり、石垣市役所の方々とも直接のオンライン情報収集を行ったりしながら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。今年の履修生は14名。学生達は3つのグループを作成し、プロジェクトに取り組んでいった。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による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オーバーツーリズム問題とゴミ問題を島というスモールプレイスから考え、そこから日本全体、世界全体へと視野を広げようとした。もうひとつのグループはサンゴの白化問題の解決アプローチを日々使用する入浴剤と結びつけ、美容意識の高い自由が丘での情報型販売へと展開の意図を得た。更にもうひとつのグループは、島の課題がファン作りであると明言し、その解決ツールとして「島ガチャ」を提案。具体的な設置方法や価

格など詳細に亘る展開計画を添えて実施を目論んだレベルに仕上げてきた。

ここで重要なのは、全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クリエイティブ・ソリューション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いただければ幸いである。

## 石垣島渡航

学生達は2025年10月24日のアイランダーサミットに参加しプレゼンテーションをするため、10月23日～26日に石垣島に渡航した。到着後、履修生の中には現地の方々にヒアリングし、情報収集するなど準備に余念がなく、各グループの作業は深夜に及ぶまで続けられた。

アイランダーサミット当日、本学のプレゼンテーションは夕方であったため、学生たちは宿泊ホテルにて直前の練習を行ったり、自グループのプレゼン内容に関連するセッションがあればそれを見に行ったりなど、それぞれ自主的に最善の行動をすることができた。

プレゼンテーション本番は、各グループともに堂々と自分たちの考えを表現することができた。参加者は島内外から集まっており、石垣島でビーチクリーンに携わる方や航空会社の方など、様々な立場の方からの意見や質問が寄せられた。好意的な意見が多かったものの、学生達がまだ考え切れていない部分への言及もあり、学生達にとって多くの気づきを得られる機会となった。



◀アイランダーサミットプレゼン

▼アイランダーサミット集合写真



せっかく石垣島を訪れた貴重な機会であったため、履修生が1年生の時の基礎ゼミPBLのテーマにもなった竹富島を訪れるなど、現地の視察も行った。当時のPBLテーマは「竹富島のフェリーターミナルにフルーツスタンドを企画せよ」というものだったが、実際に現場を見て想像していたものとのギャップを感じるなど、学生は現地に訪れて生の情報に触れることの重要性を感じていた。



石垣島視察

## 渡航後の授業

アイランダーサミット後の授業では、渡航時に得られた気づきをもとに、プレゼン内容をブラッシュアップさせていった。仕上がった内容は、12月に外部施設にて、アイランダーサミット関係者に対して最終プレゼンテーションを行った。各グループ共に、プレゼン内容にアイランダーサミットでもらったフィードバックや、渡航して気づいたこと、感じたことがうまく盛り込まれており、具体化、洗練化されたものとなっていた。



最終プレゼン

## 最後に

2025年度は、昨年度に比べアイランダーサミットの日程が2週間前倒しとなった。授業開始日は例年同様であるため、学生たちの準備期間がその分短くなったのである。そこで、できるだけ多くの準備時間を確保するため、授業開始前ではあったが夏休みの登校時に履修生に集まってもらい、授業のガイダンスや履修生の自己紹介、グループ編成を行うなどの対応を行った。大変な状況ではあったが履修生たちもそのような事情を理解し、アイランダーサミットでしっかりとしたパフォーマンスを発揮するという目標に向け、授業外の時間にも自主的にグループワークの機会を頻繁に作るなど、熱心に取り組んでくれていた。学生たちの頑張りに敬服するとともに、大きなトラブルなく最後まで走り切ってくれたことに対し感謝したい。

当授業は、実際に現地を訪れ、生の情報に触れ、そこから社会課題を発見したり検証したりすることができる、数少ない授業である。インターネットを使えば簡単におびただしい量の情報に触れることができるが、それだけでは得られない価値ある情報が、現場には無数にあることに気づかされるのである。ネット社会の時代に生きる学生たちにとっては、かけがえのない経験である。本学においてこのような場を提供し、経験させてあげられることを嬉しく思うとともに、今後も継続して他では得られない学びを提供していけるよう、学生をサポートし続けたい。

# 2025年度「自由が丘コンシェルジュ」授業振り返り

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な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現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。ホスピタリティの実践力を高めるため、特別講師を招聘し業界ごとのホスピタリティの特性を講師の実体験から学び、ホスピタリティ対応力や就職活動など今後のキャリアに役立てられるような講義内容に組み立てている。

本科目は、志望理由を書いてもらい、選考型で履修者を決めている。最近の履修希望理由としては、「将来目指す業界の特別講師の講義内容も魅力的であるから履修したい」「ホスピタリティを学び対人場面での対応力を高めたい」というコメントが多く見受けられる。丸6年「自由が丘コンシェルジュ」を担当させていただいた。今後の地域創生を踏まえた展望について報告する。

## 「自由が丘コンシェルジュ」授業内容について

1年間28コマの授業で、全体的にグループワーク、グループ発表の頻度を増やし、多様なメンバーと交流を深められるようにしている。今年は起業家教育にも使用されている「ドラマ」を活用した遊びの要素から創造性を醸成できる演習も組み込み、チームビルディングを高められるように工夫した。また特別招聘講師に、各ホスピタリティ業界を代表するプロフェッショナルな実務家を招聘し、ホスピタリティ研修と題して講義をして頂いた。ホテル業界と、ブライダル業界、テーマパーク業界で活躍されていた実務家から各業界でのホスピタリティの考え方や具体的な事例、演習などを組み込んでもらい、実際のコンシェルジュ活動に役立てるような対応方法について学ぶなど、双方向型の動きのある講義を依頼した。例えばブライダル業界の特別招聘講師は、「ウェディングプランナーのホスピタリティ対応」について講義した。普段、ウェディングプランナーとして顧客対応をするうえで重要な視

