

# 現代ビジネス学科における地域貢献事業の取組みと課題 Participation of the Department of Business Administration in Local Contribution Activity, and Derivative Problems

河合 晋\*・町田由徳\*・祝田 学\*  
KAWAI Susumu, MACHIDA Yoshinori, HOUDA Manabu

## 要 旨：

本稿は、産学官連携事業である中小企業情報発信事業ポータルサイト「岡崎コレクション」制作プロジェクトの取組みと課題を考察することが目的である。現代ビジネス学科では、大学COC構想や私立大学等教育研究活性化設備整備事業を意識して、このプロジェクトを地域貢献事業の中核としている。ゼミ課外活動であった第1期～第2期プロジェクトでの課題点を踏まえ、第3期からはカリキュラム化した中で、その取組みの成果や新たな課題を考察した。

## Abstract

This paper considers the practice of an industry-academic-government cooperation production project of “Okazaki Collection,” an information transmission portal site of a small- and medium-sized company. Treating the project as the core of its local contribution activity, the Department of Business Administration grasped problems in the project, and examined fruits and problems newly detected in the course of dealing with the problems.

キーワード：地域貢献事業、中小企業、ポータルサイト、アンケート調査、ジェネリック・スキル

Keyword: Local contribution activity, small- and medium-sized company, portal site, questionnaire investigation, generic skills

## 1. はじめに

本稿は、平成26年度岡崎女子大学・岡崎女子短期大学課題研究「現代ビジネス学科における“地域貢献PBL（Project Based Learning）”確立のための研究」として助成していただいたことに対して、その中間段階での取組みの成果と課題を考察することが目的である。

岡崎女子短期大学現代ビジネス学科（以下、「本学科」という）でのポータルサイト「岡崎コレクション」制作プロジェクト（以下、「プロジェクト」という）は、典型的な産学官連携事業である。『岡崎市第6次総合計画』（平成21年）「主要課題と基本政策の方向」の中で「地域に根ざした産業の育成」<sup>(1)</sup>が掲げられ、「基本計画」として「賑わい

と活力あるまちづくり」<sup>(2)</sup>のための施策が挙げられた。その具体的施策の中に「新産業支援事業」のための「産学官連携支援」<sup>(3)</sup>があり、これを受けて岡崎市役所経済振興部商工労政課から、“岡崎のものづくりや産業”の情報発信不足が課題として提起され、岡崎市青年経営者団体連絡協議会（以下、「青経連」という）と本学科（当時は経営実務科<sup>(4)</sup>）との産学官連携事業として、中小企業情報発信事業ポータルサイト「岡崎コレクション」を制作することになった。

当プロジェクトの目的は、「地域企業が連携することで、新商品・新事業の開拓も視野に入れ、また、岡崎のものづくりや産業を地域内外へ発信し、各企業の持つ本来の価値を再発見すること」<sup>(6)</sup>である。特に自動車関連の製造業が多い岡崎市内

\*岡崎女子短期大学現代ビジネス学科

の中小企業は、在来の系列関係の枠組みに囚われない新たな取引先の獲得や、新ビジネスモデルの構築が共通課題となっている。しかし、情報発信に費やせるコストや時間に制約のある中小企業が、個別に情報発信を行っても劇的な効果を期待することは難しい<sup>6)</sup>。そこで、新商品・新市場の開拓も視野に入れた情報発信を行うことで、地域中小企業の連携がもたらすシナジー効果により地域経済を活性化させることが、当プロジェクトの目的である。

本学科では、当プロジェクトを地域貢献事業の中核としている。その理由は、①昨今、文部科学省などから高等教育機関に求められる社会的役割に対応すること、②多くの学生は地域貢献活動に関心があること、③本学科の学生募集上のコンテンツとすることの3点である。

文部科学省の大学COC(Center of Community)構想の背景は、大学の教育研究が社会の課題解決に十分応えていないことにあった。大学にはフィールドワーク等を通じて、学生が社会の現実の課題解決に参加することで実践力を育成し、学修する意欲を刺激することが求められている<sup>7)</sup>。さらに、文部科学省「私立大学等教育研究活性化設備整備事業」の<タイプ2「特色を発揮し、地域の発展を重層的に支える大学づくり」(地域特色型)>では、地元自治体、産業界等との連携の下、地域が求める人材の育成、地域貢献など、全学的に地域の発展を重層的に支える大学が評価される<sup>8)</sup>。高等教育機関が地域と一体になって、学生が地域課題の解決に取り組み、それを地域貢献や地域活性化に繋げるような人材に育成していく社会的・時代的要請は今後も続くものと考えられる<sup>9)</sup>。

また、岡崎市内にある大学・短期大学の学生へのアンケート調査(対象者2,511名)では、学生は社会問題・地域課題への関心が高く、社会問題や地域課題の解決による地域貢献や地域活性化に学生の可能性を感じさせる結果であった<sup>10)</sup>。地域貢献PBL活動は学生ニーズに応えることにもなるう。

河合・町田他(2014)「現代ビジネス学科におけるPBLの取組みに関する課題について」において、当プロジェクトの教育効果や社会的意義の検討がなされたことを踏まえ、今年度より必修科目の「経営実務演習Ⅰ」(1年次後期)に組み込み、1年生の全学生が当プロジェクトに参画できるよ

うにした。平成24年度からゼミ<sup>11)</sup>の課外活動として開始した当プロジェクトであったが、今年度は、ゼミ課外活動として実施している場合に比べ、1年生全員が参加するプロジェクトの遂行となり、新たに別の課題が生じた。本稿では、当プロジェクトをゼミ課外活動に留めず、カリキュラム化した取組みやその課題を検証することで、当該地域貢献事業が今後さらに発展するための要素を抽出したい。

