大学生による地域貢献活動の成果に関する一考察

園田学園大学　経営学部ビジネス学科
高林　靖幸

自己紹介

- 高林　靖幸
- 園田学園大学　経営学部ビジネス学科　講師
- 略歴

・大学卒業後、全日空商事で旅行営業（代理店セールス、旅行商品企画)を担当、分社化によりANAセールス（現：ANAX/ANAあきんど）に転籍、商品企画、WEBマーケティングなどを担当、在職時に立教大学ビジネススクールでMBA（経営管理学修士）を修得。

・2020年4月から帝京短期大学生活科学科　講師（観光ビジネス論・観光研究ゼミ・地域文化論・インターンシップなど担当）

・2025年4月から園田学園大学経営学部ビジネス学科　講師（観光ビジネス・地域文化デザイン・ゼミ（２～４年次）など担当）

トピックス

- 大学生による地域貢献活動が取り組まれる背景
- 具体的な大学の取組み
- 地域活性化活動による効果

大学生による地域貢献活動が取り組まれる背景①（教育基本法の改正）

- 2006年に改正された教育基本法において，第7条に「大学は，学術の中心として，高い教養と専門的能力を培うとともに，深く真理を追究して新たな知見を創造し，これらの成果を広く社会に提供することにより，社会の発展に寄与するものである」と定義された。

- 従来考えられてきた研究，教育に続く**大学の第三の役割として地域貢献**が位置付けられるようになった。（舛井2023）

大学生による地域貢献活動が取り組まれる背景②（アクティブ・ラーニングの導入）

- 背景

社会の変化（知識・情報・技術）の変化が激しくなり、社会で生き抜くために身につける「新しい能力」はこれまでの**教員が学生に一方的に知識を伝える教育方法では困難**になってきた。

1990年代から各組織が「新しい能力」として、学士力（文部科学省）、社会人基礎力（経済産業省）、PISA型学力（OECD）、21世紀型スキル（ATC21S）などを制定し、その育成を求めてきた。（松下2010）

大学生による地域貢献活動が取り組まれる背景②（アクティブ・ラーニングの導入）

- アクティブ・ラーニングとは教員が一方的に教えるのではなく、学生が能動的に学びに向かうよう設計された教授・学習法。

- 2012年、文部科学省の中央教育審議会の答申で「主体的に考える力を持った人材は、教員と学生が意思疎通を図りつつ、一緒に切磋琢磨し、相互に刺激を与えながら知的に成長する場を創り、学生が主体的に問題を発見し、解を見出していく能動的学修（アクティブ・ラーニング）が必要」だと示した。

大学生による地域貢献活動が取り組まれる背景③（地（知）の拠点整備事業）（大学COC（Center Of Community）事業）

- 地（知）の拠点事業（大学COC事業）とは、2013年より文部科学省が「地域社会との連携強化による地域の課題解決」や「地域振興策の立案・実施を視野に入れた取り組み」を推進する大学に対して補助金を支給する施策。

- 大学の教育プログラムにおいて、**地域の特性を理解するため地域志向の科目の必修化**や**地域をフィールドとする課題解決型学習**による**地域理解および課題発見・解決能力の修得**を目指す。

- 一方で、自治体や企業においても実務家教員の派遣、財政支援、フィールドワークやインターンシップ・PBLの場の提供などに協力をする。

大学生による地域貢献活動が取り組まれる背景③（地（知）の拠点整備事業）（大学COC（Center Of Community）事業）

- 2015年より地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+（シー・オー・シー・プラス））に名称を変更。

- 事業の目的も「地方の大学群と、地域の自治体・企業やNPO、民間団体等が協働し、地域産業を自ら生み出す人材など**地域を担う人材育成を推進**」に変更し、若者が東京一極集中にならないよう地方中心の施策となっている。

大学生による地域貢献活動が取り組まれる背景③（地（知）の拠点整備事業）（大学COC（Center Of Community）事業）

◎COC、COC＋、COC+Rの予算及び採択大学等数の推移

事業	COC		COC+					COC+R				
年度	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
予算額（億円）	23	34	44	40	36	21	10	3	2	－	－	－
採択大学等数 ()内は、参加大学等数	56	→	42（214）	→	→	→	→	4（11）	→	→	→	→
		26										

