

平成27年8月24日

in FIT セミナーハウス

ティーチング・ポートフォリオ



福岡工業大学 社会環境学部 社会環境学科
准教授 松藤 賢二郎

FIT Fukuoka Institute of Technology
福岡工業大学

目次

1. 教育の責任	1
2. 教育の理念・目的.....	2
①社会的要請にこたえる人材の育成.....	3
②安定した業界の文系職種として活躍できる人材の育成.....	3
3. 教育方法	4
①標準的な知識の修得	4
②修学・就職指導	5
4. 学習成果	6
①学生の動向に見る成果.....	6
②授業評価アンケートに見る成果	7
5. 今後の目標	8
①短期的目標：	9
②長期的目標：	9
6. 添付資料	10

1. 教育の責任

小職は、社会環境学科において、経営学・マーケティング関連科目を担当している。本学科では、“社会環境”という環境や社会の問題へのアプローチとして、①経済・経営系、②法・政策系、③環境社会系、といった三つの学問領域からの視点を取っている。そのため、各学問領域の個別領域のより深い専門性を追求することよりも、幅広い視野を形成するためのカリキュラムが構成されている。2年次からは、「企業経営コース」¹（その他に「環境社会コース」やコースに該当しない学生もいる）が設置され、小職の担当科目は、「企業経営」コースが目標とする人材育成に即した位置づけとされている。なお、小職が担当する諸科目は、他大学の商学部や経営学部では、経営学・マーケティング関連科目のコア科目に該当する。

特に、経営学系の専門基礎となる「経営学概論」では、1年後期での必修かつ2名・2クラス体制²で開講され、それ以降の展開科目における学生の理解力と関心を高めていくためにも、当該科目における学生の理解度を丁寧に管理していく責任がある。また、その他の担当科目についても、学生の興味・関心が強く³、1学年180名程度の在籍者数にあって、常時100名前後の履修者を確保している。学生にとっての4年間の学びにおいて、小職が担当する諸科目は、比較的大きな比重を占めており、卒業生の学修成果について相応の責任があると認識している。

その他、学外では、工学系大学における文系学部のプレゼンスを高めるための取り組みとして、高校生向けの模擬授業を積極的に展開しており、それらの成果がすなわち入学者へと繋がったならば、学生に対する入学後の最低限の責任として、学問へのニーズにある程度応えていかなければならないと考えている。

・学部科目

科目名	対象学年	種別・特徴	開講年度・学期	受講者数	備考
社会環境学Ⅰ	学部1年	必修・専門	2013～前期・半期	220～240	2016年度より科目名・担当者変更
経営学概論	学部1年	必修・専門	2013～後期・半期	220～240	2016年度より2名・2クラス体制に変更
経済政策論	学部3年	選択・専門	2013～前期・半期	150～200	2018年度以降廃止
多国籍企業論	学部3年	選択・専門	2013～後期・半期	90～120	2018年度以降廃止
マーケティング論	学部4年	選択・専門	2013～前期・半期	60～70	2017年度より学部2年後期に開講時期変更
流通政策論	学部3年	選択・専門	2016～前期・半期		
マーケティング戦略論	学部3年	選択・専門	2016～後期・半期		
ゼミナールⅠ～Ⅲ	学部2～4年	必修・専門	2013～通年	各14～15	

・大学院科目

科目名	対象学年	種別・特徴	開講年度・学期	受講者数	備考
社会環境学特論	大学院1年	必修・専門	2013～前期・1/3期	3～5	3名体制によるオムニバス
環境経済政策特論	大学院1年	必修・専門	2013～後期・半期	3～5	
社会環境特別演習	大学院1年	選択・専門	2013～通年	1	研究・修士論文指導

¹ 本学科では2016度カリキュラム改定を予定しており、小職の担当科目は「企業経営コース」といったコース理念に沿った科目に変更される。また、試行段階の設置であるが、2016年度よりカリキュラム改定に伴いコース設置予定

