

商学研究所報

2018年3月

大学は自ら考え、行動する学生を育てられるのか
—地理学的視点からのアクティブ・ラーニング—

前川明彦

大学は自ら考え、行動する学生を育てられるのか

—地理学的視点からのアクティブ・ラーニング—

前 川 明 彦

Will the university develop students who think and act on the view

—Active learning from the geographical point of view—

Akihiko maekawa

大学は自ら考え、行動する学生を育てられるのか

－地理学的視点からのアクティブ・ラーニング－

1. はじめに
2. アクティブ・ラーニングと学生
3. 人文地理学という枠組みのなかでの試み
4. 学生 PV の特徴と課題
5. おわりに

1. はじめに

(1) 大学の現状と将来

日本の大学の将来は必ずしも順調とは言えない。全国に 700 以上ある大学のなかで私立大学の約 4 割が定員割れを起こし始め、大学の倒産などが話題になるようになった。現実には地方の私立大学、短期大学の破綻も生じている。とくに、こうした危機的状況の傾向として、① 比較的歴史が浅い大学 ② 学生数規模の少なさ（学部の少なさ） ③ 大都市圏より地方 という傾向も指摘されている。（週刊東洋経済、2018）そして、こうした危機的状況の解決策として、個別な各大学の努力だけでなく、地方の私立大学の公立化や大都市圏の定員厳格化による地方再生に関連した大学の救済などさまざまな施策も含めて、複雑に絡みあいながら行われている。

また、今年（2018 年）は教育産業などで 2018 年問題といわれる年を迎える。入学学生数が 2018 年にピークを迎え、その後の 18 歳人口の減少から、大学も含めた関連する教育産業の危機的意識から生じた言葉といえよう。たしかに、少子高齢化の中で、日本の大学進学率は、外国人や社会人などを含めた諸外国に比べ必ずしも高くない。なかでも 18 歳レベルの人口での大学進学率は、半分の 50% レベルといえる¹。このため、進学率が高い社会人や外国人留学生数も含まれる諸外国同様に、外国人留学生や社会人学生の学びなおしなどによる増

¹ 日本の大学進学率は、2017 現在、平均で 52% 台で国際比較をすると、必ずしも高いとは言えないが、諸外国のように外国人留学生や年長者などを含まない数字である。とはいえ、これらを含んでも必ずしも高い値とも言えない。

加も示されてきている。2016 年度時点で大学院、大学には約 12 万人の外国人留学生がお
り、毎年増加傾向にある（日本学生機構、2016）。

昨今の外国人留学生の増加は、従来型の定員割れ近い大学の補完的手段だけでなく、2014
年以降に大きな議論になった「選択と集中」「G 型・L 型」等も関係しており、1 つの評価
要件であること等から私立大学では大都市圏などの大規模私立大学、なかでもスーパーグ
ローバル大学（A：トップ型 13 校）（B：牽引型 24 校）で増加している感がある。そして、
この大学改革の是非はともかく、現場ではカリキュラム改革や授業内容も同時期に進行し
ており、2018 年の 2 月末には「スーパーグローバル大学創生支援事業」の中間報告で各大
学の評価も出る²。

一方、このような量的課題と並行して問題となってきたのが、グローバル化の国際比較
やさまざまな調査などから、学生の質の向上、例えば、論理的思考の弱さなどが表面化し
てから久しい。この間、例えば、中、高等教育のカリキュラムや指導要綱の中心に「ゆと
り教育」や「アクティブ・ラーニング≒主体的・対話的深い学び」と変遷し、大学も今後
大きな変化を要求され始めている。

アクティブ・ラーニングという、またかと思われるぐらい大きな話題となり、中高の
現場や研究会ではロールモデルを求めた研究事例や理論的研究も少なくはない。きちんと
した定義はなく、いわば従来型からの受動型授業から学生が自ら考えることがより可能な
能動的な授業であり、その方法論はさまざまあるともいわれている。大学においても、従
来の授業選択のガイド的性格からシラバスは学習効果を高めるもの等が加わり（佐藤、
2013）、シラバスの形式の明確化や予習、復習などに関連した項目などの増加もこのよう
な流れともいえる。

大学教育の成果に関して、大学は何を教えたのではなく、学生が何を身に着けたのかが
問われる時代といわれる（永田、2016）。20 世紀の地域型の大量生産システムから 21 世紀
型の国際的分業等の産業システムの転換や金融のグローバル化による競争などが社会変化
のスピードを速め、その是非も問われぬままに人材自体の即戦力が求められてきたのも昨
今である。世界競争の中で企業社会に余裕がなくなり、高等教育に幅広い視野や学問の基
礎力などから語学力なども含めスキルへという形で変化し、大学の職業訓練校化といわれ
た論議が一部では現実化する可能性もあるといっても過言ではないかもしれない。しかし、

² スーパーグローバル大学創生事業の中間報告が 2018 年 2 月 28 日発表され、37 大学のうち 6 大学
で S 最高評価が示された。

今後の第4次産業革命やAI時代などさらに先を見据えた方向性が本来はより必要ではあるまいか。

(2) 研究の目的と背景

本稿では、以上のことなどから、4つの大学³での共通課題の学生の取り組みや比較などから著者の専門の人文地理学とアクティブ・ラーニングを再考し、今後の大学の将来と学びに関して多少なりとも考えていきたい。

