

「バーチャルカンパニー」を用いた授業実践

兼本 雅章

1 はじめに

インターネットが普及し、電子商取引が気軽に行なわれる時代になった。電子商取引とは、ネットワーク上で、個人や企業が商品購入から決済まで行う商取引のことである。電子商取引には、企業間の取引である「B to B (Business to Business)」、企業と消費者間の取引である「B to C (Business to Consumer)」、消費者間の取引である「C to C (Consumer to Consumer)」の3つがある。2003年度から本学で取り組んでいる「バーチャルカンパニー」は、このうちのB to Cにあたるもので、バーチャルモールという仮想のオンラインモールに出店し、ホームページを通して自分たちで開発した商品を参加者に販売する仮想企業である¹⁾。

「バーチャルカンパニー」は、現実の社会の課題や産業のしくみなどの理解を通じて、国際化・情報化時代に対応するアントレプレナーシップ（起業家精神）あふれた人材育成をねらいとして開発された教育プログラムである。このプログラムの目的には、電子商取引のノウハウやそのために必要なスキルの習得、支援企業と関わりをもつことによる社会で必要な能力の認識、企業経営に必要なプロセスの習得、地元企業への理解の増進など多岐に及んでいる。

本論文では、この「バーチャルカンパニー」の導入から、これまでの3年間にわたる授業実践の経過を振り返る。その後、3年間のアンケート結果を考察し、今後の課題を検討する。

2 1年目の取り組み

2002年度にコース制が導入され、1年生の基礎演習も開学以来の従来型から、コース独自のものを行えるようになった。コース制1年目はコース制以前の従来型を踏襲しつつ、エクセルを用いた実習などを行ったが、教材の内容や難易度などの問題もあり、全体的に学生には不評であった。そこで、コースに合ったよい教材を探すこととなり、その候補にあがったのが、「バーチャルカンパニー」である。導入に際し、教材を提供しているNPO法人アントレプレナーシップ開発センターの原田紀久子氏に、内容についてプレゼンテーションをしていただいた。内容的に情報・経営コースにふさわしいものではないかという結論に至り、実施することとなった。

(1) 授業の流れ

2003年5月に京都で行われたバーチャルカンパニー研修会において、指導者3名がシステム体験をした後、基礎演習の時間を使って本格的に導入することになった。総合商社の形で1社を作ることとし、1ゼミを2グループに分け、計8グループの事業部制を採ることにした。商品の売買を行なうバーチャルモールでは、テーマ毎に会社を区分しているの、それをもとにやりたい分野を決めさせた。その結果、食品がテーマに選ばれ、総合商社の名称を『共愛完食倶楽部』とした。

前期中は、学生によるシステム体験をした後、事業部ごとに商品開発をスタートさせた。ある程度進んだところで、コース全体を集めて開発商品の検証などを行なった。夏休み中には、ホームページ作成を開始させ、開発商品の完成を目指した。後期に入り、ホームページを完成させた後、バーチャルモールでの電子商取引に参加した。その後、バーチャルモールでの売買実績を見ながら、売上の分析、商品開発の再考をさせ、ホームページの更新を行なうように指導した。

8つの事業部は、『いちごJAM』『甘味処』『爆米花(ポップコーン)』『ひまわりカフェ』『GYOZA屋』『氷の館』『比座餅』『元気じるし屋』であった。1月までにどの事業部も売上を計上できたが、思ったよりも売れなかった。この中で最も売れたのは、パフェを扱った『甘味処』であったが、単価の低さもあり、約3ヶ月で数万円程度であった。

(2) まとめ

バーチャルカンパニー終了の際に行なわれたアンケート結果は、全体的に良好で、コースの学生の資質と合っている可能性が十分に感じられた。ただ、基礎演習での試みでは、1事業部8名程度、かつ8事業部で1社なので、直接的な責任の所在があいまいであった。したがって、参加意識が高かった学生の満足度は高く、そうでない学生は何をやっているのかもわからない、という極端なものとなってしまった。例えば、明確な仕事を与えられたホームページ作成担当の学生は、苦勞しながらも満足度は高かった。

