

クリエイティブなオープンイノベーション拠点の可能性:STEAM 教育と企業メセナの視点から

立花由美子

1. 新しい時代の持続可能な「企業メセナ」をもとめて

VUCA 時代と呼ばれる昨今、個人も組織も、難しいかじ取りを迫られている。個人は不確実な未来を生き残るすべを身に着けようとし、組織もまた、不確実な未来でもなお成長を続けるべく備えようとしている。本稿が扱うのは、そうした中から生まれたものの 1 つである、企業によるオープンイノベーションへの取り組みの中から生まれつつある多様な企業の複合的研究拠点と、こうした時代状況の中で生まれた別の 1 つである STEAM 教育と呼ばれる新たな学びのあり方を、新しい時代の企業メセナという観点から考察するものである。

オープンイノベーションとは、「組織内部のイノベーションを促進するために、意図的かつ積極的に内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用¹⁾」することで、日本企業の多くが昨今さかんに取り組む新たなイノベーションのあり方だ。そもそもイノベーションとは、オーストリアの経済学者シュumpeter によれば、新しいものを生産する、あるいは既存のものを新しい方法で生産することであるという²⁾。「失われた 30 年」という言葉で表される昨今の日本経済の減速は、多様で複雑な要因が絡み合っているにせよ、その 1 つの要因に、かつて日本経済の躍進を支えたイノベーションのあり方（クローズドイノベーション）が、新たなイノベーション（オープンイノベーション）のあり方に転換できなかったことにあると評価される³⁾。こうした停滞感を乗り越えようと、日本企業は新たなイノベーション創出のため、外部との積極的なコミュニケーションを図るべく「出島」を築き、従来の研究開発だけに留まらない、一からの新規事業開発や、自社の強みを活かした事業創造にむけて、柔軟なコラボレーションをみせてきた⁴⁾。なかでも、こうしたオープンイノベーションの拠点がクリエイティブな要素と結びつき展開している事例も多く、柔軟で創造的な発信の拠点として、企業の価値のみならず、社会的な価値も注目される。企業メセナ協議会会員の企業の多くもまた例外なく、新たな時代に向けた取り組みを始めているのではないだろうか。

¹⁾ オープンイノベーション・ベンチャー創造協議会『オープンイノベーション白書』第二版、平成 30 年 6 月、3 頁。

²⁾ 平成 29 年版_科学技術白書

³⁾ オープンイノベーション・ベンチャー創造協議会『オープンイノベーション白書』第二版、平成 30 年 6 月。

⁴⁾ 公益財団法人日本生産性本部「イノベーションを起こす大企業実現に向けて 中間報告」、2019 年 12 月。

一方「STEAM 教育⁵」とは、Science (科学)、Technology (技術)、Engineering (工学)、Mathematics (数学) を統合的に学習する「STEM 教育」に、Art (芸術・リベラルアーツ) を加えて提唱された教育手法で、「各教科等での学習を実社会での問題発見・解決に生かしていくための教科等横断的な学習を推進する」教育的アプローチである⁶。特に、理数科教育にアートの視点を加えた様々な取り組みは、欧米を中心とした海外でいち早く導入され、従来の学校教育プログラムへの適用のみならず、社会教育機関としてのミュージアムなども追随し、世界各地のフォーマル・インフォーマルな教育現場で STEAM 教育体験の整備が進んでいる。日本においても、多様な課題に直面する昨今における、課題発見・解決能力や社会的価値の創造につながる資質・能力を養うためのアプローチとして、この STEAM 教育の整備を文部科学省が中心に進めている。2019 年文部科学省による高等教育における STEAM 教育の推進への言及を皮切りに、2020 年新学習指導要領に反映されるなど、この新たな理数教育は注目を浴びている⁷。比類ない速度で変化する日々に教育が応答した、1 つの結果であるだろう。

