

《特集・地域ブランドの実践》

【報告】

信州産学官連携機構の取り組み

—地域ブランド・オフィスの具体的な活動事例を中心に—

輿 恵理香

1. 「信州産学官連携機構」の概要

2008年8月に「信州産学官連携機構 (Shinshu Innovation System : SIS)」が発足し、信州の「知」を活かした産学官連携活動が動き始めた。

SISは、信州大学が世話役となり、長野県内にある大学・短期大学・高等専門学校等19校が連携してネットワーク構築(図1)を図っている。これは、産業界、国、地方自治体、公設試験場、金融機関等との産学官連携を推進し、大学等が有する「知」を最大限に活用することにより、地域振興およびイノベーション創出に貢献することを目的として

いる。<sup>1)</sup>

殊に、大学等は、社会全体の「知」の源泉として重要な役割を担っており、研究成果等を活かすことで、「教育」「研究」に次ぐ使命である「地域貢献」を推進している。

そこで、SISでは「地域ブランド」「ライフサイエンス」「ナノテク・材料・IT」の3分野を軸として、これまでに蓄積してきた「知」の実績を活かした「知的貢献」に取り組んでいる。

このような、都道府県単位での「学」の連携組織は、全国的に見て珍しい取り組みである。

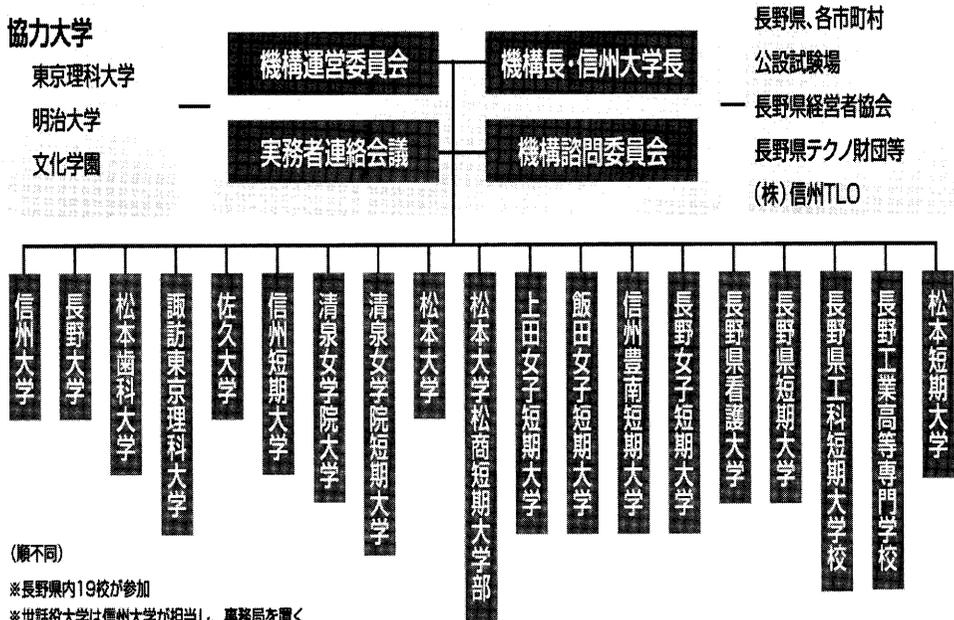


図1. 信州産学官連携機構の体制と参画校

## 2. 「地域ブランド・オフィス」の活動

SISの発足と同時に始動した地域ブランド・オフィスは、信州大学産学官連携推進本部に設置され、SISの地域ブランド分野を担っている。

地域ブランド分野の活動は、従来の理工系を中心とした一企業と研究者間の産学連携から、官（行政）や民（地域住民）との連携を一層高めながら、人文社会科学系における大学のノウハウを活かしつつ、地域のビジネスやイノベーションを創出して、地域活性化を図ることを目的としている（図2）。

ここで定義する地域ブランドとは、「地域が有するさまざまな資源を有効に活用しながら、地域独自の価値を創出する活動」である。地域ブランド・オフィスの活動は、観光と食・農業・環境・医療等を結び付けたり、地域の特産物の発掘やその科学的検証を行ったことによって、地域ブランドの観点を

