

《実践報告》

# 経営学教育におけるアクティブラーニングの実践報告

——専修大学での14年間のゼミナール教育を振り返って

森本 祥一

## 1. はじめに

本稿は、2010年度より筆者が専修大学経営学部にて14年間行なってきたゼミナールでの教育に関する実践報告である。あくまで「報告」であり、「論説」ではない点をご了承頂きたい。

筆者は、元々は企業における情報システムの役割や意義、導入の方法論を教える専任教員として、2009年4月に専修大学の経営学部に着任した。その他、広く情報教育一般も担当した。具体的な教育内容については別稿があるので、そちらをご参照頂きたい（魚田ほか 2012; 森本 2013, 2017a）。このように、当初は「情報」の教員として着任したわけだが、その後、大きく関心分野が変わり、それとともにゼミナール教育も変化していくことになる。

ここで筆者の経歴を簡単に紹介する。工学部情報システム工学科を卒業し、修士課程ではソフトウェア工学の研究に従事していた。卒業後、システムエンジニアとして企業に勤めたが2年で退職し、博士課程に進学して今度は情報セキュリティ工学の研究を行なうこととなった。博士（工学）を取得後、主に社会人を対象としたITに関するPBL（Project Based Learning）教育が中心の専門職大学院、東京都立産業技術大学院大学（産技大）で助教を3年勤めた。その後、専修大学に赴任した。

以上のような経歴から、経営学部における情報教育を担当することになった。自らはこれまでいわゆる「国立理系」で教育を受けてきたが、真逆の「私立文系」で教鞭をとることになったのである。その当時の不安と、一方ではその期待を、今も鮮明に記憶している。これまで学んできたバックグラウンドもモチベーションも異なる学生に、教えたいことをどのようにしたら伝えられるか、試行錯誤を繰り返した。また、一度企業に勤めた経験から、大学教育と企業、社会で求められる知識・経験・能力・スキルとのギャップを埋めたいとも思っていた。そのために最も重要な位置づけとなるゼミナール教育は、研究室教育とのギャップもあり、楽しくも、苦勞の連続であった。

これまで自分が受けてきた教育は、基本的には、原理・原則・理論を学ぶ、学んだら試す、試した結果から気づきを得る、というプロセスを繰り返すものであった。しかし、経営学部のような社会科学系学部において同様な教育を行おうとすると、それこそ学生に社会実験を行なってもらわなければならない。そこで、実験と同等の教育効果が期待できる課題解決型教育をゼミナールに取り入れることとした。本稿では、その経緯と結果について述べる。

## 2. アクティブラーニングの導入

### 2.1. アクティブラーニングの定義

繰り返すが、本稿は論文ではないので、アクティブラーニングの是非を問うことはしない。もちろん、佐貫（2017）など、様々な批判があることは承知しているが、本稿ではあくまで以下の定義のものとして実践してきた結果について報告する。

アクティブラーニングという言葉が日本で広まったのは、諸説あるが、2012年8月の中央教育審議会答申「新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて」がきっかけと言われている。その中で、学士課程教育はキャンパスの中だけで完結するものではなく、地域社会や企業等と連携し、サービス・ラーニングやインターンシップ、社会体験活動を通して、学修への動機づけや社会的自立、職業生活に必要な能力の育成を図るべき、とされている。筆者が最初に務めた大学である産技大の初代学長で、名誉学長の石島辰太郎先生は、これをよくスポーツに例えられていた。あらゆるスポーツにおいて、競技ルールや本に載っているテクニックを頭で丸暗記して覚えても、実際に体が動いたり上手にプレイできるようになるわけではない。トレーニングが必要である。よって本稿では、アクティブラーニングを「座学で学んできたことを活かし、学生自らが大学外の現場における実課題の解決を試み、自らの省察を通して経験的・体験的に学びを深める」こととする。その意味では、むしろ、サービス・ラーニングや、PBLに近い概念（田蔵 2023）として使用している。

### 2.2. 経営学教育とアクティブラーニング

情報教育の分野では、情報処理学会のカリキュラム標準J17や情報処理推進機構のスキル標準DSS・ITSS、また近年多くの大学で取り入れている文部科学省の数理・データサイエンス・AI教育プログラムなど、フレームワークが充実している。一方、経営学教育については、日本において大々的に標準化・体系化された資料を見つけることができなかった。唯一、日本学術会議における検討資料は、現在も参照することができる。

日本学術会議（2012）によると、経営学を学ぶ本質的な意義は、継続的事業体がどのような論理で、どのように意思決定を行い、どのように行動しているか、そしてどのような結果になったかを理解し、説明できるようになることである。このような実践的力量を身に付けるには、座学で学ぶ知識以外にも、それを応用して活動していく現場での実習と共に現場でのトレーニングが必要であり、実際に自ら継続的事業体の経営を行う実習を経験し、常に実体験の反省を積み重ねて行くことで、当初身に付けた知識が実際の経営を行う上で血肉化された経営リテラシーへと昇華していくとされている。ただし、これを大学教育で行うべきか、就職してからのOJT（On the Job Training）に委ねるべきかについては、明言されていない。そもそも、産業界は学部卒業生にそこまで求めていないといった批判や、実務経験のない学生に経営を教えられるのかといった批判、現在の経営学教育の中心的な方法となっているケース

タディに対する批判もある（慶松 2011）。

一方、学生の視点から見た場合、何をどう学ぶかより、就職活動で使えるかどうかを重視する傾向がある。「学生時代に力を入れたこと」、いわゆる「ガクチカ」で使えるネタであるかどうか重要視される。本末転倒だが、ガクチカのネタづくりのためにボランティア活動やインターンに参加するくらいである。この問題は、日本における採用活動のあり方にも関係するが、本稿ではそれについては触れない。たとえガクチカのためであっても、たとえ産業界がそこまで求めていなくても、アクティブラーニングを通して、企業が新入社員に期待する7つの能力（慶松 2011: 66）のうち、「リーダーシップまたは、チーム・ワーク能力」と「問題発見能力と問題解決力」は入社前に否が応でも鍛えられ、就職活動において他の学生との差別化を図ることが可能になる。その他の、一般的基礎知識やコミュニケーション能力、論理的思考力、プレゼンテーション能力、外国語能力は、他の方法でも身につけることができるが、上記2つについては、やはりアクティブラーニングが最も有効であると考えられる。

### 3. アクティブラーニングの実践

これまで述べてきたことから、筆者はゼミナール教育においてアクティブラーニングを取り入れてきた。専修大学経営学部におけるゼミナールは、2年次後期の最初に応募期間が設定されており、公開ゼミや募集要綱を参考に希望するゼミに学生が申し込んだ後、選考が実施される。採用が決定した後、3年次から2年間所属することとなる。4年次には卒業論文を執筆するが、卒業要件としてゼミナールと卒業論文は必修ではない。筆者は2009年に着任した後、10月に第1期生を募集し、2010年度からゼミナールが始まった。2022年度までの応募状況を表1に示す。以下、13期生までのゼミナール教育の経緯を述べる。

表1 森本ゼミの応募状況

学年	応募者数	採用数	倍率
1期生	79名	20名	3.95倍
2期生	32名	16名	2.00倍
3期生	37名	16名	2.31倍
4期生	36名	16名	2.25倍
5期生	32名	14名	2.29倍
6期生	35名	14名	2.50倍
7期生	24名	12名	2.00倍
8期生	38名	16名	2.38倍
9期生	45名	16名	2.81倍
10期生	18名	14名	1.29倍
11期生	35名	14名	2.50倍
12期生	40名	16名	2.50倍
13期生	40名	16名	2.50倍

#### 3.1. ビジネス・コンペティションへの参加

アクティブラーニングを取り入れる場合、まず学生に「生きた課題」を与えなければならないという難しさがある。そこで、まず1期生は神奈川産学チャレンジプログラムに参加してもらうこととした。

神奈川産学チャレンジプログラムは、一般社団法人神奈川経済同友会に所属する企業が、日常の経営課題の中から実践的な研究テーマを提供し、県内の大学が各テーマにチャレンジする学生を募り、その研究成果を競う、という、産学連携による課題解決型教育プログラムである。実際に企業が今抱えている経営課題である、企業人とのやり取りを経験できる、研究レポート執筆（アカデミック・ライティング）からプレゼンテーションまで、卒業研究に必要なスキルを一通り学ぶことができる、と、ゼミで経営学への学びを深めるのにこれ以上ないプログラムであると考え、即参加してもらうことを決めた。

