

平成29年度私立大学研究ブランディング事業計画書

1. 概要（1ページ以内）

学校法人番号	231042	学校法人名	清光学園		
大学名	岡崎女子短期大学				
主たる所在地	愛知県岡崎市				
事業名	「子ども好適空間」研究拠点整備事業				
申請タイプ	タイプA	支援期間	5年	収容定員	685人
参画組織	幼児教育学科第一部・第三部 現代ビジネス学科 地域協働推進センター 親と子どもの発達センター 研究推進センター				
審査希望分野	人文・社会系	○	理工・情報系		生物・医歯系
事業概要	<p>本学幼児教育学科で培われてきた保育、幼児教育に対する知見の蓄積と地域に対する子育て支援、現代ビジネス学科において実践しているユニバーサルデザイン、住環境デザインの教育・研究、及び産学連携事業を学内横断的に接続し、子どもが安全に活動し、子どもにとって居心地が良く夢中になれる空間を研究する「子ども好適空間研究所」を本学独自のブランドとして確立し、研究成果を地域のこども園、幼稚園、保育所、企業（ハウスメーカー、デベロッパー、工務店等）、子育て世帯等に還元する。</p>				

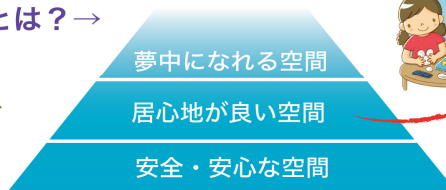
イメージ図



岡崎女子短期大学
OKAZAKI WOMEN'S JUNIOR COLLEGE

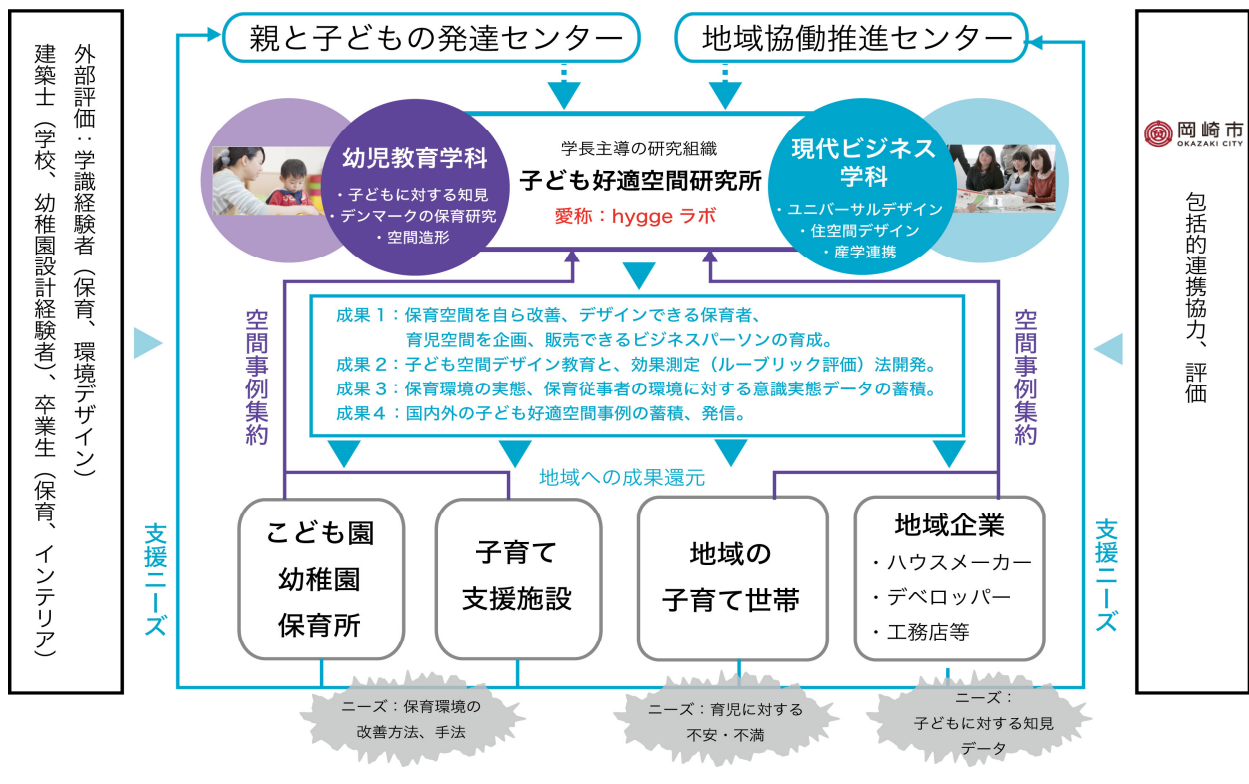
=「子ども好適空間」研究大学へ

「子ども好適空間」とは？→



それを私達は
“hygge” (ヒュゲ)
と呼びます！

※「hygge」とは世界屈指の幸福感と生活満足度の高い国、人を大切にする国であるデンマークの言葉で「居心地が良い」「快適」の意味です。



2. 事業内容（2ページ以内）

（1）事業目的

本事業は、本学の幼児教育学科の保育、教育研究と現代ビジネス学科のデザイン、産学連携研究を領域横断的に結合して「子ども好適空間研究所（愛称：hyggeラボ※）」を設立し、「子ども好適空間デザイン拠点」として研究成果を地域に還元し、短期大学のブランド価値確立を目的とするものである。 ※hyggeとは：デンマーク語で「居心地の良い」「快適な」等の意味。

【社会的ニーズ】

厚生労働省の「平成23年度人口動態統計」では子どもの死亡原因の0歳における第3位、1～19歳における第1位が「不慮の事故」である。さらにその詳細を見ると0～4歳においては交通事故や自然災害を除けば、窒息、溺死、転倒転落、中毒、火災など家庭や身近な場所で発生する事故による傷害が多い。一方で子どもが生活する住環境や、幼稚園、保育園などの保育、教育環境に、子ども特有の行動特性、心理特性を考慮した安全な環境をデザインしようとする事例は少ない。そのために子どもの事故を防ぎ、安全で安心できる環境を用意するためには、保育、教育の現場で勤務する人材と、家庭で育児に従事する家族に対する「子どものための空間デザイン」思考の浸透、普及が不可欠である。

