

大学等名 岡崎女子短期大学  
 テーマ名 テーマ5：人材交流による産学連携教育  
 取組名称 産学コラボレーションによる総合体験型授業  
           －インターネット販売とビジネスゲームを活用して－  
 取組学部等 経営実務科  
 取組担当者 米本倉基（教授）  
 取組期間 平成17年度～平成18年度  
 Webサイト [http://www.okazaki-c.ac.jp/index.php?no\\_first\\_flag=1](http://www.okazaki-c.ac.jp/index.php?no_first_flag=1)

### 取組の概要

本取組は、20年間続けてきた学科の特色授業であるビジネスゲームを基に、地域住民と企業、学生の三者が、Web上の仮想インターネットショッピングモールで、ビジネスを展開する産学コラボレーション・総合体験型授業である。この取組は、既存のビジネスゲームの蓄積、メディアデザイン授業の新設、地元商工会議所等との継続的な人材交流の3つの取組を発展的にリンクさせ、従来の授業に・緊張感ある実践授業の充実・対人コミュニケーション力の強化・ホームページ作成とインターネット販売管理のスキルの獲得・経営理論に沿った組織的意思決定の訓練等の効果を加えて、学科の教育目的である「あらゆるビジネスシーンに対応した実務スキルの習得」を促進させる取組である。

### 実施の経緯・過程

#### 【取組の全体図】



#### ■平成17年度の取組ステップ

##### 【STEP 1】

参加企業と住民との協同体制の整備においては、地域の商工会議所等の推薦で地域企業10社と連携契約を締結し、かつ、仮想顧客に関しては、地域住民約500名の参加を得て協同体制が構築された。

##### 【STEP 2】

メディアデザインとインターネットビジネスの学内システム環境の整備については、学内にメディアデザイン作成ソフトウェアを装備した専用パソコン55台を購入し、ホームページ作りに活用した。

##### 【STEP 3】

ビジネスゲームのソフトウェア開発については、市販の販売管理および決算書作成ソフトウェアを55セット購入し、決算書作成に活用した。

##### 【STEP 4】

参加企業と結ぶ遠隔テレビ会議システムの整備については、大学と参加企業を結ぶテレビ会議シス

テムを55セット購入し、各店舗と学生による合同会議を行った。

#### 【STEP 5】

参加者向けと教員向けの授業マニュアル作成については、授業ごとに授業の進め方手順や帳票等を作成し、それをファイルにまとめ、参加者向けと教員向けの2種類のマニュアルを作成した。

#### 【STEP 6】

参加企業と協同してホームページ作成については、毎回の授業で、参加協力企業と共同してホームページのコンセプト、説明内容、ページ数、主たる色彩、機能、作成期間、費用などを検討し、ホームページを製作した。

#### 【STEP 7】

ホームページのリリースについては、授業内で製作した各社のホームページをインターネット上に本学が開設した仮想ショッピングモール「OKATANCITY: <http://www.okatanshop.com/>」にリリースした。⑧地域住民からの注文受付とその管理については、地域住民参加のボランティア顧客によるインターネットショッピングの仮想注文受付とその運営管理を学生が行った。

#### 【STEP 8】

会計管理の実践については、学生が仮想販売実績に基づき決算書作成し、その結果を参加企業および外部評価委員へ報告し、指導を受けた。また、その指導に加え、学生は仮想顧客からインターネットを通じて直接意見を聴き、ビジネスの課題を発見し、改善に活かした。

#### 【STEP 9】

ホームページの改善については、学生が、発見したホームページの課題について参加企業と相談し改善を行った。⑩業績報告会の開催については、学期末に参加企業と地域住民の代表者、学生、教員の全員参加による業績報告会が開催され、参加チームの競争順位が発表され、また、成功要因、失敗要因等を学生が報告した。

### ■平成18年度 of 取組ステップ

#### 【STEP 1】

メディアデザインとインターネットビジネスの学内システム環境の充実については、学内にメディアデザイン作成ソフトウェアを装備した専用パソコン50台を購入し、ホームページ作りに活用した。

