

経営学部のゼミ活動と産学連携

安藤 史江・川北 眞紀子・中島 裕喜

はじめに

経営学部では七名の教員が『七十五年史』の執筆に参加し、大学院やビジネススクールを含む各項目について、二〇〇〇年以降の来歴や諸活動に関する情報を収集した。その一つである「ゼミ活動と産学連携」では、経営学部の教員が過去に演習指導において取り組んだ様々な企業との産学連携プログラムを把握可能な限りリストアップし、それらが経営学部の教育活動の特徴づける重要なものであったことを指摘した。しかしながら、紙幅の都合からプログラム名が列挙されるに留まっており、個別の取り組みについて詳しく掘り下げて記載できなかつたことが惜まれる。このたび本稿執筆の機会を与えられたので、『七十五年史』の内容を少しでも補うべく、経営学部教員の演習指導における産学連携活動の一端を紹介したい。

一・歴史的知見を活かしたビジネス提案

中島裕喜ゼミでは二〇一七年度と二〇一八年度に名古屋銀行が主催する企画体験型プログラムに参加した。ここでは二〇一七年度の活動について紹介したい。四月中旬に名古屋銀行の担当者からプログラムの説明を受け、同行の店舗で口座開設を促すためのサービスや商品を提案することになった。中島ゼミが学ぶ専門分野は「経営史」という歴史系科目であり、本来は現業のビジネスやサービスの開発と必ずしも密接に関わるものではない。自らの知見をどのように活かせばよいのか、また学生をどのようにすれば導くことができるのか、ということが直ちには分からず非常に不安だったことを覚えている。

そこでまずは同行の歴史を紐解くことから手がかりを得ようと思い立ち、『名古屋銀行50年史』を入手してゼミ生と輪読することにした。同行は無尽会社として終戦直後に発足し、地元の中小・零細企業と関係を深めながら歩んできた歴史を持つため、こうしたところから同行の競争優位の源泉があるのではないかと話し合った。一方、ゼミでは複数の課題をこなす必要があったことから五名を選抜してチームを編成し、実地調査に乗り出した。休日等を利用して店舗を巡ると、やや入店しづらい雰囲気があり、若者にとって身近な存在ではないことがわかった。また学内でアンケートを実施し、地元への就職希望者が多いにもかかわらず、多くの無名の中小企業は情報が乏しいため就職に二の足を踏んでいること、そして「就職情報サイトにはない情報を銀行の店舗で入手できれば訪れる」と回答した学生が全体の七五%に達したことを確認した。

こうした分析の結果、学生は「Nagoya Bank Card」というビジネスモデルを考案した。簡単に説明すると、名古屋市内全域に展開する同行の各店舗が融資審査などのプロセスを通して選出した地元の優良企業の情報をカードに

まとめて店舗に置き、学生は口座開設を条件にそのカードを入手し、銀行からの紹介を通じて企業訪問をすることができる。求人難だが広告宣伝費を負担できない優良な零細企業と地元志向の学生をマッチングし、それを仲介する銀行にとつては学生の口座開設とその生涯にわたる継続的利用というメリットが生まれる。こうして地元経済の活性化に貢献するという内容だった。

企画提案は秋の発表会で愛知県下の五つの大学が競うコンペティション形式で行われた。頭取をはじめ居並ぶ重役の前で学生の声は明らかに震えていたが、時間をかけて作成したプレゼン資料を用いながら理路整然と説明する姿に彼らの成長の跡が見えた気がした。また私自身、教員として学ぶことが多かった。後日、発表チームの学生と慰労会で焼き肉を食べに行き、山崎川を散策して夜桜を楽しんだのは懐かしい思い出である。

二・組織の現場を「感じる」試み

安藤史江ゼミでは、二〇一九年度から三年連続で社会保険労務士法人名南経営に全面的にご協力いただき、産学連携プロジェクトを運営している。安藤ゼミで理解を深めていく専門科目は「経営組織論」や「人的資源管理」である。こうした組織や人材のマネジメントは、多くの企業にとつて比較的センシティブなテーマと位置付けられる。そのため、学生が産学連携を希望しても、それが叶わない時期が長く続いていた。それが、人事系のコンサルティングをビジネスとしている名南経営と出会い、社員の方々にご協力いただけることになったことで、学生にとつては非常にありがたい機会を得ることができた。

毎年多少の多寡はあるが、五名前後で一つのチームを作り、チームごとに異なるテーマを追究する。二〇二一年

度は「入社後の人材のミスマッチをなくす」「労働時間の削減で多様な人材の活躍を促す」「テレワークで生じる新入社員の社会化のつまづきを解決する」という三つの研究テーマを掲げている。名南経営の社員の方が一人ずつ、各チームの担当者として併走して、名南経営のクライアント企業の方々にとっても実務上、興味を持っていただける提言となるよう、支援や助言をいただきながら進めている。

