



## 2021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	滋賀の子どもたちが学び笑顔となる 「イシダ×京産大 CSR活動」を企画しよう！	伊吹 勇亮	p.2-5
株式会社ユーシン精機	当社営業職の募集に関して、求める人財へ アプローチするためにはどのような方策があるか	小山 治	p.6-9
スポーツコミュニケーションKYOTO株式会社 (京都ハンナリーズ)	スポーツ・バスケットボール×SDGsを研究し、 京都の町の課題解決に取り組もう！	松本 高宜	p.10-13
京都市交通局	コロナ禍での市バス・地下鉄の利用に向けた 新たなPR方法の創出	吉中 三智子	p.14-17
京阪ホールディングス株式会社	京都・伏見「水のまち・酒蔵のまち」 エリアの賑わいを創出するためには？	山田 幸代	p.18-21
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PR企画・キャッチコピーを立案しよう！	宮木 一平	p.22-25
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！	横森 匡弘	p.26-29
株式会社JTB京都支店	JTBと京都ならではのリソースを利用し、 社会課題を解決するビジネスモデルを考案せよ	盛田 帝子	p.30-33
京都市動物園	生き方の多様性は尊重されているか？ —野生動物から学び、若者へメッセージを発信しよう—	松尾 智晶	p.34-37
株式会社フラットエージェンシー	コロナ禍でどのように集客UPを目指すか。 あらゆる角度から提案してください。	中尾 憲司	p.38-41
日新電機株式会社	日新電機グループの社会貢献活動を知り、 未来の活動をプロデュースしよう！	谷口 節子	p.42-45

## 目次

■ まえがき	p.1
■ 各クラスの取り組み報告	p.2-45
■ アンケート結果報告	p.46-47
・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.48

## 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『0/OCF-PBL 2』の履修生による、2021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。

昨年度は、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面的にオンラインで実施せざるを得ませんでした。今年度は昨年度と違い、毎週の授業は教室での対面実施が可能となりました。今年度の履修生は、コロナ禍のもと初年次の1年間にほぼキャンパスに入ることが出来ないまま、ほとんどの授業をオンラインで受講せざるを得なかった学年なので、初めて大学の教室でグループワークをしたのが『0/OCF-PBL 2』だという履修生も少なくなく、彼らの喜びは大きく教室は常に賑やかな声と笑顔に溢れていました。対面実施の素晴らしさを改めて実感致しました。

とはいえ、今年度も終息しないコロナ感染症対策のため、例年4月に実施する全体合宿が中止となり、フィールドワークや会社訪問等に引き続き多くの制限があり、9月の最終成果報告会もオンライン実施となりました。そのような中で、履修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。また、授業運営についても、どのクラスも昨年度気づいたオンライン活用のメリットを存分に活かすことができたとと言えます。

『0/OCF-PBL 2』のような産学協働型の授業では、活動を進めるにあたって、履修生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到に苦しむこともあります。しかし、クラスの仲間とともに様々な試練を乗り越えることを通じ、【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。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、履修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立つものと信じています。

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履修生にとっては、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『0/OCF-PBL』が具体的にどのような内容の授業なのか、履修生の奮闘努力がどのようなもの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、『0/OCF-PBL』という授業は、たくさんの方々のご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な学生との関わりを形成してくださった皆さま、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」と励まれた履修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した。

2021年度『0/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：株式会社インダ

**滋賀の子どもたちが学び笑顔となる「インダ×京産大 CSR活動」を企画しよう！**

### 受講生・担当教員

#### ■受講生

乾 愛樺(経済)、森内 悠斗(経済)、浅原 優希(経営)、石川 花音(経営)、西本 舞葉(経営)、細見 奏空(経営)、宮本 穂々実(経営)、村松 杏優(経営)、岩崎 芳也(法)、研屋 友汰(法)、阿草 英里(現代社会)、武田 郁哉(現代社会)、福山 翔子(外国語)、松田 ころこ(文化)

#### ■担当教員

伊吹 勇亮

### 活動目的・概要

私たちの活動目的は、株式会社インダの知名度向上と、滋賀県の小学生に学ぶ楽しさを伝えるという課題を解決しつつ、企画を参加者全員が楽しみ満足してもらうことです。

この目的を達成するために事前調査を入念に行い、子どもたちや株式会社インダ、同業他社を含めた企業のCSR活動についてよく理解した上で企画内容を決定しました。その結果、ダンジョン風ゲーム形式の工場見学「インダダンジョン」の実施と問題付き「レシピドリル」を作成することになりました。

この企画に決めた理由は、小学生の関心が高いゲームや料理で興味を惹きながら、株式会社インダについて伝えつつ問題を解いてもらうことで、楽しんで学力を上げることができると考えたからです。

企画決定後は、クラスのメンバーをインダダンジョン班とレシピドリル班に分け、効率的に活動を進めました。また、「インダダンジョン」はリハーサルを実施し、そこで出た課題を改善することで本番のトラブルを回避することができました。そして、「レシピドリル」にもインダダンジョンで登場したキャラクターを使用することで、2つの活動に一体感を出すことができました。



#### ◆主な活動

2021. 4. 26	・ 課題説明	2021. 8. 3	・ リハーサル
2021. 5. 10- 5. 17	・ 事前調査	2021. 8. 4	・ 工場見学
2021. 5. 8- 5. 20	・ アンケート調査	2021. 8. 21	・ インダダンジョン実施
2021. 6. 12	・ 中間報告	2021. 9. 3	・ 最終成果報告会

## 活動の成果

### 事前調査

#### 【子ども】

- ・コロナ禍の子どもの現状→生活リズムが変化し、交友関係、勉強面で不安やストレスがたまっている
- ・教育ニーズ→保護者は、学校に学力向上以外に、社会性、コミュニケーション能力の育成も求めている
- ・子どもの興味→電子ゲームで遊ぶこと（ネット上の人と遊ぶこと）

#### 【他社のCSR活動】

- ・コロナ禍でのCSR活動→オンライン学習教材提供、インターネット環境の提供、医療従事者への寄付など
- ・教育機関CSR活動→交通安全教育プロジェクト、プログラミング教室、創造性教育のための体験授業、テキスト提供など
- ・BtoB企業のCSR活動→出前授業、体験教室、工場見学といったイベントの開催など

### イシダンジョン

#### 【内容】

オンライン工場見学を、途中で出題される問題を解きながら進めていくRPGゲーム風の企画です。問題を正解するごとにポイントが加点され、チームごとにそのポイント数を競い合う要素を含んでいます。

#### 【目的】

- ・ゲーム形式→子どもの興味を惹く
- ・工場見学→株式会社イシダの知名度を上げる
- ・問題出題→子どもたちの学力を向上させる



#### 【活動内容】

イベント企画、動画作成、問題作成、キャラクターデザイン、チラシ作成、応募フォーム作成、アンケート作成

#### 【成果】

8月21日に実施し、19名の小学生が参加しました。口頭で実施したアンケートでは、19名全員から楽しかったと言ってもらえることができました。

### レシピドリル

#### 【内容】

問題が付いているレシピです。料理をする前に、問題を解くことで、レシピが完成します。

#### 【目的】

- ・料理→コロナウイルスの影響で調理実習がなくなった子どもたちに、料理する機会と、はかりに触れる機会を与える/親子の会話のきっかけをつくる
- ・問題出題→子どもたちの学力を向上させる

#### 【活動内容】

レシピ作成、問題作成、印刷依頼、発送

#### 【成果】

9月21日に発送しました。100部制作しました。



内訳：課題提供機関（1部）・協力機関（15部）・O/OCF-PBL2受講生/担当教員/事務局（4部）など

## 活動を振り返って

企画を進めていく中で新しい気づきや学びがあり、とてもやりがいを感じました。メンバーのことをすごく尊敬していて感謝の気持ちでいっぱいです。(乾愛樺) / この授業が終わったら、すごく達成感がありました。子どもたちが楽しそうに企画に取り組む姿を見て実施してよかったなと思いました。子どもたちと一緒に企画に取り組んだことは夏の良い思い出です。(森内悠斗) / 企画の立案から実行まで全てを行ったのが初めてでした。何をやるにも時間がかかることや、情報共有の大切さを知ることができ、とても良い経験になりました。(浅原優希) / 発信力とチームワークの重要性を実感しました。今後は自分がチームに与える影響と受ける影響は何かを意識しながら、これらの力を身に付けていきたいです。(石川花音) / 小学生との関わり方を考えるのが難しかったです。しかし、この企画を通して、小学生含め多くの人と交流することができ、楽しかったです。(西本舞葉) / 自分の成長につながるとても良い経験ができました。この経験を活かしてこれからも頑張っていきたいです。(細見奏空) / 準備や打ち合わせは勿論大切ですが、その場に応じて臨機応変に対応できることも重要だと学びました。また、実行した企画に対して好印象な意見を頂けたことは本当に嬉しかったです。(宮本穂々実) / 子どもたちが企画を楽しんでいる様子を見ることができたことが何より嬉しかったです。チームの中で活動するにあたって学んだことがたくさんあり、コロナ禍でも貴重な経験ができました。(村松杏優) / この活動を通して、集団で一つの目標に向かって活動することの大切さと難しさを学ぶことができ、貴重な体験ができたと思います。(岩崎芳也) / 半年間を経て、仲間と協力する力、自発的に行動する力を養うことができました。この力はこれから社会で活躍するためにも必要になると思います。とても良い経験となりました。(研屋友汰) / 小学生と関わる機会が中々ないため、とても充実した時間であったと共に、この期間で多くのことを学ぶことができたと感じました。(阿草英里) / 企画を立ち上げ、実行するまでの細かな流れや難しさを体験することができました。また、同年代の学生達の真摯に課題に取り組む姿から刺激を受け、多くのことを学ぶことができました。(武田郁哉) / この授業を通してO/OCF - PBL1で学んだことを活かしながら新しく学ぶことも多く、ここでしか得ることのできない経験ができました。(福山翔子) / オンラインで話し合うことが多く大変でしたが、チームで何かを作り上げるという貴重な経験ができてよかったです。人に伝える力をもっと磨かなければならないと痛感しました。(松田ころも)

## 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 寺田 悠美

今回の課題提案は、2つのアイデアから生まれました。そのため、インダンジョン用の動画やシナリオ制作と運営、レシピドリル制作では行政への確認や製本手続きなど、作業量は相当だったと思います。短期間でこれらを実現できたのは、クラスの皆さんが能動的に考え行動いただいたことによるものと考えています。そしてイベントの参加者アンケートで満点の結果を得たことは成果といえるでしょう。ターゲットニーズを捉え、目的を見失わず、創意工夫と使命感、何より楽しみながら取り組んでいる姿に、期待と可能性を感じることができました。今回の経験を糧に、これからも失敗を恐れず挑戦を続けて欲しいと思います。

## 担当教員からのコメント

経営学部 准教授 伊吹 勇亮

目の前の課題を表面的に捉えるのではなく、様々な情報を集める中で課題の本質を探り当てる。課題の本質を解決するようなクリエイティブなアイデアを提案する。アイデアを机上の話で終わらせずに実際に具現化する。具現化したアイデアで多くの人を幸せにする。みなさんは今回このようなプロセスを辿ってきました。大きな成果も出せました。しかし、株式会社インダのみなさんやO/OCF-PBL事務局のみなさんに大いに助けられながら、なんとかゴールに辿り着いたというのが実情だと思います。その意味で、みなさんの本当のスタートはこれからです。今回できなかったことを、今度は違う場面で、成し遂げてほしいと願っています。



## 活動資料

### 中間報告

6/12

O/OCF-PBL 2  
株式会社イシダクラス 企画案

滋賀県立高等学校 2021年度  
2021.6.12

滋賀県立高等学校 CSR活動  
「お料理教室イシダ」



(株)イシダ様に「イシダンジョン」と「お料理教室イシダ」の提案をしました。(株)イシダ様からの質問や中間報告の反省を通して新たな課題を見つけることができました！

8/3

それぞれがバラバラでやってきたことを初めてまとめて形にしたリハーサル。至らぬ点も多く、改善点なども沢山見え、ここでまた一段とギアをあげて本番に向けて頑張りました。

### リハーサル



### 工場見学

8/4



滋賀事業所へ訪問しました。イシダンジョンで使用する写真や動画を撮らせていただき、(株)イシダについてより知ることができました！

8/21

待ちに待った本番。今までの頑張りを出し切り無事成功させることができました。当初の目標であった「満足率100%」も達成でき、小学生たちに楽しんで貰えました。

### イシダンジョン



### 最終成果報告会

9/3



今までの成果をしつかりと発表しました。(株)イシダ様からもお褒めの言葉を頂き、嬉しかったです。これまでの活動を振り返ることで自分たちの頑強りを再確認できました。

9/21

小学生たちにコロナ禍でも楽しく学んでほしいという想いを込めて、「レシピドリル」を作成しました。滋賀県の管理栄養士の方にもご協力いただき、健康的なレシピとなっています。

### レシピドリル発送



### キャンパスフラッシュ

9/21

O/OCF-PBL2 受講生がオンラインイベント「イシダンジョン」を実施

2021.09.21



イシダンジョンの様子をキャンパスフラッシュに掲載してもらいました！活動記録を残すことができとても嬉しいです。

## 課題提供：株式会社ユーシン精機

### 当社営業職の募集に関して、 求める人財へアプローチするためにはどのような方策があるか

#### 受講生・担当教員

##### ■受講生

岸本 将実(経済)、三杉 亮太(経済)、永田 茉里奈(経営)、松本 芽久(経営)、  
村上 舞(経営)、薮木 美佳(経営)、藤本 翔多(法)、前田 晴香(現代社会)、  
堀井 晶馨(外国語)、稲垣 友嶺(情報理工)

##### ■担当教員

小山 治

#### 活動目的・概要

私たちは株式会社ユーシン精機様から「当社営業職の募集に関して、求める人財へアプローチするためにはどのような方策があるか」という課題を提供していただきました。課題解決にあたり、私たちは現在の採用活動や新卒社員の募集にどのような問題があるのかを調べました。

そこで、3班に分かれて中間報告会までの間、それぞれが各班で解決に向けて取り組みました。中間報告会では、小山先生や株式会社ユーシン精機様の大川様からいただいたアドバイスを基に、修正を重ねながら様々な視点から、解決策に不備がないかを考えました。

また、株式会社ユーシン精機様に質問文を送らせていただき、解決策をより具体的かつ内容が濃いものとなるように努めました。中間報告会後には、行き詰まることもありましたが、自分たちが手に負えるかつ自分たちが取り組める範囲で、再度見直し、解決策の修正を行いました。

そして、株式会社ユーシン精機様が抱える、営業職を希望する文系大学生へのアプローチを解決できるような3つのプランを提案しました。

##### ◆主な活動

2021. 4. 26	・ 課題説明	2021. 9. 3	・ 最終成果報告会
2021. 6. 14	・ 中間報告会		
2021. 6. 14	・ 大川様と打ち合わせ		
2021. 8. 25	・ ウェブ調査実施		



## 活動の成果

### ・人財像みなおし隊ーコンピテンシー抽出作戦ー

1班は、中間報告会の際に、求める人財像に似た芸能人を株式会社ユーシン精機様に質問しました。その際に、株式会社ユーシン精機様は佐々木蔵之介さんを挙げました。しかし、それは具体的な人財像を基にしたものではなく、イメージによるものでした。

ここから、1班は、株式会社ユーシン精機様の求める人財像が抽象的であると考えました。求める人財像を明確化するために、コンピテンシーを抽出し、求める人財像を明確化することで、採用活動で求める人財と出会うことができると考えました。

