

経営学部 50 周年記念イベント —— 経緯と活動報告 ——

在 間 敬 子

1. はじめに

2017 年に経営学部は創設 50 周年を迎え、記念イベントとして「活躍する卒業生再発見！インタビュー・ゼミ活動」「50 周年記念シンポジウム&交流会」「チャレンジ応援クラウドファンディング」という 3 つのイベントを実施した。シンポジウムではゼミ研究発表ポスター大会も同時開催した。学部 50 周年イベントで、このような盛りだくさんのイベントを実施する例は稀有である。本稿では、本イベント企画の背景と経緯、学部 50 周年イベントの各企画の内容、実施報告と課題をまとめ、最後に所感を述べる。

2. イベント企画の背景と経緯

(1) 企画の発端

2015 年春開催の運営委員会において、中井透学部長（当時、現副学長）より、「50 周年企画として、卒業生と在校生が交流できるホームカミングデイのような場をつくれませんか、企画を考えてください。」というお題をいただいた。

(2) 既存の学部周年企画の 4 類型

まず、既存の学部主催による周年企画について、ホームカミングや交流に留意しつつ情報収集を行った。その結果、以下の 4 つのタイプがあった。推察される長所・短所と合わせて 2015 年 9 月の運営委員会で報告した。

第 1 は、授業公開である。例えば、東京経済大学コミュニケーション学部では、開設 20 周年を記念して、卒業生にコミュニケーション学に触れてもらう機会の提供を目的として、1 週間程度の公開授業期間を設定し、卒業生が聴講できるというイベントが開催された。手軽で、おそらくほとんど費用をかけずに実行可能であり、卒業生は気軽に参加できる。ただし、通常の授業期間なので、社会人となっている卒業生が実際に参加するのは容易ではないと推察される。

第 2 は、交流会開催で、学部卒業生対象に「卒業生交流会」イベントを開催するというものである。例えば、東洋大学経営学部では周年企画ではないが、大学主催のホームカミングデイと同日に学部

交流会を実施している。また、常磐大学国際学部では、開設15周年を機に交流会が実施され、以後、卒業年度を限定して例年企画として実施されている。交流会なので、卒業生が気軽に参加できる。ただし、交流会だけでは特別な記念行事という感じにはなりにくいと思われる。

第3は、有名人をパネリストに招きシンポジウムや講演会を開催するイベントである。例えば、法政大学経営学部では、創設50周年記念事業として、新校舎見学を兼ねたキャンパス・ツアーの開催に加えて、シンポジウムが開催された。シンポジウムでは、有名企業取締役の卒業生がパネリストとして招かれ、大学時代の思い出、企業経営、在校生へのメッセージ等を話してもらうという趣旨であった。また、成城大学文芸学部では、成城学園創立100周年および成城大学文芸学部創設60周年を記念して、推理小説作家など著名人を招いたシンポジウムが4回開催された。加えて、ホームカミングデイとして交流会も実施された。有名な卒業生に講演してもらえる場合はPR効果も高いと推察される。ただし、実施面では著名人の日程調整や高額な謝金が必要である。加えて、学生が聴講したいと思うほどの有名人でない限りは、在学生の参加促進について何らかの策が必要であると推察される。

第4は、研究成果展示や観光地等の見学ツアーも組み合わせた大掛かりなイベントである。例えば、信州大学繊維学部では、毎年の学部ホームカミングデイとして、講演会、交流会だけではなく、研究資料の展示や、翌日に見学ツアーも実施するイベントが開催されている。同窓会事務局があり、大規模イベントの運営体制が整っているようである。この事例では、学部の研究活動の広報になり、卒業生にとっても懐かしい場所の見学ができるというメリットがある。ただし、運営体制がなければ実施は難しいと推察される。

(3) 学生参加型企画提案の意図

以上の4類型を踏まえて、単なる交流、よくあるシンポジウムではない、オリジナルな企画を提案することにした。最初に提案した企画は、在学生が「有名人ではなくても活躍している先輩がいる！」と自ら発見し誇りを持つことができる「学習と交流の場の提供」を目的としたものである。

在学生は卒業生の芸能人(石田靖さんやハイヒールりんごさん)は知っているものの、他の分野で活躍する卒業生についてはほとんど知らない。また、最近「オレら産大やし、あんまりたいしたことないし。」と自信のない言動をする学生が見受けられる。そのような学生に自信を与えることはできないだろうか。その問題意識が原点にあった。

社会を導くのは一握りのリーダーかもしれないが、社会を支えているのは目立たなくても活躍する大多数の人々である。経営学部では、50年の間に、様々な分野で地道に活躍する卒業生を輩出しているはずである。それらの方々の活躍を見えるようにすればいいのではないだろうか。学生が自らインタビューしたい卒業生を発見し、人生やビジネスのことを学び、自身の今後の人生の参考とし、本学部に対する誇りをもってもらいたい。

そういう想いから、「活躍する卒業生再発見！プロジェクト」と題するインタビューのゼミ活動を

企画した。本企画では、学生が単にインタビューに行くだけではなく、記事をまとめて HP で発信してもらうことにした。さらに、インタビュー活動と学部 50 周年シンポジウムおよび交流会を組み合わせることにした。

(4) 「学生を楽しませる」という視点

上記の企画案を最初に提案した 2015 年 9 月の運営委員会において、「あなたが提案したのだから、あなたがやりなさい」と命ぜられ、2016 年 1 月の運営委員会では、詳細な企画案、および、実施スケジュールと運営体制の案を作成し報告した。

運営委員会後、ある教員から、「学部 50 周年なのだから、交流会もいいけど、在学学生を楽しませてあげたらいいのではないか。例えば佐々木希さんと呼ぶとか!」と言われた。もちろん受け流してもよかったのだが、「楽しませる企画」という発想はなかったもので、取り入れることにした。

2016 年 2 月の運営委員会で、在学学生が心から楽しみ参加できるイベントを目的として、例えば「高橋みなみさんに学ぶ『まとめる力』」と題する企画を提案した。当時、AKB48 の主要メンバーだった高橋みなみさんは、リーダーシップを高く評価され、『リーダー論』（講談社 AKB48 新書、2015 年）を出版されており、AKB を引退後の将来も何らかの活躍をすることが期待されていた。リーダーシップは組織マネジメントでも重要なテーマのため経営学部に適しており、アイドルを好きでない大学生でも有名人と語り合える場というところから楽しいのではないかと考えた。ただし、有名人を招くほどの予算をもらえるとは思えなかったため、クラウドファンディングを活用して、集まったら実施するという提案をした。（当然ながら、資金が集まったら実施するという企画では有名人が承諾してくださるはずはなく、必死で資金集めをする必要がある。）また、クラウドファンディングのチャレンジに主体的に参加してくれる学生を募り、学生応援という位置づけにもしたいと提案した。

運営委員会では、「（あなたが企画提案・実行者なのだから）いいのではないか。」ということで、2016 年 3 月の教授会に提案した。しかし、当然ではあるが、高橋みなみクラウドファンディングプロジェクト案は却下され、再検討することになった。

(5) チャレンジ応援クラウドファンディング企画の提案へ

ここまでの構想は、運営委員会と教授会場で議論し意思決定を行っていたが、これらの会議では議題が多く、十分な議論もできないし、運営上も委員会組織を結成する必要がある。そこで、3 月末の運営委員会で、実行推進委員会を立ち上げる提案をして、2016 年 5 月から実行推進委員会として議論・活動を始めることになった。実行推進委員会は 2017 年 10 月まで 11 回開催した。

3 月の教授会で学生応援型・高橋みなみクラウドファンディングプロジェクト案は却下されたが、実行推進委員会で、クラウドファンディングの活用案は残し、「学生や卒業生が取り組むチャレンジ企画を、卒業生と教職員が応援する」ために、クラウドファンディング会社に学部が仲介する企画案に決まった。

「クラウドファンディングを活用したい経営者の卒業生は多いはずで、応募がたくさんあることが予想される」という意見が挙げられ、また、「クラウドファンディングを活用して、ゼミ活動を充実させるための仕組みをつくれるのではないか。これからの経営学部のウリの1つがゼミの充実であるので、それにも役立つのではないか。」という意見もあった。後述するが、これらは誤算であった。

