

産業能率大学におけるアクティブラーニング型授業に関する基本的考察  
～自由が丘スイーツフォレストとのコラボレーション授業～

A Study on the Active Learning Program at SANNO University :  
The University Collaboration Program with Jiyugaoka Sweets-Forest Company

2015年 9月

寺嶋	正尚	Masanao Terashima
岡田	一弥	Kazuya Okada
都留	信行	Nobuyuki Tsuru

産業能率大学におけるアクティブラーニング型授業に関する基本的考察  
～自由が丘スイーツフォレストとのコラボレーション授業～

A Study on the Active Learning Program at SANNO University :  
The University Collaboration Program with Jiyugaoka Sweets-Forest Company

寺嶋 正尚  
Masanao Terashima  
岡田 一弥\*  
Kazuya Okada  
都留 信行  
Nobuyuki Tsuru

## 1. 序 論

本学・産業能率大学は、1920年に、創設者である上野陽一先生が、日本産業能率研究所を設立したのを淵源とする。以後、1950年に産業能率短期大学、1963年に通信教育課程、1979年に産業能率大学を開設し、現在に至っている。90余年にわたる歴史の根底に流れている思想の1つに、先生の「知識は実際に役立ってこそ価値がある」の言葉がある。入学式を初めとする学生生活の様々な場で、学生はこの言葉を耳にする。本年3月の卒業式及び入学式でも、学長から建学の精神とあわせてこの言葉が紹介された。本学教員及び職員にとって、日々の学生教育を行ううえで、よすがとするものである。

本学は他校に先駆け「インターンシップ」「アクティブラーニング」「外部とのコラボレーション授業」などを実施してきた。また近年では、文部科学省の大学教育再生加速プログラムのテーマⅠ・Ⅱ複合型に採択され、これまで以上に、学生の視点に立ったアクティブラーニング型授業を推進している<sup>1)</sup>。毎月の教員向けFD研修会でも、授業の質、学びの質を高めるための、アクティブラーニングに関する研修が行われている。

本論文は、こうした環境において、本学が立地する自由が丘という街にある自由が丘商店街振興組合及び自由が丘スイーツフォレストとのコラボレーション授業である「自由が丘商品の企画開発」について論じるものである。2012年度から3年間にわたり、本論文の筆者3名

が担当した授業である。

以下、章を改め、「アクティブラーニング」に関する先行研究から、その定義や意義について整理し、本授業の位置付けについて考察する。次いで「自由が丘商品の企画開発」なる授業の概要を詳述する。本学と協働で授業を担当した自由が丘商店街振興組合及び自由が丘スイーツフォレストとはどのような組織であるか、本授業の具体的なカリキュラム内容はどのようなものか、また本授業を履修した学生の声にどのようなものがあるか、などについて整理し、知見を抽出する。そして最後に、今後の課題やさらなる可能性について論じる。

## 2. アクティブラーニングに関する先行研究

アクティブラーニングに関する研究は、近年、多くの学者によりなされており、枚挙に暇がない。本論文は、教育学の視点からアクティブラーニングそのものに関する研究を行うものではなく、アクティブラーニング型授業とされる本校の授業「自由が丘商品の企画開発」が学術的に見てどのような授業であり、また学生にどのような効果を及ぼすことが期待されるか、を論じるものである。以下では、本学の授業を説明するうえで有用とされる主要な先行研究論文に絞って、論じるものとした。

アクティブラーニングに関する研究は、古くからなされているが、レビュー論文としては須永一幸（2010）が詳しい。アクティブラーニングは「一般に、学生を“active”にすることを意図した教授法・学習法である」<sup>2</sup>としたうえで、“activeness”の概念について考察している。“activeness”の概念を構成する要素として、能動性、活動性、学習過程への関与、主体性、当事者意識、自立性といった性質を導出した。そして「具体的に、“activeness”に関わる諸性質のうちどの性質を、どのように引き出してゆくべきか、その判断は、教授者本人や学生の資質、また、当該の高等教育機関の社会における役割や位置づけに応じて異なるものであって良いだろう」<sup>3</sup>としている。つまりアクティブラーニングを構成する諸要素の重み付けは、教育機関や教授者の判断や裁量に任せたことになる。そして1つの方向性として、「学士課程のカリキュラムという観点からアクティブラーニングを捉えた場合、まずは主体性や当事者意識を引き出すことを重視し、学習への動機付けを高めることで、学習過程への関与の深さを高めることを足がかりにしながら、次第に関与の深さ、全一性の高さを高めていく、というゆるやかな流れが望ましいように思われる」<sup>4</sup>としている。ここで注目したいのは、同論文では「主体性」と「当事者意識」を重視している点である。本論文でも1つの切り口として、「自由が丘商品の企画開発」なる授業を行ったことで、学生の「主体性」や「当事者意識」が促されたかどうかを見ることにしたい。

