

「地域文化の活性化と魅力再発見を目指した連携プロジェクトの可能性」 社会貢献と自己実現に向けた実践学習の取り組み

関口 英里 [同志社女子大学]

キーワード：実践的教育、地域文化振興、模擬的商業体験

1. はじめに

今日の大学が果たすべき役割のひとつは、地域社会と積極的に関わり、共通の目標のもとに幅広く外部機関や市民の方々と連携することだと考える。経済的な豊かさを超え、文化的な発展を中心とする本質的な意味でわれわれの生活をより豊かなものにするためには、利便性追求や技術進歩だけでなく、歴史や自然、イベントや観光資源など、地域特性に基づく魅力と関連産業を活用した文化振興が不可欠であろう。とくに現代社会においては、当然ながらデジタル技術やメディアを駆使することも必要になってくる。時代の潮流に沿った課題に即応していくために、さまざまな状況と問題にフレキシブルに取り組むことができる即戦力となり、とくに地域社会貢献できる知識と技術、広範な視野を持った人材を育成することも、大学の重要な責務であるといえる。そこで今回の発表においては、筆者が消費文化の仕掛け作りを目指して独自に取り組んできた、産官学の連携に基づく教育の実践事例とその成果について紹介したい。

2. 実践的な学びの実践：消費文化の仕掛けづくりを目指して

発表者担当の同志社女子大学 学芸学部 情報メディア学科 プロデュース関連科目である「e コマース研究 I、II」（春・秋学期各週 1 回 2 クラス開講、学科所属の 2 年次生以上限定、1 クラス約 25 人）では、2003 年度以来、多彩な提携先と単年度完結の産学連携プロジェクトを継続している。この授業の特徴は、実社会でのリアルな活動と、オンライン上での仮想的な学びのシステムを組み合わせながら、効果的に学びを深めるという新たな形の授業構成と活動に求められる。学生たちが立ち上げる模擬会社活動を基盤として、社会でのビジネス学習を実践に行う点が独自性となっている。ネットワークや SNS を利用したバーチャルなオンライン上での活動は、仮想企業活動を基盤とする会員制体験型オンライン学習ネットワークである「ユース・エンタプライズ (Youth Enterprise、以降 YE と表記)」に基盤を置いている。

NPO 法人アントレプレナーシップ開発センターが運営するこのプログラムは、2000 年から 13 年間に亘り提供され、本科目でも開講時より参加してきたビジネスのシミュレーション「バーチャル・カンパニー (Virtual Company、以降 VC と表記)」プログラムを発展的に継承した新しい学びのシステムである。VC は優秀な産学連携の職業教育に授与される Global Best Award (International Education Business Partnership Network 主催) において、2010 年に将来戦力の能力開発部門で特別賞を受賞した実績をもつ。YE はオンラインコミュニティ環境の変化や、VC 参加者の活動が地域社会への貢献を高めている現状に応じて開発されたものである。われわれが授業で取り組む課題解決プロジェクトや会

社運営のPRや情報発信を簡便かつ安全に行える貴重な場である。また、活動の進捗記録や管理、専門家の客観的評価が得られる上でも有益と考えて参加を決定した。本科目が目指すより良い社会づくりに参画できる人材を輩出するために、革新的な方法で問題解決し、クリエイティブな活動を行う素養を高める実践や訓練の機会を与えることも大学の不可欠な責務である。そのためにも、活動の目標やゴール設定を明確にしつつ受講者が主体的に活動し、プロジェクト成果を可視化することが可能なほか、オフラインでの発表、交流、評価というインタラクションが行えるのもメリットである。

このプログラムを利用した今年度授業実践方法としては、受講生が数人単位で模擬的に企業を立ち上げ、ビジネスを自律的かつ体験的に学ぶことが基本となる。いっぽう、リアルな活動の基盤は、実存企業や店舗、行政機関や公共団体等との連携に基づくプロジェクトの実施となる。活動の目標と授業の特色は、技術や理論から電子商取引を理解することのみならず、消費者目線を重視しつつ提供者側の立場から商業活動を模擬体験し「消費文化の仕掛け」を学ぶことである。商品やサービス、情報の発信者として、立体的にeコマースや消費社会の構造を捉えることを目指している。教室内での理論学習、PC上の知識獲得といった受動的な学びのみでは、複雑化する消費社会のリアルな課題を能動的に解決する能力は獲得できない。「実効力」のある学びを受講者各自の社会的な「実行力」に発展させるには、学習者が身近な問題に気づき、文化の多様な可能性を見極めた上で、まずは大学での学びの基盤となっている地域社会と積極的に関わりながら、いかに貢献できるかについて考察し、行動すること自体が大きな学びになるのである。

