



1. 同志社コラボネット報告
2. 同志社ブランド・文化資源を活用した産学連携研究会報告
3. 京丹波特産品のブランド化による地域活性化プロジェクト
4. 同志社大学プロジェクト科目への提案について

会 報

NPO法人同志社大学産官学連携支援ネットワークホームページ
<http://www.doshisha-net.org/>

発行 NPO法人同志社大学産官学連携支援ネットワーク（同志社大学リエゾンオフィス内）

□ 京田辺 〒610-0394 京田辺市多々羅都谷1-3 TEL:0774-65-6223 FAX:0774-65-6773

□ 今出川 〒602-0023 京都市上京区烏丸通上立売下ル御所八幡町103 TEL:075-251-3147 FAX:075-251-3046

皆様の同志社への愛と積極的な活動に支えられて、2007年9月1日より本NPOの第4期がはじまりました。総会開催のこの日に会報第10号を発行いたします。思い返せば第3期は、自主研究会の発足を初め、地盤固めから飛躍の一步を踏み出したように思えます。

「同志社型産官学連携モデル」の強力な一翼となるべく、NPOとしてのステップアップとともに、会員の皆様方にとってもハッピーな1年になりますようお祈り申し上げます。

今号より専任スタッフの山田が会報作成を担当させていただきます。どうぞよろしくお祈りいたします。

（専任スタッフ 山田 未希）

1. 同志社コラボネット報告

本NPOと同志社校友会大阪支部産官学部会（LCC）様の共催で年に2回開催している「同志社コラボネット」。今回はLCC様の音頭取りで11月27日（土）に開催されました。来場者は約80名。NPOからも五島副理事長をはじめ、たくさんの理事および会員の皆様の参加がありました。

LCC・田米次郎会長からの開会挨拶で始まった今回のコラボネット。基調講演1本目は、同志社大学法学部教授村田晃嗣氏による「変動する東アジア情勢と日本外交」。日本を取り巻く主要国（中・露・韓・台・米）でここ2年以内に起こる政治変動を分かりやすく解説いただき、続いて日本の政局の現状および村田氏独自の政局予想、理想像を語ってくださいました。テレビ等でもおなじみの同志社大学教授の講演であり、来場の皆様にとっても刺激的な論説であったと感じます。続いて2本目の基調講演は、読売新聞中部支社記者 舘林千賀子氏「介助犬アトムと共に生きる」。高校2年生の時の事故で頸椎を損傷し、車椅子での生活となった舘林氏は介助犬アトムとともに同志社大学および大学院を修了され、今年から社会人としてスタートを切られました。事故のこと、大学生活のこと、社会人生活のことをお話しいただきました。最後に参加者へのメッセージとして「若者にチャンスを与えてみてください、見守ってください」と語りかけられました。実体験に基づくメッセージに、心を動かされた来場者も多かったのではないのでしょうか。

コラボネットではお馴染みになったPRタイムでは、大学生によるストリートダンスの甲子園を企画・運営しているBUZZ STYLEより、同志社大学・女子大学の学生さんが緊張しながらも最大限にPR。場所を移しての懇親会も、大盛りあがりのうちに散会となりました。

