

2022・10
vol.19

REITAKU JOURNAL

ゆっくり読みたいスクールカルチャーマガジン

その課題
ビジネスデザインのカで
解決しよう

もっと、麗澤について知りたい人は…



REITAKU JOURNAL

<https://www.reitaku-u.ac.jp/journal/>

ビジネスの視点でより良い社会をつくることは？	01
ユーザー視点で考える ビジネス × デザイン	03
ビジネスデザイン事例	04
あなたはどんな課題をどのように解決したいですか？	05
[インタビュー] 脱プラスチックを実現させたい。学生の想いが詰まった ビジネスアイデア「ベジバック」ができるまで / 近藤 明人、勝山 朋美、金子 紀輝	07
[インタビュー] コロナ禍の拍子を花火で盛り上げたい！ 経営専攻の学生が 「麗澤花火大会」を企画開催 / 長内 拓慎、荻沼 瑠奈、荒木 健人	09
未来をデザインする実学【経営学部】2024年4月開設（予定）	11

小規模にこだわる。
国際性にこだわる。

 **麗澤大学**
Reitaku University

「ビジネスの視点で
より良い社会はつくられるの？」

人や企業、社会が抱える課題は
多様化・複雑化している

環境問題 少子高齢化 戦争 感染症
事業承継/後継者問題 地域創生

人や企業、そして社会が抱える課題が多様化・複雑化している時代。
そして社会の変化が速い時代。

それらの課題は政治や国際協力、ボランティアの力で
解決できるかもしれませんが、
「ビジネス」からアプローチすることもできます。

今、ビジネスの世界では「**ビジネスデザイン**」という
考え方が重要視されています。

「**ビジネスデザイン**」とは一体どのようなものなのでしょうか？

考えてみよう

ビジネス=金儲け=悪？

多くの日本人は「お金儲けすることは悪いこと、恥ずべきこと」と何となく思う傾向があるようです。これは昔の日本人の生活と教育が関係しているのかもしれません。日本では昔から「平等」を重んじる文化や風土があったり、貧しくても、清く生きていることが人間のあるべき姿という価値観もあり、お金儲けには、「悪巧みを働いて周りの人を騙し、お金を奪い取る」という悪い印象がどこかであるのかもしれません。

しかし、お金を稼ぐことには「問題や課題を解決するための活動を継続する」という目的も備わっています。例えば、世のため、人のためになる素晴らしいことをしていても、その人が生活（家に住み、食事をとり、幸せな人生を送ること）できなければ、今日は活動できても明日からは活動できない、ということになるかもしれません。あなたがボランティアだけを行っていても、あなたの生活に必要な資金を誰も用意してくれない。それではボランティアを継続することはできませんね。人や企業が社会問題の解決のため、様々な商品・サービスを世に提供する「対価」として、人や企業はお金をいただく、そして、そのお金で自分たちの生活を支え、引き続き、商品・サービスを提供することができる。ビジネスを成功させるということは、永続的に社会に価値を提供するための取り組みである、と考えることができると思います。



仕事・事業
・商売

ユーザー視点で考える／

考案・策定・
計画・設計

ビジネス × デザイン

ビジネスデザインとは、ユーザー（お客様）の課題解決につながる新しいビジネスの仕組みをつくることです。

それは企業の価値を創造することでもあります。

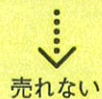
日本語の「デザイン」という言葉からは「美しさ」や「使いやすさ」などをまずイメージするかもしれませんが、英語の「design」には「設計する」「計画する」「立案する」などの意味もあります。



これまでのビジネスと何が違う？／

これまでのビジネス

これまでよりも
優れた機能の製品をつくらう！



売れない

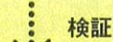
なぜ？

技術の進歩が速く商品開発が追いつかない。
ユーザーのニーズの多様化

ビジネスデザイン

製品を利用するユーザーを
中心に考える（共感・理解）

「どんなニーズがあるだろう？」
「どんな課題をユーザーは抱えているだろう？」
「どうすれば課題を解決できるだろう？」



検証

新たな価値を取り入れた製品の開発→売れる

これまでのビジネス界では、少しでも良い商品、売れる商品をつくらうと、多くの企業が競い合ってきました。しかし昨今、社会の変化が速く、また私たちのニーズが多様化していることも影響し、これまでの考え方だけでは商品が売れなくなってきました。それでは、これからのビジネスに必要なことは何なのでしょう。

それは、製品やサービスを利用するユーザーの視点に徹底的に立って考えることです。どんなに優れた機能であっても、ユーザーが求めていなければビジネスとしては成立しません。

「どんな人が使うのか」「どんな課題を抱えているのか」と課題に共感理解した上で、「どうしたら解決できるのか」を考えていく必要があるのです。既存の製品や考え方にとらわれることなく、最新の技術やテクノロジーを駆使しながら、ユーザーの課題解決につながる新たなビジネスを生み出す。これこそが、これからの時代に求められる「ビジネスデザイン」という考え方なのです。

「ビジネスデザインの事例」

コロナ禍で普及したサービス

ここ数年の「コロナ禍」の影響により、新たなビジネスが生まれたり、ユーザーのニーズにより広く普及したりしました。人々の困り事を解決しようとする姿勢は、一気に世間に受け入れられることがあります。

