

[梅花女子大学]

## 産官学連携による新たな価値の創造

藤原 美紀 学校法人梅花学園常務理事

### 1 女性の感性を活かす企業 コラボレーションとの産官学 連携に取り組む

梅花女子大学では2011年より、「本学学生の感性」を活かして企業の課題を解決するため、産官学連携を推進している。年間約30件、通算257件のコラボレーション実績がある。

具体的な事例としては次のようなものが挙げられる。

- 自動車メーカーとのコラボレーション。若者や女性の自動車所持低下問題解決のための特別仕様車販売。
- 青年会議所と企業15社とのコラボレーション。SDGsについてブレインストーミングを行い、女性社員の少ない企業における女性の働き方の提案。

● 老舗教材メーカーとのコラボレーション。知育教材、知育玩具の開発。英語教材玩具、工作キット他の商品化。

● 各地とのコラボレーション。レシピア開発を通して産地の活性化など、問題解決を含む連携。

● ロボット会社や、最先端技術研究企業とのコラボレーション。消費者ニーズを検討し、市場への出し方を共に考える。

その他、テレビ局、警察、ガス会社、鉄メーカーなど様々な業種とのコラボレーションでは、課題も多岐にわたっている。数々のコラボレーションを実践していくことにより、女子大学の学生の独自目線で課題解決の議論を深めることが、新しい「モノ」や「コト」が生まれやすい特性をもっていることがわかってきた。

### 2 創業80年以上の老舗珈琲店とのコラボレーション

丸福珈琲店との産学連携は、商業施設や百貨店など出店の多様化に対し、「老舗珈琲店としての新機軸を打ち出せないか」という課題の解決を目標にスタートした。2018年の第1弾は「新しい年代層の集客につながるメニュー開発」に管理栄養学科の半期15回の授業で取り組んだ。コーヒーをあまり飲めない妊娠中、授乳中の女性や、子どもの来店を目的とし、企業の担当者と学生が議論、試作、プレゼンター

シヨンを繰り返し、商品化が実現した。「野菜がしっかり摂取できる」とお子様セットが大阪と名古屋の商業施設や百貨店で販売された。2019年のコラボレーション第2弾からは商業施設「LUCUA1100」が加わり、3者での取り組みとなった。管理栄養学科2年生全員が、共通教育科目の授業「問題発見・解決セミナー」でレシピ開発を行った。商品として採択された「おとなの！おこさまランチ」と「LUCUA1100 5th Anniversary ルージュプレート」。LUCUA

というおしゃれな館と「昔ながらの喫茶店」という丸福珈琲店の本質を大切にしながらも、新たなジャンルを打ち出し、栄養やヘルシーさが盛り込まれている点が評価された。限定販売でありながら商品による集客増、新たなターゲット層の増加に加え、従来の年代層にもリーチしているなどの集計結果が出た。産学連携による商品開発を行うことで、話題性が生まれ、かつ商品の良さが高く評価されることのお客様のアンケート結果に表れている。第3弾となる2020年は、



プレゼンテーション時のデザイン画



「おとなの！おこさまランチ」

コロナ禍ということもあり「見た目にも楽しくわくわくでき、免疫力があがる」というテーマがメニュー開発に盛り込まれた。少しずつ多くの種類を食べることができるプレートランチが商品化され、さらにランチボックスとしてテイクアウトでも楽しめる企画となった。第4弾の2021年は、連携企業としてオリエンタルベーカーが加わり、4者コラボレーションでの商品開発が実現し、商品化が決定している。

### 3 珈琲店と本学の挑戦「チャレンジ&エレガンス」

梅花女子大学では産学連携を、急速に変化する社会や人々の心の変化を敏感に捉えつつ行っている。老舗珈琲店としての矜持を保ちつつ変化していこうという企業の熱い思いと、学生たちの真摯な思いがぶつかり合う中、あらたな価値が生まれ出る。技術的思考と感性との融合が必要不可欠となった今、女子大学の特徴を活かした産学連携の実践が社会に貢献できる。新しい時代の産官学連携が、結果的に、144年前の本学創立時の使命「チャレンジ精神あふれるエレガントな女性」に通ずることがおもしろい。これからも女性の感性と、様々な企業の技術や専門的な知識を掛け合わせていくことで、あらたな価値や話題性を創出していきたい。