点である「お客様の心の温度を読み取ること」を詳細に解説いただいた。講師が心の温度を読み取るために実践している具体例をチェックリストとして活用できる資料とともにご提供いただいた。学生からは事後の振り返りで「セザンジュとして来街者対応をするときに役に立つ資料だった」や、「アルバイトや就活にも活用できそうでよかった」などポジティブな意見があがった。特別招聘講師に関しては、毎年講義終了後に打ち合わせを実施し、次年度に向けた改善内容について協議している。特別



講義の様子：テイクアンドグヴ・ニーズ 執行役員 有賀明美 氏

招聘講師の受講者により良いものを提供したいという向上心や、本学教員のよきパートナーとして共に教育したいという熱い思いに支えられている。

## 今後の「自由が丘コンシェルジュ」の展望

地域創生・産学連携研究所の研究者として、昨今の大学における地方創生の潮流と「自由が丘コンシェルジュ」の活動を照らし合わせ、今後のあり方について論じる。今後の「自由が丘コンシェルジュ」は、単なる「街の案内・防犯」にとどまらず、「地域課題解決型（PBL）の要素強化」「グローバル・ホスピタリティ拠点化」「教育成果の地域還元の可視化」の3点を推進すべきと考える。以下に具体的なあり方について記載する。

### (1) 「案内・防犯」から「地域課題解決型（PBL）」への深化

現在の「自由が丘コンシェルジュ」は、街の防犯（巡回）やホスピタリティ溢れる案内が活動の中心となっている。しかし、国が推進する大学の地方創生（COC+）の文脈では、地域連携を通じて「地域の課題（ニーズ）と大学の資源（シーズ）を分析し、「課題解決能力」を修得することが求められる。今後の提言として、既存の活動に加え、自由が丘商店街が抱える潜在的な課題（例：インバウンド対応、イベントの集客・混雑感など）に対し、学生が主体的に解決策を提案・実行する課題解決型学習（PBL）の要素をより強くカリキュラムに組み込む。他大学の事例でも、地域と連携した「商品開発」や「産業振興」など、実務的な課題解決に取り組むケースが高く評価されている。

### (2) インバウンド対応を核とした「グローバル人材」の育成

特別招聘講師による講義において、外国人客への対応（ノンバーバル・コミュニケーション等）の重要性が学生に認識されている。地方創生の戦略においても、「地域でグローバルな視点を持った人材が活躍する」ことが目標の一つに掲げられている。今後の提言として、自由が丘という立地特性を活かし、「インバウンド観光客への高度なホスピタリティ」を提供する拠点としての機能を強化する。具体的には、語学力だけでなく、日本の文化や地域の魅力を外国人に適切に伝える「グローバル（Global + Local）」な視点を持つリーダー育成を醸成する。これは、学生が将来、航空・ホテル・観光業界へ進む際の強力なキャリア教育にも直結できると考える。

### (3) 教育効果の波及と組織としての「質の基準」の確立

現在の授業評価は学生の満足度が中心だが、地方創生の観点からは、その活動が地域（商店街や来街者）にどのような具体的な成果（KPI）をもたらしたかが重要視されると考える。

今後の提言として、以下の2点を挙げる。

- ① KPIの設定: 学生の満足度だけでなく、「商店街からの評価」「来街者の満足度」「学生の関連業界への就職率」など。多面的な成果指標（KPI）を設定し、活動の社会的インパクトの可視化を推進する。
- ② 組織文化の醸成: ホスピタリティ産業が大事にしている「基準を確立し、創造的な風土を管理する」ようなリーダーシップが教員に求められている。プロフェッショナルな講師陣から学ぶだけでなく、運営側（教職員・大学）自体がホスピタリティのロールモデルとなり、学生が自律的に動機づけられる環境を整備する必要があると考える。

最後に、大学と地域（自由が丘）が単に連携するだけでなく、学生が「地域の価値を高める主体」として機能強化されることが、真の地方創生（都市型地域貢献）につながると考える。私が前職で所属していたテーマパークを創ったウォルト・ディズニーの言葉、これは変化を恐れない組織文化やキャリアのあり方を述べている。

「私たちは前進を続け、新しい扉を開き。新たなことを成し遂げていく。

なぜなら好奇心が旺盛だからだ。

好奇心があれば、いつだって新たな道に導かれるんだ」

ウォルト・ディズニー

# 今後、益々の発展が期待される 「自由が丘イベントコラボレーション」

小杉 樹彦

## はじめに

本学を代表する特色授業のひとつとされる「自由が丘イベントコラボレーション」は、地域連携を基盤として、これまでにさまざまな有能人材を多数輩出してきた。今年度も地域の方々と本学学生が連携を図り、以下のイベントに参画した。

