

プロジェクト活動の成果と課題 ——豊橋総合動植物公園との連携を通じて——

三 輪 多恵子
山 口 満

抄録

経済産業省によって示された「社会人基礎力」を養成するため、平成23年度よりプロジェクト実習科目が実施されている。筆者らは、平成24年度より継続して市営の複合施設である豊橋総合動植物公園と連携し、情報発信を中心としたプロジェクト活動を行ってきた。本稿では活動を継続することによる信頼関係の構築、プロジェクトの成果、現状における課題について述べる。

キーワード：プロジェクト実習、地域連携

I はじめに

豊橋創造大学経営学部経営学科では、平成23年度より、3年次春秋学期の必修科目として、社会人基礎力¹の養成を目的とした創造プロジェクト²（科目名：プロジェクト実習1, 2）を実施している。この科目では、地域企業・組織と連携し、学生自身がプロジェクトを企画・立案・運営することによって、自主性や創造性を養い、リーダーシップや他者との協働、等について体験を通して学ぶことが目的とされている。

筆者らは、平成24年度より、創造プロジェクトにおいて市営の複合施設である豊橋総合動植物公園（愛称：のんほいパーク）と連携し、様々な広報活動を通じてパークの活性化（認知度の向上、来園者の増加、等）を図ることを目的とした活動を行っている。プロジェクト名称を「のんほいパーク盛り上げ隊」とし、専門ゼミナールの所属学生をメンバーとした活動は平成28年度で5年目となる。

本稿では、5年間の活動で得られた成果および現状における課題について報告する。なお、科目の目的である社会人基礎力に関しては、各種報告書^[1, 2]において評価・分析されているため、本稿では記述を割愛する。

1 主体性、課題発見力、発信力、傾聴力などの能力要素を「前に踏み出す力」「考え抜く力」「チームで働く力」の3能力12能力要素として経済産業省がまとめたものである。

2 平成23～25年度は情報ビジネス学部キャリアデザイン学科3年次配当科目であるプロジェクト演習で実施された。また、文部科学省GPに採択された関係で、名称が持続型職業人SOZOプロジェクト（平成23年度）、地域企業連携プロジェクト（平成24～26年度）、創造プロジェクト（平成27年度以降）と変更されている。

II 活動概要

1. 連携先とプロジェクトテーマの設定

プロジェクトテーマの設定において、所属する学生の興味・関心がWebデザインやグラフィックデザインにあったことから「インターネット等を利用した情報発信を行いたい」という希望が先行していた（平成24年度）。このため、連携先企業を検討する際には、

- ・ 情報発信（広報活動）が連携先にとって有益であること
- ・ 連携先の広報活動が十分でない（学生に“やれること”が存在する）こと

を重視し、豊橋総合動植物公園（のんほいパーク）を選択した。

当時、のんほいパークは市営の施設であることから他の動物園と比較して広報が弱く、一般市民に対して十分に宣伝されているとは言い難い状況に感じられた。この点についてはパーク側も問題意識を持っているようであり、プロジェクトへの協力を依頼する際に「公式の広報³が行き届かない10代、20代の若者に向けて情報を発信してほしい」との要望を受けている。

2. プロジェクトの指導・運営体制

本プロジェクトは、平成24年度に三輪プロジェクトとして始まり、平成25年度に山口プロジェクトとの合同プロジェクトとして複数教員による指導を開始した。平成26年度からは、三輪・山口の複数担当による共同プロジェクト⁴として活動が続けている（図1）。

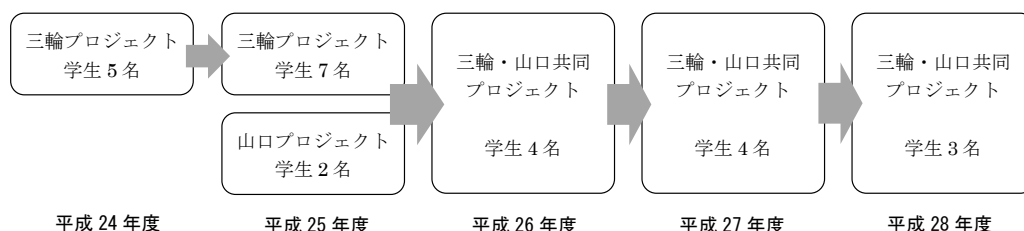


図1. プロジェクトの始動・運営体制

III 活動成果

1. 活動実績

これまでの活動について、取材回数（のんほいパーク、外部組織との打ち合わせを含む）、制作物、その他に分類したものを表1に示す。

3 公式Webサイトを設けている他、市内の幼稚園・保育園、小学校の全園児、児童に対して季節ごとの公式チラシを配布している。また、市が月2回発行する「広報とよはし」の紙面に情報を掲載するスペースを設けている。

