

08

名古屋学芸大学 産官学協同研究センターの活動 2014～2017

産官学協同プロジェクトの振り返りとこれから

NUAS Industry-Government-University Collaborative Design Center's activity 2014~2017

Industry-Government-University Collaborative project
Looking of a project and, now.

産官学協同研究センター長
デザイン学科・教授
Industry-Government-University Collaborative Design Center
Head of Design Center

Department of Design・Professor

梶田 渉 Wataru KAJITA

産官学協同研究センター・プロデューサー
デザイン学科・助手
Industry-Government-University Collaborative Design Center
Producer of Design Center

Department of Design・Research Associate

皆川 優介 Yusuke MINAGAWA

バッファロー産学協同プロジェクト
デザイン学科・教授
Department of Design・Professor

黄 ロビン Robin KO

バッファロー産学協同プロジェクト
デザイン学科・講師
Department of Design・Lecturer

柴田 知司 Satoshi SHIBATA



1 産学連携 + 官学連携 = 産官学協同

1.1 産学連携(産学協同)の概要

(1) 全国の産学連携(産学協同)の現状

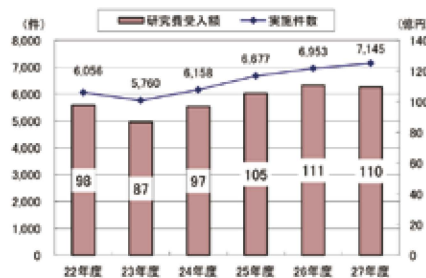
文部科学省では、産学連携の推進施策のために全国の大学を対象とした産学連携等の実施状況調査を毎年行っている。

その中で、大学の民間企業からの「受託研究」において、平成27年度の「研究実施件数」は、前年比で192件増加し7,145件となったが、その「研究費受入額」は前年度と比べ、約1億円減少し、約110億円となった。(資料1)

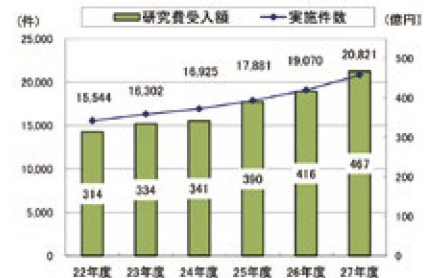
一方で、大学と民間企業との「共同研究」において、平成27年度の「研究実施件数」は、前年比で1,751件も増加し20,821件となり、その「研究費受入額」は前年度と比べて約51億円増加、ここ数年連続で伸長を続け、本調査開始後、初めて450億円を越え約467億円となっている。(資料2)

この研究実施件数の増加の背景には、我が国の産業構造の変化やグローバル化や情報社会の高度化により、製品や施策やサービスのライフスタイルが短くなり、自国内の企業競争はもとより益々の国際競争が激化する中、ほとんどの民間企業が、自らの経営を常に問いながらイノベーションし続けなければ、生き残れないと考え、将来に備えるための研究開発や協力者を求めていることが挙げられる。それに対して大学は、有能な人材を社会に送り出す教育機関としてだけでなく、その大学ならではの知見や研究活動を有効活用し、どれだけ今の時代や社会に貢献ができてい存在であるのかが問われていることが挙げられよう。

これからの企業経営に向けた中長期戦略として、新素材、新技術、新製品、新サービスなどの開発や、有用実験などの時間のかかる「受託研究」に対して、コストをあまりかけずに今すぐできる課題解決策に適応したマーケティング的な、スピード感のある「共同研究」が、民間企業の多くから求められている。このような生き残りをかけた、他社よりも頭ひとつ抜き出るための戦術としての産学連携が、これから益々増加していくであろう。



(資料1) 民間企業からの受託研究実施件数及び研究費受入額の推移



(資料2) 民間企業との共同研究実施件数及び研究費受入額の推移

(2) 地域連携(産学協同と官学協同)の現在

文部科学省の平成27年度の、産学連携等の実施状況調査では、地域社会との産学連携の調査結果も公表している。

その調査結果を見ると、大学とその周辺地域(同一県内)にある中小企業との共同研究実施件数は、東京大学が132件でダントツであるが、三重大学が59件で3位、岐阜大学が58件で4位、名古屋大学が43件で11位となっており、東海地方は他の地方と比べ、民間企業の産学連携への意識の高さが伺われる。(資料3)

