追手門学院大学教育研究所紀要
第 29 号　2011 年 3 月　pp.17–25

学生の成長を促すゼミの試み

経営学部マーケティング学科教授　辻　　幸恵

1. はじめに

経営学部では 2 回生から基礎演習が開始される。その後、3 回生は発展演習、4 回生は卒業演習と続くので、通算 3 年間の演習となる。つまり、2 回生から 4 回生までは 1 人の担当者が 3 年間を受け持つことになる。学生たちからみれば、ゼミ担当教員とは長いつきあいになる。

「面倒見のよい大学」ということを世間にアピールするためには、このような演習、いわゆるゼミがある方が都合がよい。保護者は我が子に、高等学校の担任の感覚で、担当教員がはりついてくれている方が安心なのである。なお、1 回生は新入生演習として前期の間（4 月～7 月）にゼミが開講されるが、これは前述のような形式ではない。たとえば、担任が前期 15 回のすべての授業をおこなうわけではない。年によって多少は異なるけれども、通常は、最初の数回を担任が受け持ち、その後はローテーションする。ローテーションとは、経営学部の教員が毎回、異なるクラスを受け持つ方法である。新入生の方は固定されたクラスと教室にいる。そこにいわば日替わりメニューのように、教員が入っていく。このローテーションという方法によって、新入生たちは自分が所属する学科の様々な教員と出会えるというメリットがある。多くの場合、1 回生の時期に専門分野の教員と授業で出会うことは少ない。しかし、先に述べたように経営学部では 2 回生から基礎演習が開始されるので、1 回生の後期（10 月中旬）にはゼミの説明会が開催され、11 月にはゼミの希望を提出することになる。1 回生の前期の新入生演習は、後期のゼミ選択にも役立つのである。ただし、日替わりメニューでは教員紹介に終わり、一貫した教育内容にならないというデメリットもある。また、クラス担任といえども、そこでは自分のクラスに所属する学生たちの名前を覚えることも困難である。4 月はじめの数回、6 月前後の真ん中で 1 回、そして 7 月の中旬に自分の担当クラスに戻る。その回数の授業時間内に、十数人の顔と名前を一致させるのは困難である。

さて、演習を通じて 3 年間で驚くほど、成長する学生もいれば、相変わらず成長をしない学生もいる。成長をしない学生は、まだ成長する時期ではないこともある。人には成長する時期とそうではない時期がある。それは身体の成長も同じである。一般的には女性は、小学校の高学年や中学生の頃に身長が伸びると言われている。しかしその頃には、あまり身長が伸びなかった人でも、高校

2 年生から大学 2 年生までの 4 年間で 16 センチ以上も背が伸びた人もいる。世間一般的なこと、すなわち平均的なことと実際の個別の問題とは異なる。

だからといって成長を促すためのメニューが不要であるという意味ではない。即効性がなくても、いつかは成長する。その日のために、教員は、成長を促すためのメニューが必要なのである。

2. 成長を促すためのメニュー

2–1　成長のとらえ方

「学士力」という言葉が一般的に言われるようになったのは 2007 年 9 月に中央教育審議会大学分科会制度・教育部会のもとに設置された「学士課程教育の再構築に向けて」であった。2008 年 9 月には中央教育審議会大学分科会小委員会が、学士力の主な 4 つの内容を示した[1)]。

①知識・理解（文化、社会、自然等）

②汎用的技能（コミュニケーション・スキル、数量的スキル、問題解決能力等）

③態度・志向性（自己管理力、チームワーク、倫理観、社会的責任等）

④総合的な学習経験と創造的思考力

我が辻ゼミでは上記 4 つのうち、②と③を重視している。

成長は何を指しているのかという定義が必要である。ここでは、一般的な定義ではなく、ゼミ内における成長の定義とする。「成長とは、今の能力よりもさらに能力が高まること」である。では能力とは何かというと、それは大きくは 2 つに分けられる。1 つ目は従来から言われている「読み、書き、パソコン」である。これが②（コミュニケーション・スキル、数量的スキル、問題解決能力等）に該当をする。2 つ目は「創造する力、工夫力」である。これが③態度・志向性（自己管理力、チームワーク、倫理観、社会的責任等）に該当をする。この 2 つの能力をゼミという組織の中でどのように、育成していくのかが課題である。