最後に企業メセナとは、資金面の支援、発表の場所や機会に対する支援、芸術・文化施設の運営、顕彰・コンクール・賞を通じて、企業が芸術文化活動を支援する活動を指す。1990 年には企業メセナ協議会が創設されるなど、企業による芸術文化活動支援が日本でも活発に行われてきた。しかし現在の日本では、物理的・金銭的支援といった従来型の企業メセナ活動は、80 年代のピークを皮切りに、金額面では停滞している⁸。

これらオープンイノベーション・STEAM 教育・企業メセナといった一見関連のないそれぞれのキーワードであるが、昨今の一般利用者にも開かれたオープンイノベーション拠点において創造性を刺激するさまざまなプログラムが展開される様子を見るたび、調査者はここに創発的な価値を見出さずにはいられなかった。つまり、特に日本経済をけん引してきた理系モノづくり企業が展開するクリエイティヴなオープンイノベーション拠点において、新たなサイエンスの可能性が創造的に引き出されようとしている状況は、STEAM 教育にと

⁵ STEAM 教育の始まりは、2006 年ヤークマン (Yakman, G.) によってはじめて STEAM という言葉が使用され、STEAM 教育のカリキュラムが提示されたことに始まるとされる。1990 年代の米国で始まった、国際競争力を高め、科学技術人材育成を目的とした教育政策としてはじまった STEM 教育から STEAM 教育への発展の流れ、STEAM 教育の概要については以下に詳しい。胸組虎胤「STEM 教育と STEAM 教育— 歴史, 定義, 学問分野統合—」『鳴門教育大学研究紀要』第 34 巻、2019 年。

⁶ 文部科学省初等中等教育局教育課程課「STEAM 教育等の教科等横断的な学習の推進について」、15 頁。

⁷ 前掲書。

⁸ 「1 社あたりの平均メセナ活動費総額と活動費総額合計の推移」『2021 年度メセナ活動実態調査 [報告書]』、公益社団法人企業メセナ協議会、2022 年、29 頁。

って示唆のあるものではないか。またそうしたオープンイノベーション拠点で生まれうる、そこに集う人々の創造性の涵養は、これからの文化の発展を支える社会的土壌づくりに貢献するのではないか。それは、これまでの企業メセナ活動が担ってきた文化的な社会への貢献そのものであり、これが新しい時代における企業メセナ活動のひとつの形にもなりうるのではないか。よって本稿では昨今のクリエイティヴな視点を活かしたオープンイノベーション拠点に、STEAM 教育への活用、企業メセナという視点から考察を加えてみたい。これはいまなお多様な方法論が検討される STEAM 教育にとっても、また減少傾向にある企業メセナの持続可能性にとっても、重要な示唆を与える研究になりうるのではないだろうか。よって本論は、2つのモノづくり企業によるオープンイノベーションを事例にとりあげ、STEAM 教育や企業メセナとしての活用の可能性を見出すための試論である。

2. オープンイノベーション拠点における「ひらかれていること」の可能性

本稿では、数あるオープンイノベーションの拠点の中でも、株式会社資生堂による「S/PARK (エスパーク)」、パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社による「パナソニックセンター東京」の2つを対象に考察を行う。

はじめに S/PARK は、2019 年 4 月に株式会社資生堂が開館した新研究開発拠点「資生堂 グローバルイノベーションセンター」の呼称で、都市型オープンラボとして、来場者と資生堂研究員の交流や、国内外の外部研究機関とのコラボレーションをうみだす拠点として開館した⁹。「コミュニケーションエリア」と呼ばれるエリアには一般来場者も利用可能な飲食施設、スタジオ、展示施設があり、また「コラボレーションエリア」というラボなどの施設を通して国内外のステークホルダーと共同研究開発を促進するエリアに分かれ、まさにオープンイノベーションを担う施設となっている。ここでは「S/PARK Museum」と呼ばれる体験型のミュージアムや、アーティストによる展示やワークショップなど、資生堂という日本を代表する文化に理解をもつ企業だけあって¹⁰、さまざまな文化的取り組みも並行して行われている。日本を代表する化粧品研究と文化を尊重してきた企業の複合オープンイノベ