- ・スイーツフェスタ
- ・自由が丘マルシェ
- ・女神まつり
- ・サンクスリバティ

本稿では、その中でも、本学学生の成長の集大成となる「女神まつり」「サンクスリバティ」を中心に振り返ってレポートしたいと思う。

## 女神まつり

女神まつりは自由が丘の街の最大のイベントとして知られている。昨年は地上波テレビ番組の取材班も入ったことから期待値が高まり、過去最大級の盛り上がりを見せた。今年度も出展するイベントの数は大変多く、南口、しらかば広小路、旭会、中央会など、様々なエリアにおいても大変な賑わいを見せていた。いずれも本学学生が企画立案から実行に深く参画しており、充実した経験を積めたものと考えている。

当日の様子であるが、大規模な混乱は見られなかったが、それでも一時的に多くの参加者が集中し、現場が慌ただしくなる場面も度々見受けられた。しかしながら、昨年の反省を踏まえて運営されたこともあり、全国から人が殺到することを予測し、事前にリスクマネジメントを徹底したため、大きな事故やトラブルが起こることはなかった。イベントにトラブルはつきものであるが、今回のように入念な準備を行い、当日も柔軟に対応できる体制を整えたことがイベントの成功に繋がったのではないだろうか。昨年から引き継がれているリスクマネジメント、危機管理のノウハウは、今後もさらにブラッシュアップされ、精度が高められていくと思われる。

## サンクスリバティ

サンクスリバティでは、駅前点灯式のサポートにはじまり、さまざまな形でイベント実施に本学学生が協力させていただいた。特に、季節がら天候が心配されることに加え、参加者も体調を崩しやすい時期であるが、幸いにも無事にイベントは開催され、現場の報告を受ける限りでは、本学学生もお互いをフォローしながら乗り切ることができたようである。サンクスリバティ当日は、担当する本学学生は各地での業務が円滑に進むよう、サポート役に徹する姿が大変印象的であった。本イベントは例年、年度の後半に実施されるタイミング的にも、特に本学学生の学びの集大成となり得る。先に経験しているスイーツフェスタ、自由が丘マルシェ、女神まつりなどのイベントの反省を活かし、改善に繋げることで、本イベントをより盛り上げることができると考えられる。今後の更なる発展に期待したい。

## 履修した学生の成長

「自由が丘イベントコラボレーション」では、学生に授業の冒頭に目標を決めてもらい、中間（夏季休暇頃）と、最後に授業で身についた「能力」、「授業で学んだどのような知識を活用したか」について振り返りをしてもらっている。

学生が身についたと回答した主な能力と活用できたと思う経営学の知見は以下の通りである。

### 【身についた能力】

- |        |      |        |          |
|--------|------|--------|----------|
| ・協働力   | ・実践力 | ・統率力   | ・計画実行力 他 |
| ・計画立案力 | ・親和力 | ・課題発見力 |          |

本授業科目はグループワークを重要な学びの手法としていることから、「協働力」や「統率力」が回答されている点は大いに納得がいくだろう。また、各回の授業で本学教員や外部講師からスケジュールの調整や計画管理について求められることも少なくないため、計画立案力が多いのも理解できる。

続いて、本授業科目で活用できた経営分野の知識について紹介する。

### 【活用した経営学の知見】

- |               |             |                   |
|---------------|-------------|-------------------|
| ・マーケティング      | ・行動観察       | ・人材・組織            |
| ターゲット         | ・消費者心理      | 人間関係              |
| プロモーション       | ・思考のフレームワーク | リーダーシップ           |
| マーケットリサーチ     | SWOT分析      | 組織運営              |
| 価格設定          | PEST分析      | コーチングスキル          |
| ブランド戦略        | 6W2H        | ・利益計画・経営分析        |
| メディアコミュニケーション | ・ロジカルシンキング  | ・ビジネスマナー ビジネス文書 他 |

例年、学生の多くが挙げるのが、マーケティングの知識を活用したという振り返りである。これは授業中に、来街者のニーズ、自由が丘の街のニーズを調査、検討し、イベント企画を考案するからであろう。消費者の行動観察や心理の探索も挙げられている。さらに、各種分析フレームワークや人間関係論の知識の活用を挙げる学生も一定数おり、担当教員としては学生の成長を感じることができる。

最後に学生が、本授業科目で習得したことを今後どう活かして行動していくか、これまでの反省も含めた回答を紹介したい。

### 【本授業科目での成果を今後どう活かすか】

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| ・主体的に行動するように努める       | ・リーダー的な立場を理解するように努める    |
| ・積極的に人と関わるように努める      | ・スピード感をもって役割遂行に当たるよう努める |
| ・他人の特性を理解し、思いやれるよう努める |                         |

上記のように、ポジティブな今後の活用案が多く挙げられた。本授業を履修した学生の多くは、例年、次年度に本学同好会「エンターテインメント・ラボ」に属して、活動を継続することになる。こうした伝統ある授業スタイルは今後も継続され、学生が社会人になった暁には、ここでの経験がさまざまなシーンで生きることを願ってレポートを締めたい。

# 街案内人「セザンジュ」の活動報告

都留 信行

セザンジュは、2009年に東京都の「体感治安改善事業」の一環として、自由が丘商店街振興組合と産業能率大学の協働で誕生した。経営学部科目「自由が丘コンシェルジュ」と連携して活動をしており、自由が丘の街を学習のフィールドに、真のホスピタリティを学ぶために様々な活動をおこなっている。団体人数は1～4年生71名(2025年12月時点)で構成されている。

毎週日曜日・祝日・イベント時の歩行者天国の時間に、自由が丘の街の案内や巡回・交通整理を行うほか、定期的に外部講師による手話講習会や、自由が丘駅シースルー改札内で案内業務を実施している。