なお、本稿の主たる担当は、1. が河合、2. が祝田、3. ~5. が町田、6. ~8. が河合となっている。

## 2. 就職先の状況

この章では、本学科の学生が「どのような就職先を選択したか」を概観することで、本学科に適したカリキュラムのあり方を検討する。なお、本稿では、対外的に公表されている「年度の進路状況」を元にデータベースを再構築した。

はじめに、学生がどのような業種に就職したかを平成23年度から平成25年度までの過去3年間でみている(図1)。

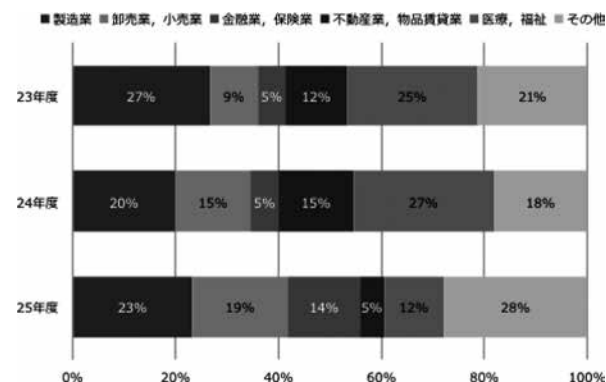


図1 業種別の就職状況(過去3年間)

就職先の中心である「製造業」は、平成23年度が27%、平成24年度が20%、平成25年度が23%となっている。「医療、福祉」は、平成23年度が25%、平成24年度が27%、平成25年度が12%と年度ごとに変動している。「金融業」については、平成23年度と平成24年度が5%、平成25年度が14%となっている。「小売業」については、平成23年が9%、平成24年度が15%、平成25年度が19%と増加傾向にある。

次に、規模別に過去3年間の就職状況(図2)

企業に目を向けることができる仕組みが必要である。

### 3. プロジェクトの内容と期待される効果

当プロジェクトに対する学生の活動内容は、サイトのメインコンテンツとなる青年経営者に対するインタビューと、インタビュー模様の写真撮影である。写真撮影は「写真・メディア研究部」の学生が担当し、インタビュー、記事制作は平成24～25年度の第1期、第2期サイトでは本学科2年河合ゼミ・町田ゼミの有志学生が担当した。

ポータルサイト制作を産学官の三者共同で行うことにより期待される効果は、取材を受ける企業側のメリットとして、学生の新鮮な視点で企業の歴史や魅力を再発見して発信することができること、取材を行う学生側のメリットとしては、大企業と比較して情報の乏しい中小企業の魅力に触れることで、地域産業の特性に対する理解を深められること、それを通じて学生自身のキャリア意識向上に役立てること、インタビュー作業を通じて社会人として必要とされる会話力のスキルアップなど、汎用能力（ジェネリック・スキル）の向上を図ることができる、といった点である<sup>(12)</sup>。

### 4. 先行事例

本学科が当プロジェクトに関わるのと同時期に、学生が企業経営者を訪問してインタビューを行うという類似の事例はいくつかある。

埼玉大学では平成25年度より就職支援の一環として、埼玉県内の企業と連携し、知名度や企業規模とは異なる視点で企業を見る目を養い、企業を選ぶ新しい視点を身につけ、学生の就職活動の幅を広げることを目的とする「埼玉大生が探す、埼玉のエクセレント・カンパニー」事業を開始し、埼玉大学のOBを中心とした経営者を学生が訪問してインタビューを実施する事業を開始している<sup>(13)</sup>。

また、東京都八王子市では「八王子市しごとの魅力発見バスツアー」と称して、学生が八王子市内の中小企業をバスで訪問し、経営者や従業員にインタビューし、中小企業の魅力発見や学生のキャリア意識の醸成に繋げるプロジェクトを行っている<sup>(14)</sup>。

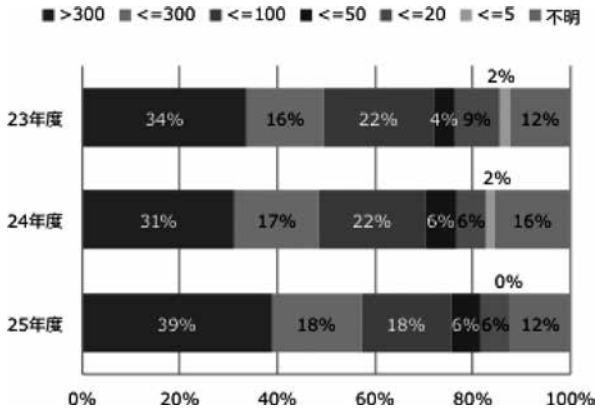


図2 規模別の就職状況（過去3年間）

を確認する。従業員300人以上の組織に就職した学生は、平成23年度は34%、平成24年度は31%、平成25年度は39%となっており、それ以外の学生は、中小の企業または事業所に就職している（なお、「不明」は、クリニックなどが含まれている）。学生の6割から、年度によっては8割近くが中小規模の組織に就職している。

学生は、こうした中小規模の組織に対する理解度を高め、そこに就職して円滑に業務を行うために必要となるスキルを、学生自らが考えて学ぶことができるカリキュラムの構成が必要とされている。

さらに、地区別の就職状況（図3）をみると、愛知県西三河地区は、平成23年度が72%、平成24年度が61%、平成25年度が70%であり、愛知県東三河地区は、平成23年度が19%、平成24年度が25%、平成25年度が16%となっている。すなわち、9割近い学生が三河地区に就職をしていて、学生の9割弱が三河地区出身であることを考えると、地元志向が強い就職状況であることがわかる。