2016年度は学部50周年としての予算をつけていないため、2017年度の事業申請に向けて企画内容の詳細を詰めることと、事前準備を行うことにした。

事前準備の1つは、クラウドファンディングを運営する企業READYFOR株式会社（以下、READYFOR）の代表取締役CEO・米良はるか氏を招き、2016年9月21日にセミナーを開催した。READYFORは日本では最初にクラウドファンディングを導入した会社で、当時は最大のシェアを持っていた。それに加えて、委員の1人が米良氏をよく知っているということで、READYFORに仲介企画の協力を仰ぐことになった。米良氏は「誰もがやりたいことが実現できる社会」を目指すという熱い思いを持つ、パワフルで魅力的な方である。なお、READYFORでは、会社名はすべて大文字の「READYFOR」、会社が運営するクラウドファンディングのプラットフォームは最初だけ大文字の「Readyfor」と表記されている。本稿においてもその表記に従う。

(6) ゼミ研究発表ポスター大会の同時開催

2016年10月開催の第3回実行推進委員会で、新たに加わった委員から、「ゼミ研究発表大会をポスター形式でシンポジウム当日に開催すればいいのではないか。」と提案があった。当該委員は、例年の口頭発表によるゼミ研究報告大会では、審査の公平性に課題があるのではないかという問題意識を抱いていたそうである。その課題が妥当か否かはともかく、確かに、公開するシンポジウムの会場でゼミ研究発表大会を見てもらうことで、緊張感のある大会になり学生への刺激となるだろう。また、経営学部が力を入れているゼミ活動を来場者に見てもらう機会になる。そのようなメリットがあると思われた。

実行推進委員会ではこの案に対し反対がなく通過し、教授会で提案したところ、やはり特に反対意見はなかったので、取り入れることになった。

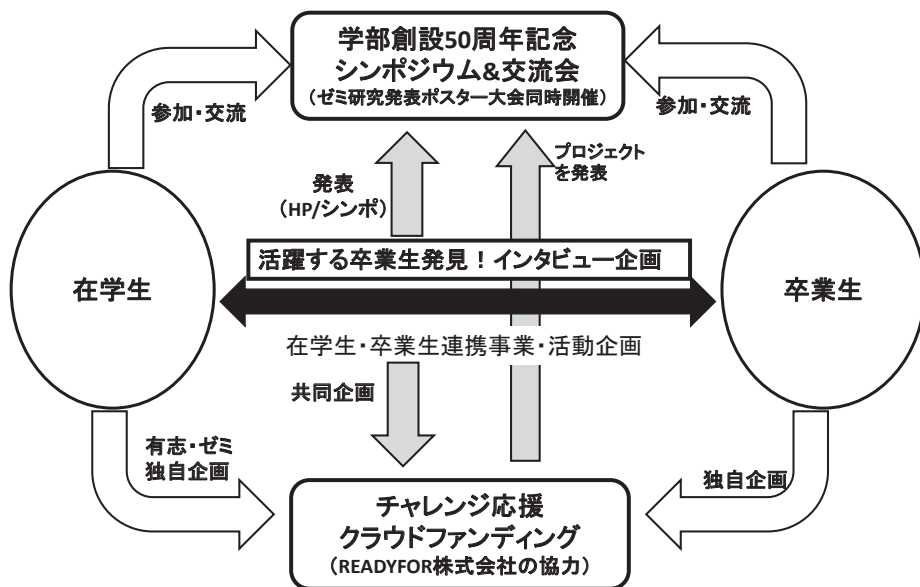
(7) シンポジウム & 交流会の開催日程の決定

2016年4月には、シンポジウムと交流会の開催日を2017年11月3日（金・祝）にすることが運営委員会で確定し、5月の教授会で報告された。日程の決定においては、学部行事との兼ね合い、卒業生が来学しやすい神山祭に合わせる、連休の初日にする、といったことを考慮した。例年、神山祭に合わせて、同窓会の総会や、社会連携センター・校友担当主導による年度を指定したホームカミングも開催されている。これらの日程と合わせたり、避けたりする必要性もないわけではなかったが、神山祭やこれらの同窓会行事の2017年度における日程が、当時は未定であった。

3. 学部 50 周年企画の概要

(1) 企画の全体像

上述のような経緯があり、学部 50 周年企画の全体像がまとまった。図表 1 に示す。企画の目的は、①卒業生と在学生の「むすんで、うみだす。」きっかけづくり、②卒業生と在学生が交流できるホームカミングデイの場、③在学生在が「活躍している先輩がいる！」と自ら発見し誇りを持つための学習交流の場、④在学生や卒業生がビジネスや社会活動にチャレンジする場を、提供することである。さらに、学部 50 周年を機に、卒業生と在学生の今後の「むすんで、うみだす。」の創出を目指すことも視野に入れた。



図表 1 経営学部 50 周年イベントの全体像

ベースとなる企画は、「活躍する卒業生再発見！インタビュー・ゼミ活動」である。核となる企画の1つは、シンポジウム&交流会である。インタビューした卒業生から登壇者を選び、シンポジウムを開催し、それらの方々を含め、卒業生、在學生、教職員が集う交流会を開催する。シンポジウムの同じ場所で、上述のように、ゼミ研究発表ポスター大会も開催し、来場者に見てもらう機会とする。核となるもう1つの企画は、チャレンジ応援クラウドファンディングである。在學生や卒業生から、チャレンジしたいプロジェクトを出してもらい、それをREADYFORに仲介する。READYFORの手続き・審査等を経てクラウドファンディング・プラットフォーム Readyforに掲載されたプロジェクトについて、教職員や卒業生に呼びかけで資金集めを行う。

(2) 企画運営の概要

学部50周年イベントは、図表1で示したように、大別すると3つの企画であるが、実施するに際しては個別に行う必要があったので、実際には、「活躍する卒業生再発見！インタビュー・ゼミ活動」「ゼミ研究発表ポスター大会」「シンポジウム」「交流会」「チャレンジ応援クラウドファンディング」および「広報活動」というように、6つの企画・活動を同時に回す必要があった。さらに、シンポジウム・研究発表と交流会については内容だけではなく会場準備も必要であったので、運営面では7事項の進捗管理が必要であった。

2016年度秋の事業提案後、予算が決定するのは2017年2月だが、それに先立ち、2016年11月より、卒業生再発見！インタビュー・ゼミ活動から開始した。多岐にわたる事項の活動を実施し、進捗管理を行ったが、紙面の都合上、詳細な内容は省く。

運営の方針としては、短期の企画実行であるため、与えられた予算と企画の大枠に基づき、委員長に権限を委譲してもらい、トップダウンで進めていくことにした。また、業務負担の効率化のため、実行推進委員会の開催は最小限にとどめ、議事録は、後で振り返る必要がほぼないため、誰が何を発言したかではなく、毎回、全体像を示しつつ、決めたことを詳細に記すものとした。学部教職員への情報共有のため、議事録をメーリングリストで配信した。加えて、ゼミ活動とも関わる企画なので多くの教員に参加してもらう必要があったため、2016年12月から2017年8月まで、毎月の教授会で「知って納得！面白い！学部50周年イベントご案内」と題して、PowerPointを使ってプレゼンを行うという広報活動も行った。2017年9月と10月の教授会では、シンポジウム&交流会実施直前のお知らせになるため、全員の役割分担配置表や作業・活動マニュアルを渡して説明を行った。これら以外にも、ゼミ研究発表ポスター大会の詳細な説明書も作り、メール配信と教授会での説明を行うなど、教職員間の情報共有に配慮した。

以下の4～9では各企画について、実施内容を紹介し、成果と課題を述べる。それぞれ、ここに記載した内容以上に細かい活動や調整事項なども多々あったが、詳細は省略する。

4. 活躍する卒業生再発見！インタビュー・ゼミ活動

(1) 実施内容

この企画は、各ゼミでインタビューしたい経営学部卒業生を見つけて、アポイントを取り、インタビューをして記事を書き、学部50周年の特設ホームページ（以下、特設HP）に掲載するというものである。インタビューイとしては、ゼミの卒業生でもよいが、独自で情報検索したり、委員会で調べた経営者等リストを提供し選んでもらったりした。ちなみに在間ゼミでは、インターネットで検索し、インタビューイ候補を見つけた。

