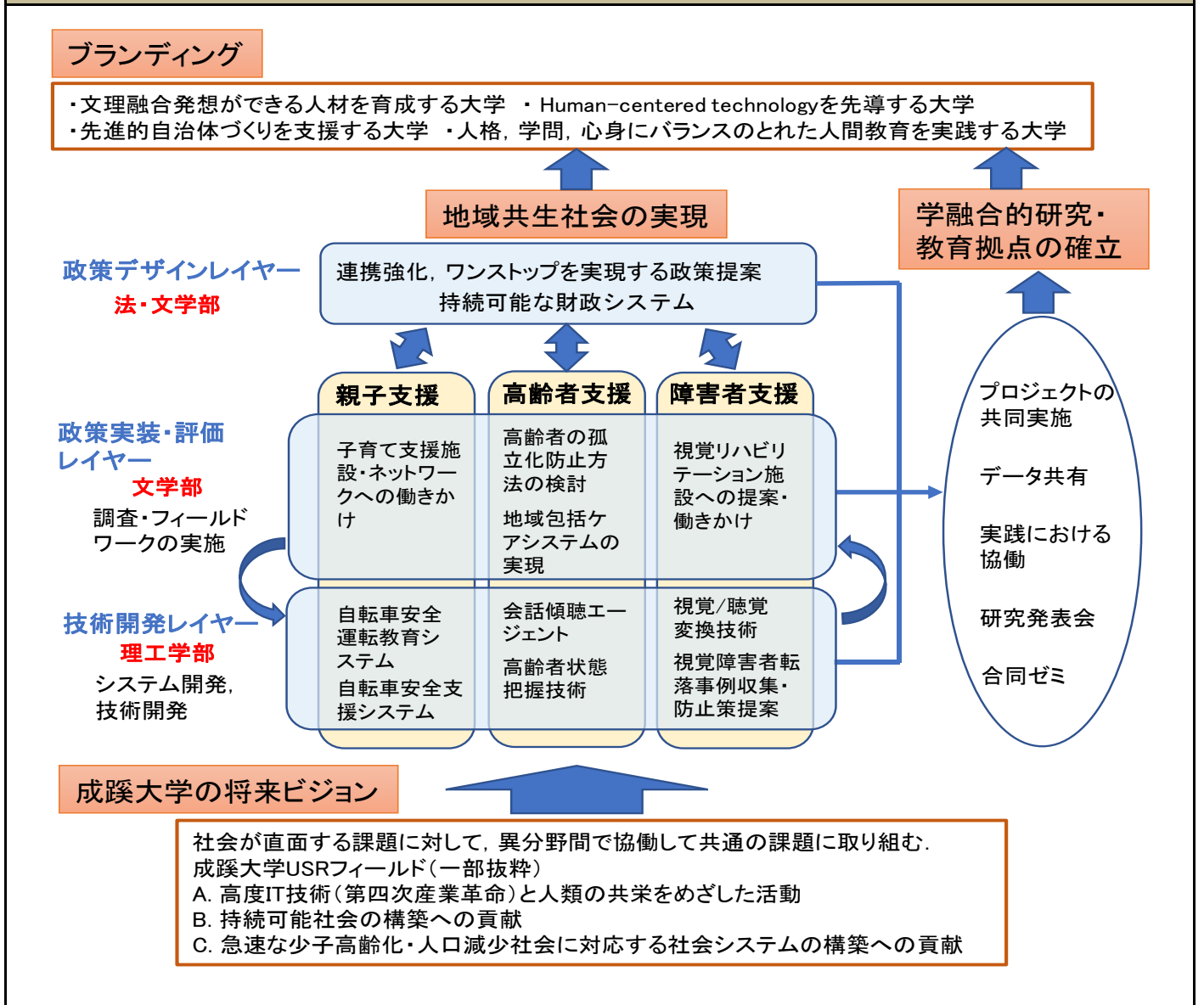


平成29年度私立大学研究ブランディング事業計画書

1. 概要（1ページ以内）

学校法人番号	131034	学校法人名	成蹊学園		
大学名	成蹊大学				
主たる所在地	東京都武蔵野市吉祥寺北町				
事業名	学融合的アプローチによる地域共生社会の実装スキームの確立と社会実践				
申請タイプ	タイプB	支援期間	5年	収容定員	6960人
参画組織	理工学部, 法学部, 文学部				
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	持続可能な共生社会システムを実現するための学融合的なアプローチとして、福祉政策のデザイン、地域の福祉事業における政策の実装・評価、それを支える科学技術の3つのレイヤーをシームレスに繋ぐ、地域共生社会実現の新しいスキームを確立し、社会実践により有効性を検証する。これにより本大学の将来ビジョンである、異分野間の協働、持続可能社会構築への貢献、少子高齢化問題への貢献に寄与し、ブランディングの原動力とする。				

イメージ図



## 2. 事業内容（2ページ以内）

### （1）事業目的

#### <事業の目的>

わが国では少子高齢化への対応が喫緊の課題となっている。厚生労働省では、これからの社会保障制度のあるべき姿について検討が進められており、その中で、人口減少、家族・地域社会の変容などにより、これまでのような、高齢者・障害者・若年者といった対象者ごとに福祉サービスを提供する縦割りのシステムに問題があることがわかってきた。この問題の解決策として、「地域共生社会」の実現が求められている。福祉の「支え手側」と「受け手側」に分かれるのではなく、地域の住民がある時は支え手側、ある時は受け手側として相互に支え合う社会を実現しようとする考えである。しかし、「地域共生社会」の実現に向けた検討は始まったばかりであり、各自治体が様々な模索を行っているのが現状である。

そこで本事業では、「地域共生社会」を実現するためには、①政策の検討、②地域社会に応じた政策の実装・評価方法、③さらにはそれを支える科学技術が一体となり協働することが重要であると考え、各種福祉サービスにおける、これら3つのレイヤーを統合したシステムの設計と社会実践を行うことにより、「持続可能な共生社会システム」を実現するための学融合的なアプローチを提案し、その有効性を検証することを目的とする。また、本事業は武蔵野市を実践の場とし、パイロット自治体としてその成果を全国・世界に発信する。

具体的には、以下の3つのプロジェクトにおいて、上記の3つのレイヤーが相互に知見をフィードバックすることにより、学融合的なアプローチを実践する。

(a) **親子支援**：初めての子育てが若年層に限らず多世代にわたっている日本社会の実態と新たなニーズに寄り添い、就学前児童から就学児童、親といった世代横断的な「安全」と生活の「安心」の実現に向け、子育て・教育支援、就労支援等の研究を行う。具体的取り組みの1つとして、自転車安全運転のための自動車安全装備（自動車・自転車間情報通信システム）を開発し、地域の若年者支援施設において自転車の安全運転教育に利用する。

(b) **高齢者支援**：地域の高齢者支援事業の一環として、IT技術を利用して、高齢者の孤立を防ぎ、家族や地域住民との交流を促進し、家族や世代間の繋がりを作る。具体的には、高齢者と会話をする傾聴ロボットを家庭や高齢者施設に設置し、会話の様子を家族に知らせたり、ロボットを介して世代間のコミュニケーションを活性化する仕組みを構築する。

(c) **障害者支援**：障害者支援活動の一環として、視覚障害者の駅ホームからの転落事故を人間工学の知見から分析するとともに、聴覚提示を用いた支援システムの開発を行う。これらの成果を地域のリハビリテーション専門家にフィードバックすることにより、障害者が事故に巻き込まれる危険性の軽減に寄与する。

政策検討レイヤーでは、これら3種類の福祉サービスを事例とし、地域政策のデザインについて実践に基づいた研究を遂行し、海外の政策や実践とも比較しながら、研究成果を世界に発信する。