また、「バーチャル」という言葉が、いろいろな面で学生に誤解を生んだ。例えば、「バーチャル」＝「仮想」であるから何でもOKと判断し、商品開発当初は非現実的なものが多く考えられた。指導者側も、商品開発はアイデア優先とっていた面があったので、商品の実現性に力点を置いた指導ができなかった。したがって、何とか商品開発は行なったが、新奇性に乏しく、完成度が高いとは決していえるものではなかった。

さらに、ホームページの作成に大変な労力を強いられた。ホームページの作成担当者のうち、これまでに作ったことがある学生が少なかったことや、ホームページ作成の専門知識を持った指導者も少なかったことが一因である。よって、問題が起こった際の対処に遅れをとり、ホームページの完成まで多くの時間を費やすことになってしまった。その主な原因となったのが、商品購入ページの問題である。商品購入ページのソースには、ページ上に表示される画像や文字の部分と、ページ上には表示されないが銀行システムに注文の情報を送る部分とがあり、ページ上の表示が正しくできていても、銀行システムに注文の

情報を送る部分が間違っていれば、商品を販売することができない。そのため、見た目ではわからないことが多く、なぜ動かないのかの原因究明に一苦勞することとなった。最終的には、ホームページ作成の専門知識を持つ人にサポートをしてもらうことにより、この問題を解決したが、ホームページの完成が遅くなってしまった。

3 2年目の取り組み

1年目の指導者側の評価は、教材に関する理解力の低さをそのまま反映し、あまり高いものではなかった。しかしながら、学生のアンケート結果が思いのほか良かったのと、基礎演習で行うのは限界があるとの判断から、1年生から受講可能な「電子商取引演習Ⅰ・Ⅱ」という科目を新設し、そこでバーチャルカンパニーを行なうこととなった。ただし、指導の関係から、会社数を6社、1社を5人程度と想定し、30人という受講制限を設けることになった。

(1) 授業の流れ

通年の授業科目になったことから、どのように授業を展開していったらよいか、当初は見定められなかった。それは、2004年度の授業計画書に表れている。このときの電子商取引演習の授業予定内容を抜粋すると、「バーチャルカンパニーを実体験してもらった後、グループ分けをし、それぞれのコンセプトに基づき、商品開発をおこなっていく。商品開発が軌道にのったら、ホームページの作成に着手し、ホームページを完成させることを目標とする（電子商取引演習Ⅰ）。電子商取引に実際に参加する。会社の販売状況などを見ながら、新たなる商品開発や企業戦略・宣伝方法など考えていく。最終的には、各会社の収益について、発表会を行なう。例年11月に、トレードフェアが開催されており、できることなら、ここへの参加を目指したい（電子商取引演習Ⅱ）」と、かなり抽象的になっている。

1) 前期～夏休み

新設科目ということもあり、シラバス授業には、大量の志望者がやってきたが、最終的には、38名が履修することになった²⁾。内訳は、1年生28名、2年生5名、3年生5名で、2年生の人間文化コースの2名を除いては、すべて情報・経営コースの学生であった。

2004年度のグループ分けは、商品開発をしてみたい分野で行なってみた。その結果、1社が4名～8名の計6社が立ち上がることとなった。その後、2003年度と同様、システム体験を行ない、商品開発をスタートさせたが、通年授業となると同じ授業内容では中身が乏しいことが判明した。そのような折、バーチャルカンパニーの経験者を交えた指導者研修会に参加し、その後の進路のきっかけを与えてもらった。1つは支援企業を学生たちの力で見つけさせること、もう1つはトレードフェアへ参加させることであった³⁾。