また、アクティブラーニング研究に関する第一人者である溝上慎一は、「アクティブラーニング導入の実践的課題」と称する論文で、アクティブラーニングを「学生自らの思考を促す

能動的な学習」と定義し、アクティブラーニングを取り入れている授業について書かれた72本の論文を元に、アクティブラーニングが行われているのはどのような分野の授業かを調べた（溝上慎一（2007））。アクティブラーニングは、授業形態の観点から見ると講義型と演習型に分類でき、演習型はさらに課題探究型と課題解決型に分類出来るとしている。そしてアクティブラーニングを導入するときに重要なポイントとして、「学習プロセス」と「学習の質を高める工夫」をあげている<sup>5</sup>。

さらに溝上慎一（2012）は、「全カリにおけるアクティブラーニングと学生の能動的学修」と称するシンポジウムで、「私は、やはり学生がしっかり学んで力を付けて、ああ、大学で育ったのだと言えるような、そういう大学教育というものを、実現していきたいなとずっと思ってきたのです。その中でアクティブラーニングというものに出会っただけでありまして、アクティブラーニングを専門に取り上げて、それだけが私の仕事と、そんなことは全くないのです」<sup>6</sup>と述べている。同点は非常に重要な点であり、アクティブラーニング型授業の実施を単に目指せば良いのではなく、最終目的は大学教育の充実であり、アクティブラーニングはあくまでも、その最終目的を実現するための一手法として捉える必要があるということだろう。

なお溝上は溝上（2014）で、アクティブラーニングに関するこれまでの一連の理論の整理を、さらに松下との共著である溝上・松下（2014）で教育学のみならず、社会学及び心理学の視点も踏まえ、若者が現在どのような困難な中にいるのかを説明した上で、アクティブラーニングの必要性や可能性について論じている。

行政の視点から考察したものには、中央教育審議会大学分科会大学教育部会（2012）がある。用語集においてアクティブラーニングが定義されており、「教員による一方的な講義形式の教育とは異なり、学習者の能動的な学習への参加を取り入れた教授・学習法の総称。学習者が能動的に学ぶことによって、後で学んだ情報を思い出しやすいあるいは異なる文脈でもその情報を使いこなしやすいという理由から用いられる。発見学習、問題解決学習、体験学習、調査学習等が含まれるが、教室内でのグループディスカッション、ディベート、グループワーク等を行うことでも取り入れられる」としている<sup>7</sup>。本論文でも、アクティブラーニングに関する定義としては、この定義を用いることにしたい。さらに同報告書は、「予測困難な時代において生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ」と称するレポートの本文で、「求められる質の高い学士課程教育とは、教員と学生とが意思疎通を図りつつ、学生同士が切磋琢磨し、相互に刺激を与えながら知的に成長する問題解決型の能動的な学修（アクティブラーニング）によって、学生の思考力や表現力を引き出し、その知性を鍛える双方向の講義、演習、実習や実技等の授業を中心とした教育である」<sup>8</sup>としている。アクティブラーニング型授業の重要性や意義について行政自ら認識し、それを大学関係者に強調していることが分か

る。

以上、学術的な定義についてみたが、以下ではケーススタディについても考察する。

近年、アクティブラーニングの研究及びその浸透において先導的な役割を担う機関の1つである河合塾による報告書を見ると、まずアクティブラーニングに関する定義を「参加型・能動的な学習」のことで、授業者が一方的に知識伝達をする講義スタイルではなく、課題研究やPBL (Project/Problem Based learning)、ディスカッション、プレゼンテーションなど学生の能動的な学習を取り込んだ授業を総称する用語<sup>9)</sup>としている。その上で、具体的には、「PBL、実験実習、フィールドワークなどの参加型・能動型学習」と定義し、さらに「知識の定着・確認を目的とした演習・実験等の一般的アクティブラーニング (GAL)」と、「知識の活用を目的としたPBL、創成授業等の高次のアクティブラーニング (HAL)」に分類出来るとしている<sup>10)</sup>。非常によく使用される分類であるが、これに拠ると、以下本論文で考察する「自由が丘商品の企画開発」なる授業は、高次のアクティブラーニングに位置付けられるだろう。

