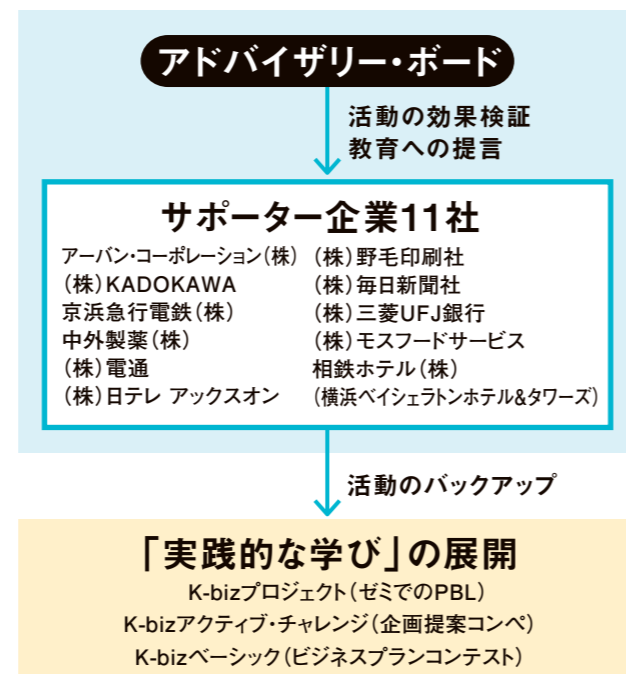




学生数/約11000人  
学部/国際文化、社会、法、経済、経営、理工、建築・環境、人間共生、教育、栄養、看護  
大学院/文学、経済学、法学、工学、看護学

<b>コミットする課題</b>	▶経営学部がめざす、理論と実践を融合したダイナミックな学びの実現。社会で即戦力として活躍できるスキルや臨機応変に対応できる力を養成する
<b>取り組み</b>	K-bizプロジェクト：ゼミ単位で実践するプロジェクト型学習。「着想→企画→実行」のプロセスを経験 K-bizアクティブ・チャレンジ：学生が個人あるいはチームで参加して企画提案をまとめ、その優劣を競い合う。実践的な経営感覚を養うことを目標とする K-bizベーシック：1年次にコンテスト形式でビジネスプランについて学ぶ
<b>連携組織体制</b>	▶大手企業、地元優良企業11社とプラットフォームを構築。経営学部の教育活動をサポート ▶アドバイザー・ボードを設置し、活動の成果を検証
<b>資金調達(補助金含む)</b>	▶学部運営費で運営
<b>指標</b>	▶グループワークにおける「傾聴力」や「発信力」、グループの中での「役割の実行と自覚」「制限時間内での実行力」を、外部アセスメントテスト等を活用して把握、検証

## 社会連携教育のプラットフォームとしての“K-biz”



### 連携先に聞く!



### 学生の学びの場にとどまらず 企業の学び合い、交流の機会に

日テレ アックスオン 映像事業センター 地域共創・海外事業部 部長 渡辺圭史

▶Zoomを使った企画コンペでの、学生のプレゼンの様子。



#### 若者の視点、熱意、真剣さに触れることは企業の刺激に

当社は日テレグループの映像コンテンツ制作会社で、2019年からK-bizにサポーター企業として参加しています。

K-bizに参加した理由の一つは、学生との交流機会が得られることです。私の所属する部署はBtoB\*2ビジネスを担当しており、若い年代と日常的に接する機会があまり多くありません。今の若者の視点、問題意識を直接知ることができるこの取り組みは、メディア制作に携わる者として貴重な機会となっています。

2020年のK-bizアクティブ・チャレンジでは、「横浜市の魅力をテレビ番組やインターネット映像で海外に伝える企画」という課題を私から出しました。審査にも参加しましたが、企画の裏付けとなる調査をしっかりと行い、プレゼンテーションも堂々としたもので、「非常に頼もしい」という印象を持ちました。コンペで最優秀賞に輝いた企画は、「野毛\*3の居酒屋の魅力を、韓国に発信

するリアリティーショー」でしたが、韓国のお酒の消費量がアジアでもトップクラスであることや、韓国では日本食に対する関心が高いことなどを調べて企画していました。後日、知り合いの韓国の放送局のプロデューサーにもZoomで彼らのプレゼンを見てもらいましたが、クオリティの高さに驚いていました。