動画配信サービスの事例



今や多くの人が利用する動画配信サービス。スマホアプリで見られることや、TVとインターネットの接続（IoT）により、自宅時間、電車の移動中など日常の様々なシーンで利用されています。日本人の30%近くが何らかの有料動画配信サービスを利用しているというデータもあります。

ユーザーのニーズ、問題

見なかったTV番組を見逃した。
色々な映画を観たいけど、
DVDを借りに行くのは面倒だな。

ビジネスデザイン

TVやスマホでいつでも好きなときに
好きな動画や映画を
観られるサービスがあったら
ユーザーのニーズを
満たせるのでは？

ビッグデータの活用

コロナ禍で自宅時間が増えたことや、
ビッグデータの活用による
レコメンド機能などの新しい
サービスにより、
利用率が大きく増えた。

コロナ禍 × ビッグデータ

ビッグデータ (Big Data) とは、「人間では全体を把握することが困難な巨大なデータ群」のことです。過去の膨大な履歴、情報と利用者の履歴をかけ合わせることで、「次にあなたにオススメする動画はこちら」(レコメンド機能) が高い精度で運用されています。

フードデリバリーサービスの事例



コロナ禍で爆発的に利用者が増えたフードデリバリーサービス。最近では店内に飲食スペースを持たず、デリバリーサービスのみで運営する「ゴーストキッチン」という形態のお店も増えています。サービスの利用者側だけでなく、時間や場所にとらわれない配達ドライバーの新しい働き方や、ドライバーを雇用せずにデリバリーサービスに参画できるお店側のメリットなど、各視点のニーズに応えたビジネスデザインによって成り立っています。

各視点によるニーズ、問題

利用者 おいしいものが食べたい、
でもコロナ禍だと外食は怖い。
お店 コロナ禍でお客様が
全然来なくて困った。
働きたい 空き時間で収入を得る
方法はないだろうか？

ビジネスデザイン

食事をデリバリーで届け、
ドライバーは配達料を得られる
仕組みが成り立てば
お店もドライバーも利用者も
皆ハッピー！

AIの活用

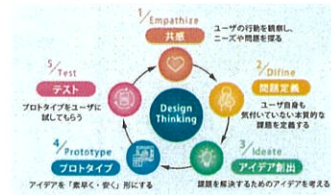
コロナ禍で自宅時間が増えたことや、
AIの活用によりユーザーが
欲しい情報を届けることで、
サービスの利用率が大きく増えた。

コロナ禍 × AI

AIは、一般的には「人が実現する様々な知覚や知性を人工的に再現するもの」という意味合いで理解されています。フードデリバリーサービスでも様々なAI技術が使われているといわれています。利用者の住んでいる地域、年齢、性別などから好まれやすいフードの推測をAIが行い、スマホの画面上の目立つところに表示させることや、注文から到着までの所要時間予測なども、AI技術を活用することで高い精度で実現できているようです。

デザイン思考とは？

デザイン思考とは「デザイン制作における思考方法をビジネスや経営に活かしていくアプローチ、考え方」のことを指します。デザイン思考は課題を解決するためのプロセスではなく、課題を問い直し、本当の課題や問題、ニーズを発見するための姿勢、プロセスです。昔からある商品、サービスが今や名前も聞かなくなってしまった、という事例が皆さんの周りにもいくつかあるでしょう。多様化した複雑な世の中だからこそ、「何が求められているのか」を正しく把握し、ビジネスに活かしていく。そのための根本となる考え方がデザイン思考なのです。



\\ 新しい発想で あなたはどんな課題をどの

デザインしよう！// ように解決したいですか？

環境問題

戦争

少子高齢化

感染症

事業承継
後継者問題

地域創生

世の中のたくさんの課題

世の中のたくさんの技術・ツール

【ESG投資】

ESG投資とは、単に利益だけを追求して投資するのではなく、「環境に配慮しているか」「社会に貢献しているか」「不祥事を起こさない企業統治を行っているか」という観点から投資する企業を選ぶ

【サステナビリティ経営】

環境や社会、経済それぞれのサステナビリティ（持続可能性）に配慮し、単なる短期的な利益追求を図るのではなく、自社が影響を与える様々な要素に対して配慮し、長期的に利益を出し続ける経営方針です。

【DX】

DX（デジタルトランスフォーメーション）は、企業がAIやIT、ビッグデータなどのデジタル技術を使って、既存のビジネスモデルを画期的に改善したり、新しいビジネスの創出を行ったりすることをいいます。

【IoT】

“Internet of Things”の略で、これまでインターネットにつながっていなかった物をネットワーク上でつなげ、相互に情報交換する仕組みです。スマートハウスや家電製品のIT化などが事例として挙げられます。

【クラウドファンディング】

クラウドファンディングとは「群衆（crowd）」と「資金調達（funding）」を組み合わせた造語で、インターネットを通して自分の活動を発信し、共感し応援したいと思ってくれる人から少額ずつ資金を募ることができます。最近では自治体が行うガバメントクラウドファンディング[®]というものもあります。