² 230名前後の履修者数を120名程度×2クラスに適正化

³ 授業評価アンケート結果や学生へのヒアリングなどから参照

2. 教育の理念・目的

教員生活において、学生の質的变化を目の当たりにしながら、授業内容や授業方法の改善を積み重ねてきた。しかしながら、それら努力の目に見える成果の乏しさに、学生の学力低下と日常的な学習習慣の無さといった単純な理由づけを行い、自分なりに消化してきたのではないかと反省する。授業改善による教育的成果の向上を、適宜、把握してこなかったのではないかと。あるいは、授業内容・方法の改善が、意図した成果に繋がっていなかったのではないかと、など改善自体ではなく、改善による成果測定も再検討すべきだったのではないかと考える。

また、教歴 10 年を超えて教員組織における立場も変わり、現任校での全学的な学部教育の改善に対する取り組み姿勢に触れ、また教務委員等の役職から客観的に学部教育を評価する視点を持てるようになった。同じ時期、保護者懇談会などの保護者とのコミュニケーションを取る機会ができたことにより、保護者に対する学部教育の説明責任を強く意識するようになった。

以上の教育活動の反省と今後さらに自身に課せられる教育者としての責任を自覚して、教育者としての信念を新たにした次第である。その新たにする信念とは、ビジネス教育のプロとして、「私学教育の社会的責任にこたえる教育サービスの提供」を使命とすることである。

保護者は、大学進学を子が社会的・経済的に独立するための投資と捉えており、4 年間で約 400 万円の授業料とその他費用（いわゆる学費）を投じている。近年では、過半の学生が日本学生支援機構の奨学金を受給する家庭環境（所得世帯）において、学費が大きな負担になっていることは間違いない。

ビジネスにおいて、400 万円の売上をあげるためには、顧客に対してどれだけのサービスを尽くすだろうか。たとえば、400 万円の車 1 台を売るためには、自動車ディーラー・販売員は、来店した顧客に対して、あるいは購入してもらった顧客に対しても、どれだけ丁寧なサービスやフォローを施しているか。それら他業界の日常的な経営努力に鑑みれば、私学教員であり、かつビジネス教育に携わる者として、400 万円の学費に相応な教育サービスを提供しなければならないのは至極当然である。したがって、ここで言う「私学教育の社会的責任にこたえる教育サービス」とは、学生・保護者の観点から、大学進学最大の目的である「就職と卒業」について、学費を支弁されている保護者にご納得いただけるよう、学生に対して十分な教育サービスを提供してその成果をあげていくことである。

したがって、小職としては、教育に関して大学教育も教育サービスというサービス業として位置づけ、「私学教育の社会的責任にこたえる教育サービスの提供」を教育理念としての至上命題とし、その理念に基づいた人材育成を教育目的とする。「企業経営コース」としては、「企業の経営活動において、重要な役割を果たし、組織に貢献できる人材育成」を教育理念に掲げているが、小職としては、それに加えて、自身の理念も踏

まえ、①社会的要請に応えうる人材の育成、②安定した業界の文系職種として活躍できる人材の育成、を具体的な教育目的としている。

①社会的要請に応えうる人材の育成

学科の教育理念や目標とは異なり、ほとんどの学生が社会環境に興味・関心が無く入学し、また環境に関連した就職実績もほとんど無い。本学の高い“就職率”の実績と入試難易度（あるいは入試制度）を主たる理由にして、入学した学生がほとんどである。そのため、入学後の本学科学生の学問に対するニーズは、就職後に活かせる可能性が高い経済・経営関連の諸科目に大きくある。他方、採用企業の本学科学生に対する知識に関するニーズに関して、「マネジメントやマーケティングの知識があってもいい」という要望も僅かながらあった⁴。また、小職が担当する経営学・マーケティング系科目については、多くが全国的に授業内容やテキスト、難易度の標準化が進んでいる。しかも、ビジネスに直結した内容であるが故に、公的資格⁵も複数存在しており、大学の入試難易度による授業内容の差、学生の学力に応じた授業内容の絞込みや理解力の相対的な評価が許容され難い分野である。そのため、卒業生をして学修成果において社会的な要請に応えていくためには、入学の際の志望理由や本人の基礎学力に関わらず、標準的な知識の修得を目的とした教育を展開していかなければならない。