成長には、度合いというものがある。大きさとも言える。1 つの事象で大きく成長することもあれば、たくさんの事象の中ですこしずつ成長することもある。ゼミ以外の科目履修と共に学び、成長することが理想であり、これが④総合的な学習経験と創造的思考力になるのである。

2–2 「読み、書き、パソコン」の具体的事例

「読み、書き、パソコン」は大きく成長することが少ないような印象であるが、そうだとは限らない。ゼミ生は 2 回生の冬（通常は 12 月）から 1 年間かけて「日経ビジネス」の定期購読をする[2)]。「読み」の練習のひとつであるが、必ず購読前に日経 BP の社員から「日経ビジネス」の読み方という講義を受ける。この講義を受けることによって、作り手の意図を知った上で購読することが可能になる。またその背景を推察するコツも学ぶ。そのことによって、「日経ビジネス」をきっかけに日経新聞やその他の経済的な記事の読み方が理解できる。この理解の上にたって読むこと

をすれば、今までとは異なった読み方ができ、その効果として、正しい読み方から正しい知識が蓄積されるようになる。つまり、総合的な見方ができるようになる。コツがわかれば、様々なものを吸収しやすくなる。

「書き」の部分では本学の教育研究所主催の「青が散るアワード」に参加させる[3)]。ゼミの時間に申し込み用紙を配布して、時間内にかかせる。教員からは内容に関する指導はしない。添削もしない。ただし、漢字の間違いや年号の間違い等は指摘する。これは 3 回生を中心に実施する。書かねばならないことによって、思い出したり、筋道をたてて説明をしたり、起承転結を考えたりする。この推敲こそが、履歴書を書くことにも役立つのである。もちろん、時間内に仕上がることはない。宿題になるが、多くの場合、授業時間の後、5 号館の地下、学習支援室、あるいは辻の研究室で、続きを書くことになる。

「パソコン」は、ゼミ内で生活する上で、どうしても必要になる。たとえば、毎年チャレンジしている学会での口頭発表にはパワーポイントが必要である[4)]。また、発表するまでのデータ入力、SPSS での解析、それらを図表にまとめることが必要になる。要旨をまとめるにはワードを使用する。要旨の中にはグラフを貼り付けなければならない時もある。この場合はデータからグラフが簡単に作成することができるエクセルの操作が必要である。ゼミに入った頃は、ほとんどの者はパワーポイントが出来ない。学会にむけて準備をしているうちに、発表原稿としてパワーポイントを作成するようになる。作成に時間がかかっても、いわば苦手でもかまわない。学会という目標の向けてやるべきこととしてとらえていく。TA や同級生や先輩がいれば何とかなるという典型的なものがワードであり、エクセルであり、パワーポイントである。

2–3 「創造する力、工夫力」の具体的事例

「創造する力」は主には学会での口頭発表や研究をまとめて出版する際に、その力を養うことができる。学会テーマは 2 回生の夏休みに探しはじめる。2 回生の秋には予備調査のためのアンケートを実施する。また、同時にインタビューやグループディスカッションを実施する。「自分は何に興味があるのか」、「同年代は何にこだわりがあるのか」、「世間では何が流行しているのか」「人は何をもって満足とするのか」等、学会での発表テーマを真剣に探す。探すコツは、身近なところをくまなく見直すことである。また、それらをどのような視点で研究するのか、どのような仮説があるのか、方法はどうするのか、それらを考えていることが創造する力を養うことにもなる。

実際に 3 回生の春先には、学会口頭発表用のパワーポイントを作成する。それも創造する力のひとつをのばすための機会である。何度もつくりなおし、見やすい工夫をしていくうちに、1 枚のシートにどのような情報を入れればよいのかが、わかってくる。最初から、雛型を渡してしまえば、その工夫もしなくなってしまうであろう。文字が小さくて後ろからは見えない、色がうすくて見えない、折れ線グラフの数が多すぎてわかりにくい等、お互いがお互いのシートを見て、感想を述べあううちに、見やすさとは何か、わかりやすさとは何かがわかってくる。

