

課題解決型学習による商店街活性化への一考察：
松崎町ロマンシール協同組合を事例に

メタデータ	言語: ja 出版者: 静岡大学人文社会科学部 公開日: 2023-02-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 牛場, 智 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00029347

論 説

課題解決型学習による商店街活性化への一考察 —松崎町ロマンシール協同組合を事例に—

牛 場 智

I. はじめに

社会に起きる変化が速く大きな現代において、こうした変化への確に対応できる汎用性の高い人材が求められている。そこで近年、大学教育において変化に対応する実践的な学習方法としてアクティブ・ラーニングへの関心が高まっている。

渡部(2020)はアクティブ・ラーニングを「あらゆる能動的な学習のこと。能動的な学習とは、書く・話す・発表するなどの活動への関与と、そこで生じる認知プロセスの外化を伴う。」とする。その上で具体的な学習方法として、プロジェクト学習・フィールドワーク、プレゼンテーション・ディベート、ケースメソッドなどを示している。とりわけ、プロジェクト学習・フィールドワークは、知識の活用・創造をめざすといった点で注目されている。

このようなプロジェクト学習・フィールドワークなどを包含し学生の課題解決への能力を高める学習手法が課題解決型学習であり(吉本2018)、そのフィールドワークの場の1つとして商店街が挙げられる。

商店街は「高齢化」「店舗の老朽化」「魅力のある店舗の欠如」といった様々な課題を抱えており、そのことが地域コミュニティにも影響している。こうした課題解決のために商店街は若者を求めており、大学に期待を寄せている。

そこで、本稿では大学における課題解決型学習が商店街活性化へどのような役割を果たすのかについて静岡大学地域創造学環の静岡県松崎町におけるフィールドワークを事例に考察を行う。

II. 課題解決型学習における2つの枠組み

アクティブ・ラーニング、とりわけ課題解決型学習を導入する背景には座学中心の学習に対して直接的な経験を重視するデュエイやそれを「経験学習論」として発展させたコルブの理論がある。コルブは経験学習サイクルとして「①具体的な経験」・「②内省的観察」・「③抽象的概念化」・「④能動的実験」を示している。さらにマッコレーイらは、この「①具体的な経験」に関してその

時点での能力を超える挑戦的で新規の業務体験としており、創意工夫が求められるために能力の伸長が起りやすいとする（中原2012）。

一方、課題解決型学習には、こうした「経験学習論」を背景とした人材育成の視点と共に、そもその変化に対応する実践的な課題解決につながる手法も必要としている。安斎・小田（2021）は「経験学習論」を踏まえた企業内における組織学習から、課題解決につながる新たなイノベーションを模索している。この組織学習のプロセスについては、組織が日々の「経験」における試行錯誤によって新しい知を獲得し、そのことで組織におけるルーティンが変化していく学習過程と位置付け、この変化をイノベーションとしている。そこで、こうした新しい知の探索には「デザイン思考」が重要であると指摘する。

ここでの「デザイン思考」とは「厄介な問題」を発見し、いかに解くのかというリッテルらの議論をルーツとし、具体的な方法として「①エスノグラフィの活用」・「②批判せずに可能性を膨らませるアプローチ」・「③プロトタイピングによる検証」としている。

こうした「デザイン思考」のプロセスを具体的に体系化したものが、Stanford d.schoolによる「①共感」・「②問題定義」・「③創造」・「④プロトタイピング」・「⑤テスト」の5つの段階である。

そこで「デザイン思考」を課題解決型学習における課題解決の場で具体化することが試みられており、その1つが神戸大学バリュースクール¹における教育である。神戸大学バリュースクールでは課題解決型学習の1つとして、神戸市課題解決プロジェクトを実施している。これは、近年「デザイン思考」がビジネスにおける商品・サービス開発のみならず、非営利・公共セクターにおけるサービスの提供などへ応用されている点に着目し、神戸市役所との協働で課題解決型学習によって社会的問題の解決策を導出しようというものである。

授業としては「テーマの設定」・「プロジェクト実施体制の構築」・「大まかなスケジュールの決定」を事前設計し、「デザイン思考」にもとづいて共感・定義・アイデア出し・プロトタイプ・テストの5つのステージで進められた。

