

# アクティブラーニング(AL)で 学生がこんなに成長する

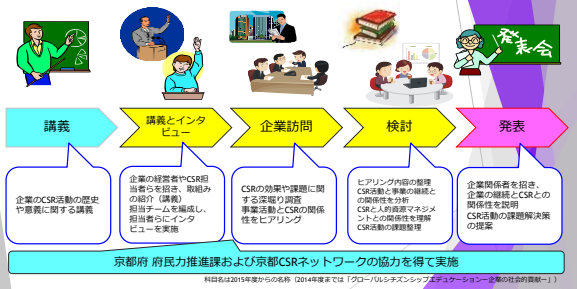
～ Focus on THE BLACK SEMINAR～

2015.2.27(金) 龍谷大学 中森セミナー

## グローバル人材育成にむけた 科目開発プロジェクト

- ▶ 地場産業論 (3セメスター)
  - ▶ コミュニケーション・ワークショップ演習 (3セメスター)
  - ▶ キャリアデザインのための企業研究 (4セメスター)
  - ▶ 企業のCSR実践演習 (5セメスター)
  - ▶ グローバル戦略実践演習 (6セメスター)
  - ▶ 演習 (4セメスター～8セメスター)
- アクティブラーニング (AL)**

## 企業のCSR実践演習



## 2013年夏のわたしたち...

経営ってお金のことじゃないの？ 経済学と何が違うの？

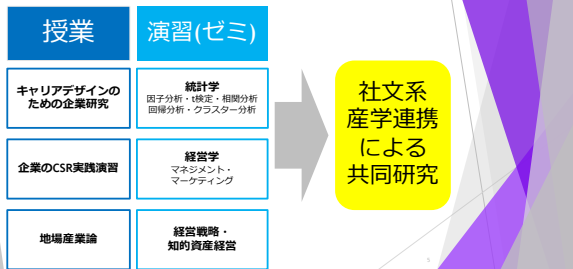
モチベーションってやる気のこと？

アポイント取るのってどうするの？

統計学って何？ 有意味？なんなん？

定性的分析 定量的分析 ってなんなん？

## 定性分析+定量分析



## ゼミ活動の過酷さ

龍谷大学政経学部

しかし、ゼミ活動を通して、**時間管理**や**モチベーションの高め方**が身についた！

学内、毎日、毎週、さらに休日も、自分のすべての時間を...

それでもゼミ生はアル...も授業もしっかりこなしていました！

### 礼儀を重んじる中森ゼミ

中森先生の口癖は「礼儀を重んじなさい」

ゼミに入りたての頃はメールの件名を入れることさえ知らなかった私たち。  
今ではチョコレートひとついただいただけでも必ずお礼のメールをします。

「礼儀が信頼につながるものであり、  
長くビジネスを続けている企業の経営者は皆、礼儀正しい」  
「礼儀は一朝一夕では身につかないので、学生のうちに養いなさい」  
という先生のご指導の元、礼儀を重んじた行動を徹底しています。

### ゼミで実践の機会を頂きました！

これまでの学びを  
活かして  
課題解決を図る!!!



授業での学び

ゼミでの学び

培われた忍耐力

努力できる力

### 中森ゼミ×佐々木酒造株式会社 実践事例

佐々木酒造について



通年雇用されている杜氏が**夏場**にも活躍できるよう、「**白い銀明水**」「**米麴ドリンク**」（しそ味・抹茶味）が開発された。



佐々木酒造HPより引用

### 佐々木酒造の課題

「白い銀明水」をもっと効果的に販売したい！



今までの学びを活かして、私たちが中森ゼミナールが課題解決を図る！



佐々木 元 社長

良質な製品を作る技術はあるがマーケティングのノウハウが不足...

そこで！

佐々木酒造HPより引用

### 3ヶ国語に対応したアンケート

調査①...紙調査・二重枚  
調査②...