⁹ 資生堂プレスリリース「新研究開発拠点『資生堂 グローバルイノベーションセンター』本格稼働～更なる成長に向けた新しい研究開発の実現へ～」、2019 年 4 月。

¹⁰ 資生堂は、戦前より現存する日本最古のギャラリー「資生堂ギャラリー」の今日まで継続的に運営したり、1990 年には当時資生堂の社長だった福原義春が企業メセナ協議会を創設するなど、日本の企業のなかで最も文化支援に理解のある企業のうちの 1 つである。また今日では「ESG (環境=Environment・社会=Society・ガバナンス=Governance)」に加え、Culture を加えた「ESCG」を提唱し独自の企業文化を体現したサステナビリティ戦略掲げるなど、変わりゆく未来に向けても、変わらず文化の可能性を模索しながら独自の企業価値を探る企業である。資生堂プレスリリース「資生堂ギャラリーがメセナアワード特別賞「文化庁長官賞」を受賞」2020 年 11 月。

ーション拠点だ。

一方パナソニックセンター東京は、2002 年グローバルにコミュニケーションを築く総合情報発信拠点として開館した¹¹。企業のコミュニケーションのみならず、2006 年、理科・数学のおもしろさを体験できる施設「RiSuPia（リスーピア）」を同施設内に開館、また STEAM 教育の隆盛といった時代の流れを受け、2021 年 RiSuPia を発展させるかたちで、『『ひらめき』をカタチにするミュージアム』『観る、つくる、伝える体験を通してクリエイティブな力を育む』をコンセプトに「AkeruE（アケルエ）」を開館した。ここでは学校利用を想定し、SDGs や STEAM 教育をテーマとした探求学習の実践の場として利用されることも念頭に置く¹²。1960 年代より社会貢献活動の一環として音楽・美術・伝統工芸の支援に継続的に取り組み、日本の文化支援において一定の存在感を示してきたパナソニックの施設として、また日本を代表する理系モノづくり企業としての特徴をあわせ持った、クリエイティブなモノづくりに取り組むことのできるさまざまなプログラムを実施している¹³。

この 2 つを展開する企業は、いずれも日本を代表する理系モノづくり企業であり、これまで日本の芸術文化の発展に大きく貢献した企業メセナ活動に熱心な企業だ。もちろん、いずれの企業とも、これらの拠点を伝統的な「企業メセナ」の一環として運用しているわけではない。しかし、こうしたクリエイティブなオープンイノベーション拠点到に広がる、サイエンス・モノづくり・文化といったあらゆる視点から答えのないものに向き合うための多様な試行錯誤の経験は、企業に勤める人だけでなく、開かれたあらゆる人びとのクリエイティブな思考を涵養することにつながる可能性を秘めている。これは STEAM 教育が目指すもの、まさにそれではないか。またこうしたクリエイティブな経験は、柔軟な視点を涵養するに繋がり、さらに新たな文化を育み・受け入れる地盤となる。これは、これら企業がこれまで日本の社会に対して示してきた企業メセナ活動の本質的価値そのものなのではないか。

そこで次章からは、この 2 つの企業によるクリエイティブなオープンイノベーション拠点、S/PARK とパナソニックセンター東京について、担当者を通じて実施したインタビューをもとに、こうした拠点がもつ今日的な可能性について検討する。この考察を通じて、これからの社会を発展させるという 1 つの視点としての STEAM 教育という観点のみならず、厳しい市場環境の中でも継続されてきた日本の企業メセナの持続可能な発展という観点から、この開かれた拠点の新たな可能性を探っていきたい。

¹¹ 「フロアガイド」<https://holdings.panasonic.jp/corporate/center-tokyo/floor.html>（閲覧日：2023 年 1 月 12 日）

¹² 「AkeruE って？」<https://holdings.panasonic.jp/corporate/center-tokyo/akerue/about.html>（閲覧日：2023 年 1 月 12 日）

¹³ 「芸術・文化等への支援」

<https://holdings.panasonic.jp/corporate/sustainability/citizenship/other/welfare.html>（閲覧日：2023 年 1 月 12 日）

