



大阪商業大学  
FD ニュースレター

第8号

2011年3月発行

《第3回 FD 研修会》

初年次教育の効果と今後の課題

2010年12月22日

於：大阪商業大学 本館6階 大会議室

講師：同志社大学 商学部准教授

谷 本 啓

《第3回 FD 研修会》

## 初年次教育の効果と今後の課題

2010年12月22日

於：大阪商業大学 本館6階 大会議室

講師：同志社大学 商学部准教授

谷 本 啓

\* 本報告書は2010年12月22日に大阪商業大学で開催されたFD研修会での講師：谷本 啓先生の講演要旨をまとめたものである。

## 目 次

1. 商学部における初年次教育科目	1
2. 科目運営と情報共有化	4
3. 新任教員への着任前研修	6
4. 参考資料	7

## 初年次教育の効果と今後の課題

### 1. 商学部における初年次教育科目

同志社大学商学部の入学定員は 850 名であり、比較的大規模な学部である。2004 年度より初年次生対象の導入教育科目（7 類基礎科目）を開設した。

春学期に「アカデミック・リテラシー」

秋学期に「ビジネス・トピックス」

2 科目（各 2 単位・定員 20 名～23 名）を提供

「アカデミック・リテラシー」（AL）は基本的な学習スキルを習得することを目的としている。また「ビジネス・トピックス」（BT）は、フィールドワークやゲストスピーカーの招聘を通じて、多様なビジネス情報に触れることを目的としている（「現地・現物・現実」に触れる）。

#### ・商学部が大規模学部であるがゆえの課題

学習スキルの習得に名を借りた「居場所」づくり

1 学年の人数が多く学部内に居場所がないということで非常に孤独感を味わう。サークルに加入することで、大学に関して少しは親しみとか帰属意識ができるかもしれない。商学部という学部に対しては帰属意識をなかなか持つことができなかった。学部に対して居場所作りをするため、学習スキルを教えるという名目で少人数の授業を行う枠組みを作った。

結果として、これが商学部への帰属意識を涵養（かんよう）することとなり、商学部生だという意識を高めることができた。同時に、退学者を減らすリテンション効果を高める狙いもあった。

#### ・大学：学生が自主的・自律的に学ぶところ

学生同士がお互いに勉強に関して、学問に関して会話する環境を作る。教員が一方向的に教え込むことはない。そのままでは、学生が自立的に学ぶわけではない。また学生間で勉強の話をするようになるわけでもない。少なくとも、何とかして勉強について話し合うような環境を作ることが、商学部の初年次教育の最終的な効果と考えている。

#### ・導入教育のカリキュラム上の位置づけ

1 年次から 4 年次に、1 年生の段階で当初は 1 類基本科目、概論（商学に関する入門科目）がある。2 年次生以降で基幹科目で専門科目があり、3 年次生から演習、ゼミが始まる。しかし、2004 年度から基礎科目、導入科目と呼び、この基礎科目という名目で全体の専門科目を学ぶ上での下支えをする学習スキル等を学んだり、あるいは商学とかビジネスに関する関心と呼ぼうというような科目を 2004 年から設置することになった。

## 1 類 基本科目（講義科目）

経済原論  
簿記学  
会計学  
経営学  
貿易論  
商業概論  
商業史

## アカデミック・リテラシー（AL）

少人数クラスで大学生としての「知的生産方法」を学ぶ。  
「調べる」「書く」「発表する」「議論する」の基礎を学習。

- ・レポート執筆についての講習
- ・図書館の施設利用案内（図書館ツアー）
- ・プレゼンテーションの実習

## ビジネス・トピックス（BT）

ビジネスの現場について「知る」「学ぶ」「触れてみる」。  
「商学部での学び」についてビジネスの現場で考える。

- ・企業見学 ・工場見学
- ・若手の卒業生による講演
- ・企業活動の事例研究報告

## 導入教育実施の背景

- ・1年次には大規模クラスによる講義科目が多く、学生側に「少人数クラスによる授業」を望む声が根強く存在
- ・3年次の演習において学習スキルを指導する必要性の増大
- ・大学から各学部に対する「初年次教育科目」の要請
- ・新入生の学力低下に対する不安感（「2006年問題」）

