

## 地域連携事業終了報告

|       |  |      |              |
|-------|--|------|--------------|
| 連携団体名 | 札幌市・札幌商工会議所・北海道新聞社   | 実施年度 | 2018～2022 年度 |
| 事業テーマ | 「地域人材」育成プログラム（課題解決型インターンシップ）の開発と実施   |      |              |
| 参加教員  | 代 表 者：佐藤大輔<br>共同参加教員：  |      |              |
| 事業目的  | <p>地方創生や地域活性化を進める上で、地域で活躍する優れた人材を育成・確保することは最も重要な課題の1つである。中でも特に、地域に対するコミットメントを強く持ち、地域発展の核となる「地域人材」の育成は、持続的な地方創生・地域活性化の実現にとって欠かすことができない。それにもかかわらず、北海道から東京など他地域への若年者の人口流出は増大しており、生産年齢人口の減少による地域経済規模の縮小や社会保障制度の危機等が懸念される。これに対して札幌市でも「さっぽろ未来創生プラン」の下で人口減少対策が取り組まれてきたが、20代の道外への転出超過数は近年増加傾向にあるなど、課題解決に向けた障壁は依然として高いといわざるを得ない。本事業は、地域人材の育成と確保という観点から、このような課題解決に向けた現実的な提案を構築し、試行的な実施をつうじて地域に広げようとするものである。</p>  |      |              |
| 経過報告  | <p><b>【2018 年度】</b></p> <p>より規模を拡大した形で事業が実施された。プログラムの名称を「Project180」とし、学生の視点を 180 度変える（学生の視点から社会人の視点へ）ことを明確な目標に据えつつ、5 社・6 チーム体制とし、札幌大学の武者教授の参加も得て、プログラムを実施した。</p> <p>プログラムの内容としては、前年度に引き続き企業の課題を発見し、それを解決するアイデアを創出、実際に実行するというスキームである。特に学生たちは現場での実地研修を手厚く経験させてもらうことができ、その時点で一般的なインターンシップを超える学びを得ることのできるプログラムとなった。例えば、丸水札幌中央水産との合同チームは早朝から市場の中に入り込むことを許され、実際にセリを目の前で見たり、自分たちのアイデアを業者向けの商談会で実現するなど、かなりリアルな経験をさせてもらうことができた。この時に開発された商品の1つが「鰯瓶（ぶりびん）」で、温暖化により北海道近海で取れるようになった鰯をより広く道民に親しんでもらうために味付けをした瓶詰めを作ろうとするものである。この鰯瓶は商談会での披露だけでなく、丸井今井の地下食品売り場で実際に販売もされ好評を得た。</p> <p><b>【2019 年度】</b></p> <p>2019 年度の取り組みでは10社（企業）、10チーム（2大学4ゼミ）の参加を</p> |      |              |

得て課題解決型のインターンシップを実施した。7月には「企業の魅力発見コンペティション」として数百人のゲストを迎えるイベントを開催し、優れた解決策の提案と実施を実現したチームを表彰するなど一定の成功を収めることができた。

Project180として実施された2018年度の取り組みまでは、企業の課題解決を目指すプログラムだったが、この内容では企業にとってのメリットが脆弱な点が問題であった。実際にプログラムを進めるうえでは、学生が出すアイデアがリアルなビジネスで成果を出せるほどのものに仕上げることは難しく、どちらかという学生や大学と連携していること自体を魅力に感じて参加していただける企業が多かったといえる。このことにより、単年度で参加してもらえたとしても、継続的に本プロジェクトに参画しようとする動機づけを促すことが難しい点は、この取り組みを持続可能なものにしていくうえで避けて通ることのできない課題だと思われた。

そこで、2019年度からは新たにM-PROと名称を変更し、「企業の魅力発信プロジェクト」としてプログラムを展開することとした。最大の変更点は、企業の課題を解決するというプログラムではなく、学生の視点から担当企業の魅力を見出し、それをパンフレットとしてアウトプットさせるという点にある。こうすることにより、企業にとっては実際の採用対象となる学生たちからみて自社の魅力を発見するきっかけになり、学生にとっては自分たちの強みを生かしながら実際のビジネスを深く知ることができるようになるメリットを享受することができた。また、創成スクエアのクリエイティブスタジオで開催された最終報告会では、“学生による学生のための企業の魅力発信イベント”として、学生たちが担当する企業側の立場で、ブースによるポスターセッション（制作したパンフレットの配布）、舞台での魅力発信プレゼンなどを実施した。400名ほどの学生が聴講に訪れ、企業にとっても自社の魅力を広く訴求するまたとない機会となった。このような取り組みを通じて、企業側にも大学側にも双方にメリットのある形でのプロジェクトの形にまとめることができたと考えている。

