

「地域文化への貢献をめざした実践的教育の取り組み」 独自の産学連携プロジェクトがもたらす社会的ベネフィット

関口 英里 [同志社女子大学]

キーワード：ビジネスシミュレーション、体験型学習、コラボレーション商品開発

I. 本研究について

我々の生活を真に豊かなものにする、クリエイティブで発展的な社会を実現するためには、テクノロジーの進歩や利便性の追求だけでなく、歴史や自然、各種の産業、さらには観光、レジャー・レクリエーション等、地域特性に基づくヴァナキュラーな魅力を活用した文化資源の振興が不可欠である。そうした課題への取り組みにおいて、教育機関である大学が果たし得る大きな役割のひとつは、地域社会と積極的に関わり、共通の目標のもとに様々な外部組織と連携しながら互いを活性化し、社会総体のベネフィットを相乗効果的に高めることであろう。そして、社会に貢献できる広範な視野と知識、技術を修得した人材を輩出することも重要であると考え。そこで本研究では、消費文化の仕掛け作りを目指して筆者が独自に取り組んできた、産学連携に基づく大学での教育実践を紹介し、その成果について解説してゆきたい。

II. プロジェクト活動概要

筆者が担当する情報メディア学科専門科目「eコマース研究 I、II」（春・秋学期各週1回2クラス開講、2年次以上、1クラス約25名）では、2003年度の開講以来、様々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。バーチャルなシステムとリアルな活動を効果的に組み合わせたビジネスシミュレーションをベースに、実践的な社会学習を行う点に特色がある。

バーチャルな活動は、科目全体として本学が加入している仮想企業経営の体験型オンライン学習システム「バーチャルカンパニー（以下VC）プログラム」（NPO法人アントレプレナーシップ開発センター運営）に基盤を置いている。VCとは、受講学生が数名のグループ単位で模擬的に企業を立ち上げ、ネット上での売買シミュレーションなども含めたビジネスを体験的に学ぶ、有償の会員制コミュニティである。

いっぽうリアルな活動の柱は、実存企業や各種小売店舗、公共団体等との連携に基づく産学連携プロジェクトの実施である。電子商取引を中心とする現代的ビジネスを学習理解することが大きな目標のひとつであるが、本科目の重要性は、オンラインシステムの技術的習得や、ネットビジネス限定の経営理論学習のみに置かれるわけではない。消費文化の仕掛けを知り、受動的に商品を購入する消費者としてだけでなく、消費者目線に基づきつつも、企業側の立場からビジネス運営全般を模擬的に体験学習することが特徴である。それにより、モノや情報の創造者、発信者として、より総合的な視野に基づいてeコマースや消費社会の構造をとらえることが可能になる。

その際、理論学習や受動的座学のみでは、複雑な消費社会の実体を体験的に把握することは困難である。また、いかに高度なデジタル技術を応用した学習を行っても、バーチャルな世界の模擬的活動だけでは、説得力ある教育効果を挙げ難いのも事実であろう。有効な学びを学生たちの社会的な実行力／実効性に繋げてゆくには、積極的にデジタル技術、バーチャルなシミュレーションを取り入れながら、学生が実際に現実社会と関わりながら能動的に活動を行い、トライアルアンドエラーの精神で、人的交流を通したリアルな経験を積み上げてゆく取り組みを行うことが必須である。

地元との繋がりを深め、地域社会の抱える課題やニーズを発見する。さらには地域の歴史や文化の特性を深く学び、弱みと強みを把握した上で、その解決策や工夫を考案する。そしてそれを単なる空想的、独善的アイデアとして終わらせずに具現化するため、チームごと自社企画の内容に照らして最適な連携先の探査と選定、依頼やプレゼンを行う。企画の説得力や有用性を確認しながら外部機関との連携を行い、アイデアを形にすることで社会にフィードバックする。最終的にその効果を検証し、外部評価を受けて自己の社会的役割や責任を認識する、という一連の社会実践があつてこそ本質的な学びが可能になると考える。試行錯誤を経て自らの提案が具体化し、社会貢献ができたという結果から得られる達成感、充実感は、学生にとって教室での講義だけでは得られない貴重な財産となり、自らのキャリアプラン構築にも繋がる。