また、同一県内の産官学の3機関が連携した共同研究+受託研究の東海地方における大学別実施件数のランキングでは、名古屋大学が246件で1位。名古屋工業大学が125件で2位、三重大学が115件で3位、岐阜大学が82件と、いずれも国立大学の実績が高い。一方、私立大学では、中部大学が42件で7位、名城大学が34件で8位、豊田工業大学が31件で10位、と健闘している。これらは、その地域の経済振興や地場産業の活性化のために行政機関が主導でコーディネーター役を担い、民間企業と大学の研究機関をつないで産官学連携を推進している。

(資料4)

(3) 私大の産学連携のトピックス

私立大学のトピックスとして、民間企業との受託研究の実施件数を増やし続けているのは、立命館大学と近畿大学である。(資料5)

No.	機関名	件数	受入額	所在地	区分	前年度 No.
1	東京大学	132	578,292	東京都		1
2	信州大学	62	33,840	長野県		17
3	三重大学	59	30,792	三重県		2
4	岐阜大学	58	70,139	岐阜県		7
5	東京農工大学	54	87,098	東京都		10
6	京都大学	53	193,421	京都府		12
6	東京工業大学	53	142,911	東京都		5
8	東北大学	50	124,364	宮城県		6
9	大阪府立大学	49	52,887	大阪府	公	9
10	北海道大学	44	65,219	北海道		21
11	名古屋大学	43	65,354	愛知県		13
11	茨城大学	43	9,431	茨城県		8
13	広島大学	42	40,120	広島県		10
13	電気通信大学	42	18,829	東京都		3
15	大蔵大学	40	109,269	大阪府		14

(資料3) 同一県内中小企業との共同研究実施件数

No.	機関名	件数	受入額	所在地	区分
1	名古屋大学	246	1,003,089	愛知県	
2	名古屋工業大学	125	262,755	愛知県	
3	三重大学	115	132,933	三重県	
4	岐阜大学	82	90,255	岐阜県	
5	静岡大学	78	114,630	静岡県	
6	豊橋技術科学大学	71	109,740	愛知県	
7	中部大学	42	104,036	愛知県	私
8	名城大学	34	35,601	愛知県	私
9	静岡県立大学	32	52,391	静岡県	公
10	豊田工業大学	31	170,431	愛知県	私

(資料4) 東海地方(愛知県・三重県・岐阜県・静岡県)における、産官学の3機関連携 共同研究+受託研究 大学別実施件数

立命館大学は、産学連携を2006年から重要な柱として掲げ、「地域」「事業化」をキーワードに大学を新たな産業基盤として位置づけ、「リサーチオフィス」という産学官総合窓口を設置し、研究機構との密接な連携と、大学外部からベンチャー・キャピタリストや弁護士、弁理士などによる「産学官連携アドバイザーボード」を組織しプロデュースすることで、成果を出すスピードを重視する民間企業のニーズに応えられるよう事業化した。京都・滋賀を中心に地元企業との連携を重視して、成果を出している。

近畿大学は、全学的な広報ブランディング活動に加え、産官学連携の架け橋となる機関「リエゾンセンター(以下、KLCという。)」に所属するコーディネーターにより、教員をサポートしながら、教員と企業とのマッチングを図り、共同研究・委託研究の数を増やしている。また、KLCは、①近畿大学研究シーズの発表会(毎年2回開催)と展示会(27年度は32の展示会に参加)を推進。②金融関係機関との連携(14機関と協定締結済)等を実施。こうした取り組みで、企業側が連携したくなる理由を作り出し、数字に結びつけている。(資料6)

産学連携は、大学と地域社会をつないで、地場産業を活性化し、地元で就職する良い人材を確保し、人々の生活環境にも影響を与えていく。このように大学のある近隣地域に良い循環を醸成する社会貢献の面からも産学連携は重要である。そのためには、大学と企業との産学連携だけでなく、地元の行政も一緒になって3つの機関による産官学連携も継続的に必要である。

したがって、私立大学は、学内の更なる研究支援制度の充実だけでなく、外部資金調達に向けた研究シーズの発表会、産学連携による成果物の発表など、連携先となる企業や行政から知ってもらえるような広報活動が欠かせないのである。

