

国際地域学部創設2年目を迎えて

国際地域学部創設から2年を迎え、早くも半年が経とうとしています。2017年度は、新たに61名の学生が入学し、英語教育授業や地域課題解決型授業に取り組んでいます。1期生である2年生はアプローチ選択を行い、グローバルアプローチ(34名)と地域創成アプローチ(29名)に分かれ、それぞれの視点から学びを深めています。また、8月には第1

回目の交換留学プログラムの申込が始まり、2018年前期・後期の留学に向けて準備が進められています。

今号では、2年生が2017年度前期に取り組んだPBL型授業「課題探求プロジェクトI」でのアプローチごとの取り組みの紹介と、8月に実施されたオープンキャンパスの様子をお届けします。

福井大学オープンキャンパス 2017

8月8日に予定していた文京キャンパスでの「福井大学オープンキャンパス2017」は、台風の影響で中止となり、8月23日に日を改めて開催されました。急な日程変更にも関わらず、当日は約850名の方々にご来場頂きました。

国際地域学部では、学部長、副学部長および学部生による学部紹介の後、1年次に行われる英語教育の模擬授業や、グローバルアプローチ及び地域創成アプローチの専門科目模擬授業を実施しました。グローバルアプローチ科目は、「日本の方言」「異文化」「移民問題」、地域創成アプローチ科目は「組織を動

かす力とは?」「経済的インセンティブを使おう」の全5科目が開講し、教員と高校生が英語で議論する姿もみられました。また、「教員&先輩学生と話そう! What's 国際地域学部?」も設置し、たくさんの高校生・保護者の方々から、入試や学生生活に関する質問・ご意見をいただきました。たくさんの方にご参加頂き、盛況のうちにオープンキャンパスを終えることができました。



模擬授業の様子

School of Global and Community Studies, University of Fukui

課題探求プロジェクト I 2017

2年次の授業科目である課題探求プロジェクト I（第1、2クォーター）及びII（第3、4クォーター）は、2年生全員を対象に、各アプローチに分かれて通年で取り組みます。

グローバルアプローチでは、福井の地酒PRチームと国際交流フェスティバルチームの2つに分かれて取り組んでいます。前者は、学生35名（うち6名は外国人留学生）が4つのチームに分かれ、福井の地酒を紹介する多言語のパンフレットを作成します（詳細は以下で紹介）。後者は10月15日に国際交流

会館で開催されるフェスティバルでの企画発表を中心に、行政や各団体等との協議を進めています。

地域創生課題に取り組む地域創生アプローチでは、企業経営や行政、地域の特徴、商品開発等についてのレクチャーやワークを行いました。その後、以下のAからJの10のテーマについて、3名程度のチームに分かれ、各相手先へのヒアリングやインターンシップを開始しました。今後は、2年次の経験の蓄積を基に、3年次に相手先と協働した活動や企画の実施、提言等を行います。

	課題探求プロジェクトI・II テーマ (地域創生アプローチ)	相手先
A	企業の海外事業展開	フクビ化学工業株式会社
B	企業の新商品・新規アイデア開発	福井キヤノン事務機株式会社
C	伝統工芸品の新規戦略	慶應義塾大学メディアデザイン研究科（鯖江市河和田）・漆器会社等
D	観光コンテンツ・サービスの提案	あわら市・芦原温泉旅館協同組合・あわら市観光協会ほか
E	インターンシップ事業等の改善	福井県経営者協会・福井県インターンシップ推進協議会参加企業
F	地域交通事業の改善	京福バス株式会社
G	企業の社会貢献への参加・提言	福井県民生活協同組合
H	「地域ブランド商品」の開発	大野市・越前おおの雇用創造推進協議会（「結の故郷のお土産品」開発プロジェクト）
I	地域課題をテーマとした番組制作	福井テレビジョン放送株式会社
J	中山間地域活性化策の実践と評価	福井市農林水産部農政企画室・事業実施地区

■グローバルアプローチ

今年の「福井の文化とコミュニティ」課題探求プロジェクトでは、日本人及び外国人観光客向けに福井の地酒をPRする活動に取り組んでいます。この授業を通して、学生は、英語でのコミュニケーションや福井の伝統文化について学習するだけでなく、まちづくりやチームワーク、クリティカル・シンキング、プロジェクトデザインやマネジメント、ビジネスにおける対人関係などの幅広い実体験を通して、生涯役立つ多様なスキルを身につけることができます。

