



東京駅と、東京駅に直結するサピアタワー(写真左)

関西の有力大学、サピアタワーに集結

東京での知名度UPに向けブランド戦略を展開

サピエンス(知恵)の造語から名づけられ、今年3月にオープンしたサピアタワー。東京駅直結の地の拠点としてJR東日本が全国の著名な大学を誘致、関西の有名校が一堂に会したことで話題を呼んだ。「関西の有名校がそろって入居することで、ビルそのもののブランド価値も上がるだろう」と語るのは、石山博康関西大学東京センター長だ。ちなみに入居した大学は、京都大学、関西大学、関西学院大学、立命館大学、甲南大学など関西では名だたる顔ぶれ。しかし「関西大学と関西学院を間違われる」「立大とは、立教のことか?」など、関東での知名度の低さに悩む声も多い。「関西での有名校」からの脱却をめざし、首都東京でどのような戦略を展開するのか。各校の最新動向をレポートする。

新講座も続々スタート 都民へ関西学を発信

3月19日、東京駅構内に「立命館東京キャンパス誕生 京都から発信! 知の感動」の文字がズラリと並んだ。立命館大学は他大学に先駆け、4月より「立命館京都文化講座」「金融と法(東京講座)」「税法連続公開東京講座」、孔子学院事業の「最新中国事

情セミナー」等の講座をスタート。京都の大学である立命館の優位性を活かした講座を通して、立命館の教育・研究内容を都民に発信することで、知名度だけでなく、関西の有名校が東京でも活動しているといった認知度を上げていこうとのブランディング作戦だ。講座は募集後すぐに定員に達するなど滑り出しも好調。東京キャンパスではさらに遠隔講義シ

ステムを活用した大学院の授業展開も検討している。

こうした動きに他大学も追随する。サピアタワーへの移転で、講義室のスペースが広く取れるようになった大学は多い。関西大学は、最新の技術情報を発信している社会連携センターの「技術交流セミナー」や、金融や年金問題などの具体的なコンピュータモデルの構築を行って、政策決定



東京駅構内に貼り出された立命館東京キャンパス開講のポスター

に資する「ソシオネットワーク戦略公開講座」、そして、30年前に発掘を行った高松塚古墳の壁画をはじめとする古墳の諸問題について「飛鳥を考える」など、都民の関心を引く講座を展開する予定だ。

甲南大学も、(独)経済産業研究所所長である藤田昌久教授による講座や、神戸キャンパスからの遠隔授業を東京で受講する「東大寺フィールドワーク公開講座」など、遠隔授業を一般にも公開した新たな試みも見られる。このほか教授と学生が上京して企業人の前でゼミ発表を行うなど、東京のキャンパスをゼミ室の一部として活用。さらに今年8月には、経済・経営学部の国際教育プログラムであるEBA(Economic & Business Administration)総合コースの学生30人が2泊3日の合宿を行い、東京の企業を数社訪問し、実務家の講演を聞くなどした。

一方、関西学院大学は関西らしさとは一線を画している。東京丸の内キャンパスでは、東京オフィス時代から好評だった丸の内講座を充実させる。なかでも東京の社会人向け講

座「エグゼクティブコース」「マネジメントコース」は、政界・財界の著名人が講師を務める。というのも、東京丸の内キャンパスには、東京オフィス時代からTVでニュースキャスターも務める村尾信尚教授が常駐、丸の内講座の監修も行っており、氏のコネクションで東京の著名な講師陣をそろえることができるためだ。氏はこのほか全学部横断の学際ゼミを担当し、西宮上ヶ原キャンパスの学生に遠隔授業で指導を行うなど、東京丸の内キャンパスの中核を担っている。

ソフト面はより実践的に機能 戦略は多角化志向へ

以上が東京のキャンパスでのハード面の活動だが、今度はソフト面での各大学の戦略を探ってみる。

関西大学

利用者の口コミで 着実なブランド浸透を図る

関西大学は、東京の就職先の新規開拓や関係先官庁回りの足場として、1997年に銀座に東京事務所を開設した。しかし東京に不慣れな人にとって銀座はわかりづらく、2003年

に八重洲に新しい東京センターを開設。居心地のいいセンターをめざして家具や絵画にもこだわり、アメニティとしてのブランド力にも留意した。学生や企業人など訪れた人の口コミで、着実に東京でのブランド価値を上げたいとしている。

