

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	291002	学校法人名	帝塚山学園		
大学名	帝塚山大学				
主たる所在地	奈良県奈良市				
事業名	「帝塚山プラットフォーム」の構築による学際的「奈良学」研究の推進				
申請タイプ	タイプA	支援期間	3年	収容定員	3855人
参画組織	人文科学研究科・心理科学研究科・文学部・経済学部・経営学部・法学部・心理学部・現代生活学部				
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	<p>本事業では、奈良県全体を研究のフィールドとする本学独自の「奈良まるごとキャンパス<sup>®</sup>」構想にもとづき、地域の拠点として「帝塚山プラットフォーム」を構築し、学際的な「奈良学」研究を推進する。「奈良学」は、奈良を研究対象とし、日本や世界における奈良の位置づけを明らかにするものである。産官学との連携による「奈良学」研究を通して地域の活性化や創生に取り組むことで、地域の拠点大学としてのブランドを確立する。</p>				

イメージ図



## 2. 事業内容（2ページ以内）

### （1）事業目的

本事業の目的は、奈良県全体を研究のフィールドとする本学独自の「奈良まるごとキャンパス<sup>®</sup>」構想にもとづき「帝塚山プラットフォーム」を構築して学際的な「奈良学」研究を推進することで、奈良に存在する様々な文化資産や観光資源を再発見し、その成果を広く社会に発信していく取り組みを本学と地域が協働して行うことにより、地域の活性化と創生に結び付けることである。さらに、本取り組みを通じて、奈良県に立地し、地域の振興や情報発信の拠点としての重責を担う帝塚山大学の役割や存在をより明確なものとし、地域における独自性を本学の特色として打ち出すことで、本学のブランドの確立に結び付けていくことをめざす。

本事業で推進する「奈良学」は、本学を設置する学校法人が併置していた帝塚山短期大学（平成12年度に本学組織に組み入れ）の名誉教授・青山茂氏が1980年代に提唱したもので、奈良を対象とした単なる「郷土史」や従来の「日本古代史」ではなく、巨視的な「鳥の目」で全体を俯瞰し、日本の歴史文化における奈良の位置づけを考えるとともに、微視的な「蟻の目」で人々を洞察し、奈良を通して日本全体の歴史文化を考察するというものである。つまり「奈良学」は、様々な世界遺産をはじめとする日本有数の文化遺産を有する奈良独自の地域性を明らかにし、そこから日本全体さらには世界へ、また逆に世界から日本へ、そして奈良へと視野を広げていく学際的な研究を意味する。奈良は、古代日本の中心地域としての側面と中世以降現代に至る日本の一地域としての両側面を有している。ローカルな視点に立脚し、グローバルな視野から世界を見ることが求められる現在、かつて日本文化の中心であり、グローバル都市であった奈良を研究のフィールドとすることに意味がある。また、奈良の地域振興、とりわけ観光分野の活性化においては、現在、奈良が最大の特徴としている古代日本の文化遺産のみならず、今までは古代遺産の大きさに隠れ見過ごされがちであった中世から現代に至る特色的事象を再発見、再構築することで、今まで活用されることが少なかった観光コンテンツを実証的根拠にもとづき創出することが可能となる。

本事業で構築する「帝塚山プラットフォーム」では、多くの学内関連機関や研究者・学生と外部のステークホルダーが、情報と人材を共有できる体制を準備する。本取り組みでは、直接現地に出向き、産官学連携等の形態を通して「プロジェクト型学習」の手法を駆使し、奈良県唯一の総合大学という強みを生かして、歴史学、考古学、民俗学は言うに及ばず経済学、経営学、法学、建築学、食物学から教育学までを動員して奈良を総合的かつ学際的に研究する。

本事業は、「奈良学」について学際的な研究を行う「実証」と学際的協働による「実践・発信」の二つの側面から推進し、「帝塚山プラットフォーム」を構築する。そこで、本取り組みでは、1)「文化財・祭事」、2)「食文化・伝統産業」、3)「地域・コミュニティ」という三つの領域を設定して事業を推進する。

【実証】 実証に関わる具体的な事業内容は三つの領域について、各々以下のような取り組みである。

文化財・祭事	【①聖徳太子関連遺跡の研究】 奈良県生駒市・高山地区から出土した法隆寺の瓦を手がかりに、瓦窯（瓦を製造する窯）の位置と法隆寺との関係、聖徳太子関連遺跡との関連性について、発掘調査により明らかにする。本学附属博物館は日中韓の古代瓦約7,500点を所蔵する特色ある博物館で、本研究は古代瓦の分析についての研究実績にもとづき実施する。
	【②中国・内蒙古自治区の遼代皇帝陵出土品を手がかりとした正倉院宝物の研究】 中国・内蒙古博物院との連携にもとづき遼代皇帝陵出土品と奈良の正倉院宝物との関連性を明らかにする。
	【③永野太造氏撮影のガラス乾板を手がかりとした奈良仏像史の研究】 平成27年に本学は奈良の著名な仏像写真家・永野太造氏所蔵の奈良の仏像を撮影したガラス乾板（感光材料）約7,000枚の寄贈を受け、この整理・分析をもとに奈良の仏像史を明らかにする。
食文化・伝統産業	【④大和野菜の食物学的研究】 奈良県において独特の栽培方法で生産されてきた「大和野菜」の食物学的特性を明らかにし、それらを原料とした商品開発により地域発展に資する研究を行う。
	【⑤奈良晒（さらし）の研究】 本学は、他に類をみないおよそ100機の織物に関する機具を保有している。江戸時代に奈良の産業として栄え、現在も形をかえて生産されている、高級麻織物「奈良晒」について、理論と実践の両面から研究し、それを展開させ、成果を公表する。
地域・コミュニティ	【⑥五條市の歴史学的研究】 奈良県五條市との連携協定にもとづき、建設途中で未完成となった産業遺産のひとつである、五條市と和歌山県新宮市を結ぶ五新鉄道を中心に、五條市の文化財や歴史遺産と連動させて観光資源としての活用可能性について研究する。
	【⑦民俗資料や聞き取り調査による奈良県内各地域の生活文化研究】 天理市福住地区における明治・大正・昭和期の庶民の生活文化研究の実績をもとに奈良県内各地域の民俗研究を行う。

【実践・発信】 これら①～⑦の「実証」研究にもとづき、その成果を以下の取り組みとして「実践・発信」し、広く国内外に情報発信し、「帝塚山プラットフォーム」の機能を充実させる。

事業全体	本事業の研究成果を「奈良学」講座として公表するほか、学生や卒業生、地域住民に対する「奈良学」を活用した地域活性化の人材育成プログラムを展開。また、附属博物館や図書館での展示及びデジタル博物館の充実、公開講座、シンポジウム等を通して研究成果を広く公表。
文化財・祭事	文化財のデザイン等を活用して新たな商品を開発する。（①～③）
食文化・伝統産業	明日香村等にて大和野菜の食物学的分析にもとづいた商品開発を行い、大和野菜のブランディングに資することをめざす（④）。また、奈良晒のデザイン開発や商品化を行う（⑤）。
地域・コミュニティ	五條市やNPOとの連携により、産業遺産である五新鉄道等を観光資源として活用したイベント等を開催（⑥）。奈良地域の生活史について小中学校やコミュニティで教育活動を行う（⑦）。