#### 【STEP 2】

取組連携店の選定見直し、追加充実においては、これまでの取組み内容や各連携店舗の参加希望状況を踏まえ、地域の商工会議所等と協議し、平成17年度に連携した10店舗のうち2店舗と連携を解消し、新たに3店舗を加えて、計11店舗との連携によって商店街を構成した。

#### 【STEP 3】

各店舗との連携活動によるホームページの作成と公開については、毎回の授業で、参加協力企業と共同してホームページのコンセプト、説明内容、ページ数、主たる色彩、機能、作成期間、費用などを協議し、新たな加入した3店舗は新規に、既存の8店舗は大幅にデザインを一新した。

#### 【STEP 4】

会員顧客への仮想販売管理と各連携店舗のホームページのリニューアルについては、ボランティア顧客によるインターネットショッピングの仮想注文受付とその運営管理を学生が行い、ホームページの改善については、学生が、発見したホームページの課題について参加店舗に直接訪問し、意見を交換するなど、相互に連携しながら改善を行った。

#### 【STEP 5】

学生カンパニーごとに販売実績に基づく連続決算、および業績推移分析と経営課題の発見については、学生が仮想販売実績データを基に、それら書類を作成し、同じカンパニー内の学生相互のディスカッションによって、経営の成功要因や課題分析を加えて、履修者全員が報告書としてまとめた。

#### 【STEP 6】

各カンパニーによる業績報告会の実施については、学期末に参加企業と地域住民の代表者、学生、

教員の全員参加による業績報告会が開催され、参加チームの競争順位が発表され、また、成功要因、失敗要因等を学生が報告した。

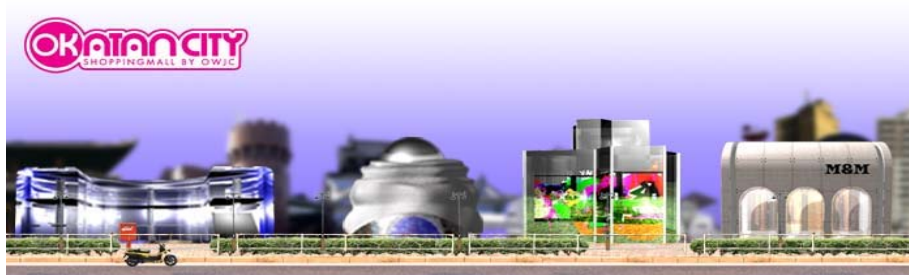
#### 【STEP 7】

取組の学外へ報告については、3月に開催された岡崎市大学懇話会主催の学生フォーラムにおいて、学生代表が取組の内容とその成果について発表し、参加者から高い評価を得た。

#### 【STEP 8】

本取組のマニュアル化と他大学への紹介については、3月にこれまでの取組を「報告書兼マニュアル」としてまとめ、300部印刷・製本し、関係機関、および関係大学へ送付した。

#### 【OKATAN CITY のトップページ】



#### 目的に対する成果、人材養成面での達成度

##### ■学生に対する教育効果

- ・学外の実務社会人と交流する学習環境の中で緊張感をもって知識、技術、態度が習得できた。
- ・ビジネスを実際の現場感覚で体験でき、即戦力の養成ができた。
- ・製作したメディアデザインの優劣が学外の社会人によって明確に示され、学生相互の競争心が授業に集中力を与えた。
- ・厳しい競争環境の中で、チームの一員としてのコミュニケーション力を獲得できた。
- ・地域住民や企業スタッフと交流することで職業人、社会人としての自覚が高まった。
- ・受注→製作→販売→決算→改善まで、ビジネスの流れが動的に捉えられた。
- ・現代的な顧客ニーズがタイムリーに感じられ、変化に対応できる能力が高まった。
- ・地域との連帯感が沸き、地元へ貢献する気持ちが高まった。

#### 自大学の教育改革への影響、他大学等への波及効果、地域社会等への波及効果

##### ■自大学の教育改革への影響

G P 推進委員として学科の全教員が本取組に関わり、毎月の科内会議等でP（計画）→D（実行）→C（課題の抽出）→A（改善）のサイクルを回す習慣が定着した。また、取組推進には、情報共有を迅速に行う必要があり、必然的に科内の意思決定のスピードが速まり、教育改善の対応力が向上し、教員の意識改革へつながった。