資金調達

【5G】

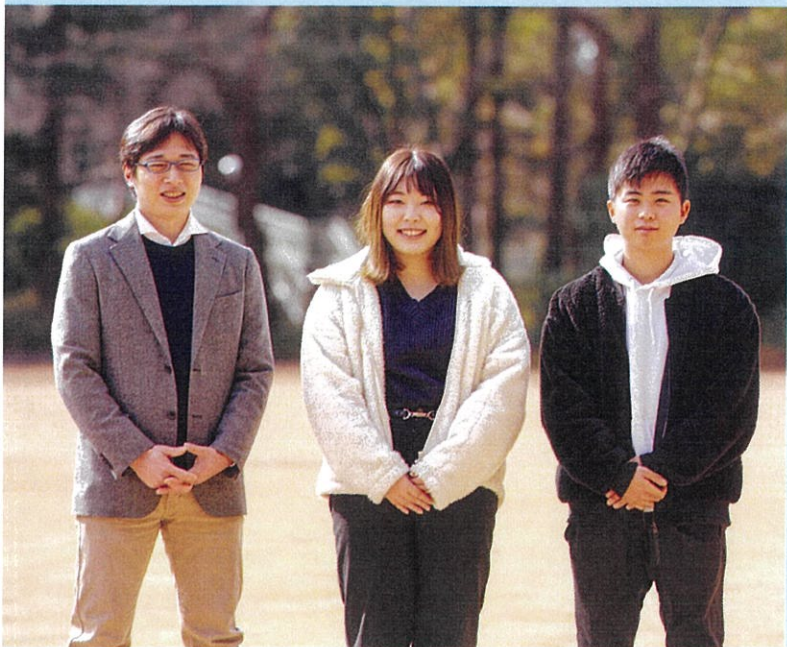
5Gとは、第5世代移動通信システム（5th Generation）のことで、「高速大容量」「多数同時接続」「超低遅延」が特徴として挙げられます。例えば、現在長編映画をダウンロードする場合に4Gで8分かかるところ、5Gではわずか5秒という速さになります。ネットワーク遅延が限りなく少なくなることで、安全な自動運転車や遠隔手術などが実現することが期待されています。

次のページで
先輩の事例をご紹介します

脱プラスチックを実現させたい。 学生の思いが詰まったビジネスアイデア 「ベジパック」ができるまで 前編

経済学部経営専攻独自のプログラム「ビジネスイノベーションプロジェクト」の一環として開講される2年次生の授業「ビジネスデザイン」。履修する学生全員が毎年12月に開催される「麗澤大学SDGsフォーラム・学生プレゼンコンテスト」に参加し、2021年度は「ベジパック」のアイデアで勝山さんと金子さんのチームが2年次生にして後援会特別賞を受賞しました。「ビジネスデザイン」とはどんな授業？「ベジパック」って？授業を担当する近藤先生、勝山さんと金子さんにお話を伺います。

※「持続可能な社会の実現のため、未来に向けて、私たちができること」をテーマに、SDGsに関連した社会的課題の解決に関するアイデアを競う麗澤大学学内コンテスト。「社会貢献・ボランティア部門」「経済・ビジネスモデル部門」の2部門があり、2021年度が3回目の開催。



近藤 明人 (写真：左)

経済学部 経営学科 教授

千葉県出身。東海大学大学院経済学研究科応用経済学専攻博士課程後期修了。経営者、ISOマネジメントシステム審査員など経営の実務的な立場としても活動。趣味はテニスと、ゼミナール生に誘われて始めたサバイバルゲーム。

勝山 朋美 (写真：中央)

経済学部 経営学科 経営専攻 2020年入学

千葉県出身。ディズニー映画が好き。一番のお気に入り「塔の上のラプンツェル」。

金子 紀輝 (写真：右)

経済学部 経営学科 経営専攻 2020年入学

埼玉県出身。麗澤大学硬式野球部に所属しており、在学中に2部リーグに昇格することが目標。

アイデアをビジネスにするまでのプロセスを学べる授業

—まずは「ビジネスイノベーションプロジェクト」について教えてください

近藤先生：新規ビジネスモデルの創出や経営課題分析、プレゼンテーションなど、ビジネスに不可欠な実践力の習得を目指すプログラムです。2年次の春semesterの「ビジネスリサーチ」ではデータを用いた経営分析の手法を、秋semesterの「ビジネスデザイン」ではアクティブ・ラーニングを通して新規ビジネスモデルを開発するプロセスを学び、3年次の授業「ビジネスイノベーションプロ

ジェクト」では企業との共同プロジェクトに挑戦します。学生はそれまでに習得した知識を活かし、企業が実際に抱える経営課題を見つけ、仮説を立案してその解決策を考え、企業にプレゼンテーションするのです。実践的かつ段階的な学びを通して、基礎から確実にビジネススキルを身につけることができるプログラムで、今後は「ビジネスデザインコース」として展開していく予定です。

近藤先生：履修する学生全員が、毎年12月に開催される「麗澤大学SDGsフォーラム・学生プレゼンコンテスト 経済・ビジネスモ

デル部門」に参加することを目指し、3人のグループ単位でSDGsに関連したビジネスアイデアを約3ヵ月間かけて形にしています。最初の数回の講義でポイントを伝えた後は、学生主体でアクティブ・ラーニングを行います。アンケート調査やインタビューなど、すべての作業を学生が考えて実践し、必要に応じて教員がアドバイス等を行います。本当の意味でのアクティブ・ラーニングを体験できる授業です。2022年度は、「麗澤大学SDGsフォーラム・学生プレゼンコンテスト」のほかに、学外のコンテストに参加することも視野に入れています。

