

< 論文（教育方法学・経営教育学） >

「アクティブ・ラーニングと専門演習」

山 岡 昭 吉

要旨

この論文は、専門演習の授業において行われてきた、学生による段階的な調査研究を主にしたアクティブ・ラーニングの実践報告である。履修学生自ら調査研究対象を決め、3～4ヶ月単位に区切られた、段階的に設定された課題に対する調査研究を継続的に行い、膨大な資料による調査研究からの発表を学生個人が、4段階4回行う、専門演習の指導の試みをここに報告する。

アクティブ・ラーニングの方法が、学生が生涯学び続ける力を修得することを目指す目的であるならば、1回の授業実践ではなく、長期にわたる段階的継続的な指導の仕組みが重要になることを、消極的で自信のない「ゆとり世代」を対象とした詳細な実践指導報告を通して示したい。

キーワード

アクティブ・ラーニング、専門演習、社会人基礎力、ゆとり世代、業界研究

I はじめに…… 指導実践の背景

10年前に本学に着任した頃、履修した専門演習の学生にCSR（企業の社会的責任）について指導する時に、多大な困難を感じた。学生が「ゆとり世代」であることを痛感しつつ、社会人基礎力の基礎を培わせるために、試行錯誤を繰り返した末に行っていた指導方法が、近年、文部科学省が提唱しているアクティブ・ラーニングに該当するものであった。

アクティブ・ラーニングについて、中央教育審議会（2012年8月28日）の答申では、次のように述べている。

「生涯にわたって学び続ける力、主体的に考える力を持った人材は、学生か

らみて受動的な教育の場では育成することができない。従来のような知識の伝達・注入を中心とした授業から、教員と学生が意思疎通を図りつつ、一緒になって切磋琢磨し、相互に刺激を与えながら知的に成長する場を創り、学生が主体的に問題を発見し解を見いだしていく能動的学修（アクティブ・ラーニング）への転換が必要である。すなわち個々の学生の認知的、倫理的、社会的能力を引き出し、それを鍛えるディスカッションやディベートといった双方向の講義、演習、実験、実習や実技等を中心とした授業への転換によって、学生の主体的な学修を促す質の高い学士課程教育を進めることが求められる。学生は主体的な学修の体験を重ねてこそ、生涯学び続ける力を修得できるのである。」^(注1)

アクティブ・ラーニングについての理論的な考察は、他の研究に委ねたいが、ここで指摘しておきたいことは、ディスカッションなどの手段・教育方法ではなく、アクティブ・ラーニングの最終的な目的である。生涯学び続ける力を修得することが最終目的的に書かれている点である。この実践報告は、アクティブ・ラーニングの一手段であるディスカッション等を扱うのではなく、アクティブ・ラーニングの最終目的を最も重要なこととして、アクティブ・ラーニングを実践指導した試みを報告しているのである。アクティブ・ラーニング、すなわち、ディスカッションやディベートである、というような教育議論を耳にするたびに、違和感を感じていることをここで指摘しておきたい。^(注2)

ここでは、10年間、続けてきたアクティブ・ラーニングの一形態としての指導の実践報告を行い、1回の授業実践ではない、長期の段階的継続的な指導によるアクティブ・ラーニングの実践事例を報告することにより、段階的継続的な指導の仕組みが、生涯学び続ける力を修得させるためには極めて重要であることを示すことを意図したものである。

II 指導実践・アクティブ・ラーニングの指導実践の目的

アクティブ・ラーニングが先にあり、それを実践した事例として、ここで報告するのではなく、目の前の学生に正対し、学生目線で生涯学び続ける力を

修得させるために試行錯誤し演習指導を組み立てた結果として、「アクティブ・ラーニング」的実践指導になったので、その報告をさせていただく、といった方が正確な表現であると思われる。そのため、指導実践の目的は、目の前の学生、「ゆとり世代」に対して、生涯学び続ける力を修得させること、ということになる。^(注3)

ここでいう「ゆとり世代」とは、昭和52年、平成元年、平成10年の学習指導要領改定で進められた、約30年間に及ぶ「ゆとり教育」を受けた世代のことをいう。それ以前の「詰め込み教育」の大量の知識などの教育内容を「詰め込む」方向への反発・反動のように、知識などの教育内容を大幅に削減したものになった教育のことである。授業時間において、それ以前の教育に比べて実質的に半分近くになっている。大学のいろいろな講義で普通に板書している英語の筆記体が教育内容から削除されたものであり、現在もそのまま削除された状況が続いていることが、一例としてあげられる。異世代ばかりではなく、同世代に対してもコミュニケーション体験が実体験として圧倒的に不足しており、成功体験も極めて少なく、自信が無いため、新しいことをするにも意欲が見えない世代をいう。やる気が無い、やりたく無い、やっても仕方が無い「悟り世代」とも言われている。学校週休二日制が導入された世代でもある。週二日の土・日曜日は、学校という公的な場所ではなく、自分の時間として私的な時間と場所を確保し、公的なことよりも私的なことを優先しやすい環境を、物心がつく前から認められて育った世代のことを、ここでは意味している。

Ⅲ 先行研究

アクティブ・ラーニングに関する先行研究論文は、小中高校の授業展開に直接、関わるものがほとんどであり、大学の専門演習の指導での実践面の先行研究で、特に長期間の段階的継続的指導におけるアクティブ・ラーニングに関するものは、ほとんどないに等しい状況である。ましてや、「ゆとり世代」を対象として意識した指導実践に関するものもほとんど無いのは、寂しい限りと言え

る。このため、筆者の10年間の試行錯誤の、長期間に及ぶ指導実践の報告をここにさせていただき意義もあるかと思われる。指導実践の一部でも活用・実践しやすいように、実践したアクティブ・ラーニングの内容を具体的に細かく、ここに報告したい。

IV 指導実践の内容 …… アクティブ・ラーニングの内容

IV-1 指導上の留意事項

1 「ゆとり世代」への配慮

先述したように、この指導実践は目の前の学生が、生涯学び続ける力を修得することや社会人基礎力の育成などを目指して行われたものである。そのために、目の前の学生の特性を十分認識しておくことが大前提になる。

ここでは、「ゆとり世代」を取り巻く問題に対する筆者の認識を5点だけ示し、次に「ゆとり世代」を指導することにおいて留意した事項を述べていきたい。

- 1) 授業時間ばかりか教育内容においても、大幅な削減が行われ、十分な教育的基礎能力ばかりか、社会生活基礎力も培われていない、ということがある。
- 2) 小売業を中心として、流通産業等の発展による社会生活の変化により、小売業では接客対面販売からセルフサービス販売になり、店員との積極的会話なしに、生活必需品が入手でき、日常の買い物においても、会話を媒介としないでも、社会生活ができるようになり、コミュニケーション能力が日常的な生活過程において、社会的に育成されることが難しくなったこと。
- 3) 高度情報化社会の発展のために、スマートフォンなどの情報機器が常に手元にあり、同世代の友人に直接、連絡をつけられることになり、異世代間コミュニケーションの機会が急減していること。従来では、家の固定電話にかけ、家族が電話に出てから、友人に電話がつながられるという、同世代の友人以外の異世代の者が媒介をしたため、コミュニケーションにも幅があった。
- 4) 国際間の企業競争が激しくなり、企業は従来のように企業内教育を行う予算をかけられなくなり、その分、大学などの教育機関に、入社前に一定の教

育レベル・「社会人基礎力」を求めるようになってきた。それに比べて、従来では、企業内で教育を行うので、入社前は大学で特別な指導をされることを企業から望まれていなかった文科系の大学や学部では、この状況の急変に十分に応えている状況にはなっていないこと。

- 5) 2003年の労働者派遣法の改定により、正規社員採用割合が急減し、非正規社員採用割合が大きくなっており、学校教育時代では教育内容や時間的にもかなり削減された教育を受けているのに対して、学校卒業時の会社の入社試験では従来以上に厳しい要求を突きつけられている状況になっていること。

2 「ゆとり世代」を指導することにおける留意事項

「ゆとり世代」が自発的に主体的な学修の体験を重ね、生涯学び続ける力を修得することを目指して、専門演習の指導を行った時に留意したことをここで述べたい。

- 1) 自信をつけさせること。

教員や学生本人が認識している以上に、自信がないことによる言動や行動が多く見受けられる。自他共に納得できる自信をつけることが必要である。社会的に人と触れ合う経験や成功体験が圧倒的に少ない「ゆとり世代」の自信がない学生に、自信をつけさせるには、言葉だけや1、2回の授業などの成功体験では難しい。自他共に努力や成果などがわかるように、見える形にする必要がある。例としては、調査研究し、読んだプリントの枚数、付箋の数や発表時の配布プリント・レジュメの枚数が多くなるように指導した。