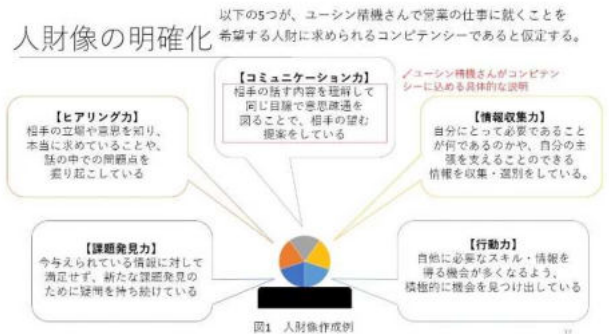


図1 人財像作成例

### ・「あ！この企業チラシで見た！」～革新、新進、ユーシン編～

2班は、株式会社ユーシン精機様が抱える営業職問題について、応募者数が増えれば望む人財も増えるのではないかと考えました。そして、課題を再定義して、どのように応募者を増やすかというところに焦点を当て、チラシを提案しました。

チラシを使う目的は、就職活動をしている大学生に知ってもらうことだけではありません。大学生だけでなく、不特定多数の人に企業を認知してもらうという狙いもあります。



図2～4 2班 チラシ背景 自主作成

### ・「ウェブサイトでwant to meet！！」

3班は、なぜ株式会社ユーシン精機様に求める人財が来てくれないのかを最初に考えました。そして、1つの仮説を立てました。それは、「新卒採用サイトが対象学生に響くものではない」というものです。

株式会社ユーシン精機様の採用トップページには、作業着を着た社員が載せられており、理系のイメージが強いと思いました。

そこで、採用トップページを試作し、作業着とスーツ姿の社員を同時に載せ、文系・理系のどちらかにイメージが偏ることがないようにしました。新卒採用サイトは就職活動における企業の顔ともいえるので、学生を惹き付けるものとなればと思います。



図5～6 3班 新卒採用webサイト 自主作成

## 活動を振り返って

私たちはこの半年間の活動を通じて、相手に納得していただけるようなプレゼンをすることの難しさを痛感しました。課題解決までの道のりでは、全ての班が順調にいったわけではありません。特に、中間報告会では、自分たちのプレゼンの内容の詰めが甘いと感じ、ほぼ一からやり直した班もありました。それぞれの班が、自分たちの土俵で戦えることをテーマにし、より客観的なプレゼンができるように、先生や他の班の意見をいただきながら、論理的な思考力を身につけることができたと考えています。

今年は、新型コロナウイルスの影響もあり、履修生同士のコミュニケーションという面では非常に難しかったと思います。しかし、各班が授業外でZoomやTeamsなどを用いて会議をすることで、コミュニケーションの問題を解消することができました。また、他の班の人と共同でウェブ調査を行う機会がありました。普段は同じ班の人と会話することはあっても、他の班の人と会話する機会は少なく、時間をかけてどのような調査にするかを決めました。これからゼミや会社などで様々な人と協力する状況がありますが、ここで得た経験を活かしていこうと思います。

一番苦労したのは、自分たちがどのテーマを扱うのかを決めることでした。この点がなかなか決まらず、6月ごろまで試行錯誤し、中には7月上旬までテーマを探していた班もありました。授業の中で、小山先生が「自分たちの土俵に持ち込むことが大事だ」とおっしゃっていました。ここから、大学生ならではの視点に立ち、課題に対する解決策を見つけることで、自分たちの土俵に持ち込み、企業の方に納得していただけるような意見を出すことの重要性を教えていただきました。これは、社会人になってからでも使えるスキルだと思うので、活かしていきたいと思います。

## 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 大川 始

昨年度に続いて参画させていただき、今年度は当社の営業職募集に関する内容にて半年間取り組んでいただきました。コロナ禍で対面でのコミュニケーションが難しい中、3つのチームに分かれて複数の視点からご提案いただくことで、これまで当社が思い浮かばなかった視点を見せていただくことができ、我々にとっても大きな学びの機会になりました。

今回の課題に取り組んでいただく中で、これまで経験したことがないようなことや見たことのない世界に触れることもあったかと思いますが、そのような壁を乗り越え、やりきったことを自信に今後の成長の糧にしていいただければと思います。

## 担当教員からのコメント

全学共通教育センター 准教授 小山 治

まず、本科目の学習上の成果は次の4点です。①課題提供機関からの抽象度の高い課題を自分たちの手に負える範囲の問いに落とし込んだこと、②その問いが事実であるのか裏づけをとったこと、③その上で再定義した課題の原因を分析したこと、④その分析に基づいて解決策を提示したこと。次に、学習上の問題点は次の3点です。①コミュニケーションに必要な洞察力が十分ではなかったこと、②文章力が十分ではなかったこと、③スケジュール管理に余裕がなかったこと。総じてみれば、他の科目の学生と比較して、学習意欲は高かったと思いますが、本クラスの学生であれば、さらに上の水準にまで到達できたはずです。今後の自己投資としての学習に期待しています。

## 活動資料



### 1班:人財像みなおし隊 —コンピテンシー抽出作戦—

求める人財と出会うためには人財像を明確にしなければいけないと考え、株式会社ユーシン精機様に個人の行動特性を抽出できるコンピテンシーの作成を提案しました。

### 2班:「あ！この企業チラシを見た！」～革新、新進、ユーシン編～

私たちの班は株式会社ユーシン精機様の課題の原因が知名度にあると考え、チラシやそのキャッチコピー、設置場所などを提案しました。



### 3班:「ウェブサイトでwant to meet！！」

株式会社ユーシン精機様の新卒採用サイトにアレンジを加えることで、より多くの就職活動生に目を向けてもらえるような提案をしました。



## 課題提供： スポーツコミュニケーションKYOTO株式会社 (京都ハンナリーズ)

# スポーツ・バスケットボール×SDGsを研究し、 京都の町の課題解決に取り組もう！

### 受講生・担当教員

#### ■受講生

近藤 裕斗(経済)、桜間 一輝(経済)、佐藤 弘一郎(経済)、古川 佳苗(経済)、  
山崎 秀太(経済)、浅井 優輝(経営)、安藤 萌(経営)、寺井 翔悟(経営)、  
天雲 夏悠(経営)、今井 康太(法)、小野田 豪(現代社会)、表迫 あずさ(現代社会)、  
北川 なるみ(現代社会)、久我 幸生(現代社会)、鳥居 裕之(現代社会)、  
水田 琢万(現代社会)、中澤 柚葉(国際関係)、宇都宮 徳子(外国語)

#### ■担当教員

松本 高宜

### 活動目的・概要

スポーツコミュニケーションKYOTO株式会社様からいただいた課題は、京都の町の課題を解決するということでした。そして、京都ハンナリーズを京都に根付き愛されるクラブにしたい、そのような理念のもと活動を始めました。

しかし、このような理念を果たすことは困難を極めました。そもそも、京都出身の学生が3人で、さらにバスケットボールにゆかりがある学生は少数しかいませんでした。この状況のままプロジェクトを進めたとしても課題解決に辿り着かないという思いから、まずは、現状調査から活動をスタートしました。初めは、京都課題班、スポンサー班、地域貢献班、メディア班、おもてなし班、SDGs班の6つに分け、調査を踏まえて各班分析を行い、中間発表を行いました。

中間発表後、企業様からのフィードバックを踏まえて、メディア班、スポーツ推進班、伝統産業班、観戦チケット活用班、京都環境問題班の5班に再構成し活動を再出発させました。各班試行錯誤しながら8月12日に再度企業様に企画提案をしました。そして、さらに検討を重ねました。

#### ◆主な活動

2021. 4. 26	・ 課題説明	2021. 8. 12	・ 企業との質疑応答③
2021. 5. 10	・ 企業との質疑応答①	2021. 8. 25	・ クラス内成果報告会
2021. 5. 17	・ 活動班編成①	2021. 9. 3	・ 最終成果報告会
2021. 6. 14	・ 中間報告	2021. 11. 20	・ 鴨川清掃
2021. 6. 21	・ 活動班編成②		
2021. 7. 26	・ 企業との質疑応答②		



## 活動の成果

### 試合観戦×日本酒の提案

#### ●企画の背景

京都市が全国で初めて「京都市清酒普及の促進に関する条例」を施行し、同様の条例が全国に広まったためです。また、コロナ禍で酒類の提供が制限され、日本酒業界が厳しい状況となっているため、京都のプロバスケットボールチームである京都ハンナリーズ様が、スポンサーの月桂冠株式会社様と連携して京都の課題解決に取り組むことで、京都の町の誇りとなると考えました。

#### ●ターゲット

20歳以上の京都府民、既存の京都ハンナリーズファン



#### ●実施内容

京都ハンナリーズ様のシルバースポンサーである「月桂冠株式会社様」とのコラボ

- ①京都ハンナリーズグッズを購入して頂いた方一人につき一枚、月桂冠様の日本酒の試飲チケットをプレゼントします。試飲場所は、特設ブース内です。  
→新型コロナウイルスの影響でお酒の試飲が難しい場合、ノンアルコールの日本酒を試飲して頂きます。
- ②購入型クラウドファンディングを実施し、リターンとしてお酒のセットを贈ります。  
→そのお酒を京都ハンナリーズ様とのコラボ商品とします。
- ③試合会場で日本酒を購入してもらった方にこの活動を広めるためのハッシュタグをつけてお酒の写真をSNSに投稿してもらおうキャンペーンを行います。  
(クラウドファンディングのリターンにもこのキャンペーンを実施)  
→SNSに投稿してもらった方に「月桂冠オンラインショップ割引クーポン」をプレゼントします。
- ④試合日の日本酒販売およびクラウドファンディングの活動を京都ハンナリーズ様のシルバースポンサーである株式会社京都新聞社様に取り上げて頂きます。

### 観戦チケット×公共交通機関の提案

#### ●企画の背景

公共交通機関で会場に来て頂くことで、環境面でCO2を削減することができ、SDGsの項目13である「気候変動に具体的な対策を」の解決策に繋がるのではないかと考えました。

#### ●ターゲット

名古屋ダイヤモンドドルフィンズ様のファン(アウェイチーム)

#### ●実施内容

観戦チケットの提示で公共交通機関の割引または無料  
(歩くまち・京都レールきっぷの適応される区間)

実施予定日：2021年12月11日(土)、12日(日) 名古屋ダイヤモンドドルフィンズ戦

実施場所：京都市体育館



## 活動を振り返って

課題解決に取り組んでいく中で、苦勞したことが4つあります。まず1つ目は、スポーツコミュニケーションKYOTO株式会社（京都ハンナリーズ）様に関与する各ステークホルダーを納得させられるようなメリットを考えることです。2つ目に、スポーツコミュニケーションKYOTO株式会社（京都ハンナリーズ）様のニーズに合わせて大学生の視点で効果的な活動を考えることです。3つ目は、実際に実行するとすると、企業目線でコストを考えなければならないことです。4つ目は、コロナ禍で対面でのイベント開催が制限され、開催可能な企画を考えることです。

この活動を通して、一つの企画に対して半年以上の準備が必要で、比較検証を行うことの大切さを学びました。加えて、論理的な根拠を提示することで自身の意見に説得力を持たせることができ、これを他の授業でのレポートや自分の意見を述べる際にも活用できることに気づきました。

これらの経験から、今まで触れることのなかった企業のお金の仕組みを知ることができ、また、それぞれが積極的に活動に取り組むことで、クラス全体の士気が上がり一致団結して進めることができました。この活動期間の中で様々な課題に直面することもありましたが、クラスのメンバーで協力し、解決していく楽しさを知りました。

## 課題提供者からのコメント

スポーツコミュニケーションKYOTO株式会社（京都ハンナリーズ）  
代表取締役社長 森田 鉄兵

学生の皆さんは、積極的にスポーツチームのことを調べ、様々なスポーツ×社会課題解決事例もリサーチいただきました。コロナの状況下で、リアルでの活動が制限される中で、ネットリサーチなどで工夫して、データ収集に取り組んでいました。

自分たちで課題解決策を考えるフェーズにおいて、学生のアイデアはバラエティに富んでいたが、実現可能性の低いものも多く、それはこれから社会に出て実際に仕事をする中で、クリアしていった方がいいです。

今年度は、現在チームの方でスポンサー企業と一緒に進めているプロジェクトに興味を持った学生がジョインし、イベントのサポートを行ってもらう予定で、これをきっかけに自身の興味をさらに掘り下げてくれることを期待しています。

## 担当教員からのコメント

全学共通教育センター 非常勤講師 松本 高宜

このクラスは、18名が課題解決に取り組みました。人数が多いため上手くまとまって活動できるか心配でしたが、一人ひとりがしっかりと役割を担って責任ある活動をしました。また、コロナ禍の影響でフィールドワークや人と接触する活動が制限されていましたが、そうした困難を克服する取り組みが多くありました。さて、クラスの皆さん、この授業で自身が果たした役割や身についた能力を振り返ってみましょう。そして、今後の大学生活、社会でそのことをどのように活かしていくことができるか考えてみましょう。最後になりましたが、スポーツコミュニケーションKYOTO株式会社（京都ハンナリーズ）の皆様、森田様、ご協力いただき本当にありがとうございました。

## 活動資料

京都ハンナリーズ様主催の鴨川清掃活動への参加

目的：鴨川の河川敷のゴミ問題は京都の大きな社会問題です。河川敷の清掃活動により、京都を訪れる観光客の眼を楽しませるほか、周辺住民のQOL向上に貢献することを目指します。

参加者：京都ハンナリーズ様（京都ハンナリーズ様スタッフ・マスコットキャラクター・ファン）

滋賀レイクスターズ様（滋賀レイクスターズ様スタッフ・マスコットキャラクター・ファン）

京都産業大学本クラス学生（13名）

実施日時：11月20日（土）10：00集合 10：30～11：30清掃活動 12：00解散

実施場所：三条大橋から四条大橋間の周辺道路を含む鴨川沿い

実施内容：当日の運営と事前事後活動

### 【事前準備】（13名）

- ・当日の実施マニュアル作成
- ・参加者のグループ分け（全4グループ）

### 【当日】

- ・設営時：本部設営（13名）
- ・受付時
  - ①受付、全体ブリーフィング：出席者確認、用具支給、注意事項説明（3名）
  - ②グループ別ブリーフィング：担当エリア説明（8名）
- ・清掃活動中
  - ①グループ別担当：担当エリアへの誘導、時間管理（8名）
  - ②本部担当：手荷物管理、グループ担当からの連絡対応、遅刻者対応（3名）
- ・清掃活動終了後：本部撤収、収集までのゴミ管理（11名）
- ・広報：写真・動画撮影（1名）

### 【後日】（13名）

- ・レポート作成：アンケート集計、写真整理

該当するSDGsの項目



## 課題提供：京都市交通局

# コロナ禍での市バス・地下鉄の利用に向けた 新たなPR方法の創出

### 受講生・担当教員

#### ■受講生

篠塚 柚衣(経済)、藤井 七海(経済)、大澤 幸恵(経営)、越前 翔太(経営)、  
高橋 凌(経営)、田中 琉斗(経営)、西原 裕一郎(経営)、吉村 和太郎(経営)、  
佐田 もえな(法)、柴田 瑚子(現代社会)、高屋 紗衣(現代社会)、中野 花梨(現代社会)、  
香西 聖也(国際関係)、吉田 有希(外国語)、熊野 文音(文化)、平井 千晶(文化)

#### ■担当教員

吉中 三智子

### 活動目的・概要

私たちは今回、京都市交通局様からコロナ禍において安全・安心に乗車できる市バス・地下鉄のPR企画と、コロナ禍での市バス・地下鉄の利用に向けたコンテンツの制作という2つの課題を提供いただきました。京都市営バスと京都市営地下鉄においては、昨年より利用者の減少傾向が続いています。国を上げた不要不急な外出の自粛や、テレワークの推進、大学のオンライン授業などが利用者減少の原因と考えられます。そこで、今回私たちは、主に、京都市民の方々に安全・安心に市バス・地下鉄に乗っていただくために、新型コロナウイルス感染症対策を広くPRするための企画を考えました。また、感染症対策をしながら、安全・安心に観光できるルートの模索や、京都市交通局様のSNSやYouTubeチャンネルの活用法なども考えました。