後述する大学の授業に関連した課題を中心に1つの試みから研究しようと考えた背景には、学生の普段の生活や就職活動などから大学のレベルにかかわらず学生の質的变化を感じたことにある。就職氷河期から学生の売手市場への変化やその後の状況下のなかでの学生の変化をゼミや自分の専門科目などで発言やレポートなどで表面化してきた。とくに専修大学では約10年近くゼミナールを持ち、身近な学生の成長などを見てきた。このゼミナールでは、地域の課題をどう解決するかを実践的に行うことを毎年のプロジェクト課題とし、そのプロセスから学問や実践性、コミュニケーションを学ぶゼミナールを目指した。この結果、学生の変化が課題型問題解決のプランニングや活動状況などから身近に感じ取れる経験やさらには様々なことを考えさせられた。

このゼミナールでは、毎年、10人前後を受け入れ、3年次を中心に、最初から大学の課題解決型プロジェクトの参加や解決型のコンテスト、さらには地元行政などとも一緒に地域再生プロジェクトを行い、地域密着型を中心に活動した。できるだけ、具体的な指示や指導はせず、上級生が指導する方向性を目指した。結果として毎年地域版ではあるがマスコミ等にも取り上げられるようになった。最後の学生は、学生の努力の結果もあり経済通産省などが応援する「社会人基礎力グランプリ」で、2015年春に関東大会で優勝し、関東2校の代表として全国7校に選出され、全国大会に参加するなど大きな成果も果たし、それぞれが希望の就職先へと卒業した。しかし、優勝した学生のころから、それ以前の学生より自分で考えるという力が落ちてきているのではないかという実感がとくに気になりかけてきた頃であった。とくに、協同作業などがそれ以前の学年に比較し苦手で、最初のころは上の学年がかなり指導したことにもある。最初は単なる偶然とも考えたが、同時期に、複数の大学における専門の人文地理学などのレポートや講義における質問レベル、さらには学生の就職活動レベルなどからも感じたからである。

³ 4つの大学のうちの1つは専修大学であり、法学部の学生が中心である。

2. アクティブ・ラーニングと学生

就職活動の状況もちろん近年では大きな変化しているが、毎年聞くのが以下のような言葉である。「つまらない学生が増えた。面接をしていても人柄が伝わってこない。パッケージ化されていて個性がない。」「見た目も話す内容も一緒。・・・覚えてきたものを機械的に話す学生もいる。」ある研究の新卒人事から見たある研究の人事採用者の言葉である。(田中・佐藤、2017)

多くの教員は、ゼミナールなどの少人数の学生をとおして、自ら前向きに考えられる学生と、周りと同じようにしていればと無難で自らはあまり考えない学生に2極化、あるいは大別できることを感じているかもしれない。後者の学生の多くは、就職時期に初めて競争で比較され、苦い経験をする場合が多いが就職活動の中で成長していく学生も少なくなない。また、同じ大学でも就職も就職率は好転しているものの、たくさんの内定を取る学生とそうでない学生に現実には分かれる。後者の学生は「まわりと同じように、無難に」を心掛け、アルバイト同様にマニュアル化されたこと、言われたことさえすればということから、表層化され、パッケージ化されたマニュアル型の就職活動を行う。この数年の人材不足から内定率は好転しているものの、悪い結果を重ねる学生ほど、やり方を変えようとするわけでもなく、むしろ自分がマニュアル通りに答えないから、やらないからと生真面目に行動し、さらに悪循環が続き秋以降にやっと決まる学生がいる。⁴ 後者の学生ほどそれまでの経験をいかしたり、ポジティブさがなかったり、成功体験が少ないような気がする。

