

令和7年度の高大ブレへの取り組み

—複数大学における商業教育現状からの仮説形成—

所 吉彦（岐阜協立大学経営学部）

堂野崎 衛（拓殖大学商学部）

河田 賢一（常葉大学経営学部）

キーワード：リテールマーケティング、ビジネス系教育実践

要旨

2024年1月に発生した能登半島沖地震から1年が経過した。しかしながら、社会インフラをはじめ、地域経済復興は道半ばである。岐阜協立大学は地域貢献を建学精神に掲げる大学として、地域の経済、社会などに貢献している。そこで本稿は、日本商工会議所が主催する地域に根差したリテールマーケティング教育の効果的な教育方法を検討する。他方、2025年1月に実施された大学入学共通テストに「情報」科目が新たに導入されたことなどが社会の注目を集めているが、高等学校では情報科目の他にリテールマーケティングに関する商業科目も新課程に移行している。そこで本稿の切り口として、令和7年度の高大ブレへの取り組みに関し、複数の高等教育機関におけるアンケート調査を実施し、商業教育の現状を捉え、加えて、インタビュー調査を実施しアンケート調査結果の解釈を試みた。学生のリテールマーケティング学修における、教材に対する学生の反応、大学講義と高校時代に学習してきたこととのちがいを明らかにし、高等教育機関における商業教育のあるべき姿の仮説形成を探ることを目的とした。

企業や経済の活性化には地域に根差した若手社員の活躍は不可欠であろう。昨今、若手社員採用確保問題、事業後継者不足、885を数える過疎市町村（全国の1,718市町村の51%（令和4年4月）、その面積は日本国土の約6割）などへの対応について国民の視線は厳しさを増している。国内において地域リテールを中心に据えた教育のあるべき姿などの研究はまだ少ない。今後もリテールマーケティング教育に関する調査研究を発展させる必要がある。

1. はじめに（研究の背景と目的）

日本商工会議所（小林健会頭）は、全国商工会連合会、後援一社日本販売士協会とともに、2025年2月7日「リテールマーケティング」検定50周年記念フォーラム」が丸ビルホールで開催された。当該フォーラムは、1974年に施行を開始した「リテールマーケティング検定試験」が、50周年を迎えたことを記念したもので、同検定試験は、企業活動で重要となるマーケティングの知識を中心に、販売促進に向けた企画立案や接客技術、在庫管理、店舗管理まで幅広く実践的に学ぶことができる試験である。50年間にわたり、小売・流通業の従事者、大学生などが学び累計受験者数は約208万人、合格者数は約103万人となり、地域リテールに貢献している。同検定試験合格者には、5年ごとの更新制度（リスキリング）があり、2024年3月時点の販売士有資格者は約14万人となっている。

一方、現状に目を移すと、高等学校学習指導要領改訂(以下、改訂指導要領)により、2022年4月より商業科目は学年進行で新科目に移行が開始された。中央教育審議会の答申の中で、職業に関する各教科・科目の改善について示された課題には、「職業学科で学んだ生徒の進路が多様であることから、大学などとの接続についても重要な課題となっている。」と指摘されている。併せて、産業教育の目標の在り方の一つとして、「各職業分野について体系的・系統的に理解させる。」(文科省指導要領解説商業編P6)と示されている。

高等学校は10年に一度、改訂指導要領により定期的に生まれ変わる。一方で、大学などの授業内容が現状のままでは、高大間の授業方針・目標にズレが生じる。大学などは、改訂指導要領の「大学等との接続」、および、「各職業分野において体系的・系統的に理解させる」という流れにマッチした商学分野の授業を、どのようにしたら提供できるのかといった研究すべき課題を抱えている。

本来、教育は記憶に頼る学習のみでなく、各職業分野に進むべく、体系的・系統的に学んだ生徒を高等学校から引き継ぎ、さらに商業の各分野を包括した商学全般を体系的に整理し、現実のビジネスと結び付ける役目がある。大学などは一段踏み込んだ形で、商業に様々な影響を与えている環境変化(円安、サプライチェーンの構造変化、我が国人口の減少など)に対応する力を育成することが求められている。ストレートに表現すれば、大学などにおける商学分野の授業は、「商学全般を俯瞰する力を養うこと」が問われているのではないだろうか。