例えば、あるグループでは民生委員・社会福祉協議会・両者とつながりのある高齢者にインタビューを行うことで高齢者の生活の実態やその背後にある感情を洞察している。その結果、「退職後の暮らしの漫然とした不安」を課題として見出し、その解決策として退職後のコミュニティを探している退職前のシニアをマッチングする「シニア新歓」というアイデアを創出している。このアイデアは関係者による発表会でフィードバックを得たことでプロトタイプとテストに近いプロセスがなされたとされている。

¹ 神戸大学バリュースクールとは「価値の創発及び設計に資する人材を育成するとともに、価値の創造に関する研究を促進する全学横断組織」であり、ここでの価値とは「何らかの満足を得ること」「社会の満足の実現」とされる。そこで、価値のイメージの段階から、具体的なアイデアの段階まで展開する能力の開発を試みている（國部2021）。

ただあくまでアイデアであるため、授業終了後に継続されない可能性が高く、神戸市に企画書を作成して提案するなど社会実装に向けたプロセスが必要であるという課題も残されている（内田2021）。

このように課題解決型学習には「経験学習論」を背景とした人材育成の視点と「デザイン思考」を背景とした具体的な課題解決の追求という2つの視点による枠組みで構成されていると言える。

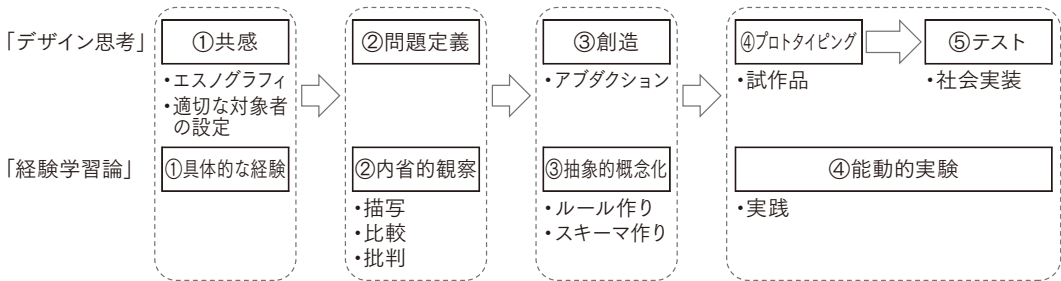


図1 課題解決型学習における2つの枠組み

(出所：筆者作成)

Ⅲ. 大学教育の場としての商店街

一般に、社会的な経験に乏しい大学生が商店街活動の一端を担うことは、それは単純作業ではなく「課題の理解」・「調査・分析」・「新たな事業の参画・準備」・「実行管理」・「事後の総括」といった多岐にわたることから、教室での座学以上の効果があると指摘されている（足立ほか2018）。この点において、大学生が商店街活動に参画することは、まさにコルブの経験学習サイクルを回すことにつながり、商店街は人材育成の場となりうる。

一方、商店街も大学生をはじめとする若者を必要としている。商店街におけるもっとも大きな課題は「経営者の高齢化による後継者問題」とされる（中小企業庁『令和3年度商店街実態調査』）。こうした課題は単に個店経営の継続性に留まらず、商店街活動にも影響している。とりわけ「経営者の高齢化」は個店の事業継続のみならず、商店街全体のマネジメントにも影響を与えている。そもそも商店街活動は無報酬のボランティア的な活動であり、担い手である店舗経営者が高齢化するにつれ硬直化・マンネリ化になりやすいという問題が指摘されている。そこで「①商店街活動の担い手」や「②新たなアイデアの創出」として若者、とりわけ大学生が期待されている。

こうした商店街活動の中でも商店街活性化にかかわる活動はハード面とソフト面に大別できる。ハード面とは、具体的には「店舗の老朽化」「魅力のある店舗の欠如」といった課題解決に直接的

につながる空き店舗を用いたチャレンジショップや店舗そのもののリノベーションである。しかしながら、こうした活動は特定の技術が必要であり、主に建築系学部の大学生といった形で担い手を限定してしまう。