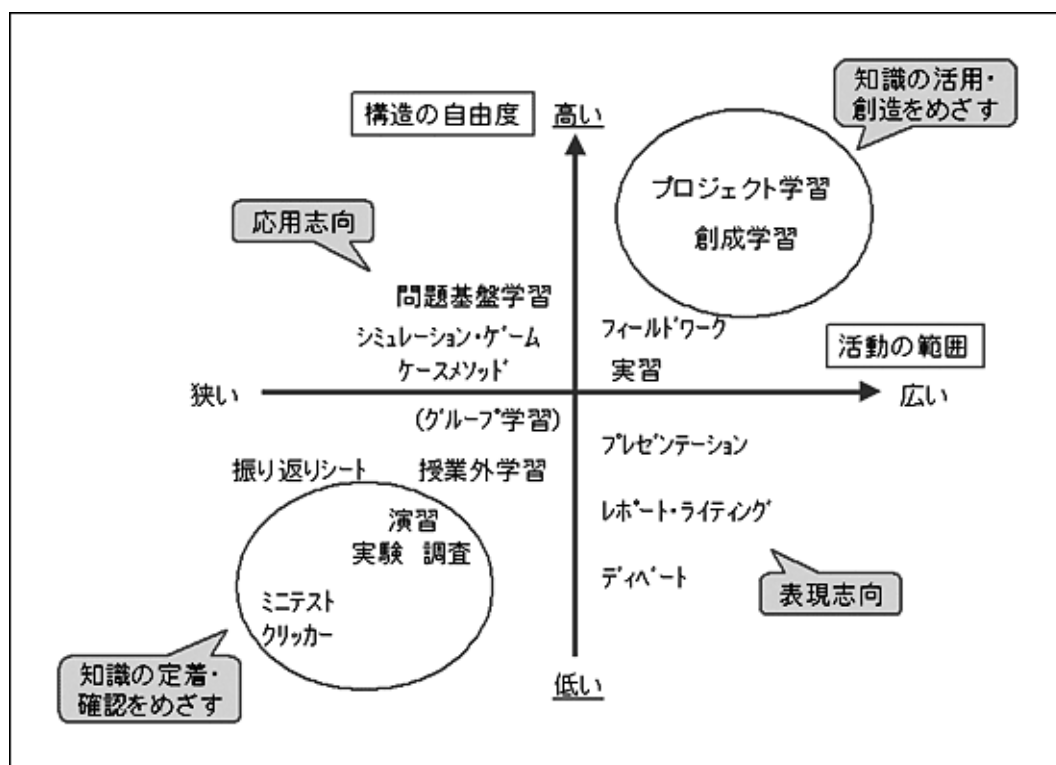
例えば、専修大学の商学部では、学部全員がゼミに入れるわけでもない。入らない学生は大学での居場所が少なく、3年から4年時の就職活動レベルにおいても孤立しやすく、情報不足が目立つ。また、ある大学の学部ではゼミという居場所は全員あるものの、事実上4年は就職活動などからゼミに所属せず、このため4年と3年以下が話し合う機会もなく、身近な存在の人に就職活動の経験すら聞けない状況が発生し、上級生の個人的経験が活かせず、ゼロからの就職活動の繰り返しである。こうした結果、学生は、居場所が少なくなり、失敗、成功体験の共有化が対面コミュニケーションで取れない。そして、このような学生は、性格や人間関係などの要因もあるが、受動的に与えられる一元的なネット情

⁴ 最近の中堅大学以下の就職率は必ずしも悪くはなくいが、近年のゼミナール学生や専門科目の3年生以上からのヒアリング、さらには就職課などからのヒアリングなどによるものだが、なかなか内定を得られない学生と特徴として、基本的にはまじめで出席率もよいが、サークル加入もゼミナール参加もなく、単位取得数が少なくなる4年次春には孤立感があるケースが多い

報をうのみに選択し、比較や疑問を自ら考えるという機会をも失い、大学にはくるものの、就職活動もかならずしもうまくいかない状況が見て取れた。こうした学生ほど自ら考えるという点が不足しがちである。

アクティブ・ラーニングの基本は過去の経験や知識の応用レベルの工夫や実践の繰り返りから学生が自ら考え、コミュニケーションをとおして多様な考え方を認め、グループの中で自らの主張を討論のなかで整理、再考できたりできることでもあろう。実際に、アクティブ・ラーニングには明確な定義などがあるわけではなく、多様な学習方法などの形態がある（第1図）。

大学において、アクティブ・ラーニングというと、一部ではプレゼンテーションが強調されがちだが、本来は様々な方法論の1つに過ぎないのである。



第1図 アクティブ・ラーニングの多様な形態

出典 (http://www.juce.jp/LINK/journal/1403/02_01.html) : 山地 弘起「アクティブ・ラーニングの実質化に向けて」より引用

本来は、誰でもが身近な体験や無意識に行っており、それが方法論の1つとして体系化したと考えてもよいかもしれない。身近な例で考えてみよう。最近の学生は親の世代より海外旅行経験が少ないといわれている。海外旅行に一人で行くと、まず往復の飛行機チケットの入手や宿の予約や現地の状況の把握から始まり、空港についても、そこからホテルにはどのようにしていくか選択から始まり、仮に安くて便利な地下鉄を決定しても問題は生じる。現地の文字が読めないと、駅すら探せず、切符すら買えない場合もある。人に聞くにも日本語のガイドマップと比べても文字や発音が異なるので、現地の人が理解できず考えるしかない。1人でも大変で、うまく分担しないと2人以上ではさらに判断、決断レベルの課題が増加する。人はこうした失敗の経験などから工夫し多様性をもシュミレーションし行動していくと思われる。効率的で楽なツアーの送迎になれるとタクシーすら乗れなくなる可能性もあり、本来の地域の姿はなかなか見えない⁵。ビジネスにしても観光にしても現地の考え方の相違や習慣などから、課題を探し、解決方法を深く考えたりする。上述した困難も、駅名を数える、通訳アプリを使う、言葉を覚えるなどの工夫をしなければならぬ。

したがって、さまざまな方法論があり、課題解決型プログラムにしても、複雑な要因を解きほぐし、それぞれ多様な解決方法があるということを理解するかどうかともいえよう。こうしなければならないというロールモデルは必ずしも存在すると限らないともいえる。

3. 人文地理学という枠組みのなかでの試み

(1) 地理学とアクティブ・ラーニング

日本の大学では地理学のさまざまな分野は、学科などの専門科目以外では、歴史学などと同様に概論的に専門教育の基礎教育や教養科目、さらには教職科目として位置づけられてきた。旧社会科系の多くは、入試に関してもセンター試験の内容が長年をかけて論理的思考問題も取り入れているにも関わらず、私大型の暗記問題レベルのイメージがまだまだ多く、塾や試験などがそれらを加速させている感もある。中学、高校の教育現場においても地理的分野のアクティブ・ラーニングは困難さが多く、なかでも地域的特色を重視する中