産学チャレンジプログラムの概要は、まず4月頃、同友会からテーマ一覧が提示され、学生が希望するテーマを選んでエントリーする。テーマによって参加チーム数に偏りがある場合、その後に調整が入る。エントリー完了後、5月下旬から6月上旬に企業ごとに説明会が開催され、テーマの趣旨や評価のポイントなどについて説明がある。長年参加して経験的に分かったことだが、ここでの説明者と、最終的に評価を下す方は異なる場合が多く、論点や評価の視点がずれていることが多々あった。また、参加企業によって本プログラムへの取り組みの熱意が大きく異なっており、この説明会を最後に、最終報告会まで関わりがない企業もあれば、定期的に進捗報告を求めたり、学生が気軽に相談できる窓口を設けて下さり、密に連絡を取り合える環境を用意頂けるケースもあった。

その後、企業での説明に従って、学生たちはテーマに沿って調査・研究を進め、9月末までに20ページのレポートを執筆して提出する。最後に、10月から11月にかけて、企業ごとに最終報告会が開催され、そこでプレゼンテーションを行う。提出したレポート、およびプレゼンテーションによって評価・採点され、各テーマから最優秀賞、優秀賞が選出される。テーマによっては、入賞なしの場合もある。そして例年12月に表彰式が行われる、といった流れである。当ゼミでの参加状況を、表2にまとめた。

本プログラムへは、2010年度の1期生に始まり、2017年度の8期生まで参加を続けた。最初の年である2010年度は、当ゼミから5チーム20名（京急システムのテーマで2チーム）が参加し、全員受賞となった（写真1）。当時は、参加大学や参加チームも今ほど多くなかったが、年々増え、研究成果のレベルも急激に上がっていったことを記憶している。

当ゼミでは、3年次配属時に希望テーマを聞き、その結果に基づいてチーム分けをして、月1回、ゼミで進捗を報告してもらった。まずテーマ説明会後に学生に提案を考えてもらい、その報告を受けて教員と相談しながら案をブラッシュアップしていく。前期終了時点まで、およそ2か月で案を確定し、夏期休暇中にその論拠を徹底的に調査してもらった。論拠は、学術論文を中心に集め、テーマや案によっては独自アンケート等による量的調査を行った。例えば、スチームによるシンクの除菌システムを提案したチームは、スチームによってどの程度の除菌効果が得られるかを実験した学術論文を調べ、床面にデジタルサイネージを設置して店内誘導広告を表示するシステムを提案したチームは、視覚心理学の文献を調べ、かつ提案の広告効果に説得力を持たせるために、実際にショッピングモールで視線を下に向けて歩いている人を数える調査を行った。

夏休みの研究成果を9月上旬のゼミ合宿で報告し、さらにブラッシュアップして提案内容を確定した後、レポート執筆に取り掛かる。これまで「レポート」と呼べるようなまともなレポート、それも20ページにも及ぶレポートを書いたことがない学生にとっては、ここが一番苦勞していた点であった。アカデミック・ライティングを徹底的に教え込み、書いて提出してもらっては添削して修正、を約2週間で3回ほど繰り返す。大方3回の添削を経ると、格段に読みやすいレポートとなった。レポート提出後は、最終報告会に向け、ひたすらプレゼン資料の作成と修正、発表練習を繰り返した。

以上の過程で、自らテーマを設定し（テーマ自体は企業が設定したものだが、そのテーマの中で何を

表2 森本ゼミの神奈川産学チャレンジプログラムの参加状況

学年	テーマ提供企業	テーマ	結果
1期生	東日本電信電話株式会社	大学生の学業や日常生活に役立つWebサイト活用術	入選
	株式会社アイネット	家庭(身の回り)における新たなIT化	入選
	株式会社ヨコシネディーアイエー	インターネットによる当社のアピール方法	入選
	株式会社京急システム	羽田空港—京急グループ各施設間をより便利に利用できるケータイ・Web等を活用した画期的サービスとは	入選
2期生	東日本電信電話株式会社	ITを活用した新しい学びのスタイル	入選
	株式会社アイネット	神奈川県におけるITを利用した新しいビジネス	入選
	一幸電子工業株式会社	店舗前道路における自社宣伝媒体の開発、および商品PR方法の提案	入選
	株式会社京急システム	女性が沿線に住みたくなるような京急線の駅における画期的なITサービス	
3期生	株式会社京急システム	京急沿線にイキイキとしたコミュニティを作るITサービス	入選
	株式会社京急百貨店	リアル店舗との相乗効果が発揮できるネット通販サービスとは	入選
	株式会社横浜ロイヤルパークホテル	SNSを活用したホテルの新しい販促策の提案	入選
	株式会社神奈川新聞社	大学生必読の電子新聞を作ろう	
4期生	東日本電信電話株式会社	Wi-Fiを活用した地域等がげんきになる新しい企画の提案	
	株式会社ホテルグランパシフィック	ホテル内の無線LAN環境を活用した新しいサービスの提案	入選
	株式会社江ノ島電鉄	鎌倉、江ノ島両観光地の回遊率を高める戦略	
	株式会社京急浜急電鉄	京急沿線でPASMO電子マネーを使いたくなる施策の提案	
5期生	アイフォーコム株式会社	無線送信バイタルセンサーを用いたICTクラウドサービスの新世代健康管理について	
	株式会社京急ファイナテック	会社の知名度を上げるホームページの提案	
	山陽印刷株式会社	弊社ネットショップ他で取り扱う学生層対象のノート企画案	入選
	山陽印刷株式会社	スマートフォンを活用した企業や店舗の宣伝方法の提案	
6期生	湘南ステーションビル株式会社	地域に期待される駅ビルとは	入選
	株式会社ガスター	温水利用に関連した新しい製品ならびにサービスの創出	入選
	一幸電子工業株式会社	独居老人の孤独死を防止するための商品	
7期生	株式会社横浜ステーションビル	インバウンドの拡大に向け、シヤル鶴見で開催している禪イベントを訪日観光客に いかに情報発信し、効果を上げていくか	
	株式会社京急百貨店	生活者の変化を捉えた、百貨店が手掛けるべき新たなビジネスとは	
	東急建設株式会社	建設現場に関わる人々の心のインパクトを与えるICT活用の提案	入選
8期生	株式会社横浜銀行	投資未経験者がハマるスマホ資産運用アプリ	入選
	株式会社ガスター	お客様のニーズを掴んだ新たな製品やサービスとそのマーケティング戦略の提案	入選
	株式会社山田債権回収管理総合事務所	伊豆半島の温泉街の再生	入選



写真1 第7回神奈川産学チャレンジプログラム表彰式の様子



提案するかは自ら試行錯誤・考案している), 文献調査を行なって結果をまとめ, 文章として執筆して, プレゼンテーションまで行う, と, まさに卒業研究を行なって論文を執筆するプロセスを, グループワークとはいえ, 一通り経験することができる。実際に, このプログラムを経験する前と後では, 学生は教員が見違えるほどの成長を遂げており, 4年次の卒論にスムーズに入ることができるようになっていた。さらに, 「受賞」という成功体験が加わることにより, 就職活動への自信やガクチカのネタづくりにもつながる。当ゼミから8年間で3年生19組, 表2以外に4年次にも再び参加した2組, 計21組が受賞(うち最優秀賞7組)し, 2011年, 2012年, 2016年は, 表彰式で代表プレゼンを行うチームに選出された。

一方で, 8年間参加して, 問題点も分かってきた。前述のように, (言い方は良くないが) テーマによって当たりはずれがある。ある年には, 企業の方から「特にこのプログラムに期待はしていない。ローテーションでテーマを出すことになっただけ」と言い放たれることもあった。また, 最終報告会で居眠りをして学生のプレゼンをほとんど聞いていなかったり, 苦勞して執筆したレポートを全く読んでいないと明言されたり, テーマや評価基準が不明確でプログラムの途中で話が二転三転したり, といった経験もした。これほどまで企業が全面的に協力してくれるプログラムは他に類を見ず, ある程度は致し方ないことではあるが, 学生が半年以上にわたって努力してきた成果を無碍にするような行為は非常に残念であった。

加えて, 入賞できるかどうかで, 学生のその後のモチベーションが左右されてしまうことも多かった。受賞はあくまで結果であって, その過程で身につけた能力や経験は, 受賞できなかったとしてもなくなってしまいうけではないが, これまでの努力が無駄になったと感じて意気消沈してしまい, ゼミナール継続のモチベーションが保てず, 辞めてしまう学生もいた。逆に, プログラムに全力を出し尽くしてしまい, 受賞に満足して辞めてしまう学生もいた。ここで, 本学経営学部のゼミと卒論が必修でないことが, 問題として浮かび上がった。

以上のように, アクティブラーニングとしての産学チャレンジプログラムの教育効果は認められるものの, それを上回るデメリットも多く, 2017年度を最後に参加をやめることとした。

