

## SDGs を実践するビジネス人材の育成

### 【取組概要】

本取組は、SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）を大学という学術機関として実践するための取組です。日本の地域コミュニティに遍在する課題の解決を通じて SDGs の達成に寄与することを目的として、SDGs 実践のために果たすべき大学の役割のうち、①現在および将来の SDGs 実施人材を育成すること、②各セクター間のプラットフォームとして機能すること、および③SDGs に知識やソリューションを提供することを目指すものです。

本取組では、奥多摩地域の檜原村、小菅村、および丹波山村を対象にして、そこに存在しつつも有効に活用されていない地域資源を特定し、中央大学近隣市の企業群に潜在する未利用技術等と組み合わせることで、市場性の高い商品・サービスの企画案を立案し、実現することに、学生が主体的に取り組むことができる教育システムを構築します。

さらに将来的には、ビジネス視点の取組に限定せず、法学、経済学、総合政策等の分野を幅広く取り入れた取組に発展させ、中央大学における標準的で汎用性のある教育システムへ昇華させることを企図しています。

### 【取組実績】

#### 2019 年度

##### （1）奥多摩三村（小菅村、丹波山村、檜原村）との交流・連携に関する協定締結

本事業を実施するにあたり、2019（平成 31）年 4 月 1 日付で檜原村、小菅村、丹波山村との正式な提携協定を締結し、[2019 年 3 月 22 日に奥多摩三村（小菅村、丹波山村、檜原村）との交流・連携に関する協定締結報告会を開催した。](#)

##### （2）カリキュラムの一部改正

カリキュラムの一部を改正し、「ソーシャル・アントレプレナーシップ・プロジェクト I・II / SEP I・II」（村ごとに開設 計 3 科目）」および「ソーシャルビジネスの実務」の 4 科目を開設した。それらの科目を通じて本事業を推進した。2019 年度 SEP 講座の履修者数は合計 78 名であった。ソーシャルビジネスの実務は履修者数が 88 名で、全国からソーシャルビジネスに携わる方々 10 名を講師として招聘した。

##### （3）白門祭での活動

秋学期に入ってから短期間の準備で、村の方と調整をしながら特産品 [①檜原村のじゃがいもを使った「あげじゃが」と檜原の水②小菅村で養殖した「やまめの塩焼き」、③丹波山村の「鹿肉ソーセージ」] の販売を行い、いずれも完売するという成果をあげた。実際に現地を訪問し料理法を学び、仕入れの方法、価格決定等を行う過程での教育的な学びも多かった。



（写真左から順に）

- ①檜原村のじゃがいもを使った「あげじゃが」と檜原の水
- ②小菅村で養殖した「やまめの塩焼き」
- ③丹波山村の「鹿肉ソーセージ」



#### (4) 間伐材の切り出し体験

2019年12月20日 青梅市軍畑にて SEP I（檜原村）所属の学生6名が檜原村と小菅村の主要産業の一つである林業体験会に参加した。当時、建設中であった多摩キャンパスの学部共通棟（現 Forest Gateway Chuo）では、一部木質構造を取り入れることが予定されていて、施工業者から実際に使用される木の伐採の一部に学生が関わることを提案され実現した。

#### (5) 各村の理解を促進することを目的とした動画作成

各村映像班をつくり、学生主体の動画を各村2本ずつ作成し、本学公式 Web サイトで配信した。

[『檜原村・紹介映像①』2分28秒](#) [『檜原村・紹介映像②』4分58秒](#) [『小菅村・紹介映像①』5分27秒](#)

[『小菅村・紹介映像②』3分26秒](#) [『丹波山村・紹介映像①』3分57秒](#) [『丹波山村・紹介映像②』1分54秒](#)

#### (6) プロジェクトの発足

秋学期からグループに分かれて具体的な商品・サービスの開発に向けてプロジェクトを始動させた (①檜原村：はちみつ、出版、自然体験、パンフレット、店舗、映像、SNS ②小菅村：枕、Uターン、間伐材、葬儀用寝具、店舗、映像、SNS ③丹波山村：担い手、サバイバルゲーム、お祭り、店舗、映像、SNS)。