2. リテールマーケティング検定の概要

論点をサポートする新たな共同研究に係るケースの前に、「商学全般を俯瞰する力を養うには」といった課題に対し、リテールマーケティングの授業改善を研究対象とした根拠について触れると、科研費審査小区分では、商学関連として、「流通論」、「マーチャンダイジング」、「ロジスティクス」、「マーケティング」、「消費者行動論」、「商学全般」と定められており、これらの内容は、リテールマーケティング検定の内容をほぼ網羅しているため採用に至った。以下、同検定の概要について記述する。

2-1 リテールマーケティング検定

ビジネス社会を理解するために有効な検定の代表として秘書検定、サービス接客検定がある。同検定試験指導の過程により、社会的職業的能力が育まれるが、ここでは、同じ系統であるビジネス系検定のリテールマーケティング(販売士)検定の概要を示す。

販売士は昭和48年に創設された日本商工会議所等が実施、経済産業省、中小企業庁が後援している検定である。日本商工会議所によれば、流通業界で必要とされている多様化・高度化した顧客のニーズを的確に捉え、豊富な商品知識や顧客に配慮した接客技術を武器としたニーズにあった商品の提供等を効率的かつ効果的に行うことができるとしている。検定試験は、1級から3級までの3つに分かれており、どの級からでも受験ができる。今回は2級レベルの授業改善に向けたケースであるため、2級に絞りそのイメージを紹介する。2級は売場の管理者クラスのレベルであり、店舗管理に不可欠な従業員の育成や指導、仕入や在庫の管理といった知識を身につけるレベルとなっている。

2-2 検定受験者・出題形式・試験科目

受験者は、小売業従事者だけではなく、製造業や卸売業、サービス業、さらには流通業界への就職を目指す学生にまで広がっており、合格者は「販売士」として流通業界の各分野で活躍している。2021年7月から2023年6月の検定2級に限った受験データでは、各年の受験者数は、おおよそ数千名である。性別では男性58%、女性42%、年齢別では10代20代が過半数を占め、30代を含めると75%以上であ

り、その合格率は73%である（第87回実績）。

また、出題形式は、1科目あたり択一式正誤問題10問、択一式穴埋問題10問の5科目合計の100問である。試験科目は、「小売業の類型」、「マーチャングデザイン」、「ストアオペレーション」、「マーケティング」、「販売・経営管理」の5つであり、試験時間は70分、合格基準は5科目平均の得点が70点以上、かつ、1科目ごとの得点が50点以上となっている。

3. 先行研究

課題解決に向け、先行研究調査に取組み、「大学生の学習実態とその構造的特質」（文部科学省2016）、学習意欲を高める授業方法、授業改善の参考となるKolbの経験学習モデル、KorthagenのALACTモデル、教材作成に係る代表的モデルであるKellerのARCSなど、これらモデルを活用した教育実践論文をみてきた。しかしながら、教員1名による限られた実践や複数教員による実践の場合や所属を同じくする教育機関の異なる授業科目間での実践研究が多く見受けられた。リテールマーケティングにおける複数教育機関の研究は少ない。

瀬田（2021）は、教育システム情報学の分野で行われている研究タイプを5つに分類した。先行研究が少なく、かつ、研究端緒が想定しにくい、本稿の「商学教育現状からの仮説形成」という課題解決に向けては、探索系タイプの教育実践研究としての位置づけが適していると判断し、まず、大学における商学授業の現状はどのようになっているのか、何が問題なのかなど、研究論点を絞り込む方針を採用、仮説生成研究アプローチによる新たな研究課題・仮説を提示することとした。様々な紹介により、単独教育機関のデータでなく、かつ、所属の異なる同科目を指導する教員5名で共通テキストを作成し、継続的に研究する機会に恵まれた。