### 3.2. 卒業論文におけるアクティブラーニングの応用

既に述べたように, 筆者のゼミナールでは, 3年次にはチャレンジプログラムに参加し, 4年次からは卒論に取り組むこととなる。チャレンジプログラムが終わった3年の12月に卒論のテーマ決めを行う。テーマ決定のプロセスは, 石坂(2003)が学生にとって非常に理解しやすく, 今でも参考にさせてもらっている。テーマは, 1期生の時は筆者の専門であったITに関連していればどのようなテーマでも構わないとした。ここが, 理系の研究室との大きな違いである。一般的に, 大学の研究室では, 担当教員が取り組んでいる大きな研究テーマを学生に小分けにして渡し, 研究室として一つ, ないしは2, 3テーマの研究を総出で行なっていることが多いが, ゼミでは, 担当教員のテーマを手伝わせることは少ない。当ゼミのテーマは, 3期生までがIT戦略で, その後, 解釈を広げて情報戦略とした。後述のように, 9期生からは大きく内容を変更し, 社会科学の学際的・実践的応用, と, かなり広いテーマに設定した。学生各自の卒論のテーマは, ゼミのテーマから大きく逸脱していなければ特に指定はせず, 学生自身の興味・関心に任せ, 自由とした。

3年次の最後にテーマを決めた後, 4年次になってから本格的に研究を進める。2か月に1回程度, 進捗を報告してもらい, 適宜個別相談をしながら研究の方向性と落とし所を擦り合わせていく。最終的に12月上旬の経営学部全体の合同卒論報告会で発表した後, 本文を執筆して, チャレンジプログラムの

レポートと同様、年末年始を使って3回ほど添削と修正を繰り返し、1月中旬の提出日までに脱稿する。研究室で自らが受けてきた研究指導の方法をそのまま取り入れた。ただし、研究室は数名規模であるのに対し、ゼミでは毎年15名前後の卒論を全員分添削しなければならず、その作業は途轍もなく大変なものであったが、この1年を経ると、チャレンジプログラム終了後からさらに一回りも二回りも成長した姿を見ることができた。

他方、この過程でドロップアウトしてしまう学生も一定数いた。必修ではないため、提出した卒論に通し番号が付けられて大学に保管されることもなく、卒業に必要な単位も揃っていて、あとはただ提出のためだけに研究に取り組み、モチベーションを維持することは、想像以上に難しいようだった。前述のチャレンジプログラムのように、達成感以外の目的を与える必要があると考えた。そこで、また研究室のやり方を取り入れ、ある程度研究成果がまとまった時点で、希望者には学会発表を勧めてみることにした。理系では、研究室に配属され、修士課程を目指す学生や、優秀な研究成果が得られた、もしくは得られそうな場合、学部学生であっても学会で発表することは珍しくない。情報処理学会の全国大会や電子情報通信学会と共催の情報科学技術フォーラムなどは、そのような学生の発表が大多数である。学会発表が卒業研究を進める動機づけとなり、発表後は自らの研究成果がCiNiiやJ-STAGEなどの学術論文データベースに公式な記録として残り続ける。

当ゼミでは、2010年度から希望者を募り、教員が各自の卒論テーマに合った学会を見つけ、参加を勧めた。その結果、1期生13名が情報処理学会、社会情報学会、経営情報学会、日本教育工学会、観光情報学会、日本フードシステム学会、地域活性学会、ファッションビジネス学会で発表した（浅野ほか2010; 安達・森本2011; 今城・森本2011; 大川・森本2011; 河島・森本2011; 木下・森本2011; 栗山・森本2011; 中川・森本2011; 野村・森本2011; 古橋・森本2011; 松浦・森本2011; 森本・嶋田2012; 山田・森本2011）。

予稿集に掲載される論文は、初稿は学生に書いてもらい、最終稿は学術論文としての質を担保するため、学生と確認しながら共著者として教員が責任をもって修正・清書した。発表自体はもちろん、この最終稿を仕上げるプロセスや、初稿と完成原稿を比較することで、さらなる学びを得ることができていた。その後も、2期生7名（東・森本2012; 蔭山・森本2012; 下村・森本2012; 鈴木・森本2012a, 2012b; 古屋・森本2012; 矢吹・森本2012; 我妻・森本2012）、3期生8名（勝・森本2014; 北川・森本2013; 小嶋・森本2013; 兎玉・森本2013; 齋藤・森本2013; 坂本・森本2013; 白澤・森本2013; 李・森本2014）、4期生2名（石川・森本2014; 遠藤・森本2014）、5期生5名（井上・森本2015; 野谷・森本2015; 福井・森本2015; 森本・長峰2015; 山田・森本2015）、6期生1名（森保・森本2016）、7期生1名（田端・森本2017）、8期生1名（芳賀・森本2018）が学会でその研究成果を報告した。

こうした研究活動を経て、ロジカルシンキングやプレゼンテーション能力、自らに必要な情報を集め、分析・整理する情報リテラシー能力が身につく反面、ゼミナール規模で研究室レベルの教育を維持するには教員の負担が非常に大きかった。また、学士課程における学生の意欲や志向性は著しく多様化しており、大半が研究者を目指しているわけではないが、一定の学年に達するとゼミや研究室に所属することになり、就職活動をしながら卒論に取り組み、大学を卒業すればアカデミックな世界とは接点が高くなる可能性が高い（近田・杉野2017: 33）。本学経営学部でも大学院に進学する学生は毎年ほぼおらず、学部教育で求められているのは、いわゆる研究者養成でないことは明白である。良い研究をして、良い論文を書くことに、様々な意味があることは十分承知しているが、ゼミ生の卒論への取り組みを間近で見ている、真に彼ら・彼女らが求めていること、彼ら・彼女らに必要なことは別にあるのではないかと

考えるようになり、さらに方針を試行錯誤していった。

卒論のテーマ自体は元々自由であったが、加えてその取り組み方にも幅を持たせることとした。例えば、将来、文房具の商品開発に携わりたいと希望していた学生には、実際に文房具を作ってみれば良いと進言し、ヒット商品の調査やプロダクトデザインの勉強を勧め、オリジナルの文房具を考えてもらった。本人の希望もあり、ただ考えるだけでなく、考案した文房具をコクヨデザインアワードに応募した(図1)。残念ながら入賞には至らなかったが、後年、学会で発表し、産学両界から好評を博した(森本・長畑 2014)。また、雑誌の編集者になりたいという学生には、専修大学のキャリアデザインセンターが行っている課題解決型インターンシップへの参加を勧め、川崎銀柳街の協力のもと、実際にフリーペーパーを作った。こちらも、ただ作るだけでなく、作ったフリーペーパーによる効果をアンケート調査によって分析し、論文として成立するよう指導した(河内・森本 2013)。同様に、起業したいという学生には、ベンチャービジネスコンテストを調べてもらい、自ら見つけてきた大田区ビジネスプランコンテスト、キャンパスベンチャーグランプリへの参加を勧めた。その過程で、市場調査、ビジネス企画から収益性の算出まで、起業に必要な経験を一通りさせ、最終的には卒論としてまとめるよう指導した。

将来のキャリアパスに関連しないテーマでも、研究方法の部分でアクティブラーニングの要素を取り入れた。スマートシティの卒業研究では、八幡東区東田の北九州スマートコミュニティ創造事業、豊田市のとよたエコフルタウン、柏市の柏の葉キャンパスシティ、藤沢市のサステイナブル・スマートタウン、横浜みなとみらい21地区のスマート・ネットワークプロジェクトなどを対象に、企業・自治体の協力を得てフィールドワークを行った。また、3Rの卒業研究では、実際にそれぞれリデュース・リユース・リサイクルを事業として行っている企業を対象に参与観察を行った(下村・森本 2012)。同じく参与観察により、前述の課題解決型インターンシップにおいて、川崎市多摩区が主催した「藤子・F・不二雄ミュージアム」オープン1周年イベントの広報を自ら担当することで、中小規模の組織におけるSNSの活用法について考察した卒論もあった(我妻・森本 2012)。これらの研究ほど深く外部の組織・団体と関わってはいなかったが、聴覚障がい者支援の研究では、補聴器メーカー国内最大手のリオン株式会社と特別支援学校にインタビューとヒアリングにご協力頂いた(東・森本 2012)。

その後も、ふじのくにユニバーサルデザイン大賞や東京ビジネスデザインアワードに応募したり、4年次に再度産学チャレンジプログラムに参加してその成果を卒論としてまとめたり、下呂温泉や草津温泉でフィールドワークを行ったり(福井・森本 2015)、次節で述べる地域での活動を卒論のテーマとする学生もいた。このように、インドアな文献調査にとどめず、広く外に出て「アクティブに」卒業研究を行うスタンスを確立していった。