##### ■他大学への波及効果

日本私立短期大学協会研修会での発表を手始めに、本取組の普及に始め、特に、京都橘大学におけるG Pフォーラムでの学生発表では、参加他大学教員から自校にも参考となる旨のコメントをもらった。また、日本ビジネス実務学会、地元の四大学に参加するフォーラムの発表で本取組に興味を持った石川県の星陵短期大学からその取組について講演の招待を受け、本学の取組担当者が出向き、取組の詳細説明を行った。さらに、愛知大学短期大学部、中部学院大学短期大学部、金城大学短大部、高田短期大学、名古屋経営短期大学、高山短期大学の教員が来学され、本取組についての説明と施設見学を行った。論文誌や機関誌などによる普及にも努め、具体的には、地域四大学研究機関誌「地域活性化研究」に論文掲載、日本ビジネス実務学会 中部ブロック報告、及び全国大会での取組報告、電気通信学会ソフトウェアモデリング研究会では特別講演を実施した。最終的には、本取組を報告書（兼

マニュアル)としてまとめ、関係大学や、各教育機関へ配布し、広くその手法が普及し、波及効果が上がるよう努めた。

#### ■参加企業やボランティア顧客への社会的効果

参加店舗より、以下のような感想が寄せられている。

- ・企業が仮想店舗の販売動向の情報によって、テストマーケティングができた。
- ・若い学生との交流で新たな刺激やビジネスアイデアの発想が生まれた。
- ・参加各社のホームページの改善点がみつかった。
- ・次世代の人材育成と社会貢献を地域へアピールできた。 等

また、本取組の中で連携した地元商工会議所から、地域の活性化につながると高い評価を得て、新聞やテレビ等で紹介されるなど、地域のPR活動に貢献できた。

#### 学生等の評価

取組の中心になるのが、学生が運営する仮想インターネットショッピングモール「OKATAN CITY」で、学生からは、実際に、インターネット店舗のコンセプトとデザイン、商品の選定、価格設定、写真撮影、説明文作成など、他の授業で学んだマネジメントに関するあらゆる知識の応用が体験でき、また、その意思決定の過程では、仮想カンパニー内のメンバー間に多くのコンフリクト(葛藤)にも自分たちで対応し、コミュニケーション力の訓練の場となったという声が多く寄せられた。

さらに、実際のビジネスの臨場感を高めるためのブース設置、および、パソコン増設、テレビ会議システムや大型モニターによる教員からの説明表示などの環境整備によって、学生は「選ばれた授業が受けられる」と、モチベーションは大いに高まり、多くの学生が、就職活動で、GP授業の体験で得た自信とスキルをアピールしていた。

#### 学外からの評価

##### ■地元NHKニュースで2回放映され、大きな反響

地元NHKのローカルニュース内で特集として大きく放映され、地域商店街に「新風」を吹かせることができたのではと自負している。

##### ■その他報道

岡崎商工会議所会報 ・東海北陸ジャーナル・本学園報特報 ・本同窓会会報(本学40年誌)  
中日新聞中部GP採択大学特集・愛知東海新聞 掲載 愛知東海新聞 等

##### ■外部評価委員による評価

本取組には、地域の商店街の若手メンバーによるコラボレーターが、学生と地域店舗の接合役となりながら、毎回の授業で店舗デザインなど、現場のノウハウを直接指導に参加し、各学期末には、地元高校の校長、企業幹部、商工会議所役員、卒業生、IT専門家による外部評価委員への報告会が実施され高い評価を受けた。

#### 取組支援期間終了後の展開

##### ■バーチャルからリアルへ

このネット通販は、現在、あくまで仮想の商店街ではあるが、参加店舗の一部からは、商品開発から実売までリアルなビジネスへ踏み切りたいとのニーズに応じて、すでに授業内では、商品デザインのコンテストを行いながら実売への準備を着々と進めている。また、取り扱う商品も、初期の段階では、女子短大生に人気のブティックなどが中心でしたが、少しずつですが、和ろうそくなど地場産品を加えることで、地域色を打ち出していきながら、今後は、本取組が、産学のコラボレーションにとどまらず、地域のインターネットビジネスの収益源として貢献できるようなビジネスモデルへ展開したいと考えている。