根拠なき提言にならないよう、ヒアリング調査や質問票調査、ときには実験なども重ねながら行う活動は、試行錯誤の連続であり、その過程では生みの苦しさも少なくない。しかし、だからこそ、最終報告会でお世話になった名南経営の方々はもちろん、その場に招待されたクライアント企業の方々から、面白い、自社でも取り入れてみたい、などと褒めていただけたときの嬉しさは、何物にも代えがたい、かけがえない体験であり、学生たちのその後の自信にもつながっているようである。

産学連携プロジェクトの準備はそれなりに手間や時間はかかるが、こうした学生たちの成長を間近で見られることが、教員としての継続の動機付けとなっている。

三．リアル商品開発と理論的考察の行き来

川北真紀子ゼミでは、三年の春学期には企業への自主企画提案を行っており、秋学期には様々なコンテストに出場している。春学期の自主企画の場合、相手企業の課題をヒアリングし、その課題に対して調査を行い課題解決に向けた提案を行うという形をとっている。マーケティングリサーチの結果を提案することもあれば、それだけでなく、実施企画案までを提案し、企画を実現することもある。店舗での消費者ヒアリング、競合調査、農園での取材、

販促企画やSNSアカウント運営、印刷物制作、パッケージ制作、試作品製造とテスト販売と、経営者と接しながら現場で地道に汗をかいている。

二〇一四年度から参加しているSカレ (Student Innovation Collage) という商品開発コンテストでは、三〜四名が一チームとなり、実際の商品化権をかけた企業に対して商品開発アイデアを提案する。現在まで、いくつものチームが企業とのリアル商品開発の権利を獲得し、企業とともに商品を発売した。株式会社ディーエイチシーとの「かる肩クッショントート (二〇一七年度)」、フランスベッド株式会社「りゅつくしよん (二〇一八年度)」の二商品では総合優勝、株式会社美販「ぺっちゃんこ虫かご (二〇一九年度)」は総合準優勝を獲得している。

「りゅつくしよん」の商品化に際しては、自分たちのニーズからヒントを得て、リュックを軽く運ぶためのクッションを開発した。数多くの女子学生の荷物調査やヒアリング、デザイン案の選好調査、実際の商品を背負ってもらう調査といった丁寧なリサーチに始まり、本当に軽く感じるのかということを検証するために、人間工学の研究室と行った検証調査、さらには扱ってもらう店舗を開拓するために営業活動を行い、東急ハンズでの取り扱いに成功した。メディア・リレーション活動ではテレビ局や新聞社にアプローチし、新聞での報道、テレビ局の報道も獲得した。なお「りゅつくしよん」の宣伝写真が『七十五年史』の部局史第四章（経営学部）に掲載されているのをご覧いただきたい。

産学連携では、学生たち自身にやりたいことを設定してもらうことにより、学生たちが動機づけられ、楽しく取り組んでいるようである。プロジェクトでの調査には、消費者行動の概念を使った分析が必要であり、開発コンセプト作成では、どのようにポジショニングするかといった知識が必要となる。つまり、理論的な面での理解と、現場での制約や困難の間を歩き来という学びが実現できていると言えるだろう。教員としては、学生たちの消費者行

動を垣間見ることができ、さらには新たな発想まで教えてもらえる。また、ビジネスの現場での悩みを経営者から大きくともできる。教員も理論と現場の往來の機会をもらっている。

おわりに

以上、経営学部の教員が取り組んでいる産学連携のゼミ活動について記した。経営学部が歩んできた歴史は必ずしも順風満帆なものではないかもしれないが、そのなかで多くの教員が研究や演習指導を通して産学連携に積極的に取り組み、地元を中心とする産業や経済の発展に少なからず貢献してきたことは誇るべきことではないかと感じている。

本稿で紹介した各教員のエピソードは日常的な教育活動の簡潔な叙述に過ぎないが、それゆえに年月が経てば公式文書からは決して窺い知ることができないのはもちろんのこと、当の教員ですらも記憶の彼方に忘却してしまう過去の出来事でもある。大学や学部のアイデンティティーを教員と学生が共有することが強く求められている現在、我々が振り返るべき過去とは、むしろこうした「ありふれた授業風景」であり、その記憶を意図的に記録していくことが教育現場において求められているのではないだろうか。本稿はそのささやかな試みであるが、『七十五年史』編纂・執筆に参加させて頂くことを通して、こうした気付きを得る貴重な機会を与えられたことを感謝したい。