そこで、早速、学生たちには商品開発をしたい分野の支援企業を探させることにした。そのためには、自分たちの会社がどのような商品を開発したいか、というコンセプトをし

っかり決めなければならないというハードルが課せられることになる。また、自分たちで見つけた支援企業には、アポイントメントを取った上で、協力してもらうための説明資料（企画書）を持参し、訪問するようにさせた。相手は社会人であり、メリットなどがあると判断してくれないと応じてもらえないため、これも大きなハードルとなった。当初はすべての会社が支援企業獲得を目指してチャレンジをしたが、結果として、3社のみが支援を受けられることになった⁴⁾。

一方、トレードフェアに関しては、商品の完成度の問題などもあり、2003年度は参加を見送った経緯がある。しかしながら、成果を発表する場としては、貴重な機会であることが研修会でわかったため、参加させる方が有益であると判断した。そこで、「できるだけ参加するように」と指示したところ、6社のうち4社が参加することとなった⁵⁾。参加表明をした4社のうち3社は、支援企業があり、進み具合も早かった。残りの1社の『Love & Peace Piece』は、進み具合が大変遅れていたのだが、社長が交代し、このトレードフェアに向けて行うことで社員を束ねていくよいきっかけとなった⁶⁾。

2) トレードフェアに向けて

トレードフェア用に必要なファイルをこちらで作成し、順次準備を進めて行かせた。トレードフェアに参加するために必要な書類が、アントレプレナーシップ開発センターから次から次へと送られてくるので、まずはそれをこなすのに精一杯であった。その中で、トレードフェア用のプレゼンテーションと対面販売のブース展示の準備をさせた。

プレゼンテーションに関しては、バーチャルモールで閲覧できる過去のものを参考に、パワーポイントで作成させるように指示した。それを授業中に発表させ、学生間で相互に評価し、コメントを寄せるようにした。当初は一度の予定であったが、改善すべき点が多くあったため、急遽もう一度行なうこととした。

対面販売のブース展示に関しては、過去のトレードフェアの様子をホームページで確認したが、あまりイメージがわかなかった。そこで、とりあえず配布物とブース展示用の模造紙を作成するように指導した。

3) トレードフェアの結果とその後

トレードフェアは、散々な結果であった。会場内での事前準備の段階で、ブース展示に関する自分たちの考え方が甘かったのを痛感させられた。周りと比べるとあまりにも貧弱であり、興味を引く内容になっていなかったのである。したがって、当日は全くと言っていいほど、お客がブースに寄り付かなかった。それは、後日送られてきた審査表の結果でも確認できた。プレゼンテーションに関しては、授業内で事前に確認し、改善をした効果がきちんと表れていたのだが、対面販売に関するブース展示などの項目は、一様に評価が低かったのである⁷⁾。

トレードフェア終了後、反省会を行い、今後の事業改善を考えるように指導した。各社

は、トレードフェアで指摘された点などを考慮に入れて新商品の開発・投入や価格面での値下げ、バナー広告を出すなどの手段をとった。

(3) まとめ

実質通年科目にして1年目ということで、どたばたした感じで進んでしまったことは否めない。しかしながら、学生たちにとっては多くの失敗と経験を積み有益であったようだ。特に、支援企業が積極的に関わってくれた会社の学生たちには、貴重な経験であった。また、トレードフェアに参加した学生たちも、小学生から大学生、さらには審査員の社会人など外部の人と交流することで得られるものが多々あった。したがって、支援企業の存在、トレードフェアへの参加、会社の進捗度や社員の協力度合いなどで、バーチャルカンパニーを行なったことによる評価が、会社によって明確な差として表れたのが特徴的であった。

30名程度のグループワークであるため、参加している学生の顔がよく見えた。どの学生が積極的に参加しているか、自分の会社に貢献しているか、逆に何もできないでいるのか、などの判断がしやすいのである。しかしながら、私が気づかないような表に見えない部分もあると思われたので、学生間で社員の相互評価もさせることとした。自分自身と会社の仲間をプラス評価とマイナス評価の両方でさせ、できるだけ気づいたところを多く記述するよう求めたのである。このことは、学生の生の声が聞けるというメリットがあり、指導をしていく上で、大変参考になった。