なお谷口哲也・友野伸一郎 (2011) が所収されている河合塾編著 (2011) は、アクティブラーニング型授業を実施する大学の先進事例として、経済・経営・商学系学部では、立教大学経営学部、武蔵大学経営学部、創価大学経済学部、立命館大学経営学部、宮崎産業経営大学経営学部、そして産業能率大学経営学部をあげている。また大学からの事例報告として、室蘭工業大学工学部情報電子工学系学科、秋田大学工学資源学部機械工学科、岡山大学工学部機械工学科、金沢工業大学工学部機械工学科、立教大学 (経営学部)、立命館大学経営学部、武蔵大学 (経済学部)、そして産業能率大学経営学部が掲載されている (産業能率大学に関しては松尾 (2011))。本大学の教育プログラムが、他校にとって先進事例とされ、研究対象とされていることが分かる。

なお河合塾は、毎年「大学におけるアクティブラーニング調査報告書」を出しているが、その中で教育機関におけるアクティブラーニング導入の重要性を説くと同時に、全国の大学における導入状況を調査している (河合塾編著 (2013)、河合塾編著 (2014) 等)。前掲書の河合塾編著 (2011) では、Ⅰ.アクティブラーニングそのものについての評価、Ⅱ.学部学科による質保証、実施主体の体制、教育内容を統一するためのチームティーチング、FD活動、Ⅲ.学生の能力形成と自律・自立化、の3点について有識者が5段階評価を行っている。本学の評価が高いことがうかがえる (表2-1)。第3章で詳述する「自由が丘商品の企画開発」なる授業は、こうしたアクティブラーニング型授業を育成し、進展させてきた本校ならではの土壌の中で生まれたものであることを記しておきたいと思う。

表2-1 経済・経営・商学部系学部におけるアクティブラーニング（AL）の評価

大学・学部		I. ALそのものについての評価			II. 学部学科による質保証、実施主体の体制、教育内容を統一するためのチームティーチング、FD活動	III. 学生の能力形成と自律・自立化
		4年間を通じたAL	高次のAL	産学連携のAL		
産業能率大学	経営学部	a	a	b	b	a
立教大学	経営学部	a	b	a	a	a
函館大学	商学部	b	a	b	b	c
創価大学	経済学部	a	b	c	a	a
	経営学部	b	b	c	a	b
立命館大学	経営学部	a	b	b	b	b
宮崎産業経営大学	経営学部	a	b	b	b	b
東日本国際大学	経済情報学部	b	b	b	a	b
武蔵大学	経営学部	b	b	b	b	b
流通科学大学	サービス産業学部	a	c	b	b	b

(注1) a～eの評価は、a：進んでいる、b：やや進んでいる、c：普通、d：やや遅れている、e：遅れている、を示す。

(注2) 高次のALは、知識の活用を目的としたPBLや創生授業等を指す。

(資料) 河合塾編著（2011）pp89。網掛けは筆者。

### 3. 自由が丘商店街振興組合及び自由が丘スイーツフォレストの概要

#### (1) 自由が丘商店街振興組合の概要

本学経営学部は自由が丘に校舎を構えていることもあり、古くから、様々な分野及び領域で、自由が丘商店街振興組合を初めとする、自由が丘にある様々な企業、団体、組織、住民の方々等と連携してきた。授業しかり、クラブ活動しかり、イベントしかりである。たとえば、自由が丘の街を巡回して来街者に街案内をする「自由が丘の案内人・セザンジュ」は、本学の学生で構成され、日祝やイベント時を中心に活動を行っている。また「自由が丘イベントコラボレーション」という授業では、自由が丘が進めている大きなイベント（スイーツフェスタ、女神まつり、クリスマスイベント）や本学学園祭（自由が丘産能祭）などに、学生自らが運営スタッフとして参加することによって様々なことを学ぶものである。これらは自由が丘商店街振興組合と本学の共同プロジェクトである。

さて自由が丘商店街振興組合であるが、その歴史を紐解くと、戦前は「駅前銀座会」「銀座会」「共栄会」「弁天通会」「広小路会」「旭会」などの商店会が存在していた。1937年に組合員120店による「自由が丘商店街協同組合」が結成され、1948年には12の商店会が1つになり「自由が丘商店街連合会」が誕生した。その後1963年に、商店街振興組合法が制定されたため、11月に「自由が丘商店街振興組合」が発足している。この時点で、今の商店街振興組合の枠組

