

Title	産業界からの人文・社会科学系研究への期待：早稲田大学の組織的対応と課題
Author(s)	丸山, 浩平
Citation	年次学術大会講演要旨集, 38: 242-244
Issue Date	2023-10-28
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/19272
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

産業界からの人文・社会科学系研究への期待
～早稲田大学の組織的対応と課題～

○丸山浩平（早大）
kmaruya@waseda.jp

1. はじめに

ここでは、早稲田大学が取り組み始めた、産業界からの人文・社会科学への期待に応える組織的対応を説明する。第6期科学技術・イノベーション基本計画では、科学技術・イノベーション政策が出口志向、人間や社会の総合的理解と課題解決に資するものへと変化する中、新たな社会変革、一人ひとりの多様な幸せ（well-being）、地球規模課題の克服などを求めることから、人文・社会科学の真価である価値発見的な視座を含めた「総合知」が重要と定められた。また、その前の第5期科学技術基本計画では、企業と大学が連携した「オープンイノベーション」を推進する仕組み強化が提唱され、「組織」対「組織」の本格的な産学連携が求められた[1]。すなわち、従来からの個別の共同研究に終始する産学連携に対し、大学の「本部機能」を抜本的に改革し、人文・社会科学分野を含む、部局横断的な連携のできる体制構築が課題とされた。早稲田大学は、政治家の大隈重信が1882年に設立した、東京専門学校を前身とする私立総合大学である。現在10の大学院のもと、約2,000名いる専任教員の約6割以上が人文・社会科学を専門としている[2]。日本の私立大学に、全国の人文・社会科学系教員の約7割が所属していることもあり[3]、昨今の産業界からの私立大学に対する期待も大きくなってきている。

2. 早稲田大学における組織対組織の産学連携への対応

政策的に進められるカーボンニュートラル社会実現に向け、自動車産業に起こった燃料エンジンの電動化要請（EV化）の例など、産業界のトランスフォーメーション（DX、GXなど）が注目される中、多くの企業が新たな社会変革に資する新ビジネス創出（新たな顧客価値の創出）の議論を活発化させている。ここで、顧客にもたらす価値や暗黙的な影響、そのビジネス推進方策や合意形成など、人文・社会科学の知は有効に作用する。長い歴史、莫大な量の問いと批判を繰り返してきた人文・社会科学の知を活用しない手はないだろう。このような新規事業相談は、国の政策主導もあって、今では主に大学の本部機能に持ち込まれるようになった。従来からある、問題解決のための技術シーズ相談は、各部局、各研究室に持ち込まれることと対照的である。早稲田大学では、本部機能の中にオープンイノベーション戦略研究機構を設置し（2018年）、産学連携ワンストップ窓口を設けることで、人文・社会科学に強みを持つ特徴を加味した多様な産学連携ニーズへの対応を進めているところである。

これらの組織対組織の産学連携プロジェクトを進める場合、企業が創出すべき統合的価値を考える枠組み、SEDAモデル[5]を意識した議論が有効である。図1に示すように、サイエンス、エンジニアリング、デザイン、アートのそれぞれが持つ役割を認識し、革新的な問題提起や価値探索、そして顧客への暗黙的な意味的価値を捉える上では人文・社会科学の知が必要不可欠と認識できる。また、それぞれの専門研究者が連携することで、統合的な顧客価値を最大化できることが意識され、彼らをつなぎ、統合的価値を創造できるURA人材等の重要性も再認識されているところである。

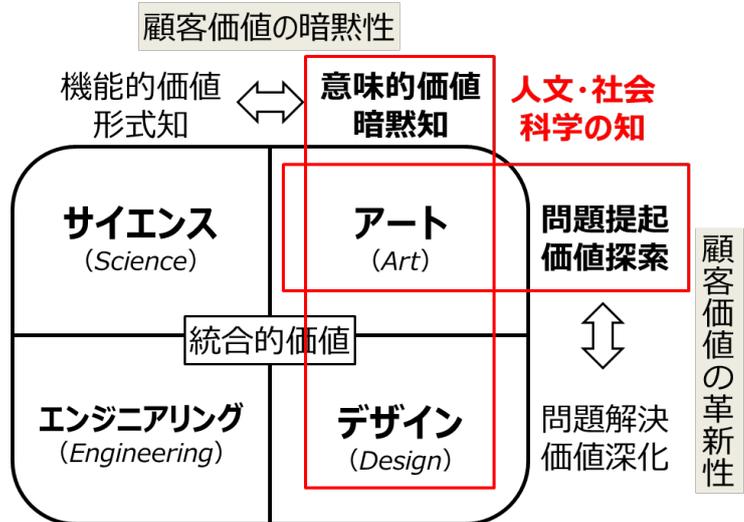


図 1. 延岡健太郎氏の SEDA モデルに追記

2.1. プレ・ラボによるプロジェクト形成

その一環、共同研究に進展する手前で、企業担当者と URA 人材等が対話を通じ、真に求められる研究テーマと体制を絞り込む「プレ・ラボ」と称する活動に取り組んでいる[6]。その企業の新規事業創出を考える場合、必要となる研究シーズが1つに絞り込まれているケースは稀であり、マーケット、強み、風土などのバックグラウンドを加味して戦略的な検討を行うため、人文・社会科学系分野を含む複数の専門分野からの相談、取り組みが必要となる。こうした現状を踏まえ、企業との共同研究の大型化を目指すために産学連携ファシリテーションを導入し、企業ニーズと大学シーズのマッチングを「組織」対「組織」で行う探索型の研究サービスが「プレ・ラボ」である。約半年の期間、フレームワークを用いた企業ニーズ整理などを通じて、共同研究プロジェクト体制案、想定される研究者リスト等を対価として提案する。URA 人材等は企業の意見・課題を引き出し、共同研究プロジェクト体制を見出すまでの役割を担う。