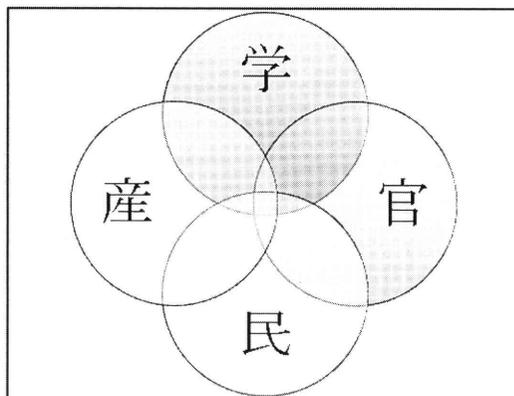


図2. 産学官民のネットワーク

取り入れた産学官民による地域活性を促進している。

さらに、信州における文化伝統や歴史、特色ある産業や産品などの付加価値を高め、信州の持つ魅力をグローバルに発信し、産学官民連携・共同研究・地域資源の開発支援・各種研究会等の開催によって、ノウハウの蓄積を進めている（図3）。

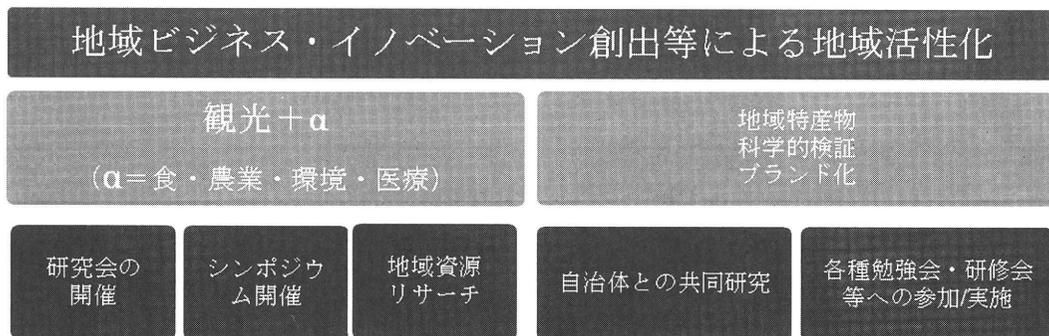


図3. 地域ブランド・オフィスの事業展開

## 3. 「地域ブランド・オフィス」のこれまでの取り組み

地域ブランド・オフィスは、発足から2年が経過した。年度ごとの事業計画に沿って活動をし、数々の事例が蓄積された。その主な

具体例は、次のとおりである。

### 3.1. 「食」の市場化支援 【黒部ダムカレー】

長野県大町市の地域ブランド構築にあたり、2008年度から大町市と信州大学との共同研究

を開始した。そこでの認知度調査・資源発掘調査等で、大町市の知名度向上のキーワードとして「黒部ダム」の重要性が確認された。

そこで、もともと大町市の食堂で提供されていた「アーチカレー」をモデルに、「黒部ダムカレー」と名称を変更して、現在は20店舗で提供している。「黒部ダムカレー」は、店舗によって食材が異なり、ライスは堰堤型、ルーはダム湖、具材は遊覧船等に見立てている。

大町市の知名度アップや観光誘客を狙って、2010年6月には期間限定で、ご当地グルメとしてコンビニエンスストアで売り出した（図4）。

これにより、「黒部ダムの玄関口、黒部ダムカレーの“大町”」として、人々の中に“大町地域”のイメージが連想され、訪問者の増加や地域活性化につながるきっかけとなった。



図4. コンビニエンスストアで発売された「黒部ダムカレー」

### 3.2. 自治体と連携した地域ブランド構築のための共同研究

#### 【すざかぶれいん℃プロジェクト】

長野県須坂市と信州大学は、包括連携協定に基づき（2004年調印）、2008年度より須坂

市の地域ブランド構築に関する共同研究を進めてきた。共同研究の目的は、須坂市において地域ブランディング活動を推進する際のブランドセオリーの構築および須坂市役所職員として活動に必要な能力を持った人財を養うことであった。