【研究ニーズ】

1990年代後半より、日本の産業界において多様な世代、身体的特徴に配慮した製品、環境、サービスをデザインする「ユニバーサル・デザイン」の概念が浸透し、2000年代後半には特に子どもの安全・安心や、子どもの産み育てやすさに配慮した「キッズ・デザイン」の考え方も提唱されるようになった。しかし、子どもの住環境を設計、施工するハウスメーカーやデベロッパー、工務店等が子どもに関する具体的な知見やデータを保有していることは稀であり、住環境において「キッズ・デザイン」の概念に沿った安全・安心な環境デザインが実現されている事例は少ない。これは保育園、幼稚園においても特に2000年代以前に設計・施工された事例では同様であり、子どもの安全・安心を実現する環境デザインの研究と、その成果を社会に還元する取り組みが求められている。

また、日本における思春期の若者の「自己肯定感」の低さは社会問題となっているが、自己肯定感の形成と幼児期の体験との関係が指摘されていることや、音、光、色といった外的刺激の量や質の不適切さと発達障がい児の「困り感」やその場にふさわしくないと受け取られてしまう動き等との関連を指摘する研究もみられることから、子どもが生活する空間は、①安全性を確保すること、②子どもが居心地の良さを感じることが出来ること、③その居心地の良さを拠り所に安心して自己発揮ができ、夢中になって活動できること、の3条件を同時保証する空間作りについて、今後研究ニーズが高まることが予測される。

【大学の将来ビジョン】

・幼児教育学科と現代ビジネス学科の知見、経験を横断的に統合することにより「子ども好適空間デザイン拠点」としてのブランド価値を確立し、地域のこども園、幼稚園、保育所、企業、家庭に対して研究成果の還元を行い、安全・安心な保育、育児空間の実現、子どもにとって居心地が良く、夢中になって自己発揮できる空間のデザインを地域において実現する。

また、「子ども好適空間デザイン拠点」の構想に沿った学生募集、教育活動を実施し、建学の精神の中に謳われている「心身ともに健全にして、高き知性と豊かな情操をもって、国家社会の発展に貢献する、有能な女性の育成」を実現する。

（2）期待される研究成果

・「子ども好適空間研究所」を設立し、子ども好適空間デザイン研究の拠点化を図ることにより次の効果が期待される。

【子育て世帯に対する支援、連携の観点】

本学は「親と子どもの発達センター」を設置し、地域の親子に対して施設の開放日を設けるとともに、教職員が子育てに関する相談、援助を実施している。この「親と子どもの発達センター」利用者に対して、日常の育児の場面において経験した、事故に繋がりがかねない「ヒヤリ、ハット」事例をアンケート調査により収集し、子育て環境における危険をデータベース化する。データベースを元に子育てを行う住環境における危険要因のチェックリスト「子ども空間安全チェックリスト」を制作し、子育て中の親自らが主体的に育児環境デザインを意識することにより、子どもの事故減少に繋げることができる。