みが完成したことになる。

自由が丘商店街振興組合は、振興組合としては日本最大の規模であり、発足当時436店だった組合員は2015年現在、1300店を超えるまでになっている。自由が丘の街の魅力づくり、会員店舗の繁栄のための活動などを行っており、組合員が必要とする共同事業の運営、地域内の環境の整備・改善、組合員の事業の健全なる発展の応援などを実施している。

なお具体的には、毎年10月に開催される自由が丘最大の祭である「自由が丘女神まつり」、毎年5月に開催される「スイーツフェスタ」を初めとして、盆踊りやクリスマスイベントなどを主催している。また来街者に対する情報サービスでは、インフォメーションセンターを設置したり、ガイドブックを出版したり、地元のコミュニティバス「サンクスネイチャーバス」に対する後援・協力を行ったり、「自由が丘森林化計画」を行うことで自由が丘の緑化を推進したりしている。他の商店街に先駆けて、先進的な取組みをいくつも行い、そして高い評価を受けている商店街である。

「自由が丘商品の企画開発」の授業は後述するように、自由が丘まちづくりユニットの中の1科目であるが、当該ユニット全体を通じて、商店街振興組合を支える数多くの方々のご登壇され、自由が丘のまちづくりに対する知見をご教授頂いた（筆者の1人である岡田は、本学客員教授であると同時に、自由が丘商店街振興組合理事長を務めている）。本授業は、狭義の意味では本学と自由が丘スイーツフォレストとのコラボレーション授業であるが、広義の意味ではその両者に加え、自由が丘商店街振興組合も入った授業とすることが出来る。

## (2) 自由が丘スイーツフォレストの概要

自由が丘スイーツフォレストは、2003年11月に誕生した菓子（スイーツ）のテーマパークである。筆者の一人である岡田が代表取締役社長をつとめる岡田不動産と、玩具メーカー大手の株式会社ナムコ（当時）が共同で設立した。スイーツ店9店、パン店、道具・材料店、レストラン各1店の構成でスタートしている。

内装は季節感のある木々で飾り付けられ、スイーツフォレストの名前の通り、森のイメージになっている。有名なパティシエ（菓子職人）が軒を連ねる形態で、来店者は色々なお店のスイーツを回遊して食べることが出来る。

2013年には開業10周年を迎え、近年では自由が丘駅南口にテイクアウト専門の新業態をオープンさせるなど、活動の幅をますます拡大させ、今日に至っている。

なお自由が丘と聞くとスイーツフォレストを連想する人が多いように、スイーツフォレストは自由が丘の街にとって、シンボリックな存在である。こうした組織とのコラボレーション授業が、「自由が丘商品の企画開発」という授業に他ならない。

#### 4. 自由が丘商品の企画開発

経営学部現代ビジネス学科には「ユニット専門科目」なる必修科目が配置されている。2015年時点では、ショップビジネスユニット、自由が丘まちづくりユニット、心理・コミュニケーションユニット、メディアコミュニケーションユニット、商品企画ユニットの5つがある。いずれも理論系科目と実践系科目から構成され、前期2科目、後期2科目を履修する形になっている。

これらユニットは、より学生の視点にたつて学びの質を高めるべく、毎年改善が加えられている。本論文で取り上げる自由が丘まちづくりユニットの内容は、あくまでも2012年度から2014年度の3年間に限った話である点にご留意いただきたい。

2012年度から2014年度におけるまちづくりユニット4科目の構成は、下図に示すとおりである。前期2科目（「地域ブランドの成功事例を学ぶ」「自由が丘リサーチ」）、後期2科目（「地域プロモーション」「自由が丘商品の企画開発」）の構成であり、「地域ブランドの成功事例を学ぶ」と「地域プロモーション」が理論系科目、「自由が丘リサーチ」と「自由が丘商品の企画開発」が実践系科目である。