⁵ 学生からのヒアリングなどによると、海外旅行の頻度も2極化しており、卒業旅行が初めての海外といった場合も少なくない。この場合大半は、既存のフリー時間が多少あるツアー仕様が多い。2回目以降や1人旅などの場合は、初期は日本国内で調べるなど準備も始めるが、慣れてくると、現地では様々な問題に直面するとあまり思わない学生が多い。

学レベルの地誌では変化が激しい「動態的地誌」をどのように教えるかがさまざまな試みがされている（北村、2015）。⁶

急速な国際化のなかで大学における地誌学や人文地理学などのイメージは世界を知る 1 つの入門的な基礎教養科目的な側面として捉えられることが多いのは事実である。また、これらが単なる知識としての積み重ねから、人や社会、地域が複雑に絡み合い、それらを理解するには論理的思考方法をも持っていると考え人は必ずしも多くはない。しかし、一方でほかの学問分野も含めて論理的な思考方法論を学び直した後に考えたり、課題追求や問題解決の手がかりの 1 つになるともいえる。第 1 図におけるフィールドワークやケースメソッドなど多くの文系学問分野でも可能であり、とくに前者のフィールドワークを 1 方法論に含むは地理学や社会学の特徴ともいえる。学問的な観察参与からの知見は、自然科学における発見ともいえる時がある。さらに、これらから法則性や多様性を考えることは、さまざまな学問の入り口ともいえる。

また、同様に図 1 に示されるグループ学習による協同学習や作業などは多様な異なる視点を再発見する可能性もある。このようなことから、大学における授業として協同学習を中心としたアクティブ・ラーニングという視点から可能性や地理学的アプローチからの可能性を試みてみた。

(2) 具体的な学生への課題と方法論

今回のケースは 2014 年度の後期授業の課題の一部で試みたものである。著者に関係した 4 つの大学で主に行った。内容的には、大学あるいは大学所在地のプロモーションビデオの作成をグループで作成することを課題の一部とした。まだ、入学後半年の 1 年生も多いため、大学のある地域や大学自体をあまり知らないために 2 つ提示し、融合もありでターゲットはそれぞれ考えるとかなり自由度を大きくした。人文地理学などとの関連性は、作成することにより地域や大学などを新たな発見や課題の追及、さらには解決策の一翼を考察するなどの可能性があること、またグループ学習、協同作業から多様性やコミュニケー

⁶ 北村らは中学レベルの動態的地誌を如何にさまざまな事例と関連させ、考えさせるかなどを工夫している。超高層ビルの多さの理由をアジアの成長の経緯との関係などを関連させて考える工夫などがモデルでは扱われている。従来型の理論が理由説明などが役立てられるかがカギになりそうである。なお、2016 年夏の地理教育学会ではシンポジウムのテーマとしてとしてアクティブ・ラーニングが大会テーマとなっており、現場の教員レベルの発表が盛んである

ションスキルなどの向上なども狙いとした⁷。

従来の知識重視レベルであれば、地域再生の簡単に成功事例の紹介が中心であり、時間の関係などから少人数のゼミナール演習など以外ではなかなか延長上で考えるということに結びにくかった。ところが、都市や地方の地域衰退などの解決方法の延長上で、当時地域 PV(プロモーションビデオ)制作がネット上には身近な事例として共通認識が可能で、かつ協同学習や共同制作もできる機会になっていた。従来、高額なカメラなどでしか作成できなかったものが、技術的進歩から携帯やスマホのカメラで誰でもが、動画制作が可能になり、とくに後述するように AKB の特定曲を加味した PV 作成は日本ばかりだけでなく世界にも広がっていた。課題当時の 2013 年から 2014 年にかけて AKB48 の「恋するフォーチュンクッキー」の曲の PV は、曲自体のヒットも影響し、大企業などの民間企業や都道府県、市町村などの行政、さらには個人や個人グループがダンスとともに膨大な PV を作成し投稿形式で発信した。

現在でも YOUTUBE などには大量に現存しており、この流れは国内ばかりか海外にも広がった。内容としては、企業や行政などに親近感を持たせるような組織紹介などと、観光的側面を持ちながら、地域紹介を目的にしている作品に大別される。前者は、行政では国立市、アクセス数が高い大企業や IT 企業の社員などを中心とした親近性を考えた組織紹介パターンになっている企業モデルである。同様な傾向は大学サークルや勝手に作った大学紹介レベルなどでもみられる。