・COC+及びCOC+Rは、補助期間終了後の継続的なプログラム実施を図る観点から、プログラムにおける補助金の配分額については、補助期間最終年度に向けて逓減。

・COC+及びCOC+Rは、各事業の初年度に採択し、5年間継続採択。

出典：文部科学省「これまでの地方大学関係支援施策について」（令和３年）

大学生による地域貢献活動が取り組まれる背景④（地元のニーズ）

- 自治体、地元商店街、地元企業などが学生で柔軟なアイデアを地域の活性化につなげたい

- 地域の活性化活動を通じて、学生が地元に残り、就職や起業の機会が生まれやすくなる

園田学園大学の取組み（COC事業）

- 園田学園大学

所在地：兵庫県尼崎市南塚口町

最寄り駅：阪急神戸線塚口駅　徒歩10分

（大阪梅田駅より電車で10分　神戸三宮駅から20分）

創立より80年近く女子大学として運営、2025年より共学化が段階的に始まり、2028年に完全共学化予定。

全学生数：約1350名

園田学園大学の取組み（COC事業）

- 平成25年度に文部科学省の「地（知）の拠点整備事業」（COC事業）に採択され、地域課題の解決に向けた教育改革を全学的に展開。

- 尼崎市をはじめ兵庫県とは阪神間や中間農山村地域において大学生が地域団体や事業者、商店街等と連携して実施する地域づくり活動や活性化活動に関わっている。

- 文部科学省の行った「地（知）の拠点整備事業（COC）」をきっかけにより広く連携が広がるとともに、続くCOC+では産業界との連携が従来より広がり、深まった。

園田学園大学の取組み（COC事業）

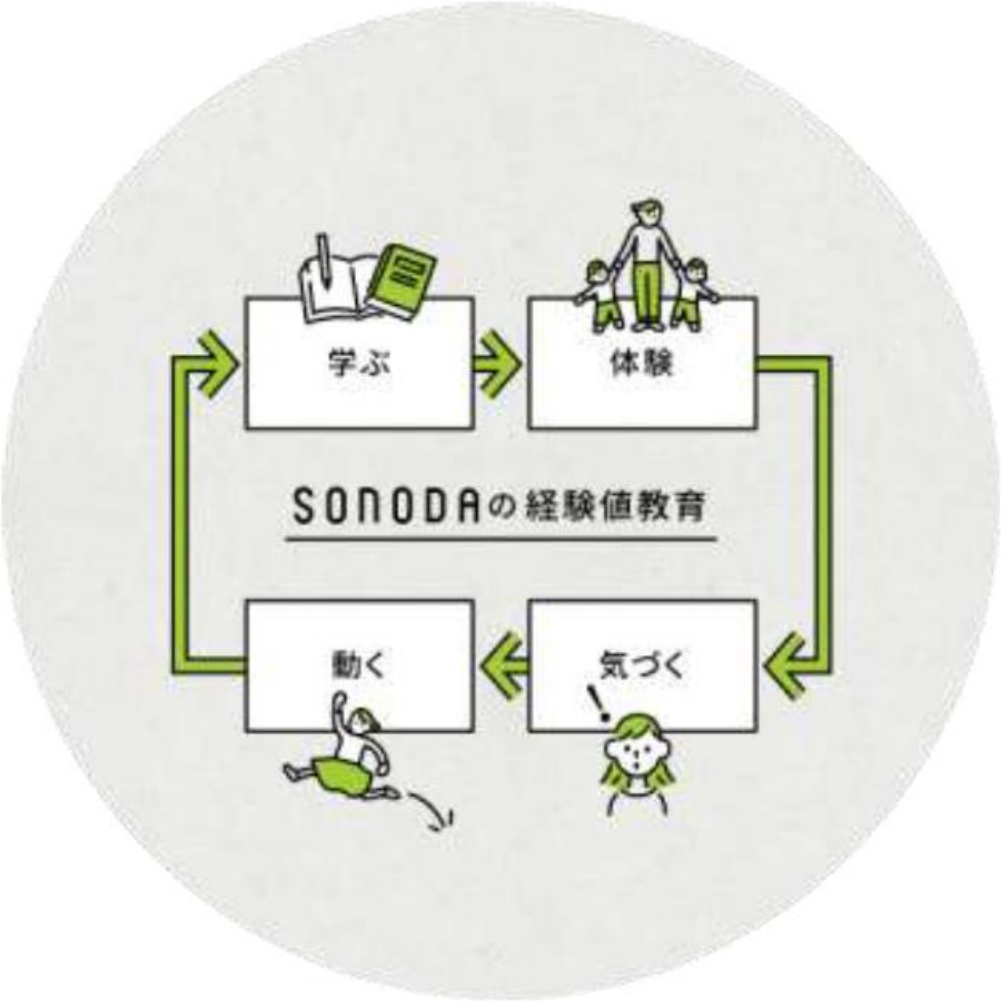
- 教育プログラムについては、全学共通科目として、１年生は地域社会における大学の役割について考え、大学で学ぶことの意義と責任、自己の果たすべき社会的役割を自覚することを目的とする「大学の社会貢献」を設定。