②安定した業界の文系職種として活躍できる人材の育成

ほぼ全ての学生が、企業に採用され、組織の一員として働くようになる。しかしながら、就職先として、残念なことに小売業・サービス業に就業する者が多く、他の業界と比して、待遇や職場環境の劣悪さから離職率が高い傾向がうかがえる。個人の仕事に対する意識の低さに起因しているのも大きい。それら業界が採用内定を取りやすいがため、安易に就職活動を終了させ、就職先の慎重な選択をしていないのも要因としては大きい。学生の将来を見据えるならば、比較的年平均勤続年数や平均年収で高い水準にある製造業や金融業を志望してもらいたい。また、それらの業界での営業や企画、事務・経理といった文系職種として、そのような職場において安定した職業人生を送って欲しいと願っている。

ただし、既述の通り小職が担当する科目は少なからず、ビジネスに直結し公的資格にも密接な関連があるため、学生にとっては“就職に有利”と誤解されがちである。小職が担当する科目での教育を通じて、学生に真に求めているのは、就職前の段階では、教育を通じて学生に業界や企業を見極める力を、また就職後の段階では、即戦力としては無理でも、職場で着実に職務遂行能力を高められていくための基礎力である。要は、単

⁴ カリキュラム改定の検討に先立ち、本学科卒業生を採用した企業 500 社程度を対象に業者によるアンケート調査を実施した。

⁵ たとえば、日本商工会議所主催の簿記検定 2 級・リテールマーケティング 2 級では、難易度と範囲内容を“大学卒業程度”と明示あるいは公認されている。

なる知識の蓄積や資格取得ではなく、ビジネスマンとしての素養を形成することを期待している。

3. 教育方法

小職の教育理念・目的を達成するため、①標準的な知識の修得、②修学・就職指導、についてそれぞれ自分なりの工夫を施した教育方法に取り組んできた。

①標準的な知識の修得

近年では、大学としてアクティブ・ラーニング形式の授業の積極的導入が求められており、学科内でも取組事例を教員間で共有しつつある。しかしながら、講義科目の大半が履修者数100名を超過していること(私学という宿命で採算を念頭に置く必要あり)、そもそも学習習慣の乏しい学生に主体的な学習動機を喚起することが困難であること、限られた時間数の中では講義形式の詰め込み型の授業展開も学生の知的基盤づくりに依然として重要性があること、などから授業形式の多角化だけでなく、従来の講義形式の授業改善も重要であるとの認識で一致している。

小職が個人的に取り組んでいる教育方法として、「社会的要請に応えうる人材」の育成を念頭において、次の三つの点で標準化された教育を行っている。

- (1) 授業内容ないし構成の標準化
- (2) 授業の難易度の標準化
- (3) 学生の授業理解度の標準化

(1)の標準化として、標準的なテキストに準拠したテーマ構成としている。標準化された内容や構成から逸脱し、あるいは不足した部分が無いように、標準的なテキストの更新状況なども考慮しながら、授業内容ないし構成に取り組んでいる。たとえば、1年次後期の「経営学概論」(専門基礎的な位置づけ)については、全国の大学で最も多く採用されているテキストに則った内容・構成とし、経営学・マーケティング系科目の専門科目を学んでいく上での基礎的な知識の修得を標準化している(資料1)。

(2)の標準化として、テーマ毎の内容の深さや教材(事例)についても、科目に密接に関連しているビジネス系資格で明示されている“大学卒業程度”を参考にして、上記(1)の標準化とあわせて、授業内容に盛り込んだりしている。たとえば、テキストによっては割愛ないし看過されている(補足・脚注程度の)専門用語や理論についても、重要な内容として丁寧に盛り込んでいる。