また幼稚園等においては各担任の教諭により、教室や園舎の空間に、子どもの月齢や季節ごとに様々な改善や工夫を加えて、子どもの主体的な活動を促す空間を実現している。この幼稚園等における空間デザインの実践例を「子ども空間研究所」に集約、アーカイブすることにより、子どものための空間の改善例を地域の子育て世帯に対して提供することができる。集約したデータは「hygge空間事例集」、「育児のための空間デザインハンドブック」、「保育のための空間デザインハンドブック」として出版し、「子ども好適空間」の実現へと繋げる。

[地域企業との産学連携の観点]

愛知県は「三大都市圏」の中では最も持ち家率が高く、トヨタ自動車を始めとする大規模な製造業関連企業が多数存在することから、人口も流出量に対して流入量が超過しており、子育て中の現役世代による住宅の新築、購入ニーズは旺盛である。本学現代ビジネス学科は「岡崎市青年経営者団体連絡協議会」等との連携協定により、岡崎市内約490社との企業と連携し、卒業生も多数が地域のハウスメーカー、デベロッパー、建設事務所等、地域に住宅を供給している企業に就職しており、これらの企業に対して「育児のための空間デザインハンドブック」を提供することにより、子どもにとって安全、安心な住環境を実現し、地域の住宅市場に供給することができる。また、保育・育児空間デザインに対して専門的な知見を持った本学の学生が地域住宅関連企業へ就職することにより、地域の住環境デザインの質向上を図ることができる。

[保育・教育現場の観点]

保育者不足が恒常化している保育現場の現状においては、人手不足と多忙さに起因する保育者のわずかな気の緩みが重篤な事故へと繋がりがかねない。本研究では本学が包括的連携協定を締結している岡崎市の市立保育所等を通じて危険事例のアンケート調査、インタビュー調査を実施し、保育現場における「ヒヤリ、ハット」事例を収集し、事故を防止するためのチェックリストを制作し、保育現場における事故減少に繋げる。

さらに本学の附属幼稚園において、幼稚園教諭に対するインタビュー調査、園舎を使用したケーススタディを実施し、教育現場として望ましい音・色・風環境を実現する環境デザインを行い、子どもの発達にとって好適な刺激を維持した空間作りの手法を明らかにする。

[保育士・幼稚園教諭養成の観点から]

研究成果の現場への反映により、こども園、幼稚園、保育所の与えられた施設という空間の中でいかに保育、教育を展開するかという意識ではなく、保育、教育空間を自ら創造し、改善していくマインドを持った保育士、幼稚園教諭を育成することにより、事故が発生しにくい安全、安心な保育・教育現場、子どもにとって居心地の良い好適な空間デザインの実現へと繋げることができる。

3. ブランディング戦略（5ページ以内）

1：大学の将来ビジョン

・学長の主導の下、幼児教育学科と現代ビジネス学科の知見、教育、地域連携の成果、実績を横断的に統合する研究拠点「子ども好適空間研究所（愛称：hyggeラボ）※」を設立し、子どもの安全確保と発達のために好ましい空間作りのデータをアーカイブし、本学ステークホルダーに研究成果を提供することにより「子ども好適空間デザイン拠点」としてのブランド価値を確立し、子どもにとって安全・安心で、居心地が良く発達に好ましい空間のデザインを地域において実現する。

※「hygge（ヒュゲ）」とはデンマーク語で「居心地が良い、快適な」の意味。

これにより保育者養成課程、およびデザイン教育を実施している短期大学の中でも「子どもの空間」を切り口とした特色のある短期大学として他の教育機関と差別化し、「子どもの空間といえば岡崎女子短期大学」と認知される短期大学を目指す。

また「子ども好適空間デザイン拠点」の構想に沿った学生募集、教育活動を実施し、建学の精神である「理性と伝統の上に立った自由と創造は教育の生命である。この精神に基づいて、本学は心身ともに健全にして、高き知性と豊かな情操をもって、国家社会の発展に貢献する、有能な女性の育成」を実現し、子どもの空間作りに対して高い意識と技術を持った保育士、幼稚園教諭とインテリアコーディネーター、住宅の企画営業職等のビジネスパーソンを育成し、地域社会の発展に貢献する。

