

2023 年度 長岡大学シラバス

授業科目名 科目コード	ゼミナールⅢ (Seminar Ⅲ) 263045-14-000					担当教員	百合岡 雅博 (ユリオカ マサヒロ)		
科目区分	ゼミナール科目	必修・ 選択区分	必修	単位数	2	配当年次	3 年次	開講期	通年
科目特性	知識定着・確認型 A L / 協同学修型 A L / 課題解決型 A L 外部講師招聘科目								

① 授業のねらい・概要									
「新潟のフードビジネスにチャレンジ」をテーマとして、「食」に関連するモノを対象に、企画から販売までのマーケティングプロセスを実践する。 新潟地域の食品企業はじめ関係機関などの協力のもと、実際にフードビジネスにチャレンジし、その実際の経験を通してマーケティングに関する「実務力」の獲得を目指す。									
② ディプロマ・ポリシーとの関連									
地域社会に貢献する姿勢／職業人として通用する能力／専門的知識・技能を活用する能力／コミュニケーション能力／情報収集・分析力を育成する授業である。									
③ 授業の進め方・指示事項									
ゼミナールⅡにおいて培った文章作成能力を発展・応用し、その成果として地域活性化プログラム報告書（以下、報告書）を完成させることが中心的な目標となる授業である。 まず、食品産業や食品産業を構成するフードシステム（農産品生産者、食品製造業、食品卸売業、小売業、外食産業など）に関わる食品事業者それぞれについて基本的な知識を学ぶことを通じ、その現状について評価・分析を報告する。 次に、本授業への協力企業による説明や企業訪問を通じて、マーケティングの現状や課題などの説明を受けたうえで、モノづくり（商品開発、または既存商品のリニューアル）・販路開拓に関する課題の提示を受ける。 フードシステムに関する現状分析、協力企業から提示された課題をもとに調査・分析、商品開発、販売にチャレンジするプロジェクトに取り組み、そのプロジェクトのプロセスごとに評価・分析を行う。これらプロセスごとに報告書の章として作成をすすめるとともに、適宜報告書を協力企業にフィードバックする。 この他にも、「新潟県農業総合研究所食品研究センター（加茂市）」や「フードメッセ in にいがた（新潟市）2023 年 11 月開催」への訪問なども予定する。									
④ 関連科目・履修しておくべき科目									
ゼミナールⅠ 前、ゼミナールⅠ 後、ゼミナールⅡ 前、ゼミナールⅡ 後									
⑤ テキスト（教科書）									
講義の進捗状況に応じてレジュメなどを提供する。									

⑥ 参考図書・指定図書
授業において適宜紹介する。
⑦ 評価Aに対応する具体的な学習到達目標の目安
(i) フードシステムに関する現状分析、協力企業に関する調査・分析、商品開発、販売などにおいて自発的に仮説を作成しながら取り組むことができる。 (ii) フードシステムに関する現状分析、協力企業に関する調査・分析、商品開発、販売などの実践を通じて評価・分析した内容を自発的に文章にまとめることができる。 (iii) フードシステムに関する現状分析、協力企業に関する調査・分析、商品開発、販売などに関して、進捗や成果を聞き手に対して正確に理解できるプレゼンテーションができる。 (iv) フードシステムに関する現状分析、協力企業に関する調査・分析、商品開発、販売などに関して、論理性があり、正確に理解できる報告書を作成することができる。

⑧ ルーブリック					
評価項目	評価基準				
	S	A	B	C	D
	到達目標を越えたレベルを達成している	到達目標を達成している	到達目標達成にはやや努力を要する	到達目標達成には努力を要する	到達目標達成には相当の努力を要する
(i) 仮説の作成	自発的に、新規性のある仮説の作成を行うことができる	自発的に、仮説の作成を行うことができる	ディスカッションを通じて仮説の作成を行うことができる	指示された範囲で仮説の作成を行うことができる	指示されても仮説の作成を行うことができない
(ii) 実践成果の評価・分析	自発的に、論理性が高く、分かりやすく評価分析・内容を文章にまとめることができる	自発的に、評価分析・内容を文章にまとめることができる	評価分析・内容を文章にまとめることができる	指示された範囲で、評価分析・内容を文章にまとめることができる	指示されても、評価分析・内容を文章にまとめることができない
(iii) 進捗や成果の他者への説明	聞き手に対して、正確に理解でき、引きつけるプレゼンテーションを行える	聞き手に対して正確に理解できるプレゼンテーションを行なえる	聞き手が一定程度合いまでは理解できるプレゼンテーションを行える	聞き手のほとんどが理解できないプレゼンテーションを行っている	聞き手が理解できないプレゼンテーションを行っている
(iv) 報告書の作成	十分な論理性と表現力があり、正確に理解できる報告書を作成している	論理性があり、正確に理解できる報告書を作成している	一定の論理性はあり、正確に理解できる報告書を作成している	論理性がほとんどなく、十分に理解できない報告書を作成している	論理性がなく、理解できない報告書を作成している

