

平成29年度私立大学研究ブランディング事業計画書

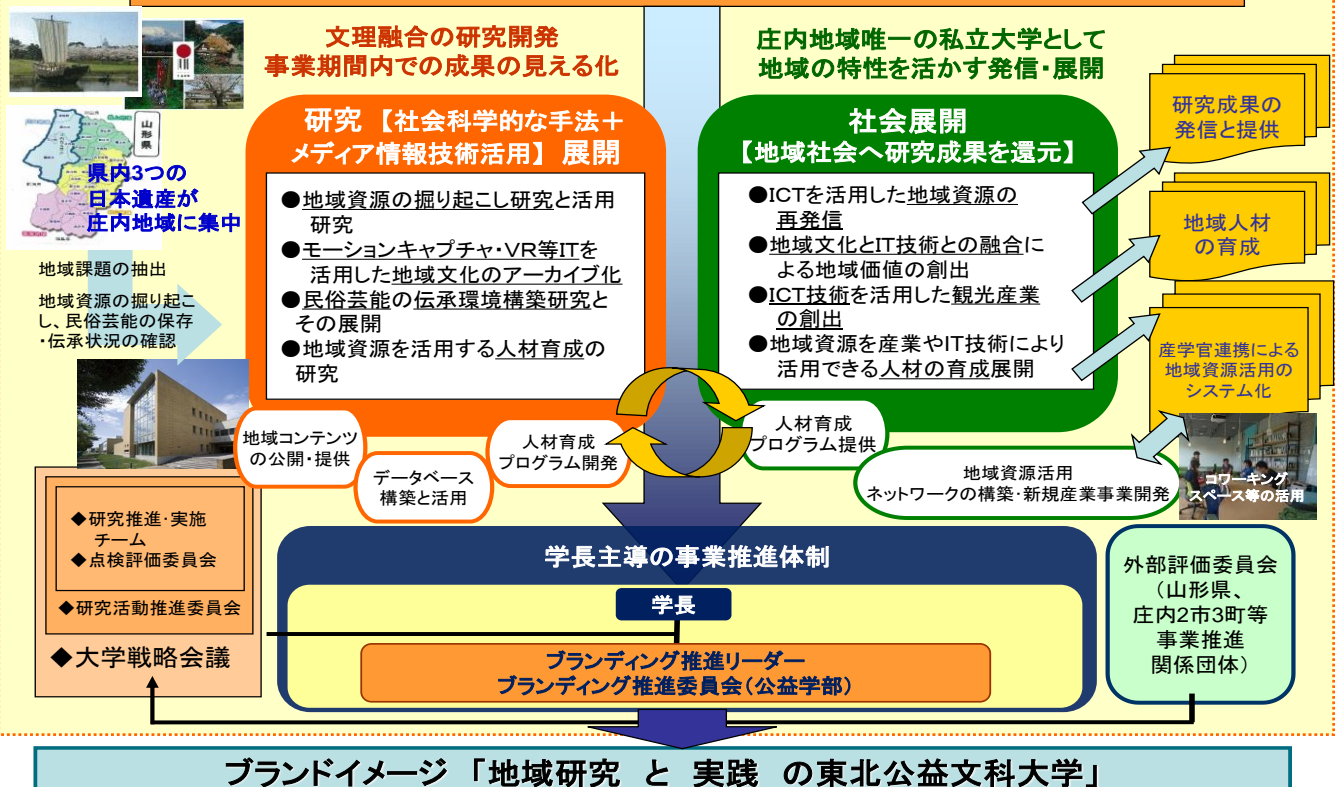
1. 概要（1ページ以内）

学校法人番号	061002	学校法人名	東北公益文科大学		
大学名	東北公益文科大学				
主たる所在地	山形県酒田市				
事業名	日本遺産を誇る山形県庄内地方を基盤とした 地域文化と I T 技術の融合による伝承環境研究の展開				
申請タイプ	タイプA	支援期間	5年	収容定員	960人
参画組織	公益学部(公益学科)、大学戦略会議、研究活動推進委員会				
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	<p>山形県庄内地方は「北前船寄港地」をはじめ文化庁の日本遺産に3件が認定されている。歴史的景観が数多く現存されている一方、踊りや民俗芸能等の無形文化財は少子高齢化や人口減少に伴い、新しい伝承手法と記録・保存方法が求められている。</p> <p>本事業では庄内の文化財について、社会科学研究アプローチを基に情報技術で地域資源に新しい視点を創る研究を展開し、庄内唯一の4年制私立大学として地域の魅力創出と発信に貢献する。</p>				
イメージ図					

日本遺産を誇る山形県庄内地方を基盤とした
地域文化とIT技術の融合による伝承環境研究の展開

地域資源の分析・メディア情報技術 × 社会科学的な手法 = 大学と地域の付加価値創出

学長のリーダーシップによる地域資源の分析・研究活用展開の推進



2. 事業内容（2ページ以内）

（1）事業目的

山形県では文化庁の日本遺産に3件（「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間 北前船寄港地（酒田市ほか）」「出羽三山『生まれかわりの旅』（鶴岡市ほか）」「サムライゆかりのシルク 日本近代化の原風景に出会うまち鶴岡へ（鶴岡市）」）認定されており、そのすべてが庄内地域に位置している。歴史文化が数多く現存する庄内地域で、建物や風景など有形の文化財は歴史的景観として保存されている一方、踊りや民俗芸能等の無形の文化財は少子高齢化や地域の人口減少に伴い、新しい伝承手法と記録・保存方法が求められている。庄内地域の高齢化率は平成27年10月1日現在（『平成28年 山形県高齢社会関係データ集』より）で酒田市32.6%、鶴岡市では32.0%となっており、庄内地域全域では32.7%となっている。また、同データによる全国の高齢化率では山形県が30.8%と全国第7位となっている。特に民俗芸能は、一度「消失」してしまうと、復活させるだけの記録が残っていない場合も多く、地域文化を残していくためには記録・保存・伝承の方法を常に再検証し、最新の手法を取り入れていくことが喫緊の課題である。

本学は山形県と庄内2市3町が公設民営方式で設立した庄内地域唯一の4年制私立大学である。開学以来、地域課題研究や地域をフィールドとした地域志向等のカリキュラムを重視して研究・教育・社会貢献活動を展開してきた。現在、吉村昇学長のリーダーシップのもと「第2期吉村プラン」を実行中である。このプランでは基本教育目標の一つに「地域の文化・福祉・経済の発展に貢献できる人材育成」を掲げている。これまで「地域福祉」「地域経営」「地域福祉」「コミュニティ」等、さまざまな角度から研究を進めてきたが、「地域の文化」に貢献する具体的な研究の取り組みが十分ではなかった。

本事業では、開学以来培った地域研究を基礎に、観光や創業につながる地域資源の掘り起こし研究を発展させていく。さらに、踊りや能等、人による「伝承」を必要とする庄内地域の無形文化財については、バーチャルリアリティ技術（VR）やモーションキャプチャ、CGアニメーション等、メディア情報の技術による新しい伝承方法を開発する。舞（黒川能・鶴岡市など）、踊り（酒田甚句・酒田舞妓など）、山伏修行（鶴岡市）、北前船航路（酒田市）等をIT技術でデータ集積し、さまざまメディアで発信の可能性を検討し、観光施設でのバーチャル体験等への応用についても研究する。

日本遺産の認定は地域住民にとって誇らしいことではあるが、その認定が単純に観光振興や地域振興に結びつくわけではない。認定後の取り組みが重要である。本事業の取り組みにより、日本遺産を庄内地域のさまざまな文化資源と結びつけ、情報技術を用いて付加価値を高めることで、狭い領域を超えた新しい庄内の魅力発信につながることを目的とする。