トレードフェアに参加して、一般的などこにでもある商品の開発をするよりは、地元で密着したものの商品開発をさせた方がよいと感じた。アントレプレナーシップ開発センターが京都にあることから、教材としてバーチャルカンパニーを扱っている学校は関西が中心である。わざわざ群馬から参加するのに、どこにでもある商品を扱うのはあまりメリットがない。もともと、バーチャルカンパニーの教材としての目標には、『地場産業の理解』というのがあるので、その実践をさせることが有効であると感じたのである。また、審査表にある6つの審査項目を意識しながら、商品開発やホームページ作りなどを行うことや商品の実現性を追求することが大事であると感じた。

4 3年目の取り組み

2004年度の反省を生かし、2005年度は、支援企業を必ず見つけること、トレードフェアに参加することの2つを義務づけることとした。また、『地場産業の理解』をコンセプトとし、商品開発のキーワードを『群馬』とした。

(1) 授業の流れ

2005年度は、電子商取引演習の授業に加え、私の課題演習でもバーチャルカンパニーを行うこととした。2004年度の電子商取引演習を受講し、トレードフェアにも参加した学生2名が、もう一度やりたいという希望が強かったためである。また、後期の電子商取引演習

Ⅱに、国および群馬県からの依頼で受け入れている社会人委託訓練生も受講可能とした⁸⁾。

2004年度までの経験から、次のようなスケジュールで行なうこととした。2005年度の電子商取引演習の授業計画書から抜粋すると、「4月～5月は、システム体験・グループ分け・商品開発スタート。6月～7月は、支援企業決定・商品の実現性を検討・HP作成開始（電子商取引演習Ⅰ）。9月～10月は、商品開発完成・HP完成・トレードフェア準備・電子商取引参加。11月～12月は、トレードフェア参加・電子商取引参加・業績発表会（電子商取引演習Ⅱ）」となっている。

なお、課題演習については、受講者9名のうち、3年次編入生と国際コースの学生2名を除く7名は、すでにバーチャルカンパニーを経験済みであったので、本格的な始動は6月からとし、トレードフェアに参加後、終了することとした。

1) 前期～夏休み

(i) 電子商取引演習

シラバス授業の参加者25名を受講可能者としたが、最終的には、15名が履修することになった。内訳は、1年生10名、4年生5名であり、4年生の人間文化コースの2名を除いて、今年もすべて情報・経営コースの学生であった。このメンバーでグループ分けを行ない、1社が4名～6名の計3社が立ち上がることになった。

『群馬』を商品開発のキーワードにしたことにより、『美フレツ社』は温泉水を使った商品の開発を、『かぐや姫』は酒・こけし製品と竹を使った製品の開発を行なうこととなった。『ペロリンパン』は、どの分野で商品開発をするかでかなり紆余曲折があったが、最終的には、アレルギー対策のパン・クッキーの開発となった⁹⁾。

支援企業に関しては、最初からコンセプトがはっきりしていた『美フレツ社』は5月末の段階で早々と決まったが、『かぐや姫』は7月から8月にかけて、『ペロリンパン』は9月になってからとなってしまった¹⁰⁾。当初考えていたコンセプトがうまくいかず考え直したり、うまく企業を説得できなかつたりしたためのものである。

(ii) 課題演習

食品を扱うグループとそうでないグループの2社に分かれることとなった。内容を検討し、支援企業を模索する中で、前者はこんにやくを扱う『こんにやく本舗』を、後者はシルク製品を扱う『繭美蚕（まゆみさん）』を立ち上げることとなった。

支援企業に関しては、『繭美蚕』は7月中旬に門倉メリヤスが引き受けてくれることになったが、『こんにやく本舗』は当初予定していた企業に振り回されたため、なかなか決まらなかった。8月に入り、そこを諦め、丸大オヲツヤ商店に支援をお願いしたところ、快く引き受けていただいた。3年生ということもあり、支援企業に対して、授業の内容や自分たちのコンセプトなどもしっかりと説明できたようである。