「大学生の学習実態とその構造的特質」（文部科学省 2016）では、具体的な分析課題として学習時間・学習経験と学業成績の関係、アルバイト、学習時間等と学業成績の関係を取り上げている。バス解析の結果、学業成績に対し、学習時間からの直接効果は有意ではないこと、学業成績に対しては、むしろ、授業への取組み意欲の方が重要と結論づけている。

その学習意欲を高める授業方法や教材作成に係る代表的モデルにKellerのARCSモデルが広く知られている。多くの研究者により実践研究がおこなわれており、モデルの信頼は厚いといえる。本研究では大学などにおいて「商学全般を俯瞰する力」の育成に有効な授業改善について検討するが、まず、大学などにおける学生の商学授業への取組み意欲をARCSモデルの観点から現状把握を試みる。Kellerは、学習意欲をAttention（注意）、Relevance（関連性）、Confidence（自信）、Satisfaction（満足感）の4因子で捉え、各要因に対応した動機づけ、および授業設計、攻略を展開している。

（1）学習者の自信・学習意欲・授業から得られる満足に関する研究（ARCSモデル）

石川（2013）は、大学における学びに対する学生の「自信」について授業受講前後について調査した。その結果、任意であるが授業のまとめを提出するホームワークを実施した学生は、学習、大学内でのコミュニケーション、大学で学ぶことに対する、まわりの学生に対する理解、「自信」が上昇したと指摘している。佐藤（2015）は大学生と一般社会人を対象に、動画教材にクイズを挿入し、ARCSモデルにもとづく学習意欲の、どの側面が向上するのかについて検討した。その結果、クイズにより「自信」と「満足感」が有意に向上したとしている。上記のほかにも同様の教育実践をみてきたが、教員1名による限られた実践、あるいは複数教員による実践の場合も異なる授業科目における実践研究が多く、再現性を意識した研究は少ない。また、再現性に必要な要因分析が十分とはいえないものも多くみられる。

(2) 学習者の学習教材選択動機に関する研究

長谷部（2018）は、学習教材の選択場面における動機づけ調整の検討をした。動機づけが低く動機づけ調整が必要な場面では、「読みやすい文字」などの装飾特性より、「たくさんの解説」などの内容特性が低い学習教材を選択する傾向であった。また、阿部（2018）は、英語を自主的に学ぶ学習者が、自ら学習リソースを選択する際の根拠について検討した。その結果、学習者のリソース選択は「自己ニーズ」と「外的影響」の2つの根拠にもとづくこと、また、学習者の特性によって支援方法を変える必要があることを明らかにした。また、島田（2020）は教材の読解初期では、挿絵から感性的要因による動機づけを高めるが、時間が進むと文字から認知的要因による動機づけが高まると結論づけている。しかしながら、多くの研究において、授業などで実際に使用している学習教材と比較した選択動機調査ではないため、回答者はイメージに影響されている可能性がある。

そこで本研究は、単数教員でなく3大学、かつ、同一内容科目を対象に比較する。統一教材に対する反応調査、受講に対するやる気に関する調査、高大のブレへの取組に向け商学全体を俯瞰する力に関する調査を実施した。本研究は、先行研究と異なり、リテールマーケティング授業改善を目指すため留意した点について以下に整理する。

①異なる大学であるためカリキュラム、校風、学生の質が様々であり、探索系教育実践研究の対象母集団に偏りが少ないことが担保される。

②異なる大学に所属する複数の教員が話しあいのうえ、2023年度統一新学習教材による教育実践をおこなうことで、偏りのないデータ収集が担保される。

③科研費審査区分表の小区分において、商学関連の内容として、「流通論」、「マーチャンダイジング」、「ロジスティックス」、「マーケティング」、「消費者行動論」、「商学全般」と定めている。一方、日本商工会議所が主催しているリテールマーケティング検定では、「小売の類型」（主な内容は「流通論」である）、「マーチャンダイジング」（ロジスティックス含む）、「ストアオペレーション」、「マーケティング」（消費行動論の1部を含む）、「販売・経営管理」の5つの科目から成っている。以上から、「リテールマーケティング（販売管理）」授業を対象とすることで、商学関連全般に役立つ教育実践に成り得ると判断した。