- 2) 研究し易い方法を探る。

図書館に行って蔵書を調べた後に、書籍を読ませるという従来の方は、当初は採らなかつた。パソコンやスマートフォンの文字の方が、読み慣れていることに注目し、当初は、インターネットで調べさせた。小学生のほとんどがスマートフォンを持っているのが今の時代である。スマートフォンの操作は、中高年の大人よりも生徒・学生の方が日頃から活用し、使いこなし

ている世代である。「ゆとり世代」のプラス面を活用する指導法を採った。

3) 自分で選択したテーマを調べさせる。

他の学生と同じテーマの場合やグループ研究の場合には、人に頼る学生が出て、自力で最後まで粘り強く調査研究することが難しくなるので、最初から一個人による調査研究を行わせ、自分でテーマを選択させ、調査研究させた。自分が選んだのだから、自分なりにきちんと最後まで形にしろ、と指導することができるとともに完成した時に得られる達成感は、学生にとって、大きな自信につながる。

4) パソコンで調べたものは、プリントアウト・印刷させる。

努力した結果が見えるようにした。努力の「見える化」である。プリントアウトさせるのは、「見える化」のためばかりではなく、パソコンで見て、情報を固定化せず、記憶から流してしまう、日頃の情報への姿勢から、きちんと固定化し、印刷し、ファイルとしての取り扱い方の指導へとつなげていくためでもある。将来、社会人になった時に、膨大な資料を取り扱う場合が想定されるため、膨大な資料を取り扱う方法も指導する。この膨大な資料の量的側面が学生にとっては、自信につながっている。

5) 調べる項目を事前に明示する。

国際標準規格ISOの考え方の一つである、プロセス・アプローチを援用している。調査研究プロセスを、調べる項目として整理して明示して、漠然と長期の調査研究を続けさせるのではなく、学生自身が自分なりのペースで少しずつ段階的に調査研究を進めていけるように設定し、研究途中の指導をも行ない易くした。学生各自が調べる対象は異なるが、同じ調査項目を設定しているため、学生相互の教え合いが可能となるとともに、教員が学生各自の進め方に任せながら、学生各自への個別指導を容易に、かつ多段階に行える。

6) 無理をさせず、段階的に取り組ませる。

初期（第1段階）では、インターネットの情報・データをコピー＆ペーストをさせるが、引用の表記はさせない。第2段階では、引用の表記を厳格に

守らせる。第1段階では、調べることに専念させ、膨大な資料を読ませることに重点をおき、引用の表記などは次の段階で守らせる。コピー&ペーストを認めず、自らの意見を述べよ、という指導方法を聞く機会が多いが、読むことに慣れていない「ゆとり世代」の学生に、いきなり各自の意見を述べよ、というには、無理があると考えている。各自の意見が述べられる状況というのは、一定レベルの膨大なデータを読み込んで初めて可能なことであろう。そのため、第1段階では、いきなり意見を書かせるのではなく、先ずきちんと、事実に関する膨大なデータを調べさせ、読ませることに重点をおいている。

- 7) 知識・技術の定着化を重視し、定着化のための繰り返しを各調査研究段階に盛り込んでいる。

かなり高いコミュニケーション能力が求められる研究発表は、第1段階(2学年後期、企業の出来事)、第2段階(3学年前期、業界・企業研究)、第3段階(3学年後期、業界・企業研究プレゼン)、第4段階(大学祭当日の発表)と各調査研究段階の最後に発表が繰り返され、その都度、発表の仕方、丁寧な応対表現、質問ならびに指摘事項への感謝の意と研究の方向性の確認、今後の研究への貴重な参考意見としての逆質問、研究領域外への質問への対応等を指導している。そのうちの第1段階から第3段階までは、身内のゼミ生の前で発表させる。その3回の研究発表で、発表の仕方、質問の仕方の指導の後の、3段階3回の研究発表の体験をさせ、身につかせ定着化させたのちに、はじめて、第4段階の大学祭での、教員や一般の方が質問する公開の研究発表を行うのである。

- 8) 学生各自の意見が醸成されやすくなるように配慮する。

少ない資料をもとにして意見を述べよ、と指示されたら、自信の無い「ゆとり世代」は、努力する以前に逃げ出すことになる。ではどうしたら意見が醸成されるのであろうか。先ず、第一に、少ない資料ではなく、膨大な資料を読ませることだと判断した。膨大な資料をコピー&ペーストをさせ、それを繰り返し行わせ、読ませ、いろいろな見解を読んで理解が進んでいくと、

徐々に学生は自分の意見を言いたくなってくるようである。そのために、調査項目には、各自の意見を入れやすい項目を段階的に増やしていく。

調査研究途中の個別指導も重要になってくる。「調べた結果、どういう意見・見解があるのか」「その論拠はなんだと思うのか」「君としては、それについてどう思うのか」等々と、質問を投げかけつつ、調査研究課題を示唆していく。学生がまだ明瞭に答えられない段階にある時は、詰問にならないようにし、次回までに準備しておくように指示する。「君一人がこの内容を調査研究しているのだから、内容が一番わかっているのは君しかいないから、次回までに、応えられるように整理しておいてほしい」等と自信につながる声掛けをする。正面からいきなり、意見を求めたら、「ゆとり世代」は急に消極的になる。膨大な資料・データの補足として、意見を付しなさい、という指示をすると、多くの意見を書いてくる。

- 9) 同じ方向・目標に向いて、目標達成のためにお互いに協力していく姿勢を保つ。

演習・ゼミでの発表や大学祭時の発表を無事に終えることを目標にして、学生と教員とが、同じ目標、同じ方向に向いてともに協力していく場合には、学生が教員の指導に対して素直に応じていく傾向がある。

学生にとっては、保護者や教員に対してよりも、同じ演習のゼミ生たちの前で発表することは、大変なプレッシャーになる。学生仲間内で恥をかくことを最も恐れるのである。そのため、学生に努力させるプレッシャーとしては、極めて有効である。発表した後では、強いプレッシャーから解放されたことに加えて、調査研究発表を学生仲間の前で、一人前に終え、完成させたことによる達成感が、より大きな自信となる。それが発表後の学生の表情に如実に現れる。

- 10) 努力の過程を写真にて記録し、学生の自信につなげていく。

高く積み上げている膨大な資料の前で、パソコンに向かって調査研究している学生の姿勢やゼミでの発表状況、椅子や机の搬入搬出や模造紙などのパ

ネルの設営などの大学祭の準備状況などを写真撮影しておく。その写真をまとめたものを写真パネルにし、大学祭の研究発表パネルに加えて展示する。先生方や学生ばかりではなく、一般の来客者に加えて、ゼミ生の保護者も見られる場合があるので、その良好な反応を見た結果、ゼミ生本人にかなりの自信がつくことになる。

- 11) コミュニケーション能力の育成としても研究発表を位置づけ、段階的に繰り返し訓練していく。

すでに上記7)で述べたように、研究発表を単発の発表とせず、繰り返し行う、高度のコミュニケーション能力の訓練として位置づけ、コミュニケーション能力の自信へとつなげていく。就職活動中の面接の前段階の訓練・トレーニングであることを明言し、最初からうまくできることは考えないでいいことを強調し、他のゼミ生の応答で良い点は、吸収して真似ぶことを奨励する。就職活動への不安を減らし、大学祭を含めて4回以上の発表の場数でも自信をつけさせる。大学祭の発表を終え、内定を得た4年生のゼミ生から、就職活動の面接の基礎訓練として有効だった、との評価を毎年、受けている。

- 12) 調査研究を、具体的な事実を詳細に調べることから始めさせる。

ゼミ生の教育方針を、一分野の専門家・学者・スペシャリストを養成する方向とはせず、プロフェッショナルとしてビジネスの第一線に向かえる人材を育成する方向を目指している。そのため、抽象的な概念よりも、詳細な事実を時系列的に調べ、調査研究を積み重ね、現実的実証的な目線を獲得できるように指導する。外資系コンサルタント会社が強調するように、事実と意見・解釈を明確に区別し、事実に基づいて考えることを訓練する。事実と意見・解釈を明確に色分けし、思い込みを避ける。思い込みや自分の意見ばかり言うような、批判のための批判のような前進性がない議論癖を身につけさせないためでもある。詳細な事実を基にして、全体像が一定レベルに形成されてはじめて、意見や解釈があり得ることを指導し、「群盲、象をなでる」ような討論をしないように指導している。

