

2024 年度 教員の自己点検・自己評価報告書

| | | |
|---------------|-------|--------------|
| 所属学部 学科 | 職位 | 氏 名 |
| 経営学部 地域ビジネス学科 | 教授 | 舩木恵一 |
| 最終学歴 | 学 位 | 専門分野 |
| 早稲田大学社会科学部 | 社会科学士 | メディア・マーケティング |

I 教育活動

○理念・目標・方針・計画（方法）

【理念】

学生の「自主的な学び」の意欲喚起こそが成長の原動力

【目標】

講義科目において、いずれの科目でのトリプルエイト（出席率・学習意欲向上・単位取得率の全てが 80%以上）を目指す。演習科目においては、すべての学生が、研究・課外活動・グループ学習など具体的な取り組みに参加することを目指す。

【方針】

講義科目においては、予習・復習の機会を用いて、授業や自主的学習の意欲を向上させる。演習科目では、個人とのコミュニケーション強化を図りモチベーションの維持を図る。

【計画（方法）】

講義科目において、3つにアプローチを徹底する。1) 適宜なヒヤリングの実施で学生の学習ニーズの把握に努める 2) 課題への個別フィードバックへの徹底 3) SA の意見を採り入れた学生目線の学習素材の提供。

演習では、以下の3つのアプローチを行う。

1) 個別面談の実施（最低半期に1度） 2) 個人目標の設定と管理 3) 成果の発表と共有化

○担当科目（前期・後期）

（前期）

情報メディア論、コンテンツビジネス論、リーダーシップ入門、専門演習Ⅰ、専門演習Ⅲ

（後期）

総合ビジネス基礎（a,b）、EMEA 研究（兼国際関係論）、専門演習Ⅱ、専門演習Ⅳ

○教育方法の実践

- ・講義科目では前後期全て対面方式、さらに SA の起用による学生視点を考慮した資料準備を実施。計画通り 3 原則を実施。1) 学生ニーズの把握を常に心掛ける 2) One to One 対応を可能な限り実施する 3) 学習する意味を常に考えさせる問いかけを行う。特に、講義科目の課題のフィードバックは、原則全ての履修生に対して、毎週個別に行うことを徹底した。
- ・演習科目では、MS Teams の Chat 機能を活用して、学生との個別コミュニケーション、並びに学生同士のコミュニケーションを活発化させた。双方向性の確保だけでなく、授業時間以外での緊張感をキープし、演習活動への主体的参加意欲の向上を図った。
- ・専門演習Ⅰ&Ⅱでは、学生の自主性を尊重し、前期後期ともに、毎回の取組について、予め学生との対話に基づいて設計、学生の参加意欲の向上につなげた。
- ・専門演習Ⅲ&Ⅳでは、Teams を活用することにより、演習時間以外でのコミュニケーションが活発となり、進路指導及び研究論文の執筆行動が、質・量ともに向上した。

○作成した教科書・教材

- ・全ての科目の講義資料を作成した。スライド資料（パワーポイント約 30～60 枚/回）、動画資料（スライド内容の解説動画 3～5 分程度/回、その他参考資料動画 5 分程度/回）
- ・SA の採用が許可された科目については、全ての授業資料を事前に担当学生に開示し、学生の視点から見て、改善を要する点を確認、授業前に改良を行った。

○自己評価

- ・出席率の自己目標 80%以上を達成できたのは、1 科目のみであった。前後期とも 70%を下まわったのはいずれも 1 限配置であった。単位取得率については、全ての科目で 80%以上達成できた。学習意欲の向上については、今年度、授業評価アンケートの対象科目ではなかったため、データなし。（下線は 80%未達成）

| 開講期 | 科目名 | 履修者数 | 出席率（平均） | 単位取得率 | 学習意欲向上 |
|-----|---------------|------|--------------|-------|--------|
| 前期 | 情報メディア論 | 93 | 82.1% | 88.2% | 調査対象外 |
| 前期 | コンテンツビジネス論 | 79 | <u>68.6%</u> | 87.3% | 調査対象外 |
| 前期 | リーダーシップ入門 | 65 | <u>71.8%</u> | 89.2% | 調査対象外 |
| 後期 | 総合ビジネス基礎 a | 63 | <u>69.0%</u> | 81.0% | 調査対象外 |
| 後期 | 総合ビジネス基礎 b | 145 | <u>76.4%</u> | 84.8% | 調査対象外 |
| 後期 | EMEA 研究/国際関係論 | 19 | <u>77.5%</u> | 94.7% | 調査対象外 |