4. 研究方法

4-1 研究対象・データの収集方法

したがって、本研究ではこれらの先行研究をもとに、本学を含め3大学に協力を要請し、各校担当教員からの承諾を得て、リテールマーケティング授業に関するアンケート協力、および、本学におけるインタビューについて教員および学生本人の承諾のもと実施され、特定の個人が限定されない配慮を施している。アンケート調査（巻末資料）対象者は、いずれもリテールマーケティング授業を2023年度に履修したA大学144名、B大学143名、C大学50名の計337名である。なお、半構造化インタビュー調査に関しては、同科目を履修したA大学2023、2024年度の学生、計15名を対象とした。インタビュー終了後、逐語録（テキストデータ）を作り、アンケート結果を解釈するための資料とした。

4-2 分析方法

アンケート調査については複数大学の協力により収集した回答をもとに、主に共通する改善点を浮き彫りにするため項目を絞り分析した。インタビュー調査については、回答の裏側にある学生の生の声から要因を分析するため実施した。

5. 調査結果

5-1 アンケート調査

(1) 統一教材に対する反応についての質問

学修テキストに挿絵（さしえ）・イラストがもっとほしかった、および、学修テキストの文字は鮮明で見やすかったでは、4、3（あてはまる、ややあてはまる）が半数であった。なお、本テキスト紙面はカラー印刷の方がよかったでは半数以上がカラー印刷を望んでいた。本テキストの解説量は豊富であった、本テキストに発展的内容が含まれていたでは7割程度が支持していた。一方、本テキストに多様な練習問題がもっとほしかったでは、9割の学生が練習問題を要求している結果となった。本テキストを100点満点で採点すると〇〇点であるとの設問については77点であった。

(2) 受講に対するやる気についての質問

私がこの授業を学んだのは、新しい知識を得るのが楽しいから、私がこの授業を学んだのは、勉強の内容が将来役立と思ったからは9割を超えている。上記の学生のほとんどが、できれば商工会議所（販売士）の資格を取っておきたかったから、この授業内容は変化に富んでいた、継続して頑張れたのは、販売を学ぶゴール欲求が高まったからのスコアも高かった。

(3) 高大のズレへの取組に向け商学全体を俯瞰する力についての質問

5科目とも繋がりがあ、商品の発注から完結まで全てに責任を持つ、1つでもかけていると成り立たないなど多くの記述意見であった。しかしながら、人数は少ないものの繋がりが弱く感じた、どこかに繋がりがあると感じた、何かには繋がるといった消極的な反応も見られた。

5-2 インタビュー調査

リテールマーケティング学修において、どのような履修動機があるのか、どのようなテキストを好むのか商業全般の繋がりを感じることは出来たのかなどを探った。なお、インタビューの内容は、対象者が話した順番になっており、リアリティを残すためにそのままの形にしている。

(1) 事例1：A氏（2024/07/29）

リテールマーケティング関連科目Ⅰ、Ⅱ、Ⅲをすべて履修している商業高校卒の学生である。履修した理由は、もともと高校の時にマーケティングを学び、興味をもち、そこでマーケティングをさらに学びたいと考え、本学を選んだ。リテールマーケティングの2級は絶対にとるという強い意志がある。高校で学んだマーケティングと、大学におけるリテールマーケティングとのちがいは、ホームセンター、ドラッグ、コンビニなど1つの小売類型に対し、事例紹介が多いと感じたとしている。リテールマーケティングの括りで5科目全部を学ぶが、今、学修している部分はマーチャンダイジング、ストアオペレーションなど、自分が今どこを学んでいるのかが詳しくわかり理解が進んだ。確かにマーチャンダイジングも結構高校の時に別科目のビジネス基礎の中で少しだけ学んだ。学修意欲は検定日が迫るあたりから受講意欲に変化があった。個人でテキスト中心に学修を続けていても読んでもだけでは理解が進まない部分が多くあると感じ、授業での具体事例に基づく解説があると理解が進んだ。

