

## 「消費文化の仕掛けづくりを通じた人的交流と地域活性化の試み」 企業活動の模擬学習によるプロジェクト実践と成果

関口 英里 [同志社女子大学]

キーワード：プロジェクト教育、企業体験学習、eコマース実践

### 1. はじめに

現在の大学教育においては、価値の多様化が進む社会の即戦力として活躍し得る人材の育成が求められている。主体的に様々な立場の人々と関わり、習得した知識や技術を駆使して地域や社会に貢献できる能力を養うことが急務である。幅広い分野に対応する柔軟な発想や積極的な行動力を伸ばすためには、従来型の座学に基づく受動的授業ではなく、能動的で新しい学びの推進が必要である。

そうした教育活動において重要な鍵となるのは、第一に、学生が個人やグループの自律的な活動を通して実践的に学ぶ、プロジェクト指向の授業運営である。自らの力で問題を発見し、それを解決する能力の双方を高める効果が期待される。また第二に、活動の目標設定と課題解決プロセスにおいて、レジャーやレクリエーション等の要素をも取り入れつつ、クリエイティブな地域貢献や人的交流活動を積極的に行うことが肝要である。多様な価値観と創造性は、次代を担う立場にとって不可欠な素養である。そして第三に、eコマースやネットビジネスといった、新時代の消費文化システムの活用や、様々なメディアを駆使したコミュニケーション能力の向上も必要となる。時代に応じた社会貢献を行うためには、情報や文化の発信者としての立場から多角的なベネフィットを構築し得る教育の実践が、今後より一層大きな意味を持つと考えられる。本研究では、以上の前提を踏まえた教育活動の実績と、地域文化・社会の交流と活性化を目指した試みの実践事例を紹介し、その成果について検証を行う。

### 2. 授業概要と運営手法

同志社女子大学情報メディア学科では、2003年度から、本発表者が担当する「eコマース研究 I, II」の授業において、「バーチャルカンパニープログラム」（以下VC）に参加している。VCとは、NPO法人アントレプレナーシップ開発センターが主宰する有償のネットワーク型教育プログラムであり、実存企業や各種施設との連携および支援のもと、参加者が仮想企業を立ち上げ、商業活動を通して企業運営や電子商取引のシミュレーション学習を行う。受講者全員が企業人として役割を分担し、業務を行うため、消費者でなく提供者の立場からネットビジネスの仕組みを理解することができる。学生のビジネススキルや知識の向上のみならず、自らの能力を活かして社会貢献できる人材の育成も期待される。指導教員は、授業全般の統括・運営、連携施設とのコーディネートおよび学生VCの自律的ビジネス活動全般のナビゲートが主な役割となる。

2010年度は、プロジェクトの主眼と課題を、福祉を通じた新たなビジネスの企画提案におき、地元京都で活動する複数の就労支援型福祉施設とのコラボレーションを実施した。福祉施設（利用者や関係者）、参加学生、地域社会の全てにベネフィットをもたらす活動を目指した。実現すべきベネフィットとは即ち、柔軟な発想と視点に基づく課題発見と解決策の模索（連携福祉施設）、自律的なプロジェクトとビジネス活動を通じた社会活動体験（受講生）、経済や産業、人的交流や文化の活性化（地域社会）、といった各立場の利益である。

授業は、週1回2クラス、2～3年生47名が参加し、各クラス3社（計6社）のVCを構成した。各VCの具体的な活動内容や形式、活動の密度等は提携施設の特性や事情により若干異なるが、プロジェクトの遂行にあたっては、授業時間内ならびに課外活動を取り入れながら、独自の新商品、サービス、イベント等の企画・提案、施設訪問、関係者へのヒアリング、ディスカッション、実働体験、企画・報告書作成、プレゼン実施、企画の改善・発展といった作業をチームごとに進めた。

