

出前セミナーで地域の活性化を図る

キーワード：産学官連携・出前セミナー・人文社会科学

本事例の関係者

兵庫県立大学
産学連携センター
兵庫県商工会連合会
兵庫中小企業家同友会
各地域商工会議所
各金融機関
文部科学省産学官連携
コーディネーター



よく分かる
出前セミナー開催状況

会場：
県立但馬技術大学校

出前セミナー内容

- ・ 研究成果発表
- ・ パネル展示説明
- ・ 技術相談

企業に役立つ活
動を地道に継続し、
連携に繋げている。

これまでの地道な活動が実効ある連携を創造

【要約】

県内各地域での“よく分かる出前セミナー”の活動が、商工会、商工会議所や地域の金融機関に評価され、連携して“地域の活性化”を後押ししていくために、まず理工系学部の専門家に担当して頂くこととした。その結果、“地域・企業の活性化を実現しよう！”という目標が出来上がりつつある。この活動が具体的成果となるようコーディネーターが中心となり参加各機関が協力して活動中である。

【きっかけ】

兵庫県は面積が広く、東西南北に広がっており、“日本の縮図”と言われるほど地域格差（人口、所得、産業、交通、地形）があり、大学も一部地域に集中している。工学部のお膝元である姫路地区ではかなり以前から産学官の交流が盛んで特に大きな問題はないが、その他の地域ではなかなか交流が進んでいなかった。大学本部が神戸に設置されたのを機に、センター長の指示で各地で「よく分かる出前セミナー」を順次開催していくこととした。コーディネーターはそれを受けた形で行動を開始。工業技術センターの協力も得て各地で開催していった。各地域の中小企業が中心であるため、まずそれぞれの地域で“何をすべきか？”、“どうあるべきか？”を解き明かすことが必要であった。

【段取り・プロセス】

各地で行われている連携活動を調査し、どこで開催していくのがよいかを検討したが、まず要望のある地域から始めようということを開始した。その活動が各地の商工会、商工会議所、市役所などの協力を得て、順次広がっている。神戸、加古川、明石、西宮、尼崎、伊丹、篠山、丹波、但馬等で開催している。これらの地域と良好な関係を築き、次の時代への飛躍を目指し関係を強化してきた。

【成果・結果や活動後の変化】

結果として、毎年計画的に開催要望のある地域、逆に要望の少ない地域など地域の特色も見えてきた。地区によっては大変積極的に地域企業のニーズを吸い上げて（アンケートなどで）進めている。また、常に参加される企業も数多い。特に地区の事務局の対応により異なっているようである。地域自治体や県民局などとの連携を密に、活動を行っている。過去からの地道な活動がこれらの活動に結びつき、お互いの信頼と協力関係を築き上げてきた。企業との新たな繋がりが生まれ、お互い切磋琢磨し活性化をはかっている。

「世の中の動きを敏感に感じ、反映させる」ことは地域の企業に於いて大変重要で、文系教員も積極的に参画しているのが現状である。これらの活動が中小企業経営者の意欲・活力の向上と各地域の意識改革機運の醸成に繋がって、各地域にはリーダー的存在の企業も生まれつつあり、今後の成果に期待している。これらをもとに昨年から新たに全学的なシンポジウムの開催へと繋げ、大学の数多くのシーズを一堂に集約して開催している。



発表後の意見交換会状況

成功の事例

地域・企業の活性化意欲をかき立てている

●課題解決と新しい事業の芽をつくり、成果へ導くことを目指す

地域企業は、大学や工業技術センターの新しい技術に接し、理解を深め、企業が自主的に新たに課題解決に真剣に取り組み始め、成果を確信して活性化をはかっている。この過程で、コーディネーターが、課題を探し仲介役となりさらに大きな成果に繋げていこうと努力している。今でもなかなか中小企業に目が向きにくいケースもあるが、最近、新たな技術を活用した成果が出つつあり期待している。

●大学の新たな活動が、地域・地域企業を活性化

各地域での開催で確立したノウハウを、新たな地域にも一部取り入れることにし、兵庫県全域に広げようと計画している。（大変手間暇が掛かるが・・・）
コーディネーターは、地域企業への新しいビジネス展開支援を視野に入れていく考えである。一部文系学部の応援も得て“よく分かるシリーズセミナー”を各地域で出前セミナーとして実施している（右写真）。これらの活動が定着し実効が得られるよう継続的に努力しており、大学の総合力と地域・地域企業・官の力がうまく発揮でき、具体的に大きな成果に繋がることを期待して進めている。

地域との連携



出前セミナー風景

失敗の事例

本当のニーズが何かをよく理解できずに開催

●コーディネーター自身が、事前に企業ニーズをもっと調査すべきである

各地域でセミナーを何度か開催してきたが、未だに各地の商工会・商工会議所や地域企業の事情をしっかりと把握できていないまま開催しているように思える。最初の頃は、分野やテーマは大学側が選定して進めてきたが、それは参加企業の業種が多岐に亘ると考えたためである。参加企業が“なぜこのセミナーに参加しているのか、どのような課題や本当のニーズを持っているのか？”をもっとよく調査しておくべきである。（事後のアンケートで必ずしも良い評価が得られていないケースもあったため、今では地域によっては事前アンケートも行っている）

●企業毎にもっと丁寧なフォローをすべきであったと反省している

過去から、効果の把握・改善点や新たな問題点などのフォローが思ったようできていないこともあり、参加企業の方々から不満も聞いている。特に、次回開催に向けての参加者の意見は重要で、開催後にコーディネーターが直接「参加企業の方々と話し合う機会をつくる」必要性を痛感している。

成功と失敗の 分かれ道

参加各団体・企業の真のニーズは何かをよく知って進めることが大切である。

「参加者のため」を常に念頭に実施することが必要！

産学官連携の新たな展開に向けた提言

地域・企業をもっと知る努力をしよう

本事例は、継続的に開催している県下の地域・地域企業の活性化を目指した活動である。今では活動も充実し、地域の大学として信頼され、定着しつつある。産学官連携活動は、地域・企業の特徴をよく理解して“役に立つ・頼りになる”支援をしていかねばならない。特に各地域の中小企業を事細かに支援する必要性があると痛感している（地域・地域企業の課題をもっとよく知ることが必要である）。そのためコーディネーターは、本当のニーズを理解し、指導教員と事前準備を充分に行い、役に立つ支援をしていかねばならず、裏方支援に徹しているのが現状である。毎年開催する地域では、相手の利益に繋がる支援を実施することが必要であるが、その内容についてはコーディネーター支援先機関トップの理解と協力が重要であることも忘れてはならない。

今後、各地域・地域企業が活性化していくと同時に、大学にもメリットが得られるように活動していく考えである。

☆コーディネーターの一言

コーディネーターがもっと企業をよく知る努力が必要であることを痛感している。また、じっくり経営者と向き合って活動を進めることも重要だと考えている。

人と人との触れ合いが新たな進展を生む。