#### ◆主な活動

2021. 4. 26	・ 課題説明	2021. 7	・ 観光地・飲食店訪問
2021. 6. 14	・ 中間報告	2021. 8. 16	・ 京都市交通局様と打ち合わせ
2021. 6. 21	・ 京都市交通局様と打ち合わせ	2021. 9. 3	・ 最終成果報告会



### 既に実施しているコロナ対策を知ってもらい、 利用者の増加を目指す

私たちはコロナ対策を啓発する目的として、利用時の感染リスクを低減させることで利用者の減少を食い止め、回復させることだけでなく、収益も上げることと位置付けました。この目的を達成するために新型コロナウイルスを意識して利用を避けている人は、流行しているから利用を避けているのではなく、感染に不安があるから利用しないという仮説を立てました。この仮説をもとに、安心してもらうために実際に京都市交通局様が実施されている対策を多くの方に知っていただくことが重要だと考えました。そこで、この課題を解決するために、公共交通機関を必要としている人を設定、ターゲットングを企画内容を考える際の軸として効果的な啓発方法を提案しました。

### デジタルスタンプラリーで巡る東西線京都の旅

私たちは地下鉄東西線が慢性的な赤字を抱えていることが大きな問題だと考えました。そこで、コロナ禍でも地下鉄と市バスを利用してもらうために、デジタルスタンプラリーという非接触で参加できる企画を提案しました。この企画の概要は地下鉄東西線、市バスを利用して行ける観光スポット付近の駅またはバス停4箇所をQRコードを設置します。QRコードをカメラで読み取ってもらい、4箇所全てのスタンプを集め、対象のカフェへ持参すると割引特典が受けられるという仕組みです。観光を楽しんだ後、カフェの割引特典もあり、京都を満喫できるデジタルスタンプラリーになると想定しています。

### 乗客が少ない市バスの系統を盛り上げよう

最近の大学生や若者の趣味にカフェ巡りと答える人が多いことや、密を避けて安心・安全に観光したいという点から、京都市交通局様の運営する市バス全系統の営業係数を比較して、値の高い系統沿線の飲食店を訪問しました。今回紹介する系統は、市内中心部を走る系統に比べて乗客は少ないため、密になりにくく、京都駅を中心にさまざまな駅を経由しており、便利であると推定しました。また、それぞれの系統は走っている場所が近く、一日乗車券を使用することでお得に楽しんでいただくことができます。



とことんとりコトコトさん  
京都市営バス 九条車庫前 徒歩約10分



グランマーブル ファクトリーさん  
京都市営バス 上鳥羽 約3分

## 活動を振り返って

広報班（熊野、柴田、高橋、高屋、田中、藤井）

いただいたテーマとして新たなPR方法の創出があり、私たちのチームではSNSの活発的な運用とデジタルサイネージの動画作成に取り組みました。その活動を通して、スケジュール管理とこまめな連絡が大切であることを学びました。動画作成で必要であった素材を集めることや、実際作ることには想像より時間がかかりましたが、その中で、チームで作業を分担し、一人ひとりが得意なことを活かして、企画を進めることができました。今回は実現できず、提案という形に留まりましたが、社会人の方と関わる貴重な経験となりました。

観光班（香西、篠塚、平井、大澤、吉田）

アイデアは出ましたが、実現性を考えた時に自分達の課題の多さを知ることになりました。最初の企画書を提出した時京都市交通局様からアドバイスをいただき、課題解決をメンバー一丸となり考えました。そこで、赤字の路線に焦点を当てて企画を考案しました。特に現地調査やスタンプラリー作成には力を入れました。根拠のある企画書になるように努め、実際にスタンプラリーを作成し、機能するか確認しました。その企画書を京都市交通局様に提出し、改善を行い、更に良い企画書を作成しました。

啓発班（越前、佐田、中野、西原、吉村）

新型コロナウイルス感染症の感染への不安に配慮して利用を促す必要があり、どのような内容で啓発を促すことができるのかについて考えることが難しく感じました。利用者の心理行動や数少ないデータの中から考えられる説得力のある企画内容を製作することに対し、自分たちの意見をまとめてひとつの意見にすることの大変さを学びました。しかし、一人一人が粘り強く課題解決に向けて取り組むことの大切さを実感しました。

## 課題提供者からのコメント

京都市交通局 企画総務部営業推進課 四方 彩香

抽象的かつ大きな課題設定であり、どのように取り組むか学生の皆さんも悩まれたのではないかと思います。各班で関心があることをもとに企画を考えていただきました。企画提案までの分析はしっかりされていましたし、中には今までになかった視点でのご提案もありました。一方で、企画を実現するのであれば、もう少し論理的に組み立てる必要があると思います。課題（目的）、ターゲット、手法、得られると推測される効果の導き方等、一連の想定と過程を明らかにしたうえで組み立てると、もっと良い企画が出来たと思います。半年間一生懸命取り組んでいただきありがとうございました。今後のご活躍を期待しています。

## 担当教員からのコメント

全学共通教育センター 非常勤講師 吉中 三智子

京都市交通局様からいただいた「コロナ禍での市バス・地下鉄の利用に向けた新たなPR方法の創出」の提案に取り組みました。PRできる企画の提案・制作やコンテンツのアイデア、京都のスポットの発掘、京都市交通局様が既に実施されている感染症対策などを調べるなど、一生懸命、試行錯誤を繰り返しました。

最終的にはイベントはできず提案となりましたが、悩み努力する学生を近くで見ることができました。最終授業で全員の口から学生の間にもこのような経験ができて良かった、成長を感じることを実感したとの感想が聞けました。最後になりますが、京都市交通局の皆様から学生からの質問疑問に率直なアドバイスをいただき心から感謝申し上げます。

## 活動資料



## Instagram投稿例

京都市交通局様の魅力を発信するための媒体として、Instagramを使用することを提案いたします。今回は、「密を避けた観光」をテーマに、乗客が比較的少ない市バス系統沿線の飲食店を紹介します。



## スタンプラリーの一部例と授業風景

私たち観光班は、企画を考えた後、実際にスタンプラリーを作成しました。

その際、Rallyというアプリを使用しました。マップを付けたりするなど、利用者が安心して利用できるようなスタンプラリーにしました。その一部をここに紹介します。



### インスタ映え東西線京都の旅

#### QRコードを使用した非接触型スタンプラリー

スマホを使った非接触で行えるスタンプラリーです。コロナ禍でも観光を楽しむことができるインスタ映えスポットを厳選しました。休憩としてカフェの割引も使うと充実した1日！！

### 収益の向上の根拠

安心して利用してもらう  
イメージダウンの防止

↓  
収益に繋がる利用者数の回復・増加

### 利用目的



## 発表スライドの一部例

啓発の観点からコロナ禍で効率よく収益を向上させるために必要となるターゲットと、その具体的な方法を提案します。

他の交通手段との比較、利用目的・免許保有率などのデータを分析し、ターゲットを決定しました。

## 課題提供：京阪ホールディングス株式会社

## 京都・伏見「水のまち・酒蔵のまち」エリアの賑わいを創出するためには？

## 受講生・担当教員

## ■受講生

佐々木 希(経済)、西川 樹(経済)、井上 真帆(経営)、小島 里菜子(経営)、  
本条 由芽(経営)、池上 広史(法)、幸永 光葉(法)、釜屋 飛鳥(現代社会)、  
菅波 優依(現代社会)、仁科 梓(現代社会)、野口 涼加(現代社会)、日置 七緒(現代社会)、  
東迫 航平(現代社会)、新田 愛歩(国際関係)、小寺 由起(文化)、坂本 美夢(文化)

## ■担当教員

山田 幸代

## 活動目的・概要

私たちは京阪ホールディングス株式会社様から「京都・伏見『水のまち・酒蔵のまち』エリア（以下「伏見エリア」という）の賑わいを創出するには？」という課題を頂きました。そこで、伏見エリアについて認知をしてもらい、興味を持ってもらうことで、実際に足を運ぶ人を増やすといった流れを生むことを目的とした課題解決に取り組みました。この伏見エリアは伏見稲荷大社から電車で徒歩で15分程度の場所にあります。また、良質な水に恵まれた土地であり、多くの酒蔵が立ち並ぶほか、十石舟・寺田屋など歴史的なスポットもある魅力的なまちです。

しかし、伏見稲荷大社がある深草エリアや宇治エリアに人が集中していて、伏見エリアにはあまり賑わいが見られていないのが現状です。そこで、継続性・コロナ禍・アフターコロナの3つの観点から、現地へのフィールドワークを取り入れたマップと動画の作成を中心に行いました。この活動において、学生ならではの視点や手法を用いながら、伏見エリアが持つ魅力を発信することで、目的を達成できると考えています。



## ◆主な活動

2021. 4. 26	・ 課題説明	2021. 6. 7	・ クラスとしての アイデア&方針決定
2021. 5. 8	・ 株式会社X P X P代表取 締役・バリューデザイナー 渡邊賢一氏による講話	2021. 6. 14	・ 中間報告
2021. 5. 31	・ 小グループによる アイデア発表会	2021. 7. 17	・ フィールドワーク
		2021. 7. 19	・ 動画班マップ班に 分かれての活動開始
		2021. 9. 3	・ 最終成果報告会



## 活動の成果

前述の目的を達成するために、フィールドワークを取り入れた伏見エリアの魅力を紹介するマップと動画を作成しました。このような活動を行った理由として、マップと動画はコンテンツの特性上、内容を変え継続的に様々な種類を作ることができるという強みがあり、学生ならではの視点や感性を生かし、伏見エリアにある既存の集客方法とは異なるアプローチができると考えたからです。また、コロナ禍において現地に足を運べない人にもオンラインで情報を発信することで認知・興味を促し、アフターコロナの時代に足を運んでもらえると考えました。

### ▶マップ作成

【目的】「思い出の品として残るマップ」を実際に手に取ってもらい、マップ自体に価値をもたせることを大きな目的としています。また、コロナ禍で実際に足を運べない人にも楽しんでもらい、他の人にも広めたいようなマップの作成を心掛けました。

【アピールポイント】マップの一番のアピールポイントは親しみやすさです。実際に現地に赴きリサーチしたお店の人の顔やコメントを載せることで、伏見エリアの人の温かさを身近に感じてもらうことができたり、イラスト化することでマップ全体を目で見ても楽しめるようなデザインにしました。

【今後のプラン・提案】京阪ホールディングス株式会社様にご協力いただき、紙媒体のマップを中書島駅や伏見桃山駅などの駅、伏見稲荷などで配布したいと考えています。また、より多くの人に見てもらうために、HPやSNSを活用しながらデジタルデータとしてマップを広めていくことを提案します。

### ▶動画作成

【目的】短く見やすい動画を作り、影響力の高いSNSに投稿することで再生数を稼ぎます。また、見た人が伏見に行って同じような動画を作って拡散することにより、たくさんの人に認知され、興味を持ってもらいます。

【アピールポイント】写真と違って音楽をつけたり、音楽に合わせて加工したりなど、見せ方を工夫している点です。それに加え、影響力の高いSNSに実際に投稿する際、学生の視点で流行りそうな動画である点です。

【今後のプラン・提案】京阪ホールディングス株式会社様に、SNSを活用した宣伝活動を取り入れていただくことを提案します。特に私たちが注目しているのは、InstagramやTikTokです。現在Instagramのリールやストーリー、TikTokという短い動画が流行っています。そこで、京阪ホールディングス株式会社様が持つ影響力に加え、SNSの力を活用することで更に拡散が見込めると考えます。

### ▶調査（データ分析・アンケート）

実際に作成した動画はInstagramとTikTokに投稿し、再生回数などのデータを記録しました。また、Googleフォームを利用したアンケートを実施しました。

Instagramでは10日間の再生回数として、総再生回数は9294回、動画一つあたりの平均再生回数は約1162回を記録しました。

### ▶まとめ 今後の提案

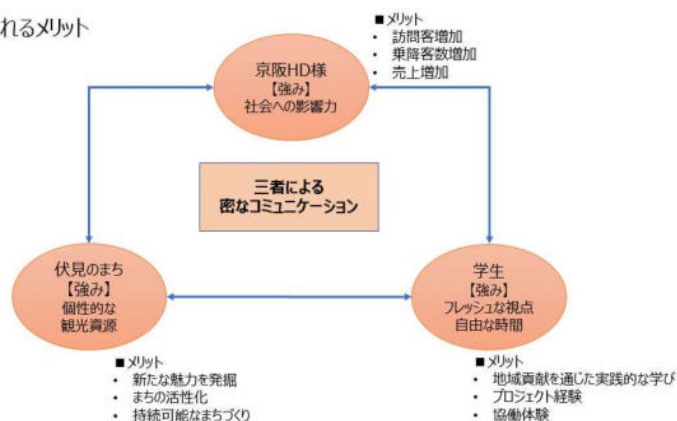
現在伏見のまちには、伏見エリア全体を巻き込んだブランド力向上や地域活性化を主な目的とした組織が実在しているとしても、認知度が低いと、活動内容が同エリアに浸透していないことがフィールドワークを通してわかりました。また、実際にそのような組織が必要であるとのおっしゃる方もいました。

そこで、今回作成したマップ・動画を契機とし我々の最終的な提案を、「伏見のまち×

京阪ホールディングス株式会社様×学生」の三者協働による「伏見水のまち・酒蔵のまちブランド力向上委員会」の設立とし、これを今回のプロジェクトのビックゴールとして定めたいと考えています。

この委員会を立ち上げる意義として、三者それぞれの持つ強みが互いに目的としているニーズを満たすことができるからです。今回実際に作成したマップ・動画はそれ自体に価値があるほかに、このような組織が実際に作られた際に取り組みプロジェクトの一例として、とても有意義なものになるのではないかと考えます。このような組織を立ち上げ、継続的に活動していくことは伏見エリアにもたらす賑わいを一過性のものにせず、確立した「伏見ブランド」の創出にもつながると考えています。

#### ▶想定されるメリット



## 活動を振り返って

今回の授業を通して、私たちが学び、苦労したことは主に3つあります。それは「相手に自分の考えを伝える力」「常に課題を探し解決していく力」「チームビルディング力」です。

パワーポイントを作って発表する際に、京阪ホールディングス株式会社様に納得していただくためにただ答えを出すのではなく、その答えに至った経緯を詳しく説明することが大事だと学びました。それと同時に、発表するまでに何度も現状を把握し、常に課題を探し解決していく力も得ることができました。そして、一番難しかったことがチームビルディングです。メンバーそれぞれの価値観を受け入れながら意見を汲み取ることで、円滑に話し合いを進めることが大事だと学びました。

### ▶マップ班

マップ班はマップを作成する上で何度もフィールドワークを行いました。取材を通して伏見の方の温かい人柄、お店や地域に対する思いを感じ、まち全体の魅力をマップに詰め込むことができました。作成する上でまずは使用するアプリを探るところから始め、見る人にとって魅力が伝わるよう納得がいくまでみんなで話し合いながら何度も試行錯誤しました。また一人一人が思いやりを持ち、それぞれの意見を受け入れながら、そして楽しみながら作成し、完成させることができました。

### ▶動画班

動画を作成する際には、世間ではどのような動画が興味を持ってもらえるのかを考えて、実際に作成するところまで持って行くことに苦労しました。そして、現在の流行りを取り入れながら効果的な動画を作成するためにリサーチを重ね、宣伝や投稿の方法を工夫しました。