コロナ禍で増えたプラスチック容器をどうにか削減したかった

—勝山さん、金子さんチームのビジネスアイデアについてお聞かせください

勝山：私たちが考えたのは、破棄される野菜から生まれた100%リサイクル素材でつくるお弁当容器「ベジパック」です。アイデア源は、私がニュースでたまたま目にした完全植物由来の新素材（以下、新素材）。東京大学生産技術研究所の酒井雄也先生らが考案した、野菜や果物などの廃棄食材を原料とする素材で、コンクリートのような建材としての使用が見込まれているものです。この素材を応用し、ほかにも活かさないかとチームの3人で話し合い、ひらめいたアイデアがお弁当容器です。ちょうど、コロナ禍によるテイクアウト・宅配需要の増加でプラスチック容器のごみが増えていることが問題になっていたの

で、どうにかしたいね、と。金子：さっそくプラスチック容器についてリサーチしてみると、使い捨てプラスチック容器を廃棄食材由来の新素材に代替できれば、海洋ごみや二酸化炭素排出量の削減、プラスチック原料の資源節約にもつながることがわかり、持続可能な社会に貢献する、すごく良いものができる！と確信しました。

—どのようにアイデアを具体化していったのでしょうか？

勝山：アイデアを思いついたのは良いけれど、そもそも、その新素材をお弁当容器として使えるのか？ コストはどのくらいかかるのか？ など、わからないことがたくさん出てきました。そんな時、近藤先生が「新素材を考案した酒井先生にお話を伺ってみたい？」とアドバイスをくださいました。面識のない学生を相手にしてもらえらうかと恐る恐るメールを送ると、酒井先生から「ぜひ、会ってお話ししましょう」と快いお返事をいただき、3人で東京大学生産技術研究所を訪ねました。

金子：私たちのアイデアを酒井先生にお伝えすると「容器としての使用も大いにあり得る」

と前向きな回答をしてくれました。さらには野菜を粉末にしてプレスする製造工程を見学させてもらい、実際に新素材を使って試作品もつくらせていただきました。大がかりな設備がなくても製造できることがわかり、実現への期待が一気に高まりました。酒井先生の教え子で、その新素材を製品化する会社を起業した町田結太さんにお話を伺えたのも大きな収穫でした。

勝山：その後も酒井先生、町田さんとメールでやりとりを継続しながら、アイデアをどんどん具体化していきました。「ビジネスモデルキャンパス」というビジネスツールを使い、原料調達や販売経路などビジネスを成立させるために必要な要件を一つひとつ埋めていったのですが、コストを試算する段階で新たな問題が…。このベジパックをつくるコストが予想以上だったのです。実現は厳しいかな…と自信をなくしかけたのですが、「SDGsに貢献できることを付加価値としてアピールしよう！」と、チームの3人で方針を固めました。

金子：販売経路については、麗澤大学がスポンサーとして協賛する「千葉ロッテマリーンズ」の試合やイベント時にベジパックを使用していただけないかと打診してみることにしました。近藤先生にも同席していただき、担当者の方とお話しし、ロゴ使用やコストなどの問題により会場内での使用はまだ難しそう

だけど、場外のキッチンカーで使用ならあり得ると仰っていたので、チャンスを見出すことができました。

協力してくれた方々の想いを背負い、100名以上の聴衆を前にプレゼンテーション！

—プレゼンコンテスト本番に向けてはどんな準備を行いましたか？

勝山：1次審査はA4サイズ・1枚の企画書とアイデアを披露した動画を提出します。「経済・ビジネスモデル部門」には19チームが応募し、2次審査に進んだのは私たちを含む4チームでした。2次審査は10分間のプレ

ゼンテーションです。近藤先生からいただいたアドバイスの一言「原稿を読むな」でした。だから皆、原稿はつくらずに本番に挑みました。

近藤先生：自分の想いやアイデアを相手に「プレゼン」するのがプレゼンテーションです。学生に話しても、用意した原稿を読み上げるのではなく気持ちこめて伝えようと考えています。すると学生は、とても良いプレゼンテーションができるようになりますのですね。

金子：近藤ゼミナールの先輩方にも、スライドのつくり方などについてたくさんアドバイスをいただき、おかげで本番に向けてどんどんブラッシュアップすることができました。—本番はどうでしたか？

勝山：2次審査当日、企業や市役所からいらした外部審査員の方々、学長、教員や学生など100名以上の聴衆を前にして、緊張がピークに達しましたが(笑)、近藤先生にアドバイスしていただいた通り、「自分の想いをしっかり言葉にして伝えよう」と思いました。プレゼンテーションで強調したことは、100%リサイクル素材でつくるお弁当容器が社会にもたらすポジティブな影響。そして、「お弁当容器」というすでにあるものと新素材を掛け合わせて新しい価値を生み出した革新性、日本初の取り組みであることでした。皆さんにしっかり伝えられたと思います。

金子：ほかの3チームは3年次生でしたので、プレッシャーを感じましたが、東京大学の酒井先生や町田さん、千葉ロッテマリーンズの方々など、私たちのために協力してくださった方々の気持ちに応えるためにも頑張ろうという想いでやり遂げました。

