2022 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

○目標・計画

（目標）

主観的評価として、卒業後も人間関係が継続できる学生を一人でも多く育成すること。

また、客観的評価として、2021 年度より目標と設定している授業参加率、単位取得率、学習意欲向上の 3 点において、全ての科目において 80%以上の獲得（トリプルエイト）を目指す

※1:授業参加率とは、対面授業の平均出席率、またはオンデマンド授業の平均課題提出率。対面授業ではオンライン出席（リアルタイム）での参加を含む

※2:単位取得率とは、履修登録者のうちＣ評価以上の評価獲得者の割合

※3:学習意欲の向上とは、期末の授業評価アンケートにおいて、対象科目の学習意欲向上の設問において、回答が（非常にそう思う＋そう思う）の合計値が 80%以上であること

（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

（方針）

学習テーマに対する興味・関心を図り、教員とコミュニケーションのループを形成すること

（計画）

全ての科目において、以下の 3 原則を徹底する（アプローチ手法）

１）学生ニーズの把握　その科目に何を求めているかを適宜ヒアリングすること

２）One to One 対応　講義科目では全ての課題へのフィードバックを徹底すること
理解度及び学修意欲の向上につながるコメント評価の発出を毎週行うこと

３）学習する意味を常に考えさせる投げかけ
講義科目では、SA 学生を起用し、a)事前の授業資料の内容を学生視点から精査し、b)映像資料など情感や視聴覚に訴える資料を可能な限り用意し、c)講義では事例を交えて説明、d)正解を求めず、問いを重視する課題を中心に構成すること
演習科目では、参加学生自身による発信力を高めるために、e) グループディスカッション、f)ディベート、g) フィールドワークを多用し、変化する社会環境への適応力やコミュニケーション能力を高める取組を行う

※4: 前期後期の講義科目において、それぞれ複数回の反転授業を試みる

※5: 演習科目では、ゼミ合宿や他ゼミとの交流を図り、単調にならない工夫を行う

※6: 禍年度生対応は、よりきめの細かい One to One 対応を行い、可能な限り保証人とのコミュニケーション機会、学生本人との対話を増やし、学習目標の徹底を図る

○担当科目（前期・後期）

（前期）

総合ビジネス基礎（2 クラス）、情報メディア論、グローバルビジネス・リーダーシップ、

総合演習Ⅰ、専門演習Ⅰ、専門演習Ⅲ

（後期）

コンテンツビジネス論、総合演習Ⅱ、専門演習Ⅱ、専門演習Ⅳ、海外インターンシップ

○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制作を実施。計画通り3原則を実施。１）学生ニーズの把握　２）One to One 対応　３）学習する意味を常に考えさせる問いかけ。特に、課題のフィードバックを全ての履修生に対し、毎週個別に行い、学生一人一人に向き合うことを徹底した。

・演習科目では、対面授業を復活させるともに、Microsoft 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の可視化を試みた。
この試みは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狙ったものだが、演習によって成否は分かれた。
総合演習Ⅰ&Ⅱでは再履修クラスであり、前期と後期の履修学生が変わるため、対面授業時以外での交流や自主的な活動はほぼ見られなかった。
専門演習Ⅰ&Ⅱでは、対面授業とオンラインの双方で積極性や学生の自主的活動が促進され、年間を通じて演習としての結束感を維持・発展できた。結果として、自主的な夏合宿の実施、新たなサークルの設立、大学祭への参加など、積極的な課外活動を誘発することができた。
専門演習Ⅲ＆Ⅳでは、Google Classroom に慣れた学生にとって、Teams を使いこなそうという意欲も起こらず、コロナ禍のライフスタイルを大きく変えたいという意識も育たなかった。

○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 20～60 枚/回）、動画資料（スライド内容の解説動画 10～20 分/回、SA 生との対話による学びのポイント解説動画 15 分/回）