履修者は1～2年次の基礎教育を終えた3～4年次の学生が対象であり、2013年度の履修者数は1科目あたり50名弱であった。

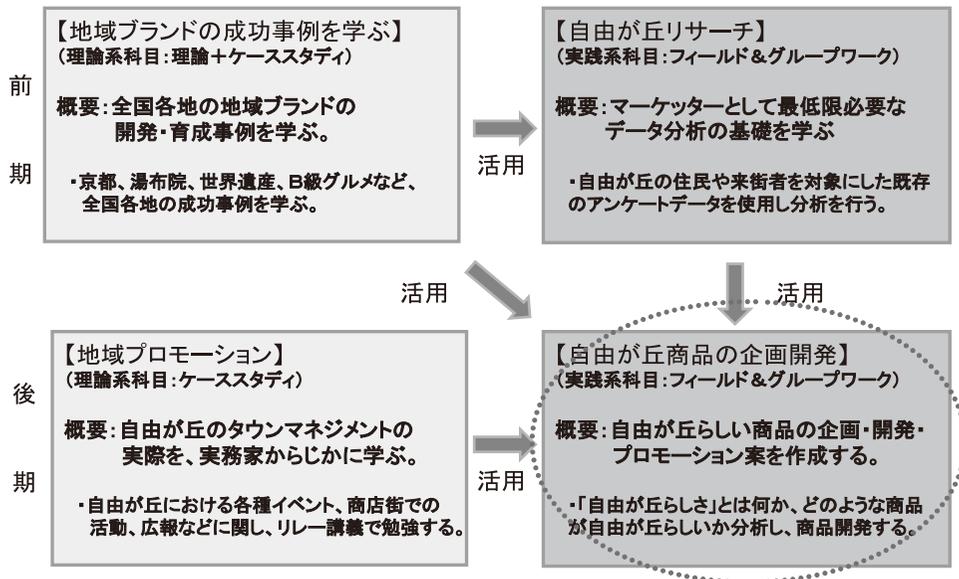
それぞれの科目について言及すると、「地域ブランドの成功事例を学ぶ」は、全国各地の地域ブランドの開発・育成事例を学び、その中で「自由が丘ブランド」の魅力の源泉や強み・弱みなどについて学ぶものであった。理論系科目ではあるが、グループワークにより、それぞれのグループが選んだ地域ブランドについて、その概要、魅力などに関し、発表してもらう形をとった。

また「自由が丘リサーチ」は、マーケッターとして最低限必要なデータ分析の基礎を学ぶことを目的に、これまでに本学の地域マネジメント研究所（現コンテンツビジネス研究所）<sup>11</sup>が実施した既存のアンケートデータを用いて、分析手法を教授した。学生はパソコンを持参し、自らデータ分析を行い、設定した仮説に対する検証方法などを学んだ。

後期科目の「地域プロモーション」は、本論文執筆者の1人である岡田が担当するもので、自由が丘商店街新組合理事長である立場から、タウンマネジメントの実際を教授とするものである。自由が丘森林化計画、ゴミ収集問題、ガイドブック作成、女神まつりの運営など、今まさに自由が丘の街の現場で起きている生の情報について、学生が学べるよう配置されている。

そして最後に、これら3つの授業の成果をもとに、その集大成として設置したのが、「自由が丘商品の企画開発」なる授業である。同授業の内容については、以下、節を改め記述する。

図4-1 自由が丘まちづくりユニットの4科目 (2012年度～2014年度)



(1) 自由が丘商品の企画開発の授業内容

前述した通り、「自由が丘商品の企画開発」は、自由が丘まちづくりユニットの総まとめとして位置付けられている。

具体的なシラバスの内容は下記の通りである。

表4-1 自由が丘商品の企画開発のシラバス

第1週	： 導入・この授業で何を学ぶか →授業内容や授業の進め方に関するガイダンスを行う。 商品戦略、販売戦略、プロモーション戦略等の基礎を学ぶ。
第2週	： 既存の自由が丘オリジナル商品の分析 (1) 強み弱み分析 →グルメ、雑貨、ファッション、キッズ&ベビー等のグループに別れ、 既存のオリジナル商品の発掘、分析を行う。
第3週	： 既存の自由が丘オリジナル商品の分析 (2) (マーケティング戦略) →既存の自由が丘オリジナル商品が、どのようなマーケティング戦略のもと、 販売されているか考察する。
第4週	： 既存の自由が丘オリジナル商品の分析 (3) (事例発表) →優秀な2~3のグループに発表してもらい、その具体的内容や、 実現性等について議論する。
第5週	： 外部講師 (スイーツフォレストプロデューサー) による講演 →スイーツフォレストの概要及び商品開発のヒントについて講演頂き、 その後スイーツフォレストに全員で出かけ、説明を受けた。
第6週	： 市場調査1 →どのような商品が自由ヶ丘らしいか、 文献調査やフィールドワークを行い、分析する (以降、13週までグループワーク)。
第7週	： 市場調査2 →オリジナル商品を確定する
第8週	： マーケティング戦略の確定 →価格戦略、プロモーション戦略について固める。
第9週	： 収支シミュレーション →オリジナル商品を実際に販売した際の、収支シミュレーションを行う。
第10週	： 発表資料の作成 →5~9回目の授業内容を踏まえ、 最終発表資料 (プレゼンテーション) の作成を行う。
第11週	： 発表の準備 →5~10回目の授業内容を踏まえ、 最終発表 (プレゼンテーション) の準備を行う。
第12、13週	： 発表
第14週	： 総まとめ →これまでの授業で学んだことの総復習を行う。

