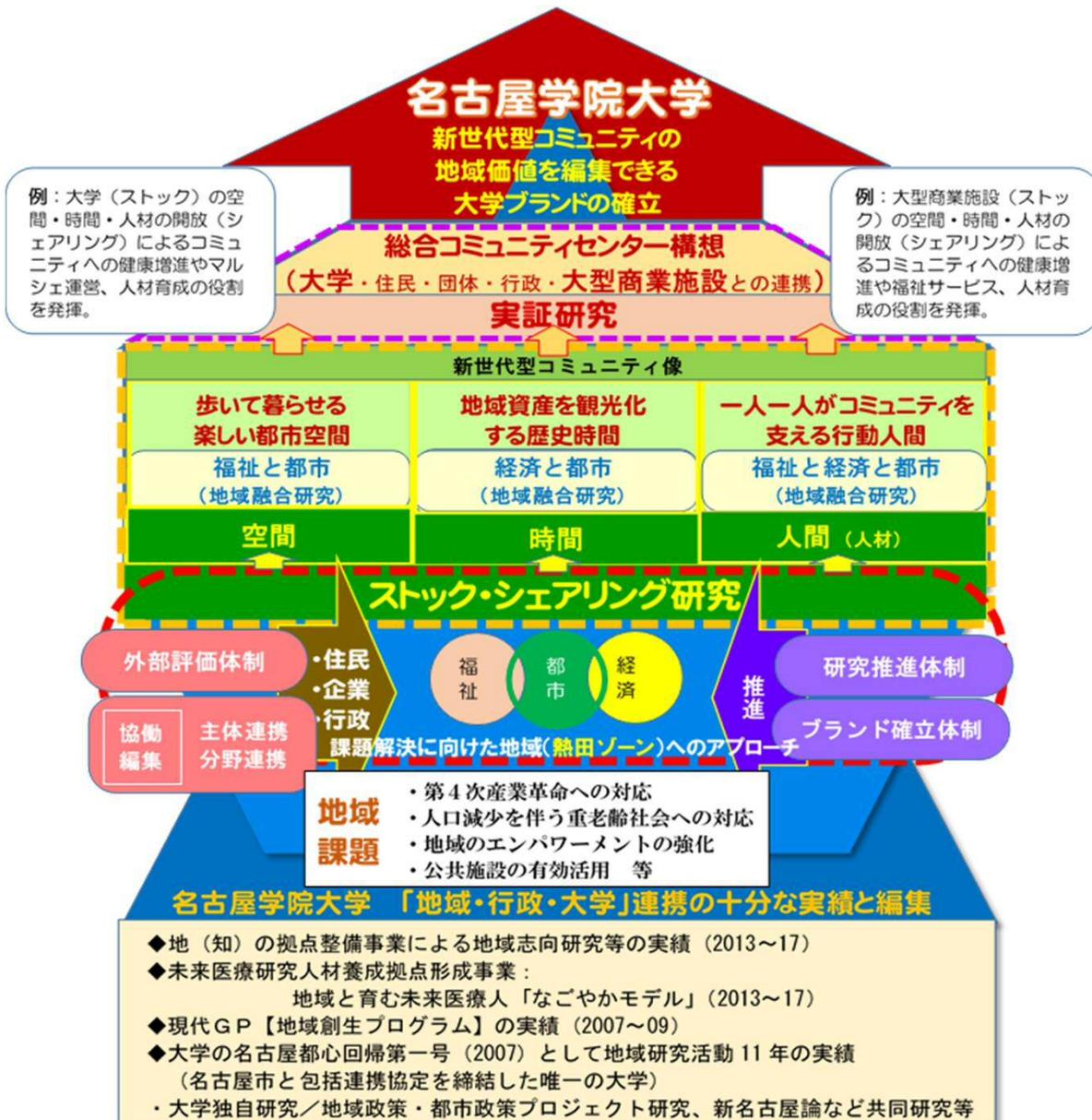


平成30年度私立大学研究ブランディング事業計画書

1. 概要（1ページ以内）

学校法人番号	231010	学校法人名	名古屋学院大学		
大学名	名古屋学院大学				
主たる所在地	愛知県名古屋市				
事業名	ストック・シェアリングを通じた地域価値の編集による新世代型コミュニティの実現に向けた多層的研究				
申請タイプ	タイプA	支援期間	5年	収容定員	5600人
参画組織	経済・現代社会・商・国際文化・リハビリテーション学部、社会連携センター、総合研究所、広報室				
審査希望分野	人文・社会系	○	理工・情報系		生物・医歯系
事業概要	日本の諸課題は地域に集約され、地域で顕在化する。本事業は福祉・都市・経済を地域で融合し、また各種ストック（空間・時間・人間等）をシェアリングすることで、地域の課題解決と新価値の創出を図る。公共的、歴史的、人的な資源が豊富な名古屋市熱田区（本学所在）を研究ゾーンに位置づけ、地域関係者との協働研究により、新世代型コミュニティ像を明らかにし、地域価値を編集できる力をもった大学としてのブランドを確立する。				

イメージ図



ストック・シェアリング：地域に蓄積（ストック）された資源（空間・時間・人間（人材）等）を分かち合う（シェアリング）こと

2. 事業内容（2ページ以内）

(1) 事業目的

■事業の目的—福祉・都市・経済の地域融合とストック・シェアリング

本事業の目的は、第一に縦割りになりがちな福祉・都市・経済を地域で融合することで地域課題を解決に導く研究を推進すること、第二に地域に蓄積（ストック）された資源（空間・時間・人間（人材）等）を分かち合う（シェアリング）、すなわちストック・シェアリングという編集力により新たな地域価値を引き出すことにより、課題を解決しうる地域力を持った新世代型コミュニティ像を明らかにすることである。

本学が所在する名古屋市熱田区は、神話の世界を生み出すほどの歴史資源や、公共インフラ、人材といった資源も豊かに賦存しているため、本研究の中心的ゾーンとして位置づける。その上で、福祉・都市・経済を地域で融合（＝分野連携）しつつ、地域（住民・団体・企業・行政）との協働研究（＝主体連携）を行う。

このような取組によって、本学が課題解決に向けて地域価値を編集できる力を持った大学としてのブランドを確立していくものである。

■社会情勢分析—地域コミュニティのエンパワーメントの強化

日本の諸課題は地域に集約され、地域で顕在化している。人口減少下で75歳以上が高齢者の過半数を占める重老齢社会が到来し、本学が所在する名古屋市熱田区は従来から高齢化率が高く2017年10月1日現在で26.3%（市内16区中4位）であり、「平成29年度熱田区区民アンケート結果」によると区民の40.5%が「高齢化への支援」を課題と捉えている（防犯、防災に次ぐ3位）。しかし、増大する後期高齢者の介護等のサービス提供や施設整備等は個人対応では限界があり、行政対応にも限界があるので、個別の行政施策を融合して対処することが必要である。例えば、健康寿命を延ばすには「福祉」と「都市」を「地域」で融合させる視点が必要であり、その結果、楽しく歩ける街・どこでも仲間と語らえる街が実現可能となる。

成熟社会に入った今日、需要的にも財政的にも限界が到来し、これまでのフロー（供給）から転化したストック（蓄積）を有効に活用することが求められている。また、第4次産業革命が進展し、所有から利用への転換に伴い、シェアリングエコノミーという概念が一般化している。名古屋市においては、公共インフラの老朽化に伴う施設の集約化・有効活用、さらには都市の魅力発信が重要な課題（名古屋市は全国8都市で最も魅力に欠ける：「都市ブランド・イメージ調査結果」2016年7月発表）となっている。熱田区には市内の観光施設で最大の年間700万人が来訪する熱田神宮をはじめ歴史的文化遺産や公共施設・空間が豊富に存在し、地域愛に溢れた住民・団体にも恵まれている。しかし、国際的な都市間競争が激化し、リニア中央新幹線が2027年度に開業する中で、個別の主体が努力を重ねるのでは魅力・活力の飛躍的な向上を図ることは困難と言わざるを得ない。したがって、地域資源を有機的につなぐことにより、地域の魅力向上・発信、新たなサービスやビジネスの創出を図ることが急務となっている。

