

令和4年度トランスコスモス財団調査研究助成成果報告書

研究者所属機関：北海学園大学経営学部

研究者職名：教授

研究者氏名：佐藤大輔

研究タイトル：「実践力教育のデジタルトランスフォーメーションに関する実証研究」

はじめに

本研究は、反省的实践家の育成を目指す実践力教育において、デジタルトランスフォーメーション（DX）がどのような貢献をする可能性があるのかを理論的・実証的に検討し、大学等の高等教育における DX の展望を明らかにすることを目的とする。特に大学においてはコロナ禍の影響を受けて、オンラインおよびオンデマンドコンテンツによる教育方法が導入・定着しつつあるが、これらは従来の対面授業の置き換えに過ぎないケースも少なくない。本研究では、このような従来型の教育の置き換えとしてのデジタルコンテンツの活用ではなく、新しい教育方法としてのデジタルコンテンツの活用方法を模索することを目標とする。

既存事例の考察

本研究では、大学教育の中でも特に実践的な教育方法に焦点を当て、その新しい方法の探求を行った。研究初期段階では従来の実践的教育に関わる課題の整理に力点を置き、各大学等での実践例の収集等に取り組んだ。また、研究代表者が所属する北海学園大学経営学部で実施された「ビジネス実践力講座（2021年度版）」に関する考察を行い、新しいプログラム構築のための諸条件について検討を行った。

「ビジネス実践力講座（2021年度版）」は、特定の1社に協力を得て、同社の課題に対するアイデアを創出するスキームによって学習をすすめるプログラムである。経営者や現場担当者をゲストに迎えたゲストセッションや、提供される文書等の資料から同社の特徴と課題を分析し、そこからどのような提案が考えられるかを受講者に検討させた。これらの授業はすべて（15回）オンラインおよびオンデマンドで実施し、対面での授業は一回も行

われなかったが、すべての学生が最終発表会まで授業に参加し続け、単位を取得した。ワークショップはグループごとに Zoom を使って行う形式としたが、LMS による課題提出で進捗管理を実施する形式で学生たちは主体的に参加する様子が見られた。

本講義の考察を通じて得られた発見事実は、対面でないオンライン形式でもワークショップ形式の授業が成立可能であること、その場合 LMS による課題管理をすることで十分に学生を動機づけできること、および知識教授型の授業はオンデマンドの方が効果が高い可能性があること、などである。特に知識教授型の授業については、LMS 上での自動採点クイズ（小テスト）を出席課題として課したが、何度も動画を見返してクイズに望む様子が確認できたことなどから、むしろ対面による授業よりも理解度が高かったと考えられる。

新しい教育プログラムの構築

「ビジネス実践力講座（2022 年度版）」

以上の知見をもとに、2022 年度の取り組みとして 2 つの新しい教育プログラムを設計し、テストケースとして実際に運用する取り組みを進めた。1 つは北海学園大学経営学部において前期に開講された「ビジネス実践力講座（2022 年度版）」で、もう 1 つは後期に開講された「スタートアップ講座」である。

「ビジネス実践力講座（2022 年度版）」では地域企業 5 社の協力を得て、全て対面でワークショップを実施する形式で授業を実施するとともに、LMS 上でオンデマンドコンテンツの提供を行う形式で授業設計を行った。知識教授型の内容についてはオンデマンドコンテンツを提供しつつ、企業の担当者（社会人）と同一チームで作業をすることを通じて社会人の視点をいかに獲得することができるかを検討することを目的とする、いわばブレンデッド型の授業設計である（参考資料 1 を参照）。

また、この講義では社会人に向けてもマーケティング等に関する学術的な知見の教授と、その応用を目論むワークショップを実施するという側面があった。授業開始に先駆けて企業担当者・参加者向けに対面での講義を行った上で、より詳細な内容に関するオンデマンド授業コンテンツを提供し、社会人が必要に応じて必要な知識を学ぶことができる環境を整えた。これにより、社会人も大学生と同様の知識を共有することとなり、グループワーク等が円滑に進んだ点は重要な発見となった（参考資料 2 を参照）。