2024 年度履修学生が増加したのは、リーダーシップ入門、総合ビジネス基礎（a+b）、EMEA 研究の 3 科目（4 クラス）である。減少したのは、情報メディア論、コンテンツビジネス論の 2 科目。

出席率低下の要因については、複数の要因が考えられるが、単位取得率が低下していないことを考慮すると、学生の意識変化（2/3 出席すれば単位取得対象となれるため、必ず全ての講義に出席する必要がないと考える）が背景にあると推測される。この推測が正しいとすれば、出席率は 66.6%が基準となり、全ての担当科目はこれを上回ったと言える。

- ・演習科目は、出席率と単位取得率のみ。

| 開講期 | 科目名 | 履修者数 | 出席率（平均） | 単位取得率 |
|-----|----------|------|---------|-------|
| 前期 | 専門演習 I | 14 | 82.0% | 100% |
| 後期 | 専門演習 III | 14 | 82.8% | 100% |
| 後期 | 専門演習 II | 14 | 84.2% | 100% |
| 後期 | 専門演習 IV | 14 | 82.8% | 100% |

- ・自身のクレドである [どうやったら楽しくできるか] を実践できるように、ビジネスや社会課題に向き合うことは自己実現であるというポジティブな見方を伝えることに注力した。
- ・講義・演習どの科目においても、変化の激しい社会環境に対応できる判断力と思考力の育成を目指し、知識偏重ではない実践的な思考と、自らの考えを表現する能力を向上させる授業運営を心掛けた。

II 研究活動

○研究課題

XR を用いたエンターテインメントや教育産業において、ビジョンプロを用いたバーチャルテキ

スト及びコンテンツに関するユーザーニーズと普及課題の研究

○目標・計画

【目標】

大学生をターゲットとした **Meta Oculus Quest2** と **Vision Pro** のユーザー調査

【計画】

2024 年前期に調査計画を作成し、後期に実査を行う

○2017 年 4 月から 2025 年 3 月の研究業績（特許等を含む）

（著書）

- ・愛知東邦大学地域創造研究所編、大勝志津穂、梶山亮子、手島慎介、加納輝尚、山本恭子、上野真由美、船木恵一、深谷和広、阿比留大吉、河合晋、水野英雄、奥村実樹、若月博延、『地域が求める人材』唯学書房、2019 年 3 月発行

（学術論文）

- ・なし

（学会発表）

- ・なし

（特許）

- ・なし

（その他）

- ・2024 年 12 月 ドラマタイムス（株）と顧問契約、ショートドラマ制作の工程分析、ショートアニメビジネスの実行可能性調査に参加
- ・2024 年 8 月 メタバース国内最大手、（株）クラスター 加藤社長のインタビュー実施
- ・2022 年 6 月 日本ビジネス実務学会第 41 回年次全国大会（ランチョンセッション）
『ニューノーマル時代の地域連携を考えるー大学は何を考えるべきか：愛知東邦大学の事例をもとにー』愛知東邦大学における地域連携の変遷をふまえ、近年の取り組み、今後の展望を事例として紹介。地域連携パートナーを増化、地域連携 PBL の取り組み活性化のための設備充実、地域の子どもの運動不足解消を目指すイベント活動への取り組み、名古屋グランパスエイトとの教育連携などの諸施策を紹介した。ビフォーコロナの取り組みだけでなく、中長期計画をもとに、ニューノーマル時代を迎えようとしている混沌とした中で、大学の新たな地域連携を考えるためのいくつかの切り口を提案した。
- ・2020 年 10 月（株）ハカルスのヘルスケア産業向けスパースモデリング式 AI 開発セミナー参加
- ・2020 年 8 月（株）ハカルスのマーケティングアドバイザー契約を継続
- ・2020 年 5 月 Earth AI の AI に関するナラティブ情報のモニターを開始
- ・2020 年 4 月 Significant System 社の Partner 契約更新
- ・2019 年 12 月（株）ハカルスのマーケティングアドバイザー契約を継続
- ・2018 年 11 月 Significance System 社（豪）日本パートナー契約の更新
- ・2018 年 6 月（株）ハカルスのリブランディング作業（AI 分析サービスのカテゴリ分類とネーミング化、商標登録に向けた準備作業など）
- ・2018 年 4 月（株）ハカルスのマーケティング顧問就任
- ・2017 年 5 月（株）電通ワンダーマン主催の最新マーケティング事例研究会にて講演
『ヘルスケアビジネス事業領域におけるナラティブ分析について』

