

〔研究ノート〕

令和5（2023）年度 スタディスキルⅠの授業報告

The Report on “Study Skill I” 2023

中村学園大学 流通科学部

音 成 陽 子・池 田 祐 子・草 野 泰 宏・徐 涛
手 嶋 恵 美・土 井 貴 之・中 川 隆・西 島 博 樹
福 沢 健・前 嶋 了 二・三 上 聡 美・持 松 志 帆

【概要】

スタディスキルⅠは流通科学部の1年次を対象に初年次教育としての役割を担っている。

令和5（2023）年度は円滑な大学生活のために Academic Literacy を身につけること、課題テーマ「Society5.0は私たちに何を求めているのか（何をすべきか）」を実施した。

第1回から第8回は大学生活への順応・適応に視点を置き、個人面談や課題テーマに関するリサーチ、ディスカッション、発表を行った。第9回から第14回は流通科学部での学びの理解と専門科目への入門として教員によるオムニバス授業を行った。第15回はスタディスキルⅠのまとめとして、ガイダンス時の内容の再確認と今後の大学生活についての確認を行った。授業実施には、支援ポータルサイト UNIPA、大学配付 PC（N-note）、Microsoft Teams を活用し、双方向型授業となることを心掛けた。

初年次教育における Academic Literacy（ライティング技法、資料収集、ディスカッション、プレゼンテーションなど）を身につけることは大学での学習・研究に必要である。加えて、大学での仲間づくりとしてグループワークにも注力した。

今後、本科目に系統立って実施されるスタディスキルⅡ～Ⅳ、専門ゼミなどで Academic Literacy の向上を検討するにあたって、授業内容の改変が必要といえる。

I. はじめに

中村学園大学流通科学部では、1年次前学期に1単位の必修科目としてスタディスキルⅠを実施している。担当教員はクラスの指導主任であり、2年次前学期まで継続して学生の支援を行う予定である。

授業開始に際して、Microsoft Teams にスタディスキルⅠのチームを作成し、教員は所有者、学生はメンバーとし、各クラスのチャネルを準備した。質問や相談は UNIPA の Q&A か Teams のチャットを活用した。本科目のカリキュラムにおける位置づけやテーマ、到達目標などを以下に示す。

1) 位置づけ

大学生活および流通科学部での学修に必要な基本的能力、特に、Academic Literacy を身につける科目として位置づけられる。

2) テーマ

高校生活から大学生活へ順調に移行し、大学で自分を成長させ、大学での学び方を知り、社会人としての素養を修得することを目的とする。

3) 到達目標

- ・大学生活の心構えを知り、新しい仲間との親睦を図ることができる。
- ・興味を持った分野を自ら追求する能動的な

学習が必要なことを実体験し、それに必要なスキルを身につけることができる。

- ・流通科学部のカリキュラムに対する理解を深め、そのために何をやるべきかを考えることができる。

4) 流通科学部のディプロマポリシーとの関連

本科目は、「DP1. 実社会に通用する教養と良識を修得している。」に相当する。

Ⅱ. 授業概要

本授業科目「スタディスキルⅠ」は、1年次生を12クラスに分割し、各クラスに1名の指導主任（担任）が就いて実施される1年次前期必修科目である。12クラスのうち6クラスは木曜2限、残り6クラスは木曜3限に実施した。

全15回の授業のうち、前半1～8回は大学での学びに必要な Academic Literacy（Web／書籍／新聞記事／論文 DB 等の各種情報検索と要約、プレゼンテーションのためのスキル、準備／発表、レポートの書き方／読み書き実践）の習得を目指して行った。後半9～14回は6名の指導主任それぞれが各専門分野の入門レベルの講義をオムニバス形式（毎週クラスを移動し、6週かけて同時限の6つのクラスを回る）で行った。15回はスタディスキルⅠのまとめとして、ガイダンス時の内容の再確認と今後の大学生活についての確認を行った。詳細は授業内容に示す。

授業では支援ポータルサイト UNIPA、大学配付 PC（N-note）を活用し、双方向型授業を心掛けた。流通科学部ガイドブックをテキストとし、PC（N-note）とともに持参するようにした。事前学習は流通科学部ガイドブックの確認と調査（0.5時間）、事後学習は授業内容の振り返りと課題（0.5時間）を課した。