3. 事例①：株式会社資生堂 S/PARK

本章は、2022 年 10 月 28 日、S/PARK 会議室で行われたインタビューをもとに構成する。インタビューは、株式会社資生堂より白土真紀氏（グローバルイノベーションセンター 当時・主任研究員、現・シニアスペシャリスト）、名和現氏（S/PARK Museum 館長）、高野ルリ子氏（アート&ヘリテージマネジメント部グループマネージャー）の 3 名にご協力いただいた。なお紙面の都合上、株式会社資生堂について、以下「資生堂」と呼ぶものとする。



みなとみらい線 新高島駅からほぼ直結している資生堂グローバルイノベーションセンター（呼称「S/PARK」）

S/PARK のスタート

S/PARK は、2019 年、ビジネス環境の急速な変化に対して競争力を維持するためには、より迅速かつ柔軟な発想やアプローチが必要であるとの考えから、新たなイノベーションの創出や商品開発を促進するための場として、創設された。翌年、「美のひらめきと出会う場所」をコンセプトに、横浜市みなとみらい地区に都市型オープンラボとして開館し、新しいビジネスや商品開発、テクノロジーの研究開発などを行い、最先端のテクノロジーやアイデアを生み出すためのプラットフォームとして位置付けられる。外部との共創にも積極的に、産学官連携やスタートアップ企業との協業などを通じて、より多様な知見やアイデアを生み出すことを目指している。

社会的な文脈においてはオープンイノベーション拠点として認められるこの S/PARK も、資生堂の歴史にとっては 2000 年に移転し改称された資生堂の研究所「資生堂リサーチセンター（新横浜）」（横浜市都筑区）の後身として位置付けられた研究所であることも忘れてはいけない。ここはかつての研究所の課題を発展的に解消すべく構想された。資生堂リサーチセンターは、第三京浜道路の都筑料金所近くに位置し、最寄り駅の東山田駅（横浜市営地下鉄グリーンライン）まで 20 分弱要する広大な敷地に位置しており、主要駅や繁華街への地の利の悪さが難点であった。ここでは資生堂という化粧品・トイレタリーを扱う企業としての研究開発に重要な利用者の声にアクセスしづらく、単なる研究所ではない、企業研究所として、この地の利の悪さが利用者との接点づくりの課題となっていた。そこでこの S/PARK では、地の利が良く、また都市計画によってオープンな人々の接点づくりが期待される横浜

のみなとみらい 21 地区での展開となった¹⁴。現在は感染症拡大による活動制限期間を経て、資生堂の DNA であるサイエンスとビューティーが交差するグループインタビューやイベント等を通じて研究員と人びとのつながりが生まれつつあり、今後ここから生まれる研究成果が期待されている。

S/PARK におけるオープンなコミュニケーション

S/PARK ではオープンイノベーション拠点としての研究所機能に加え、上述の通り特に資生堂商品の利用者への繋がり創出という点で、一般来場者に向けた展示・プログラムも展開されている。



S/PARK Museum

一般来場者がアクセスできるエリアでは、1 階には「S/PARK Cafe」と呼ばれる健康志向のカフェ、「キレイはカラダでつくられる」というコンセプトに基づき、資生堂独自のメソッドによるオリジナルプログラムを通じてランニングやエクササイズなどのアクティブビューティーを体感できる「S/PARK Studio」、そして「S/PARK Beauty Bar」と呼ばれる資生堂研究員とのコミュニケーションによって「マイコスメ（化粧水と乳液）」をオー