#### <現状・課題の分析と研究テーマとの関連性>

上記、<事業の目的>では、本事業と社会的情勢との関連性を説明したので、ここでは、本学の状況との関連性について述べる。

成蹊大学は、武蔵野市吉祥寺に所在している。吉祥寺は、東京でも住みやすい街の上位にあり、学生や若年者世代も多く在住する。また、武蔵野市の高齢者支援の質は高く評価されている。視覚障害者用道路横断帯（エスコートゾーン）もこの地域の横断歩道を使って評価され、全国に広がった。このように、武蔵野市は、高い市民意識を有する住民が多い成熟した地域の一つと考えられ、本事業で取り組む地域共生社会の設計・実装の対象となるパイロット自治体としての条件を十分備えている。

また、武蔵野市と成蹊大学は2014年4月より包括的連携協定を締結している他、研究や教育において多くの連携を実施している。理工学部による吉祥寺プロジェクト（地域の問題を解決する共同研究プロジェクト型授業）の実施や、文学部渡邊大輔准教授による「武蔵野市シニア支えあいポイント制度」の創設に向けた検討委員会の主導等、本事業に直接寄与する活動もすでに行っている。しかし、これらは学部間を横断した取り組みではなかった。したがって、本事業により、成蹊大学で行われてきた地域共生社会の実現に寄与する研究を結集し、全学的な取り組みとすることにより、大きな成果が得られるとともに、大学のブランディングにつながる。と考えた。

#### <テーマの選定理由>

本事業の研究テーマは、成蹊大学の将来ビジョンと整合性の高い取り組みであることから、私立大学研究ブランディング事業にふさわしいテーマであると考えられる。本事業で取り組む学融合的プロジェクトは、成蹊大学の将来ビジョンを示すSeikei Wayで掲げられている「異分野の協働」に直結している。また、本事業が目標とする「地域共生社会」の実現は、成蹊大学USRの1つである「持続可能社会の構築」に寄与する（USRの項目B）。さらに、IT技術を利用した若年者支援、高齢者支援の取り組みは、成蹊大学USRの2つの項目（USRの項目AとC）に関連するものである。したがって、本事業を実施することは大学の将来ビジョンへの取り組みとなり、豊かな住環境を持つ武蔵野市吉祥寺にある成蹊大学が目指す共生社会のあり方を世界に向けて発信することは、独自色の有効なアピールにつながる。

（成蹊大学USRの各項目の内容は次頁に示す）

## 【大学の将来ビジョン】

成蹊大学の理念目的を達成するため、2016年度より就任した学長による戦略目標・ビジョンに基づく大学重点施策が明確化され、さらに将来的な諸課題への取り組み方について、大学運営会議・大学評議会を中心とする全学的な議論を進めた。その結果、教育研究に関する取り組みについては、今後、本学が進むべき道をSeikei Wayと名付け、学長を中心に全学を挙げてこれを強力に推し進めていくことを決定した。

### Seikei Way :

1. 日本および世界が直面する課題に対して、他分野の研究者、教育者、学生が手を取りあって立ち向かっている姿を全世界に向けて発信することを目指す。とくに成蹊大学USRフィールドとして、以下の4項目を重点的な課題として設定する。

- A. 高度IT技術（第四次産業革命）と人類の共栄をめざした活動
- B. 持続可能社会の構築への貢献
- C. 急速な少子高齢化・人口減少社会に対応する社会システムの構築への貢献
- D. 国際問題の解決と世界平和の確立への貢献

2. 異なるディシプリンをベースにして研究を続ける教員、学生がともに協働して共通の課題に取り組むことにより、高い教育効果を期待することができ、教育研究機関としての役割を果たすものとする。

## （2）期待される研究成果

本事業で期待される主要な成果は以下の3項目である。

### 1. 福祉サービスを支える支援技術の開発

人間工学、人工知能、生体工学、ユーザインタフェース等の技術を応用し、親子・高齢者・障害者を対象とした以下の支援技術を開発する。本事業では、これらの開発技術の評価を社会的実践の場で行うため、実用性の高い技術を提供できる。

(1) 親世代～子世代にわたる自転車運転の安全を守る自動車・自転車間システムの構築

自転車シミュレータを開発し、これを用いて地域の子供達の自転車運転特性のデータを収集し、収集データに基づき自転車運転者の接近や運転の特性を自動運転車に知らせる自動車・自転車間通信システムを構築する。開発システムにより、自動車／自転車の運転者がより安全な行動をとれるようになる。また、開発システムは、地域の子供達を対象とした、安全教育にも利用できる。

(2) 傾聴エージェントによる高齢者の社会的孤立化の防止

タブレット等で動作する会話傾聴エージェントを開発し（プロトタイプは作成済み）、会話中の音声と映像のデータを5年間で100件収集し、大規模な高齢者会話データを作成する。このデータから深層学習等の機械学習により高齢者の健康状態や精神状態を推定する技術を開発する。現在、活発／不活発を約70%の精度で推定できるが、これを80%に向上させる。エージェントとの会話を通して、不活発な高齢者を検出し、社会参加を促す。さらに地域において高齢世代や多世代との交流の場を構築し、また既存の場を強化することにより、高齢者が社会的に孤立し、健康を損ねる危険性を減少させ、さらには社会において新たに貢献する仕組みが実現する。

(3) 視覚障害者の安全移動支援技術の開発

全国の視覚リハビリテーション専門家に視覚障害者の駅ホームからの転落事例の提供を依頼し、当事者に直接ヒアリングした内容を約50事例収集・分析し、それをデータベース化してインターネット上で公開する。データの分析結果から転落防止策を提案するとともに、視覚情報を音声に変換して提示する視覚補助システムを開発する。

### 2. 地域共生社会の実現に向けた3レイヤースキームの確立と、パイロット自治体の世界への発信

本事業では、親子支援・高齢者支援・障害者支援の3つの領域への取り組みを中心として、全世代型の生活保障政策のデザインと財政的裏付け、地域の福祉事業における政策の実装、福祉事業を支える科学技術の3つのレイヤーをシームレスにつなぐ、地域共生社会実現の新しいスキームを確立し、全国・世界に発信する。このスキームは、雇用・ケア・教育・住宅・社会保障といった異なる政策領域が有機的に連関するシステムと、地方自治体や民間の多様な主体間のネットワークの構築を通じて縦割りの公共サービスの限界を乗り越え、財政面での持続可能性を兼ね備えた連携型・ワンストップ型の生活保障サービスへの転換に寄与するものである。本事業は、国内においては、このスキームを実践した武蔵野市をパイロット自治体としてアピールする。海外に対しては、同じように現代社会のリスクに対応し得る生活保障システムを研究し政策提言を行っている欧米各国のシンク・タンク（例：英国Policy Network）などの専門家集団、地方自治体の関係者、政府関係者との意見交換を通じて、世界最速の少子高齢化を経験している日本における取り組み例として発信する。

### 3. 学融合的研究・教育拠点の確立

本事業で提案する3レイヤーモデルの実践は、学生も巻き込んだ教育活動の中で実施される。理工学部の学生と教員が技術開発を行い、これを利用する地域コミュニティについて文学部の学生が教員の指導のもとで調査し、さらにその事例について、法学部のゼミでのフィールド・ワークによる調査研究および理論的な議論の題材とする。また、プロジェクト全体での研究発表会を行うことにより、学部を横断した意見交換を行う。このような学部間連携を通して、学問領域を超えた協働ができる人材の育成を行うとともに、学術的な蓄積の社会的意義を実感する機会を学生に与えることができる。この取り組みをモデルケースとし、成蹊大学における学融合的研究・教育の拠点づくりを促進させることができる。