動画作成以外にも、自ら伏見に足を運んで動画材料を集め、お店の方にアポイントメントを取るといった社会人の方と関わって作業する力を学ぶことができました。

そして、一度作成した動画について何度も話し合いを重ねて課題を見つけ、新たに動画を作成するなどの活動を行ったことで、物事に対する分析力、常に向上する力を伸ばすことが出来ました。

## 課題提供者からのコメント

京阪ホールディングス株式会社 経営企画室 事業推進担当 課長補佐 若林 浩吉

課題は漠然としており、非常に的が絞りにくい難易度の高いものであったにもかかわらず、最後まで熱心に取り組んでいただきありがとうございました。

課題解決案は、クオリティが高くとても斬新なものでした。何度も現地に足を運び、現況を把握した上で進めたことが、根拠が明確で説得力のある内容になったのではないかと思います。皆さんの提案を受け、効果が無いと思われる既存の取り組みでも、工夫を加えることで、結果が大きく変わる（求めている結果を得られることがある）ということを痛感しました。このようなことに気づかせていただき感謝しております。

最後に、この授業を通して気づいたことや経験したことを、様々な場面で活かしていけるように頑張ってください。皆さんが今後活躍されることを期待しております。

## 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 山田 幸代

各学生がそれぞれの役割を果たし、やり切れたと思います。授業でのフィールドワークや、授業外でもしっかりとそれぞれが出てきた課題をクリアできていました。仕上がりも、当初進めていたものよりもさらにアップグレードを行い、素晴らしい発表につなげてくれました。

リーダー班を中心に、チームとしてともしっかりと成長してくれたと思います。

## 活動資料



## 最終成果報告会後の授業

9月4日の最終成果報告会を経て、10月11日に京阪ホールディングス株式会社様にご来校いただき再度プレゼンテーションを行う機会を頂きました。

伏見稲荷がなぜ人気なのか、マップと動画のターゲットなど最終成果報告会の質疑応答で頂いた意見や課題をもとに訂正を加えて、発表しました。

私たちは、最終成果報告会から一貫していかに納得していただける発表をするかを大事にしてきました。納得していただくために、課題を洗い出すためのアンケート、動画・マップを作るという案に至った経緯、解決策はどの考えに値しているかを再確認し工夫を加えました。最終発表のときに、「納得出来る素晴らしい発表だった」と言ってくれたため、私たちが大事にしてきたことが伝えられたと思います。

### マップ(最新版)



最終成果報告会後に変更した点【マップ】

- ・お酒マークと水マークを入れた点
- ・6～8の名所の名前を入れた点

### 動画(最新版)



最終成果報告会後に変更した点【動画】

- ・動画に文字を挿入した点
- ・文字に現在流行りの読み上げ機能を加えた点
- ・音源からも検索できるようにした点



## 課題提供：TOWA株式会社

# BtoB企業に興味をもってもらうには？ 会社のPR企画・キャッチコピーを立案しよう！

### 受講生・担当教員

#### ■受講生

井本 美咲(経済)、杉田 竜清(経済)、高野 和希(経済)、松尾 学(経済)、  
森井 樹(経済)、山下 虎太郎(経済)、細川 観夕(経営)、山下 さくら(経営)、  
宮本 裕里(現代社会)、赤木 順斗(国際関係)、早金 果純(国際関係)、  
数元 弥矢子(外国語)、三嶋 叶子(外国語)、渡部 未咲(文化)

#### ■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イ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イ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・キャッチコピーを立案しよう！」というものです。現状としては、対企業を主軸とする半導体業界であることから一部の就活生からしか認知されない状況です。そこで、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、案をまとめました。初めに、4つの班に分かれて上記の課題に取り組みました。その中で異なる視点から原因を見つけ出し、あらゆるデータを活用し、それに基づいた根拠と共に案を考えました。その過程で費用や時間などの実現可能性も加味しました。考案する上で、TOWA株式会社様からのご意見をいただき、最後にそれぞれの強みを組み合わせて大学生ならではのPR企画、キャッチコピーを考えました。



#### ◆主な活動

2021. 4. 22 課題説明

2021. 6. 17 中間報告（1回目）

2021. 8. 19 中間報告（2回目）  
インタビュー実施

2021. 8. 21 アンケート調査

2021. 8. 26 工場見学・インタビュー実施

2021. 9. 3 最終成果報告会



## 活動の成果

### 調査

- ①ウェブ、文献調査  
就活生の動向やSNSの効力などに関する多くの情報・統計データを集めました。
- ②学生アンケート調査  
学生を対象にGoogleフォームを使って実施しました。  
この調査で学生の半導体業界に対する興味の有無や、TOWA株式会社様の知名度などを調べました。
- ③社員様インタビュー  
TOWA株式会社様の社員の方々に、HPに掲載されていないTOWA株式会社様の魅力を伺いました。
- ④オンライン会社・工場見学  
Zoomを使用し、会社内、工場内をリアルタイムに案内していただきました。

### 課題

- ①半導体に興味を持つ文系学生を増やすこと
- ②学生と直接的に関わる機会を増やすこと
- ③学生の周囲の人々からの認知度を高めること
- ④情報発信源を増やし、HPに辿り着きやすくすること

提案	大学外	大学内	SNS	キャッチコピー
課題① 半導体への興味			○	○
課題② 学生と関わる機会	○	○		○
課題③ 周囲の人々	○	○	○	○
課題④ 情報発信		○	○	○
波及効果	長期的	◎		◎
	短期的		◎	◎

### 提案

## (1) PR企画～3つのアプローチ

#### ①大学内でのPR企画

オンラインイベントを行うことを提案します。具体的にはZOOMを使用した会社説明会で、通常の会社説明会と異なり、**家族の参加**が気兼ねなくできる点が利点です。告知は学内ポスターやPOSTで行います。

#### ②大学外でのPR企画

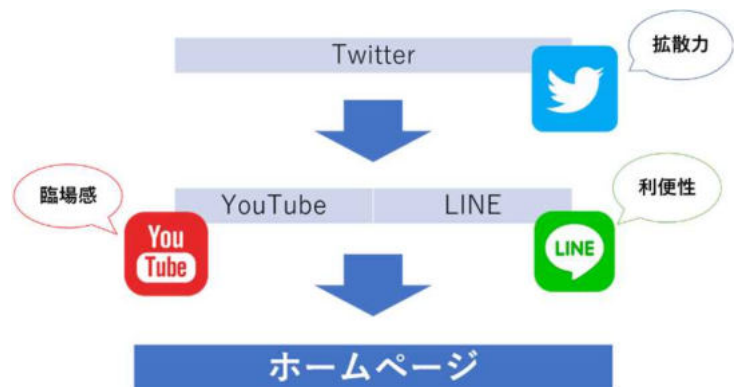
地域の小中学生と関わるイベントとしてZOOMを使用した**オンライン工場見学**を提案します。実現可能性を高めるため、チラシ例を作成しました。TOWA株式会社様にとどまらず、半導体業界全体の活性化と社会に半導体業界を身近に感じてもらうことを目的としています。

#### ③ SNSでのPR企画

SNSの強みを生かし、HPに辿り着く方法を提案します。TwitterはTOWA株式会社様を不特定多数の人に知ってもらう機会とすることが可能なため、TwitterからまずYouTubeとLINEに導きます。これら3つのSNSを用いて就活時に役立つ情報や新入社員のインタビュー、個人の質問に対応するなどし、最終的にHPから情報を得てもらい、TOWA株式会社様に興味を持ってもらいます。

## (2) キャッチコピー

- 案1：即戦力、即世界
- 案2：世界に広げる、あなたを支える
- 案3：社員に愛を、半導体に夢を
- 案4：あなたがつくる、あなたとつくる



## 活動を振り返って

今年度の0/OCF-PBL2では対面とオンラインのハイブリッド形式で授業を行いました。夏休みに入るまでは対面、夏休みに入ってからオンラインが中心でした。また、授業時間外にも原因分析や提案の根拠を固めるためにTeamsやZoomで会議を開き、話し合いをする機会が沢山ありました。時には深夜に会議を開くこともあり、夜通しチームメイトと共に課題解決に取り組みました。また、グループLINEも積極的に活用し、情報共有はもちろん、軽い雑談を挟み、コミュニケーションを取ることを意識しながら課題に取り組みました。

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、TOWA株式会社様からお時間をいただき、オンラインでの工場見学や社員様へのインタビューを行うことができ、大変貴重な経験となりました。インタビューでは丁寧に私たちの質問に回答くださり、社員の皆様が和やかな雰囲気働いていらっしゃる様子が私たちに伝わり、TOWA株式会社様の多くの魅力を発見することができました。

また、グループごとに役割分担をしたことで、効率性を大いに高めることができました。そして何よりクラス全体が仲良く、グループの垣根を越えてコミュニケーションを取ることができたため、一致団結して活動できたと思います。

課題解決にあたって、初めに私たちはアンケート調査を元にTOWA株式会社様の現状や取り組むべき課題について分析しました。次にそれをもとにした3つの異なる視点からのPR企画、学生をターゲットにしたキャッチコピーの提案を行いました。企画を考える際には根拠を重点的に強化し、より論理的で実現可能な提案ができる様に試行錯誤しました。

半年間かけて行った今回の課題解決は非常に充実しており、今後の社会人へのステップアップに繋がるものと感じました。実際に、オンライン会議で長時間一緒に作業し、相談しあうことは今までに経験したことがなく、改めてチームビルディングによる情報共有の重要性に気付きました。今後私たちが実社会へ雄飛する際、これらの経験は大変貴重なものと成り得ます。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 金井 工 坂田 理歩

今年度のPBLもオンラインでの取り組みがメインとはなりましたが、画面越しでも、学生の皆様の非常に熱心な姿勢を伺うことができました。授業内での質問や、資料作成、アンケート実施など、様々な方法で課題に対して取り組んでいただけたと感じています。こちらから時に厳しい指摘をすることもあったかと思いますが、前向きに捉え、最終成果報告会のギリギリまで、提案内容の改善を続けていただけたことも、非常に素晴らしかったと思います。結果として、こちらが提示した課題に対し、非常に参考となる意見をいただくことができました。今後もその姿勢は様々な場面で強みとなると思いますので、ぜひ発揮していただきたいと思います。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

今年度も昨年度に続きコロナ禍のもと、フィールドワークをはじめ多くの活動が制限されました。それでも昨年度と違い、少人数の演習授業ゆえに、特別に教室での対面授業が許されました。この学年はコロナ禍のもと大学生生活をスタートしオンライン中心の1年間を送ったので、顔を見てグループ活動ができる喜びで教室は常に笑顔が溢れていました。そのことが何より嬉しかったです。また、彼らはオンラインと対面を使い分けて大きな成果をあげる術を身に着けたように見えました。その逞しい姿にウィズコロナ時代に向けた大きな可能性を感じました。メンバーには例年同様「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。成果報告会の後にご担当の方から、どれもすぐに実現可能な提案だと高く評価していただけたことは本当に嬉しかったです。お忙しい中、常に学生たちに寄り添いご指導くださいましたTOWA株式会社の皆様に、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



オンライン工場見学

**TOWA株式会社**  
**オンライン企業説明会**

日付 **10月21日(木)**

対象者 **大学生・大学院生  
ご家族も大歓迎**

時間 **10時~12時**

場所 **ZOOM**

申込先はこちら→

お問い合わせはこちらまで  
**000-000-0000**

チラシ作成例 1

教室と工場を繋ぐ!

**[TOWA株式会社  
オンライン工場見学]**

開催日: ○○年 ○月 ○日

- ・開催場所: zoom上
- ・対象: 京都市内に在住する小・中学生
- ・集合場所: ○年○組教室

【イベント内容】

- ・実際の工場見学
- ・会社の技術で作成したサンプルを体験
- ・半導体についての質問会

【タイムスケジュール】

- 9:00~9:05 TOWA株式会社のあいさつ
- 9:05~9:30 オンライン工場見学
- 9:30~9:45 質疑応答

チラシ作成例 2

**【そもそも半導体って…?】**

電気を通す「導体」と通さない「絶縁体」の中間が半導体!

↓

これがあつて...

色々な家電製品が動かせます!

TOWA株式会社について

- ・半導体を製造するための機械を“製造”する会社!

—ルディングという分野では

世界トップシェア!

【会社概要】  
TOWA株式会社  
〒601-8105  
京都市南区上鳥羽上調子町5番地  
TEL (075)692-0250 FAX (075)692-0270

HPアクセス数と個人の興味に関するフローチャート



キャッチコピー立案の様子

**即戦力、即世界**

世界に広げる、あなたを支える

社員に愛を、半導体に夢を

あなたがつくる、あなたとつくる



## 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

唐崎 流空(経営)、亀田 実来(経営)、北村 隆登(経営)、塩尻 璃杏(経営)、  
田淵 美唯彩(経営)、芳賀 かれん(経営)、濱田 朋実(経営)、松尾 一輝(経営)、  
常石 泰成(法)、浅井 悠花(現代社会)、伊藤 ゆめか(現代社会)、岩崎 翔太(現代社会)、  
宮崎 智輝(現代社会)、汐田 晴紀(国際関係)、高須 優太郎(文化)

## ■担当教員

横森 匡弘

## 活動目的・概要

私たち京都鉄道博物館クラスは、昨年に引き続き「京都鉄道博物館に『京都市在住者』を誘致せよ！」という課題をいただきました。「京都鉄道博物館」という存在は知っているものの、来館者が全体を通して少ないことについて調査を行うために、まずは博物館の視察を通して、どの世代の顧客層が一番少ないかを考えました。すると、中学・高校・大学の若者世代にあたる入館者が少ないことに気づきました。そこで、私たち若者世代が今関心のあるものについてInstagramを用いてアンケートで調査を行い、そこから「どのようなイベントを行えば私たちがこの博物館を訪れるキッカケを作ることが出来るのか？」についてクラス全体で話し合い、そこから3つのイベント班に分かれて準備に取り掛かりました。イベントの詳細については「活動の成果」の通りです。

同時に、クラスでは京都鉄道博物館公式HPや公式SNSの閲覧者が少ないことも課題として認識し、解決策について話し合いました。そこで今回私たちは、若者が頻繁に利用するSNSに焦点を当て、特にInstagramを用いた宣伝活動を行うSNS班を新たに設置し、私たちのイベントを通して京都鉄道博物館の宣伝活動を行い、認知度向上に努めました。



## ◆主な活動

2021. 4. 22	・ 課題説明	2021. 8. 26	・ 現地視察訪問
2021. 5. 30	・ 現地視察訪問	2021. 9. 3	・ 最終成果報告会
2021. 6. 6	・ 現地視察訪問	2021. 9. 12	・ 昭和レトロ・ オリジナルきっぷプレ企画
2021. 6. 17	・ 中間報告	2021. 10. 17	・ 現地視察訪問
2021. 7. 8～13	・ アンケート実施	2021. 10. 30	・ 銀河鉄道他プレ企画
2021. 7. 29	・ プレイイベント提案	2021. 11. 16	・ 本企画提案



## 活動の成果

### ターゲットと授業テーマの設定

課題解決策のターゲットとして、京都市在住者全体の来館者人数の底上げを行うために、人口に占める大学生の割合が日本一大きい地域でありながら、最も少ない来館者層である大学生などの若者に焦点を当てました。

また、若者の間ではSNS(TwitterやInstagramなど)での情報取得が主流になっており、それらを拡散する力を持っています。この観点から京都鉄道博物館様のSNS戦略に力を入れ、若者層の集客を狙いました。先輩方のこれまでの貴重なデータを資産として受け継ぐとともに、新たなニーズ調査も実施し、それらを踏まえた上で、以下の3つの企画と新たなSNS戦略を通して、課題をクリアしたいと考えています。