春学期の活動は、おもに福祉についての予備知識の習得と事前学習、連携施設の理解と各チームの連携先決定、VC設立と事業計画書立案、提携施設訪問と現状・課題の把握および要望の汲み上げ、企画提案と修正、といった作業を行った。夏休み期間中もインターバルを作らずに企画を推進することを心掛け、秋学期の具体的な計画を念頭に置きながら施設訪問を定期的に行うこととした。各チームが企画した製品の試作およびアイデアの具体化作業や、秋学期から運用するVCバーチャルモール内自社ホームページの制作といった活動を継続した。秋学期は、全国のVC参加校が一堂に会してブース展示やコラボレーション製品の販売、ビジネスプレゼンテーション等で活動成果を競い、専門家の評価・表彰を受けるVCプログラムの年間最大催事「VCトレードフェア」に向けての準備と参加に多くの作業時間を充当した。フェア参加後は成果検証と製品や企画の改善・再検討を行い、年度末には全提携先施設を招いての最終報告会を開催するとともに、プロジェクトの発展的継続に向けた話し合いを行った。

### 3. 連携施設とのプロジェクト概要と活動の成果

2010年度の学生VC各社と提携施設、それぞれのコラボレーション活動をめぐる経緯と概要、そして1年間の具体的な成果は以下の通りである：

#### ① FLOWER × 京都ライトハウス FS トモニー（京都市北区）

- ・課題：施設製品の在庫余剰、施設の活動内容の認知度の低さ、利用者の単調作業
- ・解決策：点字用紙を使用した商品、新たな販売方法開拓で、点字への親しみを増幅
- ・最終成果：点字シール付きメッセージカード、お絵かきペーパーポット販売

#### ② Y.M.N.Company × 喫茶ほっとはあと（京都市中京区）

- ・課題：顧客層の不安定さ、独自性・特徴の薄さ
- ・解決策：近所の主婦やリタイア層、若者を呼び込む工夫の提案
- ・最終成果：オリジナルタンブラー販売、ブログの立ち上げと情報発信

③ MAMYMAC × HOLYLAND（京都市左京区）

- ・課題：顧客層の限定、商品の陳腐化
- ・解決策：特産品利用の新商品開発で顧客開拓、地域文化のPR
- ・最終成果：とろろフィナンシェ、水あめクッキーの生産・生協販売→新聞掲載

④ グローバル 10J × 京都伏見障害者授産所（京都市伏見区）

- ・課題：単純作業と利用者の意欲低下、施設認知度の低さ
- ・解決策：得意作業を活かした新商品開発と作業活性化、ブログ開設と情報発信・PR
- ・最終成果：和柄の生地とレースを用いた髪飾りの生産・販売、コラボブログ作成

⑤ 株式会社 HANArhythm × 喫茶ジョイント・ほっと（京都市下京区）

- ・課題：カフェの装飾・演出・PRの不十分さ、集客不足
- ・解決策：デザインとコンセプト改良、広報と情報発信の充実、地域イベント開催
- ・最終成果：キャンドル作成と夜間点灯イベント開催、Twitter開始 →新聞掲載

⑥ 株式会社 AZ × 社会福祉法人修光学園（京都市左京区）

- ・課題：福祉への関心、施設認知度の低さ
- ・解決策：幅広い世代にむけた福祉理解の促進活動、親しみやすい製菓新商品の提案
- ・最終成果：野菜クッキー「京ぼうる」開発、施設および生協で販売→新聞掲載

#### 4. 活動総括と今後の課題

連携プロジェクトの終了後、成果事後検証を行う目的で各福祉施設にヒアリングを行った。その結果、本プロジェクトの特筆すべき効果や評価点として、福祉問題や施設に対する認知度の向上、施設利用者の創造的活動や外部刺激の提供、新たな取り組みに対する施設スタッフの挑戦意欲増進とマネジメント能力の向上、学生による斬新な視点とアイデアに基づく施設の活性化、などといった施設関係者のベネフィットが提示された。また今後の課題としては、一授業科目の単年度完結プロジェクトという様々な制約を乗り越え、学期中短時間で結果を出すためには、連携施設、指導者、学生それぞれの信頼を高め、負担を軽減する協働体制や、円滑なコミュニケーションが必要であることもわかった。