図1 『繭美蚕』のオリジナル商品「絹の花」「絹の葉」



(iii) 社会人委託訓練生

2003年度より、国および群馬県からの依頼で本学は社会人委託訓練生を後期の半期だけ受け入れている。その訓練生たちが受講できる科目として、電子商取引演習Ⅱを2005年度から開講することにした。しかしながら、後期開始からでは、電子商取引演習Ⅰからの会社と進捗度の差が激しいため、後期開始前に集中講義を行うことで対処することとした。

社会人委託訓練生のやる気は高く、新しい群馬土産の開発をテーマに『群馬あるある本舗有限会社』を立ち上げ、トレードフェアにも参加することとなった。しかしながら、9月からでは支援企業を見つけて行なうことや本格的なホームページを作成することは難しいと判断し、前者はなし、後者は簡易版ホームページを利用することにした。

2) トレードフェアに向けて

2004年度に参加したこともあり、トレードフェアに向けて提出する書類などの予測ができたのは、心理的に楽であった。2004年度をもとに逆算をしたスケジュールを学生に与え、トレードフェアに備えることとした。

10月中旬からは、課題演習の学生も、電子商取引演習の授業に参加してもらい、合同授業の形をとってトレードフェアの準備を行なった。2004年度と同様にトレードフェア用のプレゼンテーションのチェックを2度に渡って行い、完成度を上げるために相互で評価し、コメントを寄せるようにした。また、2004年度のトレードフェアでは、ブース展示がうまくいかなかったため、対面販売の練習もさせることにした。いわゆる営業の練習であるが、相手に自分たちの商品のよさを説明するのがいかに難しいかを実感するよい機会となったようである。さらに、トレードフェア会場で現物販売ができるように、学生たちには支援企業に協力を依頼するようにさせた。なかでも、『繭美蚕』は、自分たちのアイディアを商品化した「絹の花」「絹の葉」を作成していただいた(図1)。商品の実現性という意味でも、大きな価値のあることであった。

3) トレードフェアの結果とその後

トレードフェアは、素晴らしい結果となった。アントレ賞を競う決勝戦＝最終プレゼンテーションに、『繭美蚕』『こんにやく本舗』『美フレ社』が選ばれたのである。その結果として、アントレ賞は逃したが、専門学校・大学の部の最優秀賞に『繭美蚕』、優秀賞に『こんにやく本舗』、総合部門のがんばったで賞に『美フレ社』が選ばれた。また、参加学生が投票で選んだ最も優れた会社として、社会人委託訓練生の『群馬あるある本舗有限会社』が選ばれ、スチューデント賞（京都新聞社賞）をいただいた¹¹⁾。

トレードフェア終了後、反省会を行い、電子商取引演習の学生には、今後の事業改善を考えるように指導した。時間の関係もあったのだが、新商品の開発・投入を行なうところはなく、会社によって対応が違った。『ペロリンパン』は、ホームページをクリスマスバージョンへ変更した。『群馬あるある本舗有限会社』は、これまでの購入者へのお礼メールを送り、期間限定プレゼントをつけるようにした。『かぐや姫』は、もともとの単価が高すぎたとの指摘もあり、バナー広告を出し、大幅な値下げをした。逆に、『美フレ社』は、単価が低い売れ筋商品を値上げするという手段をとった。

(3) まとめ

当初の目標であった、支援企業を見つけ、トレードフェアに参加することは達成された。それだけでなく、トレードフェアの結果は上出来であった。授業内容もトレードフェアも学生の努力のおかげで、2004年度の反省を活かすことができたことが大きい。授業はハードであったと思うが、それを克服することで学生が成長していくのがよくわかった。