一方、ソフト面ではイベントの実施、パンフレット作成やSNSの活用といった情報発信が主流であり文系学部を含む幅広い大学生が参画しやすい活動である。

例えば札幌大谷大学では、大学生による自主団体が札幌市ハッチロード商店街による「ハッチふれあいフェスティバル」復活プロジェクトに教員の指導を受けながら参画している。「ハッチふれあいフェスティバル」復活プロジェクトでは、自主団体での社会学部の学生は地域資源の掘り起こしを担当し、芸術学部の学生は祭りのデザインや演出を担当している。そこで学生にとっては、この活動は内省的に自己の学びを捉え直す機会となっていると一定の評価がなされている（森2018）。

また例えば専修大学商学部では、川崎市から東京都・神田にキャンパスが移転したことを機に「地域マーケティングとまちづくり」ゼミとして古書街で著名な「靖国通り商店街連合会」の情報発信を担っている。ここでは高齢の店舗経営者が苦手とするSNSの活用での協力や、学生自身の取材にもとづくパンフレットの作成を行っている。こうした取材を通してコミュニケーション能力や合意形成をなす能力が高まっていると評価されている。

結果として大学生は、「①商店街活動の担い手」としての役割を果たすことで実践者として自分自身の能力向上にはつながっている。しかしながら、こうした商店街における課題解決型学習は人材育成といった教育面では効果が評価されつつも、「経験学習論」における「④能動的実験」そのものが商店街の課題解決にどの程度、貢献しているかについては不透明である。

このように、先行研究では商店街で課題解決型学習を行う際の「人材育成」の面は考察されてきたが、大学生に対するもう1つの期待である「②新たなアイデアの創出」、いわばイノベーションを生み出す課題解決の手法そのものについての検討はなされてこなかった。

そこで本稿では、先述のように課題解決型学習における「デザイン思考」を背景とした具体的な課題解決という視点に着目する。鷺田（2021）はこのデザイン思考に対して「①共感」ではデザイナーによるエスノグラフィが行われ、短期間であるものの初心者や卓越者といったボリュームゾーンから離れた観察対象を選ぶことが重要であるとする。また中原（2018）は「経験学習論」の点からショーンの考察を踏まえて「正しく問題を発見し、設定すること」が「正しく問題を解くこと」よりも重要としていることを見出している。事実、森（2018）は、フィールドワークの過程では問題意識を持って現場に足を踏み入れることの重要性を指摘している。

したがって商店街において課題解決型学習によって活性化策を行うには、まずその商店街における真の課題をエスノグラフィで見出し、「デザイン思考」を援用して具体的な方法を実践することが求められると言える。

IV. ケーススタディ：静岡県松崎町における取り組み

静岡大学地域創造学環は、学部横断型の教育プログラムとして2016年にスタートしている。その目的は、高い専門知識などを備えつつ積極的に地域に入り込み、魅力的な地域社会の創造へ貢献できる人材育成にある。そこで、県内14カ所16テーマで、地域住民と交流し地域資源の発掘から課題解決を実践するフィールドワークを行っている。

このフィールドワークは1～3年生・学環内5コースの必修科目であり、それゆえ各フィールドワークでは学年縦断・コース横断といった複合的なグループが編成され、中長期的な実践を行うことができる授業設計となっている。

こうしたフィールドワークの展開場所の1つが静岡県松崎町であり、2018年より筆者が担当している²。松崎町は伊豆半島西部に位置し、棚田やなまこ壁などといった地域資源から観光地として県内では著名な場所である。一方、人口は約6500人と県内最小であり、少子高齢化が進んでいる。そこで、フィールドワークでは松崎町の地域資源のさらなる発掘と課題解決に向けた取り組みを進めている。その1つが商店街振興である。以下、時系列に沿って説明する。

1. サステイナブルツーリズムを活用したイベント提案（2019年10月～2021年8月）

2016年からフィールドワークとして松崎町にて店舗調査などの活動を開始し、2019年5月には松崎高校の文化祭へ出展し地元住民からのお勧めスポットをマッピングするイベントなどを行った。

こうして学生からと地元住民からと2つの視点によって松崎町における地域資源を発掘したが、既存の広報手段では発信力が弱いのではないかと、という思いに至った。そこで情報発信力をさらに高める方法として「動画コンテストの実施」「観光用新パンフレットの作成」という2つのプロジェクト案が生まれ、2019年後期から計画の実行に向けて関係部署との交渉といった準備を行った。