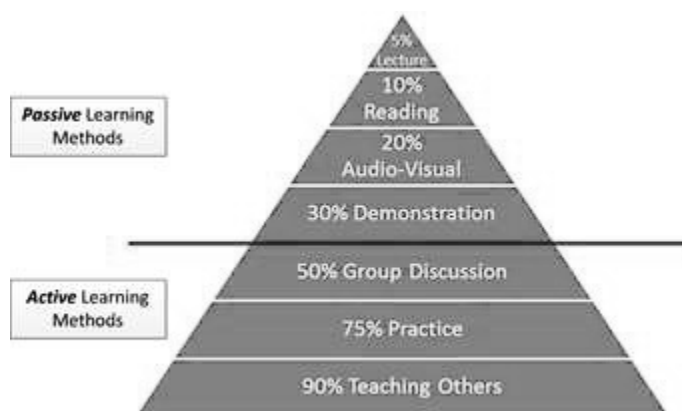
後者は、800 万アクセス以上最大のヒットは神奈川総力戦とテーマを決めた神奈川県モデルでに代表される。組織への親近感と観光的側面からの地域紹介 2 パターンの融合となっている。神奈川県下の市町村の観光地を 40 ほど紹介し、県知事福レベルの出演も含め 1 地域あたり 10 人以上も出演し、動画上に出演する関係者の数も多い。行政、観光誘致地域でこのパターンが踏襲されているケースが多い。作成の仕方は簡単にネットなどを探すと出ており、曲全体を 30 から 40 に分けて場面や人などにより割り振り、それらを連続編集して作成するもので、制作のヒントとなるような曲の振り付けや動画作成の仕方などのネット情報も多い。具体的には、スマホレベルの動画撮影でなどで可能でパソコンでアプリ、ソフトなどが大量に出ており、字幕スーパーも含めてパソコンに慣れた、あるいは動

⁷ 2016 年以降はリピーターの割合がツアー客以上となり、行くところも聖地巡礼や有名観光地以外の地方にも広がっている。また消費も単なる従来型から体験型消費傾向へと転換しており、SNS も含めた情報発信が一番の誘因理由にもなりつつあり、個人も含めて動画などの情報発信が以前より盛んになりつつある。

画作成経験者は比較的容易である。⁸

アクセス数の多い作品の共通項は出演者数の多さであり、必ずしも特別な企画やダンスのうまさではなく、自分の知り合いがでているかも、知っているところ、あんな人が出ているなどの意外性や親近性など見る人のリピーター率も多いことから「relationship」や関係人口をマーケティング的にうまく用いている。こうしたことから出演者が少なく企画的には沿線駅紹介の京浜急行は視覚的变化があまりないことなどから企業側が意図したアクセス数よりは少ない傾向が読み取れる。

アクティブ・ラーニングと教育という視点から教育方法と学生の理解度を表し、よく紹介されるものが第2図である。例えば、講義だけならわずか5パーセントの学生しか理解していないが、協同学習、討論形式ならば50%以上、人に教えると90%近く理解し定着率が高いことを示している。



第2図 アクティブ・ラーニングと理解度

出典：National Training Laboratories

(3) 課題説明と学生の属性と特徴

今回の授業講義での試みは2014年度の授業の課題の一部で試みたものである。具体的には、人文地理学を中心とした地理学および関連科目で行った課題をアクティブ・ラーニングとして考えて試みたものである。4つの大学は都心の大規模校の有名大学のA大学（都

⁸ 作成方法などはネットなどに多数出ており、それらを試しながら、新たな課題が見つかるなどの繰り返しともいえる。例えばiPhone系で撮影したものは、アップルのパソコンの方が編集は楽である。Windows系は多数のソフトがあるが、高機能の方が難しいなど初心者レベルでは編集作業的な困難な場合もある。

心の大規模校の有名大学) 約 130 人、同様に都心の大規模校の準有名大学 B 大学 (大規模校の準有名大学) 約 50 人、C 大学 (大規模校の中堅大学) 約 120 人、D 大学 (小規模校中堅大学) 約 150 人の計約 450 人を対象に行ったものである (具体的に実数を明示しなかったのは、変動数や他の成績要因等からが理由である)。

4 つの大学のうち 2 つは東京都心の大規模大学であり、残り 2 校は神奈川県在大学である。大学レベルは上から A (グローバル指定校) から D の順であり、競争倍率などもこの順となっている。入学の人数の差異は科目の曜日や時間帯、科目名などが反映されていると思われる。また、男女構成は女子大である、D 大学以外の 3 大学は共学であり、比較的男子学生が多く、最も比率の差が大きい大学ではおよそ男女比が 7 対 3 になっている。

受講学生は基礎科目や教職科目重複などということから平均して 1 年次 70% レベルが大半で 4 年生はほぼ一桁状態である。

時期は、学生を後期のガイダンス時期などで 10 人程度に機械的にグループ化し、講義の一部の時間などを中心に段階を考慮して 15 回中の 4 回ほどを用いた。残りは、シラバス同様に試み、基本的な締め切りは約 2 か月から 3 か月として、最後の 12 月から 1 月にかけて 1 回から 2 回成果完成プレゼンテーションを行い、学生による投票形式による得点化などにより上位順位などを決定した。

① 初期準備段階 教員側が主。登録前の人数によるグループ編成、課題の再分析、実際の時間や協同作業の課題整理などを確認

② 開始段階

後期ガイダンスおよび 2 回目 ガイダンス時に今期の講義関係及び PV 作成上の注意、グループ化の課題 (実際の登録前なので人数の変動があること) 授業外の時間が予定されるので SNS などの相談手段提示、さらに PV 作成にかかわる企画や実践、課題などの確認。

今回の PV 作成の目的と面白さ、さらには作成の仕方などを最初の段階で。2 回目時期に実際に作成された行政、企業、個人グループなどの分析紹介。今回は A 大学 B 地域の紹介を中心に自由に作成することや実際は 3 から 4 分内で参加学生全員が映像には加わることなどの共通化を説明した。

