

原著論文

大学の地域連携による学生教育の取り組み — 地域資源を活用した商品開発プロジェクト —

池田 幸代*・小早川睦貴*・中尾 宏*

産官学連携の取り組みとして本学では四街道市と連携し、地域のブランド・アイデンティティの構築につながる商品開発プロジェクトを進めてきた。四街道市からは行政だけでなく市民のボランティア団体の協力を得て、大学からはゼミ学生の参画により地産地消の特産品づくりに取組んだ。学生教育においては、学生がこのプロジェクトを通じて社会人力を向上させ、経営学の理論と現実社会との関係性についての理解を深めることを目的とした。本稿では、まずプロジェクトのプロセスと内容について記述する。さらに、プロジェクトの成果として、学生自身の成長につながる機会を創造することができたかについて検討する。最後に、商品開発プロジェクトを通じた学生教育のあり方について、今後の課題を提示する。

キーワード：ブランド・アイデンティティ、商品開発、地域資源、社会人力、産官学連携

Educational Activities in the Framework of Cooperation between Universities and Regional Communities: Product Development Projects Utilizing Local Resources

Yukiyo IKEDA*, Mutsutaka KOBAYAKAWA* and Hiroshi NAKAO*

Tokyo University of Information Sciences is cooperating with Yotsukaido City on a product development project designed to promote regional brand identities. Undergraduate students are encouraged to participate in efforts to develop specialty products based on local culture and traditions. The work involves cooperation with municipal agencies as well as community volunteer organizations. The academic goal of the program is to enable students to understand the relationship between the theoretical models they learn in classwork and actual real world applications. Hopefully the experience will help prepare students for future employment situations. This paper describes the process and content of the project, and examines whether participating students are able to create opportunities for personal growth as a result of their participation. Future directions for improving this type of educational experience are also considered.

Key words: brand identity, product development, local resources, employability, industry-government-academia collaboration

*東京情報大学 総合情報学部
Faculty of Informatics, Tokyo University of Information Sciences

2016年5月16日受付
2016年7月29日受理

1. はじめに

近年、大学が周辺地域社会とのかかわりに着目し、産官学連携によるプロジェクトを推進する動きが盛んである。東京情報大学においても、地域に貢献できる活動を進める取り組みを進めてきた。

香取市佐原地区との連携プロジェクトでは、地域資源を見つけ六次産業化を目指して商品化に向けた活動をすすめることを目指した。2014年度には、本学の起業・商品開発コースに所属する学生による佐原いちじくを活用した「いちじくタルト」の企画・開発をすすめ、地域の菓子会社による販売を実現させた。

大学教育の目的を考えると、プロジェクトを通じて地域社会に貢献するのみならず、学生教育プログラムの有効性に着目し、取り組みをすすめることが求められている。そのため、2015年度の四街道市との連携による商品開発プロジェクトでは、試験的に学生教育のあり方を評価する仕組みを備えた新たな取り組みを進めてきた。本稿はこの内容について提示することが目的である。そのためにまず求められる人材教育とこれに関連する理論についてふれる。次にプロジェクトの目的について示し、最後にプロジェクト研究の取り組みの内容とその成果を提示する。

2. これからの人材教育

大学教育の目的の一つに、これからの社会で求められる人材を育成すること（キャリア教育）があげられる。また教育のあり方も経営環境の変化と企業が直面する課題によって大きく影響を受ける。現代ではイノベーションの重要性和そのあり方も変わりつつある。永井（2006）・吉川（2005；2007）によると、今後は不確実性の高い環境の中で絶えず問題を見つけ課題解決する能力が必要である[1-3]。

経済産業省は「社会人基礎力」を提唱しているが、これは平成18年4月に報告された「社会

人基礎力に関する緊急調査」の中で「職場や地域社会の中で多様な人々とともに仕事をする上で必要な基礎的な能力」と定義されている[4]。この社会人基礎力は大きく分けて3つの要素、すなわち「前に踏み出す力（アクション）」「考え抜く力（シンキング）」「チームで働く力（チームワーク）」を想定している。前に踏み出す力とは、主体性や実行力など、実際に行動を起こしていくために必要な能力といえる。考え抜く力とは課題発見力や計画力など、行動を起こす前のプランニング段階で必要となる能力を指す。そしてチームで働く力はその名の通り、他者と協調して計画を遂行するために必要な、発信力、傾聴力などのコミュニケーション力をはじめ、ストレスコントロールなど自律に関する項目である。社会人基礎力は新卒社員の採用や求める人材像として企業が重視している。また一方で若者が弱みとして感じている点は企業とのずれがあり、これを自覚することは学生が今後社会に出て行く際に必要な心がけといえる。

人材教育においては、職業とのマッチングを意識させ社会で活躍する中で進むべき方向性を示すことも重要である。職業との個人のマッチングは大学で用いられる職業適性検査によっても示されるが、Schein (1985) [5]が提示した「キャリア・アンカー（キャリアの錨）」の視点も重要である（大久保 2006）[6]。キャリア・アンカーは社会人基礎力と類似して、社会で仕事をしていくうえで必要となる能力についての概念である。しかし、仕事を長期間続けていく上で、個人の中に船の錨のように一貫して保たれる側面に関するものという点が異なる。社会における仕事は単に与えられた課題をこなすだけではなく、自己の価値観や考えに基づいてそれに見合った行動を選択していくということが必要となる。