これらの社会情勢を通じて、第一に縦割りで展開されてきた行政施策を「地域」で括り、異なる分野を融合し課題解決に当たること、第二に地域に蓄積された様々な資源（空間・時間・人間（人材）等）を分かち合う（ストック・シェアリング）ことで、生活の利便性や地域の魅力の向上を図るとともに、地域コミュニティの活力を高めること、その結果、地域資源の活用や人材の育成を通じた潜在能力の発揮、すなわち「地域コミュニティのエンパワーメント」の強化が求められている。

■本学の現状と課題：都心回帰第1号で地域に寄り添う大学として地域で役割を発揮

本学は2007年4月に、名古屋圏において初めて都心回帰を果たし、大学本部及び3学部を名古屋市熱田区に移転した。名古屋市と包括連携協定を締結（名古屋市内の大学で唯一）し、熱田区で唯一の大学として研究・教育・社会貢献の成果を着実に蓄積しており、地（知）の拠点整備事業（名古屋市内の大学で唯一）をはじめ文部科学省の支援事業にも取り組んでいる（詳細は「3.ブランディング戦略」参照）。

地域の課題解決に向けた研究については、近年、「減災・福祉」「地域商業・経済」「歴史観光」を重点テーマとして、経済学、経営学、社会学、社会福祉学、公共政策、理学療法学等の専門分野を結集した研究を推進してきた。成果還元の主な例として、高齢者の孤独死を防ぐ取組、商店街活性化、デジタルコンテンツを活用した地域の魅力発信、熱田区の地域ブランド戦略、地域住民の健康増進等が実施されている。現在、地域に関する福祉・都市・経済の各分野における研究が蓄積されてきたため、上記の社会情勢に対応し、3分野を融合したプロジェクト研究に力点を移していくことが課題である。

本学は熱田区の中心部に位置し、名古屋国際会議場や白鳥庭園に隣接・近接し、熱田神宮等の歴史的文化遺産も徒歩圏内にあり、これら関係者と個別に連携した取組を蓄積してきた。今後は、「ストック・シェアリング」の視点による研究を推進することにより、地域の魅力向上や経済活性化等において相乗効果が生まれるよう、知の拠点としての役割を強化していくことが課題である。既に熱田区主催のイベントにおいて、史跡や公共空間等をバスでつなぐ取組の中心的役割を担っており、また、大型商業施設（イオンモール熱田）と連携した総合コミュニティセンター構想も進展しているなど、ストック・シェアリングの取組を始動させている。

上述のとおり、本学が地域において果たすべき役割は、これまで取り組んできた個別の課題解決を深化させ、「福祉・都市・経済の地域融合」「ストック・シェアリング」という新たな枠組みにより、地域資源を編集（収集・整理・構成）し、地域の課題解決や価値創出に貢献することである。すなわち、本研究事業においては、「課題解決に向けて地域価値を編集できる力を持った大学」として独自色を打ち出すことが求められている。

【大学の将来ビジョン】

名古屋学院大学は、中京地区最初のミッションスクールを起源とし、神を敬い、神から与えられた自らの力を伸ばし、それを社会や人のために惜しみなく用いよという意味の「敬神愛人」を建学の精神とする。1964

年創設の本学は、50周年を機に中長期計画を策定した。「建学の精神『敬神愛人』に基づき、教育・研究・社会貢献の各側面において絶え間ない改革を実行し、とりわけ教育重視の大学として有為な人材を輩出することにより、社会から強固な信頼を獲得し、中部地区で確固たるプレゼンスを発揮する大学になる」を総合ビジョンとし、特に研究ビジョンでは地域社会や産業界の発展を支える研究拠点を形成する考えを示している。

このビジョンを踏まえると、本学のミッションは「地域に寄り添い、地域を理解し、地域愛を育む」大学として地域の課題解決へ持続的かつ果敢に取り組むことにあり、その先に新しい地域コミュニティ像を提示し、地域価値を創出することにも、その精神を見いだすことができる。

(2) 期待される研究成果

■地域課題への3つのストック・シェアリング・アプローチと実証研究

本事業は名古屋市熱田区を研究対象ゾーンに位置づけ、地域課題を解決する新世代型コミュニティを形成していくために次の3つのアプローチによるストック・シェアリング研究を推進していくとともに、それらを総合化する実証研究を展開する。これらの研究成果として、新世代型コミュニティ像が明らかになる。

◆ストック・シェアリング研究1ー歩いて暮らせる楽しい都市空間

都市空間のストック・シェアリングにより、歩いて暮らせる楽しい街の空間構造とそのマネジメントについて福祉と都市の地域融合研究を行う。これを通じ、新世代型コミュニティを受け入れる都市構造が明らかになる。

①高齢者等が楽しく暮らせる社会システムと都市空間の融合研究.....高齢者の健康増進・仲間づくりを後押しし、楽しく歩ける都市空間のあり方を国内外の先進事例を踏まえ、研究フィールドでの展開可能性を研究する。あわせて、環境にやさしいカーシェアやバイクシェア等を可能にする条件整理とそれを内包する都市空間のあり方を研究する。

②多世代が交流できる福祉・商業機能の融合研究.....これまで本学は商店街と連携して活性化に大きく寄与してきたが、さらに、新しい複合商業機能として福祉サービス型の商店街や大型商業施設の条件等を研究する。これまで関わってきた日比野・神宮前・金山商店街や既存または新設予定の大型商業施設を対象にする。なお、商業施設の発行カードを利用して、例えば学生証利用、電子マネー、社会貢献ポイント加算等を行うことで、最終的には地域通貨の普及も研究する。

◆ストック・シェアリング研究2ー地域資産を観光化する歴史時間

熱田に賦存する豊かな歴史資産のストック・シェアリングにより、経済と都市の地域融合研究を行う。これを通じ、観光客の増加による地域経済の活性化や雇用拡大につながっていく。

③あつた宮宿会等との連携による歴史観光推進研究.....年間700万人を集客する熱田神宮を筆頭に熱田区には数多くの観光スポットがある。また老舗企業が集まり、あつた宮宿会として熱田神宮で毎月あつた朔日市を開催している。各種主体を通じて、まちのガイド、名古屋めしの普及、観光バス駐車場の整備など、各種主体との連携を通じて、歴史観光推進の方策を研究する。

④空き家・空き店舗の有効活用研究.....古くからの市街地を形成している熱田区では、今後空き家・空き店舗が増加することが予想されるため、シェアリングを通じた有効活用（例えば、観光のための民泊、既存商店街空き店舗等を活用した観光土産ゾーン等）について研究する。

◆ストック・シェアリング研究3ー一人一人がコミュニティを支える行動人間

人間（人材）のもつ才能や時間のストック・シェアリングにより福祉・都市・経済の地域融合研究を行う。これを通じ、持続可能性を高める地域のエンパワーメントの強化が図られる。

⑤増加する地域密着型の高齢者を活用したコミュニティ活性化研究.....市内のなかで高齢化が進んでいる熱田区で、高齢者の社会貢献できる才能・時間・居場所等を把握し、コミュニティ活性化の役割を研究する。

⑥公共施設・公共空間の有効活用研究.....熱田区には大規模かつ多様な公共施設・公共空間（国際会議場・白鳥庭園・生涯学習センター、文化小劇場・各種公園等）が集積している。それらを地域コミュニティの課題解決につなげる運用システムを研究する。

