

シミュレーション学習（4要素融合学習）の試みについて —現代ビジネス学科の新たな飛躍に向けて—

仁井 和彦・野村 康則・埜本 一雄・立花 知香

A Report on an Attempt at Simulation Learning (4 Element Fusion Learning):
Towards a New Leap for the Department of Current Business

Kazuhiko NII, Yasunori NOMURA, Kazuo TAOMOTO and Chika TACHIBANA

要 旨

現代ビジネス学科は、平成27年度の現代ビジネス学部に国際ビジネス学科が新設されたことに伴い、現代ビジネス学科入学生に対し、2年次以降「総合ビジネス」「公共ビジネス」「秘書ビジネス」の3つのコース選択制度が導入され、カリキュラムも大幅に変更された。

この3コース制導入は、現代ビジネス学科の新たな飛躍に向けた施策であり、学生がコース選択時に的確に対応できるように、1年次学生自ら自分の適性を見極める学習方法としてシミュレーション学習（4要素融合学習）が採られることとなった。

新カリキュラム導入の初年度であり、関係者は試行錯誤のなかで、授業展開がなされた。学園訓「柔しく剛く」のもとに、学科内で相互に連携を図り、この試みが現代ビジネス学科の新たな飛躍への一歩となることを期待するとともに、女性が輝く社会の主要な人材の育成を目指して、引き続き、学習内容の向上に努め、学生たちを支援する所存である。

キーワード：シミュレーション学習（4要素融合学習）、ビジネス知識、実社会体験、プロジェクト体験、人間行動学習

はじめに

現代ビジネス学科は、平成27年度の現代ビジネス学部に国際ビジネス学科が新設されたことに伴い、現代ビジネス学科入学生145名に対し、2年次以降「総合ビジネス」「公共ビジネス」「秘書ビジネス」の3つのコース選択制度が導入され、カリキュラムも大幅に変更された。

この3コース制導入は、現代ビジネス学科の新たな飛躍に向けた施策であり、学生がコース選択時に的確に対応できるように、1年次学生自ら自分の適性を見極める学習方法としてシミュレーション学習（4要素融合学習）が採られることとなった。

本稿は、シミュレーション学習（4要素融合学習）取り組みの概要を述べるとともに、初年度の軌跡を振り返り、次年度以降の対応策を検討するための報告書である。

1. シミュレーション学習取り組みの概要

(1) シミュレーション学習導入の経緯

現代ビジネス学部は、就職内定率の高さ（平成25年度99.2%、平成26年度98.4%、平成27年度100%）に見られるように、開設以来10数年、ビジネス界から高い評価を得てきている。しかしながら、更なる発展を期し、平成27年度国際観光ビジネス学科が開設され、現代ビジネス学科自体も新たなスタートが期待され、各分野でのより高度な専門性を備えた人材育成を目指して、2年次以降「総合ビジネス」「公共ビジネス」「秘書ビジネス」の3つのコース制が導入された。

この3コース制導入は現代ビジネス学科の新たな飛躍に向けた施策であり、また、学生がコース選択時に的確に対応できるように、1年次学生自ら自分の適性を見極める学習方法としてシミュレーション学習（4要素融合学習）を試みることになった。

(2) シミュレーション学習の目的

前項で述べたように、シミュレーション学習は2年次以降のコース制導入に伴い、1年次学生自らが自分の適性を見極め、的確なコース制選択ができることを目的としている。

3つのコースが養成を目指す人材像は、以下の通りである。

「総合ビジネス」コース：企業経営の一翼を担うビジネスリーダーを目指す

「公共ビジネス」コース：公務員、税理士等の国家資格を有する専門家を目指す

「秘書ビジネス」コース：秘書（コーディネーター）技能を付加したリーダーを目指す

(3) シミュレーション学習の概要

シミュレーション学習は、1年次の1年間を通して、体験と理論を融合する4つの要素からなる総合学習であり、将来の自分の進路を考え、2年次以降のコース選択の一助となるように設計され、学科の柱として位置づけられるものである。

4つの要素とは、「ビジネス知識」「実社会体験」「プロジェクト体験」「人間行動学習」からなる。具体的には、現代ビジネスの職場で実際に業務に携わる人たちからの声・講義、職場見学等、による実社会体験、教育課程におけるビジネス科目の修得（理論）を通じて、具体的な課題の解決と発表（体験）を図り、社会状況における対人関係・人間行動の理解（理論）を深める。