No.	機関名	増加件数	区分
1	立命館大学	40	私
2	近畿大学	36	私
3	名古屋大学	24	
3	自治医科大学	24	私
5	拓殖大学	20	私

(資料5) 産学連携受託研究 前年度から実施件数が大きく増加した大学機関

No.	機関名	件数	受入額	所在地	区分
1	大阪大学	266	1,310,894	大阪府	
2	大阪府立大学	135	168,228	大阪府	公
3	京都大学	128	354,480	京都府	
3	立命館大学	128	159,777	京都府	私
5	近畿大学	108	84,669	大阪府	私
6	大阪市立大学	92	191,329	大阪府	公
7	神戸大学	84	146,105	兵庫県	
8	関西大学	55	78,529	大阪府	私
9	京都工芸繊維大学	48	37,385	京都府	
10	兵庫県立大学	38	58,465	兵庫県	公

(資料6) 近畿地方(大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・滋賀県・和歌山県)における、産官学の3機関連携 共同研究+受託研究 大学別実施件数

1.2 名古屋学芸大学の

産官学協同プロジェクトの概要

本学では、産学連携と官学連携の両方を実施していることから、「産官学」と表記し、大学と企業と行政の3つの機関が力を合わせることで、同時に、依頼主と教員と学生の3者が力を合わせることを「協」の漢字に託して「産官学協同」と呼んでいる。

2014年からこの活動をスタートし、2016年に産官学協同研究センターを開設し、この4年間で実施してきた協同プロジェクトは現在に至るまで『デザインによる課題解決』を軸に展開して来ており、前項で述べた理系・工学系の他大学における産学連携の研究活動が地場産業を活性化し、結果的に、地域の経済や文化の発展に寄与するという思想は同じでも、本学の産官学協同の実施内容の中身はそれらとは、大きく異なっている。

本学の産官学協同プロジェクトは、民間企業や行政から出された様々な依頼(課題)に対して、依頼元の担当者と教員と学生メンバーによる協同プロジェクトチームを組み、何度も議論し合い方向性を確認しながら、担当教員のディレクションの下、学生達と一緒に、調査や取材を行い、モノゴトの様々な問題をその周辺や背景も含めて調査・分析し、そこから本当の課題を発見し、課題解決案を「デザイン」を通して考えていく。

依頼元からのオリエンテーションから、自分達の答えとしてのデザイン提案までの過程で、参画した学生達は、実社会における企業や行政の活動内容を理解し、課題発見力や企画力やコミュニケーション能力を鍛え、具体的に可視化した答えを制作する表現力を磨くことで、実社会におけるデザインの仕事を体験し、実践的な専門スキルの向上と、社会に適応する人間力を身につけていく。産官学協同プロジェクトは正に、名古屋学芸大学の建学の精神に基づく「実学」と「人間教育」の一環である。

(1) 実施の目的

- 1: 学生が実社会の仕事を実体験しながら学ぶ
(実学で実践的な専門スキルを向上させる)
- 2: 学生が社会の仕組みや企業または行政の活動を理解する
- 3: 学生のコミュニケーション能力を高める
(質問力を高め、より良い課題解決案に向う)
(社会に適応する人間力を鍛え、育む)
- 4: 教員の研究活動・教員のスキルアップ
- 5: 名古屋学芸大学のプレゼンス向上
- 6: 大学と企業と行政との良好な共生関係を構築して、
地域の経済と文化の発展に寄与する

(2) 実施のプロセス

- 1: 依頼元からのオリエンテーション
- 2: 依頼元取材～市場調査～分析～課題発見
- 3: アイデア出し～課題解決の方向性の企画案
- 4: 中間プレゼン(課題解決の方向性の確認)
- 5: 企画表現案～課題解決策の可視化
- 6: プロトタイプ制作(提案の可否を判断できる成果物)
- 7: 最終プレゼンテーション～提案の決裁
- 8: 提案が採用の場合～本番制作・実行
- 9: 活動記録をまとめる～成果を公表・発信する

(3) 実施体制とスケジュール

上記の1～7に沿って、プロジェクトは進行する。プロジェクトチームは、担当教員(教授・准教授・講師)がクリエイティブディレクターを務め、スタッフィングと、最終まで課題解決に向けた方向づけやアドバイスをこなす。最終月の第2週または第3週目に最終プレゼンテーションを実施する迄の期間を6ヶ月コース(4月～9月、10月～翌年3月)と1年コース(4月～翌年3月)に設定して推進している。