Ⅲ. 授業内容

各回の授業内容は、以下のとおりであった。

第1回：ガイダンス「流通科学部での学修・生

活について理解する」

ポイント①大学での円滑な学修のために、学修環境を確実に整える

② N-note や UNIPA など学内システムの機能を理解させ、自分で操作できる

第2回：大学生活の計画と自己分析

ポイント①将来計画・自己分析を通して、大学4年間の目標と日々の過ごし方を自覚する

第3回：大学での学び「Society5.0、VUCA とは何か」（WEB 検索、蔵書検索、記事検索）

ポイント①大学での知的作業に必要な不可欠な情報収集／整理の方法、注意点がわかる。

第4回：大学での学び「Society5.0の実現のための取組みと課題解決」（事例、課題解決）

ポイント①情報を整理し、課題を見つけ出し、解決方法を考える（グループワーク重視）

第5回：大学での学び「協力してのグループの意見をまとめる」（発表準備）

ポイント①インプット（情報収集）を活用し、アウトプット（整理・表現）の練習をする

②作業を通して考えること、伝えること、多様な意見を理解する

③メンバーと協力してチームとしての意見をまとめる（協調性）

第6回：大学での学び「発表」（発表と学生相互評価）

ポイント①考え・意見を持ち、それを他者に伝え、他者の意見を理解しようとする

第7回：大学での学び「レポートの書き方①」（講義と演習）

ポイント①授業のポイント：レポート作成に必要な手順を理解し練習する

第8回：レポート課題「Society5.0は私たちに

何を求めているのか（何をすべきか）」

ポイント①レポート作成に必要な手順を理解し、レポートを作成する

第9～14回：オムニバス授業1（クラス別に担当教員による各専門分野の入門講義と課題）

ポイント①流通科学部の教員（専門分野、担当科目）を知る

第15回：スタディスキルⅠのまとめ

ポイント①スタディスキルⅠを振り返る

②教務上の注意、スタディスキルⅡについて知る

Ⅳ. 評価方法

本科目の評価方法を以下に記す。

- ・第1回～第8回：各クラス指導主任による評価（40%）
- ・オムニバス授業：各授業担当教員による評価（60%）
- ・特別な場合を除き、追・再試験は行わない。（期限内に課題を提出する習慣づけを行う）
- ・課題に対するフィードバックとして、レポートや発表に対して、随時、コメントする。
- ・レポートは採点后に返却する。

Ⅴ. オムニバス授業

＜音成陽子：個人とチームをスポーツで考える＞

1. 概要

大学生活のみならず、日常生活や社会生活において、わたしたちは個人、あるいは、チーム（集団）で活動している。その活動はどちらか一つのみで成立することはない。そのため、個々の学生は個人活動とチーム（集団）活動の得手・不得手があるものの、いずれの活動も実践していく必要がある。そこで、本授業は学生が個人活動とチーム（集団）活動のメリット・デメリットを理解しつつ、保持する技能を十分に発揮して活動できるようになることを期待して行った。

なお、スポーツは様々な競技種目があり、個人競技、チーム（集団）競技に分類できる。幼

児期から今日まで、学生は家庭、学校、地域などにおいて多様なスポーツに接してきており、個人とチーム（集団）を考える題材に適していると考え、題材として取りあげた。

2. 内容

①自分自身は個人とチーム（集団）のどちらの活動が向いているか

②個人スポーツとは

個人スポーツの定義、種目の例、デメリット、個人スポーツが向いている人

③チーム（集団）スポーツとは

チーム（集団）スポーツの定義、種目の例、デメリット、個人スポーツが向いている人

④課題「個人スポーツとチーム（集団）スポーツの良い点を250字以上で述べる

3. 授業について

教員の講義を受けながら、随時、個人で自分の意見・考えを簡単にメモし、周囲の人と意見交換を行うようにした。これらの作業を繰り返し、各自の内容を深め、レポートを作成した。課題の提出はUNIPAのWEB提出を課した。課題に取り組むにあたって、インターネット上の情報を使用することなく、できるだけ自分自身の意見・考えを述べるように求めた。レポートはスタディスキルⅠにおいて実施したレポート作成に関する講義、流通科学部ガイドブックのレポート・論文の書き方に準じて作成することを求めた。提出されたレポートに対してUNIPAでフィードバックを行った。

スタディスキルⅠ(オムニバス授業)