Schein (1985) [5]によると項目は①専門/職能別コンピタンス（自分しかできないこと、エキスパートであること）、②全般管理コンピ

タンス（組織の経営管理、権威）、③自律/独立（束縛されず、自分のペースで働くこと）、④保障/安定（安全で確実なこと、予測可能なこと）、⑤起業家的創造性（新しい商品を作って、事業を起こすこと）、⑥奉仕/社会貢献（自分の価値観を持って世の中を良くすること）、⑦純粋な挑戦（不可能を可能にすること、挑戦そのもの）、⑧生活様式（私的な生活と職業生活のバランス）がある。

3. 商品開発プロジェクトの取り組み

本学においては実学主義のもと、学びのフィールドを大学の外に求め地域社会と触れ合うことで、リアリティを持って社会現象を理解することができる教育プログラムを目指している。また今回の目的は商品開発プロジェクトを実行し、その教育効果の測定・評価をすすめて今後の学生教育のあり方を検討するものである^(注1)。学生個人に与える教育効果として目指すのは、「社会人力」^(注2)の育成および「自己の強み」の育成であり、すなわち「活動に学生が主体的にかかわることにより、学習への意欲と関心、達成感を獲得させ、成功体験へとつなげる」ことである。

堤ほか（2007）によると教育研修の見地からの手順として参考になるものとして、「HRDサイクルモデル」や「HRDサイクルストーリー」[7]がある。「HRDサイクルモデル」は、教育研修の質を高める取り組みとして人事育成部門においてみられる業務プロセスであり、以下にみられるようなプロセスの繰り返しである。

- ①分析：経営戦略にもとづいて教育研修のニーズを正しく理解、把握する機能（Plan）
- ②実施：経営戦略にもとづいて教育研修をデザイン、運営する機能（Do）
- ③評価：教育研修が期待通りの成果を上げているかを評価する機能（See）

今回の商品開発プロジェクトにおいても「HRDサイクルモデル」を前提に進めることとした（図1）。

以下では、四街道市における商品開発の実際



図1 商品開発プロジェクトによる教育評価実施のステップ

出所：HRDサイクルモデル[7]p.24を基に著者加筆

の取り組みについてふれる。はじめに、これまで佐原の「いちじく」を活用した商品開発に取り組んできたことをふまえて、そのノウハウを生かし地域資源となる食材を発見し、それをもとにどのような商品づくりが可能であるかを検討することにした。まず四街道市役所の職員への聞き取り調査を行うことと、地域を代表する土産・農作物や歴史的資源の存在、商品開発のパートナーとして連携できる製造業者を探ることが必要であった。また、地域のステークホルダーである地域住民にインタビューし、真のニーズを探り商品開発についてアイデアを出していくことも求められた。このため、「実施(Do)」に該当する部分については以下の手順で進めることとした。

尚、プロジェクトの過程で、学生の学びについては学生自らの「課題解決力・気づき・発見」を促すため、教員はアドバイザーとしての指導をするにとどめた。ただし、マナーや身だしなみなどの基本的な部分については、事前に指導を行った。

3.1 実施手順1～3：事前調査

手順1：商品開発事例調査

食品の開発・製造に関する知見を得るために、学校法人東京農業大学における兄弟校である東京農業大学産業学部食品香粧学科の佐藤広顕研究室を訪問した。地域資源を活用した商品開発の現状や、これまでに当プロジェクトで手掛けた「いちじくタルト」についての改善点を

伺った。さらには農作物に含まれる栄養素についての情報提供も受けた。

手順2：地域とのネットワーキング

本学が包括提携を行っている四街道市^(注3)の職員と面会し、四街道の地域資源を活用した商品開発に必要な情報の聞き取りを行った。地域のブランド・アイデンティティを表現する商品として、かつて鹿放ヶ丘^(注4)という地で少年開拓団が開拓し、生産されていた「鹿放小麦」と「鹿放パン」を紹介された。鹿放ヶ丘の少年開拓団については、次世代に語り継がれる機会が少なく歴史の記憶が風化しており地域住民の認知度が低かった。平成15年の夏に市民劇団がこれをテーマにした作品を上演したことで、鹿放小麦の存在が知られるようになってきている。四街道市の関連団体である「よつグルメ研究会」^(注5)では、「鹿放小麦」を原料に開拓当時地域住民に親しまれてきた「鹿放パン」を再現し、イベントを通じて販売する活動を進めていることが分かった。加えて地域ブランドについて、四街道市のフリーペーパーを制作・配布している広告代理店に対してのヒアリングを行った。

手順3：地域資源（特産品）の調査

四街道に関する情報誌をもとに、四街道ブランドを代表する商品や土産物を探索するために、鹿放ヶ丘を含めた現地調査を実施した。四街道市は近郊農業が盛んである。しかし全国的に地域を代表し知名度を得ているものはない。四街道駅周辺には、地元を代表する製菓店があ

ることが分かった。その後調査結果について四街道市と情報交換を行った。また、商品開発協力団体として「よつグルメ研究会」へ協力を依頼することになった。四街道を代表する商品の調査においては、調査サイト決定やヒアリングの実施を学生の主体性に任せるようにした。