4 経営学科において複数教員により指導・運営されるプロジェクトは、平成28年度時点では“のんほいパーク盛り上げ隊！”のみである。

活動2年目となる平成25年度に、夏のナイトガーデンのイベントである“巨大迷路”の運営をサポートして以降、連携先からの依頼による活動が年々増加している。また、平成26年度の動物データベース作成、平成27年度の公式LINEスタンプデザイン、平成28年度のフォトアワード企画、等の本プロジェクトから提案した企画について、連携先からはデータの提供、デザインの公式採用、後援といった形での支援を頂いている。

表 1. 活動実績

年度	学生人数	取材, 等	制作物	その他
H24	5	12	・ Web サイト	・ 飼育員インタビュー ・ 園内売店取材 ・ 近隣飲食店取材 ・ 近隣コンビニエンスストア取材
H25	9	24	・ Web サイト (Web サイト変更, CMS 導入) [3] ・ Facebook [4], Twitter [5], YouTube [6] ・ サマーナイトガーデンポスター制作 ・ 創造祭パンフレット裏表紙カラーページ ・ フリーマガジン (ワライフ) 記事 2 ページ分 ・ 三角柱 POP (学内) × 4 回 ・ オリジナル(リサイクル) うちわ × 約 500 本	・ 飼育員インタビュー※ ・ 創造祭アンケート実施 ・ かわしんびびび交流会展 ・ 豊橋市行財政改革プラン公開プレゼンテーション出席 ・ サマーナイトガーデンポスター市内 3 大学掲示 ○ サマーナイトガーデン巨大迷路ポスター ・ オリジナル(リサイクル) うちわ配布
H26	4	28	・ Web サイト※ ・ Facebook, Twitter, YouTube※ ・ サマーナイトガーデンポスター制作※ ・ 創造祭パンフレット裏表紙カラーページ※ ・ 動物データベース (Web サイト内)	・ 飼育員インタビュー※ ・ 創造祭アンケート実施※ ・ サマーナイトガーデンポスター市内 3 大学掲示※ ○ 園内環境整備 (ザリガニ駆除) 体験 ○ 食虫植物展取材
H27	4	23	・ Web サイト※ ・ Facebook, Twitter, YouTube※ ・ サマーナイトガーデンポスター制作※ ・ 創造祭パンフレット裏表紙カラーページ※ ○ ナイトガーデンイベント看板デザイン ・ あいちフェアボランティア募集ポスター制作 ・ あいちフェア用プロジェクト紹介看板製作 ・ 公式 LINE スタンプデザイン (提供) ・ 三角柱 POP (学内) × 3	・ 飼育員インタビュー※ ・ 創造祭アンケート実施※ ・ サマーナイトガーデンポスター市内 3 大学掲示※ ○ ナイトガーデンイベント企画・運営サポート ○ あいちフェアサテライト会場準備ボランティア参加
H28 (11 月末)	3	27	・ Web サイト※ ・ Facebook, Twitter, YouTube※ ・ Instagram [6] ・ サマーナイトガーデンポスター制作※ ○ オートナイトガーデン公式チラシデザイン (提供) ・ 創造祭パンフレット裏表紙カラーページ※ ・ フォトアワードチラシ、ポスター制作	・ 飼育員インタビュー※ ・ 創造祭アンケート実施※ ・ サマーナイトガーデンポスター市内 3 大学掲示※ ・ 園内レストラン取材 ○ 市役所ライブ出演 ・ フォトアワード企画・運営 ○ フォトアワード記者発表 ・ 高校訪問 (12 月予定)