### 3. ブランディング戦略（5ページ以内）

#### ① 大学本部が中心となり検討された大学の将来ビジョンの設定

大学のビジョンの設定に至る全学的な議論の経緯について以下に示す。

成蹊大学では、2016年度より就任した北川浩学長の下、成蹊学園創立者中村春二が目指した教育理念である「自発的精神の涵養と個性の発見伸長を目指す真の人間教育」を踏まえたミッションを定義し、それに基づき、大学重点施策が決定された。その中の、将来的な諸課題への取り組み方（将来ビジョン）について、大学運営会議・大学評議会を中心とする全学的な議論を進め、これをSeikei Wayと名付け、学長を中心に全学を挙げてこれを強力に押し進めていくことを決定した。

#### ② 本事業におけるステークホルダーの検討

「事業目的」の中で述べたように、本事業の成果は(1)支援技術の開発、(2)地域共生社会の実現に向けたスキームの提案とパイロット自治体の発信、(3)学融合的研究・教育拠点の確立の3点である。

・成果の(3)と受験生に向けたブランディングのために、「受験生・在学生及び保護者」をステークホルダーとする。また、(3)の研究成果は学術研究として世界に発信していくため、「学术界」もステークホルダーに加えた。

・成果の(2)に向けた取り組みを行うためには、地域社会としての自治体の協力が不可欠であるため、「地域住民」をステークホルダーとする必要がある。本事業では武蔵野市と共同したプロジェクトを進めるため、武蔵野市役所や地域の関連団体を対象として想定している。

・成果の(1)は技術開発であるが、特に本事業において重点的に取り組む支援技術に関する研究開発を行っている「企業」をステークホルダーとした。また、これらの企業は、卒業生の進路に関するステークホルダーでもある。

#### 【ブランディングの全体方針】

ブランディングは認知度を高めるための<伝えるフェーズ>と、さらに興味・関心を高めてもらうための<働きかけるフェーズ>の2段階の工程で実施する。情報発信手段においては、独自性を打ち出せるOwned Mediaに力を入れ、興味・関心を高め、理解を促し、差別化を図る。具体的には、全てのステークホルダーに対する共通の情報発信手段として、大学ホームページ内に本事業の特設サイトを設置し、核となる情報発信の場とする。このサイトでは事業の進捗に合わせ、定期的にニュースを配信していくが、サイトは英語版も用意し、国内だけでなく世界にも発信する。また、ブランディング戦略はPDCAサイクルの中で適応的に策定していく。以下の項目についてはステークホルダーごとにまとめる。

#### 【ステークホルダー1：受験生・在学生及び保護者】

##### (1) 事業を通じて浸透させたいイメージ

- 人格、学問、心身にバランスのとれた人間教育を実践する大学
- 他者を尊重し、異分野の学生・教員が互いに切磋琢磨できる大学
- 学生と教員の距離が近い大学

##### (2) 現状の自大学のイメージ及び認知程度に係る把握・分析内容

昨年度に外部機関に依頼して実施した各種調査の中で、受験生を対象とした本学のブランド力調査によると、本学の知名度・志願度はともに2012年度からほぼ変化がない。また同規模大学と比較して、認知度は約20%引き離されていることがわかった。また、昨年度調査企画課では、高校生にグループ形式でのアンケートを行っているが、ここでも、本学は首都圏の募集人数が多い私立大学と比較すると知名度が低いことが顕著に示された。一方で、情報図書館をはじめ、緑豊かなキャンパスなど環境面では目を見張るものがあり、報道等で紹介されると大学への関心が高くなること、本学を訪れた受験生にとっては、本学への興味や関心度が高くなること、本学独自の調査でわかっている。また、学内で独自に行っている卒業生を対象とした調査においては、在学中の満足度が高いこともわかっている。

以上の考察から、まずは大学の認知度を高め、オープンキャンパス等の機会に大学へ実際に足を運んでもらうことが、受験生の興味・関心度、さらには志願度を上げる戦略となることがわかってきた。

##### (3) ブランディングの工程

#### <工程1：伝えるフェーズ>

##### ◆ 情報発信手段・内容の検討

大学の知名度のアップが最優先課題であるが、そのために、主に以下の4つの情報伝達手段を用いて、大学の独自性を明確に伝え、差別化を図ることにより、認知から興味・関心のレベルに引き上げる。

(A) 受験媒体での記事・広告掲載：受験媒体とタイアップした記事広告として、「共生社会」をテーマに教員と学生が語り合うインタビュー記事を掲載し、「バランスのとれた人間教育」「学生と教員の距離が近い」というイメージを醸成する。また、受験サイトへのバナー広告において「大学が考える“みんなで作る社会”とは」等の独自性の高い広告を行い、本事業のホームページ（特設サイト）へ誘導する。

(B) 受験生向けイベントへの出展：受験生向けのイベントで本事業に関する出展や模擬講義を行い、オープンキャンパス等に足を運ぶきっかけとする。

(C) 大学案内や広報誌への掲載：大学案内に学生が本事業を紹介するページを作成する。また、成蹊小中高大の在学生・父母・卒業生に配布されている全学的な広報誌にて、「共生社会を考える」という特集記事を連載で掲載する。これらにより、異分野の教員・学生が力をあわせ、社会的な問題に取り組む姿を浸透させ、在学生・卒業生の帰属意識を高めるとともに、家族・親戚や後輩に勧める材料としてもらう。

(D) 電車車内広告：首都圏エリアを走行する電車の車内広告で、「共生社会」の実現を目指す大学であることをアピールすることにより、受験生と保護者への認知度を上げる。

#### ◆成果目標・達成目標

✓特設サイトへの誘導：特設サイトを開設し、3年目以降は閲覧数において前年の10%アップを目指す。

✓受験媒体での記事・広告掲載，受験生に向けたイベントへの出展：5年間で15回

✓大学案内，広報誌の配布冊数：大学案内約120,000冊，広報誌約80,000冊

✓オープンキャンパス，大学見学等の参加者数：年間18,000人（現状の15%アップ）を目指す。

#### ◆達成目標の進捗状況を把握する方法

・ブランディング推進委員会が学内関係部署に実績を問い合わせることにより，目標達成度合いを把握する。

### <工程2：働きかけるフェーズ>

#### ◆情報発信手段・内容の検討

(A) ホームページ（特設サイト）の設置：動画を活用して研究活動を紹介しながら，本学の強み（差別化ポイント）である「ワンキャンパスを活かし異分野の教員・学生が手を取り合って社会的な問題に取り組む姿」を強調する。また，学生自身により作成された研究成果の発表ページを公開することにより，「学生がのびのびと活動している大学」であることを印象付け，学生目線でのコンテンツを通して，サイト閲覧者の大学への理解を深め，興味から共感のレベルへと引き上げることを狙う。

(B) オープンキャンパスや大学見学等，体験会の実施：オープンキャンパスや大学見学で，本事業に関する特設ブースを設置し，研究に携わる教員や学生が直接高校生に語りかけることにより，大学をただ認知しているというレベルから，受験・進学先大学として興味・関心を持つレベルへ引き上げる。また，イラストやキャラクターを使って研究プロジェクトをわかりやすく説明したリーフレットやオリジナルグッズを配布し，理解を深めてもらうよう努める。さらに，これらを持ち帰ってもらうことにより興味・関心の持続を狙う。体験会では，社会が直面している問題を擬似的に体感することで，問題への意識が高まり，その問題に取り組む本学への評価・信頼に繋がると期待できる。以上のイベントを通して，ワンキャンパスで学際的に行われる教育に直接触れてもらい，受験生・在学生の感情に直接訴えるコミュニケーションを行うことにより，「ここで勉強したい」「この大学でよかった」という評価の獲得に繋げる。

