

「産学協同就業力育成講座」 実践報告



Future Skills Project 研究会では

半年間にわたる議論を受けて、実践的なプログラムを

実験講座「産学協同就業力育成講座」として実施した。

大学現場での講座の実践事例から見えてきた成果と課題を報告する。

◎産学協同就業力育成講座の狙い

講座のコンセプト、及びその実現のための具体的な方策についての紹介

P.20-21

◎実践ドキュメント

青山学院大学及び明治大学で行った実践事例を通して、講座の具体的な流れを紹介

P.22-25

◎講座の成果と浮かび上がった課題

講座の前後に行った学生調査の結果から成果と課題を報告

P.26-28

産学協同就業力育成講座の狙い

この実験講座（産学協同就業力育成講座）は、P.21の講座展開モデルの通り、グループワーク形式で二つの企業の課題に取り組む1年次対象のプログラムだ。プログラムの三つの目的「主体性を引き出す」「実際の社会を知る」「必要なスキルを知る」は、どのように展開されるのか。講座の設計について研究会事務局の平山に聞いた。

Future Skills Project 研究会事務局
ベネッセコーポレーション
大学事業部



平山恭子

自分で動かざるを得ない状況をつくる

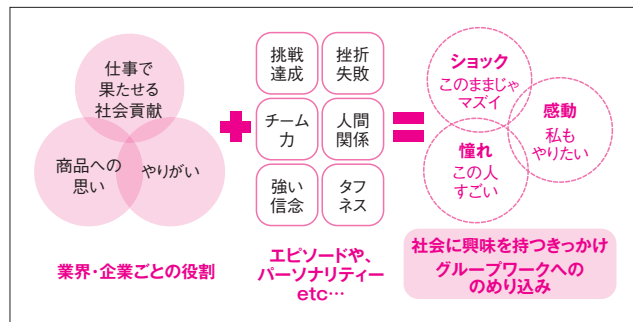
講座設計で最も意識したのは、「主体性」をどう引き出すかです。言葉で指導するだけでは、主体性は引き出せません。この講座では、細かい指示をせず、チーム運営や判断の多くを学生に任せることにしました。ほとんどの学生はグループワークの経験がありません。これから何に取り組むのかもよく分からない状況で、伝えるのは期日と最低限のルールだけ。目標の設定、スケジュールリング、役割分担も学生任せです。こうしてあえて「学生が自分で動かざるを得ない状況」をつくりました。また、講座でのグループワークは前半と後半の2回あります。前半で思うように進められない経験をさせて、後半に再挑戦させる設計としました。

そのため、中間での振り返りを重視しています。自分で判断し取り組んだ経験を基に、「なぜうまくいかなかったのか」「何を改善すべきか」などと振り返ることで、頭で分かるだけでなく、この経験を次にどう生かすか、身をもって考えることが出来るのではないかと考えたからです。

社会を知るために、事例にのめり込む仕掛けを入れた

多くのPBL(*)は半期で1企業ですが、この講座では、半期に複数の企業事例に取り組ませることにしました。業界や企業による価値観やビジネスモデルの違いを経験することで、学生の視野がより広がるのではないかと考えたからです。また、課題を提示する際にこだわったのはリアル

図1 学生の社会観（企業観）を変えるための仕掛け



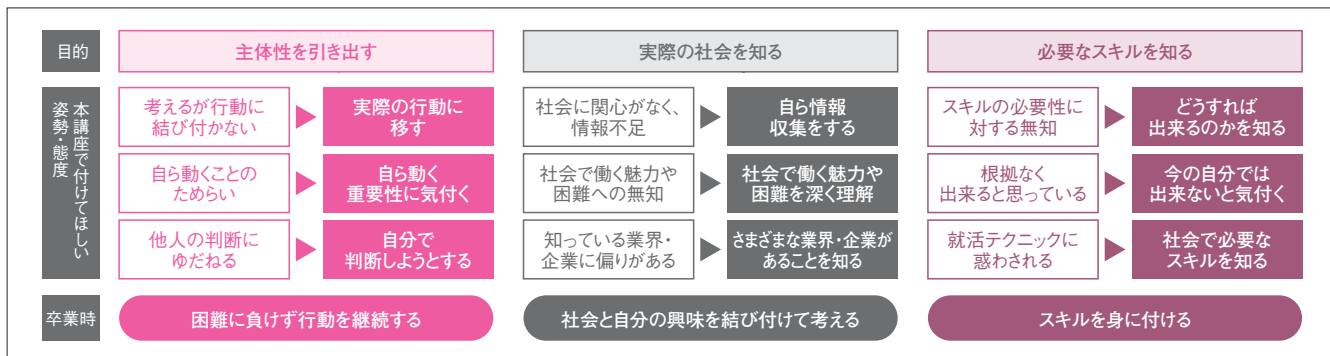
企業担当者のパーソナリティに触れることで、企業が「人で成り立っている」と実感させ、興味を喚起することも目的の一つ。憧れや感動を起こさせることを意識

さです。企業で実際に働く社員が複数回、講座に参加し、社会人としての視点や仕事への熱意を学生に伝えることで、実際に働くということを感じてもらいたい。事例にのめり込み、社会で働くことの魅力、厳しさを感じ、そうすることで社会への興味を深められると考えました。

1年次で必要なスキルに気付き、その後の学びにつなげる

1年次に講座を行う理由は、入学時の意欲の高いうちに主体性を引き出すこと、社会を知ることで学びへの目的意識を持ってもらうこと、更に、自分に必要な力やスキルを知ることです。スキルは短時間で養成できるものではありません。講座を通じた振り返りの際に、自分にはどのような力やスキルが足りないかに気付き、その後の3年間で意識してもらえるように、振り返りのポイントをいくつも用意しました。