## 【大学の将来ビジョン】

帝塚山大学の理念は「日本人としての深い自覚と高い識見を持ち、社会の要請に応え得る教養と創造力を備えた人材の育成」であり、そのための教育活動の基本方針として、「教育力が強い」、「学生への教育・支援がきめ細かい」「地域と国際社会に開かれている」ことを掲げている。そうした理念を踏まえて、学校法人帝塚山学園第4次中期計画（平成28年度～平成33年度）において、帝塚山大学は、「**実学教育の実現と地域・社会のニーズに対応した人材の育成**」を重点目標に設定している。

本学が立地する**奈良**は、約1300年に亘る歴史と伝統、**世界に誇る3つの世界遺産を有する歴史文化地域**である。このような地域の特性を生かし、地域との共存、共栄の考えのもとに本学が提唱している「奈良学」研究を推進することで、地域活性化の拠点となり、**地域の価値の再発見や再生産、地域創造**など地域に貢献することをめざす。奈良は、古代から現代に至る歴史的側面のみならず、伝統文化や産業、観光等のさまざまな側面を有しており、奈良県唯一の総合大学である本学の学部、大学院研究科での専門的な研究や文系、理系という学問分野の融合による学際的な研究が関わりを持つことで、奈良の地域発展や創生に役立つことも多く、**奈良から日本へ、世界へと情報を発信**していくことにも大いに貢献することができる。これに加えて、本学が取り組んでいる奈良県全体を教育研究のフィールドとする「**奈良まるごとキャンパス<sup>®</sup>**」構想にもとづき、産官学連携のもとに学際的な「奈良学」研究を推進することは、奈良の地域振興と創生を一層加速させることとなる。一方、本学が実践しているプロジェクト型の「実学」教育を通して、地域をフィールドとする教育研究活動の展開と地域の課題解決の両側面から、地域に貢献し活躍することができる人材の養成もめざす。

以上のように、奈良という地域に立脚し、奈良県全体を教育研究のフィールドとする「奈良まるごとキャンパス<sup>®</sup>」構想のもとに「**帝塚山プラットフォーム**」を構築し、独自の「奈良学」研究を推進することで、地域の活性化や創生を図るとともに地域に貢献できる人材を養成することで、本学が奈良における確固たる地位を築いていくことを本学のビジョンとする。

## （2）期待される研究成果

本学独自の総合的かつ学際的な「奈良学」研究を通して得られる成果として、次のことが期待される。

1) 「文化財・祭事」について、①～③の取り組みは、いずれも**学術的な新発見**が大いに期待され、奈良の歴史文化に新たな事実が見出される内容である。

①に関して、**法隆寺の瓦が出土**した本学近隣の**生駒市・高山地区**は、従来最古とされてきた四天王寺よりも古い**飛鳥時代の瓦窯**の遺跡である可能性が高く、発掘によりそれが確認されれば新発見となり、法隆寺の歴史を考える上でも学問上重要な意味を持つ。

②に関して、本学の教授が**内蒙古博物院の学術委員会委員**に就任し、同博物院と本学との連携により、内蒙古の凍土から発見された良質な保存状態にある壁画や文物の調査研究を通して、8世紀に中国からもたらされた**正倉院所蔵の文物との関連性**を明らかにすることで、**シルクロードを通じた文化交流**の新たな事実の発見の可能性が高い。

③に関して、研究材料となるガラス乾板は、奈良の古寺における**仏像の修復前の姿を記録**したものを多く含み、仏像の修復前後を比較することで、**奈良仏像史**の新発見となる可能性が高い。

①～③の研究成果については、過去に事例のない内容が多く含まれるため、**デジタルアーカイブ**等を構築することで、情報を広く公開することも可能となり、歴史文化に関する学術研究の一層の進展も期待される。またこの研究の成果により、奈良が大きく知られる契機ともなり、奈良の観光事業の促進に寄与することになる。

2) 「食文化・伝統産業」について、④と⑤は地域の特産である大和野菜と奈良晒の幅広い普及に繋がるもので、**地域のブランド化と活性化**に繋がる内容である。

④に関して、**大和野菜**は、奈良県が平成17年10月から認定を始めたもので、奈良県の新たな観光資源を作るため、地元の特産品としてアピールすることで、奈良県の地域活性化に繋げるための方策の一つであり、本学としてもすでに大和野菜の「**片平あかね**」（赤かぶ）や「**大和まな**」を原料とした「**大和ベジサイダー**」を学内での研究を通じた**産学連携で開発・商品化**し、すでに約2万本を販売した実績を有している。また「片平あかね」の生産地である奈良県山添村片平地区の**地域ブランディングにも寄与**してきた。今後の研究成果としての商品開発は、さらなる大和野菜のブランディングに寄与できると考える。

⑤に関して、本学では**奈良の伝統織機である「大和機」と「奈良晒**に関する研究を重ねており、それを「奈良学」の視点から多面的にとらえ直すことでさらなる広がりをもたせることができる。また、その成果にもとづく織物講座を「**履修証明プログラム**」として実施し、社会人への学び直しを推進する。

④⑤の研究成果については、地域の特産品としての認知拡大と商品化による販売促進の両面から、**地域の活性化に大きく寄与**することになる。

3) 「地域・コミュニティ」について、⑥と⑦は新たな**観光資源の発掘**に繋がる内容である。

研究⑥とその実践・発信は、本学と連携する五條市の「五條市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（平成27年10月）に明記された「地域資源（文化財、**五新鉄道跡活用等**）を活用した観光促進事業」に寄与し、同戦略にあげられた「五新鉄道跡活用事業数」の目標値（平成31年までに3件）はひとつの成果指標になる。また、奈良学研究推進委員会での点検・評価に加え、五條市や関連団体からの評価を受ける。

研究⑦とその実践・発信は、奈良県の文化資産の重要な側面である生活史であり、県内の市町村の**民俗資料館との連携事業**として、各種の催しの回数や参加者数が成果指標となる。

本事業は、複数の「実証」「実践・発信」の取り組みからなるが、それらが総体として帝塚山大学が提唱する「**奈良学**」という**ブランドを形成**するとともに、地域の観光振興への貢献を通じて、奈良の歴史文化、経済・社会、文化等の発展等に寄与できるものとする。学際的「奈良学」研究の推進は、本学が標榜する「**実学の帝塚山大学**」を具現化するものである。

### 3. ブランディング戦略（5ページ以内）

#### (1) 本学の将来ビジョン及び独自色

帝塚山大学は、「日本人としての深い自覚と高い識見を持ち、社会の要請に応え得る教養と創造力を備えた人材の育成」という理念を踏まえ、「奈良という地域に立脚し、奈良県全体を教育研究のフィールドとする『奈良まるごとキャンパス』構想のもとに独自の『奈良学』研究を推進し、地域に貢献できる人材を養成することで、奈良における確固たる地位を築いていく」ことを将来ビジョンとしている。