③ 中間段階

共通に集まりやすいのは、講義時間なので、すべてではないが最後の約 10 分

程度を相談時間などに使用。この際に関連する課題やマナー、さらには学生側からの質問等を共通の話題として提示するが、独自の企画などの重要性から過度の介入や質問事項は避ける。

④ 最終段階

最終の12月から1月にかけてグループ数の多いものは2回、少ないものは1回で作成PVを中心にプレゼンテーション。同時に学生による点数化、独自性を中心に苦労したところや参加学生の積極性、企画の面白さなどを各自点数化させ、総合点化し、全グループ発表を原則として、点数の公開などは上位グループのみ発表。

⑤ 事後段階

残念ながら、外部発信はできないこと、著作権やその他の現実課題を事後に説明後、終了後の関係者および各所へのマナーなどの再説明。

4. 学生PVの特徴と課題

一部の大学などでは、学長出演、教授出演などの力作もあり企画力が目立った作品も多数あった⁹。グループ数の大学による相違や内容の客観性判断の困難さなどから以下の分析は、詳細なデータ分析がしにくく、さらには十分なアンケート分析などが結果として行えなかったことなどから、学生のヒアリングやプレゼンテーションの発表時での質疑応答などの話が資料的根拠のために、以下では傾向として考えていきたい。

学生の作品の特徴をあげると、

- ① 東京の大規模2大学は、大学紹介よりも比較的地域紹介パターンである神奈川県モデルが多く、一方、神奈川県内の2大学は、企業モデルなどをベースに学内紹介などの大学紹介の方が比較的多い傾向にあった。これらは、東京の観光地紹介などは学生も身近で知っているところが多く、大学内も比較的狭いことや特色がなかなかないこと、さらに都内の大学は広範囲から学生がきており、大学名も比較的著名であることなどが推測される。また、逆に神奈川県内の2つの大学は学生

⁹ 作成の時間は、企画などのストーリー展開があれば、経験者によれば、約2週間ほどで3,4分の動画が作成プロセスやポジティブ、経験値なども影響するが作る事が可能であると聞いた。また、どのように情報を共有しながら分担するかなども重要であり、共同作業に慣れていない、コミュニケーション不足のグループなどでは、誰でもが想像がつくものが多かった。

数や有名度なども必ずしも高いとは言えず、学生自身が自分の大学を知ってもらいたいなどの意識が高かったり、大学の立地場所から著名な横浜中心部などが必ずしも身近な存在ではないことなどが学生のプレゼンテーションや事後のヒアリングなどからも伺われた。

- ② 学生の点数はトップではなかったものの、企画力や行動力で予想以上の興味深い成果も見られた。A大学の1年生グループの作成ではあるが、ターゲットを日本人だけでなく外国人も含めて、多様な言語であまり知られていない東京に集中する地方自治体のアンテナショップの紹介をショップの人々との協同作業で作成したものであった。20以上のアンテナショップとの交渉や著作権などの法的問題なども自ら調べ、情報の共有化の中でグループ全体で撮影、編集などを分担し、字幕スーパーも含め、英語バージョンとスペイン語バージョンの2つを作成した力作であった。後述する協同作業の基礎的要素を兼ね備えていたといえる。
- ③ 小規模校で女子大学のD大学紹介は、他大学の紹介パターンが学内の建築物など、いわばハード重視になっているにもかかわらず、ゼミナールや学内組織や人紹介などソフト的な部分が多く、職員や学長まで出演する作品もあり、自ら、新たな学内ネットワークをつくるという前向きさも見られた。
- ④ 客観的な内容の判断は必ずしもできないが、学生の大半が総合点として評価が低かったのは、これだと簡単に作成できた可能性のある大学紹介、誰でもが思いつく観光地紹介レベルであった。やはり、自分たち自身が経験したゆえに評価も苦勞や努力的側面も見ていることが理解された。

こうしたプラスの面と異なり、負の側面も指摘していきたい。社会的相互作用を関連させ、協同学習の基本的要素としてジョンソンら（2001）は、①互惠的な相互依存関係 ②対面的で相互的な相互交流 ③個人のアカウントビリティ ④社会的技能 ⑤共同活動評価の5つを上げている。今回の協同学習を狙ったPV作成に関しては、「課題提示の段階での企画の個人思考、さらには議論などを経て集団思考となっていく」という協同学習の基本的な流れになる（安永、2012）。さらに編集作業などのモノづくりを含むため、こうした企画的な思考の流れ以外に撮影、編集などの実践される作品をどう作り上げるかという視点も必要なる。企画においても①大学か②地域か、ある程度融合性などの判断や内容性に伴った企画の変更など多くの内部の課題や、現実の活動するなかでのグループ内の人間関

係、かかわりのある外部組織や人との関係、コミュニケーション能力など外部の課題などが山積する。

第1の負の面として、①②の相互依存や対面的相互交流の点で、苦手な学生も多く、課題自体の面倒さや経験のなさなどからくる理解力不足などから、予測された参加学生人数から脱落した学生などもでた。本来、学年が上で、単位も十分ある学生が成績放棄という形式で、こうした傾向になることはあるが入学時から半年レベルの1年生の未登録、成績放棄などが神奈川県の大2大学で多かった。このため、これらの大学では一部のグループの合併なども行った。この背景には、科目内容が従来までの暗記科目的な知識重視という誤解からくる理解不足や教員の説明不足などがあげられる。