インタビューイへの質問項目の大枠は、①大学時代および経営学部での思い出、②個別事項、③在学生へのメッセージである。②の個別事項は、各卒業生の仕事や活動により異なるので、適した

質問項目をゼミで決める。実施後に、インタビュー記事と写真を、インタビューの確認を受けてから提出してもらい、特設 HP に掲載する。掲載後にお礼状と 11 月 3 日の交流会ご招待状をお渡しする。概ねこのような手順で実施し、進捗管理を行った。

(2) 実施結果と成果

図表 2 に、特設 HP 掲載順に、インタビューを記す。インタビューから選んだ、11 月 3 日シンポジウムにおける登壇者も記している。インタビュアーのゼミ名および学生氏名については紙面の都合上、割愛する。詳細は本学部 HP をご参照いただきたい。

本企画では、「3 分の 2 以上のゼミ参加」を目標とした。経営学部教員在籍数は 38 で、ゼミ担当の教員は 36、2016 年度と 2017 年度の在外研究者各 1 名を除くと、本企画参加が可能なゼミ数は 34 である。図表 2 に記したインタビューを実施したゼミ数は 20 である。該当 34 ゼミに対する割合は、58.8% であり、目標とした 66.7% には若干到達しなかった。

インタビュー数は 2017 年 12 月末で 40 名に達した。第 1 号に名乗りを上げたのは久保ゼミで 2017 年 3 月という早い時期に実施された。株式会社アंकシステムズの代表取締役・金 明淑氏へのインタビュー記事は、手本として学部内で共有させていただいた。4 年生は就職活動の際に、エントリーシートに大学 HP の記事掲載 URL を記載して、その実績を PR することが可能である。そのような事情を踏まえ、広報部からの尽大な協力により、特設 HP へのインタビュー掲載を 2017 年 4 月にオープンすることができた。

インタビューの最多実施は佐々木ゼミの 8 名、次いで、在間ゼミの 4 名、久保ゼミ・井村ゼミ・橋本ゼミの各 3 名、中井ゼミ・森永ゼミ・大室ゼミの各 2 名である。具ゼミ・三輪ゼミ・行待ゼミ・岩城ゼミ・吉岡ゼミ・宮永ゼミ・中野ゼミ・涌田ゼミ・岡部ゼミ・福島ゼミ・植木ゼミ・赤岡ゼミは、それぞれ 1 名のインタビューを実施した。ゼミ活動ではないが、番外編として教職員有志によるインタビュー訪問も 2 件だけだが実施した。

図表2 インタビューを実施した経営学部卒業生

インタビュー記事 HP掲載NO	氏名 (敬称略)	卒業年	所属組織名・役職・職業	シンポジウム 登壇者
topメッセージ	山田 幸代	2005年	プロラクロスプレーヤー	○
1	金 明淑	1997年	株式会社アंकシステムズ 代表取締役	
2	岡村 邦彦	1978年	株式会社音通 代表取締役社長	
3	野間 悠磨	2012年	株式会社アドウェイズ ベトナム支社長	
4	大曾 暢烈	2011年	名古屋経済大学 経営学部経営学科 准教授	
5	堀場 弘之	1970年	株式会社六盛 会長 三代目当主	
6	花房 雅弘	1977年	株式会社ECC 取締役副社長	
7	井上 歩夢	2015年	エッセイスト・読書家	
8	奥村 孝司	1994年	有限責任監査法人トーマツ 監査事業本部 関西事業部 大阪事務所 パートナー 公認会計士	○
9	苗村 智行	2015年	NTTアドバンステクノロジー株式会社	
10	金谷 淳平	2008年	三陽商事株式会社 営業部 課長	
11	辰巳 一樹	2006年	Murata Electronics Europe B.V., Finance & Accounting Manager	
12	恩地 衛	1997年	滋賀県土木交通部交通戦略課交通プロジェクト係	
13	尾関好一	1996年	オゼキ紙商事(株) 代表取締役	
14	小谷俊二	1991年	(株)コタニ住研 代表取締役	
15	上林大基	2008年中退	トータルフードHEROESグループ 代表	
16	下村裕司	1986年	(株)しもむら 代表取締役	
17	後藤美臣	1996年	多重露光作品を用いた写真家(ゴトウヨシタカ)	
18	五明 久	1986年	五明金箔工芸	
19	五十棲新也	1998年	五十家コーポレーション 代表	
20	種田 敏徳	1985年	種田養蜂場 養蜂家	○
21	山根 裕輔	2010年	滋賀電力株式会社 代表取締役	○
22	一ノ本 達己	1990年	株式会社マックアース+G2:G32 代表取締役CEO	○
23	濱田 浩嗣	1983年	RIDE DESIGN(ライド デザイン) 代表	○
24	鈴鹿 且久	1972年	聖護院ハッ橋総本店 社長	
25	村田 雅行	2006年	株式会社キラメックス 代表取締役社長	
26	田中 絵梨	2013年	株式会社長谷工アーベスト	
27	岡島 重雄	1974年	株式会社岡重 代表取締役社長	
28	八田 博志	1980年	明石市役所 市民生活局産業振興室長	
29	梅原 宏之	1986年	株式会社ドコモCS関西 コールセンター事業部	
30	玉山 茂幸	1993年	ミズノ株式会社 コンペティションスポーツ事業部 事業企画部 事業企画4課 課長	○
31	大澤 八千代	2012年	パナソニック株式会社 エコソリューションズ社	○
32	荒賀 龍太郎	2013年	荒賀道場 空手家	
33	中田 明	1986年	有限責任監査法人トーマツ 監査事業本部 関西事業部 高松事務所	
33	原 浩之	1985年	デロイトトーマツ税理士法人 パートナー 公認会計士 税理士	○
33	伏見 及	1986年	トーマツベンチャーサポート株式会社 デロイトトーマツ	
34	後藤 和美	2008年	京都信用金庫 人事部 主任	
35	市原 敬久	2006年	株式会社八百鮮 代表取締役社長	
記事作成中	勝見 綾乃	2013年	西日本旅客鉄道株式会社 京都車掌区 車掌	○
記事作成中	簀本 崇	2011年	株式会社キネカ 代表取締役	○
非公開	藤田 聡	2017年	金融機関	
(番外編)	平田 彰宏	1988年	エコ仮面・ヒラタアキヒロ 共栄設備工業所 代表取締役社長	
(番外編)	金七 聖子	1998年	松波酒造 若女将	

(3) 課題

本企画では、以下の2つの課題があった。

①学生への交通費支給の課題

実行推進委員会において、インタビュー実施に関わる学生への交通費について現金支払い等の措置を模索したが、本学で設置されているゼミ活動支援制度を活用することが義務づけられた。ただ、ゼミ活動支援費に基づくと、インタビューを実施する演習科目のゼミ学生全員の参加が必須である。インタビューを訪れる際に、大人数で押しかけるわけにいかない場合も多い。そのため、本企画では、通常の教学センター管轄のゼミ活動支援制度の予算ではなく、学部50周年として学部での予算を申請した。

また、ゼミ活動支援費について従来からも学生への現金支給の希望や支給金額のアップが求められていたが、今回の企画においても、同様の課題があった。例えば、在間ゼミでは東京のIT企業に学生2名とともにインタビューへ行ったが、学生には京都市の5000円分の交通カードが支給された。教員には振込で全額支給される。在間ゼミでは教員に支給された約3万円のうち、1万円ずつ合計2万円を学生に割り当てた。他のゼミでも教員が自腹負担しているケースがあったと聞いている。

本企画は、インタビュー実習の意味もあり、教育の一環と位置づけている。「学生自身の勉強になるのだから自腹で」という方針を理解できる面はあるが、昨今の学生の経済事情では、自腹が大きくなると参加できない学生も多い。大学としても、ゼミ活動支援制度について、現在、交通費支給等に関して再検討されているとのことであるので、今後の改善策を期待したい。

②学生の文章力の課題

今回の企画では、学生にインタビュー記事を作成させるという学習面においても課題があった。多くの場合、ゼミで事前に決めた質問項目について学生の分担を決めておき、記録メモやテープ起こしから各自がまとめて、最後に教員が添削するというプロセスにより記事が作成された。しかし、多数の教員から聞かれたのは、「学生が文章をほとんど書けず、結局、教員が全体を再構成し文章も執筆した。」ということであった。

