

文部科学省 私立大学研究ブランディング事業

# 高度なロジスティクス実現に向けての 研究拠点形成と人材育成

## —ロジスティクス・イノベーション・プロジェクト— 最終報告 (2018~2020年度)

Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology  
「Private University Research Branding Project」  
Logistics Innovation project  
Final Report

### ●事業成果

・本学は、「流通経済一般に関する研究と教育を振興する」という建学の精神のもと、発展してきた。さらに、日本で唯一といえるロジスティクスを柱とした学部を持ち、これまでも、物流、ロジスティクス研究の発展、日本の物流政策の発展、物流人材の育成の中核として寄与し、「物流、ロジスティクスは流通経済大学」という一定の評価を得てきた。本事業では、これをさらに推し進め、高度なロジスティクスの基盤となる、研究拠点、人材育成拠点の形成を図っていくことを目指した。本事業では、経済、産業、生活に欠かせないロジスティクスの重要性を、様々な形で広く社会に発信した。事業期間中においても、ロジスティクスに関する各種メディアからの問い合わせが増えるなど、着実に社会での認知度は高まっている。最終的に、ロジスティクスの位置づけを高めることを目指しており、今後も引き続き貢献したいと考える。同時に本事業では、超スマート社会に欠かせな

い、ロジスティクス・イノベーションを、企業、業界団体、政府等とともに、けん引し、「ロジスティクスの未来をつくる大学」として、ブランドを確立することを目指した。研究成果については、研究報告書「物流問題研究」等に適宜発表しているが、今後さらに深化させていくことが求められる。

・事業全体をPDCAサイクルでマネジメントする体制の確立

本事業は、学長が招集する本学の教学に係る最高審議機関である「大学協議会」が中心となり、全学の研究活動方針等を扱う学術研究委員会の下において本事業の研究活動をマネジメントする「ロジスティクス・イノベーション推進センター」と、将来の大学の在り方を広範に検討する将来検討委員会の下において本事業のブランディング活動をマネジメントする「ブランディング推進専門部会」の3つの組織が連動し、PDCAサイクルでマネジメントしてきた。このような、大学全体で、大きな事業をけん引する体制を確立できたことは、今後、大学が各種事業を展開するための基盤とし

て重要な意味がある。

- ・本事業は、1. 社会システムとロジスティクスに関する研究拠点、2. 地域とロジスティクスに関する研究拠点、3. 高度なロジスティクス人材の育成拠点の形成を図ることを目指したものである。

1. 社会システムとロジスティクスに関する研究拠点においては、3つのテーマを掲げた。

1つ目は、ロジスティクスの高度化である。近年のIoT、AI、ロボットなどの進展は、ロジスティクスに大きな変革をもたらすことが予想される。物流現場レベルの変革だけではなく、物流産業が従来の労働集約型から装置産業に転換するほか、物流技術、情報技術を駆使したプラットフォーム型に転換していくことが予想される。また、サプライチェーンから見ても、生産、販売とロジスティクスが統合、融合し、生産方式が変化する一方で、より付加価値を高めるバリューチェーンへの転換が予想される。本検討では、IoT、AI、ロボットなどの進展がロジスティクスにどのような変革をもたらすか、さらにロジスティクス変革が経済、産業全体に与える影響など、中長期的なロジスティクス・イノベーションを検討した。検討に関連して、外部の企業関係者の委員も含めたWGを設置した。さらに、2020年10月に座談会を開催し、広くオンラインで発信したほか、「IT、AI、IoT活用で変わる物流」を特集テーマとした研究報告書「物流問題研究No.68」を発行、適宜研究論文を発表した。また、「ロジステ

イクス×社会システム研究会」を定期的で開催し、オンデマンドで配信、2021年度以降も継続している。ロジスティクス分野に限らず、様々な分野の講師を招き、今後の社会システム変革の動向について議論しながら、中長期的なロジスティクス改革の方向性、ロジスティクス・イノベーションのロードマップ作成に向けた研究拠点として機能している。

2つ目は、社会、生活を支えるロジスティクスである。特に、災害対応を中心に検討し、リダンダンシーのあるロジスティクスシステム構築に向けての、問題点、課題の抽出、今後の対応のあり方について検討した。公共だけ、あるいは企業単独での対応が難しく、官民連携、企業間連携による取り組みについて検討し、提言した。2021年3月に、特別シンポジウムを開催し、広くオンラインで発信したほか、「災害発生時、物流はどのように対応するか」を特集テーマとした研究報告書「物流問題研究No.70」を発行、適宜研究論文を発表した。

3つ目は、新たな分野でのロジスティクス展開である。その一貫として、スポーツ分野のロジスティクスについて検討した。例えばオリンピック運営開催においてもロジスティクス管理が欠かせない。現状では、スポーツ・ロジスティクスという概念はないが、両者のかかわりを整理し、スポーツの付加価値向上に資するロジスティクスシステムについて検討した。本テーマに関連して、2019年2月に「スポーツとロジスティクス」、2020年2月に「東京2020大会の

ロジスティクスとレガシー」のシンポジウムを開催した。ただし、2020年は新型コロナの影響で中止した。また、東京2020大会開催時の物流対応について、物流事業者、荷主企業に対してアンケート調査を実施し、東京2020大会開催時の物流対応を確認すると同時に、大会開催を契機とした物流改革が、レガシーとなるかについて分析した。東京2020大会に向けて、河川交通を利用した大会物流の可能性を検討するべく、実証実験を実施した。