○自己評価

・前後期の全ての講義科目においてほぼトリプルエイトを実現できた。（下線未達成）

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	81	84.3%	86.4%	72.8%
前期	総合ビジネス基礎 a	75	80.0%	86.7%	97.0%
前期	総合ビジネス基礎 b	79	80.0%	86.0%	79.0%
前期	Global Business Leadership	25	89.1%	88.0%	調査対象外
後期	コンテンツビジネス論	80	81.1%	95.0%	94.0%

・演習科目においては、授業評価アンケートが実施されないため、出席率と単位取得率のみ
後期総合演習Ⅱにおいては２名の学生の意欲改善が図れなかった

開講期	科目名	履修者数	出席率（平均）	単位取得率
前期	総合演習Ⅰ	7	80.9%	85,7%
前期	専門演習Ⅰ	15	91.9%	100%
前期	専門演習Ⅲ	11	96.3%	100%
後期	総合演習Ⅱ	5	60.0%	60.0%
後期	専門演習Ⅱ	15	96.9%	100%
後期	専門演習Ⅳ	11	95.8%	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、ビジネスを考えることは楽しいことであり、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。
・2022 年度はコロナ禍 3 年目であり、徐々に感染対策が緩和されてゆく過程にあって、いかに学生をキャンパスに戻すかを課題として捉え、講義科目・演習科目のいずれにおいても、できる限り学生一人一人との対話を増やすことに務め、「オンリーワンを、一人に、一つ。」という本学のスローガンを体感させる教育の実践を行った。

Ⅱ　研究活動

〇研究課題

1)VR 技術及びメタバース研究

IT プラットフォーム大手、Meta や Microsoft が提供するハードウェアやサービスが、今後メタバース市場をどのように発展させ、VR 技術を用いたコミュニケーションが教育市場に与える影響を考察する

2)AI によるナラティブ分析

AI による VOC（Voice of Consumer）の構造解析の最新事例研究

ナラティブ分析が経営判断やマーケティング投資にどのような根拠をもたらすか、その有用性の検証手法を探る

〇目標・計画

（目標）

1）現在利用可能なメタバースのソフトウェアの構成要素分析

2）Earth.AI のナラティブ分析事例研究

（計画）

1）Meta 傘下にある汎用機 Quest Pro を用いて、メタバースの先進事例を研究

2）Significant System（豪）が運用する Earth.AI へのアクセス権を活用し事例研究

〇2015 年 4 月から 2023 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、舩木恵一、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）

・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―大学は何を考えるべきか：愛知東邦大学の事例をもとに―』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方式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ー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』

・2016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『デジタルマーケティング新潮流　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』

・2016年5月　東邦会講演『デジタルマーケティングの新潮流―AIの展望と活用について－データによって、マーケティングが大きく変わる－』

・2016年8月　Significance System社の研究活動にて資生堂及びリクシルの海外市場におけるナラティブ分析の日本語版レポート作成の共同作業チームに参加

○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

・研究課題Ⅰである、VR技術及びメタバースに教育活用については、OculusのHeadsetを購入し、

演習生ともに利用可能な教育など多種多様なソフトのリサーチ、長時間連続使用の影響などの初期研究に着手。2023 年度以降において、コンテンツ生成ソフト、体験型教材の 2 点に焦点をあてた調査に移行する

・研究課題Ⅱである、AI によるナラティブ分析については、Significant System 社の Earth.AI の企業分析データ、株）ハカルスのスパースモデリング方式の AI 診断システムを中心に事例研究を継続。 2023 年度以降において、各産業での活用が本格化する Open AI 社の Chat GPT との API 連携について、マーケティング分析領域と医療・ヘルスケア領域に焦点をあて、事例研究を継続する。

Ⅲ　大学運営

〇目標・計画

（目標）

第 3 次中期経営計画の推進を通して愛知東邦大学及び東邦学園の地位向上を図る

（計画）

理事会にて任命された担務及び学務分掌にて定められた役割を遅滞なく行う

1） 理事（中期計画担当、DX 担当）の業務推進　及びブランド推進委員会、キャンパス整備計画プロジェクト、東邦学園 100 周年事業委員会委員業務、DX 推進室長業務

