

Ⅱ. セミナー等開催報告

Ⅱ-1. 「北洋銀行ものづくりテクノフェア2007」出展

6月12日(火)に行われた「北洋銀行ものづくりテクノフェア2007」(於:札幌コンベンションセンター)に出展しました。

このフェアは、今年初めて開催されたものです。北海道の未来を支える“ものづくり産業”の活性化を図るため、すぐれた技術・製品を有する道内の中小企業や、大学、研究機関、支援機関等107社が出展しました。当日は2,000名を超える来場者があり、“ものづくり関係者”と商談や情報交換、技術交流等が行われました。

CBCでは、札幌医科大学、北海道東海大学とそれぞれ締結した包括協定及び、「ユーザビリティ・ラボ」のパネルでの紹介、大学紹介DVDの上映を行うと共に、ビジネス相談コーナーを設け、5名のCBCスタッフがブースにおいて来場者への対応を行いました。また、配付資料として、大学紹介、ビジネススクール紹介、センター紹介パンフレット等の資料を準備しましたが、事前に用意した60部ほとんど全てを配布することが出来ました。



来場者に説明するCBCスタッフ



会場の様子

小樽商科大学 ビジネス創造センター
ユーザーエクスペリエンス研究部門 ユーザビリティラボ

ユーザ（顧客）参加型のアプローチで、
ものづくりをサポートします！

「良い機能なのに使われない」「良いアイデアと思っただのに売れない」このような例は、ものづくりの過程の中で、実際のユーザ（顧客）からの検証がないままに進められた結果起こります。

一方、情報通信技術の発展により、利用者がこれまで目にしたことのないような新しい製品が開発される時代になりました。開発者側が想定される利用者と共に、開発を進めることが求められるようになってきました。このような開発手法は「人間中心設計」と呼ばれ、欧米ICT系企業では、既に定着しつつあります。



小樽商科大学ビジネス創造センターでは、国内では初めてユーザーエクスペリエンス研究部門を設置し、ユーザビリティラボをJR小樽駅前開設しました。

ユーザビリティラボ概要
小樽駅前第一ビル内、総面積170㎡、実験室、実験室、16ch、32ch
マトリックススイッチャー、日本国内でも有数の設備、一般企業に公開。

■ ラボ活用のための教育事業

情報システム入札の国際動向を見ると、多くの企業がユーザビリティ評価を体得することが求められようになります。そのためには、多くの人がユーザビリティラボを利用できるようにする必要があります。小樽商科大学ビジネス創造センターでは、そのための講習会も企画しています。



■ ラボの活用

ユーザビリティラボは、本来のシステム（製品）のユーザテスト以外にも多くの活用ができるようになっています。ユーザを集めたフォーカスグループ（グループインタビュー）や、構造化インタビューなど、商品企画のための詳細なデータを収集できます。既に、小樽商大では、既に、多くの活用実績があります。



ネット会議分析



ユーザビリティテスト



Webユーザビリティテスト



プロトタイプ評価



フォーカスグループ



構造化インタビュー

ユーザビリティラボの設備



第2実験室は、リビング環境を想定している。室内で利用する様々なシステムや製品、商品に基き、その利用状況を分析することができ、実用に必要なデータが収集されている。



実験室は、それぞれの実験室に対して設定することができる。また、実験室には、多岐にわたる設備を備えている。これらを活用することで、様々な実験が可能である。



第1実験室は、一般的なユーザ評価を行うための実験室である。その他、調査インタビュー、顧客との直接対話などにも活用できる。天井に設置されたカメラが対応している。

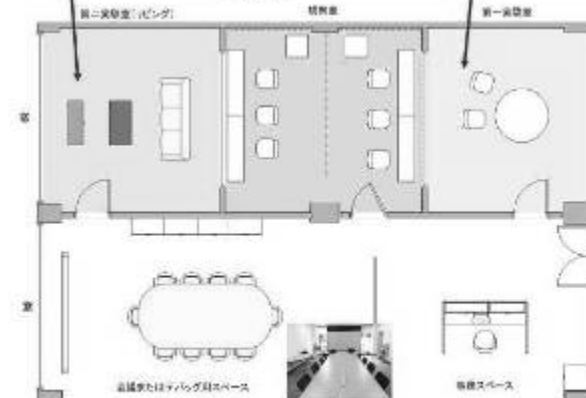


図1 コールセンターシステム構築に利用可能なスペースがある。ここでプロトタイプを開発し、実験室で検証すると、より深い検証を支援できる。

Ⅱ-2. 小樽商科大学ユーザビリティ・ラボ開所式

1月7日（水）、小樽駅前にある小樽駅第一ビル4階に「小樽商科大学ユーザビリティ・ラボ」が開設され、学内外の関係者25名の出席者により開所式を行いました。

同施設は、文部科学省知的クラスター創成事業の「札幌ITカロッツエリア創成事業」によって整備が行われ、本年度から特別教育研究経費によって施設を整備、CBCのユーザーエクスペリエンス研究部門として位置付けられたものです。情報通信技術関連のユーザビリティ（使いやすさ）を評価するための研究を実施しており、国内でも有数の設備・システムが整備されています。

平成19年3月まで時限的に本学5号館に設置していましたが、共同研究の参加企業の利便性を考慮して小樽駅から数分という立地条件の良い小樽駅前第1ビルに移転して整備を行いました。

開所式では、秋山義昭学長の挨拶の後、同施設の責任者である平沢准教授から施設の説明、デモンストレーションなどが行われました。



挨拶する秋山学長



平沢准教授による説明

Ⅱ-3. 平成 19 年度

小樽商科大学ビジネス創造センター産学官連携研究成果報告会

3月7日(金)に札幌サテライト大講義室にて「小樽商科大学ビジネス創造センター(CBC)産学官連携研究成果報告会」を開催しました。今回の報告会は札幌医科大学との共催で、同大との包括連携協定から生み出された共同研究などについて2本の報告を行いました。