授業では社会人との対面によるグループワークが複数回行われたが、学生アンケートによればこれらの取り組みに対する学生のやる気は十分に高く、社会人との対等な関係性から得られる社会人の視点もある程度獲得できたように思われる。本講義でのケースから得られる発見事実としては、社会人の視点を獲得させるような取り組みには経験的な取り組みが重要で、対面による講義が望ましいということが挙げられる。

スタートアップ講座

これらの知見をベースに、後期には「スタートアップ講座」を開講し、さらに教育方法に関する発見事実を積み重ねた。この講義では、企業との連携ではなく、学生自身が社会人の視点から自分自身でビジネスアイデアを創出するプログラムとなっており、このような取り組みがどの程度成果を上げることができるかに注目しながら授業が進められた。

この授業では StartupCitySapporo (SCS) 事務局と連携し、専門的知見を持つ人材の協力を得た。ゲストスピーカー招聘の他、優れたアイデアについては SCS が展開するプログラムへの接続をおこない、より具体的なスタートアップの実現をバックアップする試みである（参考資料 3 を参照）。

今回の取り組みでは受講者が 20 名程度で、参加者の意欲も高かったが、実際のビジネスプランを生み出すには時間的猶予がなく十分な成果を達成することが難しかった。このことから、大学内でのプログラムとしての取り組み内容と、それをより具現化するフェーズに関わる専門的機関によるサポートの棲み分けが重要なことが指摘される。実際 SCS 事務局によれば学生など若年層へのスタートアップの裾野の広がりにおける点が大きな課題となっており、この点で大学が協業できる部分があると考えられる。これらについては今後の課題としたい。

また、スタートアップに関わる授業を行う上で、学生たちの「マインド」の重要性が際立っていたように思われる。いわゆる PBL 型の授業とは異なり、自ら社会的課題を見つけ出し、それに対する解決策を行動力を持って実現してだけでなく、マネタイズなどリアルな課題についても果敢に挑戦する姿勢がなければスタートアップを実現することは難しいと考えられる。中でも「マインド」については他の経営者や専門家によるアドバイスが効果的だと思われるし、その他のスキルについても学生たちが学ぶ知見は多岐にわたる。これらを限られた回数の授業で網羅することは非常に難しく、この点からオンデマンドコンテンツ等を活用したブレンDED型の授業構成が理想的だと思われる。

おわりに

以上のように、本年度取り組んだ 2 つの授業プロトタイプからは多様な知見を得ることができた。特に重要な発見として、オンデマンドコンテンツと対面の機会の複合的な授業設計が効果的かつ現実的である点である。対面だけでは時間的・コスト的課題が大きいとしても、オンデマンドコンテンツを組み合わせることで講義時間外の時間を十分に活用してもらうことが可能になるし、そのようなコンテンツは蓄積が可能なことも有利な点だといえる。教育の DX はこのようなブレンDED型の授業設計を中心に、多様な学外との連携、コンテンツの蓄積・活用を実現する方向で進展していくことが望ましいと考えられる。

以上

参考資料 1

ビジネス実践力講座（2022 年度）プログラム概要

回	セッション名 (担当者)	概要	出席課題
第 1 回 (4/13) 14:20～ 15:50	対面 (学生のみ) ガイダンス	<p>コース概要の説明</p> <p>講義の進み方や諸注意等について説明を行う。</p> <p>※履修者確定の都合上、グループ分け発表は第 2 回目以降となる。</p>	—
第 2 回 (4/27) 14:20～ 15:50	オンデマンド オンデマンド授業	<p>担当企業の事業を分析する方法を参加者各自オンデマンドで学ぶ。この後のグループワークで用いる基本となる知識を習得することになる。各自 LMS 上で公開される動画を視聴し、期間内に小テストに満点合格する（出席課題・必須）。</p> <p>【動画コンテンツ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「商品の『魅力』を見極めよう」(26分) ● 「商品の『本質』を見極めよう」(45分) 	<p>① LMS 上で公開されるオンデマンド授業を受講し、次回(5/18)までに <u>LMS 上の小テストに合格</u>。</p> <p>② オンデマンド授業の内容に基づき、担当企業の事業分析(「本質」と「魅力」)を考えて LMS に提出(5/17 まで)。</p> <p>※②については 5/18 の第 3 回グループワークで共有するので必ず考えてくること。</p>