1. 最近各地のテーマパークなどで取り上げられ始めている「昭和レトロ」を私たちらしい手作りアレンジで発信し、博物館に若さと活気をもたらします。
2. 鉄道と言えば「切符」がつきもの。そこで切符に願いを込めて大切な人に贈る企画を始め、オリジナルの「縁日」イベントでは若年層だけでなくファミリー層にも楽しんで頂きます。
3. 「昼の博物館」はいつもと同じ風景ですが、「夜の博物館」(ナイトミュージアム)にて、私たち独自の光と映像を駆使して思い出に残る夜を創造します。

### SNS

SNS班では京都鉄道博物館公式Instagramで博学連携初となるイベント広報の機会を頂き、オリジナル広告と短編動画を投稿しました。若年層がよく利用するInstagramに情報を掲載することで、より若年層の目に止まるのではないかと考えました。イベントの雰囲気がかめるように、実際イベントを行う現地で動画を撮影しました。またハッシュタグの数を増やし、検索ワードに引っかかりやすくする戦略も図りました。

### 昭和レトロ

昭和レトロ班では、若者世代の間で何が流行しているのかについて着目したところ、フィルムカメラを使い写真を撮ること、純喫茶に行くこと、など、身近に様々な「昭和レトロブーム」が起きていることに気づきました。京都鉄道博物館様にも「昭和乃駅」という展示があることから、「昭和レトロ」と「鉄道」を組み合わせたイベントを行うことで若年層に対する集客力が発揮できると仮説を立て、イベントの企画をしました。また「ワードラリー」では、オリジナルクイズを作り、問題のヒントを見ながら決められた時間内に館内を探索し、答えを探すことで学びにつながるイベントを企画しました。

### オリジナルきっぷ

オリジナルきっぷ班では、鉄道の魅力とは何なのかにこだわり、まず学生が考えたオリジナルデザインの切符に来館者がそれぞれの想いを込めた行き先と目的地、きっぷフォルダーには大切な方へのメッセージを自由に書き込むことができるワークショップを企画しました。

さらに、この夏なかなか行われていない縁日を博物館で実施し、来館者に驚きと心からの楽しさを提供できるような計5つの屋台を企画しました。どの屋台も低年齢層だけではなく、若年層も楽しめる内容にしました。

「縁日」×「京都鉄道博物館」と言う新しいコラボレーションで新たな魅力を発信し、来館者増のきっかけになることを確信し、企画しました。

### ライトアップ

ライトアップ班では、若年層が「京都鉄道博物館に来たい!」と思うものはどのようなものかについて追及しました。その結果、京都市の保育園や幼稚園と連携した心温まる「灯籠展示」、昨今なかなか旅行に行けないことから見られない車窓の風景、そこから銀河の果てまで走ると一夜限りの特別運行を行う「銀河鉄道」の2つのイベントを企画しました。

本企画では、今回のターゲットである若年層を中心に人気の企画となってたくさんの人を集客できると予想します。2つのイベントは、10月下旬に行われるナイトミュージアムの一環として行われ、普段とは違う京都鉄道博物館様の新しい魅力を発信します。

## 活動を振り返って

京都市在住者の身近にある京都鉄道博物館様に、どのような魅力的なイベントがあれば来館してもらえるのか、初めのアイデア出しに苦労しました。またイベントに向けた準備を夏休み期間中にしましたが、ほぼオンライン上での活動だったため、学生同士でスケジュールを合わせて企画を進めることにも苦労しました。ここから、全員が自発的に行動しなければ、企画は円滑に進まないということを実感し、自分が班の中で何ができるかを問いかけながら、企画実行に向けて緻密な計画を立てることを学びました。イベントごとに分かれた班内では、班のメンバーと独自に計画を立て実行しました。しかし、各班の中でのチームワークはしっかりと取ることができましたが、クラスという大きなくくりになると、お互いの現状把握が薄れてしまったことが反省点に挙げられます。こまめに議事録を取ることが、お互いの現状把握ができる手段であったと学びました。

イベント中の集客では、コロナ禍の中、来館者と距離を空けて接しつつ私たちの企画を最大限楽しんで頂くことに各自工夫し個性を活かしてトライしました。一方で低年齢層（親子連れ）のお客様対応に集中するあまり、ターゲットである若年層への声掛けがおろそかになってしまいました。今後は若年層の嗜好に当てはまるリアリティ溢れる雰囲気を作ることが大切だと学びました。

イベント後の振り返りとしては、ターゲットとしていた若年層を集客することが難しかったです。私たちが考案した企画と京都鉄道博物館様の繋がりが弱かったため、繋がりを強くし、魅力を大いに伝えられる企画を提案することが今後の課題となりました。また、社会人と直接関わり、連絡を取り合う際のマナーや姿勢を学ぶことができました。0/OCF-PBL2で唯一対面でイベントを実施したクラスだったため、今後の学生生活に生きる貴重な体験をすることができました。

今回のイベント企画にご尽力くださった京都鉄道博物館様に厚く御礼申し上げます。

## 課題提供者からのコメント

京都鉄道博物館 総務企画課 廣田 琢也

当館からの課題をどの様にして解決するのか、皆さん大いに悩まれたことと思います。当館はおかげ様で京都市在住の方に認知いただいておりますが、来館には至らないケースが多くあります。今回取り組んでいただいた皆さんでも当館来館経験の無い方が多く、自分たちを含めたその様な人たちをいかに博物館へ呼び込むか、「昭和レトロ」と「ナイトミュージアム」をキーワードに、来館者に非日常感を与える学生らしい新しい取り組みを提案してくれました。

また、昨年度はコロナ禍で実施できなかった当館での実証活動を今年度は開催することができました。皆さんが考え抜いたアイデアは効果が見られたのでしょうか。思った通りにできたこと、できなかったことがあるでしょう。それらに対する振り返りをしっかり行い、課題解決に向けて考察するという行動が、皆さんの今後に役立つ貴重な経験になると思います。半年間お疲れ様でした。

## 担当教員からのコメント

現代社会学部 教授 横森 匡弘

このクラスでは、京都鉄道博物館様への企画提案のみならず「提案内容を実際の現場で実施し」、「それを踏まえて再度提案する」と言う、非常に貴重な機会を頂くことができました。企画検討の過程ではコロナ禍はもちろんのこと、その他様々な壁が目の前に立ちはだかっていました。しかしクラスメイト相互のチームワークで1つ1つ解決し、来館されたお客様の笑顔と共に大きな成果を得、また自分達の課題を明確にすることができました。

現代のビジネスでは様々な制約の中でも他に勝る最大限のパフォーマンス発揮が求められます。この授業でもこれまで経験の無い厳しさを味わったことと思いますが、是非今回成し遂げたことを今後の進路で活かして下さい。

## 活動資料

### SNS班の活動成果

Instagramにオリジナルポスターと動画を投稿し、伝えたい内容を掲載することが出来ました。掲載期間が短かったにもかかわらず、投稿には1000件を超える「いいね」を頂くことができました。このことから、SNSの効果は大いにあったと考えました。しかし、今後控えているライトアップ班のイベントに若年層を集客するためには、投稿の掲載期間を1週間以上前から行う必要があると考えます。他の改善点としては、ポスター画像をよりスマホ向けに画像の比率を見直すなど工夫の必要があること、また若年層誘致を促進するため、私たち学生のアカウントで広報活動を行うことが挙げられます。



### 昭和レトロ班の活動成果

鉄道クイズワードラリーと昭和レトロを組み合わせたイベント行いました。館内に貼られたポスターや学生が昭和らしい雰囲気の中で昭和レトロ感をより味わってもらいました。また、参加者には記念として昭和レトロな服装をした学生と一緒に「チェキ」で記念撮影ができるイベントも行いました。

□良かった点：

「チェキ」を用いて昭和レトロの雰囲気を感じてもらえたこと・難読駅名をはじめとする豆知識を学んでもらうことで、生涯学習を大切にされている京都鉄道博物館様の思いに繋げることができたことです。

■反省点：

問題の場所が分かりづらい・ワードラリーが何か理解されていない・昭和レトロ感が弱い・ワードラリーのヒントをInstagramから得ることになっていたが、リール動画がそのような役割を果たしていることを投稿文に記載出来ていなかったこと・また、ターゲット層を京都市在住者の若年層と設定していましたが、京都市外のファミリー層が多く、京都市在住者の集客に力を注ぐ必要があると考えました。



### オリジナルきっぷ班の活動成果

~各屋台の様子と実際開催して感じた手ごたえ~

▶おみくじ：開始15分で終了する大盛況ぶりでした。

▶オリジナルきっぷ：予想以上の参加人数で、親子で楽しんでくださっていました。

▶ボウリング・スーパーボールすくい・輪投げ：

中でもスーパーボールすくいは特に人気を博していました。

親子連れの参加が著しく、今回のターゲット層とは少しずれが生じました。屋台体験後に取ったアンケートからもそのような結果が目に見えました。一方で親世代からは「縁日を体験させてあげられてよかった」など、たくさんのポジティブな回答も頂くことができました。

●友人（大学生）が応援に駆けつけてくれました！

<友人からの企画に対しての感想>

低年齢層の子が多かったため、雰囲氣的に若年層である自分自身が溶け込みにくかった。

→もっと若年層にクローズアップして雰囲気づくり、イベント内容の改善をしていく必要があると考えました。



### ライトアップ班の企画提案

私たちが企画した以下の2件は「どのようなナイトミュージアムイベントが魅力的か？」といったアンケートの結果から得られたキーワードをもとに企画しました。

・**銀河鉄道（星空ツアー）**：館内にある車両内で行います。宇宙の映像をスクリーンに投影し車窓から見えるようにします。さらに映像のスクリーン投影と同時に車内でプラネタリウムを投影し、疑似的に銀河鉄道を体験できるようにします。



・**灯籠（写真映え・ライトアップ）**：京都鉄道博物館様の周辺にある保育園、幼稚園の園児達に絵を描いてもらい、それを灯籠にして展示します。ファミリー層には子供が描いた作品を見てもらう目的、それ以外のターゲットにはライトアップという空間を楽しんでもらう目的で来館してもらえないのではないかと考えます。以上のことから幅広い層に楽しんでもらえるため、事前に行ったアンケート分析結果から京都市在住の若者層が少ないという現状が解消されると考えます。



## 課題提供：株式会社JTB京都支店

# JTBと京都ならではのリソースを利用し、 社会課題を解決するビジネスモデルを考案せよ

### 受講生・担当教員

#### ■受講生

原 秀太(経済)、相沢 さくら(経営)、島田 和哉(経営)、中島 麻姫(経営)、  
三澄 優陽(経営)、宗石 皓資(経営)、山内 唯菜(経営)、渡邊 勇仁(経営)、坂神 裕也(法)、  
津本 光佑(法)、荒木 優衣(現代社会)、園山 和可奈(現代社会)、中納 崇晴(現代社会)、  
村田 睦喜(現代社会)、河内 咲紀(国際関係)、坂本 沙玖耶(外国語)、宮路 真由(文化)

#### ■担当教員

盛田 帝子

### 活動目的・概要

私たちは、株式会社JTB京都支店様より『JTBと京都ならではのリソースを利用し、社会課題を解決するビジネスモデルを考案せよ』という課題を頂き、3つの班に分かれて活動を行い、それぞれ解決のためのプランを考案しました。

1班は、京都市の人口流出を防ぐために、観光×インターンシップという全く新しい形のビジネスモデルを考案しました。株式会社JTB様だけでなく就活生、参加企業、京都市、飲食業や宿泊業の実に6者のメリットを掛け合わせたものになっています。

2班は、オーバーツーリズムによる京都の混雑問題を緩和するために、一般ユーザーと法人・事業主ユーザーの情報を統合した新たなプラットフォームを考案しました。それにより、効率的な情報共有による混雑緩和だけに留まらず、経営資源としての情報や災害時への応用も可能になります。

3班は、京都の人口流出問題、並びにコロナ禍における宿泊業の経営難を支援すべく、ホテルで一人暮らし体験を行う企画を考案しました。また、様々なオプションを設けることで、類似のサービスとの差別化を図りました。

各班それぞれアプローチは違えど、JTBと京都ならではのリソースをうまく利用し、社会課題を解決できるようなビジネスモデルを考案しようとチャレンジしました。



#### ◆主な活動

2021. 4. 22	・課題説明	2021. 6. 17	・中間報告
2021. 5. 18	・チーム活動開始	2021. 7. 10	・アンケート実施（1班）
2021. 5. 20	・アンケート実施（2班）	2021. 7. 29	・アンケート実施（3班）
2021. 6. 3	・JTB京都支店様への質問会	2021. 9. 3	・最終成果報告会



## 活動の成果

### 1班

私たちは、京都の人口流出問題についてフィーチャーし、株式会社JTBのリソースを活用して解決をはかります。題名は「京都を味わえインターンシップ」。インターンシップ×観光をコンセプトにした今までにない全く新しい企画です。

内容としては、京都市および求人を出している京都市の企業10社以上と連携し、合同でインターンシップを開催します。期間は長期休暇中の2週間。参加する就活生は京都市に限らず全国から募集します。参加者はこのイベント期間中に、連携している企業のインターンシップに自由に参加することができ、宿泊費・飲食費・交通費とあらゆる面で割引サービスを受けることが可能になります。

この企画でメリットを受けることができるのは、コロナ禍で就職が厳しい中、少しでも自分に合った企業に入りたい就活生だけでなく、人口流出を食い止めたい京都市、すぐに会社を辞めてしまう人を減らしたい企業、客足がなかなか戻らない飲食店や宿泊業はもちろんのこと、株式会社JTB様もこのシステムを他の地域で活用することができ、6者間のニーズを満たすシステムとなっています(→4枚目・活動資料1班を参照)。

現代の社会課題を解決し、今後の社会でも求められる画期的なビジネスモデルを考案しようとチャレンジしました。

### 2班

私たちは、オーバーツーリズムによる混雑の解消を目的として、京都市内の混雑状況の情報を一般の人(一般ユーザー)が共有するアプリケーションと、法人・事業主(法人・事業主ユーザー)が活用するソフトウェアを同時に開発・統合し形成されたプラットフォームを利用することで京都市内の住民と観光客、株式会社JTB京都支店および連携している企業に便益を提供するビジネスモデルを考案しました。

4枚目の「活動資料」2班に掲載した下の図のように、一般ユーザーが統合されたプラットフォームを通してリアルタイムで混雑状況を共有することで、一般ユーザーの効率的な意思決定を促し、人の分散が実現され、混雑緩和に繋がると考えます。また、法人・事業主はリアルタイムで客層、混雑状況等の経営資源にもなりうる情報を得ることができ、効率的な運営を行うことができます。

さらに「活動資料」2班の下の図のように、行政と連携することができれば、災害発生時の際、避難所の混雑状況や危険な車道の情報共有をリアルタイムで行うことで、利用者の安全を促すことができると考えます。そして、病院と連携することができれば、現在のコロナウイルスによる病床逼迫の情報を瞬時に共有することも可能になります。私たちの提案するビジネスモデルは、将来の予測不可能な社会にも貢献できる可能性があると考えています。

### 3班

私たちの班は、京都の大学への進学を控える高校生や京都での就職を考える大学生をターゲットに設定した“京都で一人暮らし体験”という企画を提案します。

この企画を検討するにあたり、学生を対象にアンケート調査を実施したところ、一人暮らしに対する不安や、一人暮らしを経験してみたいなどの理由から、短期間でのお試し感覚で味わえる一人暮らし体験に魅力を感じるという意見が集まり、当企画には需要があると考えられます。

実施する期間としては春夏の長期休暇で、半月~1ヶ月間を目安に体験して頂こうと考えています。また、コロナ禍で経営悪化に見舞われた宿泊業を応援すべく、当企画はホテルの部屋を借りて実施し、場所は、一人暮らしをする際に立地を重視するというアンケート結果から烏丸周辺とし、一人暮らしに必要な設備が充実している場所を選びます。具体的には、一例としてシタディーン京都というホテルを考えています。