3. プロジェクト運営上の留意点と方法論：地域に貢献するプロジェクトのために

リアルとバーチャルを融合させた本科目での学びの第一歩は、上述の通り地域社会の課題やニーズを発見することである。受講者はさらに地域の歴史や文化特性を学び、問題解決に繋がる具体的な仮想ビジネス企画を考案することになる。商品開発・製造・販売からイベント実施など、いかなる企画であれ、各チームの設定したアイデアや目標を形にし、社会に送り出してメリットを生み出すためには、学生だけでは実行が難しい要素を補い、ご指導・ご支援頂ける実存企業や団体、あるいは個人事業主様などの存在が不可欠である。したがって、最も望ましい連携先を自分たちで探し出してご協力を仰ぎ、ご賛同頂いた目標達成に向けて討議や作業を重ねることが、実質的に活動の中心要素となる。企画の必然性や有用性を自ら確認しながらプロジェクトを運営し、その成果を社会に還元することが最大の目的であるとはいえ、最終的にその効果を検証すること、外部評価を受けて自己の社会的役割を認識することも欠かせない。紆余曲折と試行錯誤を経て企画が具現化し、最終目標に到達した際の達成感、学習者にとって貴重な財産となり、自身のキャリアプラン構築にも繋がっていく体験となる。

こうした方法論に基づいて、この数年間はクラス全体の共通テーマを「地域文化・産業の魅力再発見と活性化」に置いて活動している。これに沿って、仮想企業ごとに個別のアイテムや商材、課題とその解決方法を独自に検討し、自律的な企業活動を実践中である。その活動成果を具体的な形にした上で、YE プログラム加盟校の全国大会である「トレードフェア」（毎年11月に京都で開催）で発表し、各界の専門家である審査員から客観的に

活動を審査され、高評価を得て何らかの賞を獲得することが大きな目標であり、モチベーションを高める起爆剤になっている。立案から計画実現まで学生主体で地元連携先と共同作業を行い、自主活動によって計画的に企画を実現するにあたり、指導者はサポーターの役割に徹することとなる。学生が円滑に企画実行できるよう、連携先との調整や各チームへの支援を行い、一方的な指示で学生の能動的で自由な発想を妨げないよう留意している。

4. 実践事例と活動成果：社会貢献と自己実現をもたらすコラボレーション

地域密着の企画を強化した 2012 年度以降、連携先は京田辺市役所（広報課、農政課、観光協会）、新田辺キララ商店街をはじめ、地元農家や商店（和洋菓子、パン店等）に及び、内容も地元の農産品を使った食品開発から、広報イベント実施など多岐にわたっている。毎年度、連携先の多大なご協力を得て全チームが当初の目標を概ね達成しており、過去 2 年のトレードフェアでは各界専門家による審査の結果、活動内容が高く評価された 3 チームが「本田財団賞」（なすジャム）と「特別賞」（玉露キャラメル、えび芋かりんとう）を受賞することができた。またトレードフェア後も活動の勢いを落とさずモチベーションを維持するための企画として、本学大学生協の協力を得て、キャンパスストア内での販売権を目指したコンペを実施した。生協本部によるプレゼンテーション審査を勝ち抜いた 3 社が本学協で独自商品の販売も行った。

毎年度各チームとも独自のプロジェクトを実践し、それぞれ一定の成果を上げてきたが、今回はそのうち 2013 年度の取り組みを紹介するとともに、各社のユニークな活動および企画内容について事例紹介を行いたい。以下、昨年度活動を行った 6 社の仮想企業とそのプロジェクト概要を提示する。なお、記載内容については、括弧内は連携・ご協力先（敬称略）、①企画目標、②具体的取り組み内容、③最終成果、である。

1. TONCHI（京田辺市役所産業振興課）①地元ゆかりの一休さんを通して京田辺の歴史地理を知って頂く ②「一休すごろく」の作成、京田辺特産「一休品」のプロモーション活動 ③京田辺市イベントでの一休品 PR、すごろくの地元小学校での配布。

2. ACT（岡田農園 手作りの岡田屋）①京田辺特産でありながらまだ知名度や消費量が総体的に低い「えび芋」の新たな食べ方の提案と普及活動 ②えび芋収穫から商品完成までに至る地域農業への密着活動と「えび芋かりんとう」の企画改良、パッケージデザイン作成 ③商品化の成功、トレードフェアでの「特別賞」受賞。

