

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 I

— ソーシャルメディアを利用した事業実践型ゼミナールの試みについて —

Efforts towards Careers in Industry-University Cooperation Seminar I

— For Attempt of Business Hands-on Seminar using Social Media —

秋吉 浩志

Koji Akiyoshi

【要 約】

現代の大学教育において、すでに学力のみを問うような大学教育は求められておらず、社会人基礎力、ならびに入社後の人材を育成する即戦力的な人材育成までもが大学のような高等教育機関には望まれる時代に突入している。そこで、九州情報大学のマーケティングゼミナールにおいて「産学連携型ゼミナール」の運営を通じてどのように学生を、学力も含めて、まず、社会人基礎力を養成する試みについて紹介したい。その中で重要なことは一般的なインターンシップのような社会人基礎力、応用力等を養成するだけでなく、産学連携のもと、本学のマーケティングゼミナールにおける企業や団体、組織との産学連携「ソーシャルメディアミックス事業」での試みを紹介し、産学連携事業型としてのゼミナール活動のなかで社会人力と学力を同時に養成をする重要性を主張したい。

キーワード: 産学連携, キャリア形成, インターンシップ, ゼミナール, アクティブラーニング, ソーシャルメディア, マーケティング

1 はじめに

最近の大学教育は、現代の社会環境の劇的な変化に対して順応した教育が求められるようになっている。そのなかで、大学における学問だけに頼る教育内容のみならず、社会経験も含めた教育を取り入れた講義、ゼミナール活動もその大きな変化に対応するように、内容の変化を求められているといえよう。

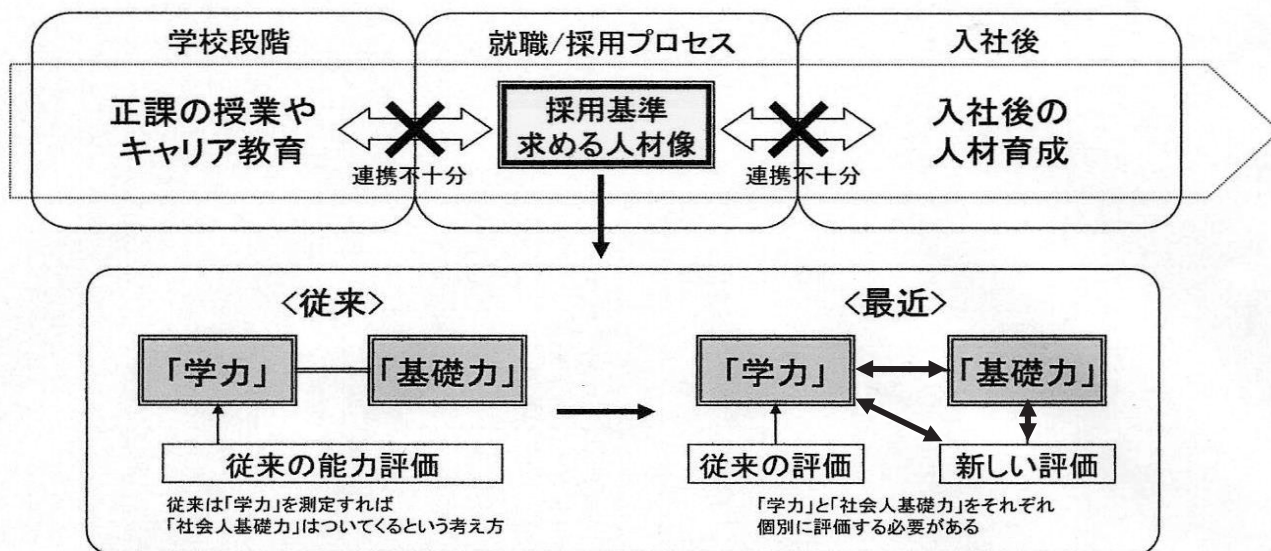
とくに、ゼミナール活動はその後の就職等における将来の職種にもおおきな影響を与えるため、それなりの対応が必要になっているといえよう。それをにらんだ、最近、能動的な講義やゼミナールに対するアクティブラーニング等への移行に変

化している大学もまだ多くはない。

また、大学教育のなかで最近の学生に乏しくなっている社会人力育成にも力を入れるべく大学としての価値が求められているのである。そして現代ではその両方が求められていることを忘れてはならない。