<p>第3回 (5/18) 14:20～ 15:50</p>	<p>対面(学生・企業合同) グループワーク①</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● <u>企業の事業内容紹介(各社プレゼン)</u> 各社の事業内容について、社会人から壇上でプレゼン(5分程度)。 ● チーム顔合わせ(社会人・学生) チームとなる社会人と学生の顔合わせを行い、早速グループワークを実施。用意してきた事業分析(「本質」と「魅力」)について共有。今後事業の「本質」に基づいて提案を構築していくか、「魅力」に基づいて進めるかについてチームで考える。 ● 連絡方法等の決定「企業と学生とのコミュニケーションについて」の注意事項を確認の上、今後の連絡方法等について決定。 	<p>その事業・商品の本質または魅力について、今回チーム全体で検討した結果行き着いた最終的な結果などをLMSの窓口に提出する。 ※代表者ではなく各自で必ず提出する(チームで同じ内容を提出することになってかまわない)。</p>
<p>第4回 (6/1) 14:20～ 15:50</p>	<p>対面(学生・企業合同) グループワーク②</p>	<p>事業分析(「本質」ないし「魅力」の明確化)の結果に基づいて「提案」を考える。チームで討論を行い、最終成果発表会に向けてスライドを制作していく。</p>	<p>毎回そのセッションで行き着いた本質または魅力、および現状での提案内容等をLMS上で報告する。</p>
<p>第5回 (6/15) 14:20～ 15:50</p>	<p>対面(学生・企業合同) グループワーク③</p>		<p>※代表者ではなく各自で必ず提出する(チームで同じ内容を提出することになってかまわない)。</p>
<p>第6回 (6/29) 14:20～ 15:50</p>	<p>社会人・学生合同 グループワーク④</p>		<p>※具体的な提案内容などが明示しにくい場合は、そのセッションでどのような議論を行ったか“具体的に”回答する形でも構わない。</p>
<p>第7回 (7/13) 14:20～ 15:50</p>	<p>社会人・学生合同 グループワーク⑤</p>		<p>最終成果発表会でのプレゼンスライドを窓口に提出する(各自)。 ※代表者ではなく各自で必ず提出する(チームで</p>

			同じ内容を提出することになってかまわない。
第 8 回 (7/27) 14:20～ 15:50	社会人・学生合同 最終成果発表会	対面形式の発表大会（学生・企業合同） 企業側担当者をゲストに招き、教授 含む審査側から評価・コメントを得 る。参加人数規模によって教室を分け て実施する。	—

参考資料 2

「ビジネス実践力講座」企業向けシラバス

第 1 回 コース概要の説明			
日時	4/6 (水) 18:00～	場所	北海道新聞社
【授業内容】			
<ul style="list-style-type: none">● <u>講義 (対面)：「マーケティング志向の経営」</u> (北海学園大学教授・佐藤大輔) この講座ではビジネスを学術的な視点から見つめなおす力を養成することを目標としています。その結果、受講者が自社事業や商品の本質や魅力を改めて認識し、組織や事業へのコミットメントを高めることを目論みます。今回の講義では、企業側参加者の方向けに、経営学を使った実践がどのようなものかについて解説します。● <u>講義概要説明・事務連絡</u> 講座を受講する上でのルールや手続き、LMS の利用方法などについて説明します。授業の進め方などを含む諸注意事項の他、質疑応答も。			
【参加者様へのお願い】			
参加者は次回 (4/27) までに LMS の接続テストを行い、次回授業内容等の確認を行っておくようお願いいたします (LMS へのアカウント登録は 4/13 までに完了し、確定したアカウント名は事務局よりお知らせします)。			
【管理者様へのお願い】			
<u>企業および事業内容に関する情報・資料提供を 4/27 (水) までにご用意いただき、事務局までにご提出ください。</u> これらは学生たちが貴社について下調べをする上での情報源となります (都度、企業への質問や問い合わせを避けるため)。なお、資料は紙媒体やファイル、ウェブ上の URL 等形態を問いません。学生による分析・考察の上で、できるだけ多くの情報提供をいただければ幸いです。			