(C) 学内スペースでのパネル展示：研究の成果をキャンパス内でパネル展示する。パネルには動画やAR，イラストやキャラクターの使用で興味を持たせる。自身の研究活動についてパネルが学内に掲示されることにより，関わっている学生のモチベーションが向上し，他学部の学生と協働し達成していく喜びを感じる。また，他の学生にとっては刺激となり，全学的に本事業内容への興味・関心が高まることが期待され，在学生へのブランディングにつながる。オープンキャンパスでも同様の展示を行い，受験生の興味・関心の向上を狙う。

(D) SNSを利用した情報発信と拡散：本学公式SNSに事業の進捗やイベントの様子を紹介する。サイトではニュースや動画の配信，イベントや学生の研究成果の報告という動的なコンテンツを活用するとともに，公式Facebookや公式TwitterなどのSNSとも連携させ，情報拡散していく。これにより，認知度をさらにアップさせるとともに，本学への興味・関心を維持させる。

#### ◆成果目標・達成目標

✓オープンキャンパス，大学見学等，受験生に向けた学内イベントの主催回数：年間100回

✓大学知名度の向上：シンクタンク等第三者機関による大学ブランド力調査での大学の知名度を5%アップ

✓興味・志願度の向上：同様の大学ブランド力調査において，首都圏在住の受験生の興味・志願度を5%アップ

#### ◆達成目標の進捗状況を把握する方法

・知名度，興味，志願度の評価：ブランディング推進委員会から毎年シンクタンクに調査を依頼し，知名度と興味，志願度について前年度との差を調べる。

・その他の項目については，ブランディング推進委員会から関係部署に問い合わせることにより実績データを得て，進捗状況を評価する。

### 【ステークホルダー2：地域住民】

#### (1) 事業を通じて浸透させたいイメージ

●地域住民の社会的参加を支援する大学

●共生社会づくりを支援する大学

●先進的自治体づくりに向けた活動を支援する大学

#### (2) 現状の自大学のイメージ及び認知程度に係る把握・分析内容

本学では年2回近隣地域住民向けに「公開講座」を実施している。参加した住民からは，施設が整っていること，自然に囲まれた環境であること，ならびにテーマも市民にもわかりやすいものが設定されることが多い，などの感想が寄せられ，本学に対して概ね好意的なイメージを持っていることがわかる。また，武蔵野地域にある5大学で協定を結び開催している武蔵野地域自由大学では，地域住民が大学の講義を履修ができるようにしているが，本学での履修生が最も多く，市民の需要に応じた教育を提供しているとイメージされているとともに，地域住民からも認知されるものと考えている。

**(3) ブランディングの工程****<工程1：伝えるフェーズ>****◆情報発信手段・内容の検討**

(A) **地域メディアへの情報発信**：実証実験の取り組み等を伝えるリリースや記者向け説明会を実施する。記事やニュース等の掲載により、地域に密着し、高い教育・研究力のある大学という認識を獲得できると考えている。その結果、「先進的自治体づくりに向けた活動を支援する大学」というイメージをさらにアピールできると期待される。

(B) **自治体のHPへの掲載**：本事業の内容をHPにて公開されることにより、「共生社会づくりを支援する大学」というイメージを地域住民に伝える。

(C) **SNSを利用した情報発信と拡散**：地域住民とともに活動している様子を自治体やNPO等の公式SNSで紹介してもらう。これにより、地域住民との一体感をもたらす、「地域住民の社会的参加を支援する大学」というイメージをアピールする。

**◆成果目標・達成目標**

✓自治体HPや地域メディアへのニュースの情報配信回数：5年間で15回

✓特設サイトへの誘導：本事業の活動について特設サイトを閲覧した地域住民の数を5年間で30%増

**◆達成目標の進捗状況を把握する方法**

・ブランディング推進委員会が主導し、市民講座等の地域住民に向けたイベントの際にアンケート調査を毎年実施し、本事業の認知度と特設サイトの閲覧経験等を調査する。

・その他の項目については、ブランディング推進委員会が実績を調査する。

**<工程2：働きかけるフェーズ>****◆情報発信手段・内容の検討**

(A) **ホームページ（特設サイト）の設置**：特設ページでは、地域での研究・調査を報告するページを作るとともに、地域向けイベントの告知や報告も掲載する。これにより、本事業についての地域住民の理解を深め、本事業に関わる市民活動への興味・関心を高めることを狙う。

(B) **地域住民向け見学会、展示会、講演会等の実施**：地域住民向けイベントへの参加を通して、この事業への理解を深め、本学への興味を喚起する。具体的には、地域の自動車教習所開催の展示会での自転車安全についての出展、こども食堂の活動、市民社協、地域社協、ボランティアセンターを繋ぐ形で、地域の活動見学会や大学見学会を行う。さらには、市民向けの講演会やシンポジウムを開催していく。以上の活動により、地域住民の社会参加を支援し、先進的な自治体づくりを進めていく大学としてのイメージを醸成する。

(C) **SNSを利用した情報発信と拡散**：本学公式SNSに地域住民との活動やイベントについて報告することにより、イベントに参加した地域住民との一体感をもたらす、地域で信頼される大学というイメージを強める。

**◆成果目標・達成目標**

✓本事業への興味・関心度を5年間で20%アップさせる。

✓地域住民向けイベントの実施回数：年間3回

✓地域住民向けイベント参加者：本事業への直接の参加者を含め、5年間で1000人を目指す。

**◆達成目標の進捗状況を把握する方法**

・ブランディング推進委員会が主導し、市民講座や子ども食堂等の地域住民に向けたイベントの際にアンケート調査を毎年実施し、本事業の興味・関心度と、本学へのイメージを調査する。前年度とのポイントの差を算出することにより、進捗状況を把握する。

・その他の項目については、ブランディング推進委員会が実績を調査する。

**【ステークホルダー3：企業】****(1) 事業を通じて浸透させたいイメージ：**

●Human-centered technologyの研究を先導する大学

●文理融合発想ができる人材を育成する大学

●第4次産業革命に対応できる人材を育成する大学

**(2) 現状の自大学のイメージ及び認知程度に係る把握・分析内容**

2016年に外部機関に依頼した調査では、過去10年間の本学の実就職率は、東京近郊の主要大学の中でトップレベルである。また、有名企業400社への就職割合は7位であり、本学より知名度の高い競合校に優っている。しかし、本学よりこれらのランキングで下位に位置する大学と比べて、就職に強い大学であるとの印象は持たれていない。つまり、実際の就職力よりも低い評価を受けている実情がある。そのため、企業をターゲットとしたブランディング戦略を立て、本学の人材育成、研究力をより一層アピールすることにより、社会に役立つ人材を育成している大学であるというイメージを強化する必要がある。

**(3) ブランディングの工程****<工程1：伝えるフェーズ>**

## ◆情報発信手段・内容の検討

(A) リスティング広告：Webリスティング広告により、検索エンジンで「高齢者」「共生社会」「視覚障害」などの関連ワードで検索した際に広告を表示し、特設サイトに誘導する。このような広告戦略は、検索キーワードに含まれるユーザーの興味・関心にターゲティングすることができるため、関連の企業などに本学がこの事業を行っていることを認知させることができ、Human-centered technologyの研究を先導する大学というイメージを高めることができる。

(B) 企業向け広告：ビジネス誌や業界新聞等へ事業内容を紹介する記事体広告を掲載する。その際、本事業を紹介する内容だけでなく、本学独自のキャリア教育（MBT）や高い就職率をアピールする広告を掲載することにより、キャリア教育の質の高さへの認知度を高める。また、記事内では、本事業に取り組む本学の研究力の高さをアピールし、本学の研究力への興味・関心を高め、特設サイトへ誘導する。

(C) メディアへの情報発信：教育、業界メディアへのニュース配信、記者説明会を行い、新聞、雑誌、テレビ等への露出を増やすことにより、文理融合的な研究実施、教育実践を行える大学であるという社会的イメージを拡散させる。

