

■社会貢献・連携事業

◎法政大学・明治大学・関西大学が三大学連携協力協定締結記念

## 連携企画展「ボアソナードとその教え子たち」を開催



法政大学・明治大学・関西大学三大学連携協力協定締結記念特別展示「ボアソナードとその教え子たち」が、7月7日～8月5日、明治大学博物館特別展示室にて開催された。

3大学の前身を立ち上げた創立者は、いずれも1870～80年代に、明治政府の法律顧問として来日したギュスターヴ・エミール・ボアソナード博士より教えと支援を受けた若き法曹家であるという共通のルーツを持つ。そこで、3大学は2017年9月に連携協力協定を締結し、それぞれの理念や特色を生かした大学間連携活動を通じて、相互の教育・研究の一層の進展を目指してきた。本企画展もその一環として開催され、ボアソナード博士にまつわる資料を展示し、博士の事績とその意志を継いで法曹普及に努めた教え子たちの足跡をたどるとともに、各大学の活動を振り返った。

また、企画展に先立ち、開幕セレモニーが7月6日、明治大学駿河台キャンパスにて挙行政され、3大学の学長と総長が更なる連携強化を確認した。終了後には、明治大学史資料センター所長の村上一博教授による記念講演「ボアソナードと三兄弟」も行われ、歴史的な観点からボアソナードと3大学の関係振り返るとともに、各大学の建学の精神を見つめ直した。



◀ボアソナード博士の肖像画と胸像

◎スカイマーク社との共同授業「プロジェクト学習(航空業界を知る)」を開講

## 学部横断で航空業界のリアルな課題解決に挑む



専門分野の基礎を習得した上位年次の学生が、学部を横断して社会の課題解決に取り組む「プロジェクト学習(航空業界を知る)」を千里山キャンパスにて開講した。

関西大学では、各学部での専門教育に加え、多彩な知に触れ、多様な個性を学ぶ共通教養科目を設置している。当授業はその科目の一つとして、PBL(課題解決)型の学習形態をベースに、文献調査やインタビュー等、グループ活動の主体的な学びを通じて課題解決に挑むというもの。



空港内でのフィールドワーク

第1回目の6月16日は、スカイマーク株式会社代表取締役社長の市江正彦氏、広報PR室長の天野美香氏による講義が行われた。学生たちはスカイマーク社の歴史やビジネスモデルに触れながら、経営破綻や事業改革への取り組み、職務内容についてなど、貴重な話を耳を傾けた。続く23日は、スカイマーク神戸空港支店でのフィールドワークが実施され、学生たちは空港内を見学し、地域共生やCS(お客様満足度)向上への取り組みを学習した。その後の授業では、グループで関西における地域共生案、CS向上施策案、スカイマークPR戦略案、スカイマーク新規事業案の4つの課題解決に挑戦。7月14日の最終報告会では、学部の枠を越えた総合大学ならではの多様な視点から、熱い議論を交わされた。

◎社会安全学部学生が充電ボランティアを実施

## 防災・減災の学びを災害現場で生かす

6月18日の朝に発生した大阪府北部地震。震度6弱の大きな揺れは、府北部だけでなく、震源地から離れた府南部や兵庫県にも影響を及ぼし、交通機関が混乱した。

震源地からほど近い関西大学高槻ミュージックキャンパスは、構内に防災機能を整備しており、緊急避難場所として活用された。

一方、日頃から自然災害や社会災害に関する調査や対策に取り組んでいる社会安全学部の永松伸吾教授と学生たち15人は、発電機を持ち出して、JR高槻駅で携帯電話やスマートフォンの充電ボランティアを実施。情報はSNSで拡散され、14時から開始して16時過ぎには設置場所が2カ所に増設された。ボランティアは深夜まで行われ、連絡手段に困っていた約200人の市民が利用した。

参加した学生は、「自分よりも困っている人のために、何かできればと思った」、「利用者同士が譲り合って使っていて、他の人を気遣う気持ちが伝わってきた」と、今回の非常事態を振り返る。また、今の時代はスマートフォンが欠かせないことを痛感。聴覚障害の方からの「公衆電話が使えたとしても私たちは利用できないため、SNSが使えるようになって良かった」という声を聞くなど、多くの気づきがあったと語った。



①ボランティアに参加した学生たち ②駅構内でも充電サービスを提供 ③発電機を利用し携帯電話を充電をする人々 ④テレビ局の取材を受ける学生ボランティア

◎社会学部・黒田ゼミが、天満天神の水をリブランディング

## 聖産学連携による梅サイダー「UME・TEMMA」を開発



「UME・TEMMA」のポスター(上)と学生を起用したポスター(左)



▲浴衣姿で「UME・TEMMA」をPRする学生たち

社会学部の黒田勇教授のゼミに所属する学生チームが、聖産学連携による新商品として、大阪天満宮の水、紀州の梅果汁、ハタ鉦泉の炭酸水を使用した、ご当地梅サイダー「UME・TEMMA」を開発した。

大阪天満宮から湧き出る天満天神の水は、江戸時代に「大阪四清水」の一つとしてうたわれた名水で、軟水特有のまろやかな口当たりが特徴。梅サイダーには、その水を“ご”利益の“5”%の分量で配合し、神様のパワーをふんだんに詰め込んだ。

3年がかりで新ブランドを創り上げた当チームは、「大阪の伝統は残しつつも、おしゃれで都会的なイメージを表現したい」と、天神橋筋商店街を中心に浴衣姿でPRを展開。売り上げ10万本を目標に、7月24・25日に開催された大阪夏の風物詩・天神祭へ出店し好評を博した。なお、売り上げの一部は大阪天満宮へ「お気持」の形で奉納する。

天満天神の水は、戦後になり一度は枯れてしまったものの、2014年に地元商店街と関西大学の連携事業により復活。新しい活用方法を目指した結果、今回の再々生事業につながった。