こうした状況から、学生生活を通して、地域の

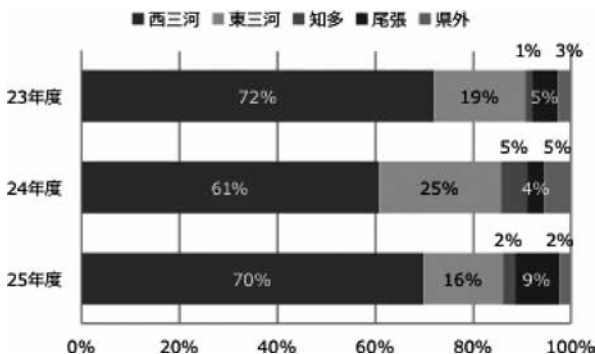


図3 地区別の就職状況（過去3年間）

上記2つの事例では、インタビュー活動が学生のキャリア意識の向上を目的として行われているため、インタビュー内容は概要の紹介のみに留まっている。

それに対して「岡崎コレクション」同様、インタビュー内容の全貌をweb上で公開している事例としては、山形大学の就活サークル「aim」が実施している「経営者100人インタビュープロジェクト」がある。このプロジェクトでは、サークルに所属する学生が経営者に出向きインタビューを行い、その内容をブログで公開する形式を採っている<sup>(15)</sup>。「aim」による事例ではインタビュー記事の数や内容は、学生の自主的なサークル活動にも関わらず非常に充実しているが、あくまで目的が学生の就職活動の練習であり、既存のブログサイトのフォーマットをそのまま使用してサイトが構築されているため、サイトのユーザビリティの質が低く、インタビューを受ける企業側がPRツールとして使うには不十分な内容である。

また、NPO法人G-netが手がける「若者が選ぶ魅力的な会社100選」もweb上で公開している事例である<sup>(16)</sup>。学生が大手就職サイトでしか企業情報を得ていない現状に対し、学生自身が地元の優良企業を取材し、学生視点に立って企業の魅力を紹介するサイトである。しかし、これは興味ある学生が自ら申し込んで参加する形式であり、高等教育機関が関与して行っている活動ではない。

こうした類似の事例に対して、「岡崎コレクション」は、学生のキャリア意識醸成だけではなく、地域活性化の効果を狙っていること、必修のカリキュラムとして一度に多人数の学生がインタビューを実施することなどの点で、独創的な取り組みであるといえる。

## 5. カリキュラム化

### (1)第1～2期プロジェクト参加の実際効果

当プロジェクトに参加して、本学科が得られたメリットは、

- ①インタビュー実施企業からの求人依頼
- ②インタビュー実施企業との共同による、高齢者向けタブレット講習プロジェクトへの発展
- ③インタビュー実施企業経営者による、学生向け講演
- ④インタビュー実施企業とのプロダクトデザイン

共同研究への発展

である。当プロジェクトをきっかけとして大学と地域を繋ぐチャンネルを新たに開拓する効果を得ることができた<sup>(17)</sup>といえる。

### (2)課題解決手段としてのカリキュラム化

プロジェクト参加による教育効果を多くの学生に享受させるために、ゼミ有志による参加という形態を改め、本学科1年次の必修科目「経営実務演習I」の内容として、本プロジェクトを取り入れることが計画された。

「経営実務演習」は旧経営実務科開設時より設定されている演習科目で、平成17年度に文部科学省「現代的教育ニーズ取組支援プログラム（現代GP）」に「産学コラボレーションによる総合体験型授業」が採択されたことをきっかけとして、1年生後期～2年生前期に渡り、「経営実務演習I～IV」（卒業必修）として仮想ショッピングモールの制作、運営をその内容として実施してきた。

しかし、時を経て、授業担当者の変更、カリキュラム編成上の問題、取り巻くビジネス環境の変化、デジタル化した学生、商業高校での類似した授業の存在などがあり、当該授業が形骸化しているという問題点<sup>(18)</sup>が生じており、これを刷新する効果も期待した。

ポータルサイト制作プロジェクトのカリキュラム化については、第2期サイト制作に一区切りついた平成25年12月から検討を開始し、河合・町田他（2014）でカリキュラム化の提言を行った。

ゼミ活動の一環として行った、第1期、第2期プロジェクトを通じて明らかになった課題点は、

- ①課外活動であるために、教員による学生の作業進捗状況の管理が難しい
  - ②有志学生による活動であるため、多数の学生を動員することが出来ない
  - ③学生の交通費等、活動資金の確保が難しい
  - ④参加する学生のインタビュー力、文章力、文章作成スピード等の能力のバラつき
  - ⑤実施時期が2年次夏休みから後期授業期間であるため、活動から得られた経験を就職活動に生かすことが難しい
- といった点である<sup>(19)</sup>。

こうした課題点を踏まえて、カリキュラム化することで、

- ①授業内での活動による確実な進行管理が可能

- ②必修授業での活動であるため、多数の学生が参加
- ③授業(特に事前授業)で指導を行うことにより、学生の能力差を縮小
- ④1年次でのプロジェクト参加により、その経験を2年次の就職活動等に生かすことができるが期待され、第1期、第2期の課題点を解決しようとした。そこで、青経連側と綿密な協議、検討を重ね、第3期プロジェクトの具体的な実施スケジュールが決定された(表1)。



写真1 第3回授業風景

表1 ポータルサイト制作の実施スケジュール

1	9月30日	ガイダンス、グループ分け、企業研究
2	10月7日	「岡崎コレクション」「社長の自叙伝NET」研究
3	10月14日	安藤竜二様講演「ブランディングとは」
4	10月21日	参加企業プレゼンテーション、マッチング
5	10月21日	参加企業プレゼンテーション、マッチング
6	11月4日	インタビュー練習、撮影練習
7	11月11日	インタビュー取材
8	11月11日	インタビュー取材
9	11月18日	インタビュー取材
10	11月18日	インタビュー取材
11	11月25日	録音から文章作成
12	12月2日	文章まとめ
13	12月9日	文章修正
14	1月6日	報告レポート作成
15	1月13日	報告レポートプレゼンテーション