※ 継続して実施 ○ 連携先からの依頼により実施

活動に関しては、連携先からの評価が高かったもの、広報の面で外部から良い反応が得られたもの、等については積極的に継続している。継続している主な活動として、

- ・ Web サイト (動物データベース等の更新含む)
- ・ 若者に利用者の多い SNS (Social Networking Service) による情報発信
- ・ サマーナイトガーデンの大学生向けポスターの制作・市内 3 大学への掲示

等がある。なお、若者に直接情報を届ける手段として、現在のプロジェクト活動においては SNS を主要ツールとして使用している。使用しているサービスは、平成 28 年 11 月の時点で Facebook, Twitter, YouTube, Instagram の 4 種類であり、発信したい情報に合わせて表 2 に示すように使い分けている。

SNS のファン、フォロワー数を表 3 に、Facebook の標準のアクセス解析ツールにより得られたファンの内訳を図 2 にそれぞれ示す。ファン数の推移および Facebook ファン数の年齢別割合から、II. 1 で示した連携先からの「公式の広報が行き届かない 10 代、20 代の若者に向けて情報を発信してほしい」という要望に対して一定の成果が得られていると判断できる。

表 2. SNS の利用

名称	サービスの特徴	プロジェクトにおける利用状況
Facebook	① 長い文章の掲載が可能 ② 写真・動画の利用が可能 ③ 写真をアルバムとして整理できる	・ イベント参加報告、動物の紹介、等で長い文章と写真・動画を同時に発信 ・ 蓄積しておきたい情報を発信 ・ 発信の頻度は週に 2, 3 回程度
Twitter	① 文字数に制限 (140 文字) ② 写真の利用が可能 ③ 動画の利用が可能 (平成 27 年以降) ④ 記事を連投がマナー違反でない ⑤ ユーザー同士が繋がりやすい	・ 動物の日常的な様子を写真と共に発信 ・ 発信頻度は週に 3, 4 回程度だが、1 回につき 5 記事ほど連続して投稿 ・ 流れてしまって問題ない情報を発信 ・ 一般ユーザーと積極的にコメントのやりとりを行う
YouTube	① 動画の蓄積が可能	・ Facebook 等で発信した動画の蓄積・整理のために利用
Instagram	① 加工写真の投稿に特化 ② 積極的なタグ付けにより、特定の嗜好を持った層に情報を届けやすい	・ 動物の“写りの良い”写真を加工して投稿 ・ #のんほいパーク のタグを入れ、動物好きな一般ユーザーを引き込む

表 3. SNS のファン、フォロワー数の推移

	H25/12	H26/12	H27/12	H28/11 末
Facebook	102	216	420	1,444
Twitter	104	237	501	876

YouTube については動画蓄積用に使用しているため未集計
Instagram については利用期間が 1 年未満のため未集計

このページへのいいね！

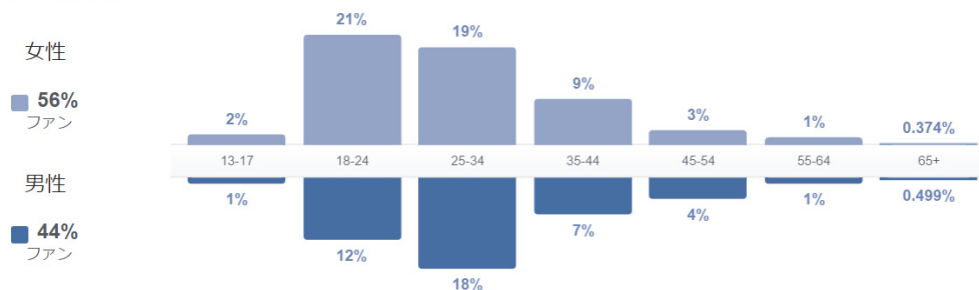


図2. Facebookファンの年齢別割合 (H28, 11末)

2. 活動における対外的な露出

前述のように、プロジェクト実習1, 2の科目としての目的は、学生の社会人基礎力の養成とされている。一方で、地域貢献の観点からは、大学の教育・研究成果の社会還元として“目に見える成果”を残すことが要求される。その意味では、公の場や各種媒体におけるプロジェクト活動の露出は、本学科の教育内容および教育の質を社会に周知する有効な手段であると考えられる。