13) コミュニケーション能力を育成するために、独断で調査研究を進め、完成することができないように指導プログラムを作成している。

企業人からよく言われるのは、経験が浅い若い社員が上司や先輩等に質問や相談をすることなく、自己判断で勝手に仕事を進め、修正ができない段階・時期になって、進め方の誤りが露呈して、会社に損害をかける、ということである。コミュニケーション能力が不足している「ゆとり世代」の学生がよくやることは、前例を踏襲せず、前例を無視した勝手な自己判断による行動である。座学ではわからないが、大学祭の準備過程で実際の現実的な行動をさせると、すぐに露呈を表すことが多く見受けられる。

調査研究項目には、独断で、自己判断でできない項目を入れている。教員から指導を受けなければ、進められないようにしている。この点は、「ゆとり世代」に対する指導として重要なことと考えている。

一分野の専門家・学者・スペシャリストを養成するなら、この点は問題にならないかもしれないが、プロフェッショナルとしてビジネスの第一線に向かえる人材を育成する場合は、極めて重要な観点だと思われる。ビジネスでは、つねに通常のコスト意識や会社の損害に対する責任、客観的な事実としての成果が求められるため、自己満足的趣味的な仕事は許されないからである。

3 専門演習の指導内容と留意事項

本学の専門演習は、大学2年生の後期から始まり、その演習メンバーである学生が、3年生や4年生などの他学年と同じ授業時間において同席し、演習を行うことはなく、2年生は2年生のみで演習を行い、3年生は3年生のみで同様に演習を行う仕組みである。2年生への上級生からの指導の仕組みは無い分、教員による個々のゼミ生への指導の負担は大きい。その反面、学年によって指導内容を変えることが容易であり、年々指導内容を高度化することができ、教員側の想定した指導がしやすい利点がある。

専門演習の指導内容の概要は、次の通りである。

専門演習のタイトルは、「現代社会と企業」である。第1段階の2年生後期の当初は、企業の社会的責任の視点から、企業の起こした社会的出来事を学生個人が調査研究し、発表する。次の第2段階の3年生の前期では、学生本人が興味と関心を持っている業界とその代表企業等を個人で調査研究し、発表する。第3段階の3年生後期になると、第2段階の3年生前期に調査研究した内容を、学生本人の考えで、担当した業界の調査内容を再構成し、発表する。第4段階では3年生後期の調査研究後にある、大学祭において模造紙による展示とパワーポイントによるプレゼンテーションを行う。第5段階の大学祭終了後は、授業時間において、就職活動への支援のための業界や企業組織などの講義や、入社後の業務遂行上のスキル等を講義・実習する。学生の発表はなく、演習の授業時間外において、それまでに調査研究した内容を発展・整理することで後日、ゼミ論として提出する。

IV-2 指導実践の内容

第1段階では、企業が起こした社会的な出来事（不祥事）について、CSR（企業の社会的責任）の視点から、企業を取り巻く外部環境、ステークホルダー（利害関係者）との関係などを含めて、出来事の経緯の事実を詳細に正確に調べることから始まり、次の第2段階では、各業界を代表する大企業の研究を通して、業界全体を鳥瞰し、時代に対応すべく事業活動を行っている代表企業などの企業努力の詳細を調べる。そして第3段階目では、第2段階で広範に調べた内容を基にして、企業間競争や企業間住み分けなどの視点も含めての業界研究を、一定の視点から再構成して発表する。第4段階では、第1～第3段階までの調査研究の蓄積を大学祭にて、一般公開することで、研究から表現に軸足を移し、そのための実践による体験をし、修得していく段階である。第5段階では、卒業後の会社業務で活用できる、知識・スキルを修得するとともに、学生各自の発表済み資料に加えて、新しい資料も含めて再構成させ、ゼミ論として提出させる。

1 第1段階……企業の社会的な出来事についての個人調査研究

社会的な大きな出来事を起こした企業を対象に、その経緯や背景、影響、原因などを詳細に調べることを通して、徹底的に事実即して物事を考えていく能力と粘り強さを育成する。

1-1 指導上の留意事項

1) 事実と意見・解釈を明確に区別する

事実と意見・解釈を明確に分けること、次に詳細かつ正確な事実を基にして考えることをここで学ばせるとともに、身につけさせる。そのため、事実の詳細を正確に見ていくことを徹底させる。調査研究は、インターネットの情報を膨大に入手し、整理していくことから始めていく。インターネットの記事には、主語や述語、目的語などが明確ではない文章が多く、実態などが伝わりにくい文章が多々見受けられる。そのような文章を他の資料で補足していく作業が必要になる。このような地道な補足作業が学生にとって、文章能力を培うのに、良い訓練になっている。^(注4)

2) 社会性を培う

企業内の仕事では、多くの人々が関わり、チームプレーとして関係し合っ
て働いているため、いろいろな組織や出来事が関連して発生して当然である。企業が起こした社会的出来事を調査研究することから、将来の社会人生活のために学べるものがたくさんある。実際のいろいろな出来事の経緯を詳細に調査研究することを通して、企業間関係や監督官庁などの各組織間の関係性やその動向などを学び、社会性を培っておくことは、将来、企業などの組織の中で働く上で、きわめて有用である。

3) 明確な指導段階を明示する

ゼミ生各自が、ここ数年で企業が起こした社会的な出来事（企業の不祥事）から一つを選んで、パソコンからインターネットを通じて、膨大な情報を収集させ、読み、整理し、調査項目に応える形で、主にコピー&ペーストでレポートを作成し、最後にゼミ生の前で発表をする。

ゼミ生が聞きにくる以外の指導では、調査研究する最初の段階においては、パソコンの使い方、情報源や調べ方などを丁寧に指導し、調査研究の終盤に近くなると、個々の調査項目の詳細の指導を厳密にしつつ、特に関係図の作成についての指導に重点を移すことになる。この関係図については、1-2-2 調査項目において説明したい。

4) インターネットから重要な資料を情報収集し、読ませる

インターネットからの情報収集については、インターネットに公表されている論文はもとより、官公庁の公式ホームページの資料の閲覧をはじめ、「日経テレコン21」などの有料情報や、企業の有価証券報告書などの重要な資料を必ず読ませることにしている。第2段階でこれらの情報を主に扱うため、早いうちに読み方に慣れさせるためである。繰り返し読むことによって慣れさせるため、可能な範囲で、早めに重要な資料の取り扱いの指導を行う。

5) 多様な利害関係者を把握し鳥瞰させる

物事には多様な側面があり、また多様な見方があり、企業には多様な利害関係者がいる。それらの利害関係が異なる者たちを出来るだけ多く把握し、それらを鳥瞰することで、物事の全体像と重要度の軽重、社会の仕組みと現実的な事実との関係とその課題、問題点と解決策などを考えさせる。

6) コピー&ペーストを認める

各調査項目に対して、膨大な情報量の資料を調べさせるために、コピー&ペーストを認める。事実を段階的に詳細に正確に調べ、意見・見解と明確に区別をさせ、次に事実を基に出来事の全体像が構成できるように再構成させつつ、いろいろな意見・見解のそれぞれの相違点と、事実の全体像との相違点にも着目するように指導する。ここで注意すべきことは、コピー&ペーストを認める理由をきちんと伝えることである。あくまでも、膨大な資料を調査研究することが主眼であるために、調査研究の指導の途中段階として、引用の表記をしないことを暫定的に便宜的に認めているの

であって、本来は認められないことと、次の第2段階からは、引用の表記などをきちんと厳格に指導することをこの段階で繰り返し、指導する。

7) 膨大な文章を繰り返し読ませ、関係図として結実させる

日頃、多くの文章を読むことがない学生に、膨大な資料・情報に接しさせ、読んでいくことに慣れさせる。抽象的な理論体系ではなく、現実の出来事の全体像をつかむために、具体的な出来事の実を扱った膨大な文章を繰り返し読むため、徐々に慣れてくるとともに全体像をつかみ、それを関係図として結実させることができるようになる。

8) 付箋の活用法を指導する

膨大な資料の軽重や資料としての優先順位などをつけるために、プリントのページの右に寄せる方法や上に寄せていく方法などの、付箋の活用法の指導は、膨大な資料を取り扱わせる上で、欠かすことができない。

いろいろな付箋を膨大な資料に貼ることによって、資料は生き物のように生き生きとしてきて、見る者に、真剣に研究していることが伝わり、それが学生に自信をもたらす場合が多い。

9) 学生が発見した独自の情報には、高い評価を与える

個人による継続研究であり、膨大な資料を基にレポートをさせるため、種々の特色ある情報や考え方などを学生が提出することがある。その視点や内容の特色とともに取り扱った学生を高く評価し、自信を持たせる。

10) 居残り調査研究によってゼミ生間交流を促進させる

テーマは各個人で異なるが、調査項目は全員同じ項目であるため、ゼミ生同士で調べる視点や調べ方などを話し合わせ、教え合わせる指導をした。学び合う授業外学習の場として、時々、専門演習の日に、ゼミ生全員に居残り調査研究をさせた。「ゆとり世代」では、友達作りができない学生を多く見受けられる。そのため、強制的に居残りをさせることによって、テーマは各自異なるが、調査項目が同じため、調査研究の仕方や情報源へのアクセス方法などについて、一緒に調査研究をするため、教え合う機会がで