◆実証研究ー大学と大型商業施設との連携による総合コミュニティセンター構築

ストック・シェアリングの重要な対象は、知的資産である大学や多くの人々を集客する民間資産である大型商業施設が挙げられる。これらは、新世代型コミュニティの“総合センター”になり得る。熱田区では象徴となり得るこの2つの優良資産（本学NGUと大型商業施設MSC=Mega Shopping Center）の連携を通じて、地域課題解決に向けた実証研究を行う。

●各施設の空間や集客力、人材力をシェアリングし、地域コミュニティ支援に向けて、上述の①～⑥のテーマの実証研究を行う。具体的には、健康増進活動の支援やコミュニティ活動事務局支援、人材育成に向けたカルチャースクールの開催、買い物難民のための巡回バスやマルシェ運営等に関するニーズ調査や開放・連携のための条件整理を行い、新世代型コミュニティの“総合センター”のあり方を研究する。

■期待される成果・全学的な優先課題

これら6つの研究テーマと実証研究は、全学的な優先課題である「福祉・都市・経済の地域融合」及び「ストック・シェアリング」という枠組みによる研究を具現化したものであり、熱田区を実証研究エリアとして地域の社会・経済・雇用・文化の発展に貢献する内容であるため、より具体的な成果を還元することができる。また、本学と熱田区との連携事業は都心回帰した11年前から継続的に実施され、信頼関係の構築がなされているので、研究の受け入れ態勢は整っている。さらに、本事業の成果は今後顕在化する諸課題に向けた政策的提言も含意していることから、本事業を通じて他の大都市をはじめとする多方面に波及することが期待される。

以上より、本研究については、基盤となる研究実績・連携実績があり、かつ始動していることから、本事業を通じた新世代型コミュニティにふさわしい地域価値の創出は十分に期待できる。

3. ブランディング戦略（5ページ以内）

①建学の精神及び将来ビジョンに対する本事業の位置づけ

■地域に寄り添いながら地域の課題を解決する姿勢を中長期計画に明示

本学の建学の精神は、キリスト教主義に基づく「敬神愛人」である。「神を敬い、他者を愛す」という「敬神愛人」は、謙虚に学び、他者を尊重して、自分の能力を社会のため人のために惜しみなく用いよという聖書の教えを表している。本学は、教育目標に「高い志と豊かな国際感覚を備え、社会の発展に貢献できる人材の育成」を掲げており、専門的な知識や能力を身に付けるだけでなく、建学の精神に込められた「学ぶこと」「与えること」から、困難な状況下でも自分の道を切り拓くことのできる人材の養成を目指している。

建学の精神を踏まえて策定された、「名古屋学院大学中長期計画－Look Forward 2014 - 2023－」における将来ビジョンは以下のとおりである。

項目	内容
総合ビジョン	建学の精神に基づき、教育・研究・社会貢献の各側面において絶え間ない改革を実行し、とりわけ教育重視の大学として有為な人材を輩出することにより、社会から強固な信頼を獲得し、中部地区で確固たるプレゼンスを発揮する大学になる。
教育ビジョン	社会や産業界が求める質の高い学士課程教育を確立する。
研究ビジョン	社会や産業界の発展を支える研究拠点を形成する。
社会貢献ビジョン	地の拠点としての存在感を高め、活力ある社会づくりに貢献する。

特に、研究ビジョンでは、「教員の研究力向上や研究環境整備の推進により、社会や産業界の発展を支える研究拠点を形成する。研究成果を教育の質向上に反映するとともに、地域社会に発信・還元する。」ことを定め、社会貢献ビジョンでは、「地域社会が抱える課題の解決に貢献するため、企業・自治体・住民等と連携した教育研究に全学で取り組む。」ことを定めている。

このように本学は、地域社会の抱える課題に対して、地域に寄り添いながら解決を目指すという姿勢を将来ビジョン及び中長期計画に明示している。

■地域・社会連携をテーマとした研究の拡充を中期アクションプランに明示

中長期計画に基づく「中期アクションプラン」においては、社会貢献ビジョンに対応して、地域・社会連携事業の再編（2018年度以後）に当たり、今後は教育事業の継続に加えて研究事業の拡大に力点を移すこととしている。具体的には、今後3年間の中で、本学教員による分野を特化した研究チームの体制を整備し、地域との共同研究の推進拠点を設置する計画を立てている。ここでの研究チームには、「ストック・シェアリング研究」、「実証研究」を包含している。以上のように、**本事業は中長期計画に基づくアクションプランの中で明確に位置づけられており、全学的に実施していくものである。**

本事業は、名古屋市の中でとりわけ地域資源が凝集する熱田区を研究対象ゾーンとして、福祉・都市・経済の地域融合研究に基づき、地域のストック（空間・時間・人間（人材）等）をシェアリングすることを通じて、その課題解決と新たな価値の創出を図ることに独自性がある。なお、本事業の独自性及び将来ビジョンは学内で周知済みである。

■地域を対象とした豊富な研究実績

本学は2007年4月に、名古屋圏において初めて都心回帰を果たし、大学本部及び3学部を名古屋市熱田区に移転するとともに、地域連携センターを設置（2015年10月に社会連携センターに改組）した。開学以来、地域に積極的に足を運び、地域に寄り添い、地域と協働した研究を積み重ねてきており、とりわけ、都心回帰した2007年度からは、名古屋市（熱田区）を主な対象として、複数学部によるプロジェクト研究や文部科学省の助成事業に取り組んできた。また、2013年度から継続して、私立大学等改革総合支援事業タイプ2（地域発展）に選定されており、地域社会に貢献する研究教育等の実績が評価されている。これらの取組は本研究の基盤となるものであり、概要は以下のとおりである。

年度期間	内容	具体的な取組又は成果
2007～2015	地域政策プロジェクト研究（学内共同研究）	地域経済、地域福祉、地域行政、地域づくり等を基本分野とし、地域の政策課題について総合的視点と実践的立場から研究し、政策提言を実施。
2007～2016	都市政策プロジェクト研究（学内共同研究）	名古屋圏の都市政策研究を積極的に推進することを目的とし、地域商業、歴史観光、減災・福祉分野を対象に、地域課題に関する横断的な解決策を検討。
2007～2009	現代的教育ニーズ支援プログラム（現代GP）〔地域活性化への貢献〕	名古屋市熱田区の商店街活性化、瀬戸市と名古屋市との地域間交流等を推進。
2013～2017	地（知）の拠点整備事業（大学COC事業）	地域商業、歴史観光、減災・福祉のアプローチから、地域課題の解決に資する研究等を推進。
2013～2017	地域と育む未来医療人「なごやかモデル」	地域住民が住みなれた土地で、豊かに老いを迎えることができる社会を支える医療人の育成。
2017～	新名古屋論（学内共同研究）	歴史的な文脈の分析に基づき、今日の都市資源のポテンシャルや新たな外圧的要素（リニア新幹線等）を踏まえた将来の活力を持続させる新名古屋論を明らかにする。

このほか、本学の優位性を示す客観的データとして、地域貢献度ランキング（日経グローバル 2017年11月発行）が東海地区の私立大学の中で1位となっている。

さらに、本学には以下のとおり本事業の研究テーマと関連する研究の蓄積が豊富にあり、「ストック・シェアリング研究」、「実証研究」へ発展的に継承していく。

分野	研究テーマ	本事業の基礎となる研究実績（抜粋）
ストック・シェアリング研究	歩いて暮らせる楽しい都市空間	<ul style="list-style-type: none"> ・通りの歩行環境評価の試みーウォーカブルタウンへの潮流と歩行者交通実態調査から ・商店街における商業集積のマネジメント ・持続可能な発展指標の新展開
	地域資産を観光化する歴史時間	<ul style="list-style-type: none"> ・日本におけるソーシャルビジネスの発展可能性 ・地域資源の情報発信とコンテンツツーリズム ・自治体による空き家対策に関わる政策効果の検証
	一人一人がコミュニティを支える行動人間	<ul style="list-style-type: none"> ・熱田区地域支えあい創出事業（高齢者の孤独死を防ぐ研究） ・超高齢社会に向けた老人クラブの活性化方策に関する実態調査 ・公共空間と地域のマネジメントー地域総合マネジメントの構築へー
実証研究	大学と大型商業施設との連携による総合コミュニティセンター構想	<ul style="list-style-type: none"> ・大学と地域との連携によるまちづくり ・健康運動教室の地域展開 ・多文化共生まちづくりに関する国際社会学的研究 ・地域ブランド構築と地域活性化への効果に関する考察 ・「地域金融機関の経営と地域の産業構造」プロジェクト