(3)の標準化として、次の4つのより具体的な教育方法を採用している。

(3-1) 担当科目での試験問題について密接な関連のある資格検定問題を参考とした出題形式としている。それにより、論述形式による授業内容において特定のテーマに絞った理解度を問うのではなく、全体を網羅したある程度の理解度を問うようにしている。なお、期末試験に代えて、レポート課題による理解度の評価方法もあるが、履修者数や剽窃に関する学生の意識に鑑みて、試行錯誤の末、同方式にいたった。たとえば、2年後期に配当されている「マーケティング論」では、講義内容が公的資格である販売士2級に密接である。そのため、同科目では、検定試験では「穴埋め語群選択」であるのに対して、より理解度を高めてもらうために「穴埋め既述」とし、講義内容のキーワードを中心に授業内容全体を網羅した理解を深めるようにしている(資料2)。

(3-2) 担当科目での評価基準・評価方式を単純化している。具体的には、評価基準・方法としては、「平常点30%+中間試験20%+期末試験50%」とし、平常点より欠席は1回あたり3点減点、遅刻は1回あたり2点減点、試験では全問1問2点に統一している。それにより、成績評価における客観性・公平性を確保するとともに、学生には履修中の学修状況の自己管理がしやすい環境を提供している。

(3-3) 講義冒頭で前回テーマの復習ポイントを解説したうえで、新たなテーマへの導入を行っている(資料3)。その理由は、ほぼ全ての学生に日常的な学習習慣がないため、授業内容の復習の機会を講義に一部組み込むことによって、復習の機会を提供せざるをえないからである。また、“復習”という学習習慣を盛り込むことによって、各回テーマの学生の理解を深めることもでき、あくまでも希望的観測ではあるが、講義外での復習の習慣化が促進されるのではないかと理由からでもある。

(3-4) 期末試験の前後において学習支援を行っている。一つは、全ての講義内容を終了後には、総括として講義内容を網羅した総復習の問題を解かせ、解説しながら復習させている(資料4)。期末試験を前にしても、一部の学生での学習習慣の乏しさは根強い。したがって、科目の学習ポイントの明示することにより、期末試験に向けた学習の“きっかけ”“取り掛かり易さ”を提供せざるをえない。また一つは、期末試験終了後に解答を配布することによって、学生各自が自己採点できる環境を整えている(資料5)。

②修学・就職指導

「私学教育の社会的責任に応えうる教育サービスの提供」として、学生・保護者の進学に際しての2大目的である「就職と卒業」に適った学習支援体制を整備している。学科としては、教育サービスの充実策として、ゼミナールでの少人数教育に注力することによって、講義科目では限界がある学生個々人の特性に目を向けた教育の限界を補っている。具体的には、ゼミナールでは、成績状況や将来の進路希望など、学生個々人の

特性を踏まえた履修指導や進路指導、保護者懇談会での説明責任に取り組んでいる。

小職としては、学生に対して 2 つの教育方法を取り入れている。一つは、授業内容で扱う教材について、学生が就職活動で関係する企業の内容を盛り込むようにしている。それによって、学生に授業内容を通じて実際の企業の経営活動を考えさせている。また一つは、小職が社会的活動として行ってきた創業支援アドバイザーや企業経営の相談対応、経営者との交流を踏まえて得た経験的知識を、適宜、授業内容に沿った形で盛り込むようにしている。それによって、学生にビジネスにおける厳しさや創意工夫とリアリティをイメージさせている。いずれの教育方法を通じて、テキストに沿った単なる知識の伝授だけでなく、現実社会にあてはめた授業内容の展開によって、ビジネスマンとしての意識や思考様式を身につけられることを目標としている。