- 2年生は「つながりプロジェクト」として尼崎市や近隣地区の地域課題に即したテーマについて取組み、課題解決に向けての企画、提言を行うPBL型（課題解決型）の演習科目を学部学科横断のチームを設定し取り組んでいる。

園田学園大学の「経験値教育」

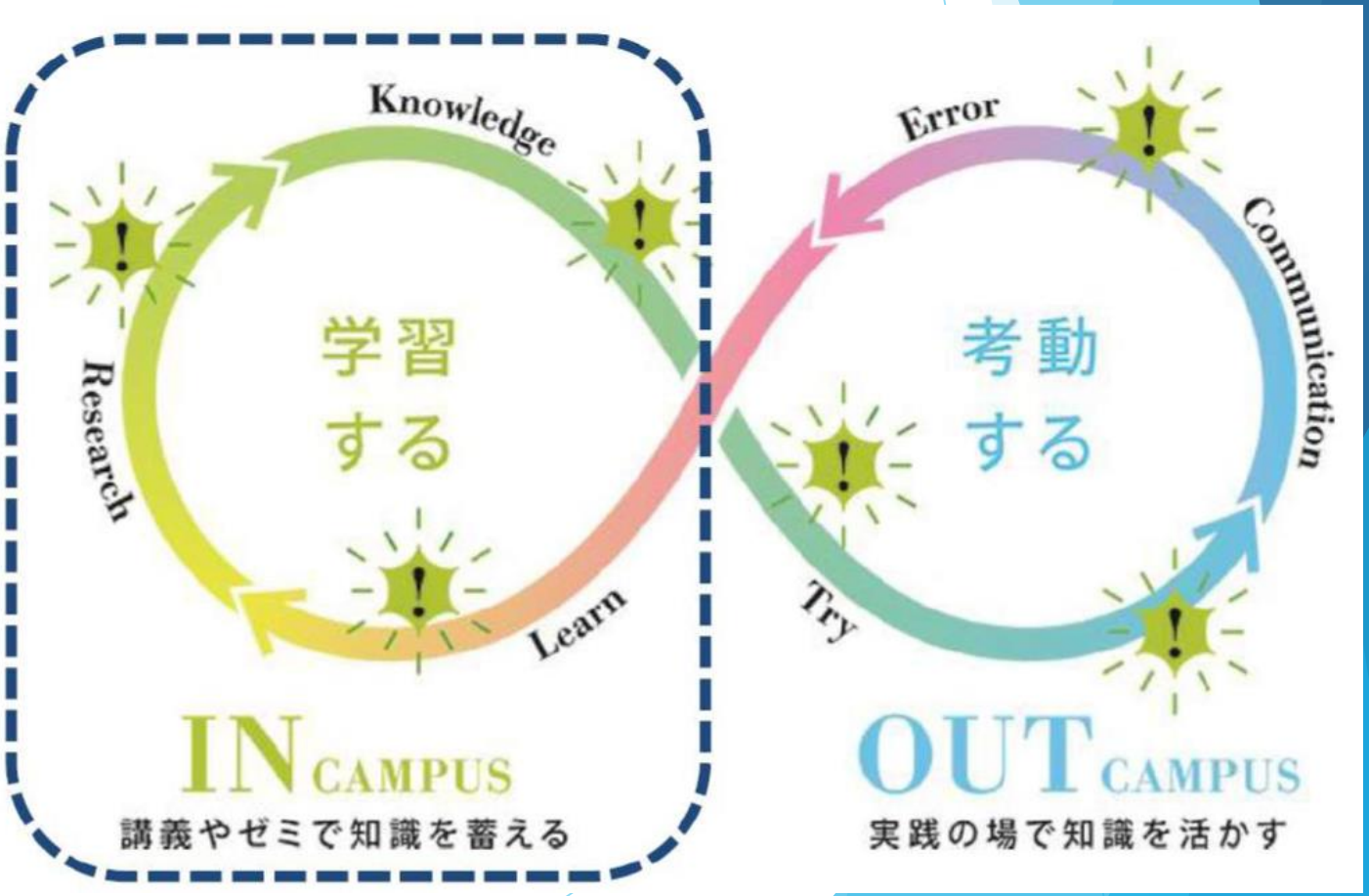
- 「経験値教育」とは、教室で理論的なことを学んだ上で、地域での学びを通して、理論的なことが証明されたり、理性的に考え、納得できたりすることを「経験値」と捉えています。