【大学の将来ビジョン】

東北公益文科大学（公益大）は、日本初の「公益学」の創造と実践に基づく教育・研究と社会貢献を掲げ、「大学まちづくり」をうたって、平成13年4月に山形県庄内地域に開学した。建学の精神を示す「大学設立宣言」では、庄内地域が「庄内藩とそれに続く城下町の伝統が高度の学術・文化を育み、蓄積した」地であり、「豊かな歴史と事跡、試行と革新、そしてそれらを暖かく見守り包みこんできた美しく大らかな自然や景観」が新しい学問である公益学を实践する上で適切な場であることを表明している。その上で、「庄内から全国、世界を俯瞰し、教育・研究を実行し、発信するとともに貢献していく」という決意を示している。

平成25年度には「地域力結集による人材育成と複合型課題の解決—庄内モデルの発信」として、「地（知）の拠点整備事業」が採択され、人材育成として地域志向のカリキュラム運用と地域課題研究に取り組んできた。

平成28年度に認証評価を受審するにあたり、平成26年度より準備を開始し、自己点検及び将来計画について、学長のリーダーシップのもと全学で検討し、適合と認定された。平成26年度から吉村昇学長のリーダーシップのもと、「第1期吉村プラン～地域に根ざし、世界に発信する教育・研究拠点～」(平成26～28年)を展開。認証評価受審の準備段階から「第2期吉村プラン～庄内から日本の教育を変える大学づくり～」(平成29～31年)を検討し、このプランを本学の将来ビジョンと位置づけ、本年度から実行に移している。「社会貢献（地域貢献）」の重点分野では、「地域と連携し、地域課題の整理と共有、調査・研究を行い、解決策の提言と活動等を行います」とし、本学の研究で庄内地域の社会発展に寄与する姿勢を示している。平成29年度からは、高度な情報技術を通じた地域産業の振興に資することを目的に、公益学部公益学科の特別プログラムであった情報特別選抜を「メディア情報コース」に再編。同時に地元酒田市からの寄附を得、「酒田市産業振興寄附講座」を開設し、地域の情報技術の向上に取り組んでいる。

地元自治体・企業との連携実績、1学部文系と理系の両方の教員が属していることなどは本学の強みである。本事業では開学以来築いてきた地域住民との信頼関係を重視して、地域資源の掘り起こしや再発見・再整理を行う。地域特性を把握する技術や、長年住民と接してきた公益大だからこそ伝授していただける地域独自の「人が残してきた文化」へつながる力を最大限に活用し研究応用する。さらには高度な情報技術と文理融合し「地域研究の見える化」を推進していく。

地域についての研究を重ねてきた本学は地元庄内の地域文化を発信し、記録し、育てていく役割を担っている。庄内地域の「地（知）の拠点」として地域研究を展開し、それを現場で実践することによって「地域研究と実践の東北公益文科大学」の存在感を確かなものにしていく。

（２）期待される研究成果

本事業の研究テーマは、「日本遺産を誇る山形県庄内地域を基盤とした地域文化とＩＴ技術の融合による伝承環境研究の展開」である。主に次の４つの研究チームを構成し、全体でＩＴ技術を活用した地域研究の見える化と地域の付加価値創出を目指す。

1. 地域資源の掘り起こしと分析・活用研究
2. モーションキャプチャ等ＩＴを活用した地域文化のアーカイブ化
3. 民俗芸能の伝承環境構築とその展開
4. 地域資源を活用する人材育成の研究

これまで本学が取り組んできた庄内地方の地域資源の掘り起こし研究を発展させる。さらには言葉や文字だけでなく、動きをデジタル化し、多様な加工ができる成果物の発信展開を行う。民俗芸能は、それが演じられている場所に赴き、そして参加して周りの熟練者を見ながら覚えることにより伝承されてきた。このような方法での伝承が難しくなっている現状を踏まえ、情報技術を活用して同じような伝承環境を再構築する。

本事業では、庄内地域各地の無形民俗芸能をモーションキャプチャで記録・保存する。記録したデータはＣＧアニメーションに変換するなどして、一般市民が閲覧しやすい状況に加工する。

無形民俗芸能をモーションキャプチャで記録する過程で「民俗芸能の伝承状況の確認と分析」「ＩＴ技術の活用による民俗芸能の伝承研究」等に取り組む。また、研究の成果として記録データと加工データについては、地域文化アーカイブＨＰに掲載するとともに、地域文化の伝承に役立てる。またＣＧなどに加工したデータについては、「観光産業のマーケティング」「庄内の民俗芸能のバーチャル体験企画提案」などにつなげ、地域の新しい資産として活用する。

また、実際に地域資源を活用して産業に転用したり、起業を果たす人材の育成にも取り組む。同時に高度なメディア情報技術スキルを持つＩＴ人材を育成し、国内外からの観光客に対する視覚的発信ができる人材を増やす。

本事業による地域の経済・社会、文化への貢献としては

- ①無形文化財や民俗芸能のアーカイブ化への寄与
- ②多様な手法による民俗芸能の伝承
- ③地域資源の掘り起こしによる産業の振興
- ④新しい観光産業の創出。産業人口の拡大と交流人口の増加
- ⑤地域芸能のバーチャル体験、ＣＧアニメーション化による発信力拡大
- ⑥庄内地域全体のＩＴ技術者のスキル向上

などがあげられる。歴史民俗の理解を深めた上で「ＩＴと地域文化をつなげる」ことで、地域の付加価値を高め、地域のストーリーをさらに拡大させていく効果が期待される。

【研究成果や研究成果が寄与する範囲と実現可能性】

本学の吉村昇学長は、秋田大学で「手指のモーションキャプチャ」について先駆的な研究に携わってきた。吉村学長は秋田大学在職中に「伝統芸能をデジタル保存で継承する研究プロジェクト」を実施しており、本学においても吉村学長のリーダーシップのもと、ＩＴ技術を活用して庄内の地域文化の可視化に向けて全学を挙げて取り組む。すでに平成29年度はメディア情報コースの教員を中心に鶴岡市櫛引地区に伝わる国指定重要無形民俗文化財「黒川能」の舞の記録をモーションキャプチャを利用してデータ分析し、そのアニメーション作成について試行している。

本学は庄内地域唯一の４年制私立大学であり、地域のニーズに呼応し、これまでの地域研究をＩＴで見える化し、庄内地域のブランドに寄与する取り組みを行う。さらに、高齢化率の高い山形県において、失伝の恐れのある民俗芸能をＩＴ技術で記録、アーカイブ化していく。地域研究の見える化によって、地域での本学教員との地域資源活用についての関心や共感性を高め、シンポジウム等での市民の積極的な参加と意見交換へとつなげていく。本事業では、地域研究の見える化を意識し、より広く一般市民に分かりやすい庄内地域研究と本学のブランドイメージの発信を推進していく。

【外部団体との連携】

本学の立地している酒田市では、酒田駅前の多目的再開発エリアとして、「酒田市コミュニケーションポート整備基本計画」に取り組んでいる。平成32年開設予定のこの施設には「『知』のライブパフォーマンス」スペースも設置される予定で、本学では「公益大まちなかサテライト」として研究成果の還元や発信を行う予定である。

また、鶴岡市においても平成29年7月、鶴岡駅前にユネスコ食文化都市・鶴岡の発信拠点となる「つるおか食文化市場FOODEVER」をオープンさせる。この施設にはインバウンド対応の鶴岡市観光インフォメーションコーナーや食文化コミュニティスペース等が設置される予定で、その場を活用して、庄内の文化と公益大のＩＴ技術によって生み出された成果物を発信することを検討している。