ダーメイドするサービス。2 階にあがると、「みなさまと資生堂のインスピレーションが、化学反応を起こす」というコンセプトで、資生堂ならではの「美」を体験するインタラクティブなミュージアム「S/PARK Museum」も展開される。3 階には最大で 500 名収容可能な「S/PARK Hall」と呼ばれるホールがあり、社内外の知見を集め、発信する拠点とすることで、新しい知見を生み出す場になることが期待される。その他、一般来場者はアクセスできないものの、4 階のコラボレーションエリアと呼ばれるエリアには、商談スペース「Collaboration Site」と外部研究員と資生堂研究員が共同研究出来る研究施設「Collaboration Lab」が併設され、5 階から 15 階のラボ・オフィスフロアでは「Living Lab」と呼ばれる本物のマンションの一室を模した資生堂技術や製品の試験室、異なる領域の研究員が接点を持てるようにと配慮されたフリーアドレスの研究員のオフィスが広がる。

¹⁴ 横浜のみなとみらい 21 地区では、人びとの自由な出入りができるコモンスペースの設定を求めている。一般社団法人みなとみらい 21『みなとみらい 21 街づくり基本協定』、第 10 版、2019 年、6 頁。<https://www.ymm21.jp/div/basic-agreement.html>（2023 年 1 月 12 日閲覧）

利用者とのつながりの創出としてこの拠点では、従来の企業研究所では見られなかったプログラムが多数展開されている。例えば S/PARK Cafe で開催された「コラーゲンセミナー&フェイスマッサージプログラム with S/PARK Cafe」のように、レクチャー形式で参加者と研究員が直接コミュニケーションを行うプログラム¹⁵。また S/PARK Beauty Bar では、「オンラインコンサルテーション&インタビュー」という研究員とビューティーコンサルタントが2人1組となり、オンライン上でスキンケアコンサルテーションを行うプログラムが展開されたこともある¹⁶。S/PARK Studio では、アクティブビューティーを目指した研究知見に基づき開発したオリジナルのエクササイズプログラムや、最新の知見や研究結果、オリジナルの笑顔診断アプリなどを取り入れながら、研究員自らスキンケアや表情づくりについてレクチャーを行うプログラム「S/PARK Studio 美活ジム」が展開される¹⁷。そのほか、S/PARK Museum では「サステナブルビューティーガーデン」や「LAVENDER RING 主催『ソーシャルクリエイティブ展 vol.1 写真の力で社会が変わる』」といった社会的な展示など、あらゆるプログラムを通して、利用者との接点を探る施設になっている。

S/PARK のこれから

現在 S/PARK Museum では、開館直後からのコロナ禍による自粛の時期を乗り越えたこの拠点のさらなる活用に向けて、上述の通りすでに展開されているプログラムに加え、修学旅行の誘致に力を入れる予定だ。S/PARK では、開館時の一般来場者メインターゲット顧客が中学生・親子だったこともあり、これまでも資生堂では修学旅行生の誘致を数多く行ってきたおり、彼らを対象に研究員がワークショップを実施してきた。この修学旅行誘致の拡大は、修学旅行参加者の学生たちからワークショップを行う研究員が受ける刺激に、さらなるイノベーションの可能性を期待するからだという。利用者の学生はこの施設にとってメインターゲットであるという理由のみならず、資生堂にとって飾らず率直なインサイトを提示する顧客であり、彼らがもたらす思いもがけない視点で研究員のイノベーションはますます加速していこう。

¹⁵ 「コラーゲンセミナー&フェイスマッサージプログラム with S/PARK Cafe イベントレポート」 <https://spark.shiseido.co.jp/topics/1327/>

¹⁶ 「S/PARK Beauty Bar「オンラインコンサルテーション」レポート&資生堂研究員・ビューティーコンサルタントインタビュー」 <https://spark.shiseido.co.jp/topics/1789/>

¹⁷ 「「アクティブビューティー」の知見が凝縮された S/PARK Studio オリジナルプログラムについて【S/PARK Studio マネージャー白土真紀】」
<https://spark.shiseido.co.jp/topics/1750/>；

「美活ジム ～1年の疲れを癒す温活美容プログラム～【イベントレポート&研究員インタビュー】」 <https://spark.shiseido.co.jp/topics/1763/>