2） 学務（教学マネージメント本部、自己点検評価委員会、人権問題・個人情報管理委員会、国際交流センター運営委員会、FDSD 委員会、人事委員会）

〇学内委員等

国際交流センター運営委員会、自己点検・評価実施部会、人事委員会、FD・SD 委員会、
人権問題・個人情報管理委員会　法人スポーツ文化振興局（定例会議）

〇自己評価

・各業務に精力的に取り組み、内部統制・教学マネージメントの強化に努めた。中期計画と 2022 年度の事業計画の整合性を高めたり、予算編成・学務分掌・職員人事等の検討・策定において、PDCA サイクルを意識したり、各政策の意思決定の整合性や業務効率性を高めるように提言した。

・学園 100 周年事業のコンセプト及びコミュケーションプログラムのフレームワークを整理し、主要なイベント事業の骨子を整理提案した。

・DX 推進体制の整備、スポーツ・文化振興事業へに貢献、国際交流センターの活性化を推進した

・大学再編準備室メンバーの一員として、経営学部の新学科構想、人間健康学部の新コース構想、教育学部の建て直し策などの検討を行い、2025 年度開講を目的した再編案を策定した

・講義時間と主要会議日程をバランスよくコーディネートしていただいた事務局に感謝したい

Ⅳ　社会貢献

〇目標・計画

（目標）

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

（計画）

学務・教育・研究において、直接的・間接的な関与かつ具体的な取り組みの実現を図る

○学会活動等

特になし

○地域連携・社会貢献等

2023 年 11 月 23 日東邦学園 100 周年記念スポーツ講演会「小中学生のあるべきスポーツ環境を考える」において、第三部のシンポジウムにおいて司会進行役を担当した。また、DX 推進室にてハイフレックス方式（対面とオンライン配信の同時進行）を試み成功させた。

○自己評価

学務と教育に集中したため、社会貢献活動については個人の時間を割く余裕はあまりなかった

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）

・実務家教員として、大学への貢献度を増すために、自己研鑽とネットワークの維持拡大を怠らない専門領域であるメディア/コンテンツ/マーケティングだけでなく、最新技術のコンバージェンス（融合）による変化を見逃さないように、幅広い視野からの情報収集と事例研究を心がける。

・100 周年記念事業の各種イベントを通じて、大学と高校教員との交流を拡大する機会を増加させてゆきたい

VI　総括

・2022 年度はポストコロナを視野に入れ、全学的な視点から生徒・学生のバック to キャンパスを確実に行うことに注力した。また、学園理事として中期経営計画の進捗確認と DX 推進の担当を拝命した。

・中期経営計画の進捗は、個々の計画によって差異はあるものの、事務局の貢献もあって概ね順調に推移している。但し、大学の入試状況では、教育学部のみならず、人間健康学部でも入学定員割れとなり、中期計画の到達規模や年次目標の見直しが必要となった。IR データに基づく入試政策の見直しと、一層の中退防止策などが急がれる。

・DX 推進では、学園・大学の各イベントにおいてハイフレックス方式による運営ノウハウの蓄積が図られ、また出張稟議など一部業務の意思決定のデジタル化を進めた。また、セキュリティポリシーや個人情報保護のマニュアルの整備も着手した。

・学生の学習・行動データをもとにした教育課程の改善や課外活動の設計について、IR 推進をさらに進める DX の方向性は定めつつも、専任 IT 人材の確保、戦略的な投資予算の確保が十分に実現できず、新たなシステム構築は 2024 年度に持ち越される。理事会・大学全体における DX の取組に関するビジョンの可視化、成果イメージの共有化をさらに進めなければならない。

・100 周年を契機とする学園ブランディングでは、メディアを活用した対外向け PR プログラムの具体化を始め、大学・高校共同のプロジェクトもスタートできた。

・一方、認証評価では、学園（法人）の運営体制の不備も散見され、PDCA のサイクルの確立など、マネージメント体制の強化という課題が新たに浮彫りとなった。

・少子高齢化の進展により、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。やや短期的な対応に追われがちな学園・大学運営において、より高次な運営を実現すべく、より一層の研鑽と努力を行いたい。

以　上