

「こんなん  
してます。」

わだいのついで

—121—

まんじゅうから  
ロボットまで

筆者は大学と産業界を

つなぐ部門にいたので、  
大学から生まれた多くの  
商品を試してきました。  
サプリメントではミカ  
ン、柿、はっさく、桑、  
シソ、梅…と飲むのに忙  
しかったことも。学会の  
懇親会では各大学が開発  
に関わった酒がずらりと  
並んだこともあります。  
大学の研究成果を生か  
した「大学発商品」は、  
クッキー、アイスクリー  
ム、まんじゅう、せんべ  
い、酒、カレー、うどん、  
化粧品、野菜、サプリメ

ント、哺乳瓶、靴下、家  
具、文具、調理器具、家  
庭雑貨…と何でもありで  
す。

もちろん、大学の基礎  
研究が時間をかけて進展  
したものもあります。30  
年以上をかけて養殖技術  
を確立した近大マグロは  
産業界にインパクトを与  
えました。和大的発明で  
あるロボット技術による  
農作業アシストスーツ  
は、筆者が最初のアイデ  
アを提案したものです  
が、高齢者にはつらい農  
作業の動きを助けるも  
の。八木教授をはじめ研  
究者らが10年の歳月をか  
けて産学連携の中で研究

# 大学発商品

を進め、商品として売り  
出す時期にきています。

しかし、日常のよくなる  
ものにアレンジを加えた  
けのものも多く、まんじ  
ゅうに果実を練り込みパ  
ッケージを工夫するとい  
うなもので、「地域資源  
の〇〇を活用し、地域活  
性化に貢献」という開  
発ストーリーが書いて  
います。そういう筆  
者も、梅豚まんや柿  
パン、山椒パンなどを  
試作したことがあります。  
その結果「梅を入れない  
豚まんの方がおいしい  
ね」などという話のよ  
うになり、学生と教員  
の素人集団でのもの  
づくりは教育研究では  
あってもマーケティング  
とは別物であることを  
痛感したものです。

## 安っぽい地域貢献

少子化と地域の活力衰  
退などを背景に、「社会  
に直接コンタクトする」  
社会貢献が大学に求め  
られ、わかりやすく消費  
の末端である消耗品の  
分野に関する傾向が  
出てきたのである。

商品開発、商店街活  
性化、町づくりなどの  
場で学生に「来てくれ  
、してくれ」という話  
も多くなり、「学生目  
線」で「期待されま  
すが、個性が多様  
化する今、

学生目線などと曖昧な  
ものの価値はほぼ存在  
しません。学生が商品  
を考案した、町を歩  
いて「調査」したと  
するだけでメディアに  
紹介されますが、多く  
は一時の話題です。

このような泡沫の社会  
貢献が引きも切らない  
のは、それが企業や行  
政と大学にとって、  
決して売れなくても  
よい、社会貢献PR、  
知名PRのウィンウィン  
の広告活動だからです。  
実益を生み出さない  
活動には世間も食傷  
気味との声も聞かれ  
ます。大学と共同研  
究をした商品に「あ  
えて大学名を出さ  
ない」という本気の  
企業も出て来まし  
た。商品は話題には  
なっても、同窓生以  
上の商圏に広がら  
ないとの調査結果  
もあるからです。

筆者はフィールドで  
学生実習をしますが、  
販売現場よりも生  
産現場に、生産現  
場でも草引きや溝  
さらえなど、労働  
の下支えの部門に  
再勉強が必要です。



和大的お菓子

比重を置くようになり  
ました。土や単純作業  
の中に身を置くと、  
なんと世の中の営  
みを知らず、社会を  
支える一個一個にな  
ると非力であるかを  
知るからです。労  
苦を実感し、社会の  
しくみを知り、その  
後でようやく課題  
の分析から開発に  
至る手順があるの  
です。

プロ  
フィル



湯崎真梨子 (ゆざき まりこ)  
和歌山大学産学連携・研究支援センター 教授  
専門は、農村社会学、地域再生学。自らが研究するだけでなく、地域と大学が共に成長するプロジェクト研究をコーディネートしている。