当日の参加者は43名で、テーマが医療関係だったため医療関係者の出席が多く、特に実務に携わる人からはアンケートの回答が多く寄せられる等の反響がありました。

報告会の内容は以下のとおりです。

14:00 ご挨拶 海老名 誠 (小樽商科大学教授・ビジネス創造センター長)

14:10ー 第1報告 「看護師の経験学習プロセスに関する研究」

報告者：松尾 睦 (小樽商科大学大学院・商学研究科・教授)

丸山 知子 (札幌医科大学保健医療学部長・教授)

概要：札幌市内の3病院に勤務する看護師117名(10年以上の経験者)に対して、自由記述方式の質問紙調査を実施しました。調査では、キャリアを初期(最初の5年間)、中期(6~10年目)、後期(11年目以降)に分けた上で、「看護の知識・技術・考え方を身につける上で印象に残った経験」、および、「それぞれの経験から学んだ知識・技能」について回答を求めました。データを分析したところ、看護師の「段階的な熟達のパターン」「経験学習が活発化する時期」「キャリア11年目以降の学び」について明らかになりました。

14:50ー 質疑応答

15:10ー 休憩

15:10ー 第2報告 「北海道で国際取引契約の実務を学ぶー国際取引契約研究会ー」

報告者：中村 秀雄 (小樽商科大学大学院・商学研究科・教授)

概要：国際取引契約研究会は、英文契約文書の作成、検討のノウハウの蓄積、技術の向上を目指すために、平成15年にスタートした道内では類のない研究会です。専ら実務に役に立つことを目的としています。札幌その他で年平均10回ぐらいの研究会を、夜間に開いてきました。会社員、公務員、弁護士、行政書士などが会員です。また活動の延長として、札幌医科大学の国際契約業務に協力したり、道内の企業へもノウハウを提供するに至っています。これらも含めてどのような活動をしてきたかを、資料とデータを使って報告します。

15:50ー 質疑応答

16:00ー 閉会



松尾睦教授



丸山知子教授



中村秀雄教授



会場の様子

Ⅱ-4. 平成19年度小樽商科大学地域活性化セミナー

「”小樽の魅力”を売り込む工夫」

本学ビジネス創造センター主催の地域活性化セミナーが、平成19年3月15日に小樽運河プラザ三番庫を会場として開催されました。今年と同セミナーは「“小樽の魅力”を売り込む工夫」と題して、本学アントレプレナーシップ専攻の近藤公彦教授と本学社会情報学科の木村泰知准教授の講演を基調にして、小樽の魅力とは何か、その魅力を誰にどのように伝えていくのか、そのために必要な新しい工夫は何か、という議論に参加していただいた多くの市民のみなさまと共に議論しました。

セミナーの前半は、2名の講師がそれぞれの専門の立場から地域活性化のヒントを解説しました。マーケティングが専門の近藤教授は「売れるしくみ 売るくふう ～誰でも分かるマーケティング入門～」と題した講演のなかで、マーケティング的発想で地域の魅力を発見し、これを売り込んでいくことが、今後の小樽の活性化、なかでも観光産業の振興において重要であると指摘がありました。木村准教授による講演「チイキの魅力を発信するしかけ～ウェブを活用した地域おこしの取り組み～」では、専門の言語処理を応用したウェブコミュニティを小樽活性化の起爆剤にする試みが紹介されました。講演の後には、実際に携帯電話から写真を投稿してウェブ上で共有するデモも行われ、小樽フィルムコミッションと産学官連携によって映画などの撮影場所に付加価値を与えて観光資源とするアイデアなども紹介されました。

後半は、ビジネス創造センター副センター長の大津准教授がモデレータとなって、会場からの質問や問いかけを基に「小樽の魅力」について議論を深めました。会場からは「小樽に住む人が小樽のことをもっと知るべき」といった意見や、「インターネットの情報は信頼できるのか」などの質問が寄せられ、両講師のからは「観光客は小樽へどういう想いをもって来てくれるかを読むことが大事」、「責任ある良心的な情報が提供されるような仕組みが必要」と回答がありました。最後に本セミナーの企画主旨である「市民自身が主体的に小樽の魅力を発見しそれを発信してということが真の小樽活性化に繋がる」というメッセージを参加者全員が共有して今年度の地域活性化セミナーは幕を閉じました。

天候不順のなか足を運んでいただいた60名ほどの市民のみなさまからは、アンケートを通じて、ほとんどの方がセミナーの内容について「満足した」という感想をいただき、加えて「今後も定期的に（より高い頻度で）開催して欲しい」といった要望や激励をいただきました。今後も引きつづきさまざまな活動を通して小樽の活性化を支援していきたいと思えます。

プログラム

14:00ー 主催者挨拶 山本眞樹夫（小樽商科大学副学長・地域貢献推進委員長）

14:10ー 第一部 講演

近藤公彦「モノが売れるしくみ売るくふう～誰でも分かるマーケティング入門～」

木村泰知「チイキの魅力を発信するしかけ～ウェブを活用した地域おこしの取り組み～」

15:00ー（休憩／デモンストレーション・コミュニケーションタイム）

15:20ー第二部 パネルディスカッション「小樽のミリョク・魅力的なオタル」

モデレータ：大津 晶（小樽商科大学社会情報学科准教授・ビジネス創造センター副センター長）

パネリスト：近藤公彦，木村泰知

15:55ー 閉会挨拶 海老名 誠（小樽商科大学教授・ビジネス創造センター長）



木村准教授によるデモ



パネルディスカッション