オンライン形式での参加について

第 3 回から第 7 回のグループワークをオンラインで参加される場合は、学生と zoom 等によるオンラインミーティング形式となります。初顔合わせとなる第 3 回については、教員からミーティング URL を発行しますので、その場で顔合わせを行い今後の

ミーティング実施方法などについて打ち合わせておいてください（グループワーク各回では教員は介在しません）。

第2回 オンデマンド授業			
日時	任意の日時 (講義計画では4/27(水)を想定)	場所	任意の場所(社内等)
<p>【授業内容】</p> <p>マーケティングに関する基本的な考え方を講義(オンデマンドコンテンツ)を通じて学びます。事業や商品の「本質」と「魅力」とは何かを理解することが目標です。今回の講義内容に沿って次回以降学生とのワークショップが始まりますので、内容をよく理解しておくようにしてください。</p> <p><動画コンテンツ></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「商品の『本質』を発見しよう」(26分) https://youtu.be/VLb6KIDghsw ● 「商品の『魅力』を見極めよう」(45分) https://youtu.be/R-1fmXtLq8g <p>【参加者・管理者様へのお願い】</p> <p>③ LMS上で公開されるオンデマンド授業を受講し、次回(5/18)までに <u>LMS上の小テストに合格</u>しておいてください(任意)。</p> <p>④ 次回大学でのワークショップ時に、自社の事業について紹介をしていただく予定です。5分程度(以内)の簡単なプレゼンテーションをご用意いただき、LMS上の窓口に5/17までにご提出ください。なお、プレゼンでは一般的な事業内容紹介のほか、オンデマンド授業の内容に沿って現状で考えられる自社事業の「本質」と「魅力」について必ず言及してください。</p>			

※第2回は各社で実施していただくものですので、指定される日時に関わらず早めに取り組みをおすすめください。

第3回 グループワーク①			
日時	5/18(水) 14:20~	場所	
<p>【授業内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <u>企業の事業内容紹介(各社プレゼン)</u> 各社の事業内容について前回の課題としてLMSに提出したファイル(スライド) 			

をもとに壇上でプレゼン（5分程度）を行い、自社紹介を行ってください（特に、事業の「本質」と「魅力」に触れてください）。

- チーム顔合わせ（社会人・学生）

チームとなる社会人と学生の顔合わせを行い、早速グループワークを実施します。グループワークでは、学生が用意してきた事業分析（「本質」と「魅力」）について共有し、簡単な意見交換を実施します。その上で、今後事業の「本質」に基づいて提案を構築していくか、「魅力」に基づいて進めるかについて検討してください※コラム参照。

- 連絡方法等の決定

本冊子最後に示している「企業と学生とのコミュニケーションについて」の注意事項を確認の上、今後の連絡方法等について決定しておいてください。

コラム

「本質」と「魅力」のどちらで事業を分析するか？



自社事業の「本質」と「魅力」を見極めることは、その強みや伸ばすべき特徴が何かを考える上でのベースとなります。他社のケースを真似したり、一般論を適用したりするのではなく、自社独自の提案を構築する上でこのような事業のリフレクション（反省）は欠かすことができないからです。