今年度を実施した主な活動は以下の通りである。

日程	内容
5/3～6	自由が丘イベント「スイーツフェスタ」での街案内、巡回
6/7	警察庁・関東管区学生ボランティアフォーラムにて活動報告
6/25	桜修館高校 安全ギャザリングに参加、防犯対談等を実施
7/19～21	自由が丘イベント「納涼盆踊り大会」での子供アテンド
8/4、18、9/3、30	目黒区・碑文谷署合同防犯啓発動画企画会議および撮影
10/11	イツコム・FMサルース「gee up sprout」に生放送出演
10/12～13	自由が丘イベント「女神まつり」での街案内、巡回
10/18	碑文谷キッズパトロール隊での子供アテンド
10/19	警察騎馬隊見学と広報
10/21	目黒社会福祉協議会「いどばた会議」にて活動報告
11/30	自由が丘イベント「サンクスリバティ」での街案内、子供アテンド
12/4	自由が丘避難誘導訓練にて誘導サポート

こうした日々の取り組みが評価され、様々な表彰を頂いている。10月1日に開催された東京都主催の「令和7年度東京都名誉都民顕彰式及び東京都功労者表彰式」では、東京都功労者として自由が丘商店街振興組合が選ばれ、同組合の活動を担うセザンジュが表彰状を授与された。11月14日には地域住民への防火・防災意識の啓発に貢献したとして目黒消防署より感謝状を授与、さらに同月18日には碑文谷警察署署長より日々の地域貢献が称えられ、直接感謝状が手渡された。

さらに今年は、目黒区および碑文谷警察署から「全国地域安全運動」に伴う防犯広報啓発活動の協力依頼を受け、自転車盗難防止対策をテーマにした防犯ショート動画を共同で制作した。

目黒区では近年、犯罪認知件数が低くなっているが、その中において自転車の盗難被害が多い傾向にある。その対策として、特に若者を対象に加害と被害の両面から注意を促すためのショート動画を制作した。セザンジュの学生達は、目黒区や警察署からヒアリングした自転車盗難の実態をもとに動画のアイデアから絵コンテまでのシナリオを作成するとともに、2025年9月30日に、警察署関係者の方、警視庁の公式マスコットキャラクター「ピー

ポくん」も演者となり、自由が丘キャンパスの駐輪場で撮影を実施した。学生達は出演に加え、アフレコにも挑戦した。

キャッチコピーは『守ろう！マイチャリ』とし、自転車盗難に遭った学生が天使と悪魔のささやきに翻弄されながら他人の自転車を無断借用しようとする「天使と悪魔編」と、複数のロックで自転車を盗難から守る「ツーロック編」の2本制作した。動画は、11月4日より目黒区公式 YouTube チャンネル「めぐろ TV」にて配信している。今後も地域と密接に連携した活動を実施していきたいと考えている。



スイーツフェスタ



関東ブロック防犯功勞表彰式



桜修館安全・安心ギャザリングでの防犯教室



関東ブロック防犯ボランティアフォーラム



女神まつり



目黒消防署火災予防業務協力者等表彰式

# 湘南オリーブの認知度向上活動第2期の展望

—湘南オリーブの新漬けとナチュラルワインバーでの販売拡大を中心に—

松岡 俊

## はじめに

コース横断科目として2022年に開設された情報マネジメント学部の科目「地域ブランド創造プロジェクト」も2025年度で4年目を迎え、応募者数58名、履修者数31名と今年度は過去最高の応募者数、そして履修者数となりました。人気科目に成長しつつあるのは大変喜ばしい限りなのですが、履修者数を31名に制限したのは、オリーブ農園での栽培実習や自前のオリーブ農園での1人1本責任栽培制の導入など、少人数での栽培管理が求められる



という制約からのやむを得ない結果でした。

しかしながら、履修した31名の栽培実習への参加率や企画イベントでのモチベーションは過去にないほど高く、「湘南オリーブの認知度向上」を目的にした様々な活動において自治体、地域やコラボレーション先企業と積極的に協同し大きな成果を上げた1年となりました。

来年度は湘南キャンパスの敷地内にもオリーブ園を開設する予定です。植物としてのオリーブの成長をより一層身近に観察することができ、オリーブを使った商品開発にも磨きがかかることと思われます。実際に自分たちでもオリーブを栽培しているという経験と自信とが齎す効果は計り知れず、これまでもユニークな視点からの商品開発につながっていました。したがって、キャンパス内にもオリーブ園ができることでその効果はさらに高まるであろうと期待しています。

さて、来年度は科目も5年目。オリーブの木に譬えるならば5年木は開花し始め、実を付けはじめる成長期といえます。

今回は、そうした5年目に向かって成長段階へと移行しつつある科目の今後の新たな目標について、これまでの活動を振り返りつつ述べてみたいと思います。

## これまでの湘南オリーブの認知度向上活動とそこから学んだこと

湘南オリーブの認知度向上のためにこれまで取り組んできた活動は以下のような内容でした。

- ・オリーブオイル、オリーブの新漬けを使ったレストランメニューの企画開発
- ・オリーブの新漬けを使った商品開発とその販売
- ・オリーブを使ったヘルスケア商品の企画開発
- ・サッカーJリーグ産業能率大学スペシャルデーでのオリーブ関連商品の販売
- ・二宮ふるさと祭りでのオリーブ関連商品の販売
- ・湘南におけるオリーブ栽培の紹介とそのプロモーション
- ・プロスポーツ選手のセカンドキャリア対策