## ◆成果目標・達成目標

✓企業向け広告やメディアへの情報発信：5年間で10回

✓企業における本事業への認知度を5年間で10%アップさせる。

✓企業における本学のキャリア教育に関する興味・関心度を5年間で10%アップさせる。

## ◆達成目標の進捗状況を把握する方法

・本事業の認知度、キャリア教育に関する興味・関心度に関しては、ブランディング推進委員会が主導となり、キャリア支援センターに依頼する形で、求人企業の担当者にアンケートを毎年実施する。前年度との差を算出することにより、進捗状況を把握する。

・その他の項目については、ブランディング推進委員会が実績を調査する。

**<工程2：働きかけるフェーズ>**

## ◆情報発信手段・内容の検討

(A) ホームページ（特設サイト）の設置：本事業における3つの研究プロジェクトの概要やプロセス等、企業向けのコンテンツを充実させることにより、高い研究力をアピールし、共同研究等の可能性をひらく。また、異分野の教員・学生が力をあわせ、社会的な問題に取り組む姿を伝えるコンテンツを掲載し、ディシプリンを確立させたうえで他者と協働し、問題を解決できる＝社会に有用な人材を輩出できる大学としてのイメージを醸成する。

(B) 求人企業向けリーフレットの配布：本学に求人のある企業に対し、本プロジェクトに関する冊子を配布し、本学のキャリア教育の特徴をより深く理解してもらうことにより、本学が輩出する人材への興味・関心をより高める。

(C) 共同研究受け入れ体制の強化：企業向けのホームページ等において、共同研究に関する問い合わせ先を記載し、本学の実用的な研究力のアピールと受け入れ体制の強化を図る。

## ◆成果目標・達成目標

✓求人企業向けリーフレット配布部数：1000部

✓本学の研究力に関するイメージを5年間で5%アップ

## ◆達成目標の進捗状況を把握する方法

・求人企業向けリーフレット配布数は、ブランディング推進委員会からキャリア支援センターに問い合わせを行うことにより実績を把握する。

・ブランディング推進委員会からシンクタンク等の第三者機関に2年に1度調査を依頼し、企業から見た本学の研究力、人材育成力に関するイメージを把握するとともに、ビジネス雑誌や「THE (Times Higher Education) 世界大学ランキング日本版」等での大学評価についても情報収集を行う。

**【ステークホルダー4：学術界】****(1) 事業を通じて浸透させたいイメージ：**

●学際的研究を先導する大学

●Human-centered technologyの研究を先導する大学

●小規模ながら研究力の高い大学

**(2) 現状の自大学のイメージ及び認知程度に係る把握・分析内容**

2017年3月29日に発表された「THE (Times Higher Education) 世界大学ランキング日本版」において本学は総合ランキングで83位であったが、企業の人事と研究者の評判に基づく「教育成果」については67位にランクインしている。また、科研費の採択件数と配分額においても、本学より知名度の高い同規模競合校に優っている。しかし、大学の規模がそれほど大きくないため、研究力を十分アピールできていない。小規模ながら研究力の高い大学であることを示すには、重要、かつ独自性の高い研究を行い、戦略を持って学術界への情報発信を行うことが必要である。

(3) ブランディングの工程

<工程1：伝えるフェーズ>

◆情報発信手段・内容の検討

(A) メディアへの情報発信：教育をはじめ業界メディアへのニュース配信や記者説明会を積極的に行い、新聞、雑誌、テレビ等への掲載を目指す。情報の拡散が期待でき、学際的な研究を先導し、共生社会づくりを積極的に推進する大学というイメージを得ることができる。

(B) 論文・学会発表：各教員が属する学術コミュニティにおいて、本事業の研究プロジェクトについて研究発表を行い、学際的な研究への取り組みをアピールすることにより、小規模ながら質の高い研究を行う大学であるというイメージを与える。

◆成果目標・達成目標

✓メディアへの情報発信：5年間で10回

✓論文・学会発表：本事業の研究プロジェクトに関する論文・学会発表，学術雑誌での解説記事，紀要等の発表件数が5年間で100本以上。

◆達成目標の進捗状況を把握する方法

- ・メディアへの発信数は広報グループにより把握する。
- ・学術発表の件数は、各教員から報告される研究業績を研究運営委員会が集約することにより把握する。

<工程2：働きかけるフェーズ>

◆情報発信手段・内容の検討

(A) ホームページ（特設サイト）の設置：本事業で提唱する「地域共生社会の実現に向けた3レイヤースキーム」について、その詳細と実施方法を説明する。また、研究プロジェクトごとにサイトを設け、それぞれの研究のプランと進捗状況をホームページに掲載していく。

(B) 講演会・シンポジウムの開催：平成31年度には中間報告会を兼ねたシンポジウムを開催し、平成33年度には最終成果報告会を兼ねたシンポジウムを開催する。これにより、本事業で取り組む学際的研究について、より深い理解と興味・関心を持ってもらう。

(C) 海外の専門家との意見交換：欧米のシンクタンク等と意見交換を行う国際ワークショップを行う。これにより、本事業の国際的な発信力を強化する。

(D) 書籍の執筆：プロジェクトに参加した教員が分担して、研究成果をまとめた書籍を執筆することにより、本事業の研究プロジェクトの学術的意義を学術界にアピールする。

◆成果目標・達成目標

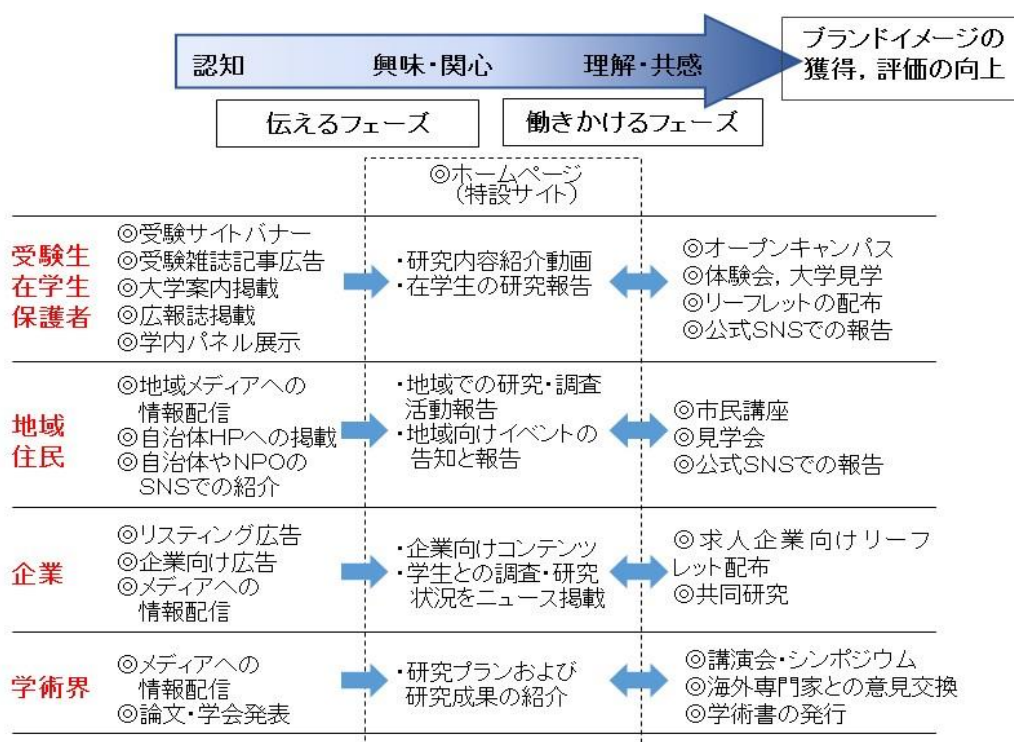
✓講演会・シンポジウム・ワークショップ開催：毎年1回学術的イベントを実施する。

✓本学の研究力に関するイメージの向上：「THE (Times Higher Education) 世界大学ランキング日本版」における研究力の評価を示す「教育成果」のランキングをアップ