- 経験値とは**主体性、コミュニケーション力、気づく力、協働する力、考える力**を示す。



園田学園大学での取組み

- 教室で学んだことが、地域社会でどう活用されるかを実感することで、理論と実践が結びつき、さらに次への学びと発展していく、「知識」を「知恵」へとかえる力となる。



具体的な地域での活動
『商店街オリジナルビール開発』

伊丹の商店街でしか飲めない「おかえりビール」　産官学コラボ、オリジナル商品開発

2024/10/2 11:24

ポスト　反応　記事を保存

古野 英明　ライフ | くらし

ご当地でしか飲めない「ひがし商店街おかえりビー

清酒発祥の地とされる兵庫県伊丹市の「ひがし商店街」（正式名称・伊丹阪急駅東商店会）が、同商店街でしか飲めないオリジナルビールを開発した。市や地元の老舗蔵元、大学とコラボレーションして取り組む地域活性化プロジェクトで、その名も「ひがし商店街おかえりビール」。住民主導で地ビールを開発するのは全国的にも珍しく、関係者は4日の販売開始を心待ちにしている。

具体的な地域での活動
『商店街オリジナルビール開発』

ビールの味を決めるため何度も開かれた試飲勉強会＝6月、兵庫県伊丹市（ひがし商店街提供、一部画像処理しています）

学生提案きっかけ

プロジェクトでは、福田さんの教え子ら十数人も重要な役割を果たした。授業の中でマーケティングなどを研究したほか、試飲勉強会に参加し、商店街店主らへのヒアリングも実施。7月末、商店街の店主や小西酒造の担当者らに販売戦略などを説明した。

商品名も学生たちの提案がきっかけで決まったという。学生らは商店街がかつて実施していた「五七五大賞」の過去の入賞作を調べ、7月末の説明の場で、「おかえりと／むかえてくれる／店がある」という句を取り上げた。「商店街の特徴である温かさとつながりを名称や味やラベルに盛り込んではどうか」。この提案が関係者の心に響き、商品名は「おかえりビール」に決まった。

具体的な地域での活動
『商店街オリジナルビール開発』

- 商店街でしか飲めないビールを開発、販売し、好評につき追加生産分も完売。第２弾として来年2026年4月発売を目指し、再度産官学連携による開発をスタートさせる。

帝京短期大学の取組み

- 帝京短期大学

  所在地：東京都渋谷区本町６丁目

  最寄り駅：京王新線幡ヶ谷駅　徒歩５分（新宿駅より5分）

  学生数：約300名

- 東京都渋谷区の幡ヶ谷にある帝京短期大学は渋谷区との連携協定（S-SAP:Shibuya Social Action Partner）に基づき、渋谷区内の企業や大学などが渋谷区と協働して、地域の社会的課題を解決する。（30の企業と9つの大学が参画している）