勝山：結果は後援会特別賞を受賞。私たちが約3ヵ月間かけて形にしたものが、皆さんに認めてもらえたことが何より嬉しかったですね。酒井先生にもメールでご報告すると「おめでとう、よくここまで頑張りましたね」と、ねぎらいのお言葉をいただきました。—おめでとうございました！ 後編では、お二人がプロジェクトに取り組んで学んだことと、近藤先生からの評価を伺います。



後編はこちら



コロナ禍の柏市を花火で盛り上げたい！ 経営専攻の学生が 「麗澤花火大会」を企画開催 前編

経済学部経営学科近藤ゼミナールの4年次生3名が、柏市の夜空に花火を打ち上げる「麗澤花火大会」を企画し、2022年7月に開催しました。開催の発端となったのは、2021年6月に行われた「5大学+1高校 対抗プレゼンバトル2021」*で、本プロジェクトチームが優勝したことです。前編では、麗澤花火大会に込めた想いや開催までの道のりを3名に伺います。

*「5大学+1高校 対抗プレゼンバトル2021」（玉川大学工学部主催）は「コロナ禍の『個店』を支えるビジネスプランを構築しよう」をテーマに、社会課題の解決を目指したプレゼンテーション大会です。



長内 拓慎 (写真：左)
経済学部 経営学科 経営専攻
2019年入学
青森県出身。柏市民公益活動団体「ふるさと花火会」代表。麗澤大学バスケットボール部所属。
※取材時、4年次生

荻沼 瑠奈 (写真：中央)
経済学部 経営学科 経営専攻
2019年入学
茨城県出身。趣味はカフェめぐりと映画鑑賞。
※取材時、4年次生

荒木 健人 (写真：右)
経済学部 経営学科 経営専攻
2019年入学
茨城県出身。趣味はツーリングと旅行。愛車はHonda CB250T。
※取材時、4年次生

プレゼンテーション大会での優勝が 花火大会開催のきっかけに

「麗澤花火大会」について教えてください
長内：「麗澤花火大会」は、私たち近藤ゼミの学生3名が中心となって結成した柏市民公益活動団体「ふるさと花火会」と、柏市で100年以上の歴史を持つ高城煙火店（たかぎえんかてん）が共催する花火大会です。コロナ禍の影響で修学旅行や花火大会などの子どもたちが楽しみにしていたイベントがここ数年相次いで中止になっていることを受け、花火を通じて柏市を盛り上げたい、家族で共有できる思い出にしてほしいという想いから企画しました。資金はクラウドファンディング

を集め、寄付の返礼として抽選で「50席限定・特別観覧席チケット」や、自分で花火の色柄をデザインできる「デザイン花火」などを用意し、当日は15分間で約100発の花火を打ち上げました。私たちが麗澤花火大会を開催しようと思ったきっかけは、2021年6月に行われたビジネスコンテスト「5大学+1高校 対抗プレゼンバトル2021」（以下、プレゼンバトル）で、当時3年次生だった私たち3名のチームが優勝したことです。せっかくなら、そこで提案した「ふるさと花火」のアイデアを実現しよう、と、プレゼンバトル後の8月から開催に向けて準備を進めていきました。

私たちの自信につながった、 たくさんの想いが詰まったアイデア

「ふるさと花火」とはどのようなアイデアですか？
長内：プレゼンバトルのテーマは「コロナ禍の『個店』を支えるビジネスモデルを構築しよう」というもので、私たちは、コロナ禍によって花火大会が全国的に開催されなくなっていることに着目しました。そこで、花火大会中止により売上が激減してしまった高城煙火店を支援したいと思い、提案したのが「ふるさと花火」です。資金の使い道に共感し、ふるさと納税を利用して行うガバメントクラウドファンディング*を通じて、個人やグルー

プがオリジナルの花火を高城煙火店に直接オーダーし打ち上げることができる、という仕組みを提案しました。

—プレゼンバトルで評価されたのはどのような点でしょうか？

荻沼：最も高く評価されたのは「実現可能性」です。私たちの提案は審査員の方々に「これなら実現できる！」と太鼓判を押していただきました。それは、高城煙火店をはじめ、柏市役所や柏商工会議所、柏市民公益活動団体を支援するパレット柏など、私たちが各所に何度も足を運び、現場の方々のご意見を伺いながらアイデアを具体化していったからこそだと思います。

荒木：打ち上げ花火大会のアイデアが膨らんだのも、柏市と我孫子市が共催する「手賀沼花火大会」が中止となり地域の方々に惜しまれていることや、子どもたちが花火大会を心待ちにしていることを柏市役所や高城煙火店で伺ったことがきっかけで、ガバメントクラウドファンディング*のアイデアをくださったのも柏市役所の方でした。ほかに現場の方の何気ない一言に大きなヒントがあったり、それは3人でいくら頭を寄せ合ってもインターネットで検索しても出てこない貴重な意見でした。皆さんにご協力いただきながら、何度も現場に足を運びアイデアを練ることが企画への自信にもつながりました。

