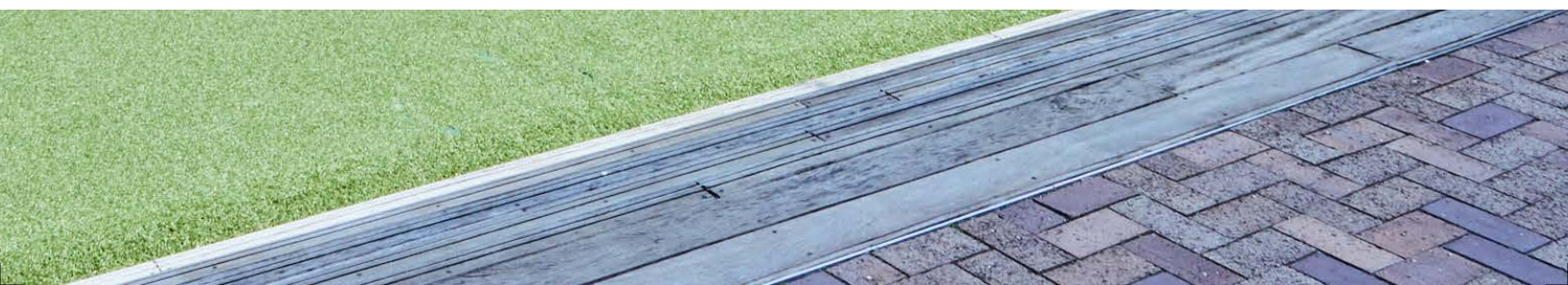




むすんで、うみだす。
京都産業大学
KYOTO SANGYO UNIVERSITY

O/OCF-PBL2 2020 活動報告書



2020年度 課題提供機関等一覧

| 課題提供機関等 | 課題 | 担当教員 | ページ |
|---------------------|--|--------|-----------|
| 株式会社イシダ | これからの日本で期待される食料・食品の販売スタイルやパッケージング形態について | 伊吹 勇亮 | p.2-p.5 |
| 株式会社JTB京都支店 | SDGsをテーマとし、「京都×大学生（または大学）」を活用した着地型旅行商品を開発せよ | 平野 亜也子 | p.6-p.9 |
| 京都鉄道博物館 | 京都鉄道博物館に「京都市在住者」を誘致せよ！ | 松本 高宜 | p.10-p.13 |
| 株式会社ユーシン精機 | 当社が次の50年に向けて、より京都に根差す（知名度を高める）ために必要な施策を考える | 吉中 三智子 | p.14-p.17 |
| TOWA株式会社 | BtoB企業に興味をもってもらうには？ 会社の魅力PR企画を立案しよう！ | 宮木 一平 | p.18-p.21 |
| TAKAMI HOLDINGS株式会社 | お客様の人生に新たな彩りを添える、新イベントを企画☆ TAKAMI BRIDALの「おもてなし」で 今までになかったようなイベントを創造しよう！ | 横森 匡弘 | p.22-p.25 |
| 日新電機株式会社 | 日新電機を表現するキャッチコピーとメッセージを一緒に考え、 大学生に向けて発信しよう！ | 谷口 節子 | p.26-p.29 |
| 株式会社フラットエージェンシー | 空き家問題解決の一助に！新大宮商店街にある空き家の 有効活用を提案してください。 | 中尾 憲司 | p.30-p.33 |

目次

| | |
|------------------------|-----------|
| ■ まえがき | p.1 |
| ■ 各クラスの取り組み報告 | p.2-p.33 |
| ■ アンケート結果報告 | p.34-p.35 |
| ・学生アンケート集計結果 | |
| ・課題提供機関アンケート集計結果 | |
| ■ 『O/OCF-PBL』を通じての能力伸長 | p.36 |

まえがき

本報告書は、京都産業大学のキャリア形成支援教育科目の1つである『O/OCF-PBL2』の受講生による、2020年度の同授業における活動内容や成果を報告するものです。

今年度は、コロナ禍のため、グループワーク、フィールドワークに重点を置く当授業を全てオンラインで実施せざるを得ませんでした。事前に会議を重ね、カリキュラム、実施スケジュールを修正した上で、例年より1か月遅れて5月によくクラスがスタートしました。その後は、オンラインではありますが、例年通り6月に中間報告、9月に最終報告を実施しました。課題提供機関の皆さまに受講生が対面でお会いすることも出来ず、合宿も中止となった中で、受講生は多くの苦労を重ねながら、工夫して様々な活動を行いました。その過程で、オンラインの限界を痛感するとともに、オンラインならではの可能性を広げることも出来ました。活動を進めるにあたっては、時には社会との出会いに不安を覚え、社会で求められるスピード感に苦しんだこともあるでしょう。しかし、クラスの仲間とともに様々な試練を乗り越えるを通じ、新たな【知識】の獲得にとどまらない新たな【能力】の獲得を、最終的には皆が成し遂げたであろうと考えています。

『O/OCF-PBL』では、2014年度より、【能力の横展開】という言葉 키워ドに掲げて授業運営を行っています。【能力の横展開】とは、あるところで身につけた【能力】を他のところでも発揮するというを示した造語です。本報告書において示される「活動を通じて体得した【能力】」は、受講生の今後の学生生活、ひいては社会生活においても大いに役に立つ、そのレベルにまで引き上げられていってほしいと願っています。

本報告書は1クラス4ページの構成となっており、1クラスあたり「活動目的・概要」「活動の成果」「活動を振り返って」「課題提供者からのコメント」「担当教員からのコメント」「活動資料」の6項目からなっています。実際に課題に取り組んだ受講生にとっては、自身が身につけた【能力】とは何かを再確認することができ、数々の思い出が詰まった内容となっています。本報告書を通じて、PBLに関心のある皆さまに、京都産業大学の『O/OCF-PBL』が具体的にどのような内容の授業なのか、受講生の奮闘努力がどのようなものかを感じ取っていただければ幸いです。

なお、本報告書はもちろんのこと、『O/OCF-PBL』という授業は、たくさんの方々の支援なしには成立しえない授業です。課題を提供し折々で学生に対して叱咤激励くださる課題提供機関の皆さま、課題解決の過程で様々に学生との関わりを形成して下さった皆さま、自クラスの学生たちの能力伸長をなんとか実現させようと苦闘する担当教員、授業のすべての側面において陰に日向に支援を行うキャリア教育センターのスタッフ……そしてなにより、この授業を受講することで「何かを掴もう」と励まれた受講生一人ひとりがいてはじめて成立する授業です。すべての関係者の方に心より御礼を申し上げたいと思います。誠にありがとうございます。

それでは、受講生の能力伸長の軌跡、じっくりお楽しみください。

2020年度『O/OCF-PBL』統括担当者
京都産業大学現代社会学部 教授
宮木 一平

課題提供：株式会社イシダ

これからの日本で期待される
食材・食品の販売スタイルやパッケージング形態について

受講生・担当教員

受講生

川野 佳也(経済)、木村 優作(経済)、高山 圭太郎(経済)、大崎 翔子(経営)、
吉良 優希(経営)、辰巳 嘉基(経営)、前田 尚志(経営)、水野 樹(経営)、
大塚 琉聖(法)、岡本 咲紀(法)、荒木 雄成(現代社会)、小川 晴斗(現代社会)、
小菅 彩音(現代社会)、渡辺 加奈(現代社会)、野馬 千夏(国際関係)、森 琴海(国際関係)

担当教員

伊吹 勇亮

活動目的・概要

私達は株式会社イシダ様から「これからの日本で期待される食材・食品の販売スタイルやパッケージング形態について」の課題を提供していただきました。課題解決にあたり私達は現在のパッケージング形態にどのような問題があるのか調べました。

その結果、多くのパッケージング形態にプラスチックの素材が使われていることがわかりました。また、そのプラスチックはポイ捨てされ、海洋プラスチック問題に影響を及ぼしています。さらにプラスチックを消費し続けることによって、資源の枯渇問題にもつながると知りました。このような問題の解決策を模索していたところ、リサイクルへの意識が日本は非常に低いことや世界では脱プラスチックの取り組みが行われていることがわかりました。

よって、私達はプラスチックの使用を減らした新しい包装を考え、それを消費者に購入してもらう販売スタイル、それを購入後、捨てるのではなくリサイクルしてもらえ工夫を考えました。私達は「生産 販売 リサイクル」という流れが大切だと考え、独自性・斬新さを踏まえ、4つの提案をします。

主な活動

| | | | |
|-----------|----------------------|----------|----------|
| 2020.5.18 | ・課題説明 | 2020.9.4 | ・最終成果報告会 |
| 2020.6.29 | ・中間報告 | | |
| 2020.8.7 | ・株式会社イシダ様へ インタビュー | | |
| 2020.8.24 | ・アンケート実施 | | |

活動の成果

➤ 新たな包装形態

私達は再生可能な紙素材の内側に剥がせるフィルム加工を施した、レトルトパッケージを提案します。中身を使い切った後、容器を開いて内側のフィルムを剥がして、外側の紙はリサイクルしてもらうというものです。

フィルムには、耐熱・耐水・耐油性、食品の匂いを通さない性質を持つものを、紙素材には耐熱・耐久性を持ち、再生可能であるものを使用します。フィルム加工により、食品の汚れや匂いが紙に移ることがないため、使用後は紙をそのままリサイクルに出すことができ、全体のゴミの量を軽減することができます。

➤ 販売スタイル

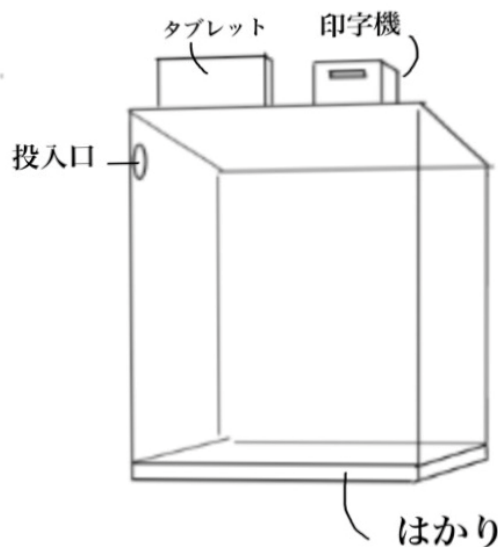
上記で提案した原材料を使ったパッケージを手にとってもらえるような「カートに取り付けた電子POPモニター」を考案しました。従来の紙のPOPに比べて、映像や静止画のライドショーにすることで消費者の注目を集めます。

この電子POPには、3つの特徴があります。1つ目は、画面が視野に入りやすく、消費者に興味を持ってもらいやすいということです。2つ目は、電子POPにコントロールメニューをつけ、お買い得情報や電子版のチラシを掲載することです。これによって、顧客に合った情報を入手することが可能になります。3つ目は電子POPと商品棚を連動させて、商品棚から香りが出てくる仕組みを作ることです。この仕組みは、消費者の嗅覚にまで訴えることによって購買意欲を高めることに繋がります。

➤ リサイクルボックス

リサイクルを株式会社イシダ様の計量技術を生かして促進したいと思い、リサイクルボックスを考案しました。従来のボックスに比べて、消費者を惹きつける仕組みがあり、楽しんでリサイクルしてもらえます。

まず投入口から傾斜を使い、リサイクルしたいものを転がします。次にボックスの中のAIによる判別が終わった後、落下しボックスの中に溜まっていきます。そしてリサイクルをするとスロットが回り、重さの結果に応じてクーポンが貰える仕組みになっています。



➤ リサイクル活動

リサイクルボックスを京都や滋賀の祭りで設置しごみの回収をします。リサイクルボックスの中にその場で出たごみを投入し、実際にリサイクルしてもらいます。

これはリサイクルの体験と共にリサイクルボックスの宣伝も担っています。祭りに参加する子どもからお年寄りまでの幅広い層に株式会社イシダ様のリサイクル活動を知ってもらえる機会になります。

特に子どもは「教養」という面で、小さな時から「リサイクルをする」ことを身につけ、これからの日本のリサイクルをもっと発展させることができると考えました。

活動を振り返って

半年間の活動を通して、私たちが身に着けた力は、チームで活動する際に必要な力です。企業様から頂いた課題に対し、16人という大人数で一つの答えを出すことは簡単ではありませんでした。多くの意見が出たためになかなか話し合いが進まなかったことや、役割分担がうまくできず、作業量に偏りが生じてしまったこと、情報共有不足によって足並みの乱れが起こってしまったことなどがありました。しかし、これらへの苦闘を通して、チームで活動する際に重要なことを学びました。

一つ目は、最優先すべきことは何かを考え、取捨選択を行うことです。議題の優先順位をつけ、さらにタイムマネジメントを行うことで作業の効率化が望め、短い時間で内容の濃い議論を行うことができました。

二つ目は、平等に役割を分担し、一人ひとりがその与えられた役割に対して責任を持つことです。役割分担を平等にすることで、課題解決における意識の差を縮めることができ、最終報告会では活動の集大成となるような発表ができたと思います。

三つ目は、考えや不明点、進行状況について情報共有をし合うことです。主に班ごとでの活動だったため、他班の進行状況が把握できておらず全体での会議では、戸惑うことが何度かありました。しかし、情報共有をするようにしたことで、情報の理解・整理不足を防ぐことができ、全体で話し合う際に円滑に進められるようになりました。