✓プロジェクト参加教員による書籍執筆：5年間で1冊以上

◆達成目標の進捗状況を把握する方法

- ・研究力については、THE等の外部評価指標に基づき進捗状況を把握する。
- ・その他の項目については、研究運営委員会が実績を把握する。





## 4. 事業実施体制（2ページ以内）

以下の4つの委員会を構成し、本事業を推進する。

### 1. 研究ブランディング事業運営委員会

成蹊大学では、学内の研究を統括する組織として、学長を委員長とする全学研究統括委員会が設置されている。本事業を実施するために、この全学研究統括委員会の下部組織として副学長を委員長、企画運営部長を副委員長とする**研究ブランディング事業運営委員会**を設置する。本委員会は、後述の**研究運営委員会**、**研究実施委員会**、**ブランディング推進委員会**のメンバーから構成される。これら3つの委員会を研究ブランディング事業運営委員会の下部組織とする。本委員会は、研究活動とブランディング事業の協調が円滑に進められるよう、事業全体の運営をリードしながらPDCAを牽引する。まず、本委員会において研究とブランディングの計画を策定し、研究運営委員会、研究実施委員会が研究活動を、ブランディング推進委員会がブランディング戦略を実施する。本委員会は、年1回の研究成果評価報告会とブランディング戦略評価報告会（後述）において、研究とブランディングの実施状況の報告を受け、事業全体の進捗状況をチェックする。さらに、その結果に基づき、本委員会において必要に応じて計画や実施方法の見直しを行う。上記のプロセスを遂行することにより、事業全体のPDCAを機能させる。

### 2. 研究実施委員会

親子支援、高齢者支援、障害者支援の3つの研究プロジェクトは研究実施委員会が統括する形で遂行される。この委員会では、各プロジェクトの主たる研究担当者がメンバーとなり、研究の進捗状況の報告と共通の課題についての議論を行う。各プロジェクトの主たる研究担当者との連携について、以下に述べる。

親子支援プロジェクトでは、理工学部竹本雅憲准教授が、自動車と自転車の双方の運転特性を踏まえて、自動車-自転車間の情報通信を利用した、自転車安全運転支援システムを開発し、文学部の澁谷智子准教授が、武蔵野市の子ども食堂支援団体等と連携することにより、両者が協力して自転車安全運転教育等の社会実践に取り組む。また、そこで得られた知見をシステム的设计要件にフィードバックする。

高齢者支援プロジェクトは、理工学部の中野有紀子教授が、高齢者の状態を把握しながら会話を行う人工知能技術を搭載した傾聴エージェントの研究開発に取り組み、文学部の渡邊大輔准教授が地域の高齢者支援コミュニティと連携することにより、実証的研究を進める。渡邊准教授は、社会老年学を専門とし、武蔵野市や横浜市での調査および政策提言経験を有する。地域における高齢期の社会的孤立の防止を目指し、高齢者が世代内、世代間で支え合うための制度の提案、効果検証を行う。

障害者支援プロジェクトでは、理工学部の大倉元宏教授が、全国の視覚リハビリテーションの専門家と連携して、視覚障害者の駅ホームからの転落事例の収集・分析を行い、それらを類型化して、転落防止対策を検討する。理工学部の鈴木誠一教授は、視覚補助装置のハードウェア・ソフトウェアの開発を行うと共に、大倉教授と共同で、視覚障害者支援団体と協力して実用上最適な設計への改善を行う。

政策デザインレイヤーは、各プロジェクトからの報告を考察することにより、親子支援、高齢者支援、障害者支援の3つの福祉サービスを統合的に捉える政策デザインを構想する。主たる担当者である法学部の今井貴子教授は、社会参加・就労と社会保障との有機的連関という観点から、自身の国際比較研究の実績に基づいて、ライフコース全般にわたる現代日本の社会的リスクに応答性を持つ共生型政策デザインを探究する。国内外の複数の民間研究機関、有識者、国会議員らと長期にわたり連携関係を有しており、本事業においてもこれを活用する。法学部の浅羽隆史教授は、共生型社会システムの財政面での持続可能性について検討し、武蔵野市をパイロットケースとして全国に発信する上での財政的裏付けを明らかにする。

### 3. 研究運営委員会

研究運営委員会は、研究活動を支援する部署である研究助成課と庶務運営課が中心となり、予算の執行や管理を行うとともに、研究成果の取りまとめや進捗管理を行う。また、年1回の**研究成果評価報告会**を開催し、各研究プロジェクトからの報告を受ける。これらの活動を通して、年次計画の実施状況のチェック、研究方針の改善に向けた議論を主導することにより、研究活動のPDCAを牽引する。さらに、研究活動状況や研究成果等、ブランディング戦略実行のためのコンテンツとなる情報をブランディング推進委員会に提供することにより、両委員会が連携しながらブランディング事業に取り組む。

### 4. ブランディング推進委員会

ブランディング推進委員会は調査企画課と広報グループが中心となる。広報グループは成蹊学園全体の広報活動を担当している部署であり、本部署が有する広報戦略のノウハウを生かしながら、本事業におけるブランディング戦略の実施を担当する。その際、研究運営委員会と連携し、ブランディングのための研究プロジェクトの成果の発信方法を決定し、有効な広報戦略を選択する。また、広報グループは、ホームページ閲覧数の調査など、広報活動の実績を把握し、ブランディング推進委員会に報告する。調査企画課は、ブランディング戦略の効果検証と、ブランディング戦略策定に必要な情報提供を行う。具体的には、シンクタンク等への調査依頼、調査結果の分析、必要に応じて独自に行うアンケート調査の実施等も担当する。また、第三者機関が発行している大学のランキングやイメージ調査等の情報収集も行う。調査企画課はこれらの活動を通して、ブランディング戦略の効果測定を担当する。