プログラムを進める上で、「本質」と「魅力」の両方を考慮しながら課題解決策を構築しても構いません。ただしこれは少し大変なのと、実際にはどちらかの分析だけで十分であることがほとんどなため、どちらかに焦点を絞って作業を進めることをお勧めします。なお、「本質」に基づくアイデア創出は、既存の事業について市場そのものが縮小していて根本的に事業を見直す必要があったり、新規事業を新たに始めたい場合などに役立ちます。一方で、「魅力」に基づくアイデア創出は、既存の事業を既存の市場の中でさらに発展させるために競合に比べてより優れた特徴を出したい時など、差別化をしたいような場面で役に立ちます。自社事業がどちらのパターンかを見極めて選んでみてください。

第4回
グループワーク②

日時	6/1 (水) 14:20～	場所	
<p>【授業内容】</p> <p>事業分析（「本質」ないし「魅力」の明確化）の結果に基づいて「提案」を考えていきます。チームで討論を行い、最終成果発表会に向けてスライドを制作していく。</p> <p>【参加者へのお願い】</p> <p>学生含むチーム全体で意見をまとめ、一定の「提案」を導くようチームをマネジメントしてください。ただし、社会人受講生もあくまで学生と対等な受講生として参加していただくことが重要です。<u>まとめ役だけを行うのではなく、実際にチームのメンバーとして討論に参加することを意識してください。</u>※なお学生とのチームワーク上の課題が生じた場合、マネジメントに関するオンデマンドコンテンツが用意されています（下部コラム参照）。</p> <p>また、最終成果としてのプレゼンでは必ず“<u>具体的な</u>”内容を発表できるよう、突っ込んだ提案を構築してください。「<u>実際にそのまま実行できる計画になっていること</u>」が最低条件です。「こんな感じのことをすればいい」というような抽象的な内容は評価の対象となりませんのでご注意ください。</p> <p>【参加者・管理者様へのお願い】</p> <p>グループワークを進める上で受講者が学生の扱いなどで課題に直面している場合、オンデマンドコンテンツもご活用ください。動画では「人を動かす」ことに関する経営管理や社会心理学、組織理論分野の知見が紹介されています。また、それでも解決しない場合（また専門的な知見がかみ砕きにくい場合なども）遠慮なく教員へ相談（大学でのスクーリング時に教員に直接申し出ていただいで結構です）するよう促していただければ幸いです。</p>			

コラム

学生とのチームワークで課題が生じたら？



本講座では社会人受講生にとって2つの学びを促そうとしています。1つは自社事業の分析をつうじてマーケティング志向のビジネスを知ること。もう1つは学生チームをマネジメントする経験を通じて「人を動かす」知見を

得ることです。

特に「人を動かす」ことは経営学の中心的なテーマです。実は人を動かす方法には管理的な方法とマネジメント的な方法があります。こちらの思い通りに動かす管理に対して、マネジメントは当事者の理解や納得を重視する行為者主体のアプローチです。これらをうまく使いこなすことで、“人間関係”に関わる課題が、学術的な知見を使うことで解決できるものであることを知ってほしいと思います。

この講座ではチームマネジメントで壁にぶつかったときにオンデマンドで見てもらえる動画コンテンツを用意しています。まずはこれを見て課題に向き合ってみて欲しいと思いますが、それでも解決しない場合は教員が相談に乗ります。北海経営には経営管理や社会心理学の専門家がスタッフとして在籍しており、複数名が当講座を担当しています。

第5回

グループワーク③

日時	6/15 (水) 14:20～	場所	
第4回と同様。			

第6回

グループワーク④

日時	6/29 (水) 14:20～	場所	
第4回と同様。			

第7回

グループワーク⑤

日時	7/13 (水) 14:20～	場所	
第4回と同様。			

第8回
最終成果発表会

日時

7/27 (水) 14:20～

場所

【授業内容】

これまでのグループワークを通じてまとめた提案内容について、各チームからプレゼンテーションが行われます。

【参加者へのお願い】

壇上にてチームで発表を行ってください。発表はチームとして行い、プレゼンを社会人が担当しても、学生が担当してもかまいません。



【管理者様へのお願い】



最終発表会では、当初提示していただいた課題に対する具体的な解決策を各チームから提示してもらいます。プレゼンは社会人受講生と学生の混合チームに加え、並行してグループワークを実施してきた学生みのチームからも同内容の発表があります。管理者および関係者の皆様のご出席をお願いいたします。

