

テーマ：「大学生がつくる奈良県未来事業」についてー優秀賞受賞とチーム力の重要性ー

発表者：渡辺絢稀（2年生）、桑原聡志（2年生） 指導教員；菅万希子

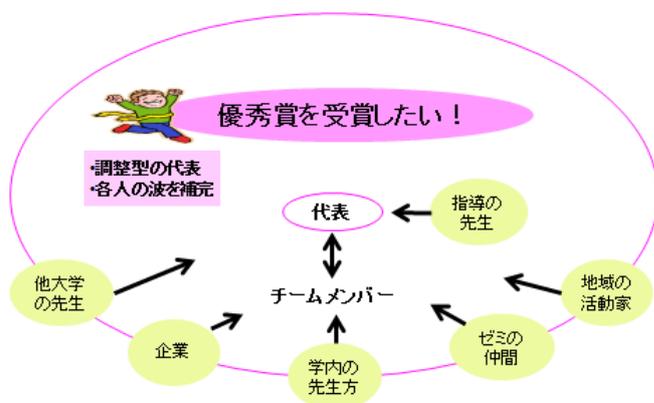
2012年度奈良県では「県内大学生が創る奈良の未来事業」として、政策提案の募集が行われました。27件の応募の中で、帝塚山大学経営学部のチームは上位3位以内の成績を収め、優秀賞を受賞することができました。

ここではこの経験について、

- ①チームづくりと強いチーム力形成、
  - ②未来事業応募提案書に経営学で学んだことをどう取り入れたか、
  - ③この事業で何を学び、これから何を学んでいきたいか、
- という3つのポイントから発表させていただきます。

まず①のチームづくりについてですが、通常ならゼミをベースにチームができるのかもしれませんが、今回はゼミに掬われることなく、政策提案に関心をもつ学生がお互いに声をかけ合ってメンバーが集まりました。提案書作成の途中でも関心をもつメンバー数を増やして、7人が集まりました。ベースになる講義やゼミがありませんので、それぞれの講義の合間をぬって集まらなければならず、物理的な負担は大きかったのですが、関心の共有をスタート地点とし、受賞をゴールとする価値観がしっかり共有できていましたので、チームはよくまとまることができました。メンバーの個性や得意とするところが異なりましたので、資料集めや提案書作成では、代表からその点を考えた分担が各メンバーに割り当てられました。MLで情報共有はしていましたが、指導を受けた代表が、それをメンバーに伝達して共に作りあげていくという効率的な組織づくりができたと思います。

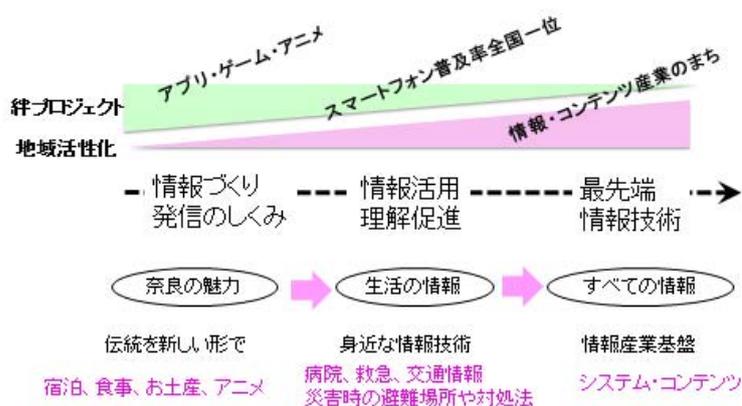
利害関係のないチームでのまとめ



調整型の代表によるチームのまとめ

と各ネットワークからの応援

次に②の提案書についてです。実際の提案書では、マーケティングの考え方を基本において、奈良県が大学生に求めるものは何かという視点で考えていきました。3C(Customer, Company, Competitor)という枠組みで捉えると、まず Customer は奈良県、Company はこのチーム、Competitor は他大学の学生チームではなく、一般の企業の提案者を想定しました。奈良県を顧客と考えた場合、奈良県の大きなニーズの1つは若者観光客の増加です。Competitor と比べた大学生の強みは、企業と比べて若者のニーズが理解できるという点です。また、Competitor を他大学と考えた場合、帝塚山大学の強みは、経営学の教育課程の中に観光コースがあること、経営学部学生は情報も学んでいること、がありますので、スマートフォンや情報技術を駆使した若い観光客を増加させる提案を行うことが、強みを活かすことだと考えました。また、奈良県に対する郷土愛を醸成できるという長期的なビジョンを見据えたプラットフォームづくりを若い私たちが担うのだという気持ちで、この政策提案を考えました。



### 長期的なビジョンのプラットフォームとなる政策提案

3つ目の③この事業で学んだこと、これから学ぶであろうことですが、今回の事業は学生の立場から見ると、本当に貴重な経験であると思います。奈良県では、単に大学生の提案を政策として実施するだけでなく、その中で奈良の将来を担っていける人材の育成も考えておられることを感じています。受賞後、すぐにインターンシップ契約を結び、奈良県側でもチームが編成されました。大学生がチームリーダーになり、奈良県側がサブリーダーになります。提案をもとに、予算申請のための資料づくりもしました。各メンバーが分担して、多くの調査を行い、毎週の会議で発表し、課題や問題点の指摘を受けます。地域のマネジメントは、このような過程を経てつくられていくのだということをととても良く理解することができました。

2013年度からいよいよ政策として実施されることとなります。企業への聞き取り調査や

会議のための資料作成や議論に参加することが求められます。経営というと企業の経営だと思いがちですが、地域経営という考え方があり、経営学の役立つ分野はとても広いのだと実感しています。

チーム力を発揮していく過程で楽しかったこと難しかったこともありましたが、発表ではそれらも加えて、未来に向けた事業としてお伝えしたいと思います。