本事業において「実証」と「実践・発信」からなる学際的「奈良学」研究の推進による『帝塚山プラットフォーム』の構築は、本学のスローガンである『実学の帝塚山大学』を具現化するものであり、将来ビジョンを実現するためのブランディング戦略の中核となる。これを言い換えるならば次のとおりである。

○本事業のフィールドである奈良県は、かつては日本の中心地であり3つの世界遺産を有する歴史と文化に根ざした地域である。本事業において、『日本人の故郷としての奈良の文化資産や観光資源を再発見し、創造する』「実証」と、再発見・創造した奈良の魅力を『国内外に発信する』「実践・発信」を通じて、『地域・社会の活性化』に寄与できると考える。

○本事業は、『本学発祥となる学際的「奈良学」研究』を柱とすることに大きな意義がある。6学部9学科を擁し奈良県最大級の総合大学である本学は、分野を横断した教育研究活動ができる環境を生かし、『文系、理系を融合した学部間連携』を進めている。学際的「奈良学」研究の推進は、この本学の独自性・強みを生かし発展させた取り組みといえる。

○この取り組みの中で、本学が重視する『地域と連携したプロジェクト型の「実学」教育』を通じて、地域の課題解決のために活躍できる専門的職業人の育成を図る。

以上のように、本事業におけるブランディング戦略では本学の独自性・強みを生かし、本学のブランド価値を高め、その価値を国内外に広く浸透させることで、将来ビジョンの実現に繋げていく。

本学の将来ビジョンおよび打ち出す独自色については、本事業において中心的な役割を担う「奈良学研究推進委員会」、大学全体の協議機関である「大学協議会」、大学全体の広報について検討する「広報委員会」、事務職員の連絡会等の種々の会議で周知するとともに、サーバー上の学内共有フォルダにも関係資料を置き、学内の誰もがいつでも確認できる環境を整え、対象者に応じた適切な手段を通じて、学内の専任教職員全てに周知し、本学の進むべき方向性を共有している。

#### (2) ステークホルダー

本事業で期待される研究成果を踏まえ検討した結果、以下の4つのステークホルダーを設定した。

I. 受験生・保護者	III. 自治体・企業・研究関連機関 (明日香村、生駒市、奈良県中小企業家同友会、奈良県立民俗博物館等)
II. 在学生・保護者	IV. 地域住民

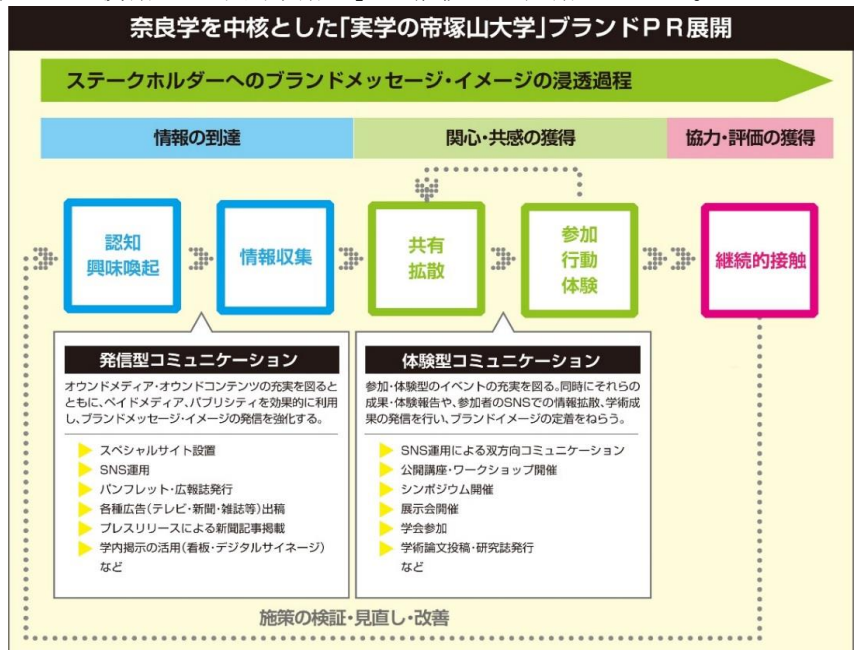
#### (3) ブランディング戦略全体

本学では大学のブランディングの一環として、平成25年に「奈良まるごとキャンパス」を帝塚山学園の商標として登録した(登録番号第5575530号)。これ以前にも、平成18年、「奈良学」が本学由来であることを意識し、既設の芸術文化研究所を奈良学総合文化研究所に改称した。同研究所と学内に設立した奈良学学会による学術誌『奈良学研究』(平成9年創刊)は毎年刊行され、現在、第19号を数える。「奈良学」に関する研究成果の公表については、附属博物館における特別展示だけでも28回を数え、同博物館主催の市民大学講座は385回、奈良学総合文化研究所主催による公開講座「奈良学への招待」は66回を数える(回数等はいずれも平成29年5月31日現在)。また、近鉄文化サロンと本学との連携講座「奈良学講座」も継続的に開講している。

以上のように、本学では「奈良学」に関する研究を10年以上継続的に実施し地域社会への発信や啓発に努めてきた。

これらの実績を踏まえ、4つのステークホルダーに対するブランディング戦略の全体イメージを表したものが右図となる。本事業で浸透させたい大学のイメージは大きく『奈良学の帝塚山大学』、『実学の帝塚山大学』の2つがある。

本学はこれまでも「実学の帝塚山大学」を標榜してきたが、学際的「奈良学」研究の推進を通じて、改めて「実学」の意味するものを明らかにし、その価値を高めていく。



### 3. ブランディング戦略（5ページ以内）

#### （4）ステークホルダーごとのブランディング戦略

#### I 受験生・保護者 実学の帝塚山大学

##### 〈浸透させたい本学のイメージ〉

受験生・保護者に浸透させたい「実学の帝塚山大学」とは、学生たちの「人生を豊かにする力を身につける教育」である。このイメージを通して、これから帝塚山大学の一員となる可能性を持つ受験生には入学後の未来への期待感を、保護者には子どもを預けることへの安心感を持ってもらうことを狙いとする。

##### 〈イメージ・認知度の現状〉

本学では毎年、本学に入学しなかった学生（非入学者）に対する「非入学者調査」、及び全新生に対する「入学者調査」を実施している。

平成28年度「非入学者調査」結果によると、「他大学に進学した理由」は1位. 学びたい学部・学科がある（66.4%）、2位. 学風や雰囲気が良い（32.1%）、3位. 就職実績・就職率が高い（31.4%）であった。1位の理由から、本学の教育内容の魅力を上手く伝えられていない可能性がある。

つぎに平成29年度「入学者調査」結果によると「帝塚山大学から連想することば」は、1位. 実学（222件）、2位. 奈良・奈良県（67件）、3位. 山（29件）であった。また「本学入学の満足度」は、「とても満足」22.3%、「ある程度満足」59.7%という結果だった。この結果から、「実学」という言葉は一定の浸透が見られる一方、本学入学について「とても満足」つまりは第一志望として考えられる学生の割合は2割程度であるため、「実学」のイメージが必ずしも学生の入学満足度には繋がっていないと考えられる。