「ビジネス知識」においては、履修科目として、マネジメント基礎、経済学、経営学、簿記・会計学、ITビジネス論等があり、1年次は現代ビジネスを取り巻く経営環境や企業動向を理論と事例研究を通して学び、ビジネスの基礎知識を取得する。

「実社会体験」においては、履修科目として、現代ビジネス概論等があり、学生自らがビジネス現場に赴き、職場訪問・見学し、質疑応答を通して、ビジネスの実際に触れて、経営・組織運営・人材活用等について理解を深める。

「プロジェクト体験」においては、履修科目としてプロジェクト演習、リーダーシップ論があり、企業から提示された具体的な経営課題に対して、学生はグループワークを通して、自分たちで解決策をまとめ、発表し、ビジネス現場の一端を疑似体験する。

「人間行動学習」においては、履修科目としてビジネススキル演習、人間行動学、モチベーション論があり、様々な社会状況において対人関係の不透明性を縮減するために、人間行動の法則性について理解を深める。

(4) 推進体制

シミュレーション学習は、新たに1年次に導入された教育システムと位置付け、関係者全員の認識統一が図られるように、学部長・学科長のもとに、学科全体で取り組む体制をとった。

2. 教育課程における位置づけと方法

(1) 講義の目的

前項1.(2)項に記載の通り、2年次以降のコース選択のために、講義科目の目的は、①2年次からのコース分け及び専門課程に確信をもって進むことができるように、実社会での仕事を知ると同時に自身のキャリアについてのヒントを得させる、②学生が自分の進路に合致する企業・官公庁訪問を実現させ、キャリア形成の一助とする、である。尚、学生の履修評価は企業訪問後にレポート・発表を課すこと及び授業参画度等により行う一方、学生の授業アンケートからシミュレーション学習の評価をみることにした。

(2) 関連カリキュラム（一部）

科目	1年次	
	前期	後期
基礎	現代ビジネス概論・キャリア形成論 ビジネススキル演習 経済学、経営学、簿記・会計学、IT ビジネス論	マネジメント基礎 プロジェクト演習 I 簿記・会計学
共通教育	キャリアデザイン I	

(3) 企業訪問・職場見学の方法・日程等

企業訪問・職場見学については、今年度は「現代ビジネス概論」（火曜2限）において、1～8回授業（現代のビジネスについて）、9回、10回：企業訪問（220名が5～6グループに分かれ、企業を一日1、2社訪問）、11～15回：授業（訪問のまとめ、訪問先の情報共有など）の日程が組み込まれている。学生一人2社程度希望を聞き、行き先を決める。

企業訪問に際しては、訪問後レポートの提出を課すと共に発表の機会を設け、履修単位の評価に反映させる（訪問時期8月上旬の場合の評価は「可」）。遅い場合、レポートは、1年後期「マネジメント基礎」で提出し、発表の機会を設け、履修単位の評価に反映させる。

上記の実施に際しては、教員が引率することとし、引率教員の選出については、訪問先確定時に決定される。

(4) 企業訪問・職場見学候補先の選定

2年次のコース選択に資するために、幅広い業界から、基本的には製造業、金融業、観光サービス業、医療機関、官公庁等から選定された。一般企業の選定に関しては、授業の時間的制約、教員引率方式の採用、3年次のインターンシップ等を考慮し、大企業を選んだ。

(5) 企業訪問・職場見学後のフォロー

訪問・見学に際しては、報告書（最終頁参照）の通り、予め質問事項を考え、内容のある訪問となるように期している。

3. 教育科目の実施結果

(1) マネジメント基礎（現代ビジネス学科1年後期、担当教員：野村康則）

この講義がシミュレーション学習の履修モデルとなっているため、ここで学んだ知識は「ビジネス知識」として役立つことを念頭においた授業とするように心掛けた。本講義では、1年生にマネジメントとは何かを先ず分かりやすく理解させることから、この講義をスタートさせた。マネジメント実例については過去～現代まで、複数名を取り上げ紹介した。授業にあたってはパワーポイントを使用し、学生には講義項目だけ記入してあるA4で1枚の用紙を配布し、学生が講義内容を記入させる方法とした。また、授業後には授業内容のレポート・質問事項を記入させ、出席チェックと兼ねることとした。

[講義概要]