現在使っているテキスト（2024年度使用した検定受験を意識した見栄えの良いテキスト）と2023年度に使用した学術色のあるもの（商学全般を俯瞰する目的のテキスト）については、前者を選択している。カラーにより分かりやすい、練習問題が多いことが理由であった。ただし、赤いシートで赤字印刷されて

いる語句を隠して暗記する作業は全く使わなかったとしている。高校時代の教科書はイラスト、写真とかもいっぱい入ってるものであり、リテールマーケティング3級を検定する生徒は配布されたプリントをひたすら解いていた。本学におけるリテールマーケティング検定受験直前対策講座については大いに勉強になった。具体的には受講していなければ商学全体像や検定の意味、学修の仕方が今一步、未消化で終わっていた。練習問題は、自宅でもう少しやることができたと反省している。商業科目の5科目の繋がり、関連については、受講前は全部繋がりがあるという感じであったが、今回直対を受講したら割と分野ごとでの印象が強くなった感じがする。理由はそれぞれの科目を詳しく知ったためである。直前対策講座では科目ごとにバラバラでやるためそう感じる。通常授業では繋がりはあるように感じているとしている。

(2)事例2：B氏（2024/07/29）

リテールマーケティング関連科目Ⅰ、Ⅱを履修している学生である。履修した理由は、販売の資格が欲しいと考え、教員の道を諦め営業の道に進む。現在使っているテキスト（2024年度使用した検定受験を意識した見栄えの良いテキスト）と2023年度使用した学術色のある（商学全般を俯瞰する目的としている）テキストについては、前者は見やすいが、あまり教科書は見なかった。理由は読み方が分からないということであった。白黒である後者のテキストは無理、前者は赤い字がある部分を覚えたいということが分かる。後者のテキストは自分の中では黒い線の部分が重要なポイントではあることは理解できるが基本的に白黒は嫌ということであった。

直対講座は受講していないが、5科目は繋がってると思わずバラバラだと感じていた。受講講義が一単元として考えており、今日はコンビニ、明日は販売法規というイメージしかない。繋がっているとは感じていないとしている。ただ、今から振り返ると5科目は繋がってると思うとしている。

(3)事例3：C氏（2024/07/29）

リテールマーケティング関連科目Ⅰ、Ⅱ、Ⅲをすべて履修している商業高校卒の学生である。履修した理由は、単位になる資格を少しでも増やしてみたかった、資格はバイトなどでも時給が上がるからとのこと。4月時に受講を一生懸命頑張ろうと思ったが、6月ぐらいにへこむ。その後、バイト先の賃金概要を見てから、リテールマーケティング検定に興味持ち始め、自分の利益にもなるため取得努力をした。他の検定については経営にも興味はあるが、将来アウトドアの施設を作る夢があるため、そのために役立つ資格を取得した。一辺には無理なのでリテールマーケティング検定に専念した。

商業科目の5科目の繋がり、関連については、仲間外れって言うのと、マーケティング、マーチャンダイジングであり、その他の小売の類型、ストアオペレーション、販売・経営管理などは繋がりがある。マーケティング、マーチャンダイジングは興味があるがカタカナが多すぎ、語句が難しいため興味をそがれた。現在使っているテキスト（2024年度使用した検定受験を意識した見栄えの良いテキスト）と2023年度使用した学術色のある（商学全般を俯瞰する目的）テキストについては、前者を選択している。理由としては、赤文字が入っているテキストは勉強の時に赤いシートで隠せるから有効と感じる。練習問題も豊富な方がよい。また、文字が大きなテキストが好ましく、ぎっしり書かれているテキストだと学習意欲が削がれるとしている。