図2 Can-Do/達成指標（本講座が目指す姿勢・態度）



「三つの目的」は抽象的な概念だったため、なるべく具体的にブレイクダウンし、講座設計の際の基準とした。行動変化を具体的に表し、企業担当者や講師の目線合わせを行った

* Project Based Learning 課題解決型授業のこと

到達目標	教えるのではなく、自ら考え、気付ききっかけを与えることを目的とする。①社会で求められる力とは②働くというものがどういうことか③社会、とりわけチームで働く際、メンバーとしてどのようにチームに貢献し、自らの力を発揮していくのか等を疑似体験を通して考えさせる。
授業概要	体験を重視し、グループ活動による演習を中心に行う。二つの企業の事例に基づき、実際に業務を担当する社員の方を招き、学びを深める。
企業担当者、講師の役割	企業担当者と学生は上司・部下という縦の関係。課題を与えるだけでなく、仕事を通じた社会貢献、商品への思い、やりがい、失敗経験などを学生に語る。講師と学生はナナメの関係。ファシリテーターの役割。教えるのではなく、議論を整理し、考えを深めるための問いを発する。

	コマ	内容		
前半 最初から教え込むのではなく最低限のルールの下、まず、体験させる。	1	<ul style="list-style-type: none"> マインドセット 講座の全体像の説明 グランドルールの説明 議論やプレゼンテーションの方法の説明 	マインドセット 最初に「教えてもらうのではなく、自分たちで考える講座」であることを伝え、最低限のチーム活動のルールだけを説明。学生はチームで自分はどうすべきかを考える。「答え」のない学びへと意識転換を図る。	
	2★	企業事例①	企業からの課題説明 企業担当者が学生に業務指示の形で課題を示す。企業担当者は課題説明に加え、自社の紹介、仕事・商品にかかる思いや仕事の厳しさも伝える。学生はチームごとに目標設定や活動計画を検討する。	
	3		企業質問会 ここでも企業担当者が講座に参加。部下（学生）からの途中経過報告と質問を受ける。学生はここでフィードバックを受け、プレゼンテーションに向け、軌道修正を行う。	
	4★		プレゼンテーション ■プレゼンテーションと企業担当者による評価 学生が企業担当者（上司）に取り組みの成果をプレゼンテーションする。企業担当者は、企業の視点で学生に厳しくフィードバック。企業の価値観や求められるレベルと自分たちとの差を感じるコマになる。 ■内省と他者評価 プレゼンテーションの結果を基に、最終評価だけでなく、チーム活動や個人活動も振り返る。内省による振り返りだけでなく、チーム内、クラス内で議論・共有し、より強い自覚を促す。	
	5			
	6			
	7★		<ul style="list-style-type: none"> グループ活動（議論・情報収集） グループ活動（議論・情報収集） プレゼンテーションと講評 振り返り（内省と他者評価） 	チーム再編成 前半の学びや反省を後半の行動に生かす
8	<ul style="list-style-type: none"> 前半の振り返りと後半の行動目標立案 チーム再編成 思考を整理し深めるためのスキル紹介 		前半の振り返りと後半の行動目標立案 ■個人の振り返り 前半の学びを後半につなげる。実際に失敗した経験をベースにして、学生自身が後半の行動指針をつくる。適宜、講師が指摘することで、より具体的な内容にする。 ■チームの振り返り チーム単位では、講師と共にプレゼンテーションの内容を振り返り、次の事例に生かせることなどを検討する。	
後半 体験したことをベースにして、自らルールを考えて実践するところもトピックさせる。	9★	企業事例②	全体の振り返り 後半の活動と講座全体について振り返る。講座で学んだことを今後の学生生活に具体的にどう生かすかを考えさせる。自分自身の反省や振り返りを、頭で考えるだけでなく、言葉にして相手に伝えることで、より具体的な行動につなげさせる。	
	10			
	11★			
	12			
	13			
	14★		<ul style="list-style-type: none"> グループ活動（議論・情報収集） グループ活動（議論・情報収集） プレゼンテーションと講評 振り返り（内省と他者評価） 	
	15		<ul style="list-style-type: none"> 全体の振り返り 今後の目標 	

★は企業担当者が参加

■学生の振り返りをフォローするツール

学生が自分自身を振り返る時、頭で考えるだけでなく、紙にアウトプットすることで内省をより深めることが出来るように、フォローするツールを用意した。

<CREDOカード>

講座への意気込みやチームや自分自身への約束事など、講座の度に振り返ることが出来るカードを運用。毎回の講座後、自分で決めた約束事に対して、どの程度達成できたかを自己採点することで、振り返りの効果を高める。



<チーム振り返りシート／個人振り返りシート>

事例を通じた気付きや課題を、個人・チームごとに振り返る。個人だけではなく、チームとしての振り返りも議論しながらまとめ、反省を客観化・言語化する。単なる講座の反省にとどめず、講座後の学生生活や学びでも生かせるものにする狙う。






課題 「整髪料『FOGBAR（フォグバー）』の担当者として、競合ブランドから首位を奪い、No.1ポジションを盤石化するためのブランド育成戦略を提案しなさい」

狙い ブランドマーケティングを知り、製品にどれだけの人が携わり、どのような狙い、思いで市場に提供されるのかを知る。また、バリューチェーンを知り、多様な切り口でのブランド戦略を考える。実際に、企業が行うようなフィールドワークを行い、顧客の行動やマインドをヒントに商品戦略を立案する。

■企業担当者：株式会社資生堂 スナイデン房子 担当講師：合同会社百花 齋藤耕太

経営学部の1年生を対象として、前期日程19コマで実施。1コマ90分で1コマ目以外は同日に2コマ連続で実施。単位認定は、出欠、レポート、グループ貢献、チームによるプレゼンテーションの評価を総合して評価。前半は資生堂が協力企業として4コマに参加。