音成 陽子

連絡: Teamsチャット
UNIPA Q&A

研究室: 4号館3階 8B19

メモの準備



1.個人とチームの活動はどちらが向いている

自分自身について、
どちらかといえば
①個人での活動
②チームでの活動
↓
スポーツで考えてみよう

周りの人を
確認してみよう

1分 スタート

＜池田祐子：TOEIC® Test の概要と英語 E-learning の効果的な活用方法＞

1. 概要

将来の仕事に役立つ英語の資格試験として TOEIC® Program を紹介し、1 年生前期の自学自習課題である英語 E-learning への動機づけを行う。入学時に実施したプレイスメントテスト TOEIC Bridge® Listening & Reading Test により、学生は自身の TOEIC Listening & Reading テストにおける予測スコアを確認し、現在地を知ることができる。さらに、動機づけのため TOEIC® Listening & Reading Test の企業における活用事例を紹介し、英語 E-learning 「NetAcademy NEXT TOEIC® L&R Test 500点・600点・730点突破コース」の効果的な活用方法を確認する。また、「英語コミュニケーション A～D」、「Business English A&B」から「Intermediate English A&B」、「Advanced English A&B」に至る流通科学部の英語科目の系統を説明し、学生は在学 4 年間の英語学習計画を立て、TOEIC の目標スコアを設定する。

2. 内容

(1) プレイスメントテストの意義

TOEIC® Bridge と TOEIC® L&R Test の相違点・類似点を知る。

(2) TOEIC® L&R の活用事例

求人広告や企業のプログで、実社会における TOEIC® L&R の活用事例を知る。

(3) E-learning の評価方法

「英語コミュニケーション (A&B)」の成績の一部であることと、評価方法を理解する。

(4) E-learning の効果的な活用方法

E-learning の機能を使い、速読・倍速リスニング・ディクテーション等を練習する。

(5) 現在地の確認と目標設定

入学時の TOEIC 予測スコア・前期末の目標スコア、卒業時の目標スコアを設定する。

また週ごとに E-learning に費やす時間（目標）も書く。

(6) E-learning を進める

自身で学習を進め、本日の進捗状況を数値 (%) で報告する。

3. 授業について

学生は配布されたレポート用紙に講義で学んだことを記入して、講義終了時に提出した。卒業時の目標スコアについては、実社会における TOEIC® Program の活用事例を知り、500点～700点の間に設定する学生が多かった。TOEIC Bridge® L&R Test による TOEIC® L&R Test の予測スコアを、4 年後の目標スコア設定に役立てる者も見られた。

＜草野泰宏：マーケティングの市場細分化について学び、ターゲットの変更事例を考える＞

1 概要（授業の目的）

現代の消費者は、個性化や多様化が進行している。そのため我々が目にする製品は、何らかのターゲットに向けて販売されている。例えば、自動車といっても、軽自動車、コンパクトカー、SUV、セダンなど、多くの種類があり、それぞれにターゲットが設定されている。そこで私の担当したオムニバス授業では、マーケティングの基礎である STP について学び、市場を細分化しターゲットを定めることについて、理論と事例の両面から理解することを目標とした。

2 授業内容

授業の前半では自動車を事例に標的市場と市場の細分化の概要について解説した。その後、ターゲットの設定や市場細分化の軸は一貫している場合もあれば、変更されていくことも事例を交えて紹介した。BOSS とクラフトボス、他社のコーヒーを比較することでSTP の市場細分化の軸、ターゲット層、ポジショニングの変化について、パワーポイントやCM 動画を用いて紹介した。

その後、「ターゲットを変更した製品」について300字以上450字以下でまとめる、という課題を設定した。課題の構成は以下の通りである。

1. ターゲット層を変更した製品についての背景
2. STP とは何か
3. 新たなターゲット層と新製品
4. まとめ
5. 参考文献

<徐 湧>

令和5年度は「流通と暮らし—小売流通チャネルの革新」というタイトルでオムニバス授業を行っている。流通科学科では3・4次学生を対象に、専門科目として「流通チャネル論」、「国際流通論」、「卸売マネジメント」などの選択履修科目を開設している。そうした筆者が担当している科目の内容紹介や、一部の基礎知識と流通業界の中でも特に消費者に近い小売業における業態革新の最新動向を、新入生に知ってもらうために、今年度のオムニバス授業の内容として考えていた。新型コロナウイルス感染拡大以降、3年以上経って、やっと日本社会全体の落ち着きを取り戻しつつある中で、本学の対面授業も拡大している。

