

市民と大学をつなぐ阪大サイエンスショップ



夢はバラ色

平川 秀幸*

Citizens-University Collaboration through Science Shop
Key Words : Science shop, Expert support for civil society,
University education, Knowledge-based Society

1. サイエンスショップが始まった

2007年4月、大阪大学コミュニケーションデザイン・センター(CSCD)に「サイエンスショップ」(以下、阪大サイエンスショップ)が開設された。サイエンスショップとは、一言でいえば「市民のための科学相談所」。科学や技術、人文・社会科学の専門知識が必要な問題について、地域の環境問題など公共的問題に取り組んでいるNPO(非営利団体)など市民セクターからの相談や依頼をもとに、調査や研究を行い、依頼者(ユーザー)の問題解決や社会活動をサポートする組織である。ただしサイエンスショップ自体は調査・研究を行わず、それらを請け負ってくれる大学内外の専門家や学生、ポスドクを「研究協力者」として募り、ユーザーとのマッチングをはかることを業務とする。TLO(技術移転機関)が産業界と大学を結ぶ産学連携の機関であるように、市民セクターや地域社会と大学を橋渡しする「社会学連携」の機関がサイエンスショップである。開設したといってもまだまだ準備段階であり、本格的な活動は2008年度からの予定だが、ここでは、サイエンスショップの潜在的な研究協力者でもある本誌読者諸氏へのアピールをかねて、開設の狙いについて社会的な背景も含めて紹介したい。

2. サイエンスショップとは何か

サイエンスショップは1970年代初めにオランダで始まったものであり、その後欧州を中心に世界に広がった。近年は、日本の文部科学省に相当する欧州委員会研究総局が、研究助成などさまざまなかたちで支援している。また、米国にも60年代から「コミュニティ・ベースト・リサーチ(地域に根ざした研究)」という同様の活動があり、現在ではサイエンスショップと総称されることが多い。最近では、アフリカやアジアなど非欧米圏にも広がりつつあり、中国や韓国にも作られている。国際的な組織には、国際サイエンスショップ・ネットワーク(International Science Shop Network)がある。2001年と2005年に国際会議が開かれ、今夏はその第三回目が開かれる。(筆者は第一回から参加している。)

サイエンスショップは大学内の組織またはNPOのかたちで運営されており、ユーザーは無料もしくは低価で利用できる。特に欧州では大学に置かれたものが多く、教員の監督・指導を受けながら、学生主体で研究・調査を行なうようになっている。その成果は、依頼者のユーザーに還元されるとともに、誰でも利用できるように広く社会に公開される。オランダやデンマークなどでは、教育カリキュラムの一環として実施されることが多い。

残念ながらわが国では、一部のNPOを除いて、これまでサイエンスショップ的な組織はほとんどなかった。しかし最近では、大学でもサイエンスショップ的な組織や仕組みが作られつつある。阪大サイエンスショップはその一つである。



* Hideyuki HIRAKAWA

1964年4月生
国際基督教大学、大学院比較文化研究科、
博士後期課程博士候補資格取得後退学
現在、大阪大学、コミュニケーションデザイン・センター、准教授、理学修士、
修士(比較文化)、科学技術社会論
TEL: 06-6816-9191
FAX: 06-6875-9800(平川宛と明記)
E-mail: hirakawa@cscd.osaka-u.ac.jp

3. 阪大サイエンスショップ設立の目的

阪大サイエンスショップを設立した目的はいくつかあるが、ここでは主な二つを紹介したい(詳しくはウェブサイト<http://handai.scienceshop.jp/>を参照されたい)。一つは、いうまでもなく、市民セクターや小中高の教育関係者、消費生活アドバイザーなど、非営利で公共的な活動に携わっている人々に対する専門的サポートの提供である。これらのグループと協働して、CSR(企業の社会的責任)活動など公共的な事業を行おうとする企業や事業者団体も想定している。

これらのユーザーの中で特に重視しているのは市民セクターである。現代社会では、まちづくりや環境保全、福祉、食の安全確保などさまざまな公共的テーマについて、公的セクターや産業セクターと並んで、市民セクターが果たす役割への期待がますます大きくなっている。特に、既存のデータや情報の分析や、独自の研究・調査結果をもとに、現状の社会制度や政策、企業活動などの問題点や課題を明らかにし、魅力的で実効性のある代替策を提案する「アドヴォカシー」機能が重要だと言われている。