き、学生個々人が同じような努力と苦労を続けている者として、共感と相互理解を共有し、結果として、友達としてお互いを認め合うことになる。(注5)

11) 当事者感覚で主体的に考察を深めさせる

企業の出来事を、単に一企業のことと他人事のように考えるのではなく、企業を取り巻く関係者も含めて、改善努力の方法などを多角的にとらえ、当事者感覚で主体的に考察を深めていくように指導した。発表時に聴衆側であるゼミ生が記入する、後述する「発表・評価感想票（演習Ⅰ）」は、この点を考慮したものである。

12) 再発防止策などにも考えを進めさせる

「再発を防止するには、当該企業の担当者や当該企業ばかりではなく、企業を取り巻く関係者も、一定の努力をする必要があるのではないのでしょうか。では、次にどのような内容の努力が求められるのでしょうか」と考えを進めるように指導した。

1-2 指導の内容

1-2-1 研究対象

社会的な出来事を起こした企業をゼミ生各自が選んで、調べていくが、できるだけ社会的な影響が大きかった出来事を選ばせる。一企業であっても、社会に与える影響が多大なものであることとともに、一企業でも多くの利害関係者が関わっていることを理解させる。

1-2-2 調査項目……11項目

この段階では、次の「課題発表報告要領」を配布し、調査項目リストにあるAからKまでの調査項目を順次、調査することを指導する。

「課題発表報告要領」

演習Ⅰ「社会と企業」 課題発表報告要領

1. 趣旨

発表者の発表の良し悪しよりも（満点は誰でも不可能）、ゼミ員全員が発表に参加し、その発表を完成させることに協力する過程で、各種の情報

収集技術や洞察力、考え方、コミュニケーション能力等の対応力などを身につけていくことを第一義とする。

リーダーシップ教育も兼ねているため、発表時ばかりではなく、参加・協力の態度・対応も評価に入る。発表に対しては、ゼミ生全員が発表者の発表を完成へと協力し、ゼミ生全員が全体像を正確につかむことが主たる目的であるため、知識の断片からの安易な批判は認めない。ゼミ生全員で協力して、発表を補足していく発言を行うことを原則とする。

2. 調査研究の準備

(1) プリント

- ・ゼミ生（例、6名）＋教員（筆者）＋保管用（5部）＝例、12枚。
- ・調査項目リストの上に、テーマ・企業名、担当者氏名、発表当日の日時を明記する。
- ・記事からのそのままの引用を認める。
- ・多角的な視点が得られるように努力する。

(2) 調査項目リスト

- ・各項目を、新聞雑誌などの紙媒体やネットなどから記入し、埋めていく。
- ・自分の意見なら、「～と私は思う」と、引用と区別して表記する。
- ・原則としてワープロなどのもの。例外として一部の手書き。

A 記事・事件…タイトル、事件の名称、企業名、事件の年月日・日時

B 事件の全容…全体の流れ。ネットや新聞雑誌などからの貼り付けは可。

C 事件の影響…被害者、加害者、企業、業界、社会、市民、マスコミ等々。

D 当事者（特に加害者）の直後の対応……記者会見等、企業・業界などの関係者の動き。

E 原因分析…・関係者、流れ図、関係図、力関係などから分析する。

- ・記事からの引用や、発表者本人の主観的意見でも良いが、引用か自説かは明確に区別すること。

F 問題点…・いろいろな側面、立場、観点から問題点を列挙する。鳥眼・

アクティブ・ラーニングと専門演習 山岡

虫眼・魚眼などを区別して活用する。

- ・魔女狩り（犯人捜し）のような個人の責任だけではなく、背後にある構造的な仕組みにまで視点を深める。
- ・(例) 事前のチェック体制（社内・社外・業界内・業界外）、組織体制（連絡指揮命令系統、基礎的マニュアルの不備、リスクマネジメント体制、事前の緊急時対応システム）、発生時連絡・対応システム等々。

G 総合意見・感想

H その他・補足追加事項……事件・関係者・業界、発表などに対して等々。

I 対応策…・列挙する。再発の完全なる防止を目標とする方策。

- ・種々の関係者の立場から多角的に考える。
- ・抽象的な方向性から、具体的な方法まで考える。
- ・現時点において実効性がない方法でも、理想的な抽象的な方向性でも良い。
- ・事件の背後にある構造的な仕組み・システムに言及する。
- ・誰に対して、何をした方が完全防止策として良いのか。
- ・最後に、列挙した対応策の重要度と優先度それぞれの順位付けを、上位3つまで行う。

J 流れ図……B 事件の全容をしっかりと確認して選んで、抜粋する。

(書き方の原則) ……用紙の上下に4～5行程度の空白を開ける。

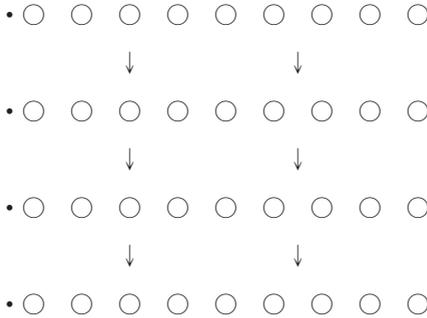
- ・4～8つ程度の文を時系列的に矢印で結ぶ。

(用紙上の書き方)

- ・(用紙の上限部分)
- ・用紙上限部分から4～5行を空白にする。……
(発表時に追加記入するための余白)
- ・社会的な出来事（不祥事事件）発生

↓

↓



- 用紙下限部分から4～5行を空白にする。(発表時に追加記入するための余白)
- (用紙下限部分)

K 関係図……パソコンではなく、手書きで書くように指導する。

サプライチェーンとしての通常の事業の流れを紙面の左から右へと図として書かせた後に、企業の社会的な出来事の事実の流れを組織間の関係を中心に時系列に詳細に書き込ませていく。

最低でも10枚程度は書き直しをすることになる。書き直す過程において、調べる力、考え抜く力、粘り強さなどが確実に育成される。

(書き方の原則)

- 関係するすべての関係者・組織を登場させる。
- 力関係・上下・優先度などの関係者相互の関係性を矢印で結び、明示する。
- 用紙の上下に4～5行程度の空白。

(用紙上の書き方)

- (用紙の上限部分)
- 用紙上限部分から4～5行を空白にする。(発表時に追加記入するための余白)
- 指揮・監督する力のあるものほど、上部に配置する。
- 中央の左やや上部に、加害者を位置づける。

- 中央には、加害者である企業を中心に、時系列的な事実の流れを当事者や関係者に線で結び、その線上に年月日と内容を簡単に記入して、全体の流れと関係者間の関係を示す。
- 右下部には、被害者、一般市民など経済的な弱者を配置する。
- 用紙下限部分から4～5行を空白にする。(発表時に追加記入するための余白)
- (用紙下限部分)

ここで、関係図を重視する理由について、述べたい。

文章のみが発表の主たるものではなく、最後に作成する「関係図」が最も重要な発表内容になる。一定のルールの下で作成する「関係図」は、その作成だけで、1ヶ月以上かかる場合も多々ある。ここでは特に、監督官庁や業界団体などの、企業を取り巻く外部環境に十分な配慮をするように指導する。社会的出来事が生じた場合には、ステークホルダー（利害関係者）のうち、配慮すべき影響力の高さにも考慮させるためである。

物事や関係者の関係性や時系列的な流れ、力関係などを一つの図に作成し、図解すれば、全体の仕組みや流れが一目でわかり、正確に全体像をつかむことができる。そのため、発表担当でない、聴衆の立場であるゼミ生にとって、補充した方が良いところの指摘などの、発表内容の充実・完成に協力し易くなり、発表が充実したものとなる。

1-3 発表

1) 発表までの流れ

2年生の後期から調査研究を始めてから、実質的に10月・11月・12月・1月の4ヶ月間継続的に調べ続けて、12月から1月になると調査研究レポートが完成し、この時期に1回、演習の授業時間内でゼミ生の前で発表をすることになる。

発表時の配布プリントは、レポート様式でA3版用紙（A4版レポート用紙を左右2枚）にして発表する。

発表の方法については、発表者は発表の当初は、配布プリントであるレポートの各調査項目を読みながら発表する。その後、既に板書してある関係図を解説していく。コミュニケーション能力を育成するために、最初は、資料をそのまま読む形で進め、一通り説明したら、次に、全体を鳥瞰しまとめている関係図を解説することで、再度内容の説明をさせる。その2段階の発表が終わった段階で、ゼミ生からの質問を受け、発表者は応答する手順になっている。