■本事業で協働する住民・団体・企業・行政との豊富な連携

本学は、かねてより地域に寄り添った取組を行い、研究・教育・社会貢献の役割を發揮してきた。特に、名古屋移転後は、以下のとおり、住民・団体・企業・行政と協働した多数の取組を実施しており、これらの実績が本事業を推進する上での基盤となる。

	連携先	主な内容	
住民・団体	公益財団法人まちづくり公社 名古屋都市センター	名古屋の魅力向上や地域コミュニティの再生に貢献することを目的とした連携協定を締結し、特に減災分野での研究教育を実施している。	
	公益財団法人名古屋観光 コンベンションビューロー	魅力ある地域づくりをすすめ、地域社会の発展に寄与することを目的とした連携協定を締結し、特に観光分野での研究教育を実施している。	
	名古屋国際会議場	まちづくりに関する情報発信や生涯学習講座を実施するほか、避難訓練コンサートに協力している。	
	白鳥庭園	国際会議参加者を対象としたエクスカージョンで本学学生が英語ガイドツアーを実施するなど、様々な行事に協力している。	
	あつた宮宿会 ※熱田の企業・NPO・大学が参画	名古屋市熱田区の魅力再発見・伝承のため、フォーラム・シンポジウムや、「あつた朔日市」、「宮の浜市」への運営協力等を行っている。	
	日比野商店街振興組合	学生主体によるまちづくりカフェ「マイルポスト」の展開や「おやこまつり」等、多様なイベントを実施している。	
	金山商店街振興組合	商店街と協働で「手羽先読本」制作するなど、『世界に羽ばたく手羽先の聖地 熱田・金山』をテーマに、多様な取組を実施している。	
企業	イオンリテール株式会社	イオンモール熱田の保有する施設を開放し、地域コミュニティを活性化させることを目的とした協定を2018年度中に締結する予定である。	
	行政	名古屋市役所	商店街の振興、観光の推進、まちづくりなどを通じた、情報の交換や人の交流、事業の実施に関する連携協定を締結し、本学の立地する熱田区を主な舞台とした様々な取組を実施している。
		名古屋市熱田区役所	熱田区役所と協働で、熱田ブランド「キープレーズ」及び「熱田ブランドシンボルマーク」の創出や、熱田区区民会議を運営している。

②本事業におけるステークホルダーと、ステークホルダーごとの本学に対する評価及び認知度

■本事業におけるステークホルダーの設定

本事業では、住民・団体・企業・行政との連携を通じて協働研究を行い、地域に成果を還元する。また、本事業の成果を紹介・周知することによって、大学としてのブランド価値が高まり、本学を目指す受験生の増加や在学生の大学への帰属意識の向上にも繋げていく。

以上のように、本事業におけるステークホルダーは地域住民（高齢者等）、団体（地元商店街等）、企業（大型商業施設）、行政（名古屋市・熱田区）、受験生及びその保護者、在 student と多岐にわたっている。

■ステークホルダーのタイプ分け

本事業におけるステークホルダーを、以下のように分類する。

タイプ (a) 本事業の主体となるステークホルダー

地域住民（高齢者等）、団体（地元商店街等）、企業（大型商業施設）、行政（名古屋市・熱田区）

タイプ (b) 本事業のブランド・イメージを波及・浸透させる対象者

在学生、受験生及びその保護者

タイプ (a) のステークホルダーは、本学と協働研究を行う機関であり、研究の成果を直接的に還元する対象であることから、本事業の主体として位置づけた。タイプ (b) のステークホルダーは、本事業と直接的には関係しないが、本事業の進展に伴ってイメージを波及・浸透させたい対象として位置づけた。

■ステークホルダーによる、本学の社会貢献事業に関する評価及び認知度

タイプ (a) は名古屋市熱田区におけるステークホルダーである。これまで本学が地域における社会貢献事業を継続して行ってきたため、本学の取組に対して、好意的かつ高い評価をしていることが各種アンケートの結果や意見交換の機会によって明らかとなっている。しかし、特にタイプ (b) の受験生及びその保護者については、本学の社会貢献事業とは直接的に関係のない立場であるため、本学の取組が評価及び認知されていないことが各種調査によって明らかとなった。

(1) 地域住民による評価

地域住民の方は、大学と行政、商店街等が協働して実施する各種のイベントに参加する機会が多く、各種アンケートでは好意的な意見が多数寄せられている。特に、本学が主催する公開講座の受講者アンケートの結果は、満足：62.5%、どちらかといえば満足：32.4%であり、合計94.9%の出席者から高く評価されている。

また、本学は、地域と連携した研究・教育を推進するため、関係者が集う意見交換の機会を設けている。その一例として、名古屋市・熱田区、地元商店街・企業、NPO法人、地域住民により構成する「名古屋キャンパス委員会」を定期的に開催しており、同委員会で地域住民の代表者より「今後も地域の取組を継続してほしい」との意見や、有識者による外部評価において、「地域の関係者の声を聞き、学生がこれまで関わってきた様子を知ることができ、大変良い取組である」と高く評価されている。

(2) 団体（地元商店街等）による評価

「名古屋キャンパス委員会」で、日比野商店街振興組合や金山商店街振興組合から、「社会連携事業の取組数の多さに感心している。今後も連携しながら様々な取組を行いたい。（抜粋）」と高く評価されている。

(3) 企業（大型商業施設）による評価

名古屋市熱田区での大型商業施設の代表格であるイオンモール熱田より、本学のこれまでの取組が高く評価され、熱田区役所やあつた宮宿会等を繋ぎ、熱田区のみとめ役となることが期待されている。また、地域と一体となって地域発展・地域貢献に取り組む『イオン「地域エコシステム」』の協議会設立や、座長としての役割及び研究への取組も期待されている。

(4) 行政（名古屋市・熱田区）による評価

本学の連携自治体に対するアンケート調査の結果、名古屋市熱田区長より『「あつた宮宿会」が熱田神宮参道等で実施する「あつた朔日市」は、大学との連携もあり、地域の特色あるイベントとして定着し、活動が地域全体に広がっている。また、防災訓練におけるTwitterによる情報発信をはじめとした減災まちづくりの取組が評価され、平成29年度に新設された名古屋市防災表彰の市長表彰を大学で唯一受賞した。このように、様々なテーマで地域貢献に尽力いただいております。地域においてなくてはならない存在となっている。（抜粋）』と高く評価されている。

以上のように、地域と連携した取組を継続して行ってきた結果、これらのステークホルダーから、本学の社会貢献事業に関する取組が非常に高く評価されている。

(5) 受験生及びその保護者による評価及び認知度

本学の社会貢献事業に関する取組が高く評価されている範囲は限定的であり、特に受験生及びその保護者については、大学認知率は一定数あるものの、本学の社会貢献事業について認知されていない。