しかし、支援企業を見つけ、説得するのはやはりなかなか難しいようである。いかにスムーズに支援企業を見つけさせるかは大きな課題であるが、そのためには、どのような分野でどのようなコンセプトの商品を開発していくかをできるだけ早い時期に明確に決めなければうまくいかないのも事実である。

2005年度も、積極的な関わりを持ってくれた支援企業の会社の学生は充実していたようだ。例えば、最優秀賞を受賞した『繭美蚕』の支援企業の門倉メリヤスは、ただ単に商品開発に協力してくれるだけでなく、シルクの知識をつけさせるために、日本絹の里や群馬県蚕業試験場を紹介し、勉強に行かせてくれた。その裏付けがあったからこそ、トレードフェアでの対面販売でも、豊富な知識で接客できたといえる。支援企業がどのくらい積極的に関わってくれるかは、支援企業側の理解にもよるであろうが、学生からうまくアプローチすることで変わってくる可能性もあるだろう。

2005年度は、人数が少なかったせいもあるのか、世の中と同様に、いろいろな会社の形態があることに気づかされた。ワンマン経営の会社、チームプレーの会社、個々の仕事を尊重しながら行なう会社、などである。その中で、チームワークが重要であることを、改めて認識させられた。

学生を見ていると、少人数でのグループワークにあまり慣れていない傾向がある気がする。自分がきちんと仕事をしないと、グループがうまくまわらない、と気づいていない学

表1 アンケート結果の推移

		2003年度	2004年度	2005年度
授業に興味を持って取り組めた。				
大変興味を持てた		86%	28%	52%
興味を持てた			40%	48%
あまり興味を持てなかった		14%	32%	0%
まったく興味を持てなかった			0%	0%
グループ作業が中心で生徒が主体となって進める授業は、大変だが自分にとって役立つと思う。	はい	96%	100%	100%
	いいえ	4%	0%	0%
グループで活動するなかで自分が果たすべき役割を考え、それを果たすことができた。	はい	65%	68%	76%
	いいえ	35%	32%	24%
企業の方が授業に参加された学校：社会人の方に指導を受ける授業は、自分たちにとって利益があると思った。	はい	—	92%	95%
	いいえ	—	8%	5%
社会人の指導を受けたり、地域に関係することをテーマに商品開発を行ったことで、地域や地元の産業・企業についての理解が深まった。	はい	—	17%	76%
	いいえ	—	83%	24%

生がいるのである。ある会社が、仕事を任してもきちんとしてくれない社員をリストラしてしまっただが、その前後で会社の仕事ぶりやまともはかなりの違いがあった。

社会人委託訓練生に関しては、すでに社会経験があるため、学生とは違った視点で授業に取り組んでくれたようだ。例えば、事前準備段階での資金面などの計画や活動報告書などは、かなり緻密でしっかりとしており、学生に見習わせるべきものであった。また、社会人委託訓練生によれば、学生から大きな刺激をうけたようだが、社会人委託訓練生の存在自体が様々な面で学生に大きな影響を与えてくれたのも事実である。

2004年度の学生たちに比べて、情報関係のスキルが低かったようで、電子メールでの連絡がつかなくなったり、ホームページの完成が大幅に遅れたりした。ホームページに関しては、昨年度の反省から、サンプルを用意してあったのだが、それがあると安心してしまった可能性もある。授業を通して、情報関係のスキルの確認を行ない、場合によっては、授業内容に組み込む必要があるかもしれないと感じた。

4 アンケートに見る3年間

バーチャルカンパニーの終了時になると、アントレプレナーシップ開発センターからアンケートの依頼が来る。ここでは、そのアンケート結果の項目のいくつかを取り上げながら、これまでの授業内容を検証したい¹²⁾。その一部をまとめたものが、表1である。