この段階では、主にコピー&ペーストをして作成したレポートなので、その文章だけでは、十分理解しているのかがわかりにくいと、出来事全体の鳥瞰できる図解である、関係図をレポート最終頁に入れさせている。発表前にレポートにある関係図と同じ図を板書しておくように指導している。

2) 質問のルール

発表を聞いているゼミ生たちには、後述する、「発表・評価感想票（演習Ⅰ）」の設問に答えさせるとともに、発表者に質問をさせる。発表・評価感想票（演習Ⅰ）には、発表内容である調査項目や発表姿勢などに対しての評価とともに発表者への質問の参考となる内容を含めている。

質問のルールとして、大学祭で発表し一般公開する時に不備が生じないように、不足箇所などがあったら補充する視点で、質問をさせる。次に改善した方がより良くなる改善方法を提案させる。この場合、特に強調して指導したのは、根拠の無い思いつきの批判や批判のための批判はしないようにすることと、発表者の資料の記述箇所や記載してある頁を示して質問をするように指導した。また、概念的知識よりも具体的なデータ・事実を基にした議論をすることによって、宙に浮いた机上の空論的な議論のための議論をすることを避けることも指導し、「群盲、象をなでる」的な全体像が見えない、方向性の無い議論も避けるように強調した。

質問の仕方や質問の受け方を「ゆとり世代」に指導することは、極めて重要である。公的なコミュニケーションに慣れていない「ゆとり世代」は、

- 2 関係者・登場人物で抜けているものは、あるいは追加すべきものは
- 3 被害者の立場で、責任あるものすべてを、細大漏らさず訴えろとしたら、追加すべきものは
- 4 被害者に近い立場で、自分も再発被害にあう可能性がある場合、誰にどうして欲しいか
- 5 原因の第一と、第二は
- 6 解決すべき問題点は
- 7 事実関係など、確かめたい点は
- 8 疑問な点・異なる点は
- 9 全体的に、付け加えたい点は
- 10 今の仕組みのままだと楽なのは、又は大変なのはどこか
(対策)
- 11 現場のベテランリーダーならどこから着手するか
- 12 若手社員なら何をすべきか
- 13 同業他社の防止策は
- 14 自分の生活で使う・かかわる場合の対策は
(発表・討論全体)
- 15 理解しやすかった点は
- 16 難しかった点は
- 17 面白かった点・関心をもった点は
- 18 全体的に良かった点は
- 19 勉強になった・ためになった点は
- 20 内容の改善点 (こうしてもらった方がいいなあ、と思うような意見・感想)
- 21 討論して印象に残った点、良かった点、改善点、改善策は
- 22 他に気づいた点は

3) 発表者の回答の仕方

発表の仕方、各種の質問への答え方、丁寧な応対表現、質問ならびに指摘事項への感謝の意と研究の方向性の確認、今後の研究への貴重な参考意見としての逆質問、研究領域外への質問への対応等について丁寧に指導する。就職活動の面接時の応答の事前練習として真剣に応えさせるとともに、ゼミ生仲間の良い所を真似る、ベストプラクティス学習をする指導を行う。

2 第2段階……業界と代表企業数社についての個人調査研究

第1段階で身につけた諸能力を基にして、約2倍の調査項目を個人研究する。この第2段階が山岡ゼミ本来の課題である。第1段階とは比較にならない程の膨大なデータを調べる。この課題をこなすための準備段階として、先の第1段階の課題を終え、膨大なデータを収集活用する諸能力を身につけておく必要がある。ゼミ生は各自が選んだ業界を研究するが、有価証券報告書を公表している、業界を代表する大企業を研究対象の中軸にすえる。業界内の企業間競争や住み分け、企業の売れ筋情報、売れ筋商品のターゲットの推定や独自技術、戦略などの業界を研究していく。経営数値データを重視するとともに、売上に直結する製品開発や市場への視点、企業が実施している市場調査等も重要視する。結果としての経営数値の分析に加えて、売り上げるための消費市場への深い考察を学生に求めていく。その理由は、企業は製品が売上げてはじめて事業が成り立つことと、本学の学生の就職先職務が、営業系が多いためである。

2-1 指導上の留意事項

パソコンからのインターネット情報に加えて、書籍などの文書情報を活用させる。コピー＆ペストを認めるが、より多くの量（第1段階の調査項目（11項目）の約2倍の調査項目（21項目））を調べさせるとともに、学生の見解の部分の項目数においても倍増させる。結果論的分析も行わせ

るが、ターゲット・マーケティングや市場調査データの活用などの、特に売り上げを立てる視点を重視する。本学の学生は、営業職に就く場合が多いための配慮である。企業は、売上があってはじめて、事業が成立する。今ある商品をいかに売るか、という今現在の企業を主体とした発想の販売(Sales)の視点よりも、購買してくれる市場・顧客が何を欲しているのか、そのためには将来の企業や製品はどうあるべきか、を想定した発想であるマーケティング(Marketing)を重視する。企業の取扱商品の想定ターゲットを分析することにより、時代と市場の動向への考察を深めるとともに、各社の企業努力の詳細を検討させる。当該業界の企業の売上や市場に対する感性を高めていくための指導であり、営業マンとしての基礎能力の育成も目指している。

2-2 指導の内容

2-2-1 研究対象

ゼミ生は各自が選んだ業界を研究するが、有価証券報告書を公表している、業界を代表する大企業を研究対象の中軸にすえる。業界内の企業間競争や住み分け、代表企業を中心に調査するが、業界全体の動向も研究するため、追随企業や特色ある企業も調査研究する。

2-2-2 調査項目……21項目

この段階では、次の「演習Ⅱ 課題発表報告要領」を配布し、調査項目リストにあるAからT bまでの調査項目を順次、調査することを指導する。

演習Ⅱ 課題発表報告要領

調査検討項目の分類…発表や配布プリントの基となるデータ資料収集項目

A 企業名

- ・ 業界名、
業界内の位置
- a 代表企業
- b 2 番手企業

- c 追随企業
 - d ニッチ企業・オンリーワン、独自のノウハウ（顧客のターゲット、商品特性など）
 - e 限界企業……売上高などが業界で最低である企業
(例：コンビニ業界…… a セブンイレブン、b ローソン)
……>資料：ウイキペディア、日経テレコン21、『業界地図』
- B 社史記事全容
- 社史記事内容（古い流れから、新しい流れまで）の要約を時系列的に列挙する。
- ……>資料：ウイキペディア（「沿革」）、企業HP（「沿革」）
- C 業界・企業の規模・状況
- 資本総額、年間売上高・年商、総店舗数、総従業員数、市場規模（〇〇億円等）
- ……>資料：ウイキペディア、業界動向サーチ、有価証券報告書（「企業の概況」「従業員の状況」等）、日経テレコン21、『業界地図』
- D 取扱商品・主な商品、売れ筋商品、新しい流れの商品・新商品開発等々、ライバル社の商品コンセプト
- ……>資料：ウイキペディア、日経テレコン21、企業HP、有価証券報告書（「企業の概況」、「業績等の概要」「研究開発活動」）
- E 市場特性……主な顧客、ターゲット・個別商品のターゲット（顧客、地域）、ポジショニング、売れ筋商品のターゲット層を推定する。
- ……>資料：企業HP、有価証券報告書（「業績等の概要」等）、営業報告書、ネット論文、日経MJ（流通新聞）、日経BP
- F 業界内企業…… F 1 ……主な企業…… a・b・c・d・e
- F 2 ……企業間競争状況、
 - F 3 ……すみ分け等々……いくつかの企業がターゲットにしている顧客層、他社との区別

- F 4 ……特色企業の動き……特に資本規模が小さくても頑張っている企業と企業努力
……>資料:『業界地図』、業界関係書籍、業界動向サーチ、日経テレコン21、企業HP
- G 雇用・育成……正社員、契約社員、派遣社員、パート、バイトの状況、採用内容や社内教育の内容
……>資料:企業HP(「就職情報」、「採用情報」等)、CSR報告書
- H 存在理由……誰に対して、どのように役に立っていると表明しているのか。
……>資料:CSR報告書(「トップからのメッセージ」、「企業理念」等)
- I 主たる技術・戦略……(例:高度な情報処理、顧客サービス、低コスト経営等々)
- I (1) 主たる技術……当該企業の強み、生き残っている実力の内容
- I (2) 主たる戦略……今現在と将来への戦略
……>資料:企業HP、有価証券報告書(「業績等の概要」、「研究開発活動」、「対処すべき課題」等)、日経テレコン21
- J 顧客動向……(例:少子高齢化による国内市場の縮小、低価格志向と高付加価値志向、多様化)
……>資料:ネット論文、有価証券報告書(「業績等の概要」)、日経テレコン21、企業HP
- K 行政の動向……(例:規制緩和の進展(許認可、輸入自由化等々)、法規制、関連法規、大きな社会的な出来事)
……>資料:ネット論文、有価証券報告書(「事業等のリスク」)日経テレコン21、企業HP
- L 業界の動向……新しい流れ……自由化、外資系企業の参入、業界再編
……>資料:ネット論文、帝国データバンク(「業界の動向」等)、有価証券報告書(「業績等の概要」)、日経テレコン21、企業HP、『業界地