4. 事例②：パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社 パナソニックセンター東京

本章では、2022 年 10 月 21 日、パナソニックセンター東京内 AkeruE で行われたインタビューをもとに構成する。インタビューは、担当の蟬丸明子氏（パナソニックセンター東京 展示・運営課エデュケーション係）、富田和志氏（パナソニックセンター東京 展示・運営課エデュケーション係）の 2 名にご協力いただいた。

パナソニックセンター東京のスタート

パナソニックセンター東京は、「パナソニックグループのグローバルな総合情報発信拠点」として、パナソニックの技術のショールームとしての機能、また顧客や関係者と意見を交わすコミュニケーションの拠点として、2002 年に開館した¹⁸。ここには、「Panasonic Group Solutions Showroom」といったビジネスにおけるコミュニケーションの場、そして一般来場者とのコミュニケーションの場「Panasonic Creative Museum AkeruE」、2つの役割が展開される。この AkeruE は、前身の RiSuPia が開館して以来、一貫して一般来場者とのコミュニケーションを期待される場所となっている。

RiSuPia は、日本の子どもたちの理数離れに危機感を抱いた日本のモノづくりを代表する企業であるパナソニックが、「理科・数学のおもしろさ、すばらしさを体験できる施設」としてスタートさせた¹⁹。AkeruE は、この RiSuPia が目指した理数教育の拠点から、学習指導要領内容の変遷を受け STEAM 教育の視点を取り入れた拠点へと発展させた、メインターゲットが小学校 4 年生から中学生にむけたクリエイティブミュージアムである。ここでは「子どもたちの創造性あふれる行動を支援するとともに、次代を担う人材の育成支援活動」をめざして、展示からワークショップまで、多様な活動が行われている。これらは担当部門がブランド・コミュニケーション部門に位置し、CSR 活動やブランディングを目指してデザインされたもので、若年層に向けたパナソニックブランドの認知、ファンの獲得を目指して、今日も活動が行われている。

パナソニックセンター東京におけるオープンなコミュニケーション

このパナソニックセンター東京では、前述の通り 2 つのオープンなコミュニケーションが存在する。1 つは Panasonic Group Solutions Showroom を通じたビジネスを目指した共創コミュニケーションで²⁰、同社の最新技術を体感できる未来型のくらしの提案や、社会課

¹⁸ 「施設案内」 <https://holdings.panasonic.jp/corporate/center-tokyo/floor.html>（2023 年 1 月 12 日閲覧）

¹⁹ 「リスーピアとは」 <https://holdings.panasonic.jp/corporate/center-tokyo/risupia/risupia.html>（2023 年 1 月 12 日閲覧）

²⁰ 「Panasonic Group Solutions Showroom」

題をテーマとしたビジネスセミナーを展開しており、ここを拠点に「法人、団体、官公庁」と共創を行う。一方 AkeruE が担うのは、一般の来場者に開かれたクリエイティブミュージアムとしてのクリエイティヴなコミュニケーションだ。



上：展示・制作エリア「ASTRO」「COSMOS」
下：デジタル機器を使ったものづくりを体験できる工房「TECHNITO」

AkeruE は、観る、つくる、伝える体験を通してクリエイティヴな力を育む「「ひらめき」をカタチにするミュージアム」として様々なスペース・プログラムを展開する。“クリエイティブミュージアム”と銘打ち、知性を育む科学館の要素と、感性を育む美術館の要素を兼ね備えている。例えば、複数の立体や映像作品を体験できる「ASTRO」というエリアでは、それらアート作品を構成するしくみや原理を分解して解説・展示し、子どもたちには各スペースの実験装置やコンテンツについて自由に考えアウトプットできる鑑賞ツール「ひらめき手帖」を配布することで、創造力を高める学びを提案している。さらには、「アルケミストプログラム」と呼ばれるおよそ3カ月にわたって『『自分のやってみたい』という情熱を、自分の力でカタチにする探求プログラム』や毎日開催される「Tinkering(ティンカリング)」と呼ばれる様々な工作を体験できるワークショップを通じて子どもたちのアイデアを形にする機会も提供する。またミュージアムとして、若者や教育関係者、近隣地域などさまざま