例えば、ある企業からの相談をもとに、オープンイノベーション戦略研究機構にてプレ・ラボを実施した事例がある。ちょうどカーボンニュートラル宣言を背景に、これまでの集中型エネルギー供給に対して、再生可能エネルギー等を加えた、自治体レベルでエネルギー最適化を図る未来を想定。その状況でも、地域への価値提供やビジネス成長を継続できる仕組みを考えたいという。URA 人材は企業担当者との議論を通じ、その地域の背景なども踏まえた企業ニーズを整理する中で、次のミーティングを進める理工系、人文・社会系の研究者候補を提案した。企業側が選定した研究者については、直に意見交換してもらい、さらに共同研究テーマとしての可能性を絞り込んでいく。例えば、地域コミュニティの社会デザインを専門とする社会科学系研究者も議論に加わった。

これらの取り組みを通じて、URA 人材等には、コーディネーションスキル向上（俯瞰的な分析など）、学内研究者の詳細把握、知を統合するマネジメントスキルなどのレベルアップが課題と認識された。また、企業担当者には人文・社会科学の知の活用促進、共同研究の形態や人件費コストなどを加味した共同研究対価の再考などが課題と考えられた。さらに、人文・社会科学系研究者は、やはり産学連携（社会貢献）への参加拡大、そこでのリーダーシップの涵養、チームメンバーにもなる博士人材の育成など、抜本的な意識醸成が求められた。ちなみに学内概算で、人文・社会科学系研究者の中で民間企業との産学連携を実施している者は、まだ約3%程度と非常に少ない状況にある。

2.2. コンソーシアム型のオープンイノベーション

2020年度から進められているムーンショット型研究開発事業「2050年までに、未利用の生物機能等のフル活用により、地球規模でムリ・ムダのない持続的な食料供給産業を創出」（PD：千葉一裕氏）のもと、本学が進める「土壌微生物叢アトラスに基づいた環境制御による循環型協生農業プラットフォーム構築」プロジェクト（PM：竹山春子氏）では、多くの企業も参画する産学コンソーシアムを形成し、農業における土壌環境についての未来ビジョンを議論している。このプロジェクトでは、5つの研究グループ（①土壌マイクロバイオーム解析、②作物の相互作用、③環境制御・測定、④栽培マネジメント、⑤社会科学）を形成し、異分野の研究者が連携しながら研究開発を推進している。当初、グループごとにシーズ志向の多様な将来ビジネスが想定された。例えば、農家に栽培方法をアドバイスするビジネス、土壌改良の資材を販売するビジネス、微生物バランスの良い土を販売するビジネス、付加価値の高い農産品を販売するビジネス、地球にやさしい農法を国際標準化し、その農産品を認証するビジネスなどである。これに対して、行動経済学を専門とする人文・社会科学系研究者が参画し（URA 人材が仲介）、日本の食ビジネスの慣習や農業政策の特徴を踏まえ、目指すべき未来ビジョンを統合する役割を担った。さらに、国際連携の進め方など、社会科学的観点からのプロジェクト舵取りも担当している。

3. まとめ

ここでは、早稲田大学が取り組みはじめた、産業界からの人文・社会科学への期待に応える組織的対応を紹介した。人文・社会科学の知も活用する、全学的な取り組みはやっと端緒についたばかりである。この知がイノベーションに大きなインパクトを持つと、企業のみならず研究者自身も気づき、その活動をより膨らまそうとする双方の意識醸成、そして人文・社会科学の知を活かすためにも、企業担当者と研究者とをつなぐ本部機能（URA 人材等）のマネジメントスキル向上が課題と認識された。一方で、日本の風土は旧態依然のままであり、EUの研究・イノベーション枠組みプログラム等の経験と比べれば、まだまだ事例を積み重ねる環境にはない。人文・社会科学系研究の振興を、国の科学技術・イノベーション政策として継続的に強化していくことが必要だろう。

参考文献

- [1] イノベーション促進産学官対話会議：「産学官連携による共同研究強化のためのガイドライン」，文部科学省・経済産業省，(2016)
- [2] 早稲田大学ウェブサイト：<https://www.waseda.jp/top/about/work/history>
- [3] 中央教育審議会大学分科会大学院部会：「人文科学・社会科学系における大学院教育改革の方向性(中間とりまとめ)」，文部科学省，(2022)
- [4] 延岡健太郎：「顧客価値の暗黙化」，一橋ビジネスレビュー2017年春号，20-30，(2017)
- [5] 一宮航：「「組織」対「組織」を実現する産学連携ファシリテーション—大学関連会社による実施例」，大学行政管理学会第25回定期総会・研究集会（オンライン）、(2021)