3. Vierysm（キララ商店街 ベーカリーリップル）①子育てに奮闘しつつも孤立しがちな母親どうしのコミュニケーションと子供のレクリエーションの場作り、商店街の活性化 ②目標の両立を目指した期間限定「キララカフェ」とイベント開催 ③カフェでのハロウィンとクリスマスイベントの開催と多数の来場者獲得。

4. MIMOZA（京田辺市役所経済環境部清掃衛生課、キララ商店街）①「ふるさと×エコロジー」をキャッチフレーズとした京田辺の自然環境保護活動、地元京田辺に誇りと親しみをもって頂くコミュニケーション機会の創出 ②廃油と再生空き瓶および伐採後の京田辺竹を利用したキャンドル製作と関連イベントの企画 ③新田辺駅周辺とキララ商店街におけるキャンドルナイト点灯イベントと自然環境保護の啓発活動の実施、花の種の配布と都市環境美化活動への賛同獲得。

5. 京たな（京田辺市役所企画政策部秘書広報課）①「みんなでひろげる京たなの輪」を合言葉とする、デジタル及びアナログメディアを活用した京田辺市民の情報交換の場づくりと地元の魅力を伝えるメッセージの発信 ②京田辺市内の伝統行事や各種イベント、公共施設や店舗紹介などの取材と広報 ③京田辺市広報紙ならびにツイッターにおける「茶香服大会」「二月堂竹送り」「一休バル」などのイベント紹介コラム連載。

6. HiSweet（京田辺市商工会、京田辺市役所、キララ商店街）①メッセージ性のあるデザイン提供を通じた地元京田辺の文化と産業の活性化 ②地元のキャラクターを活用した商品や公共設備デザインの製作 ③防犯機能付き自動販売機のデザイン提供、商店街キャラクター「キララちゃん」をモチーフとした関連商品のデザイン提供と販売、ゆるキャラ関連イベントへの参加と商店街広報活動。

以上の通り、各チームの企画はそれぞれ異なるが、科目全体の目指す大きな達成目標としての「地域文化の活性化と魅力再発見ならびに社会貢献」というテーマが根底に貫かれていることが理解できるであろう。換言すれば、地域社会や経済を活性化し、文化的魅力を高めるための方策には、さまざまな角度からのアプローチが可能であり、単なる商業的メリットの追求に終始しがちな従来の産官学連携とは一線を画す、新たな総合的な文化系コラボレーションプロジェクトの有効性を提示するものとする。

5. まとめ：プロジェクトと新たな実践的学びのさらなる発展にむけて

上記の通り一定の活動成果を収め、昨年度の授業終了とともに活動を締めくくった連携プロジェクトの総括ならびに連携先への報告として、各提携先の担当者を招いての最終報告会を行った。その様子は新聞メディアを中心に報道され、意義ある独自の文化的、教育的活動としての評価を頂くことができた。また、プロジェクトにご協力頂いた関係者の皆様からも、活動がもたらした様々な地域活性効果についてコメントを頂戴し、次年度も継続的にコラボレーションにご協力頂けることとなった。

また授業を履修した各チームの学生たちからも、本科目を通してネットビジネスや消費文化の仕組みを学べたほか、ビジネススキルの獲得や集団活動とトラブル回避の方策、自律性と思考力、行動力の向上につながったとの感想を得ることができた。課外活動も多く、従来とは全く異なる授業形態に当初は当惑気味だった受講者たちが最後には効率よく業務をこなしている様子を目の当たりにし、指導者としてもセルフマネジメントやマルチタスクの能力が必然的に養われた様子を実感することができた。そして何より、地域社会が抱える問題への意識向上のみならず、自らの潜在能力の再認識や職業意識の高まりといった自己発見、社会貢献という目的達成を通じた自己実現の経験が、直後に迫る就職活動や職業選択、ひいては長期的なキャリアプラン構築にも有益に作用したことが大きな収穫であったと言える。

近年、多くの大学が輩出すべき総合力を持った人材像を表明しているが、本活動の実践により、受講者は社会が要請するそれらの能力を修得できたと考える。また、自主創造的な教育活動は、大学という狭い領域を越え、連携する地域社会にも利益をもたらす可能性を持つ。実践学習に基づく文化振興への貢献と自己実現という複合的な目標達成を目指し、今後も産官学の連携を通して社会要請に応える仕掛け作りに参画してゆきたい。