さらに、個人としては、考え抜く力や課題を発見する力、自分の意見を明確に伝える力、また、企業様や先生方との交流によってビジネスマナーなども身に着けることができました。これらO/OCF-PBL 2で培った力を活かし、今後もグローバル社会で活躍できる人材を目指していきたいです。

課題提供者からのコメント

株式会社インダ 総務人事部 広報室 室長代理 寺田 悠美

インダクラスの皆様にはオンラインでの環境下、約半年間にわたり力を尽くして課題に取り組んでいただきました。ありがとうございました。本課題は実践的かつ答えが1つではなく、どこにテーマを設定するか難しいものであったと思います。背景理解のために情報収集し理解を深め、議論を重ね、仮説と検証を繰り返された様子も伺え、皆様の柔軟さや行動力は非常に素晴らしいものでした。提案内容は、他との差別化に向けた販促方法にまで検討いただき、とても興味深かったです。今回の課題を通して、海洋プラスチック問題やリサイクルの現状など、多くの学びを得られたと思います。ぜひこれからも視野を広げて様々な事に関心を持ち、自ら問いを作り学ぶことで、自己成長に繋がっていかれることを願っております。

担当教員からのコメント

経営学部 准教授 伊吹 勇亮

オンライン開講、これは実際にチームで課題解決を行う、それも机上の空論ではない現実的な解決策を提案するという授業においては、とてつもなく大きなチャレンジであったと考えます。そのような中であっても、クラスメンバーはそれぞれに知恵を出し合い、結果としてロジックのしっかり通った提案をするに至りました。これは、本当に、大きな経験です。この経験を今後うまく活かすことができれば、みなさんの未来は大きく開けると確信しています。そこで求められるのは、なにをどのように活かすかです。反省点ももちろん多くあったわけで、それもどう克服するか考えねばなりません。みなさんのこれからのがんばりに（こそ）期待しています。

《アンケート調査》

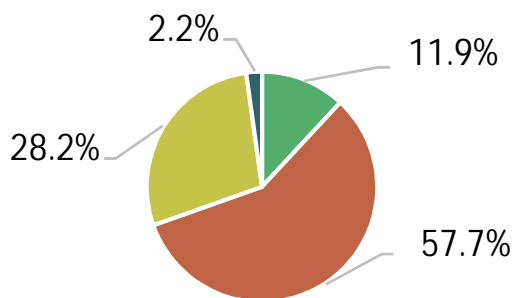
実施目的：課題解決にあたり提案の根拠を明確にするため

実施期間：8月24日～8月27日

実施方法：Googleフォーム

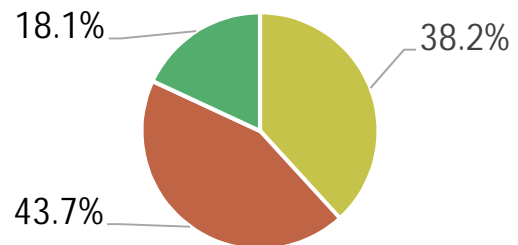
回収状況：414件

Q. レトルト食品は
どのくらいの頻度で使いますか



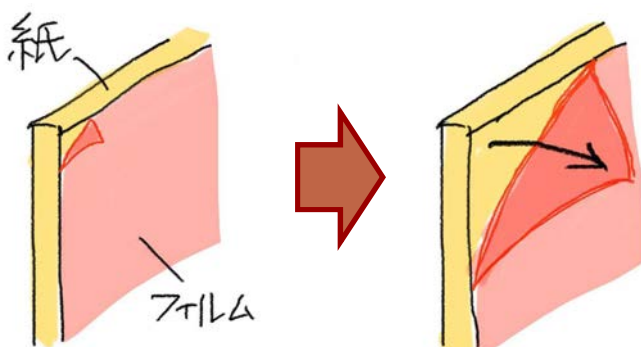
■ よく使う
■ あまり使わない
■ 時々使う
■ 全く使わない

Q. 文字情報や静止画（挿絵）だけのPOPと
動画や映像を伴ったPOPでは
どちらが興味を惹きますか



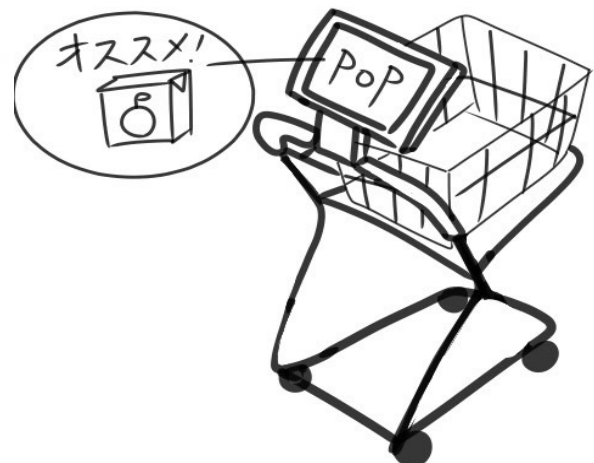
■ 文字情報や静止画だけのPOP
■ 動画や映像を伴ったPOP
■ どちらにも惹かれない

《包装形態の提案》



➡ 再生可能な紙素材を使用した
包装形態を提案！

《電子POPの提案》



➡ カートに取り付ける
新たな電子POPを提案！

課題提供：株式会社JTB京都支店

SDGsをテーマとし、「京都×大学生（または大学）」
を活用した着地型旅行商品を開発せよ。

受講生・担当教員

受講生

秋間 智貴(経済)、染矢 唯翔(経済)、簀 明伸(経済)、横山 実与(経済)、吉富 直(経済)、
浅沼 慶太(経営)、伊原 慎一(経営)、遠藤 海人(経営)、小川 力駆(経営)、
小路 梨々(経営)、武田 伸治(経営)、轟 陸玖(経営)、南 湧也(経営)、
今泉 大樹(現代社会)、岡村 浩生(現代社会)、山岡 史佳(現代社会)、山本 晃士(現代社会)、
坂口 まりん(国際関係)、山田 有紗(文化)

担当教員

平野 亜也子

活動目的・概要

私たちは、株式会社JTB京都支店様より、「SDGsをテーマとし、「京都×大学生（または大学）」を活用した着地型旅行商品を開発せよ。」という課題を頂きました。また、与えられた課題に加えて、「株式会社JTB京都支店様ならではの」の要素も十分考慮しながらプランを考案しました。

フィールドワーク等を行うことができない状況下ではありましたが、中間報告会までの間、私たちは4つの班で活動し、それぞれがプランを考案しました。その後は、最終報告会に向けて各班で考案したアイデアの取捨選択を行い、1つに絞り活動しました。活動に関して、各班でのターゲットの違いや企画の方向性の違いから、行き詰まることも多々ありました。しかし、与えられた課題に基づいて、大学生、ターゲット、SDGsなど、様々な視点から、それぞれの利点を取り入れました。また、起こりうるリスクを減らすために、アンケート調査や株式会社JTB京都支店様との意見交換を行いました。そして、全員が株式会社JTB京都支店様より頂いた課題に向かって考えを深めながら、プランを考案しました。

主な活動

| | | | |
|--------------|---------------------|----------|----------|
| 2020.5.25 | ・課題説明 | 2020.9.4 | ・最終成果報告会 |
| 2020.6.29 | ・中間報告会 | | |
| 2020.8.24-25 | ・アンケート調査 | | |
| 2020.8.28 | ・株式会社JTB京都支店様との意見交換 | | |

活動の成果

テーマ：高齢者に史上の安らぎと最上の楽しさを
プラン：団体旅行イベント

【ターゲット】

・高齢者層 40～50人

【スケジュール】

1日目…宿泊

集合(夕方) 宿泊施設へ 自由時間 就寝

2日目…「京都縦断サイコロの旅」(仮称)

朝食(宿泊場所にて) 8:00～9:00 イベントの説明 イベント開始(昼食含む)10:00～16:00 終了

【ゲームの内容】

- ・ルートは、京都御所付近を起点として、南へ下っていきます
- ・サイコロを振る回によって、訪問するエリアは異なります
- ・サイコロの出た目によって、異なるスポットに行っていただきます

例)

1回目…京都御所～京都駅 2回目…京都駅～伏見 3回目…伏見地域の酒造所

お土産を買う機会を二日目に設けます

全日程終了後、希望する参加者には、オプションとしてもう一泊できるようにします

【移動手段】

・大型バス

【大学生の役割】

- ・看護やツアー・観光など、企画において必要な知識を持つ学生にスタッフとして参加していただきます
- ・高齢者への配慮や体調管理、ツアーのガイドや司会進行などの役割があります

【SDGs 該当項目】

- ・3番「すべての人に健康と福祉を」に合致します

私たちは、今回の企画におけるターゲットを高齢者層に設定しました。その理由は、京都を訪れたいと思う高齢の方々が、まだ京都の土地勘が掴めない状態で旅行やツアーを個人で行うことは、若者層より難しいのではないかと考えたからです。また、私たちの祖父母や身近にいるご高齢の方々にアンケートを行ったところ、「荷物の持ち運びや移動が大変」、「旅行の予約の仕方が分からない」という理由で、旅行に行かない方が多くいました。そのため、楽しい企画を考えるだけでなく、参加者へのサポートを最大限に行いつつ、満足していただけるような企画を作りたいと考え、プランを考案しました。

スケジュールについて、1日目は宿泊をメインに、2日目はサイコロを用いて京都観光をしていただきます。基本的には1泊2日の計画を立てています。

1日目は、参加者が夕方に集合し、こちらが用意した宿泊施設に向かいます。それ以降の時間は、参加者の自由時間になります。

2日目はサイコロを用いて、京都のスポット巡りを行います。

宿泊場所にて8:00から9:00に朝食を取ります。その後は、イベントの説明を行い、説明が終わり次第開始します。内容は、参加者にサイコロを振っていただき、出た目に応じたスポットを観光、これを繰り返してもらいます。京都巡りの内容については、京都御所付近を起点に南に下っていくルートになります。

まず初めは京都御所付近でサイコロを振ります。その後、京都御所から京都駅までのエリアの中で事前にこちらが決めたスポットに、出た目に合わせて向かってもらいます。続いて、2回目は京都駅から伏見のエリアを、3回目はエリアではなく、こちらが事前に設定した2か所の酒造所どちらかで見学や試飲を楽しんでもらう予定です。各スポットへの移動手段は大型バスを利用します。

この企画を通して、京都の良さを肌で感じ、行けなかったスポットにまた訪れていただく、もしくはまたツアーに参加してもらえるとといったことも考えられます。その結果、京都の良さをより多くの人に発信できると私たちは確信しています。

活動を振り返って

今回の活動を振り返って、一つのプロジェクトを全員で完成させるということの難しさと、進めていく中で横の連携がいかに大切かということを感じました。今回株式会社JTB京都支店様から頂いた課題は、一つの商品を開発することに加えて、そこに学生とSDGsという二つの要素を取り入れるというものでした。この商品を考えていく中で、学生とSDGsの要素を相乗させることに加え、現在のコロナウィルスの影響によるリモートでの作業は、対面での会議と比べると、コミュニケーションがとりづらいように感じました。しかし、それぞれで役割を分担し、少人数のグループに分かれてからは、情報の共有が円滑に進められるようになりました。問題を見つけても、リーダーが担当グループに即座に確認し、迅速に解決案を出し、企画を完成させることができました。複数の要素がかけ合わさっている難しい課題に向き合いながら、今回の感染症対策の影響を受けた環境の変化に対応し、課題解決案を完成することができた時には、大きな達成感がありました。そして、今回の貴重な体験を今後グループで課題を解決するときに活かしていきたいと思いました。

課題提供者からのコメント

株式会社JTB京都支店 営業第一課 担当課長 當間 由行

SDGsをテーマとし、「京都×大学生（または大学）」を活用した着地型旅行商品の開発という非常に難しい課題に対し、その背景や課題提供側の狙いを理解した企画を提案してくれたと感謝しております。学生ならではの目線で考えた上で、エンターテインメント性を盛り込んだ内容となっており、弊社にとって発想の柔軟性等、学ぶべき点が多くあったと感じています。

活動を通じ、ロジックを積み上げ、明確な答えのない答えを導き出すことの難しさと楽しさを体感していただけたと考えています。これから社会に出る皆さんには、マーケティングなどの知識とともに、社会環境の変化などに対して高いアンテナを持ち、何事にも意欲的に取り組む姿勢を持ち続けてほしいと思います。

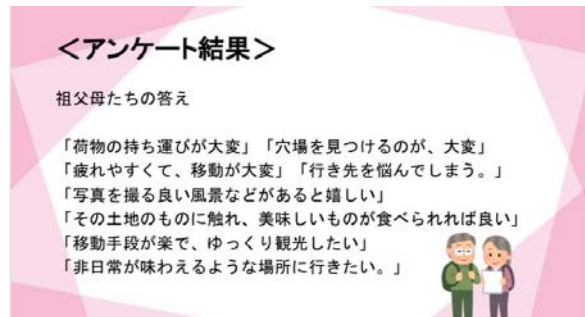
担当教員からのコメント

外国語学部 准教授 平野 亜也子

合宿はもとより、フィールド調査も実施できないオンライン授業での開講となりましたが、団結して取り組むことができました。京都出身ではないメンバーが多く、「SDGs」との絡め方や「JTB様ならではの」の差別化をどうするか、という課題に最後まで苦労していましたが、何度も会議を重ねた結果、最終局面では底力を見せてくれました。最終報告会のあとは頂いた講評をもとに、「提案企画の問題点」「全体的な改善点」について話し合いました。今回の経験と反省点を活かして、皆さんが今後はより自立的に行動できることと期待しています。最後になりますが、学生からの質問についても丁寧にお応えくださった株式会社JTB京都支店の當間様には、心より感謝申し上げます。本当にありがとうございました。