山形県内３つの日本遺産が全て「庄内地方」にあることで、庄内地方に対する他地域からの認知度が高まることが想定される。この３件の日本遺産認定を機会として、地域のアイデンティティの再確認や地域のブランド化に取り組もうとする住民自身の意欲も高まることが予想される。

今後、庄内地域で展開される日本遺産に関する発信事業でも公益大のＩＴを活用した地域研究の成果物を積極的に発信する予定で、「地域研究と実践の公益大」としてインパクトを与えるよう事業を展開していく。

3. ブランディング戦略（5ページ以内）

① 建学の精神を踏まえた大学の将来ビジョン

今回、本学が打ち出す研究における独自性は「地域文化とIT技術の融合による伝承環境研究の展開」である。公設民営として誕生した本学は、これまでも山形県庄内地方を基盤として地域密着で多様な研究に取り組んできている。今回は特に地域研究とメディア情報技術の融合により、地域文化と地域研究の視覚化に取り組む。

山形県内で3つの日本遺産の認定を持つ庄内地方は、自然と歴史に裏付けられたストーリーを持つ地域である。東北公益文科大学（公益大）の建学の精神である「大学設立宣言」には、本学が立地する庄内地方が「豊かな歴史と事跡、試行と革新」を持つ地域であることを示している。その上で「今、東北の一郭・庄内の地には、創造と進取の気象がみなぎっている」とし、革新的な研究に率先して取り組む姿勢を表した。「東北から俯瞰せよ」をシンボルに「庄内から全国、世界を俯瞰し、教育・研究を実行し、発信するとともに貢献していく」と決意している。

平成25年には「地域力結集による人材育成と複合型課題の解決—庄内モデルの発信」として、「地(知)の拠点整備事業」を採択し、人材育成として地域志向のカリキュラム運用と地域課題研究に取り組んできた。

平成28年度に認証評価を受審するにあたり、自己点検及び将来計画について、全学で検討した。平成26年度から吉村昇学長のリーダーシップのもと、「第1期吉村プラン〜地域に根ざし、世界に発信する教育・研究拠点〜」（平成26〜28年）を実施。認証評価受審の準備段階から「第2期吉村プラン〜庄内から日本の教育を変える大学づくり〜」（平成29〜31年）を検討し、このプランを本学の将来ビジョンと位置づけ、本年度から実行に移している。吉村プランは教員と職員からなる「吉村プラン作成ワーキンググループ」、学長をはじめ教員理事と各センター・委員長からなる「大学戦略会議」で検討・策定され、教授会、理事会を経て承認されている。決定後は製本印刷され、学内外に配布するとともに、大学ホームページ（HP）にも掲載し、広く周知している。

本研究は、庄内地域以外にも適用できる有用性の高いものであり、民俗芸能や地域文化を単に記録し残すだけではなく、3Dアニメーションなどにも加工して、一般の方にも分かりやすく発信する。3DアニメーションやCGにも、庄内地域の原風景や地域のストーリーを織り込んだものを設定することになっている。モーションキャプチャでは熟練者の動き（踊りや舞）を記録分析し、3D・CGで再現させ、地域に伝わる芸能の学習支援を行う。これらの技術を発展させて、web上のバーチャル空間で、いつでもどこでも、さまざまな角度や方向や位置から庄内の地域文化を観ることができるよう、新しい形での地域文化の発信を実現していく。

図1は地域文化と地域研究の可視化とその波及効果についてのイメージ図である。

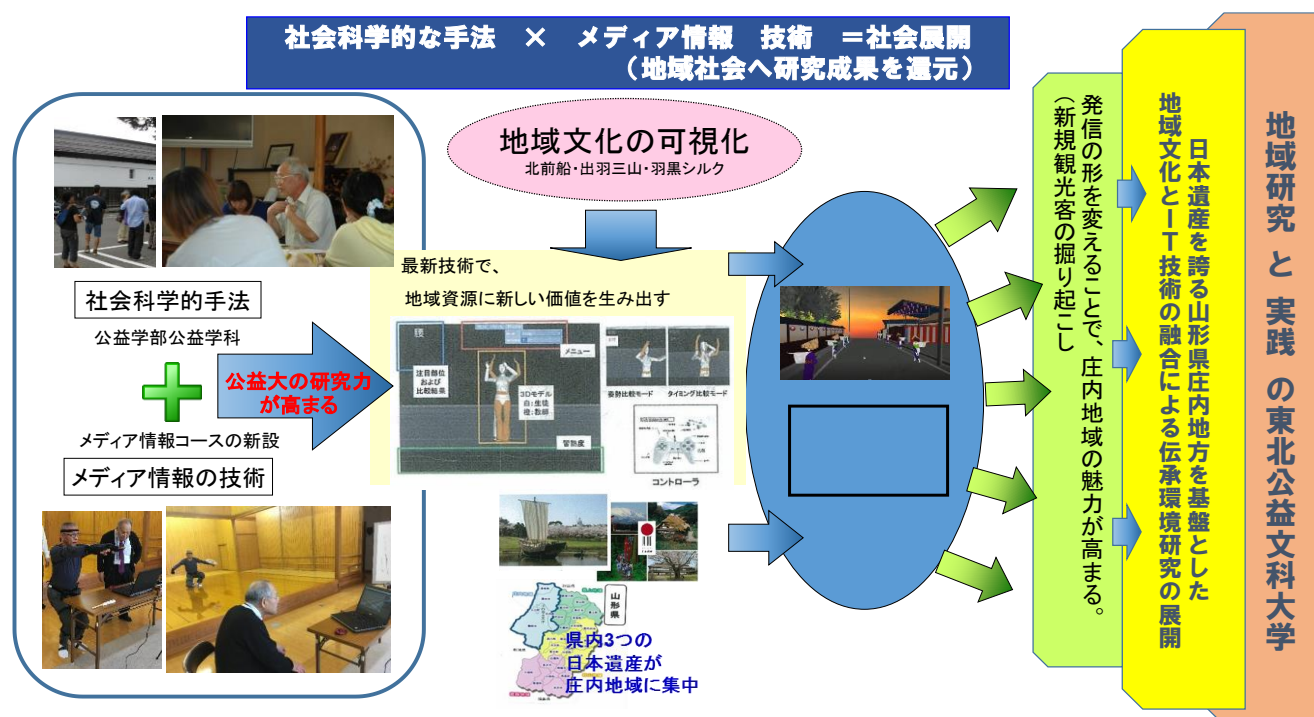


図1 地域文化と地域研究の可視化とその波及効果イメージ図

東北公益文科大学の現状とブランディング戦略

「東北公益文科大学ブランディング戦略」を立てるにあたり、学長をリーダーとし、学内の主なセンター・委員長が構成員となる「大学戦略会議」で、本学の現状についてSWOT分析を行った。

(図2参照)

その結果として

強み (Strength)

- ・ 庄内唯一の4年制私立大学
- ・ 地域をフィールドにした教育
- ・ メディア情報コースの設置

弱み (Weakness)