第2としては④社会的スキルに関連していたが、簡単なレポートはスマホで十分に可能であるために学生は予想以上の割合でパソコンを使っていない、キーボードはほとんど使っていない学生が、2014年以降急激に増加していた事実を教員側が知らなかったこともある。CおよびDの2つの大学では、残りの大学に比較して学内の学生が使用可能なタブレットや、パソコンが学生数の割には少なかったり、相談できる共有スペースなどが少なかった。こうしたインフラ的側面もやはり必要なのかも実感した。大規模大学のA大学は校舎の老朽化から新規建築物が増加しているが、共有スペースが以前よりも増加しており、ちょっとした隙間にもイスとテーブルを設置している。自分のパソコン、タブレットだけでなく大学内レンタル仕様を使っている学生も多い。他大学と異なり大規模なパソコン（情報）教室の増加が困難であることが結果として良い方向性となっているかもしれない。¹⁰

第3としては①の互恵的な相互依存や③の個人のアカウントビリティなどに関係するが、一部の学生の評価が低かったり、結果として完成度が低いグループでみられたのが、分担による弊害である。教員側の思惑と異なり、情報の共有化が事実上できておらず一部が企画、一部が撮影、編集などの再分化による単なる分担化に過ぎず、バイトの忙しさや理解力や面倒さなどが背景にある。これは、過去に自分のゼミナールでも入ったばかりの2年生で生じたことがある。体験入門とした簡単な地域イベントプロジェクトでも示された。上級生がすぐ指摘し、なぜこうした分担だとだめなのかを説明した結果、修正されていっ

¹⁰ 東大などは駒場を中心に専門教室などの設備や機械等も導入している。多人数教室も含めて固定席の階段教室などを使用している場合が多く私立大学などでは多い。大教室であっても座席が動きせめて議論しやすい環境も必要であろう。

たが、本人たちに悪気はなく単なる仕事、手間の平等意識からきていることが判明し、ヒアリングから高校レベルで共同体験や協同作業経験などが不足していた可能性などが主な理由であった¹¹。

5. おわりに

地理学や地誌学は、地域を重視する学問の1つといえる。長年、知識偏重の従来の社会科学の学習に関しては論議されてきた。中学、高校も含めて、社会科学の暗記型といわれる受験の延長上のイメージのままでは、大学教育として今後の社会に対応する学生は育てていけないのではないかという危惧をもたれている人々が少なくないではなかろうか。それぞれの地域性を知ることはグローバル化の中で一層必要な時期になってきている感がある。

最低限の知識を効率的にという画一的な教育方法やその内容が続く以上、地理学も含め、従来通りの社会科学に関連する科目の内容は受験システムが大きく変わらない限りはかわらないかもしれない。しかし、グローバル化が発展し、地域や社会、人の多様性を理解するには、多様な見方ができうる、いわば自ら考えることができる人材が必要といえる。

地域を重視する地理学という分野からも、考えるという方向性をどう出すかが課題となってくるだろう。今回は試みとして人文地理学の学問分野の延長上で、地域(大学含む)の課題を探し、その解決のための1つの方法論として広報的な情報PV作成をアクティブ・ラーニングとして行った。もちろん、前述したようにきちんとした分析は行えなかったが、作成の過程の中で地域(大学を含む)を知らなければ、課題はできない。このために、学生が地域や大学の情報を今まで以上に知らなければという気持ちを大半の学生がもったことは収穫であった。しかし、前述したように、考える学生が一部の大学などで少なくなっているのではないかということも実感した。あくまでも、傾向としてしか見えないが、「考える」、「協同する」という2点では、受験ランク別に4大学を見ると、課題に対して、積極性、柔軟性、さらにポジティブさなどがあった学生の割合が多いのは上位の大学であった。もちろん、下位の大学の学生のアイデアやプレゼンテーションが悪かったわけではない。逆に内容的には素晴らしいものもあった。しかし、地域や大学を積極的に知り、それらの情報を仲間と共有し、作品を協同で作成し発表するに至る過程で、「無難にやれば」と

¹¹ 最後の代のゼミナールのトップであるゼミ長の性格も反映されたが、分担することが作業も平等で効率的であるという認識が強く、実際のすり合わせなどが2年次はなかなかできなかった。

か「とりあえず誰かが・・・」などの意識や行動力などの差が出た感があり、学生の中のコミュニケーション能力の弱さなど背景にあった気がする。また、課題の中から生じる、様々な疑問や課題、例えば著作権や肖像権などまでの広がりやのなさは残念ながら顕著に出たように思われる。

地域を重視する地理学に関しても従来とは異なる視点が今以上必要となってくるであろう。もちろん、大学だけでなく中学、高校などの多くの方々が地理学においてもアクティブ・ラーニングなどの方法論や考え方が模索されているが、より一層考えるべき時期かもしれない。

さて、大学もどのように変わるべきだろうか。卒業生の話であるが、彼の会社（大手サービス業）に大企業メーカーから転職してきた有名大学出身の後輩がおり、最近、マニュアルに書いてないからやらなくてよい仕事とっていましたと言われ、考え込んでしまったという。自ら考えて行動することは、実社会でも急務になってきているのではなかろうか。