活動資料

祖父母へのアンケート調査



- 実施日：8/24～8/25
- 実施方法：質問内容をメールや電話で聞く
- 実施目的：高齢者が旅行で不便なことを調査し、その不便さを解消した旅行プランをつくるため

観光地の候補決め

有名な観光地・神社仏閣・酒造所を調べ、候補を上げその中から移動時間等を考慮し、観光地を決定しました。

京都御所～京都駅

・銀閣寺 ・岡崎神社 ・永観堂禅林寺 ・南禅寺 ・平安神宮 ・渉成園、東本願寺

京都駅～伏見

・東寺 ・三十三間堂 ・東福寺 ・伏見稲荷大社 ・寺田屋 ・十石舟、三十石船

伏見地域の酒造所

・黄桜 伏水蔵 ・月桂冠大倉記念館

活動の流れ



中間報告会までは、4つのグループに分かれて活動し、仮の企画案を出しました。それ以降は、各グループの良い点や反省点を活かし、クラス全員で最終報告会での企画を作成しました。

課題提供： 京都鉄道博物館

京都鉄道博物館に「京都市在住者」を誘致せよ！

受講生・担当教員

受講生

佐川 慎(経済)、南井 翔汰(経済)、阪本 聖弥(経営)、西岡 駿(経営)、藤井 健渡(経営)、
足立 珠奈(法)、初村 瑠夏(法)、渡辺 悠太(法)、青木 亮太(現代社会)、
岡田 和佳奈(現代社会)、松崎 智也(現代社会)、薬丸 冬哉(現代社会)

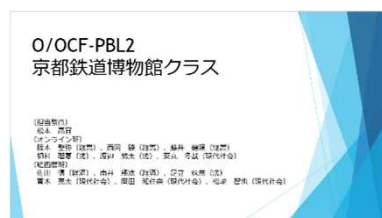
担当教員

松本 高宜

活動目的・概要

私たち京都鉄道博物館クラスは、『京都鉄道博物館に「京都市在住者」を誘致せよ！』という課題をご提供いただきました。課題解決に向けて、昨年度の先輩方が実施した3C分析、SWOT分析、クロスSWOT分析のデータを活用して、ターゲットの絞り込みを行いました。また、企画発案の際には、京都市在住者に京都鉄道博物館へ足を運んでいただくきっかけとなる企画を提案するというテーマを設定しました。課題解決の進め方として、オンライン授業班と絵画展班の2つに分かれて企画提案を行うことになりました。

私たちは、ターゲットを子どもに絞ることで、同伴する親や祖父母世代の方への誘致に繋がり、家族揃って来館いただけると考えました。そこで、コロナ禍という現状を踏まえ、子どもを対象とした「オンライン授業」を企画しました。また、オンライン授業とは別に、実際に足を運んでいただくために「絵画展」を企画しました。鉄道について学ぶことや、鉄道の絵を描くことで、子どもたちに興味を持っていただくことも狙いの一つです。「オンライン授業」・「絵画展」ともに、京都鉄道博物館に来館いただくきっかけを作り、子どもだけでなく、幅広い年齢層からの来館が見込めます。



◆主な活動

| | | | |
|-----------|--------------------|----------|----------|
| 2020.5.18 | ・課題説明 | 2020.9.4 | ・最終成果報告会 |
| 2020.6.29 | ・中間報告 | | |
| 2020.8.23 | ・オンライン授業班の プレ企画 | | |

オンライン授業班の取り組み

➤ターゲットと授業テーマの設定

小中学生を中心とした子どもにターゲットを絞りました。オンライン授業を通して鉄道に対する興味を持たせたいという思いから、来館してもらうきっかけになるような企画にしようとテーマを設定しました。学校の授業で習った知識を活かせるように、水蒸気の仕組みから分かる蒸気機関車の動き方といった、理科で習う範囲を取り上げて鉄道に関連付けようと企画しました。それに伴い、学習指導案の作成などを行いました。そうすることで、授業を通して何を伝えたいのかをより明確にすることに繋がったと思います。

➤プレ企画の実施

パワーポイントの授業スライドを用いてオンライン上で授業を実施するという企画です。コロナ禍の中で三密を考慮した企画になっており、機会があればどこでも気軽に楽しめる企画になっています。実際に現地に訪問する必要がないため、校外学習などに行けずに悩む学校側のニーズに応えることができます。また、春学期、京都産業大学ではすべてオンラインでの授業であったということを受けて、学生はオンラインアプリなどへの知識や経験が豊富ということもあり、様々な事態に対応できる強みも持っています。

➤プレ企画の反省

プレ企画実施の準備段階や実施後のアンケート調査によって、課題解決に向けての具体的な改善点や問題点を発見することができました。プレ企画実施当日には、京都鉄道博物館の職員の方にも参加していただき、実施後に授業に対するフィードバックを受けました。そのことで課題解決や最終報告会に向けてクラスで今後やるべきことを明確にすることができました。

絵画展班の取り組み

➤ターゲティング

幼稚園・保育園児、小学生を中心とした子どもにターゲットを絞りました。理由としては、親や祖父母の方が子どもに同伴し、家族揃っての来館が見込めるからです。また、中高生に比べて、企画への参加率が高く、来館の際に保護者が同伴することが予想でき、応募数、来館者数ともに集まりやすいと思われるからです。さらに、幼児や小学生はさまざまなモノに興味を持つことから、鉄道の絵を描いていただくことで、鉄道自体に興味を持ってもらいやすく、リピーターの獲得にも繋がります。

➤企画内容の検討

子どもを対象とした絵画展を企画するにあたり、実施内容や展示方法、宣伝方法などについて、授業内だけでなく、授業時間以外にも多くのミーティングを行い、より良い効果が得られるように最善の方法を模索しました。

実施内容については、1年に1度、9月下旬の2週間に京都市在住の幼稚園・保育園児、小学生を対象とし、鉄道をテーマとした絵画展を実施します。次に、展示方法については、できるだけ多くの作品を展示すればするほど、来館者増加が見込めることから、展示スペースの広さや展示パネルの大きさから最大展示数を計算し、より多くの作品を展示できるようにしました。また、展示しきれない作品はプロジェクターを用いて、スライドショーを投映することにしました。最後に、宣伝方法については、宣伝先の幼稚園、保育所、小学校から信頼をいただくために、教育委員会に後援の依頼をさせていただき予定です。また、企画の内容がわかるピラ・ポスターを作成し、掲示していただくことで、応募数の増加を目指します。

活動を振り返って

オンライン班

この活動を振り返って、授業そのものがオンライン授業という形態であったため、直接思う様にデータを収集することができませんでした。また、博物館様とのメールでのやり取りの難しさ、さらに企画を実行するための準備に苦労しました。しかし、企画準備を進める中でチームでの話し合いを進めていくことの重要性を学ぶことができ、京都鉄道博物館様からの様々なご指摘、ご指導により社会に必要なチーム力、スキルをしっかりと身につけることができました。

絵画展班

実際に京都鉄道博物館様を訪問して、展示スペースの広さや高さがどれくらいなのか実測、体感することができなかつたので、実際に展示できる作品数がどれくらいなのか把握することに苦労しました。また、授業時間外で集まって作業するときに班の中で集まる時間を調整することが困難でした。

成果として、京都鉄道博物館様とメールのやりとりをすることで社会に出て活用できるメールのマナーを学ぶことができました。さらに、絵画展を企画したことで1つの企画にかかるコストの多さや労力を実感し、企画を提案し実施していくことのプロセスを学ぶことができました。

課題提供者からのコメント

京都鉄道博物館 総務企画課 山口 由香

今年度は「博物館に行くことができない」「来館者の様子を実際に見ることができない」「オンラインでしか相談できない」という大きなハンデがある中での活動となり、初回から大変苦慮されたかと思います。しかし最終報告会において、オンライン授業班からは昨今の社会情勢を活かした企画をご提案いただき、絵画展班からは「下京区を足掛かりに京都市内の学校にアプローチする」という方法で「京都市在住者を誘致せよ」という課題にしっかりと応えていただきました。制限された状況の中でどのように企画を進めていくか...長い時間をかけ、悩みながら実行していただいた経験は、きっと今後の糧になると思います。半年間おつかれさまでした。貴重な機会をいただきありがとうございました。

担当教員からのコメント

全学共通教育センター 非常勤講師 松本 高宜

長年O/OCF-PBL 2を担当していますが、今年ほど困難な年はありませんでした。もちろん、コロナ禍の影響によるものです。課題解決のため、実際に「みる」「きく」「ふれる」など五感を駆使して課題解決をするという、私の指導スタイルを難しくしました。「京都鉄道博物館」という実存する施設に関する課題で、その施設へ行くことができないことは、学生に大きな負担を与えました。しかし、今年のメンバーは、この困難を無遅刻、無欠席、何度もメールでやり取り、オンラインでイベントを試行実施したことなど、いままでにない素晴らしい取組で克服しました。改めて学生の検討を讃えるとともにサポートいただいた京都鉄道博物館の皆様に御礼申し上げます。

活動資料

オンライン授業に決定！



プレ授業の様子

プレ授業の作成
 プレ授業の実施
 フィードバック
 最終報告の準備

費用の検討

| 費用 | |
|---|--|
| ▶ 札スター製作費 | |
| ▶ サイズ別: A4サイズ用紙: 2万円 | |
| ▶ 東京都内の中学校に10冊ずつ配布 | |
| ▶ 小学校: 17校、中学校: 9校、合計: 263校 | |
| ▶ 印刷代: 紙定価 3.6円 × 2,630冊 = 9,468円 | |
| ▶ 紙定価 11円 × 2,630冊 = 28,930円 | |
| ▶ 郵送料: 18.4g × 10 = 40g、120円 (50gあたり120円) | |
| ▶ 梱包料: 120円 × 263冊 = 31,560円 | |
| ▶ 印刷: 1冊入り: 197円 × 2冊 = 4,728円 | |
| ▶ Zoom: プロ: 9,810,000円(80%) | |
| ▶ 人件費: 1,100円/時間 × 5時間 × 3日間 × 6人 = 99,000円 | |
| ▶ 総額: 定価: 20,000 + 9,468 + 31,560 + 4,728 + 19,200 + 99,000 = 183,956円 | |
| ▶ 高値: 20,000 + 28,930 + 31,560 + 4,728 + 19,200 + 99,000 = 203,418円 | |

最終報告会

展示室の見取り図



最終報告会の準備
 スケジュールリング
 費用の算出

ポスター



費用の検討

| 費用 | | | |
|--------------------|-------------------|--------|------------------|
| 項目 | 単価 | 数量 | 計/円 |
| 展示パネル (ボード) | 13,810/10枚 | 33セット | 455,230 |
| 展示パネル (送料) | 20,460/枚 | 24枚 | 491,040 |
| (印刷) | 1,000/枚 | 24枚 | 24,000 |
| (送料) | 9,900/本 | 48本 | 475,200 |
| (送料) | 1,000/4本 | 12セット | 12,000 |
| | | | 1,007,240 |
| 音楽・広告 (ポスターA3) | 1,400/枚 | 30枚 | 42,000 |
| (郵送料) | 200/冊 | 30冊 | 6,000 |
| (ビラA4) | 3/枚 | 30枚 | 90 |
| | | | 48,090 |
| 商品代 (入送料・SL無料券) | | | 14,400 |
| 書籍代 (A4) | 440/10枚 | 4セット | 1,760 |
| 事務用品 (事務用品) | | | 2,250 |
| 人件費 (受付・見送り・誘導/監視) | 312,000/週 | 2週間 | 624,000 |
| (総額) | | | |
| 1回目: | 2,148,570円 | 2回目以降: | 690,600円 |

宣伝材料の検討
 見取り図の作成
 絵画展に決定！

絵画展計画

スケジュール

| 時期 | 内容 |
|----------------|---|
| ~4月末 | 題材決め |
| 5月~6月 | ポスター・ビラ作り・配り (幼稚園・保育園→5月中、小学校→6月中) |
| 6月~7月初め | 募集期間 (多分小学校から先生側で選定してもらって、作品は全て送ってもらおう) |
| 7月中旬~8月末 (小学校) | ※小学校の募集期間に幼稚園・保育園の送付をしておく |
| ~9月初め | 小学校選考・絵画展準備 |
| 9月末 | 絵画展 (2週間) ※祝日が多い時期 |
| 10月初め | 片付け・巡回作業 |

課題提供：株式会社ユーシン精機

当社が次の50年に向けて、
より京都に根差す（知名度を高める）ために必要な施策
を考える

受講生・担当教員

受講生

中村 俊介(経済)、番田 竜太(経済)、福本 大樹(経済)、奥村 厚太(経営)、
鈴木 健(経営)、神馬 朱里(現代社会)