そこで本稿ではそのような大きな動きの中で、現在取り組んでいる九州情報大学マーケティングゼミナールの産学連携合同事業型の「産学連携型ゼミナール」の取り組みについて触れ、その取り組みの有効性や問題点について述べ、今後のゼミナール活動のあるべき姿への一案の提起をしたいと思う。

図表 1 : 学力と基礎力の相関関係の変化



出典：社会人基礎力に関する研究会－「中間とりまとめ」－8ページより加筆修正。

なお、前半では、従来のゼミナール活動やインターンシップの問題点、そして新しい産学連携ゼミナールの重要性と意義について、後半ではその産学連携ゼミナールの九州情報大学におけるマーケティングゼミナールでの取り組みを紹介し、最後に今後の問題点と展望について若干述べてみたい。

2 従来のゼミナール活動およびインターンシップについて

一般的に「ゼミナール」とは、大百科事典第2版によると「大学などで教師の指導のもとに少数の学生がみずからの発表や討論により主体的に学習を進める形の授業。またその教授方式。大学における教育形態として重要な位置を占め、教師が一方的に研究成果を教授する講義形式と対照をなす」と記されている。

一方、インターンシップとは、平成9年9月に文部省、通商産業省、労働省（当時）が取りまとめた「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」において、インターンシップを「学生

が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」として幅広くとらえることにしている。

竹中（2000）はインターンシップを「短期的なものとして見るのではなく、長期的な人材育成プログラム」としてとらえているように、専門ゼミナールとして2年間教員と学生が学問等を通じて交流するゼミにおいて産学連携型ゼミナール活動のなかにこのインターンシップを取り入れて活動することは、有意義であるように思われる。

そこでは、図表1のように従来の評価は学力を測定すれば自然に「社会人基礎力」はついてくるという考え方ではなく、新しい評価は、「学力」と「社会人基礎力」をそれぞれ個別に評価することを指摘している。

しかし、「学力」と「社会人基礎力」は相関関係にあると思われ、最近では新しい評価として、「学力」と「社会人基礎力」をそれぞれ独立したものとして考えず、総合的に考えることが重要ではないかと思われる。

それが産学連携型ゼミナール概念の出発点となっているのである。

（１）ゼミナールとインターンシップの問題点

最近議論されている「社会人力」、「社会人基礎力」などのようなものは、従来の学問による学力ではなかなか身につくものでもなく、さらに現代ではアルバイトなどによる社会経験よりも実践的な社会経験にその部分を求められているように思われる。また、インターンシップも企業体験にはなるが、学問を身につけていないと、専門的な部分で馴染めないものになってしまう。

現代では、専門性を問う「企業研究」などもゼミナールなどで行われるようになってきているが、あくまで「学力」の向上を基本的にねらったものであり、実践的な体験による社会人的な実践力は、企業や組織のなかにいることでしかなかなか身につくものではない。

また、インターンシップは、平成 11 年の文部科学省の「教育立国を目指して－教育改革プログラム－」によると「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」と定義され、大学教育の一環としてとらえられており、さらには学生の実社会での社会人にふさわしい実践能力の育成を視野に置いている。

そのように実際は定義されているのだが、大学教育とは現実には離れた「インターンシップ＝職業体験」のみであって、大学教育と学習もインターンシップは学生自らの専攻とインターンシップとの実践的な関わりあいや社会とはほとんど接点のない授業と定義されている。

そこで、本学のマーケティングゼミナールでは、現代のソーシャルメディアを利用したソーシャルメディア事業として企業や諸組織と連携してゼミナール活動として行うことを実践的に始めることとなった。

つまり、「企業や組織の戦略の中でのマーケティング戦略事業の一部としてゼミがその仕事を請け負い、実践型のゼミナール」＝産学連携実践型ゼミナールとして活動することである。

（２）産学連携型ゼミナールについて

文部科学省発行の「インターンシップ・ガイドブック」によると、インターンシップ導入によるメリットは以下のように挙げられている。

①大学等と学生のメリット

- ・高い職業意識の育成
- ・自立心、責任感のある人材の育成
- ・教育内容や方法の改善及び充実
- ・育成すべき人材の産学コンセンサス形成
- ・知の産学交流

②企業側のメリット

- ・人材との出会い
- ・高い職業意識の育成
- ・教育への産業界等のニーズの反映
- ・リバーサOJT（大学での最新の知識を持った学生が逆に社員を教育する可能性があり、企業側の研修担当者にとっては、研修の訓練となる。）