#### 大学は中立的な存在、企業や行政を巻き込むことができる

参加企業とつながりを持つ点にもメリットを感じます。企業がコラボして何かに取り組もうとすると、どうしても自社の利益を意識しがちですが、K-bizではフラットな意見交換ができ、仲間意識も醸成されます。また、当社は自治体のプロモーションを手掛けることもあり、地方創生に強い関心を持っています。地域づくりにおいて1企業がすることは限られます。中立的な立場から行政や企業を巻き込むことができる大学は、地域づくりにおいても重要な役割を果たすのではないのでしょうか。

\*2 Business to Businessの略で、企業間取引のこと \*3 下町風情が残る横浜の繁華街。横町に小さな飲食店が軒を連ねる

# プラットフォームで展開する社会連携教育

## CASE STUDY

### 関東学院大学

経営学部の教育に、社会連携プラットフォームをフル活用している関東学院大学。社会連携を教育に生かす工夫と、今後の連携のあり方について聞く。



学長補佐・経営学部教授

### 岩崎 達也

いわさきたつや ●大手広告代理店で広告企画・制作に携わった後、テレビ局に入社し、多数の番組やキャンペーンを企画。2008年法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科客員教授、2013年共立女子大学文学部非常勤講師、2015年九州産業大学商学部教授を経て、2018年より関東学院大学経営学部教授。

#### サポーター企業と共に 教育の質保証を推進

経営学部では、2017年の開設以来、理論と実践を往復しながら、学生の学ぶ力や課題解決力を育てる教育に取り組んでいます。その実践部分の活動を支えているのが、サポーター企業11社と形成するプラットフォーム「K-biz」です。

K-bizの企業には、PBLの実施や企画提案コンペの課題設定・審査などで協力をいただいています。個々に連携するのではなく、組織化している一番の理由は、教育の質保証に取り組むためです。実践的な学びを学部の特徴として打ち出すには、教員や連携先の企業、年度によって活動の質にばらつきがあつてはけません。学生の期待を裏切ることになるからです。そこで、連携する企業を11社

に限定して固定化し、お互いにコミュニケーションを十分に取ながら、長期的な視点で教育の質保証と改善に取り組む関係を築くことにしたのです。

質保証では、サポーター企業の代表者、高校教員、本学の教員で構成するアドバイザー・ボードを設置しています。年1回、夏頃に会議を開催し、教育成果の検証を行うとともに、今後の活動の方向性などを話し合っています。その中で、学部のPBLに対する提言もいただいております。高校や産業界が大学に求めるものを知る貴重な機会になっています。

#### 横浜を実践的な学びのキャンパスへ

K-bizでは、企業と大学が常につながっているため、継続的に活動を支援していただくことが可能です。そのため、学生が提案した企画を長期的なプロジェクトに発展させることができます。例えば、地元の「いいモノ」「おいしいモノ」を学生が仕入れて百貨店などで販売するプロジェクトは、コンペで優勝した学生のプランを企業の協力を得て実現させたものです。この企画からは、日本の農業が抱える課題を取材し発信するという他

の企業とのコラボも生まれています。K-bizという基盤があるからこそ、学生の自由な発想を生かした活動が実現できているのです。企業のほうも大学からの依頼に応えるだけでなく、継続的に活動に関わることで若者の視点や育成方法を学ぶ機会としてK-bizを利用しています。

K-bizを志望理由に挙げる受験生が増えたり、ベトナムの最難関大学の一つであるハノイ貿易大学からK-bizをモデルにした社会連携教育を立ち上げたいとの協力を請があったりするなど、K-bizは経営学部の特色として認知されつつあります。今後は、本学部の教育だけでなく、学部間や大学間で展開する社会連携教育への活用も視野に入れています。

本学は、2023年4月に横浜市中心部の関内に新キャンパスを開設し、経営学部と\*1人間共生学部、法学部を移転させる予定です。さらに関内に近いみなどみらいに本年4月に新キャンパスを開設した神奈川大学とは、本年3月に連携協定を結んでいます。将来的には他学部や他大学の学生とも協働して実践的な学びを展開し、横浜を「知の交流」の地として新しいことに挑戦する学生が育つ場所になりたいと考えています。

\*1 移転予定はコミュニケーション学科

取材・文/本間学 撮影/坂井公秋