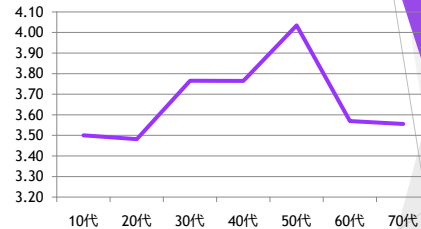
有効回答数

# 1145枚

日本語

中国語

### 結果 1：銀明水は誰にウケる？

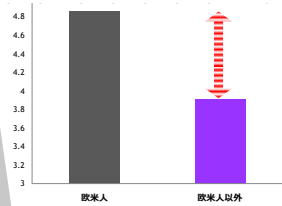


銀明水は若者のウケが悪い

### 結果2：米麹飲料（しそ味）は誰にウケる？

	欧米人(性別)別			平均値の標準誤差			2つの母平均の差の検定		
	度数	平均値	標準誤差	F	有意確率	t	dF	有意確率	母の95%信頼区間 (両側) 下限 上限
しそ味の 欧米人	7	4.860	0.378	0.143					
感想 欧米人以外	141	3.910	0.866	0.073	2.751	0.099	2.858	**	146 .005 291 1.594

\*\*p<.010, \*p<.050



**しそ味は  
日本人/中国人  
台湾人よりも  
欧米人に  
支持されている**

### 結果3：銀明水の評価は何で決まる？

従属変数	銀明水の評価	$\beta$	t	有意確率
味の濃さ		-.001	-.038	.970
後味		.418	**	11.474 .000
甘さ		.076	*	2.324 .021
酸味		-.002		-.055 .956
匂い		.429	**	12.084 .000
R2		.580		
Adj R2		.576		
F		125.470		
df		5,454		
p		.000		

\*\*p<.010, \*p<.050

「後味」や「匂い」が強く影響  
「甘さ」も緩やかに影響  
  
意外な事実  
「酸味」は評価に影響していない

**銀明水の評価は「後味」「匂い」「甘さ」にかかっている**

### 結果4：若者は何に惹かれる？

10代の若者と成人(20代以上)とを比較した

キーワード	年代	度数	平均	標準偏差	平均値の標準誤差	F	p	t	df	有意確率 (両側)	母の95%信頼区間 下限 上限
期間限定	10代	313	4.040	1.032	.058	456	.500	2.352	*	.019	.039 .438
期間限定	成人	152	3.800	1.017	.082						

\*\*p<.010, \*p<.050

若者は「期間限定」という言葉に惹かれる

**若者には期間限定であることをより強くPRすべき(広報の工夫が必要)**

### 結果5：健康飲料の意識で味覚は変わる？

米麹飲料(抹茶味)は「健康飲料」であることを意識させた人とそうでない人を比較した

味(項目)	健康意識	度数	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	F	p	t	df	有意確率	母の95%信頼区間 下限 上限
抹茶(後味)	あり	26	3.885	.952	.187						
	なし	170	3.000	1.068	.083	0.61	.505	3.921	**	.194 .000 .440 1.330	
抹茶(香気)	あり	26	3.992	1.011	.198						
	なし	169	3.107	1.018	.078	947	.332	2.734	**	.193 .007 .163 1.008	
抹茶(好み)	あり	26	3.808	1.266	.248						
	なし	170	3.035	1.176	.090	856	.356	3.087	**	.194 .002 .279 1.266	

\*\*p<.010, \*p<.050

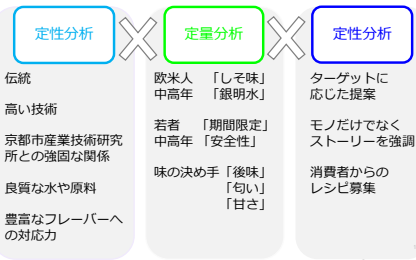
「健康飲料」を意識すれば味の好みの程度が上がる

**若者に対しても「健康飲料」であることをより強くPRすべき(広報の工夫が必要)**

### 結果のまとめ

年齢、出身地、習慣、健康に対する意識の違いなど、多面的に考察することで同じ飲み物でも、改善点やPRすべき事項が異なり、何に注力すべきかがわかる！

### 実践研究における定性分析×定量分析



### 佐々木酒造への提案

ねらい  
タ  
形  
PR  
工夫

従来の産学連携体制では、モノを作るところまでは多数の協力者が得られるが、商品販売・事業化では企業単独の活動になってしまい、事業化におけるネックになっていた。  
今回の研究は、技術だけでは渡れない事業化のネックを渡る新たな産学連携の姿を示されており、大いに期待している。