平成26年度からの「経営実務演習Ⅰ」は、カリキュラムの改編に伴い、従来の2コマ連続授業から1コマのみとなったが、企業へ取材に赴く場合などは、1コマでは足りない。よって、第4～5回、第7～8回、第9～10回については、他の授業と振り替えて2コマ連続(180分)で展開することとした。

「経営実務演習」では伝統的に少人数のグループワークによる演習を重視しているため、初回の授業において2名～6名の小グループを20グループ編成し、各グループ内でインタビューと記事作成を主に担当する「編集長」、動画の撮影、編集を担当する「動画カメラマン」、静止画の撮影を担当する「静止画カメラマン」の3つの役割分担を行い、10月14日の第3回授業では、記事作成にあたってブランディング意識を学生に徹底させる

ため、ブランディングプロデューサーの安藤竜二氏をゲストスピーカーに招き、講演を実施した(写真1)。

青経連側からは必修カリキュラム化に伴う参加者倍増に合わせて、第一期、二期の倍となる20社の参加企業を選定し、10月21日に参加企業プレゼンテーションを学生に対して行い、学生への希望調査により取材先とのマッチングを行った。

11月11日、18日には学生がマッチングした企業へ取材に赴くが、短時間で効率よく移動を行う為に遠方の企業については青経連側に送迎の協力を要請した。

### (3)カリキュラム化に伴う課題点

こうした過程を経て取材を終え、サイトのメインコンテンツとなる記事作成の作業に入ったが、そこでは以下のような問題が発生した。

#### ①取材音声から文字起こしを行う時間の不足

仮にインタビュー時間が45分間としても、音声を慎重に確認しながら文章化していくにはその倍以上の時間がかかった。それに対処するために予定を変更して15回目の「報告レポートプレゼンテーション」を中止し、文章作成の時間を増やした。

#### ②企業のプロジェクトに対する温度差

本プロジェクトでは、青経連を構成する10団体から各2社の企業を代表として選出し、計20社の企業が取材対象として参加しているが、その業種や企業規模は様々であり、ビジネスの形態も企業や官公庁を主たる顧客としているもの(B to B)もあれば、一般消費者を対象としているもの(B to C)等様々である。

そのため、参加企業の中には既に自社のwebサイトを有している企業もあれば、自社サイトを持

っていない企業もあり、本プロジェクトに対する参加の意識や目的もまちまちであった。また、ポータルサイト「岡崎コレクション」がどのような閲覧者をターゲットとしているかの設定が不明確であったこともあり、学生にとって理解、編集しやすい内容のインタビューもあれば、編集が難しい内容となったインタビューもあった。本来であれば学生、企業間で打ち合わせを重ねて、時間をかけて文章を完成させることが望ましかったが、入稿のための時間の制約があることから、編集作業に遅れが生じたグループについては教員、青経連側の連絡担当者が編集作業を手伝わざるを得なかった。

### ③編集、校正の時間厳守が徹底できない

授業のカリキュラム内で記事の作成を進めるために、学生は授業で作成した記事をメール添付で企業側に送付し、企業は次の授業までの1週間以内に校正して返信する、というプロセスを採った。半数の学生グループは授業時間内でメール送信を行い、それ以外の大多数のグループも数日内にはメール送信を行うことができたが、1週間以内には記事作成、メール送信が行えなかった学生グループ、1週間以内に校正、返信ができない企業が、それぞれ1割ほど出た。

### ④機材数の不足・習熟度の低さに伴う、動画撮影の不備

今年度の第三期サイト制作に伴う新たな試みの一つとして、iPadを使用して取材企業の風景や取材の様子を撮影し、それを編集してサイトで公開するというを行ったが、撮影機材の数が限られていることから、撮影の練習を十分に行うことができなかった。これにより撮影をミスして動画

が収録できなかったグループ、誤って倍速で録画してしまい、ほとんどの素材が使用できなくなったグループなどが出てしまった。

カリキュラム化に伴い、このような課題点は生じたが、平成27年1月6日には無事に全20グループの記事が完成し、サイトへのアップロードも1月末には完了する予定である。

また、ポータルサイト制作の進捗、完成の報告を平成26年11月、平成27年1月に「FMおかざき」にて学生が行うなどのPRを行った（写真2）。

## 6. 産学連携企画室の設置

岡崎女子短期大学は、本学科を中心とした取り組みが評価され、平成26年度私立大学改革総合支援事業<タイプ2「特色を発揮し、地域の発展を重層的に支える大学づくり（地域発展）」に採択された（95校中68校が採択）。採択内容は、「産学官連携企画室設置のためのプロジェクト・什器等の整備」である。

私立大学改革総合支援事業のタイプ2では、自治体との包括連携協定の締結、全学的地域連携センターの設置、地域社会と連携した地域課題解決のための教育プログラムなどが採択の基準となる。岡崎女子短期大学は、地域に根差す高等教育機関であることを特色とし、岡崎市と包括協定の締結、地域協働センターの設置、青経連と協力推進に係る協定など、確実に採択に向けての環境を整えてきた。そして、平成26年度の本プロジェクトは、学生が地域産業への理解を深め、企業情報の発信という実際的な役割を果たす中で、自らのキャリア意識を高め、必要な実務能力を獲得していくと共に、地域の課題解決のための方法を模索しつつ地域活性化に向けた具体的な貢献を果たしていくという目的をより発展させる足掛かりを必