授業日程	内容
1コマ目 (4月13日)	<ul style="list-style-type: none"> 導入～担当教員からの説明、受講に当たっての心構え 講師からシラバス、講座のルールの説明
2コマ目★ (4月20日)	<ul style="list-style-type: none"> 企業担当者より『FOGBAR』の開発から今に至る経緯に関するプレゼンテーション 講師によるQ&Aセッション
3コマ目 (4月20日)	<ul style="list-style-type: none"> ロードマップ作成、チーム内役割分担決定、ゴールの共有、フィールドワーク計画
4コマ目★ (4月27日)	<ul style="list-style-type: none"> フィールドワークデータ共有、議論、企業質問会準備 
5コマ目★ (4月27日)	
6コマ目 (5月11日)	<ul style="list-style-type: none"> 議論 
7コマ目 (5月11日)	<ul style="list-style-type: none"> 議論、発表資料作成、発表練習
8コマ目★ (5月18日)	<ul style="list-style-type: none"> チームによるプレゼンテーション 
9コマ目 (5月18日)	<ul style="list-style-type: none"> 個人・チームの振り返り 他者評価

★は企業担当者が参加

学生自身がフォーマットを考える

抽選により、100人の応募者から42人が受講することに。緊張の面持ちで企業担当者からの事例紹介を受ける。学生たちは資生堂担当者の本格的なプレゼンテーションを目の当たりにして、すっかり『FOGBAR』に感情移入して講座に臨むこととなった。

(企業担当者コメント) 講座に対してスムーズに入れるように、学生にとって身近な商品を取り上げました。しかし、マーケティングの知識を持たない中での取り組みです。学生には「頭がちぎれるほど」考え抜いてもらおうという思いでした。

(講師コメント) スケジュール作成に当たって、大きな流れだけを説明しました。出来るだけ自分たちの考えでトライさせた方が主体性を引き出しやすいと考え、細かいフォーマットは学生たちに考えさせて、私はグループを回って適宜アドバイスをするにとどめました。

当事者意識が欠落したグループも

どのチームも授業の時間だけでは終わらず、授業外でも活発に議論や調査を行った様子。中には200人を対象にアンケートを行ったところも。企業質問会では、企業担当者に対して中間報告をして指摘をもらうはずだったが、うまくかみ合わない。「なぜ改良しないのか」など、本来、授業で自分たちが考えるべきことを、上司（企業担当者）に質問してしまう場面が目立った。質問会后、講師から「資生堂の社員の一員という意識は足りていたか？」という投げ掛けをされ、うなだれる学生も……。

(講師コメント) 企業質問会では企業担当者に仮説を聞いてもらう狙いがありましたが、単なる商品に対する批判に走るなど、企業の一員としての当事者意識が欠落していると感じられました。6・7コマ目では、どのグループも提案内容の大きな方向性は決まっていたが、詰めが甘い状態。「提案するにはここまで詰める必要がある」などと指摘し、再考を迫りました。

ブランド戦略の最終提案

いよいよプレゼンテーション。中にはスーツで身を固めたチームもあり、本気度が伝わる。グループごとに発表し、企業担当者から講評をもらう。企業からの講評では、「頑張るのは当たり前。正解が何か分からない中で戦うのが社会人」とのアドバイスもあった。前半の最後となる9コマ目では、これまでの講座を通して学んだことや次に生かしたいことなどを振り返った。

(講師コメント) 学生評価と企業評価の両方を行いました。学生がプレゼンテーションの上手なグループを選んだのに対し、企業担当者はブランド戦略の内容で判断しました。学生は、表面よりも中身が大事という企業の考え方を実感したようでした。

コマが進むごとに企業担当者や講師の指摘を受けて軌道修正し、最終的なブランド戦略のクオリティはなかなか高かったと感じます。

学生の声

- 毎回脱線することがあり、その結果、目標を見据えた議論が出来なかった。今後は目的を確認しながら議論したい。
- 社員の方が「何を聞きたいのか」をしっかりと考え、それに基づいたプレゼンテーションをする。根拠が大切だと痛感。
- 考えに対する根拠があいまいで、最終的な目的を達成するための議論が足りなかった。

■青山学院大学での学生のプレゼンテーション

- 1班：「イメージ刷新」パッケージのバリエーションを増やして飽きない展開
- 2班：「リピーターと女性客を増やす」『FOGBAR』の使用法浸透と、女性客向けのバリエーション展開・イメージ刷新
- 3班：「使いやすさUP」商品のノズル改善・セット力強化
- 4班：「商品認知+使い方の浸透」駅ナカ店とトレインチャンネルを融合した告知展開
- 5班：「万能ストロング&トライアル率UP&機能改善」セット力が弱いイメージを万能ストロングをテコに改善する策
- 6班：「より多様なニーズを受け入れる商品改善案」男性向けには「自分でセット力」・女性向けには「香り」をカスタマイズできる新展開
- 7班：「身近なイメージ強調」カッコよさにプラスして、手軽感・携帯性を強調。日常に使えるイメージ強化

*本文中のプロフィールは全て取材時のものです

課題	「顧客と企業の信頼を築くために行っているVOC（Voice of Customer）活動を知り、その活動を追体験しなさい」
狙い	「身近な商品・サービスが、緻密な企業努力の下で存在していること」「顧客からの信頼と支持を得るために、企業が不断の努力を続けていること」への理解を促す。「お客様の視点」での行動が必要であることを伝え、そのベースとなるコミュニケーション能力、課題設定力、他者を理解する姿勢の大切さを実感してもらう。