まず「動画コンテストの実施」であるが、これは60秒以内の松崎町に関するPR動画をコンテスト形式で町内外から募集するものである。コンテストタイトルは「松崎PRコンテスト～松崎の好きを撮ろう～」とし、入選作品には松崎町のホームページなどを用いて発信するものであった。募集期間は秋の行楽シーズンに向けて2020年6月1日から8月31日と設定したが、2020年1月からの新型コロナ感染拡大に伴い中止せざるを得なくなった。

次に「観光用新パンフレットの作成」であるが、この契機となったのは2020年1月での観光協

² 2021年度では3年生4名、2年生3名、1年生4名の合計11名が所属している。なおコースは地域経営4名、地域共生6名、アート&マネジメント1名である。

会担当者へのインタビューである。そこで、担当者も学生と同様に情報発信力の弱さを感じていることが分かった。この情報発信力の弱さは既存のパンフレットが地域内からの視点が多く、地域外からの目線いわば観光者目線が少ないことに起因していた。

そこで観光協会では「観光用新パンフレットの作成」を企図しており、その中で「松崎町で楽しむ大学生（アクティビティ、フード）のページ」を掲載したいという申し出がなされた。

最終的には学生が新パンフレットの構成も手掛けることとなり、「商店街マップ」「フード紹介（海産物、桜葉餅など）」「アクティビティ紹介（SUP体験、シーカヤック、人力車など）」「風景」「温泉」「松崎町内のイベント・祭りのスケジュール」「お土産紹介」「松崎高校生のお勧めスポットなど」「静岡大学生考案の観光プラン」「動画コンテストの告知」と、この時点までのフィールドワークの活動なども盛り込んだものとなった。

しかしながら、この「観光用新パンフレットの作成」もまた、新型コロナ感染拡大に伴い中止せざるを得なくなった。

こうして2つのプロジェクトの中止が余儀なくされるなか、新たなプロジェクトとしてサステイナブルツーリズムを用いたイベントの実施という案が生み出された。サステイナブルツーリズムとは、地域の自然環境を維持しつつ、観光業の活性化と住民の生活満足度向上を両立させる観光プログラムを指す。したがって学生らは「動画コンテストの実施」「観光用新パンフレットの作成」のために、アクティビティの調査や歴史文化の体験や見学を行っていたため、こうしたそれまでの経験を転用することが可能になった。

具体的には、商店街全体をスゴロクに見立てたイベント案が生まれ、各マス目では店舗ごとにサステイナブルツーリズムに絡めたお題やワークショップの開催を検討することとなった。そこで2021年6月のフィールドワークにて実際に各店舗にイベントの提案と協力を依頼した結果、「洋品店でのリメイクワークショップ」・「青果店でのおいしい野菜や果物の見分け方クイズ」・「桑葉加工品店でのお茶と桑葉茶飲み比べクイズ」などの協力が得られた。

2. 商店街新パンフレットの作成（2021年8月～2022年2月）

IV 1. での調査をもとに改めてイベント案を整理し、2021年8月に舞台となる商店街の店舗経営者有志と商工会議所担当者との意見交換会の機会を設け提案を行った。加えて、「観光用新パンフレットの作成」は頓挫したものの店舗調査の実績を踏まえて「商店街新パンフレットの作成」も第2案として提案を行った。その際、一般的な商店街パンフレットは商品に焦点を当てているものがほとんどであり、松崎町のような観光地では別の切り口も必要であると考えていた。そこで各店舗の背景に着目することでメッセージ性を強め、そのことで情報発信力が高まるとして店舗経営者にも焦点を当てる内容の提案を行った。

この意見交換会では店舗経営者から

- 「スゴロクに見立てたイベントは面白そうだが、1回限りになるのではないかな。長期的に取り組める方法は無いのかな。」
- 「案の中で、実施が可能なものは新パンフレットの作成。実際、外部のデザイナー提案で「おもしろ商店街マップ」というものをGo to 商店街の補助金で作成予定であった。内容も商品だけで無く店主の人物像にも焦点をあてるものでよく似ている。」
- 「新パンフレットの作成の場合、約20店舗参加している「松崎町ロマンシール協同組合」がベースで良いのではないかな。それ以外にも大学生が関心のある店舗があれば追加してみればどうか。」
- 「大学生のやりたいことをやって欲しい。松崎町には静岡大学など様々な大学が来て活動しているが、自己満足に終わっていないかな。皆さんには、何か成果物を作って達成感を味わって欲しい。その協力はしたい。」