2004年度にパイロット的に導入教育科目を開設。

## 7 類基礎科目の機能

- ・学習能力（スキル）の向上
  - 大学の施設利用方法を知る
  - レポート等の作成方法の学習
  - コミュニケーション能力の向上

- ・「商学」に対する知的関心の向上
  - 卒業生・実務家の講演
  - 企業研究・施設見学・フィールドワーク
- ・同じ「商学部生」同士の交流促進（友達づくり）
  - テキスト報告や事例研究のためのチーム編成
  - 事前学習（報告準備）を通じた交流

7類基礎科目では、同じ商学部生同士の交流を促進し、学部への帰属意識を高め、あわせて学習スキルの向上をはかることが目的となっている。

## 2. 科目運営と情報共有化

同志社大学商学部の導入教育科目の運営において、その中心となるのが「7類基礎科目運営委員会」（以下、委員会と略）である。委員会は教務主任および導入教育科目の全担当者により構成されている。

- ・商学部の導入教育（2004年度以降）
  - ・選択科目（2単位の専門科目）として開設し、「全員一律履修型」ではない導入教育を行う。
  - ・登録クラスは学籍番号による指定。ただし科目登録は任意であり必修科目ではない。
  - ・担当者は「7類基礎科目運営委員会」にて定期的に意見交換を行い、教育実践の情報共有化を行う。
  - ・導入教育科目を主たる担当科目とする5名の任期付教員を採用。2005年度以降の科目展開（クラス数増加）の中心となる。
  
- ・基礎科目運営委員会の内容
  - ・教務主任と基礎科目の担当者により構成。
  - ・半期ごと（各セメスター終了後）に開催。
  - ・各科目担当者はクラス運営の工夫点、反省点を相互に報告。
  - ・事務職員も参加し、事務室窓口から見た1年次生の様子を報告。
  - ・各クラスにおける共通教育内容を確認。
  - ・学期末に科目独自の授業評価アンケート結果を公表。
  
- ・基礎科目運営委員会の機能
  - ・報告書の作成を通じた授業実践の反省
  - ・授業方法・クラス運営に関するノウハウの交換
  - ・授業内容の共通化（特にアカデミック・リテラシー）
  - ・新入生の状況（学習意欲・態度など）についての情報収集
  - ・新任教員に対する授業方法・クラス運営に関する教育訓練機会の提供以上によって、導入教育担当者間のコミュニケーションを促進。
  
- ・教育実践の情報共有化（例）
  - ・自己紹介の方法（写真撮影・名刺交換ゲームなど）
  - ・ワープロ入力の教材（「同志社大学設立の旨意」）
  - ・キャンパスツアーからオリエンテーリング方式へ
  - ・入学事前学習プログラムのレポート活用策

- ・クラス内交流の活性化策（グループ編成の方法）
- ・工場見学・社会見学先の紹介
- ・資料作成のノウハウ（色物に弱い）、データの提供
- ・履修後の学生が学びたいと思っていること

教員が教育方法について意見交換を行い、教育内容や教育方法を改善する事で、商学部の導入教育全体の底上げをはかっている。

### 3. 新任教員への着任前研修

同志社大学商学部では2004年度より導入教育科目を開設したが、最初は専任教員6名でAL4クラス、BT4クラスの合計8クラスであった。導入教育の必要性が認識され、2005年度には導入教育を主たる任務とする任期付教員5名（任期3年）が採用されクラス数を大幅に増加した（AL・BT各16クラス、合計32クラス）。さらに専任教員の新規採用（13名）が大幅に進展したことで、2010年度はAL41クラス、BT22クラス、合計63クラスを開設している。

このように、段階的に導入教育の担当者とクラス数は増加してきた。しかし、新任教員のほとんどが導入教育について知識・理解があったわけではない。その為、着任と同時に導入教育科目（特にAL）のクラス運営が可能となるよう事前研修を実施した。事前研修の内容は以下の3点である。

