

令和3年度トランスコスモス財団調査研究助成成果報告書

研究者所属機関：北海学園大学経営学部

研究者職名：教授

研究者氏名：佐藤 大輔

研究タイトル：「経営人材育成におけるデジタル技術活用に関する実践的研究」

はじめに

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の拡大を契機に、大学教育の現場では授業・講義等業務のデジタル化、オンラインを活用した教育スキームの探求など、新しい生活様式に沿った教育の在り方を模索する取り組みが広がった。特に経営人材の育成を目指す経営学部では、基礎理論の学習（知識のインプット）だけではなく、それらの実践への応用（知識のアウトプット）が求められる傾向にあり、このような教育に適応したよりダイナミックなデジタルコンテンツの活用が求められている。このような状況を鑑み、本研究では大学教育のなかでも特に実践に関わる専門性を持つ教育現場において、より効果的なデジタル技術の活用がどのように可能なのか。および、それに基づく実際的な教育モデルにどのようなものがあるのかについて検討を行った。本稿ではこの研究成果について概要を説明する。

効果的なデジタル技術の活用に向けて

実践との関わりが重視される経営学部のような教育環境では、実践から理論を構築（実践→理論）する実証的な調査・研究と、理論を実践に適用・応用（理論→実践）する経験的な取り組みの両者が求められる。「実践→理論」の教育は学習者が社会的事象について分析や考察を行うことができるように促す取り組みであるが、このような教育では、既存理論の学習と、現実を分析・考察するための科学的な方法論（メソドロジー）の習得が特に求められる。このような教育には合理的な学習を促すためのICT等の活用が効果的であると考えられ、特に学習のプラットフォームとなるLMSやCMSの整備、およびそれらを通じて提供される教育コンテンツの品質が重要である。いわば、効果的なe-learningを実現することが求められるのである。

一方で「理論→実践」の教育は、不確実性の高い現実に合理的な理論を適用し、工夫しながら対処を進めていく力を養う取り組みである。それゆえ、実践の現場に学習者が実際に立ち入り、そこで理論を適用する経験的な学習を行うことで、いわゆる理論の応用力を涵養していく必要がある。既存のデジタル技術やオンラインを介した教育のみでは経験的な取り組みを実現することが難しいため、十分な教育効果を上げられない可能性がある。

このような「実践→理論」の教育と「理論→実践」の教育には、いずれも知識のインプットとアウトプットに関する学習が含まれるが、上記のように「実践→理論」の教育では特にインプット力、「理論→実践」の教育では特にアウトプット力が求められる傾向にある。インプット力の涵養にはデジタル技術の親和性が高いが、アウトプット力の涵養についてはデジタル技術の活用方法がこれまで十分に開発されてきたとは言い難い。そこで、本研究ではこのアウトプット力の涵養に関わる教育について、どのようにデジタル技術を活用できる可能性があるのか。および、インプット力とアウトプット力の両者を総合的に涵養する授業プログラムとしてどのような形がありうるのかを検討することにした。

実践的な教育モデルの検討とその試行的実施

北海学園大学経営学部で2021年度に開講された特別講義「ビジネス実践力講座」を対象に、アウトプット力の涵養を目指すプログラムを構築し、それを実際に実施することでどのような効果があるのかを検討した。同講座は、北海学園大学経営学部で展開されるキャリアデザインプログラム（北海経営CDP）の一つとして設置される授業で、今回は地域企業（株式会社きのとや）との連携により実施された。授業では同社の課題を解決するためのアイデア創出を目指して、必要な知見を学んでいくプロセスで授業が進められた。具体的な授業の到達目標は以下のようである。

-
- ・ 大学卒業後のキャリアについて具体的に考えることができるようになること。
 - ・ リアルなビジネスで求められる能力や知識が何かを知り、それを習得するための方法や計画を自分で考えることができるようになること。
 - ・ 大学での学び（特に経営学や心理学など学術的な知見）を社会実践に応用する力を身につけること。
 - ・ 自分の理想とするキャリアを実現するために、これからの大学生活においてやらなければならないことは何なのかを考えることができるようになること。
-

授業では、企業から実際に直面しているリアルな課題を提示してもらい、それに対する解決策や提案を構築するために「講義（オンデマンド）＋ワークショップ＋レビュー（発表）」

を繰り返す形式でプログラムが進められた。また、授業はすべてオンライン・オンデマンド形式での実施であり、LMS（シラバス、お知らせ、課題提出管理、成績管理等）、クラウド型ファイル共有サービス、オンラインミーティングアプリ、動画コンテンツ配信サイト等を統合的に活用して運営された。授業はオンデマンド講義（同時性・双方向性のない講義）、オンライン講義（同時性・双方向性のある講義）、オンラインミーティング（学生同士によるグループワーク）、LMSによる情報公開と課題提出管理、クラウド上の共有フォルダを活用した教材利用などを組み合わせた形態となっている。