- ・マネジメント理解
 - ・卓越した経営者の経営哲学を学ぶ
 - ・実務で役立つ企画書の書き方
 - ・企業での業務遂行に必要なSWOT・PPM分析とKJ法を学ぶ
- ①マネジメントの実例としては、過去及び現代の著名な経営者の経営哲学を複数紹介した。学生が一番興味をもった過去の経営者は松下幸之助、盛田昭夫、スティーブ・ジョブズであった。偶然これらの経営者は大学を出ていないが、エンジニアとして世界的な発明を行い、現在の我々の日常生活にこれら経営者がもたらした神器が身近にあることが、共感を呼んだものと思われる。
 - ②企業で必要な最低限の問題解決知識として、先ず企画書とは何かを教えた。学生にとって企画書というものが大変新鮮であったようだが、企業で成功するためには企画書がいかにタイムリーに網羅的に記述できるかが、鍵である。
 - ③KJ法、SWOT、PPM（Product Portfolio Management）を教えた。これらは特にマーケティング領域で必要とされる戦略的分析技法であるが、もはやビジネスの常識であり、企業面接・グループ討議で要求されることもあるため、学生全員がこれらをマスターすれば、企業に入社後に実力が発揮できると思われる。特に一般的なSWOTについては、学生が自分で作成したものを発表させた。
 - ④毎回授業後には、簡単なレポートを全員に提出させることで授業内容の理解を深めることとし、疑問点や質問事項には次回の講義で全て回答をした。

[授業アンケート]

授業アンケートでは総合評価4.126（5点満点）と高い評価を得た。学生のコメントとして、「マネジメントの基礎についてさまざまなことを学ぶことができました。授業もとてもわかりやすく、内容も濃く、いろいろな知識を身につけることができました。将来に役立つ内容ばかりでとても楽しく講義を受けられました。わかりやすく楽しい講義をいつもありがとうございます

す。」という書き込みがあった。

(2) 現代ビジネス概論（現代ビジネス学科・国際観光ビジネス学科1年前期，担当教員：野村康則）

この授業はシミュレーション学習の履修モデルとして「実社会体験」を通じてビジネスの現場を実際に訪問し、企業人として必要とされる知識などを垣間見ること、2年次からのコース分けに資することを目的とした授業である。220名の学生に各自2社ほど訪問先を選択させることは容易では無く、且つ訪問先企業・役所など12社とのアポイントを取るのには教員一人ではかなりの困難を伴ったが、学生からの評価もよく、1年生にとっては、入学後いきなり企業訪問ができ、大学の授業が高校の座学中心授業とは違い、自分達が既に社会人一步手前であることを認識したようである。

[講義概要]

- ・ 中小企業白書による日本の産業の特徴と課題を学ぶ
 - ・ 業種毎の違いを学ぶ
 - ・ 訪問企業希望を募集・決定する
 - ・ 訪問する企業を事前調査～訪問時の注意事項～実際に訪問する
 - ・ 訪問後レポート作成&報告会の実施
- ①日本の企業の99%以上が中小企業であることから、中小企業白書をもとに、企業の現状理解・企業の抱える問題点（資金・人財・IT化など）を講義し、日本における産業構造・企業実態の理解に努めた。大企業では問題視されないようなことが、中小企業では大きな支障となっていることが多く、中小企業の抱える課題こそが日本の産業革新につながり、経済の活性化になることを学生に理解させた。広島県にはモルテン、ミカサ、ディスコ、クマヒラ、サタケなど「小さな大企業」と称せられる独自製品で、世界的シェアを持つ中小企業が沢山あることを紹介した。
 - ②公務員・製造業・金融業・サービス業など業界によって取り扱う商品・業務内容が違うこと、また要求される資格などの違いを講義した。1年生には社会のことが全く分からないため、自分がどの業界に向いているのか分からないのが現実である。そのためこの授業で色んな企業を訪問できるのは、大変有意義である。国際観光ビジネス学科の学生にはできるだけ、将来の就職先であると思われるホテル・旅行社を希望するように指導を行った。
 - ③訪問にあたっては全員に十分な企業研究を義務付け、表1のような様式で事前研究内容・質問項目を用意させた。また訪問後は全員が教壇で訪問発表を行い、成績評価の一部とした。訪問前に充分注意を行った結果、遅刻した者は全体でわずか2～3名、しかも制服着用・マナーもいい、と企業からお褒めの言葉を戴いた。高校を卒業したばかりの学生にとって、いきなり企業を訪問する機会が得られたことは2年次のコース選択に大変有意義であったことと思われる。また学生からの反応は大変よく、参考になったというコメントが多く寄せられた。