といった意見が出された。

そこで、こうした意見を踏まえてプロジェクトの実現可能性の観点から2021年度後期から「商店街新パンフレット」の作成に取り組むこととなった。意見交換会后、学生間で振り返りを行い、今後は、「マップの形状・内容・店舗の選択などを検討」・「簡単なサンプルを作って商工会議所担当者や店舗経営者に意見をもらう」ことを決定した。

その後、2021年11月・12月の2回のフィールドワークにて今回の新パンフレット掲載の8店舗を選びインタビューと写真撮影を行った。インタビューでは「店舗の基本情報」・「商品に関して」・「店主のメッセージ」と大きく3つの項目に分け、さらに「商品に関して」では「おすすめ商品」・「人気商品」・「おすすめ商品への思い」・「他の店舗との違い・こだわり」を、「店主のメッセージ」では「松崎町への思い・好きなところ」・「趣味、好きなこと、マイブーム」・「自分を一言で表すと？ or座右の銘」・「お店にかける思い」と細分化し共通の質問項目で行った。

こうしたインタビューをもとに2022年2月にサンプルが完成し、掲載店舗の経営者と商工会議所担当者に対してzoom形式で意見交換会を行った。そこで、パンフレットタイトルは「店主さんぽ」に決定した。

3. 商店街新パンフレットの配架先の拡張（2022年3月～2022年10月）

2022年3月に2月での意見交換会をもとにサンプルをブラッシュアップした見本誌を実際に松崎町にて、掲載店舗の経営者と商工会議所担当者に提示した。そこで、冊子の大きさ・文字の大きさ・文字量など具体的な確認事項を洗い出し、さらに4月末を完成目標とする校正スケジュールの合意形成を行った。



図2 「店主さんぼ」：表紙



図3 「店主さんぼ」：目次

(出所：静岡大学地域創造学環フィールドワーク（松崎町 商店街）)

その際に新たな課題として確認されたことが、パンフレットの配架場所である。当初、掲載店舗・観光協会など松崎町内に加えて松崎町外では静岡大学内の生協や図書館までをその範囲としていた。

しかしながら、見本誌の質が高いことから掲載店舗の経営者から松崎町外での配架先を増やせないか、という希望が出された。特に静岡市内から松崎町までの道中にある道の駅に対しては要望が大きく、パンフレット作成と同時並行で新たな配架先を交渉していくこととなった。意見交換会では具体的な配架先の候補として道の駅、富士山静岡空港、静岡市内の各種商業施設、静岡県スポーツ・文化観光部が挙げられた。

そこでまず富士山静岡空港との交渉を行った。同空港は静岡大学と2022年5月に地域振興に関する協定を結んでおり、締結に関わった教員を通じて筆者が配架の交渉を行った結果、快諾を得て2022年9月に完成したパンフレットを送付した。

次に掲載店舗の経営者から要望の高かった道の駅であるが伊豆半島の観光案内の拠点にもなっている道の駅伊豆ゲートウェイ函南を対象とした。伊豆ゲートウェイ函南は三島市にある地域建設業である加和太建設株式会社が2017年に開発し運営も行っている。そこで2022年7月に筆者と学生2名が同社に赴き交渉を行った。

道の駅伊豆ゲートウェイ函南はゲートウェイの名が示す通り、伊豆半島の発信拠点として農産物直売所などに加えて観光案内所やラジオブースも併設している。コロナ禍以前は隣接するわさびミュージアムやめんたいパークに訪れる大型観光バスなどの団体客の流入もあり、道の駅全体の利用者数は2019年には177万3千人に達していた。しかしながら、コロナ禍以降で団体客はほぼ

ゼロとなり、道の駅全体の利用者数も2020年では年間107万4千人と大きく減少し、2021年度ではやや回復基調であるものの年間136万8千人に留まっている。

したがってゲートウェイの役割として団体客中心では無く少人数のマイクロツーリズムにも焦点を当てることになり、そうした点からは松崎町は密かな人気スポットになり得ることからパンフレットの配架の快諾を得て、2022年9月に完成したパンフレットを持参し配架した。