企画段階では、文章作成講座の開催や、プロのライターによる添削も考えていたが、実行できなかった。第1号の久保ゼミの文章が素晴らしかったため、「結構いける！」と誤解してしまったことも要因であった。後でお聞きしたところによると、久保ゼミでも教員がかなり手直しされたとのことであった。

在学生による卒業生へのインタビューにより、在学生と卒業生の交流も生まれる。インタビュー記事を学部HPに蓄積すると、「小さな活躍の積み重ね」が見える化できる。これらの点から、今後可能なら継続することが望ましいが、文章執筆の能力も向上させる工夫も必要である。

5. 学部50周年記念シンポジウム

(1) シンポジウムの企画内容

図表3に、シンポジウムのテーマと登壇者を示す。

図表3 シンポジウム概要

1. 開催日時・場所

2017年11月3日（金・祝、神山祭の初日） 14:00～16:25

11号館 3階 11304教室

参加費無料。事前予約の必要なし。

2. テーマ

「活躍する経営学部卒業生からのメッセージ:あなたも一歩踏み出そう！」

経営学部では、創設50周年事業として「活躍する卒業生再発見！」と題してインタビューのゼミ活動を進めてきました。それを踏まえて、シンポジウムでは、先輩から在學生に、未来の希望につながるメッセージをいただきます。

3. 登壇者および構成概要

(1) 挨拶

- ・大城 光正 学長
- ・具 承桓 経営学部長

(2) 基調講演

- ・一ノ本 達己氏（1990年3月卒業）
株式会社マックアース 代表取締役 CEO

(3) 卒業生からのメッセージ・リレー

- ・奥村 孝司氏（1994年3月卒）
有限責任監査法人トーマツ 監査事業本部 関西事業部 大阪事務所 パートナー 公認会計士
- ・原 浩之氏（1985年3月卒）
デロイト トーマツ税理士法人 パートナー 公認会計士 税理士
- ・種田 敏徳氏（1985年3月卒）
種田養蜂場・養蜂家
- ・濱田 浩嗣氏（1983年3月卒）
RIDE DESIGN 代表/ロボット&プロダクトデザイナー/アートディレクター
- ・藪本 崇氏（2011年3月卒）
株式会社キネカ・代表取締役
- ・山根 裕輔氏（2010年3月卒）
滋賀電力株式会社・代表取締役
- ・大澤八千代氏（2012年3月卒）
パナソニック株式会社 エコソリューションズ社
- ・勝見 綾乃氏（2013年3月卒）
西日本旅客鉄道株式会社 京都車掌区 車掌
- ・玉山 茂幸氏（1993年3月卒）
ミズノ株式会社 コンペティションスポーツ事業部 事業企画部 事業企画4課 課長
- ・山田 幸代氏（2005年3月卒）
プロラクロスプレーヤー 本学広報大使

(4) チャレンジ応援クラウドファンディングで支援を募集中のプロジェクトの紹介

- ・水野 竜氏（2017年3月卒）（箕輪委員より代理紹介）
カナダに留学しながら北米のプロサッカーチームのトライアウトにチャレンジ

(2) 実施結果

当日の参加者は、在学生 86 名、卒業生 30 名（登壇者含む）、来賓 12 名、教職員 30 名の合計 158 名で、図表 4 の写真に示すように、11304 教室が満杯になった。シンポジウムでは、大城光正学長よりご挨拶をいただいた。学長はご多忙な中、基調講演終了時までご参加下さった。

今回のシンポジウム企画は、インタビュー実施を踏まえて行い、特に在学生に向けたメッセージに焦点を当てたため、多くの在学生が聴講できたことは、成果と言える。

ただ、企画段階では、在学生による司会・進行や登壇者紹介を予定していたが、実際の時間配分詳細を含めてスケジュールを立ててみると、11 名もの登壇者のスピーチがあり、10 ゼミの学生が入れ代わり立ち代わり紹介するスタイルには無理があることがわかった。そのため、教員（大室委員・行待委員）による司会進行となった。最初の時間配分の見込みが甘かったので、この点は反省点である。



図表 4 シンポジウムの様子

なお、シンポジウム会場の 11304 教室がある 3 階廊下にて、インタビュー記事を閲覧できるように、ノートパソコンとプロジェクタを設置しインタビューの写真を投影した。また、インタビューリストを掲示するとともに、特設 HP に掲載した記事をファイリングして、自由に閲覧できるように設置した。これらの記事を見る方々も多く、おおむね好評であった。

6. ゼミ研究発表ポスター大会

(1) 実施概要

経営学部では例年、PowerPoint のプレゼンテーションによるゼミ研究発表大会を開催しているが、本稿第 2 節の経緯でも述べたように、シンポジウムと同時開催することになった。

2017年11月3日（金・祝）の11:00から15:30まで、11号館4階の廊下で各ゼミの研究や活動内容についてパネル展示を行った。例年と同様に、ゼミ選択の判断材料にしてもらうため、1年生には「来場し5つ以上のポスターを見てコメントを書く」という課題が課された。

また、例年通り、審査を実施することにしたが、審査対象の3つのタイプと審査対象外のタイプも設けて、発表タイプを申請してもらい、タイプごとに審査を実施した。審査時間は、神山祭中の学生の負担も考慮し、12時から13時の1時間に限定した。1ゼミ当たりの審査時間は10～12分で、審査を受けるゼミは、当該時間にポスター前に立ち、3分以内で説明後、審査員の教員からの質問に応えるという形式である。

(2) ポスター発表のタイプと審査基準

優秀賞の審査対象は、以下の3つのタイプである。

「研究内容発表型」は、仮説に基づき、フィールドワーク、および／または、収集データの分析を行い、詳細にまとめるものである。審査項目は、①着眼点とユニークさ・新規性、②論理一貫性、③わかりやすさ・簡潔さ、④研究で得られた知見の重要性、⑤質問対応力の5つである。

「実践活動発表型」は、地域などで行った活動を、その背景と仮説、意義などを示し、詳細にまとめるものである。活動の成果と限界や今後の展開可能性なども示すことが求められる。審査項目は、①着眼点とユニークさ・新規性、②活動の具体性・内容がすぐわかるか、③活動の成果、④問題点の認識、⑤質問対応力の5つである。

「企画内容発表型」は、商品、ビジネスプランの企画を、その背景と仮説、意義などを示し、詳細にまとめるものである。実現可能性を多面的に展開することも求められる。審査項目は、①着眼点とユニークさ・新規性、②背景のリサーチ、③プランの具体性、④実現可能性、⑤質問対応力の5項目である。

審査対象外は、「自由テーマ型」で、調べ学習、ゼミ活動の紹介など、内容は自由である。

審査は教員ペアが行い、合議の上点数を決める。各タイプとも、5項目各10点で合計50点の配分である。合計点の最も高いものが最優秀賞として選出される。

(3) ポスター作成ガイドラインと事前講座

実施に際しては、事前に審査対象3タイプと審査対象外1タイプについて、ポスター作成のガイドラインを提示した。さらに、初めての試みなので、2017年10月4日（水）と11日（水）に、金光委員による作成講座を開催した。紙面の都合上、ガイドラインについては省略する。

(4) パネルの大きさと掲示・印刷方法

ポスターは、基本的にA0サイズ（841×1189mm）で1枚にまとめる。各ゼミは指定サイズ（900×2100mm）のパネルを1枚使用でき、A0サイズのポスターを貼ったうえで、A1横サイズの空き領

域にゼミ活動紹介などを掲載することができるものとした。自由テーマ型は基本的に形式が自由なので、A3 サイズの用紙を貼り合わせるなどでもよい。

A0 サイズのポスターのファイル作成法としては、2 つある。第 1 に、PowerPoint で発表内容を通常のサイズで作成しておき、それを PDF 化して、PowerPoint の A0 サイズ 1 枚に、PDF 化したページごと貼っていく方法である。第 2 に、PowerPoint の A3 サイズで作成しておき、それを PDF 化して印刷時に拡大するものである。大判印刷機では、同じ比率の A シリーズの PDF ファイルであれば、A3 サイズでも A0 サイズでも、A0 サイズとして認識され印刷される。