6. おわりに

新型コロナウイルス感染症拡大により、3年3ヵ月余り、社会全体が深刻な影響を受け、学会活動も自粛、縮小を余儀なくされてきた。令和5年5月8日から、同感染症の位置づけは、これまで、「いわゆる2類相当」であったが、「5類感染症」へ移行し、学会活動も回復の兆しが見え始めた。高等学校教諭、短期

大学・大学教員と会員の幅が広いといった強みのある学会では、相互における最新の授業のねらい、教授法とその成果、新たに導出された課題などの情報共有ができるメリットがある。同一テキストを使用した複数大学における、同一授業（337名）を対象としたアンケート調査の結果から以下のことが明らかになった。

（1）統一教材に対する反応について

テキストに挿絵（さしえ）・イラストがもっとほしかった、および、テキストの文字は鮮明で見やすかった点は支持されたが、紙面はカラー印刷を望んでいる。本テキストの解説量は豊富であった、本テキストに発展的内容が含まれていたという設問では7割程度、多様な練習問題がもっとほしかったでは、9割の学生が練習問題を要求している結果である。インタビュー調査によると、今回使用したテキスト（2024年度使用した検定受験を意識した見栄えの良いテキスト）と2023年度使用した学術色のある（商学全般を俯瞰する目的とした）テキストについては、前者を選択している。カラーにより分かりやすい、練習問題が多いことが理由であった。

（2）受講に対するやる気について

新しい知職を得るのが楽しいから、私がこの授業を学んだのは、勉強の内容が将来役立と思ったからについては9割を超え、できれば商工会議所（販売士）の資格を取っておきたかったから、この授業内容は変化に富んでいた、継続して頑張れたのは販売を学ぶゴール欲求が高まったからなどのスコアも高い。インタビュー調査においても、1つの小売類型に対して事例紹介が多いと感じたしている。リテールマーケティングの括りで5科目全部を学ぶが、今学修している部分はマーチャンダイジング、ストアオペレーションと自分が今どこを学んでいるのか詳しくわかり理解が進んだとしている。

（3）高大のズレへの取組に向け商学全体を俯瞰する力についての質問

5科目とも繋がりがあがる、商品の発注から完結まで全てに責任を持つ、1つでもかけていると成り立たないなどもあるが、繋がりが弱く感じた、どこかにあると感じた、何かにはつながるといった消極的な反応も見られた。インタビュー調査においては、リテールマーケティングⅠ、Ⅱ、Ⅲなど関連科目を履修する、これまでのアンケート、ヒアリング調査結果、および、検定受験を意識している学生が商業全体を意識でき、新たな高等学校カリキュラムにマッチする仮説形成になると考えられる。さらに、高校で学んだマーケティングと、大学におけるリテールマーケティングとのちがいは、単に事例紹介が豊富であることだけでなく、高等学校より長い授業時間環境をいかし、最新の研究を教育できることなどが高等教育機関の役割であろう。今学修している部分はマーチャンダイジング、ストアオペレーションと自分が今どこを学んでいるのか海図を示すことも有用であろう。

参考・引用文献

（1）大学生の学習実態とその構造的特質

文部科学省（2016）

www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/siryo/_icsFiles/afieldfile/2016/10/28/1378453_04.pdf