調査名	調査対象	調査機関	概要
大学ブランド・イメージ調査 (2017年11月実施)	学生の父母 (北陸・東海の 国公立大学)	日経BP コンサルティング	<ul style="list-style-type: none"> 本学の認知率：70.2%（平均：57.0%） 「地域産業に貢献している」認知率：0.8%（平均：2.3%）、「地域社会・文化に貢献している」認知率：1.3%（平均：2.2%）
名古屋学院大学認知・イメージ調査 (2018年2月実施)	東海エリアの 高等学校に通 う女子高校生	リクルートマ ーケティング パートナーズ	<ul style="list-style-type: none"> 本学の認知率：89.2% 「COCに採択されていること」認知率：3.3%、『「地域連携教育」に力を入れていること』認知率：2.2%
名古屋学院大学認知度調査 (2018年3月実施)	東海エリアに 居住する高校 生及びその保 護者	日経リサーチ	<ul style="list-style-type: none"> 本学の認知率：78.6% 理解度（大学について「詳しく知っている」又は「ある程度知っている」の回答率）：17.2% 「地域の発展に貢献していそう」回答率：1.1%

(6) 在学生による認知度

本学は、カリキュラムの中に地域志向科目を配置しているほか、1年次必修科目である「基礎セミナー」の中で、キャンパスの所在地である名古屋市熱田区に政策提言を行う「まちづくり提言コンペ」を実施している。これらは、大学教育の中で、学生の社会貢献に関する意識の醸成を図ることを狙いとしている。

その一方で、学生の「地域に関する教育・研究・社会貢献活動を推進していること」の認知度を測るアンケート調査の結果は、2015年度：45.1%、2016年度：45.4%、2017年度：50.2%であった。このように、社会貢献に関する認知度は漸増しているものの、今後は学生への浸透を更に高めていくことが課題である。

③本事業を通じて浸透させたい本学のイメージ

■本事業の独自性

本事業の独自性は、名古屋市の中でとりわけ地域資源が凝集する熱田区を研究対象ゾーンとして、福祉・都市・経済の地域融合研究に基づき、地域のストック（空間・時間・人間（人材）等）をシェアリングすることを通じて、その課題解決と新たな価値の創出を図ることである。すなわち、課題解決に向けて地域価値を編集することを通じて、本学の独自性を打ち出すものである。このような研究は、地域の社会・経済・雇用・文化の発展に貢献することから取り組む意義は極めて大きい。また、本事業の成果は今後顕在化する諸課題に向けた政策的提言も含意していることから、本事業を通じて他の大都市をはじめとして多方面に波及することが期待される。

■浸透させたいイメージ：『「地域」での福祉・都市・経済の分野融合と「地域」価値の編集を通じ、未来のコミュニティ像を描くことができる研究大学』としての名古屋での存在感

本学は、かねてより地域貢献や地域連携に積極的な取組を行ってきた。その目指す姿は、地域に寄り添いながら、地域のステークホルダーと協働し、実践することを通して地域に貢献する大学であり、建学の精神「敬神愛人」を具現化することである。

本事業の独自性と本学のこれまでの姿勢を基に、本事業を通じて浸透させたいイメージを『「地域」での福祉・都市・経済の分野融合と「地域」価値の編集を通じ、未来のコミュニティ像を描くことができる研究大学』とし、全てのステークホルダーに共通するブランド・イメージとしたい。さらにステークホルダーごとに、それぞれの立場に応じた次のイメージを浸透させたい。

タイプ (a) のステークホルダー：「地域」の魅力と活力を生み出す地域価値を編集できる大学

タイプ (b) のステークホルダー：「地域」を通じて未来を切り拓く人間力をもった人材を育てる大学

④ステークホルダーごとの情報発信

■タイプ (a) のステークホルダーへの情報発信

タイプ (a) のステークホルダーは、本学の特徴をよく認知し、これまでの本学の取組を非常に高く評価している。つまり、これまでの取組同様に、協働研究を実施し成果を還元することが情報発信となる。よって、以下のとおり、本事業の研究内容や成果を公表する情報発信を行う。

情報発信方法	内容	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
キックオフイベント	キックオフイベントを開催し、本事業の開始を周知する。	開催	—	—	—	—
シンポジウム	研究の成果等を公表するとともに、本事業の深耕を図る。	—	—	開催 (確認・改善)	—	開催 (総括)
大学広報誌	大学広報誌「COSMORAMA（コズモラマ）」に本事業内容を掲載する。	—	掲載	掲載	掲載	掲載
研究紀要	本学が発刊する「名古屋学院大学論集」に研究内容を投稿する。	—	投稿	投稿	投稿	投稿
研究成果報告書	本事業の研究成果を公表する。	—	—	制作・公表	—	制作・公表
研究成果書籍	本事業の研究成果を公表する。	—	—	—	—	発刊
ホームページ	研究ブランディング事業のホームページを制作する。	制作	内容更新	内容更新	内容更新	内容更新

また、対外的に広く情報を発信することは、大学の存在感を高めるだけでなく、在学生にとっても、社会貢献事業を行っている大学の一員であるとの自覚が芽生え、ひいては大学への帰属意識をいっそう高める効果が期待できる。

■タイプ (b) のステークホルダーへの情報発信

受験生及びその保護者には、ある程度大学名が認知されているが、本学の特徴までは認知されていない。その理由として、本学はこれまでホームページや大学広報誌を通して、社会貢献事業に関する取組を広く公表してきたが、質・量の不足や、情報伝達手段のミスマッチが生じていたと推測できる。このため、受験生及びその保護者への訴求力を高めることを目的として、以下の情報発信を行う。

情報発信方法	内容	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
大学案内	大学案内に本事業を掲載する。	—	掲載	掲載	掲載	掲載
オープンキャンパス	オープンキャンパス時にブースを設置する。	—	設置 (確認・改善)	設置 (確認・改善)	設置 (中間総括)	設置 (総括)
出張授業	高校へのお出張講義で紹介する。	—	実施 (確認・改善)	実施 (確認・改善)	実施 (中間総括)	実施 (総括)
学内広報	学内掲示板への掲載や、立て看板等を設置する。	内容検討	実施 (内容検討)	実施 (内容検討)	実施 (内容検討)	実施
広告	新聞広告、交通広告等に本事業内容を掲載する。	内容検討 掲載	掲載 (確認・改善)	掲載 (中間総括)	掲載 (確認・改善)	掲載 (総括)
SNS	大学公式 SNS で情報を発信する。	発信	発信	発信	発信	発信
ホームページ	研究ブランディング事業のホームページを制作する。	制作	内容更新	内容更新	内容更新	内容更新

⑤研究ブランディング事業の工程と達成目標

上記①～④の事項に関する工程及び達成目標は以下のとおりである。アンケート・ヒアリング調査等を実施し、データ管理の上、月次・年次で比較することによって進捗状況を把握する。また、評価・分析結果に基づき、外部評価も参考にしながら改善策を立案し、実行することにより、PDCAサイクルを機能させる。

		1年目目標	2年目目標	3年目目標	4年目目標	5年目目標
情報発信	キックオフイベント	来場者数 200人	—	—	—	—
	シンポジウム	—	—	来場者数 200人	—	来場者数 200人
	研究紀要	—	投稿数 8 件	投稿数 8 件	投稿数 8 件	投稿数 8 件
	研究成果書籍	—	—	—	—	発刊 1,000部以上
	広告	2回(項目) 実施	4回(項目) 実施	4回(項目) 実施	4回(項目) 実施	4回(項目) 実施
	SNS	計 4 回発信	計 8 回発信	計 8 回発信	計 11 回発信	計 11 回発信
	ホームページ	1,500 アクセス	3,000 アクセス	3,500 アクセス	4,000 アクセス	4,500 アクセス
認知度	大学ブランド・イメージ調査:「地域産業に貢献している」項目	—	1.1%	1.7%	2.3%	3.0%
	同上:「地域社会・文化に貢献している」項目	—	1.7%	2.2%	2.8%	3.5%
	名古屋学院大学認知・イメージ調査:『「地域連携教育」に力を入れていること』項目	—	2.5%	3.0%	3.5%	4.0%
	名古屋学院大学認知度調査:「地域の発展に貢献していそう」項目	—	2.5%	3.0%	3.5%	4.0%
	教職員への認知率アンケート:将来ビジョンに対する本事業の位置づけ	—	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
ホルダー※	満足度(アンケート・ヒアリング)	—	90.0%	95.0%	100.0%	100.0%
	イメージ浸透度	—	85.0%	90.0%	95.0%	100.0%