#### 【2020年度】

2020年度コロナ禍の影響を受け、直接的な対面での活動が難しかったため、チームの組み方、企業との連携活動の在り方について事務局を中心に再検討を行なった。前年度までの取り組みにより、企業と大学の連携の形がある程度明確になってきていたが、コロナ禍の影響を受け、対面ベースでのプログラム実施が難しい状況となった。当初休止や延期なども検討したが、新しい取り組みとしてオンラインをベースとした取り組みに変更することと、それに合わせて制作物をパンフレットから動画編集へと変更する試みが行われた。

実施体制としてこれまで札幌市、札幌商工会議所、北海道新聞社および北海学園大学（私および私の研究室）の4者によって事務局を構成していたが、主な事務局機能を札幌商工会議所（担当部署：人材確保・開発部 人材確保・活用課）に集約し、北海道新聞社および北海学園大学が事務局に参加する形で事業を継続することとした。また、札幌大学（武者准教授、荒木准教授）にもプログラム構成段階から関与し

|           |  |
|-----------|--|
|           | <p>てもらった。</p> <p><b>【2021 年度】</b></p> <p>2021 年度は、コロナ禍の影響が続く中において、前年同様の企業の魅力発信プロジェクトとして参加者を増やしての実施となった。9 社の企業参加を得て、大学側も 4 大学 31 名の学生の参加となった。また、動画コンテンツを制作するプログラムとして昨年度に続きコンテンツの精緻化を図ったためかなり完成度の高いアウトプットを実現することができた。同様に、オンラインでの運営方法についても昨年度から工夫を凝らしてきたため、今年度の取り組みではスムーズにスケジュールをこなすことができた。参加した学生や大学は地域で共有される当プログラムのような機会を活用することで、学部などの専門性に関わらず実践力を涵養することができるようになったと考えている。</p> <p>7 月にキックオフを実施し、佐藤のほか、商工会議所、道新、参加学生等が参加し、プログラムの概要説明と企業・学生の顔合わせ、マーケティングに関するレクチャ等を実施した。同月にはオンラインにて進捗報告会をおこない、これまでの進捗状況の発表と企業および教授からの評価・コメント等を行なった。8 月および 9 月にも同様の進捗報告会をオンラインにて実施し、それまでの進捗状況の発表と企業および教授からの評価・コメント等を行なっている。10 月に最終報告会をオンラインにて実施し、最終発表と評価、表彰を行なった。</p> <p><b>【2022 年度】</b></p> <p>事業としての実施は昨年度をもって完了し、2022 年度はその総括のための作業を中心に行ったが、前事業の継続事業として「SNS ノススメ」としての取り組みが行われたため、これへの参加・協力を行った。従来どおり複数大学の参加を得て、札幌商工会議所を事務局に実施された。</p> |
| <p>総括</p> | <p><b>【成果と課題】</b></p> <p>5 年間にわたる取り組みを通じて地域で優れた人材を育成するためのプログラムがどうあるべきかが模索されてきたが、コロナ禍の影響もあり得られた知見は意外なものだったといえる。いわゆるインターンシップや PBL 型の取り組みが対面でなければならぬということが思い込みで、オンラインをベースとした取り組みでも十分に成立することが明らかになったわけである。そして、それにより（妥協する点がある一方で）学生も企業側も参加しやすい状況を生み出すメリットがあり、しかもアウトプットの質を下げるものではないという点が重要だと考えられる。大学教育ではオンラインから対面に戻すことが最善の方法として議論されることもあるが、オンラインは対面の代替案ではなく、全く新しい教育の形を生み出す可能性がある方法なのだという点が最も重要な発見だったと感じている。従来の対面による教育機会を一定程度担保しながらも、オンラインやオンデマンドといった ICT を効果的に活用する教育方法の探求こそが今後の大学にとって重要な課題なのではないだろうか。</p>  |