ところが現状では、そうした役割を果たすのに必要な専門的力(専門性)や、そのための人材や財政力を備えたところは非常に限られている。欧米と比べてわが国は特にそうであり、大学や大学院の卒業生にとってもNPOは魅力的な職場だとはいえない。経済と科学技術は一流だが、市民社会は三流。そんな日本の社会を、研究者としてどうにかできないか。9年ほど前、研究を通じて知ったサイエンスショップに筆者が注目するようになったのは、そういう思いからだ。地域社会や市民が求めている公共的な研究ニーズを、いかにして大学の研究課題に反映させ、成果を社会に還元できるようにするか。これを考え実現することは、社会の公共財である大学、とりわけ大阪大学のような国立大学法人が果たすべき責務の一つではないだろうか。

もう一つ重要な阪大サイエンスショップの目的は「人材育成」である。現代社会は「知識社会」であり、大学などアカデミズムの世界や産業界だけでなく、政府や自治体など公的セクター、そして上述のように市民セクターも含めて、社会のさまざまな領域で豊かな知識の創造と活用が求められている。そこで必要となるのが、高度な専門性に加えて、それを社会で活かすための広い視野と判断力、プロジェ

クトの企画力や運営力、専門以外の多様な背景の人々とコミュニケーションする力など、さまざまな社会的能力を備えた人材を育てることである。

ところが従来の大学や大学院の教育は、最先端のしごきを削る専門教育や研究に力を注ぐあまり、こうした人材の育成には不向きな場所になってしまっている。実際、CSCDの科目を受講する学生には、自らの視野の狭さや専門外の人々とのコミュニケーション不足に危機感を感じている者がとても多い。科学技術コミュニケーションに関する演習科目では、BSE(牛海面状脳症)や原子力発電所の核廃棄物処理など、現実の社会でもはっきりした答えの出ていない問題について、異分野の学生がグループで議論したり調査したりしているが、多くの受講生が「この授業で初めて総合大学に来た意味を実感できた」と感想を述べていたことも、今の大学がいかに専門主義に偏っているかを物語っているといえよう。サイエンスショップは、このような学生たちに、社会の実際的な課題に取り組み、ユーザーや他分野の学生や専門家と協働することで、これからの社会に必要な多様な資質をみがく機会を提供するものであり、その効果は欧米のサイエンスショップでも広く認められている。

4. 今後の課題と計画

冒頭で述べたように阪大サイエンスショップはまだ準備段階であり、公募の案件に基づく「本格営業」は来年度からの予定である。学内の先端科学イノベーションセンター・科学技術キャリア創生支援室とも連携しつつ、今年度は試験的な研究プロジェクト(パイロットプロジェクト)や、地域社会の研究ニーズを探る「御用聞き」プロジェクトなどを計画している。

それとともに、いくつか解決しなくてはならない課題もある。一つは学生が参加できる仕組みづくりである。学部生や文科系の大学院生はともかく、理工系、特に実験系の大学院生は、所属研究室での研究で大変忙しい。学部生の場合には、公募によるボランティアベースでの課外活動的な参加方式を考えているが、大学院生やポスドクの参加をどうするかは難題である。とはいえ、ある理工系の教授からは、チャレンジ精神のある学生なら、エフォートの

20%をサイエンスショップに割いて、5人程度でチームを組めば、本業の研究を疎かにすることなく、かなりの仕事ができるだろうという明るい見通しも頂いている。またサイエンスショップは、企業等への就職を希望している学生にとって、能力開発の良い機会を提供するものであり、その経験が就職活動でも評価されうよう、何らかの形で大阪大学としてオーソライズした修了証を発行するなどの工夫も考えている。阪大内外の本誌読者諸氏からも、いろいろ助言いただければ幸いである。

もう一つ大きな課題は財源の確保である。この点についてCSCDでは、産学連携向けの共同研究制度を活用して、サイエンスショップの理念に共鳴し、資金拠出と人的・技術的支援をしていただける企業

を複数募り、市民セクターの代表者や大阪大学の教員とともにサイエンスショップを共同運営する「産学民連携」の仕組みを構想している。協力企業には、「人材育成」と「大学・市民セクター・企業の協働による社会貢献」というテーマに、CSR事業の一環として、あるいは社会貢献に関する大学との共同研究として取り組んでいただければと考えている。

そしてそのようなサイエンスショップの活動から、やがて、次代の大学と市民社会、産業界をそれぞれ担うとともに、互いに橋渡しするような人材が育ち、豊かで持続可能な社会のために活躍してくれることが、阪大サイエンスショップの一番の「夢」である。