※タイプ (a) のステークホルダー

4. 事業実施体制（2ページ以内）

(1) 学内の実施体制

本事業は、全学的な優先課題である「福祉・都市・経済の地域融合」及び「ストック・シェアリング」という枠組みによる研究を推進し、その成果還元を通じて地域価値を編集できる力を持った大学としてのブランドを確立するものである。そのため、以下のように、学長の下で全学的な事業実施体制を構築する。

本事業に伴い新設される「新世代型コミュニティ研究推進委員会」（委員長：学長）が、研究・ブランディングを含む事業全体を統括し、意思決定及び推進を担う。委員会直轄のワーキンググループとして「研究推進プロジェクト会議」及び「ブランディング推進プロジェクト会議」を置き、学長の指揮の下、組織的な研究及びブランディングの推進を担う。本事業の進捗状況については、学長が学部長会議（常設）を通じて共有し、全学的な推進を図る。

【新世代型コミュニティ研究推進委員会】

役職名	役割
学長（委員長）	事業全体の統括責任者
現代社会学部長	研究事業の統括責任者
総合研究所長、総合研究所事務室長	研究推進担当
社会連携センター長、社会連携センター課長	学外連携推進担当
学長が指名する教職員若干名	研究推進補佐、ブランディング戦略補佐

【研究推進プロジェクト会議】

「研究推進プロジェクト会議」は、「ストック・シェアリング研究会」「実証研究会」の2グループで構成し、当該分野と関係が深い教員集団による組織的な研究を推進する。現代社会学部長が統括責任者となり、「新世代型コミュニティ研究推進委員会」と緊密な連携を図る。プロジェクト会議を支援する事務部署は、総合研究所である。

分野	研究テーマ	主な教員名
ストック・シェアリング研究会	歩いて暮らせる楽しい都市空間	高年齢者が楽しく暮らせる社会システムと都市空間の融合研究 経済：家本博一 他 商：杉浦礼子 他 現代社会：井澤知旦 他
		多世代が交流する社会と新しい福祉商店街形成研究 経済：秋山太郎 他 現代社会：山下匡将 他
	地域資産を観光化する歴史時間	あつた宮宿会等との連携による歴史観光推進研究 商：伊藤昭浩 他 国際文化：人見泰弘 他
		空き家の有効活用研究 経済：佐々木健吾 他 現代社会：井澤知旦 他
	一人一人がコミュニティを支える行動人間	増加する地域密着型の高齢者を活用したコミュニティ活性化研究 経済：伊沢俊泰 他 現代社会：村上寿来 他
		公共施設・公共空間の有効活用研究 経済：佐藤律久 他 商：岡本純 他
実証研究会	大学と大型商業施設との連携による総合コミュニティセンター構想 経済：大石邦弘 他 現代社会：水野晶夫 他 商：濱満久 他 リハビリテーション：城由紀子 他	

【ブランディング推進プロジェクト会議】

「ブランディング推進プロジェクト会議」は、広報室長（責任者）、総合研究所事務室長、社会連携センター課長で構成し、「新世代型コミュニティ研究推進委員会」のもと、研究事業の進捗と十分な連携を図りつつ、ブランディング戦略を推進する。プロジェクトを支援する事務部署は、広報室、入学センターである。事業推進に際しては、広報活動を全学的視点から展開させる「広報委員会」（常設）とも情報共有を図る。

(2) 学外との連携体制

本学が協働研究を行い、成果を還元するステークホルダーは、以下の地域関係者である。

- ① 団体・住民（公益財団法人名古屋都市センター、公益財団法人名古屋観光コンベンションビューロー、名古屋国際会議場、白鳥庭園、あつた宮宿会、日比野商店街、金山商店街、神宮前商店街等）
- ② 企業（イオンリテール株式会社等）
- ③ 行政（名古屋市熱田区役所）

ステークホルダーとの連携実績と強固な信頼関係に基づき、協働研究を行う地域関係者と大学が一同に集うプラットフォームとして「熱田プロジェクト会議」を設置し、定期的に意見交換と情報共有を行う。引き続き社会連携センターが全学的な窓口となって学外との連携を図る。

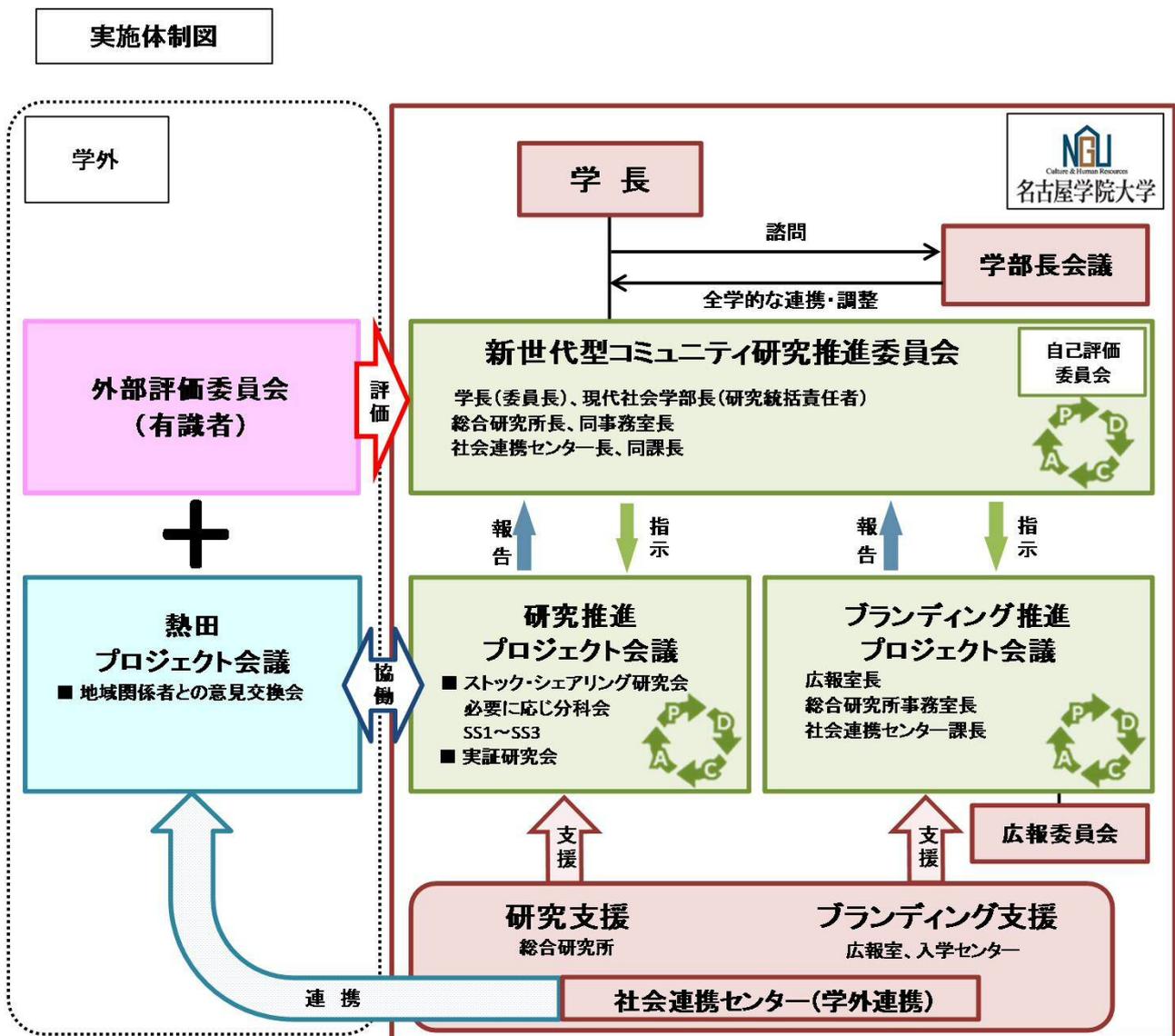
外部評価については、2014年度から地域志向の研究教育等に関する外部評価を実施してきており、2018年度からは構成員を一部見直し、有識者による「外部評価委員会」を新設している。「外部評価委員会」の委員は、大学教授（名城大学都市情報学部）、専門機関（一般社団法人地域問題研究所、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社、株式会社谷澤総合鑑定所）等で構成する。