春学期には、日本酒に関する基礎的な学習を行ったうえで、福井県内の日本酒造の代表者や小売店の

オーナー、酒米生産者、営業・マーケティング関係者、地酒を提供する料理店のオーナーなど、様々な関係者にヒアリング調査を行い、情報を集めました。このように、1) 日本酒について学ぶ 2) ヒアリング調査の方法について学ぶ 3) 福井の地酒について関係者にヒアリング調査を行う という3つの主な活動を行いました。

この授業では、3つの福井県内の日本酒造（黒龍酒造株式会社、伊藤酒造合資会社、常山酒造合資会社）のご協力を得て、学生は福井の日本酒や市場の特徴について深く学びを進めています。授業のはじめには、黒龍酒造株式会社のスタッフによる講義を受け、日本酒の歴史や福井の地酒の歴史とその文化

的意義について理解を深めました。また、同社の工場や酒米の田んぼを見学し、杜氏や酒米生産者から直接話を聞きました。黒龍酒造株式会社本社では、マーケティング部門の方々とマーケティング戦略に関するディスカッションを行う機会も得ました。

さらに、福井の地酒についてさらに深く理解するため、日本酒造の管理職や小売店のオーナーに対しヒアリング調査を行いました。ヒアリング調査にあたっては、調査スキルの向上のため、事前に共同通信社の記者二人を招いてワークショップを行い、インタビューの準備方法、効果的な質問やフォローアップ、メモの取り方などの基礎力を身につけました。ワークショップの最後に行った模擬記者会見では、講師が有名人、学生が記者という設定でヒアリ

ング調査の実践練習を行い、プロによるアドバイスを受けて技術の習得及び向上を目指しました。

これらの基礎知識やスキルを身につけた学生は、4チームに分かれて各酒造会社や関連企業の見学を行い、各社のコンセプトや提供する日本酒の世界についてより詳細に理解するため、各社の代表に対して約1～2時間のヒアリング調査を行いました。

今後の展開としては、前期中に収集した幅広い情報を効果的に伝え、福井の地酒の消費及び販売促進に繋げるため、日本語及び英語での発信方法について様々なワークショップを実施する予定です。さらに、多言語のパンフレットを完成させ、県内の観光関連施設に設置するほか、地域の方々に向けて成果発表も行っていく予定です。



黒龍酒造株式会社にてレクチャーを受ける様子



ワークショップの様子



スタッフにレクチャーを受ける様子



調査スキル向上のためのワークショップの様子

■地域創生アプローチ

地域創生アプローチでは、授業前半で、企業経営や行政、地域の特徴、商品開発等に関するレクチャーとワークを行いました。株式会社ピリケンからは中山浩成氏をお招きし、学生が分析した株式会社ピリケンのSWOT分析について議論を行いました。その他にも、自治体運営や地域の特徴をテーマに、福井市や大野市の職員の方々にお越し頂きました。

大野市では現地に出向いてフィールドワークを行い、大野市のブランディング戦略や商品開発について理解を深めました。学生は各自、新たな大野市のお土産品開発のアイデアを練ることを課題に、街中のフィールドワークを行いました。地域ブランドコンサルタントの金子和夫氏をお招きし、ワークシ

ョップを通してアイデア発表を行い、グループごとに案を練り直し、再度、発表・提案を行いました。

授業後半では、テーマごとに3から4名のチームに分かれ、各テーマを受け持って下さる様々な企業や自治体等のご担当者様へヒアリングやインターンシップを開始しました。2年次からスタートしたPBL Iでは、各テーマへの取り組み方やグループワークの進め方、プレゼンテーションの仕方、ヒアリングの手法など、1年次のPBLでの経験が大きく活きてきています。自信を持って自分の意見を主張し、議論が出来る学生が増えてきました。後期からは、地域創生に関する各テーマの課題解決に向けた課題の発見作業を、各チーム協力しながら進めてまいります。



大野市役所にてレクチャーを受ける様子



金子氏によるワークショップの様子



大野市いとよの里を訪問する様子



ヒアリングの様子