- ① シラバス作成のための資料提供（資料送付）
- ② 基礎科目運営委員会への招聘（着任前研修）
- ③ キャンパスツアーと各種の情報提供（着任前研修）

これらの資料提供や研修を通じて、着任前に本学部の導入教育の理念や内容を把握・理解してもらうことができた。また新任教員側にも、授業でどのような内容を取り上げなければならないか、着任後はどのような支援を受けられるか、さらにクラス運営で悩んだ時に誰に相談すればよいかといったメンタル面での不安感を払拭する効果も生じた。

## 4. 參考資料

## 初年次教育の効果と今後の課題



同志社大学 商学部 谷本 啓

1

## 本日の報告内容

- 商学部における導入教育の位置づけ
- 商学部の導入教育科目の概要
- 情報共有を促す科目運営体制
- 初年次教育の教育効果
- 商学部における導入教育の意味と課題



2

## 同志社大学 商学部の在籍者数

- ・ 在籍学生数：3680名（2010年10月末現在）  
男 2320名（63.05%） 女 1360名（36.95%）
- ・ 2010年度の募集人数：850名 入学者数：883名



3

## 同志社大学商学部における初年次教育の意味

- 商学部が大規模学部であるがゆえの課題  
→ 学習スキルの習得に名を借りた「居場所」づくり  
↓  
「商学部」への帰属意識を涵養（リテンション効果）
- 大学：学生が自主的・自律的に学ぶところ（前提）  
→ 新入生をそのまま放置しておくとは学生同士が学びあうことはない  
↓  
学生が学びあう条件（環境）を作り出すこと

4

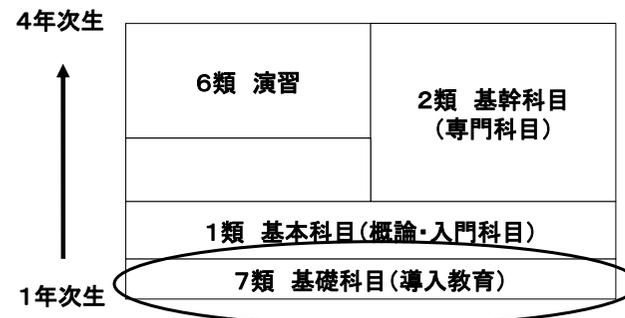
## 商学部の専門科目との関係



導入教育の  
カリキュラム上の位置づけ

5

## 導入教育と専門科目との位置づけ(2004年以降)



6

## 1類 基本科目(講義科目)

- 1年次に、商学部生として「商学」の基礎を幅広く学ぶための科目群。



7

## アカデミック・リテラシー(AL)

少人数クラスで大学生としての「知的生産方法」を学ぶ  
「調べる」「書く」「発表する」「議論する」の基礎を学習



レポート執筆についての講習

図書館の施設利用案内  
(図書館ツアー)

プレゼンテーションの実習

8

## ビジネス・トピックス(BT)

ビジネスの現場について「知る」「学ぶ」「触れてみる」  
「商学部での学び」についてビジネスの現場で考える



企業見学・工場見学



若手の卒業生による講演



企業活動の事例研究報告

9

## 導入教育実施の背景

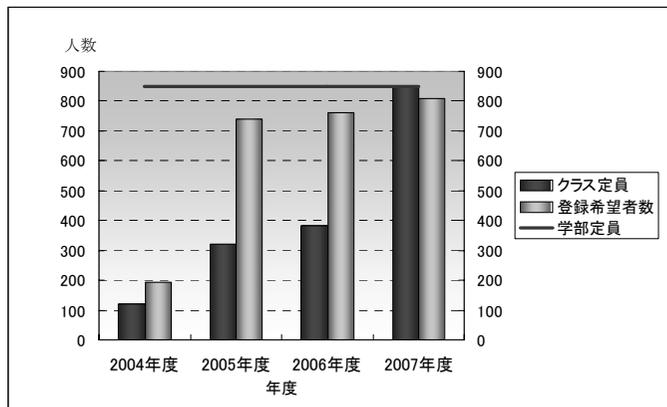
- 1年次には大規模クラスによる講義科目が多く、学生側に「少人数クラスによる授業」を望む声が根強く存在
- 3年次の演習において学習スキルを指導する必要性の増大
- 大学から各学部に対する「初年次教育科目」の要請
- 新入生の学力低下に対する不安感(「2006年問題」)