印刷については、教材コンテンツ室を活用し、事前に印刷予定ゼミを登録しておき、まとめて事後に学部事務室から支払ってもらう方式とした。印刷は基本的に各ゼミで行うものとしたが、作業に不慣れな学生も多く、ゼミ研究発表ポスター大会の直前にポスター印刷が込み合うと予想されたため、委員会で希望ゼミの印刷を代行した。

(5) 実施結果

図表 5 は、参加ゼミ、テーマと発表タイプを示している。審査対象については、研究内容発表型が 13 ゼミ、実践活動発表型が 4 ゼミ、企画内容発表型が 5 ゼミであった。審査対象外の自由テーマ型が 11 ゼミで、不参加は 3 ゼミであった。なお、図表 5 では紙面の都合上、審査員名は割愛する。

図表5 ゼミ研究発表ポスター大会の参加ゼミ

パネル 番号	ゼミ名	ポスター発表のテーマ	発表型
1	石光	Re:マツダの教習車戦略	研究内容発表型
2	井村	「聖地巡礼」を意識したアニメはなぜ増えているのか	研究内容発表型
3	岩城	テクニカル分析の有効性の検証	研究内容発表型
4	植木	現地適応戦略のあり方 ～シェアリング・エコノミーを取り入れた新サービスの台頭～	研究内容発表型
5	金光	アート・フェスティバルは創造都市戦略にしたがう： 瀬戸内国際芸術祭との比較からみえたヨコハマトリエンナーレの役割	研究内容発表型
6	具	これからのEC市場はアリババが制するのか！？ なぜ楽天はできないのか！？	研究内容発表型
7	篠原	EV三国志～中国争奪戦～	研究内容発表型
8	諏澤	奨学金トラップ ―嵌らないための学資保険―	研究内容発表型
9	橋本	ビットコインの今後について	研究内容発表型
10	三輪	エンプロイアビリティについて	研究内容発表型
11	行待	会計から見たゲーム産業 主要4社から見るゲーム産業の過去から未来	研究内容発表型
12	吉田	「STP:再検討」(中間発表)	研究内容発表型
13	李	大学生生活と人間関係の実態 ～京産生の事例を通して～	研究内容発表型
14	久保	お茶漬け煎餅(煎餅)	企画内容発表型
15	古村	イチジク茶を復活し隊っ！	企画内容発表型
16	中井	USJのお菓子を作る老舗への経営改善提言	企画内容発表型
17	福富	地域資源を活用し、地域の所得を活用させるには	企画内容発表型
18	箕輪	ハウスカレーの本棚inオフィス 既存資源の活用で、オフィス市場を開拓し、ランチ難民を救出する！	企画内容発表型
19	赤岡	売れない便利グッズの売れない理由を探る/ 規格外京野菜の商品化/ 職業選択の「正解」を探る	実践活動発表型
20	佐々木	広げよう地域の和	実践活動発表型
21	中野	京都で、ハチミツを使ったパンを、むすんで、うみだす。	実践活動発表型
22	松高	東山でのおもてなしサービス	実践活動発表型
23	伊藤(正)	楽しく会計！	自由テーマ型
24	伊吹	コミュニケーションと経営戦略を課題解決から学ぶ	自由テーマ型
25	上野	本を読み、知識を蓄え自分で考え行動する。	自由テーマ型
26	岡部	シェアビジネスの研究～リバーサイドカフェ～	自由テーマ型
27	近藤	トヨタのモノづくり 原価の視点から考えてみる	自由テーマ型
28	在間	eco検定ってなに？企業と関係あるの？	自由テーマ型
29	柴	ZOZOTOWN・Amazon・UNIQLOの三社を比較して考察する	自由テーマ型
30	宮永	宮永ゼミってどんなゼミ？	自由テーマ型
31	森永	身近なところから学ぶマーケティング	自由テーマ型
32	吉岡	㈱アシックス社が今後とるべき戦略	自由テーマ型
33	涌田	99%大学生生活を楽しめる？！	自由テーマ型

優秀賞に選出されたのは、研究内容発表型では岩城ゼミ・諏澤ゼミ・三輪ゼミである。実践活動発表型は中野ゼミ、企画内容発表型は古村ゼミであった。審査の講評と優秀賞の発表は、シンポジウムの最後に、三輪審査委員長より行われ、日を改めて、表彰式が実施された。なお、例年通り、選出されたゼミは、次年度のオープンキャンパスで、来場された高校生や保護者に向けてプレゼンを行う。

図表6は、ゼミ研究発表ポスター大会の様子である。



図表 6 ゼミ研究発表ポスター大会の様子

(6) 成果と課題

各ゼミでは、初めてのイベントだったこともあり、「準備に手間がかかり混乱した」という声があった。しかし、ポスター 1 枚に表現することを学ぶ貴重な機会となった。

1 年生については、半数以上が来学し、ポスターを見学して課題を提出していた。「全てのゼミの内容を見ることができるのでよかった」という声がある一方、「ポスターが何を表しているのか説明がない場合もあるのでわかりにくかった」という声もあった。

7. 学部 50 周年記念交流会

シンポジウムと同日に、シンポジウム終了後に京都バスをチャーターして、本学附属高校の食堂「つむぎ亭」に向かい、17 時半から 19 時半まで、交流会を実施した。

中井 透副学長、具 承桓経営学部長、岩井 一路同窓会会長のご挨拶、柴 孝夫前副学長の乾杯の音頭と、橋本 武久副学部長による司会進行のもと、なごやかに進められた。交流会にはご退職された、駒井亨先生、筒井清子先生、藤井則彦先生、山田昌孝先生、後藤文彦先生、吉富和雄先生、長谷川豪志先生、市川貢先生、毛利隆志先生も参加して下さいました。

歓談後、上記のご退職された先生方、および、卒業生のエコ仮面・ヒラタアキヒロ氏もスピーチされるなど、参加者一同は楽しい交流のひと時を過ごした。

参加者は、在学学生が 41 名、卒業生が 45 名（登壇者を含む）、来賓 11 名、教職員 42 名で合計 139 名であった。交流会の様子を図表 7 (1) (2) に示す。



図表 7 (1) 交流会の様子 1



図表 7 (2) 交流会の様子 2

8. チャレンジ応援クラウドファンディング

(1) クラウドファンディングの概要

クラウドファンディング (crowdfunding) とは、群衆・不特定多数の人々 (crowd) から資金調達をすること (funding) である。クラウドファンディングには、寄付型、購入型、投資型があり、2016 年の国内市場規模は約 477 億円であり、そのうち寄付型は約 2 億円、購入型は約 58 億円、残りは投資型である。

クラウドファンディングは、夢や目標を実現したい人が、自分のプロジェクトをクラウドファンディングのプラットフォームを運営する会社に申請し、手続きや審査等を経てインターネット上に資金募集ページを公開し、広く支援者を求め資金集めをするという仕組みである。

寄付型では、支援者に対し、サンクスレターや活動報告書のような対価性のないものをリターンとして返す。購入型では、対価性のあるもの、つくった製品や開催するイベントのチケットなどをリターンとして返す。寄付型の資金集めをできるのは、税制上で寄付を受け取ることができる組織に限定されている。購入型でも少額の場合はサンクスレターを「購入する」という形にされる場合もある。通常、購入型では、出資金の 3 割程度の金額を返礼とする。ちなみに、投資型は金融商品なので、リターンは利子や配当などである。

クラウドファンディングのプラットフォーム運営会社は非常に多く、Readyfor、CAMPFIRE、Makuake が 3 大プラットフォームである。READYFOR 株式会社や株式会社 CAMPFIRE のような専業の企業もあれば、株式会社サイバーエージェントの子会社が運営する Makuake や朝日新聞社が運営する A-port のように、企業の 1 部門として事業を展開する場合も少なくない。さらに、複数のタイプを扱う場合もあれば、タイプを特化している場合も多い。特化のタイプとしては、購入型のみ・寄付型のみという型を限定するもの、FAAVO のような地域プロジェクトに特化するもの、スポーツ・アート・学術・社会貢献・コンテンツ・政治などの領域で特化するもの、ビットコイン支払いのみというように支払い方法で特化するもの、プロジェクトの申請・実行者を女性・マイノリティ・NGO などに限定するものというように多様である。