[明治大学]

## コロナ禍でのゼミ生の模索と挑戦 —神保町コーヒープロジェクト—

島田 剛 明治大学情報コミュニケーション学部准教授

私のゼミでは2020年度から「神保町コーヒープロジェクト」に取り組んでいる。神保町の街づくりとともに、コーヒーを通じた世界の格差の課題に取り組むプロジェクトである。その一環で「明治大学SDGsコーヒー」を大学グッズのHP (<https://meidaigoods.net>) で販売している(写真右)。また、2021年度中に新たに学生たちが「本に合う味に」とブレンドした「神保町珈琲」を販売開始する予定である(写真左)。オンラインで販売しているのは、コロナ禍で学園祭などでの対面販売ができないからだ。どうして、こんな取り組みを始めたのだろうか。まず、背景から説明しておきたい。神保町はとても魅力に溢れた街である。古本屋に加えて古くからある純喫茶が多

く、これまでこの2つが相まって、他にはない文化的な街になってきた。しかし、かつて古本屋で一番売れていた百科事典などが、グーグルなどの出現により買われることはなくなってしまった。また、古本もアマゾンなどオンラインで購入できるようになってきた。新しい状況に対応していくことが必要になってきている。世界的なデジタル経済化の一端が、神保町にも大きな影響を与えているのである。一方、ブルーボトルコーヒーなどのサードウェーブ・コーヒーの興隆の中で、若者の間ではコーヒーで神保町がイメージされることは少なくなってきた。

さて、どうしたらいいだろうか。ゼミ生たちとこんな議論を開始したのはコロナ禍が始まる少し前からだった。ゼミ生たちが注目していたのは「つながり」(ソーシャル・キャピタル)である。神保町には独特のにぎわいがあるが、コーヒーを飲むカフェはそうした人と人のつながりを育む場所になりうるからだ。特に本との相性がいい。また、神保町には公園や緑が少ないが、カフェが都市の中で安らげる場所になると考えたからである。さらに、コーヒーは途上国にとって重要な作物である。より生産者に寄り添ったコーヒーが増えることにより、コーヒー生産者たちの生活を向上することにもつながる。国内の問題と、グローバルな課題のどちらにも取り組むSDGs

の取り組みにもなると考えていた。

2020年度のゼミが始まった時点ではコーヒーを販売することは考えていなかった。しかし、新学期前にコロナ禍が蔓延し始め、さらに、1回目の緊急事態宣言が出され、ゼミも対面ではなくなってしまう。私自身がオンラインでの授業の実施に不慣れで、また、新しく入ってきたゼミ生たちもお互いに初対面であった。飲み会や夏合宿ができず、議論をしても少しゼミ生同士が遠慮をしているように感じられた。Zoomが終わった後に、どうやったら例年のような一体感を作り出せるか、考え込んでしまうことも多かった。

当初は実地にお店でインタビュすることも考えていたが、なかなか訪問もできない。ゼミも対面が続けられるのか先が読めない。そんな制約がある中で、ゼミ生たちは「できることは何か」を徐々に探し始めるようになっていった。学生たちが考えたのが、ゼミに来ていただいた神保町に本社のある、株式会社ミカフェートのJosé・川島良彰社長にお願いしてオリジナルコーヒーを作り、オンラインで販売することだった。そして、コーヒーの街、神保町を発信するためにHd (<https://jimboccho-coffee.com>) を立ち上げて、そこにオンラインで行ったインタビュの記事を

掲載することだった。

始めてみると多くの方に関心を持っていただき、日本経済新聞やTVなど多くのメディアで取り上げていただいた(売上金はコーヒー生産者への支援にする予定)。

また、神保町を発信するために作成したHPには7000名を超える方々からアクセスいただいた。海外からのアクセスが多く、アメリカや中国、カナダ、中南米、アフリカなど51カ国からアクセスがあった。

2月からは明治大学博物館の「神田学生街140年の今⇄昔」展で、ゼミ活動のポスターが展示される予定である。そして博物館に隣接する学内のカフェで実際に学生たちのコーヒーを飲んでいただけるように現在調整中である(2022年1月現在)。