III. 実践事例紹介

以上の前提を踏まえ、今年度は、学生の自律的な総意によりプロジェクト全体の統一テーマを「地域の文化、産業の活性化」「地産地消」に置くこととした。地場産品の地元消費は、地域の食文化への理解や食育、フードマイレージ削減や自給率向上を通じた地域経済活性化などの効果で注目される、本企画にも相応しい課題である。エコロジーや若者の地元回帰、さらには観光資源の発掘とレジャー、レクリエーションの発展、といった多くのメリットをもたらす要素ともいえる。実際の活動においては、この共通テーマに沿って、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行った。その成果を具体的な形にした上で、11月に行われるVCプログラム全国大会（トレードフェア）で外部発表し、高評価を得ることを目標に綿密な準備を進めた。チームごとに活動の細かな内容や作業ペースは異なるが、プロジェクト大枠の流れは：明確なコンセプトと行動実行計画の策定→リサーチに基づくターゲットや素材の選定→計画実現に向けてコラボレーションする連携企業や各種団体へのアプローチと関係構築→企画の弱みや強みの発見と克服→企業や地域との綿密なやり取りに基づくプロダクトの説得力強化と具現化→VC モール出店のための自社ウェブサイトや広報ツールの作成→大会発表や販売活動に向けた準備と創意工夫、となっており、現実企業の商業活動に即するシステムティックな構成とした。立案から計画実現まで、学生が主体となって地元根差す連携機関と共同作業を行い、課外も含めた自主活動を大前提として計画推進されるが、指導者は上記の枠組みに沿って円滑な企画実行が行えるよう、随時各チームに目を配り、ペースキープを図りながら課題確認やアドバイス、指導を行うことを心掛けた。必要に応じて連携先との調

整やチーム内の各種サポートを行うことで、ファシリテーターやナビゲーターとしての役割に徹し、決して一方的なトップダウンの指示によって、学生の能動的で自由な発想を妨げることがないように、できる限りのサポートと配慮を行った。

以上の枠組みと手法に基づいた 2012 年度における学生仮想企業のコラボレーションについて、各チームの社名、人数と地元連携先および業務内容、活動目標、考案した企画と取り組み内容、1 年間の活動を通して実現した具体的な成果を以下に紹介する。

1. eggplant (9 名) + ポエム (洋菓子製造販売業)

[活動目標] 京田辺の地域産業・文化の農産を通じた活性化および知名度向上

[実践企画] 特産品「田辺茄子」を利用した新規かつ意外性のある独自商品の考案

[成果実績] 「なすジャム」の製品化と販売、トレードフェア「本田財団賞」受賞

2. OLIVE (7 名) + マテア (パン製造販売業)

[活動目標] 現代人の野菜不足解消、地元野菜の活用、地域歴史・文化の伝承

[実践企画] 地場農産品 (茄子、筍、海老芋) を利用した民話モチーフのパンを考案

[成果実績] 「隼人ロール」の商品化と販売

3. colorful (8 名) + ハンバーグダイニングたくみ (飲食店)、普賢寺ふれあいの駅

[活動目標] 「地産地消」の実現、若者の野菜離れ解消、余剰地元野菜の活用

[実践企画] 地場野菜を利用したファストフードの考案、地元野菜の販売

[成果実績] 地元野菜を使用したライスバーガーの商品化と販売、マーケット開催

4. 京糠庵 (8 名) + 菓匠はちまん (和菓子製造販売)

[活動目標] 米ぬかの廃棄削減と活用、万人向けの安心・安全な食文化の構築

[実践企画] 米ぬかを利用した、おいしく栄養価の高い和菓子の考案

[成果実績] 「米ぬかクッキー」3 種 (抹茶、黄粉、胡麻) の商品化と販売

5. Kyo-com (4 名) + 飯岡玉露そばクラブ (玉露製茶販売)

[活動目標] 玉露茶の地産地消の実現、知名度や親しみやすさの向上と消費拡大

[実践企画] 「京田辺玉露」を利用したオリジナルスイーツの考案

[成果実績] 「京の露」生キャラメル商品化、トレードフェア特別賞、マスコミ出演

6. lune company (4 名) + キララ商店街 (新田辺駅前商店街)