担当教員

吉中 三智子

活動目的・概要

私達はチーム活動における協調性や自分から前に進んで動く自主性を身につけるという目標を持ってこれまで取り組んできました。初めに、「協調性を身につける」という目標の達成のためにチーム内でのコミュニケーションを重視し、次回の集まりまでに各人が何をしなければいけないのか、それをするためにはどのような情報を予め収集する必要があるのかといったことを毎授業の終わりや授業後に発言し共有することを心がけました。次に、能動的に動く力を身につけるためにチーム内でそれぞれが自分の役割を認識し、課題解決のための意見を積極的に発言する時間を設けました。一人ひとりが自分の意見に責任を持って発表するためにもそれぞれが様々な観点から情報収集を行いチームのメンバーに伝えるということの必要性に気付き、それに対する賛成意見や反対意見の重要性にも着目することができました。チームのメンバーは発言者に賛同意見や反対意見をはっきり述べ、それにより意見交換しやすい環境を作るといったことも私達が活動で大切にしたことの一つです。

主な活動

2020.5.18 ・課題説明

2020.7.6 ・中間報告

2020.7.13 ・株式会社union.a様
と対談

2020.8.6 ・ワークショップの
リハーサル実施

2020.9.4 ・最終成果報告会

2020.9.29 ・トヨタカローラ京都株式会社様、
株式会社ユーシン精機様
とワークショップ

活動の成果

* 株式会社union.a様に掲載交渉

株式会社union.a様は、「ハンケイ500m」や、「おっちゃんとおばちゃん」など京都を中心とした、フリーペーパーを発行されている会社です。

「ハンケイ500m」や「おっちゃんとおばちゃん」などのフリーペーパーは京都の地下鉄の駅などに配置すると、すぐになくなるほど人気なので、この記事に掲載していただくと、株式会社ユーシン精機様から提供された課題の解決につながると私たちは考えました。そこで、株式会社ユーシン精機様について記事を掲載していただきたいと思い、掲載にかかる費用について交渉を行いました。その結果、今回は特別に半額の費用で掲載していただくことが決まりました。



* ワークショップの参加

私たちは株式会社union.a様と、ワークショップに備えたりハーサルを行いました。リハーサルでは、本学の先輩と共に実際に株式会社union.a様で働かれている方に様々なことを質問させていただきました。そして、9月29日に株式会社ユーシン精機様とのワークショップに参加しました。株式会社union.a様に配慮していただき、株式会社ユーシン精機様だけでなく、様々な企業の人たちの意見を伺うことで、社会をより広い視野で見ることができるということで、トヨタカローラ京都株式会社様も招待いただきました。「就活生に求めるものは何か」や「面接時に一番大切なことは何か」などの質問をさせていただき、非常に質の高いワークショップになりました。



* けん玉検定取得

株式会社ユーシン精機様の直交型高速ロボットFRAシリーズの機械を用いて、けん玉検定の取得を提案しました。

私たちがけん玉検定の取得を提案した理由として、けん玉検定を取得できれば、株式会社ユーシン精機様のロボットの精度のすごさをアピールでき、またけん玉は大人から子供までに知られている遊びなので、けん玉と株式会社ユーシン精機様を関連させることができれば、知名度が上がるのではないかと考えたからです。

けん玉検定の受験を実際に行う場合、一般社団法人グローバルけん玉ネットワーク様が主催されている、けん玉検定のベーシック3級の受験を想定しています。

けん玉検定取得に向けて、ロボットがけん玉検定の受験は可能であるかどうかを確認するために、一般社団法人グローバルけん玉ネットワーク様とメールや電話でのやり取りを行いました。その結果ロボットがけん玉検定を受験することは可能であり、ベーシック3級の大皿、小皿、中皿、もしかめ5回、とめけん(回しけん可)の5つの技を全て成功できれば、けん玉検定の合格書を発行していただけることがわかりました。

過去にロボットがけん玉検定を受験し取得したことがない為、今回成功することができれば、株式会社ユーシン精機様のロボットが日本で初めてけん玉検定を取得したロボットとなります。

その後、株式会社ユーシン精機様のロボットを用いたけん玉検定の取得を、株式会社union.a様のフリーペーパーである、「おっちゃんとおばちゃん」に掲載していただき、知名度を上げることを計画しています。

活動を振り返って

今回の活動を通じて論理的思考力が身についたと感じています。課題解決では、班員のなかで様々な意見を出し合い議論していきました。活動のなかで、意見を出さずにつれて段々と主観的な視点になっていくのを感じました。班員全員で1から意見を客観的に見つめ直し、互いの意見の欠点や良点を考え直し、さらに実現可能性を考えたりと非常に論理的に考えることができました。このことから、論理的思考力を得ることができたと考えています。

人前で発言することに得意不得意があり、また不慣れなオンラインということも重なり、コミュニケーションを取ることに苦労しました。しかし、この授業を通して、コミュニケーションの大切さを学びました。活動を進めていくにつれ、役割分担が必要になる場面が多くあったのですが、回数を重ねるうちにコミュニケーションが取れるようになっていき、効率よく作業が行えるようになりました。これから様々な場面で人と協力して、活動する場面があると思いますが、この授業で学んだコミュニケーションを大切にしていこうと思います。

苦労したことはオンラインでの会議です。直接会わずに会議で活動を進めていくため、全員の意見を聞き出せないことや進んで話し合いに参加できないことがありました。しかし、私達は株式会社ユーシン精機のチームとして活動を成し遂げたいという共通目標を持っていたので、全員で活動することができました。学んだことは、ここに収められないほど沢山ありますが、一つ取り上げるならば、視野を広く持つことが大切だということを学びました。社会人の方に質問したり、話を聞くと自分達には見えていなかった新しい視点が次々と見えました。また、周りのメンバーに目を配り、全体の動きを見ながら、どうすればチームとして良い方向に進むのかを考えることも大切だと学びました。

課題提供者からのコメント

株式会社ユーシン精機 総務部人事課 採用・研修担当リーダー 大川 始

知名度もないBtoB企業で「できるだけ費用をかけず」という抽象的で難しい制限があったにも関わらず、中間発表での彼らの提案を聞いたときにはオリエンテーションの時に感じた不安を良い意味で裏切っていただいたことを今でも鮮明に記憶しています。

中には実現ができなかった提案もありましたが、6名と少ない人数にも関わらず様々な難題に臆すること無く自由な発想で考え抜いた点については、チームの目標の一つであった自主性を大きく伸ばすことができたのではないのでしょうか。

今回の経験をぜひ今後の人生においても活かしてもらえると幸いです。

担当教員からのコメント

全学共通教育センター 非常勤講師 吉中 三智子

今回は6人という構成で、少人数であるからこそ、メンバー一人ひとりの責任が重く自分の役割をどう担うかが問われる環境でした。株式会社ユーシン精機様からは「当社が次の50年に向けて、より京都に根差す（知名度を高める）ために必要な施策を考える」という課題をいただき、全員が力を合わせて取り組んでいる様子を誇らしく思いました。新感染症の影響で、対面での授業やミーティングができない中、よく頑張ってくれていたと思います。私自身がオンライン授業に慣れておらず、課題提供企業様、クラスメンバーにも迷惑をかけてしまうような状況でしたが、オリジナリティのある提案をしていたと思えました。最後になりましたが、お忙しい中、学生たちの質問や提案を真摯に対応してくださった大川様をはじめ、株式会社ユーシン精機の皆様にご心より感謝いたします、本当にありがとうございました。

ワークショップ

トヨタカローラ京都株式会社様



株式会社ユーシン精機様



直交型高速ロボットFRAシリーズ



私たちは株式会社ユーシン精機様から提供された課題を解決するためにフリーペーパー「おっちゃんとおばちゃん」にあるワークショップに参加することに決めました。

株式会社union.a様のご好意で、株式会社ユーシン精機様だけでなく、トヨタカローラ京都株式会社様を招待していただくことになり、株式会社ユーシン精機様とトヨタカローラ京都株式会社様の2社でワークショップをする形になりました。

トヨタカローラ京都株式会社様とのワークショップでは質問に対して個人的な観点からでなく、企業からの視点の回答が多く、普段は得ることができない貴重な意見をお聞きすることができました。

株式会社union.a様とzoomを通して各個人の質問を吟味し、各々の関心のある視点に絞り込んだことも良い経験になったと考えます。株式会社ユーシン精機様とのワークショップでは会社への質問、個人に向けた質問に分け就活や就職に対する不安や疑問、各個人が聞きたいことなど幅広い視点で質問を行い、貴重な時間にすることができました。

課題提供：TOWA株式会社

B to B企業に興味をもってもらうには？
会社の魅力PR企画を立案しよう！

受講生・担当教員

受講生

今田 朱音(経営)、田村 拓史(経営)、中森 楓季(経営)、廣瀬 真依(経営)、村司 璃奈(経営)、
山野 駿太(経営)、上田 和輝(法)、高崎 洸(法)、岡田 朝陽(現代社会)、
河原崎 友暉(現代社会)、杉本 征也(現代社会)、藤田 和樹(現代社会)

担当教員

宮木 一平

活動目的・概要

TOWA株式会社様は京都に立地する会社です。半導体の製造工程の一つに半導体チップを特殊な樹脂で包み込んで保護するモールドングという工程があります。TOWA株式会社様はその工程の専門装置を製造しており、この半導体モールドング装置で世界トップシェアの会社です。今回いただいた課題は「BtoB企業に興味をもってもらうには？会社の魅力PR企画を立案しよう！」というもので、対企業を主軸とするTOWA株式会社様が大学生から興味を持ってもらうために何ができるのかを調査し、PR案をまとめました。

調査では、TOWA株式会社様の調査班、関連業界・競合企業の調査班、就活生の調査班の3つの班に分かれ、活動を行いました。そして、そこから得られた情報と、TOWA株式会社様のご意見をもとに、SWOT分析としてまとめました。その結果、半導体の魅力を十分に発信できていない点とTOWA株式会社様の会社の魅力を発信できていない点を解決できるPR案が必要であると考えました。TOWA株式会社様の魅力を十分にアピールし、半導体や半導体製造装置メーカーと就活生をつなぐPR案を提案させていただきました。



主な活動

2020.5.28 ・課題説明
2020.7.2 ・中間報告(1回目)
2020.7.28 ・アンケート実施
2020.8.6 ・中間報告(2回目)

2020.8.6 ・担当社員の方へのインタビュー

2020.9.4 ・最終成果報告会

全てWeb、Microsoft Teams、Zoomを利用して活動。

活動の成果

3つの視点から調査

TOWA株式会社様の調査班

TOWA株式会社様のWebサイトや雑誌（フリーペーパー）から情報収集をし、そのうえで、採用担当者の方にインタビューを実施しました。

その後、集めた情報を整理し、特に、就活生に訴求したいTOWA株式会社様の魅力をまとめました。

関連業界、競合企業の調査班

京都の企業や有名なBtoB企業を中心に、製品、CSR、人材育成、各社のPR方法などを調査しました。

各企業と比較した結果、就活生向けの情報が少ないと考えたので、TOWA株式会社様の強みを中心とした情報を発信することができるサイトを提案しました。

就活生（大学生・専門学校生）の調査班

マイナビのデータとSNSによる大学生へのアンケートを通して、就活生の意見収集を行いました。特に、就活生の就職観と企業選択に注目し、就活生が企業のどこに注目しているのかを調査しました。

この結果から就活生の視点とTOWA株式会社様の良さをマッチさせる事を第一に考えました。



【TOWA株式会社様をSWOT分析】

| | プラス要因 | マイナス要因 |
|------|---|---|
| 内部環境 | Strength（強み） <ul style="list-style-type: none">・半導体モールドング装置で世界シェアNo.1・グローバル企業（海外売上比率80%以上）・「クォーター・リード」の姿勢・福利厚生が充実・京都発の企業（京都発 世界）・グローバルニッチトップ企業（2014年）・コンパクトな企業（従業員500人規模）・社内インターンシップ制度 | Weakness（弱み） <ul style="list-style-type: none">・就活生との接点が少ない・情報発信が主に投資家、取引先向きのみ・半導体業界外での企業の認知度が低い |
| | 外部環境 | Opportunity（機会） <ul style="list-style-type: none">・自動車技術の向上が注目されている（自動運転技術、EV化など）・5Gの技術への注目・AI（IoTの社会への浸透）技術の進展・データセンター需要の増加 |

PR案の提案

No 半導体、No LIFE?