- ・2017年6月 NTTドコモにおけるAIのマーケティング活用研究会議にて、ナラティブ分析の成果応用に関する講演を実施『Dポイントのナラティブ分析とビジネス応用について』
- ・2017年7月 大塚製薬の更年期障害緩和サプリ『エクオール』のナラティブ分析レポート解説
- ・2017年8月 再春館製薬所の『ドモホルンリンクル』の国内・海外ナラティブ分析の提案
- ・2017年8月 中央日本総合観光機構『Go Central Japan』にて講演『AI（人工知能）によるナラティブ分析がマーケティングをどう進化させるか』

○科学研究費補助金等への申請状況、交付状況（学内外）

- ・なし

○所属学会

- ・日本経営学会、日本マーケティング学会、日本ビジネス実務学会

○自己評価

- ・円安による価格高騰のため、Vision Pro 購入を断念し、代替として Meta Quest3 を購入した
- ・ユーザー調査は、2025年度に延期
- ・XR技術を活用したエンタメ産業と教育現場におけるコンテンツ開発の現状と課題はまだ、端緒についたばかりであり、本格的な研究活動は今後の課題である
- ・AIを用いたVOC分析（ナラティブの構造分析）の事例研究は継続している。また、新たに生成AIを用いたドラマやアニメビジネスの事業可能性調査へ参画し、新たなコンテンツビジネスのモデル研究を開始した
- ・コミュニケーションビジネス学科のカリキュラムへの応用、インターンシップや就職先として、最先端のコンテンツビジネス企業との接触は今後も増加させてゆく

III 大学運営

○目標・計画

【目標】

常任理事・副学長として、愛知東邦大学・東邦学園の健全な成長に貢献する

【計画】

理事担務領域及び大学の学務担当領域（学務分掌）にて定められた役割を遅延なく行う

○学内委員等

法人：常任理事会、教学法人協議会、ブランド推進委員会、新キャンパス基本計画WG、学園ICT総合戦略委員会、

大学：大学協議会、運営会議、教学マネジメント本部会議、国際交流センター交流委員会、広報委員会、FDSD委員会、IR推進委員会、人権問題・個人情報管理委員会、ティーラーメイド教育推進WG

○自己評価

- ・学長を補佐する副学長として、大学運営に関する重要な案件の協議～方針決定だけでなく、運営そのものの改善などに注力した。特に第三期中期計画において取組を強化する領域である、DX推進は、ソフトウェアの導入や外部クラウドサービスの検討とパートナー選択を行う、ティーラーメイド教育推進WG、データの収集と活用を進めるIR推進委員会の2つを立ち上げ、学生ポートフォリオ導入、他大学におけるIR活動の研究に基づく大学のIR中期整備計画を策定した。
- ・理事として担当領域は、ブランド戦略及びDX推進である。大学側の課題と主要取組については熟知しているが、高校側の課題や取組の方向性については十分に把握できていない。スタン

スの異なる2つの事業の俯瞰細観と全体最適が課題である。

IV 社会貢献

○目標・計画

【目標】

学園経営、大学の地域・国際連携、産学連携にSDG'sなどの社会課題の視点を取り入れる

【計画】

学園及び大学運営、担当学務・教育・研究を通して、直接的・間接的な関与でも社会貢献目標を常に意識し、学園・大学・個人の交流機会を創出する

○学会活動等

・特筆事項なし

○地域連携・社会貢献等

・特筆事項なし

○自己評価

2024年度も学園の「なんでもチャレンジコンテスト」、大学の「グランパスビジネスコンテスト」の1次審査及び改善案の指導をおこなったが、いずれも理事・副学長としての立場からの要請である。学務と教育に集中しているため、社会貢献活動について時間を割く余裕はあまりないが、機会を見て積極的に取り組みたい

V その他の特記事項（学外研究、受賞歴、国際学術交流、自己研鑽等）

視野を常に拡大し狭窄な視野に陥らないように、様々な情報接触を維持拡大する

VI 総括

- ・2024年度はDX推進の一環として、学生ポートフォリオ導入とIR推進体制に構築に注力した。第三期中期計画の日程より遅れたが、着実に前進することができた。
- ・中期経営計画は4年目にあたって、大学の当初計画との乖離・修正を余儀なくされた。学生募集の低迷、中退者の減少が進まないことである。
- ・このことによって、2つの課題が明確になった。1つは計画策定時における予測精度の低さ、2つは運営における学内連携の弱さである。
- ・高等教育機関はその存在価値を含め、より長期的なビジョンに基づく選択的投資と柔軟な運営の両方が求められている。短期的な対応に追われがちな学園・大学運営において、より高次の投資の実現と、変化に対応する柔軟性を強めたい。より一層の研鑽と努力を行いたい。

以上