図』、業界関係書籍

M 業界・企業の、経済・社会に与える影響 ……現在と将来の経済・社会への影響度。

……>資料：業界動向サーチ、日経テレコン21、企業HP、有価証券報告書（「業績等の概要」「対処すべき課題等」）、市場規模（例、トップ5社の売上高合計）

N 問題点……過去に社会問題になった出来事があった業界については、可能な限り当事者の利害得失を中心にして、当事者や関わるすべての者のそれぞれの立場になって解決すべき問題について考える。わが国全体の立場、消費者、国民、経営者、従業員の立場で考える。

O 対策・解決策……ばく然とでも具体的に考えられない時には、新聞記事の引用だけでも良いが、そのときは解決策の数を多くする。

……>注意：業界によっては、NとOを明確に書けない場合がある。その場合には、「N 問題点と O 対策・解決策」と、2つをまとめて発表しても良い。

……>資料：有価証券報告書（「対処すべき課題」、「事業等のリスク」等）

P 総合意見・感想……P1・当該企業や業界に関する意見・感想。

P2・調査研究過程で感じ思ったこと。

P3・調査研究して、自分個人について感じ思ったこと。

Q その他・追加事項……財務諸表（貸借対照表、損益計算書等）、SWOT分析、（S強み・W弱み・O機会・T脅威）興味がわいたこと・気になったことなどを書く。

R 流れ図・・・当該企業の沿革を簡潔に流れ図で示す。

……>注意：上記項目の「B 社史記事全容」の抜粋でも良い。

S 財務諸表……貸借対照表と損益計算書

T 関係図

a サプライチェーン関係図（サプライチェーンを中心とした図に、国内同業社企業上位5社と、海外同業社企業上位5社を付記する。）

……取扱商品の流れから、関係会社（原材料仕入調達先、物流会社、製造、本社、販売会社等）などを上流から下流へと、左から右へと図解する。

……>有価証券報告書「事業の内容・事業系統図」

b 系列企業関係図

……当該企業の出資している関係企業（資本関係・提携関係、子会社・関連会社）を、出資比率を併記して系列図にする。

……>有価証券報告書「関係会社の状況」

「関係図」は主に、当該企業が取り扱う商品のサプライチェーンを簡略に示すとともに、国内外の競合関係にある同業他社を表す。「流れ図」は、当該企業の主な沿革や事業の転機などを示す。「関連会社図」は、主な関連会社を表示すが、中には、系統が異なる意外な会社との関係も見られる企業もある。いろいろな企業努力の形を学ばせる意図がある。時には、事業の多角化戦略の適否について、学生の議論がおよぶ場合もある。

2-3 発表

発表までの流れや、質問のルール、そして発表者の回答の仕方などは、ほとんど第1段階と同様の指導をし、発表の仕方をパターンの的に定着させ、発表に慣れさせるように指導した。

1) 発表までの流れ

3年生前期にこの調査研究が始まり、4月中旬から5月、6月、そして7月中旬に、演習の授業時間内でゼミ生相手に発表を1回、行う。

2) 質問のルール

この段階では、広範な企業活動・企業努力の事実を詳細に正確に調査し

ているのか、という点を重視しているため、特に業界内で当該企業が存続している理由となる企業努力、売れ筋商品の事前市場調査結果、商品コンセプト、差別化等々の戦略や、業界内企業の住み分けの状況などへの質問が多くなる。

この発表の時に、発表者以外のゼミ生に配布するプリントが、次の「発表・評価感想票（演習Ⅱ）」である。

発表・評価感想票（演習Ⅱ）

テーマ・企業名：（ ）

発表者：氏名（ ）

記入者：氏名（ ）

I 発表の評価・感想

文の頭に右の印を付けて記入。

(良い点) ○、(要改善・疑問点) ●×?、(改善方法提案)

(例) ○読み易い。×関係図がわかりにくい。

関係図の線に説明の言葉があるとわかりやすい、等々。

1 配付プリントで気づいた点

1) 調査項目リスト

A・B・C・D・E・F・G・H・I・J・K・L・M・N・O・P・S

2) 重点項目

C・D・E・F・I・J・L・Q・T

3) 最重点項目

E市場特性、F業界内企業（F1. 2. 3. 4）、I主たる技術（1）・主たる戦略I（2）、J顧客の動向、L業界の動向、Qその他・追加事項、Ta サプライチェーン関係図

2 発表全体に対する意見・感想（手順、図、解説、説明、発声・話し方、姿勢など）

II 発表・内容の意見・感想

- 1 この業界または会社を知っていますか（ゼロ、少し、多少、かなり）
（分析）
- 2 関係者・登場人物で抜けていると思うものは。あるいは追加すべき
と思うものは
- 3 従業員の立場で、最も知りたいことは何ですか、細大漏らさず
- 4 経営者の立場で、気になると思うことは
- 5 この業界の存続にとって最も重要なことは
- 6 この会社の存続にとって最も重要なことは
- 7 確かめたい点は
- 8 疑問な点・異なる点は
- 9 全体的に、付け加えたい点は
- 10 今の仕組みのままだと気になる点は。又は大変なのはどこか
（対策）
- 11 現場のベテランリーダーなら何を変えた方がいいと思うか
- 12 若手社員だとしたら、何をしたらいいと思うか
- 13 同業他社としては、何が気になるか
- 14 自分の生活で使う・かかわる場合、気になる点は
（発表・質疑応答全体）
- 15 理解しやすかった点は
- 16 難しかった点は
- 17 面白かった点・関心をもった点は
- 18 全体的に良かった点は、ほめるとしたら
- 19 勉強になった・ためになった点は
- 20 内容の改善点（こうしてもらった方がいいなあ、と思うような意見・
感想）
- 21 質疑応答・話し合いをして印象に残った点、良かった点、改善点、

改善策は

22 他に気づいた点は

3) 発表者の回答の仕方

この段階になると、調査がかなり広範な領域になるため、質問の内容がかなり広い多方面に及ぶことになる。丁寧な応対表現や、質問ならびに指摘事項への感謝の意と研究の方向性の確認に加えて、特に、今後の研究への貴重な参考意見としての逆質問や、研究領域外への質問への対応等の後半の指導に重点をおいて、丁寧に指導をする。この段階を終えると、ゼミ生は、かなり自信を持つようになる。

3 第3段階……第2段階の業界研究の内容を再構成し、パワーポイントで発表。

3年生後期に、第2段階で個人研究した業界研究内容を、21の調査項目の枠を外して、業界全体を鳥瞰して、新しい潮流への対応や企業間の製品開発競争等々、ゼミ生が考えた視点で、パワーポイント上で再構成し、構成力と表現力を育成する。

3-1 指導上の留意事項

業界と代表企業についての個人研究であるが、上記第2段階の内容を、学生独自の視点で再構成させ、この段階では、自分の視点・意見を持つように、模索させることに重点がおかれる。

これまでのような調査項目などの指示はせず、学生の視点に任せるようにする。そのためには、参考となる視点をいくつか提示しながら、提示した視点についてどう思うのかなどの質問を重ねていく。ここで重要なことは、質問した時に答えの即答を求めるべきではないことである。時間を与えることは、学生の考えの醸成には極めて重要であることを忘れるべきではない。十分な調査研究の質と量を与えたのちに、示唆を時々与えながらも、その場での即答は決して求めるべきではない。この点を特に強調しておきたい。アクティブ・ラーニングが指導者・教員の自己満足で行い、学

生の成長の芽を摘んでしまうことがないようにしたい。知識・技術などを知る段階、理解する段階、定着・身につける段階、身につけたものを活用・表現する段階は明確に段階として異なることを、教員・指導者は、しっかりと認識すべきであると思う。^(注6)

ここでは、学生各自の視点・意見を持つように、模索させるために、いろいろな視点でのまとめ方を示唆していく。企業間競争の戦術・戦略の状況、企業間の住み分けの状況、消費者の意識調査等の市場調査データ、当該業界の新潮流等々の視点を中軸にして、まとめることを例示する。