地方独立行政法人 京都市産業技術研究所  
研究戦略リーダー 研究主幹 山本佳宏様

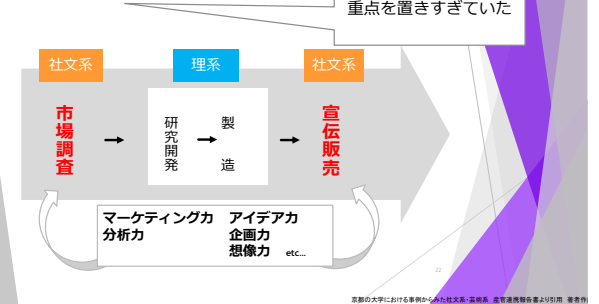
（ストーリー）  
ツケージに記載・先

私たちは政策学部の学生であるため、この共同研究での成果を活かして政策提言につなげたいと考えました！

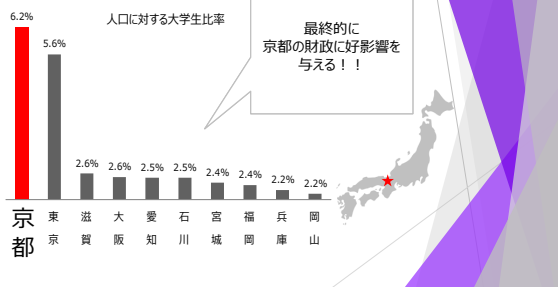
### 京都企業の強み



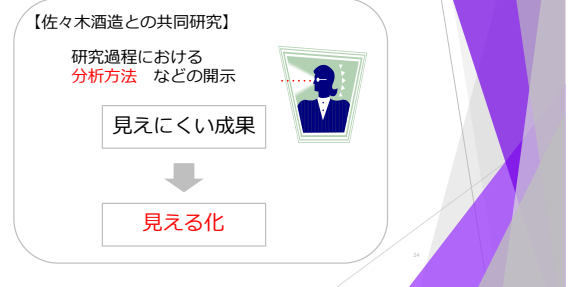
### 伝統産業における課題



### 京都のポテンシャル



### 社文系学生の産学連携促進のために



## 社文系学生の産学連携促進のすゝめ

とりわけ、専門の経営戦略部門を有しない中小企業にとっては、社文系の産学連携が果たす役割は計り知れないものがある。  
 しかしながら、アプローチ手法やプロセスがわかりにくく、アウトプットも研究開発の成否のように明確でないケースも多い。  
 今回の研究は、社文系産学連携の大きい可能性を示した。  
 社文系産学連携の推進を当機構の主要施策に位置付けて注力して参りたい。

京都産学公連携機構 事務局長 森永真世様

## お世話になった方々

- ▶ 京都産学公連携機構 事務局長 森永真世様
- ▶ 京都大学育成コンソーシアム  
プロジェクトマネージャー 河村 房江 様
- ▶ 京都市産業技術研究所 知恵産業融合センター  
知恵産業推進係長 松井康史 様
- ▶ 京都市産業観光局 商工部  
伝統産業課 工芸係長 吉田 暢宏 様
- ▶ 京都市産業観光局 商工部 伝統産業課 丸野聡美 様
- ▶ 株式会社 電通 京都営業局営業部  
クールジャパンビジネスプロデューサー 各務 亮 様
- ▶ 株式会社 佐々木酒造 代表取締役社長 佐々木晃 様
- ▶ 名古屋市財政局税務部税制課 村上 祐子 様
- ▶ 龍谷エクステンションセンターREC事務部 世橋 理博 様