2023.06.10 閲覧

（2）日本商工会議所

https://www.kentei.ne.jp/retailsales/candidate_data2023

2023.08.10 閲覧

（3）一般社団法人日本販売士協会 <https://www.hanbaishi.com/retailmarketing>

2023.08.10 閲覧

- (4)一般社団法人日本販売士協会 2023. 3. 10 通巻 48 号, 33-36
- (5)Kogo, C. and Suzuki, K. (2000) An analysis of the structure of course evaluation items based on ARCS motivation model (2). Proceedings of ICCE/ICCAI 2000, 1577-1578
- (6)瀬田和久, 桑原千幸, 仲林清: 教育システム情報学会「採録される論文の書き方」誌上チュートリアル, 教育システム情報学会誌 38 (2), 82-93 (2021)
- (7)石川奈保子, 向後千春, 富永敦子(2013)「e ラーニングによる導入科目受講前後における社会人学生の学びに対する自信の変化」, 日本教育工学会論文誌 37(Suppl), 21-24
- (8)佐藤満明, 柄本健太郎, 向後千春(2015)「講義中におけるクイズの提示が受講者の学習意欲に及ぼす効果」, 日本教育工学会論文誌 39(Suppl), 77-80
- (9)長谷部育恵, 楠見孝(2018)「学習教材の選択場面における動機づけ調整の検討」, 日本教育工学会論文誌 42(Suppl), 53-56
- (10)阿部真由美, 向後千春(2018)「英語自律学習者の学習リソース選択根拠の調査」, 日本教育工学会論文誌 42(Suppl), 17-20
- (11)島田英昭(2020)「挿絵を含む教材の動機づけ効果の時間特性」, 日本教育工学会論文誌 44(Suppl), 57-60
- (12)安藤史高:「大学コミットメントと自律性欲求・学習動機づけとの関連」一宮女子短期大学紀要 44, 91-99 (2005)
- (13)小林満男:「人生 100 年時代における本学会の役割」情報システム学会誌 Vol. 15, No. 2 (2020)

資料（アンケート紙）

2023 年度 本授業における調査（約 20 分）

「後期」、「来年度」の授業改善に役立てるため学会等への報告のみに使用します。統計的に処理され数値化、記号化されますので、個人情報は一切出ませんので安心してください。また、回答内容も成績には、一切影響しません。

■ まず、リテールマーケティング（以下 R マ）・販売管理を受講した感想について伺います。【8 分程度】

5 非常にあてはまる-4 あてはまる-3 ややあてはまる-2 ややあてはまらない-1 あてはまらない-0 全くあてはまらない 以下同様に 1 つだけまる番号に○をつけてください

1. この授業を受講し終えた今、気づいたこと、感じたことについて例を参考に語句で 3 つ答えてください。

- 例 1) 商学の流れを学べた気がする。体系的にメーカーや卸との関係やコストを学べた等…。
- 例 2) 流通小売の基礎を学べた。生協、ボランティアチェーン、商圈の法則を知ることが出来た等…。
- 例 3) 語句（ゾーン、フロア、クラス、アイテム）がややこしかった。損益分岐はためになった等…。
- 例 4) バイトや買い物体験で大体わかっているつもりだったが品出し、陳列の種類は奥深かった等…。
- 例 5) 4P を学べてスッキリした。マーケットリサーチは多種存在する。Pull, Push, Put を学んだ等…。
- 例 6) 経営者の管理する数値は利益である。リテールに関する法律種類が多いことに驚いた等…。

2. あなたは R マの 5 科目(類型、MD、STO、mkg、販売管理)間のつながりをどう感じましたか？

- 例 1) 類型と MD はつながりがある気がした。類型は別物だし、MD とはつながりが弱い気がした等…。
- 例 2) 類型・MD・mkg はつながりが強い。一方、STO は陳列、販売管理は法令でつながりが弱い等…。