写真2 「FMおかざき」を通じてのPR



写真3 現代ビジネス学科産学官連携企画室

要とした。

今年度、採択されたことにより、学内拠点として「現代ビジネス学科産学官連携企画室」を設置できた（写真3）。今後は、産学官連携による教育プログラムの構築をめざし、岡崎市や青経連と本学科との間で年間を通じた継続的な協議を行い、PDCAサイクルによる取組みのアセスメントや改善案のプランニングを効果的に実施していく。具体的には、岡崎市と青経連からの要望等の意見聴取、事前学習としてアクティブ・ラーニング化したロールプレイング研修の導入、学生の取材活動における日程調整、事後学習としてのプレゼンテーション評価、成果物としてのポータルサイトのブラッシュアップなどである。

## 7. アンケート調査

河合・町田他（2014）では、『2010年度JAUCB受託調査研究報告書』で提案される、6つの汎用能力（ジェネリック・スキル）を指標化し、ポータルサイト「岡崎コレクション」制作プロジェクトに参加したゼミ学生の伸長度を測った。ただし、前述のように昨年までの当該活動はゼミ課外活動であり、プロジェクトに参加した学生は少数であったため、予備的調査に留めていた。今年度よりカリキュラム化したことから、1年生全学生を対象としたジェネリック・スキルの伸長度をはじめ、プロジェクト参加の満足度やキャリア形成への役立ちなども併せてアンケート調査するとともに、取材企業に対しても事業の満足度を測るため、アンケート調査を実施した。

アンケート調査概要は、以下の通りである。なお、学生に対するアンケートについては、学内の必要な手続きを経ている。

### ■学生の満足度やジェネリック・スキル伸長度など

- ・調査時期：平成26年12月
- ・調査対象：本学科プロジェクト参加者60名
- ・有効回答者数56名（回収率93.3%）
- ・調査方法：質問紙調査。調査票の配布及び回収は集合調査法による。

### ■取材企業の満足度など

- ・調査時期：平成27年1月
- ・調査対象：平成26年度ポータルサイト「岡崎コレクション」取材企業20社

- ・有効回答者数11社（回収率55.5%）
- ・調査方法：E-mail調査

### (1)学生及び取材企業での満足度

プロジェクトに参加した学生及び取材企業における当該活動の満足度は、表2である。学生側は6割以上が「満足している」と回答しており、取材企業側は11社のうち7社が「満足している」と回答している。

表2 活動の満足度

	かなり満足している	ある程度満足している	どちらでもない	あまり満足していない	全く満足していない
学生 (N=56)	6	29	19	2	0
取材企業 (N=11)	1	6	1	3	0

学生側の「満足している」理由（35名）の自由回答を分類すると、「経営者から貴重な話が聞けた」ことや「経営者の人柄」に関することが17名（48.6%）、「学内では出来ない経験をした」ことが7名（20.0%）、「自己達成感」に関することが5名（14.3%）「地元企業の理解が進んだ」ことが4名（11.4%）、「楽しかった」が2名（5.7%）であった。本プロジェクト参加による本学科の主目的は、「大企業と比較して情報の乏しい中小企業の魅力に触れることで、地域産業の特性に対する理解を深められること、それを通じて学生自身のキャリア意識向上に役立てること」（前述）であるが、その目的は達成されていると考える。また、PBL活動のメリットである「身の丈を超える経験」<sup>(20)</sup>による自己発見、自己成長を享受した学生がいることも分かる。なお、「満足していない」とする2名の理由は、「もっと時間をかけてインタビューをし、文章を考えたかった」と、「インタビュー内容を上手く文章にまとめられず自分が情けなかった」とするもので、むしろ自己成長のための積極的な意見であった。

「どちらでもない」とする学生が19名いるが、カリキュラム化をしてプロジェクト参加者が増加した以上、これは想定済みである。しかし、このアンケート調査時点では、まだ自分たちが制作したサイトがオープンされていない。PBL活動において成果物は自己達成感の重要な要素であり、自分たちの氏名が入ったサイトを目にしていないことが数値に現れているとも考えられる。

一方、取材企業側の「満足している」理由（7社）の自由回答は、「学生の視点による自社の再発見」や「学生の姿勢に対する好評価や好印象」がほとんどであった<sup>(21)</sup>。ポータルサイト「岡崎コレクション」の取材を受ける企業側メリットは、「学生の新鮮な視点で企業の歴史や魅力を再発見して発信することが出来ること」（前述）としているが、それに該当する回答が多かった。

逆に、取材企業側の「満足していない」理由（3社）の自由回答は、「学生のインタビュースキルや文章能力の低さ」であった<sup>(22)</sup>。表1のように、インタビュー練習は1回のみ授業で行っているが、学生が文字起こしをした文章を企業に添削してもらう作業の段階で、我々教員はその校正に敢えて関与していない。それは、今年度のプロジェクトでは、学生と取材企業間での文章校正のやり取りを密にすること

で、成果物であるサイトの完成度を高めていくことを、本学科と青経連担当者との間で申し合わせていたためである。すなわち、今年度は、青経連のご協力の下、学生が苦勞することでその伸長度を高める方法を取ったのである。しかし、企業側にとっては負担の大きい作業になったと思われ、その点は今後の反省点になろう。

**(2)役に立った活動**

プロジェクトに参加した学生において、一連の活動の中で最も役に立った活動は、表3である。

「企業へのインタビュー」が全体の42.9%を占め、次いで「参加企業プレゼンテーション」と「取材文章の校正（企業との電子メールやりとりを含む）」が、それぞれ14.3%である。これらは、取材対象の経営者の話を聞いたり、記録したインタビューを文章にまとめて添削を求めたりするなど、全て企業と関わる活動であることで共通している。満足度でも、「経営者から貴重な話が聞いた」や「学内では出来ない経験をした」とする意見が多かったが、本学科の学生が企業の経営者と関わる経験こそが、このプロジェクトの最大のメリットといえる。