⑨ 学習の到達目標（評価項目）とその評価の方法、フィードバックの方法								
学習到達目標（評価項目）	試験	小テスト	課題	レポート	発表・実技	授業への参加・意欲	その他	合計
総合評価割合				40%	40%	20%		100%
（i）仮説の作成				10%	10%	5%		25%
（ii）実践成果の評価・分析				10%	10%	5%		25%
（iii）進捗や成果の他者への説明				10%	10%	5%		25%
（iv）報告書の作成				10%	10%	5%		25%
フィードバックの方法	プロジェクトの各プロセスにおいて、教員および協力企業から随時、アドバイスやフィードバックを行う。							

⑩ 担当教員からのメッセージ（昨年度授業アンケートを踏まえての気づき等）
通常のゼミナールの時間に加えて、土曜日・日曜日、祝日、夏季休業など、授業日以外に活動を行うことがある。また、受講においては以下の点について注意すること。 ・無断欠席・無断遅刻の厳禁を守れること ・自身が主体的に行動するとともに、ゼミのメンバーと協力・連携できること ・団体行動（イベントなど）に積極的に参加できること

⑪ 授業計画と学習課題			
回数	授業の内容	授業外の学習課題と時間（分） （※特別な持参物）	
1	オリエンテーション・スケジュール 授業のすすめ方の確認	食品産業に関する調査、評価・分析	90 分
2	食品産業に関する調査内容の発表	協力企業の業界に関する調査、評価・分析	90 分
3	協力企業の業界に関する調査内容の発表	食品産業、および協力企業に関する調査、評価・分析内容の見直し	90 分
4	食品産業および協力企業の業界に関する調査内容のまとめ	調査、評価・分析内容の見直し	90 分
5	協力企業への調査内容の発表と取り組み内容の説明	調査（消費者、競合商品、売り場など）方法の検討	90 分
6	調査（消費者、競合商品、売り場など）方法の発表	調査方法の見直し	90 分
7	見直した調査方法の発表	調査準備、および調査開始	90 分
8	調査の進捗状況の発表	調査内容の確認	90 分
9	「新潟県農業総合研究所食品研究センター」への訪問	訪問内容のまとめ、および調査結果のまとめ	90 分

10	調査結果の発表	調査結果の見直し	90 分
11	調査結果をもとにしたターゲット（消費者、売り場）の検討と商品コンセプト・ネーミングの検討	商品コンセプト・ネーミングの検討	90 分
12	商品コンセプト・ネーミングの発表	商品コンセプト・ネーミングの見直し	90 分
13	商品コンセプト・ネーミングの決定および、商品規格の作成	商品規格の検討	90 分
14	協力企業への調査結果および商品規格の説明による試作依頼	商品規格の見直し	90 分
15	全体の振り返り	報告書の作成	90 分

⑫ アクティブラーニングについて

知識定着・確認型AL、協同学修型AL、課題解決型ALを採用する。報告書の作成において、教員が修正点を指摘しレベルアップを促す。仮説検討などでの討論、パワーポイントにまとめたプレゼンテーションはじめ、プロジェクトの進捗のなかで必要に応じて教員がコメントを行うことで能力向上を図る。

※以下は該当者のみ記載する。

⑬ 実務経験のある教員による授業科目

実務経験の概要

トーマツコンサルティングはじめ、複数のコンサルティング会社で約15年間、さまざまな業種・規模の企業の課題解決に取り組んできた。なかでも、マーケティングや営業改革のプロジェクトを中心に、戦略立案、ITシステム構築などのプロジェクトに数多く携わることで、組織の業績向上に貢献できるよう取り組んできた。

新潟市産業振興財団では、新潟地域の中小企業の経営課題への対応や起業家の支援などに10年以上携わる。中小企業の経営課題のなかでも、製品開発と販路開拓を中心に取り組み、また、行政の産業活性化施策の検討などにも携わる。

この他、家業の建設業では経営管理として資金繰りの担当者、ITベンチャーでは営業責任者として販路開拓などに携わる。また、現在、上場している外食チェーン店の社外取締役（マーケティング担当）、はじめ複数のコンサルティングにも携わっている。

実務経験と授業科目との関連性

本授業では、商品開発から販売の入門として全体像をするとともに、実務において重要なテーマについては実践するときの視点やポイントの習得を目指す。

マーケティングや営業改革のコンサルティング、製品開発や販路開拓の支援事業などの実務経験、今、現在で起きているビジネス課題に関する認識などを背景に本授業では事例の紹介などを行う。また、学んだ知識を社会に出てから実際に活用できる知恵できるなど、ビジネスで通用する実務力の習得を意図した授業を行う。