##### 〈ブランディング戦略の到達目標〉

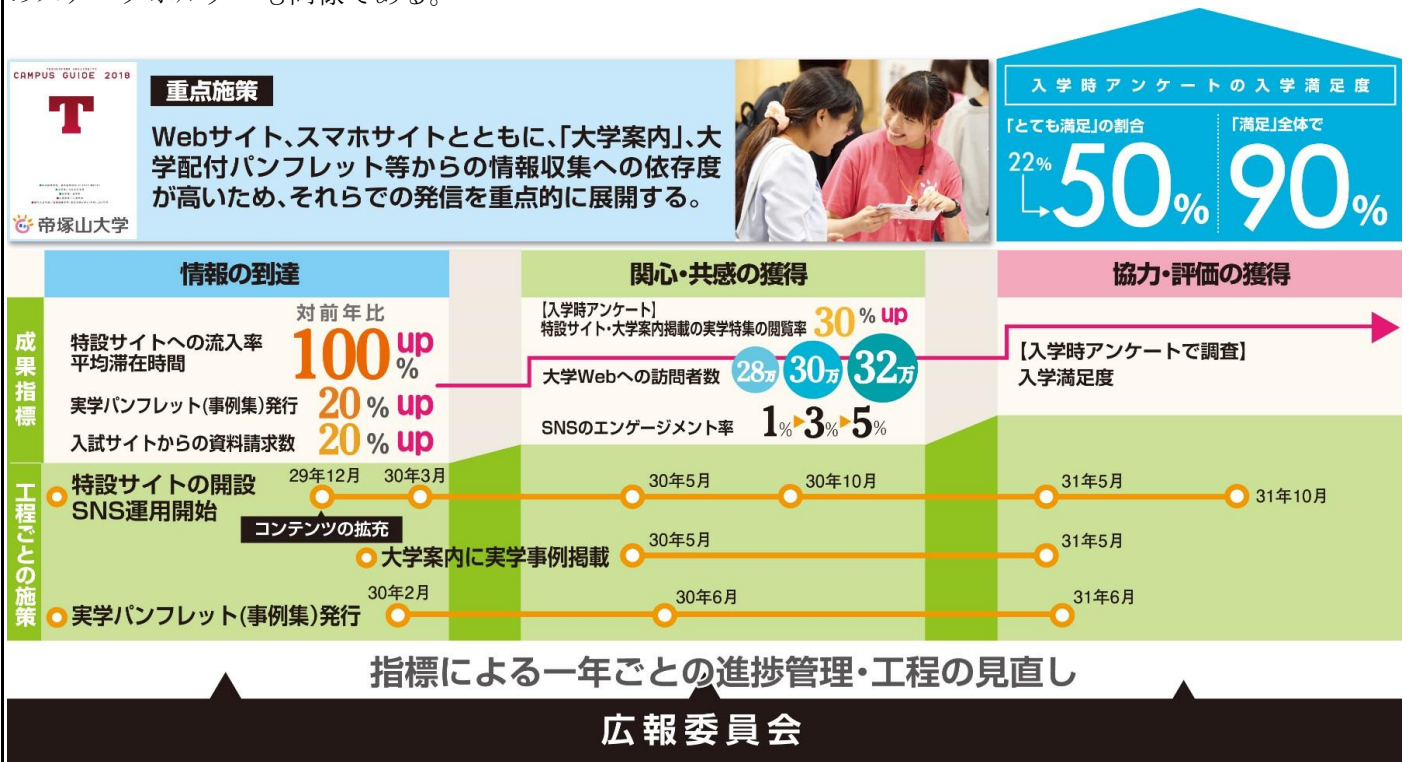
➤本学を第一希望とする入学者の割合UP

平成32年度までに、入学者調査における本学入学に「とても満足」と回答した割合を50%（平成29年度22.3%）、「ある程度満足」と合わせて満足度全体を90%にまで高める。

##### 〈ブランディング戦略の工程〉

Webサイト、スマートフォンサイトとともに、『大学案内』や大学配付パンフレット等からの情報収集への依存度が高いため、それらでの発信を重点的に展開する。大学ホームページ及び本事業の特設サイトについて、スマートフォン等モバイル端末からのアクセスに対応した見やすいサイトづくりを進めるとともに、大学公式SNSを通じて積極的に情報発信・収集する。また、在学生の活躍の様子を伝える『実学パンフレット（事例集）』や『大学案内』への「実学」教育の事例掲載により、入学後の学生生活のイメージをより具体的に喚起させる。

具体的な工程、成果指標・目標値、進捗状況の把握方法については以下の図のとおりである。各成果指標に基づき、広報委員会を中心として1年ごとに進捗状況を確認し、状況に応じて工程の見直しを行う。これは他のステークホルダーも同様である。



### 3. ブランディング戦略（5ページ以内）

#### 〈浸透させたい本学のイメージ〉

本学が標榜してきた「実学の帝塚山大学」のイメージをこれまで以上に浸透させていく。本学の基本方針である「教育力が強い」「学生への教育・支援がきめ細かい」「地域と国際社会に開かれている」大学として、「実学」という実践的な教育を通じて学生一人ひとりの成長をサポートしていく過程の中で、本学に対する在学生・保護者の評価を高めていく。

#### 〈イメージ・認知度の現状〉

本学では毎年、卒業式の日全卒業生に対して「卒業時調査」を実施している。本調査結果によると「大学生活に満足した」と回答した卒業生の割合は平成26年度70.7%、平成27年度80.5%、平成28年度84.5%と3年連続増加している。一方、本学を「後輩に勧めたい」と回答した割合は平成27年度62.5%、平成28年度68.2%で、平成28年度は向上が見られたものの、大学生生活の満足度と比べ低い数値である。この結果から、より高い大学生活の満足度がなければ人に勧めるという行為には結びつかないと考えられるため、本学への評価を測る指標として「満足度」以上に大学の「お勧め度」が重要となる。

#### 〈ブランディング戦略の到達目標〉

▶在学生の実学プロジェクト参加率UP

平成32年度までに、在学生の実学プロジェクト参加率を80%に高める。（平成28年度実績31.9%※奈良・東生駒キャンパスの1～3年生）

▶本学を後輩に勧めたいと思う学生の割合UP

平成32年度までに、卒業時アンケートにおける本学を「後輩に勧めたい」割合を90%に高める。（平成28年度実績68.2%）

#### 〈ブランディング戦略の工程〉

他のステークホルダーと比較して、直接的かつ対面的な施策が有効と考える。従って、Web等での情報発信とともに、学内の施設や授業を有効活用し直接的なプロモーションを展開することで、SNS等での情報拡散を狙う。例えば、今年度は「幡プロジェクト」が進行中である。これは本学のブランディング戦略の一環で、キャンパス景観の統一感を出すため本学の所有する古瓦をデザインしたオリジナルの幡を制作・展示する試みで、日本文化学科、居住空間デザイン学科の学生が中心となり進めている。このほか、デジタルサイネージによる「実学ニュース」の配信や『実学パンフレット（事例集）』の配布等を通じて、学内のあらゆる場面で「実学プロジェクト」に触れる機会を設け、イメージ浸透を図る。具体的な工程、成果指標・目標値、進捗状況の把握方法については以下の図のとおりである。