上記のような効果がインターンシップにあると指摘されている。しかし、インターンシップは前述のように長中期的な視点の必要性が述べられているので、専門ゼミにおいてもその内容として、2 年間のゼミでの研修を受けることによって、社会人力の育成にある程度の効果が望められると思われる。

3 ソーシャルメディアミックス事業について

総務省の平成 22 年「ソーシャルメディアの利用実態に関する調査研究」によれば、ソーシャルメディアとは「ブログ、ソーシャルメディアネットワークワーキングサービス、動画共有サイトなど利用者が情報を発信し、形成していくメディア」と示しているように、インターネット上のクラウドサービス等を主に利用して、ユーザーが発信し、ユーザー同士がつながったりするメディアと捉えていいであろう。

そのソーシャルメディアは、今やユーザーの利用のみでなく、企業や組織等にとって、プロモーション活動の重要な手段として、見過ごすことはできなくなっており、企業のマーケティング戦略のなかでも重要な割合を占めるようになっているといってもいい。

図表2：ソーシャルメディア一覧	
出典：総務省 情報通信国際戦略局 情報通信経済室 「ソーシャルメディアの利用実態に関する調査研究の請負報告書（委託先：みずほ情報総研株式会社）」4ページを加筆修正。	
用語	説明
ブログ	時系列に並べられた日記風の記事と、それについてのコメントが定期的に更新されるウェブサイトのこと。【例】Amebaブログ、Yahooブログ等
SNS（ソーシャルネットワークワーキングサービス）	ネットワーク上で参加者同士が文字による会話を同時に行なえるようにしたサービス。複数の参加者が同時に会話することが可能で1人の発言（文字）は全員が見ることができる。【例】mixi、Facebook等
動画共有サイト	インターネット上で動画等（音楽も含む）を共有するサービス。ビデオカメラで撮影した動画などを、インターネット上で複数の人に公開することができる。【例】YouTube、ニコニコ動画等
情報共有サイト	インターネット上で情報を共有するサービス。インターネット上で複数の人に公開することができる。【例】Wikipedia、COOKPAD等
マイクロブログ	短いテキスト（多くの場合 200字以下）を不特定多数又は特定のグループのみに展開するブログ形式のサービス。【例】Twitter等
掲示板	電子的な掲示板サービス。あるユーザが掲示板にメッセージを書き込むとグループ全員に見えるようになる。また、そのメッセージに対する返答を書き込んだりすることができる。【例】Yahoo知恵袋、2ちゃんねる等
ソーシャルゲーム	ユーザ同士で競い合ったり、交流することのできるオンラインゲーム。SNSがサービスのひとつとして提供しているものもある。【例】Gree、モバゲー（Nintendo DSやPSP等の通信対応ゲームも含む）
メタバー	アバターと呼ばれる自分の分身を介し、空間内を探索したり他の利用者と交流することのできるサービス。【例】セカンドライフ、ミートミー等
拡張現実	現実の環境に情報を付加し、電子情報（アノテーション）として表示することのできるサービス。【例】セカイカメラ等
コミュニティ放送	地域の商業、行政情報や地元情報に特化し、地域活性化に役立つ放送局を目指した放送エリアが地域（市町村単位）に限定される放送。インターネット上でのラジオ放送やテレビ放送も含む。【例】USTREAM、地域のミニ FM、ケーブル TV等

図表2は、現在使用されているソーシャルメディアの一覧である。これをみても、多岐にわたって多くの種類のソーシャルメディアが活用されている。

本学のマーケティングゼミナールでは、このソーシャルメディアに注目し、企業や組織などと連携をはかり、いくつかの企業や組織と連携をすることが可能になった。そこで2012年から「産

学連携型ゼミナール」という形式をもって、ゼミナールの中で、ソーシャルメディア事業を企業や組織の一事業として請け負い、学外ゼミナール活動を行っている。

その活動の中身において、ソーシャルメディアはその目的用途によって非常に多岐に亘っており、企業や組織などと学生が交渉を行い、現在重要だと思われるソーシャルメディアを選択してその運営にあたっている。つまりゼミナールが「ソーシャルメディア事業部」としての機能、権限を持たせてもらっているといってもよい。