<参考>本講座で提供される動画コンテンツ一覧

【マーケティングの基礎】

※第2回のオンデマンドコンテンツとなっています。

商品の”本質”を見極めよう (26分) https://youtu.be/VLb6KIDghsw	
<p>自社の商品を改善する際、どうすれば優れたアイデアを生み出すことができるのでしょうか。実は、改善策がむしろ既存の売り上げすら失ってしまうような失敗は少なくありません。このコンテンツでは、基本的なスタンスとして「マーケティング的思考」がとても重要だと指摘したうえで、その具体的な方法として商品の“本質”を見極めるやり方を紹介します。特に、その商品市場そのものが縮小していたり、新規事業を始めるための自社の強みを生かした新しいアイデアを生み出す場面で役に立つ知見です。</p>	 

商品の”魅力”を発見しよう (45分) https://youtu.be/R-1fmXtLq8g	
<p>自社の商品が競合（ライバル）に打ち勝ち、顧客に選んでもらえるようになるためには何が必要なのでしょう。顧客がその商品を魅力に感じる際、その認識には客観的な価値レベル（比較優位性）の側面と主観的な意味レベル（コミットメント）の側面があります。このコンテンツでは、両者をうまく明確化することで自社商品の魅力を効果的に訴求することができる点を指摘し、そのために商品のリフレクションが効果的だということを説明します。</p>	 

※この他、人を動かすための知見として経営管理、経営組織、社会心理学分野の講師による動画コンテンツが用意される予定です。

【ビジネスアイデア創出のための知見】

ビジネス創造に必要な能力とは？（29分） <https://youtu.be/2mivuaB6IHg>

そもそも、ビジネスパーソンとして仕事で成果を出すために必要な能力とはどのようなものなのでしょうか。 一見壮大な問いとも思えるこの疑問について、このコンテンツでは大きく2つの力が現実のビジネスで求められる点を指摘します。すなわち、合理的に相手の意図やニーズに答えていく力としての応用力、および経験の中でリフレクションや即興を繰り返すなかで創造的な成果を生み出す反省力です。そして、これら両者の力を併せ持ち、応用と反省を繰り返す取り組みとしての「研究」的なアプローチが実は実践では重要だと紹介しています。



なぜ「研究としてのビジネス」なのか？（12分） <https://youtu.be/cWUo8itaE-o>

実際に「研究」的なアプローチでビジネスなどの実践に向き合うために、具体的にどのような思考をすればよいのでしょうか。 このコンテンツでは、特にアイデアを創出するような高度な実践において、「問い」と「仮説」を回す方法が有効だと説明します。ビジネス・アズ・ア・リサーチと呼ぶこの方法について、実際どのような思考法なのかについて紹介します。



どうやってビジネスを始めるのか？（24分） <https://youtu.be/Ec0Fg7Hg6OM>

優れたビジネスアイデアを生み出すために、実際どのようにして「問い」と「仮説」を回していけばよいのでしょうか。このコンテンツでは、ビジネスをデザインする方法として問いの設定の方法や、優れた仮説の構築方法について紹介しています。実はこれらの方法は学術的な方法論（メソドロジー）に依拠しており、妥当性の高い推論をおこなうためのコツを含んでいます。経験則では行き着けない高度な思考方法としてのアカデミックアプローチの理解に挑戦してみてください。