### 3. ブランディング戦略（5ページ以内）

#### Ⅲ 自治体・企業・研究関連機関 実学・奈良学の帝塚山大学

##### 〈浸透させたい本学のイメージ〉

本事業において「奈良学」と「実学」は不可分のものであるが、自治体・企業に対しては「実学」、研究関連機関に対しては「奈良学」が主として浸透させたいイメージとなる。自治体・企業については、地域社会が抱える課題の解決や、地域に貢献し活躍できる人材の輩出により、研究関連機関については「奈良学」研究の研究成果を波及させることにより、**地域振興・地域創生の中核的な拠点としての立場を強化**する。これにより、県下の産業、観光等の様々な分野に貢献し、地域振興や地域創生の一助となることを狙いとしている。

##### 〈イメージ・認知度の現状〉

本学で平成28年11月に開催した「第1回ならイノベーション産学官金連携報告会」において、参加した官公庁、地元企業、金融機関の関係者を対象にアンケート調査を実施した。この調査によると、「「実学の帝塚山大学」に相応しい教育研究活動を実施しているか」という設問に、「とてもそう思う」と回答した割合が50.0%、「ややそう思う」が46.2%であった。また、平成28年12月に奈良県中小企業家同友会と本学の学生との情報交換会でのアンケート調査によると、本学の学生が「地域に貢献できているか」という設問に「貢献している」と回答した割合が38.2%、「ほぼ貢献している」が26.5%という結果で、回答者の6割以上が、本学の学生が地域に貢献し活躍できる人材であると捉えていた。一方で、本学のイメージに関する自由回答の設問では、「実学」をイメージするという回答は半数にも満たなかった。これらの結果から、**本学が取り組んできた教育研究活動と「実学の帝塚山大学」の方向性についてほぼ乖離はなく、地域社会のニーズに対応した人材の育成という点においても一定の評価が得られているものの、自治体・企業の中で「実学」という認知には至っていないことが明らかとなった。**

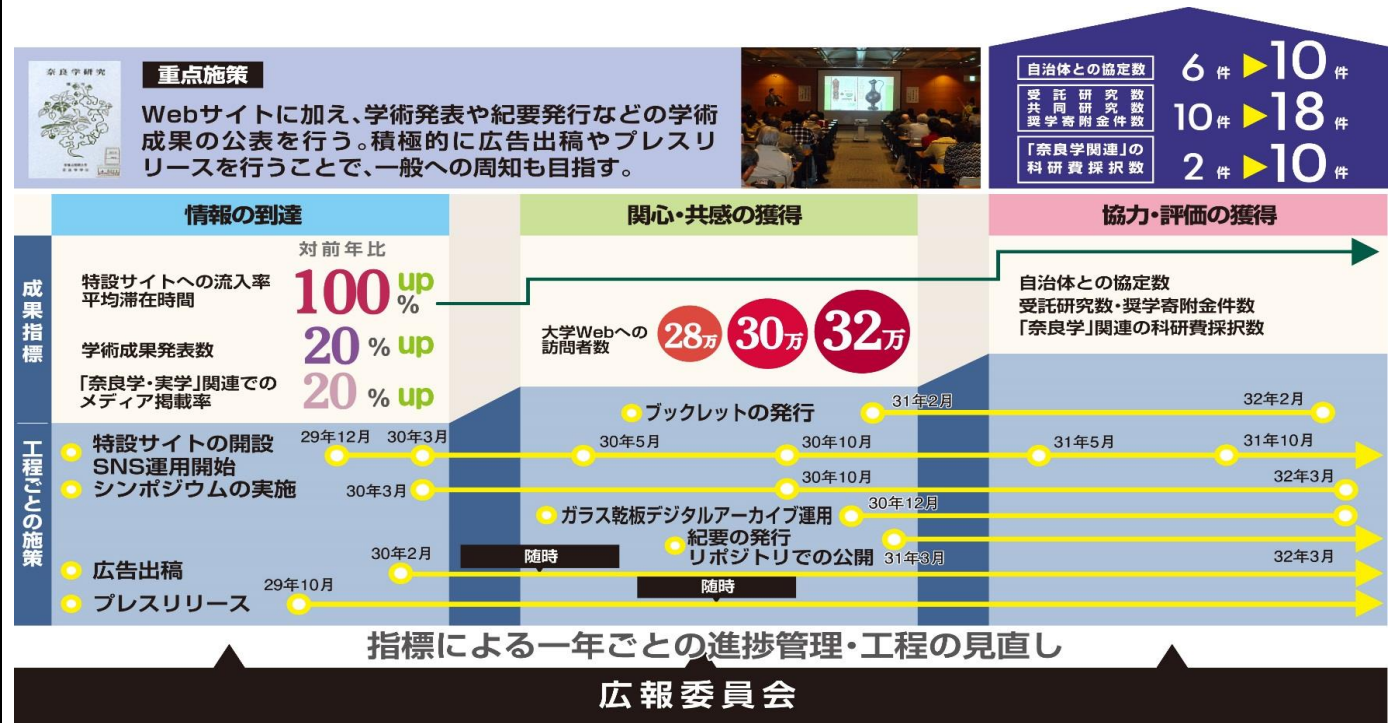
一方、研究関連機関については、本学には各研究分野において顕著な研究業績を創出している研究者が多数在籍しているものの、その多くはある特定の研究分野での活躍に留まり、また、奈良学総合文化研究所は、歴史学、民族学、考古学、芸術学、文学等の特定の研究分野に特化しているため、**本学が推進する学際的「奈良学」研究のイメージを研究関連機関に対して浸透させることには繋がっていない状況である。**

##### 〈ブランディング戦略の到達目標〉

➤ 県内自治体との協定数、受託研究・奨学寄附金・共同研究数、「奈良学」に関連する科研費の採択数UP  
平成32年度までに、**協定数を10件**（平成29年度6件）、**受託研究数・奨学寄附金件数・共同研究数を18件**（平成28年度10件）、**「奈良学」に関連する科研費の採択数を10件**（平成29年度2件）に増やす。

##### 〈ブランディング戦略の工程〉

本学の持つ人的・知的資源の「シーズ」が当該ステークホルダーに訴求する有効な情報であるため、学術誌『奈良学研究』や『奈良学ブックレット』、学会等での学術発表を通じて、学術成果を公表する。他方、TV、新聞、雑誌等のマスメディアを通じた広報も展開する。特に新聞は社会的信頼性の高い媒体であるため、**新聞広告等の掲出**により広く一般への周知も狙う。このほか、積極的に**プレスリリース**を行いメディア掲載率を高める。具体的な工程、成果指標・目標値、進捗状況の把握方法については以下の図のとおりである。



### 3. ブランディング戦略（5ページ以内）

#### IV 地域住民 奈良学の帝塚山大学

##### 〈浸透させたい本学のイメージ〉

奈良に立脚する地域密着型の大学として、学際的「奈良学」研究の成果を地域に還元し、地域の生涯学習・リカレント教育の発展、及び地域の活性化に寄与する。**地域と共に歩み地域に愛される大学**として、奈良県内における存在感を高めていく。