例3) 5科目とも、すべてどこかしらつながりがあると感じた等…。

3. 結局、Rマとは何だろう？ 一言で説明してください。

4. あなたはRマの5科目を体系的・系列的に学修できましたか？（○印をつける）→ はい いいえ
また、その理由を教えてください。

例1) Rマを5つの小科目に区切って学べ、どこを学んでいるか海図があったから体系的に学べた等…。

例2) 1つ1つ積み上げて学修することで、小科目間のつながりを理解できたから等…。

例3) 検定に出るところばかりでなく、実際のビジネスでの具体的説明が多く理解が進んだから等…。

例4) 体系的に学べなかった。その理由は、〇〇だから等…。

■次は、自分の気持ちです。どんどん○印をつけます。【4分(10秒×25問)】

01	私がこの授業を学んだのは、まわりの人から要求されたから。	5	4	3	2	1	0
02	私がこの授業を学んだのは、勉強しないと不安だったから。	5	4	3	2	1	0
03	私がこの授業を学んだのは、新しい知識を得るのが楽しいから。	5	4	3	2	1	0
04	私がこの授業を学んだのは、勉強の内容が将来役立と思ったから。	5	4	3	2	1	0
05	できれば商工会議所（販売士）の資格を取っておきたかったから。	5	4	3	2	1	0
06	この授業が面白い予感的中した。	5	4	3	2	1	0
07	この授業では、眠くならなかった。	5	4	3	2	1	0
08	この授業内容に興味をわいた。	5	4	3	2	1	0
09	この授業内容は変化に富んでいた。	5	4	3	2	1	0
10	この授業はやりがいがあった。	5	4	3	2	1	0
11	この授業は自分に関係のある内容であった。	5	4	3	2	1	0
12	この授業は身につけたい内容であった。	5	4	3	2	1	0
13	この授業は楽しかった。	5	4	3	2	1	0
14	この授業で自信がついた。	5	4	3	2	1	0
15	この授業の目標は次第に理解できてきた。	5	4	3	2	1	0
16	この授業において学習を着実に進められた。	5	4	3	2	1	0
17	この授業において自分なりに工夫した学習ができた。	5	4	3	2	1	0
18	この授業をやってよかったと感じている。	5	4	3	2	1	0
19	この授業内容は、すぐ使えると感じている。	5	4	3	2	1	0
20	この授業では、出来たら認めてもらえた感がある。	5	4	3	2	1	0
21	この授業は、評価基準に一貫性がある。	5	4	3	2	1	0
22	継続して頑張れたのは、販売を学ぶゴール欲求が高まったから。	5	4	3	2	1	0
23	継続して頑張れたのは、様々な支援によりやる気が高まったから。	5	4	3	2	1	0
24	継続して頑張れたのは、何を努力すればいいかわかったから。	5	4	3	2	1	0
25	この授業で、Rマ5科目を体系的、系列的に学修できた。	5	4	3	2	1	0

■次は、使用テキストについて感じたこと（「学修テキストに必要なこと」と「いらないこと」を考慮した上で）に○印をつけます。【1分(10秒×7問)】

26	本学修テキストに挿絵（さしえ）・イラストがもっとほしかった	5	4	3	2	1	0
27	本学修テキストの文字は鮮明で見やすかった	5	4	3	2	1	0
28	本テキスト紙面はカラー印刷の方がよかった	5	4	3	2	1	0
29	本テキストに学習への励ましの言葉がけがほしかった	5	4	3	2	1	0
30	本テキストの解説量は豊富であった	5	4	3	2	1	0
31	本テキストに発展的内容が含まれていた	5	4	3	2	1	0
32	本テキストに多様な練習問題がもっとほしかった	5	4	3	2	1	0
33	本テキストに自主的な学習が出来るよう工夫をしてあった	5	4	3	2	1	0
34	本テキストに図表がもっとほしかった	5	4	3	2	1	0
35	本テキストを100点満点で採点すると〇〇点である（数字を記入）（ ）点						

その理由として、このテキストは、どうですか？

以下の例を参考にしてください。

例1) 検定用テキストのようなハウツー本とちがい、商業を体系的に整理出来たと感じた（から）。

例2) 高校生でなく大学生ならばこのレベルの内容は必要と考えた（から）。

例3) 難しすぎて理解できない（から）。

例4) 検定用テキストのように問題が多くない（から）等。

■ これで最後です。これらの問題を解き、春（授業のはじめ）に比べて感じた語句を3～5を記入してください（頑張って書いてください）。

例) 「出来るようになった」 「少しは成長した」 「相変わらず難しい」 「もっと勉強すればよかった」
「自信がついた」 「この10個の問題は関連している」 「もっと勉強したくなった」等、参考にしてください。

★半年間、お疲れさまでした。ご協力に感謝いたします。