2：ステークホルダーの検討

・本事業に関わるステークホルダーとして、「私立大学研究ブランディング事業推進委員会」における検討の結果、以下の通りとなった。

a：本学幼児教育学科第一部、第三部、現代ビジネス学科在学生

b：本学への入学を希望する受験生、および保護者

c：子育て中の地域住民

d：学生の就職先（こども園、保育園、幼稚園）

e：学生の就職先（子どもの空間形成に関わる住宅関連企業、プレイルーム、プレイゾーン形成に関するデータを求めるサービス関連企業、病医院等）

f：本学付属幼稚園

g：岡崎市内公私立保育所

h：本学卒業生（同窓会）

3：事業を通じて浸透させたい自大学のイメージ

・「子ども好適空間研究拠点」（本学在学生、本学への入学を希望する受験生、および保護者、子育て中の地域住民、学生の就職先に対してのイメージ）

・「子どもの空間を創造、改善できる人材育成」（本学在学生、本学への入学を希望する受験生、および保護者、学生の就職先に対してのイメージ）

・「hygge研究大学」（全てのステークホルダーに対してのイメージ）

4：自大学のイメージおよび認知程度に関わる把握、分析内容

・年間6回開催されている「オープンキャンパス」参加者からのアンケート調査、高大連携授業に参加している高校生に対するアンケート調査、本学入学者に対する入学直後のアンケート調査、自治体に対するヒアリング調査、付属幼稚園に対するヒアリング調査の結果を集計し、本学のイメージ及び認知程度を以下の通り分析した。

・本学は「幼児教育学科」「現代ビジネス学科」ともに地域での就職に強い短期大学として認知されている。

・入学者は本学周辺に居住するものが圧倒的に多く、通いやすく、自身の学びたい内容がある短期大学として受験生から選択されている。

・一方で、「本学でどんな研究がなされているか」「本学での特色ある授業は何か」といった大学の特色に対する受験生からの認知度は低い。

・自治体からの本学に対する認知度としては、近隣に存在し、保育、ビジネスに関して相談しやすい地域の大学、という認知であり、詳しい研究内容に対する認知まではなされていない。

・付属幼稚園からの認知としては、特に現代ビジネス学科における教育、研究活動は認知されておらず、現代ビジネス学科の知見を求めて大学に支援を要請するといったニーズは薄い。

・学生が就職している地域の企業からは、卒業生の積極性、柔軟さ、といった能力を評価されているが、本学で行われている研究や教育の詳しい内容までは認知されていない。

以上の調査結果から、進路に強く、地域にとって身近な大学、というだけではなく、短期大学全体が目指しているビジョン、本学の幼児教育学科、現代ビジネス学科の他の短期大学とは異なる特色の明確化、研究成果、について総合的に集約、管理し、対外的に発信していくブランディング体制の推進が急務であることを確認した。

5：分析内容を踏まえた情報発信手段・内容の検討内容

本学ステークホルダーと本学との接点（タッチポイント）となるメディアを検討し、a～kにまとめた。

a:webサイト（ホームページ）

b:公式SNSアカウント

c:大学パンフレット

d:学園報

e:教育後援会会報

f:同窓会報

g:研究紀要

h:地域協働推進センター報

i:オープンキャンパス、公開講座、

j:「幼児教育祭」

k:電柱、駅貼り広告等

この内、特にステークホルダーとの接触が多いメディアとして、大学webサイト、公式SNSアカウント、大学パンフレット上で「子ども好適空間研究拠点」「子ども好適空間研究所」を積極的に発信することを決定した。

6：具体的工程

<大学の将来ビジョン告知と点検サイクル>

工程1：「私立大学研究ブランディング事業実行委員会」によりブランディング事業のアウトラインを策定する。

工程2：「私立大学研究ブランディング事業実行委員会」により「子ども好適空間研究拠点」構想を学内に告知する。

工程3：「子ども好適空間研究拠点」構想に基づき、学長主導の研究推進組織「子ども好適空間研究所」を設立する。

工程4：学長・副学長・学長戦略企画室長・大学事務局長で構成する「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」を設置する。

工程5：「子ども好適空間研究所」の活動が建学の精神を具現化する大学の将来ビジョンへと繋がっているかを、「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」が自己点検、評価を実施する。評価活動は主に以下の項目を対象に行う。

- ・大学本部が中心となり、建学の精神を踏まえて大学の将来ビジョンを設定しているか。
- ・本事業の独自色の内容を将来ビジョンの実現に向けて位置付けているか。
- ・将来ビジョン、及び独自色を学内に周知しているか。
- ・学生募集や卒業生の進路への影響、研究成果の寄与等の本事業で想定する効果を踏まえ、本事業のステークホルダーを検討しているか。
- ・事業を通じて浸透させたい本学のイメージを整理したか。
- ・アンケート調査や意見聴取、既存データの分析により、現状の本学のイメージ及び認知度を把握・分析したか。