今年度は、スタディスキルⅠの授業も原則として対面開催となっているため、オンライン授業では学生に伝えにくかった部分の授業内容や

授業中の即時討論などを良い授業体験として、何とか講義中に採り入れられなかったのかについても、実験を試みようとした。したがって、従来の目的と合わせ、今年の講義では、「流通」、「流通機能」、「流通システム」という概念や流通関係の専門用語の英訳などを解説した際に、学部内の身近なエピソードを使い、学生が参加できるようにクイズ方式で行った。さらに、「暮らしと流通の発展—小売流通とその変化」、「業態革新とその影響」という構成の中で、コロナ禍以降、「新業態の台頭」の実例として、ユニクロやドン・キホーテ、イオン系の新しいモデルなどの小売企業の業態革新のケース・スタディを通じて、一般消費者に与える影響などについて、講義をした。また、海外の事例としても、アメリカ、中国、韓国の小売革新の先進事例を紹介し、一部ビデオ教材も利用した。

授業の内容は、高校時代にコロナの影響を大きく受けた新1年生にとっては、かなり興味を持てる内容でもあるため、ほとんどの学生は講義中に集中してくれたり、講義後の課題を真面目に取り組んでくれたりもした。最後に次年度のゼミ募集をにらんで、徐ゼミを例に、ゼミやゼミ活動についてPPTを用いて簡単な説明を行った。学生のゼミ参加へのモチベーションの向上につながることを期待したところである。

<手嶋恵美：「マーケティング」「商品開発」を学び、企業の課題解決に挑む>

1. 概要（授業の目的）

本オムニバス授業の目的は、流通科学部でマーケティングや商品開発について学んだ先輩たちが取り組んだ産学連携活動を紹介し、企業活動におけるマーケティングや商品開発の重要性を理解することである。同時に、マーケティングの基礎力を備えた若者・外者ならではの気づきやアイデアが企業の抱える課題解決に一役買った事例から、大学でマーケティングや商品開発について学ぶことの意義を考える機会とする。

2. 授業内容

授業は2部構成とし、はじめにマーケティングや商品開発を学ぶ手嶋ゼミの学生たちが大学で学んだ知識を活かして企業と連携し企業が抱える課題解決に取り組んだ事例（吉野家の若年層向け商品開発）をパワーポイント資料を用いて紹介した。

次に、消費者から見た吉野家に対するイメージや課題についてディスカッションを行い、その上で若年層向けの新たなメニュー開発に取り組んだ。授業の最後には、受講生一人一人が各自のメニュー案をイラストで紹介しながらメニューに込めた想いやアイデアについて発表を行った。終始賑やかな雰囲気の中で自由に意見交換しながら、楽しく商品開発体験ができた。

受講した学生たちからは「消費者側と企業側の両方の視点で考えるのが難しかったけれど、面白かった」「企業や地域の人たちに喜ばれるような企画ができる人になりたい」といった声を聞くことができ、「マーケティング」や「商品開発」に対する興味・関心を高めることができたのではないかと思う。

6. 「理論」から「実践」へ(学生たちの挑戦)

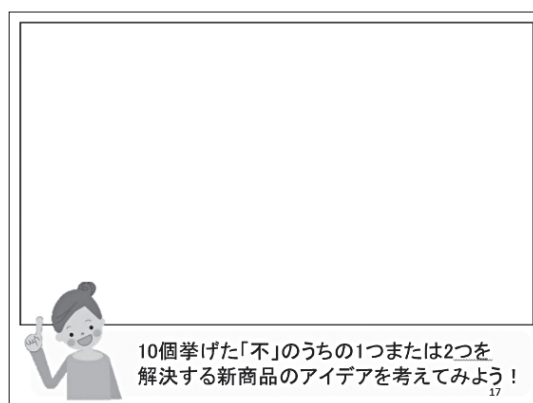
企業担当者を交えての勉強会・厨房見学



企画打ち合わせ→打ち合わせ→打ち合わせ……



13



＜土井貴之：コンビニから考える経営学＆商学とちょっとの会計学＞

1. 概要

N-Guide2023の流通科学部カリキュラムマップ(pp.101-104)を用いて、1年次前学期の科目内容を振り返ったうえで、これから何をすべきかを考えるきっかけとしてオムニバス授業を実施した。具体的には、1年次後学期の科目選択、2年次のゼミ選考やコース選択、4年次の卒業論文や卒業制作まで、学生一人ひとりが興味関心を持ち、能動的に学習する心構えが身に付けられるように授業を展開した。