3.2 実施手順4～6：商品企画

手順4：地域イベントでの活動・アンケート

よつグルメ研究会は、平成27年11月7日～8日に開催された「四街道市産業まつり」に出店を予定していた。このため、出店前日の11月6日には、学生も参加して市の関連施設である「わろうべの里」において販売する商品の製造を行った。「四街道市産業まつり」当日には、店舗において鹿放小麦を使用した「鹿放パン」「ガレット」「よつぼくんクッキー」「スープカレー」「四街道の焼き栗」を販売した。学生は販売業務の傍ら来場者に対するアンケートを実施し、四街道市民の意識やニーズの調査を行った。学生は、よつグルメ研究会とともに出店準備から閉店後の作業に至るまで共にあらゆる作業を自主的に行った。

このイベント参加の後、学生による自己評価アンケート（事前）を実施し、これ以降に始まる商品開発プロジェクトの効果を測定するための事前情報と位置付けた。

手順5：商品コンセプト立案

商品開発に関するマーケティングの理論の学習をすすめ、産業まつりで回収したアンケートのデータ処理をブモック（BuMoc）を用いてweb上で行った^{(注6) (注7)}。その後、テキストマイニングを行った。このアンケートやこれまでの調査をもとに商品コンセプトの立案をすすめた。アンケートの集計作業は、学生が交代でPCを操作できるように心がけた。

手順6：商品コンセプトのプレゼンテーション

この商品コンセプトを四街道市役所、よつグルメ研究会のメンバーに対して提案した。これに対して様々な意見のフィードバックを得て、コンセプトの練り直しとデザイン案の検討を

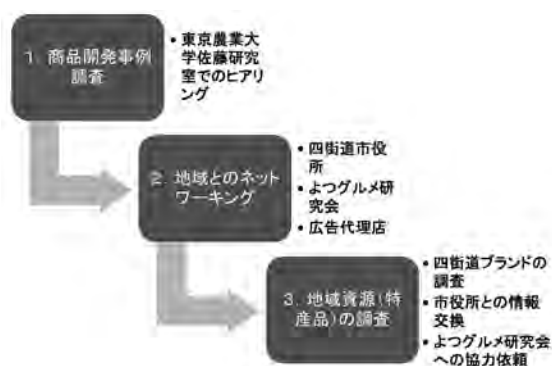


図2 実施手順1～3：事前調査

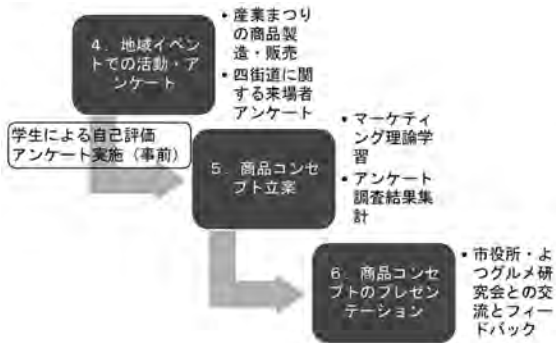


図3 実施手順4～6：商品企画

行った。プレゼンテーションは、マーケティングの理論をもとに組み立てるよう指導した。また、スライドは学生それぞれに内容を発表させ、互いに改善点を議論した上で修正させた。

3.3 実施手順7～9：商品化

手順7：コンセプト・商品デザインの決定

その後、よつグルメ研究会を再度訪問し、コンセプトの確認と商品の具体化をすすめた。調査によると、菓子市場規模は年々減少傾向にあり、競合他社・競合商品ではコンビニの参入で競争は激化していることが分かった。百貨店や専門店での販売が不振であるが通販による商圏の拡大がみられる。消費者行動の変化では、家庭での消費用は大きな変化はないが、ギフト（贈答）用の割合が増えている。学生が実施したアンケートから、四街道エリアの人々のニーズとして「四街道を代表する商品ブランドが少ない。四街道ブランドのイメージアップにつながる特産品・土産物が欲しい」という意見が多いことが明らかになった。また、コレスポネン分析の結果、「鹿放小麦」を使ったグルメとしてお菓子、麺類、イタリアンの要望があることが明らかになった。

セグメンテーションとターゲットは「20～50代女性のうち健康志向で地域食材に関心をもつひと」とした。ポジショニングは「ヘルシーでかつ家族のコミュニケーションを楽しみながらたべるおやつ」とした。そのためMcCarthy (1996) [8]の4P^(注8)をもとに、次のように設定した。

- ① Product：ユニークな土偶顔のデザインで鹿放小麦使用の野菜（生姜・牛蒡）入りクッキー。ギフト用ニーズにも対応する。
- ② Price：価格帯は2枚入り1パックで150～200円。ギフト用ボックス売りは一箱10袋入りで2,000円。
- ③ Promotion：市の広報や大学HP、よつグルメ研究会のホームページのほか、口コミを活用する。
- ④ Place：イベント出店にて販売する。その後四街道駅周辺の店舗、道の駅、菓子屋など販路を開拓する。

商品ブランド名は四街道周辺の八木原貝塚で出土する「土器（土偶）」をモチーフにしたクッキーであることから「よつどきくっきい」と名付けた。商品のレシピはよつグルメ研究会が担当し、ブランド名、包装材のデザインと商品に添えるしおりデザイン、クッキーのデザインは学生が担当した。試作品は学生も味や食感について意見を交換し、作りなおしも行った。また「ヘルシー」というポジショニングを強調するために、東京農業大学産業学部食品香粧学科の佐藤広顕先生の協力で栄養学の見地に基づく説明をしおりに記載した。