(3) 自己評価・外部評価体制

研究及びブランディングの成果を評価するために、「自己評価委員会」と「外部評価委員会」の2つの委員会を設置する。「自己評価委員会」は、「新世代型コミュニティ研究推進委員会」を中心とする学内体制の主要メンバーで構成する。「外部評価委員会」については、先述のとおり学外の有識者で構成し、「熱田プロジェクト会議」における地域関係者の声も外部評価に反映させる。「自己評価委員会」は毎年度の事業計画に沿って進行状況の総括・評価を行い、それを踏まえて「外部評価委員会」は長所や改善点を指摘・助言する。

(4) PDCAサイクル

学内体制に示したように、「新世代型コミュニティ研究推進委員会」が事業全体のPDCAを担い、委員会の下の「研究推進プロジェクト会議」が研究の、「ブランディング推進プロジェクト会議」がブランディングのPDCAを担う。委員会は各プロジェクトの進行状況を把握し、学長の指揮の下、全学的な観点で指示・助言を行うほか、事業全体・研究・ブランディングに関する自己評価及び外部評価を踏まえて改善策を立案し、計画に反映させることにより、PDCAを適切に機能させる。



5. 年次計画（3ページ以内）

2018年度	
目 標	<ul style="list-style-type: none"> 研究とブランディングを推進し、その成果を評価する体制を確立する。新世代型コミュニティの実現に向けた全体を統括する全学的な推進組織として「新世代型コミュニティ研究推進委員会」（推進委員会）を設置する。 研究推進体制「研究推進プロジェクト会議」（研究推進会議）とその研究を通じて大学ブランドを高める推進体制「ブランディング推進プロジェクト会議」（ブランド推進会議）を設置する。研究会議の下に「ストック・シェアリング研究会」（SS研究会）と「実証研究会」の2つを置く。 外部組織として、協働研究を行うための地域関係者からなる「熱田プロジェクト会議」（熱田会議）を設置し、研究及びブランディングについて有識者からなる「外部評価委員会」を設置する。 上記の「推進委員会」と「熱田会議」「外部評価委員会」を開催し、進捗状況のチェックと次年度の本事業の取組方針を明確にする。 研究枠組みを確認ののち、研究テーマを追加募集して、大学全体の取組にしていく。 キックオフイベントを実施する。
実 施 計 画	<p>■ストック・シェアリング研究：</p> <ul style="list-style-type: none"> ストック・シェアリング研究1～3（SS研究1～3）の6つの研究テーマの研究実施計画を作成する。 研究実施計画を作成したのち、ストック・シェアリング研究分野3種ごとに分科会を開催する。（年度内各1回） 熱田区の将来ビジョン（2020年～2023年）策定に協力する。 SS研究1のモデルの1つとなるドイツのエアランゲン市（クリエイティブ&コンパクト都市）に在住の日本人ジャーナリストを仲介に、研究フィールドとなるよう調整を図る。 本格調査の前に、ストック・シェアリングに関わるそれぞれの業界へのヒアリングを行う。（カーシェア、コミュニティサイクル、オープンカフェ、空き家対策情報仲介企業など） 参考となる先進事例（国内・国外）を整理する。 <p>■実証研究：</p> <ul style="list-style-type: none"> 本学と大型商業施設との連携（当面は、イオンモール熱田とで連携協定を締結予定）により、実証研究に向けた推進会議「実証研究会」を設置し、会合を開催する。（目標：2018年度内2回） コミュニティ活動支援については、具体的内容の検討を行い、来年度からの実証研究に向けた準備を行う。 <p>■ブランディングと目標達成の測定方法等：</p> <ul style="list-style-type: none"> 本事業を取り組むことを対外的にアピールし、大学内外の関係者の積極的参加意欲を引き出すために、キックオフイベント「ストック・シェアリングによる新世代型コミュニティの地域価値創出シンポジウム」を開催する。本事業に関わるステークホルダーの参加を促し、必要に応じてパネリストとして登壇願う。（目標：イベント参加者200人） 受験生及びその保護者への訴求力を高めるため、本事業を通じて浸透させたいイメージの交通広告、ネット広告を行う。（目標：2回実施 2年目以降の目標を4回とし、状況に応じ内容を見直す） SNSで本事業をPRする。（目標 1年目：4回、2・3年目：8回、4・5年目：11回実施） ホームページ特設サイトを開設する。（目標：1,500アクセス 2年目の目標を3,000アクセスとし、以降500アクセスずつ増加）
2019年度	
目 標	<ul style="list-style-type: none"> 「推進委員会」を開催する（年1回） 「研究推進会議」及びその下での「SS研究会」と「実証研究会」を運営して、本格的に調査研究を推進していく。（各会議を複数回開催）。 ステークホルダーと協働研究を推進するため、「熱田会議」を開催する。（年2回） 広報活動を推進するため「ブランド推進会議」を開催する。（年2回） 2018～2019年度事業を対象に「自己評価委員会」と「外部評価委員会」を開催し、事業総括を行い、2020年度の取組方針を明確にする。（PDCAサイクルの実施） スタッフ体制として助教クラス1名を配置する。 いくつかの民間プロジェクトが名鉄神宮前駅界隈で実施されるため、それらのポテンシャルを活用した総合コミュニティセンター構想の実現に向けた調整を図る。
実 施 計 画	<p>■ストック・シェアリング研究：</p> <ul style="list-style-type: none"> 「SS研究会1～3」を本格的に開催する。（各SS研究会年3回ずつ） 6つの研究テーマについて、次の具体的な取組を行う。