図4 道の駅伊豆ゲートウェイ函南 観光案内所

(出所：筆者撮影)

このように、富士山静岡空港と道の駅伊豆ゲートウェイ函南は筆者の主導で交渉を行ったが、静岡市内の各種商業施設や静岡県スポーツ・文化観光部へは学生主体で行われた。

まず静岡市内の各種商業施設では施設内にパンフレット用カタログラックを管理する事業者と学生との接点があり、その縁から交渉を行った結果、地域活性化への理解があり快諾を得ることが出来た。

さらに静岡県スポーツ・文化観光部へも学生がアポイントを取り、担当者と交渉した結果、静岡県庁内と駿河湾フェリー内への配架の快諾を得た。このよう配架場所に関しては、「①大学の資源の活用（富士山静岡空港）」・「②新規開拓（道の駅伊豆ゲートウェイ函南・静岡県庁内・駿河湾フェリー内）」・「③学生の資源の活用（静岡市内の各種商業施設）」の3つの拡張を果たすことが出来た。

なお、この静岡県スポーツ・文化観光部との交渉が契機となり、静岡県賀茂地域局が10月に実施した伊豆半島での移動知事室にて、これまでの経緯を学生が知事に説明する機会を得ている。

V. 「デザイン思考」による商店街活性化

辻本（2019）はマーケティング教育の一環として、学生による大阪郊外のショッピングセンター「ららぽーと和泉」で商圈内における消費者の購買行動の変化というマーケティング・リサーチを

行っている。そこでこのリサーチをコルブの「経験学習モデル」で分析し、「①具体的な経験」・「②内相的観察」までは行えたものの、「③抽象的概念化」に該当する新たな知見によるマーケティング理論への貢献は、卒論及び教員の研究に委ねられるとしている。

このことは課題解決型学習での「デザイン思考」における「③創造」は、大学生にとって高度なものであり、したがって「④プロトタイピング」までに至れば相当高い学習効果が期待されることが示唆されている。

さらに内田（2021）も課題解決型学習に対して課題解決までを授業の究極の目標としつつも、実際にプロジェクトを社会実装するには時間や人材などの資源に限られるため、プロジェクトのアイデア創出が現実的な目標になるとする。そこで関係者による発表会でフィードバックを得たことを「④プロトタイピング」・「⑤テスト」を合わせたものとしている。これは「デザイン思考」における「④プロトタイピング」と「⑤テスト」が「経験学習論」における「④能動的実験」として一体化しており（図1）、人材育成が強調されてきた結果と言える。

したがってプロジェクトにおいて「④プロトタイピング」の段階でフィードバックを得て「⑤テスト」に進むというプロセスが余り注視されてはこなかった。その結果、III. で触れた商店街における課題解決型学習ではパンフレット作成・SNSによる情報発信、イベントの実施といった一応は形として「⑤テスト」までに達しているため、一定の評価がなされてきた。

しかしながら、課題解決型学習の場として商店街は第一に課題解決を期待しているためギャップが生じ、正に「自己満足に終わっていないか。」という懸念が生まれている。

そこでIV. で述べた静岡県松崎町における静岡大学地域創造学環のフィールドワークでの活動を改めて「デザイン思考」のプロセスで考察すると以下のような図式に整理できる。