4 マーケティングゼミナールにおける産学連携ゼミの本学における実践例

有効性についての仮説を述べてきたが、ここからは実際事業として活動している企業との事例を上げ、その内容について説明したい。

本学のマーケティングゼミナールでは、ソーシャルメディアを利用したマーケティング戦略を検討し、組織として運営している数社や組織とインターネットクラウドのUSTREAM生放送等の事業を行っている。さらにはYouTubeの動画撮影、ならびにアップロードなども行っている。

2013年12月現在、下記の4つの企業や組織と連携してソーシャルメディアを利用したソーシャルメディアミックス事業を行っている。

- ①株式会社フラウ
- ②福岡県美しい街づくり協議会（福岡県）
- ③博多アイドルグループHR（エイチアール）
- ④NPO 法人九援隊（災害援助ボランティアNPO）

図表3：㈱フラウ本社でのUSTREAM生放送



上記企業ならびに組織の中で、①と③の事例について若干内容を説明したい。

（１）株式会社フラウ

株式会社フラウは 1993 年創業、2014 年 21 年目になる子育て支援情報提供を中心とした、主婦向け雑誌「子づれで CHA・CHA・CHA」など多くの子育て支援関係の雑誌や本を出版している企業である。

その企業のマーケティング戦略の中でのソーシャルメディア事業の一環として、USTREAM 放送の番組企画・制作等をゼミナールで、引き受け、番組表作りなど放送関係の作業をすべて学生が行っている。

また、企業側の担当者とも学生が積極的にコミュニケーションをとり、定期的に各種ソーシャルメディアをどのように利用するか、特に複合的に各種メディアをミックスさせてプロモーションを行うかの担当者会議を月一回行い、積極的な番組作りを行っている。とくに、生放送を録画したものを動画サイト You Tube にもアップロードしている。

図表4：ゼミナールと連携している企業&組織のソーシャルメディア事業
注：○はゼミ主体事業、△は共同事業

	USTREAM	Facebook	You Tube	Twitter
①	○	△	○	
②	△	○	○	△
③	○		○	
④	○		○	

（２）HR(エイチアール)

福岡市に本社を持つ、モデル事務所有限会社オフィスアーツに所属している博多アイドル HR（エイチアール）は福岡市を拠点とし、2010 年から活動しているアイドルグループである。

今後の新しい事業展開として、ファン獲得や CD 等のソフトなどの販売に向けたおもにインターネットを中心としたプロモーション戦略において、ソーシャルメディアを利用したプロモ-

ーション活動を重要視し始め、その各種ソーシャルメディアを利用した、ソーシャルメディアミックス戦略を実践することを方針として決めた。会社の予算上現状ではスタッフの確保が困難であるため、ゼミの学生の研修の場として、本学マーケティングゼミが、事業を請け負って USTREAM 生放送等の活動を行っている。

現在、公式 USTREAM 放送「HR のほーむるーむ」、公式 You Tube ページ「HR（エイチアール）」、公式 Facebook ページ「HR（エイチアール）」をコンテンツ提供は HR（エイチアール）で制作は本学マーケティングゼミナールが主体で運営している。

ほかにも現在ゼミナールは 2 番組合計 4 番組の企画・制作にも参加し、2014 年度はさらに 2 番組の企画・制作番組の依頼を受け、現在検討中である。

以上が、現在ゼミナールと産学連携をとりながら、実践型として運営しているソーシャルメディア事業の一部である。

図表5：博多アイドルHRのUSTREAM生放送



（３）ゼミナール参加学生の変化

この産学連携事業を始めて、実際活動の中で、学生に多くの変化が生まれている。

そのいくつかを取り上げてみたいと思う。

①この連携事業を行うことによる責任を与えることによって、学生個人の仕事に対する自主性や責任感が生まれた。

②企業側との打ち合わせや電話等によってコミュニケーションをとることにより、社会人とのコミュニケーション力が格段に向上。

③インターネット技術、ならびにマーケティング戦略について学生個人があらためて学習する意欲がわき、本や論文等を読むようになり、その学習効果が連携事業のスキルアップに反映されるようになってきた。