- ・ 研究の成果、形が見えにくい
- ・ 「庄内の文化」に対する研究が薄い

と分析された。

本学は開学当時から「地域」に関する学びと研究を重ねてきているが、地域文化に具体的に貢献する研究での取り組みが少ないことを確認した。

そこで、本事業ではこれまでの社会科学的な手法にメディア情報の技術を加えた研究で、より「地域研究の成果の見える化」を図り、庄内地域唯一の私立大学として地域の魅力発信に貢献することを目的とする。特に、日本遺産が3件認定されている庄内地方では、急速な高齢化、人口減少のため、後継者不足や伝承することが難しくなっている無形の民俗芸能・地域文化について、モーションキャプチャ・VR等、IT技術の活用によってアーカイブ化を図るとともに、ITを活用した伝承環境の開発研究に取り組む。研究の成果については地域コンテンツとして公開し、新しい観光産業を創出するとともに、地域経済の活性化に寄与することを目指す。

これらの目標を達成するため、大学戦略会議で行った本学の強みと弱みの分析を基に戦略マップを作成した。その結果が図3である。戦略マップを構成する各戦略目標について、それぞれ重要成功要因(CSF)を定め、さらに各CSFに対して重要評価指標(KPI)を定める。現時点で設定済みのCSF及びKPIは、図8に示す。

重要成功要因については、実施中の研究の質を高めるための取り組みもあるが、地域をテーマにした研究をIT技術の活用で見える化することで、地域に対する教員の理解、地域の本学の研究内容に対する理解を深めていく。さらには新しい視点での課題意識にもつながって、地域研究をさらに充実させていく。また、研究の充実に伴って、学生への教育の質の向上にもつながり、授業改善のPDCA、社会人を含む人材教育育成のPDCAサイクルも効果的に回すことができるようにする。このことにより、地域文化の見える化を実現するとともに、観光資源の再発掘や地域の付加価値創出につなげていく。学長、ブランディング推進リーダー(学部長)の指示のもと、研究チームの取り組み状況に応じて、研究状況・成果のリリース、大学ホームページへの掲載などを適切なタイミングで行う。地域研究をメディア情報技術により見える化を進めることで、ブランドイメージ「地域研究と実践の東北公益文科大学」の浸透を確かなものにしていく。

② 本事業で想定する効果を踏まえた本事業の対象(ステークホルダー)

本事業の目的は研究を通じた社会貢献である。その結果として大学の認知度の向上につながる。したがって本事業で対象とするステークホルダーは地域住民・企業、受験生・在学生及び保護者等である。

本学の「研究」を目に見える形で受験生や在学生、保護者、地域住民に公表することで、研究に積極的に取り組む学生が増え、本学学生の採用を検討している企業にも「東北公益文科大学」に対する付加価値が上がり、採用件数・就職率の増加につながる。また、これまで「研究の中身がわからない」「どのような技術が提供できる大学かわからない」という理由で連携しづらかった研究機関・企業とも、研究の見える化によって共同研究や委託研究の幅も広がる。研究成果の発信と提供を行う過程で新しい研究ニーズにも対応していく。産業界との連携も図っていくことで、産学官連携のネットワークが生まれ、関係者が連携して地域資源活用を行う仕組みが生まれる。並行して地域資源を活用できる地域人材の育成も行い、結果として庄内地域に新しい産業が創出され、雇用の創出につながることを想定している。

外部環境分析			
東北公益文科大学 分析	機会 (Opportunity)		脅威 (Threat)
	・ 山形県内3つの日本遺産の全てが庄内地域にある。 ・ 「公益」に関する関心の高まり ・ 情報技術に対する関心の高まり		・ 地域をフィールドとする学部学科の増加 ・ 観光を推進する地域の増加
	強み (Strength)		差別化戦略
	・ 庄内唯一の4年制私立大学 ・ 公益 ・ 地域をフィールドにした教育 ・ メディア情報コースの設置 ・ 地域連携の実績 ・ カリキュラムの多様性 ・ 地域との信頼関係が強い ・ 地元企業との後援会組織		・ 文理融合の研究 ・ 産業界とのネットワークの強さ ・ 後援会組織との繋がり
	弱み (Weakness)		専守防衛(自社の弱みと脅威で最悪の事態を招かない)
	・ 研究の成果、形が見えにくい ・ 産学連携 ・ 地域文化に対する研究が少ない。		・ 地域連携の強化 ・ 地元庄内に公益大の魅力を発信し続ける ・ 地域外への情報発信の強化

図2 東北公益文科大学 研究ブランディング SWOT分析

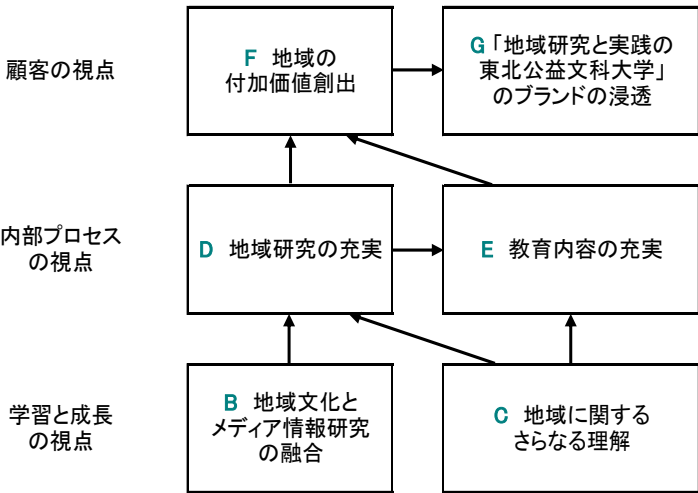


図3 東北公益文科大学 研究ブランディング戦略マップ
なお、具体的な工程表は図7に示す。

③ 事業を通じて浸透させたい自大学のイメージ

これまでの東北公益文科大学は、地域でのフィールドワーク、住民とのふれあい、自治体とのワークショップなど、実践的なイメージが強かった。本事業を通じて、東北公益文科大学の地域研究の層の厚さを広く社会に発信する機会とし、社会科学だけでなく、メディア情報にも強い大学としてのイメージを浸透させる。

社会科学とメディア情報の両方の技術を持ちながら、そのスキルを地域研究の発展に活かし、それを地域で実践することによって「地域研究と実践の東北公益文科大学」の存在感を確かなものにしていく。

④ 現状の自大学のイメージ及び認知程度に係る把握・分析

これまでも本学は『日経グローバル（平成27年12月7日発行）』の特集「大学の地域貢献度ランキング」で北海道・東北地区の私立大学で第1位（全国私立大学の総合順位第13位）を記録している。このことから本学は「地域貢献に積極的に取り組む大学」として、ある程度の知名度はあるが、地域貢献の裏付けとなる「地域研究」の取り組みが見えづらい傾向があった。

また、COC採択初年度（平成25年度）である平成26年3～4月に行った庄内地域在住の20歳以上の住民を対象とするアンケート調査では、本学について「地域活動を行っている大学」「地域志向の大学」として知名度はあるものの、研究については「情報発信不足」「研究内容が分からない」という回答が多く、庄内地域の住民に本学の研究取り組みが未だ十分に知れ渡っていないことが報告されている（『地域と大学の連携による問題解決のための住民アンケート調査』平成27年3月発行）。

平成24年9～10月に実施した「庄内地域の高校2年生を対象としたアンケート調査」（庄内地域に所在する全高校17校を対象）では、東北公益文科大学の認知度について、「構内体験」ありは37.8%、「家族の話題（半年）」ありは15.4%、「友人との話題（半年）」ありは16.1%、「ネット検索等」ありは8.4%という結果が得られた。（図4参照）

この結果から、庄内地域の高校2年生にとって本学の認知度は必ずしも高いとは言えない状況にあり、大学としてさまざまな研究教育活動を通じて、高校生により身近に感じてもらえるような工夫が必要である、と分析した。