・上記の分析内容を踏まえ、効果的な情報発信手段・内容を検討したか。

・ブランディング戦略の工程と工程ごとの成果指標及び達成目標を策定したか。

工程6：評価結果を元に次年度の「子ども好適空間研究所」の年間活動方針を決定し、将来ビジョン「子ども好適空間研究拠点」構想実現へのサイクルを実施する。

<ステークホルダーへの情報発信、自大学イメージの浸透計画>

：「子ども好適空間研究所」紹介リーフレットを制作し、本学在学生全員に配布する。受験生、保護者に対して初年度は大学パンフレットに紹介リーフレットを添付して告知に努め、2年目以降は大学パンフレット内に「子ども好適空間研究所」の紹介と「子ども好適空間研究大学」の文言を付与する。子育て中の地域住民に対しては「親と子どもの発達センター」及び、岡崎市の子育て支援施設を通じて「子ども好適空間研究所」の紹介リーフレットを配布する。学生の就職先となるこども園、幼稚園、保育所、企業等には、毎年求人依頼の資料を送付しているが、併せて「子ども好適空間研究所」の紹介リーフレットを送付して認知度向上に努める。本学附属幼稚園には「附属幼稚園連絡協議会」を通じて大学の将来ビジョンと「子ども好適空間研究拠点」構想を説明し、認知度向上に努めるとともに研究への協力を依頼する。本学卒業生に対しては同窓会報を通じて「子ども好適空間研究所」設立を周知する。

全てのステークホルダーにとって最も使用頻度の高いメディアと考えられるインターネット上での発信としては、大学webサイト上に大学名とともに「子どもの空間研究大学」のサブコピーを追加し、研究イメージの浸透に努める。また大学webサイト上に事業初年度に「子ども好適空間研究所」の特設ページを設置し、2年目からは大学の特色説明の中にも「子ども好適空間研究所」の説明を盛り込むよう、webサイトの全面リニューアルを実施する。

本学受験生にとって主要なタッチポイントとなるSNS上での発信としては、本学公式Twitterアカウントに「子ども好適空間研究拠点」のサブコピーを付与し、イメージ拡散に努める。また「子ども好適空間研究所」活動状況について、「#子ども好適空間研究所」「#hyggeラボ」のハッシュタグを付して随時発信し、情報の拡散と認知度の向上を図る。

<自大学イメージ認知程度把握、分析の深化>

オープンキャンパス参加者に対して実施しているアンケートを拡充し、「本学の特色として知っているものを記述してください。」「子ども好適空間研究所を知っていますか。」といったブランド認知度の変化を観測できる項目を作り、認知度の変化を観測する。

また外部評価委員である自治体、ステークホルダーである付属幼稚園に対するヒアリング調査を毎年継続実施し、本学の研究ブランド認知度向上の度合いを確認する。

<情報発信手段の再検討、発信手段の改善について>

「Google Analytics」を活用したwebサイトページビュー数、訪問者数、訪問者のサイト内巡回動向の解析、本学イメージ認知度に対するアンケート、インタビュー結果を踏まえて、webサイトの改良、リーフレット配布数、配布対象の再検討を毎年実施する。

7：工程毎の成果指標と達成目標

<大学の将来ビジョン告知と点検サイクル>

成果指標：大学の将来ビジョンについて把握しているか、「子ども空間研究所」の趣旨を理解しているか、のアンケート調査を年度毎に全教職員について実施する。

達成目標：事業実施3年目までに全教職員が大学の将来ビジョン、「子ども空間研究所」の趣旨について正確に理解している。

<ステークホルダーへの情報発信、自大学イメージの浸透計画>

成果指標：本学在学生、「親と子どもの発達センター」利用者、地域から抽出したこども園、幼稚園、保育所、企業に対して「子ども空間研究所」の名称を知っているか、活動内容を知っているか、について事業実施3年目、5年目にアンケート調査を実施する。

またwebサイト中のトップページ、「子ども好適空間研究所」紹介ページビュー数解析、Twitterフォロワー数の増減解析を年度毎に実施する。

達成目標：・アンケート調査=3年目に50%の認知度、5年目に80%の認知度を目標とする。

・webサイトビュー数=年毎に本学webサイトトップページビュー数20%向上、「子ども好適空間研究所」特設紹介ページビュー数年間15,000件、ページ別訪問者数10,000件を目標とする。

<その他成果指標と達成目標>

成果指標：「子ども好適空間研究所」としての共同プロジェクト研究受託件数

達成目標：合計7件の受託を目標とする。

成果指標：本学受験者数

達成目標：事業実施前と比較し10%の向上を目標とする。

成果指標：研究、発信を通じた累計交流者数

達成目標：調査、研究の協力、交流者数述べ1,700名

4. 事業実施体制（2ページ以内）

[学内の推進体制]