単にホテルの一室を借りて一人暮らしを体験して頂くだけではなく、ご自身に合ったオプションを選択型で提供します。内容としては自転車の貸し出し、季節別の観光案内、京都市ボードゲームカフェの初回無料サービス、そして体験授業や学内見学・企業説明会をメインとした受験生・就活生応援サービスがあります。

最後に、一人暮らし体験に、体験者それぞれに合ったオプションをご自身でカスタマイズして頂けるというサービスが加わることによって、一人暮らし生活の幅が広がる点がこの企画の最大の魅力として挙げられます。(→4枚目・活動資料3班を参照)

## 活動を振り返って

<1班>今回の企画を通じて、コミュニケーションの難しさを痛感しました。今年度は主にオンラインコンテンツを利用して活動を進めましたが、画面越しでのコミュニケーションは様々な障害が生じ、簡単ではありませんでした。しかし、メンバー同士が意見を出し合い、それぞれの意見を汲み取った企画にすることができました。また、活動を通じて多角的に考える力が身に付いたと感じています。企画を制作する側の視点だけにとらわれず、企画の参加者などの視点も取り入れることで、多様な角度から問題解決にアプローチすることができました。今回学んだことを活かし、今後の成長に繋げていきたいです。

<2班>私たちが企画を進める上で苦労した点は、多様な視点から物事を考えることと、企画を文章化することでした。特に、当企画は構造が複雑だったため、企画を文章化することに苦労しました。そのような中で、イメージを他者にわかりやすく伝えるために画像を作成し、言葉の言い換えなどを工夫しました。この活動を通して学んだことは、チームでの役割、社会人基礎力を高めることです。チーム活動を行っていく上で、役割分担をしっかりと決め、個人が責任をもって活動することができ、個人の主体的な行動を高めることができました。また、そのようなチーム活動を通して、チームでのコミュニケーション方法、多様な視点から考え抜く力を得ることができ、社会人基礎力も身についたと考えています。最終成果報告会の後に、株式会社JTB京都支店様から、類似企画を他企業様が同時期に考案されていたと伺いました。試行錯誤を繰り返した成果が、新規ビジネスとして社会で実現されていたことを知り、とても嬉しく思いました。

<3班>私たち3班は、一人暮らし体験ということで「“リアルさ”を追求すること」と、「JTB様のリソースを活用した観光等の非日常的な体験の提供」を両立させることに最も苦労しました。中間発表の際に「ただの一人暮らし体験では“旅行気分”で終わってしまうのではないか」というご指摘をいただき、そこから「メインの一人暮らし体験にどのような付加価値をつければ独自性のあるプランにできるのか」というグループ内課題を解決すべく何度も話し合いを行いました。そこでは各々がアイデアを出し合い、ただ意見に同調するのではなく自分の意見をしっかりと主張する、まさに“討論する”ということを通して全員の総力を結集した結果、課題解決に繋がりました。こうしたO/OCF-PBL1で学んだことを活かしたグループ活動により、実践的な能力を培うことができました。

## 課題提供者からのコメント

株式会社JTB京都支店 営業担当課長 久保田 敬三 / 當間 由行

今回のプロジェクト課題は非常に難しかったのではないのでしょうか。一般的にJTB＝旅行というイメージがある中でこの課題に取り組むには、弊社の経営理念やビジョンのみならず、事業領域、顧客、マーケットを理解し、更に社会情勢にも目を向ける必要があります。そういった大変な中でも、非常に思慮深くそして積極的に取り組んで頂いたと思います。今回のプロジェクトを通じて、最初の授業でお話した「社会人基礎力」「偶発の出来事をチャンスにする5つのスキル」について、皆さんが何かしら感じてもらえたとしたら、大変嬉しく思います。そしてこの経験を今後の新たな行動に繋げてくれることを期待しています。

## 担当教員からのコメント

外国語学部 教授 盛田 帝子

一人一人が自分の強みを活かし、足りないところをフォローし合って、最後まであきらめずに活動したとても魅力的なクラスでした。社会で真に必要とされている課題を見つけ出すためには、複眼的に社会を観察しなければなりません。これまでの思考の癖を転換する必要に迫られ、限界を感じたこともあったかと思えます。しかしオンラインと対面の双方の利点を活かし、互いに議論し合って信頼関係を築き、納得する成果を出せたことは自信に繋がったことでしょう。熱心にご意見やアドバイスをいただきました株式会社JTB京都支店様には深く感謝しております。学内の座学だけでは体得できなかった思考力や行動力、そして社会人基礎力を、お二人のお導きによって得ることができたと考えています。

# 活動資料

JTBと京都ならではのリソースを利用し、社会課題を解決するビジネスモデルを考案せよ

## 1班

若者の人口流出

インターンシップ

## 2班

オーバーツーリズム

新たなプラットフォーム

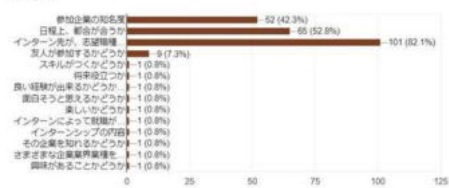
## 3班

京都の人口減少

一人暮らし体験

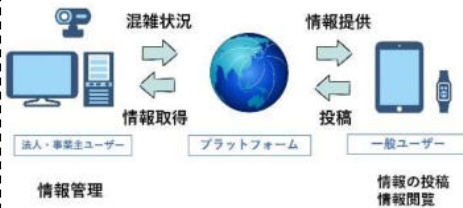
あなたがインターンシップに求めるもの・重視するものは何ですか

123件の回答



**6者間の相互メリット**

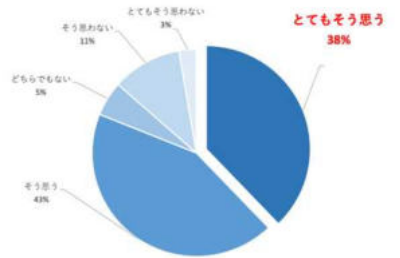
- 〈京都市〉** 人口減少の解決 交通局と連携し 交通費割引サービスを提供
- 〈就活生〉** 理想/想像以上の 就職先を発見 人口回復のキッカケ
- 〈企業〉** 新入社員とのミスマッチを防ぎ、コミュニケーション能力の高い社員を獲得 インターンシップを開催
- 〈飲食店〉** まとまった集客とロコミの獲得 割引サービスを提供
- 〈宿泊業〉** まとまった集客とロコミの獲得 割引サービスを提供
- 〈JTB〉** 登録料だけでなく、アプリなどの実際に活用できるシステムを獲得 企画の運営を担当



### —今後の展望—

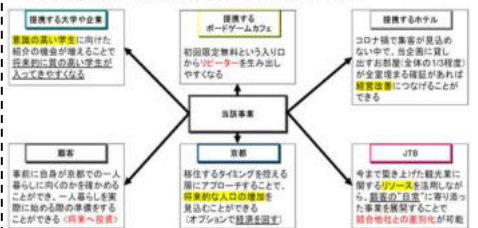
- 病院**
  - 病床の情報や待合室の混雑情報の共有
  - 混雑緩和による感染症防止の役割
- 行政**
  - 町単位の人流の把握により 災害時に避難所の混雑情報が共有可能
  - 予算の使い道や市政の運営方針決定の資源に
- 消防署 自衛隊**
  - 災害発生時にGPS位置情報から 被害者の救出活動が可能
  - 危険な場所・道路の動告、避難誘導が可能
- 電車 バス**
  - 駅やバス停の混雑情報の共有や遅延情報の提示で効率的な移動を促進

「一人暮らし体験サービス」を利用してみたいかどうか (N=126)



経路の経路(具体的な事業内容)

### この事業がもたらす各方面へのメリット





## 課題提供：京都市動物園

# 生き方の多様性は尊重されているか？

## ー野生動物から学び、若者へメッセージを発信しようー

### 受講生・担当教員

#### ■受講生

片岡 久美子(経済)、森永 康平(経済)、横矢 麻衣(経済)、森田 拓海(経営)、山下 桃佳(経営)、吉岡 瑞葵(経営)、栗田 周祐(法)、阿部 葵彩(現代社会)、塩谷 響(現代社会)、南里 裕樹(現代社会)、鰐淵 奈美(現代社会)、林 菜央(国際関係)、吉野 百香(国際関係)、岸 晴香(外国語)、高橋 瑠伊(外国語)、玉垣 桃花(外国語)

#### ■担当教員

松尾 智晶

### 活動目的・概要

京都市動物園様からの課題には3つの段階があります。まず第1段階「動物園からのメッセージを知る」では、本課題解決のキーワードとなる**多様性**を理解するための質疑応答会を自主的に実施しました。そこで、理解させるだけではなく動物・動物園に関心を持たせるアプローチが重要だと気付きました。

次に第2段階「大学生にとって動物園からのメッセージにはどのような価値があるのか、価値を見出し、表現する」では、大学生を対象とした「感情と行動の繋がり」「動物園およびSDGsに対する印象」に関するWebアンケート調査と、同世代で動物と親密に関わっている動物専門学校3校の学生にアンケートとインタビュー調査を行い、計659件もの回答を得ました。また本校教員や動植物園、水族館、動物愛護の専門家にもインタビューを依頼し、9件全てからご協力を頂きました。これらの調査を通して、京都市動物園様は動物福祉について学べる場であり、動物の大きさや動きを直接見て楽しめる場であることを再認識することができました。

最後に第3段階「大学生を対象とした発信」では、調査結果から大学生のユーザーが増加傾向にあるInstagramを用いて動物・動物園への関心を引くためのショートムービーを発信する案と、動物園からのメッセージを「動物おみくじ」という形で楽しく理解してもらう企画案を立案しました。以上について8月末に本課題提供者様にプレゼンテーションの機会を申し入れ、「面白い」とお褒めいただきました。課題解決案の実践については、現在も活動継続中です。



#### ◆主な活動

- 2021. 4. 22 ・ 課題説明
- 2021. 5. 8 ・ 第1段階に関する質疑応答会
- 2021. 5. 27 ・ 田中先生の講義①
- 2021. 6. 3 ・ 田中先生の講義②
- 2021. 6. 24 ・ 中間報告
- 2021. 8. 18 ・ 田中先生に活動成果プレゼン
- 2021. 9. 3 ・ 最終成果報告会

#### 【アンケート実績】

- 2021. 7. 23-7. 31 ・ 大学生版 (618件回収)
- 2021. 7. 21-8. 2 ・ 動物専門学校版 (41件回収)

#### 【インタビュー実績】

- 2021. 7. 19 ・ 本学生命科学部西田先生
  - 2021. 7. 21 ・ 大阪動植物海洋専門学校様
  - 2021. 7. 22 ・ 本学現代社会学部足立先生
  - 2021. 7. 24 ・ 大阪ECO動物海洋専門学校様
  - 2021. 7. 30 ・ 神戸動植物環境専門学校様
  - 2021. 8. 4 ・ 桂浜水族館様
  - 2021. 8. 5 ・ 認定NPO法人  
アニマルライツセンター様
  - 2021. 8. 8 ・ 大牟田市動物園様
  - 2021. 8. 19 ・ 京都市美術館様
- (下線はメールでの実施)



## 活動の成果

### 第1段階

### 第2段階

関心

・身近な動物や野生動物、動物園の  
・「面白さ」を知り、自分の目で動物を  
・見て、感じたいと思ってほしい

行動

・若者（大学生）に動物園へ来てほしい

理解

・様々な動物の生き方を自分なりに  
・楽しみながら、観察し学んでほしい

発展

・自分なりの新たな行動や関心に  
・つなげてほしい

複雑な「生物多様性」を発信するよりは、  
**身近な問題**に焦点を置き、関心を集めるべき

生物多様性の知識がない人にも  
考えさせるきっかけを

人と動物の多様な関係を  
生かした価値にしたい

価値を効果的に発信するには「自己成長に  
繋げられる」ことを示す必要がある

動物も、人間と同じく  
個性や感情があり、**同じ命**である  
ということを大学生に気づいてほしい

⇒動物園が伝えたいメッセージは  
「動物園にいるさまざまな動物の本来の行動や  
習性を知ってほしい」ということです。

⇒私たち人間も動物園の動物も限定された環境の  
なかで生きている、ということに気づき生きるための  
手ごかりを得られる価値が得られると考えました。

# おなじいきもの、ちがういきがた。

## 発信案1. ショートムービー案

スクロールすると次々動画が再生されるInstagramのリール機能を使用し、動物・動物園に関心をもってもらうための動画を投稿します。

### 動画案①動物の豆知識紹介

・京都市動物園にいる動物に人の声を当てはめ、動物が自身の豆知識を紹介します。

### 動画案②京都市動物園にいる動物当てクイズ

・シルエットやズームアウトなどで京都市動物園にいる動物を表示し、何の動物か考えてもらうクイズを行います。

・アカウント名は「30秒でわかるどうぶつ図鑑」、プロフィールには私たちが活動を通じて考えたメッセージである「おなじいきもの、ちがういきがた」というロゴを使用します。

→動物に関するクイズなどの動画を発信するだけでなく、ロゴによって**問題提起**をすることで大学生が動物園にもっと興味を持ってくれるのではないかと考えました。



## 発信案2. おみくじ案

### 【おみくじを楽しむプロセス】

- ① QRコードを読み取り、運勢とぴったりの動物と今後の指針となる**格言**（例：キリン 首を長くして待つべし）を写真とともに掲載します。
- ② 動物がありのままの姿で暮らせるように工夫している京都市動物園様の**取り組み**を紹介します。
- ③ **問題提起**（上記の取り組みや動物園の動物を見ることで自分と動物とを比較し自分の生き方を考えさせることができます。）
- ④ おみくじの結果や問題提起に対する意見はSNSでツイート、シェアできます。  
→楽しみながら**参加型学習**を行うことができます。