- 帝京短期大学としては、近隣の商店街や町会と連携し、地域の活性化支援を中心に取り組んでいる。

帝京短期大学の取組み

- 商店街のお祭りなどのイベントが年数回あり、商店街の店舗の方や参加者など幅広い年代の方々との交流がある。

- 短大で出店を出したり、商店街のお手伝いをするなど商店街の活性化に貢献している。

帝京短期大学の取組み

- 商店街と町会と短大で協力して花壇商店街の花バスケットなどを管理し商店街の賑わいを創りだしている。

- 商店街の店舗の商品をランチタイムに学内で販売するなど商店街店舗の売上増加にも貢献している。

先行研究
地域貢献活動による効果（大学生の学びと成長）

大学生は社会に出るまでの準備期間であり、自分の人生をつくるために学びと成長がとても重要になる。どのように学び、成長していくかは下記の３つの道筋がある。（河合2025）

①知識やスキルを学び、新しい考え方や価値観に触れて学ぶ

②自分とは背景のことなる人々と出会い、かかわり、関係をつくり、対話して学ぶ

③自分と向き合い、自分の人生と向き合って学び成長していく

先行研究
地域活性化活動の効果（地域に与える効果）

舛井（2023）は、学生の地域活性化活動が地域に与える効果を下記５つあるとまとめている。

①地域住民の地域活性化活動へのモチベーションを高める効果

住民と学生が協働することにより、モチベーションが高まり、活動が維持されたり、活動レベルが向上する

②地域住民をエンパワーし、コミュニケーションを活性化させる効果

学生と触れ合うことよって活力を得て、地域住民同士のコミュニケーションが活性化する

先行研究
地域活性化活動の効果（地域に与える効果）

③地域ネットワーク内外における連結環としての効果

利害関係を持たない学生がハブとなることで地域の方がつながる

④よその者の新たな視点を地域にもたらす効果

地域住民の日常的な視点とは異なる新たな視点や知識を地域にもたらす

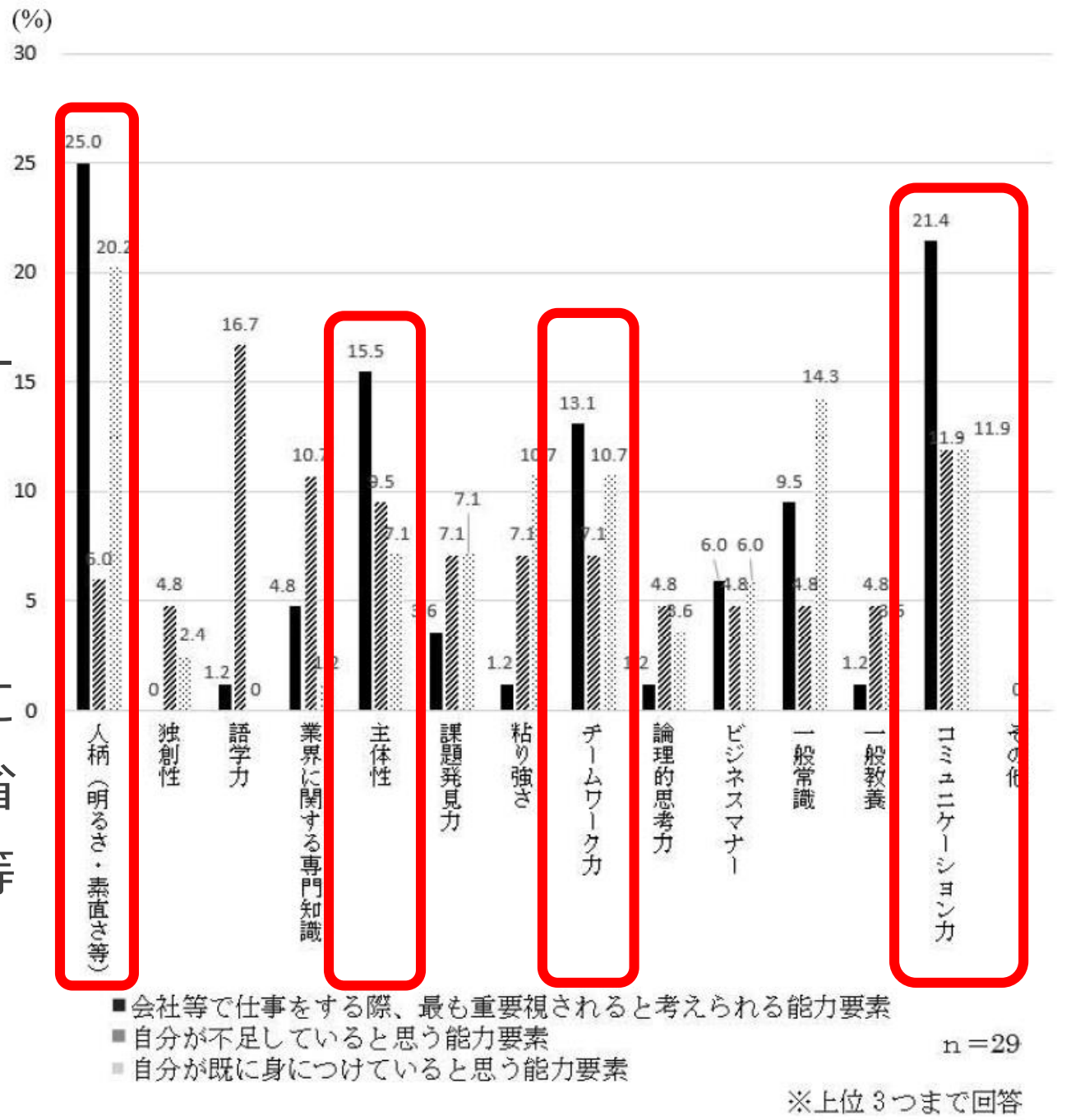
⑤新たな地域活性化の活動が生まれる効果

地域住民と大学生が相互に何らかの影響を与え合い、新たな地域活性化に向けた活動が生まれる