1年を通じたこれらの活動の中で最近最も効果を上げているのが、オリーブの新漬けを使った商品開発とその販売です。



収穫期の10月に2回から3回ほどオリーブ園で学生たちと収穫実習を行っています。この行事は初年度から実施しており4年目になります。かつて「下中玉ねぎ」としてブランド玉ねぎを栽培していた畑を玉ねぎからオリーブに転換した畑です。相模湾を遠くに臨むことができる傾斜地に畑はあり日当たりもよく、オリーブの栽培に最適な場所です。そのため複数の品種を植えてもどれもよく成長しており、これまでオリーブの新漬け開発にご協力いただいていたオリーブ園です。

このオリーブ園で収穫したオリーブを使ってこれまでオリーブの新漬けを製造販売してきましたが、最近、同じ湘南でオリーブの栽培をしているオリーブ園で製造販売している3社のオリーブの新漬けと自分たちが製造販売しているオリーブの新漬けとを食べ比べてみました。その結果、わかったことは、形と大きさでは劣るものの、食感、味、フルーティーさとそのどの点においても、私たちが製造販売しているオリーブの新漬けの方が若干ですが美味しいということです。

考えられる理由が一つあります。それは、収穫後、30分以内に製造を委託している食品会社に直接納品しているという点です。この点に関しては3社間の違いがどこにあるのか、今後

も検証を続けたいと考えていますが、4年目にして気づいた強みとして指摘しておきたいと思います。

また、食べ比べではありませんが、私たちの製造したオリーブの新漬けを湘南地域のイタリアンのシェフ1人、ナチュラルワインを提供するワインバーのオーナー2人にも試食していただきましたが、3人がいずれも「これ本当に湘南で採れたオリーブ？」という反応でした。いずれも輸入販売されているオリーブの新漬けと比べはるかに美味しいというコメントでした。

こうした飲食関係者のコメントは、湘南オリーブの認知度向上をさらに進めるうえで重要なヒントとなっており、この点を意識した活動に次年度以降は取り組みたいと考えています。



## 2026年度の湘南オリーブの認知度向上活動について

「これ本当に湘南で採れたオリーブ？」という反応だった平塚市内のナチュラルワインバーのオーナーは2024年度から私たちと一緒に収穫作業にも参加していただいています。収穫への参加だけでなく、店のメニューにも加

えていただき、またオリーブの新漬けも店頭で販売していただいています。メニューから注文して食べた来店客のほとんどが購入されるようで、今年度もすぐに売り切れ追加注文を依頼されたほどでした。

今年度からはナチュラルワインつながりで、小田原市内のナチュラルワインバーでもメニューとして、また商品として販売していただいています。

例年製造したオリーブの新漬け200個はその70%をたった一日のイベントで地域の方々を対象に売り切っていました。今年度はこれまで紹介してきた飲食店での販売が50%を占めるようになってきました。湘南オリーブの認知度向上という点では後者の方が広がり<sup>と</sup>継続性<sup>と</sup>があり効果的です。

また、私たちと一緒に収穫作業にも参加していただいているワインバーのオーナーは現在「これ本当に湘南で採れたオリーブ？」というお客様からの反応を楽しむようにオリーブ畑のテロワール（気候、土壌）について語っているそうです。

オーナーが収穫に参加されるのも、単に商品の産地を知りたいという理由だけでなく、湘南の気候と土壌<sup>と</sup>がオリーブに適しているということ<sup>を</sup>自分でも体験し、そこで仕入れた情報とともに商品をお客様に届けたい、という<sup>も</sup>参加される理由だ<sup>と</sup>思います。

「単なる商品の提供ではなく物語を付加価値としてともに提供する。」

2026年度はこうした飲食店を中心に販路拡大をはかることで、湘南オリーブの認知度向上をさらなる段階へと押し上げたいと考えています。



## おわりに

香川県の小豆島ではオリーブの新漬け販売日をボジョレヌーボーの販売解禁日<sup>なぞら</sup>に準えて、その年に収穫されたオリーブ商品の発売解禁日を特定の日に設定しています。こうした「採れたて感」をイベント化することも2026年度の目標としており、その準備として2025年度は様々な飲食店に湘南オリーブオイル、湘南オリーブで作った新漬けなどの情報提供を学生とともに行ってきました。

旬をデザインすることは、日本における商品展開では極めて重要な要素です。

次年度はこの「湘南オリーブの新漬け解禁日」をイベント化することにも、湘南地域のオリーブ栽培にかかわる方々と共に取り組んでいきたいと考えています。

# 2025年度「自由が丘イベントコラボレーション」活動報告

西村 康樹、佐藤 有沙

## 活動報告（1）：産業能率大学生の自由が丘商店街での取り組みについて

「自由が丘イベントコラボレーション（以下：イベコラ）」の授業では、自由が丘の三大イベントである、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への企画提案、運営実行がシラバス上の課題となっている。しかし、自由が丘のイベントや活動はこれ以外にも数多くあり、学生たちは同好会であるエンターテインメント・ラボ（以下、エンラボ）のメンバーとして、そのような活動にもボランティアで参加している。