半導体は私たちの生活のあらゆる場面で活躍しています。その半導体の魅力を就活生にも分かりやすく伝えるために、敢えて「半導体の無い世界」を様々な広報手段を用いて展開していくことで、半導体業界、半導体製造装置メーカーへの関心を集められるのではないかと考えました。

TOWA探検隊

BtoB企業のホームページは顧客や投資家向けの情報を掲載していますが、就活生向けの情報は比較的少なく、TOWA株式会社様もその一例であることが明らかになりました。半導体に興味を持ってくれた学生が気になるであろう情報を幅広く掲載し、会社の魅力を十分に知ってもらえるホームページが必要であると考えました。

活動を振り返って

今年度はコロナ禍のため、授業を含め全活動がオンラインでした。初めは、戸惑うこともありましたが、しかし、オンラインを活かし深夜のミーティングを実施したり、長時間にわたるミーティングを数多く行うことができ、より考えを深めることにつながりました。他のクラスに比べて人数が少ないことを武器に積極的にメンバー同士オンラインで交流して意見を出し合うことができました。メンバーがそれぞれの視点で発言していたため、盲点だったことに気づくこともあり、課題に沿った立案を可能にすることができたと感じています。

また、コロナ禍の中で、フィールドワークを実施することはできませんでしたが、その分SNSで行ったアンケートや企業様に時間を合わせていただき、質疑応答などオンライン授業の中でやれることはやり尽くしたと自負しています。また、早めに役割分担を決めたことにより、作業の効率性を高めることができ、充実したグループワークを実施することができました。そして別のグループ同士でのコミュニケーションも円滑に進んだため、クラス全体が一つのチームとして活動できたと考えています。

今回の課題解決にあたって、私たちはTOWA株式会社様の現状分析に重点を置き、様々な視点から分析を行いました。それをもとに、問題の本質は何なのか、現状と理想のギャップを埋めるものは何なのか、といったステップを踏みながら、論理的に課題解決を進めていきました。このことは、提案を具体的かつ実現可能性のあるものにまとめるという良い経験になりました。

少人数なので一人ひとりの負担が大きかった面はありますが、このクラスだったからこそ最後まで助け合うことができました。この結果は私たちの頑張りだけでなく、宮木先生のご指導をはじめ、TOWA株式会社様のご協力があったからこそ成し遂げることができたものだと感じています。

最後になりましたが、ご指導くださった宮木先生、そして、お忙しい中、我々学生と一緒に活動に携わっていただいたTOWA株式会社様に心より感謝いたします。

課題提供者からのコメント

TOWA株式会社 総務部人事課 徳山 秀樹 坂田 理歩

12分という短い時間でしたがTOWA株式会社の紹介から課題の掘り下げ、提案までを非常に丁寧なまでにいただきました。コロナ禍でフィールドワークも満足に行えない中、アンケートやSWOT分析を用いて問題点を論理的にまとめていただき、「企業が提示する情報と学生の求める情報のギャップ」という問題点を見つけ、HPへのYES/NOチャート設置や半導体のない世界を具体的にイメージしてもらうための資料を作成するなど、具体的かつ実現可能な提案ができていたと思います。今後は頂いた提案に対し、より具体的に社内でも検討を進めていきたいと思っています。ありがとうございました。

担当教員からのコメント

現代社会学部 教授 宮木 一平

今回はコロナ禍のため、授業、クライアント様の課題説明、報告会等、全てをオンラインで実施せざるを得ませんでした。PBLは、本来、現場で取材、調査すること、メンバー同士でグループワークをすることを大事な要素としていますので、どうなるか正直心配でした。その中で、メンバー全員、オンラインの利点を最大限に活かし工夫し助け合い精一杯の努力をして成果をあげてくれました。メンバー全員に誇りをもって拍手を送りたいです。そして、この経験はウィズコロナの時代の働き方にもつながる大きな経験だったと思います。

メンバーには「常にクライアント様の笑顔を思い浮かべそれを目指して活動するように」と言い続けました。最後にTOWA株式会社様のご担当のお二人から笑顔で高く評価していただけたことが本当に嬉しいです。お忙しい中、何度も時間を割きオンラインで学生たちをご指導くださいましたTOWA株式会社様の皆様に、心より御礼申し上げます。誠にありがとうございました。

活動資料

活動の様子

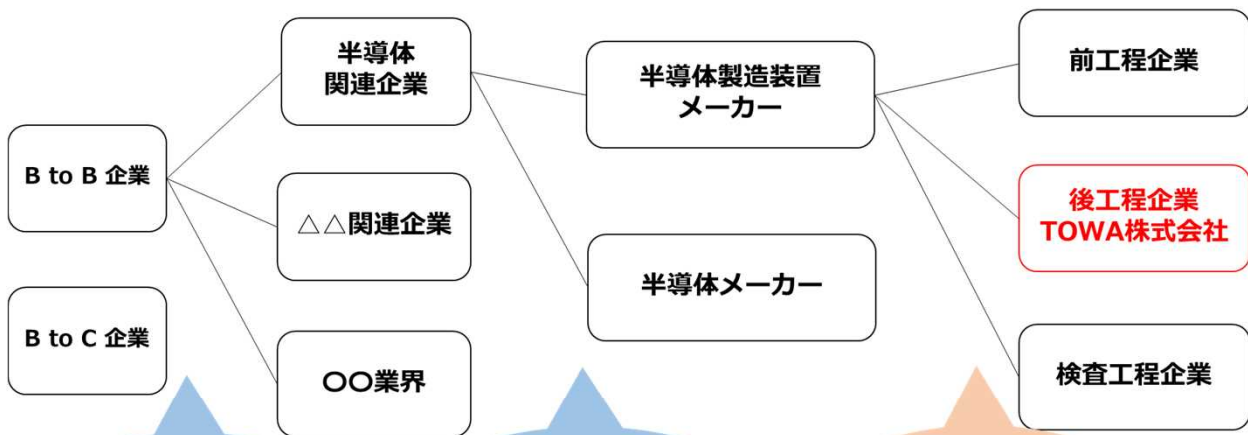


インタビュー



最終成果報告会

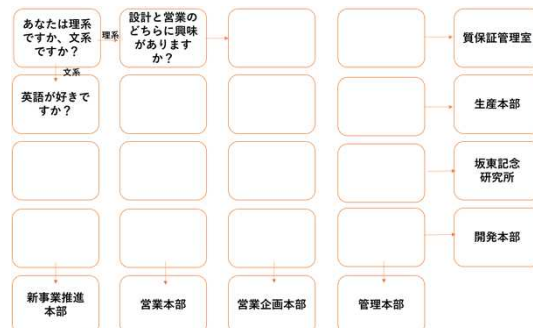
就活生がTOWA株式会社にたどり着くまでのステップ



PR企画案①
No 半導体, No LIFE

PR企画案②
TOWA探険隊

YES/NOチャートは、
就活生が自分に合った
部署を見つけること
に有効



TOWA株式会社様と未来の社員（就活生）を繋げる

課題提供：TAKAMI HOLDINGS株式会社

お客様の人生に新たな彩りを添える、新イベントを企画
TAKAMI BRIDALの「おもてなし」で今までになかったよ
うなイベントを創造しよう！

受講生・担当教員

受講生

井上 結衣(経営)、大高 りりか(経営)、大槻 夏菜梨(経営)、岡本 拓朗(経営)、
落合 一成(経営)、酒井 美希(経営)、曾我 瑠利(経営)、田村 健太(経営)、
東原 朱里(経営)、日向 翼(経営)、校條 景介(経営)、吉野 なつ穂(経営)、
元山 柚香(法)、梶原 花音(現代社会)、山本 佳奈(現代社会)、浅田 粋佳(国際関係)、
笠井 はな(国際関係)、笠原 由紀乃(国際関係)、菅 瑞希(国際関係)、角 勇樹(国際関係)、
濱口 涼平(国際関係)、中西 真希(外国語)、松村 早恵(文化)

担当教員

横森 匡弘

活動目的・概要

私たちのクラスでは、「最高級のおもてなしとは何か」を考えながら、お客様の人生に新たな彩りを添える新イベントを企画してきました。オンライン授業であっても、受講生一人ひとりの思いを反映させたイベントを企画するため、4つの班に分かれて活動を行いました。

1班は、地域活性化に焦点を当てたイベントを提案しました。地域の特性を活かしたイベントを行うことで、その地域の良さを参加者に知っていただきながら、社会問題の解決にも貢献できる企画となっています。

2班は「人生で記憶に残る日はいつか」ということに焦点を当て、人生の大きなターニングポイントである「結婚式」をテーマとして企画を進めました。結婚式についての知識を短期間で知ることができ、さらに体験することができる機会が存在すればよいのではないかと考えから、この案を作成しました。

3班からの提案は、神社仏閣で一度に四季を体感できるイベントを開催することです。この企画は外国の方を対象とし、紅葉が綺麗な秋に、見晴らしの良い東福寺で開催したいと考えています。秋にどのように春夏秋冬の3つの季節を表現するかについて議論を重ねてきました。

4班は「非現実な空間を作り出し、今までにないイベントで感動を与えたい」という思いから、母の日に開催する一大イベントを考えました。このイベントを通して、母の日という1日を人生の中で最高の1日に彩ることができるのではないかと考え、企画を作成しました。

主な活動

| | | | |
|-----------|-----------|----------|----------|
| 2020.5.28 | ・課題説明 | 2020.9.4 | ・最終成果報告会 |
| 2020.7.2 | ・中間報告 | | |
| 2020.9.3 | ・授業内最終報告 | | |
| | ・クラス代表班決定 | | |

活動の成果

地域活性化プロジェクト

1班は「地域活性化プロジェクト」を提案しました。「おもてなし」×「地域活性化」の点から1つの地域にフォーカスし、TAKAMI HOLDINGS株式会社様のトータルプロデュースのノウハウを最大限に活かし、参加される方に自然や食などを通じてその土地の良さを知っていただくと同時に、TAKAMI HOLDINGS株式会社様の魅力であるおもてなしの心を感じ取っていただける心温まる参加型のイベントにしたいと考えました。

開催地の例として挙げた京丹後市は、多くの特産物や綺麗な夕日など自然が豊富です。そのため、季節によって楽しめる特産物や観光スポットも多い地域となっています。一方で人口の過疎化が問題となってきました。京丹後市の更なる魅力を知ってもらうためにも地域活性化プロジェクトを行う意義を感じました。

式場ツアー

2班は、「式場ツアー」を提案しました。私たちが考えた「式場ツアー」は、現在多くの企業が行っている「式場ツアー」に「ブライダルフェア」と「式場見学」を合わせた企画となっています。

海外リゾート地での挙式を考えているお客様や地元での挙式を考えているお客様など、それぞれの希望に合ったツアーに参加していただくことによって、効率よく厳選された式場を見学することができます。そして、ツアーの最後には式場見学の中で生じた疑問点や悩みなどを相談することができる相談所を設け、お客様の悩みを解決していただきます。

また、ツアーという形でお客様と一緒に行動することによりTAKAMI HOLDINGS株式会社のおもてなしを多くの場面でお客様に感じていただくことができると考えています。

四季折々プロジェクト

3班は、海外からのお客様に日本の良さを知っていただくために、四季と神社仏閣に焦点を当て、1度に四つの季節を、「五感+TAKAMI HOLDINGS株式会社のおもてなし」で感じていただくイベントを提案しました。

秋の魅力をより感じていただくために、日本の歴史を視覚で感じられる東福寺をイベント開催地にし、日程を11月に設定しました。

他の季節も楽しんでいただくために、嗅覚、触覚、味覚で日本食の魅力を感じることができる方法について思案する班と、視覚、聴覚で日本の美しい四季を感じることができるインテリアについて思案する班に分担をし、イベント企画を進めました。

また、この企画を通して「次はこの季節に日本に来たい」と参加者の皆さんに感じていただくことができれば、インバウンド消費を期待することもできます。

母の日イベント

4班は「母の日イベント」を提案しました。「母の日イベント」の参加者は、お母様と今年成人を迎えるお子様の30組、計60人を予定しています。20歳のお子様と協力していただくことで、仕掛けが事前に漏れてしまうリスクが軽減し、サプライズ成功に繋がると考えます。

装飾やカラー・演出にきめ細やかなこだわりを施し、非現実な雰囲気を作り出します。装飾には『感謝』という花言葉の花を使用します。装飾をキャンドルやランタンとマッチさせることで、今までに見たことのない幻想的な風景を楽しんでいただきたいと思います。さらに、ご自身のスマホでQRコードを読み取っていただき、ご家族からお母様に向けたサプライズ動画をプレゼントします。他にも当日のイベントシーンや幼少期の写真を楽しんでいただく時間や食事・ゲームの時間も確保しています。フィナーレの、お子様からお母様に向けて手紙を渡していただく場面では、お母様に一番の感動を提供できると確信しております。

「母の日イベント」に、これから成人や挙式を控える大学生や20代の方を巻き込むことは、TAKAMI HOLDINGS株式会社様の将来の顧客増加にもつながると考えています。

活動を振り返って

1班

TAKAMI HOLDINGS株式会社様のおもてなしを地域に広めるイベントを提案する中で、地域の魅力を最大限に伝えられるイベント内容を考えるため、議論を重ねてきました。イベント例として、京丹後市でのイベントを提案しましたが、オンライン授業で実際に訪れることが難しいこともあり、なかなかイメージがつかめない面もありました。この授業を通して、より良いイベントを作るためにはお客様一人ひとりの立場に立って考えることが大切だと学ぶことができました。

2班

私たちは、講義を通して「自分たちの目線で物事を捉える」ことの大切さを学びました。企業から課題提供を受ける講義であったため、どうしたら利益が出るか、実現性を持たせることができるかに重点を置いてしまいました。もちろん、それらも大切ですが「自分ならこのイベントに参加したいか」という視点が欠けていました。自分たちが参加したいと思うようなイベントでなければ多くの人の支持を得ることはできません。非常に大切な事柄に気づくことができたので、今後は多くの視点を持つことを意識していきたいです。