なお、プロジェクトに参加した学生における当

表3 役に立った活動

活動内容	学生(N=56)
「岡崎コレクション」【社長の自叙伝NET】研究	0
安藤竜二様講演「ブランディングとは」	2
参加企業プレゼンテーション	8
インタビュー・写真撮影の練習	5
企業へのインタビュー	24
iPadやICレコーダによる記録	3
ポートレート写真の撮影	0
録音から文章作成（文字起こし）	6
取材文章の校正(企業とのメールやりとりを含む)	8

表4 満足度と役立ちの関係

活動内容	かなり満足している	ある程度満足している	どちらでもない	あまり満足していない	全く満足していない	計
「岡崎コレクション」【社長の自叙伝NET】研究						0
安藤竜二様講演「ブランディングとは」		1		1		2
参加企業プレゼンテーション		5	2	1		8
インタビュー・写真撮影の練習	1	4				5
企業へのインタビュー	3	13	8			24
iPadやICレコーダによる記録		1	2			3
ポートレート写真の撮影						0
録音から文章作成（文字起こし）		2	4			6
取材文章の校正（企業とのメールやりとりを含む）	2	3	3			8
計	6	29	19	2	0	56

該活動の満足度（表2）と、一連の活動の中で最も役に立った活動（表3）の関係は、表4である。満足度にかかわらず、企業と関わる活動が役に立ったと感じていることが分かるが、「ある程度満足している」層に「インタビュー・写真撮影の練習」すなわち、「事前学習」が役立ったとする学生がいることと、「どちらでもない」層に「録音からの文章作成（文字起こし）」すなわち、基本的には「作業」が役立ったとする学生が一定いることが特徴である。

**(3)困難な活動**

プロジェクトに参加した学生において、一連の活動の中で最も困難だった活動は、表5である。

「録音からの文章作成（文字起こし）」が全体の

表5 困難だった活動

活動内容	学生(N=56)
「岡崎コレクション」【社長の自叙伝NET】研究	0
安藤竜二様講演「ブランディングとは」	0
参加企業プレゼンテーション	0
インタビュー・写真撮影の練習	4
企業へのインタビュー	11
iPadやICレコーダによる記録	2
ポートレート写真の撮影	1
録音から文章作成（文字起こし）	31
取材文章の校正(企業とのメールやりとりを含む)	7



55.4%を占め、次いで「企業へのインタビュー」が、19.6%である。「録音からの文章作成（文字起こし）」は、基本的には“作業”であるが、決められた文字数にまとめたり、経営者や企業の魅力を引き出すような文章をまとめたりすることは、そこに国語力が要求される。また、「企業へのインタビュー」には、圧倒的にコミュニケーション能力が求められる。いずれも1年生の学生にとっては難易度の高い作業であり、学生が困難に感じた活動であったことは頷ける。一方で、「iPadやレコーダによる記録」や、その後の取材映像をYouTubeにアップすることになるが、デジタル機器の使用に長けた学生にとって、こうした一連の活動にそれほど困難性を感じていないことも特徴である。

#### (4)学生及び取材企業での地域貢献性

ポータルサイト「岡崎コレクション」制作が地域に貢献する活動であるかについては、表6である。本学科では、ポータルサイト「岡崎コレクション」制作プロジェクトを地域貢献事業の中核としているが、それは学生、取材企業双方にほぼ理解されている。しかし、本プロジェクトは、新商品・新市場の開拓も視野に入れた情報発信を行うことで、地域中小企業の連携がもたらすシナジー効果により地域経済を活性化させること（前述）にあり、そこまで踏み込んで地域貢献が出来るかについては、サイトアクセス数や企業連携の事例を検証する必要がある。

表6 地域貢献性

	学生 (N=56)	取材企業 (N=11)
かなりそう思う	7	2
そう思う	41	8
どちらにもない	8	1
あまりそう思わない	0	0
全くそう思わない	0	0

#### (5)学生及び取材企業での魅力度

プロジェクトに参加した学生及び取材企業が、互いにそれぞれを魅力に感じたかについては、表7である。ほとんどの学生が、経営者や地元中小企業に魅力を持つことになったし、取材企業の多くからも学生を魅力に感じていただいた。しかし、取材企業の方は、活動の満足度と学生への魅

表7 魅力度

	学生 (N=56)	取材企業 (N=11)
かなり感じた	24	2
ある程度感じた	27	5
どちらでもない	5	3
あまり感じない	0	1
全く感じない	0	0

力度が一致している企業もあれば、一致しない企業、すなわち活動の満足度が低くても学生は魅力に感じた企業もあれば、活動の満足度が高くても学生を魅力に感じない企業も存在した。これについては、今後ヒヤリング調査の対象としたい。

#### (6)キャリアデザインの参考

プロジェクトに参加した学生及び取材企業において、学生はキャリアデザインの参考になったか、または企業の方は学生にとって参考になると思うかについては、表8である。概ね学生は、自身のキャリア意識の向上に役立てたし、取材企業の方もそう考えている。学生が経営者から直接話を聞くことのキャリア形成の意義は、双方でほぼ共有されていると考える。

表8 キャリアデザイン

	学生 (N=56)	取材企業 (N=11)
かなり参考になる	5	2
ある程度参考になる	36	6
どちらでもない	15	2
あまり参考にならない	0	1
全く参考にならない	0	0

#### (7)ジェネリック・スキル伸長度

本稿では、『2010年度JAUCB受託調査研究報告書』で提案される6つの汎用能力（ジェネリック・スキル）<sup>(23)</sup>[新卒時点で求められる汎用能力（対話・対応力、好感獲得力、吸収力、継続力）と、ビジネス実務で求められる汎用能力（付加価値をつける能力、バランス感覚）]を分かりやすい表現に変え、プロジェクトの取組前と取組後での自己の変化を5段階スケールで回答してもらい、学生の伸長度をみとめる（表9）。