(4) 実施の内容

「課題解決に向けたデザインによる可視化した答え」として、デザイン学科が現在対応するカテゴリーは以下の通りである。

- (A) CI&VIデザイン(ロゴマーク、ロゴタイプのデザイン～
企業や団体の活動ツールの名刺・封筒などのデザイン)
- (B) ブランディングデザイン(商品企画開発～ネーミング～
パッケージデザイン～販促宣伝ツールなどのデザイン)
- (C) アドバタイジング(ポスター、フライヤー、新聞広告、
デジタルサイネージ、WEB広告、POPなど)
- (D) パブリシティ(企業や団体の伝統的な価値を掘り起こして、
お客様に広報するツール:WEBコンテンツ、リーフレット)
- (E) スペースデザイン(空間、ディスプレイ、家具、雑貨など)
- (F) プロダクトデザイン(インダストリアル、クラフトなど)
- (G) イベント(企画&運営、イベントツールのデザイン)

また、本学メディア造形学部には、デザイン学科の他に、映像メディア学科とファッション造形学科があり、それぞれの学科の専門スキルを活用した映像表現やインスタレーションや、衣装の制作やテキスタイルデザインなどの依頼を扱う産学協同や、さらに学部の壁を越えて、管理栄養学部やヒューマンケア学部との学内コラボレーションをしながら、学外の産学協同や地域連携をしていく活動に展開しようと、産官学協同研究センターは動き出しており、2018年度以降、協同プロジェクトで扱うカテゴリーやジャンルがさらに広がっていくことだろう。

1.3 実施した官学協同プロジェクト 2014～2017

(1) 4年間の活動を振り返って

産官学協同プロジェクトは、2014年の6月に開催した2つの展覧会、梶田渉 仕事展 (NUASギャラリー)とNAGOYAみやげ VISION展 (国際デザインセンター)に来場されたお客様との会話から産学連携をやりましょうという話になり、その年の夏からプロジェクトがスタートし、現在までの約4年間で実施した産学協同は20件、官学協同は7件を数えている。

2014年 8月～翌2月 DENSO産学協同

9月～翌3月 エコバンク産学協同

2015年 2月 DENSO「わくわくの種 展」開催(写真1)

3月 FOODEX JAPAN 美食女子コンペ

黒豆五郎 金賞 ハニーコンフィ 銀賞(写真2)

4月～駒平キウブ産学協同

4月～エコバンク産学協同Ⅱ

5月～大阪シーリング印刷会社産学協同

5月～ナカモ産学協同

5月～スリーエス産学協同

6月～日進市(生活学習課)官学協同

8月～トヨタ車体産学協同

10月～トヨタ車体産学協同Ⅱ

10月～マウンテンコーヒー産学協同

10月～吉田麺業産学協同

10月～わくわくの種 展 グッドデザイン賞(写真3)

11月～日進市(生活安全課)官学協同

11月 名古屋商工会議所との連携・協力に関する協定を締結(写真4)

2016年 4月～産官学協同研究センター開設(写真5)

5月～川ばた乃エキス産学協同

6月～近藤印刷産学協同

6月～バッファロー産学協同

6月～日進市(保健センター)官学協同

7月～ふるさと県人会(愛知・岐阜・三重)

8月～日進市(保健センター)官学協同

11月～服部産学協同

12月～日比谷花壇産学協同

12月～産官学協同研究センター本稼働(写真6)

2017年 4月～名古屋テレビ塔産学協同

5月～セブン&アイ・クリエイトリック産学協同

6月～岩月屋産学協同

6月～産官学協同展開催 (NUAS ギャラリー)(写真7)(写真8)

7月～日進市(保健センター)官学協同

7月～ふるさと県人会(愛知・岐阜・三重)

9月～桂新堂産学協同

12月～日進市(生涯学習課)官学協同

12月～プライムツリー赤池 参太祭 開催(写真9)

2018年 4月～デザイン学科のカリキュラムの一つとして運用
(参加学生に単位が出せるようになった)

計 産学協同 20件 官学協同 7件



写真1 / DENSO「わくわくの種 展」開催



写真2 / FOODEX JAPAN 美食女子コンペ・黒豆五郎 金賞 ハニーコンフィ 銀賞



写真3 / わくわくの種 展 グッドデザイン賞



写真4 / 名古屋商工会議所との連携・協力に関する協定を締結



写真5 / 産官学協同研究センター開設

写真6 / 産官学協同研究センタ本稼働



写真6 / 産官学協同研究センター本稼働



写真7 / 産官学協同展ポスター



写真8 / 産官学協同展 開催 (NUASギャラリー)