2004年度にパイロット的に導入教育科目を開設

10

## クラス定員・登録希望者数の増加状況(AL)



11

## 7類基礎科目の機能

- 学習能力(スキル)の向上
  - 大学の施設利用方法を知る
  - レポート等の作成方法の学習
  - コミュニケーション能力の向上
- 「商学」に対する知的関心の向上
  - 卒業生・実務家の講演
  - 企業研究・施設見学・フィールドワーク
- 同じ「商学部生」同士の交流促進(友達づくり)
  - テキスト報告や事例研究のためのチーム編成
  - 事前学習(報告準備)を通じた交流



12

### 商学部の導入教育(2009年度以降)

入学前	1年次 春学期	1年次 秋学期	2年次 春学期	2年次 秋学期
	基本科目	基本科目	基幹科目	基幹科目
事前学習レポート	AL		SM	SM
e-Learning システム			AL2	
英語学習プログラム		BT	BT2	

13

### 商学部 基礎科目の特徴



「全員一律ではない」導入教育の展開

14

### 商学部の導入教育(2004年度以降)

- 選択科目(2単位の専門科目)として開設し、「全員一律履修型」ではない導入教育を行う。
- 登録クラスは学籍番号による指定。ただし科目登録は任意であり必修科目ではない。
- 担当者は「7類基礎科目運営委員会」にて定期的に意見交換を行い、教育実践の情報共有化を行う。
- 導入教育科目を主たる担当科目とする5名の任期付教員を採用。2005年度以降の科目展開(クラス数増加)の中心となる。

15

### 導入教育のための支援活動

- 基礎科目を担当する新任教員への教材提供
- 導入教育関連のテキスト、文献等の配布
- 導入教育科目へのクラス単位での予算割り当て(ゲストスピーカー謝礼・バスチャーター料補助)



配布した教材



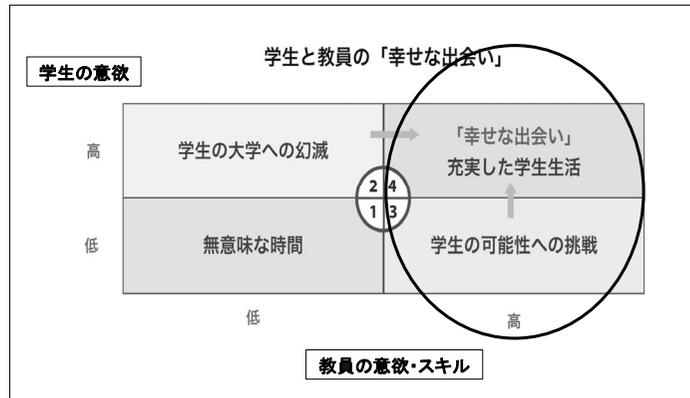
ゲストへの謝礼



バスチャーター料

16

## 「学生の不幸」と「教員の不幸」



## 基礎科目運営委員会



教育内容の共通化と独自性の両立

18

## 基礎科目運営委員会の内容

- 教務主任と基礎科目の担当者により構成
- 半期ごと(各セメスター終了後)に開催
- 各科目担当者はクラス運営の工夫点、反省点を相互に報告
- 事務職員も参加し、事務室窓口から見た1年次生の様子を報告
- 各クラスにおける共通教育内容を確認
- 学期末に科目独自の授業評価アンケート結果を公表