クラウドファンディングにおいて、プロジェクトの成立と実行のタイプについては、All or Nothing 型 (達成時実行型) と、実行確約型に大別される。前者は目標金額を達成した場合にプロジェクト成立となり実行するタイプ、後者は目標金額を達成しなくても必ず実行するタイプである。

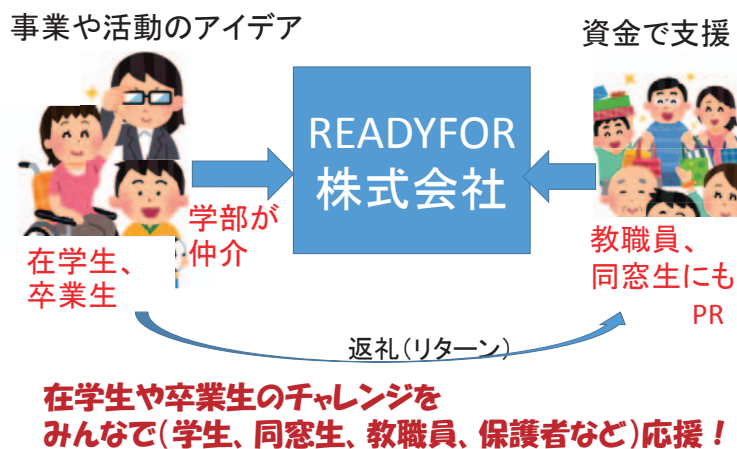
クラウドファンディングにおいて、All or Nothing 型では目標金額を達成した場合に手数料がかかる。目標達成しなかった場合、および、申請や審査を含め目標達成するまでの過程では費用は一切かからない。手数料は、運営会社により様々で、概ね 10 ～ 20% である。最近は 0% のケースも登場している。なお、実行確約型でも手数料がかかる。

クラウドファンディングで留意すべきことは、クラウドファンディング運営会社のサイトにプロジェクトが掲載されたからといって自動的にお金が集まるわけではないということである。よほど

有名な人・組織が実行者であるか、よほど共感を集めるプロジェクトでなければ、不特定多数に共有されて支援されるわけではない。一般人の場合、自身のつながり（SNS、口コミ、知人関係）で、目標金額の8割程度を集める覚悟で周知することが、プロジェクト成立のための重要ポイントである。

(2) チャレンジ応援クラウドファンディングの特徴

学部50周年イベントの一環として実施したチャレンジ応援クラウドファンディングでは、図表7に示すように、在学生や卒業生が実現したいプロジェクトを、学部がREADYFOR株式会社に仲介し、プロジェクト実行者のつながりに加えて、教職員や同窓会にPRして資金を集めようというものである。それにより、在学生や卒業生のチャレンジを、教職員や同窓生で応援することを目的とした。



図表7 チャレンジ応援クラウドファンディング

多々あるクラウドファンディング運営会社の中でREADYFOR株式会社を選択したのは、米良社長にセミナーを開催してもらった経緯もあるが、上述のように日本で最初にクラウドファンディングを導入した大きなシェアをもつ企業であり、特に社会性が高い事業と親和性があり、キュレーターのサポートが充実していると定評があるからだ。

READYFOR株式会社では、筑波大学や東京芸術大学のように、大学のクラウドファンディングを手掛けており、これらのプロジェクトでは、ファンドレイジングを目的として、研究プロジェクトや大学が積極的に関わるプロジェクトで、クラウドファンディングを活用している。また、特設プラットフォームに加えて、READYFOR株式会社による広報も含めたパッケージとして実施されており、概ね数百万の費用をかけて実施している。それに対し、今回の我々の企画は、セミナー3回の実施、チャレンジ応援企画のバナー製作、手数料カット分で合わせて数十万円の事業であった。

目標金額達成時の手数料は、READYFOR株式会社では通常17%だが、本企画は15%に割引かれ

る。また、本チャレンジ応援企画では、プロジェクト申請フォーム提出後、仲介前に個別面談や電話連絡を実施し、不確実な内容がある場合には、適宜アドバイスを実施した。READYFOR 株式会社に仲介後は、以下の（４）に記す「第２段階」に入って、キュレーターと実行者の連絡が開始されてから、委員長の在間にすべてのメールが添付されるようになっており、成り行きを見守る。口出ししないことが原則であるが、困っている場合や気づいたアドバイスを実施した。今回は、クラウドファンディング初心者を想定した企画であり、手数料割引と合わせて、キュレーターとのやりとりを委員会も把握できるので、実行者にとって少しリスクが軽減される。

（３）クラウドファンディング・セミナー

本クラウドファンディングおよび本チャレンジ応援企画を在学生に周知するために、セミナーを３回開催した。

①第１回セミナー

2017 年 5 月 31 日（水）に、READYFOR 株式会社の齋藤 悠太氏を講師にお迎えして、「クラウドファンディングと成功のためのポイント」と題するセミナーを開催した。参加者は、学生 74 名、教職員 10 数名だった。経営学部生だけではなく、法学部や現代社会学部の学生も参加していた。

セミナーでは、齋藤氏から、クラウドファンディングの仕組みや種類といった基本事項に加えて、大学生が実行したプロジェクトの事例紹介、目標達成のポイント、READYFOR 株式会社へのアイデア申請から実行への流れについて、具体的に説明された。全体の質疑応答のあと、講師への個別相談の時間も設けた。

第１回の参加者のうち「クラウドファンディングについて、ある程度知っていた」のは約半数の 36 名で、約半数は「言葉を聞いたことがある」「知らなかった」という内訳だった。参加者からは「齋藤氏のお話は具体的にとてもわかりやすかった」「プロジェクト申請を考えていたが、お話を聞いて、やる気がでた」といった声が多く寄せられた。

②第２回セミナー

6 月 8 日（水）に、READYFOR 株式会社のキュレーション室 マネージャー・田島 沙也加氏を講師にお迎えして、「プロジェクト申請について」と題するセミナーを開催した。参加者は、学生 30 名、教職員 6 名だった。学生参加者のうち、5 月 31 日開催の第１回目にも参加した人は 10 名いた。

セミナーでは、まず、初めての参加者を対象として、田島氏から、クラウドファンディングの仕組みや事例、目標達成するために大切なことについて説明があった。5 月 31 日の第１回セミナーでは、参加者への事後アンケートで、「さらに深く聞いてみたいこと」を尋ねた。それらの質問事項をまとめて、セミナーに先立ち講師に事前に連絡しフィードバックを依頼した。セミナーでは、それらを踏まえて質問について丁寧に解説をしていただいた。今回も個別質問の時間も設けた。

第１回目にも参加した学生からは、「前回と異なった詳しい内容を聞くことができたので良かった

です。」「第1回目のセミナーでわからなかったことがわかりました。」「READYFORさんで申請するメリットがわかりました。」「今日質問したかった事まで説明してくださったので、理解が深まりました。自分たちが本当に何をしたいのか考えて、これから深めていこうと思います。具体的な成功例を説明していただいたので、ポイントがよくわかりました。」という具体的なコメントが寄せられた。

③第3回セミナー

9月28日(木)に、再び田島沙也加氏をお招きして第3回セミナーを実施した。経営学部のゼミ学生を中心に25名の参加者があった。田島氏のご講演に続いて、経済学部卒業生の竹村知紘氏にも、クラウドファンディング活用経験から、重要ポイントのアドバイスをいただいた。さらに、経営学部卒業生でプロダクトデザインを手がけるRIDE DESIGNの濱田浩嗣氏について、森永委員より紹介された。第3回目も個別相談時間を設けた。そこでは、プロジェクト申請を検討中のゼミに所属する学生から、田島氏と竹村氏に、ゼミのプロジェクトについて、相談が寄せられた。

図表8の(1)は第1回セミナーの様子、(2)は第3回セミナーの様子である。



図表8 (1) 第1回セミナーの様子



図表 8 (2) 第 3 回セミナーの様子

(4) プロジェクト申請からページ公開までの手続きと所要期間

プロジェクト申請からページ公開までは、以下の 3 段階の手続きを経る。これらに約 1 か月を要する。準備が万端に整っていれば、もう少し早く公開できる場合もある。この手続きは、経営学部のチャレンジ応援企画だからというのではなく、通常のプロセスである。