本事業を推進するために、学長、学部長、学科長により構成する私立大学研究ブランディング事業推進委員会」を設置する。

「私立大学研究ブランディング事業推進委員会」により「子ども好適空間研究拠点」構想を学内に告知し、構想に基づき、学長主導の研究推進組織「子ども好適空間研究所」を設立する。

「子ども好適空間研究所」は「幼児教育学科」「現代ビジネス学科」「親と子どもの発達センター」「地域協働推進センター」「研究推進センター」の代表者とその他学長が指名した者により、本事業の実行に当たる。

本事業の自己点検、評価のために学長・副学長・学長戦略企画室長・大学事務局長で構成する「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」を設置する。

「子ども好適空間研究所」の活動が建学の精神を具現化する大学の将来ビジョンへと繋がっているかを「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」により評価を実施する。

外部評価に関しては以下の外部評価委員を置く。

[外部評価体制：外部評価委員]

- ・学識経験者（環境デザイン分野）
- ・学識経験者（保育分野）
- ・地域の建築士（学校、幼稚園設計経験者）
- ・卒業生（保育士）
- ・卒業生（インテリアコーディネーター）

また、研究活動を遂行するために以下の連携協力者との協働の元で研究を遂行する。

[連携協力者：幼稚園]

- ・岡崎女子短期大学附属嫩幼稚園
- ・岡崎女子短期大学附属第一早蕨幼稚園
- ・岡崎女子短期大学附属第二早蕨幼稚園

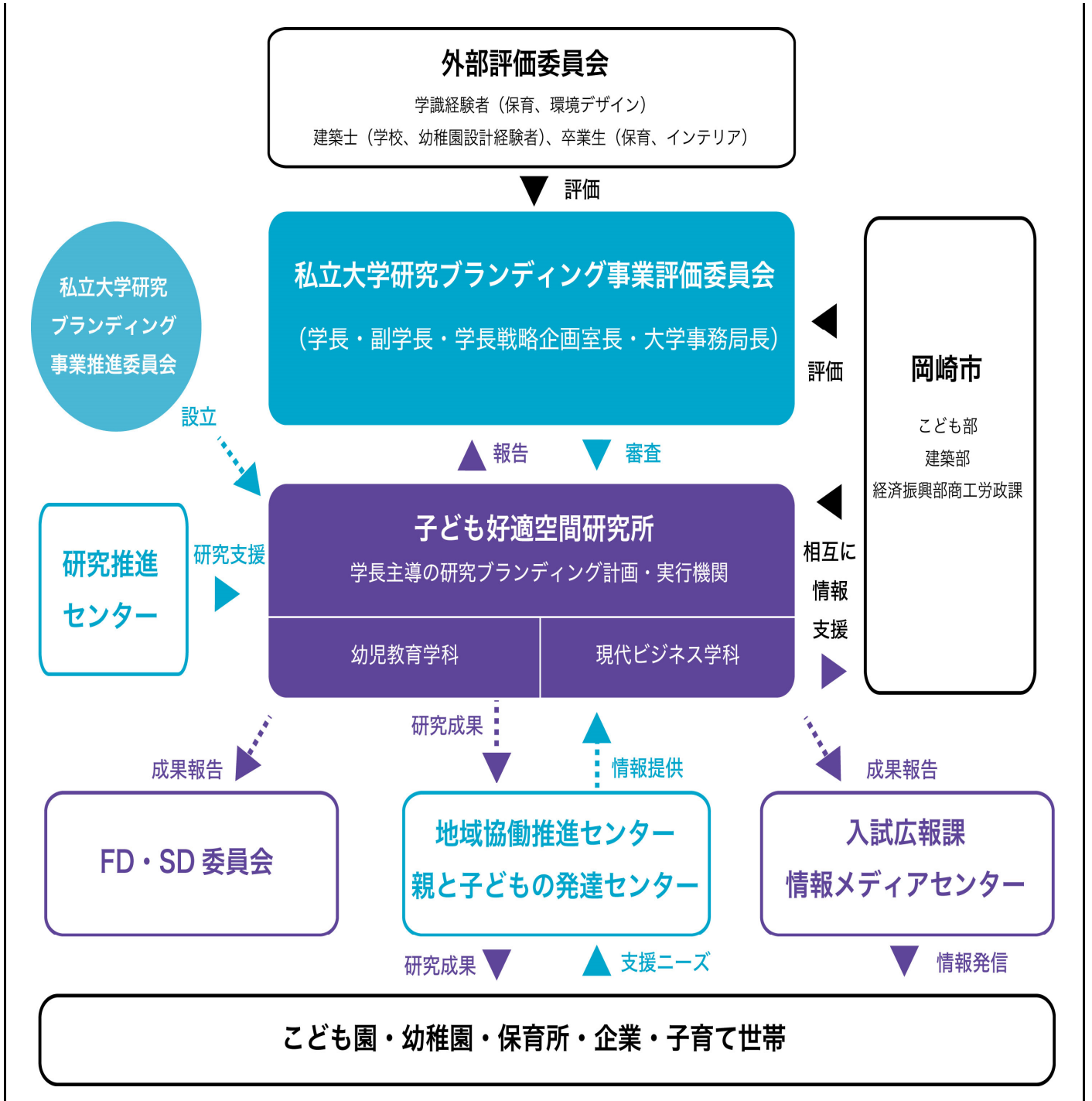
[連携協力者：地域子育て世帯]