<https://holdings.panasonic.jp/corporate/center-tokyo/business.html> (2023 年 1 月 12 日閲覧)

なステークホルダーと連携し、共創的な環境づくりにも努めることで、あらゆる人材・世代がともに学び合うコミュニティとなることも目指し、学校連携に力を入れる²¹。前身の RiSuPia からは、利用者が数学オリンピックに当時最年少で通過するなど、一定の社会的成果をあげてきた。当初の目的は CSR 活動やブランディングという価値に留まるものであったかもしれないが、創発的に、教育的な価値も発揮された一例だ。コロナ禍の船出となった AkeruE もまた、この拠点を通じて社会にクリエイティブな可能性を示すことで、CSR 活動やブランディングを超えた社会的な成果につながることを期待する。

そのほか、1 階のソーシャルアクションフロアでは、『『理想の社会』の実現をめざして、一人ひとりが社会・環境課題に向き合い、年代や所属を超えて、さまざまな人やコミュニティが入り交じり、アクションにつなげる場を創（る）』ことを目的に、イベントエリア・ラーニングエリア・コミュニティエリア・ライブラリを通じて、積極的にコミュニケーションをはかっている。また 2023 年 3 月には、「Panasonic GREEN IMPACT PARK」と呼ばれる、次世代の子どもたちを対象に、環境問題に対する学びを深める体験型展示をオープンさせ、さらなる共創の可能性に期待が膨らむばかりだ。

パナソニックセンター東京のこれから

現在パナソニックセンター東京では、コロナ禍による自粛の時期を乗り越え、直接的なコミュニケーションを伴う多様なプログラムを準備する。これまでは YouTube で実験ワークショップなどが視聴できる「AkeruE オンラインコンテンツ」といったオンラインプログラムが中心であったが、今後は「スプリングフェスタ 2023」など、オンサイトによる多様なプログラムが準備される。AkeruE がその場のコミュニティづくりとして機能することを期待するように、今後のこうしたオンサイトでの活発な交流が、さらにこのパナソニックセンター東京を共創的な場にしていくのかもしれない。

5. 社会におけるオープンイノベーション拠点の今日的可能性

資生堂とパナソニックという 2 つの日本を代表する理系モノづくり企業が展開するクリエイティブなオープンイノベーション拠点について、両社への取材を通して見えてきた特徴を見てきた。資生堂、またパナソニック（特に AkeruE）も、いずれもコロナ禍というコミュニケーションが限定される中での船出となったため、これまで見てきた内容から、これら拠点の今日的価値を完全に判断することは難しいものの、こうした状況下でもなお、これら拠点を通じて、着実に未来につながる種まきが行われており、これからどんな芽や花をつけるのか期待が膨らむ。企業のみならず、一般来場者がクリエイティブな視点でサイエンスに触れたり、またその反応を企業研究員が受け取るなど、ここからどんなものが生まれてく

²¹ 「学校・教育団体ご見学内容」<https://holdings.panasonic.jp/corporate/center-tokyo/school.html>（2023 年 1 月 12 日閲覧）

るのか期待せずにはいられない。本章では、2つの拠点の調査を通じて観察された特徴から、企業のオープンイノベーション拠点の持つ今日の可能性を考察していきたい。

オープンイノベーション拠点のコミュニケーションが、企業と企業のイノベーションのためのコミュニケーション、企業と一般のコミュニケーションと分かれていることは、確かに効率的な企業コミュニケーションを生んでいた。一方で、それらのコミュニケーションは物理的にゾーニングで隔たれており、一般来場者がサイエンスの最新知に触れながらクリエイティブな思考を発展することには限界があるのではないだろうか。もちろん両企業が展開するオープンイノベーションの第一義は本業発展であり、また一般にも開かれた拠点でのコミュニケーションが、すでに一般来場者のクリエイティブな日々や思考を発展させることに貢献していることに疑いはない。しかしオープンイノベーションの「意図的かつ積極的に内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用」という価値に立ち返るに、こうした一般の利用者も利用できるオープンイノベーション拠点を訪れる一般の人々がもたらすインサイトも、企業にとってイノベーションに繋がりうる有益な刺激になるのではないだろうか。オープンイノベーション拠点のこの壁をひらき、本業のサイエンスの最新知と一般来場者を含む人々がもたらすインサイトをクリエイティブに交錯させることができるならば、今後オープンイノベーションはさらに創発的に新たな価値を生み出す拠点となっていくだろう。その時、ここにはSTEAM教育といった、より社会的な価値が見出されてゆくのだろう。しかしすでに資生堂の取り組みに見られるように、最新のサイエンスの知見をもった研究員と一般来場者の接点は増えつつあり、今後のさらに柔軟で新しい革新はすぐそこまで来ているのかもしれない。