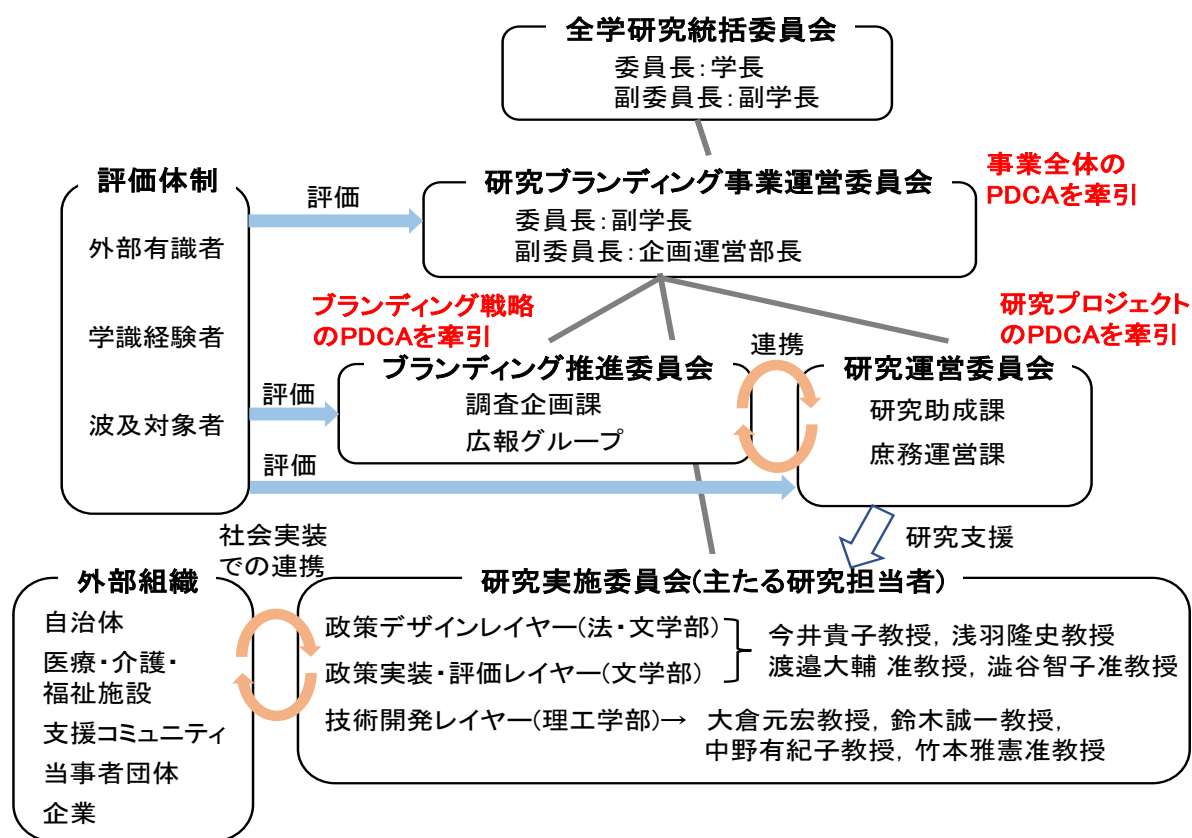
ブランディング推進委員会では、ブランディング戦略の計画を立案し、広報グループが把握する実施状況と調査企画課による効果の計測結果に基づき、ブランディング戦略のチェックを行う。さらに、その結果に基づき、必要に応じてブランディング戦略の改善を行う。このような仕組みにより、本事業におけるブランディング戦略のPDCAが実行できる。また、本委員会が主体となり、ブランディング戦略評価報告会を年1回開催し、外部評価者や関係組織に対して、ブランディング戦略のPDCAについて報告し、アドバイスを受けることにより、より効果的なブランディングのための工夫を進める。

5. 外部組織

本事業は、特に地域社会を支える外部組織との連携が必須であり、既に自治体の福祉担当者、医療・介護・福祉施設、地域住民が活動する支援コミュニティ、そして、企業との協力関係は確立している。各研究プロジェクトにおいて、どの担当者が窓口となり、どの外部組織と連携するかは、上記「2. 研究実施委員会」において詳述する。

6. 外部評価体制

ステークホルダーとなる、自治体、及び地域の関連組織、企業、学術有識者から外部評価委員を既に選出・決定済みである。外部評価委員には、研究プロジェクト、ブランディング戦略、そして事業全体について、それぞれの視点からアドバイスをいただき、研究ブランディング事業運営委員会をはじめとする、各委員会にて、計画の策定や変更生かす。まず、初年度に外部評価委員会を設置し、本事業のキックオフミーティングにて事業案についてアドバイスをいただく。その後、年1回講演会やシンポジウム、場合によっては、実践場に立ち会っていただくことにより、いずれかの外部評価委員からアドバイスをいただく機会を設ける。3年目と5年目には全プロジェクト合同でのシンポジウムを開催し、その際、本事業全体での外部評価委員会も開催する。



## 5. 年次計画（3ページ以内）

平成29年度	
目標	<p>◎内外の政策調査、地域との協力体制の構築、技術開発環境の整備を行うことにより、研究プロジェクトの立ち上げと、評価体制の構築を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・親子支援、高齢者支援、障害者支援の3つのプロジェクトを立ち上げ、自治体の福祉サービス等、関係部署との協力体制の構築に向けたソフト・ハード面でのインフラ作りを行う。</li> <li>・研究体制、社会実装の体制が整ったことを確認するために、プロジェクト参加者全員での合同のキックオフミーティングを開催する。</li> <li>・受験生・在学生及び保護者、地域住民、企業、自治体などに対して、イメージ調査を行い、ブランディング戦略における初期値を設定する。</li> </ul>
実施計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・障害者支援：視覚障害者支援については、駅ホームからの転落事例を増やし、転落事例データベースを公開して、視覚リハビリテーション専門家等への情報提供とする。また、視覚補助システムについては、視覚情報を聴覚情報に変換するハードウェアとソフトウェアの基本設計を行う。</li> <li>・高齢者支援：武蔵野市、横浜市等の自治体において、高齢者が互いの健康や生活を支え、孤立を防ぐ仕組みの効果検証の試行実施を行う。その活動の1つとして、既に開発済みの傾聴エージェントを介護施設や個人宅に設置して約1ヶ月間の実証実験を行い、20名以上の高齢者の会話時の音声と映像を収集する。</li> <li>・親子支援：既存の自動車シミュレータソフトを用いて自転車シミュレータの実験環境を構築する。また、武蔵野市にある先駆的な子育て支援施設やネットワーク2つ以上についての調査を開始するとともに、これらの組織において、実際に20名程度の小中高校生を対象とした自転車シミュレータを用いた実験を行い、未成年者の自転車運転特性の特徴を分析する。</li> <li>・政策デザイン：現役世代の親子・高齢者・障害者に対する各種支援サービスについて、日本国内と海外（イギリス、スウェーデン、イタリア等）における中央政府及び地域社会での取り組みの事例を調査し、それぞれの政策体系の特徴と財政構造を比較検討する。同時に、多様な関係部署の連携体制を構築するうえでの課題を検討する。</li> <li>・年度末に外部評価も兼ねて、本事業のキックオフミーティングを開催し、各研究プロジェクトの準備状況と今後の計画を発表する。</li> <li>・本事業の特設サイトを公開し、各ステークホルダーに対し、このサイトへ誘導する戦略を開始する。</li> <li>・在校生、地域住民に対して、認知度、志願度、大学イメージ等に関する独自の調査を実施する。</li> </ul>
平成30年度	
目標	<p>◎支援技術の開発に向けた基礎データの解析・手法の検討、武蔵野市をフィールドとした地域の仕組みづくりや社会システムの検討を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・視覚障害者の転落事故例の類型化を完了させ、類型化された事故例データベースを公開するとともに、視覚補助システムの開発を進める。</li> <li>・自治体における高齢者の孤立化防止の仕組みを本格実施させつつ、そこでえられたデータに基づき、傾聴エージェントによる、高齢者の状態推定性能の向上を図る。</li> <li>・子育て支援施設やネットワークでの意見を聴取しながら、自動車-自転車間の情報通信システムの構築を進め、シミュレータ環境でのシステムを完成させる。</li> <li>・世代横断型の生活保障支援、すなわち子育て・教育・就労・介護・孤立化防止・障害者への支援、安全対策について、政策体系と財政構造の特徴から国内・国際比較による類型化を行う。武蔵野市の実情に即した政策デザインを提案する。</li> <li>・学融合的研究・教育の実施に向け、本事業における教育プログラムの検討を行う。</li> <li>・広告や冊子配布によるブランディング戦略を本格化させる。</li> </ul>