写真9 / プライムツリー赤池 参太祭 開催

4年間の中で、トピックスとして挙げられるのは、まず、最初の2014年に実施した2つのプロジェクトが、翌年に社会から評価されて、両方も良い賞をいただくことができたこと。2015年11月には、本学と名古屋商工会議所との連携協定を結んだことで、継続的に産学協同プロジェクトを推進していける目処が立った。その連携協定を結ぶ前後で、産学協同に伴う依頼元との契約や知的財産権の取り扱い、守秘義務に関すること、プロジェクトの実施体制や予算管理、スケジュールなど、運用に関するあらゆるルールを法人の協力を得て、次々と定めて行った。

そうして、2016年4月にはプロジェクトのミーティングや制作を行う施設「産官学協同研究センター」が開設した。2017年6月には産官学協同展 (NUASギャラリー) を開催した。

こうして2017年度を終えて、実施した産学協同は20案件、官学協同は7案件に達した。そして、2018年度から、授業カリキュラムとしての運用がスタートすることになった。

(2) 活動事例「バッファロー×名古屋学芸大学 デザイン学科」 産学協同プロジェクトの始まりから最終提案まで

株式会社バッファローは、インターネットをより快適に活用するための、パソコン及びブロードバンド用の関連機器(メモリー、ストレージ、ネットワークなどの製品)とデジタル家電の開発・製造・販売、及び関連サービスの提供を行っている会社。名古屋の大須に本社があり、2017年度は638億円の売上実績、パソコン周辺機器の販売実績において国内シェア No.1を誇る。

2016年に創業40周年を迎えたバッファローは『つなぐ技術で、あなたに喜びを』という新しいコーポレートステートメントを発表。そこで、バッファロー 共通技術部デザイン課の社員さん達と、名古屋学芸大学 デザイン学科とコラボレーションし、バッファローの製品や技術力が生み出す価値をあらためて、一般の人々にコミュニケーションする方法を一緒に考えようと、産学協同プロジェクトを実施することになった。

2016年 6月17日～バッファロー本社取材(写真10)(写真11)

6月 後半～家電量販店(ビッグカメラ・ヤマダ電機・エディオンなど)の市場調査・分析～課題発見

7月15日～バッファロー社員さんとのミーティング
取材と調査からの気付きや課題発見の共有

7月 後半～課題解決のための各自のアイデア出し

8月18日～バッファロー社員さんへのアイデア発表

9月～10月～イベント内容の具体案のまとめ

10月14日～本社にてイベント企画内容の提案
(写真12)(写真13)

10月 後半～イベント企画案の中止決定～ゼロから再考

10月～11月～バッファロー商品を一から学び直し、
商品からのアイデア出しと検証を行い、
新企画(店頭開発+商品展開)をまとめる
(写真14)(写真15)(写真16)(写真17)

12月 8日～バッファロー社員さんと方向性の確認

12月13日～上司さんへの提案～方向性確定

12月～1月～提案内容のブラッシュアップと具体化～
デザインによる可視化(プロトタイプ制作)
プレゼン資料のまとめ(写真18)(写真19)

2017年 11月11日～バッファロー本社 最終プレゼンテーション

1月～2月～自主的に提案内容のブラッシュアップ

3月16日～バッファロー本社 再最終プレゼンテーション
(写真20)(写真21)(写真22)(写真23)(写真24)(写真25)

以上の9ヶ月間に渡るプロジェクトであったが、教員も学生も毎日パソコンを使用しているのにも関わらず、パソコン関連機器に対する知識が全然足りず、一から機能や使用法を理解するところからスタートしなければならなかった。

一方で、バッファローの社員さん達は、既に国内シェア No.1の販売実績を出しながら、順調に業績を伸ばして来ており、ハードユーザー対策には積極的だが、今後の対策や布石として、エント

リー層やライトユーザー向けの情報発信の必要性や、新規顧客対策を講じなければならないという意識はほとんど持っておらず、プロジェクトチームをスタートしたものの、大学側と会社側の意識に大きなズレがあり、先行きがとても難しく感じられた。

その後、学生達の取材や市場調査の報告を聞き、議論を重ねるうちに、学生の視点や考え方に社員さん達も少しずつ慣れ、会社の今後への対策を一緒に考えられるようになり、学生達は「本社がある大須で開催するイベント企画案」をまとめ、中間プレゼンをしたのだが、会社の上司の人から、バッファローが現在行っているビジネスとの距離があり過ぎること、また、小さな規模のイベントを開催しても「点」で終わってしまい、効果があまりないとの理由から「没」との判断が下り、一から考え直すことになった。