- ・岡崎女子短期大学「親と子どもの発達センター」利用者

包括的連携協定を結んでいる岡崎市とは、相互での助言、支援、評価活動を実施し、地域の施策展開へと研究成果を結びつける。

[包括的連携協力]

- ・岡崎市こども部
- ・岡崎市建築部
- ・岡崎市経済振興部商工労政課



5. 年次計画（3ページ以内）

平成29年度	
目 標	<p>「子ども好適空間研究拠点」実現に向けた研究体制の整備、データ収集の開始</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「私立大学研究ブランディング事業推進委員会」により「子ども好適空間研究所」を発足し、学長のリーダーシップの下、研究所機能を運営できる体制整備を実施する。また地域こども園、幼稚園、保育所、企業、子育て世帯に対して、研究に対するニーズ調査と、モデルケースとなる空間事例の調査を実施し、研究推進のための質的、量的データ収集を開始する。 <p>地域空間モデルケース取材 10件 企業からのニーズ調査 5件 子育て世帯からのニーズ調査 15件 交流者数 100名</p>
実 施 計 画	<ul style="list-style-type: none"> ・「子ども好適空間研究所」設立準備（10～12月）：「私立大学研究ブランディング事業推進委員会」により構成メンバーを選定し、配置する。 ・「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」設立（10月） ・「子ども好適空間研究拠点」広報発信のためのプロジェクト会議開催（10月～3月に3回の開催） <p>：事業広報として特設webサイト、およびリーフレットコンテンツの検討、作成。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外部評価委員会設立（12月） <p>：本事業を外部から評価する機関として、学識経験者（環境デザイン、保育関係）、地域企業（建築設計）、卒業生（保育、インテリア関係）及び包括的連携協定を結んでいる岡崎市が参画する外部評価委員会を設立する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関連文献調査、収集（12～2月） ・地域こども園、幼稚園、保育所に対する「冬仕様」モデルケース空間事例の調査（2～3月） ・評価委員会の開催（3月）
平成30年度	
目 標	<p>「子ども好適空間」創出に向けた研究プロジェクト、外部発信の本格始動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「子ども好適空間研究所」はこども園、幼稚園、保育所、子育て世帯に対するアンケート調査、インタビュー調査により「ヒヤリ、ハット」事例の収集を行い、データベース化する。また空間事例の調査として前年度に引き続き地域のモデルケースとなる空間事例の調査を季節別に継続するとともに、デンマークの保育環境の調査を企画、実施し、地域の空間との比較検証を実施する。 <p>デンマーク調査結果の報告として、調査報告シンポジウムを開催し、「hygge空間事例集」の作成を開始する。「子ども好適空間デザイン教育」の内容検討、教授法開発、並びに事例研究により情報収集に努める。</p> <p>入試広報課、情報メディアセンターは「子ども好適空間研究所」の活動を盛り込んだwebサイトの全面リニューアルに向けてページビューの解析、デザインの検討を実施する。</p> <p>地域空間モデルケース取材 10件 デンマークモデルケース取材 5件 アンケート取材対象 100件 デンマーク保育環境調査報告シンポジウム来場者 150名 累計交流者数 400名</p>
実 施 計 画	<ul style="list-style-type: none"> ・「ヒヤリ、ハット」事例調査アンケート項目検討、アンケート作成（4月） ・「ヒヤリ、ハット」事例調査アンケート実施、分析（5月～11月） ・広報発信用特設webサイト公開、リーフレット配布開始（5月） ・地域こども園、幼稚園、保育所に対する「夏仕様」モデルケース空間事例の調査（8月） ・デンマーク保育環境調査（9月） ・デンマーク保育環境調査報告シンポジウム開催（12月） ・hygge空間事例集作成（1～3月） ・webサイト全面リニューアルのためのページビュー解析、新デザイン検討（1～3月） ・FD・SD研修における学内向け「子ども好適空間研究所」活動報告（2月） ・評価委員会開催（3月）