そこで、本事業初年度に本学の地域研究についての認知度調査を行い、それを基準値とする。その後は事業3年目で中間調査を行い、最終5年目には本学の「地域研究と実践の東北公益文科大学」としての認知度がどのくらい高まったかを確認する。

⑤ ④の分析内容を踏まえた情報発信手段

本事業の研究状況及び成果は、各研究推進・実施チームからブランディング推進委員会へ報告され、学長・学部長の判断のもと、公表できるものから公開する。情報発信手段としては、大学ホームページ、広告、SNS、大学パンフレット・広報誌など、本学独自の媒体のほか、研究の成果については、学長が記者発表も行う。（図5、図6参照）また、それぞれのアクセス数、新聞雑誌記事掲載数等は評価指標としても取り上げる。

各教員が取り組む研究紀要、論文・学会発表のほか、事業全体・研究プロジェクトについての報告書を作成する。また、学内でも研究状況を報告し、共有する勉強会を適宜開催するほか、地域の関係者に参画していただき、地域資源活用研究会を学内外で開催する。人材育成研究に取り組む教員による公開講座、ITスキルを高める公開講座は市民や学生も参加できるものとし、参加者のアンケートは事業の見直しに活かしていく。高校生とその保護者向けにはオープンキャンパス等の機会を利用し、本学の研究発表を見ていただき、その感想をアンケート調査に活かす。

2年目以降からは地域研究の状況及び成果を報告するシンポジウムを開催し、行政関係者、地域資源関係者、民俗芸能関係者、有識者、研究機関、学術経験者等から、それぞれの視点での意見をいただく。また、その意見については、本事業の実施計画の見直し等に役立てていく。

	ある	ない	無回答	合計
構内体験	37.8	55.5	6.7	100.0
家族の話題（半年）	15.4	77.9	6.7	100.0
友人と話題（半年）	16.1	77.2	6.7	100.0
ネット情報検索等	8.4	84.9	6.7	100.0

図4 庄内地域の高校2年生から見た東北公益文科大学への認知度（%）（平成24年9月～10月実施）



図5 モーションキャプチャによる「黒川能」伝承環境研究記者発表の様子



図6 平成29年6月1日付山形新聞記事より

⑥ ①～⑤の具体的工程

本事業の具体的な工程については以下（図7）のように計画している。
Aは推進体制と進捗管理について、B～Gは戦略マップに対応している。

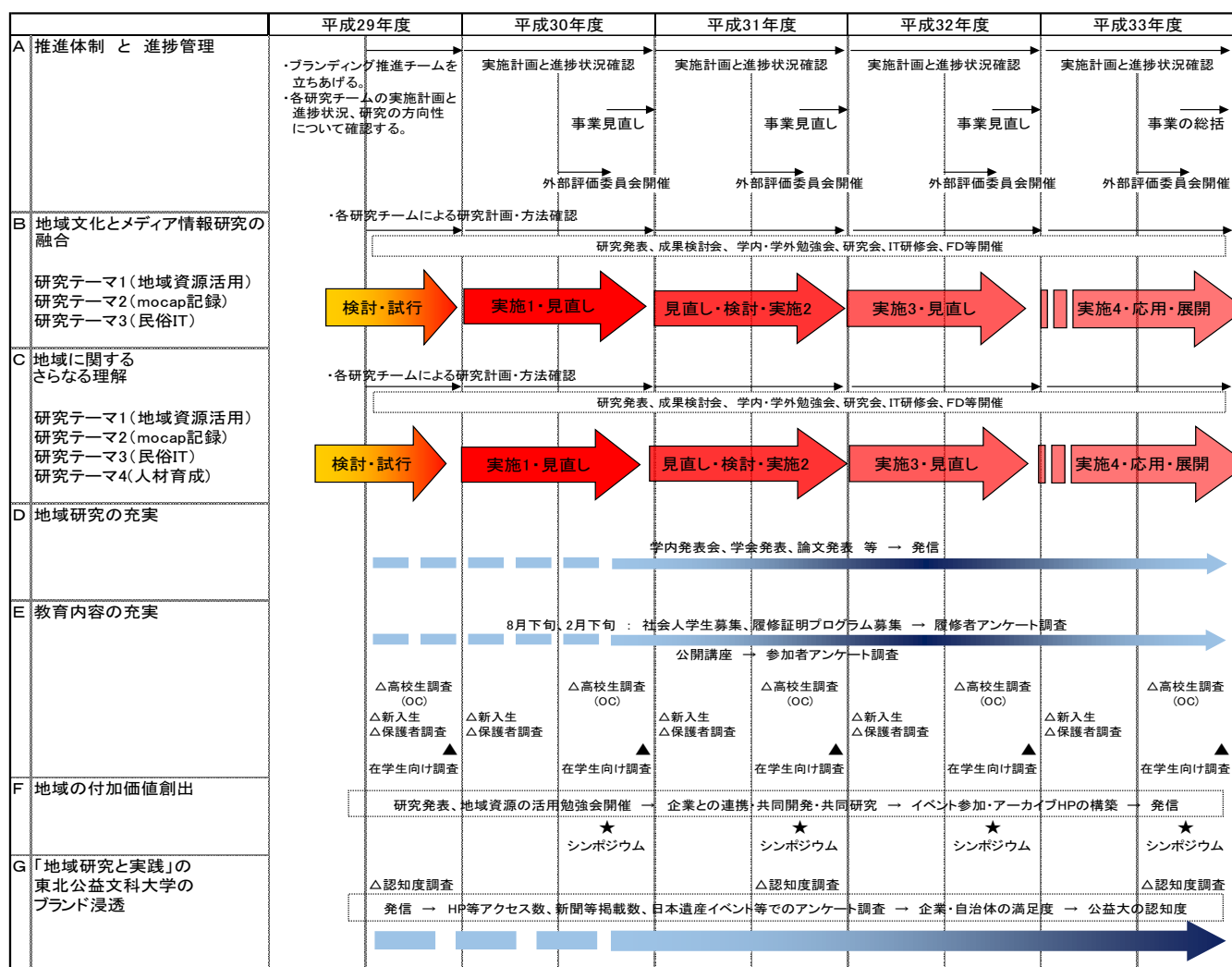


図7 ブランディング戦略工程表

⑦ ⑥の工程ごとの成果指標と達成目標

平成29年度 事業内容に係る情報発信 本学のイメージ及び認知度調査

- ・ブランディング推進委員会を立ち上げ、実行計画、研究の方向性について共有する。
- ・各コースでこれまで積み重ねてきた地域資源の掘り起こし研究・地域課題基礎研究（平成25年度COC採択事業）を再点検し、評価を行うとともに、ブランディング研究事業で深めるテーマの範囲について共有する。
- ・具体的なデータの集積や、地域文化とITに融合し試作を行う。
- ・試作品は地域関係者と共有し、地域資産として位置づけられるか、可能性を検討する。
- ・本事業内容についての情報発信を積極的に行う。
- ・鶴岡市駅前のユネスコ食文化都市・鶴岡の発信拠点等で行政と連携して発信活動を行う。
- ・本学のイメージ及び認知度調査（この数値を基準値とする）

平成30年度 事業推進・研究充実の重点期 1

- ・各研究を文理融合でのプロジェクトとして活動していく。
- ・オープンキャンパス、HP、シンポジウム、公開講座等を実施して、積極的に本事業の研究状況について発信する。

平成31年度 事業推進・研究充実の重点期 2

- ・各研究を文理融合でのプロジェクトとして活動していく。平成32年東京オリンピック開催年に合わせて、海外からの訪問者や観光客を対象にしたITを活用した地域文化の発信に力を入れていく。
- ・本学のイメージ及び認知度調査（認知度調査の中間確認）