次回（来年春）のコラボネットはNPOが幹事となります。皆様のご協力・ご参加をお願いいたします。



写真左より

- ・村田氏
- ・会場の様子
- ・舘林氏とアトム
- ・BUZZ STYLEのPR



2. 同志社ブランド・文化資源を活用した産学連携研究会活動報告

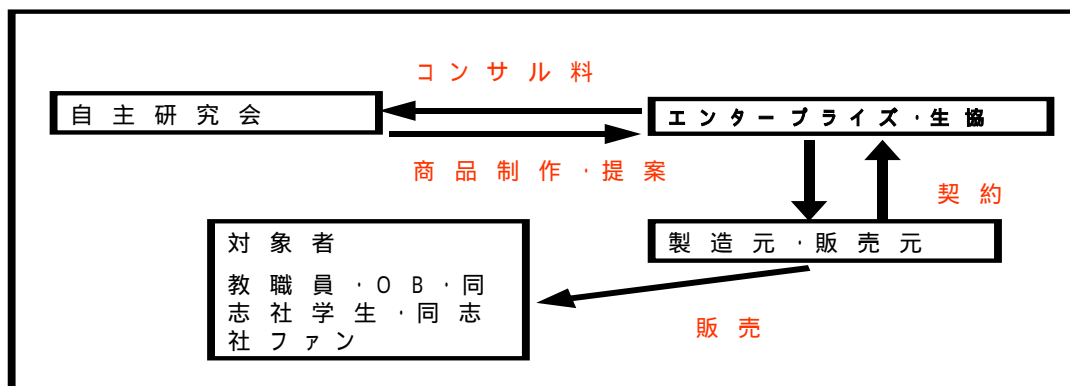
「同志社ブランド・文化資源を活用した産学連携研究会」は、①同志社大学に眠っている資源を企業・OB・学生の方々のアイデアにより産学連携スタイルで組み合わせ、商品企画・立案するための研究会開催、②資源を組み合わせ、商品展開を行うことで同志社大学を広く社会に宣伝することを目的に、今年7月に立ち上がった研究会である。

既に、理系研究開発型産学連携は定着してきたが、各大学とも文系分野ではこれまでどのような連携方法があるのか構造化されることはなかった。しかしながら、一般的に商品が市場に出回るまでには、市場調査⇒研究開発⇒広告宣伝⇒販売の一連のマーケティング作業が必要であり、文系分野に依拠する部分は多い。

こうした背景から、具体的に同志社大学の資源を活用して形のある商品を展開することを本研究会では目標としている。

構成メンバーは、大原悟務先生（商学部専任講師）、山船茂樹氏（同志社エンタープライズ常務取締役）、毛利雅彦氏（同志社生協常務理事）、西川幸三氏（クボタコンプス株式会社、LCC 起業委員会）、大神正寿氏（同志社大学ビジネス研究科コーディネーター）、米田竜二氏（同志社エンタープライズ事業部係長）、下村卓氏（同志社生協店長）、井崎敦子氏（同志社生協）、今井崇之氏（商学部3年）、萩原数馬氏（商学部3年）、犬飼優氏（商学部3年）、鈴木美帆氏（商学部3年）、平野章生氏（同志社大学リエゾンオフィス係長、NPO 同志社大学産官学連携支援ネットワーク事務局）、南了太（同志社大学リエゾンオフィス、NPO 同志社大学産官学連携支援ネットワーク事務局）（順不同）の計14名から構成されており、各自が得意とする市場調査・デザイン・広告宣伝・販売の役割により、企業にはない大学だからこそできる「物語性のある商品」を目指している。

事業スキームは下記の通りである。



現在、この研究会より第1弾商品として、クラーク記念館(重要文化財)のオルゴールの製作・販売を予定している。

この研究会を通じて今後さらに同志社大学の魅力を社会に発信していきたい。

(同志社大学リエゾンオフィス・NPO 法人同志社大学産官学連携支援ネットワーク事務局 南了太)

3. 京丹波特産品のブランド化による地域活性化プロジェクト

本 NPO の自主研究会である「同志社大学メセナ産学連携研究会」が、活動の第 1 弾として丹波ワイン株式会社様、同志社生活協同組合様などとの連携により取り組んでいる「京丹波特産品のブランド化による地域活性化―農畜産物生産者と若者による食文化ネットワークの構築―」が、京都府の「地域力再生プロジェクト支援事業交付金」に採択され、プロジェクト事業費の 3 分の 2 の補助を受けることになりました。この支援事業は、地域に暮らす方々が協働して、自主的に、暮らしやすい魅力的な地域にするべく工夫して活動する「地域力再生活動」に対して京都府が支援を行うものです。

本プロジェクトでは、都会の消費者と農村の生産地を結ぶ食文化ネットワークの創造と運用に取り組みます。食育や地域再生などを専門とする研究者や学生（若者）と、京丹波地域の農畜産物生産者とが協力しながら、具体的な取り組みを通じて、本物の味や生産者の想いのこもった食材を若者が体感し、彼らの新鮮な視点から本物の食（文化）を発信することで、京丹波の特産品のブランド化を推進することを目的としています。

プロジェクト初の取り組みとして、去る 10 月 20 日、丹波ワインハウスにて『本日開講 京丹波ぼく大学』を開催いたしました。（主催：NPO 法人同志社大学産官学連携支援ネットワーク、丹波ワイン(株)、おおさきファーム、岸本畜産、丹波村(株)、同志社生活協同組合）
＜プログラム＞