■企業担当者：サントリーホールディングス株式会社 折井雅子 担当講師：株式会社 GGC 藤岡慎二

商学部の1年生を対象として、前期日程の12コマ（1コマ90分）で実施。単位認定は、出欠、レポート、グループ貢献、チームのプレゼンテーション評価、以上の項目を総合して評価。前半はサントリーが協力企業として3コマに参加。

授業日程	内容
1コマ目 (5月2日)	<ul style="list-style-type: none"> 導入～担当教員からの説明、受講に当たっての心構え 講師からシラバス、講座のルールの説明
2コマ目★ (5月9日)	<ul style="list-style-type: none"> 企業担当者よりVOC活動に関するプレゼンテーション 講師によるQ&Aセッション ロードマップ作成、チーム内役割分担決定、ゴールの共有、フィールドワーク計画
3コマ目 (5月16日)	<ul style="list-style-type: none"> フィールドワークデータ共有、議論、企業質問会準備 
4コマ目★ (5月23日)	<ul style="list-style-type: none"> グループごとに企業質問会、議論 
5コマ目 (5月30日)	<ul style="list-style-type: none"> 議論、発表資料作成、発表練習
6コマ目★ (6月6日)	<ul style="list-style-type: none"> チームによるプレゼンテーション
7コマ目 (6月13日)	<ul style="list-style-type: none"> 個人・チームの振り返り 他者評価 

★は企業担当者が参加

課題を理解しきれない学生も

49人が講座を受講。1コマ目は、講座内容やルールの説明。「自分たちで議論して進める」という授業形式に興味を持って参加した学生や、「就職が不安で今から何かをしておきたい」など、講座への期待感はさまざま。2コマ目は、サントリーの担当者による事例紹介。難易度の高い課題に困惑の表情も。

（企業担当者コメント） 抽象度が高く難しいテーマですが、VOC活動の一端を追体験することで、立場の異なる相手と積極的にコミュニケーションを取る力、立場の違う多様な他者を理解・想像する力、自ら課題を見付ける力を、プロセスを通して「学ぶというより気付いてほしい」という思いで設定しました。

（講師コメント） 入学直後のため、やる気をみなぎらせる学生が多い印象でした。ただ、サントリーの「VOC活動」を理解しきれない学生もいたようです。進め方については、プレゼンテーションの日程などを伝えるのみで、基本的に学生自身に考えさせるようにしました。グループワークに慣れていない学生もいて、話し合いがスムーズに進まないグループも目立ちました。

企業担当者からの指摘

3コマ目は、課題についてグループで議論し、次の時間の企業質問会に備える。授業だけでは時間が足りず、どのグループも授業外活動によって情報収集をしたり議論を深めたり。課題について身の回りの人へのヒアリングやアンケートなどを集め、中には200件以上のフィールドワークを行ったグループもあった。

（講師コメント） どのグループも授業外活動を含めてかなり時間をかけたという自負があったようですが、企業担当者から「狭い視野で考えていないか」「視点が偏っていないか」「目的にかなっているか」と指摘を受け、肩を落とす学生も。課題について考えを深めるより、良い評価を得たいという考えが強く、提案の方向性がずれていたようでした。学生たちは軌道修正を図りましたが、「プレゼンテーションまでに間に合うのか？」と明らかに焦っていました。

プレゼンテーションではレベルの高い提案も

焦りの中、プレゼンテーションを実施。直前まで意見が一致せず、雲気悪くなるチームも。多くのチームが自信のないままプレゼンテーションに臨む。ところが、プレゼンテーションでは企業質問会の時と比べ、「提案内容がかなり向上した」という評価を受け、多くの学生が喜ぶ。つまずきが多く、振り返りがいのある前半となった。

（講師コメント） 5コマ目の議論では、なかなかテーマを深掘り出来ないグループもあって、もっとロジカルに考えるように指示しました。振り返りでは、「意見をまとめるのが難しい」「情報共有がなかなか出来ない」など、課題が多く残り、次への気付きにつながりました。

学生の声

- 方向性が決まって話し合いが盛り上がってきた時に、そのまま突っ走らないで、それで本当によいのか疑問を持って立ち止まってみることが大切だと思った。
- グループワークでは、掘り下げ作業、視野を広くする、常に目的を念頭に置くということを重視して活動すべきと感じた。
- 時間調整がうまく出来ず、時間が足りなくなりました。

■明治大学での学生のプレゼンテーション

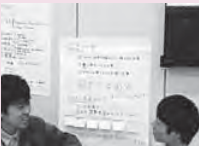


- A班：「商品ブランドの背景にある企業ブランドをアピールしていくべき」顧客のイメージが「商品そのもの」でとどまっていることに注目
- B班：「『安全性のアピール』と子どもからのVOC活動を積極的に集めるべき」インタビューで収集した声を年代別に分析し、類似点と相違点を抽出
- C班：「『指摘すること』のマイナスイメージを払しょくするべき」インタビューした声から企業へ指摘することの背景考察を追体験
- D班：「『社会貢献』をもっとアピールすべき」「安全性」は当たり前。サントリーの社会貢献が認知されていないことに注目
- E班：「VOC活動自体をもっと知ってもらうべき」「お客様との相互コミュニケーションを重視」する姿勢が顧客に知られていないことに注目
- F班：「積極的にお客様の声を取りに行くべき」「わざわざ企業に指摘する人は少ない」という事実注目
- G班：「VOC活動をアピール。もっと積極的に指摘してもらえるようにすべき」お客様センターへ電話するのは抵抗感がある。顧客の自発的意見をもっと誘発したい

課題 「より良い社会を実現するために魅力的と考える投資対象を決め、その根拠も示さない」

狙い 投資の魅力とは、未来の創造である。市場に対しての夢とコンセプトを見いだすことで、リサーチや商品形成、伝達に対するマッチングを図る。証券とはさまざまなプロセスで成り立っており、その側面を体感することで、経済を身近なものとして感じてもらう。また、自主的に調べることで、社会に対する理解の深まりを促す。