授業では、学生にとって身近なコンビニエンスストア（以下、コンビニ）を事例に、消費者の立場ではなく、企業側（加盟店と本部）の視点でコンビニが直面する課題を説明し、その解決方法について考えた。なお、資料として、コンビニ大手三社の有価証券報告書やアニュアルレポート（統合報告書）、2020年に発表された公正取引委員会の「コンビニエンスストア本部と加盟店との取引等に関する実態調査報告書」を用いた。

2. 内容

- ①流通科学部カリキュラムツリーの再確認
- ②経済学・経営学・商学・会計学の概略
- ③フランチャイズに加盟したコンビニの経営者の視点からみる現状と課題

- ④コンビニ本部の視点からみる現状と課題
- ⑤上記の現状と課題を解決するための科目例
 - 経営戦略論・人的資源管理論・小売マーケティング・消費者行動論・管理会計論など
- ⑥課題（Formsより提出）
 - 各科目の重要用語および感想・今後の目標

3. 授業について

スライド資料を配布し、適宜、必要な内容についてはメモ書きするよう指示した。講義の途中でコンビニが抱える課題の解決方法について、学生同士で意見交換ができる機会を設定した。特に、課題の解決方法を考えるために、流通科学部ではどのようなコース・科目があるのかについては重点的に説明した。随時、学生からの質問を受け付け、その場で回答した。

Formsを用いて2種類の課題を設定し、WEBで回収した。第1の課題として、経済学・経営学・商学・会計学に関する重要用語や講義内容の理解が確認できるよう、選択形式の問題を用意した。また、フィードバックとして、模範解答や解説が閲覧できるように設定した。

第2の課題として、これまでの学生生活の感想とこれからの目標について考えさせた。授業の日程上、火曜日実施の科目で、第15回目の講義内で期末試験を終えていたクラスがあったものの、概ね、ポジティブな内容であった。なお、不明な点や質問についてはTeamsのチャットで受け付け、個別対応した。

＜中川 隆：食の安全・安心を高めるトレーサビリティ＞

授業テーマは「食の安全・安心を高めるトレーサビリティ」である。以下、授業の概要について述べる。

1. 牛肉の流通とBSE問題

まず、2001年9月に日本ではじめてBSE感

染牛が確認され、経済社会全般に影響を与える大問題だったことに言及した。BSE（Bovine Spongiform Encephalopathy；牛海綿状脳症）について説明した。1986年に英国ではじめて確認されて以来、欧州を中心に日本（2001年）やアメリカ（2003年）でも発生したこと、1996年にヒトの新変異型クロイツフェルト・ヤコブ病への伝播可能性が公表され、欧州で重大な社会問題になったこと、肉骨粉規制の不備や行政の危機管理体制の欠落が批判されたことについて説明した。

2. トレーサビリティって何？

上記のBSE問題が食の安全に係る意識を高める契機になったことを踏まえて、トレーサビリティ（Trace-ability；追跡可能性）について説明した。生産、加工、流通の各段階を通じて食品の移動を把握できる態勢であり、トレースフォワードとトレースバックの2種類があること、国産牛のすべてに義務的に導入されていること、消費者は、ネットで国産牛肉の生産・流通履歴を確認できることなどである。食卓で食される国産牛肉がどこで、いつ、だれが、生産、加工したものなのか、履歴を知ることができ、その手がかりとして小売店で販売される国産の牛肉には必ず個体識別番号が表示されていることについて説明した。

3. 自分で牛肉の履歴を調べてみよう！

アクティブラーニングの要素を採り入れ、①Googleなどで「牛個体識別」と検索をかけ、②（独）家畜改良センターの「個体識別情報検索サービス」のサイトに進み、③10桁番号を入力して検索する一連の作業を行った。このような実践を通じて、食品がいつ、どこで、だれが生産・加工したのか等々の情報が得られること、トレーサビリティには食品の生産と消費の間にある情報の隔たりを埋めるきわめて重要な役割があることを学生達は学んだ。