こうした壁を乗り越え、オープンイノベーション拠点のもつポテンシャルが最大限に開花する時、企業と社会はミクロにもマクロにも多様な接点を持つことになる。点在するそれらの点を拾い、それぞれが持つ点をつなぎ合わせていくことで、思いもよらない価値が生み出されていくだろう。柔軟な発想が新しい未来を作ることを実感する人々は、新しい発想を求め、再びこうした場に集い、また新たな思いもよらない道へと歩き出す。開館まもなく、また感染症拡大下の展開事例のみから完全に評価することは難しいが、こうした人びとの柔軟な思考への刺激となりうるクリエイティブなオープンイノベーション拠点は、確実に次の世代のクリエイティビティに繋がっていく。人々の創造性を涵養するという新しい企業メセナのあり方の萌芽は、すでにここにもあるのかもしれない。

6. おわりにかえて：企業メセナのこれから

企業をとりまく環境が刻一刻と変化するなか、企業が継続的にメセナ活動を行うために、何を考えていけばよいだろうか。もちろん今後も継続的に、これまでの企業メセナ活動が範疇とした枠組みで創造の可能性を縛ることのない、資金面での援助も重要である。しかしこれまでの環境とは大きく違う未来で、これまでと同様の価値をいつまで発揮し続けられるかどうかはわからない。ここで重要なのは新しい時代でも、これまでの企業メセナ活動が

守ってきた文化の灯をともし続けることではないか。こうした中では、既存のメセナ活動のみならず、先のように、今日メセナ活動と捉えることのできるあらゆる現象を検証し、価値を判断していくことが、これからのメセナ研究にとっては重要であるのではないか。

本論では、まだコロナ禍で始まったばかりのこうした拠点の事例だけでは、新しい企業メセナの可能性を十分に考察することは難しかった。しかし本論でとりあげた事例のみならず、日本経済をけん引する他の理系モノづくり企業にもあるであろう同様の可能性を検討する先に、日本の強みを活かす新しい企業メセナのあり方を見出せるかもしれない。こうした新しい企業メセナのあり方を検討することは、日本型の企業メセナ活動の価値を内外に示すことにもつながりうる。今回は限定的な検証となったが、継続的な考察を続け、新たな企業メセナの可能性を模索し続けたい。

参考

資生堂 S/PARK

<https://spark.shiseido.co.jp/>

パナソニックセンター東京

<https://holdings.panasonic.jp/corporate/center-tokyo.html>

一般社団法人みなとみらい 21『みなとみらい 21 街づくり基本協定』、第 10 版、2019 年。
オープンイノベーション・ベンチャー創造協議会『オープンイノベーション白書』第二版、平成 30 年 6 月。

公益財団法人日本生産性本部「イノベーションを起こす大企業実現に向けて 中間報告」、2019 年 12 月。

「1 社あたりの平均メセナ活動費総額と活動費総額合計の推移」『2021 年度メセナ活動実態調査 [報告書]』、公益社団法人企業メセナ協議会、2022 年。

胸組虎胤「STEM 教育と STEAM 教育— 歴史、定義、学問分野統合—」『鳴門教育大学研究紀要』第 34 巻、2019 年。

文部科学省初等中等教育局教育課程課「STEAM 教育等の教科等横断的な学習の推進について」