<p style="text-align: center;">実施計画</p>	<p>一歩いて暮らせる都市の先進事例調査 (①) ・福祉商店街の関係者ヒアリング調査 (②) を実施する。カー&バイク・シェアリング・インフラ (①) の検討に当たっては、先進事例から運営システムと経済効率性を高める駐車等配置検討を行う。また、実現を阻む制度的制約を整理する。</p> <p>一歴史観光推進 (③) に向けて、本学・大型商業施設・あつた宮宿会の役割分担を明確にし、協働による観光推進策を研究する。熱田区におけるインバウンドの実態把握を行う。</p> <p>2020年開催の東京オリンピックに伴うインバウンドを誘客する方策を研究する。</p> <p>一空き家対策 (④) では、熱田区の実態と他都市の施策体系を調査する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者活用のアンケート調査 (⑤) を実施する。実施に当たっては、ステークホルダーとの協働を図る。また、地域への開放度を明らかにするため、公共施設設置主体や指定管理者へのヒアリング調査 (⑥) を実施する。 ・熱田区の将来ビジョン (2020年～2023年) 策定に協力するとともに、区が実施する区民アンケート (1,000票) を通じた区民ニーズや成果の評価を確認する。 <p>■実証研究：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総合コミュニティセンター構想の「実証研究会」を本格的に開催する。(年4回開催) ・コミュニティ活動支援に向けて、健康増進活動支援や買い物難民のための巡回バス走行の具体的内容を実証研究し、併せてエンパワーメント強化のための「市民講座」を開催する。 <p>本学リハビリテーション学部との連携を図るために、「医療施設導入検討会」(仮称)を別途立ち上げる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・複数の商業開発プロジェクトが進捗するため、それを踏まえた「実証研究会」を開催する。 <p>■ブランディングと目標達成の測定方法等：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エンパワーメント強化のための「市民講座」を開催する。(目標：2か所各6講座ずつ、延べ300人) ・研究の進行状況・成果を公開するとともに、本事業及びイメージの浸透度を測るため調査結果を分析する：①ブランドイメージ調査(目標：地域産業に貢献1.1%、地域社会・文化に貢献1.7%)、②認知度調査(目標：地域連携教育、地域の発展に貢献2.5%)、③ステークホルダーへの満足度等(目標：満足度90.0%、イメージ85.0%)
2020年度	
<p style="text-align: center;">目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・年度末に本事業の中間報告シンポジウムを開催する。 ・中間年度として研究成果を公表しつつ、成果を生かした実践支援・人材育成等につなげる。 ・年度末に、「自己評価委員会」と「外部評価委員会」を通じて、2020年度の事業総括を行い、2021年度以降の取組方針を明確にする。(PDCAサイクルの実施) ・「推進委員会」を開催する。(年1回)
<p style="text-align: center;">実施計画</p>	<p>■ストック・シェアリング研究：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「SS研究会1～3」を継続して開催する。(各SS研究会年3回ずつ) ・6つの研究テーマについて更に研究を深め、中間報告を行う。 <p>一前年度の先進事例調査 (①) ・福祉商店街の関係者ヒアリング調査 (②) の調査結果を基に分析を重ねる。ここでも実施に当たっては、ステークホルダーとの協働を図る。シェアリング・インフラ (①) の検討に当たっては、それを実現していく名古屋市あるいは熱田区での適用条件の整理を行う。</p> <p>一歴史観光推進 (③) に向けて、東京オリンピック対応インバウンドの課題を整理し、今後の対策を研究する。空き家対策 (④) では、現場での市民団体提案 (岡崎市事例) を詳細に分析する。</p> <p>一公共施設・公共空間の有効活用 (⑥) について、施設の開放実態に合わせて、課題を整理し、その対応策を検討する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・熱田区が実施する区民アンケート (1,000票) を通じた区民ニーズや成果の評価を確認する。 <p>■実証研究：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「実証研究会」を継続的に開催する。(年4回開催) ・コミュニティ活動支援に向けて、2019年度の実績を踏まえた、健康増進活動支援や買い物難民のための巡回バス走行等の実証研究を継続する。また、リハビリテーション学部との連携を図るために「MSC医療施設導入検討会」(仮称)を運営する。 <p>■ブランディングと目標達成の測定方法等：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本事業の中間総括及び対外的アピールのため、年度末に中間報告シンポジウム「ストック・シェアリングによる新世代型コミュニティ像は描けるのか」(仮題)を開催する。(目標：来場者数200人) ・エンパワーメント強化のための「市民講座」を開催する。(目標：2か所各6講座ずつ、延べ300人) ・2019年度の研究成果を紀要特別号に掲載し、それを集大成した冊子「新世代型コミュニティ

実施計画	<p>の地域価値創出に向けた処方箋」(仮題)として公表する。(目標:発行数1,000冊以上)</p> <ul style="list-style-type: none"> 研究の進行状況・成果を公開するとともに、本事業及びイメージの浸透度を測るため調査結果を分析する:①ブランドイメージ調査(目標:地域産業に貢献1.7%、地域社会・文化に貢献2.2%)、②認知度調査(目標:地域連携教育、地域の発展に貢献3.0%)、③ステークホルダーへの満足度等(目標:満足度95.0%、イメージ90.0%)
2021年度	
目標	<ul style="list-style-type: none"> 文科省の中間評価審査を受ける。 前年度末の「外部評価委員会」を受けて、「推進委員会」を本年度初めと中間月に開催し、事業進捗を管理する。(年度内2回/4月・10月) 年度末に、「自己評価委員会」と「外部評価委員会」を通じて、2020年度の事業総括を行い、2021年度以降の取組方針を明確にする。(PDCAサイクルの実施) 3つの研究分野の成果を順次公表していくとともに、新世代型コミュニティを担保していく人材育成プログラムを展開していく。
実施計画	<ul style="list-style-type: none"> ■ストック・シェアリング研究: <ul style="list-style-type: none"> 「SS研究会1~3」を継続して開催する。(各SS研究会年3回ずつ) 3つの研究分野及び6つの研究テーマについて、積み残し課題に対応するとともに、研究成果を提言策としてまとめる。 ■実証研究: <ul style="list-style-type: none"> 総合コミュニティセンター構想の実現に向けた「実証研究会」を継続的に開催する。(年4回開催) 実証研究分野の取組を着実に推進し、その成果評価を行い、本格稼働につなげていく。 ■ブランディングと目標達成の測定方法等: <ul style="list-style-type: none"> 研究の進行状況・成果を公開するとともに、本事業及びイメージの浸透度を測るため調査結果を分析する:①ブランドイメージ調査(目標:地域産業に貢献2.3%、地域社会・文化に貢献2.8%)、②認知度調査(目標:地域連携教育、地域の発展に貢献3.5%)、③ステークホルダーへの満足度等(目標:満足度100.0%、イメージ95.0%)
2022年度	
目標	<ul style="list-style-type: none"> 前年度末の「外部評価委員会」の評価を受けて、「推進委員会」を本年度初めと終わりに開催し、事業進捗を管理する。(年度内2回/4月・3月) 成果発表に向けた総括シンポジウムを開催し、広く公表してブランドを構築する。 年度末に、「自己評価委員会」と「外部評価委員会」を通じて、2022年度の事業総括を行う。 研究成果の継続性を図るため、2023年度に「名古屋新世代型コミュニティ研究センター」(仮称)を設置することについての検討を行う。 研究集大成としての最終報告書を作成するとともに、ブランド構築強化に向けて、一般向けに市販書籍を発刊する。
実施計画	<ul style="list-style-type: none"> ■全体: <ul style="list-style-type: none"> これまでの取組が本学のブランド構築につながっているのかを総点検し、次の取組方針を決定していく。 「自己評価委員会」及び「外部評価委員会」を通じて、最終総括を行う。 ■ストック・シェアリング研究1: <ul style="list-style-type: none"> 「歩いて暮らせる楽しい都市空間」の取りまとめを行う。 ■ストック・シェアリング研究2: <ul style="list-style-type: none"> 「地域資産を観光化する歴史時間」の取りまとめを行う。 ■ストック・シェアリング研究3: <ul style="list-style-type: none"> 「一人一人がコミュニティを支える行動人間」の取りまとめを行う。 ■実証研究: <ul style="list-style-type: none"> 「総合コミュニティセンター構想」の取りまとめを行う。 ■ブランディングと目標達成の測定方法等: <ul style="list-style-type: none"> 本事業の総括として、年度末にシンポジウム「ストック・シェアリングによる新世代型コミュニティの地域価値創出の実現に向けて」(仮題)で開催する。(目標:参加者数200人) これまでの研究成果を集大成した「第4次産業革命と新世代型の地域コミュニティ」として市販書籍を出版する(目標:販売数1,000部以上)。 「名古屋新世代型コミュニティ研究センター」(仮称)の設置を検討する。 研究の進行状況・成果を公開するとともに、本事業及びイメージの浸透度を測るため調査結果を分析する:①ブランドイメージ調査(目標:地域産業に貢献3.0%、地域社会・文化に貢献3.5%)、②認知度調査(目標:地域連携教育、地域の発展に貢献4.0%)、③ステークホルダーへの満足度等(目標:満足度100.0%、イメージ100.0%)

6. 「私立大学戦略的研究基盤形成支援事業」との関連
(該当する場合のみ：1ページ以内)

なし