エンラボは、イベコラの授業が4期目を迎えたころ、必要に迫られて創設された。期を重ねるうちに、イベコラの活動を通じて自由が丘商店街や関わる企業・団体と学生の関係が深化し、授業内容以外の案件も頼まれるようになり、それに参加する学生も出てきた。これは自然な流れであり、授業自体にもプラスになる。このような活動に学生が参加することを大学としてカバーできるようにしたことが、エンラボの設立趣旨だ。

イベコラは2年生の履修授業だが、エンラボは同好会としてイベコラの履修を終えた3・4年生が中心的に活動しており、またイベコラの履修を考えている1年生も参加している。

現在の状況としては、自由が丘の三大イベントでイベコラの課題として関わった企業や団体が実施する別の活動にエンラボとして学生が参加し、それがまた次の年度のイベコラの活動につながっていくという好循環が生まれている。どちらも欠かすことのできないタイヤの両輪のような関係になっている。

これは、学生間の学年を超えた社会との関係性づくりにも大きく役立っており、この手の授業の課題でもある「年度ごとの連続性が担保されない」という欠点を解決する仕組みとなっている。

自由が丘の活動や事業でイベコラ・エンラボの学生が参加しているものをいくつか紹介したい。

まずは、支部活動への参加だ。自由が丘商店街振興組合は12支部に分かれており、その一つ一つが町会と呼ばれている。その中の、駅前中央会、南口商店会、広小路商店街、しらかば通り会、ひかり街の5つの町会に学生が代々深く関わっている。定例会への参加、新年会などの支部行事の手伝い、支部イベントの企画運営、配布物の制作や配布など、1年間を通して商店街メンバーの一員として学生達が活動している。このことは商店街との関係性を圧倒的に深め、産業能率大学生の好感度アップとともに、イベコラの自由が丘での活動のしやすさにつながっている。これはエンラボ活動の基本である。

また、自由が丘商店街振興組合にはいくつもの事業部があり、その活動にも学生が参加している。

環境部が行っている、自由が丘の街にもっと緑を増やす事業から生まれた都市型養蜂「丘ばちプロジェクト」のプロモーションでは、子供向け理解推進企画の立案実行などを行っている。

次に、総務部アート委員会が行っている、自由が丘の街にもっとアートの風を取り入れるという活動への参加である。具体的にはフリーペーパー制作、アートイベント開催など、これも1年間を通じて活動している。

また、最近では総務部セミナー委員会やSNS委員会にも学生が協力してくれている。セミナー委員会では商店街組合員向けのセミナーを年に2回ほど行っている。セミナーのテーマや内容の企画、当日の運営などに学生が協力してくれている。SNS委員会は新しく振興組合にできた委員会だ。いま、最も進めていかなければいけない案件なのだが、商店街のメンバーは苦手ともいえる分野である。このSNSの企画や運用に現役の産業能率大学生が関わってくれるのは本当にありがたい。具体的にはInstagramの運用や動画制作などを手伝ってもらっている。

ここに報告したものは目立ったものであり、これ以外にも数多くの活動に学生が参加してくれている。

地域と大学の連携としては、これほどうまくいっているエリアもないのではないかと思う。今年は駅前の再開発

のエリアもオープンする。自由が丘と産業能率大学の協働の場はますます増え、地域の発展のためにより力を発揮していくと思われる。

西村 康樹

## 活動報告（2）：学生が創る地域連携の新たな17年目

### ● はじめに

特色授業である「自由が丘イベントコラボレーション（以下、イベコラ）」は「街・企業・学生」が三位一体となり、地域振興活動へ参画する実践型授業である。本年度で17年に渡る本授業は年々活動の拡大を見せており、自由が丘という“街”の振興において、学生の若い力は1つの魅力であり、活力となっている。イベコラでは、3つの自由が丘イベントに向けた街・企業に対する企画提案と、街の組織の中で実社会での動きを体験する活動を主にしている。

コロナ禍以前は、長年のイベコラの活動によって、街には学生との関わりにおける組織文化が形成されていた。商店街や地域企業の関係者といったステークホルダーからは、イベコラの学生に対しての期待が寄せられ、それまでの活動特徴を基にした学びの環境が形成されていた。

しかし、コロナの流行で対面イベントが遠のいた影響により、学生の学ぶ環境として作られた街の組織文化は色を薄めた。そして、世の中の生活様式に変革が見られる今、新たにゼロベースからイベコラを構築することが求められている。私は2015年にこのイベコラを受講した卒業生として、当時、イベコラで得た学生としての学びの視点と、現在、社会人としてビジネスに触れている経験を基に、新たなイベコラの構築に関与することでさらなる発展への援助をすべく、2025年度はボランティアとして授業進行に携わった。

### ■ イベコラが関与する3つの自由が丘イベント

イベント名	開催時期	内容
スイーツフェスタ	5月	“スイーツの街自由が丘”を題材としたゴールデンウィークに開催されるイベント
女神まつり	10月	自由が丘最大級のイベントとして町会ごとにテーマを持って開催されるイベント
サンクスリパティ	11月	クリスマスを題材にしたイベント

### ● 授業概要

主にイベコラの授業は自由が丘のイベント開催時期と合わせた4月～12月の約9か月間で行われる。イベント開催時期に沿って学びや参画方法は3つのフェーズに分かれている。フェーズが進むに連れて学生の参画立場も変化をしていき、学生の行動量によって学びの質・成果が変化する。まさにイベコラでの学びとは、学生自身の経験から生まれ、身になるものだといえるだろう。