その他、小職が個人的に取り組んでいる学習支援として、講義科目では、講義資料の公開（PPT ファイルの共有）、怠学者への連絡と警告（3 回欠席時点で本人とゼミ担当教員に連絡）。ゼミナールでは、講義科目の出欠状況の把握と適宜の指導、資格取得の対策講座や補足資料の提供などのサポート、自己 PR の添削やビジネス文書の指導などの就職活動支援（就職課とは別に）の教育を行っている。

4. 学習成果

以上の学科やコース、あるいは小職としての教育理念・目的に基づき、ある程度に意図を持った改善を積み重ねた教育方法による教育を行ってきた。それらの成果について、①教育方法の動向に見る成果、②授業評価アンケートに見る成果、の二つの観点から検証したい。

①学生の動向に見る成果

標準的な知識の修得を目標とした教育方法において、幾つかの取り組みは、学生の動向に鑑みれば、既に明確な成果をあげている。

(3-2) の評価基準・評価方式の単純化と (3-4) の期末試験終了後の解答配布は、学生が自身の学修到達度のほぼ正確な把握を可能にした。その結果、成績評価後のクレームや問い合わせが皆無となった。特に、大学の方針として、合格・不合格を含めた素点開示が原則とされているため、合格・不合格のいずれでの成績評価に関わるクレームを未然に防げるようになったことは大きな成果であった。

(3-3) の各回での復習ポイントの提示と (3-4) の総復習問題の解説は、「試験対策の勉強のしやすさにつながっている」との学生からの意見が複数寄せられている。本来の目的である主体的な学習の定着という意図からは外れるが、学生の学習動機に繋がっており、その結果として授業内容の理解度の向上に資している。

(3-4) の期末試験終了後の解答配布は、期末試験をも学習の一部として位置づけている点では、最大の成果をあげていると確信している。なぜならば、期末試験終了後に

は、ほぼ全ての学生が単位の合格・不合格を意識して、試験問題と解答を熱心にして目を通しているからである。しかも、小職は学生に対して自己採点の指示を行っていないので、試験終了後の授業外の時間帯、すなわち授業外での主体的な学習であることに間違いはない。したがって、そのような試験終了後の学生の行動に鑑みれば、教育方法として解答配布していることの目的を十分に果たしている。しかも、ほとんどの学生が、期末試験では単位取得をめざして必死であるため、期末試験対策の学習から期末試験の受験中にいたるまで、授業内容に対する関心や意識は最高潮となっている。そのような状況は、より学生の理解度を深められる絶好のタイミングである。以上から、解答が配布されることは、学生にとっての目的は異なるだろうが、教育方法としては十分な教育的成果をあげていると評価できるのである。

②授業評価アンケートに見る成果

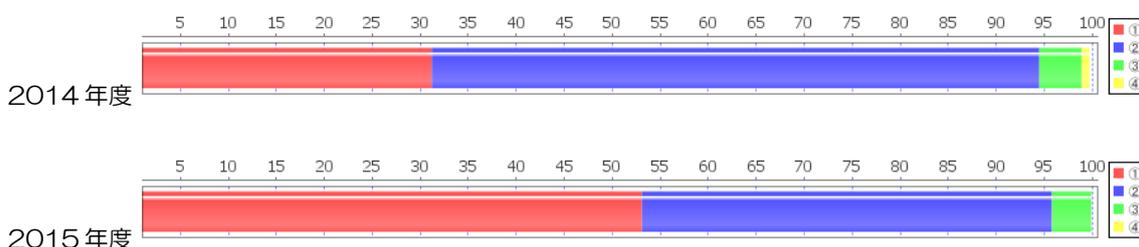
授業評価アンケートの集計結果を見ると、理念・目的に即した一定程度の学習成果をあげている結果となっている。ただし、2014年度・2015年度の担当科目での授業評価アンケートを見ると、2年次以降の科目では、回答者数・回答率が極めて少なく、授業評価の正確なデータとしては参考とし難い。そこで、回答数・回答率が高い科目である1年次前期の必修科目である社会環境学Ⅰの授業評価アンケートに基づいて、教育理念・目的と教育方法の成果を検証してみる。