手順8：商品製造・お披露目会実施

製品の試作品を評価するために、平成28年3月10日に四街道市民を対象にお披露目会を開催し、そこで商品についての意見を伺った。また、このお披露目会に先立ち、四街道市の協力で広報を活用し、市民への告知を行った[9]。お披露目会の様子はその後の市政だよりの表紙面に掲載された[10]。

手順9：商品製造・包装、完成品発表

その後3月中旬に包装材が納品され、包装を行い製品の最終版が完成した。

完成した商品とこれまでの取り組みについては、学生と教員で意見の交換を行った。この取り組みについて成果を測定するため、4月に学生による自己評価アンケート（事後）を実施した^(注9)。



図4 四街道市「市政だより」(裏表紙)に掲載された記事[9]



図5 完成した「よつどきくっくい」

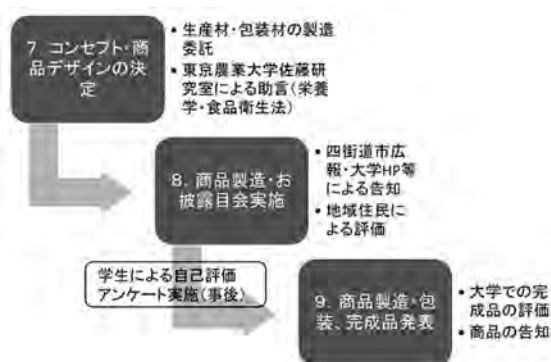


図6 実施手順7～9：商品化

4. 教育効果の検討

4.1 教育効果の評価のねらい

ここまで述べてきたプロジェクトを通じて、学生がどのような学びを得たのかについて質問紙を用いて検討した。検討した項目は、①「社会人力の自己評価」と、②「自分の強み」についてである。本プロジェクトの主要な目的の一つは「活動に学生が主体的にかかわることにより、学習への意欲と関心、達成感を獲得させ、成功体験へとつなげる」であった。地域貢献や地域の活性化も重要な目的であるが、教育という面から考えると、学生個々の内面的な成長がみられたか否かが重要な点である。

社会人力の評価は、自分と社会の関わりについて学生がいかに実感したか、そして自分の強みは、自分で自分の内面に関してどの程度内省ができたかを振り返ってもらうことを目的として検討項目とした。これらの調査は教育効果を測る尺度という目的もあるが、学生本人がその成長を自覚するための指標としての狙いもある。今回測定した社会人力は、経済産業省の社会人基礎力の発想に基づくものである。

社会人力の測定は学生個人と社会との関連という、外的な関わりについて調べる側面が強いが、自己の強みに関する項目を調べることで、学生の内的な変化について調べることを目的とした。そのためこの項目は、Schein (1985) [5] が提唱したキャリア・アンカーの考えに基づいて設定した。

4.2 実施方法

4.2.1 対象者

調査では対象者をプロジェクトに参加した東京情報大学3年生(プロジェクト終了時の調査時は4年生)7名を対象とした。

4.2.2 手続き

以下に示す「社会人力の評価」、「自分の強みの評価」を、プロジェクトの終了前(2015年11月)および終了後(2016年4月)に行い、その得点を比較した。この比較には内田(2014) [11]

を参考に、Wilcoxonの符号付き順位検定を用いた。また、社会人力と自分の強みの関連性について調べるため、それぞれの指標のプロジェクト前後での変化量を学生ごとに算出した。

4.2.3 社会人力の評価

経済産業省が提唱する社会人基礎力は単純な一つの能力ではなく、「前に踏み出す力」、「考え抜く力」、「チームで働く力」のような複数の要因から成り、それぞれが更に下位項目に分かれている。今回は、その発想に近い項目を中野(2010)[12](大学生向けのワークブック)から引用して用いた。具体的な項目は、計画力、自己の確立、情報収集力/問題解決力、主体性、反省力、自己研鑽、思いやり、チームワークの8項目であった。これらの項目について、「社会人として十分に働ける状態を100点として」評価し、自己記入してもらった。

4.2.4 自分の強みの評価

自己の内面的な評価についてはSchein(1985)[5]の“キャリア・アンカー”に基づいて評価した。キャリア・アンカーはその名前のとおり錨のような考え方で、組織や社会が変わっても自分の中で固定されたキャリア上の基軸という考

えである。今回は、専門/職能別コンピタンス(自分しかできないこと、エキスパートであること)、全般管理コンピタンス(組織の経営管理、権威)、自律/独立(束縛されず、自分のペースで働くこと)、保障/安定(安全で確実なこと、予測可能なこと)、起業家的創造性(新しい商品を作って、事業を起こすこと)社会貢献(自分の価値観を持って世の中を良くすること)、純粋な挑戦(不可能を可能にすること、挑戦そのもの)、生活様式(私的な生活と職業生活のバランス)の8項目について調査を行った。これらの項目について、自分の強みとして重視するものは5点、重視しないものを1点として5件法で自己評価してもらった。

4.3 結果

4.3.1 社会人力の評価

ここでは社会人力の評定値のプロジェクト前後での比較を示す(表1)。全ての項目において、社会人力の自己評価が向上していることが分かる。計画力、自己の確立、主体性、反省力、自己研鑽、思いやり、チームワークについては有意差が見られた(Wilcoxonの符号付き順位検定、それぞれ $Z = -2.0$ 、 -2.1 、 -2.0 、 -2.1 、