#### (7) 運営評価委員会の開催

春学期最後の2講義では、遠隔システムを利用して運営評価委員を開催した。当日は、各村および大学側からも委員が参加し、諸活動の途中経過をSDGsの実践という観点に照らして運営評価委員会として評価した。また、檜原村クラスでの発表の様子は、[西の風新聞及び西多摩新聞に掲載された](#)。秋学期の最終講義においても、春学期同様に各村と大学側の運営評価委員がそれぞれ参加し、運営評価委員会として学生のこれまでの諸活動および今後の展望について、SDGsの実践という観点から評価した。



### 2020年度

2020年4月7日に東京都において新型コロナウイルス感染症（以下、「新型コロナ」という。）の拡大に伴う緊急事態宣言が発令されたことで、本事業も多大な影響を受けたが、在村スタッフの協力を得ながら、担当教員の指導の下、履修学生は以下のとおり実績と成果をあげた。

#### (1) 授業科目の増設 ※2019年度4科目から2020年度は7科目へ増加

本事業を推進させるために前年度に各村の SEP I・II を履修した学生を対象とする「ソーシャル・アントレプレナーシップ・チャレンジ I・II / SEC I・II（村ごとに開設 計3科目）」を新規開講した。2020年度は緊急事態宣言の発令もあり、春学期は完全オンライン授業に切り替わった。本事業に関連する授業科目群は、一早くオンライン授業に順応したが、その中でも「ソーシャルビジネスの実務」は特に適応が早く、外部講師を9名招聘し、オンライン講義を実施した。

#### (2) 2019年度に発足したプロジェクトの実績等について

紙幅の都合上、2019年度に発足したプロジェクトの中から試作品の製作や実際にサービスの販売・提供を行ったものに限って報告する。

### ①檜原村：女子目線での檜原村紹介

女子目線での檜原村の紹介を行った。既に 2019 年度の秋学期から 2020 年度の春学期の取り組みで、[女子目線のパンフレットをクラウドファンディングで資金調達し作成した。](#)

### ②小菅村：木製骨壺

小菅村の木材を活かしたオーダーメイド骨壺を開発し、試作品を制作した。[2020 年 11 月 24 日には、東京ビッグサイトで開催した「第 6 回エンディング産業展」で試作品を公開した。](#)

### ③丹波山村：まるごとチーム

[2020 年の春学期にまるごとチームが行ったコロナで余ってしまった特産品のジビエ等をセット販売し、見事に完売させた取り組みは日経新聞にも取り上げられた。](#)

## 2021 年度

### (1) 学生企画による動画制作

新型コロナの拡大に伴い対面で集まることが難しかったため、長尺の動画制作はできなかったが、静止画とテキストによる短編動画を各村 1 本ずつ制作し ([檜原村の課題解決に挑戦中!](#) [小菅村の課題解決に挑戦中!](#) [丹波山村の課題解決に挑戦中!](#))、商学部の TikTok アカウントで配信した。檜原村に関しては、この他にも学生が企画・出演した動画を 5 本制作し ([伝統を広めるための取り組み!](#) [はちみつゼリードリンクを商品開発!](#) [お土産物作りに挑戦!](#) [魅力を伝える取り組み](#) [情報発信班の取り組み](#))、同じく TikTok で配信した。いずれの動画も好評で再生回数に関しては、5 本とも 1 万回を超えている。

### (2) 2021 年度におけるプロジェクトの実績等について

2021 年度の実績等について、紙幅の都合上、実際に商品化したもの、サービスの販売・提供を行ったものに限り報告する。

### ①檜原村：ゆずワインを活用したチョコレートのお土産「ゆずぼん」の開発・販売



檜原村の特産品である「ゆずワイン」を活用したチョコレートのお土産づくりを行った。本件は 2019 年に発足し、本年度は[最終的にテスト販売する商品](#)を決定し、[実際に檜原村の店舗での商品販売や次年度の商品改善に向けた試食とアンケートを実施した。](#)