19

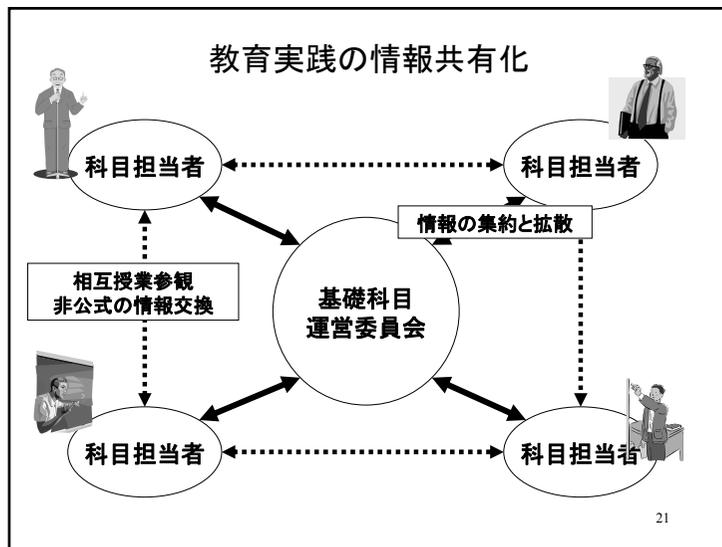
## 基礎科目運営委員会の機能

- 報告書の作成を通じた授業実践の反省
- 授業方法・クラス運営に関するノウハウの交換
- 授業内容の共通化(特にアカデミック・リテラシー)
- 新入生の状況(学習意欲・態度など)についての情報収集
- 新任教員に対する授業方法・クラス運営に関する教育訓練機会の提供

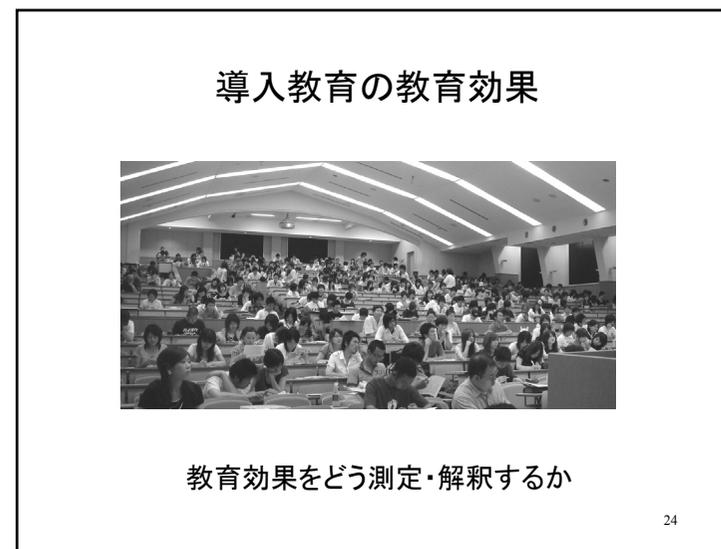
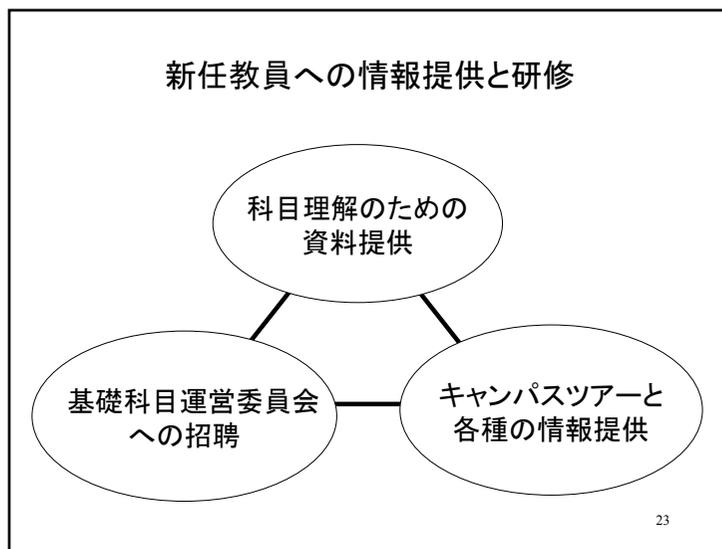


導入教育担当者間のコミュニケーションを促進

20



- ### 教育実践の情報共有化(例)
- 自己紹介の方法(写真撮影・名刺交換ゲームなど)
  - ワープロ入力教材(「同志社大学設立の旨意」)
  - キャンパスツアーからオリエンテーリング方式へ
  - 入学事前学習プログラムのレポート活用策
  - クラス内交流の活性化策(グループ編成の方法)
  - 工場見学・社会見学先の紹介
  - 資料作成のノウハウ(色物に弱い)、データの提供
  - 履修後の学生が学びたいと思っていること
- 22