荻沼：近藤ゼミはこのプレゼンバトルに毎年挑戦していますが、優勝したのは今回の私たちが初めてだったので、結果がわかった時はとても嬉しかったです。

次々と課題に直面！ 本当に 高城煙火店のためになっているのか

—麗澤花火大会開催に向けて、どのような取り組みをしましたか？

荒木：柏市民公益活動団体「ふるさと花火会」の結成から始まり、開催場所の決定、公式ホームページの立ち上げ、資金集めや保険申請、開催当日の運営のためのボランティアスタッフの募集、近隣への事前周知などを行いました。プレゼンバトルでは「実現可能性」を高く評価していただきましたが、いざ実行するとなると次々と課題に直面し、当初のプランから様々な点を変更することになりました。
荻沼：その中でも最難関だったのは、開催場所の問題です。当初予定していた場所の使用を申請したところ、事故やトラブルが起きた時の責任問題などの関係で許可が下りなかったのです。代わりに麗澤大学の敷地内で開催できないかと打診しましたが、当時は計画の詳細が決まっていなかったこともあり、難しそうだと回答がありました。「私たちは学生だから責任を取りきれない」「開催場所がなければどうにもならない」と、私たちは開催を諦めざるを得ない雰囲気になりました。

長内：その時、近藤先生に「君たちがやっていることは、本当に高城煙火店のためになっているのか」と指摘され、ハッとしました。

その時の私たちは周りを巻き込むだけ巻き込み迷惑をかけているだけで、無意識のうちに「学生だから」という甘えがあったことに気づいたのです。高城煙火店や花火大会を待ち望む人たちのためにも私たちは変わらなくてはならない。本気でこのプロジェクトに取り組みようと、気持ちを入れ替えました。

そこから麗澤大学の敷地内で開催できないかも一度掛け合おうと、徳永学長に直接プレゼンテーションをする機会をいただきました。それから何度も徳永学長のもとに通い、指摘された問題点をすべて解決したことで、ついに開催の了承をいただけることになりました。すぐに資金集めを開始しましたが、これも当初考えていたガバメントクラウドファンディング*ではなく、私たちですぐにできるクラウドファンディングに変更して、何が何でも開催資金を集めようとしていた周知活動も同時に行いました。その結果、多くの方にご支援いただき、1ヵ月に満たない期間で目標額の80万円を超える資金が集まり、ボランティアスタッフの募集にも、50名の麗澤大学の学生が応じてくれました。

ひとりでも多くの方に 「花火」と「笑顔」を届けたい

—本プロジェクトを通して、どのようなことを学びましたか？

長内：一度は開催を諦めそうになりましたが、今の私たちは何事もすぐに諦めることはありません。壁にぶつかった時はほかの方法を試せば良いですし、私たちが今できるベストをどんどん実践していくことで、想いは実現できることを学びました。

荻沼：私は、利他と自主自立の精神を学びました。社会に出る前に学ばせていただいたことはとてもありがたく、貴重な機会だったと思います。

荒木：プロジェクトを通して得たこの仲間もかけがえのない存在です。長内さんと荻沼さんがいってくれたから大変なことも一緒に乗り越えられてきましたし、何よりすごく楽しい時間でした。

—「麗澤花火大会」開催に向けての想いをお聞かせください

荒木：これまで協力してくださったたくさんの方々や、花火大会を楽しみにしている方々に喜んでいただくことはもちろん、高城煙火店に恩返しをしたいと思っています。なぜなら、高城煙火店を支援したいと思って始めた企画でしたが、支援されたのは私たちの方だと強く感じているからです。高城煙火店の方は学生の私たちを初めから快く受け入れ、お話をたくさん聞かせてくださいましたし、開催場所の交渉にもご一緒ください、麗澤大学にも開催準備のために何度も足を運んでくださいました。ほかに、私たちの見えないところでいろいろと動いてくださっていたと周りの方々から聞き、惜しみない協力で私たちを支え続けてくださった高城煙火店の方々に「やってよかった」と喜んでいただける花火大会にしたいと思いました。

長内：高城煙火店の想いに応えるためにも、まずは私たちが心から花火大会を楽しみ、ひとりでも多くの方に花火と笑顔を届けたいと思います。そしてこの体験を、私たちの将来にしっかりとつなげていきたいです。—いよいよ後編では花火大会を終えて、今どう感じているのか、またお三方の学生生活についても伺います！



後編はこちら



未来をデザインする実学

経営学部 2024年4月開設(予定)

将来の予測が困難な現代において、社会に適応するにはこれまで以上の能力が必要になっています。
 麗澤大学経営学部は実学にこだわり、身につけた技術や知識を活かすことができる教育を提供し、
 社会的課題をデザイン思考で解決できる人材を育成するべく、2024年4月に新学部を開設します。

※仮称 設置構想中



学びのコンセプト

世の中になく新しい経営学部・カリキュラムを目指し、社会に出た時に大学の学びを活かせる「実学」にこだわります

実学 × **データサイエンス** × **デザイン** × **クリエイティビティ**

- **経営企画**を立案し、実行・管理する力を身につける
- **企業価値**をつくりだす力を身につける
- 経営の意思決定において、**データサイエンス**を活用する力を身につける
- **企業価値創造のためのビジネスモデル・ビジネスシステムや、経営課題の解決策などをデザイン**する力を身につける