表1 社会人力と自己の強みのプロジェクト前後での変化

社会人力

プロジェクト 前/後	計画力		自己の確立		情報収集力 問題解決力		主体性		反省力		自己研鑽		思いやり		チーム ワーク	
	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後
	N(人)															
	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5
平均値	34.3	72.0	45.7	73.0	47.1	70.0	41.4	68.0	50.0	70.0	34.3	70.0	55.7	77.0	52.9	80.0
標準偏差	19.0	7.6	11.3	8.4	18.0	17.3	10.7	13.0	10.0	0.0	14.0	10.0	15.1	4.5	21.4	7.1

自己の強み

プロジェクト 前/後	専門・職能別 コンピタンス		全般管理 コンピタンス		自律・独立		保障・安定		起業家的 創造性		社会貢献		純粋な挑戦		生活様式	
	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後	前	後
	N(人)															
	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6
平均値	2.4	3.2	2.3	3.2	3.7	4.5	3.0	4.0	2.7	2.8	2.6	3.2	2.4	3.2	3.3	4.2
標準偏差	1.1	0.8	0.8	0.8	1.0	0.5	1.3	0.6	0.8	1.0	1.1	0.8	0.8	0.8	0.5	0.8

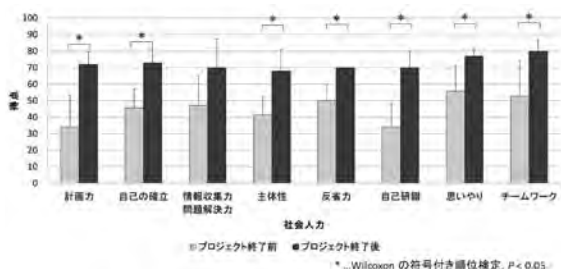


図7 社会人力のプロジェクト前後での変化

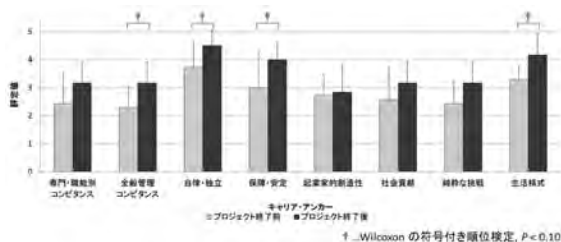


図8 自己の強みの自己評価値のプロジェクト前後での変化

-2.0、-2.0、-2.0) (図7)。

4.3.2 自己の強みの評価

次に自己の強みの評価値のプロジェクト前後での比較を示す。いずれの項目も統計的に有意な差はみられなかった。しかし、全般的管理コンピタンス、自律・独立、保障・安定、生活様式に関しては有意傾向がみられた (Wilcoxonの符号付き順位検定、それぞれ $Z = -1.9$ 、 -1.7 、 -1.8 、 -1.9) (図8)。

4.3.3 記述内容例

社会人力の自己評価欄では自由記述欄があった。全体として記述量は少なかったが、これについて、プロジェクト前後で変化がみられたと思われる学生の意見をいくつか例示する。計画力について、40点→70点と増加した学生では、プロジェクト前は「達成に無理のない計画を立てる」ことを今後の対策としていたが、プロジェクト後は「細かな計画を立て、様々な状況に対応できるようにする」として、実際の計画遂行を想定した計画を立てる必要性を自覚している。同様の観点として、別の学生では「計画の問題を洗い出して精度を高める」といった

意見もみられた。反省力については「失敗したことを省みることができ始めた」としていた学生が「その場では反省しているが、メモなどを取ってないので反省しきれていない」と、より反省を活かせる工夫を見いだせるようになっていた。チームワークについては「合わせすぎる時があるので、自分の意見を出せるようになる」という意見だった学生が「個人の役割をはっきりさせ効率を高める」という意見に変わり、他者との協調から、チーム全体での機能的な側面にも考えが及ぶようになったことが読み取れた。

4.4 考察

地域貢献に関するプロジェクトの前後で学生の社会人力、自己の強みといった自己の内外に関する能力の自己評価をすることが本検討の目的であった。

社会人力については、今回検討したほとんどの項目において有意な評価の向上がみられた。すなわち、計画力、自己の確立、主体性、反省力、自己研鑽、思いやり、チームワークに関して、学生の自己評価が高まった。これらは飽くまで自己評価であることに留意が必要なものの、“社会人として十分に働ける状態”に近づいたことを、学生が実感していたと言える。学生自身が力を身につけたことを実感していたことは、このプロジェクトが教育上一定の意義を含むものであったことを示すといえる。

地域貢献という、明確な解答がない課題について取り組むことで、自己の確立、主体性、自己研鑽などが身についたものと考えられる。類似した研究として秋吉 (2015) [13] の検討があるが、この研究でも様々な地域プロジェクトに学生が参加することにより、責任感やプレゼンテーション能力、コミュニケーション能力、および学生間の連携力が高まったことを指摘している。プロジェクトは数ヶ月間にわたっていたことから、一コマの授業では感じにくい計画力や反省力についても実感があつたものとみられる。さらに、今回のプロジェクトは、複数のメ