■企業担当者：野村証券株式会社 藤岡長道 担当講師：合同会社百花 齋藤耕太

後半は野村証券が協力企業として2コマに参加。42人の学生全員が途中で脱落することなく修了。

授業日程	内容
10コマ目 (5月25日)	<ul style="list-style-type: none"> 必要だったスキルが何か振り返る 新チーム編成、チーム内役割分担決定
11コマ目 ★ (5月25日)	<ul style="list-style-type: none"> 企業担当者より投資・お金の話に関するプレゼンテーション 講師によるQ&Aセッション ロードマップ作成、ゴールの共有
12コマ目 (6月1日)	<ul style="list-style-type: none"> 議論 
13コマ目 (6月1日)	
14コマ目 (6月8日)	<ul style="list-style-type: none"> グループごとに講師に中間発表 議論、発表資料作成、発表練習
15コマ目 (6月8日)	
16コマ目 ★ (6月15日)	<ul style="list-style-type: none"> チームによるプレゼンテーション 
17コマ目 (6月15日)	<ul style="list-style-type: none"> 個人・チームの振り返り 他者評価 
18コマ目 (6月22日)	<ul style="list-style-type: none"> 講座全体の振り返り(個人・チーム・他者)・チーム内共有 修了式
19コマ目 (6月22日)	

★は企業担当者が参加

「説明責任」の重要性

振り返りを経て、グループ再編。講師から「説明責任」という言葉でのフィードバックが行われた。事実に基づいて合理的に結論を出すことの大切さや、テーマを掘り下げ、相手に意見を伝える時のポイントなどが説明された。その後、野村証券の担当者から、課題やその背景を伝えられ、議論に入る。学生たちは、前半の反省もあって、目的をその都度確認し、思いつきだけで突っ走ることなく議論を進める。模造紙などの活用が目立ったのもこの頃だ。

（講師コメント）前半で根拠を持って説明することの大切さを実感していたため、後半の最初に「説明責任」という言葉を使って改めて考えさせました。野村証券の課題は自由度が高いため、多くの選択肢の中からロジカルに考えてベストな選択をするように指示。「より良い社会を実現するために」という前提に、学生たちは頭を抱えたようです。

論理的に考えようとする姿勢

講師に対して中間発表を行った後、議論を継続。16コマ目でプレゼンテーションを行い、企業担当者から評価や総評を受けた。「説明責任」を意識したせいか「なぜそうなるのか?」「根拠はどんなものか?」などをきちんと説明しようとする姿が目立った。

（講師コメント）前半に比べてアウトプットのレベルはさほど上がっていませんでしたが、論理的に考えようとする姿勢は強くなりました。前半は講師が着眼点まで誘導しないとなかなか考えが深まりませんでした。後半は自分たちで考えるべきポイントを絞ることが出来ました。また前半に比べて、個々の学生から出される意見が格段に増え、議論も活性化していました。

考えを深める大切さを実感

前半・後半を通しての振り返りを実施。1人1分程度のスピーチを行い、自分なりの成果やこれからの学生生活に生かしたいことなどを発表して全体で共有した。無事に終了してホッとしたような表情を見せる学生、今後への期待を語る学生、早く次に何かをしなくてはという焦りが出てきた学生などさまざまだった。

（講師コメント）講座を通して、学生は考えを深めることの難しさを実感していたようです。その経験から、多くの学生が社会で働く面白さや厳しさを実感してくれたと感じました。

学生の声

- メンバーの中で違うイメージがあったりしたので、イメージを早めに共有するべきだと感じた。
- 自分たちが提案していることの根拠をきちんと提示し、どういう順序で伝えればよいかを吟味することを重視するべきだと思う。
- 考えが偏り過ぎないように、常に客観的に見るのが大事。また、伝えたい内容をしっかりと自分で理解してまとめることが必要。

齋藤講師の総括

何よりも「本物」の企業人や企業事例に触られたことが、学生がのめり込んで取り組めた要因だと思います。本気で学んだからこそ、主体性も自然と引き出されましたし、社会を疑似体験することも出来ました。1年次の導入講座としては十分な成果が得られたと感じています。もっとも、この講座はあくまでも「きっかけ」ですから、今後の学生生活や学習につなげてほしいと思います。

■青山学院大学での学生のプレゼンテーション



- 1班:「企業と大学のコラボレーションによる人材育成への投資」より有用な社会人を養成するための産学協同教育
- 2班:「スカイブ英会話会社への投資」優秀な日本人のアイデアを世界に流通させる。グローバル人材育成のための投資
- 3班:「水ビジネスへの投資」水不足が予想される今後の世界。全ての人々にとって必要な「水」に投資する
- 4班:「ミドリムシへの投資」ミドリムシを飼育・食用、有機エネルギーに活用する会社への投資
- 5班:「藻への投資」エネルギー問題を解決し、安定した未来を想定。藻から油を抽出する技術への投資
- 6班:「iPS細胞技術への投資」健康で長生きできる社会を想定し、iPS細胞技術に投資
- 7班:「発展途上国でのLED事業立ち上げに投資」地球温暖化を防ぐためのLED電球技術、発展途上国での開発への投資

課題 「より良い社会を実現するために魅力的と考える投資対象を決め、その根拠も示さない」

狙い 投資の魅力とは、未来の創造である。市場に対しての夢とコンセプトを見いだすことで、リサーチや商品形成、伝達に対するマッチングを図る。証券とはさまざまなプロセスで成り立っており、その側面を体感することで、経済を身近なものとして感じてもらう。また、自主的に調べることで、社会に対する理解の深まりを促す。

