



キャンパス / 東大阪市、大阪狭山市、奈良市、和歌山県紀の川市、東広島市、福岡県飯塚市
 学生数 / 35,444人
 学部 / 情報、法、経済、経営、理工、建築、薬、文芸、総合社会、国際、農、医、生物理工、工、産業理工
 大学院 / 法学、商学、経済学、総合理工学、薬学、総合文化、農学、医学、生物理工学、システム工学、産業理工学
 THE世界大学ランキング2023 / 801-1000位、同日本版2022 / 71位

CASE STUDY

「海を耕す」稼ぐ研究で 研究の自立と実学教育の両立へ

近畿大学

マグロで名をはせた研究力の背景には、研究で稼ぎ自立するという私学精神がある。広報で社会の理解を得て、企業から新たな研究を受託。教育機会としても役立てている。



経営戦略本部長
世耕石弘
 せこういしひろ ●1992年近畿日本鉄道株式会社入社。同社でホテル事業、広報等を担当した後、2007年近畿大学に入職。入試広報課長、入学センター事務長、広報部長、総務部長を経て2020年現職。通信教育部長を兼務。

リエゾンセンターは 地元企業の駆け込み寺

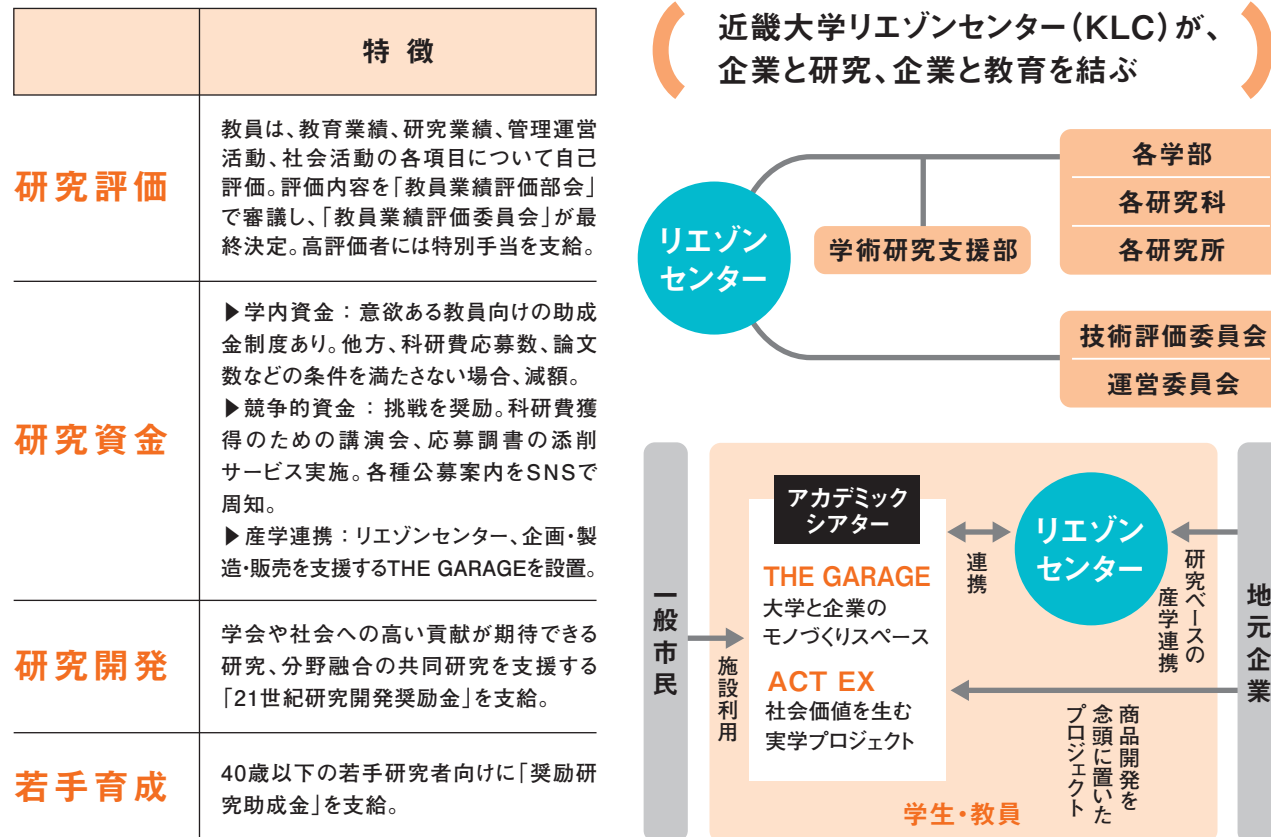
教育者であり政治家でもあった初代総長、世耕弘一は、「海を耕す」を旗印に1948年、*1臨海研究所を設立。国民の食糧確保を目的とした魚の養殖研究を始めた。初代が建学の精神に掲げた「実学教育」の「実学」とは、独創的な研究に挑み、成果を「社会」に生かして、収益を上げることを意味します。研究を金に結びつける考えは当時も非難を浴びましたが、原資なくして私学は自らの足で立てません。研究で稼ぐ、次の研究に再投資する独立独歩の研究サイクルが重要なのです。最初に行われた鯛の養殖研究では、市場の「鯛は縁起物。色が赤くなければ売れない」との声を研究テーマと捉えて飼育環境や餌を工夫。赤く色づいた、売れる鯛が、研究所の財