平成32年度 ブランディングの浸透度を確認

- ・ 酒田市駅前の多目的再開発エリアでの発信を積極的に行う。
- ・ 自己点検と見直しの時期と位置づけ、研究内容の社会展開がどのように図られているか、事業評価と研究内容の両面から自己点検及び外部評価を行い、ブランディング事業の進捗状況を確認する。

平成33年度 事業の総括

- ・ これまで取り組んできたブランディング事業を総括し、研究内容の社会展開がどのように図られているか、事業評価と研究内容の両面から自己点検及び外部評価を行う。
- ・ 研究成果の波及および公益大のブランドイメージがどのように変化したかについて、外部評価委員や市民向けアンケート調査等で意見を聴取しながら検証する。

※そのほか、今後、庄内地域で展開される日本遺産に関する発信事業でも公益大のITを活用した地域研究の成果物を積極的に発信していく。

評価指標

本事業では地域研究を可視化すること、それを発信することを通して「地域研究と実践の東北公益文科大学」の大学ブランドを浸透させることをブランディング戦略目標としている。この目標を達成するために必要な活動を整理し、「学習と成長の視点」「内部プロセスの視点」「顧客の視点」の3つの視点でそれぞれに戦略目標を設定して相互の関連を示すことで戦略マップを作成し、戦略目標ごとに重要成功要因(CSF)を定めて、さらに各CSFに対して重要評価指標(KPI)を設定する。

図8は現時点で設定しているKPIをCSFごとに示したものである。

戦略目標	重要成功要因(CSF)	重要評価指標(KPI)
顧客の視点		
「地域研究と実践の東北公益文科大学」のブランド浸透	大学イメージの浸透	庄内を訪れた人の公益大の認知度 地域文化アーカイブHPのアクセス数 大学hp(地域関連)webアクセス数 就職率、進学率、入学者の数 新聞雑誌記事掲載数 採用企業(県外を含む)の満足度
	地域の付加価値創出	産学連携の数 庄内地域での研究発表回数 自治体の満足度 地元企業の満足度 日本遺産関連イベントでの研究成果の還元 地域文化アーカイブHPの構築
内部プロセスの視点		
教育内容の充実	より高度な教育の提供	社会人学生、履修証明プログラムの参加者数 学部生から大学院への進学者増 履修証明プログラム受講生の増加 在学生、受験生、保護者 満足度調査 地域資源とIT公開講座(回数、参加者)
	研究成果の積極的な発信	学内発表会、シンポジウム、学会発表、論文の数 研究ブランディングHP(アクセス数)
地域研究の充実	地域との連携強化	受託(委託)研究、共同研究の数
学習と成長の視点		
地域に関するさらなる理解	地域研究の展開	(学内)地域資源活用研究会(開催数、参加者数) (学外)地域資源活用研究会(開催数、参加者数)
	地域文化に関わるメディア情報研究の融合	地域資源とITの融合についてのFD(回数、参加者) IT技術で取り組んだ地域文化(地域資源)の数 地域の関係者と教員(ITを含む)との勉強会 IT技術研修会

図8 評価指標

達成目標

KPIとその目標値の決定にあたっては、外部評価委員会を開催し、意見を伺いながら決定する。現時点で想定している達成目標は図9の通りである。

⑧ 達成目標の進捗状況と把握方法

在学生アンケート、オープンキャンパス、保護者アンケート等で、本学のブランドイメージについてアンケート調査を行う。また、研究ブランディングにかかる事業(公開講座、シンポジウム等)では、事業実施前後にアンケート調査を行い、本学のイメージ調査、認知度調査を行う。

重要評価指標(KPI)	H29	H30	H31	H32	H33
庄内を訪れた人の公益大認知度	基準値とする	—	5%増	—	5%増
庄内地域住民の公益大認知度	基準値とする	—	5%増	—	5%増
就職率	93%	93.5%	94.0%	94.5%	95%
新聞雑誌掲載数	10回	15回	20回	25回	30回
採用企業の満足度	基準値とする	—	5%増	—	5%増
庄内地域での研究発表回数	4回	4回	6回	6回	8回
庄内地域の自治体満足度	基準値とする	—	5%増	—	5%増
学部生から大学院への進学者数	2人	3人	4人	4人	5人
学内発表会・シンポジウム参加者	50人	70人	100人	150人	200人
公開講座参加者(IT・地域資源講座含む)	30人	40人	50人	60人	80人
(学内)地域資源活用研究会	4回	6回	6回	8回	10回
(学外)地域資源活用研究会	4回	6回	6回	8回	10回

図9 達成目標

そのほか、今後、庄内地域で展開される日本遺産に関する発信事業等でも、地元自治体と協働してアンケート調査を行い、本学のブランディングイメージの認知度を測るとともに、その状況を学内のブランディング推進委員会と共有し事業計画を見直ししながらPDCAを回していく。

4. 事業実施体制（2 ページ以内）

■ 学長のリーダーシップと全学的な事業の実施体制の整備

本学は1学部1学科の小規模単科大学であり、これまでの改革プランも意志決定から計画実行まで全学体制で一体的に実施している。

本事業の実施にあたって強い学長のリーダーシップのもとブランディング推進リーダー（学部長）が事業責任者となり、ブランディング推進委員会が中心となって事業を推進する。4つの研究テーマは研究推進・実施チーム（コース横断的なプロジェクトチーム）を構成し、研究を進める。

研究状況及び成果は各研究推進・実施チームのリーダーからなるブランディング推進委員会に報告され、学長、学部長の指示のもと、公表できるものから随時公開していく。自己点検評価及び外部評価は計画的に実施し、評価内容を研究に反映させていく。

また、本学の設置者である山形県と庄内地域の自治体また後援会組織でもある地元企業と連携しながら、研究内容の充実を図っていく。

■ 事業実施・進捗管理体制や自己点検・評価及び外部評価体制の整備状況

本事業の特色ある研究及びブランディング戦略、事業全体についての統括は、大学戦略会議（議長は学長）が行う。

① 研究活動体制

研究活動については、学部長をブランディング推進リーダーとするブランディング推進委員会が進捗管理を行い、各研究・実施チームがスムーズに研究を推進できるよう、研究活動推進委員会、マルチプロジェクト研究機構が研究支援を行う。また、研究を進める過程で外部団体（自治体・地元企業等）から要望があった場合は、地域共創センターが窓口機能を果たす。

具体的な研究推進については、4つのテーマに沿った研究推進・実施チームを主体とし、基本的には公益学部の全コース（政策・経営・地域福祉・観光まちづくり・国際教養・メディア情報の各コース）の教員によるプロジェクトチームを結成する。これまでの自身の地域研究の成果を活かし、本事業に取り組む。

1. 地域資源の掘り起こしと分析・活用研究

→ 公益学部の全コース（政策・経営・地域福祉・観光まちづくり・国際教養・メディア情報の各コース）でこれまでの地域研究の成果を活かして取り組む。

2. モーションキャプチャ等ITを活用した地域の民俗芸能のアーカイブ化

→ 観光まちづくり・メディア情報の各コースを中心に取り組む。

3. 民俗芸能の伝承環境構築とその展開

→ 政策・経営・観光まちづくり・メディア情報の各コースを中心に取り組む。

4. 地域資源を活用する人材育成に関する研究

→ 公益学部の全コース（政策・経営・地域福祉・観光まちづくり・国際教養・メディア情報の各コース）でこれまでの地域研究の成果を活かして取り組む。

各研究推進・実施チームのリーダーはブランディング推進委員会に所属し、ブランディング推進リーダー（学部長）に定期的に研究状況を報告するとともに、大学戦略会議（座長：学長）の指示のもと研究の公表を行う。