参考資料 3

「スタートアップ講座」

1 プログラムの目的

1.1 問題意識－文系発のイノベーションは可能か

革新的技術が新しく”できること”として生み出されると、社会ではその使い方が模索され、その中で創発的にイノベーションが達成されていく (e.g. インターネット技術が EC 市場の成立につながる、など)。このような技術先行型の技術的イノベーションでは、まず学術的な分野で革新的な技術が生じ (つまり、大学等で行われる学術的な研究の中で新しい基礎技術が開発され)、その活用方法を巡って市場における”知識の体系” (石井他, 1985) が模索され、その結果としてイノベーションが達成される。多くの場合、自然科学系 (理系) の学術研究分野で生じた技術が発端となり、それゆえその技術を有する大学や研究開発機関がイノベーションの主体となる。

このようなイノベーションは、必ずしも革新的技術のみを発端とするわけではない。特定の既存の技術に注目し、その応用可能性を検討する中で社会的ニーズとのすり合わせを進めながらイノベーションを達成することもありうる。いずれにしろこのようなイノベーションの担い手となるのは主に自然科学分野の研究者や技術者等である。

一方で、新たな技術開発を発端としない、社会的イノベーションともいうべきケースも想定される。社会的な課題や個人的なアイデアを発端とし (e.g. MP3 プレイヤーから携帯型端末を志向する中で生まれた iPhone = スマホ)、その実現を図る過程で既存の技術を応用したり、新しい技術開発を促すような場合である。社会的な課題等を発端とすることから社会人一般が主体となることができ、特にビジネスと実践との関連が深い文系人材がその担い手になることが可能である。

両者のイノベーションの境目は極めてあいまいだが、当初何らかの技術が手元にあって、それを使って何ができるかを考えていくプロセスと、課題やアイデアが先にあって、その実現に寄与しそうな技術を探索していく (場合によってはそのような技術の開発を促す) プロセスには大きな違いがある。前者は理系分野で生じがちな技術的イノベーションの典型であり、後者は文系分野で生じやすいと考えられる社会的イノベーションの典型である。

1.2 文系のスタートアップを促すために必要なこと

特に、文系人材が社会的イノベーションを目指す場合に、いくつかの課題が生じることが

ある。その1つは、アイデアの具現化フェーズにおいて生じる「専門性の障壁」ともいうべきもので、文系人材に技術的知見（スキル）等が欠如しているために、漠然としたアイデアがあっても事業計画にならなかつたり、具体的な検討がなされなかつたりというものである。例えば、特定の課題を解決するためにマッチングアプリをつくりだそうとするアイデアが導かれていたとしても、プログラミングのスキルがないために自分たちではそれ以上具体化が進まない、といったケースなどである（厳密に言えば、文系人材も社会調査や分析、考察に関する技術的知見・スキルを持っているが、それは具現化フェーズではなく、それ以前のアイデア創出フェーズで生かされる）。

この解決のために考えられる方法の1つは、必要になる技術的知見・スキルを具現化フェーズに入ってから新たに当事者自らが習得しようとするよう促すことである。比較的難易度の低い平易なプログラミングや、イベントの実施などであれば技術的な障壁も低く、専門性の壁は乗り越えやすい。

ただし、必要とされる技術的要件がこの範疇に収まらない場合は、もう1つの方法としてプロトタイプ制作を介したアイデアと技術の接合が考えられる。これは、例えば複雑なプログラミングは不可能だったとしても、簡単なマクロで簡易的な機能を実現してみるような、いわば実験である。こうすることで、プログラミング自体を自分で遂行できなくとも、仕様書を理解し、それを描くことで技術担当者に具現化を委託することができる。特に文系人材による社会的イノベーションにはこのような方法が求められるように思われるが、これには適切な技術担当者とのマッチングが必要など従来にはなかった環境整備が必要になるデメリットもある。また、アイデアを描いただけでアウトプットだと感じてしまう文系人材に対して、プロトタイプ制作段階まで踏み込み、一定の技術的知見を習得しなければならないことを理解させることも必要になるだろう。