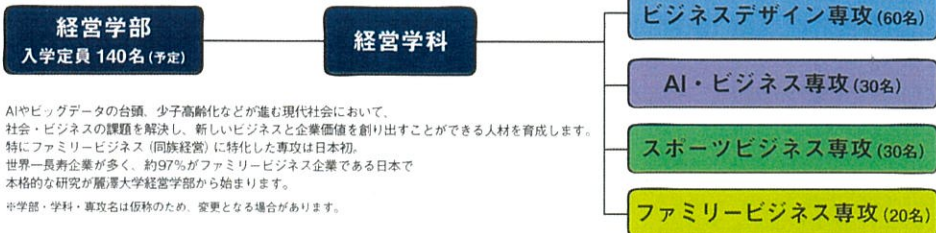
※経営企画：経営戦略の立案から実行・管理までの機能。企業経営全体の事業構想・計画の管理だけでなく、各部門・現場の企画管理（創発的戦略など）も含まれる。

実務家教員

6/14名
 (実務経験 + 博士号取得)

マーケティングやデータサイエンス、AI、ソフトウェア制作などの実務経験があり、かつそれを専門的に研究し、科学的に立証できる博士号を取得している教員が6名います。それぞれの実社会での経験を基に、技術・知識を活かす教育を行います。

1学科4専攻の学び



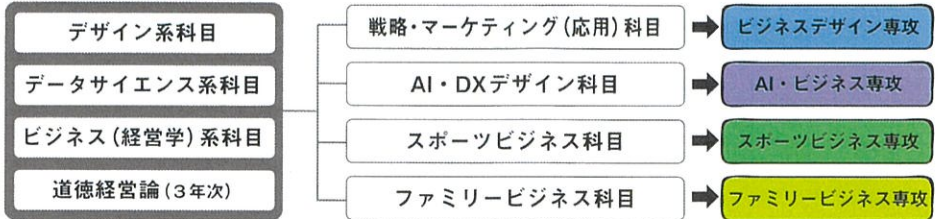
AIやビッグデータの台頭、少子高齢化などが進む現代社会において、社会・ビジネスの課題を解決し、新しいビジネスと企業価値を創り出すことができる人材を育成します。特にファミリービジネス（同族経営）に特化した専攻は日本初。世界一長寿企業が多く、約97%がファミリービジネス企業である日本で本格的な研究が麗澤大学経営学部から始まります。

※学部・学科・専攻名は仮称のため、変更となる場合があります。

カリキュラム

経営学部では、2年次までに経営学の基本的な要素を学び終えます。デザイン系科目やデータサイエンス科目も全専攻共通で履修し、土台となる力を身につけます。3年次からはそれらの力を使って、各専攻ごとの応用科目を学んでいきます。

[全専攻共通の4つの柱]

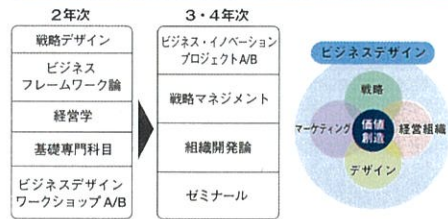


全学基盤教育：麗澤スタンダード (グローバル教育、道徳教育、データサイエンス教育、キャリア教育)

行動力のあるアクティブな人

ビジネスデザイン専攻

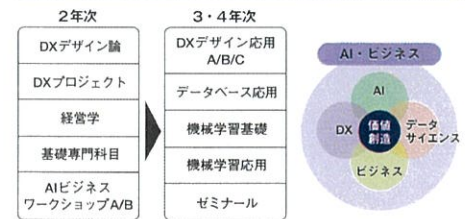
企業価値創造のための経営戦略やビジネスモデル、ビジネスシステム、経営課題の解決策などがデザインできる。



データをもとに考えることが好きな人

AI・ビジネス専攻

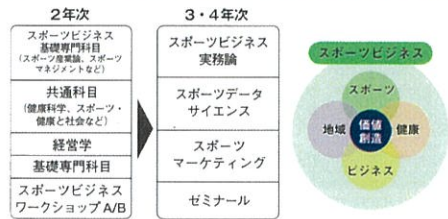
経営学およびAI・データサイエンスを理解し、企業の中でDXをデザインしてプロジェクトを推進できる。



スポーツを用いた新しいビジネスをつくりたい人

スポーツビジネス専攻

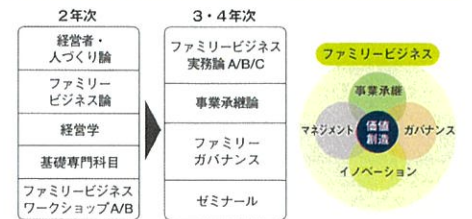
スポーツを用いた新しいビジネスをデザインすることや、スポーツとビジネススキルを使って社会課題の解決策をデザインできる。



事業後継者(その周りの人)、起業し経営者になりたい人

ファミリービジネス専攻

ファミリービジネスの諸問題(事業承継、事業継続、事業革新、ガバナンスなど)をとらえて、その解決策や予防策などをデザインできる。



SDGsプログラム

SDGs(持続可能な開発目標)の推進は、今や企業経営において重要な視点です。経営学部ではSDGsプログラムを設け、ビジネスと人権の両輪から考えます。企業と地球環境の両方に貢献できる人材を育成します。