(3) プロジェクト演習Ⅰ（現代ビジネス学科1年後期，担当教員：埜本一雄・金沢英樹）

[科目の概要]

プロジェクト演習Ⅰは、教員が与えるビジネスに関連する具体的な課題に対して、学生自身が原則6人のグループに分かれて必要な調査などを行い、簡単な事業計画を立てプレゼンテーショ

ンするまでのプロセスを、一通り体験する。戦略とは何なのかの基礎を理解し、簡単な事業計画を構築する方法を身に付けることが目的である。今年度の課題は、「大都会の中心街で、女性がリフレッシュできる場所を設け、事業化する」とした。

[学習指導法]

原則毎回、前半教員からの講義、後半グループワーク、という学習方法である。具体的には、事業計画構築の方法論、実際の事業計画、市場の課題とグループワークの方法、市場調査手法と実践、具体的なニーズの設定、既存商品・サービスの調査、新しい解決策のアイデア出し、事業計画策定の方法、実際の事業計画構築、プレゼンテーション、という内容である。

学生達は各グループで、毎回議論した内容を1ページの課題シートに記述して提出する。教員が24グループのシートの中から、できのよいものを2グループ選択し、次回の授業で発表させる。150人近い履修学生の多人数講義であるため、SAを2名活用した。最後のプレゼンテーションは、持ち時間を決めて、MSパワーポイント資料によって各グループが自分達の事業計画を説明し、教員が評価した。

[学生の反応等]

ある程度予想していたことであったが、きわめて熱心に議論しリードする学生が各グループに2～3名、ほとんど参加しない学生も何名かいた。多くの学生が興味を持って参加していた印象が強い。授業評価アンケートを見ると、こうした何らかのアイデアを創造する活動に強い興味を持つ学生が多数いた反面、そうしたグループ内部の活動への貢献度に差があることへの不満が多かった。

来年度は、学生間で貢献に関する総合評価をさせる調査を実施することを前もって周知し、参加しない学生の数を減らすと共に、実際に貢献しなかった学生の評価にも反映することを考えている。

[次のステップ]

この内容に強い興味を持つ学生は、2年生後期、「プロジェクト演習Ⅱ」で、サンフレッチェ広島・富士ゼロックスと連携した戦略計画構築とプレゼンテーションを行い、リアルなビジネス課題に対する企画構築を経験する予定である。

(4) ビジネススキル演習（現代ビジネス学科1年前期、担当教員：立花知香）

[科目の概要]

当該科目は、ビジネスパーソンの例として、秘書あるいは秘書的なサポート業務に従事する人を取り上げ、演習を通してビジネスマナーとオフィス実務の基本を理解し、習得することを目標としている。

ビジネスの現場で求められる能力の一つにコミュニケーション能力がある。コミュニケーション媒体は言語的表現と、音声・表情・視線・身体表現等の非言語的表現がある。これらの表現力を高めることは、ビジネスの現場における円滑な業務遂行に必要不可欠である。そこで、本授業では、ビジネスで求められるビジネスマナーの基本を言語的表現と非言語的表現の両方から身に付けるようにする。具体的には、言葉遣いや立ち居振る舞い、電話応対や来客対応のしかた等を

テキストで学ぶとともに、演習やロールプレイを行って、それらを体得していく。本授業の到達目標は次のとおりである。

- ①ビジネスに携わる者として、どのような資質を養う必要があるのか理解する。
- ②接遇の基礎的なマナーがわかる。
- ③敬語表現を理解し、日常的に使えるようになる。
- ④オフィスにおいて、場面と相手とのかかわりに応じた行動がとれる。
- ⑤文書の管理について知る。

[学習指導法]

たとえビジネスマナーを学んでも、実際に使えなくては何の意味もない。「知っているも使えなければ知らないのと同じ」をモットーに、知識を得るだけでなく、実際に身体で覚える、インプットされた知識をアウトプットできるような構成を考慮している。

上述した目標を目指して、授業ではできるだけ演習やロールプレイの時間を取ることにしている。

動機づけとして、「何を学ぼうとしているのか?」「なぜそのように考えるのか?」「社会人として何が必要だと思うのか?」「自分に不足しているものは何だと思うのか?」「なぜビジネススキルの養成が必要なのか?」をまず自分たちで考え、統計を参照しながらビジネスで必要とされるスキルや資質を分析する。