第 1 段階は、会社（READYFOR）の受付担当による電話の簡易審査である。これは、キュレーターにつなぐかどうかの審査であり、具体的にいつ・どこで・だれが・何をするのかが大枠で決められていれば、だいたい通過する。

第 2 段階は、簡易審査通過後、自身のプロジェクトを担当するキュレーターと、電話やメール等で直接連絡を取り合って、ページ公開前の審査までこぎつける。具体的には、プロジェクトや内容に関する相談や詳細の聞き取り、リターンの設定、掲載（公開）用の文章や写真の作成と準備、契約書の作成、プロジェクト実行者の SNS 等に関する情報報告といった事項を行う。

第 3 段階は、掲載の内容が固まってから、会社で法務を含めて掲載可否に関する本審査が行われる。本審査を通過してようやく公開できることになる。本審査の段階で、公開するための条件が課されることもあり、その場合には、当該条件をクリアしてからの再審査と公開になる。

クラウドファンディングでは、資金集めからおよそ半年以内に実行され終了する企画が目安とされている。また、資金募集期間終了後、目標金額達成でお金が実際に実行者に振り込まれるのは約2か月後である。追加の支払いにより、早く振り込んでもらうオプションもある。

振り込まれる時期も考慮して、資金募集期間を決める必要がある。資金募集期間は、通常、1か月から2か月くらいで、長く設定したからといって多額の資金が集まるわけではない。最初と最後に集中して支援が集まりやすい。実行者は資金募集期間中、たえずSNSなどで情報発信を行い、支援を呼びかける必要がある。

(5) 実施結果

①ページ公開に至ったプロジェクトおよび準備中のプロジェクト

Readyfor プラットフォームに公開され目標金額を達成したのは、水野竜さん（2017年3月経営学部卒業）のカナダでサッカークラブチームのトライアウトに挑戦するプロジェクトである。9月27日（水）にページが公開され、初日に目標金額20万円の半分を超える支援が集まった。水野さんと親交のあった箕輪委員がカナダ滞在中の水野さんを全面的にサポートされている。箕輪ゼミ卒業生、水野さんの交友関係を中心に目標金額20万円を達成した。10月末に第2目標として30万円を設定し、11月30日23時の終了時点で、316,000円の支援が集まった。水野さんからは、受けようと思っている2チームの旅費と準備費用の一部が賄えると、感謝のメッセージが寄せられた。

また、経営学部伊吹ゼミ8期生による「芝生カフェ」1day イベントのプロジェクトが、12月18日から翌1月12日まで支援を募った。目標金額25万円を超える312,000円の支援が集まりプロジェクトが成立した。芝生カフェイベントは、2018年1月14日（日）に株式会社フラットエージェンシーが運営する地域交流サロンTAMARIBAで開催された。人工芝生とその施工については、エイトレン株式会社からの多大な協力をいただいた。

2018年1月14日時点でページ公開中のプロジェクトは、福富ゼミ学生の「琵琶湖で外来魚駆除1day イベント」である。また、古村ゼミ学生の「スポーツ交流で就活イベント」「トリックアートで歩きスマホ防止実験」といったプロジェクトがページ公開準備中である。

②中止・中断したプロジェクトおよびその他のプロジェクト

6月に、卒業生およびその会社によりスポーツイベントを開催するプロジェクトが応募された。プロジェクトページ公開後、ビッグプロジェクトであったため、当該スポーツ関係者による実行委員会体制が新たに設けられ進められた。その際には本学部のチャレンジ応援企画とは切り離された。

在学生在が応募したアジア雑貨販売プロジェクトは準備不足のため中止になり、ゼミによる応募のマップ制作プロジェクトも、準備や進行上の課題により中断された。

さらに、学部内申請期限10月20日間際に11件のプロジェクトが応募された。これのうち①に記載した4件のゼミプロジェクト以外では、ゼミ企画1件は簡易審査を通過せず、別のゼミ企画も中

断となった。その他のゼミや個人の企画についても、READYFOR株式会社の本企画担当マネージャーによると、具体化がなされていないため、ページオープンまで至るのは厳しいという見方であった。

学部 50 周年のチャレンジ応援企画は READYFOR 株式会社と今年度の契約であるため、15%の手数料割引が適用されるプロジェクトは、2018 年 3 月末までにページオープンして資金募集期間が終了するものに限定される。本来、企画が具体化されていれば、10 月下旬締切のプロジェクトでも、(4)で述べたように仲介後 1 か月程度でページが公開され、2 か月程度で資金募集期間が終了するので、十分間に合う予定であった。

(6) メディア掲載

学部 50 周年チャレンジ応援クラウドファンディングは、2017 年 9 月 12 日に、KBS 京都 TV「news フェイス」で、「卒業生も応援！京産大初クラウドファンディング」と題して 5 分程度の特集枠で報道された。特集では、公開前だった水野竜さんのプロジェクトを中心に紹介された。図表 9 にニュース映像の一部を示す。

また、10 月 13 日には、京都新聞から取材を受けた。記事は、2017 年 12 月 19 日付の京都新聞夕刊に掲載された。同記事は 12 月 20 日に京都新聞の Web ページ、および、YAHOO!JAPAN ニュースの Web にも掲載された。Web ニュースの URL は以下のとおりである。(アクセス日：2017 年 12 月 20 日)

<https://headlines.yahoo.co.jp/h1?a=20171220-00000021-kyt-126>

<http://kyoto-np.co.jp/education/article/20171220000138>



図表 9 (1) ニュース映像：紹介された本企画の特設 HP (自宅で撮影)



図表9 ニュース映像：紹介された水野さんのプロジェクト（自宅で撮影）

(7) 本チャレンジ応援企画に関する課題

プロジェクト申請者に見られた、クラウドファンディングに対するよくある誤解として、以下の3つがあった。

第1は、アイデア段階で応募できるというものである。応募してもよいが、いつ・誰が・どこで・何を・どのように・いくらの費用で実行するかについて具体化されていないと、すなわち、実行可能性が見えるプランでないと、実際には、ページオープンまで行きつくのは難しい。

第2は、所要金額の見積もりや業者紹介もクラウドファンディング運営会社がサポートしてくれるというものである。これらについては実行者が自分である必要がある。クラウドファンディングの内容に関する事項はキュレーターが相談にのってくれるが、実行準備は申請した実行者が行う必要がある。

第3は、クラウドファンディングでは自動的にお金が集まる、あるいは、運営会社が集めてくれるというものである。この点は先にも述べたが、普通の人や組織の場合、自分のつながりで8割くらいを集める必要があるだろう。

他の課題としては、プロジェクト申請者、支援者の掘り起こしという問題があった。当初は、卒業生やゼミでたくさんの応募があると想定されていたが、実際はそうではなかった。また、上述のように、ビジネスコンテストとは異なり、アイデアだけではなく、具体化されていなければ、クラウドファンディングでの資金募集までは到達しない。その点で、ゼミ活動とは必ずしも相性がよいわけではない。

本企画では、卒業生や、本学でユニークな活動を行っている学生主体の団体に呼びかけたりしたが、クラウドファンディングの仲介企画があるからといってタイミングよくプロジェクトが出されるものでもない。他方、支援者として当初想定していた同窓会などの組織へも社会連携センターが管理

するメーリングリストの使用許可を得て情報を提供したが、資金集めに関して、公式データベースは頻繁な活用には向いていない。また、交流会の案内を兼ねて大阪・京都・滋賀・兵庫の同窓会支部関係者と面談していただいた。しかし、同窓会支部から会員への連絡に、学部 50 周年の交流会イベントやチャレンジ応援企画を載せてもらうのは、タイミング等の点で課題があった。メーリングリストについても、社会連携センター保有のデータベースと同じであることがわかった。このように、申請者の掘り起こし、支援者の掘り起こしとも、十分には達成できなかった。

9. 広報活動

(1) 教授会での PR 活動

学部イベントを実施するにあたり、教員のうち少なくとも半数くらいには、一緒の方向を向いてもらう必要がある。そのため、先にも述べたが、2016 年 12 月より、毎回、教授会で教員に向けた広報活動を行った。最初の 7 回は PowerPoint によるプレゼンを実施した。最後の 2 回は運営体制やマニュアルといった直接シンポジウムなどの運営に関わる詳細な説明をした。