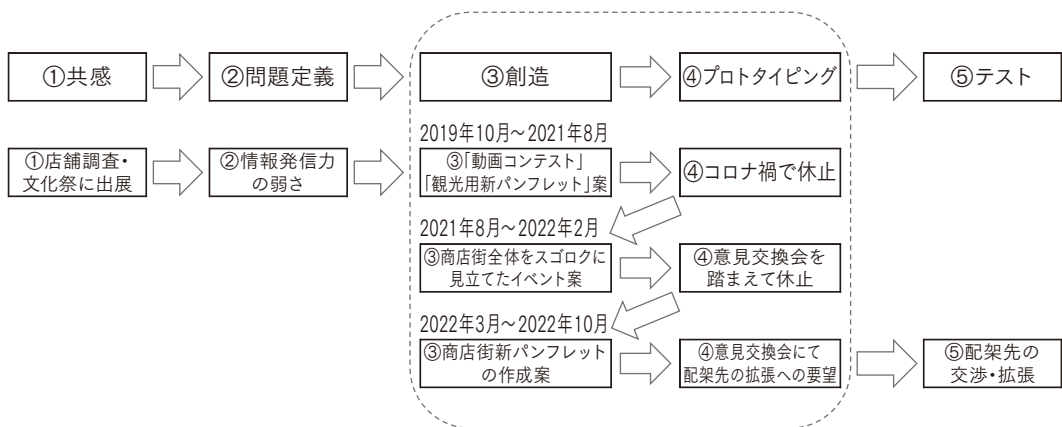


図5 静岡県松崎町におけるフィールドワークのプロセス

(出所：筆者作成)

こうしたプロセスが実施できる背景には静岡大学地域創造学環のフィールドワークが複数年次の学生で構成されており中長期的な活動を行っている点にある。

松崎町での取り組みでは、まず「①共感」の段階で学生自身が外からの観光客と、松崎高校文化祭に参画するある種の地域住民としての2つの視点によるエスノグラフィが行えており、そのことが質の高い「②問題定義」につながっている。さらに「経験学習論」における「④能動的実験」内の「④プロトタイピング」と「⑤テスト」がきちんと分離し、「④プロトタイピング」の段階で商店街からのフィードバックを受け、再度「③創造」に戻っている。

その結果、図5のように松崎町での取り組みでは結果的に複数回にわたり「③創造」に戻ること、プロジェクト案がブラッシュアップされ最終的には「商店街新パンフレット作成」に至ったことが分かる。さらに「⑤テスト」での社会実装として単にパンフレットを作成するのではなく、松崎町外の複数の場所に配架の交渉を行うことで社会的なつながりの拡大にも寄与している。これは「デザイン思考」のプロセスを経ることで単にプロジェクト案が「商店街新パンフレット作成」としてブラッシュアップされただけでなく、商店街のパンフレットに関する課題そのものの解決策も導出されていると言える。

一般に商店街のパンフレット作成では商店街が立地する地域内での配布に限定され、新たな顧客の獲得が難しい。またコンテンツも商品紹介が大半であり、かなり差別化されたもので無い限り新たな顧客を誘引しきれないという面がある。したがって「コンテンツ」・「配布先」という2つの課題が存在している。

そこで松崎町での取り組みでは「コンテンツ」に関しては店舗経営者のメッセージを深掘りすることで、ある種のローカルメディア³に近い効果が生み出されている。また、「配布先」に関しても「①大学の資源の活用」「②新規開拓」「③学生の資源の活用」の3つの拡張を行うことで課題が克服されている。こうした拡張における交渉自体も学生の能力向上に貢献しており、「デザイン思考」のプロセスを丹念に行うことは学習効果にもつながっていると言える。

VI. 結び

本稿では、先行研究を俯瞰し課題解決型学習が人材育成の視点と課題解決の追求という2つの視点からの枠組みで構成されていることを提示した。その上で商店街活性化における課題解決型学習では人材育成の点での評価はあるものの、課題解決の追求の点での評価が乏しいことを見出した。

³ 影山ら（2018）は商店街活性化における地域内の小冊子やPR誌といったローカルメディアの役割として、店舗や地域のアイデンティティを再定義し、活用方法を見出す手段の1つとしている。

それは、課題解決型学習が時間や人材などの資源が限られるため実際の解決策を実施することが困難であり、またそもそも解決策の導出そのものが場合によっては学生の能力に対して余りに挑戦的な経験であることに起因している。そこで、課題解決型学習において、商店街活性化の活動に大学生が参画すること自体が座学以上の効果があるとされてきた。その結果、商店街活性化という課題解決追求そのものを、いかに成し得るかまでには至らなかった。

こうした問題に対して静岡大学地域創造学環のフィールドワークでは複数年次の学生で構成することで中長期的な活動となり、「デザイン思考」のプロセスにおける「③創造」・「④プロトタイプング」・「⑤テスト」の丹念な実行が可能になっていることが分かった。またこのプロセスにおけるブラッシュアップによって商店街のパンフレットが持つ課題の解決にもつながっていることも分かった。