そこで、大学側メンバーはスタートに戻り、バッファローの主力製品とそのシリーズ製品を全てお借りして、製品と向き合うことから出直すことにした。製品情報を丁寧に調べ、シリーズ製品のそれぞれの差や競合品との違いを比較しながら、自分達が理解できる、できないことに仕分け、また、製品を実際に使用してみて気付いたことをまとめ、もう一度、強みと弱みを洗い出し、製品発のアイデアで課題解決案を検討し、提案していくことにした。

しかしながら、学生達はハードユーザーに向けた製品情報を学習すればするほど、今回のプロジェクトが目差すべきターゲットはライトユーザー層を狙いにすべきだと言う。それは、パッケージに難しい言葉が多用され、現在の情報のままではハードユーザー以外の人には広がらないと確信したからだった。バッファローにとって、産学協同をやって価値があるものにするには、ライトユーザーにバッファローの魅力が伝わり、ライトユーザーに受け入れられるものにしていくと「デザイン提案の方向性」を社員さん達と再度検討し、そのキーワードを定めながら、承認を得た。

こうして、決めたコンセプトの下、店頭とパッケージ、USB、ギフトの、3つのジャンルに絞り、最終提案に向けて企画をブラッシュアップし、それらを具体的なカタチに可視化(プロトタイプ制作)する作業を行ない、1月11日、本社最終プレゼンテーションに臨んだ。しかしながら、制作時間が足りず、中途半端な表現では狙いが伝え切れずに最終プレゼンが終わり、後悔が残ってしまった。どうしても諦めきれずにもう一度、最終提案をやり直させてもらえないかと異例のお願いをさせていただき、会社からの了解を受け、デザイン表現に改良を加え、提案内容を進化させ、3月16日に再度、プレゼンテーションさせていただいたのだった。

<私たちの提案>

私たちとBUFFALOの間にある距離を縮めたい



<デザイン提案の方向性>

ライトユーザーにとって、より身近なものの提案
長期的にできて、今後の展開が広がるものの提案

キーワード

親しみやすさ 身近さ 楽しさ 柔らかさ

● VI&パッケージの提案・店頭ツールの提案 ●

バッファローの赤色を他社も使い出し、差別化が困難に。



赤色+パターン柄で、VI(Visual Identity)を再定義。(写真26)

事務的でびっしり情報が詰め込まれたパッケージデザイン。



わかりやすく、なじみやすいレイアウトに情報を整理。(写真27)

パッケージにびっしり詰め込んだ情報伝達の限界。



可変型パッケージの店頭ツールで、興味を持たせる。
(写真28)(写真29)

事務的で親しみにくい、パッケージの情報伝達



わかりやすい視覚伝達で情報をめくる形で整理し、
箱に差し込むだけで使える、汎用性の高い販促情報POP。
(写真30)(写真31)

● 親しみやすいUSBの提案 ●

数が増えた時に中身や用途がわかりにくいUSB。



ワーキングシーンとプライベートシーンと使い分けできる、
キャップと本体と一体型の楽しいデザインのUSB。
愛着の湧くUSB本体と台紙の、より個性的なデザイン提案。
(写真32)(写真33)(写真34)(写真35)

● バッファロー製品をギフトにする提案 ●

デジカメやスマホの写真をためて管理する「おもいでばこ」。



「思い出をためる」から「思い出をつくる」おもいでばこの提案。

Webサイトで使う写真を注文できるギフトボックス。

(写真36)(写真37)

パソコン周辺機器のギフト市場は、まだ未開拓。



寄せ書きのできるギフトパッケージの提案。
いろいろなシーンに合わせて選べるデザインプレート。
(写真38)(写真39)(写真40)(写真41)

(3) バッファロー 産学協同プロジェクトを終えて

<学生メンバーの声>

- *慣れないグループワークで悪戦苦闘しましたが、授業ではできない経験をさせていただき、勉強になりました。
- *企業の方と共により良い提案を考えて行くことは、とても新鮮で良い経験になりました。
- *社会に出た時のビジョンを感じられ、貴重な体験でした。
- *悩んだときは一から見直すことの必要性を学んだ。
- *最終提案まで紆余曲折を乗り越えた経験を今後になかしたい。