### 3.3. 地域の課題解決によるアクティブラーニングの実践

3.1節で述べたチャレンジプログラムに参加し始めて5年目あたりで、前述の問題とは別の問題が顕著になってきた。学生がプログラムの過程で考えたアイデアは、基本的にはテーマ提示企業のものとなる。著作権や知的財産権は放棄しなければならない。3.2節で述べた課題解決型インターンシップも同様である(ちなみに、銀柳街のゆるキャラ「かわさきギンちゃん」を考案したのは当ゼミの2期生である)。研究成果が自分のものにならないことに加えて、チャレンジプログラムのテーマは、企業から提示されたとはいえ、あくまで設定された「仮想課題」、Toy problemであって、本当の意味でその企業が解決しなければならない問題ではなかった。前任校の産業技術大学院大学では、実務経験のある社会人学生が、東京都や連携企業の協力により提供された現場での実課題に取り組む、という、シミュレー



# imPress marker

ブックマーカー



『ノートを超えるのは——…』本。

学ぶ場所は、机の上だけじゃない。  
たくさんの気づきと知恵を与えてくれる図書館。

あなたのオススメの本を、誰かに教えてください。  
そして、誰かのオススメの本を読んでみませんか？

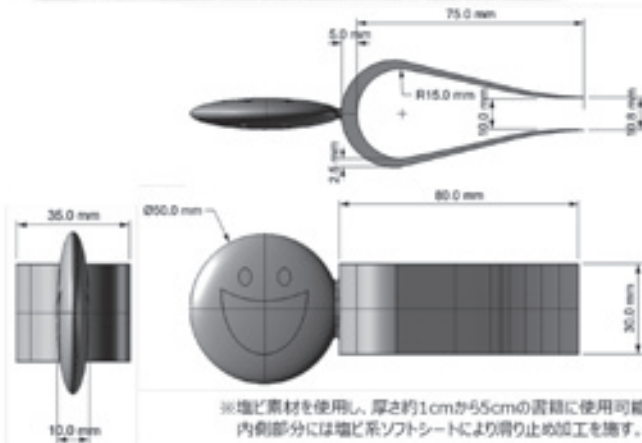
図書館でimPress markerのついた本に出会う。  
誰かのオススメの気持ちを受け取って、  
普段は読まない本を手にとってみる。  
自分の興味の枠を超えて、新しい本に出会える。

図書館を歩くのが、いつもより楽しくなる。  
図書館に行くことが、いつもよりワクワクする。  
図書館に行くたびに、本を読みたくなる。

みんなが図書館にたくさん足を運んでくれますように。  
そんな思いを込めてデザインしました。



※通常のおりとして使用することもできます。



※塩ビ素材を使用し、厚さ約1cmから5cmの書籍に使用可能。  
内側部分には塩ビ系ソフトシートにより滑り止め加工を施す。



imPress marker

図1 コクヨデザインアワード2012のエントリーシート

ションではない本格的なPBL教育が行われていた。それと比較すると、当初期待していた「企業人と関わりながらビジネス上の課題を解決する」というところまでは至らず、結局のところ、ビジコンの域を出なかった。

### 3.3.1. 地域産品のブランディングを通じた経営学教育

そんな時、たまたま目にしたのが、教員のメーリングリスト宛に教務課から転送されてきた新潟県地域政策課の「平成26年度 大学生の力を活かした集落活性化事業」の募集要領であった。これまで産学チャレンジプログラムで培ってきた課題解決のノウハウを、地域の課題、ひいては社会問題の解決にも応用できるのではないか、本当の意味での課題解決を学生が経験できるのではないか、と思い立ち、即座に応募した。この事業は、新潟県内の過疎化・高齢化による担い手不足等の課題を抱える集落の活性化を図るため、教員の指導・監督のもと、教員及び学生が集落に滞在して住民の協力を得ながら、活性化策の調査・研究を行う大学ゼミ等を募集するものであった。要するに、大学生（若者）の力を必要としている地域と、フィールドワークによる調査・研究を希望する大学のマッチング事業である。

我々のゼミは、新潟県南魚沼市にある辻又という地域でのフィールドワークを希望した。辻又は、集落周辺の自然環境を売りにした地元産コシヒカリのブランド化と販売促進による農業の担い手確保、および集落周辺の植物や自然環境の調査及び活性化策の提案を希望しており、普段経営学部の学生が学んでいる知識を最も有効に活かせるテーマであった。この課題に対し、我々は、当時のゼミのテーマでもあった情報戦略の視点からアプローチし、ICT（情報通信技術）による農産品の販売促進という提案で臨んだ。本事業では、10日間ほどの現地滞在と全戸訪問が条件となっていた。そこで、ゼミから希望者を募り、夏期休暇を使って2014年8月7～13日にかけて7泊8日で現地滞在し、フィールドワークを行って活性化策を練ることとした（写真2）。2023年現在はゼミナール全員でこの活動を継続しているが、開始当初はまだ並行して産学チャレンジプログラムにも参加していたため、フィールドワークをやりたいという有志のみで活動を行っていた。当時のフィールドワークの様子については、書籍として上梓しているので、是非そちらをご覧ください（専修大学経営学部森本ゼミナール編 2016）。

フィールドワークを経て出した結論は、ICT活用の以前に、まずはコミュニティそのものの再生・活性化が必要ということであった。そこで、社会ネットワーク論を援用し、どうしたらコミュニティの再生・活性化を図れるかを改めて学生と考え、実施していった（森本 2015, 2016a, 2016b）。具体的には、山菜採り・田植え・稲刈り・道普請・雪かきや、運動会・お祭りなどの年中行事を手伝ったりしながら、継続的に辻又の方々と交流を図って親交を深めた（写真3）。その中で、学生がコミュニケーションのハブとなり、コミュニティが再生・活性化されていった。当初は「何をしにきたんだ」と批判的な態度を取られることもあったが、県庁の助成が終了した後も根気よく活動を続けることによって徐々に信頼を獲得し、学生たちがやりたいことに快く協力して頂けるようになった。

表3に、これまでの辻又での活動の経緯を示す。前述の新潟県の事業は単年度であったため、2014年



写真2 辻又におけるフィールドワークの様子

度末に報告書を提出し、助成は終了した。しかし、ゼミ生も筆者も、単に活性化策を提案しただけで終わりにすることはできなかった。そこで、2015年度からは自費で活動を始め、提案した活性化策を実行していった。様々な企業や団体に声をかけ、辻又産コシヒカリを使った商品開発やブランディングを試みた。2016年度に新潟県の事業に制度変更があり、一度だけ再採択された。また、大学の出版助成制度を使って、これまでの活動を書籍化した。その結果、2017年度には食生活ジャーナリスト大賞を頂くことができた（写真4）。以後も辻又産コシヒカリの販売を通じてブランディングを継続した（写真5）。



写真3 辻又における諸活動の様子



写真4 食生活ジャーナリスト大賞の授賞式の様子



写真5 2015年から2018年の販売イベントの様子

表3 辻又に関する森本ゼミの活動年表

2014年度	新潟県の「大学生の力を活かした集落活性化事業」に採択される
	フィールドワークを経て、活性化策を提案
2015年度	県庁の助成が終了、独自に活性策の実行を開始
	リーフ陽だまりマルシェにて、辻又産コシヒカリのおにぎりを販売 一般社団法人おにぎり協会の協力で、辻又産みょうがを使ったレシピをCookpadにて公開
2016年度	新潟県の「大学生の力を活かした集落活性化事業」に再度採択される
	書籍『大学生、限界集落へ行く』を出版
	多摩区民祭にて、辻又産コシヒカリを販売 専修大学ホームカミングデーにて、辻又産コシヒカリと、辻又産みょうがを使った餃子「みょうざ」を販売
2017年度	第1回 食生活ジャーナリスト大賞を受賞
	NPO法人 魚沼伝習館の「里山サマーキャンプ」をお手伝い
2018年度	多摩区民祭にて、辻又産コシヒカリを販売
	丸の内 行幸マルシェにて、辻又産コシヒカリを販売
2019年度	辻又産コシヒカリを「ほたしずく」というブランドに命名
	しんゆりフェスティバル・マルシェにて、ほたしずくを販売
2020年度	コロナ禍の中、オンラインで辻又との交流を継続
	ネットショップ作成サービスBASEを利用し、ほたしずくのオンライン販売を開始
	しんゆりフェスティバル・マルシェにて、ほたしずくを販売
2021年度	新潟県の「若手人材等による地域課題解決提案事業」に採択される
	約2年ぶりに辻又を訪問 しんゆりフェスティバル・マルシェにて、ほたしずくを販売
2022年度	古民家カフェ「六つ季の家」の築100周年記念イベントを主催
	登戸の「tabitali cafe」とコラボメニューを開発、期間限定で販売
	しんゆりフェスティバル・マルシェにて、ほたしずくを販売
2023年度	古民家カフェ「六つ季の家」の生け花イベントをお手伝い
	新百合ヶ丘エルミロード「しんゆり秋の米まつり」の企画から実施までを担当 専修大学育友会 第24回奨励賞を受賞