この第3段階では、学生に研究の方向性をほぼ任せるため、第1段階や第2段階より、はるかに集中して研究を進めていくが、途中段階で内容の確認をしないと、学生個人のかなりマニアックな内容に専念して、発表には向かない内容になる場合がある。発表者以外の学生の意見やアドバイスを取り入れながら、軌道修正する必要がある。ここでは、第1段階や第2段階のようなレポートではなく、パワーポイントによるスライドのプリントとパワーポイントによるプレゼンで発表することになる。

分かり易く表示・表現することも重視する。文字の表示ばかりではなく、アニメーションを活用しての図表の解説も積極的に取り入れることを指導する。ここで注意しておきたいことは、学会の研究発表ではなく、企業入社後の社内やクライアント先のプレゼンを想定して、ダイナミックな表現を工夫させるということである。

パワーポイントの使い方などをゼミ生相互で教えあわせる。この段階になると、学生のプレゼン表現に驚くほどの上達ぶりが見受けられる。特筆すべきことは、この段階では、お仕着せの調査項目に従った調査研究ではないことである。学生自身の視点で膨大な資料から調査研究内容を構成させるため、学生独自の視点が生き生きと表出されることであり、学生自身が自分の意見に自信をもつとともに、自信不足から少しずつ脱皮して、自発性と積極性において、顕著な成長が認められることである。

3-2 指導の内容

3-2-1 研究対象

第2段階で個人研究した業界研究内容を、21の調査項目の枠を外して、業界全体を鳥瞰して、新潮流対応や企業間製品開発競争等々、ゼミ生が考えた視点で、パワーポイント上で再構成し、構成力と表現力を育成する。

3-2-2 調査項目

先述したように、この第3段階では、第2段階の調査項目の枠を外して、第2段階で調査研究した内容を学生独自の視点で再構成させるため、調査項目は設定せず、いろいろな角度からの視点の示唆を与えるにとどめる。

3-3 発表

1) 発表までの流れ

7・9・10月の3ヶ月間で調べさせ、9・10月頃に2段階で発表させる。

この3段階目での発表で2段階の発表を求めるのは、ここでは、当初からゼミ生自身の視点で2段階目の資料を基にして、再構成をさせるため、かなり趣味的なマニアックな偏った調査研究にならないように、方向性を確認するためと、そのマニアックな調査でも、大学祭発表時で関心をもたれそうだと本人が思った場合には、本論とは別の補足事項に含めるように区別をさせる必要があるからである。また、発表者以外のゼミ生に、途中の段階の発表を見せることで、パワーポイントのプレゼン表現の試み段階の多様なものを見せることで、感受性に刺激を与え、意見を交わすことで、お互いに刺激し合うようにする。この段階では、今までの調査研究発表とは異なり、パワーポイントによる表現、読みやすさ、分かりやすさ、興味をひく工夫・表現等々が重要になってくる。

2) 質問のルール

発表者は、第2段階の資料を基にして再構成しているため、発表者以外のゼミ生は、その再構成の仕方、資料・データの選択・活用、表示・

表現がより良くなるような質問が多くなるように、比重が移っていくように指導する。パワーポイントのアニメーション技術などを多用しすぎないように、内容の理解に効果がある使い方などを発表者と他のゼミ生と質問し合い、学び合うようにする。

この発表時に、発表者以外のゼミ生に、「発表・評価感想票(演習Ⅰ)」などのプリントは配布しない。この段階では、自由闊達にのびのびと質問し合ってほしいからである。実際に、この段階になると、質問とその応答など、驚く程の活発な交流が見られる。

3) 発表者の回答の仕方

この段階では、発表の内容と表現とは区別して、回答するように指導する。発表の内容については、第1、第2段階と同じように、十分な配慮をもって応えるように指導するが、後者の発表の表現については、発表者は極力、聴衆である学生の質問や意見を全面的に吸収していく方向で応答することを指導する。

4 第4段階……大学祭準備と大学祭当日の研究発表

大学祭当日は、模造紙を貼り付けたパネルによる展示物とパワーポイントによるプレゼンによる発表の2種類で研究発表を行う。

- ・展示物(パネル)……第1段階と第2段階の研究結果(一部)の発表
- ・パワポのプレゼン……第3段階の研究結果の発表

1) 大学祭準備

大学祭直前1ヶ月において、ゼミ生の相互の協働作業によるチームワークやコミュニケーション能力を育成するため、ゼミ生同士でアルバイトなどを調整させながら、居残り作業を行わせる。居残り作業によってより一層、コミュニケーションが図られ、団結力が強くなるためである。この場合、忘れてはならないことは、入社後に体験する販売促進活動に必須の実践的な行動力を培うトレーニングとして、意義があることを強調すること

である。^(注7)

大学祭前日の直前準備日において、2～4教室の会場設営の企画、ゼミ生各人の展示物の配置・レイアウトなどをグループ・ディスカッションの課題として、3年生のゼミ生全員で話し合わせるとともに、700以上ある、椅子や机、段ボール箱などの搬入搬出などの協働作業を、3年生、数人の仕事として実践的なグループワークとして、より効率的に迅速に行わせ、実践的能力を身につけさせる。

2) 写真と記録

準備作業のグループ・ディスカッションから、会場設営・原状回復まで、学生の活動を写真に撮り、後日、それらの写真が入ったUSBファイルをコピーさせ、大学生生活の記念にしよう。

パソコンや資料で真剣に研究調査しているゼミ生たちを写した写真や、ゼミ生の研究発表風景を写した写真などに加えて、大学祭準備風景を写した写真を、陳列し並べた発表展示パネルの最後に、ゼミ紹介とゼミ生自身の自己紹介掲示パネルに含めて展示する。保護者が大学祭の展示を見て、膨大な資料と展示物、そしてプレゼンを見て、驚き、家庭で学生をほめることが多々ある。学生は、4段階の調査研究や発表努力をしたのちに、達成感は得られたが、家庭でほめられて初めて自信がついたことを自覚した、という学生が多い。「ゆとり世代」に自信をつけさせることの難しさを痛感する次第である。

消極的で自信のない「ゆとり世代」に、生涯学び続ける力を修得させるには、前向きになる、自他ともに認める、真の自信が必要である。それには、一定の体験と実績と実力を身につけさせられる、段階的系統的な指導が有効であることを重ねて強調しておきたい。

3) 大学祭当日の研究発表と指導上の留意事項

大学祭の発表時でのパワーポイントの発表は、スライド6枚分単位の印刷物を配布して、プレゼンを行う。平均として、一人30分の発表になる。

開始時間や順番などは、学生の話し合いに任せる。緊張して声が小さくなる場合があるので、その場合には、即座に、就職活動の事前訓練だから大きな声を出すように、と指示をする。大学祭のプレゼンの先にある就職活動が本命の目標であり、大学祭のプレゼンは、そのための事前の訓練にすぎないことを強調し、ミスを恐れずにしっかり体験するように指導する。この段階では、3年生のゼミ生同士がチームワークが出来上がっているので、他のことはほとんど学生の自主性に任せる。

3年生に自信をつけさせるため、原則として2・4年生には一切、手伝わせない。調査研究過程でも、大学祭準備作業過程でも、である。ただし、例外として3年ゼミ生の人数が極めて少ない場合には、椅子や机などの搬入搬出などの肉体労働的作業に限定して、手伝いを認める場合がある。

大学祭2日目終了日当日の夕方からの撤収・原状回復作業においては、撤収・搬入搬出・各教室原状回復等の作業がかなり早くできるようになっていること、実践的な行動力がついていることに、毎年例外なく、驚いている。

例年、大学の教室を2教室から4教室を使って、展示発表を行っている。去年は、たまたま3年生が1名であったが、2教室を与えていただき、展示発表を行うことができた。ゼミ生が調査研究した結果としてまとめた発表用の資料は、第1段階では、A4版用紙で平均45枚、第2段階では平均65枚なので、毎年、そのまま展示することはできず、展示できる場所は、半分以下である。そのため、例年、多くの教室を展示用に使わせてもらうようお願いしているが、最近は残念ながら、2教室だけによる展示が多く、展示する資料の選択に、学生は苦勞している。その選択も将来、社会人になった時の販売促進活動に、生きてくるトレーニングである、と指導している。

5 第5段階……3年生後期の大学祭終了から卒業まで。

大学祭が終わった後は、就職活動の支援になる具体的な企業情報や業界情報、人事業務の情報等と企業幹部候補生用スキル等の指導に重点を移していく。採用者側の視点からの就職活動の内容・解釈などの就職活動支援と、米国MBAの手法、発想法や問題解決法等の指導を行う。

ゼミ生の発表は行われなくなるが、卒業が近くなる4年生の12月に最終的にゼミ論として、ゼミ生には、第1段階、第2段階、第3段階、第4段階のものを再調査し再整理して、資料を再提出させることになる。