まず前半では、学生はグルメ、雑貨、ファッション、キッズ&ベビーなどのグループに分かれ、自由が丘に存在する「既存のオリジナル商品」の発掘をおこなった。同様の商品やサービスでも、他の街で販売するものどどこが違うか、自由ヶ丘ブランドの恩恵をどのように受けているか、そもそも自由ヶ丘らしいユニークな商品であるか、など多面的な角度から調査・分析を実施した。この既存商品分析は、後半の授業において、学生が自由が丘ブランドの魅力の源泉を反映させた自由が丘オリジナルスイーツを企画・開発する際、参考になる

よう組み立てたものである。

後半は、実際に、自由ヶ丘におけるオリジナルスイーツの企画開発を行った。第5週に、自由が丘スイーツフォレストのプロデューサーによる講演を実施した。ここでは、自由が丘スイーツフォレストの来歴や、テーマパークというコンセプト、場内の店舗の特徴などを解説してもらった。さらに、創立10周年の企画の一部として、バレンタインデー後から桜の季節の隙間にあった企画をご提案頂いた。

この依頼を受け、学生は、自由が丘スイーツフォレストはもちろん、自由が丘におけるスイーツ店についてフィールドワークを実施した。需要者である来街者の方々の意見を尋ねたり、供給者である店の人の考えを収集したりした。また前期科目である「自由が丘リサーチ」で学んだアンケート手法を駆使して、全てのグループが定量的なデータ分析を試みた。

さらに商品そのもののコンセプト、素材・形状、コスト計算、販売提供方法、プロモーションなど、様々な企画を立案した。

これらの成果は、まず授業内で、グループ単位で、パワーポイントを用いて発表した。発表後は、企画の独自性や実現可能性などについて、全員で議論した。発表が一方向に行われることなく、学生及び教員を含めた双方向ならぬ多角形型の意見交換を行うことで、学生の学びの質を高めるようにした。また発表と議論を踏まえ、最終課題としてレポートを提出してもらった。このレポートは、発表で提示できなかった詳細データなどを含めた発展学習として位置付けた。

各グループのプレゼンテーション資料（グループワークにより行ったもの）と最終レポート（個人で行ったもの）は、その後、自由が丘スイーツフォレストのプロデューサーを通じて、商品化を検討してもらった。その結果、自由が丘スイーツフォレストと産業能率大学の地域コラボレーションプロジェクト『10周年記念～大学生考案のスイーツをパティシエが実現』として、本学学生が企画開発したスイーツが、スイーツフォレストに期間限定ながら並ぶことになった。「疲れを癒してくれるベリーフルーツづくしの限定スイーツ」である。2014年3月29日～4月4日に、施設内店舗のベリースイーツ専門店「ベリーベリー」にて、販売が実現した。

図4-2は、自由が丘スイーツフォレストが、プレスリリース資料として作成したものである。

図4-2 自由が丘スイーツフォレストのプレスリリース資料

自由が丘スイーツフォレストニュース

March. 2014



---

報道関係各位

「自由が丘スイーツフォレスト」と「産業能率大学」が地域コラボレーション～  
10周年記念～大学生考案のスイーツをパティシエが実現！  
＜2014年3月29日(土)～4月4日(金)＞

おかげさまで10周年を迎えたスイーツのテーマパーク「自由が丘スイーツフォレスト」は、2013年11月の開業以来、地域活性化を目指し、地域と連携した活動に積極的に取り組んでまいりました。

この度、10周年企画として、自由が丘にキャンパスを持ち、地域と連携したフィールドワークに意欲的に取り組んでいる産業能率大学のマーケティング講義の中で学生が考えた“自由が丘商品”を、パティシエが商品化し、期間限定で販売いたします。

学生ならではのフレッシュな考えで生まれたアイデアを、プロのパティシエが実際に販売する商品として具現化する、「自由が丘スイーツフォレスト」として新たな取り組みとなります。