地域貢献活動による効果（大学生の学びと成長）

◎帝京短大の学生に対してのアンケート調査

地域貢献活動などの実践的な活動を通じて、社会に出て役に立つ力を身につけることができているのかを経産省が提唱する「社会人基礎力」の指標等に合わせて調査を実施



地域貢献活動による効果（大学生の学びと成長）

◎帝京短大の学生に対してのアンケート調査からの考察

・「主体性」や「コミュニケーション力」など社会で求められるスキルと認識しながらも、一方では自身の課題としてとらえていて、さまざまな活動を通じてそうした能力を高めることができていると感じている学生が多い。

・グループでの活動を通じて、１つの目標に向かって話し合いながらも個々を尊重しながら活動に取り組むことでチームワーク力が身についたと感じている学生が多い。

地域活性化活動の効果
（地域に与える効果）
『商店街オリジナルビール開発』（再掲）

- 産官学連携による商品開発で好評だった活動をもう１度やろうという機運が高まり、第２弾の開発がスタートした。

まとめ

◎大学生の学びと成長

地域貢献活動における実践的な活動に通じて、学生は社会で必要とされるスキルを身につけることが可能となる効果がある。

◎地域に与える効果

地域貢献活動に取り組むの学生を媒介として、モチベーション向上、人のつながり、新たな気づきや協働の発生などの効果があり、地域の活性化につながっている。

引用・参考文献

- 河合亨（2025）「大学生の学びと成長」、ナカニシヤ出版
- 国奥真奈美・上憲治・高林靖幸（2023）「社会人基礎力の評価項目を使った実践的なキャリア教育の検討」、帝京短期大学紀要　第24巻　PP87-96
- 総合研究開発機構（2007）「学生のアイデアとパワーを活かした魅力ある地域づくり」、NIRA委託研究報告書
- 舛井雄一（2023）　「大学生の地域活性化活動が地域に与える効果の一考察」國學院大學北海道短期大学部紀要　第40巻　PP53-71
- 松下佳代（2010）「“新しい能力”は教育を変えるか一学力・リテラシー・コンピテンシー」、ミネルヴァ書房

ご清聴ありがとうございました。