フェーズ	コンテンツ	時期
フェーズ-1	イベント：スイーツフェスタ 地域活動・イベントを体験する。	5月ゴールデンウィーク
フェーズ-2	イベント：女神まつり 地域・企業の一員となり、イベントを開催する。	10月2週目
フェーズ-3	イベント：サンクスリパティ 経験を基に、地域・企業貢献の質を向上させ、社会との関係構築を図る。	11月下旬～12月初旬

## ● 2025年の主な成果

自由が丘最大のイベント、“女神まつり”で開催された以下4つの学生企画を中心に成果として報告を行う。

No.	企画名	内容・成果
1	輪郷～リンク～ 郷に出逢い、魅力に触れる	新潟・静岡・北海道・秋田・宮城・金沢・茨城・石川・沖縄・愛媛の企業・自治体による地方出展を集めたイベントを企画・運営。
2	わんこスター発見！	ペット犬のコンテスト開催。 ペットを対象とした事業展開企業からの協賛獲得。 コンテストへの投票数は5,000票を超える。
3	おもちゃ St. 自由が丘にサンリオカフェワゴンがやってくる	サンリオカフェワゴンを中心に子供が楽しめるおもちゃ体験のイベントを開催。
4	失われた歯車と商店街のキセキ	商店街全体を利用した謎解きイベントを開催。企業協賛による謎解きコンテンツの制作から演出づくりを行った企画。

女神まつりは、フェーズ1が終了した5月中旬～9月一杯がメインの準備期間となり、夏休みを挟むため、実質授業は4か月程度となる。そのため、イベントのイロハを知ってから約4か月の中で企画を形にしなくてはならず、相当のエネルギーが必要になる。しかし、本年の女神まつりでは上記のと通りの企画実施に至り、内容においても質の高いものが実現された。

## ● 自由が丘のイベントへの効果

各企画は参画企業数・顧客数共に大きな結果を出しており、イベント開催範囲においても例年よりも拡大した。また、今回のイベントは「自由が丘といえばペット連れが多い」「ひかり街ではレトロな雰囲気を活かした謎解き」等の自由が丘の特徴を活かしたコンテンツが形成されており、自由が丘の既存ファン層の参画も多く見られたことから、イベントの振興に大きく寄与したと考える。

## ● 学生の学び

学生はこれらの経験という学びを経て、目指すゴール（企画の実現・街や企業との関係構築）における自身の行動の重要さと、実現に協力いただいたステークホルダーへの感謝の気持ちを得ることになる。社会ではサービスを提供し利益を得る中で、目指す目標に対し行動をしていく力が必要になる。イベコラの履習生には、本年の経験のみで終わらずに、この経験をどのように活かせるのか、更に高みを目指してほしい。また、社会に出た暁には、行動力のある即戦力となることを期待したい。

まさにイベコラの学びは、学生が無量大の可能性を広げる大きなきっかけになるだろう。

佐藤 有沙

# 総合研究所が2025年度に実施した 産学連携の振り返り

川合 広訓、天野 健司

## はじめに

総合研究所では、全国の民間企業、官公庁・自治体の人事・教育担当者向けに、人材育成に関する情報収集・課題解決に役立つイベントを随時開催しています。

イベントでは、外部の研究者や実務家に加え、産学連携を実践している組織であるという本学の特徴を活かし、本学教員をゲストとして招き、経営管理研究所研究員や総合研究所の職員がファシリテートしながら進めています。今回は、2025年度に本学教員が登壇した総合研究所が開催したイベントについて報告します。

## 【2025年10月25日開催】「東京サピアカデミー 2025」 「ダーウィンの進化論を読み解く～企業戦略の歴史的考察と未来に向けて～」

「東京サピアカデミー」とは、東京駅直結のサピアタワーに入居する大学を中心に開講している、無料の公開授業(1時間)です。今年も10月25日(土)の午後、サピアタワーに入居する10大学を中心に開講されました。全体テーマ「これからの未来」に則し、本学が開講した授業は『ダーウィンの進化論を読み解く～企業戦略の歴史的考察と未来に向けて～』。講演者は、ゼミの研究テーマを「進化が未来を切り拓く、生物学から学ぶ企業戦略」とする経営学部の横井真人教授です。

横井教授は、講演開始前に会場へ入場する一人ひとりに参加

の目的について尋ね、講義内容への期待感や積極的な参加姿勢を醸成していました。

前半は、横井教授が進化論に着目した理由、進化の仕組み、人間の進化の特性についての講義でした。食料増産が文明発祥の源になり人間社会が発展していたこと、認知革命(見えないものを信じられる能力)が人間の転換期であること、ミーム(行動や情報が断片的に人から人に広がっていく)を通じて文化的進化を達成したことなど、再発見につながる興味深い内容が紹介されました。

後半は、進化論を受け、企業の進化への置き換えについて、日本のコーヒービジネスと日本を代表するカメラ業界3社の環境適応への変遷など、事例を交えて説得力のある講義が行われ、最後に企業・自身の進化についての要点がまとめられました。参加した本学大学院生や卒業生、他参加者からも多くの質問が寄せられ、環境適応の重要性と将来何が起こるかを予測するためにもインプットを幅広く行い、自分をアップデートさせることの重要性が語られました。