地域で学ぶ学生とスイーツのテーマパークの協力によって誕生した限定スイーツをお楽しみください。



ベリーベリー 「癒しのベリーベリームース」  
580円（税抜） ※1日10個限定 ※スイーツフォレスト限定

疲れを癒してくれる  
ベリーフルーツづくしの限定スイーツ

スポンジにブルーベリーのムースを重ね、中にはブルーベリー、ブラックベリー、オヴリ、フランボワーズのコンポートを合わせ、フレッシュベリーをたっぷり飾り付けました。

ブルーベリーのムースと自家製のベリーコンポートで甘酸っぱく、リフレッシュできるようなスイーツに仕上げました。

まさに、ベリースイーツ専門店ならではのベリーづくしの逸品です。

【パティシエ:藤間英光シェフ】

「疲れるとスイーツが食べたくなる→“お疲れ様をあなたに!”というコンセプトに魅力を感じ、このアイデアを採用しました。

1つのケーキの中にベリーをたっぷり使用して、目の疲れを癒せるスイーツを目指しました。可愛らしいハートのデザインとベリーの効果で疲れを癒してくれるようなベリースイーツをと考案しました。



**◆産業能率大学の「地域プロモーション」**

地域と連携したリアルなフィールドワークにこだわり、自由が丘の街とコラボした講義を行っています。その活動は「女神まつり」や「スイーツフェスタ」等のイベント開催時や、街の案内役「セザンジュ」など、年々広がっています。

2013年度後期の講義「自由が丘商品の企画開発」では、学生がグループごとに分かれ、学生の視点からスイーツ専門店に販売する「オリジナルスイーツ」を企画開発し、成果を上げました。

実際のビジネスを通じて、商品企画、販売戦略、プロモーション戦略など、様々な戦略を立案・企画・実施する「総合力の習得」を目指す授業です。

【本件に関する窓口】産業能率大学 教務課 高田 (TEL. 03-3704-9955)



＜担当室・学生のコメント＞私たちが企画したスイーツが、商品化され、とても嬉しいです。若い感性と、未来への希望がたっぷり詰まったスイーツを美味しくお召し上がりいただきたいです

自由が丘スイーツフォレスト施設概要

スイーツのフードテーマパーク「自由が丘スイーツフォレスト」は、「ハピネス・オブ・スイーツ」をテーマに、一部のお菓子職人“スーパーパティシエ”たちが、胸に手をかけて提供する“作り立て&出来立て”の極上スイーツをその場で食べ比べることができます。

◆住所：東京都目黒区緑が丘2-25-7「ラ・クール自由が丘」1F～3F

◆営業時間：「スイーツの森」9時～20時（年中無休）「スイーツレイト」/店舗により異なる

◆アクセス：東急東横線大井町線「自由が丘」駅南口から徒歩約5分 ◆HP：<http://www.sweets-forest.com>

「自由が丘スイーツフォレスト」お客様お問い合わせ電話番号 ☎03-5731-6600

本件に関するお問い合わせ「自由が丘スイーツフォレスト」プロモーション担当  
ピーアールコンピナート株式会社 井上・三樹 TEL. 03-3263-5621 / FAX. 03-3263-5623

## (2) 学生の声

本授業を受講した学生に、本授業に関する感想を聞いた。

自由が丘スイーツフォレストとの連携により、「企業とコラボレーションすることで、本当に商品を企画するつもりでグループワークができて良かった」「スイーツの開発ができて楽しかった」「プレゼンテーション能力があがった」のように、肯定的に捉えている回答が殆どであった。

さらに、具体的な事例をもとに学習したため、「実際に歩いてフィールド調査をしたり、リサーチの仕方などを学んだりすることができた」「前期の授業で学んだことが活かされた」という意見が散見された。講義で学んだことを、具体的に活用できるシーンを提供することで、より深い学習を呼び起こしていると考えられる。

また、「自由が丘らしさや自由が丘にあるお店などをたくさん知ることができた」という意見は、それまでの日常では見過ごされていた視点を、改めて見直す契機にもなったことが分かる。

これら学生の意見を見る限り、アクティブラーニングに関する先行研究で見た、学生の「主体性」や「当事者意識」が、本授業により促されたことが分かる。本授業は、「知識の活用を目的としたPBL、創成授業等の高次のアクティブラーニング (HAL)」として機能していたと言って良いだろう。

一方、ネガティブな意見としては、「課題の期間が短い」「就職活動を考慮に入れて欲しい」があった。これは、受講生が3年生であり、最終発表や最終課題が1月に集中しており、当時12月からスタートした就職活動の時期と重複したから発せられていると考えられる。しかしながら、内容的には問題なく、全体的に非常に高い満足度をもって受講したことが分かった。