学生は、プロジェクトに参加したことによって、ジェネリック・スキルの6項目の全てで有意（1%水準）に成長したと自己評価している。な

表9 ジェネリック・スキル伸長度

	取組前 平均値 (N=56)	取組後 平均値 (N=56)	伸長度 (平均値の差)	t値	有意水準 (片側)
対話・対応力	3.29	3.68	0.39	2.977	0.00***
好感獲得力	3.05	3.41	0.36	2.509	0.00***
吸収力	2.95	3.52	0.57	4.846	0.00***
継続力	3.09	3.55	0.46	3.704	0.00***
付加価値を付ける能力	3.09	3.52	0.43	2.873	0.00***
バランス感覚	3.11	3.64	0.53	3.897	0.00***

お、プロジェクト取組後で自己評価が高い項目は、「対話・対応力」(3.68)、「バランス感覚」(3.64)であり、伸長度が高い項目は「吸収力(外界の情報を柔軟に自分のものとする力)」(2.95→3.52:0.57)、「バランス感覚(周囲を観察し、協調しながら課題解決する力)」(3.11→3.64:0.53)であった。

ただし、上記は先行研究でよく見受けられる分析手法<sup>(24)</sup>であるが、こうしたアンケート調査における自己評価は主観的であり、客観的とはいえない。学生があるプロジェクトに参加し、何かしらの活動をした場合に、取組前より取組後の方が「伸長しなかった」と回答することは自己否定に繋がるからである。その点に配慮して、ジェネリック・スキル伸長度に関しては、項目間での数値差に着目すべきである。

「対話・対応力」・「吸収力」・「バランス感覚」が目立つ結果であることは、編成されたチームの中で役割分担をし、経営者にインタビューした記録を文章や写真、映像にまとめるという、チーム内での作業を協調して遂行し、かつ、学生は経営者の話を自己のキャリアに反映させる過程を経たことと解釈できる。よって、経営者と会話し、「周囲を観察し、協調しながら課題解決する力」や「外界の情報を柔軟に自分のものとする力」が身についたとする学生が多いということであろう。

## 8. まとめ

第5章で指摘したように、当プロジェクトを1年次にカリキュラム化したことで、2年生ゼミ学生が夏休みに課外活動として行っていた第1～2期の課題点を解決できたかについては、概ね解決できたと考えている。ゼミ課外活動とは異なり、「授業内での活動による確実な進行管理が可能」となったし、「必修授業での活動であるため、多

数の学生が参加」することになり、多くの学生はその教育効果を享受することができた。また、第7章のアンケート調査の結果から、「1年次でのプロジェクト参加により、その経験を2年次の就職活動等に生かすことができる」と期待される。

しかし、「授業(特に事前授業)で指導を行うことにより、学生の能力差を縮小」できたかについては不明である。アンケート

調査では、当プロジェクトに満足している理由が「事前学習」にあった学生もいた一方で、インタビュー音声サイトを記事として読みやすくするためには、インタビュー内容を上手に意識してまとめるスキルが必要だが、そのスキルが不足している学生グループでは、この段階で作業が止まってしまった。この点については、全プロジェクトが終了した時点で、学生にヒヤリング調査を行う予定である。

当初は、カリキュラム化することで、意欲の低い学生に対して不安があったが、当プロジェクトに対する予想以上の満足度やその他アンケート調査の結果を受けて、「大企業と比較して情報の乏しい中小企業の魅力に触れることで、地域産業の特性に対する理解を深められること、それを通じて学生自身のキャリア意識向上に役立てること」の目的は達成していると考え、今後も当プロジェクトを継続していくつもりである。

一方で、カリキュラム化したことで新たに生じた課題については、以下のように対処していきたい。

まず、「取材音声から文字起こしを行う時間の不足」については、カリキュラムの時間配分の変更を行い、「編集、校正の時間厳守が徹底できない」ことについては、学生には授業ガイダンス等を通じて徹底させること、取材企業へは、事前の打ち合わせ等を通じて協力要請するしかない。

「機材数の不足」は、平成26年度私立大学改革総合支援事業の採択による什器等の整備で、ほとんどが解決できる。「習熟度の低さに伴う、動画撮影の不備」については、先述のカリキュラムの時間配分の変更に関係するが、この動画撮影やアンケート調査で「困難だった活動」(図表8)に挙げた部分に重点を置いた事前学習を展開することにしたい。なお、学生の中にデジタル・デバイスが生じており、一部デジタル機器の扱いに不

慣れな学生に対しては、特別の手当をする必要性も感じた。

「企業のプロジェクトに対する温度差」における課題については、青経連側と産学共同事業の目的の再整理または見直しを図る必要がある。今後は、新設された「現代ビジネス学科産学官連携企画室」で、産学官連携の継続的な協議が行われる予定となっているので、その場を通じて明らかにしていきたいと考えている。

なお、上記に関連して、当プロジェクトの「地域貢献性」についても産学官で再整理または見直しを行う必要があると考えている。現在、「現代ビジネス学科産学官連携企画室」では、当プロジェクト遂行のための協議の場に留まっているが、当プロジェクトの最終目的は「新商品・新市場の開拓も視野に入れた情報発信を行うことで、地域中小企業の連携がもたらすシナジー効果により地域経済を活性化させること」にあり、「現代ビジネス学科産学官連携企画室」が地域中小企業ビジネスの拠点となるような提案をしていくことも、高等教育機関の役目であろうと考えている。

## 謝辞

青経連の林政樹様はじめ事業部会各位及び取材企業様に感謝申し上げます。

## 付記

本稿は、平成26年度岡崎女子大学・岡崎女子短期大学課題研究助成によるものです。本文掲載の写真については、本人の承諾を得ています。

## 注

- (1) 岡崎市 (2009) 『第6次岡崎市総合計画』 p.21
- (2) 岡崎市 (2009) 『前掲書』 p.44
- (3) 岡崎市 (2009) 『前掲書』 p.84
- (4) 平成25年度より「経営実務科」から「現代ビジネス学科」へと学科名称の変更を行っている。
- (5) <http://www.okazaki-collection.com/about.html>参照
- (6) 河合晋・町田由徳他 (2014) 「現代ビジネス