一方、受講生への事後アンケートにより、プロジェクトを通して、コミュニケーションの重要性、アピール力と方法論の獲得、チームワークの難しさと必要性、商品開発における事前調査の意義、企業やネットビジネスの仕組み、といった点について学生たちが理解を深め、多角的なベネフィットを得たことが明らかとなった。学生自身が計画の立案から実現までのプロセスと方法論を理解することで、思考力と行動力の向上や、自立した人材の育成につながったといえる。また、福祉問題への意識の高まり、自らの特性や能力の再認識といった自己発見、異なる価値観や幅広い視野の獲得が、将来のキャリアプラン構築にも役立ったと考えられる。さらには、学生が活動の過程でメディアとネットワークの活用効果を実感したこと、活動成果が新聞等のマス

コミでも紹介され、社会的な反響をもたらしたことで、習得した知識・技術を社会にフィードバックする責任感や重要性を実感できた。また、社会的な利点としては、本活動が共生型社会の実現や、地域の文化・経済、コミュニティ活性化への新たな可能性を拓いた点が指摘できるだろう。

## 5. おわりに：シナジー効果とベネフィット創出に向けて

今回の取り組みを通して、人材育成やメディア学習の実践という限定的な教育活動の枠組みにとどまることなく、消費文化の仕掛けづくりを通じた人的交流と地域活性化の試みを行うことが、社会的な貢献や大きな成果をもたらすことが明らかとなった。そうした要素こそが、企業活動の模擬学習を通じた学びの独自効果であり、プロジェクト指向の実践学習が有する最大の特徴であるといえるだろう。

コラボレーションに基づくプロジェクトを推進し、社会的メッセージを発信する主体、すなわち、連携施設（生産、販売拠点）、VC ネットワーク（新たな実践学習システム拠点）、大学（教育・研究拠点）の三者がそれぞれの役割を果たし、相互補完関係を築きつつ活動を行うことで、大きなシナジー効果が生まれる。各役割に基づく積極的な貢献活動こそが互いの利益を高め、社会全体の多層的なベネフィットを生み出す原動力ともなるのである。そして、プロジェクトが発信する消費文化的メッセージの受け手である人々や地域社会との関わりを強め、積極的なインタラクションを心掛けることが、社会的な連携教育の成功にとって必要不可欠な要件となる。消費者のメリットや、産業・文化へのフィードバックをもたらすことによって、より発展的な学習活動の継続が可能になると考えられる。

本プロジェクトの成果と可能性は、従来ビジネス型の win-win な関係をさらに拡大した「multi-win な社会」の実現を目指したことにある。さらには、経済的利益に留まらないアントレプレナーシップ学習が、学生の就業前社会学習や、ネットビジネスなど e コマースに関する発信者側からの知識獲得を可能にしたことも特筆すべきであろう。さらには、地域や社会に対する貢献と自己実現に基づく達成感といった、非営利の社会的、教育的利益を創出した点も重要である。

今回の取り組みから、外部施設との連携事業およびプロジェクト型授業成功の鍵は、  
1) 企画を運営する各立場の密接な連携と目標達成を導く綿密な授業計画と協働作業、  
2) 明確なタスク設計と学生の自立的な課題遂行、3) トライアル&エラーとフィードバックによる実践学習、4) メディア、ネットワーク、Web 等の活用といった要素にあり、教育目標の達成と学習成果向上のためには、そうした複合的要素を円滑に機能させる必要があることが明らかとなった。今後も、消費文化の活性化と人材育成の双方を実現し得るプロジェクト型の教育を積極的に推進し、その課題や成果について常に検証を行いながら、発展的な活動を行っていきたいと考える。