現在、4年生は卒業前に神保町を紹介するパンフレットを作成しており、千代田区などで配布される予定である。4年生にとっては新型コロナウイルス感染症に翻弄された2年間のゼミ生活であったが、少しでもこのプロジェクトが彼らの心に残るものになればと願っている。



学生たちが販売している  
オリジナルコーヒー



[東洋英和女学院大学]

## 一杯のコーヒーから始めるSDGs

尾崎 博美

東洋英和女学院大学人間科学部

高崎 春華・桜井 愛子

東洋英和女学院大学国際社会学部

### 1 プロジェクトの展開

#### ー オリジナルコーヒー

#### Eiwa Cafe 製作と寄付

東洋英和女学院大学コーヒープロジェクト(以下、コーヒーP)は、「一杯のコーヒーから始めるSDGs」をメインコンセプトに2019年度から開始された、学生主体の全学プロジェクトである。発足のきっかけは、2018年の株式会社ミカフェート社代表のJosé・川島良彰氏による講演会である。川島氏の「コーヒーで世界を変える」という言葉に感銘を受けた学生たちはミカフェート社のコーヒーを用いてEiwa Cafeを製作することにした。SDGsとコーヒーの関連性を学んだうえで試飲会を行い、コロンビアの女性農園主

が生産するシードグロウンコーヒーの豆を選んだ。学生自身が初めて手に取るコーヒーとして、パッケージデザインにもこだわった。Eiwa Cafeには、コーヒー苗を持つ生産者とカップを持つ英和生をつなぐという学生達の願いが込められている(95ページのパッケージデザイン参照)。現在は、Eiwa Cafeを用いた寄付活動を積極的に行っている。学園祭「かえで祭」でカフェを開くなど、2021年度までに累計80万円超の寄付を集めた。寄付は障がい者の就労・就学支援に取り組むコロンビアのフェダール財団・農園に全額贈られ、農園の子供たちとのビデオレターを通じた交流もある。一杯の美味しいEiwa Cafeを味わうことで、産地とつながり、コーヒー生産に携わる多様な人々や環境への配慮に思いを馳せる機会を提供している。

### 2 コーヒープロジェクトの拡大

#### ー 地域とのつながりと学校法人内連携

2020年度はコロナ禍のため対面での活動は困難となったが、オンラインでの寄付活動やSNSでの発信を積極的に行った結果、キャンパスを超えたより広範囲な活動に拡大

した。2021年度には、大学の所在する横浜市緑区でのSDGsワークショップや横浜市副市長への発表が行われた。東洋英和女学院内での連携として、高等部の「総合探究」の授業では大学生・高校生の合同ワークショップを実施、「インクルージョンフェス2021年秋」(同年9月 有楽町マルイ主催)への参加や、高等部文化祭「楓祭」での展示につながった。小学部との連携では、Eiwa Caféに小学部生によるメッセージカードを同封し、クリスマスチャリティの返礼品として送付した。

### 3 「学生目線のSDGs」

#### ー学びとメッセージの共有

コーヒープの特徴は、学生が主体となった学生・教員・職員の連携プロジェクトである点にある。2021年末にミカフェート社で実施された活動報告会では、SDGsへ向けて「身近なことから学生にできることが実はたくさんあると実感した」と報告された。学生たちは、コーヒープで得た実感を通して、国際問題や社会への関わり方を変えていく。活動当初の生産者と消費者という2つに分かれ

た立場から、Eiwa Caféの「共同生産者」という共通の立場へと変化するのである。こうした学生の実感・メッセージは、コーヒープのSNSや動画を通して学内外に広く発信・共有される。

コーヒープは、年度ごとにメンバーが入れ替わり、活動の継承と創造が行われる。学内カフェの常設、他大学との連携など、今後に実現したいアイデアは満載のようだ。プロジェクト活動の中心は常に「学生」である。学生自身が主体となって教職員と共に企業・地域との連携を創り、自身のやりがいや学びの意味を見つけ、大学生活の価値と意義を構築する活動を、今後も大学全体でサポートしていきたい。



Eiwa Caféのパッケージデザイン