以下に、本プロジェクトの公の場での活動、媒体への掲載状況を示す。

1) 大学、学部学科名、プロジェクト名等を表示した一般市民向けの活動

連携先への協力活動において、大学、学部学科名、プロジェクト名、等を掲示できた主な取り組みを表4に、それぞれの掲示の状況を図3に示す。

表 4. 協力活動においてプロジェクト名称の掲示を行った事例

時期	活動内容	掲示内容
平成 25 年 8 月	(a) サマーナイトガーデン巨大迷路イベント	・ ブース（テント）において、大学のポスターを掲示
平成 27 年 8 月	(b) ナイトガーデンイベントライブラリー企画・運営サポート	・ 案内看板（3 種類）に大学名、学部学科名、プロジェクト名等を記載 ・ ブース（テント）において、大学のポスターを掲示
平成 27 年 9 月	(c) あいちフェアの会場設営ボランティア	・ パーク内に設置したハンギングバスケット横に、大学名、学部学科名、プロジェクト名を記載したプレートを設置 ・ 会場入り口に大看板を設置

表内(a)～(c)は図3の各写真を示す



(a) H25サマーナイトガーデン (b) H27サマーナイトガーデン (c) あいちフェア入場門

図3. 大学、学部学科名、プロジェクト名の掲示の様子

2) 大学、学部学科名、プロジェクト名を表示、放送した媒体、等

新聞、公式Webサイト、等で大学、学部学科名、プロジェクト名が掲載された取り組みを表5に示す。

表 5. 大学, 学部学科名, プロジェクト名が掲載された媒体

活動内容	媒体と時期
ナイトガーデンイベントrazier企画・運営サポート	・「コラボ企画」として, のんはいパーク公式 Web サイト, 新聞記事 (中日新聞 2015/8/8) に大学名, プロジェクト名が掲載された
あいちフェアの会場設営ボランティア	・近隣大学の学生ボランティアとして, 大学名, 学生氏名が新聞記事 (東愛知新聞 2015/9/4) に掲載された
公式 LINE スタッフのデザイン	・新聞記事 (東日新聞 2016/2/17, 東愛知新聞 2016/2/25, 朝日新聞 2016/2/29) に大学名, プロジェクト名が掲載された
活動紹介	・市役所広報広聴課からの依頼により, 市のラジオ番組 (広報「とよはし」) にゲスト出演した (放送日 2016/10/27)

その他, 連携先の公式の広報ブース等において, 図4に示すようにプロジェクト活動の紹介を頂いている。



(1) 豊橋駅前の広報ブース (H27)



(2) パーク内の案内板 (H27～)

図4. 公の場におけるプロジェクトの紹介

IV 課題

これまでの活動を通じて明らかとなった課題について (1) ～ (4) に示す。

(1) 活動を継続することによる作業量の増加

Ⅲ. 1で述べたように, 連携先からの評価が高かったもの, 広報の面で外部から良い反応が得られたものについては, 翌年度以降も活動を継続している。このため, 他プロジェクトと比較して, 継続年数の増加とともに活動量が多くなる傾向にある。これにより, 科日本来の目的である“学生自らが企画・立案”する割合が減少する。

(2) 連携先との信頼関係の維持

プロジェクト活動の継続と各年度で得られた一定の成果によって, 連携先との協力・信頼関係を構築してきた。幸いなことに大きなトラブルもなく, 連携先から様々な依頼を頂

けるようになっている。一方で、連携先からの期待に応えるためには相応の成果が必要であり、活動における教員サポートの割合が増加する傾向にある。

(3) 時間の確保

プロジェクトテーマとして広報活動を掲げているため、密な現地取材は必要不可欠である。現状では週1回以上の訪問を基本としているが、学生、教員の授業配置の関係等で活動時間の確保に多大な努力を必要とする場合がある。

(4) 年度の移行に伴う空白期間

本プロジェクト特有の問題であるが、年度の変わり目に発生する学生不在の状況について、現状では教員がその穴埋めを担っている。特に、SNSの情報発信を月単位で停止することは、ファン・フォロワー離れを引き起こす大きな要因であるため、学生主体のプロジェクトの趣旨に反する面もあるが対応せざるを得ない。