学会での口頭発表以外にも「工夫力」は主には企業とのコラボや学内での手伝いなどの場で養える。企業は厳しい要求をしている。特にイベント系での手伝いでは、当日になって予定変更もある。柔軟に現場での対応が必要になる。工夫力は柔軟な発想に支えられるところがある。また、工夫力は、予算が少ない時にいかに支出をおさえてイベントを成功させるかという金銭的なことにも発揮される。「学び論 C」[5]でのクイズの景品は、学長事務室や入試広報課にお願いをして、本学のロゴや、名前が入ったファイルやボールペンを頂くことが出来た。これも上司（先輩たち）からのアドバイスをふまえ、学生たちの方から、事務方にお願いしてもらえないだろうかという要望であった[6]。辻はここ数年、学び論 C を担当しているので、景品をどのように集めたらよいのかはわかっていた。しかし、決して辻からは言わない。彼らが、自ら上司である先輩に相談をする、または自分たちから気づいてくるまで待っている。成長を促すためには、答えを知っていても、言わないことも必要である。学生が気づくまで、辛抱強く待つのである。特に金銭面では、1 円をいかに節約するのかという工夫が必要である。ルーズな会計ではゼミ費用が足らなくなるからである。ゼミ費用とは、ゼミ全体の会計を指す。辻ゼミでは企業からの謝金等はゼミ費用として、ゼミ会計係が管理をする。この費用からゼミ内での教材や移動の際の交通費を支給する。会計係は収支をあわせ、領収書などの管理も行なう。ここでは基本的には、経営学部の科目である「入門簿記」「初級簿記」の知識が役にたつ。領収書が不備であれば、会計係からは現金は支給されないので、領収書の宛名、日付、適用などの欄を確認するクセがつく。これも社会に出てからの自衛のひとつになる。

3. 成長をうながす制度

3–1 「先輩・後輩」は「上司・部下」

成長をするためのしくみとして、辻ゼミでは先輩後輩とは言わず、上司と部下という関係にする。2 回生の新入生を 3 回生が原則はひとりずつ部下として面倒をみる。この時は部下を選ぶことができる。部下の行為については、全責任を上司がおう。私は部下を直接は叱らない。必ず、上司である 3 回生をとおすことにしている。たまに「私は人を叱ることができませんから、先生から注意して下さい」という学生もいる。そういう時は必ず「君はどこに就職する気か。社長が新入社員を直接、注意をするような規模の会社を希望しているのか。君はいつまで新人でいられるのか。部下がつかない仕事をしていくのか」と聞く。誰しも部下を叱る仕事は気がすすまない。苦言を言うことはおもしろいことではない。うるさい上司だとも思われたくはない。それを役割だと理解しなければならない。また、コミュニケーションがいかに困難であるのかを痛感することも多い。1 学年の差であっても、考え方は千差万別である。自分の常識が相手に通じない時のいらだちを上司である学年は痛感する。そして、かつての自分がそうであったことも思い出す。3 回生は中間管理職にあたるのだ。

ゼミ担当教員は社長、2 回生は新入社員、そこに課長クラスの 3 回生と部長クラスの 4 回生がいると言えば、経営学部の学生は納得をする。部下は上司を選べない、2 回生にとってはつらいところである。自分の上司が他の上司よりも劣っている気がする時がある。連絡が遅い、不親切である場合は特に強くそれを感じる。また、自分よりも成績が悪い先輩に対しては尊敬の念を抱くことができにくい。ただし、上司は万能ではない。1 年だけ早く先にゼミ生になっただけである。それを理解できるようになるのは、自分が 3 回生になって「上司」になった時である。