平成31年度	
目標	<p>「子ども好適空間」創出に向けた研究プロジェクト、外部発信の拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> ・前年度収集、分析した「ヒヤリ、ハット」事例を元に、「子ども空間安全チェックリスト」を作成、発表、配布する。また収集した国内外のモデルケース空間事例をまとめた「hygge空間事例集」を発行する。「子ども好適空間研究所」は「子ども好適空間デザイン教育」の実施に向けて、資料収集、カリキュラム作成、ルーブリック評価法の研究を行う。12月には「第1回子ども好適空間フォーラム」を開催し、中間評価として3カ年の事業内容の進捗状況を公開する。 地域空間モデルケース取材20件 子ども好適空間フォーラム来場者 200名 累計交流者数 750名
実施計画	<ul style="list-style-type: none"> ・「子ども空間安全チェックリスト」の発行、配布（4月） ・webサイト全面リニューアルの実施（5月） ・地域こども園、幼稚園、保育所、住宅に対する「春仕様」モデルケース空間事例の調査（5月） ・授業：「子ども好適空間デザイン教育論（仮称）」資料収集、カリキュラム内容検討（5月～10月） ・地域こども園、幼稚園、保育所、住宅に対する「秋仕様」モデルケース空間事例の調査（9月） ・「hygge空間事例集」の発行（11月） ・FD・SD研修における学内向け「子ども好適空間研究所」活動報告（2月） ・「第1回子ども好適空間フォーラム」開催（3月）デンマークから研究者を招聘し、子ども好適空間研究所、外部評価委員とともに講演、パネルディスカッションを開催、中間評価として事業経過を報告する。 ・評価委員会開催（3月）
平成32年度	
目標	<p>「子ども好適空間」研究の成熟</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」は中間評価を受けた組織、外部発信体制の見直しを実施する。 子ども好適空間教育の成果として「子ども空間デザイン論（仮称）」の授業を幼児教育学科、現代ビジネス学科の学生に開講し、授業の効果測定を進め、内容を学会等にて報告する。また前年度までに発行した「子ども空間安全チェックリスト」、「hygge空間事例集」の配布を通じて地域こども園、幼稚園、保育所、企業、子育て世帯からの研究受託を進める。 また5年間の研究成果を取りまとめた「子ども好適空間ケーススタディルーム」のデザインを開始し、「保育現場のための空間デザインハンドブック」「育児のための空間デザインハンドブック」発行に向けた調査、資料収集、分析を実施する。 研究プロジェクト受託件数5件 空間相談件数20件 学会発表3件 地域空間事例調査20件 累計交流者数 950名
実施計画	<ul style="list-style-type: none"> ・「子ども空間デザイン論（仮称）」授業の実施（4～2月） ・「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」は中間評価を受けた組織、外部発信体制の見直しを実施（5月） ・webサイトにおける中間評価、「子ども好適空間フォーラム」の情報発信（5月） ・「子ども好適空間ケーススタディルーム」のデザイン（8～12月） ・「保育現場のための空間デザインハンドブック」「育児のための空間デザインハンドブック」調査、分析（9～3月） ・授業：「子ども空間デザイン論（仮称）」学会報告（9～12月） ・「子ども好適空間ケーススタディルーム」施工業者選定（1月） ・FD・SD研修における学内向け「子ども好適空間研究所」活動報告（2月） ・評価委員会開催（3月）

平成33年度	
目 標	<p>最終報告、評価と事業後の展開に向けた点検</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「保育現場のための空間デザインハンドブック」「育児のための空間デザインハンドブック」の発行、「子ども好適空間ケーススタディルーム」を建設し、「第2回子ども好適空間フォーラム」を実施して事業全体の成果発表、発信を行う。 ・「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」は5年間の成果報告書を作成し、次年度以降のブランディングの方向性を策定する。 <p>研究プロジェクト受託件数 5件 空間相談件数 30件 ケーススタディルーム来場者 400名 第2回子ども好適空間フォーラム来場者 300名 累計交流者数 1,700名</p>
実 施 計 画	<ul style="list-style-type: none"> ・「子ども空間デザイン論（仮称）」授業の実施（4～2月） ・「保育現場のための空間デザインハンドブック」「育児のための空間デザインハンドブック」作成（4～9月） ・「子ども好適空間ケーススタディルーム」施工（7～9月） ・「保育現場のための空間デザインハンドブック」「育児のための空間デザインハンドブック」発行（10月） ・「第2回子ども好適空間フォーラム」開催（2月） ・FD・SD研修における学内向け「子ども好適空間研究所」活動報告（2月） ・評価委員会開催（3月） ・「私立大学研究ブランディング事業評価委員会」総括（3月）