[活動目標] 京田辺市、地元商店街の知名度向上と活性化

[実践企画] 商店街 PR キャラクターを通じたプロモーション、独自商品の考案

[成果実績] 「キララちゃん」グッズ (付箋) の商品化と販売、親子向け催事実施

IV. 活動の成果と意義

1 年間にわたる産学連携プロジェクト実践の結果、全チームが当初の計画目標をほぼ達成することができた。11 月のトレードフェアでは、ビジネス、教育、行政等各界の専門家の審査の結果、2 チームの活動内容が高く評価され、荣誉ある「本田財団賞」(eggplant) ならびに審査員「特別賞」(Kyo-com) を受賞した。またフェア後、学内生協での商品販売を目指したプレゼン大会を行い、生協責任者の審査の結果、上記 2 社に「京糠庵」を加えた計 3 社でオリジナル商品の期間限定販売 (2013 年 4 月～) を

体験した。学生にとって、客観的な評価を受けた上で、企画、生産、販売の各局面を体験できたことは、社会体験の先取りとして大変貴重かつ重要な学びとなった。

1年間の活動終了後、学生へのヒアリング調査を実施した結果、従来の講義科目とは一線を画す学習活動ゆえ、当初は暗中模索で困難さを感じたが、それ以上に、本科目でしか得られない貴重な体験から知識を得た意義の方が大きかった、との意見が多数であった。大学2～3年という早い段階で社会人としての経験をしたことが、大きな達成感と自らの成長、ひいてはキャリアプランや就職活動に大いに役立つと考えていることも分った。地域基盤の連携プロジェクトを通して、人的交流と相互理解の重要性、リサーチやプレゼンテーション力の必要性、組織活動上の注意点、商品開発から販売までに関わる工夫や努力の重要性、電子商取引および企業運営のメカニズム等、多岐に亘る項目が修得できたと認識されており、学生それぞれが自らの目標に沿った知識と能力を伸ばし、社会人となる心構えができたことが窺えた。さらに、地元密着型の連携プロジェクトを継続的にした結果、地域社会や人々に対する関心や理解が深まり、自己能力を地域社会に広く還元することへの責任感も強化されたと考えられる。また、VCを通じてネットビジネスの総合プロデュースを行い、コンテンツ制作から販売、広報まで幅広くeコマースを体験したことで、Webコミュニケーションやデジタル技術といった現代の「メディア力」の必要性や重要性、自らの適性や所属学科で学ぶ意義を再認識し、各自が将来の目標に向けて確実に前進したといえる。

V. 広範な社会的ベネフィットと人材育成を目指して

この成果に基づけば、VCを通じた産学連携の地域密着プロジェクト型教育、並びに学生の自律能動的な活動による社会体験型の学びが醸成する主要能力とは、分析力、思考力、創造力、プレゼンテーション力、コミュニケーション力、人間関係力、環境対応力、マネジメント力、自己実現力等であると考えられる。これらは本学を含め現在多くの大学が策定するディプロマポリシーの基本要件とも合致する。

そしてさらに重要なのは、協力機関への事後調査やフェアでの審査講評などからも、本企画が学生や大学のみならず、各連携先ひいては社会全体にとってのベネフィットをもたらすと考えられる点である。調査研究と経験的理解に基づく新たな発想や企画は、地域産業や文化振興への契機にもなる。また、新規性と創意工夫に基づく地場産品利用の商品開発と積極的な地元活性化、社会貢献活動の発展性に対する高い評価は、まさに本企画が目指してきたコンセプトが実現した証であった。地域社会や人々と共存共栄する生涯学習の場、また、地域に貢献する有能な即戦力を輩出する、真の意味での「学びの場」すなわち人間的活動本来の豊かさを提供する「スコール(scholé)」としての大学の意義は、地域の消費文化や人的交流活性化をもたらす文化装置として、「レジャー(licéire=leisure)」が持つ根源的な意義と重要性に繋がることは言うまでもない。本企画の継続は、大学や学生のみならず地域の文化や産業さらには社会全体に大きな変化と発展をもたらす可能性を有している。多くの力の結束で現在まで培ってきたこの取り組みを通じて、現代の消費社会にユニバーサルなベネフィットを「仕掛ける」ことができる、多様な能力を持った人材を今後も育成してゆきたい。