② ブランディング戦略推進体制

ブランディング戦略については、事業の進捗管理とともに、学長をリーダーとする大学戦略会議が行う。大学戦略会議は、学部長（ブランディング推進リーダー）、研究活動推進委員長、マルチプロジェクト研究機構長、地域共創センター長と学内の各センター・委員長がメンバーとなっており、研究の推進状況を共有しながら連携して事業推進にあたる。

③ 事業全体の自己点検・評価、外部評価

本学の自己点検・評価の体制としては、点検評価委員会がアセスメントポリシーに基づき全学的な点検・評価について審議を行い、これを受けて各センター・委員会がPDCAサイクルを念頭に点検・評価・事業計画・活動を行っている。本事業についても点検評価委員会が中心となり点検・評価を行うとともに、定期的に学外者からなるブランディング事業外部評価委員会を開催し、その意見を受けて事業の見直しを図っていく。外部評価委員は、事業評価の面を関係自治体や関係団体の方に、また研究評価について外部の有識者及び専門家に参画していただき、評価・改善を次の段階の研究に有効活用し、事業の進展を図っていく。

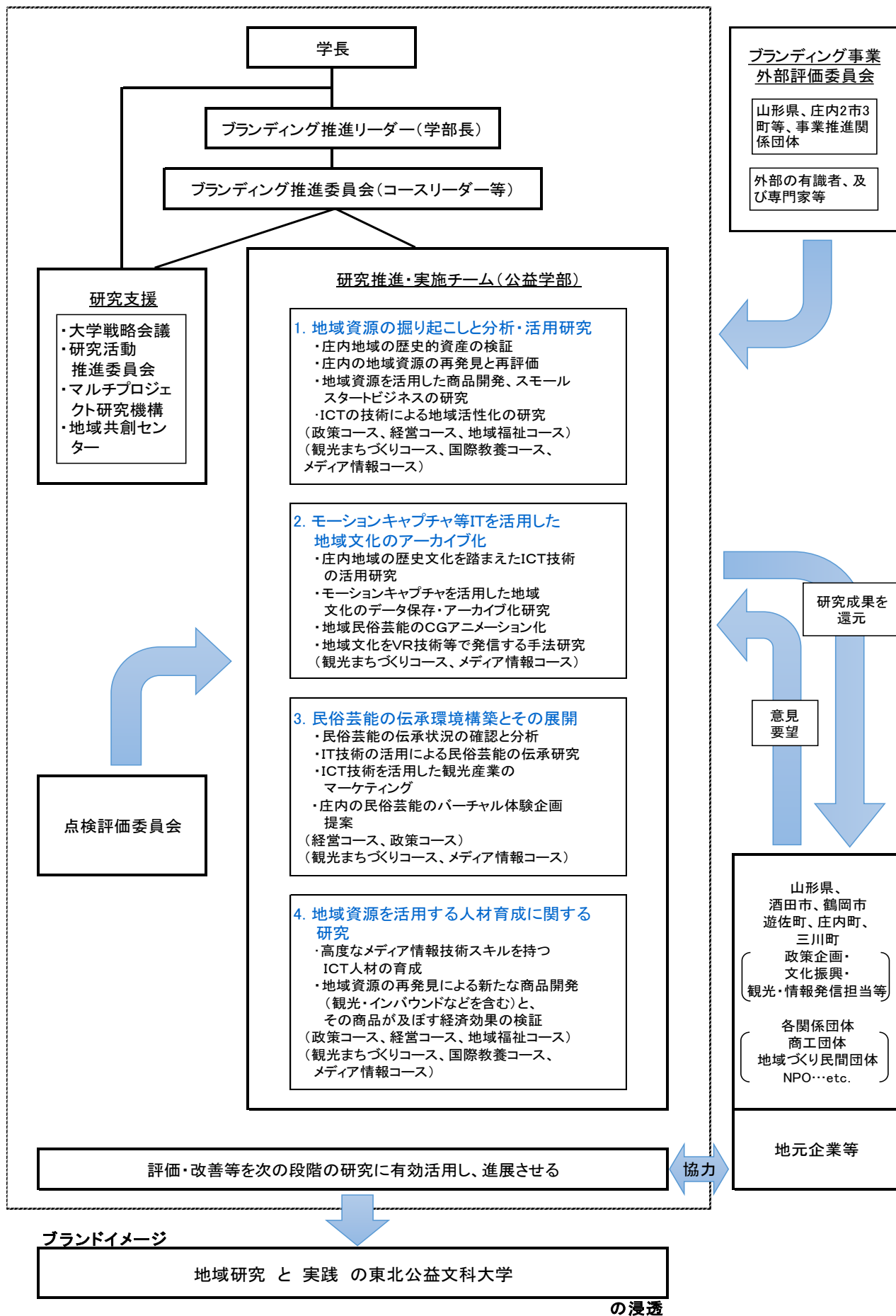
■ 学外との有機的な連携

本学は地域に熱望されて公設民営で設置された山形県庄内地域唯一の四年制大学である。設置時に支援いただいた山形県と庄内地域2市3町からなる「設置者協議会」や地域企業が連なる「後援会（平成29年6月1日現在、法人会員226社、個人会員232名）」、COC事業において地域の団体・NPO等と共に組織した「地域課題解決研究会」など、さまざまな事業を学外の組織と協働して行っている。

これまで行ってきた地域研究を土台にしながら、日本遺産を含む庄内地域の文化をIT技術との融合研究で新しい魅力発信を行う。今回の事業内容について、すでに近隣自治体である酒田市、鶴岡市、関係団体と個別に意見交換を行っており、事業推進への協力を確認している。

また、学内に酒田市の委託事業でもあるコワーキングスペースを有しており、研究成果を還元し起業を支援し、産業や雇用を生み出す取り組みに発展させることも目指していく。

研究事業実施体制



5. 年次計画（3ページ以内）

平成29年度	
目標	<p>■研究目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域資源の掘り起こしと分析について再検証 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録・試行 3. 民俗芸能の伝承環境構築の検討・試行を行う 4. 地域資源を活用する人材育成プログラムの開発 <p>■ブランディングに関する目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進組織の立ち上げ ・公益大のブランディングにかかる現状把握
実施計画	<p>■研究に関する計画</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域資源の掘り起こしについて、これまでの研究成果を共有し、その中から I Tを使って見える化できる項目を抽出し整理する。 2. 地域の民俗芸能の素材を集め、I Tを活用した記録材料を検討する。 3. 民俗芸能の伝承環境構築を検討し、モーションキャプチャを使って地域の民俗芸能の記録を開始し、試行する。 4. 地域資源を活用する人材育成プログラムの検討をする。 <p>■ブランディングに関する計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進組織を立ち上げる。 ・ブランディング推進リーダーを中心に各研究チームの実施計画と進捗状況、研究の方向性について随時確認する。 ・公益大のブランディングにかかる現状把握のための地域住民アンケートを実施し、現在の公益大のブランドイメージを確認するとともに、認知度を測る。
平成30年度	
目標	<p>■研究目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域資源の掘り起こしと分析についての活用計画の立案と実施 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録・実施 3. 民俗芸能の伝承環境構築の実施・研究状況の公開・見直し 4. 地域資源を活用する人材育成プログラム実施 <p>1～4 シンポジウムの開催</p> <p>■ブランディングに関する目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進組織の運営 ・公益大のブランディングにかかる状況把握と見直し・改善 ・外部評価委員会の開催
実施計画	<p>■研究に関する計画</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. I Tを活用して見える化できる地域資源の活用計画を立案する。そのスケジュールに沿って、取り組めるものから実行し、公表していく。 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録の試行。記録の過程及び、記録データそのものを見せる事が出来る段階で順次公表していく。なお、公開したデータは蓄積し、アーカイブ化していく。 3. 民俗芸能の伝承環境構築の実施・研究状況の公開。実施経過により見直しをかけながら、研究を推進していく。 4. 地域資源を活用する人材育成プログラム実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ I Tで見える化された地域資源をどのように活用していくか、検討するワーキンググループを市民も参画して立ち上げ、地域資源を観光や地域づくりに活用しながら、産業を生み出す人材育成プログラム(公開講座)を試行する。 ・地域資源を活かすための I T講習会を試行する。 ・1～4の研究についてシンポジウムを開催し、地域研究の進捗状況を報告するとともに、モーションキャプチャで取り込んだ民俗芸能を公表し、地域住民から意見をもらう。その上で、新しい技術の転用法や I T化した地域資源をどのように活用できるか、共に検討する場とする。 <p>■ブランディングに関する計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進委員会の運営 ・公益大のブランディングにかかる状況把握。ブランドイメージ調査としてアンケート調査(オープンキャンパス(OC)、在学生向け、保護者向け)、公開講座、シンポジウム等を行う。 ・ブランディング事業外部評価委員会による事業評価(関係自治体・事業推進関係団体等)と研究評価(外部の有識者及び専門家等)を行う。 ・外部評価委員会の評価を基に事業の見直しをかける。