上記(3)以外の事柄に関しては、継続的なプロジェクトにおいて、テーマの内容に関わらず問題となる可能性がある。

V 考察

本プロジェクトにおいて、一定の成果を生み出すことができた要因について考察する。

(1) 指導教員の専門性とプロジェクトテーマの親和性

本学科においては、学生の興味・関心および教員の専門性の観点から、プロジェクトチームは主に専門ゼミナール単位で構成されており、プロジェクトテーマは教員の専門性に依存することが多い。また、社会に対するプロジェクト成果の質的保障の面から考えても、教員の専門性に沿ったテーマであることが望ましいと考える。本プロジェクトにおいては、三輪がメディア・デザイン系、山口がネットワーク・ソフトウェア系の教員であることが、インターネットを活用した情報発信、各種広報資料（印刷物、等）の作成、等を指導する際に非常に有効であった。

(2) 連携先との関係とプロジェクトの成果

プロジェクト活動において、連携先との信頼・協力関係の構築が成果に大きく関連することを実感した。教育機関としては「学生の教育のため」という理由があり、成果を目的とした運営への反論があることは承知しているが、プロジェクト活動は連携先の好意により成り立っており、協力が無償で提供されていることを忘れてはならない。II. 1で述べたように「我々の活動が連携先にとって有益である」ことが、信頼・協力関係の構築に大きな割合を占めることは事実である。

本プロジェクトにおける課題について、以下に考察を示す。

(1) 学生の活動時間の確保

活動時間を確保するために受講科目に制限をかけることは教育の面から不適切である。学生が自主的に、空き時間の一部をプライベートではなくプロジェクト活動に充てるのが現実的であり、また自主性を養う意味でも適切な解決法だと考える。従って、教員側としては、学生のモチベーションを高めるための工夫や努力が必要である。本プロジェクト活動においては、その性質から、

- ① 学生自身がパークに魅力や愛着を感じる（興味喚起）
- ② 学生の活動を目に見える成果として形にする（達成感）

の2点が重要であり、①は来園回数の確保、②は制作物（ポスター等）の掲示、等で実現している。なお、この2点に関しては、連携先の方々に十分ご理解を頂いており、

- ・ バックヤード見学、エサやり、等の普段できない体験（興味喚起）
- ・ イベント等への参加・協力依頼や、活動に関する意見や提案（達成感）

等、学生の積極性を引き出すための様々な協力が得られている。

(2) 教員のサポート

現時点では、有効な解決法は見つかっていない。先に述べたように、プロジェクト成果は本学科の教育を社会に周知する有力な手段であると考えられるため、一定の質を担保する意味では教員の介入、サポートは必要である。その上で、学生の自主性や創造性を養成するための工夫については、別の議論が必要だと考える。

VI おわりに

本稿では、経営学部経営学科の創造プロジェクト（科目名：プロジェクト実習1, 2）において、5年目を迎えた継続活動である“のんほいパーク盛り上げ隊”について、プロジェクトの成果、現状における課題について示した。

活動を継続することによる連携先との信頼関係の構築が学生の活動の幅を広げ、各種媒体等への露出を実現したいくつかの事例を述べた。一方で、継続により恒常化した作業の増加により、科目本来の目的である学生の自主性や創造性の養成について障害が発生する問題について報告した。

なお、指導教員としては、連携先からの信頼を損なうことなく、今後も本プロジェクトを継続していくことで、本学科の創造プロジェクトの成果として蓄積していきたいと考えている。

謝辞

本プロジェクトの趣旨をご理解頂き、様々な形でご協力を頂いている連携先の豊橋総合動植物公園に感謝申し上げます。

参考文献，他

- [1] 豊橋創造大学, 『地域産業界連携教育力改革プロジェクト 成果報告書』, 2013
- [2] 豊橋創造大学, 『地域産業界連携教育力改革プロジェクト 成果報告書』, 2014
- [3] Webサイト <http://projectweb.sozo.ac.jp/tmiwaproj2013/>, (平成28年11月30日)
- [4] Facebook <https://www.facebook.com/Project.NonHoi>, (平成28年11月30日)
- [5] Twitter <https://twitter.com/ProjectNonhoi>, (平成28年11月30日)
- [6] YouTube <https://www.youtube.com/user/projectnonhoi>, (平成28年11月30日)
- [7] Instagram https://www.instagram.com/project_nonhoi/, (平成28年11月30日)