本研究事業を進めるにあたり、信州大学生を中心として「すざかぶれいん℃プロジェクトチーム」を発足させ、①産学官民の連携によるリサーチャーの養成、②地域人財リストの作成、③地域人財インタビュー、④地域人財の交流・ネットワーキングを行った。

結果として、①行政の縦割りではない活動内容を重視した部局横断的な人財ネットワークを構築、②新資源としての地域食（ニラせんべい）の発掘、③須坂市事業「蔵の町並みキャンパス」とSIS（地域ブランド分野）の連携事業を実施するに至った。

#### 【信州大学・長野大学・立科町地域ブランド共同研究】

長野県北佐久郡立科町において行う地域ブランド共同研究は、長野大学の持つ立科町でのフィールド研究・実践のノウハウと信州大学の持つ地域ブランド構築に関するノウハウを持ち寄ることで、立科地域のブランド構築事業におけるシナジー創出を図るため、2010年7月から開始した。

この共同研究は、複数の大学が参加するという、これまでよりもさらに一歩進んだ産・学・官連携の形として、SISの参画校である長野大学と信州大学の大学間連携を基に実施している。

人文社会科学の領域で、大学間連携を含む共同研究が実施されたことは、これまで長野県内でも事例がない。また、信州大学内において、立科町域をフィールドとしている工学系研究者と文系研究者が連携した知の融合の

可能性を探る新しい取り組みともなっている。

この共同研究では、3つの柱で調査・研究活動を行っている。一つ目は、立科町の認知度やブランドイメージを高めるための資源を発掘する「立科町 地域力調査」、二つ目は、地域の資源を活用する能力を持った人材を育成する「立科町 未来創造塾」、そして、三つ目は、地域のブランドづくりを進めるためのロードマップを考える「立科町 地域ブランドブランドデザイン研究会」である。これら3つをつなげ、立科町全体として町のブランド力向上につながる体制を構築していくための手法を研究している。

### 3.3. 地域の次世代キーパーソンの育成 【農商工連携等人材育成事業】

2010年度、地全国中小企業中央会が募集する農商工連携等人材育成事業に採択され、長野県の産直・直売所を農商工連携の核と捉え、その次世代人材を連携推進リーダーに育成することにより、地域における連携をさらに創出し、地域ブランド創造の手法を活用した地域課題の解決を推進する事業である。

この事業では、“地域を元気にする人財育成カリキュラム”と称し、「信州 直売所学校」を開校した。多彩な講師を招聘し、多角的視野を持った次代の直売所運営者や種々の分野の担い手を育成し、実践力アップを図っている。

また、この事業は、地域ブランド分野の活動テーマのひとつである「長野県の観光と食」および「自治体と連携した地域ブランド人材育成」と合致しているとともに、マーケティングやブランディングなどのスキルを備えた地域の次世代キーパーソンを育成することを目的として講習会や実地研修を開催している。

### 3.4. シンポジウム・フォーラム等の開催 【信州・地域活性シンポジウム】

地域ブランド分野が立ち上がってから毎年、開催しているシンポジウムである。地域の「食」に焦点を当て、産学官での情報共有やマッチングの機会を提供している。前述の「黒部ダムカレー」は、このシンポジウムをきっかけのひとつとした産学官民連携による地域活性化の事例である。

### 【SGK (SanGakuKan) フォーラム】

人文社会科学系における産学官連携のあり方について、信州大学と同様に文部科学省の「大学等産学官連携自立化促進プログラム」を採択している金沢大学との連携で開催したシンポジウムである。