委員長として心がけたことは、「面白いよ!」と文字と言葉で伝えることである。委員長が面白がっていないイベントに誰が目を向けてくれるのか、と思ったからである。本当は困難な事項は多かったが、少なくとも教授会 PR においては、元気よく話した。それを後押しするために、ゼミ卒業生に依頼して、応援キャラクター「神山むすび」のイラストを提供してもらった。図表 10 は神山むすびイラストの一例である。

皆様には神山むすびを「経営学部 50 周年（非公式）応援キャラクター」として紹介し、教授会や学内ポスターで使用していたが、最も応援されたのは学部というより私である。カワイイ神山むすびが応援してくれるおかげで、学部内での関心が高まりにくい初期時点においても、何とか乗り切ることができた。ただし、面白がって元気よくしているだけではストレスがたまるため、何人かの教職員の方々には、面白おかしく不満も漏らし、共感していただいたりした。この場でお礼申し上げる。



図表 10 卒業生なっか氏による応援キャラクター「神山むすび」

(1) 大学および同窓会に関する広報活動

大学広報部や同窓会組織・担当者との協力により、主に、以下の9つの事項を実施した。

- ・大学 HP の特設ページの開設
- ・同窓会支部会における学長プレゼンテーションで、経営学部ページで50周年の紹介
- ・同窓会広報担当の『同窓会報』でイベント案内の掲載
- ・社会連携センター作成の卒業生へのリーフレット「神山の絆」で紹介
- ・7月8日開催の同窓会会計士会で案内チラシの配布
- ・7月の部局長会での報告
- ・経営学部卒業生メール登録者へのニュース送信
- ・クラウドファンディング・プロジェクトの公開時に広報部による大学公式 SNS で広報
- ・同窓会支部関係者への依頼

この場をお借りして、関係者の方々のご協力に対し、お礼を申し上げる。

(2) 学生広報大使による広報活動

学部50周年を学生に周知するために、学生広報大使を公募した。6月時点で、天川大毅さん、大林優平さん、金沢直樹さん、仲野正志郎さんの4人が応募してくれた。また、9月からは畠藤海さんも加わった。前者4名については7月12日（水）に、畠藤さんについては、10月24日（火）に具学部長より任命書が授与された。

学生広報大使の主な活動として、次の 5 つがある。

①自身の SNS による PR

最初の活動として、7 月と 8 月に、学生広報大使がそれぞれ自らの twitter で、身近な知人から広める活動を行った。「学生広報大使」のアカウントもつくり twitter を始めたが、こちらはあまり活発に広報されなかった。それをきっかけに、実行推進委員長として私が 8 月から、twitter や Facebook を開始した。

②自動販売機を使った PR 活動

8 月の学生広報大使のミーティングで、学内に設置されている自動販売機の京産茶を使った広報を検討した。学生広報大使から、商品ラベルをとりかえるのは難しくても自動販売機の見本を用いてできるのではないかと提案があった。それを踏まえて、サギタリウス企画に相談し、図表 11 に示すようなユニークな PR を実施した。



図表 11 京産茶の自動販売機を用いた PR

③学生への PR 活動として授業での 5 分プレゼン

学生広報大使の金沢さん、畠藤さん、天川さん、仲野さんが、履修者数の多い下記の授業で、学部 50 周年についてプレゼンを実施した。図表 12 に授業でのプレゼンの様子を示す。

- ・ 9 月 25 日（月）3 限「環境マネジメント論 B」（在間）…金沢さん
- ・ 9 月 26 日（火）1 限「経営戦略論」（箕輪）…畠藤さん
- ・ 10 月 2 日（月）2 限「経営管理論」（具）…畠藤さん
- ・ 10 月 2 日（月）4 限「経営組織論」（森永）…仲野さん
- ・ 10 月 5 日（木）2 限「経営管理論」（赤岡）…天川さん

教室では学生達が熱心に耳を傾け、「とてもわかりやすかった.」と好評であった. 学生広報大使のプレゼンがきっかけで、クラウドファンディングのプロジェクトを申請した学生もいた.



図表 12 学生広報大使による授業でのプレゼン

④卒業生へのPR活動

ラグビー試合会場へ足を運び、本学ラグビー部の試合を観戦し応援しつつ学部50周年をPRした. 具体的には、試合開始前とハーフタイムに、愛学心の強い卒業生に呼びかけ、学部50周年イベントのチラシと、水野さんのクラウドファンディングへの支援お願いのチラシを、直接手渡しで配布した.

ラグビー応援を兼ねたPRを実施したのは、9月30日(日)の鶴見緑地競技場での摂南大学戦であった. 当日は本学ラグビー部が圧勝であり、試合も楽しみ勝利の喜びを分かち合いながらのPR活動となった. 写真を図表13に示す.

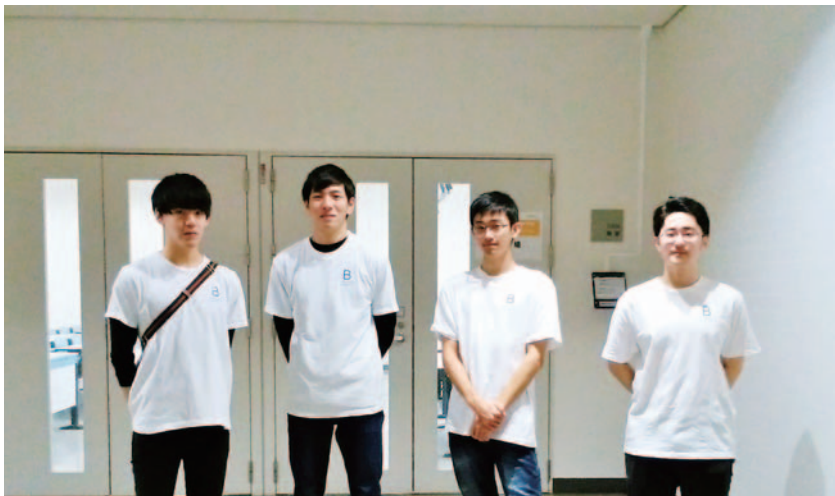
複数回のラグビー応援PRの実施を予定していたが、台風などで中止となり、結局、1回の実施に留まった. 応援の際には、学生広報大使がおそろいのTシャツを着用した. Tシャツデザインは経営学部事務室の飛岡さんがボランティアで引き受けてくださった.



図表 13 ラグビー応援での PR の様子

⑤シンポジウムと交流会での受付

11月3日のイベントでは受付としても活躍してもらった。写真を図表 14 に示す。



図表 14 イベントでも活躍してくれた学生広報大使のみなさん

(3) 非公式 twitter と Facebook

大学公式のHPや同窓会報等の媒体でお知らせできる事項や頻度には限りがあるため、twitter と Facebook で、「経営学部50周年イベント」の非公式アカウントを作り、委員長から積極的かつ柔軟に情報発信を行った。

10. おわりに

本稿で述べたように、2015年春からの情報収集に始まり、2016年5月からは実行推進委員会体制をつくり、2016の秋には予算申請書を作成し、同年12月から本格的な運営活動にはいった。2018年3月まで経営学部50周年記念イベントとして、活躍する卒業生再発見！インタビュー・ゼミ活動、シンポジウムおよび交流会、ゼミ研究発表ポスター大会、さらには、チャレンジ応援クラウドファンディングと、膨れ上がったイベントを運営全般を担い、統括責任者として奮闘してきた。

本稿で述べたようないくつかの課題がありながらも、全体としては充実した50周年イベントを実行できた。これは、多くの経営学部卒業生と在学生の方々、経営学部の全教員と経営学部事務室の全職員、広報部や社会連携センターの関係者の方々、同窓会の皆様が、手間暇かけて成し遂げた「むすんで、うみだす。」成果であると言える。

参加や協力をしてくださった卒業生の皆様、ゼミ活動やシンポジウムに足を運んでくれた在学生のみなさん、運営と一緒にいった教員委員（2017年度は、柴・森永・箕輪・大室・金光・行待・久保・伊吹・宮永委員）と事務職員（2017年度は、棚原さん・宮林さん・飛岡さん・佐藤さん・岸本さん・河東さん・岡本さん）の方々、そして関わり合ったすべての皆様に、心よりお礼を申し上げたい。

皆様のおかげで、ユニークな経営学部50周年イベントを無事に達成することができました。ありがとうございました。