十数年前に、世界戦略のなかでメーカーを中心にグローバル化の中で「現地化」に苦勞した時期がある。20世紀は先進国でヒットしたものが時系列遅れで大半が売れた。しかしながら、今世紀は地域的慣習や文化などの相違を背景に、労働環境や市場性の相違などから必ずしも売れるとは限らない。世界へ出ていく人材が特定の大学出身だけでは人材は不足する。また、今後の人口減少の中では外国人労働者問題が直面する。自ら多様性を考え、行動する人材はビジネスだけでなく一般社会にもすぐに必要となるのである。

もちろん、大学が実社会に出るためだけの組織にすぎなくなるわけではない。今後の外国人の増加する日本社会やAI時代も含めて、自ら考える人材が必要であることは、急務であり、その意義も再検討すべきかもしれない。

永田（2016）が論じているように、東大ではアクティブ・ラーニングがさまざまな分野で他大学に比較して大規模に実践されており、より発展するためには一大学だけではなく、高大連携を含む連続性から試みが本来は必要であるとも述べている。また、東大をはじめ、多くの大学で、ハード型の取り組みである「ラーニング・コモンズ」と呼ばれる試みが新規校舎や空きスペースを利用して行われてきている。この試みは教室とも図書館とも違う第3の自分の居場所を提供しようとする取り組みのことである（清水、2013）。そして、さまざまな学生主体のソフト的な試みと共有し、少しずつではあるが、主体性などをよりだしていこうとするものである。しかし、形式的に多くの大学でも始まっているが、より有効活用できていない、学生自体がこの意味を理解していないと思われる大学も見られる。

大学間の格差が生じてきているのかもしれない。

佐貫（2017）は、昨今のアクティブ・ラーニングの現状や混乱などをとおして、ロールモデル志向の一部の現場や統一的な指導体制システム、思考の自由さの土壌のなさ、さらには評価の困難さや概念の混乱さなどのさまざまな視点から課題を論じている。そして、アクティブ・ラーニングという言葉から「主体的・対話的深い学び」と表現に大学前の新指導要領も含めて後退してきていると述べていることは興味深い¹²。アクティブ・ラーニングという手法だけが考える人材を育てるわけではない。日本にはアクティブな思考を生み出す授業方法論は今までもあり、大学においても同様に、多くの分野で行われてきた（佐貫、2017）。また、こうした方法論とは別にリベラルアーツの重要性も考える人材を作り上げる土壌となっていたことも再認識する必要性もあるのではなからうか。リベラルアーツが、一般教養、一般常識と取り違えた方向性となっていた感がある。今回の流れが一過性となり、内容や方向性が変遷せず、より自由な発想や多様な物事への見方を広げていくように地理学や大学ばかりでなく、社会も考えていく必要が来ているのではなからうか。

参考文献

- 河合塾編『「学びの質を保証するアクティブ・ラーニング」東信堂 2014 年
- 北村明祐『子供熱中、中学社会「アクティブ・ラーニング」授業モデル』明治図書、2015 年
- 教育課程研究会編『アクティブ・ラーニングを考える』東洋館出版社、2016 年
- 佐藤浩章「構造化された知を知るグラフィックシラバス」清水亮・橋本勝編著『学生と楽しむ大学教育』ナカニシヤ出版、2013 年
- 佐貫浩「アクティブ・ラーニングの批判的検討」『生涯学習とキャリアデザイン』法政大学キャリアデザイン学会紀要 Vol 14. No2 2017 年 3 月
- 清水亮「学生と楽しむ大学教育へ」清水亮・橋本勝編著『学生と楽しむ大学教育』ナカニシヤ出版、2013 年
- ジョンソン D.W.・ジョンソン R.T・スミス K.A 著、関田一彦訳『学生参加型の大学授業』玉川大学出版、2001 年

¹² 佐貫浩（2017）は、批判的視点から整理しており、詳細は参照されたい。

多田洋介『行動経済学入門』日本経済出版社、2014年

田中健之輔・佐藤裕「新卒人事の視点」『生涯学習とキャリアデザイン』法政大学キャリアデザイン学会紀要 Vol 14. No2 2017年3月

ダン・アリエリー著、桜井祐子訳『不合理だからうまくいく』ハヤカワノンフィクション文庫、2014年

東洋経済（週刊）『大学が壊れる』2018.2.10号

永田敬「なぜ、アクティブ・ラーニングか、そしてどのように」『アクティブ・ラーニングのデザイン』東京大学出版、2016年

安永悟「協同による活動性の高い授業づくり」松下佳代編『ディープ・アクティブ・ラーニング』勁草書房、2015年

WEBサイト 山地弘起「アクティブ・ラーニングの実質化に向けて」2014年

平成30年3月14日 発行

専修大学商学研究所報

第49巻 第6号

発行所 専修大学商学研究所
〒214-8580
神奈川県川崎市多摩区東三田2-1-1

発行人 神 原 理

製 作 佐藤印刷株式会社
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前2-10-2
TEL 03-3404-2561 FAX 03-3403-3409

Bulletin of the Research Institute of Commerce

Vol. 49 No.6

March 2018

Will the university develop students who think and act on the view
-Active learning from the geographical point of view-

AKIHIKO MAEKAWA

Published by
The Research Institute of Commerce
Senshu University

2-1-1 Higashimita, Tama-ku, Kawasaki-shi, Kanagawa, 214-8580 Japan