##### 〈イメージ・認知度の現状〉

本年5月に実施した帝塚山大学考古学研究所・附属博物館共催の公開講座『市民大学講座』で、本学のイメージについてアンケート調査を行った。講座のテーマが本学の所有する古瓦であったこともあり、「瓦」「考古学」「歴史学」という回答が多かったが、中には「実務に強い」「実学」や「生涯学習が充実している」という回答もあった。残念ながら本学が浸透させたい「奈良学」というキーワードの回答はなかった。本事業の柱となる学際的「奈良学」研究は、今回の公開講座の内容を包含しつつより大きな枠組みで展開していくものとなる。そのため、「考古学」「歴史学」といった特定の分野に偏ることなく、「奈良学」の学際性を浸透させていく必要がある。

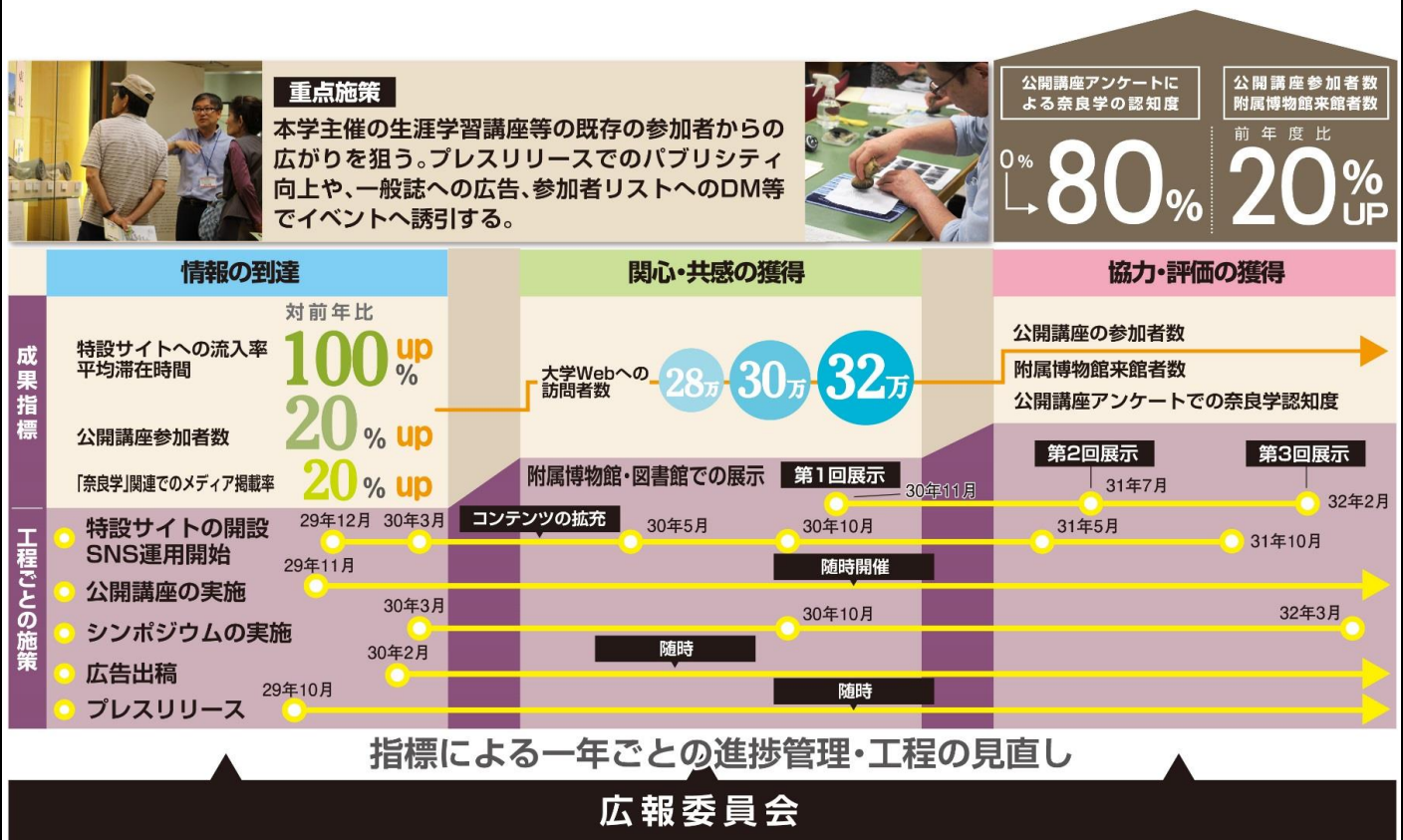
##### 〈ブランディング戦略の到達目標〉

➤ 本学と地域住民との交流UP  
平成32年度までに、**公開講座参加者数、附属博物館来場者数を各20%**増加させる。（平成28年度公開講座参加者数4,447名、附属博物館来場者数1,221名）

➤ 「奈良学」の認知度UP  
平成32年度までに、**公開講座アンケートによる「奈良学」の認知度を80%**に高める。

##### 〈ブランディング戦略の工程〉

当該ステークホルダーには、**体験型コミュニケーションによる経験価値の提供**を通じて、感情的なつながりを築いていくことが重要となる。そのため、本学主催の**生涯学習講座や附属博物館での展示等への誘引**を重点施策とする。プレスリリースによるパブリシティの向上や地方情報誌等の一般誌への広告掲出により広く一般への周知を図り、新規参加者を増やすとともに、既存の参加者に対してはDM等によりリピーターを増やし、本学と当該ステークホルダーとの絆を深めていく施策を取る。具体的な工程、成果指標・目標値、進捗状況の把握方法については以下の図のとおりである。



指標による一年ごとの進捗管理・工程の見直し

広報委員会



## 4. 事業実施体制（2ページ以内）

本事業の学内における実施体制、自己点検・評価体制、外部評価体制、学外との連携体制は次のとおりである。

### 【学内の実施体制】

学際的「奈良学」研究を本学のブランディングの中核として再認識するとともに、学長のリーダーシップの下、学内諸部局が連携し全学的な事業実施体制を整備するため、次ページの図のとおり、学長、副学長、大学院研究科長、学部長、全学教育開発センター長、学科長、奈良学総合文化研究所長、事務局長を主たる構成員とする、「**奈良学研究推進委員会**」をすでに設置している。同委員会は委員長である学長を中心に本事業推進の方針・計画を策定し、関連学部・学科・研究科・センター等に指示する。これを受けて、関連学部・学科・研究科・センター等は取り組みを推進するとともに、その進捗・成果を定期的に同委員会に報告するしくみを構築し、適切に事業の進捗管理を行う。

事業推進にあたって、研究活動の面においては、奈良学研究推進委員会を中心に既設の**奈良学総合文化研究所、考古学研究所、附属博物館等と連携**、情報共有を行う体制がすでに構築できている。

事業の成果にもとづく**ブランディング戦略**については、同委員会との緊密な連携のもと、既設の「**広報委員会**」や広報課が策定、推進している。本事業は地域との連携も重要な要素となっており、既設の「**地域連携推進委員会**」をはじめとした学内の諸部局との適切な連携により、事業を効果的に推進する体制を強固にする。