当初はコシヒカリのブランディングどころではなかったが、長年の活動の成果が現れ始めてきたため、2019年度からはゼミのテーマを一新し、これまで有志で活動していた方針も転換して、産学チャレンジプログラムへの参加をやめ、ゼミ全員で辻又の活動に取り組むこととした。この活動をゼミで継続するには、費用の負担が課題だった。新潟県の事業に採択された年以外は、自費で交通費・宿泊費を賄ったり、経営学部50周年基金の補助を頂くことでなんとか継続していた。そこで考案したのが、図2に示すモデルである。集落のコシヒカリをゼミで買い取り、学生の知識・アイデアで高付加価値を付けて販売することで黒字化を目指し、活動資金を捻出する。学生は、この活動を通して経営学部で学んでいる経営学・商学・会計学・経済学を駆使することで知識の深化・定着を図ることができ、地域側は学生との関わりを維持しつつ、安定した収入源を確保することができる。

方針を変えた2019年度から、本腰を入れて辻又産コシヒカリのブランド化に取り組んだ。これまでは特にブランド名も決めず、場所もパッケージもロゴも値段も場当たりに決め、ごく少量を販売してきたが、ここで改めてブランド名を「ほたしずく」とし、辻又の課題であった米農家の収入減に対応する



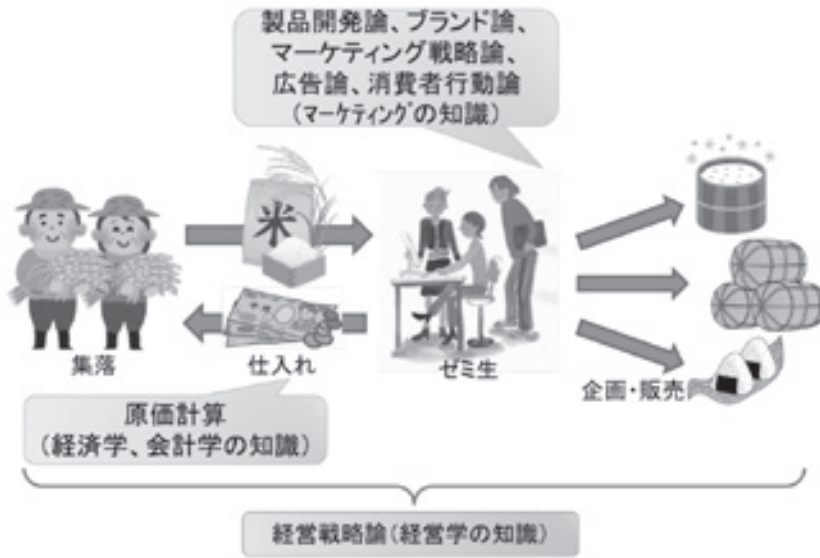


図2 地域と大学の協働による持続可能な活性化モデル (森本 2017b)



写真6 ほたしづくブランディングに向けた検討の様子

ため、農林水産省が公表している相対取引価格より高い値段で買い取った。その上で黒字化できるよう原価計算をして商品単価を決め、希少米として販売することとした。また、決定した値段で売れる場所をリサーチして見つけ、値段に見合うような高級感のあるパッケージをデザインし、広告も作成して配布するなど、マーケティング戦略も怠らなかった(写真6)。ゼミナールが一つの「会社」となり、学生自らが仕入れから販売までを一貫して行うことで、「生きた経営」を学ぶことができる。ようやく、日本学術会議(2012)にあった「事業体の経営を行う実習を経験」し、「学んだ知識を経営リテラシーへと昇華させる」教育へと辿り着いた。

マルシェでの販売は期間限定であり、2019年度は様子見ということもあって仕入れも60kgにとどめたため、活動資金を捻出するまでには至らなかったが、わずかに黒字であった。自らが苦勞して商品を作り、それを完売させることで得られる教育効果は、産学チャレンジプログラムの比ではなく、受賞の有無と無関係に教育効果を得られ、学生の達成感や満足度も高かった。2020年度はコロナ禍で活動を制限されたが、オンラインで交流を続け、前年に引き続き60kg分をマルシェで販売し、完売となった。また、これを機にオンライン販売も開始した。2021年度は、前述の新潟県の事業の後継にあたる「若手人材等による地域課題解決提案事業」に応募して採択された。図2をさらに汎用的なモデルに改良し、



写真7 2019年から2021年までのマルシェでの販売の様子



図3 2022年度にゼミ生が開催したイベントのポスター

例年のようにマルシェでほたしづくを販売することで、そのモデルの検証を行った。昨年までと同様に60kg分を完売させ、黒字分を微増できた(写真7)。

2022年度は、辻又にある古民家を改修して2018年から営業しているカフェ「六つ季の家」にご協力頂き、学生が企画した古民家の築100年を祝うイベントを開催した(図3左; 写真8左)。イベント内容の企画から告知、チラシの作成・配布、当日の接客までを全て学生が行い、営業開始以来、最高の売り上げを達成した。また、大学の最寄りである向ヶ丘遊園駅近くにあるtabitali cafeというお店のオーナーが我々の活動に賛同して下さり、期間限定で学生が考案した辻又産コシヒカリを使ったメニューを販売してくれることとなった(図3右; 写真8中央)。さらに、例年通りマルシェでもほたしづくを販売した。2022年度は少し量を増やし、90kg分を完売させた(写真8右)。

2023年度は、昨年実施した「六つ季の家」のイベントが好評だったため、オーナーが今年もやらない



写真8 2022年度の活動の様子



図4 2023年度にゼミ生が開催したイベントのチラシとポスター

かと言って下さり、築100周年のような記念イベントではないが、規模を縮小して再度実施した（図4左；写真9左）。また、小田急線新百合ヶ丘駅前にある商業施設「エルミロード」の方からもお声がけ頂き、我々の活動を支援して下さいました。6月からエルミロードの方と何度も打ち合わせを重ね、ほたしづくつと我々の活動、辻又を広く知ってもらえるようなイベントを企画した。紆余曲折あったが、エルミロードの1F吹き抜け広場をお借りして、ほたしづくつの販売、およびお米に親しんでもらえるような縁日感覚のイベント、そして活動や辻又に関する展示をやらせて頂けることとなった。これまでのマルシェとは異なり、ゼミ単独のイベントであり、商業施設内のかなり広いスペースを使わせて頂くということで、ほたしづくつの精米販売だけでは、規模も見栄えも見窄らしいイベントになってしまうと考えた。そこで、当初はワークショップを開く予定であったが、お米に関する雑学を学ぶという堅苦しいイベント





写真9 2023年度の活動の様子

にわざわざお金を払ってまで参加する客がいるかどうか、議論になった。最終的には、老若男女誰でも楽しくお米に関する知識を学べるゲームを考案し、「しんゆり秋の米まつり」と銘打ち、スタンプラリーや景品などでゲーミフィケーションの要素も取り入れたイベントを実施した(写真9中央・右)。また、商品のバリエーションを増やすため、精米だけでなく、おにぎりを販売する企画を立てた。しかし、衛生面の関係で頓挫し、辻又の方とも相談した結果、南魚沼市でお弁当やお惣菜、ベーグルを販売しているお店を紹介して頂き、ほたしづくの玄米を使ったベーグルを製造してもらい、それを商品として加えた。広報も大学の広報課とエルミロードに全面的にご協力頂き、エルミロード内や小田急沿線の駅などで告知した(図4右)。その結果、ほたしづく250kg分、ベーグル420個が完売し、ゲーム参加者も403名となり、過去最高の黒字となった。

以上が辻又に関する10年間の活動である。当然、ただやりっぱなしではなく、必ず毎年販売イベントが終わった後、何を考えて何を実行して、何を学べたか、ゼミで発表してもらい、振り返りを行った。年度の切り替わりでは、この時の資料を使って4年生から3年生に事業継承した。活動の中心は3年生であるが、助言役の立場として4年生も関わる。また、この活動と同時並行して卒論にも取り組んでいる。

### 3.3.2. 文化を活用した地域ブランディングを通じた経営学教育

前項で述べた辻又での活動を行いながら、2017年度から2019年度にかけては、新潟県十日町市の蒔平集落における活動も手伝っていた。辻又の活動を始めて3年目に書籍を出版した後、今後どのように活動を続けていけば良いか、悩んでいた時期でもあった。活性化とは何か、教員と学生だけで経済的に活性化することはできるのか、学生にとっても辻又にとっても、このままただ交流を続けるだけで本当に良いのか、思い悩んでいた。そこで、何でも良いのでヒントを得ようと、丁度辻又から山を越えてすぐ隣の十日町市で行われている大地の芸術祭—越後妻有アートトリエンナーレについて調べてみた。