## 5. 知見及び今後の課題

以上の整理を今一度しておこう。

本論文では、まず「アクティブラーニング」に関する先行研究をもとに、その定義や意義を整理し、「自由が丘商品の企画開発」なる授業の位置付けを行った。講義型と実習型のそれぞれ2科目ずつ、合計4科目から構成される「自由が丘まちづくりユニット」における実習型スタイルの授業であること、そして、ユニットでは講義型授業と実習型授業の双方が、車の両輪のように補いあう形で、学生の学びの質を高めていることを考察した。

次いで、実際の「自由が丘まちづくりユニット」の授業概要について詳述した。授業アンケートの結果を見ると、学生の成長の跡がうかがえ、また満足度も非常に高いことが分かった。

こうした結果を踏まえ、今後も学生の主体性及び当事者意識を醸成するためにも、講義型授業と実習型授業のバランスの良い授業配置、ならびにその関係性を十二分に考えることの

重要性を再確認することが出来た。

なお、本論文で扱った授業は、いずれも履修者数40名程度の科目である。20名前後のゼミや、200名近い大教室での授業の場合は、どのようなアクティブラーニングが可能になるか、学生の声への適切なレスポンス方式にはどのようなものがあるか、などについては引き続き研究を続けて参りたい。

#### 注：

1. 詳細は本学ホームページ。 <http://www.sanno.ac.jp/univ/ap/index.html>
2. 須永一幸 (2010) pp2.
3. 須永一幸 (2010) pp7.
4. 須永一幸 (2010) pp7-pp8.
5. 溝上慎一 (2007) pp275.
6. 溝上慎一 (2012) pp29.
7. 中央教育審議会大学分科会大学教育部会 (2012) の用語集 pp1.
8. 中央教育審議会大学分科会大学教育部会 (2012) の本文編 pp4.
9. 谷口哲也・友野伸一郎 (2011) pp5.
10. 谷口哲也・友野伸一郎 (2011) pp10.
11. コンテンツビジネス研究所に関しては、 <http://www.sanno.ac.jp/univ/cb/index.html>

#### 参考文献

- ・河合塾編著 (2011)、『アクティブラーニングでなぜ学生が成長するのか』東信堂、2011。
- ・河合塾編著 (2013)、『「深い学び」につながるアクティブラーニング』東信堂、2013年。
- ・河合塾編著 (2014)、『「学び」の質を保证するアクティブラーニング』東信堂、2014年。
- ・須永一幸 (2010)、「アクティブラーニングの諸理解と授業実践への課題—activeness 概念を中心に—」関西大学高等教育研究創刊号 pp1-pp12、関西大学教育開発支援センター、2010年10月。
- ・谷口哲也・友野伸一郎 (2011)、「河合塾からの「大学のアクティブラーニング」調査報告—4年間を通じた学習者中心のアクティブラーニングについて—」、2011年 (前掲の河合塾編著 (2011) に所収)。
- ・中央教育審議会大学分科会大学教育部会 (2014)、「予測困難な時代において生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ (審議まとめ)」、2012年3月26日。
- ・松尾尚 (2011)、「大学事例報告Ⅲ 経済・経営・商学系学部 (東京会場) 産業能率大学 (経営学部)」、2011年 (前掲の河合塾編著 (2011) に所収)。
- ・溝上慎一 (2007)、「アクティブラーニング導入の実践的課題」名古屋高等教育研究7、

pp269-pp287、2007年。

- ・ 溝上慎一 (2012)、「全カリにおけるアクティブ・ラーニングと学生の能動的学修 (シンポジウム)」全カリシンポジウム2012、立教大学池袋キャンパス、2012年11月13日の講演録。
- ・ 溝上慎一 (2014)、『アクティブラーニングと教授学習パラダイムの転換』東信堂、2014年。
- ・ 溝上信一・松下佳代 (2014)、『高校・大学から仕事へのトランジション』ナカニシヤ出版、2014年。

## 謝 辞

本論文に執筆しましたように、本学は、全学的にアクティブラーニング型授業を推進しています。執筆にあたり、こうした取組みの中心メンバーである本学入試企画部の林巧樹氏、企画広報部の村山滋氏、また経営学部・松尾尚先生、情報マネジメント学部の荒木淳子先生を初めとする多くの先生方に、先行研究をレビューする際に多大なるご指導を賜りました。この場をお借りして厚く御礼申し上げます。