事業全体を支援する組織として各所とのコーディネートを行う「**奈良学研究推進室**」を設置し、事業の円滑な遂行を実現する。

これらの諸活動により抽出された効果や改善点については、①研究活動、②ブランディング戦略、さらに③事業全体の点検・評価のプロセスに取り組み、事業の推進に生かす。

### 【自己点検・評価体制】

本事業における自己点検・評価体制については、次のとおり、①研究活動、②ブランディング戦略、③事業全体のそれぞれにおいてPDC Aサイクルを整備している。

①研究活動については、学長のリーダーシップの下、本事業で行う研究プロジェクトごとに、**事前に評価指標の設定**を行うとともに、**奈良学研究推進委員会**において**事後評価として実施する効果の検証**にもとづき、その結果を**次の研究計画へ反映**させるPDC Aサイクルを回すしくみを構築している。

②ブランディング戦略については、**広報委員会**において、**戦略の工程のほか、工程ごとの成果指標及び達成目標**を明確にし、その**実績や効果についての検証と改善計画を策定**するPDC Aサイクルを回すしくみを構築している。

③事業全体については、奈良学研究推進委員会として、①研究活動および②ブランディング戦略 それぞれのPDC Aサイクルがいかに機能しているかを点検し、それらを踏まえた**事業全体の点検・評価体制**を構築し有効に機能させる。同時に、大学内で定期的実施している自己点検・評価活動により、成果や改善点の抽出を行う。

### 【外部評価体制】

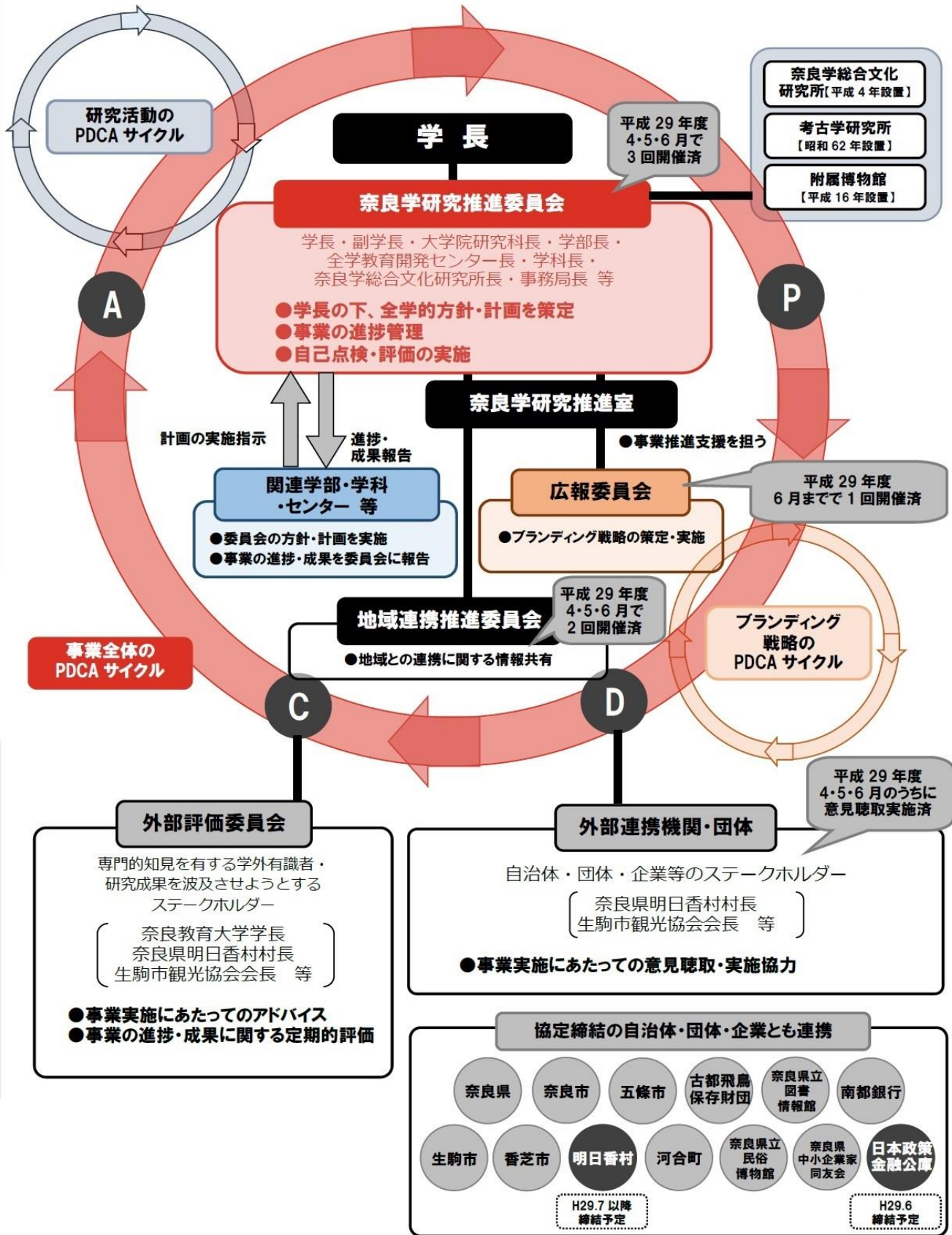
本事業については、すでに本学がステークホルダーとして想定している**奈良県明日香村村長**や**生駒市観光協会会長**等の外部連携機関・団体に対して、期待される研究成果およびその測定方法等を中心に意見聴取しており、事業推進にあたっても継続的に意見聴取と実施協力を得る。また、研究成果を波及させようとするステークホルダーの代表者である先述の自治体、機関・団体のほか、**奈良教育大学学長**などからなる**外部評価委員会を組織**し、継続的なアドバイスを受けるとともに、事業の進捗・成果に関する定期的な評価を受ける。

これらのアドバイスや評価結果から抽出された効果や改善点については、①研究活動、②ブランディング戦略、さらには③事業全体の点検・評価のプロセスに取り込み、事業の推進に生かす。

### 【学外との連携体制】

事業計画にある個々の取り組みについては、発掘調査のような中長期にわたる事業や自治体の政策・計画に関わる事業など、外部環境の変化に影響を受けやすいものも含まれており、外部連携機関・団体との綿密な連携が不可欠である。したがって本事業では、外部連携協力者をはじめとする地域社会との継続的かつ有機的な連携と外部評価委員からの定期的な意見聴取により、目標設定の妥当性の検証とそれにもとづく改善を経て、常に外部環境の変化に柔軟に対応するという、「PDC Aサイクル」の本来の意味に立脚した事業改善の体制を構築する。実際に**奈良県明日香村村長**や**生駒市観光協会会長への意見聴取**をすでに行っており、本事業の申請にあたり、その意見を反映させている。また、**奈良県、奈良市、生駒市、五條市をはじめとする県内の自治体、南都銀行や奈良県中小企業家同友会等の企業、団体と数多くの連携協定を締結**しており、本事業の目的に応じた諸策を展開できる体制を構築している。