大地の芸術祭は、2000年から3年に1度開催されている現代アートの祭典で、里山や棚田などの原風景や自然、雪国独自の風土や文化をモチーフに、アーティスト・イン・レジデンスにより制作されたサイト・スペシフィックな現代アート作品が市内全域に展示される。制作の過程で、作家は特定の地域に滞在し、住民と密に関わりながら作品を完成させていく。会期中は、国内外から多くの観光客が訪れ、過疎地域の活性化に貢献している。果たして、アートによる地域活性化は可能なのか、最初は半信半疑であった。ただ、藁にも縋る思いで、何かしらのヒントを得たいと思っていた筆者にとっては魅力的な活動であった。

まずは、芸術祭の中でも、大学により行われている活動をいくつか調べた。その中で、2003年から集落との関係を維持しながら続けている東京藝術大学の日比野克彦教授の《明後日新聞社文化事業部》と



いうアートプロジェクトに着目した。このプロジェクトでは、日比野氏とそのスタッフや関係者、蒔平集落の住民とで、春に旧蒔平小学校の校庭に朝顔の苗を植え、夏に朝顔が咲いた校庭で蒔平をモチーフにした演劇や盆踊りを行い、秋に朝顔の種を収穫するとともにその年の豊作を祝い、冬に鳥追いで翌年の豊作を祈願する、という、春夏秋冬の年中行事を通して、長年交流を続けている。そして、その様子を芸大生が新聞記事にする。

アートか、地域産品のブランディングか、アプローチの違いこそあれ、この一連の活動が、我々が辻又で行なっている活動に似ており、何かしらのヒントを得られるのではないかと思ひ、早速日比野氏に連絡を取り、2017年度から活動に参加させてもらえることになった(写真10)。それぞれ春の朝顔の苗植え、夏の盆踊り、秋の収穫祭、冬の鳥追いをゼミで手伝う過程で、日比野氏から、翌年の2018年は3年に1回のトリエンナーレが開催されるので、考えていた企画を任せたいと言って頂いた。タイミングよく、筆者も2018年度は長期国内研究員制度(在外研究)を利用する機会を頂いていたので、願ってもいない話であった。

このような経緯で、筆者は東京藝術大学の私学研修員として、日比野氏指導のもと、大地の芸術祭第7回展の出品作品のひとつである《あざみひら演劇祭》の制作を任されることとなった。この演劇祭は、明後日新聞社文化事業部の活動の一環として2010年から毎年蒔平の盆踊りと同時に開催されており、演劇や美術を学ぶ学生やアーティストで創る夏の恒例行事となっている。例年は、東京藝術大学の「空間演出演習」という集中講義の受講者が演劇を行うが、2018年は出演団体を一般公募し、芸大生は制作側にまわった。公募により集められた6団体が夏の本番までに蒔平に何度か滞在し、集落の住民と交流しながらお芝居を創り上げていく。蒔平の美しい里山を借景に、人との出会いや風土を活かしたこの地ならではの時間・空間が創出されていくことを目指したイベントである。

筆者は演劇祭の制作監督を務め、ゼミ生がそれを快く手伝ってくれた。制作監督の役割としては、本番までのマネジメントが主であった。出演団体の募集・審査、滞在期間の調整、滞在中のコーディネーター、スケジュール・進捗・制作費の管理、野外演劇場の整備、地域との折衝、イベント当日の企画から運営まで、多岐にわたる仕事を、ゼミ生とともにこなしていった。筆者一人ではとてもこなせない仕事量であったが、経営学部50周年基金の補助を受けつつ、ゼミ長を中心に8期生のメンバが積極的に活動に参加してくれ、非常に頼もしい限りであった。蒔平での活動は2年目であったが、住民との親交が急速に深まり、一気に信頼を獲得していった。

このイベントを成功させるには、住民の方の協力が欠かせなかった。これまで日比野氏と15年の付き合いがあるとはいえ、見知らぬ団体が入れ替わり立ち替わり滞在し、相手をしなければならないのであ



写真10 蒔平集落での祭りの準備と朝顔の種の収穫

る。その間に入り、交流を円滑にする役割を、我々が果たした。その意味では、辻又での活動の経験を活かすことができ、また、今後の辻又の活動の参考になる経験をすることもできた。

昉平の活動は、辻又の活動と異なり、体を使う仕事が多かった。特に2018年は、野外演劇場の整備に苦勞した。日比野氏の指示で、元々休耕田であった土地を開拓するところから始めた。背丈より高い雑草を刈り、ぬかるんでいる地面を乾かすため、1m以上の深さの溝を人力で掘り、水抜きをした(写真11左)。水が抜けて乾くまで、繰り返し生えてくる雑草を刈り、平らに整地した。この作業に約4か月かかった。また、客席を作るため、劇場に降りる斜面に階段を作り、鉄パイプを使ってベンチを作成した。さらに、お祭りの雰囲気を出すため、日比野氏が作った《アジアの獣神のほり旗》を、集落中に50本立てた。旗を立てるための支柱は2mの鉄パイプを半分まで地面に打ち込み、竿となる竹も何本かは自分たちで調達した(写真11中央・右)。炎天下の重労働であった(もちろん筆者も一緒に作業を行なった)。

本番1週間前から現地入りし、会場の最終確認や各団体のリハーサル、当日の人員配置や動き、進行の確認などを行なった。当日は、筆者が進行管理を行い、ゼミ生が受付やグッズ販売、客の誘導、駐車整理、盆踊りの準備の手伝いなどを行なった。小道具や音響など、演出に関しては芸大生が担当してくれた。多くの方々の協力のもと、無事イベントを終えることができた。延べ456名の観客が昉平を訪れた。



写真11 野外演劇場の整備とのほり旗の設置作業



写真12 あざみひら演劇祭当日

この活動は文化政策論の文献でも取り上げられ（吉田 2019: 83, 87）、大地の芸術祭の作品集にも森本ゼミの名前がクレジットされている（北川・大地の芸術祭実行委員会監修 2019: 130）。

トリエンナーレを終えてからも、蒔平の住民から得た信頼は厚く、是非今後も活動を手伝って欲しいと、日比野氏を經由せずに直接お願いされるまでになった。よって、2019年度も、辻又の活動と並行して蒔平の活動も継続した（写真13）。前年度は、この活動から何を得られたのか、振り返る余裕もなかったが、2019年に改めてゼミ生に経営学的視点から考察してもらった。まず、アートにより地域活性化が可能なのかという点について、蒔平に限らず、地域の文化がアート作品によって可視化され、それを観に来た人たちに分かりやすく伝えることで、地域そのもののブランディングがなされていた。次に、この活動には多様なステークホルダーが関わっているが、なぜ上手くまとまっていくのかという点について、C.I.バーナードの組織成立の3要因として、「祭りを成功させよう」という共通目的、「みんなが喜んでくれたから、また頑張ろう」という貢献意欲、朝顔の育成を媒介としたコミュニケーションの円滑化が挙げられた。祭りそのものが地域ブランディングに効果的であるという研究もある（菅野 2011）。

しかし、活動に参加する中で、問題にも直面した。地域経営は、地域の資源（人・自然・ノウハウ・土地・資本など）を活用して、様々な地域経営主体による、地域生活者に満足を与えるための、協働による諸活動の実施と、これらを主体的にかつ経営していくことである（海野 2004: 4）。まさに、蒔平の活動は、地域経営そのものであった。ただし、この「協働」が成立するには、主体間の対等性、各主体の自主・自律性、複数主体の相互作用、相乗効果による価値の創造の4つが不可欠となる（荒木ほか 2012: 36-37）。我々は、時に自らの意志とは無関係にただ労働力として駆り出され、酷使されることが多く、我々以外の参加者の不満もよく耳にした。また、前述のように、演劇祭や獣神のほり旗の制作には筆者やゼミ生が相当な割合で貢献してきたが、制作者として名を連ねられることはなく、制作補助として小さくクレジットされるだけであった。産学チャレンジプログラムや課題解決型インターンシップと同様の問題がここでも発生した。こうした参加の強制や権利問題は、アートプロジェクトの大きな課題となっている（谷口 2019: 5-6, 150, 184, 219）。さらに、制作には諸々費用がかかったが、全て自己負担であった。これらの問題は、「大学教員でありアーティストでもある者がアートプロジェクトの企画者であるといった場合には、自分の学生を無給、無償でプロジェクトに参加させている例が多いが、自分がそうした使える（支配的）立場にいる、ということをどのくらい自覚しているだろうか」（白川 2010: 102）と、芸術の権力構造による搾取であると批判されている。研修員であった筆者とゼミ生は、身をもってこの問題を体験した。