## 活動を振り返って

**阿部** 普段接点のない企業や専門学校の学生へのインタビューを通して、新たな視点を得ることができました。また、チームで活動していく中で人の価値観や考え方の違いを身をもって感じ、チーム活動の大変さと大切さを学びました。

**片岡** チームメンバーとの意見交換や企業・団体の方へのインタビューなど、自分に無いものを持っている人との関わりを通して、考えたことを自分の中で噛み砕いた上で発言する力や説得力がつけました。

**岸** 今回の授業を通して、チームメンバーの顔色ばかりを伺うのではなく、自分自身の意見を持ち、相手に発信することの大切さを知ること、そしてその実践ができ、チーム活動に必要なスキルを身に付けることができました。

**塩谷** 活動を通して、他人の意見を聞くだけでなく自分の意見を持ち、伝えることの大切さに気づき、その後押しをしてくれる先生方やメンバーと活動することで発言する力や思考力が身に付きました。

**高橋** チームとして動くことの難しさを痛感できました。クラスの力をうまく活用し、力を発揮できている場面もあれば、力を発揮できていない場面もありましたが、その経験からチームワークの難しさを知ることができました。

**玉垣** 相手の意見に賛成したり、意見の不一致から納得いくまで議論を重ね、課題を解決してきたことから、人と違う考えを持ち伝えることは、相手を否定しているのではないと気づき、活動前に比べ発言力が身に付きました。

**南里** チーム活動だったので、自分の行動次第で他の人にも迷惑がかかるかもしれないプレッシャーはありましたが、自分がミスしてもクラスメイトがサポートしてくれたことで他の人と協力する大切さを学ぶことができました。

**林** チームの一員として活動する楽しさや難しさを知ることができました。特に、最終成果報告会に向けた活動では意見が思うようにまとまらない時もありましたが、最後にはチームの仲間と心一つにして活動できたと思います。

**森田** 半年間の活動を通じて、チームで動く際に自分から発言すること、相手の考えを聞くことの大切さを学ぶことができました。また、自分が苦手なこと、得意なことを見つける自己発見に繋がりました。

**森永** チームとして活動し、経験することで未熟な自分をみつめることができたと同時に、自分の可能性を知りました。また、メンバーと共に活動することで一人では思いつかなかったアイデアを実現することができました。

**山下** 興味をとことん追求し多様な手段を用いて調べ、積極的に活動するメンバーに刺激をもらった期間でした。共に活動していく中で自分の意見を常に持つことの大切さや、議論を深める大切さを改めて感じました。

**横矢** より良いものを作り上げるために、ディスカッションを重ね続けることや相手の立場になって考えることが重要だと感じました。個性溢れるメンバーと共に活動する中で、新しい視点が増え、自分が持っていた偏見に気づけました。

**吉岡** 違う学部の人と意見を交わし、自分の考えていることを伝える難しさ、様々な物事の捉え方など、学部の授業だけでは学べないことがたくさんありました。また、チーム活動に役立つスキルを身に付けることができました。

**吉野** 他人の考えを尊重すべきであって指摘する必要はないと考えていたが、チーム外の多くの人を説得しようとするなら、まずチーム全体が納得するものを作る必要があり、自分が納得できない点も指摘する重要性を学びました。

**鱒淵** 学部や考え方の異なるクラスメイトや、これまで関わることのなかった企業や学生の方と意見交換ができ、知見が広がりました。また、自分の意見を誰にでもわかりやすく伝えることの難しさや重要性を知ることができました。

## 課題提供者からのコメント

京都市動物園 生き物・学び・研究センター長 田中 正之

2年前に続いて2回目のPBLをお受けしました。前回との違いは、コロナ禍における制約です。前回は、京都市の人口の10%を占めながら、動物園の入園者層の中で特に割合の低い大学生の入園者を増やすには、という課題でした。その際に大学生の興味を引くにはSNS等で魅力的なコンテンツを提示し、いわゆる「バズる」仕掛けを作るという有効なアイデアが出ていました。しかし、今や「密を避ける」ことを求められる時代。安易な手段ではなく、動物園の意義を正しく理解してもらった上で学生たちが何を考えて出してくれるかを問いました。その結果、動物を飼うことの意義の理解、動物園で働きたいと思う若者へのインタビューなど、期待を超えるほど熱心に議論を重ね、取材をしてその成果を発表してくれたと思います。ご苦労様でした。

## 担当教員からのコメント

共通教育推進機構 准教授 松尾 智晶

今年度は田中先生から『抽象的かつ本質的な課題への挑戦』をご提案頂き『どこまで取り組めるか?』と私も挑戦の思いでした。皆さんは【動物園】の専門知識がなく純粋な興味関心でこの課題を選び、オンライン大学生活2年目でコミュニケーションの難しさに直面しながらも、専門書を読み、SDGsを調べ、学内の先生方や学外の専門学校、動物園・水族館・美術館、NPO団体に果敢にインタビューして高等教育の醍醐味である深い探究型の学修を実践しました。特に最終成果報告会直前3週間の熱く真摯な協働経験は、皆さんの財産です。誇るべき成果の活動を、より佳い大学生活と将来のキャリアに活かしてください。

## 活動資料

### 発信案①ショートムービー案



### 発信案②おみくじ案



## クラス活動風景

私達のクラスの強みは  
行動力です。



Illustrated by  
WANIBUCHI and YOKOYA  
このプロジェクトを表現したイラストです。



## 課題提供：株式会社フラットエージェンシー

**コロナ禍でどのように集客UPを目指すか。  
あらゆる角度から提案してください。**

### 受講生・担当教員

#### ■受講生

齊藤 愛奈(経済)、林 翔牙(経済)、村岡 奎介(経済)、米澤 華那(経済)、  
内田 万祐子(経営)、大西 功起(経営)、岡本 悠花(経営)、田原 真菜(経営)、  
井ノ本 昌大(法)、野々村 颯斗(現代社会)、堀川 峻佑(現代社会)、水川 翔太郎(国際関係)、  
山下 萌(外国語)、越智 菜月(文化)、森崎 弘貴(文化)

#### ■担当教員

中尾 憲司

### 活動目的・概要

コロナ禍により減少した集客数を少しでも向上させるため、株式会社フラットエージェンシー様が大切にされてきた「地域やお客様との繋がり」を、オンライン上のコミュニティ（SNS）で、新たなつながりの形とすることを提案します。SNSの発信力、若い世代への影響力を強みとする、Instagramを主に利用して多くの人に株式会社フラットエージェンシー様を知ってもらいます。Instagramでは物件情報・その周辺の情報・一人暮らしガイドを、投稿・ストーリー・動画などで発信します。投稿作成班・動画撮影班・企画班に分かれて活動しました。投稿作成班は物件周辺のカフェなどを調査しに行き、動画撮影班は株式会社フラットエージェンシー様と共に物件を撮影しに行きました。企画班はインスタライブや、ハッシュタグチャレンジの計画を立てました。これらを実行することにより、SNSの運営を継続していきます。将来的には、株式会社フラットエージェンシー様に引き継いでもらい、さらなるアカウントの認知度を向上させることを目的としています。



#### ◆主な活動

2021. 4. 19	・ 課題説明	2021. 8. 23	・ 第1回インスタライブ
2021. 6. 17	・ 中間報告	2021. 8. 30	・ 第2回インスタライブおよび #チャレンジ結果発表
2021. 7. 1	・ フィールドワークおよび 画像動画の編集	2021. 9. 3	・ 最終成果報告会
2021. 7. 29	・ SNS投稿開始		



## 活動の成果

我々が成果として提案、実施した企画内容は株式会社フラットエージェンシー様のInstagram運営です。3つの班に分かれて、活動を行いました。主な活動の具体的な内容がこちらです。

### ・投稿作成班

週3日21時頃に、一人暮らしガイド・周辺情報・物件情報などの投稿を発信しました。一人暮らしガイドは、株式会社フラットエージェンシー様から頂いた情報をもとに作成しました。周辺情報は、自分たちで地区ごとに調査に行き、おすすめの飲食店を紹介しました。物件情報は、撮影班からもらった画像と、株式会社フラットエージェンシー様から頂いた情報をまとめ、投稿とリールを作成しました。



### ・動画撮影班

実際に物件を見て、学生の視点での撮影を行うことで、学生をターゲットとしている京都産業大学前店に合うものを制作しました。動画内に学生が出演するなどして、実際のリアルな大学生を知っていただける動画の作成も行いました。さらに、動画ならではの株式会社フラットエージェンシー様のPRを行いました。各自が自由に編集を行い、その後に意見をまとめ、最適なフォーマットを決定していきました。このように、私たちがInstagramで投稿した動画の形式を、今後株式会社フラットエージェンシー様に引き継いでいただくことも可能となるような活動を心掛けました。

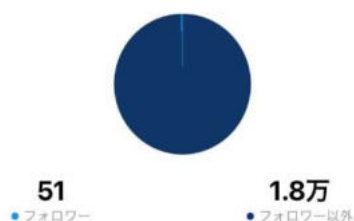
### ・企画班

運営しているInstagramを活用し、ハッシュタグチャレンジとインスタライブを企画しました。ハッシュタグチャレンジは、ハッシュタグをつけて部屋の写真を投稿してもらい、優勝者を決め景品を差し上げるというもので、お部屋部門とお風呂部門の2部門で実施しました。インスタライブでは株式会社フラットエージェンシーの鈴木様・金様と私たちの両名が参加し、株式会社フラットエージェンシー様に学生ならではの質問や雑談を交えながら、ハッシュタグチャレンジの中間発表と最終結果発表をメインに行いました。

### ・現在までの状況とこれから

Instagramのフォロワーの目標人数を、8月23日のインスタライブまでに200人と設定し、7月29日から投稿を開始し、順調にフォロワーを増やしていきました。7月30日から8月20日までの間にフォロワー106名だったのに対して、投稿を閲覧してくれたアカウントは726件でした。また、リール動画は1.3万のアカウントからのアクセスがありました。この結果から、フォローにつながらなかったとしても、多くの人の目に触れてもらえたと考えられます。

フォロワーとフォロワー以外  
リーチベース



コンテンツタイプ  
リーチベース



## 活動を振り返って

### 投稿作成班

よりたくさんの人に投稿を見てもらうために、どのような内容を投稿するか、画像作成を行うか話し合い試行錯誤しました。物件情報の投稿をする際には、似た間取りが多い中で物件の特徴を見出し、分かりやすく魅力的に伝えることに苦労しました。

### 動画撮影班

物件の動画を撮影・編集する過程で、私たちが普段使っている言葉でも不動産業界では使用が制限されていることや、より多くの人に動画を見てもらうためには物件をどのように撮影したらよいかなど、実際に物件に足を運べる動画撮影班だからこそ学べることを知ることができました。

### 企画班

私たちは主にオープンキャンパスでの説明会とハッシュタグチャレンジ、インスタライブを企画しました。オープンキャンパスでの説明会は契約の都合上、実施できず、またハッシュタグチャレンジについても投稿がなかったため失敗という形で終わってしまったのですが、インスタライブは沢山の人の見てコメントをもらい、大成功を収めました。私たちは、段取りと、その企画をどこまで詰めることができるか、また早めに関係先に相談することが企画成功の鍵を握っていることを学びました。

## 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京都産業大学前店 店長 金 大貴

しっかりアンケート調査からどのSNSを利用するか、また即効性はないが弊社が掲げるお客様とのつながりを大切にする観点から、リアルタイムでつながることが出来るインスタライブは斬新でよかったですと思います。エリアの周辺情報やお部屋探しの注意点等あらゆる投稿もできており、実現性もあったと思います。投稿内容やイベント内容は、弊社としても踏み込んでいけなかった点でもあり非常に画期的でありました。しかし、投稿やイベントの実施するにあたり、もう少し計画的に工夫・事前準備が必要であったと考えます。他のクラスとは違い、実施したからこそ、今後の課題・提案できていたと思います。短い期間でしたが、本当に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 中尾 憲司

今年度のフラットエージェンシークラスは、課題が「コロナ禍で学生の集客アップをどのように目指すか提案してください」という、学生にとって取り組みやすい内容であったこともあり、具体的な提案ができたように思います。

また、フラットエージェンシーのご担当者も学生を賃貸物件に連れて行ってくださったり、インスタライブにも参加してくださり、積極的に学生の課題解決をサポートしてくださいました。心から感謝申し上げます。

そのおかげもあって、フラットエージェンシー様のInstagramのページに実際に投稿をしたり、動画を配信、インスタライブを実施することができました。学生にとっても良い経験になったように思います。この経験を活かして、今後仕事を考える際の視点に活かしてもらえればと思います。

## 活動資料

### ・ 投稿作成班 作成した投稿の表紙画像



▲一人暮らしガイド



▲物件情報



▲周辺情報

### ・ 動画撮影班

7月15、16日、8月3日

物件撮影フィールドワークを実施

▼作成した動画  
(一部切り取り)



▼撮影に行った物件



### ・ 企画班

インスタライブの様子→

〈データ〉

	1回目	2回目
・ ライブを見た人数	47人	100人
・ ピーク時の同時視聴者数	11人	18人
・ トータルのコメント数	29件	86件



## 課題提供：日新電機株式会社

日新電機グループの社会貢献活動を知り、  
未来の活動をプロデュースしよう！

## 受講生・担当教員

## ■受講生

徳田 涼太郎(経済)、仁木 魁星(経済)、安川 絵美(経済)、北村 琴実(経営)、  
柳川 未緒(経営)、井本 瑞希(法)、西山 直輝(法)、細川 紗妃(法)、入江 舞香(現代社会)、  
富永 航平(現代社会)、松下 百合子(現代社会)、光成 望未(現代社会)、  
奥村 望央(国際関係)、越原 峻(国際関係)、片山 綾乃(文化)

## ■担当教員

谷口 節子

## 活動目的・概要

日新電機株式会社様から提供して頂いた課題を「“将来的な企業の利益”を見据え、自主的な目標を設定しながら永続的に進め、誰一人として取り残さない社会（特に途上国の支援）、地球環境の保全に取り組むこと」と意味づけました。この意味づけを満たし、かつ日新電機株式会社様だからこそできる社会貢献活動を提案することを目的に、活動に取り組んできました。

活動目的を達成するため、私たちは論理的思考を念頭に進めました。まず初めに課題解決のベースづくりとしてブレインストーミングを行い、クラス全員から意見を出し、出てきた意見を収束し、親和図にしました。次に完成した親和図を基にロジックツリーをHow型でつくり、全体像の把握とプロデュースするための内容の検討を行いました。そして、ロジックツリーを基にプロデュース内容を絞り、それに対応する仮説検証や実態把握を目的としたアンケート、インタビューを行うことで提案内容の根拠をより明確にしました。

以上の過程から、ASEAN地域に目を向けた「インターンシップinタイ」、京都に目を向けた「SDGsの教育」の2つを提案しました。



## ◆主な活動

2021. 4. 22	課題説明	2021. 8. 16	SDGsの興味・関心について海外の大学生に対するアンケート
2021. 6. 12	質問項目を提出	2021. 8. 20	海外支援の経験がある方へのインタビュー
2021. 6. 16	中間報告のリハーサル	2021. 8. 21	アンケート分析（地域社会）
2021. 6. 17	中間報告と質疑応答	2021. 8. 22	アンケート分析（海外）
2021. 8. 12	地域社会のSDGsに関するアンケート タイの留学生へのインタビュー	2021. 9. 3	最終成果報告会



## 活動の成果

### 👉なぜ「タイ」を選んだのか？

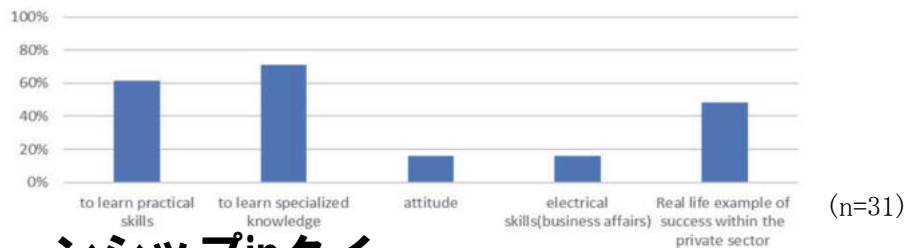
私たちは社会貢献活動を行う上でSDGsの「誰一人取り残さない」というスローガンから京都のほかに、途上国にも目を向けた活動を行いたいと考えていました。そこで日新電機株式会社様の海外法人がASEAN地域にあることを知り、海外法人を通じて取り組むことができるのではないかと考えました。さらに社会情勢等の実現可能性を考慮した結果、「タイ」に焦点を当てた社会貢献活動を考案するに至りました。

### 👉①インターンシップinタイ

このグループは、SDGs・企業に対する興味・関心のアンケートを海外の大学生向けに行いました。「(職種) 専門知識を学ぶ」ことを希望する大学生が最も多く、実践的な学びの場が必要であると考えました。また、企業で働いている社会人の方々の体験談や成功談を聞きたいという学生が多いことも判明しました。タイの留学生に行ったインタビューでは、勉強することに意義を感じていない子どもが多いことも明らかになりました。ほかに、海外支援のご経験がある先生へのインタビューも行いました。

これらの結果から、大学生にも子どもにも意義のあるインターンシップを行うことを提案しました。

If your school could host a Guest Lecturer from the Private Sector, which area of expertise would you be most interested in?