まず、学生の主体的な学習を促したか否かについて、項目2を準じた評価項目とすると、「充分に取り組んだ」比率が、2014年度では31.2%だったのが、2015年度では53.1%へと大幅に上昇している。

項目2

この授業において自主的かつ意欲をもって学習に取り組むことができましたか。

①充分に取り組んだ ②ある程度取り組んだ ③あまり取り組んでいない ④全く取り組んでいない

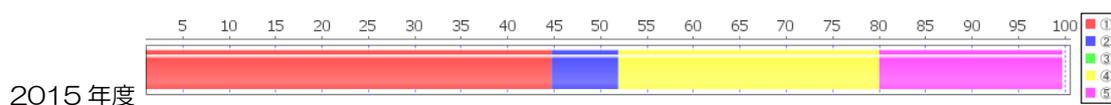
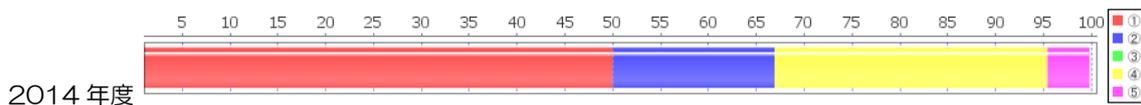


また、授業改善（教育改善の一部）について、学部独自項目を評価項目とすると、いずれの年度も半数近くの学生が、授業改善を評価している。真に学修成果につながるかは別として、授業改善の積み重ねが、教育サービス向上の一環としても、学生の授業評価を高める要素となりうると理解した。

学部独自項目

中間アンケートの後、出された要望を受けて授業は改善されたと感じましたか。[学部独自設問]

- ①十分に改善された ②あまり改善されなかった ③全く改善されなかった ④要望について、そもそも知らないので評価できない ⑤中間アンケートは実施していない



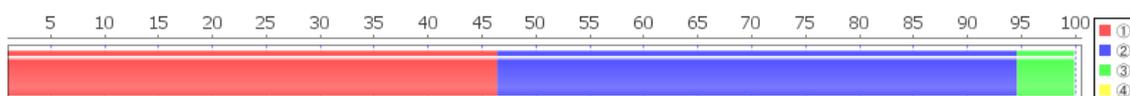
最後に、学生ニーズに対応した授業内容を提供してきたかについて、項目6を評価項目とするならば、いずれの年度でも半数以上の学生が意義を認めている。また、当該科目が、学科カリキュラムの全体を展望する起点科目であるため、①授業内容をより拡充させ、②学生の管理を強化（座席指定と遅刻・欠席の厳格対応）し、③合格基準の厳格化による不合格者の増加、を行った。しかし、そのことが結果的には学生の意欲を喚起し、学生の積極的な評価に繋がったのではないかと推察する。

項目6

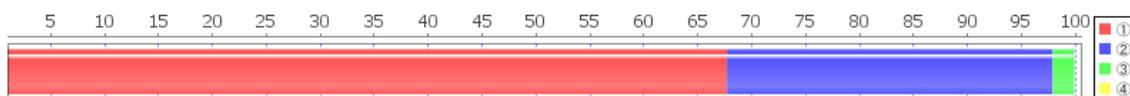
この授業の内容は全体として意義あるものでしたか。

- ①充分意義があった ②ある程度意義があった ③あまり意義がなかった ④全く意義がなかった

2014年度（平均評価ポイント3.41）



2015年度（平均評価ポイント3.65）



5. 今後の目標

最後に、小職の教育理念・目的のより高次元での実現とより成果があげられる教育改善の活動を継続させていくため、今後について短期的（2～3年以内）、中長期的（5～10年程度）な視点での目標設定を行いたい。