④就職活動における面接試験やプレゼンテーション試験などにこの経験を生かして、目標である就職につながる学生が多くでてきた。

⑤3年生からの専門ゼミでのこの連携事業への参加によって、先輩後輩の仕事のつながりやゼミ生同士の情報共有や教育意識も向上した。

このように、大きな変化が出てきてはいるが、前述のインターンシップの目的とは異なり、もっとも大きな効果は、学生時にはコミュニケーションをとることがない、社会人、企業人とお互い責任をもってコミュニケーションをとることで、社会人力向上につながっていると思われる。

5 おわりに

本稿では、従来から取り組まれていた学力中心型のゼミナールのより社会的責任を負担の大きな「産学事業連携型ゼミナール」というより各学生により責任負担を持たせた、「実践的社会経験を積む産学連携事業型ゼミナール」として、実際の社会人力形成ならびに学問的スキルも同時に養うものとして、より効果は高くなると思われる。さらには、学問的分析力、思考力の向上もみられると思われる。

しかし、今回述べた取り組みは、まだ入り口の試験段階としての出発点である。今後それぞれ企業や組織などの目的などによって、プログラムは大きく変化するであろう。

また、マーケティング戦略におけるプロモーション戦略の一部であるソーシャルメディアといわれるインターネットツールは非常に多岐に亘っており前述の目的に沿って、その事業戦略や計画を企業や組織などと十分に検討し、選択ならびに組み合わせながら事業を行って行かなくてはならないと思われる。

次稿ではこれらの取り組みについての、モデル化の詳細な内容をさらに検討することを目指していきたい。そして、この経験の蓄積を行うことによってより効果の高い産学事業型連携ゼミナールの実践を行っていきたい。

謝辞

今回の研究ノート作成において、株式会社フラウ様、有限会社オフィスアーツのスタッフの皆様のご協力を得て作成することができた。厚く御礼申し上げたい。

参考文献

- 1) 荒井 誠、野口 孝文、草薙 敏夫、高橋 剛、梶原 秀一、千田 和範、森 太郎、大槻 香子『産学連携による実践型人材育成事業の成果と今後』釧路工業高等専門学校紀要 44、5-8、2010年。
- 2) 飯沼守彦、塗谷紘宣『企業実習への取り組み』、工学・工業教育研究講演会講演論文集、586-587、2005年。
- 3) 岩本英久、山岡俊一、仁保裕『疑似企業活動によるキャリア形成プログラム』日本高専学会誌、第16巻、第1号、23-26、2011年。
- 4) 奥山雅則『実践的研究教育としてのインターンシップの取り組み』大阪大学、工学教育、54(3)、128-131、2010年
- 5) 北岡康夫、森勇介、根岸和政『産学連携による社会人基礎力の育成』工学、工業教育研究講演会講演論文集、平成20年度、738-739、2008年。
- 6) 新國三千代『社会情報学部によるプロジェクトタイプの実践型インターンシップの試み』社会情報、16巻1号、101-106、2006年。
- 7) 末岡英利『大学教育と産学連携による人材育成-寄付講座活動の果たしてきた役割とこれから』日本船舶海洋工学会誌 (47)、38-41、2013年。
- 8) 長谷博行、高橋謙三、鈴木敏男『産学連携による長期インターンシップの教育的効果：福井大学工学研究科における産学連携による実践型人材育成事業』工学・工業教育研究講演会講演論文集、112-113、2009年。

- 9) 竹中啓之『インターンシップと大学教育』鹿児島県立大学、商経論叢、第50号、17－35、2000年。
- 10) 松行彬子、安田利枝、小澤美弘『嘉悦大学における産学連携によるインターンシップ－コラボレーションが育むキャリア教育－』嘉悦大学研究論集、第46巻、第2号、通巻84号、105-122、2007年。
- 11) 柳原佐智子『組織社会化を意識した経営科目のPBL』日本情報経営学会誌、Vo32,No1,pp.24-31,2011。
- 12) 柳田純子『産学共同プロジェクトの実践を通じた大学生の協働における意識・行動の変化と統合－生涯キャリア発達の観点から－』東京情報大学研究論集、Vol9,No2,pp.39-51,2006。
- 13) 柳田純子『産学連携による課題解決型学習を通してのキャリア形成支援:学習過程を推進する際の大学教員の役割』東京情報大学研究論集、Vol16,No2,pp.15-31,2013年。
- 14) 経済産業省『社会人基礎力に関する研究会－「中間とりまとめ」－』2007年3月。
- 15) 文部科学省「インターンシップの普及及び質的充実のための推進方策について意見のとりまとめ」2013年8月。