テスト販売は、520 個の商品をつくり、檜原村の 8 店舗 (当該店舗の持つ EC 含む) で行い、8 割程度を実際に販売し、残り 2 割は試食用として提供した。また、173 のアンケート回答を得ることに成功し、[日本経済新聞](#)、[東京新聞](#)、西の風新聞、西多摩新聞等のメディアにも取り上げられた。

### ②檜原村：はちみつを活用したゼリードリンク「ひのはちゼリー」の開発・販売

山登りやサイクリング等を目的に訪れる人をターゲットに、特産品である「はちみつ」を活用したゼリードリンクづくりを行った。本件は 2019 年に発足し、訪れる方に実際に試作品を試飲いただきながら味や成分、販売価格、パッケージ等の検討を行ってきた。

2021 年度は最終的な商品の味や成分、販売価格を決定し、パッケージも高質な檜原産天然はちみつ

の使用を想起させるデザインを作成した。この他、開発資金をクラウドファンディングで調達し、[3月26日,27日にグランデュオ立川で開催された「多摩ファーマーズマーケット」にて販売を行った。](#)

### ③檜原村：ご朱印帳の製作・販売



檜原村を訪れる動機の一つをつくる目的で、[檜原村にある大嶽神社様のご協力の下ご朱印帳の製作・販売を行った。](#)神社が関係するという点で、企業との提携以上に難しい面があるところを、大嶽神社に残る「おいぬ様信仰」について深く調べたことで非常に円滑に企画を進めることができ、デザインもおいぬ様をモチーフにしたポップなものを完成させた。また、必要な資金は、クラウドファンディングで調達し、実際に大嶽神社での販売開始の様子は、[東京新聞](#)、[西の風新聞](#)、[西多摩新聞](#)等にも取り上げられた。

### ④小菅村：キッチンカーを活用した食品ロスと交流機会の創出

キッチンカーの移動性、開放性という強みを生かし、コロナ禍でも営業展開出来る形であり、村内で廃棄される「極小ジャガイモ」を使ったメニュー開発を行った。村内での2回の販売を行った。



### ⑤小菅村：間伐材を活用した木製風鈴の開発

スギ板をヤマメの形に切り出した木製風鈴を作成した。7月にはプレ販売を道の駅で実施し、12月からは日本最大級のハンドメイド・手作り通販サイト [「minne」](#)にて販売し現在も活動中である。

### ⑥小菅村：オンラインイベントの開催

来村する動機、小菅村の認知度を上げるために、[特産品を使ったオンライン料理教室イベントを11月に開催し販売した。](#)開催にあわせて道の駅での特産品の紹介動画、パンフレット作成を行った。

### ⑦丹波山村：地芋を活用したじゃがいもソフトクリーム「幻のじゃがいもソフト」の開発・販売



丹波山村を訪れる動機の一つをつくる目的で、[丹波山村にしかない地芋（落合芋）を活用したソフトクリーム「幻のじゃがいもソフト」の開発・販売を行った。](#)その様子は、[日本経済新聞](#)および山梨日日新聞にも

取り上げられた。丹波山村でしか食べることができないという希少性を打ち出すことで、600円と高額で、10月末と既に肌寒い季節に販売開始したにもかかわらず、準備した約300本を5日間で売り切ることになり、商品開発に要した経費を販売利益で賄うこともできた。

## 【最後に】

本事業は教育力向上推進事業としては2021年度をもって終了したが、2022年度からは、株式会社きらぼし銀行からの支援を得て、新たなスキームで各村のSEPおよびSECは継続する。2022年度も新型コロナの影響は予断を許さないが、これにより2021年度と同規模もしくはそれ以上の活動が見込まれ、これまで以上に高い教育効果と各村への人的貢献や製品・サービス開発による還元が期待される。

以上