今年3月、サピアタワーの入居第一号となった東京センターのスタッフは、石山センター長と常勤の5名。センター長以外は東京採用だ。就職支援や来訪者の接客、産学連携の橋渡し、セミナーなどの会場管理、東京経済人倶楽部の事務局などがスタッフの主な業務内容である。

組織上は、学内の他のセンターと同じく独立組織とし、意思決定を迅速に行えるようにした。教学関係など本部との確認が必要な事項については、手続きを重視する大学組織では、関係部署の会議へかけられ、数ヶ月を要することもあるからだ。

東京センターの活動内容は、①学生の就職支援、②入試情報発信、③卒業生の校友活動支援、④産官学の異業種交流の基地、⑤官公庁への対応、⑥学会や会議・会合、⑦ゼミナール活動支援など。こうした活動を行う上で、東京駅直結のこの地はベスト。サピアタワーそのものが教育界で話題のスポットなので、オープン後の半年で昨年1年分の利用者を超えた。「実力があっても知名度が伴わない関西の大学は、関東からみれば、地方の大学に過ぎない。中央を狙う大学は、教学以外にも多角的な戦略があり、それを法人がしっかりバックアップする体制がある」と石山氏は語る。「強い関西大学」を標榜して近年、

眠れる獅子が目覚ましといわれても、東京を預かるセンター長にはまだこれからと映っているようだ。

関西学院大学 同窓会主導で 東京でのプレゼンスを高める

関西学院大学の東京オフィスの前身は、同窓会が1999年に設けた同窓会東日本センターだった。2003年にはパレスビルに東京オフィスが誕生、今年6月、サピアタワーに移転してからは、東京丸の内キャンパスに名称変更した。

同窓会から生まれた組織である経緯から、東京丸の内キャンパスの統括を務めるのは、OBである重名 恬氏だ。常勤・非常勤あわせて6名のスタッフがいるが、前述の村尾信尚教授が常駐するなどユニークである。主要業務として、同窓生向け講座「三日月塾」「新月塾」などを展開している。このほか3～5月の繁忙期に本部のキャリアセンタースタッフが東京丸の内キャンパスに出向いて就職支援も行うが、同キャンパスのスタッフをはじめ企業のOBが面接のアドバイスをを行うなど、他大学とは少し趣も異なる。

学内の組織上の位置づけは、事務局局長付きの法人部、総務部、広報室などとフラットな独立組織になる。責任者は東京丸の内キャンパス室長(室長兼事務局局長兼常務理事)で、大半の事務は丸の内キャンパス内の事務局が行うが、一部の案件については事務局長経由で法人部が担っている。

関西学院大学の学生は約7割を兵



関西学院大学の教員によるラジオ番組講座の収録風景

庫・大阪出身者が占める。大学はいろいろな地域から多様な人が集まり勉強することが魅力でもあるので、この点は残念と大学側はいう。「卒業生がどのような能力を身につけることができたか、そして関西学院出身者として企業からどのような評価をうけるのか、この2点を考えながら、東京での関西学院のプレゼンスを高めていくことが重要」と浅野考平副学長は語る。

今年10月、関西学院大学の教員によるラジオ番組講座「～スキマ時間のビジネスサプリメント～関西学院大学“アイデアアップセル”」をスタートする。この講座は“ポッドキャスト”でいつでも学ぶことができ、こころのケアなどのスキマ学を提供。ビジネスパーソン向けに東京での広報展開に力を入れる構えだ。

京都大学 遠隔講義の活用で 研究開発を通じた連携を模索

京都大学は2001年、帝国ホテル内に東京連絡事務所を開設した。企業・官公庁・学術機関との打ち合わせや、役員・教職員など、学内の人間が東京に出張した際の待機場所など、連絡事務所として機能してきた。また学内の研究開発機関である学術情報メディアセンターによる、東京から京都

への遠隔講義を年30回のペースで行っている。サピアタワーに移転し、今年度は利用頻度も大幅に増え、最近では、教育行政について学んでいる大学院生を、教育学研究科の先生が連れてきて、文部科学省の職員を交

えてディスカッションするなど、実践的な教育の場を提供した。また遠隔講義については、経済学研究科による講義も加わる予定で、証券システム分野について配信していく予定だ。

スタッフは、東京採用の女性スタッフが1人常駐しており、接客等、日常の事務処理を行っている。京都大学にとってこの事務所は東京での活動の1つのスペースとの位置づけで、所長等は置かず、経営企画本部の総務部総務課が管理・責任を負っている。