現在、金沢大学との学学連携に向けてネットワーク交流を続けている。

### 【観光シナジー研究会】

地域ブランド分野で独自に行う研究会である。特に、観光に関わる事業者の連携（相互作用）によって、新しいサービスの仕組みを産み出す場として開催している。

### 【地域活性化システム論】

内閣府との連携で行う公開講座である。地域活性に関わる事業と連携して開催するものである。

## 4. 「地域ブランド・オフィス」の検討課題

### 【「人財マップ」から「人財バンク」へ】

2009年度、産学官連携活動のひとつのツールとしてSISの研究者情報データベース「研究者人財マップ」を作製した。これは、研究者の概要を紹介するとともに、研究シーズやキーワード、所属機関名や専門分野、技術相談や共同研究可能なテーマなどを入力するこ

とで、研究者を検索できる。

これを、さらに活用できるよう拡充し、「人財マップ」の中から特に、人文社会科学系に焦点を当て、地域連携、産学官連携に興味のある研究者を見出して、人財活用のために登録制の「人財バンク（人財ネットワーク）」を構築することを検討している。

「人財バンク」の構築については、人文社会科学系におけるシーズとニーズのマッチングの材料として、①研究者へのヒアリング、②長野県内の自治体や公設機関を訪問し県内のニーズ（地域ニーズ）を把握する。これにより、大学および研究者が保有しているシーズとのマッチングを行う。

## 5. 「地域ブランド・オフィス」の今後の展望

地域ブランド分野をSISの軸のひとつに据えるまで、信州大学において人文社会科学系の産学官連携は、どのようにコーディネート活動を進めればよいのかについて、ほとんど実績がない状態であった。

しかしながら、地域ブランド・オフィスが設置されてからの地域ブランド分野を振り返ると、地方自治体からの「まちづくり・地域ブランドづくり」のニーズが多いことが、活動を通じて分かってきた。これは、人文社会科学系の領域における産学官連携の必要性和重要性が、認知されてきた現れであると考えられる。

さらに、これまでの個々の連携の積み重ねが、ノウハウの蓄積となり、今後の連携事業の展開つなげている。言いかえれば、ここに述べた事例のひとつひとつは、“小さな一歩”であるが、SIS全体における地域ブランド分野の活動においては、これまでにない踏み跡となり、SISが持続可能な組織として運営できることにつながる“大きな一歩”となっている。

今後は、SISとしての大学間連携と産学官連携に関して、これまで以上に信州大学以外の大学と地域との連携を強化するコーディネート事業に力を入れることとする。

最後に、地域ブランド・オフィスでは、このような活動により、長野県内外における産学官連携の懸け橋となり、歴史・文化の伝承、経済社会・産業界の発展、ひいては日本と世界の発展に寄与することを目指していく。

[お問い合わせ先]

信州大学 産学官連携推進本部 地域ブランド分野

地域ブランド・オフィス

〒390-8621

長野県松本市旭3-1-1（人文学部内）

TEL：0263-37-2075

FAX：0263-37-2076

E-mail：branding@shinshu-u.ac.jp

## 【注】

- 1) 本事業は、文部科学省の産学官連携戦略展開事業として採択され、平成22年度より「大学等産学官連携自立化促進プログラム」に名称が変更となっている。

## 【文献】

- 林靖人、2008、「紹介 信州産学官連携機構の発足と地域ブランド・オフィス」『地域ブランド研究』2008 vol.4, pp.221-226

## 【参考資料】

- 信州大学 大学案内
- 信州大学産学官連携推進本部 知の貢献 学術研究・産学官連携・地域貢献ガイド
- 信州大学産学官連携推進本部 地域ブランド・オフィス 紹介パンフレット
- 信州産学官連携機構ニュース 創刊号、第1号、第2号、第3号、第4号

- 信州産学官連携機構～信州発のイノベーション創出に向けて～
- 信州産学官連携機構 ホームページ <http://www.sis2008.jp/>
- 信州産学官連携機構 地域ブランド分野ホームページ

- <http://www.sis2008.jp/~brand/index.html>
- 信州産学官連携機構 地域ブランド分野 平成21年度活動報告／平成22年度事業計画
- 長野県観光マップ

(受稿日 2010. 9. 27 掲載決定日 2010. 10. 13)  
(こし・えりか／信州大学産学官連携推進本部)