### 👉②インターンシップinタイ

私たちのグループでは2011年に起こったタイの大洪水やプラスチックゴミが詰まって餓死したクジラのニュースが印象的だったことから、社会貢献活動でタイの社会問題に取り組み・解決したいと考えました。そこで、現地のインターンシップのカリキュラムとして、若者からお年寄りまで楽しくタイの未来について考える内容にしたいと考え、誰もが興味を持ちやすいクイズ形式で行う実践的な活動を提案しました。

-タイ (バンコク) ・日本 (京都) ・2011年 (大洪水の年) のバンコクとの降水量比較-

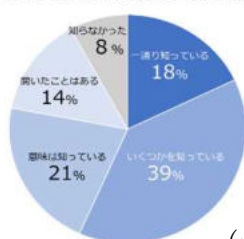


### 👉京都に目を向けた「SDGsの教育」

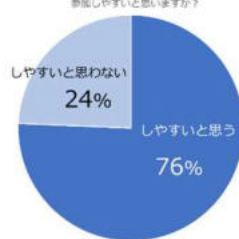
まず具体案を考えるにあたり、地域社会のSDGsに関するアンケートを行いました。その結果、「SDGsの具体的な取り組みは知らない」という人や「周囲の人とSDGsの取り組みを共有できればさらに達成に近づく」「SDGsを共有する場に興味を持つ」と考えている人が多いことが分かりました。しかし実際のところそのような「共有の場」は少なく、各個人での取り組みが主になっている現状も見えてきました。

そこで私たちは「地域社会を巻き込んだSDGs共有の場」実現をテーマに2つの提案をしました。

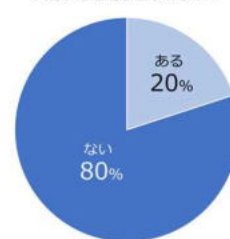
SDGsについてどの程度知っていますか？



地域社会にSDGsを共有する場があれば、参加しやすいと思えますか？



共有できる場はありますか？



## 活動を振り返って

私たちが活動を通して学んだことは主に3つあります。

1つ目は、論理的に考えることです。聞き手に納得してもらうために論理性は不可欠ですが、グループ活動の際に論拠がないまま進めてしまったこともあり、ロジカルシンキングの難しさを学びました。しかし活動を通して、筋道の通った提案を考えるために客観的に考える力を身につけることが出来ました。

また、今回我々は自由度の高い課題を頂きました。課題内容の抽象的な表現を具体化する作業や、自分たちで課題を見つけ検討していくことに苦労しましたが、課題を一から考えて作り上げていくといった、今までにない経験ができ、楽しかったです。

活動を通じてチームで認識をそろえることにも苦労しましたが、認識を一致させること、意見などを共有することの大切さも学ぶことができました。些細なことでも共有することで、メンバーが同じ方向を向いてよりよい活動ができたと思います。

2つ目は、チームワークやチームビルディングの大切さです。チーム活動ではメンバーの多様な視点や考えを共有することで、個人では達成できない領域までアウトプットすることができます。そのためには、リーダーがメンバーの個人の能力・性格を理解して、チームが円滑に進めるようなチームビルディングなどの環境づくりが大切であることを実践的に学ぶことができました。

そして3つ目は、チームで意見を合わせる難しさです。先生を含めた16人のメンバーで活動をする中で、様々な視点から意見が出てきました。しかし、みんなの意見を採用できるわけではないため、みんなで合意点を探ったり、苦渋の決断を迫られたりと、頭を抱える場面が多かったと振り返って感じます。時には選択を間違えて、紆余曲折したこともありましたが、その経験を経たからこそ、最終成果報告会ではみんなが納得した、「誰かの提案」ではない「メンバー全員の提案」をできました。そして、チームで何かをやりきるといふ達成感を味わうことができました。

## 課題提供者からのコメント

日新電機株式会社 理事 総務部長 阪尻 茂之

「社会貢献活動のプロデュース」という自由度の高い課題のため、どのようにして内容を絞るのか難しい取り組みだったかと思います。ロジカルシンキングの手法を用いながら、社会が今なにを求めているのかを討論いただきました。提案いただいた内容は興味深く、今後の弊社の企画検討のなかで参考にさせていただきたいと思います。

発表の後、みなさんからは、ぎりぎりまで資料について推敲されたことや、やむなくカットせざるをえなかったことなど、各チームでの苦労をお聞かせいただきました。こうした経験を活かし、今後も一層勉学に励んでいただければと思います。私どももこの授業を通じ、社会貢献について学び直すよい機会となりました。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 谷口 節子

「SDGsに興味がありこのクラスを志望した」と異口同音に出てくる言葉に、みなさんの高い意識を感じながらスタートしました。ところが論理的思考の難しさに、中盤から活動が隘路に陥り始めました。しかし、論理的に考え抜くという厳しいオーダーにこたえて続けていただく中で、芯のある逞しさも加わってきたと感じます。

粘り強く取り組んで頂いたことで生まれたアウトプットは、しっかりしたロジックを基軸に練り上げられたすばらしいものです。この成果を生み出されたみなさんは、私の誇りです。紆余曲折を経たからこそ得られたことを糧に、みなさんがこれからの道程を自信をもって歩まれることを願っています。

最後になりましたが温かく見守り、ご指導いただきました日新電機株式会社のみなさまに心よりお礼申し上げます。

## 活動資料



### ■ インターンシップinタイ

#### ▶ 大学生対象のカリキュラム型インターンシップ (3ヶ月間)

- ① 導入教育
- ② SDGsを学ぶ
- ③ 学んだことをふまえて小学校に出前教室を実施する

ステークホルダーに良いイメージ与え、小学生が出前授業から勉強の楽しさを知ることができます。また、インターンシップ生が将来の社会について考えるきっかけを作ることができます。

### ■ インターンシップinタイ

#### ▶ 大学生対象のクイズ作成型インターンシップ (2週間)

- ① インターンシップ生がSDGsなどについて学ぶ
- ② SDGsについてのクイズを作成
- ③ 現地の小学校を使ってSDGsのクイズを実施する。

インターンシップ生たちにSDGs、気候変動に関する理解を深めてもらいます。その成果をクイズの作成という形で生かし、タイの気候問題に対する多様な視点からの解決策を集めることができます。



### ■ 京都でのSDGs教室

#### ▶ 親子のSDGs教室

既存の理科教室をリニューアルし、ボランティアとして大学生も巻き込んだ企画です。

#### ▶ SDGsではんまり京都！（左図参照）

SDGsセミナーを受講してもらった後、すぐろくをしながら個人で行っているSDGsを共有してもらおう企画です。

この2つの活動を通し、ダイバーシティを受け入れる社会にし、インクルージョンな街をつくっていくことを期待します！

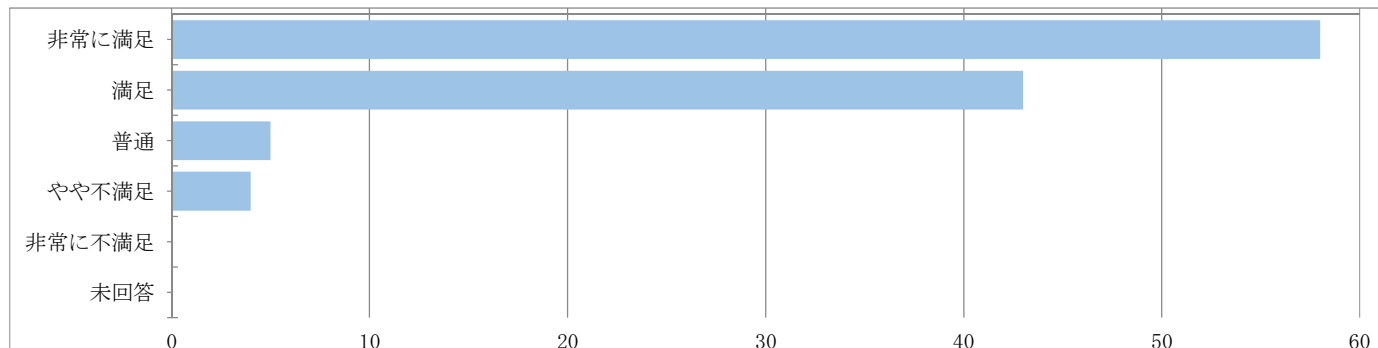


## 学生アンケート集計結果（受講生167名/回答数110名）

### ■プログラム全体の満足度について

非常に満足	満足	普通	やや不満足	非常に不満足	未回答
58	43	5	4	0	0

単位:名



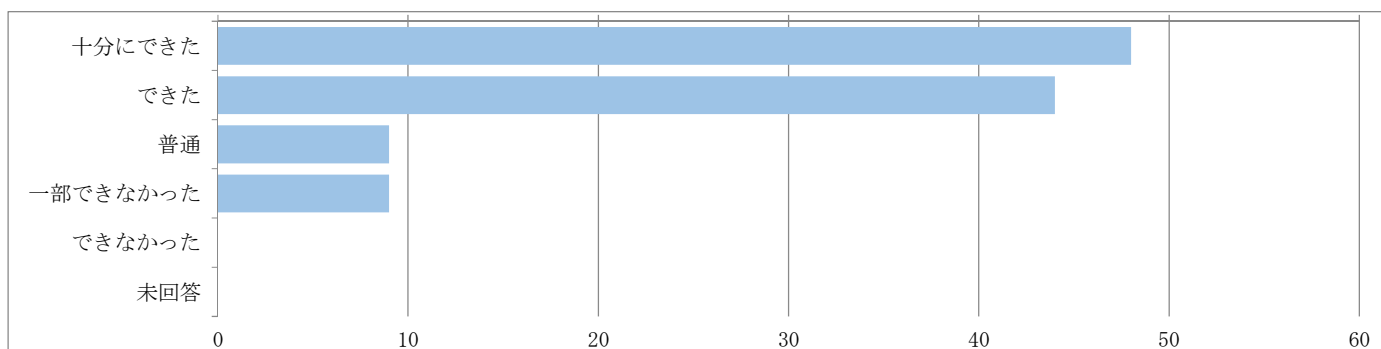
### 【具体的な理由（抜粋）】

- ・ 与えられた課題に対してチームで協力して取り組んだことに満足している。
- ・ どうすれば相手を納得させることができるかを考えることで、自分の考えを言葉にする能力や他の人の言葉を理解する能力が高くなったと思う。課題解決策を考える時、根拠となる資料を探す方法や引用の作法などを学べて良かった。
- ・ 自身の新たな能力に気付けただけでなく、チームで他者と関わり、課題解決へのアプローチを考えることが自身の成長につながった。
- ・ オンラインになった時もあったが、チームで課題解決をすることができた。
- ・ 課題提供機関はもちろん、学生からも学ぶことがたくさんあり、成長を実感できたから。

### ■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
48	44	9	9	0	0

単位:名



### 【具体的な理由（抜粋）】

- ・ 自分や仲間の考えと向き合いながら課題解決を進めることができた。
- ・ 常に「何が必要か」「自分に何ができるか」を考え、周りを見ながら状況判断することができたから。
- ・ 積極的に自らの考えを伝える点においてはまだ課題があるが、様々な事項を考え、論理的に物事を思考できるようになった。
- ・ 情報分析や課題解決、考察などにおいて、多角的に考えることができたから。



## 課題提供機関アンケート集計結果（協力機関11機関/回答数11機関）

### ■プログラム全体の満足度について

非常に満足	満足	普通	不満足	非常に不満足	未回答
2	7	2	0	0	0

 単位：機関

#### 【理由】

- ・ 学生との交流は企業側としてメリットも多いと感じている。
- ・ 弊社では思いつかない提案があった。
- ・ 短期間の中で学生の成長を感じることができた。
- ・ 学生の学びに協力できた充実感があった。また、ユニークな意見をいただけた。
- ・ 授業を通して学生と関わることは大変有意義だと感じた。
- ・ コロナ禍の中でできることを自分たちで考え、見つけ出してくれた。とても好印象だった。
- ・ 学生の取り組む姿勢に感銘を受けた。

### ■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	7	1	0	0	0

 単位：機関

#### 【理由】

- ・ 見事に課題解決の一步を作ってくれた。
- ・ 中間報告では詰めの甘さや実現性の低さを指摘したが、最終報告では修正された。
- ・ 課題と認識した点を解決するために、どういった考えを持ったかが現れていた。
- ・ 今後の営業の参考となる提案をいただいた。
- ・ 事前に十分な準備をしたことが伺われた。立派な発表だったと思う。
- ・ よく考えられ、整理されている具体的な提案をいただいた。ただ、もう1回途中経過を伺えると良かった。

### ■課題に対する学生の取り組みについて

十分にできていた	概ねできていた	普通	一部できていなかった	全くできていなかった	未回答
5	4	1	1	0	0

 単位：機関

#### 【理由】

- ・ 実際にオンラインイベントを実施し、最後までやりきってくれたから。
- ・ コロナの影響で活動に制限されていたため、難しく感じた部分もあった。
- ・ 学生の積極性から、課題解決に熱心に取り組んでいることが伝わった。
- ・ 難しい課題だったが、学生が大変意欲的に取り組んでくれた。
- ・ すぐ実用化するには至らないが、十分な取り組みをしてくれた。
- ・ 裏付けを持った提案をまとめてくれた。

## 『O/OCF-PBL』を通じての能力伸長

『O/OCF-PBL』では「社会人基礎力」「自他肯定感」「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-PBL 1』『O/OCF-PBL 2』の履修期間中、PC 値を上昇させるための様々なく仕掛けが授業には埋め込まれています。そして、『O/OCF-PBL 1』の履修の事前事後、『O/OCF-PBL 2』の履修の事後に全履修生を対象にPC 値を測定しています。以下では今年度の履修生のPC 値の変化について説明します。

測定結果をみると、昨年度末に測定したPC 値の平均値(事前)は13.56ですが、今年度の9月に測定したPC 値の平均値(事後)は14.08となっています。全面的にオンライン実施だった昨年度と違い、今年度の『O/OCF-PBL2』は教室での対面実施を基本としていました。とはいえ、終息しないコロナ感染症対策のためフィールドワークや会社訪問等に引き続き多くの制限があり、最終成果報告会も全てオンライン実施となりました。そのような中で、授業を受講する前後でPC 値が上昇しています。昨年度の『O/OCF-PBL 1』で、全面オンライン実施のもと「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」を学んだことが、今年度の『O/OCF-PBL 2』を受講する際に生きていたと推察されます。

ただし、平均値が上昇しているとはいえ、中にはPC 値が大きく下降してしまっている履修生もいます。今年度の『O/OCF-PBL 2』履修生は、コロナ禍のもと初年次の1年間にほぼキャンパスに入ることが出来ないまま、ほとんどの授業をオンラインで受講した学年なので、初めて大学の教室でグループワークをしたのが『O/OCF-PBL 2』だという履修生も少なくありませんでした。喜びが大きい履修生が多い一方で、大学での初めての対面コミュニケーションに戸惑いを感じる履修生もいました。個別に何人かヒアリングしましたが、PC 値が下降している履修生も見受けられるのはそれが理由の一つと推察されます。

【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。『O/OCF-PBL 2』の履修生には、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えます。

2021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

## 2021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
行待 三輪	経営学部	O/OCF-PBL 1
伊吹 勇亮	経営学部	O/OCF-PBL 2
有吉 弘樹	法学部	O/OCF-PBL 1
木原 麻子	現代社会学部	O/OCF-PBL 1
横森 匡弘	現代社会学部	O/OCF-PBL 1・2
盛田 帝子	外国語学部	O/OCF-PBL 2
成田 智恵子	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・2
中澤 正江	共通教育推進機構	O/OCF-PBL 1
小山 治	全学共通教育センター	O/OCF-PBL 1・2
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
山田 幸代	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
松本 翔伍	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
宇佐美 毅	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 : <a href="http://www.kyoto-su.ac.jp">http://www.kyoto-su.ac.jp</a>
発行日	2022(令和4)年2月1日