「授業に興味を持って取り組めた」という項目に対しては、「大変興味を持てた・興味を持てた」が、2003年度は86%、2004年度は68%、2005年度は100%となっている¹³⁾。2004年度が低いのが、トレードフェアに参加した会社だけであれば86%、支援企業を得た会社だけであれば100%であった。つまり、トレードフェアへの参加と支援企業の関わりが満足度に差をもたらしたと考えられる。その結果を反映した2005年度の改善は正解であった

表2 この授業で学べたと思う知識や技能（複数回答）

	2003年度	2004年度	2005年度
チームワーク力	36%	76%	81%
商品開発戦略	42%	60%	81%
職業についての理解	34%	64%	52%
責任感	34%	60%	52%
会社の運営方法	32%	64%	43%
コミュニケーション力	24%	48%	43%
チャレンジ精神	28%	20%	52%
広報活動	28%	24%	48%
会社の仕組み	46%	52%	38%
マーケティング戦略	32%	56%	19%
電子商取引のしくみ	26%	56%	38%
創造力	52%	32%	38%
表現力	46%	16%	24%
地場産業の理解	2%	4%	19%
社会構造・産業構造の変化	6%	8%	24%

ことがわかる。

「グループ作業が中心で生徒が主体になって進める授業は、大変だが自分にとって役立つと思う」は、2003年度は95%、それ以降は100%で、ハードながらもグループワークが大事であると思っていることがわかる。また、「グループで活動するなかで自分が果たすべき役割を考え、それを果たすことができた」は、2003年度が65%、2004年度が68%、2005年度が76%で、年々上昇している。2005年度に、「いいえ」と答えた学生の中には、「周りに比べれば自分ができていなかったため」というものもあり、実際には「はい」に入れていいものも少なからずあった。

社会人との関わりは、肯定的であることがわかる。2005年度は、地域に関係することをテーマに商品開発を行ったため、地域や地元の産業・企業についての理解が深まったとの項目が大幅にアップしている¹⁴⁾。

アンケートの最後に、複数回答可でこの授業で学べたと思う知識や技能を聞いている。合計で31個の項目があるのだが、その中で特徴的なものをピックアップしたものが、表2である。

2004年度から、電子商取引演習という授業になったことで、2003年度の結果とは明らかに違う傾向になり、2003年度に高かった項目はあまり重要視されなくなっている。そのかわりに「チームワーク力」「商品開発戦略」が最も重要視されてきており、会社を運営していく上でのチームワークの必要性や、商品の実現性の大切さが認識されるようになってきている。これ以外にも、「職業についての理解」「責任感」「会社の運営方法」「コミュニケーション力」も高い水準である。

2004年度と2005年度を比べると、「チャレンジ精神」「広報活動」が必要と思った学生

が増えている。これは、トレードフェアに全員参加したことによる効果だと推測される。また、「地場産業の理解」「社会構造・産業構造の変化」も数は少ないが増えている。これは、商品開発のキーワードを『群馬』にした効果であろう。逆に、「マーケティング戦略」が過去最低となった。アンケートの時期の違いもあろうが、トレードフェア後にその点を徹底しきれなかったところが大きい。しかしながら、「マーケティング戦略」は、商品開発をするためにも重要な項目なので、2006年度には意識をして行なわせるようにしたい。

5 今後の課題

最後に、今後の課題を2つほど取り上げたい。1つは、これまでに立ち上げた会社が次年度以降にも継続して行われていくようなことができないかと考えている。これまでの3年間は、1年というスパンで会社を立ち上げ閉鎖する、を繰り返してきた。しかしながら、1年では、十分な商品開発の時間がとれない。また、過去の会社が商品開発のために習得した知識が蓄積されず無駄になっている。継続することで、商品の実現性や新たな商品を生み出す可能性も高くなることや、支援企業の面でもメリットがあると思われる。どのように継続するかの問題はあるが、2005年度に立ち上げた会社の中で、その資質を持っているものがいくつかあるので、是非検討したい。もう1つは、世の中で売れるような商品を開発し、バーチャルモールの世界ではなく、実際に売らせてみたい。2005年度、本学としては初めて『繭美蚕』がオリジナル商品「絹の花」「絹の葉」を製作したが、実際の販売はトレードフェアの会場のみでしかなされていない。支援企業の協力や、どのように売るかという問題はあるが、このような商品が多くでてくるように指導できればと思っている。