3班

私たちが一番頑張ったのは、中間発表後の活動です。中間発表では私たちが納得のいく企画発表をすることができませんでした。その後活動に行き詰まり、発表内容を変更するかどうか悩みましたが、担当教員の横森先生やTAKAMI HOLDINGS株式会社様に思い切って相談しアドバイスを頂いたことで、最終報告会では納得のいく発表ができました。考え方の異なる人に相談することで、新たな気付きや発想が生まれ、より良いものを考えていけることを授業を通して学ぶことができました。

4班

今年のO/OCF-PBL2の授業は、例年と異なり、オンライン授業で戸惑った部分もありました。しかしTAKAMI HOLDINGS株式会社様、横森先生が精一杯協力してくださったおかげで、貴重な学び・経験を得ることができました。私たちは特に第三者目線を持つことの大切さを学びました。相手の気持ちになって行動する“慮（おもんぱか）る”ということ、これを意識することで、とても良い企画につながると知りました。この授業で得た学びをこれからの人生に活かしていきたいです。

課題提供者からのコメント

TAKAMI HOLDINGS株式会社 マネジメントDiv.人材開発課マネージャー 高倉 利佳

今年度も参加させていただき、ありがとうございました。私たちでは思い付かないような視点や発案にとっても刺激を受け、大変楽しく、有意義な時間を過ごさせていただきました。課題に対して、4チームが全く違った内容で最終的な形にしてくれたことが、1番お伝えしたかった「ホスピタリティは正解がないもの」というポイントを表わしていたのではないかと思います。少しでもこの課題に取り組んだことで得た学びを、今後に繋げて頂ければ幸いです。積極的な意見や質問もたくさんありがとうございました。またご一緒出来る機会を楽しみにしています。

担当教員からのコメント

全学共通教育センター 教授 横森 匡弘

本クラスメンバーのこの半年間は、まさに「限界への挑戦」を追求した日々でした。開講は5月にずれ込み、企業様とのやり取りはもちろん、メンバー同士の意思疎通も全てオンライン、加えて課題解決に向けて重要な要素である合宿も、フィールドワークも中止。この前代未聞の状況に、メンバーには混乱と不安が錯綜し、それでも何とか思いを形にしようとする過程で幾度も行く手を阻まれました。しかし「この状況で何ができるのか」、「会ったこともない者同士、どこまでできるのか」、「是非自分達の手で企業様に貢献してみたい」・・・個性溢れる23名は立ち上がり、そして闘い抜きました。「信頼できる友と一緒に踏み出す1歩の喜び」を体感しつつ。

活動資料

1班：地域活性化プロジェクト

TAKAMI HOLDINGS 株式会社様のおもてなしを地域に広めるために、実際に地域の方の声を聞きながら、社会問題に着目した新イベントを企画しました。



2班：式場ツアー

私達は式場ツアーを提案しました。今までにはないプランでハワイを例に挙げ、素敵な結婚式の参考書になればと思い、企画しました。



3班：四季折々プロジェクト

私たちは、オンとオフのメリハリをつけることで活動をスムーズに進めました。

まだ京都を知らない外国人の方に、その魅力を体感頂くイベントを企画しました。



4班：母の日イベント

私たちは、一生思い出に残る「ダントツの母の日」を企画しました。

Unrealityで活動した4ヶ月。

チームワーク、No.1!

楽しかったぜ!

サンキューな!!



課題提供：日新電機株式会社

日新電機を表現する キャッチコピーとメッセージを一緒に考え、 大学生に向けて発信しよう！

受講生・担当教員

受講生

工藤 朗(経済)、尾端 大毅(経営)、田中 裕基(経営)、松田 紗佳(経営)、
植岡 実久(現代社会)、坊中 優太(現代社会)、澤田 夏帆(国際関係)、
李 雪瑩(外国語)、高橋 由季乃(文化)、谷 綾乃(文化)

担当教員

谷口 節子

活動目的・概要

私たちは企業課題の解決のために、「内容」と「伝え方」の2つの観点を中心に活動を始めました。

「内容」の面ではまず日新電機株式会社様と勉強会を行い、企業を表す要素を親和図とロジックツリーにまとめました。12個の要素から成ったロジックツリー内では、大学生に興味を持ってもらうために「身近な製品」「南極事業」「SPSS」の3つの要素を選び、3つの要素の特徴を理解することで企業の良さや本質を導き出しました。またその仮説を確かめるべく、夏休み中にインターネットやヒアリングによる調査を実施し、それを根拠に各班でミーティングを繰り返し行いながら、キャッチコピー・メッセージを決めました。

「伝え方」の面でもヒアリング調査を活用し、2つの媒体に分けてキャッチコピーを発信することに決めました。企業に対しての親近感を持ってもらう「身近な製品」、企業の全体像をつかんでもらう「SPSS」ではポスターを用い、特有な魅力を示す「南極事業」ではHPを用いる、という形で考えています。

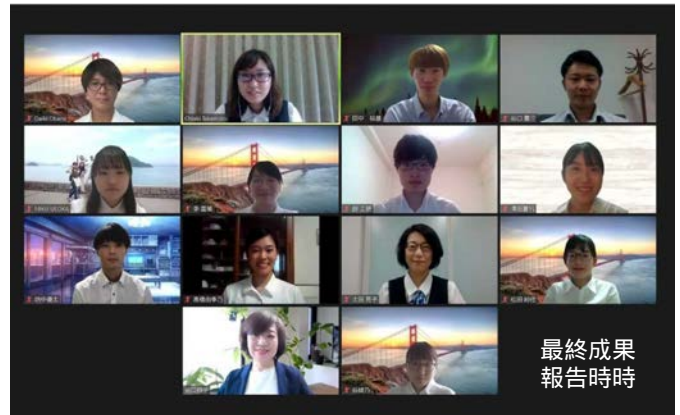
私たちはこのような活動から、大学生に向けたキャッチコピーやメッセージの提案を完成させるに至りました。

主な活動

| | | | |
|-------------|-----------------------|-------------|------------------|
| 2020. 5 .28 | ・ 課題説明 | 2020. 8 .21 | ・ ヒアリング結果収集と分析 |
| 2020. 6 .11 | ・ 日新電機株式会社様との勉強会 | 2020. 8 .22 | ・ ネットデータ情報収集と分析 |
| 2020. 6 .23 | ・ 中間報告に向けた打ち合わせ、リハーサル | 2020. 8 .27 | ・ 成果報告レビュー |
| 2020. 6 .25 | ・ 中間報告 | 2020. 9 .1 | ・ 成果報告レビューの共有と修正 |
| 2020. 8 .19 | ・ ヒアリング実施 | 2020. 9 .4 | ・ 最終成果報告会 |

活動の成果

オンラインでの活動



ヒアリング・ネットデータ調査結果

「身近な製品」のチームは「100年の歴史を大事にしながらも新しいことに挑戦・進化し続けている」ことがアピールできる良さと考え、仮説を立て調査を行いました。調査から大学生は進化や挑戦といった言葉に良い印象を持つこと、大学生は普段の生活で製品やサービスを使用している企業に興味を持つことが分かりました。

質問事項の一部

| 質問No. | 質問内容 | 票数1位 | 2位 | 3位 | 4位 | 5位 | 6位 |
|-------|---|-------------|----------------------|------------|----------------------------------|------------------|------------|
| Q1 | この中で良い印象を持つ言葉を3つ選んでください。 [選択] 信念、信頼、100年続く歴史、進化、成長、変化、不変、挑戦、諦めない心、その企業が行っている事業などがわかる言葉、その他(記述) | 「進化」 13票 | 「成長」 「変化」 各10票 | 「信頼」 7票 | 「信念」 「諦めない心」 「事業内容」 各3票 | 「100年続く歴史」 1票 | 「不変」 0票 |

「身近な製品」質問内容
(n = 17)

「南極事業」のチームは「様々なリスクを負いつつ、再生可能エネルギーを活用し、地球規模で貢献、南極の観測・研究を発展させる企業力」がアピールできる良さと考え、「大学生は環境に関連した内容には関心があるのではないか」という仮説を立て、調査を行いました。ヒアリング調査から、大学生はSDGs活動単体に興味がなくても「SDGsに取り組んでいる企業」「南極に関わっている企業」への興味関心が高いことが分かりました。

質問事項の一部

| 質問No. | 質問事項 |
|-------|-------------------------------|
| Q1 | SDGsに取り組んでいる企業に関心はありますか？ |
| Q2 | 南極の観測や研究に関わっている企業に興味関心はありますか？ |

「南極事業」質問内容
(n = 23)

「SPSS」のチームは、「最適なソリューションの提案によって災害の多い日本でも停電のない社会を支えている」ことがアピールできる良さと考え調査を行いました。調査から、停電のないことは大学生にとってインパクトがあること、仕事の中で「成長」を重視すること、環境に配慮するなど社会に貢献している企業に就活は惹かれるということが分かりました。

質問事項の一部

| 質問No. | 質問事項 |
|-------|------------------------------|
| Q1 | 災害の多い日本で停電のないことはどれくらいすごいですか？ |

「SPSS」質問内容
(n = 37)

まとめ

身近な製品で親近感を抱いてもらい、南極事業で、南極でも環境にやさしいSDGs活動を行っている意外性を伝え、最後に会社のコアとなるSPSSを通して、主な電気事業を知ってもらい、興味を持ってもらうようにしました。様々な媒体を用い、効果的に発信できるようにしました。



活動を振り返って

この授業を通して学んだことは、主に3つあります。

1つめは、論理的に物事を考え、順序立てて自分の意見を発信することの大切さです。考え方の根拠がはっきりしている意見は、聞き手を納得させることができます。また、自分から発信することで周囲を刺激し、賛同や反対などの反応が生まれることで、活動自体に深みを持たせることができたと感じます。

2つめは、自分の得意分野を発見し、それらを活かしながらチームに貢献していくことの大切さです。例えば話し合いを主導するファシリテーターやチームメイトの意見をまとめる人、スライドのデザインをする人など、それぞれの得意な部分を活かし、不得意な部分は他のメンバーがサポートすることを心掛けました。そのため、チームメイト全員がそれぞれ主体となって活動することができました。

3つめはコミュニケーションの重要性です。互いにコミュニケーションをとることで、チーム内で信頼度が高まり、情報共有も円滑にできました。そして結果的に、チームワークを高め、作業効率を上げることができると分かりました。

また、活動を通して苦労したこともあります。まず、私たちが大学生にアピールしたい日新電機株式会社様の良さを選ぶことです。その良さを選んだ根拠や本当に大学生にとって魅力的かどうか、という部分まで徹底的に突き詰め、説得力のある説明をすることは、予想以上に困難でした。また、オンラインという状況下で、初対面の人と活動することにも苦労しました。言葉の細かいニュアンスが伝わりづらいせいか、ミーティングはなかなか話がまとまらず、持ち越すことも多々ありました。

この活動から学んだ、コミュニケーションをうまくとってチームワークを高めることや、論理的に考えて主体的に行動することの難しさと面白さを、これからの活動に活かしたいと考えています。

課題提供者からのコメント

日新電機株式会社 人事部 企画室長 太田 亮子

今年度はすべてオンラインで実施でしたが、皆さんは日新電機についてしっかりと理解した上で、「何が大学生の興味を引くのか」を掘り下げて、ストーリー仕立てのキャッチコピーとメッセージを導き出してくれました。3つのチームのアイデアは、それぞれが根拠をもっていて説得力があり、発想も面白いと感じました。

発表では、資料のビジュアルが丁寧に適切に整えられていて理解が進みました。ぎりぎりまで推敲を重ねたチームワークは素晴らしいものでした。

ぜひこの経験を今後活かしてください。

このクラスで私たちも貴重な経験ができました。心より御礼申し上げます。いただいたアイデアを今後の広報活動、採用活動に取り入れていきたいと考えております。

担当教員からのコメント

全学共通教育センター 非常勤講師 谷口 節子

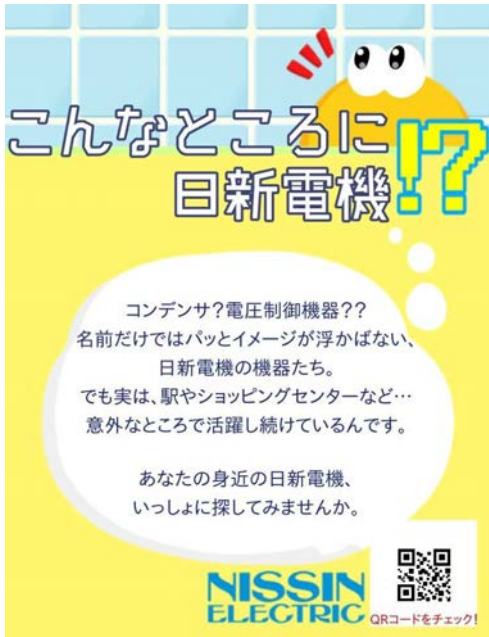
コロナ禍での活動には制約条件も多々ありましたが、視点を持ち上げて論理的に物事を考えること、考え抜くことを一貫して課してきました。厳しいオーダーを出しましたが、しっかりコミットして課題解決に邁進したみなさんの真摯さや熱意は本当に素晴らしいものでした。粘り強く取り組み、期待に十分応えていただいたみなさんをととても誇らしく思います。