ファミリービジネスとは？
 もっと知りたい方は
 こちら



変化し続ける社会で通用する実学教育を。 「ビジネスデザイン」を学ぶ 麗澤大学経営学部[※]の授業

※2024年4月設置構想中。

1年次

経営学の理論を学びながら
産学連携プロジェクトで実践

2年次

ビジネスフレームワークを活用し、
必要な理論を応用して独創的な
ビジネスモデルを考案

3・4年次

現場で学ぶ。
アプリ開発、
試験サービスから実現へ



経営学概論 A・B

経営学概論 A は、企業システム（企業概念と諸形態、制度）や経営戦略、マーケティングの視点から、経営学概論 B は、組織やマネジメント、会計の視点からのアプローチを学びます。実在する企業におけるケースの紹介や演習（分析・解決策の検討など）を通じて、自ら主体的に考えて課題の解決に取り組む力を身につけます。ディスカッションやクイズ、個人ワークやペアワークの実施・発表を通して、理解の定着や探求心の向上を目指します。

ビジネスデザイン論

ビジネスデザインとは、課題から、継続的に価値を出すまでの流れを「デザイン」ととらえ、実行することです。自社のサービスを俯瞰的に分析し、抜け目がないかチェックする手法「ビジネスモデルキャンパス」を用いて、価値提案から収益モデルまでの9つの一貫した要素をつくり上げることを目標としています。発想力や企画力の基礎を育成することを目標とし、ここで得た知見や考え方を日頃から実践し、ビジネスのための様々なヒントを獲得していくことを狙っています。

基礎ゼミナール B（産学連携プロジェクト）

実在企業・団体が直面する課題の解決を目指す、産学連携プロジェクトに取り組みます。複数提示されるミッション（企業課題）の説明を受け、取り組みたい課題を主体的に選び、チームに分かれて活動します。その後、経営学概論やビジネスデザインの授業で学んだことを用いて、クリエイティブな企画を立案し、授業の最後にビジネスプレゼンテーションを行い提案します。

事例

2021年度はクレディセゾン、日本ルナ、すかいらーくホールディングスなどの企業と連携。企業の方とメールで連絡をしたり、企画案をプレゼンテーション資料にまとめたりと、実社会に活かせる力も授業を通して身につけます。



戦略デザイン

企業経営戦略の立案・実行に関わる基礎理論に基づき、論理的思考や批判的思考などのフレームワークを通して、アイデアを整理し、論理的に説明できる能力を身につけます。その次にデザイン思考に基づき、ビジネスモデルキャンパスやリーンキャンパスなどのフレームワークを活用して、特定の社会的課題に対する解決策として、独創的なビジネスモデルを考案します。グループワークやフィールドワーク（実地調査）が多くなる授業です。

ビジネスデザインワークショップ A・B

ビジネスデザインを本質的に理解することを目的として、組織論・マーケティング・戦略論・財務論などの理論を応用できるようにします。本格的なアカデミックライティングの指導も行い、レポートではなく学術論文の基盤となるものを執筆できる水準を目指します。Bでは、Aで学んだ知識・スキルを用い、5〜6名のグループに分かれ「グループ協働で現実の組織を理論で説明する」ことで、実習・演習のトレーニングを行います。最終的に4ページ程度原稿にまとめ、その結果について報告し合います。

ビジネスフレームワーク演習

ビジネスにおける戦略デザインやマーケティング戦略、経営課題の分析・解決に関する基本的なフレームワークについて、個人演習やグループワークを行いながら、実務的に活用できることを目標とします。

戦略マネジメント

戦略マネジメントシステムの基礎理論を習得し、実際に設計できるようになることを目標としています。Total Quality Management (TQM) や Balanced Scorecard (BSC) などの理論から、戦略マネジメントシステムを分析し、その構築プロセスを理解し、企業の戦略を体系的にとらえて見える化（図式化）することまでを実行します。実際の企業のケースを用いて、演習やグループワークを中心として進めていきます。

ビジネス・イノベーションプロジェクト A・B

Aでは、地域社会や企業の方々や協働し、生きた知恵や技術を学ぶとともに、「現場で学ぶ」視点を育み、学生自身の総合的な人間力を養成することを目的としています。本授業を通して、①現実の企業と協働して課題解決を行うことができること ②デザイン思考によりビジネスモデル/システムを構築することができること ③マーケティングリサーチやデータ分析などを行うことができること、の3点を修得します。Bでは、デジタル技術を活用し、ビジネスモデルの実装に必要なアプリケーション（プロトタイプ）を作成することや、具体的なプロダクト（試作品）や試験的なサービスの実施を行い、単なる提案に終わらないビジネスデザインまで行います。

専門ゼミナール

各教員が掲げるテーマのもとに、少数の学生が集まり、ゼミナール毎の研究や卒業論文の執筆などを行います。

事例

ビジネスイノベーション & 専門ゼミ

P09では「コロナ禍で打撃を受けた地域の花火店を支援したい!」と奔走した3名の学生をご紹介。実際の現場に立つてわかった一筋縄ではいかない様々な問題、それでも諦めず試行錯誤した様子をご覧ください。



マーケティング科目を学び
さらに専門性を深めます

- ・マーケティング
- ・経営情報論
- ・マーケティングリサーチ
- ・消費者行動論
- ・ブランドマーケティング
- ・商品開発論
- ・広告論
- ・デジタルマーケティング

SDGs学生プレゼン コンテストへ参加

麗澤大学では毎年12月に「SDGsフォーラム」を開催。その中でSDGs学生プレゼンコンテストを行います。ビジネスデザインを学んだ学生の多くが「経済・ビジネス部門」へエントリーし、予選を勝ち抜いたグループによりプレゼンテーションが行われます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

2021年度開催の様子はこちら