木谷雅人京都大学副学長は「京都大学の現在の教育研究や社会貢献について情報発信したり、東京のマスコミに対する記者発表の場としても活用したい」と語る。特に産官学連携の担当部局では、東京連絡事務所を、企業等との連携拠点として機能させたいとの構想を持っている。また従来は国立大同士との連携が多かったが、今後は東京の私立大とも連携を深めたいとしている。

甲南大学 学園内の重要な戦略拠点として、 新しい甲南像を発信

甲南大学はサピアタワー移転前、日本橋にネットワークキャンパス東京を開設していた。最近では、約4割

の学生が首都圏本社企業に就職する状況にあり、東京での就職支援体制強化を図っている。新キャンパスには新たに学生の着替え用に更衣室も設けた。移転して、企業の担当者が新キャンパスを訪れることも増えたという。また、首都圏の若手OB会「コムネット」を組織して後輩の就職活動を応援している。

2003年の開設当初、スタッフは所長をトップに常駐4人でスタート。今回の移転直前は所長も就職支援を担う平野欽一郎キャリアセンター室長が兼任していたが、移転を契機に、伴治美甲南大学ネットワークキャンパス事務所長が専任となり、常勤・非常勤併せて7人のスタッフとなった。組織内の位置づけも、学園内の戦略拠点として独立し所長に権限が与えられており、案件ごとに関係部署と直接交渉することができる。理事長からも「立地も良く、学生・OB・企業などの利用の規模と質を高め、東京での甲南の知のブランドアップを図る」と支援体制も整っている。

「来年には神戸の岡本キャンパスに、再来年には西宮市と神戸ポートアイランドに併せて3つの新設学部を設置する。変わっていく甲南大学のブランドを発信したい」(平野室長)、「他

大学とも協力して、サピアタワーに行けば知恵があると言われるようになるのが理想」(伴所長と、目を輝かせる。

立命館大学 幅広いリエゾン機能を 強化するためのブランディング

立命館大学は、1999年に東京駅八重洲口に東京オフィスを開設した。当初、法人が有する立命館アジア太平洋大学(以下、APU)の支援組織で、在日大使や国家元首、日本を代表するグローバル企業のトップがメンバーとなり、現在では、企業約280社、メンバー数は300名を超える大応援団となっている「アドバイザー・コミティ(以下、AC)」の組織化と、就職支援・企業開拓を目的に移動した。開設時のスタッフは、専任2名とアルバイト1名であったが、サピアタワーに新設した東京キャンパスでは、専任3名と非常勤8名が常駐、国際的な研究機関や団体、企業・各省庁と連携した人材育成プログラムなど、様々なプロジェクトをスタートさせている。従来

の東京オフィスも非常勤3名を常駐させ、就職支援、入試広報、校友会支援に特化した機能を継続させている。学内での組織的位置づけは、総長・理事長室直属の組織。ここからの提案は、総長・理事長室の提起として機関会議に諮られる。責任者である北本暢東京キャンパス事務所長は、「事務職員が単にルーチンをこなす事務員とならず、積極

的に社会の動きやニーズをキャッチして、企業・団体からの要請、学生・父母・校友の声を法人の財政政策や大学の教学システムにも反映させていく。これを、教(教員)と職(職員)協同で取り組む意識が立命館の強み。学園政策の具体化において、職員はその中核を担ってきた」と語る。また、「この東京キャンパスのスタッフが、責任を持って迅速にご返事することは、学園の信用を高め、新たなビジネスチャンスや強固なネットワークの構築につながる。我々の存在価値はそこにある」ともいう。

東京キャンパスで展開する講座は、収益性よりブランド戦略としての社会的ステータスを確立することを重視している。例えば孔子学院東京学堂の展開。在日大使館を窓口にして、中国との強い連携構築が目的の一つでもある。中国の首相が来日した際、東京を素通りして京都の立命館大学を訪問したエピソードは大きなPRにも繋がっている。また、幅広い社会ネットワーク構築のための活動は、産官学連携のチャンスを飛躍的に伸ばしている。

外国政府や在日大使館とのネットワーク強化も大きな目的の一つ。これはAPUの留学生政策や学生の海外留学の促進にも有効に働く。前述のACのメンバーである各国の大使や大使館員、その家族を対象に、日本の文化・習慣を知ってもらうための教養講座も検討中である。そのためには、華道、茶道、能、京料理といった伝統、文化を継承する日本の代表的文化人を講師に集めている。



甲南大学のネットワークキャンパス東京のギャラリーには、学生の活動を収めた写真が並び