ビジネスで求められる能力として特にコミュニケーション能力に着目し、その能力伸長を目指して演習を行うことを共通認識としてスタートする。

15回の授業では、まずコミュニケーションの基本として挨拶の指導から始める。指導の方法として、言語的表現のみでなく身体、顔の表情、音声などの非言語的表現の重要性に気づかせることにも配慮している。自分自身の姿勢や表情など気づきにくい点は、ペアになったりグループで互いに挨拶しあったりしながら、他者の視点を利用して修正を行うように指導している。

基本的な姿勢を習得したうえで、そこに言語表現として接遇用語や敬語表現を加えていき、授業でも繰り返し反復演習を行う。このことにより、日常的にそれらの表現がスムーズに使えるようになることを目指す。授業で習得したことを定着させる方法としては、取得したことをさまざまな日常生活の場面で使うことこそ有効である。そのため、教職員やアルバイト先などでも積極的に試すことを勧める。

[学生の反応等]

現代ビジネス学科の学生の就業意識は総じて高く、ビジネスマナーやビジネススキル向上に対する関心、欲求は比較的高い。また、教員から受講学生への一方向の指導だけでなく、学生同士が指摘しあったり話し合って解答を求めたり、課題に自ら関与する中で学習効果を高めることができる。日常生活場面で敬語を使って、自信を深めたという学生も多い。いずれ企業訪問やインターンシップなどで必ず必要になることが多いと捉えているので、マナーの向上、スキル獲得には非常に熱心であった。

4. コース選択について

(1) 説明会

新年度からのコース制導入の際には、志願者の理解を深めるために小冊子を作成し、配布した。オープンキャンパス等でも機会を捉え、内容の周知徹底に努めた。

入学後は、入学式後の学科ガイダンス、履修ガイダンスでその都度説明を行った。5月にはオリゼミにおいて、プログラムに組み込まれている学科紹介のなかで学科長の全体説明とともに、3コースについて各コース責任者が説明し、質疑応答も行った。

11月末に1年生の各クラスで予備調査を行い、その結果を踏まえ、12月10日のまほろば教養ゼミの時間にクラス合同で再度説明会を開催し、コース全体、各コースについて、学科長、各コース責任者が行った。

(2) 選択結果

12月24日に締め切った「総合」「公共」「秘書」の各コースを第一志望とする学生数は87名、47名、11名であった。志望理由を読む限り、積極的理由からと思われるもの以上に、将来の職業選択において選択の範囲を広げておきたい、と思われるものが多く見受けられた。

(3) 選択結果に関する考察

上記数値はほぼ予想されていた結果とも言えるが、「公共」が意外に高かった。その背景には、公務員試験に向けた受験勉強は「総合」「秘書」にも有用であり、また、学生自身できるだけ勉強の機会を確保したいとの思いの表れだと判断される。「秘書」の低さは、国際秘書という高いレベルへの挑戦を促した説明だけでなく、秘書が専門業務として確立していない日本の現状から敬遠された面があるのではないかとと思われる。

5. 今後の課題

新カリキュラム導入の初年度であり、関係者は試行錯誤のなかで、授業展開がなされた。4要素融合学習をシミュレーション学習と言うのは如何なものかとの意見も学科内にあった。その言葉の適不適よりも真に新たな飛躍に向けた挑戦が必要である。学園訓「柔しく剛く」のもとに、学科内で相互に連携を図り、この試みが現代ビジネス学科の新たな飛躍への一歩となることを期待するとともに、女性が輝く社会の主要な人材の育成を目指して、引き続き、学習内容の向上に努め、学生たちを支援する所存である。

表1. シミュレーション学習専用報告書

シミュレーション学習専用報告書		報告日 2015年 月 日
学科	学籍番号	氏名
訪問前記入事項		
訪問先会社名	訪問日時 2015年 月 日	
<input type="text"/>		
会社の概要（主要取り扱い内容、会社規模、本社所在地、業績など）		
<input type="text"/>		
質問事項（確認したいこと、興味のあること、分からないこと、etc）		
<input type="text"/>		
訪問後記		
説明を受けた内容と訪問した感想（発表して頂きます）		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
<input type="text"/>		
この業界に興味を持ってましたか？その理由は？		
興味（多いにある、普通、全く無い）		
理由		

[2016. 9. 29 受理]

コントリビュータ：友末 亮三 教授（生活デザイン学科）