①短期的目標：

- 教育方法による学習成果の正確な把握
- 授業外学習を必要とする仕組づくり
- 製造業・文系職種への就職率の向上

教育方法について、FD 部会での方針や授業評価アンケート結果や学生の意見を参考にして、改善を積み重ねてきた。しかし、それらの改善が果たして、教育理念である「私学教育の社会的責任にこたえる教育サービス」として実を結んできたか、また教育目的である目標とする人材育成に寄与してきたか、正確に把握できていない現状にある。したがって、FD 部会の構成員・学科教務委員として、学科での議論を積み重ねるなかで、学科の教育理念や目標の改善に沿った形で、学習成果の正確な把握に挑戦していきたい。たとえば、授業評価アンケートでの設定項目の追加修正、採用企業へのアンケート調査など、教育方法の改善による学修成果を何らかの手段や基準で正確に把握したい。

また、授業外学習の時間確保については、授業外学習をある程度に必然とする授業内容の展開へと改善していきたい。たとえば、FD 部会では、予習・復習を評価基準に組み込むなどが議論され、また小職としては、予習を前提とした講義内容の展開や日常的な復習が期末試験対策の負担軽減に繋がるような評価体系など、試行錯誤しながら最も効果的な仕組みを確立したい。

そして、学生の就職先が小売業・サービス業に集中している現状については、ビジネスマンとしての素養を形成支援していくことによって、製造業を中心としたより安定した業界への就職実績、就職先での卒業生の積極的な評価を積み上げていきたい。

②長期的目標：

- 学生の主体的な学習習慣の定着
- 関連した検定資格の合格者数・合格率の向上
- 「企業経営コース」出身者のブランド力の形成（企業、受験生）

学修成果の継続的な向上には、教員サイドでの改善への取組には限界があり、学修成果の主体者である学生自身が、日常的に主体的な学習を行う体制が不可欠である。しかし、本学・学科の入学者層の特性上、大学入学前までの段階で主体的な学習習慣が皆無である。そのため、いかに教員サイドで教育方法の工夫を施しても、即座に学生に主体的な学習を習慣化させることは困難であろう。したがって、現段階では、それらの目標を達成していくための具体的かつ効果的な教育方法に関する見通しはないが、入学してくる学生の変化に対応しつつ、着実に主体的な学習習慣を定着させるための教育を展開していきたい。

また、社会的に要請される水準の知識の修得に関して、入試広報での訴求ポイントと

して成果追求が求められつつあることや学生や保護者の根強いニーズにも配慮して、関連した検定資格の合格者数・合格率の向上を図っていききたい。具体的には、競合他大学での合格者数・合格率をベンチマークとしたり、全国での合格率を参照することによって、社会的に評価される合格実績をあげていききたい。

最後に、教育理念を実現するための最終目標として、「企業経営コース」出身者について、社会における高い評価と認知度を確立したい。18歳人口の減少が続き、入学者獲得競争がますます激化することが予測される中、本学科により優秀な学生が、より多く志望してもらうためには、本学科「企業経営コース」の教育を修めた卒業生のブランド力が重要である。そのブランド力を高めていくためには、企業において高い水準の貢献を果たしていける優秀な人材を輩出していくことが不可欠である。具体的には、教育理念や目標でも掲げた、教育成果を積み重ねて社会的要請に応えられる人材を育成すること、また丁寧な教育サービスを提供して保護者・学生のニーズを満たしていくこと、それらによってこそ実現できると確信している。小職としては、以上の要素を長期的目標とすることで、教員としての信念を堅持していききたい。

6. 添付資料

資料 1：「経営学概論」シラバス

資料 2：「マーケティング論」期末試験問題

資料 3：「社会環境学Ⅰ」講義資料

資料 4：「マーケティング論」総復習問題

資料 5：「マーケティング論」期末試験解答

資料 6：「社会環境学Ⅰ」授業評価アンケート（2014・2015）