なお、本稿ではこうした課題解決型学習における教員の役割の考察までには至っていない。ブラウン(2016)は企業における創造性の発揮のために、リーダーは「冒険者」・「庭師」・「選手兼監督」の3つの役割があるとする。具体的には「冒険者」とは指示を出すのではなく戦略的で意図的な質問を投げかけ、「庭師」は創造性が生まれるツールを準備し、「選手兼監督」は部下のアイデアに対して一緒に現場に立って行動することを意味する。筆者自身は商店街新パンフレットの配架交渉を学生とともに行ったので「選手兼監督」の役割は十分に果たしていると言えるものの、「冒険者」「庭師」に関してはさらなる考察が必要である。特に「冒険者」は課題解決型学習の原点である「正しく問題を発見し、設定すること」と結びついており、今後の検討課題としたい。

【謝辞】

本研究を進めるにあたり、静岡県松崎町の様々な関係者にご協力いただきました。この場を借りて深謝いたします。

【参考文献】

- 足立基浩・石原武政・渡辺達朗(2018)「学生達のまちづくり」石原武政・渡辺達朗編『小売業起点のまちづくり』, 碩学舎
- 安斎勇樹・小田裕和(2021)『リサーチ・ドリブン・イノベーション 「問い」を起点にアイデアを探求する』, 翔泳社
- 伊豆新聞2022年6月9日「事業所紹介パンフ完成間近 松崎 静大生 店主に最終確認」
- 内田浩史(2021)「神戸市課題解決プロジェクト」國部克彦・鶴田宏樹・祇園景子編『価値創造教育 神戸大学バリュースクールの挑戦』, 神戸大学出版会
- 影山裕樹(2016)『ローカルメディアのつくりかた 人と地域をつなぐ編集・デザイン・流通』, 学

芸出版社

影山裕樹編 (2018)『ローカルメディアの仕事術 人と地域をつなぐ8つのメソッド』, 学芸出版社

國部克彦 (2021)「価値創造教育の構築—V.Schoolの教育体系」國部克彦・鶴田宏樹・祇園景子編『価値創造教育 神戸大学バリュースクールの挑戦』, 神戸大学出版会

静岡大学地域創造学環 (2019~2022)『フィールドワーク報告書』

静岡新聞2022年2月20日「商店街パンフ作成に大学生協力 松崎・ロマンシール協組 オンラインで意見交換」

静岡新聞2022年6月7日「静大生が商店街パンフ共同製作 松崎 協力店に披露」

中小企業庁 (2022)『令和3年度商店街実態調査』

辻本法子 (2019)「マーケティング教育における理論と実践」山本順一・伊藤潔志・小澤義昭・櫻井結花・辻本法子・中村恒彦・大村鍾太「経営学教育の理論と実践」桃山学院大学総合研究所紀要第45巻第2号, 桃山学院大学総合研究所

中原淳 (2012)『経営学習論 人材育成を科学する』, 東京大学出版会

中原淳・中村和彦 (2018)『組織開発の探求—理論に学び, 実践に活かす』, ダイヤモンド社

平岡祥孝 (2018)「地域で求められる人材育成—基礎学力を基盤とした大学教養教育—」平岡祥孝・宮地晃輔編『[増補版]「それでも大学が必要」と言われるために—実践教育と地方創生への戦略』, 創成社

森雅人 (2018)「社会調査と地域課題の抽出—大学におけるアクティブ・ラーニングの取組み—」平岡祥孝・宮地晃輔編『[増補版]「それでも大学が必要」と言われるために—実践教育と地方創生への戦略』, 創成社

吉本諭 (2018)「[課題解決型学習法] (PBL) —長崎県立大学COC事業の取組み」平岡祥孝・宮地晃輔編『[増補版]「それでも大学が必要」と言われるために—実践教育と地方創生への戦略』, 創成社

読売新聞2020年10月22日「キャンパス探訪 専修大学 商学部も加わり街の魅力の発信」

鷺田祐一 (2021)『デザイン経営』, 有斐閣

渡部淳 (2020)『アクティブ・ラーニングとは何か』, 岩波書店

Tim.Brown (2016) “Leaders Can Turn into Competitive Advantage”, HBR.org (「創造性の競争力」を育むリーダーの3つ役割)『DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー』2019年7月号, ダイヤモンド社)