

2026年度 長岡大学シラバス

授業科目名	ゼミナールⅣ (Seminar Ⅳ)					担当教員	百合岡 雅博 (ユリオカ マサヒロ)	
2020-23年度 入学者(20K-23K)	科目コード	科目区分	必修・ 選択区分	単位数	配当年次	開講期	科目 特性	知識定着・確認型AL/協同学 修型AL/課題解決型AL 外部講師招聘科目
	2025-0-41-061	ゼミナ ール科目	必修	2単位	4年次	通期		
2024-26年度 入学者(24K-26K)	科目コード	科目区分	必修・ 選択区分	単位数	配当年次	開講期	科目 特性	知識定着・確認型AL/協同学 修型AL/課題解決型AL 外部講師招聘科目
	2425-0-41-006	ゼミナ ール科目	必修	2単位	4年次	通期		

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、食品を対象に、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の協力のもと、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						
③ 授業の進め方・指示事項						
第1：チームに分かれ市場調査を実施する。 第2：商品企画を行います。市場調査をもとに商品アイデアを企画、協力企業あるいは専門機関などからアドバイスを受ける。 第3：協力企業に調査結果・商品企画をプレゼンテーションを実施、実現可能性の高い商品を試作する。 第4：製造する商品を選定し、実際の販売に向け、マーケティングプロセスに取り組む。 地域活性化プログラム活動報告書（以下、報告書）を完成させる。 通常のゼミナールの時間に加え、土・日曜日、祝日、夏季休業など、授業日以外の活動を行うこともある。 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（調査・イベントなど）に積極的に参加できること						
④ 関連科目・履修しておくべき科目と履修に望ましい予備知識・技能						
なし						
⑤ テキスト（教科書）※授業で使用する。						
テキストは指定しない。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 ※授業では使用しないが、授業内容に関係し、理解を深めるために必要とする。						
授業において適宜紹介する。						
⑦ 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）						
商品開発の基本視点：社会課題や地域課題を認識、新潟らしさ、学生ならではの目線、となる。 食品産業やフードシステム（農産物生産者、食品製造業、食品卸売業、小売業、外食産業など）の基礎知識を習得する。						
⑧ 評価Aに対応する具体的な学習到達目標の目安						
(1) 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立てながら取り組むことができる。 (2) 活動に関して、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。 (3) 活動内容について評価・分析できたとうえで、活動内容について論理的で正確な報告書を自発的にまとめることができる。						
⑨ ルーブリック						
評価基準		S	A	B	C	D
評価項目		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
(1)	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	討論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
(2)	プレゼンテーション	聞き手に対し、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、正確に理解できるプレゼンテーションを行える	聞き手が一定程度合い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
(3)	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

⑩ 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）	定期試験 (レポート含む)	小テスト	課題	発表・ 実技	授業への 取組姿勢・意欲	その他	合計	
総合評価割合			35%	35%	30%		100%	
(1) 仮説の作成			15%	10%	10%		35%	
(2) プレゼンテーション			10%	10%	10%		30%	
(3) 報告書の作成			10%	15%	10%		35%	
評価項目「その他」詳細								
フィードバックの方法	プロジェクトのプロセスにおいて、随時、指導教員および協力企業からアドバイスやフィードバックを行う。							
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、フードビジネスに関する学習	個人で商品アイデアの検討						90分
2	フードビジネスに関する学習、基本設定の共有	個人で商品アイデアの検討						90分
3	個人で検討した商品アイデアのプレゼン	個人で商品アイデアの検討						90分
4	チームで個々の商品アイデアの調査・検討	前期チームでの活動						90分
5	チームで個々の商品アイデアの調査・検討	前期チームでの活動						90分
6	チームで商品アイデアを絞り込み、商品企画の調査・検討	前期チームでの活動						90分
7	チームで商品アイデアを絞り込み、商品企画の調査・検討	前期チームでの活動						90分
8	商品企画進捗状況のクラス内発表	前期チームでの活動						90分
9	協力企業に対する商品企画（案）のプレゼン	前期チームでの活動						90分
10	フィードバックをもとに商品企画書の検討・作成	前期チームでの活動						90分
11	フィードバックをもとに商品企画書の検討・作成	前期チームでの活動						90分
12	フィードバックをもとに商品企画書の検討・作成	前期チームでの活動						90分
13	調査結果と商品企画書のクラス内発表	前期チームでの活動						90分
14	協力企業に対する調査結果と商品企画書のプレゼン	前期チームでの活動						90分
15	試作品対象商品の決定と前期の振り返り	報告書の作成（夏季の課題）						90分
16	試作品をもとにした対象商品の検討・選定	個人で選定商品の商品名・市場導入策の検討						90分
17	試作品をもとにした対象商品の検討・選定	個人で選定商品の商品名・市場導入策の検討						90分
18	デザイン・調査・広報・プレゼンチームで活動・報告	後期チームでの活動						90分
19	デザイン・調査・広報・プレゼンチームで活動・報告	後期チームでの活動						90分
20	デザイン・調査・広報・プレゼンチームで活動・報告	後期チームでの活動						90分
21	デザイン・調査・広報・プレゼンチームで活動・報告	後期チームでの活動						90分
22	中間レビュー内容についてクラス内での発表	後期チームごとの資料作成						90分
23	地域活性化アドバイザーに対する中間レビュー	アドバイザーによるフィードバック						90分
24	プレゼン資料	後期チームでの資料作成						90分
25	プレゼン資料	後期チームでの資料作成						90分

26	プレゼンの反省・活動報告書の作成	前期・後期チームでの資料作成	90分
27	活動報告書の作成	前期・後期チームでの資料作成	90分
28	活動報告書の作成	前期・後期チームでの資料作成	90分
29	活動報告書の作成	前期・後期チームでの資料作成	90分
30	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			
<p>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。          仮説検討などでの討論、プレゼンテーション、報告書の作成など、プロジェクトが進捗するなかで必要に応じ担当教員からフィードバックを行う。</p>			

※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
<p>実務経験の概要</p> <p>複数のコンサルティング会社で約15年間、企業の課題解決や業績向上に貢献できるよう取り組んできた。なかでも、マーケティングや営業改革のプロジェクト、戦略立案、マーケティングシステム構築のプロジェクトに数多く携わってきた。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者の支援などに10年以上携わる。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。</p>
<p>実務経験と授業科目との関連性</p> <p>大手企業から中小・小規模事業者、製造業や商社、ITなどさまざまな規模や業種を対象にした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などの実務経験をしてきました。これら経験をもとに、実践における視点やポイントの習得を目指す。あわせて、今日的なビジネス課題に対しても積極的に取り上げる。これらを通じ、ビジネスや社会で通用する実務力の習得を意図した授業を行う。</p>