# 学長主導による事業実施体制



## 5. 年次計画（3ページ以内）

平成29年度		
目標	研究活動	<p>【目標】従来の研究活動を整理し、「文化財・祭事」、「食文化・伝統産業」、「地域・コミュニティ」の3つの領域について、「実証」に関わる研究および「実践・発信」に関わる取り組みに着手。</p> <p>【指標】従来の研究活動の実績、個々の研究課題で設定した指標</p>
	ブランディング戦略	<p>【目標】研究活動において整理された、これまでの「奈良学」の研究成果を広く公開することで、新たな「奈良学」の再定義に向けた端緒とし、今後のブランディング戦略の舵取りを行う。</p> <p>【指標】各取り組みの実績総括（各取り組みの成果指標は「3. ブランディング戦略」参照）。</p>
実施計画	研究活動	<p>【実施計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○文化財・祭事 <ul style="list-style-type: none"> <li>・聖徳太子関連遺跡：試掘調査・確認調査にむけて、実地踏査</li> <li>・正倉院宝物研究：内モンゴ博物院と連携、研究の方向性・計画確定</li> <li>・奈良仏像史研究：ガラス乾板の整理と目録作成に着手</li> </ul> </li> <li>○食文化・伝統産業 <ul style="list-style-type: none"> <li>・大和野菜の食物学的研究：1品種についての食物学的分析</li> <li>・奈良晒研究：多面的調査研究の方向性と計画の確定</li> </ul> </li> <li>○地域・コミュニティ <ul style="list-style-type: none"> <li>・五條市歴史学的研究：関連資料の収集、現地調査の実施</li> <li>・地域の生活文化研究：民俗資料の収集、聞き取り調査の実施</li> </ul> </li> </ul> <p>【実証】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○奈良学研究を生かした地域活性化人材育成プログラムの策定</li> <li>○文化財デザイン商品、大和野菜商品、奈良晒の商品開発に着手</li> <li>○産業遺産である五新鉄道等を活用した観光イベント計画策定</li> <li>○奈良地域の生活史について小中学校や地域における教育活動実践</li> </ul> <p>【測定方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○事前に設定した評価指標にもとづき、奈良学研究推進委員会が事後評価を行い、効果を検証し、次の研究計画へ反映させる。</li> </ul>
	ブランディング戦略	<p>【実施計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○本事業の特設サイトを開設する。</li> <li>○「奈良学シンポジウム」を開催する。</li> <li>○本学所蔵の織機を活用した履修証明プログラムを開講する。</li> <li>○『実学パンフレット（事例集）』第1号を発行する。</li> <li>○学内のデジタルサイネージで「実学ニュース」を配信する。</li> <li>○SNSの運用に着手する。</li> </ul> <p>（上記取り組みは平成30・31年度も拡充・充実させる）</p> <p>【測定方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○事前に設定した評価指標にもとづき、広報委員会により、事後評価による効果の検証を行い、次年度の取り組みへ反映させる。</li> </ul>
平成30年度		
目標	研究活動	<p>【目標】3領域の「実証」研究、「実践・発信」を本格実施する。</p> <p>【指標】個々の研究課題で設定した指標にもとづき、調査報告書、映像記録、開発商品等の成果物を提示し、積極的に公開。</p>
	ブランディング戦略	<p>【目標】各ステークホルダーの特性に応じて情報を精査・発信し、本学のめざす「実学の帝塚山大学」、「奈良学の帝塚山大学」のイメージ浸透を図る。</p> <p>【指標】各取り組みの実績総括（各取り組みの成果指標は「3. ブランディング戦略」参照）</p>

平成29年度

「奈良学研究推進委員会」を中心とした  
「帝塚山ブラットフォーム」事業の推進体制の構築  
外部評価委員会による年次評価

平成30年度

実施計画	研究活動	<p>【実施計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○文化財・祭事 <ul style="list-style-type: none"> <li>・聖徳太子関連遺跡：教育委員会等に届出、試掘・確認調査実施</li> <li>・正倉院宝物研究：内モンゴ博物院と連携し、遼代皇帝陵の壁画及び出土品を映像記録化・分析。正倉院宝物との関連性の明確化</li> <li>・奈良仏像史研究：ガラス乾板の整理、研究対象の焦点化、分析</li> </ul> </li> <li>○食文化・伝統産業 <ul style="list-style-type: none"> <li>・大和野菜の食物学的研究：他の品種の食物学的分析</li> <li>・奈良晒研究：多面的な調査研究の遂行</li> </ul> </li> <li>○地域・コミュニティ <ul style="list-style-type: none"> <li>・五條市歴史学的研究：関連資料の収集、現地調査の実施</li> <li>・地域の生活文化研究：民俗資料の収集、聞き取り調査の実施</li> </ul> </li> </ul> <p>【測定方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○事前に設定した評価指標にもとづき、奈良学研究推進委員会が事後評価を行い、効果を検証し、次の研究計画へ反映させる。</li> </ul>	<p>平成30年度</p> <p>「帝塚山プラットフォーム」事業の本格的な推進 外部評価委員会による年次評価</p>
	ブランディング戦略	<p>【実施計画】</p> <p>平成29年度からの継続した取り組みに加え、以下について実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○図書館において「奈良学」に関する特別展示を開催する。</li> <li>○附属博物館において「奈良学」に関する特別展示を開催する。</li> <li>○デジタルアーカイブの構築に着手する。</li> <li>○「奈良学」に関する公開講座（連続4回）を実施する。</li> <li>○『奈良学ブックレット』を刊行する。</li> <li>○『大学案内』において実学特集ページを組む。 （上記取組は、平成31年度も拡充・充実させる）</li> </ul> <p>【測定方法】</p> <p>事前に設定した評価指標にもとづき、広報委員会により、事後評価による効果の検証を行い、次年度の取り組みへ反映させる。</p>	
<b>平成31年度</b>			
目標	研究活動	<p>【目標】 3領域の「実証」に関わる研究および「実践・発信」に関わる取り組みを継続実施、一定の成果を示す。</p> <p>【指標】 個々の研究課題で設定した指標にもとづき、調査報告書、映像記録、開発商品等の成果物を提示し、積極的に公開。 「奈良学シンポジウム」も開催する。</p>	<p>平成31年度</p> <p>「帝塚山プラットフォーム」事業の最終総括 今後の方向性の検討 外部評価委員会による最終評価</p>
	ブランディング戦略	<p>【目標】 年度末時点において、ステークホルダーごとに定めたブランディング戦略の到達目標を達成する。</p> <p>【指標】 ステークホルダーごとの到達目標の達成状況（各ステークホルダーの成果指標は「3.ブランディング戦略」参照）</p>	
実施計画	研究活動	<p>【実施計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○「文化財・祭事」「食文化・伝統産業」「地域・コミュニティ」各領域の「実証」および「実践・発信」の総括</li> </ul> <p>【測定方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○事前に設定した評価指標にもとづき、奈良学研究推進委員会が事後評価を行い、研究期間を通じての効果を検証する。</li> </ul>	
	ブランディング戦略	<p>【実施計画】</p> <p>平成29・30年度からの継続した取り組みに加え、以下について実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○本事業の集大成となる「奈良学シンポジウム」を開催する。</li> </ul> <p>【測定方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ステークホルダーごとの到達目標の測定方法による。</li> </ul>	

平成32年度

目標

実施計画

平成33年度

目標

実施計画

**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。