3–2　授業内での成長

授業内でも学生たちは成長する。ゼミ生たちが私の代わりに 5 号館の大教室の機材を操作している時は、その他の学生たちは静かに待っていてくれる。多少しくじっても、文句は、ほとんどない。授業は参加するもの、教員ひとりが頑張っても、楽しくないということを伝えると、それなりに楽しい授業になる。授業が始まる前に、体調が悪いから途中でトイレに行くかもしれないと伝えにくる学生もいれば、授業内に手をあげて、トイレへの許可を求めるものもいる。辻が今日はのどが痛いというと、教室内を歩いている時に、のどあめをくれる学生もいる。授業をお互いに快適にしようとすれば、お互い様の気持ちが生まれる。もちろん、授業内にトイレなんて小学生でもありえないというのは正論であるが、体調が悪い時に 90 分間、座っていることを強制するよりも、さっさと用をすませて、また授業に復帰する方を私は選択したい。クラスの中での信頼関係が成立していくうちに、ゼミ生たちが、そっと「○○君は今日は体調が悪いようです」、「○○方面は本日 JR が延着しています」等、授業内に私にサインを送るようになる。「後ろの人が黒板の文字、見えないようです」、「わかりません。もう一度、説明してください」、「教科書のページを黒板に書いて下さい」等、私と授業を受けている学生たちの中間に立って、サインをおくってくれる。前回の問題の解答を言い忘れていれば、それを指摘してくれる学生もいる。つまり、授業の主催者の目線で、授業を受け止められるようになれば、ただ単に授業を受けていた頃よりも「成長」したのである。授業準備のたいへんさまでが理解できれば、90 分の授業の重みも自然に理解できるようになる。授業中に私語をすることもなくなる。

4. 成長するための約束事項

4–1　責任（賞罰の明確さ）

何かにチャレンジさせれば、力がつくわけではない。お互いに気持ちよく成長するためには、了解事項が必要である。

まずは、手をあげてリーダーになった場合は、責任を覚悟しなければならない。辻ゼミではリーダーを先にきめて、次にそのリーダーがサブリーダーを指名する。これは複数人数でもかまわない。そこがいわゆるその仕事（課題）の中枢となる。たとえば、甘く予算を見積もって赤字になれ

ば、そこで辻ゼミの会計日誌には、誰が赤字をいつ、どのような形で出したかが記載される。また、その後、赤字に対してリーダーがどのように対応したかも記載される。いつ、誰が、どこで、何をしたか、そして結果も記載される。原因については、ゼミでの報告時間に報告がなされた後、ゼミメンバー全員で分析をする。なお、ゼミでは報告事項がある者は、手を挙げて自らゼミメンバーに報告をすることになっている。報告が終了してから、本題の授業を開始する。ゼミメールも活用しているが、メールは見落としもあるので、確認のため、ゼミ時間内に必ず報告をする。報告に対しての質問も同時におこなう。もちろん、成功した場合も失敗した場合もその旨が報告される。また、途中経過報告もなされる。

個別の課題でも同様である。手を挙げた限りは責任を覚悟する。一方、成功した場合は、個別の課題の場合は、個人に賞金や物品が支給される場合もある。賞罰を明確にしていなければ、「なあなあ」になってしまう。それでは成長はできない。賞罰があるからこそ、モチベーションが高くなるのである。たとえば、辻の付き人として学会や企業のヒアリングに行く。そこでの人脈（名刺交換した名刺など）は付き人をした学生個人のものであるから、その後、礼状や年賀状を書いて、就職活動につなげることはその個人に対するメリットになる。

4–2　謝罪

失敗した時はリーダーでも個人の仕事であっても、まずはゼミ構成メンバーに報告をし、お詫びをする。相手方への謝罪は何よりも一番におこなう。辻への報告も同時におこなう。真摯に失敗をうけとめ、謝罪できるか否かも成長につながる。もちろん、相手方（企業や他大学）が悪いのだと自分の否を認めない学生もいる。しかし、どうして、そうなったのかということを冷静に分析させることによって、何が原因かがわかる。納得できるまで、必ず話し合うことにしている。「私がリーダーをやめたらよいのでしょう」と平きなおってくるけれども、そこで安易にリーダーをやめさせない。やめるならば、問題を解決してからやめてもらうようにしている。副リーダーや、ゼミ幹事、あるいは上司役の先輩が相談相手になる。そして、自らが悪かった点を見出して、反省すれば一件落着になる。あやまるということは、なかなかむずかしい。同級生に対してはもとより部下にあやまる時はもっともあやまりづらい。その壁を越えたならば、少し大人になるのである。