平成31年度	
目 標	<p>■研究目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. I Tで見える化した地域資源について、活用計画に沿って実施する。 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録・実施 3. 民俗芸能の伝承環境構築の実施・研究状況の公開・見直し 4. 地域資源を活用する人材育成プログラム実施 <p>1～4 シンポジウムの開催</p> <p>■ブランディングに関する目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進組織の運営 ・公益大のブランディングにかかる状況把握と見直し・改善 ・外部評価委員会の開催
実施計画	<p>■研究に関する計画</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. I Tを活用して見える化できる地域資源の活用計画に沿って、取り組めるものから実行、公表し、行政・観光・産業振興などの担当者と地域資源活用検討の場をつくる。 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録の実施。記録の過程及び、記録データそのものを見せる事が出来る段階で順次公表していく。なお、公開したデータは蓄積し、アーカイブ化していく。 3. 民俗芸能の伝承環境構築の実施・研究状況の公開。実施経過により見直しをかけながら、研究を推進していく。 4. 地域資源を活用する人材育成プログラム実施 <ul style="list-style-type: none"> ・I Tで見える化された地域資源をどのように活用していくか、検討するワーキンググループを市民も参画して立ち上げ、地域資源を観光や地域づくりに活用しながら、産業を生み出す人材育成プログラムを実施する。 ・地域資源を活かすための I T講習会を実施する。 ・1～4の研究についてシンポジウムを開催し、地域研究の進捗状況を報告するとともに、モーションキャプチャで取り込んだ民俗芸能を公表し、地域住民から意見をもらう。その上で、新しい技術の転用法や I T化した地域資源をどのように活用できるか、共に検討する場とする。 <p>■ブランディングに関する目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進委員会の運営 ・公益大のブランディングにかかる状況把握。ブランドイメージ調査としてアンケート調査（オープンキャンパス（OC）、在学生向け、保護者向け）、公開講座、シンポジウム等を行う。 ・ブランディング事業外部評価委員会による事業評価（関係自治体・事業推進関係団体等）と研究評価（外部の有識者及び専門家等）を行う。 ・外部評価委員会の評価を基に事業の見直しをかける。 ・公益大のブランディングにかかる現状把握のための地域住民アンケートを実施し、現在の公益大のブランドイメージを確認するとともに、認知度を測る。
平成32年度	
目 標	<p>■研究目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. I Tで見える化した地域資源について、活用計画に沿って実施する。 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録・実施 3. 民俗芸能の伝承環境構築の実施・研究状況の公開・見直し 4. 地域資源を活用する人材育成プログラム実施 <p>1～4 シンポジウムの開催</p> <p>■ブランディングに関する目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進組織の運営 ・公益大のブランディングにかかる現状把握と見直し・改善 ・外部評価委員会の開催

実施計画	<p>■研究に関する計画</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. I T化した地域資源の活用計画に沿い、取り組めるものから実行、公表し、行政・観光・産業振興の面から新規産業が創出できないか検討する。 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録の実施。記録の過程及び、記録データそのものを見せる事が出来る段階で順次公表していく。なお、公開したデータは蓄積し、アーカイブ化していく。 3. 民俗芸能の伝承環境構築の実施・研究状況の公開。実施経過により見直しをかけながら、研究を推進していく。 4. I Tで見える化された地域資源をどのように活用していくか、検討するワーキンググループを市民も参画して立ち上げ、地域資源を観光や地域づくりに活用しながら、産業を生み出す人材育成プログラム実施する。 <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を活かすための I T講習会を実施する。 ・1～4の研究についてシンポジウムを開催し、地域研究の進捗状況を報告するとともに、モーションキャプチャで取り込んだ民俗芸能を公表し、地域住民から意見をもらう。 <p>■ブランディングに関する計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進委員会の運営 ・公益大のブランディングにかかる状況把握。ブランドイメージ調査としてアンケート調査(オープンキャンパス(OC)、在学生向け、保護者向け)、公開講座、シンポジウム等を行う。 ・ブランディング事業外部評価委員会による事業評価(関係自治体・事業推進関係団体等)と研究評価(外部の有識者及び専門家等)を行う。 ・外部評価委員会の評価を聞きながら事業の見直しをかける。
平成33年度	
目標	<p>■研究目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. I Tで見える化した地域資源について、活用計画に沿い実施する。 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録・実施 3. 民俗芸能の伝承環境構築の実施・研究状況の公開・見直し 4. 地域資源を活用する人材育成プログラム実施 <p>1～4 シンポジウムの開催</p> <p>■ブランディングに関する目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進組織の運営 ・公益大のブランディングにかかる現状把握と見直し・改善と総括 ・外部評価委員会の開催
実施計画	<p>■研究に関する計画</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. I T化した地域資源を実際に商品化・産業化できるか試作する。 2. モーションキャプチャ等 I Tを活用した地域の民俗芸能の記録、アーカイブの活用について、産学官で検討する。 3. 民俗芸能の伝承環境構築の実施・研究状況の公開。 4. I Tで見える化された地域資源をどのように活用していくか、検討するワーキンググループを市民も参画して立ち上げ、実際に地域資源を観光や地域づくり、産業を試行してみる。 <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を活かすための I T講習会を実施する。 ・1～4の研究についてシンポジウムを開催し、地域研究の全体の成果を報告するとともに、その上で、地域住民も参画して、新しい技術の転用法や I T化した地域資源をどのように活用できるか、議論する。 <p>■ブランディングに関する計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング推進委員会の運営 ・公益大のブランディングにかかる状況把握。ブランドイメージ調査としてアンケート調査(オープンキャンパス(OC)、在学生向け、保護者向け)、公開講座、シンポジウム等を行う。 ・ブランディング事業外部評価委員会による事業評価(関係自治体・事業推進関係団体等)と研究評価(外部の有識者及び専門家等)を行う。 ・公益大のブランディングにかかる現状把握のための地域住民アンケートを実施し、現在の公益大のブランドイメージを確認するとともに、認知度を測る。 ・外部評価委員会の評価を基に事業の総括を行う。

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