



サポーター企業と連携し、 理論と実践を融合しながら学ぶ

関東学院大学 経営学部



自分のアイデアを形にする 苦勞と面白さを実感しました

ゼミの仲間と学内のビジネスプランコンペティションに参加し、地産物を販売する企画を提案。その後、企業の協力を得て、「K-bizマルシェ」として実現しました。(荻原さん)

商品の仕入れから販売まで 自分たちで行いました

「K-bizマルシェ」で扱う商品は、自分たちで三浦半島を歩いて探し、仕入れ交渉を行って販売しました。当日は、たくさんのお客様が来店され、新聞やテレビなどメディアからの取材も受けました。(荻原さん)



失敗から得ることが多く 社会で必要な力を学べます

企業に提案する企画書は、まずゼミの先輩に見てもらい、先生からも助言をもらいます。毎日遅くまで、企画案を練り直しましたが、実社会でもこうした粘り強さが必要だと学びました。(吉田さん)



新規ビジネス立案を 1年次から体験

関東学院大学は、2017年4月、経済学部経営学科を発展的に独立させ、経営学部を開設した。その教育の柱となるのが、「K-biz」というプラットフォームを利用した学びだ。学生は、大手企業、地元の優良企業などからなるサポーター企業10社と連携して様々なプロジェクトに取り組み、企画力や提案力、実践力など社会で求められる力を身につけていく。母体となった経済学部経営学科では、いくつかのプロジェクトを先行的に実施してきた。

1年次は、その準備として、まずビジネスプランを作ってみることに



経済学部
経営学科4年
荻原未来
おぎわら・みき
神奈川県立新城高校卒業。マスコミ系企業に就職予定。



経済学部
経営学科3年
吉田一則
よしだ・かずのり
福島県立磐城桜が丘高校卒業。小山先生の授業に感銘を受け、同ゼミに所属。



経営学部
経営学科1年
生田瑠里奈
いくた・るりな
千葉県・私立暁星国際高校卒業。マーケティングの勉強に興味があり入学。

*プロフィールは2018年3月時点のものです

ら始める。前期の必修科目「ビジネスプランⅠ」では、新規事業の企画書の作成方法を学ぶ。後期の「ビジネスプランⅡ」では、少人数のグループで新規ビジネスプランを立案し、プレゼンテーションを行う。1年生の生田瑠里奈さんは、仲間と協働して企画を立てる難しさを実感したという。

「私たちのグループは、『学生証を電子化するサービス』を企画しましたが、最初はメンバーと打ち解けられず、企画もまとまりませんでした。そこで、まずはお互いの得意分野を確認し合い、役割分担をして企画立案を進めていくようにしました」

学生が提案した企画をプロジェクト化して実現

2年次後半からは、ゼミに所属し、企業と連携したプロジェクトを進めていく。小山ゼミに所属している4年生の荻原未来さんは、新鮮な地産物を駅前で販売する企画を学内のビジネスプランコンペティションで提案。その後、地元企業2社の協力を仰ぎ、実現にこぎつけた。

「企業担当者への最初のプレゼンテーションでは、企画書を人数分用

意していなかったり、内容も利益について触れられていなかったりと、恥ずかしい失敗ばかりでした。ただ、企画には興味を持っていただき、何度も打ち合わせを重ねてマルシェの開催を実現しました」（荻原さん）

荻原さんたちは、三浦半島を実際に歩き回り、野菜やジャム、ドレッシングなどの加工品、海産物を仕入れ、当日の販売までを担当した。開催後は収支分析を行い、反省を踏まえて次の開催に備えた。

実践的な取り組みから必要な学びや進路を見いだす

16年度から始めた「PUB」マルシェは、17年12月に4回目を開催した。ゼミの先輩から活動を引き継いだ3年生の吉田一則さんは、マルシェをさらに盛り上げていくにはどうすべきか悩んだという。そこで、新たに取り入れたのが、購入者に配布する地産物の魅力を伝えるチラシに広告を入れるという施策だ。

「マルシェ自体の収支は黒字でしたが、チラシの費用も入れると赤字でした。そこで、広告を入れることを思い付きました。今回のマルシェは、『つなぐ』をテーマにしていた

ため、仕入れ先の農家の食材を扱う洋菓子店や飲食店に交渉し、広告を出していただきました」（吉田さん）

企画立案、商品仕入れ、販売、収支分析といった実際のビジネスを一通り経験して、自分に足りない力に気づいたと吉田さんは話す。

「協力企業の方に新しく取り扱う商品を提案する場で、商品のよさをうまく伝えられませんでした。それを察した仲間が、商品探しの苦労や商品の魅力を具体的な話で伝え、フォローしてくれました。自分に足りないスキルが明確に分かり、普段から人に伝わる話し方を心がけるようになりました」

荻原さんも4回のマルシェ開催を通して得た気づきから、卒業研究のテーマを見つけたという。

「マルシェの前を通りかかる方に、ただ商品を販売するだけでは駄目だと気づき、ターゲットを明確に設定した効果的な販促方法について考えるようになりました。この経験を通して消費者行動に興味を持ち、『消費者行動における口コミ』をテーマに卒業論文を書きました。卒業後は、営業職として働く予定です。ゼミでの学びを生かしていきたいです」

大学の思い

生のビジネス経験が学生の真の学びを促す



副学長
経営学部教授
小山 巖也
こやま・よしなり

経営学部では、企業と連携した実践的な学びを通して、学生が社会で求められるスキルや自らに足りない知識・技能を感じ取り、主体的に学んでほしいと考えています。

経営学部の社会連携の大きな特徴は、サポーター企業10社とのネットワークを構築し、深く柔軟な連携を実施していることです。例えば、企業2社と本学のあるゼミが連携し、障がい者スポーツ支援に関するプロジェクトを実施しています。また、地元の高校2校と連携し、企業が設定した課題に取り組む高校生を本学の学生がサポートしています。大学が中心となり、地域企業が有機的につながることは、学生だけでなく、企業や我々教職員にとっても学びにもなると感じています。

18年度は、「PUB」の学びをさらに推進し、1年次から企業と連携したプロジェクトに参加できる「PUB」アクティブチャレンジ」を導入予定です。こうした取り組みで学生の企画力や発想力を伸ばし、学生発案のプロジェクトがますます増えることを期待しています。