この講義の狙い

文系分野ではそもそもイノベーティブなアイデアそのものが創出されにくいという現実的な課題もある。一般に、文系の大卒人材は学術的な知見を実践に適用する訓練を大学等で十分に受けていないことが多く、知識と実践が乖離したまま社会人になるケースが多い。その結果、社会実践に出てから全く新たに仕事に関する知見を習得する傾向にあり、そこでは学術的な知見が軽視されがちである（例えば、実践家になってから参照される書籍はビジネス書などであり、学術書ではない）。そのため文系人材が持つスキル（技術）ともいうべき専門的知見の適用や、分析・考察に関する方法論などが生かされず、優れたアイデア創出につながらないのである。

そのため、学術的な知見（理論や方法論）を社会実践に応用し、その実践の中で反省を繰り返すという実践スキル（実践力）の涵養が大学生等には求められる。本講義で目指すのは、このような実践力の養成である。これにより、このようなスキルを習得した大学生や文系人材がイノベーティブなアイデアを構築し、実践の中でそれを具現化していくことが期待

される。

1.3 SCS (StartupCitySapporo) 連携について

本プログラム修了者のうち、特に優れた成果については SCS のプログラムへの継続を促す。より具体的には、例年1月～3月に実施されている SCS アカデミアのアドバンスプログラムへの接続を想定する。そのため、本プログラムは SCS アカデミアの前段階プログラムとしての役割を果たすことももくろむ。

SCS とのすり合わせでは、学生などの若年層を対象とするアカデミア参加者レベルでは、具体化への行動力が脆弱である点や、社会的な課題に関する感度の低さ、未熟な思考プロセスなどに課題がありうるとい点が指摘された。SCS のプログラムは短期で展開されるため、これらの基本的な能力を涵養する時間的・労力的な余力はなく、またその知見も十分にはないものと考えられる。一方で、これらの問題は半期の時間をかけて大学のノウハウを活用することで十分に対応できると考えられる。この意味で、大学と SCS がうまく役割分担を行いながら互いにメリットを享受できる可能性がある。

今後、上記のような課題に焦点を当てつつ、詳細なプログラム内容を検討することにした。

① 具体化への行動力が脆弱である点—反省的アプローチに力点

応用的な思考に慣れ親しんだ学生にとって、行為の中で学ぶ反省的アプローチは慣れないものの可能性がある。この意味で、アイデアを組み立てるだけでなく、一定程度の仮説に基づいて行為する（プロトタイプを制作する、実験的に小さく実行する、など）ことをプログラム内で促すことにしたい。そのため、プレゼンテーションそのものをアウトプット（成果）とするのではなく、具体的なプロトタイプ等をプレゼンで披露する形で最終発表会を迎えるプログラムとする。また、そのために活動のための時間がある程度余裕をもって提供する（対面授業の頻度は下げ、各自の活動に労力を注がせる）ことや、個人やグループなどの形態を自由に選ばせるなどの工夫を検討する。

② 社会的な課題に関する感度の低さ—「ビジネス実践力講座」との連携

学生たちの特性として、消費者・顧客視点で社会をみる立ち位置を持っている点がある。特定の商品について消費者視点を生み出すことができても、それは顧客の要望に過ぎないものである。このような消費者・顧客視点を超えて、事業者側や社会人としてどのような課題を解決したいのか、という視点がビジネス立ち上げには欠かすことができない。このような視点の転換を促す取り組みとして、本プログラムに先立つ「ビジネス実践力講座」では、社会人との共同活動をつうじて社会人の視点を経験的に学ぶ機会を

作っている。多くの学生がこの講座を受けて本講座を受講するものと予想されるが、セットでの受講を促す仕組みにしてもよいかもしれない。

③ 未熟な思考プロセスなどに課題一問いと仮説を回し、提案を組み立てる

問いを立て、仮説を構築することによって問題の原因・理由を探り、それに基づく提案を組み立てる、という科学的な方法に基づく手続きによってアイデア創出を促す。厳密には妥当性やデータの扱いなどについての詳細なプロトコルを学ばせることも可能だが、それらはオンデマンドなどで提供しつつ、プログラムの主体は問いと仮説を回し、一定の提案に行き着く、という単純な構造で構成することにしたい。