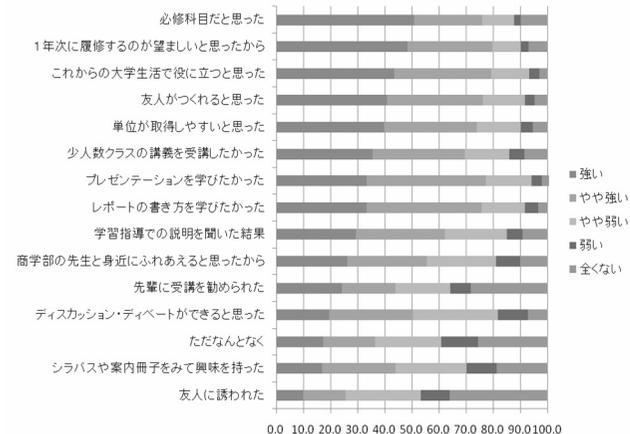
## 教育効果・授業改善情報の取得

- 基礎科目独自の授業評価アンケート  
各セメスターの終了時にクラスごとに実施
- 大学全体の「キャンパスライフアンケート」  
1年次・3年次終了時に教育開発センターが実施
- 商学部独自の「キャンパスライフアンケート」  
4年次秋学期末にゼミを通じて実施
- 商学部事務室による履修者別成績調査