また、口先だけで謝る場合もあるが、それは決して許さないことにしている。心から、何が悪かったのかがわかるまでは、新しい仕事や課題を与えない。

4–3　情報の共有化と開示

どうしてもゼミメールなどの連絡網からもれる学生がいる。その時は、連絡網の順番を入れ替えたり、グループの配置をかえたりする。これもゼミ幹事の工夫になる。アルバイトの時間のため、帰宅が遅い学生を連絡網のトップにおいていると、その列は連絡が入るのが遅くなる。このような時は、連絡網の列内での順番を入れ替える。どうしてもルーズな学生が連絡をまわさない場合はこ

の学生を列の最後にもってくる。現 2 回生はメーリングリストで一斉送信できるようにしている。この利点は、全員が一斉に受信できることだ。デメリットは、意見交換をこれですると、ひっきりなしにメールが入ってきてしまうことだ。チャット状態になってしまう。

ゼミ内で情報を共有することは、誰が、いつ、どこで、何を、どうしているのかが、全員にわかるために必要である。誰しも自分ばかりが課題をしていると思いがちであるが、同時に様々なことがなされていることを知ることは、ゼミ内での相互理解に役立つ。また、事後報告で何もかもを聞くよりも、リアルタイムでの動きをつかむ方が、理解が早くなる。

先にも述べたが、辻と一緒に学会に行くことも情報の共有になる。学会での辻の発表や他大学の先生方の発表をきいて、自分たちの口頭発表の参考にすることも可能である。また他大学の学生の様子もわかる。就職活動の折りは、全国の学生がライバルになるのだから、他大学の学生の様子を知ることは意味がある。

4–4　YES と NO の根拠

YES よりも、NO は言いにくい。しかし、賛成と反対は明確にする。そうしないと「どちらでもよい」ということがいかに、間違いであるのかを気づくことが出来ないからである。また、YES にしても NO にしても、必ずその理由を述べることにしている。何となく皆が YES だからというわけにはいかない。「了解」しないことを無理矢理にすれば失敗につながるからである。また、責任逃れをしたくなるからである。理由を述べる場合、根拠を明確にする必要がある。それらを考えていれば、安易な賛成や反対は出来ない。1 票の重さという言い方をするが、自分の意思を明確にして、物事を決定する時に、1 票を投じる責任を感じてほしいのである。

5. ゼミ実践例

次に経営学部マーケティング学科辻幸恵ゼミナールでの実践例を挙げる。

5–1　全体の行事

ゼミ生全員が参加する行事：

学内例）オープンキャンパスの手伝い、学会発表のテーマ選択・発表準備、学び論 C の企画・当日アシスタント、テレビ何でも鑑定団の裏方　等

学外例）学会口頭発表、企業とのコラボレーション、企業訪問・ヒアリング、近畿環境館での展示発表　露店出店、講習会や講演会への参加、等

5–2　個別の仕事

ゼミ生が個別に参加する行事：

学内例）ゼミの教材づくりの手伝い、マーケティング論など辻の担当科目の教材づくりの手伝い、辻の講演等の資料収集・資料整理、パワーポイント作成、研究のためのアンケート送付準備やアンケートデータのパソコン入力、図表作成、原稿校正、メモ作成、タイムスケジュール管理、礼状代筆、郵送物作成　等

学外例）高校模擬授業のための情報収集や企画・提案、模擬授業の当日手伝い、企業訪問時の付き人、辻が参加する学会への付き人、シンポジウムなどの付き人、タウンウオッチングの助手、インタビューの助手、各種イベント情報の収集、辻の代理人としての学会行事等の参加　等