4. 牛肉以外でみられる農産物のトレーサビリティ

まず、米のトレーサビリティについて取り上げた。次に、小売店が自発的におこなうトレーサビリティについて、道の駅や農産物直売所の取組を例に説明した。店舗に出荷される青果物には生産者の氏名・住所・電話番号を記載したシールやQRコードが貼付されていることが多く、生産者を容易に追跡でき、消費者は直接生産者に問い合わせることができ、生産者は傷物を出荷できなくなるモラルハザードを抑止する効果も期待できることを説明した。

5. おわりに

以上の授業内容を踏まえ、農業生産と食料消費のあいだには、様々な企業や人々が活動を行っており、これら組織は各々、重要な役割や機能を持っていることを説明した。

本授業では、トレーサビリティを上げましたが、食の安全・安心がどのように確保され、どのような仕組みのもと、どのような経路をたどり、食卓に届くのかなど食品流通について、ぜひ関心を深めてほしいという期待を述べ、授業を結んだ。

＜西島博樹：地域ブランドとは何か＞

西島のオムニバス授業では、「地域ブランドとは何か」というテーマで講義を実施した。最初に、マーケティングにおけるブランド論の概要を解説した。まず、ブランドは、次の3つの機能がある。(1) 出所表示機能(商品を誰が生産・販売しているのかを示す)、(2) 品質保証機能(消費者の商品の品質に対する期待を保証する)、(3) 情報伝達機能(商品についての情報を伝達して消費意欲を喚起する)。また、ブランドの効果として、ロイヤルティ効果(消費者は気に入ったブランドを繰り返し購入する)と価格プレミアム効果(消費者は価格が多少高くてもそのブランドを購入する)がある。

さらに、農水産物、企業、地域でさえもブランドになり得ることを具体的な事例を提示して説明した。

以上の入門的なブランド理論を踏まえて、講義の後半では「地域ブランドとは何か」という主要テーマに立ち入った。地域ブランドは、①特定地域で生産・提供される商品であり、②他地域の商品と差別化されており、③肯定的評価を受ける個性を確立している。日本における地域ブランドの事例としては、①農産物では、夕張メロン、宇治茶、あまおう、名古屋コーチン、佐賀牛、鹿児島黒豚など、②水産物では、越前がに、広島かき、下関ふく、関あじ・関さば、呼子いか、有明のりなど、③伝統工芸品・特産品では、輪島塗、西陣織、久留米絨、博多人形、有田焼、沖縄ガラスなどが存在している。

本講義の課題として、以下のレポートを課した。

「九州・沖縄における地域ブランドを調査してレポートを作成しなさい」

＜福沢 健：吉見俊哉「ディズニーランド」を読む＞

大学の勉強の意味と、必要な技能(読解力・要約力・思考力)とを考えてもらうために、「ディズニーランド」を例にとってワークショップを行った。

東京ディズニーランドの地図、北九州スペースワールドの地図を配布して、両者の違いをグループごとに討論して、発表させた。

次に、吉見俊哉「ディズニーランド」を読ませて内容を要約させ、そこで、自分たちが漠然と考えていたディズニーランドの特徴について、「インターラクティブ性」「三次元のアニメーション」という明確なコンセプトに基づいて作られたものであることを認識させた。ここで、大学の勉強とは、理解できないような難しい理論を覚えるものではなく、自分たちが漠然と感じていたもの、感覚的に捉えているものに

ついて、論理的に説明するものであることを強調した。また、ディズニーランドの特徴については、他の立場からもさまざまな説明されていることを述べたうえで、大学の勉強とは一つの結論を覚えるものではないということも述べた。

レポートは、吉見の論文を踏まえて、ディズニーランドと他のテーマパークとの違いをまとめさせた。

＜前嶋了二＞

前嶋が担当したオムニバス授業では、論理的思考方法のなかでも特に重要とされている「クリティカルシンキング（批判的思考法）」について学習した。

高校までの教育においては、教えられたことを覚えることが学習の中心となっており、「事実」として教えられていること自体を疑ってみるという発想が養われていない場合が多い。流通科学部のほとんどのゼミでは、卒業論文の執筆を課題としており、リサーチクエスチョンを明確化し、論文自体の質を高めていくためには、早い段階における論理的思考方法の習得が求められるだけでなく、積み重ねられたロジックのひとつひとつの真偽性を確認するうえでのクリティカルシンキングを身につけておくことが必要となる。それは、実社会においても同様であり、就職後の企業における企画の作成や営業計画の作成など、様々なビジネス場面においても求められる思考方法である。