<教員メンバーの声>

- *機器の使い方や仕組みの理解に止まらず、様々な視点を養いながら実務に取り組むことができたと思います。
- *最終提案まで紆余曲折ではありませんでしたが、学生達が根性強く鍛えられたと思います。一方、学生達と真剣に質疑・論議するバッファロー社のデザイナーの皆さんの姿に感服しました。
- *完成度を上げてどうしても最後まで提案したいという、学生達の熱意と粘りに感動した。

<バッファロー社員メンバーの声>

- *学生さんが購入者の目線で、何を気にして購入するのか？バッファローの強みは何か？これらの等身大の意見をまとめ、独自の表現をしていただけて、刺激を受けました。
- *学生の真摯に取り組む姿勢から多くのことを学ばせて頂いた。
- *私たちが毎日向かい合っている馴染みの製品も利用する世代が変われば、その表情を大きく変えなければならないと、あらためて気付かせてくれる機会でした。

<バッファロー産学協同プロジェクトを終えて:梶田>

デザインにおける「コミュニケーション能力」の重要性は、プロジェクトにおける単に意思疎通とか提案力だけでなく、課題を深掘りしたメンバー同士だからこそ熱い議論となり、本気度のある人間同士の触発によって、そのクリエイティブを良い方向に向かわせ、成長させることができる「源」だと、梶田は考えている。今回のバッファロー産学協同において、イベント企画案の没後にこそ、次々と良いアイデアが学生達から生まれるようになったのは、そういうことではないだろうか。

<プロジェクトメンバー>

名古屋学芸大学 メンバー

教員:梶田 渉 黄ロビン 柴田知司 皆川優介

学生:加藤玲奈 佐藤春菜 庄原早帆子 田淵遥香 弟子丸哲矢

内藤春香 服田歩美 濱口陽平 安田真菜 山根拓巳

株式会社バッファロー 共通技術部 デザイン課 メンバー

小幡真也 浅井直樹 佐藤宣夫 野田修司 楠井明雄 守田義教



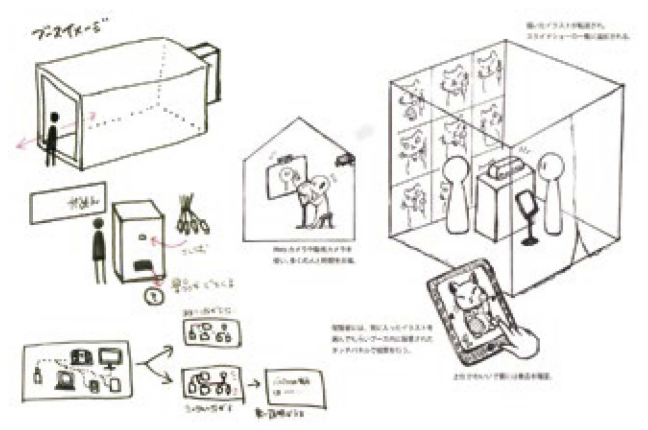
(写真10) パッファロー本社取材



(写真11) パッファロー本社取材～家電量販店調査



(写真12) 本社にてイベント企画内容の提案（開催場所候補）



(写真13) 本社にてイベント企画内容の提案（ブース展開イメージ）



(写真14) パッファロー商品から学ぶ



(写真15) パッファロー商品から学ぶ



(写真16) 商品発のアイデアで新企画をまとめる



(写真17) 商品発のアイデアで新企画をまとめる



(写真18) デザインによる可視化(プロトタイプ制作)



(写真19) プレゼン資料のまとめ



(写真20) パッファロー本社 最終プレゼンテーション



(写真21) パッファロー本社 最終プレゼンテーション



(写真22) パッファロー本社 最終プレゼンテーション



(写真23) パッファロー本社 最終プレゼンテーション



(写真24) パッファロー本社 最終プレゼンテーション



(写真25) パッファロー本社 集合写真



(写真26) 赤色+パターン柄で、VI(Visual Identity)を再定義



(写真27) わかりやすく、なじみやすいレイアウトに情報を整理



(写真28) 可変型パッケージの店頭ツールで、興味を持たせる



(写真29) 可変型パッケージの店頭ツールで、興味を持たせる



(写真30) 汎用性の高い販促情報POP



(写真31) 販促情報POP (わかりやすい視覚伝達で情報を整理)