<p style="text-align: center;"><b>実施計画</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・障害者支援：駅ホームからの転落事例の収集を継続するとともに類型化を行う。視覚補助システムについては、様々な環境において、視覚-聴覚変換システムのハードウェアとソフトウェアのテストを行う。</li> <li>・高齢者支援：平成29年度に開始した、高齢者が互いの健康や生活を支え、孤立を防ぐ仕組みの効果検証を本格実施する。技術開発においても、データ蓄積を継続するとともに、前年度に収集した音声と映像のデータを学習データとし、機械学習を用いて、日々の健康状態や精神状態を把握する状態把握推定モデルの性能を向上させる。現在の性能は3段階評価で71%の精度であるが、これを80%まで向上させる。さらに、より詳細な状態把握を行うために、音声と表情から会話中の感情推定を行い、高齢者の精神状態を把握するモデルの構築に着手する。</li> <li>・親子支援：前年度の調査結果をふまえて、情報提示方法（提示方法・提示内容・提示タイミング）の検討を行い、自転車運転者に通信端末を所持させて自動運転車とインタラクションを行う「自動車-自転車間の情報通信システム」をシミュレータ環境に構築する。</li> <li>・政策デザイン：生活保障システムの地域政策のデザインについて実践に基づいた研究を遂行し、財政的裏付けを探究する。子育て支援、就学・就労支援、障害者支援、介護支援といったライフコースに沿った人的・物的支援をめぐる政策群の体系性を分析し、実践的な取り組み事例に照らした際の政策効果と課題を明らかにする。</li> <li>・ブランディング戦略に従い、広告掲載、各ステークホルダー向けイベントの開催・冊子等の配布を行い、参加者数や配布数を把握する。また、特設サイトのアクセス数の計測も継続して行うとともに、SNSでの情報発信も開始する。</li> <li>・シンクタンク等第三者機関に依頼して、大学の知名度、志願度、ブランディング戦略で狙う大学のイメージに関する調査を、受験生と企業に対して実施する。</li> <li>・他の研究機関から招待講演者を招き、本研究プロジェクトに関連したテーマの講演会を開催し、地域住民に公開する。</li> </ul>
<p><b>平成31年度</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>目標</b></p>	<p>◎各プロジェクトにおいて、開発技術の詳細設計に向けた調査・分析の実施、性能目標等の明確化を行うとともに、海外事例も含めた地域システムの検討を進める。また、学融合的教育の実践を全国的にアピールする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・視覚障害者支援では、転落事故防止策を検討するとともに、これを支援する視覚補助システムの評価を行う。</li> <li>・高齢者支援では、多世代交流をより促進する地域包括ケアシステムの取り組みのパイロット調査を行う。また、技術開発においても、傾聴エージェントにより推定された高齢者の状態を介護者に通知するシステムを開発し、世代間の交流を支える技術を開発する。</li> <li>・武蔵野型共生社会システムについて、財政面と連携体制について、ステークホルダーの意見を汲み取りつつ、地域のニーズに寄り添い、かつ持続可能なシステムを提案する。</li> <li>・中間評価を兼ねて、外部評価委員にも参加していただくシンポジウムを開催する。</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>実施計画</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・障害者支援：駅ホームからの転落に関して類型ごとに特徴と防止策を検討する。また、視覚補助システムの開発においては、視覚-聴覚変換システムから出力される立体音声でまわりの環境が認知できるかを総合的に評価する。</li> <li>・高齢者支援：多世代交流を促進する地域包括ケアシステムの取り組みのパイロット調査として、武蔵野市の取り組み、オランダ・ライデン市での取り組みなどを調査・分析する。システム開発においては、推定された高齢者の状態をアイコンやグラフなど視覚的に表現するとともに、短い文章で要約して伝える技術を開発する。</li> <li>・親子支援：前年度に構築した「自動車-自転車間の情報通信システム」を用いて、実際に地域の子育てネットワークに所属する小中学生を対象として評価実験を行い、システム的设计要件を解明する。また、自動運転車による自転車の検知および対応可否の情報を自転車に与えた際の自転車運転者の行動を分析・評価し、次年度の実験に向けた準備を行う。</li> <li>・政策デザイン：これまでの研究結果から武蔵野市の地域的特性を明らかにし、武蔵野型共生社会システム構想についてステークホルダーと協議する。日本国内における相対的位置付け、国際比較の観点からの研究上の利点を示す。</li> <li>・外部評価委員に参加を求め、中間評価を兼ねたシンポジウムを開催する。</li> <li>・受験生と企業を対象とし、シンクタンク等第三者機関による大学ブランド力調査を実施し、客観的評価データに基づき、ブランディング戦略の効果を検証する。</li> <li>・ブランディング戦略に従い、広告掲載、各ステークホルダー向けイベントの開催・冊子等の配布を行い、参加者数や配布数の把握を継続する。また、特設サイトのアクセス数やSNSでの情報拡散についても継続的に計測する。</li> </ul>



## 平成32年度

<b>平成32年度</b>	
<b>目標</b>	<p>◎各種支援システムのさらなる改良・拡張を行うと同時に、社会の仕組みづくりに向けた実態調査も継続し、本事業の総合的な成果発表を意識して研究を遂行する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・視覚障害者支援では、転落防止策の社会実装に向けた検討を開始し、高齢者支援では、地域包括ケアシステムの取り組みの本格調査を行うとともに、傾聴エージェントの対話機能を拡充する。多世代の自転車運転者に向けた交通安全教育システムを完成させる。</li> <li>・政策デザインにおいては、地域共生社会を実現する政策上の基本構想を提案する。</li> <li>・ブランディングの効果検証を継続するとともに、学融合的研究・教育拠点のアピールを強化する。</li> </ul>
<b>実施計画</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・障害者支援：転落防止策を鉄道事業者や歩行訓練の現場にフィードバックし、その有効性を確認する。</li> <li>・高齢者支援：地域包括ケアシステムの取り組みに関する、内外の事例を調査するとともに、武蔵野市での実践を進める。また、大規模テキストデータを用いて、傾聴エージェントの話題を豊富にすることにより、より健全な高齢者にも楽しんで使ってもらえるシステムへと改良する。</li> <li>・親子支援：「自動車-自転車間の情報通信システム」を社会的に広めるために、自動車運転の知識がない未成年者に対して、システムを安全かつ快適に使用するための「自転車運転者に向けた交通安全教育システム」を提案する。また、学童保育や地域のこども館での自転車運転安全に関する調査を実施する。</li> <li>・政策デザイン：武蔵野市型共生社会システムの実践に向けて、日本国内・海外での取り組みに照らして、財政面での持続可能性について検討を重ねるとともに、実施過程のガバナンスを検討する。</li> <li>・学生主体の研究発表会を開催し、学融合的教育の意義や有効性を示す。</li> </ul>
<b>平成33年度</b>	
<b>目標</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各プロジェクトの成果を融合させ、本事業の総合的評価を行う。</li> <li>・全体の成果報告会（シンポジウム）では、地域共生社会の実現に向けて、多角的視点から提言を行う。</li> </ul>
<b>実施計画</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・障害者支援：駅ホームの改良や歩行訓練の充実に加えて、駅員やまわりの乗客の人的支援の重要性を提言する。視覚補助に関しては、実環境において完成したシステムの評価を行い、人的支援との合理的な分担を提示する。</li> <li>・高齢者支援：地域の高齢者支援サービスを通じて、傾聴エージェントとの会話に対する満足度の評価、状態把握の精度の評価、及び状態通知システムの評価と介護支援における有用性の検証等を行う。</li> <li>・親子支援：自転車運転者に向けた交通安全教育システムを用いて、地域の小中校生とその親を対象とした評価実験を行い、システムの有用性を検証するとともに、地域社会での親世代～子世代の安全への取り組みについて提言を行う。</li> <li>・政策実践：先進自治体での実践を他地域へ展開させるための方針とその効果検証を行うとともに、持続可能な共生社会を支える地域の仕組みとして互助による地域社会の構築可能性について提言する。</li> <li>・政策デザイン：武蔵野型共生社会システムの成果と課題を、世界最速の少子高齢化が進行する日本における地域ベースの取り組み事例として、国内とともに世界に向けて発信する。</li> <li>・年度末にシンポジウムを開催し、研究プロジェクトの成果を報告するとともに、それをまとめた書籍を共同で執筆する。</li> <li>・シンクタンク等によるイメージ調査を再度実施し、ブランディング戦略の効果を検証する。また、本事業で取り組んだ様々な情報発信を取りまとめ、その効果を分析する。</li> </ul>

**6. 既選定事業との関連（該当する場合のみ：1ページ以内）**

該当なし