講義では、日本の観光市場に対するコロナ禍の影響について、データを用いて具体的に検証することにより、訪日観光市場を過大評価するメディア報道の真偽性について解説した。

クリティカルシンキングのエッセンス

クリティカルシンキング（Critical Thinking）：直訳「批判的思考」

ロジカルシンキングだけでは前提条件が間違っていれば、間違った結論になる

- ・「なぜ」「どうして」「本当なのか」といった疑問を忘れないこと。
- ・物事を客観的、かつ、冷静に判断するうえで大切。
- ・考え方、方法、分析結果、結論などが、本当に正しいか検証し、本質を捉える。
- ・「本当にそれが正しいのか？」という問いかけをし、客観的な視点で吟味し、よく見定めること。

ほんとかなー？



ふーん、
へー、
そうなんだー



学生への課題

【考察のポイント】

ペットボトルは、分別して捨てるから、リサイクルされている。環境省も、「92.2%を回収し、84.8%をリサイクルしている。」と公表している。だから、ペットボトルは、リサイクルボックスに捨てれば、リサイクルできる。

【ポイント1】上記の命題について、あなたは正しいと考えますか、間違っていると考えますか。
その根拠をあげて、説明してください。

【ポイント2】では、この問題を解決するために、あなたはどのように対応しますか。

【提出方法】UNIPA「課題」Web提出
【提出期限】講義の翌週の火曜日24:00
※期限を過ぎての提出は、「遅刻」とし減点しますので注意してください。



学生には SDGs に関連するトピックとして、プラスチックボトル（ペットボトル）のリサイクルに関する『環境白書2018／2019年度版』のコラムに関し、クリティカルシンキングによる反証を400字以上で行うことを課題としたレポートを課した。このレポート課題は、2020年、2022年に続き、3年間全く同じものである。提出されたレポートに対しては、UNIPA を用いて個別に添削とフィードバックを行った。

2022年と2023年のレポートについては、同じ採点基準で評価を行ったことから、両年の成績の比較を行った。評価の基準は、①正しく論理展開ができているか、②考察結果に基づく行動改善の提案ができているか、③正しい文語で記述できているかの3点とした。レポートの平均

点は、2022年度が7.08点であったのに対し、2023年度は6.35点と明らかな低下がみられた。特に論理展開の力が弱く、また、考察も不十分なレポートが多く、「提出さえすればよい」という印象を強く受けた。この点については、学力の低下だけでなく、学習意欲の低下が強く懸念される。

＜三上聡美：大学で学ぶ心理学とは？＞

1. 授業目的

本授業では、大学で学ぶ心理学とは何かについて理解するとともに、学問としての心理学は人の心の理解につながるかを考えることを目的として授業を行った。

2. 授業内容

本授業では、以下の（１）～（４）の流れで授業を進めた。

（１）心理学に対するイメージについて考える

これまでの生活で心理学に触れた経験について考えた。そして、心理学についてどのようなイメージがあるか考えた。

（２）心理学実験の体験

バーナム効果についての実験を、以下の手続きにて行った。バーナム効果とは、誰にでも当てはまるような曖昧で一般的なことを、自分にも当てはまると捉えてしまう傾向のことである。

①「講義担当者が１年生の特徴についてリスト化した項目」について、どの程度当てはまるか回答を求めた。実際のリストは、服部・小島・北上（2015）を参考に作成したバーナム効果に関するものであり、１年生の特徴をリスト化したものではない。回答についてはFormsを利用した。

②回答結果をクラスで共有した。結果について、なぜそのような結果になったのか、また、回答したリストについて気になる点はないかなど、話し合いを行った。

③実験の最後にデブリーフィングを行った。また、日常生活でみられるバーナム効果について考えた。

（３）（大学で学ぶ）学問としての心理学とは何か、についての説明

心理学とはどのような学問であるか、そして、流通科学部で受講できる心理学の科目について説明を行った。

（４）まとめとレポート作成

「心理学を学ぶことと、心を理解することは同じであるか」をテーマに、レポート作成を行った。レポート作成では、学問としての心理学と人の心の理解のつながりについて考察してまとめるとともに、スタディスキルⅠ内で学習したレポートの書き方について理解を深めることを目指した。