V おわりに

アクティブ・ラーニングの実践において、1回の授業実践ではない、長期の段階的授業形態を提示した。アクティブ・ラーニングの最終目的が、学生が生涯学び続ける力を修得することであるならば、消極的で自信のない「ゆとり世代」にいきなりのディスカッションや1回の授業実践とその前後の指導だけでは不十分ではなかろうか。専門演習の授業時間で2年生後期から3年生後期途中までの実質1年間にわたって、継続的調査研究を軸にして実践してきた。消極的で自信のない「ゆとり世代」には、一定の体験と実績と実力を身につけさせ、自他ともに認める、真の自信を持たせる必要がある。そのためには、アクティブ・ラーニングの段階的かつ系統的な指導方法を検討することに意義があるのではないのか、と考え、指導の詳細を示した次第である。

今後の課題としては、学外への調査研究、特に企業への直接的な調査があげられる。加えて、他大学との研究交流もあげられる。両方とも、事前準備と事前指導がかなり必要になることが考えられるため、効果的かつ着実な方法を今後模索していきたい。

表・専門演習段階的指導表

	1. 第1段階	2. 第2段階	3. 第3段階
	2年生後期	3年生前期	3年生後期 (大学祭前まで)
	企業研究 企業の社会的な出来事	業界・企業研究 業界と代表企業等の研究	企業・業界研究 企業比較と業界研究
研究のテーマと視点	企業の社会的な出来事について事実を詳細に正確につかむ	業界の動向や代表企業やユニーク企業などの企業努力を詳細に正確につかむ	業界を代表する企業などの経営戦略などの比較等をパワーポイントでプレゼンをする
指導の重点	事実と意見・解釈とを分け、時系列に事実を確認し、当事者や関係者の動きをつかむ	業界・市場の動向を理解し、その上で各企業の努力を具体的に詳細につかもうとしているか。	業界の特徴、方向性をつかんでいるか。市場の動向を理解しているか 企業努力の説明をわかりやすくしているか。
指導の方法	学生が自ら選んだ企業の社会的な出来事を11の調査項目に答える方法でネットから調べ始める。	学生自ら選んだ業界・企業を21の調査項目に答える方法でネットから調べ始めていく。	第2段階で調べた膨大なデータをもとにして、企業比較等から業界研究をすすめる。
指導上の特色	コピー＆ペーストを奨励するが、膨大なデータの収集も求める。ここでは引用の表記は求めない。	コピー＆ペーストを奨励するが、膨大なデータの収集も求める。引用の表記を厳格に守らせる。	資料に依拠しながらも創造的にスライドを作成するように、アイデアを極力ほめていく。
学生に求めるもの	事実を詳細に正確につかむこと。不正確な記事内容を補足すること。時系列な流れを正確に整理すること。	調査項目以外でも、たくさん調べて読み込んでいくことを求める。	いろいろな視点で再構成を試みていくことを求める。
学生との対話における注意事項	学生の努力を認め、ほめる。自信がなくなる言葉は言わない。社会人でも使えると評価する。	多い調査項目と膨大な資料にコツコツと取り組んでいることを常に評価する。	先輩の発表にはなかった、新しい興味深い視点であると他の学生がいる所でほめる。

	4. 第4段階	5. 第5段階
	3年生後期 (大学祭直前・当日)	3年生後期(大学祭後) から卒業まで
	大学祭の準備と発表	大学祭後の指導
研究のテーマと視点	第1、第2、第3段階の研究内容を適確に精選して、模造紙やパワポで表示する。	就職活動で実際の業界・企業研究を体験する。経営活動を高めるための手法を学ぶ。ゼミ生は既に発表した資料を整理してまとめる。
指導の重点	適確に精選しているのか。 わかりやすく表示しているか 工夫をしているか 迅速に会場設営しているか	就職活動で体験したことを中心にして実践的に社会人基礎力を身につけさせる。 社会人が活用しているスキルを学ばせ身につけさせる。
指導の方法	先輩の過去のデータからいろいろなことを洞察させ、真似ぶことから始めさせる。	学生からの聞き取り後、ケースを作り、ケースワークを行い、話し合わせる。
指導上の特色	座学ではなく、実践的に対処する行動力と表現力が重要になる	ブレインストーミングで話し合わせる。 マインドマップを活用させ、すり合わせを行う。
学生に求めるもの	自分の分担をきちんと行い、しっかり話し合い、迅速にチームワークで動くこと。	今まで学んだものを実践的に活用することを求める。
学生との対話における注意事項	これが終われば課題はなくなるあと少しだ、頑張れ、と励ます。 学生の写真を撮りまくる。	就活の失敗は誰でもしてきたこと、次を頑張れ、と励ます。いろいろな視点を示し、思考の幅を広げる。

注記：

(注1) 文部科学省『新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ～』中央教育審議会答申 2012年8月28日 13頁

(注2) この違和感について、拙稿『アクティブ・ラーニングと公民科教育法』(千葉経済論叢 第53号 2015号)において、多少述べさせていただいている。

(注3) 「ゆとり世代」以前の世代よりも、質量ともに学ぶ内容や時間が削減された「ゆとり世代」が、ゆとり世代以前の世代に対抗できる程の社会人基礎力の基礎や、経験、成功体験からの自信、継続する粘り強さ等々を身につける方法を長年模索してきた。今回の論文は、その試行錯誤の産物の一つとして報告させていただいたものである。

(注4) 一例としては、特別調査委員会という言葉がよく見られる。誰が委員会を設けさせたのか、誰が委員長なのか社内の者か社外の者か、企業内に設けた委員会か企業外なのかどうかも不明な場合が多い。大学では抽象概念を多く取り扱うため、この調査委員会というだけで委員会内容を理解できたように思う学生が多い。ビジネスの現場では、それでは何も始まらないことを指摘し、より厳密に正確に詳細に調べをを求める。いわゆる現場主義の感覚を身につけることも指導目標の一つになっている。。

(注5) 居残りをさせるためには、専門演習の授業が始まる最初の授業で、専門演習の日には、アルバイトを入れないことを指示しておくことが必要である。発表後の反省会などで、ゼミ生と歓談すると、この居残りによって長い時間続けて一緒に調査研究をするため、ゼミ生同士が友達として会話するようになった、通常の講義時間だけでは友達になれない、という声を聞くことが多い。事前に理由を言い、本人たちのためにも後々良いことであることを伝えた上で、居残りを事前に指示すると、「ゆとり世代」は素直に従って居残る。「ゆとり世代」の良い点である。一部の理科系とは異なり、文科系大学は24時間はおろか、夜遅くまで、大学の研究室を使うことはできない。理科系と比べれば、少しの時間に過ぎないが、それでも一緒に居残りは、「ゆとり世代」の学生のコミュニケーション能力育成には効果があり、その後のゼミ生間の意思疎通が良くなることを、ここで指摘しておきたい。

(注6) よく原稿用紙で書いて提出、とか、自分の意見で書きなさい、ということが、学校教育の現場で言われているが、筆者はこの指導には大反対である。原稿用紙に書き慣れている生徒・学生がどれほどいるのであろうか、原稿用紙に書かせるのは、多くの資料、多くの事実と意見・見解に触れさせ、レポート用紙などに書かせたのちに、はじめて行わせるべきものであろう。安易な早急な指導は、生徒・学生の成長の芽を摘んでしまうことになることを確信している。

(注7) 「ゆとり世代」の学生は、自分の将来にとって意義のあること、と自分で納得すれば、きちんと指示に従う素直な側面があることは先の(注5)でも述べた通りである。ここで重要なこととして指摘しておきたいことは、指導する者が「ゆとり世代」に対して、説明義務者としてその意義をきちんと説明し、納得させることができているのか、という点である。

参考文献：

- ・佐久間勝彦『アクティブ・ラーニングへ アクティブ・ティーチングから』一壺書房 2016年
- ・三村信男他「茨城大学におけるアクティブ・ラーニングの取り組み」『現代の高等教育』IDE大学協会 2016年7月号
- ・朝比奈剛「千葉商科大学 人間社会学部のアクティブ・ラーニング」『現代の高等教育』IDE大学協会 2016年7月号
- ・岩崎千晶『大学生の学びを育む学習環境のデザイン 新しいパラダイムが拓くアクティブ・ラーニングへの挑戦』関西大学出版部 2014年
- ・中井俊樹「教授法としてのアクティブ・ラーニング」『現代の高等教育』2016年7月号
- ・岡本潤「初年度教育におけるアクティブ・ラーニングとキャリア教育：嘉悦大学ビジネス創造学部の事例」『現代の高等教育』IDE大学協会 2016年7月号
- ・坂野由紀子「大学でのアクティブ・ラーニング：質問を引き出す（特集授業に活かすアクティブ・ラーニング）」『英語教育』大修館書店 2016年8月号

(やまおか しょうきち 本学教授)