■企業担当者：野村證券株式会社 藤岡長道 担当講師：株式会社 GGC 藤岡慎二

後半は野村證券が協力企業として2コマに参加。49人の学生全員が途中で脱落することなく修了。

授業日程	内容
8コマ目 ★ (6月20日)	<ul style="list-style-type: none"> 企業担当者より投資、お金の話に関するプレゼンテーション 講師による Q&A セッション ロードマップ作成、ゴールの共有
9コマ目 (6月27日)	<ul style="list-style-type: none"> 議論 
10コマ目 (7月4日)	<ul style="list-style-type: none"> グループごとに講師に中間発表 議論、発表資料作成、発表練習
11コマ目 ★ (7月11日)	<ul style="list-style-type: none"> チームによるプレゼンテーション 
12コマ目 (7月18日)	<ul style="list-style-type: none"> 個人・チームの振り返り 他者評価 講座全体の振り返り

★は企業担当者が参加

深く考えようとしにくい傾向

サントリーが「お客様の声」という比較的身近なテーマだったのに対し、「より良い社会を実現するための魅力的な投資先」という抽象度の高いテーマだったので、議論の糸口が見つけれないチームが多かった。

(講師コメント) すぐに答えを出そうとする姿勢が気になりました。考え抜くことを避けて、思いつきのアイデアで済ませてしまおうとする傾向があったように思えます。学生には、視野を広く持つことの大切さや根拠を持ってロジカルに説明することの必要性などを繰り返し説明しました。それでも、前半に比べると、ものの見方や考え方は広がっているように感じられました。

論点を絞る力が育っている

10コマ目は、講師に対する中間発表を行ってから議論を継続。講師から「なぜ？なぜ？」と繰り返し問いかけられ、答えに窮する学生も。うまく説明できないもどかしさを何とか言葉にしたいという気持ちが垣間見える。後半は全5コマと少なく、講座だけでは時間が足りず、講座外の自発的な活動で補っていたようだ。

(講師コメント) テーマを深掘りして考える必要性を繰り返し述べたこともあり、前半より深く考えられた提案内容が多かったように感じられました。しかし、時間の制約があったこともあり、もっと議論を深められれば、という残念さが学生の間に残っていたようです。何を考えなければならぬかといった論点を絞る力は徐々に育っているようです。

チーム内で感じたことを真摯に受け止めていた

最後は、個人及びチームの振り返り、また講座全体の振り返り。充実感を持ちつつも、グループでのワークや議論が足りないことを反省する弁も目立った。

(講師コメント) 講義の最後には、学生の成長度を褒めました。もちろん、社会人には遠く及びませんが、企業担当者に言われたこと、講師に言われたこと、自分たちがチーム内で感じたことを真摯に受け止めて成長したと強く感じました。

学生の声

- 本来はデータ→主張でなくてはならないのに、主張に合うようなデータを探すという感じになってしまったところがあった。
- 自分の意見以外を否定する方向に走るのをやめて、他の人の意見をより良くするように考えることが大切だと感じた。
- 大筋を決めてから肉付けしていったことが一貫性につながったと思う。

藤岡講師の総括

入学直後のやる気がある時期だからこそ、大きな意味がありました。悪い意味での学生気分に浸る前に、今後の学生生活で何を学ぶべきかに気付くことが出来たと思います。4年間の過ごし方は、講座に参加していない学生と比べて大きく変わるのではないのでしょうか。まだまだ考え抜く力などに未熟さはあると感じましたが、そうした改善すべき点を学生それぞれが自覚しているようでした。学生たちの今後に期待しています。

■明治大学での学生のプレゼンテーション

- A班：「障害者雇用促進への投資」さまざまな立場の人が共に働き、相互に影響し合う社会を「より良い社会」と定義し、考察
- B班：「電子マネーの普及に投資」身近な事例から、日常のわずらわしさを限りなく払しょくすることに着目
- C班：「バンングラデシュを支援できる企業への投資」発展途上国の課題を解決することで、回り回って大きなリターンを手にする
- D班：「未就学児からの英語教育への投資」子どもが夢を持ち、国際的に活躍できるチャンスを増やすことで、個人・社会が豊かになる
- E班：「自動翻訳技術への投資」人々が言葉の壁に阻まれず、気軽に行き来、コミュニケーションが出来る社会につながる
- F班：「へき地医療への投資」医療の地域格差をなくすために、技術面・人材面からバックアップする
- G班：「海底資源採掘への投資」我が国が資源大国になる可能性に賭ける

三つの目的は
達成できたのか？

講座の成果と 浮かび上がった課題

この講座を通して、学生はどのような変化を見せたのか。
三つの目的に沿って検証してみたい。

【目的1】 主体性を引き出す

自ら動く主体性は見られたが、チーム内での主体性の発揮が課題

主体性をうかがわせる多くの学生の声

この講座では、学生から引き出したい主体性を「実際の行動に移す」「自ら動く重要性に気付く」「自分で判断しようとする」という三つの観点から捉えている。講座後のアンケートを見ると、学生の声には主体性が引き出されたことをうかがわせる内容が多く含まれている。

「実際の行動に移す」については、「授業時間以外でも、アンケートを作成したり、学外で調査をしたりするなど、自ら動いた」といった声が寄せられた。直前まで高校生であり、当初は受け身の姿勢の学生が少なからずいたが、講座が進むにつれ目標を達成するには自分から動かなければならないと多くの学生が感じたようだ。どのグループでも授業時間外に自発的に情報収集や議論を行い、1週間に平均3回、計7時間、中には1週間に7回、計25時間にわたって授業外活動をしたグループもあった。

「自ら動く重要性に気付く」という観点では、「自分で何をすべきかを考え、行動し、課された責任をきちんと果たすようになった」「以前は他人任せだったが、自分で考えることが出来るようになった」といった具体的な感想が目立つ。当初は遠慮がちな姿も見られた。しかし、グループワークは皆が他人任せの状態では一向に進まないことに気付き、自分から意見を発信する学生が増え、ディスカッションは活性化するようになった。