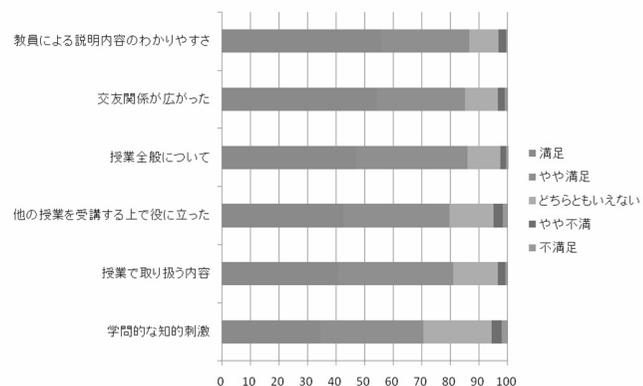


25

## 導入教育科目(AL1)の登録理由(2010年度生)

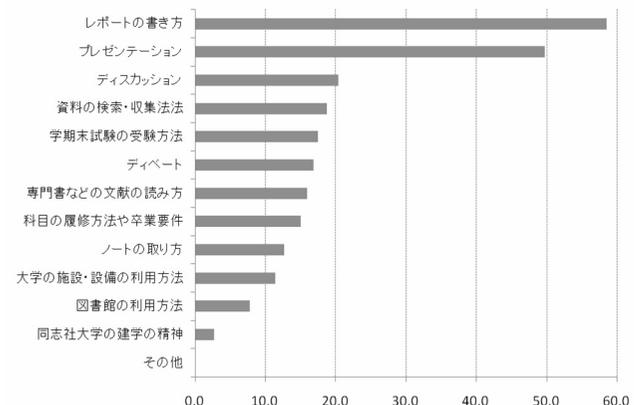


## 受講満足度(2010年度 春学期 終了時)



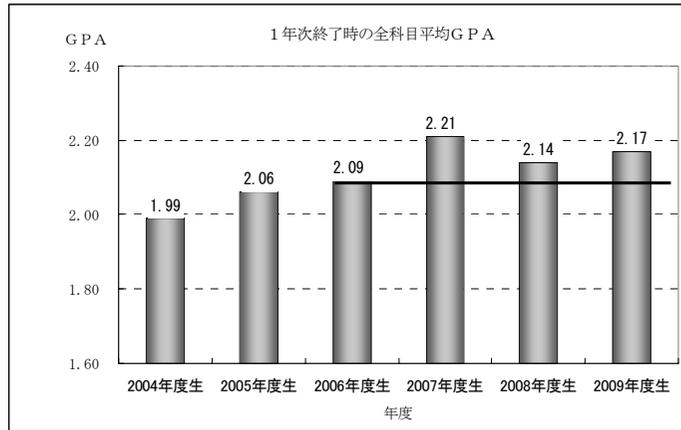
26

## 受講後も学びたい・実践したいこと(2010年度春)

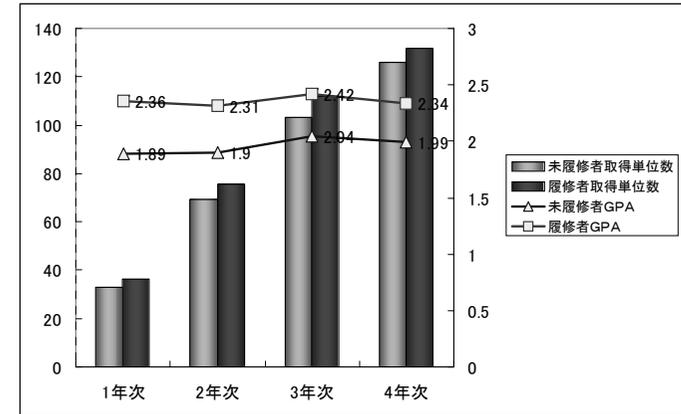


27

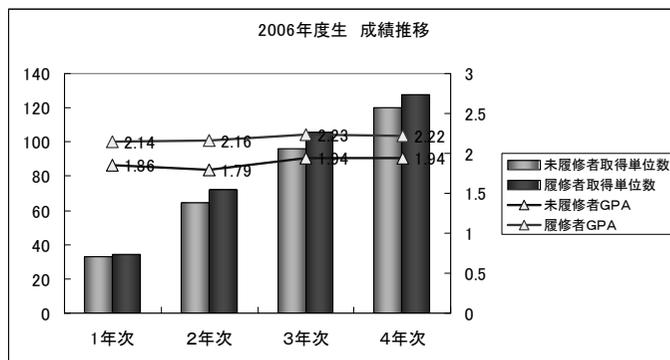
### 1年次の平均GPAの変化



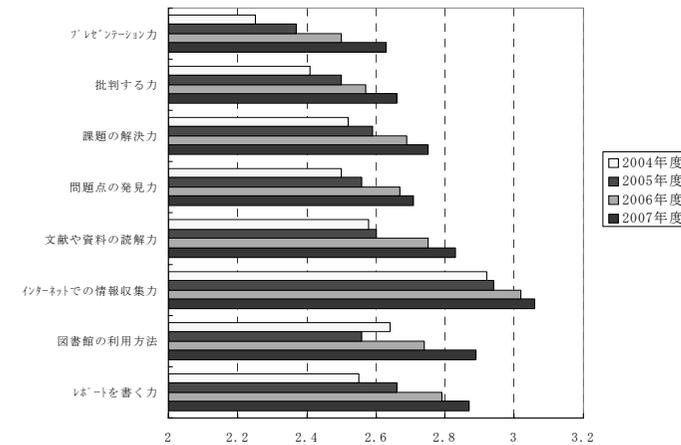
### 導入教育科目履修者の成績推移(2004年度生)



### 導入教育科目履修者の成績推移(2006年度生)



### キャンパスライフアンケート 1年次終了時の学習能力達成値 (商学部)



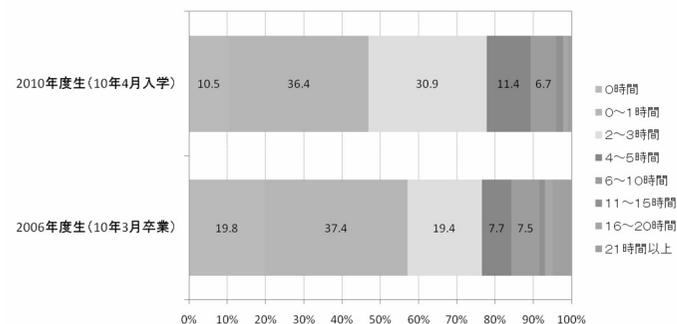
### 4年次アンケートの実施(過去3回実施)

- 学習能力の達成値と伸び値の分析
- 各科目の役立ち度(演習・AL・BT・インターンシップ)
- 商学部への満足度(05年度 83.3% 06年度 87.8%)
- 商学部へのお勧め度(05年度 77.5% 06年度 80.4%)
- サークル参加率(3年以上52.2% 参加経験 87.5%)
- 海外渡航経験 67.7%(32.3%は渡航経験なし)