ンバーと協力して計画を進める必要があったことから、思いやり、チームワークについて向上が感じられたものと考えられる。一方で、情報収集力/問題解決力については評定値の平均そのものは増加していたものの、有意な向上ではなかった。情報収集に関しては、プロジェクトの遂行における必要性は個々の判断に任されていた点が原因と考えられる。すなわち、企画の「発案」というものを学生自身が自発的なアイデアを生み出す場と狭く考えていた場合、広く情報収集をすることを躊躇していた可能性も考えられる。また、問題解決については、複数のメンバーが参加するプロジェクトであるため、個々の参加度によって問題解決を行った実感が異なっていた可能性が考えられる。これらの点については今後、地域貢献プロジェクトを通じた教育においては留意が必要な点であると考えられる。具体的な方策としては、企画の発案や遂行、および改善に関しては積極的に情報収集を行うよう勧めることや、個々人のプロジェクトへの参画に偏りがなくどうかをチェックすることなどが必要であろう。

自己の強みについては、全体としては有意な増加がみられた項目はなかった。統計的な観点では、今回は学生数が限られていたことが影響していると考えられる。より内容的な問題があったとすれば、キャリア・アンカーという概念が、学生が考えるためには少し時期が早い可能性も考えなければならない。たとえば、住田ほか (2010)・益田 (2002)・坂田 (2014) [14-16]のように、これまでのキャリア・アンカーを調べた研究の対象は、看護師や転職者、大学事務職員など、既に職についている人々が主だった。ただし、それゆえに学生の時期から考え始めるべきだという考えも両立することは注意が必要である。また、学生の側の要因として考えられるのは、地域や社会に貢献するプロジェクトに参加することが自分の強みや成長につながるといった意識が少なかったことが考えられる。今後のプロジェクトでは、学生がプロ

ジェクトに参加する目的として、社会や地域に第三者として関わるだけではなく、地域貢献を通じて自分の能力を向上させているといった実感が得られるような振り返りを行うとより良い結果が得られるかもしれない。

しかしながら、全般管理コンピタンス、自律・独立、保障・安定、生活様式に関しては得点上昇に有意傾向がみられた。これらの項目は、社会人力に関する考察でも述べたとおり、複数のメンバーと協力して計画を遂行する際には向上が期待される項目である。生活様式に関しては、社会人力としてだけでなく、日々の学習の中で私的活動とそれ以外のバランスを考えられるという意味で、学生生活にも改善を与えるかもしれない。その他の項目については、学生間の個人差が大きかった可能性が考えられる。専門/職能別コンピタンスは、自分しかできない専門性に関する項目だが、こうした力を発揮する機会はあまりなかったのかもしれない。社会貢献に関する指標の向上が有意にみられなかったことは、教育上は残念な結果であった。学生の社会への関わり自体は少なくなかったものと思われるが、その結果を社会や地域の人々がどのようにとらえたか、フィードバックを得られるとより社会貢献が目に見えて実感できたのかもしれない。起業家的創造性、純粋な挑戦の指標も有意な向上はみられなかったが、上述した項目も含めて総じて言えば、より発展的な能力については獲得が不十分であったと学生が自覚していたものと考えられる。これらの考察にはより学生の内観など定性的なデータがあれば詳細な分析が可能であるが、今回の記述形式では十分に意見を抽出することが難しかった。これは今後の課題である。

現在のところ、社会人力や自己の強みといった概念を念頭においた教育研究は未だ十分であるとは言えない。「自己の強み」についてはこれまでに教育のターゲットに据えたものは少なく、本研究の独自性といって差し支えないだろう。興味深い検討として、吉浦・佐藤 (2009)

[17]の研究では、大学生の希望職種とキャリア・アンカーの関連性を調べ、一定の傾向と教育方針に対する示唆を得ている。本研究にこの視点を取り込むとすれば、学生の将来の目標と、それに対応した強みを育てていくという方向が見いだせるとより意義深いものと考えられる。一方で社会人力については、いくつかの試みがある。未だ手法は確立されていないが、それゆえに様々な試行錯誤的研究が多く、本研究にない補完的な要素を持つ研究もある。例えば先述の秋吉の研究では、ソーシャルメディアを利用したアクティブラーニングを提案しており、本学でも同様な検討が可能かもしれない。また、手嶋（2013）[18]の研究では本研究と類似して、地域の活動にゼミ単位で参加することで学生の社会人力を養成しようとする試みを行っている。本研究ではアンケートによって教育効果を検証したが、手嶋の研究ではインタビューを実施することで、学生の内観をより生き活きととらえることに成功している。また、インタビューをグループで実施することも行っており、学生同士の相互作用からより多様な価値観を認識させることに繋がっている。他の例として、相良ら（2013）[19]の研究では社会人力の指標としてSPIの得点を用い、学生の学習動機との関連をみている点が興味深い。視点を変えて、社会人力そのものに対する意識を調査した近藤ら（2014）[20]の研究では、質問紙を用いて社会人力に対する考えを調査している。これは直接的に学生指導を行った研究ではない点で今回のものとは一線を画すものの、社会人力について教員の側の認識が高くない点を明らかにしている。また、学生の学習態度が受動的である点や、教員みずからの社会人力が低いという批判などの意見を紹介しつつ、その教育の難しさを浮き彫りにしている。今回の研究を含め、共通した概念として見えてくるのは「アクティブラーニング」という要素といえる。社会に出る際に必要となる社会人力は、座学ではなく能動的な活動の中で学ばれるという点は認識

として共通しているものと考えられる。しかし、その手法を確立するまでには、様々な先行研究を参考として良い点を組み合わせていくことが必要だろう。

5. まとめ

本稿では、産官学連携の取り組みの場として四街道市を対象とし、地域資源を利用した商品開発の取り組みを学生教育の機会として活用しようと試みたことに加え、教育効果の測定に「社会人力」と「自己の強み」を用いた点において新たな試みであったといえよう。

