

イノベーション教育プログラムが対象地域内外のステークホルダーにどのような効果をもたらしたのか？

i.club @KESENNUMA 岩佐数音、西田知裕

k-iwasa@innovationclub.jp

■ 背景

これまで、イノベーションについての研究(特に企業内におけるもの)は進められてきたが、イノベーション教育プログラムのプロジェクト/地域を取り巻くステークホルダーへの教育効果について研究したものは少ない。

■ 目的

イノベーション教育プログラムは、プロジェクト/対象地域を取り巻く様々なステークホルダーに対して、どのようなイノベーション教育効果を持つことが出来るのかを検証すること。

■ 内容

下記のプログラムを対象として、プログラム後に、関わった人びとについてどのような教育効果がもたらされたかをインタビューを行い、発言を分析することで検証した。

研究対象プログラム：i.club 活動①2012年12月～2013年2月『高校生がデザインする気仙沼の新しいドライフード！』②2013年6月～同年11月『高校生がデザインする気仙沼の新しいなまり節！』(地域の魅力を発見、そこからイノベーションとなるアイデアを考案し、実現化まで至った。)

ステークホルダー：①地域内高校生：i.club への参加者②地域内外の協力者③i.club leader：プログラムの運営者。実現化に向けての協力者の募集などを行った。

■ 結果(各ステークホルダーへの変化)

①地域内高校生

地元への理解、地元での縦と横の繋がり、新しい価値を作り出すこと、について、そしてイノベーション教育の3要素である、マインドセット、スキルセット、モチベーションについて、教育効果が見られる。

②地域内外の協力者

新しいビジネスの仕組みや価値観を地域にもたすことが必要であるということを強く意識しており、それを実現するプロジェクトに対して協力的な意思を示している。→マインド、モチベーションについて、派生的に教育効果が見られる。また、スキルについては本人が獲得したものではないが、高校生の取り組みを見て、一つの事例に深く関わり、知ることが出来ている。

③i.club leader

自らがワークショップの設計や準備を行うことで、イノベーションに対するマインドとスキルの向上、および、自地域や自分自身に当てはめることで自らもイノベーションを起こしてみたい、というモチベーション生成。

■ 参考文献

- クレイトン・クリステンセン著、玉田俊平太訳『イノベーションのジレンマ 増補改訂版』株式会社翔泳社、2001年。
- 加藤俊彦「日本企業の製品・技術戦略 -80年代の理論的展開と90年代の変容-」『研究技術計画』18巻3号(2004年)、pp.96-106。
- 堀井秀之『社会技術論 問題解決のデザイン』東京大学出版会、2012年。

イノベーション教育プログラムが 対象地域内外のステークホルダーに どのような教育的効果をもたらすか？

i.club @KESENNUMA 岩佐数音、西田知裕



背景と問

<問>

=イノベーション教育プログラムは、**対象地域を取り巻くステークホルダー**に対して、どれほどの**イノベーション教育効果**を発揮できるか？

イノベーション教育効果=イノベーション教育の3要素である、マインド・スキル・モチベーションの変化

<背景>

=地域のステークホルダーに対するイノベーション教育効果研究の不在



プログラム実施概要



調査対象・方法

<研究対象>

以下のi.club @KESENNUMAの2プログラム

- ①2012年12月～2013年2月『高校生がデザインする気仙沼の新しいドライフード！』
- ②2013年6月～同年11月『高校生がデザインする気仙沼の新しいなまり節！』

<方法>

各ステークホルダーへのインタビューを定性情報として用いる



運動部でも、文化部でもない、
地元にはちたばる“いいね！”に
気づく、形にする、伝える新しいクラブ

i.clubが提供する価値

- ①地元の良さを理解する機会
- ②学校、世代の枠を越えたつながりをもつ機会
- ③新しい価値を創り出す方法について学ぶ機会

→若手の地域離れを解決し、**地域イノベーションを起こすことのできる人材創出を目指す**

i.clubのイノベーション教育プログラム

地元の良さを再発見し、
新たなアイデアを生み出し、
人々の考えや行動に大きな変化を起こす



気づく

ドライフードの
特徴を発見する

ドライフードの歴史・食文化
を専門家のお話とフィールド
ワークを通して知る



形にする

発見をもとに
新しい
ドライフード
を考える

発見の共有と統合を繰り返し、
なまり節ラー油を考案。
→プロトタイプ作成



伝える

考案した
なまり節ラー油を
他の人に伝える

なまり節ラー油が生まれた
ストーリーや食べ方を、
気仙沼内外の人に向けて、
実際に発表して、伝える。



実現する

なまり節ラー油を
商品化して
全国へ届ける



なまり節ラー油の
パッケージ、食べ方、PR
方法、販売方法までを高
校生が考える。
最終商品発表会で
メディアの前で発表し、
実際に気仙沼の朝市で販
売会も行う。