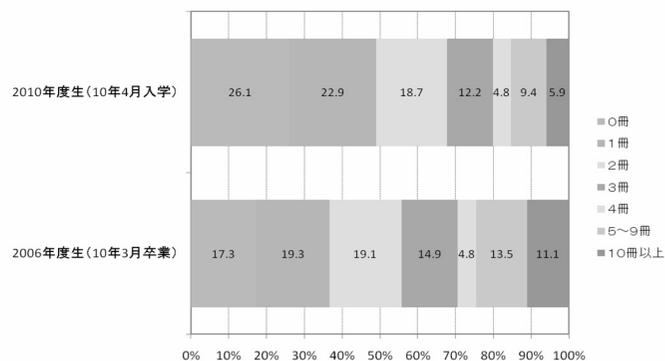


- 商学部の教育効果や学生の実態について、これまで十分に把握できていなかったのが実情

### 自主的な学習時間の比較(1週間)



### 過去3ヶ月の読書冊数



### 本当に重視している教育効果の指標

- 基礎科目に対する「満足度」(授業評価アンケート)



- 「学習スキル」は学部教育4年間で身につける。
- 満足度の高さは、授業内容や教育方法とともに、クラス内での人間関係の形成(友達作り)が上手くいかどうかにかかっている。



- クラス内の交流が活発化することで、他の講義も含めて商学部のことについて話をするようになる。(付帯的結果としての成績向上や学習スキルの取得)

### 初年次教育の意義と教育効果の分析

- 商学部が大規模学部であるがゆえの課題
- 学習スキルの習得に名を借りた「居場所」づくり
- ↓
- 「商学部」への帰属意識の涵養(リテンション効果)
- 大学: 学生が自主的・自律的に学ぶところ(前提)
- 新入生をそのまま放置しておくとう学生同士が学びあうことはない
- ↓
- 学生が学びあう条件(環境)を作り出すこと

37

### 今後の取り組みと課題



総論賛成、各論反対……では、どうしろと？

38

### まとめ(1)

- 商学部としての初年次教育の意味
  - 大学における「居場所」と「交流関係」促進の場を提供する。
  - 「学習スキル」だけでなく、大学をいかに活用するかを教える。
- 1科目1セメスターでできることには限りがある。最初は経験(体験)させてみるのが大切。
- 教育効果
  - 導入教育(初年次教育)科目の履修者が増えるに従い、1年次終了時のGPAや学習スキルの達成値が上昇している。
  - 2年次以降の成績についても、GPA・修得単位数に差が生じている。

39

### まとめ(2)

- 基礎科目運営委員会による情報共有化
  - 授業内容について共通化を促すとともに、各教員の教育方法やクラス運営についてのスキル向上につながった。
  - 教員間のコミュニケーションが促進された。
  - 意図的に意見・情報交換の「場」を提供する
- 新任教員研修
  - 導入教育(初年次教育)について知らない教員に対し、着任前に商学部の導入教育の理念や内容がある程度把握・理解して授業に臨んでもらうことができた。
  - 着任後の教育支援体制を理解してもらうことで、新任教員の不安感を払拭する効果があった。

40

### 今後の課題(1)

- 少人数クラスの増加にともなう教室の問題  
教室数だけでなく、プレゼンテーションやグループ活動に適切な机の配置、各種情報機器の設置など、授業環境の整備が必要
- 学外施設見学にともなう他科目の欠席  
平日に工場見学・企業見学に行くと、場合によっては他科目の授業を欠席することになる。  
——→ 他の科目担当者からの反発
- 調査結果の分析・活用の問題  
様々な調査を実施して情報を収集しても活用できていない。  
——→ 調査実施の負担と「宝の持ち腐れ」状態

41

### 今後の課題(2)

- 新任教員研修の効率性  
着任する教員数が少数の場合、学部単独で教員研修を行うコストをどう考えるか(人員・時間的コスト)
- 専任教員の教育負担  
通常の講義科目、ゼミナールに加え、手間のかかる導入教育クラスを担当する負担増を忌避する傾向



42



大阪商業大学 FDニュースレター 第8号

発行日：2011年3月31日

発行：大阪商業大学FD委員会

〒577-8505 東大阪市御厨栄町 4-1-10

Tel 06-6781-8816 Fax 06-6781-8438