もう1つ検討したテーマは、新型コロナウイルス感染拡大が、物流に与えた影響である。ネット通販の拡大などの物流需要の変化と同時に、非接触物流など新しい物流システムが求められている。「新型コロナウイルスが物流を変える」というテーマで、座談会を開催し、オンデマンドで配信した。「新型コロナウイルスが物流を変える」を特集テーマとした研究報告書「物流問題研究No.69」を発行した。さらに「新型コロナウイルスが家電の生産・物流・消費に与えた影響」として大学ホームページに連載。2021年2月12日発行の日経新聞「経済教室」において、「コロナ下の物流危機」として一部内容を掲載した。

2. 地域とロジスティクスに関する研究拠点においては、地域活性化とロジスティクス、地域生活を支えるロジスティクスを検討した。地方創生がいわれるなか、地域経済、産業を支えるロジスティクスの重要性は欠かせない。本事業では、特に農産品流通、物流に着目し、今後のあり方につい

て検討した。その成果は、研究論文として発表したほか、農産品流通企業と連携して継続的に検討を進めている。同時に、地域と企業活動の共生を目指すため、ロジスティクス分野でのCSV（Creating Shared Value）の展開も含めて検討した。

人口減少、過疎化が進展するなか、買い物弱者等の問題に対応したラストワンマイルに関連するロジスティクスの重要性が指摘されている。過疎地を中心として、集配密度が低下するなか、物流サービスを今後も持続できるかが課題となっている。宅配便だけでなく、店舗からの宅配、農産物の集荷、見守りサービスなどを総合的に展開していくことが重要であり、さらにトラックだけでなく、バス、タクシーなども含めた、地域の生活を支える持続的なロジスティクスシステム構築を検討した。今後、具体的なプロジェクトに展開していく予定である。

3. 高度なロジスティクス人材育成拠点においては、下記のテーマを検討した。

1つ目は、産学連携プログラムによる学生の育成である。2008年度以降、本学では産学連携プログラムを展開しており、現在企業講師（89名）による実践講座7科目、企業訪問による講座を開講しており、受講生からも高い評価を得ている。2018年度から、IoT、AI、ロボットなどの進展という視点からの「IoTロジスティクス実践講座」、地域におけるロジスティクスという視点からの「地域ロジスティクス実践講座」を新たに開講した。また、産学連携による

ケースメソッド型の新たな科目「プロジェクト学習－ロジスティクス」を2020年度から開講した。「千葉県産品を輸出する」というテーマのもと、商品の設定、輸出先、物流関連の留意点、市場ルートの展開等について、グループワークで学生が具体的に検討するというものである。授業実施に当たってはJETROと連携し、進めた。

2つ目は、小学生、中学生、高校生への広報、啓発である。社会全体でのロジスティクスの重要性に対する認識は、以前より高まっているものの、小学生、中学生、高校生などのロジスティクスに関する認知度、興味はまだ低いのが現状である。ロジスティクス、情報、マーケティング等の広いテーマについて、高校生が興味を持つように10分程度の動画にまとめ、大学のホームページを通じて配信を開始した。小学生に物流、ロジスティクスをわかりやすく説明し、興味を持ってもらうため、「暮らしと社会を支える物流」というテーマで編集し、小学生向け雑誌に掲載した。

- ・ブランディング戦略の事業成果として、本研究ブランディング事業を紹介するリーフレット（フライヤー）の配布、各種メディアによる物流業界や地域における事業の認知度アップに努め、一定の効果が出たと考える。本研究ブランディング事業の専用ホームページ「Logistics Innovation Project」を運用し、さらにSNSも活用して本事業の事業内容等の情報発信をした。毎年春に、業界団体の協賛を得て、特別シンポジウムを開催しており、毎回約300名

の参加者があり、評価を得ている。研究報告書「物流問題研究」を冊子体で発行し、またWebでも公開した。「IT、AI、IoT活用で変わる物流」「新型コロナウイルスが物流を変える」「災害発生時、物流はどのように対応するか」という時宜を得た特集テーマであり、高い評価を得ている。テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネット等の各種メディアにおいて、本研究ブランディング事業メンバーの物流、ロジスティクスに関する研究内容、コメントが多数取り上げられた。特に、新型コロナウイルス感染拡大のなか、物流の重要性について、社会における認識の高まりに貢献したと考えられる。本研究ブランディング事業の中核となる流通情報学部の2021年度入試の志願者数が増加した。リクルートの進学ブランド力調査においても、本学の高校生からみた興味度、志願度のランキングは上昇傾向にある。「自分の興味や可能性を広げられる」「教育方針・カリキュラムが魅力的である、深く学べる」「専門分野を深く学べる」「教育内容のレベルが高い」といった項目のランキングが上昇している。

## ●今後の事業成果の活用・展開

- ・研究拠点形成については、研究体制を構築し、研究成果を発信してきたところであるが、今後は、研究体制のさらなる拡充、充実を図り、永続的な機関として発展させていく。研究会を継続し、社会システムとロジスティクスに関する検討、中長期的な口

ジスティクス・イノベーションのロードマップについての検討をより深化させていく。地域とロジスティクスに関する検討については、過疎地における持続的な物流サービス提供、農産品物流を中心に、今後は具体的なプロジェクト展開を図る。業界団体、企業との連携体制についてはこれまでも積極的に推進してきたが、今後、さらに企業等との研究連携体制を中心に強化していく。

- ・ 高度なロジスティクス人材の育成については、産学連携プログラムを引き続き実施すると同時に、時代の要請に応える新たな科目の設置などの取り組みを展開していく。産学連携によるケースメソッド型の科目である「プロジェクト学習」をさらに拡充する。小学生向け教育材料については、小中学校等との連携を図りながら、内容を充実させ、今後の更なる展開を図っていく。
- ・ 流通経済大学は、本事業で得られた成果を活用し、「ロジスティクスの未来をつくる大学」として、ブランドを確立するために、研究拠点形成、人材育成を今後も継続していく。