プログラムを通して自信を付けていく学生たち

自ら考えるようになった結果、自分で判断しようとする姿勢も生まれた。「自分の中で『なぜ』と考え、相手が納得するまで話し合いたいと思うようになった」「相手の意見を受け入れつつ、自分の意見を伝えられた」といった声が象徴的だ。自分の考えを持ちながら、相手の考えを尊重した学生が多く見られ、コミュニケーションに不可欠な協調的な姿勢が身に付きつつあることをうかがわせる。

社会人に求められる力を尋ねた質問でも、「周囲との協調性。仕事は一人では出来ない」「仕事はチームやペアで

行うので、コミュニケーション能力が重要」など、協調性やコミュニケーション能力を挙げる学生は多かった。

また、講座前アンケートでは、自信のなさが垣間見える回答が多かったが、講座後アンケートでは自分が考えていた以上にグループに貢献できたと自己評価する学生がとて目立った。活動の中で、周囲のメンバーや雰囲気に背中を押されて主体的な姿勢へと変化していく学生が多くを占めていたようだ。

学生の声

- 今までの授業や勉強と違って、考える力がすごく付いたし、主体的、積極的になることが出来たと思います。以前は、他の人と違う意見は言えませんでした。この講座では「このように言おう」と、どんどん意見を言えました。前半はまだ恥ずかしさがありましたが、後半は全く違いました。皆がとても積極的で、私もそれに近づかなければと思っていたら、自然にそうなったのだと思います。
- 自分に足りないことを学んだ感じがします。これまでの学習は課題を見て答えを探す感じでしたが、この講座では、「自分で仕事を生み出す」という姿勢が必要でした。そのように取り組まなければ、いつまでたっても受け身になってしまい、何も先に進まないと思いました。

齋藤講師から見た主体性

他者との衝突を避ける姿勢が今後の課題

講座開始当初は、学生たちは自発的に活動することが出来ませんでした。しかし、議論の道筋となるヒントを与え、失敗を恐れずに適切な動機付けを与えると、積極的に取り組むようになりました。そして、講座の後半には、講師からの動機付けがなくても、主体的に課題に取り組むようになり、グループ内での議論も活発化しました。

ただし、自分の意見を言うことに対しては主体性を発揮できたものの、他の学生の意見に対して「批判」を出来るようになるまでには至りませんでした。他者と衝突するリスクがある時にも、主体的に発言して行動することが社会では求められるため、この点が学生の今後の課題といえます。

データ 講座前後の大学生の意識の変化

図1 主体性を引き出す
「常に自分の意見を持つようにしている」

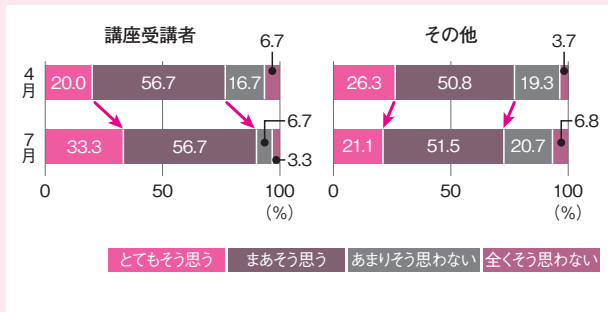
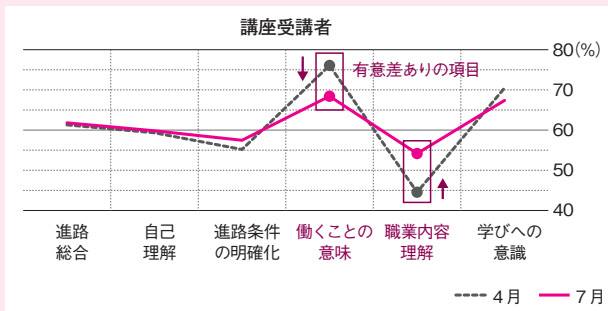


図2 社会を知る「働くことの意味・職業内容の理解」



このデータは、講座の効果検証のために学部1年生全員に実施した『大学生基礎力調査』の結果で、講座前と講座後で学生にどのような意識の変化があったかを示したものだ。左側は講座受講者、右側はその他（講座を受講していない学生）の結果である。

図1では、「常に自分の意見を持つようにしている」という質問に対して、「とてもそう思う」と回答した学生が講座受講者は増えているのに対して、講座を受講していない学生は減少している。図2の「働くことの意味・職業内容の理解」のデータを見ると、講座受講者は「働くことの意味」のスコアが下がっているが、逆に「職業内容理解」のスコアは上がっている。講座受講前、社会で働く魅力や困難をあまり知らない中で、社会に出ることに対してプラスのイメージや根拠のない自信を持っていた学生が、企業の担当者との交流によって、職業内容と社会で働く魅力や困難を理解し、「今の自分で通じるのか」「もっと自分の知識やスキルを伸ばす必要があるのではないか」と、働くことに対する意識が変化したと思われる。

出典：ベネッセコーポレーション大学事業部「大学生基礎力調査」

【目的2】 実際の社会を知る 社会で求められる力のレベルの高さを痛感

社会の厳しさの裏側にやりがいがあることを実感

社会を知ることは、主体性を引き出す上で、また4年間の学びの目標を自ら設定する上で大切な目標と位置付けている。この目標は、「自ら情報収集をする」「社会で働く魅力や困難を深く理解する」「さまざまな業界、企業があることを知る」という観点で捉えられている。

まず、「自ら情報収集をする」という観点だが、情報収集は、授業時間が限られていたため、主に授業外活動で行われた。前述の通り、各グループは自発的に授業外活動を実施していたが、学生も「自分の中で満足がいくものが出るまで妥協しなかった」などと述べており、ゴールイメージを持って自ら動いた様子をうかがわせる。