学科におけるPBLの取組みに関する課題について」『岡崎女子短期大学学術教育総合研究所所報』第7号、p.12

- (7) 文部科学省 (2012) 「大学改革実行プラン～社会の変革のエンジンとなる大学づくり～」 p.12参照  
([http://www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/24/06/\\_icsFiles/afieldfile/2012/06/05/1312798\\_01\\_3.pdf](http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/24/06/_icsFiles/afieldfile/2012/06/05/1312798_01_3.pdf))
- (8) 文部科学省(2013)「私立大学等教育研究活性化設備整備事業」参照  
([http://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/shinkou/07021403/002/002/1340519.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/shinkou/07021403/002/002/1340519.htm))
- (9) 愛知東邦大学地域創造研究所編、手嶋慎介・加納輝尚・河合晋他6名著 (2014) 『学生の「力」をのばす大学教育－その試みと葛藤』唯学書房、pp.166-167
- (10) 詳しくは、河合晋 (2014) 「ソーシャルビジネスに対する学生の意識について－アンケート調査に基づいて－」『ビジネス実務論集』第32号、日本ビジネス実務学会、pp.12-25を参照されたい。
- (11) 本稿での「ゼミ」とは、「専門ゼミナールⅠ」(1年次後期)・「専門ゼミナールⅡ」(2年次前期)・「専門ゼミナールⅢ」(2年時後期)を総称している。
- (12) 河合晋・町田由徳他 (2014) 「前掲書」 pp.13
- (13) <http://www.saitama-u.ac.jp/visit/visit.html>参照
- (14) <http://www.city.hachioji.tokyo.jp/sangyo/10838/>参照
- (15) <http://ameblo.jp/ceo100/>参照
- (16) <http://100sen-company.net>参照
- (17) 河合晋・町田由徳他 (2014) 「前掲書」 pp.13-14
- (18) 河合晋・町田由徳他 (2014) 「前掲書」 p.12
- (19) 河合晋・町田由徳他 (2014) 「前掲書」 p.14
- (20) 大島武・池内健治・椿明美・水原道子・見館好隆 (2010) 「ビジネス実務分野における汎用能力とその教育方法」『2009年度JAUCB受託研究報告書』全国大学実務教育協会、pp.29 - 35、[「身の丈を超える経験」は、McCall, M.W. (1998) “High Flyers:Developing the Next Generation of Leaders” Harvard Business School Pr.:金井壽宏訳 (2002) 『ハ

イ・フライヤー次世代リーダーの育成法』プレジデント社より引用]

(21) 取材企業様の肯定的なご意見は以下の通りである。

- ・学生の視点を知ることができる貴重な機会になりました。自社の存在を多くの方に知っていただくことは非常にありがたいこと。
- ・学生さんの話を聞く姿勢や明るい笑顔での対応などが良かったと思います。
- ・学生さんもそうですが、運営側の皆さんがとても頑張ってみえたからです。
- ・自社の創業から今日までを改めて知ることができ、また、強みも弱みも再認識できたので。
- ・色々な角度からの質問やヒヤリングにこちらとしても気が付くことが多くて良かったです。
- ・学生さんたちが、一生懸命に取材をしてくれたり、原稿をまとめていた姿勢が良かったと思います。また、自社の事を再度考えるきっかけにもなり、初心に帰ることができた。今後に活かせると思いました。
- ・今回のプレゼンや取材を通して伝える事の難しさや、重要性を再認識できたことに満足しております。

(22) 取材企業様の否定的なご意見は以下の通りである。

- ・まだまだ学生との距離感を感じ、上手く伝えきれない部分があった。また、もっと学生さんから積極的に話を掘り下げてほしかった。
- ・学生の文章作成能力が低い。
- ・今回、私自身インタビュー取材というものを初めて体験し、それが文章化された物を見て、伝える事の難しさを痛感しました。他の方に聞いても、皆さんの添削後の文章が真っ赤になって

しまったとおっしゃっていました。分かりやすく話したつもりでも、外部の人には分かり辛い内輪話になっていたのだなあと反省しております。

(23) 大島武・池内健治・椿明美・坪内明彦・見館好隆・和田佳子 (2011) 「汎用能力育成の指導法：研究プログラム開発と教材開発を中心に」『2010年度JAUCB受託研究報告書』全国大学実務教育協会、p.15

(24) 見館好隆 (2012) 「課題解決型学習で「企業が求める力」は育成できるのかーオープンキャンパスプロジェクト参加者と非参加者との比較ー」『ビジネス実務論集』第30号、日本ビジネス実務学会、pp.21-34

### 主要参考文献

- ・愛知東邦大学地域創造研究所編、手嶋慎介・加納輝尚・河合晋他6名著『学生の「力」をのぼす大学教育ーその試みと葛藤』唯学書房、2014年
- ・大島武・池内健治・椿明美・水原道子・見館好隆「ビジネス実務分野における汎用能力とその教育方法」『2009年度JAUCB受託研究報告書』全国大学実務教育協会、2010年
- ・河合晋、町田由徳、手嶋慎介、岡野大輔、加納輝尚「現代ビジネス学科におけるPBLの取組みに関する課題について」『学術教育研究所所報』第7号、pp.11-24、2014年
- ・河合晋「ソーシャルビジネスに対する学生の意識についてーアンケート調査に基づいてー」『ビジネス実務論集』第32号、日本ビジネス実務学会、pp.12-25、2014年