ご承知の通り、2020年は新型コロナウイルス感染症によりあらゆる文化芸術活動が制限され、蒔平の



写真13 2019年度の蒔平での活動の様子



活動も例外ではなかった。色々と学ぶところは多い活動ではあったが、アクティブラーニングとして不適切な部分も多く、ゼミ生にも悪影響が及ぶと考えたため、コロナ禍で連絡が途絶えたのを機に昉平の活動を離れ、辻又の活動一本に絞ることとした。ただ、昉平の住民の方には色々とよくして頂いたので、いつかまた機会があれば参加したいと思う。

昉平の活動から得た知見は、年中行事を精一杯手伝えることで地域内外にソーシャル・キャピタルが形成され、活動の円滑化や動機づけにつながる好循環が生まれるということであった。その結果として、地域産品ではなく、地域そのもののブランディングが可能であることも分かった。辻又の運動会やホテル鑑賞会、雪まつりといったイベントを、住民の方と一緒にになって全力で楽しむことで連帯感が醸成され、学生のやりたい活動にも協力してもらいやすくなる。我々がこれまでやってきたことは間違っていないかと再確認でき、このまま続けて良いという確信も持てた。今では、近隣から「頻繁に専修大学の学生が訪れて、賑やかな場所」と認知され、南魚沼市内でも一目置かれる地域となった。

経営学教育として見ると、組織づくりを経験的に学んでもらうことができた。旧昉平小学校での朝顔の育成を軸にした活動は、非常に理に適っていた（森本 2018: 199-201）。これを参考に、我々の2019年度以降の活動では、旧辻又小学校や六つ季の家を拠点・ハブとしてコミュニケーションを強化していった。一方で、反面教師として、何よりも対等性を重視すべきということを学んだ。辻又の方と教員・学生が同じ目線に立ち、対等な立場で互いを尊重しながら活動することを心がけた。イベントの企画やほたしづくの販売においても、学生だけで考えるのではなく、辻又の方の意見を取り入れながら進めた（写真14左）。また、毎年、学生の個性や能力を辻又の方が把握してくれており、それに応じた依頼を受けることもあった（写真14中央）。2022年と2023年の販売イベントでは、辻又の方が応援に駆けつけてくれた（写真14右）。このように、荒木ほか（2012）の条件を満たした協働によって、自ずと相互扶助の関係性が築かれていった。

#### 4. おわりに

以上、紙幅や執筆期間の都合上、ややとりとめのない文章になってしまったが、筆者の14年間にわたるゼミナール教育で行ってきたことを述べた。社会科学系学部では、座学で学ぶことが大半で、実際に学んだことを使ってみる機会は少ない。社会科学を学ぶ意義が問われる中、「社会のどこに問題があって、どう解決するか」を学んでもらうため、アクティブラーニングを取り入れ、試行錯誤を繰り返しながら、ここまで教育を行ってきた。本稿で述べたことが必ずしも正解とは限らないが、社会科学系学部のゼミナールにおいて、アクティブラーニングを活用する上での要点と課題、そしてその効果を示せたのでは



写真14 対等な協働を目指して



ないかと思う。

地域の課題解決を通して分かった真の意味での「協働」の定義は、アクティブラーニング自体にも当てはまる。教員・学生・課題に関わる人々の対等性、自主・自律性、相互作用による価値創造が、効果的なアクティブラーニングを成立させ得る。ともに苦勞し、ともに学び、その中で、学生を導く立ち回りをする。教員自身も一メンバとして自らフィールドに降り、率先して現場、矢面に立ち、牽引することが重要である。事実、筆者自身、ゼミナール教育を通して、研究領域や考え方・視野が広がる等、学生から学んだことも多かった。

例えば、アートプロジェクトによるアクティブラーニングでは、「大学生は、アートプロジェクトへの参加によってさまざまな気づきや学びを経験し、成長という代価を得て」いるため、教員の一方的な支配や搾取ではない(谷口 2019: 220)と言われているが、本当にそうだろうか。このようなアクティブラーニングは、果たして教育と言えるだろうか。学生の成長を「代価」と言っている時点で、それは教育なのだろうか。アートプロジェクトに限らず、あらゆるアクティブラーニングにおいて、教員と学生という、上下関係を前提にしていないだろうか。互いに教え、教わるという、教員と学生の相互作用こそが、アクティブラーニングの本質なのではないだろうか。

また、アクティブラーニングの効果を十分に得るためには、他から与えられたテーマではなく、教員・学生自らがテーマを見つけて取り組むことが望ましい。どんなテーマでも良い。とにかく、やりたいことをやってみる。よく「うちの学生には難しいから…」という話を聞くが、学生のレベルに多少の差はあれ、そこまで大きな問題にはならない。同じ大学生である。どこで、何をやっても良い。どんなことでも、やってやれないことはない。学生を信じることも大切である。失敗しても良い。失敗から学べることもある。その意味で、「失敗」はあり得ない。あとは、すべて教員が責任を負えば良い。

本報告から何を得るかは、読者に委ねたい。諸々、汲み取って頂ければ幸いである。本稿が社会科学教育、およびゼミナール教育に対して何かしらの示唆を与えられることを期待する。

## 謝辞

これまで15年間お世話になりました専修大学経営学部の先生方、教務課経営学部ご担当の皆様、ひいては、専修大学関係者すべての方々に、心より御礼申し上げます。また、我々の活動にご賛同、ご協力下さったすべての方々に感謝致します。そして、森本ゼミナール1期生から13期生すべてのゼミ生に感謝するとともに、皆様の今後のご活躍、ご健勝を祈念致します。

## 参考文献

- 浅野智隆・森本祥一・斎藤拓巳, 2010, 「地方路線バス会社へのICカード乗車券導入モデルの分析」『情報科学技術フォーラム講演論文集』9(4): 523-524.
- 東時子・森本祥一, 2012, 「ライブ・コンサートにおける聴覚障害者支援の提案」『情報科学技術フォーラム講演論文集』11(4): 431-432.
- 安達早苗・森本祥一, 2011, 「大人のネットいじめに対する対策の現状と課題」『日本社会情報学会(JSIS & JASD)合同研究大会研究発表論文集 2011』387-390.
- 荒木昭次郎・澤田道夫・黒木誉之・久原美樹子, 2012, 『現代自治行政学の基礎理論—地方自治の理論的地平を拓く』成文堂.
- 石川和樹・森本祥一, 2014, 「インターネットを中心とした情報通信技術の普及と犯罪動向との相関性に関する一考察」『情報科学技術フォーラム講演論文集』13(4): 307-308.
- 石坂春秋, 2003, 『レポート・論文・プレゼン スキルズ—レポート・論文執筆の基礎とプレゼンテーション』くろしお出版.
- 井上智晶・森本祥一, 2015, 「キャラクタービジネスにおけるTwitterの活用法と経営戦略上の位置づけ—株式会社サンリオ