- 入学式（プロジェクトの説明） 同志社大学大学院総合政策科学研究科准教授 山口 洋典 氏

約 80 人の受講生（新入生？）を前に「入学おめでとうございます。楽しく、しかし考えながら今日一日を過ごしましょう」とご挨拶。プロジェクトの説明も行いました。

- 記念講演「食から広がるまちづくり～先進事例に学ぶ」

同志社大学大学院総合政策科学研究科教授 今里 滋 氏

「食」と「まちおこし」について、具体例を挙げた分かりやすいお話だけでなく、受講生が参加してのミニワークショップも行いました。



- ワークショップ

地元生産者の方からお話をうかがいながら、豚の枝肉（半頭分 左側）を解体し、お馴染みの「豚肉」になる様子を見学しました。また、丹波ワイン工場見学では試飲も行われました。



- 試食

先ほど解体した豚の逆半分（右側）を加工した「バーベキュー」「ベーコン」

「豚汁」をいただきました。本当に丹波の豚は美味しいです。脂の部分もぱくぱく食べられます。同志社生協による豚バラおにぎりやうどん等の販売、地元須知高校のみなさんによる須知高校製ヨーグルトやアイスクリーム、おおさきファームの朝採り野菜、丹波ワインによるグラスワインとアミューズ(先付)等の販売も大盛況でした。



美味しかった・楽しかったで終わらせることなく、今後はどうつなげていくか・自分にできることは何かをこの日の参加者が考え、次の機会にまた出会えることを楽しみにしています。なお、同志社生協様と NPO で「京丹波フェア（仮）」企画を進行中です。これからの活動にご期待ください。

4. 2008年度同志社大学プロジェクト科目（正規科目）へのNPOからの提案について

2008年度の同志社大学「プロジェクト科目（正課授業科目）」について本NPOからの提案を公募した結果、下記の内容の提案があり、大学へ申請いたしました。採択結果は12月ごろ発表される予定です。

【提案者】 荒波 直哉氏（京都府中小企業団体中央会 連携支援チームアドバイザー）
 巖樫 邦弘氏（同志社大学知的財産コーディネータ）

【プロジェクト科目名】 『地域団体商標から見た「京都ブランド商標」の育成提案』

【プロジェクト科目開講の狙い】

地域団体商標制度が導入されて3年を経過した。その間に多数の出願、登録もなされている。その中で出願、登録件数が圧倒的に多いのは「京都府」からであった。（出願：134件（京都府）／747件（全国）、登録：41件（京都府）／286件（全国））（2007.09.01現在）

そこで「京都ブランド商標」の地域団体商標出願、登録に伴う地域活性化・企業活動等への効果の検証を行い、「京都ブランド商標」に係る広報・宣伝・情報発信について、学生の立場からの提言を行う。

【実施内容】

① 基礎知識の取得—座学—

- ・知的財産（産業財産権）制度・地域団体商標制度について（第1回）
- ・「京都ブランド商標」の現状について（第2回）

② 学外での関係箇所の見学

- ・地域団体商標取得団体&事業者の活動状況調査（第3回）
- ・地域団体商標取得予定団体&事業者の活動状況調査（第4回）

③ 調査活動を始めるにあたって—座学—

- ・京都地域における「京都ブランド」力について（第5回）

④ 調査活動

- ・調査企画&準備（第6回）
- ・地域団体商標取得した組合&組合員（事業者 京都市内中心）訪問 聞き取り調査（第7回・第8回）
- ・調査結果の中間纏め（調査企画・準備）（第9回）
- ・中間纏めを受けての補充調査（第10回）

⑤ 最終のアウトプット 最終の纏め

- ・調査結果を受けての提言内容討論（第11回）（第12回）
- ・最終の纏め（第13回）

⇒ 提言書提出（京都ブランド商標推進協議会&関係協同組合&事業者）

【まとめ事例】

- 地域団体商標制度「京都ブランド商標」の現状&活用状況報告
- 「京都ブランド商標」の活用方法、特にPR方法についての提言
- 「京都ブランド商標」を用いた新企画商品提案