この先大切なことは、この経験を振り返り、多くの気づきを得ることです。そして、それを新しい状況で応用実践していくことです。成長は経験の積み重ね、そして気づきの積み重ねのスパイラルアップの結果です。これからのみなさんの成長を心から願います。

最後になりましたが、熱心なご指導・ご支援をいただきました日新電機株式会社のみなさまに心より厚くお礼申し上げます。

活動資料

□ 私たちは、ヒアリング調査などを通して、大学生に向けた3つのキャッチコピーとメッセージを提案しました



■ 身近な製品のキャッチコピーとメッセージ

➢ キャッチコピー

『こんなところに!?日新電機』

日新電機の製品が、意外と大学生の身近な場面で使われていることを伝えるキャッチコピーです。

➢ メッセージ

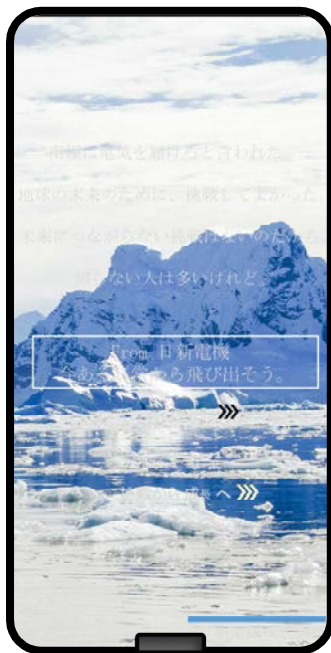
『コンデンサ?電圧制御機器?』

名前だけではパッとイメージが浮かばない日新電機の機器たち。

でも実は、駅やショッピングセンターなど...意外なところで活躍し続けているんです。

あなたの身近の日新電機、いっしょに探してみませんか。』

日新電機は時代の変化とともに変化し、進化し続けていることを伝えるメッセージです。



■ 南極事業のキャッチコピーとメッセージ

➢ キャッチコピー

『From 日新電機 今ある日常から飛び出そう。』

南極事業の挑戦から、「チャレンジ精神」を全面に押し出したキャッチコピーです。

➢ メッセージ

『南極に電気を届けると言われた。地球の未来のために、挑戦してよかった。未来につながらない挑戦はないのだから。知らない人は多いけれど。』

私たちは南極の特別感を出しつつ、南極事業を分かち合おうためにこのメッセージを作りました。まずこのメッセージは三段階の物語形式になっています。「南極での取り組み」「日新電機の事業精神」「私たちからのメッセージ」の順になります。したがって、物語形式にすることで、大学生にわかりやすく伝えることができました。

それらのさまざまな意味合いを含めたものを、キャッチコピーにしました。

電気も成長も止めさせない

日新電機は3つの成長を支えながら日本の様々な日常に灯りをともし続けます。

社会

人

技術

NISSIN ELECTRIC



■ SPSSのキャッチコピーとメッセージ

➢ キャッチコピー

『電気も成長も止めさせない』

停電のないすごさと会社の成長が社会全体の成長促進に貢献していることを伝えるキャッチコピーです。

➢ メッセージ

『日新電機は3つの成長を支えながら日本の様々な日常に灯りをともし続けます。』

人・技術が社会の成長を促進していることを伝えるメッセージです。

課題提供：株式会社フラットエージェンシー

空き家問題解決の一助に！
新大宮商店街にある空き家の有効活用を
提案してください。

受講生・担当教員

受講生

林 涼介(経済)、廣瀬 龍一(経済)、三角 修平(経済)、伊藤 知典(経営)、
今井 翼(経営)、大野 淳(経営)、河野 龍聖(経営)、瀧地 夏帆(経営)、
安田 千夏(経営)、矢野 妃那子(経営)、安達 侑里(法)、島尾 祐範(法)、
清水 ヒカリ(法)、下村 友唯(現代社会)、増田 結(現代社会)、坂下 将司(国際関係)

担当教員

中尾 憲司

活動目的・概要

新大宮商店街は、京都市の中でも歴史溢れる商店街の1つです。しかし、新大宮商店街には全国的にも社会問題となっている空き家があります。そこで、私たちは、新大宮商店街にある空き家の有効活用を提案できるよう新大宮商店街の活性化に重点を置き、次のような活動を行いました。

提案内容の決定については、まず、4つに班を分け、それぞれの班ごとに提案内容を考えました。そして、中間発表時にそれぞれの提案内容に対するご意見を株式会社フラットエージェンシー様よりいただき、それを基に提案内容を1つに絞り、より具体的な話し合いを進めました。

また、提案内容について具体的な話し合いをするうえでは、新大宮商店街にある空き家の状況資料を株式会社フラットエージェンシーのご担当者様からいただき、ヒアリングをさせていただきました。また、新大宮商店街で働いている方々へのアンケート調査を行いました。私たちが提案する「屋台村」という空き家の活用案に対する賛否や、新大宮商店街にあるそれぞれの店舗の現状を調査する目的で行いました。

アンケート結果および提案内容の詳細は次ページで説明します。

主な活動

| | | | |
|-----------|-------|-----------|----------------------|
| 2020.5.28 | ・課題説明 | 2020.8月上旬 | ・アンケート実施 |
| 2020.6.25 | ・中間報告 | 2020.9.4 | ・最終成果報告会 |
| | | 2020.9.28 | ・リノベーション プロジェクト参加 |

活動の成果

アンケート調査

新大宮商店街で働いている方々に対してアンケート調査を実施しました。その結果、39名の方々から回答を得ることができました。具体的なアンケート結果は以下の通りです。なお、アンケートの内容によっては複数回答および未回答の場合があります。

まず、新大宮商店街の各店舗に訪れるお客様の年齢層については、30代未満が6店舗、30代が10店舗、40代が17店舗、50代が18店舗、60代が24店舗、70代以上が22店舗というアンケート結果が得られ、比較的高齢の方々が多く新大宮商店街に訪れていることが分かりました。また、お客様が多く訪れる時間帯については、9～11時が19店舗、12～14時が8店舗、15～17時が13店舗という回答が得られました。

次に、宣伝方法については、18店舗でSNSが活用されていることが分かりました。SNS別でみると、Twitterが8店舗、Instagramが10店舗、Facebookが12店舗、LINEが9店舗で活用されていることが分かりました。

最後に、「屋台村」という空き家の活用案に対しては、24名の方から賛成、3名の方から反対のご意見をいただきました。

屋台村の提案

私たちは、新大宮商店街にある空き家を有効活用する案として「屋台村」を提案します。屋台村とは、1つの建物の中に、いくつかの屋台が集まり、お祭りの雰囲気や凝集したような場所のことを指します。私たちが今回、屋台村を選定した理由としては、以下の3点が挙げられます。第一に、過去の空き家問題における成功例として屋台村が挙げられることです。具体的には、山形県酒田市の中町中和会商店街において屋台村が地域活性の起爆剤となったという例があります。この中町中和商店街と新大宮商店街は商店街のある地域の人口、最寄駅からの距離、主な商店街の利用者およびその利用者の年齢層といった点が共通点として挙げられます。第二に、屋台村がその性質上、曜日や時間を問わずにお客様を取り込めることにあります。第三に、屋台村のイベント性が挙げられます。

・基本的方針

新大宮商店街にある空き家の、ヒアリングを株式会社フラットエージェンシーのご担当者様に行い、新大宮商店街で働いている方々へのアンケート調査をもとに、現在の新大宮商店街が抱える問題点は若者をはじめ、地元住民以外の方々が新大宮商店街を利用することが少ないところにあると考えました。

そこで、新大宮商店街の活性化に重点を置き、幅広い層の方々が訪れ、賑わいのある新大宮商店街の実現を目指し、以下のような提案内容を考えました。

・具体的方針

新大宮商店街を活性化させるためには「集客力」及び「発信力」のある拠点の形成が必要だと考えました。現在の新大宮商店街は、高齢の地元住民以外の方々の利用が少ない状況にあります。このような拠点を形成するうえでは、新大宮商店街全体を活性化させることが重要です。そこで、今回の提案内容におけるターゲットを地元以外の若者・子育て世代としました。これにより、幅広い層の方々が新大宮商店街に訪れてくださると考えています。

第一に、集客力については、新大宮商店街といくつかの共通点がある山形県の中町中和会商店街が、屋台村により地域活性に成功したという前例があることから、屋台村は安定した集客力を継続させることができると考えています。

第二に、発信力については、様々なデータから、若者はスマホで情報を収集することが多く、かつSNSの利用率が高いことが分かったため、様々なSNSで宣伝することに決めました。具体的なSNSによる宣伝については、国内月間アクティブユーザー数が多いTwitter、Instagram、Facebook、LINEを利用し、各SNSごとの特徴を活かしながら、各SNSごとにターゲットを選定し、活用することにしました。このように、SNSを活用することで、現状より確実に発信力を向上させることができ、幅広い層の方々が新大宮商店街に訪れてくださると考えています。

活動を振り返って

私たちは、約半年間、ZOOMを活用した授業形態で本講義を受講してきました。このような状況のなかで、私たちが本講義を受講し、苦労したことや学んだことなどについて、以下で振り返ります。

まず、私たちが本講義を受講し、苦労したことはメンバー間でのコミュニケーションについてです。オンライン上では、積極的に発言することが難しく、メンバー間でのコミュニケーションが上手くいかないことがありました。しかし、一人ひとりの名前を呼び全員に発言の場を設けることや、誰かが発言した時にはZOOMの機能の1つである反応ボタンを押して理解を示すことなどの工夫をし、改善してきました。次に、私たちが本講義を受講し、学んだことはチーム活動における物事を多角的に捉えることの重要性です。提案内容をまとめていく途中には、メンバー間で意見が対立することがありました。このような状況においては、個々の意見を主張し続けるだけでなく、主張の異なる相手の意見を柔軟に受け入れることを心がけていました。それにより、チームが1つの方向に向き、提案内容を上手くまとめることができたと思います。最後に、本講義の受講にあたっては、コロナ禍により、例年のようにキャンパスに集まって、メンバー間で意見を交換したり、現地調査などの対外的な活動をしたりすることができなかつたため、課題解決に向けては提案内容をまとめていくことに戸惑いや苦労することもありました。しかしながら、今や社会ではオンラインでの活動が主流になりつつあることを考えれば、約半年間、貴重な経験ができたと思っています。私たちは約2年後には本学を卒業し、「社会」の一員として働くこととなりますが、どのような場面においても、本講義におけるオンラインでの活動や、実際に課題解決を行うことで得られた多角的な視点を活かし、取り組んでいきます。

課題提供者からのコメント

株式会社フラットエージェンシー リーシング部 部長 小島 秀利

今回のテーマは「空き家問題の解決の一助に！新大宮商店街にある空き家の有効活用を提案してください」というものでしたが、提案していただきました「屋台村」は非常にインパクトがあり、先進事例の検証による実現性も感じられました。個人的にも楽しそうで、行ってみたいと思える内容だったと思います。

この空き家の活用だけ（点）ではなく、全体（面）を考慮したアイデアとして欲しいという要望にもしっかりと応えてもらい、商店街との連携も考えられており、老若男女の幅広い世代の交流を可能とする提案となっていました。

今回はオンラインでの活動となったため、実際に学生の方とお会いする機会がなかったことは残念でしたが、メールで質問を受けたりする中で、学生の方が真剣に考えてくれている様子を感じられ、嬉しい気持ちになりました。

担当教員からのコメント

全学共通教育センター 非常勤講師 中尾 憲司

今年のPBL 2クラスは、新型コロナウイルス感染拡大の影響で学生達は本当に苦労したと思います。フィールドワークを通じたワークショップ型の授業であるにも関わらず、活用提案を依頼されている空き家、そしてその空き家が入っている商店街を実際に見学にいけな、また、商店街の雰囲気を肌で感じたり、商店街の他の店舗の方々に直接話を聞いたりすることができないなど、制約が多い中での取り組みになりました。

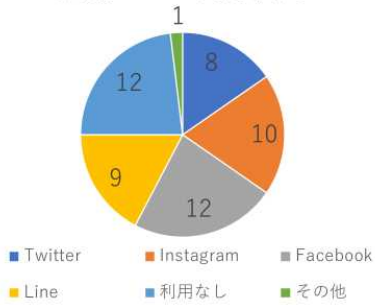
その上、学生同士もZOOMやLINEでしかコミュニケーションが取れない状況にあり、今年のメンバーはよく工夫してチームビルディングをしてくれたと感じています。そういう意味で、非常に頑張ってくれたと思いますし、今回のこの経験を今後の学生生活や社会生活に活かしてもらえれば嬉しいです。