森本祥一

- のケーススタディ」『情報科学技術フォーラム講演論文集』14(3): 205-206.
- 今城彩・森本祥一, 2011, 「新聞各社の電子化に対する取り組みの比較研究」『経営情報学会 2011年秋季全国研究発表大会要旨集』B1-3.
- 魚田勝臣・大曾根匡・綿貫理明・渥美幸雄・植竹朋文・森本祥一, 2012, 「情報基礎教育のための教科書・教授教材の開発と展開—コンピュータ概論: 情報システム入門を中心として」『専修経営学論集』(94): 1-15.
- 海野進, 2004, 『これからの地域経営—ローカル・ガバナンスの時代』同友館.
- 遠藤翔太・森本祥一, 2014, 「インストラクショナルデザインへのアジャイルソフトウェア開発手法の応用」『情報科学技術フォーラム講演論文集』13(3): 409-410.
- 大川泰裕・森本祥一, 2011, 「携帯電話を活用した新たなキャリア教育の提案」『日本教育工学会 第27回全国大会 講演論文集』301-302.
- 藤山浩輔・森本祥一, 2012, 「サイクルコンピュータを利用した自転車事故防止のための一考察」『情報科学技術フォーラム講演論文集』11(4): 269-270.
- 勝彩香・森本祥一, 2014, 「コミュニティ・ビジネスとしてのJリーグクラブ・マネジメントに関する一考察—神奈川県内3クラブの比較を中心に」『日本体育・スポーツ経営学会 第37回大会号』5-6.
- 河内祐香里・森本祥一, 2013, 「商店街との連携によるフリーペーパーの作成とその効果の検証」『専修大学情報科学研究所報』(80): 25-35.
- 河島妃奈子・森本祥一, 2011, 「デジタルデバイド解消がもたらす効果の分析」『日本社会情報学会(JSIS & JASI)合同研究大会研究発表論文集 2011』55-58.
- 菅野佐織, 2011, 「祭りによる地域ブランド価値共創のフレームワーク—交流する地域ブランドを目指して」『マーケティングジャーナル』30(4): 15-29.
- 北川フラム・大地の芸術祭実行委員会監修, 2019, 『大地の芸術祭—越後妻有アートトリエンナーレ2018』現代企画室.
- 北川舞衣・森本祥一, 2013, 「テーマパークにおける従業員教育の情報システムとしての成功要因—東京ディズニーリゾートの事例」『経営情報学会 2013年秋季全国研究発表大会要旨集』P-3.
- 木下まどか・森本祥一, 2011, 「メタバースにおけるビジネスモデルとその効果に関する考察」『経営情報学会 2011年春季全国研究発表大会要旨集』G3-2.
- 栗山菜穂子・森本祥一, 2011, 「観光活性化のためのソーシャルメディア活用の可能性」『観光情報学会 第3回研究発表会講演論文集』56-60.
- 慶松勝太郎, 2011, 「大学院における経営学教育の問題点」『LEC会計大学院紀要』8: 51-71.
- 小嶋彩香・森本祥一, 2013, 「ファッション業界におけるRFID導入により得られるデータの店内での活用法に関する考察」『情報科学技術フォーラム講演論文集』12(4): 367-368.
- 児玉陽平・森本祥一, 2013, 「従来の評価指標との比較によるセイバーメトリクスの有効性に関する考察」『情報科学技術フォーラム講演論文集』12(2): 299-300.
- 齋藤郁海・森本祥一, 2013, 「セマンティック技術を用いたアルコール飲料データベースの試作」『情報科学技術フォーラム講演論文集』12(2): 81-82.
- 坂本結佳・森本祥一, 2013, 「デマンド交通が適さない地域の分析」『経営情報学会 2013年秋季全国研究発表大会要旨集』P-6.
- 佐貫浩, 2017, 「アクティブ・ラーニングの批判的検討—真にアクティブでディープな学びの条件を考える」『生涯学習とキャリアデザイン』14(2): 59-79.
- 下村有加・森本祥一, 2012, 「IT活用による3Rの活性化に関する一考察」『第23回廃棄物資源循環学会研究発表会講演論文集』A6-4.
- 白川昌生, 2010, 『美術館・動物園・精神科施設』水声社.
- 白澤春奈・森本祥一, 2013, 「観光行動論に基づく観光情報システムの類型化と効果の分析」『情報科学技術フォーラム講演論文集』12(4): 471-472.
- 鈴木祥平・森本祥一, 2012a, 「テレビ離れ解決に向けたテレビとインターネットの共存に関する一考察」『情報科学技術フォーラム講演論文集』11(3): 523-526.

- 鈴木祥平・森本祥一, 2012b, 「日本におけるインターネットテレビの現状と課題」『情報処理学会 全国大会講演論文集』2012(1): 733-734.
- 専修大学経営学部森本ゼミナール編, 2016, 『大学生, 限界集落へ行く—情報システムによる南魚沼市辻又活性化プロジェクト—』専修大学出版局.
- 田歳奈緒, 2023, 「アクティブ・ラーニングの学習方法としてのPBL—日本の高等教育でのPBL学習法導入の考察」『東洋学園大学紀要』(31): 244-259.
- 谷口文保, 2019, 『アートプロジェクトの可能性—芸術創造と公共政策の共創』九州大学出版会.
- 田端南奈・森本祥一, 2017, 「若者の恋愛離れと情報社会化の因果関係に関する一考察」『情報社会学会 2017年 年次研究発表大会 Work in Progressセッション論文集』2-4.
- 近田政博・杉野竜美, 2017, 「学生時代に研究指導を受けた経験が現在の研究指導に与える影響—徒弟モデルの再検証」『大学教育研究』(25): 29-42.
- 中川祥子・森本祥一, 2011, 「家庭における食品ロス削減のための情報システム」『2011年度 日本フードシステム学会大会報告要旨集』92-93.
- 日本学術会議 経営学分野の参照基準検討分科会, 2012, 『経営学分野の参照基準 (案8の2)』<https://www.scj.go.jp/ja/member/iinkai/daigakusuisin/pdf/s-keiei7-1.pdf>
- 野谷あやめ・森本祥一, 2015, 「事務所経営に好影響を及ぼすアイドルとファンの理想的な関係—ジャニーズ事務所のケーススタディに基づく考察」『経営情報学会 2015年秋季全国研究発表大会要旨集』J1-12.
- 野村尚平・森本祥一, 2011, 「教育の情報化が教員および生徒に及ぼす影響」『日本教育工学会 第27回全国大会 講演論文集』83-86.
- 芳賀光・森本祥一, 2018, 「情報社会化による流行伝播形態の変化を捉えた流行化マーケティングについての一考察」『経営情報学会 2018年秋季全国研究発表大会要旨集』1P1-21.
- 福井瑞来・森本祥一, 2015, 「下呂温泉の魅力向上のための施策についての考察—草津温泉との比較を通じて」『温泉地域研究』(25): 13-24.
- 古橋佳奈・森本祥一, 2011, 「デジタルサイネージによる地域活性化事業の分析と活用方法の提案」『地域活性学会研究大会論文集』3: 57-60.
- 古屋伸太郎・森本祥一, 2012, 「ゲーミフィケーションが消費者行動に与える影響の事例分析」『情報科学技術フォーラム講演論文集』11(3): 357-358.
- 松浦伊織・森本祥一, 2011, 「日本の電子書籍端末市場活性化に向けたビジネスモデルの提案」『経営情報学会 2011年秋季全国研究発表大会要旨集』G1-4.
- 森本祥一, 2013, 「経営学部における情報教育の実践報告」『専修大学情報科学研究所所報』(81): 30-33.
- 森本祥一, 2015, 「大学生の力を活かした集落活性化事業の実践結果と考察—新潟県南魚沼市辻又集落の活性化を通じて」『地域活性学会研究大会論文集』7: 263-266.
- 森本祥一, 2016a, 「情報システム論に基づく地域活性化アプローチの実践と効果の分析」『情報システム学会 第12回全国大会・研究発表大会論文集』S1-C.4.
- 森本祥一, 2016b, 「地域情報システム再考: 文化と経営の視点から—新潟県南魚沼市辻又集落の事例を通じた考察」『地域デザイン』(8): 69-94.
- 森本祥一, 2017a, 「グループワークによる情報活動における問題の発見と情報の分析」『専修大学情報科学研究所所報』(89): 15-18.
- 森本祥一, 2017b, 「地域と大学の協働による持続可能な活性化の取り組み—南魚沼市辻又の活動を通して」『地域活性学会研究大会論文集』9: 462.
- 森本祥一, 2018, 「空家トボスと廃校トボス」原田保・山田啓一・石川和男編著『地域イノベーションのためのトボスデザイン』学文社, 189-205.
- 森本祥一・嶋田愛, 2012, 「食品流通との対比によるアパレル流通の問題点と解決策の考察」『ファッションビジネス学会論文集』17: 111-117.
- 森本祥一・長畑かおり, 2014, 「imPress marker: 図書推薦用ブックマーカー—図書館での本との出会いを演出するデザイン」

森本祥一

『日本色彩学会誌』 38(3): 268-269.

森本祥一・長峰祥平, 2015, 「放映権収入増収に向けJリーグが東南アジア市場においてとるべき戦略」『日本スポーツマネジメント学会 第8回大会号』 55-56.

森保未果・森本祥一, 2016, 「療養中の患者に好影響を与えるインスタントメッセージの機能仕様の検討」『情報科学技術フォーラム講演論文集』 15(3): 541-542.

矢吹怜竜・森本祥一, 2012, 「インターネットショッピングサイトにおける色彩効果活用の分析」『情報科学技術フォーラム講演論文集』 11(3): 447-448.

山田志穂・森本祥一, 2011, 「超高齢社会における高度情報社会のあるべき姿に関する一考察」『日本社会情報学会 (JSIS & JAS) 合同研究大会研究発表論文集 2011』 187-190.

山田晋作・森本祥一, 2015, 「かわいい文化の普及過程と伝達手段に関する情報学的考察」『経営情報学会 2015年秋季全国研究発表大会要旨集』 J1-11.

吉田隆之, 2019, 『芸術祭と地域づくりー“祭り”の受容から自発・協働による固有資源化へ』 水曜社.

李牧・森本祥一, 2014, 「ソーシャルビジネスの認知度向上のための情報発信法に関する一考察」『情報科学技術フォーラム講演論文集』 13(4): 339-340.

我妻沙紀・森本祥一, 2012, 「小規模な組織におけるソーシャルメディアを活用した情報発信法の提案と実践」『経営情報学会 2012年秋季全国研究発表大会要旨集』 H2-6.