注

- 1) オンラインモールとは、オンラインショップを多数集めて一元的なサービスを提供するビジネス形態で、楽天市場などが有名である。
- 2) 受講制限枠を超えたが、認めることとした。
- 3) トレードフェアとは、通常インターネット上で取引している「バーチャルカンパニー」の参加者が一斉に京都に集まり、対面販売を体験すると同時に、商品アイディアの新奇性や事業内容、プレゼンテーション、セールスマナーなどの優劣を競うものである。2001年度から毎年開催されている。
- 4) 3社の支援企業は、新しいお菓子の開発の『Dessert (デセール)』がドイツ菓子ザウバー、持ち運びできる小さくて便利な家電製品の開発の『Wing』がベイスア電器、オリジナル携帯電話の開発の『Be For You』がモバイルプラザ前橋店であった。
- 5) ただし、各社全員ではなく、代表者2~3名であった。
- 6) 『Love & Peace Piece』は、ゲーム(ハード)・オーディオ機器の開発を行った会社である。4社がトレードフェアへの準備を行い始めると、授業の運営上、残りの2社をどうするかという問題がでてきた。そこで、その2社には、シャロン祭(大学祭)で成果

を試してもらったこととしたが、結果としては失敗であった。

- 7) トレードフェアの審査項目は、①ブース展示 ②製品・サービスアイデア ③営業活動 ④資料や景品などの配布物 ⑤会社 HP ⑥ビジネスプレゼンの6項目である。それぞれさらに3つの小項目に分かれており、該当すれば1点、該当しなければ0点、特によかった場合には2点もらえることになっている。
- 8) 2004年度も開講依頼があったのだが、通年科目にして1年目であり、途中からの受け入れが可能かどうかの判断が難しかったため、見送った経緯がある。
- 9) 群馬とは関係ない題材であったが、認めることとした。
- 10) それぞれの支援企業は、『美フレ社』は四万やまぐち館、『かぐや姫』は町田酒造と卯三郎こけし、『ペロリンパン』はマージュであった。
- 11) この結果については、2005年11月18日付けの上毛新聞および2005年11月17日と26日付けのぐんま経済新聞で紹介された。
- 12) 2005年度のアンケートは、例年より早くトレードフェア終了後に行われたが、結果はまだ返ってきていない。そのため、独自でまとめたものを使用している。
- 13) 2003年度のこのアンケート項目には、「はい」「いいえ」しかなかった。
- 14) 群馬を題材にしなかった『ペロリンパン』を除けば、さらに数値は上がり、88%となる。

資料

アントレプレナーシップ開発センターホームページ <http://www.entreplanet.org/>

共愛学園前橋国際大学「授業計画書」2004年度～2005年度版

ぐんま経済新聞 「トレードフェアで最優秀賞 共愛学園前橋国際大学」(2005年11月17日/26日)

上毛新聞 「前橋国際大学が最優秀賞 バーチャル・カンパニー全国大会 専門学校・大学の部 その名も…繭美蚕」(2005年11月18日)

謝辞

この授業を通じ、支援していただいた多くの企業の皆様に、この場を借りて御礼を申し上げます。なお、本文中、敬称を略させていただいていますことをご容赦ください。

Abstract

“Virtual Company” as A Class Activity

Masaaki KANEMOTO

In our college, we have used “Virtual Company” as a teaching material from 2003. It is an educational program where a “Virtual Company” aims to train personnel through entrepreneurship dealing with real social problems and an understanding of industrial structures.

In this paper, we look back on the progress in the class activities of three years from the very beginning, i.e. the introduction of Virtual Company to the class. We examine the questionnaire results for the three years and the prospects for future problems.