(写真32) キャップと本体と一体型の楽しいUSBの提案



(写真33) 個性的で、愛着の湧くUSB本体と台紙の提案



(写真34) ワーキングシーンとプライベートシーンを使い分けできるUSBの提案



(写真35) ライトユーザーにとってより身近なものの提案



(写真36) 「思い出をためる」から「思い出をつくる」おもいでばこの提案



(写真37) Webサイトで使う写真を注文できるギフトボックス



(写真38) 寄せ書きのできるギフトパッケージの提案



(写真39) いろいろなシーンに合わせて選べるデザインプレート(ビジネス)



(写真40) いろいろなシーンに合わせて選べるデザインプレート(プライベート)



(写真41) いろいろなシーンに合わせて選べるデザインプレート(学校)

2 産官学協同研究センターの今

2.1 産官学協同研究センターの今

(1) センターの目的

センターは、自治体及び企業との協同研究としてプロジェクトを設置し、運用することにより、メディア造形学部の教育研究の進展及び充実を図ることを目的とする。

(2) センターの役割

学生達の実学(アクティブ・ラーニング)によるクリエイティブの専門スキルの向上と、人間力を養成する場所として機能し、同時に名古屋学芸大学のプレゼンス向上のための記録管理と広報活動を行う。そして、すべてのプロジェクトチームが良い成果を出ることができるよう、川上から川下まであらゆるサポートを行なう。

2.2 産官学協同研究センターのこれから

(1) センターの目的の拡充

センターは、企業及び自治体との協同研究として依頼案件ごとにプロジェクトを設置し、運用することにより、名古屋学芸大学の教育研究の進展及び充実を図ると同時に、地域の経済や文化の発展に寄与することを目的とする。

(2) センターの役割の拡充

今までのセンターの活動を継続しながらも、他学科、他学部とも連携協力し、大学全体の地域連携の取組みへと発展させる。

* 本学のWEBサイト上に『名古屋学芸大学の地域連携』のコーナーを新設して、「研究所・研究室(大学・学部・学科)」と「産官学協同研究センター」と「子どもケアセンター」と「サービスマーケティングセンター」の4つの窓を作り、地域連携関連の活動ニュースとアーカイブがいつでも見られるようにする。

(2018年4月～開設予定)

* 名古屋学芸大学の地域連携の総合窓口の「地域連携室(仮)」設置に向けて協力していく。

そして、2018年度4月から、産官学協同プロジェクトはデザイン学科のカリキュラムに入り、単位が出せるようになった。産官学協同研究センターの活動を拡充して、他学科、他学部とコラボしてプロジェクトを実施した場合でも単位が出せるよう、ルールを整備していく。その実現に向け、他学科、他学部の教員の皆様のご協力をお願いしたい。

3 謝辞

バッファロー産学協同プロジェクトにおいては、共通技術部の部長 小幡真也さん、同デザイン課の課長 浅井直樹さん、同係長 佐藤宣夫さんをはじめ、野田修司さん、楠井明雄さん、守田義教さんの皆様には、このような産学協同の機会を与えてくださっただけでなく、9ヶ月間に渡り、たいへんお世話になりました。深く感謝し、厚く御礼申し上げます。

そして、2014年の産学協同プロジェクトから始まり、産官学協同研究センターの開設～本稼働～拡充へと4年をかけて推進してきました。この間、本学メディア造形学部長 渡部眞 教授、デザイン学科の、木村一男 教授、河村暢夫 教授(故人)、大島誠 教授、黄ロビン 教授、富安由紀子教授、尹成濟 准教授、柴田知司 講師、並びに、中藤寛子 助手、土屋小春 助手、そして、当センターの立ち上がりからプロデューサーを務めている皆川優介 助手、皆様の多大なるご尽力に対し、深く感謝いたします。本当にありがとうございました。

参考資料

* 文部科学省 産学連携の推進施策のための全国の大学対象

産学連携等の実施状況調査(H27年度)から

(1) 民間企業からの受託研究実施件数及び研究費授入額の推移

(2) 民間企業との共同研究実施件数及び研究費授入額の推移

(3) 同一県内中小企業との共同研究実施件数

(4) 東海地方(愛知県・三重県・岐阜県・静岡県)における、

産官学の3機関連携 共同研究+受託研究 大学別実施件数

(5) 産学連携受託研究 前年度から実施件数が大きく増加した大学機関

(6) 近畿地方(大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・滋賀県・和歌山県)における、

産官学の3機関連携 共同研究+受託研究 大学別実施件数