各回の授業概要

回 セッション名 <授業形態>	概要
第1回 ガイダンス <ウェビナー>	コース概要の説明 講義のガイダンス・説明等を教員からウェビナー配信する。 ※終了後、来週分「オンライン講座①」の動画を公開、視聴可に。
第2回 企業による課題提示 <ウェビナー>	企業と商品について知ろうー企業紹介と課題提示 担当企業による企業紹介を行い、自社が抱える課題を提示する。受講者にこの課題を解決するためのアイデアを依頼する形にする。
【フェーズ1ー商品の本質を見極める】	
第3回 レクチャー① <オンデマンド>	「ビジネスを成功させるための『マーケティング的思考』ー商品の“本質”を見極めよう」 各自オンデマンドで動画を視聴し、対象企業の事業内容を分析。期日までにLMS上のクイズに満点合格。 ※この日までに履修者が確定。運営側でグループ分けをしてLMSで発表。次週にZoom上でグループワークができるよう必ず各自で互いに連絡を取り合い、打ち合わせの方法について決めておくこととする。
第4回 グループワーク <オンライン>	企業について調べ、質問を考えてみよう 前週の課題で各自が用意した「商品の本質」をメンバー間で共有し、それをベースに、商品の本質を見極める上で必要な情報が何かを明らかにし、調べる（必要に応じてウェブや公刊資料を探る。自分たちで時間外に調査してもよいが、店舗等への直接的なアプローチは避ける）。さらに、次回企業に直接聞いてみたい質問事項をグループで1つまとめる。
第5回 トークセッション <ウェビナー>	企業へ質問しよう 教員との対話形式で、企業側担当者に学生からの質問に答えてもらう。先週提出された質問群のうちからいくつかについて壇上で教員が質問し、担当者に回答してもらう（事前に企業側には質問項目を伝えておく）。時間があれば、その場で学生側から質問を受け付ける。
第6回 グループワーク <オンライン>	事業（商品）の本質から改革案・新規事業案を考える 前週の課題で提出した「商品の本質」をグループ内で共有しながら、それに基づく提案をグループで検討する。具体的に「いつ・どこで・誰が・どのように・何を」するのか明確化する。 ※企業が本質的に「売っているもの」が見極められれば、それを最大化する

	<p>ためにどのような方法があるかを考えることができる。また、そのために既存の「きのとや」ではできないことを新規事業としてどう展開できるかも考えることができる。</p>
<p>第7回 グループワーク <オンライン></p>	<p>ビジネスアイデアをプレゼンにまとめる</p> <p>前週の作業を受けて、その商品の本質を3～5分程度以内のプレゼンに分かりやすくまとめる。</p> <p>※指定されたクラウド型ファイル共有サービス (GoogleDrive) のフォルダにプレゼンファイルを各グループ作業後提出。次週、グループを6チーム程度のカテゴリに分け、そのカテゴリ内でピアレビュー。</p>
<p>第8回 中間レビュー① <オンデマンド></p>	<p>オンラインでの学生相互レビュー</p> <p>各グループのプレゼンを前日までに共有フォルダに提出させておく。当日学生は各自で5つ程度のプレゼンを閲覧し、LMS上で評価・コメントする。</p>
<p>【フェーズII－商品の魅力を見極める】</p>	
<p>第9回 レクチャー② <オンデマンド></p>	<p>「ビジネスを成功させるための『マーケティング的思考』－商品の“魅力”を発見しよう」</p> <p>各自オンデマンドで動画を視聴し、対象企業の事業内容を分析。期日までにLMS上のクイズに満点合格。</p>
<p>第10回 グループワーク <オンライン></p>	<p>企業について調べ、質問を考えてみよう</p> <p>前週の課題で各自が考えた「商品の魅力」を共有し、それをベースに商品の価値と意味の両者についてグループで考える。その上で、魅力を見極める上で必要な情報が何かを明らかにし、自分たちでウェブ等をつうじて調べる。さらに、次週企業に直接聞いてみたい質問事項を検討する。</p>
<p>第11回 トークセッション <ウェビナー></p>	<p>企業へ質問しよう</p> <p>教員との対話形式で、企業側担当者に学生からの質問に答えてもらう。前週提出された質問群のうちからいくつかについて壇上で教員が質問し、担当者に回答してもらう（事前に企業側には質問項目を伝えておく）。時間があれば、その場で学生側から質問を受け付ける。</p>
<p>第12回 グループワーク <オンライン></p>	<p>事業（商品）の魅力から改革案・新規事業案を考える</p> <p>前週の課題で提出した「商品の本質」をグループ内で共有しながら、それに基づく提案をグループで検討する。具体的に「いつ・どこで・誰が・どのように・何を」するのか明確化する。</p> <p>※見いだされたその商品・事業の魅力（訴求ポイント、特徴）から、それを最大化するためにどのような方法があるか。また、そのために既存の「きのとや」ではできないことを新規事業としてどう展開できるかを考える。</p>
<p>第13回 グループワーク <オンライン></p>	<p>ビジネスアイデアをプレゼンにまとめる</p> <p>前週の作業を受けて、その商品の魅力（価値・意味）を5分以内（厳守）のプレゼンに分かりやすくまとめる。</p> <p>※指定されたクラウド型ファイル共有サービス (GoogleDrive) のフォルダにプレゼンファイルを各グループ作業後提出。次週、グループを6チーム程度のカテゴリに分け、そのカテゴリ内でピアレビュー。</p>
<p>第14回 中間レビュー② <オンデマンド></p>	<p>オンラインでの学生相互レビュー</p> <p>各グループのプレゼンを前日までに共有フォルダに提出させておく。当日学生は各自で5つ程度のプレゼンを閲覧し、LMS上で評価・コメントする。</p> <p><次回コンペへの出場チームについて></p>