2025年10月25日開催 「東京サピアカデミー 2025」

## 2025年9月開催】HRサミット ONLINE 職場のキーパーソンのキャリアのゴールは管理職になることなのか？ ～キーパーソンへのインタビュー事例から考える人材育成のヒント～

少子高齢化やグローバル化、AIの進展などにより、人事を取り巻く環境はかつてないスピードで変化しています。複雑化する課題に立ち向かう人事部門と人事メンバーを強化し、組織と働く人の力を引き出すことをテーマとする「HRサミット2025 ONLINE」（ProFuture 株式会社主催）に、本学も出展しました。本学の講演テーマは「職場のキーパーソンのキャリアのゴールは管理職になることなのか？～キーパーソンへのインタビュー事例から考える人材育成のヒント～」です。

講演では、8社10名へのインタビュー調査をもとに、職場のキーパーソンに共通する特徴や育成のあり方、さらに「管理職になりたいという志向が強い人」の特徴について、ProFuture 株式会社の寺澤康介代表取締役社長のファシリテーターのもと、マーケティングセンター丸山夏子課員による調査結果報告を、経営学部齊藤弘通教授が読み解き、次世代管理職育成の手がかりを探りました。

「管理職の業務負担が増加する中、現場で十分なマネジメント時間を確保することは容易ではない。また、多様な価値観を持つ若手への対応や中堅層のモチベーション低下、管理職ポジションへの敬遠などの要因もあり、管理職への登用が必ずしも円滑に進んでいない状況である。このため、現場で力を発揮する職場のキーパーソンは、現場の安定運営や活性化、そして今後の管理職候補の確保において、これまで以上に重要な存在となっている。」というメッセージと共に、管理職育成に向けた具体的なソリューションについても提言し、参加いただいた皆様から高い評価をいただきました。



2025年9月開催 HRサミット ONLINE

### まとめ

本学では、今回紹介したイベントだけでなく、総合研究所がクライアント向けに提供している研修・コンサルティングサービスの講師・コンサルタントとして、本学教員が出講する形での産学連携にも取り組んでいます。

総合研究所では、今後も、社会人教育の立場から、本学の特色を打ち出していくために産学連携の取り組みを強化し、学生教育と社会人教育の相乗効果を高めることにつながる各種施策を継続していきます。また、これらの取り組みを通じて、総合研究所は全ての学習者に対し、実践的で価値ある学びの場を提供し続け、社会に貢献する人材育成を目指していきます。

あとがき

「我が国の『知の総和』向上の未来像 ～高等教育システムの再構築～」(中央教育審議会 令和7年2月21日答申)では、「真に人が果たすべきことを果たせる力を備え、人々と協働しながら、課題を発見し解決に導く」人材の育成、そして地方創生の推進など地域連携の重要性が強調されています。地域創生・産学連携研究所は、学生が地域社会に関わりながら真の課題を発見・解決すべく、多様なステークホルダーと協働・実践するプロセスを調査・研究し、発信することを目的としています。

2025年度の地域・産学連携活動を振り返ると、本学が掲げる「実践教育」が、自由が丘、湘南、そして石垣島という各フィールドにおいて、かつてないほど高い純度で結実したことが伺えます。

今年度の大きな特徴は、学生たちが単なるイベントの補助者にとどまらず、地域の「課題解決の主体」として深くコミットした点にあります。商店街のDX支援や農産物の販路開拓、さらには地球規模の環境課題への提言など、現場の一次情報に触れながら理論を実践へと昇華させるプロセスは、学生にとって「社会で即戦力として動ける自信」へと繋がりました。また、東京都功労者表彰をはじめとする公的な評価をいただいたことは、本学と各地域が築いてきた信頼関係が、真の意味で社会的な価値を有していることの証左でもあります。

学生たちを温かく迎え入れ、共に汗を流してくださった自由が丘商店街振興組合の皆様、自治体・企業の皆様、そして多大なるご支援を賜りました関係者各位に、心より深く感謝申し上げます。本学は今後も、地域社会との「知の共創」をさらに推し進め、次代を担うリーダーの育成に邁進してまいります。

本学の最大の特徴である「教職協働」により、当研究所の活動は発展し続けています。次年度も引き続き、この独自のアプローチをもとに、他大学にはない地域創生・産学連携のあり方を調査研究してまいります。

最後に、本研究所の活動にご協力いただきましたすべての皆様に、重ねて厚く御礼申し上げます。

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】

小林 幸平 経営学部 教授

### 【研究員】

赤羽 治 経営学部 教授

高原 純一 経営学部 教授

都留 信行 経営学部 教授

松岡 俊 情報マネジメント学部 教授

小杉 樹彦 経営学部 准教授

櫻井 恵理子 経営学部 准教授

渡邊 直子 経営学部 講師

川合 広訓 総合研究所 研修管理部長

天野 健司 総合研究所 講師管理課長

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 顧問

西村 康樹  
自由が丘商店街振興組合 総務部長

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

### 【相談役】

岩井 善弘  
経営学部 教授

林 巧樹  
入試企画部長

### 【客員研究員・相談役】

岡田 一弥  
自由が丘商店街振興組合 理事長  
目黒区商店街連合会会長・代表理事  
東京都商店街連合会副会長  
株式会社ジェイ・スピリット代表取締役

### 【事務局】

沓掛 栄美子  
大学事務部 学生サービスセンター

結城 祐磨  
大学事務部 学生サービスセンター

(2026年3月現在)

2025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8号

2026年3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

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

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



Regional Revitalization and Industry  
Academia Cooperation Research Center  
Annual Report 2025