本稿で述べたプロジェクトの意義は大きく3つにわけられるが、そのいずれも“大学”が地域においてこれから担っていく役割を考える上で重要な点である。

1点目は地域の活性化である。今回のプロジェクトの遂行の過程において、本学の近隣の地域では様々なニーズを抱えていることが判明した。大学の持つ役割が教育と研究だけでなく、社会貢献であることは特に近年重視されるようになってきた。社会への貢献のしかたについても、専門的な研究内容を国際的に発表していくという側面だけでなく、地域の中で地域を活かすといった役割も期待されているところが現状と言える。そうした現状において、今回のプロジェクトは種々の地域の要望を引き出すことができた。それらの要望が完全に満たされた状態でないことは今後の課題だが、こうしたつながりを地域との間で有していくことで、大学は地域に対する「気づき」を、地域もまた大学に対する役割を認識していくことにつながるといふ点で、期待が持てる。

2点目は、大学において最重要の課題である教育的な意義である。とくに、今回検討した社会人力や自己の強みといった、学生自身が社会に出ていく上で身につけておくべき能力に焦点を当てたことが重要である。これらの能力は就職活動時やその後の社会的活動に於いて、社会や企業から求められることが多い内容である。

しかしながら、現時点での大学教育において、それらの能力を伸ばすといった視点での教育が行われているかどうかは疑問がある。今回の検討はデータが少数である点が今後の課題であるが、社会人力や自己の強みに関して学生の自己評価では、一定の向上がみとめられた。この結果は、学生自身の意欲や自己効力感にとっても良い効果が期待できる。また、このような指標によって達成度を調べていくことにより、学生自身だけでなく、教育者の側にも、社会的な能力を伸ばしていこうとする視点・意識が芽生える可能性も考えられる。今後はより多くのデータ収集が重要な言うまでもないが、自己評価だけでなく、何らかの客観的な指標も開発できればより良い評価が可能となるだろう。

3点目としては、大学内、大学間、大学－地域といった、種々の「つながり」を有機的に見出すことができた点である。産官学の連携というキーワードではよく耳にする内容であるが、これをいかにして実行していくかは容易ではない。今回のプロジェクトでは、東京情報大学内では起業・商品開発コースと心理・教育コースが連携し、ビジネスやキャリアのノウハウと、心理学・教育学のノウハウを結びつけることで高い教育効果をもたらすことを目指した。また、大学間では東京情報大学と姉妹校である東京農業大学が連携をし、商品開発プロジェクトをより確実なものとして進めていった。さらに、地域の焦点や住民、行政といった幅広い地域内の人々の協力を得ることで、プロジェクトを多面的に進めることができた。こうした「つながり」は、それぞれの立場から見える問題やアイデアを共有できるだけでなく、それぞれの持つ知識や技術を融合することで、より良いものを生み出していくというところに強みがある。そしてそのハブとして東京情報大学が一定の役割を果たすことができたのは、本学の掲げる「情報学」が研究室にとどまるものでなく、地域の持つ課題や問題を解決することができたということである。

今回のプロジェクトはまだ不完全な部分もある。例えば、今回のプロジェクトは3年生を対象として行われたことから、同時期に就職活動を始めていた学生が存在した可能性がある。このことは、我々のプロジェクト以外にも「社会人力」や「自己の強み」に対する意識を高めていた可能性がある。実際的な就職活動をしていた学生はいなかったが、3年生から4年生にかけての時期的な変化が学生のアンケート結果に影響した可能性は排除しきれない。また、学生に実施したアンケートは自己評価式であり、社会人力のような複雑で高度な能力を厳密に測定することは限界があったかもしれない。学生同士の相互評価、プロジェクトでのかかわりのあった第三者による外部評価などを取り入れることで、より正確な評価が可能になると思われる。

今回完了したプロジェクト自体は、プロトコルの確立にとどまったという成果かもしれない。しかし、今回確立されたプロトコルは別の地域、別の問題にもそのまま用いることができる。何より、人の心（学生の社会人力や自己の強みに対する意識）を可視化するという情報学としての心理学と、人と物の流れを情報を用いて円滑化する経営学、これら2種の分野の融合としての情報学の可能性が人と人、人とモノをつなぎ、より良い社会を創造するような、「活きた情報学」として期待できることを示したことは強調すべき点であると思われる。

【注】

- (注1) 当プロジェクトは、経営母体を同じくする東京農業大学および近隣地域の方々の協力を得て東京情報大学の起業・商品開発コースの教員（中尾・池田）と心理・教育コースの教員（小早川）の指導の下、学生を中心に活動がすすめられてきた。
- (注2) 社会人力とは「職場や学校、地域社会で多様な人々とともに活動していくために必要となる力」であり、「後天的に身につけることが比較的容易であり、かつ所属する会社、集団や担当する業務内容に関係なく、求め