前述は一例である。年によって、仕事の種類や多さは異なる。たとえば他大学や企業からのデータ整理をすると一週間は、データ入力にフル活動になることもある。また、学び論 C の対象は本学に入学が決定している高校 3 年生である。冬休み期間中に、実施しているので、彼らの駅からの誘導や、昼食、健康への配慮までをゼミ学生が受け持つ。2010 年度の方針は「楽しく元気に」と「外注をしない」という 2 つである。外注とはゼミ以外という意味で、他クラブに演奏等をなるべく依頼をせずに、自らが所属しているクラブの説明を担当したり、自らダンスを練習をして高校生を歓迎することにした。

6. まとめ

ゼミ活動をまとめてみると、「当たり前」のことが多い。しかし「当たり前」の積み重ねが、成長につながる。大学生が学会に行って勉強をするのは「当たり前」である。また、学内で指導教員の手伝いをすることも「当たり前」である。企業に行って、自分の名刺を出し、自己アピールをすることも、将来を考えた場合、「当たり前」の行動であろう。教員は「当たり前」の場面をいくつ学生に提供できるのか、そしてその提供した場で、学生たちが何を学ぶのかを把握することが必要である。

本文に書いたように、早く成長する学生もいれば、成長の遅い学生もいる。それでも大学生としての 4 年間のうちに、少しでも成長できる環境を整えることが大事なことである。多くの大学が、学生の成長を手助けする方策を持っている。本学は、本学ならではの特徴もある。規模や、地の利だけではなく、学生の成長環境を他大学と差別化をして整えることが、大学の成長要因に必要なことであろう。

失敗しても成功しても、それを受け止める度量があること、そして学生たちひとりひとりの成長を待てる勇気があること、それが学生の成長を促すために必要なことである。

注釈

1）学士力の記述あたりは辻幸恵、栃尾安伸、梅村修著『地域ブランドと広告－伝える流儀を学ぶ－』嵯峨野書院（2010 年）の第 5 章 p.123 を参考にしてまとめた。

2）日経ビジネスについては http : //business.nikkeibp.co.jp/nbs/nbo/base2/info.html に詳細がある。日経 BP 社が発行している経済に関する記事を掲載する雑誌である。1 年間の定期購読で 23000 円（学生割引はある）で、年間 50 冊、月曜日発行。内容は「特集」「時事深層」「企業」「人」の切り口で構成されている。

3）追手門学院大学内にある教育研究所が主催。毎年、文章コンクールとして学院内だけではなく、卒業生や一般からも文章を募集する。青が散るというタイトルは追手門学院大学の卒業生である宮本輝氏の小説タイトルからとった。会場は大阪城スクエアである。

4）学生は日本繊維機械学会か日本繊維製品消費科学会のいずれかに加入している。両学会ともに事務局本部は大阪市にある。いずれも全国年次大会に参加をするが、例年 5 月下旬から 6 月中旬の土曜日か日曜日に開催されている。

5）学び論は追手門学院大学の高校生対象の科目名。アルファベットはクラスを示している。学び論 C は 2008 年度から開講された。事前教育のひとつとして、AO 入試や内部専願者を主たる対象とした自由参加型の科目である。開講は高校の冬休み期間に集中講義として実施されている。

6）辻ゼミでは先輩は上司の役割を担う。詳細は 3–1「先輩・後輩」は「上司・部下」の節で説明をする。

参考文献

追手門学院大学教育研究所編『大人数授業をどう改革するか』アスカ文化出版、2006 年

阪神地区私立大学教職課程研究連絡協議会編『教師を育てる－大学教職課程の授業研究－』ナカニシヤ出版、2010 年

藤村邦博、大久保純一郎、箱井英寿編『青年期以降の発達心理学－自分らしく生き、老いるために－』北大路書房、2000 年

松井豊編『対人心理学の視点』ブレーン出版、2002 年

辻ゼミナール編「辻ゼミ基本事項集」2006 年

辻幸恵、栃尾安伸、梅村修著『地域ブランドと広告－伝える流儀を学ぶ－』嵯峨野書院、2010 年