	教員が中間レビュー①②の評価点、および提出されたファイルを審査し、総合的に評価して優秀グループを5つ選出する（LMS 上で発表）。選出されたグループは次週発表する準備を進める。
第 15 回 最終発表会 <ウェビナー>	ベストプラクティスの対面形式コンペティション ベストプラクティスに選出された5チームはオンライン上でプレゼンを行い、それ以外の受講生はオンラインで評価を行う。企業側担当者と大学側教員は評価・コメントを行いつつ、優秀賞を決定し表彰する。

既述のように、本講義はすべてのセッションをオンライン等で実施し、ワークショップの実施を学生に任せるなど自由度の高い授業デザインを行っている。それゆえ、運営上の混乱や学生の動機づけなどの面で多様な工夫を行っている。主な工夫をまとめると以下のようである。

本講義で取り組まれた運営上・授業内容に関する工夫

- ・ 授業プラットフォームとして LMS を全面的に活用し、この上ですべてのコンテンツを運用する。毎回の講義はすべて LMS で管理し、学生への連絡事項、受講上必要な情報等はすべて LMS で提供されることを初回に強調しておく。
- ・ 同時的・双方向性のあるオンライン授業（講義、ゲストを迎えてのトークセッション）、オンデマンドによる自学自習形式、プレゼン動画の共有による学生同士の相互レビューなどを組み合わせた授業デザイン。
- ・ 毎回の指示は LMS 上で行われているが、講義形態が複数あることも勘案し、教員が口頭でも指示に関する説明を行うイントロダクション動画を毎回用意し公開する。
- ・ 講義はオムニバスで実施するため、学生からの問い合わせ窓口用の共有メールアドレスを用意し、全員が問い合わせに対応できる体制をとる。
- ・ 同時的・双方向性のあるオンライン授業は録画し、復習用コンテンツとして授業後に LMS で共有する。
- ・ すべての授業は課題の提出をもって出席扱いとし、評価はすべての課題の提出をもって単位取得とする。
- ・ ゲストスピーカー（連携企業の経営者や担当者）がいる場合も、一方的に話してもらうだけでなく、教員が MC 役を演じながらトークセッション形式を含むなど、単調にならない配慮を行う。
- ・ 学生同士の相互レビューでは、事前に学生たちにプレゼンを作成させ、それをプレゼンしたものを Zoom（画面共有）の録画機能を使って動画として保存したものを提出させる。それを Google ドライブで共有フォルダに集約して、学生たちに自分たちで担当の他チームのプレゼンを閲覧し LMS の課題提出機能で評価を行わせる。
- ・ オンデマンドコンテンツとして配信される講義動画は、教員が立位で話し、スライド画像を編

集で差し込む。必要に応じて字幕の挿入（強調点）、テロップ（まとめポイント）、を入れ、冒頭などではBGMも効果的に使う。

- ・ 同時的・双方向性のあるオンライン授業でも一眼レフカメラとラベリアマイクを用い、画質と音質は高品質なものを提供する（これにより受講者の印象が大きく違うため）。
- ・ 水曜日の授業後、学生たちには毎回課題を出してもらう。この締め切りを当該週金曜日 18 時までとした。これは、前週の課題から連続して、当該集の準備を継続的に行うためである。なお、オンデマンドやグループワークの週は 1 週間早くコンテンツを公開し、あらかじめ作業を進められるよう配慮する。また、提出時間を 18 時とするが、LMS 上は 24 時を締め切りとしバッファを作る（少しの遅れで未提出となった学生からの問い合わせが多いと予想されるため）。
- ・ 種々の事情で参加できなかった学生への情報提供のため、すべてのコンテンツは可能な限り記録し、後で見返すことができるよう配慮する。

おわりに

以上のような取り組みの結果、2021 年度の講義では全てのグループが最終提出物を提出し、履修者 68 名のうち 60 名が単位を取得した。教員が対面で指導する機会が全くなかったことに加えて、同時双方向性のある講義も限られた回数しかなかったにもかかわらず、ワークショップを含む実践的な講座が運営可能だという事実は重要な発見だと言えるかもしれない。混乱を招くことなく授業運営が円滑に進み、一定の成果を挙げることができた背景には、授業管理のプラットフォームとして LMS を徹底的に作りこんで準備をすることと、動画を含む多様なコンテンツをふんだんに用意することがあったように思われる。教員側の事前準備や授業デザインの業務負担は一定程度あるが、オムニバスで運営される当講義のような環境においては、全体として教員の負担は通常の講義よりもむしろ軽減化することができたといえることができる。実践的なプログラムがオンラインをベースとした設計で十分に実施できることの見本例として、本講義には一定の価値があったと考えている。