3. 参考文献

服部雅史、小島治幸、北上慎司（2015）『基礎から学ぶ認知心理学－人間の認識の不思議』有斐閣ストゥディア

＜持松志帆：企業組織におけるヒトのマネジメントについて＞

1. 授業概要と目的

当該科目のオムニバス授業回では経営学の学問領域である人的資源管理論や組織論、リーダーシップ論についての概要を紹介し、今後学びを深めていく際に、どのように科目が連動しているのかについて理解してもらうことを目的としている。また、企業の業務実践にこれらの理論がいかに活用され、浸透しているか、さらには、新たな取り組みとして注視されている評価軸についても理解が深まるよう、学生自身で調べ、まとめることを課題とした。これらのワークを通して、企業組織におけるヒトのマネジメントの重要性について理解を進めてもらうこと

を目的とした。

2. 授業内容

まず、組織を経営していく際に必要となる資源のヒトは、単なる労働力ではなく、企業組織に価値をもたらす資源「人的資源」として捉えることができ、企業の戦略を実践し、利益の創出に貢献する主体であることを説明した。このように、企業の根幹を支えるのはヒトであるということから財務情報だけでは正確に測ることができない企業の本質的な価値を見出す材料として、従業員や従業員が持つ知識や技能を企業の資本とみなす「人的資本」が注目されるようになったことを理解してもらった。このように人的資本に関する情報開示を契機として人への投資を先行する企業に人材や資金が集まる環境を整備・発展すべく、2023年3月期の有価証券報告書から企業に人的資本情報の開示が義務付けられるようになったことについても新しいトピックスとして捉えられるよう説明を加えた。

これらを踏まえたうえで、学生には、金融庁が2023年1月31日に提示した、「有価証券報告書におけるサステナビリティ情報に関する開示」のうち、“人的資本、多様性等の開示例”から各企業がどのように情報開示しているかを調べるワークを課した。具体的には、事例集から企業を選び、人材育成や多様性理解の実践項目を抽出し、当該企業の企業理念と関連させてマネジメントの軸をどのように据えているのかについて問うた。

3. 受講学生のリアクション

受講した学生から、具体的に企業を調べてみると、意欲的に業務に取り組むことができるよう、従業員の能力やモチベーションの維持をさせるための人材育成方針を知ることができた、というコメントが提示された。さらに、想定以上に色々な企業で「多様性」の取り組みもなさ

れており、より働きやすい職場の醸成に尽力していることが分かったとの意見も聞かれた。今回、授業を通して、企業組織におけるヒトのマネジメントの重要性を学ぶ中で、人的資源管理論や組織論、リーダーシップ論等各科目の関連性と理解を促進するという目的もある程度達成することができたようである。

Ⅵ. 授業を振り返って

初年次教育における Academic Literacy（ライティング技法、資料収集、ディスカッション、プレゼンテーションなど）を身につけることは大学での学習・研究に必要不可欠である。さらに、コロナ禍を経て多様化した大学の授業を学生が戸惑うことなく受講できるようにサポートすることも重要である。したがって、教員の支援だけでなく学生同士の相互扶助を取り入れるためのグループ活動やピア活動をより重視する授業内容・方法に取組むことが考えられる。そこで、初年次教育としては流通科学部を理解するための授業と、グループワークによる課題解決型学習を取り入れるという授業になるのではないだろうか。具体的には、大学での学び①として「流通を科学するとは何か」をテーマに学部への理解を高めることがあげられる。そして、大学での学び②として「広く社会の課題に取り組む」をテーマにグループワークを通して実社会についての関心・問題意識を持つなどの2つの授業構成が考えられる。あわせて、本科目に系統立って実施されるスタディスキルⅡ～Ⅳ、専門ゼミなどで Academic Literacy の向上にあたって、授業内容の改変の検討も必要といえる。

最後に、担当教員は可能な限り相互に授業支援についても協力的であったこと、高橋絵梨花助教、新庄慶基助教、八木優佳助手、井手亜希子助手の協力によって授業が実施できたことに感謝申し上げる。



写真1：授業風景（グループワーク）



写真2：授業風景（プレゼンテーション・PPT）



写真3：授業風景（プレゼンテーション・ポスター）