調査結果（様々なステークホルダーの声）

私は震災後も気仙沼のことを良く知りませんでした。けれど、i.clubで活動していく中で、「もっと見ておけば良かった！」とか、「**これからはもっと地元の方々と関わっていきたい！**」って思うようになりました。この活動を通して**地元のことが好きになれて良かったです！**だから、この商品を通じて、**地元の活性化につなげていければという思いが強い**です

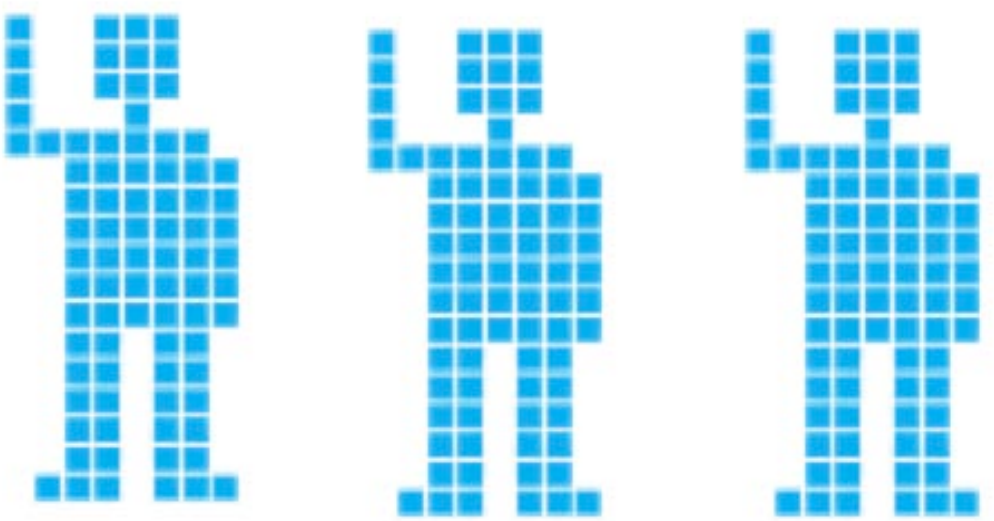
水産加工会社の
佐藤俊輔さん



気仙沼外部の多くの人達が気仙沼の高校生の為にプロジェクトを成功させようとしてくれている。**地元の自分が協力できることはするべきと考えている。**今回商品化を目指している、高校生達が考えた『地元の価値の再発見』を基にした商品は、**新しい仕組みや価値観を一つ実現させるという意味で重要なもの**だと考える

中学生の頃から「**日本を捨ててグローバルに働きたい**」という思いが強かったです。しかし、i.clubを通して、その思いが変化しました。今では、「**地元**に、**日本に還元するために**、世界で働きたい」という思いを、持つようになったのです。**i.clubの活動の効果を我が身をもって実感**しているといえると思います

商品化段階で行ったクラウドファンディングを通して、**支援して下さった全国の方々**



i.club Leader
西田



「**高校生が**」という部分に惹かれました。
これからの時代を担う人材が
自分たちの思いを形にしていける。
そんな発想がこれからもどんどん広がることを期待しています



考察

地域でイノベーション教育プログラムを実施することで地域内外の人にかんがりの教育効果をもたらすことが出来た。

<考えられる要因>

- ・**地域の課題に焦点**を当てたことで、地域の関係者が「自分事化」しやすかった。
- ・**イノベーションの主体が高校生**だったため、全国の**大人の共感**しやすかった。
- ・**実現フェーズ**（なまり節ラー油の商品化）を教育プログラムに組み込んだため、**現実のものとして受け入れやすかった。**



今後の課題

- ・部分的に関わる協力者に対しても、イノベーション教育効果を高められる工夫を施すこと。
- ・イノベーションを起こす主体やテーマを変えることによって、更なる教育的効果を高められるか。
- ・他地域や他高校で同じモデルを実施することで同程度の教育効果が得られるのか。