- られる力」である（一般社団法人 社会人力開発センター）、(<http://www.social-ability.org/theme1.html>/2016年5月10日)。
- (注3) 四街道市 (<http://www.city.yotsukaido.chiba.jp/>/2016年5月20日)。
- (注4) 千葉県の下志津地区にある。この地は太平洋戦争終結時まで旧日本軍の演習場であり、終戦後は荒れ果てた原野となっていた。「満州開拓の父」といわれた満蒙開拓青少年義勇訓練所長の加藤完治氏指導の下、少年たちが戦後の日本の復興のためにこの地を開墾し食料を生産しようと努力を重ねた。当時の少年たちの苦しい生活の様子を示す資料は、鹿放ヶ丘ふれあいセンター内にある歴史民俗資料館内にて展示されている。
- (注5) よつグルメ研究会は四街道市のご当地グルメを開発する目的で設立された団体である。よつグルメ研究会サイト (<http://minnade.org/project/yotsugourmet.shtml>/2016年5月10日)。
- (注6) BuMocサイト (<https://www.bumoc.net/>2016年4月5日)。
- (注7) BuMocは、朴 壽永・中尾 宏・安江紘幸による共同研究「能力開発型農業ビジネスモデル創造活動支援システムの開発と有効性の実証」(科学研究費補助金採択課題、2013年～2016年3月31日)において開発されたツールである。
- (注8) マーケティング活動を行うツールとして用いられるものであり、McCarthyによって製品・価格・流通・プロモーションの観点で4つに分類された。頭文字をとって「4つのP」といわれる。
- (注9) その後パン製造・販売事業を行っている企業へ製造・販売を委託することが決まり平成28年度5月より製造・販売を開始し体制が整備された。
- 社) pp.1-24, (2005)
- [3] 吉川智教「iPod-iTunes Storeで読み解く②1世紀のイノベーションの本質—プロダクト・イノベーション成功への道」早稲田ビジネススクール・レビュー 7, pp.102-105, (2007)
- [4] 経済産業省資料「社会人基礎力に関する緊急調査」平成18年4月 (<http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/2008chosa.pdf>/2016年5月1日)
- [5] Schein, E. H. *Career Anchors: Discovering Your Real Values*, Jossey-Bass, (1985) (金井壽宏訳『キャリア・アンカー：自分のほんとうの価値を発見しよう』白桃書房, 2003年)
- [6] 大久保幸夫『キャリアデザイン入門[1]』日本経済新聞社, (2006)
- [7] 堤 宇一編・青山征彦・久保田 享『はじめての教育測定—教育研修の質を高めるために—』日科技連出版社, (2007)
- [8] McCarthy, E. J. *Basic Marketing: A Manegirial Approach*, 12th ed., Homewood, IL: Irwin, (1996)
- [9] 四街道市経営企画部シティセールス推進課編「市政だよりよつかいどう」No. 998, 2016年3月15日号, 四街道市役所. (http://www.city.yotsukaido.chiba.jp/shisei/koho/shiseidayori/back_number/h27back_number.files/h280315p1-16.pdf/2016年5月10日)
- [10] 四街道市経営企画部シティセールス推進課編「市政だよりよつかいどう」No. 999, 2016年4月1日号, 四街道市役所. (http://www.city.yotsukaido.chiba.jp/shisei/koho/shiseidayori/back_number/h28back_number.files/h280401p1-24.pdf/2016年5月10日)
- [11] 内田 治『SPSSによるノンパラメトリック検定』オーム社, (2014)
- [12] 中野美香『大学1年生からのコミュニケーション入門』ナカニシヤ出版, (2010)
- [13] 秋吉浩志「産学連携型ゼミナール活動におけるキャリア形成に向けての取り組みⅡ—ソーシャルメディアを利用した「アクティブ・ラーニング」への試みに向けて—」, 九州情報大学研究論集 17, pp.99-105, (2015)
- [14] 住田陽子, 坂口桃子, 森岡郁晴, 鈴木幸子「看護師のキャリア・アンカー形成における傾向」, 日本看護研究学会雑誌 33(2), pp.77-83, (2010)
- [15] 益田 勉「キャリア選択行動に対するキャリア志向性の影響」, 経営行動科学 16(2), pp.

【引用文献】

- [1] 永井 猛「壮烈なる知の闘いに向け人材育成の重点シフトを」早稲田ビジネススクール・レビュー 4, pp.58-61, (2006)
- [2] 吉川智教「MOTと21世紀の人材育成—21世紀型企業の新しいパラダイム：競争優位のゲームのルールの変更」(日本経営教育学会編『経営教育研究8—MOTと21世紀の経営課題』学文

117-129, (2002)

- [16] 坂田裕介「大学病院事務職員のキャリア開発支援策への一考察：キャリア・アンカーと企業社員との比較から」, 日本医療マネジメント学会雑誌 15(2), pp.87-95, (2014)
- [17] 吉浦昌子, 佐藤史人「和歌山大学経済学部生のキャリア・アンカーと希望職業の相関に関する研究」, 和歌山大学教育学部紀要, 教育科学 59, pp.107-114, (2009)
- [18] 手嶋慎介「地域連携PBLの試行的実施の成果と課題—名古屋市名東区を舞台としたゼミ活動における就業力育成— (2)」, 東邦学誌 42(2), pp.31-44, (2013)
- [19] 相良陽一郎, 中村 晃, 酒井志延「本学の学生の社会人力を高めることについての研究—SPI2 解答能力の向上を考えながら—」, 千葉商大論叢 50(2), pp.13-38, (2013)
- [20] 近藤真唯, 高野昭雄, 相良陽一郎, 中村 晃「社会人基礎力をつける教育に関する研究」, 千葉商大紀要 52(1), pp.189-199, (2014)