活動資料

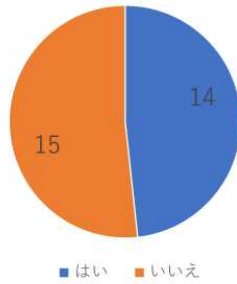
SNSに関するアンケート結果

※複数回答は計上、未回答は対象外とする

店舗のSNS利用状況



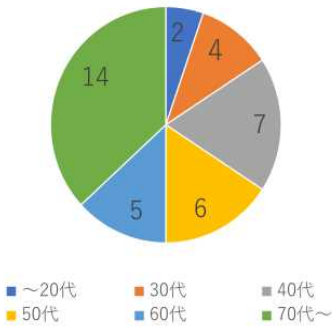
SNSで宣伝していますか？



利用年代のアンケート結果

※複数回答は計上、未回答は対象外とする

店主の年代



店を利用する顧客の年代

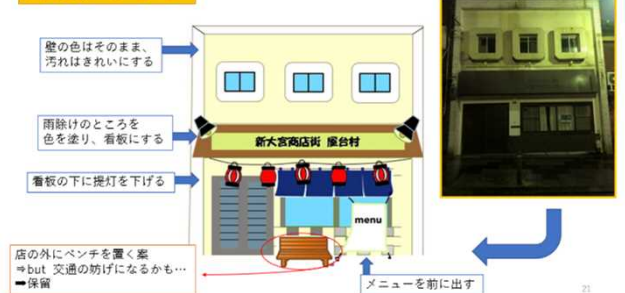


テナント内装

アンケートの結果



外装デザイン



外装デザイン案

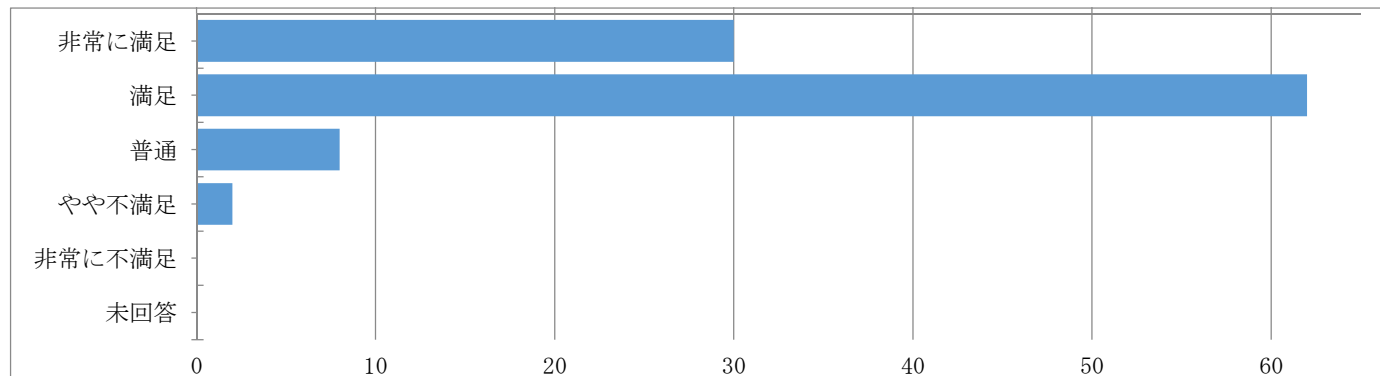
リノベーション・プロジェクトにZOOMで参加

学生アンケート集計結果(受講生114名/回答数102名)

■プログラム全体の内容の満足度について

| 非常に満足 | 満足 | 普通 | やや不満足 | 非常に不満足 | 未回答 | 総計 |
|-------|----|----|-------|--------|-----|-----|
| 30 | 62 | 8 | 2 | 0 | 0 | 102 |

単位:名



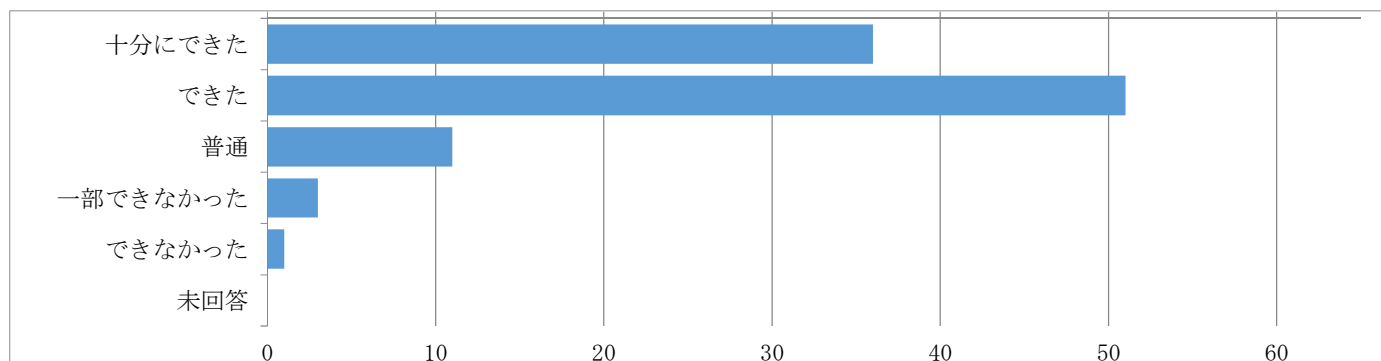
【具体的な理由(抜粋)】

- ・オンライン授業だったこともあり、意思疎通を図ること、課題をどのように解決していくかをチーム全体で考えることの難しさや楽しさを学べ、とても有意義な授業だった。
- ・課題提供機関の方からいただいた課題に対する提案を考えていくうえで、知識だけではなく、様々な視点で物事を捉えることができた。
- ・「自分に何ができ、何ができないのか」をはっきり知ることができたから。また、課題に対して相手の視点で考えることの重要性を学べ、これからの自分に必要なスキルが何か分かったので、モチベーションも上がった。
- ・自分の伸ばしたいスキル(発想力・論理的思考など)が伸ばせたから満足している。
- ・以前よりも「何をすべきか」順序だてながら考えられるようになった。

■課題に対する自らの取り組みについて(自己評価)

| 十分にできた | できた | 普通 | 一部できなかった | できなかった | 未回答 | 総計 |
|--------|-----|----|----------|--------|-----|-----|
| 36 | 51 | 11 | 3 | 1 | 0 | 102 |

単位:名



【具体的な理由(抜粋)】

- ・チームで協力して新たな提案ができたが、課題も多く残ってしまったので、それを活かして今後の活動につなげていきたい。
- ・主体的に行動し、積極的にチームに貢献するために何をすべきか考え、常に取り組むことができた。
- ・やるべきことはできたと思うが、今後はもっと積極的に行動していきたい。
- ・色々な情報を集め、ロジックに沿って考えることができた。

課題提供機関アンケート集計結果（協力機関 8 機関/回答数 8 機関）

■プログラム全体の内容に関する満足度について

| 非常に満足 | 満足 | 普通 | 不満足 | 非常に不満足 | 未回答 |
|-------|----|----|-----|--------|-----|
| 2 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 |

単位：機関

【理由】

- ・ 学生の中に社会と接点を持つことは、将来設計において非常に有効だと思う。
- ・ 対面での講義や打ち合わせ、実地調査ができない環境下にも関わらず、しっかりと取り組んでいただけた。
- ・ オンラインだったため、学生との交流が少し少なかったように思った。もっと交流できれば良かった。
- ・ 全面オンライン開催を実現され、最終成果報告会まで丁寧に対応していただいた。

■学生の課題報告（中間報告会・最終成果報告会）の成果について

| 非常に満足 | 満足 | 普通 | 不満足 | 非常に不満足 | 未回答 |
|-------|----|----|-----|--------|-----|
| 3 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |

単位：機関

【理由】

- ・ 良い意味で弊社市場を意識せず、新たな着眼点での提案内容は、新鮮で興味深い内容だった。
- ・ オンラインという環境下であっても、対面で報告会を聴講しているのと遜色ない内容だったと思う。企画自体も、学生同士議論の上考えられた内容となっており、こちらの意図を汲み取った発表となっていた。
- ・ 昨年と課題は同じだったが、より具体的に金銭面での計画について詰めており、好感が持てた。
- ・ 学生らしい斬新なアイデアが沢山あり、とても参考になるものを提案いただいた。もっと密に連絡を取り、内容を詰められれば良かった。

■課題に対する学生の取組みについて

| 十分にできた | 概ねできた | 普通 | 一部できなかった | 全くできなかった | 未回答 |
|--------|-------|----|----------|----------|-----|
| 3 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |

単位：機関

【理由】

- ・ 授業に出席する姿、資料作成、発表など精一杯に真正面から取り組んでいただき、感謝している。
- ・ 難しいテーマ設定だったにもかかわらず、学生ならではの目線で考えられた良い取り組みだったと思う。最終成果報告会に向け、弊社と打ち合わせをする機会がもう少しあれば学生の理解がより深まったのかもしれない。
- ・ 学生は（企画やメールなどに）不慣れながらも一生懸命で、ひたむきさが伝わってきた。
- ・ 班によって少しばらつきがあったように思ったが、とても一生懸命取り組んでいただいた。
- ・ チームワーク良く、お互いの強みを活かして課題に取り組み、まとめてくれた。

『O/OCF-PBL』を通じての能力伸長

『O/OCF-PBL』では「社会人基礎力」「自己肯定感」「自在に人と関わる力」の3つの【能力】の獲得を目指していますが、その中でも特に重視しているのが「自在に人と関わる力」です。必要なときに必要な自分を表出させることができるようになることで、チーム活動は円滑に進んでいきます。ただし、空気を読んで「いい子」でいるために自分を押し殺すのではなく、目標達成に向けて必要であると思ったらアサーティブなコミュニケーションを通じて自らの意見を主張するということが重要です。

『O/OCF-PBL』では PC エゴグラムと呼ばれるツールを用いて測定する PC (Permeability Control Power : 透過性調整力) の値で「自在に人と関わる力」の伸長が測定できると考えており、『O/OCF-PBL1』の時から現在に至るまで、PC 値を上昇させるための様々な<仕掛け>が授業には埋め込まれています。

さて、では、みなさんの PC 値はしっかりと上昇しているでしょうか。

測定結果をみると、昨年度末に測定したみなさんの PC 値の平均値（事前）は 14.65 ですが、今年度の 9 月に測定した PC 値の平均値（事後）は 14.77 となっています。今年度の授業が全てオンラインになったにもかかわらず、授業を受講する前後で PC 値が上昇していることがわかります。『O/OCF-PBL1』の時に意識していた「プラスのストローク」「アクティブ・リスニング」「アサーション」を、今年度の『O/OCF-PBL2』を受講する際にも意識していたからではないかと推察します。

ただし、これは平均値を表しているに過ぎませんから、中には PC 値が大きく下降してしまっている学生もいます。

【能力】は、意識してそれを伸ばそうとすることで、大きく成長するものです。社会で活躍するために必要な PC 値を上昇させるためには、どのようなことを普段から意識する必要があるのか、この授業に埋め込まれていた<仕掛け>をあらためて振り返って認識し、それを今後の生活でどう実践するかを考えることを通じ、再確認いただきたいと思います。

2020 年度『O/OCF-PBL』統括担当者
京都産業大学現代社会学部 教授
宮木 一平

2020年度 O/OCF-PBL 担当教員・事務スタッフ

■教員

| 氏 名 | 所 属 | 担 当 科 目 |
|--------|------------|-------------------------------|
| 宮木 一平 | 現代社会学部 | 【O/OCF-PBL 統括】 O/OCF-PBL 2 |
| 福田 充男 | 経済学部 | O/OCF-PBL 1 |
| 倉本 宜史 | 経済学部 | O/OCF-PBL 1 |
| 久保 亮一 | 経営学部 | O/OCF-PBL 1 |
| 伊吹 勇亮 | 経営学部 | O/OCF-PBL 2 |
| 神澤 真佑佳 | 法学部 | O/OCF-PBL 1 |
| 木原 麻子 | 現代社会学部 | O/OCF-PBL 1 |
| 平野 亜也子 | 外国語学部 | O/OCF-PBL 2 |
| 近藤 剛 | 文化学部 | O/OCF-PBL 1 |
| 田中 宏喜 | 情報理工学部 | O/OCF-PBL 1 |
| 松尾 智晶 | 共通教育推進機構 | O/OCF-PBL 1 |
| 中澤 正江 | 共通教育推進機構 | O/OCF-PBL 1 |
| 横森 匡弘 | 全学共通教育センター | O/OCF-PBL 1・2 |
| 小山 治 | 全学共通教育センター | O/OCF-PBL 1 |
| 川出 健一 | 全学共通教育センター | O/OCF-PBL 1 |
| 谷口 節子 | 全学共通教育センター | O/OCF-PBL 1・2 |
| 中尾 憲司 | 全学共通教育センター | O/OCF-PBL 1・2 |
| 松本 高宜 | 全学共通教育センター | O/OCF-PBL 1・2 |
| 吉中 三智子 | 全学共通教育センター | O/OCF-PBL 1・2 |

■事務スタッフ

| 氏 名 | 所 属 |
|--------|------------|
| 瀬合 香恵 | キャリア教育センター |
| 檀上 恵利奈 | キャリア教育センター |
| 川原崎 ふみ | キャリア教育センター |

| | |
|-----|--|
| 発行 | 京都産業大学 キャリア教育センター (10号館1階) 〒603-8555 京都市北区上賀茂本山 TEL : 075-705-1754 FAX : 075-705-1939 URL : http://www.kyoto-su.ac.jp |
| 発行日 | 2021(令和3)年1月20日 |