学生の社会に対するイメージは、「早く社会に出てみたい」という楽観的なものか、「怖い」「厳しそう」という不安なものかで二極化している。だが、いずれの場合も、実態を知らずにイメージだけで語っている学生が多かった。

しかし、講座に取り組む過程で「大変とだけ思っていたが、やりがいや楽しいこともありそう」「厳しいイメージがある一方で、自分次第でどんなことも成し遂げられる場だと思う」などと、社会に対する具体的なイメージを持ち、

厳しさの裏側に達成感や喜びがあることにほぼ全ての学生が気付いていることが、アンケートの回答から把握できる。

一つではなく、二つの企業事例に取り組んだことは、社会への理解を深める上でもプラスだったようだ。学生からは、「企業の方と話して、社会のいろいろな事情を知った。もっとたくさんの企業の方々とかわるような授業を受けたい」といった声が寄せられている。

学生の声

- もともと社会に出るといことは、プラスのイメージでした。講座を受けた今は、プラスもマイナスも両方を感じています。怖さや不安、シビアさも実感し、不安と期待が両方合わさったような気持ちです。
- 野村證券の課題に取り組んだ際に、「BOPビジネス」の話がグループで出てきましたが、私は聞いたこともありませんでした。他にも知らない知識がたくさんあったので、もっと勉強して知識を増やさなければと思いました。
- 資生堂の商品にかける思いの強さは学生生活にも生かせると思いましたし、企業の方が言われていた「自分の仕事を通してお客様に幸せを与える」という考え方は自分が仕事をする時に生かせると思いました。

自らの力不足を実感し身に付けるべきスキルを理解

この目標は、「今の自分では出来ないと気付く」「どうすれば出来るのかを知る」「社会で必要なスキルを知る」という観点がある。

必要なスキルに関してFSP研究会では、この講座はあくまでも気付きの場であり、今後の学びや大学生活を通じて意識的に身に付けていくものと考えている。企業事例に取り組む過程で苦しみ、自分に不足する力を実感する経験を通して、「今の自分では出来ないと気付く」ことは、今後の学習につながる極めて重要な観点である。

これは社会を知ることと表裏の関係にあり、社会に対する理解が深まったからこそ、自分では出来ないことに気付いたといえるだろう。「社会に対しては、少し怖いイメージがある。それはまだ求められる能力が備わっていないからだと思う」「社会では正解が明確にあるわけではないので、自分の行動や考え方が合っているかが分からず、正直怖い」といった声を見ると、不安の裏側にある自分の力不足を認識していることが分かる。こうした考えを基に、「それでは4年間で何を準備しなくてはならないか」と考えた結果、「どうすれば出来るのかを知る」ことが出来る。

その意味で、「この講座で実践的に取り組んだことで、他の授業で学ぶことの重要性を実感し、真剣に学びたいと

強く思うようになった」「1年生の間はとにかく基礎知識を学びたい」といった学生の振り返りは、狙い通りのものといえるだろう。

実際に講座を通して、社会でどのような力が求められるかを実感したという声も多い。「根拠を確立し、意見を出し、目標を達成させること」「WhyとBecauseのつながりを明確にすること。一見簡単そうだが、実際は難しい」「幅広い知識を簡潔にまとめて人に伝える力、またチームワークが必要」などが挙げられる。

講座を通して1年次に自分の力が不足していることを経験し、こうした明確な目標を持つことは、4年間の学びを充実させる上で大きな意味を持つことだろう。

学生の声

- クリティカルシンキングなどはこれからの大学生活に生かしていけると思います。まだまだ未熟なので、これから大学での学びを通してもっと極めていきたいです。
- 企業の人たちの話を聞くと、今のままの自分ではやっていけないと思いました。人と違う考えを思い浮かべることがあまり出来ないで、鍛えなければと思いました。
- 自分の発言に根拠を持たなければ相手に分かってもらえない。そういう意味での社会人の責任の重さを感じました。

■実践によって見えてきた講座の課題

課題の一つが、講座の学びを他の授業にいかにつなげるかということだ。講座の過程で「議論を深めるにはもっと知識が必要」「他の授業の重要性が分かった」など、他の授業に対して前向きな考えを持つ学生は多かった。青山学院大学経営学部の田中正郎学部長も、「企業担当者から『基本的な経営学の知識がない』『研究の方法論が間違っている』などと指摘され、学生は普段の授業で学ぶ知識や技能の大切さに気付いたようだ」と振り返る。今回の試みが4年間の学習のスタートという位置付けである以上、こうした気付きは極めて重要だ。

しかし一方で、「この講座は面白かったが、他の授業は聞くだけで面白くない」といった感想を抱く学生が少なからず見られたのも事実だ。そのため、今後は全体カリキュラムの中にこの講座を位置付けると共に、最終日に「この分野の学習が必要と感じたら、こんな授業を履

修するとよい」などと、他の授業につなげる仕掛けを導入することを検討している。

また、前期の実践で浮かび上がった課題を、後期の実践で改善している例もある。前期では、講座の開始直後から全ての学生が主体的だったわけではなく、当初は議論が盛り上がり欠けるグループが少なくなかった。そこで後期では、初めから本題に入らず、2コマ目にディスカッションの練習を導入するなどして、運営側が意図しない障壁を取り除くように改善している。

このように、ある一定の成果を示した実践だったが、「実践の成果をいかに4年間の学びにつなげていくか」というカリキュラム上の課題に始まり、「(1年次における)動機付けとしての質をいかに高めるか」という実践自体の課題まで、まだまだ改善の余地は多い。更に成果を高めるために、実践による研究は続けられる予定だ。