政を支えました。「近大マグロ」も、完全養殖の確立までに実に32年。国のプロジェクトであれば、確実に中途打ち切りでしょう。公金に頼らないからこそ、自学の意志で研究を続けられたと言えます。「実学」の「社会」に生かす。部分を体現するのが、産学連携です。本学が位置する東大阪は、町工場の集積地。高い技能を持つ一方で、課題を解決する突破力、ビジネスに結びつける開発力の不足に悩む企業が少なくありません。かねてより相談を受けてきましたが、特に2000年にリエゾンセンターが設立されてからは地域の認知が向上。「中小企業の駆け込み寺」として、*2コーディネーターらが、本学の研究者や他の企業等とのマッチングを手掛け、民間企業からの受託研究実施件数は6年連続全国1位を保っています。大型の共同研究はもちろん、金額にはこだわらず、数万円でも受け付けます。社会が求める要件は研究者にとって新鮮で、学内だけでは成し得ない発展を研究にもたらす可能性があるからです。

門性の高さ故に一般の人に理解されにくい点です。本学のマグロも、完全養殖成功時は世界初の割にそこまで話題になりませんでした。その2千倍メディアに取り上げられ、結果、数々の研究オファーが舞い込みました。学術界の外から資金を得るためには、研究の価値を社会に知ってもらうだけではチャンスはやってきません。その意味で、商品化という手法は、研究成果を社会に示す優れた効果があります。高校生や保護者に、「近大に来ればこういう研究ができる」「実学とはこういうことなんだ」と直感的に理解してもらうためにも、説明会での大学発の商品の紹介が欠かせません。学びを社会に生かしたいと考える学生の入学も増えています。次の目標は、世界にKINDAIの研究力を知らしめること。世界大学ランキングのランク向上にも取り組めます。国内では本学の代名詞となったマグロの完全養殖も、まだ世界にはあまり知られていません。マグロは世界中で食べられており、養殖によるサステナビリティはSDGsの達成にも貢献するため、海外でも受け入れられやすいでしょう。

*1 現水産研究所
 *2 2022年10月現在、兼務教員3人、専任所員(コーディネーター)6人、併任所員(近畿大学教員)18人、併任協力所員2人

研究マネジメントの特徴とその工夫



注目! 「受託研究実施件数日本一」を生かし 実学教育を学生にとっての日常に

老舗鮮魚店と薬学研究者が組んで誕生した化粧品、3学部と町工場が連携して生まれた「近大マスク」…。リエゾンセンター設置以降、140以上の産学連携商品が生まれている。受託研究を行う教員の下で学ぶ学生にとって、商品開発への協力は、学びとビジネスの関係を知る貴重な機会だ。スッポン由来の化粧品開発に携わった学生は、研究を商品開発に生かすおもしろさに触発され、後に起業するに至った。紙工業会社の受託研究で、文化デザイン学科の学生のアイデアを生かした段ボールテントは大ヒットし、「デザイン・クリエイティブ研究所」開設のきっかけとなった。

学生、企業、地域とが交わる新しい学びの拠点「アカデミックシアター」には、大学や企業の垣根を超えたモノづくりスペース「THE GARAGE」、学生参加の産学連携プロジェクトを行うガラス張りの部屋「ACT」などを設置。通りすがりの学生も、学問と産業の結びつきを意識せざるを得ない構造だ。「実学」の実践だけでなく、成果を積極的に見える化し、大学は学生の意識を啓発している。



大学と企業のモノづくりスペース「THE GARAGE」と産学連携商品の一例

民間企業からの受託研究実施件数

