

【学会レビュー】

日本 NIE 学会第 13 回大会

(愛媛大学, 2016 年 11 月 26 日, 27 日)

江間 直美*

2016 年 11 月 26 日 (土), 27 日 (日) の 2 日間、愛媛大学において、日本 NIE 学会¹⁾が開催された。

NIE とは、Newspaper In Education の略称で、「情報活用能力を育成するために新聞教材の開発と活用の研究・普及を目指す教育」を指す言葉である²⁾。

日本 NIE 学会第 13 回愛媛大会は、本年、18 歳選挙権による参議院選挙などが実施され、主権者教育や新聞報道のあり方が問われた年でもあることから、その検証を目的に「主権者育成と NIE の検証」をテーマに開催され、数多くの教育実践事例の発表と議論が活発に展開された。

1. 大会 1 日目 (2016 年 11 月 26 日 (土))

初日の 11 月 26 日 (土) は、シンポジウムと研究分科会が開催された³⁾。シンポジウムは、樋口雅夫氏 (国立教育政策研究所・文部科学省) の「主権者として求められる資質・能力を育む、主体的・対話的で深い学び」の講演を皮切りに、加藤令史氏 (愛媛新聞社) の「地方紙と NIE」、伊吹侑希子氏 (京都学園中学高等学校) の「新聞紙面の比較読みから考える未来 - 「未来アイデアソン」の実践 -」、そして最後に、佐伯姫夏さんと明賀優介くん (ともに愛媛県立松山東高等学校 3 年生) から、それぞれ「高校生と教育と新聞」と

「投票の質」について講演があった。日本 NIE 学会史上、新聞社や高校生の講演は極めて異例で、シンポジウム会場は立ち見席がでるほど活気に溢れていた⁴⁾。

基調講演に相当する国立教育政策研究所・文部科学省の樋口雅夫氏⁵⁾の講演ポイントは、以下のとおりである。

- ・主権者教育を充実させなければならない根拠は、公職選挙法等の一部を改正する法律案に対する附帯決議に書かれている「主権者教育及び若者の政治参加意識の促進に向けた諸施策を速やかに実施するとともに、その一層の充実を図ること」にある。
- ・主権者教育を行う際に留意すべき点は、教育基本法 (教育の目的) 第 1 条にある「平和で民主的な国家及び社会の形成者として必要な資質」を備えた国民の育成を行うこと (学校教育のみではない)。また同第 14 条にある「良識ある公民として必要な政治的教養は、教育上尊重されなければならない」ことである。
- ・学校教育法第 51 条では、高等学校公民科における教育の目標 (公民科の目標) は「国家及び社会の形成者として必要な資質を養うこと」とされ、高等学校学習指導要領公民科の目標は「平和で民主的な国家・社会の有為な形成者として必要な公民としての資質を養う」とされている。

2017 年 1 月 18 日受付

* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科准教授 広報、パブリックリレーションズ、CSR (企業社会貢献、地球環境問題、社会貢献)

上記内容を前提として、樋口氏から現在検討中の学習指導要領改訂の方向性(案)が紹介された。

新しい時代に必要となる資質・能力の育成と学習評価の充実を背景に、①学びを人生や社会に活かそうとする「学びに向かう力・人間性」の涵養、②生きて働く「知識・技能」の習得、③未知の状況にも対応する「思考力・判断力・表現力」等の育成、が基本となる、という。

その際、「A. 何ができるようになるか(社会に開かれた教育課程)」、「B. 何を学ぶか(新しい時代に必要となる資質・能力を踏まえた教科・科目等の新設や目標・内容の見直し)」、「C. どのように学ぶか(主体的・対話的で深い学び=アクティブ・ラーニングの視点からの学習過程の改善)」という3つの視点が、次期学習指導要領の方向性(案)の柱になっている、という。

樋口氏は講演の最後に、中央教育審議会教育課程部会の「次期学習指導要領に向けたこれまでの審議のまとめ」(平成28年8月)から以下のポイントを抽出し講演を終えた。

中教審「審議のまとめ」における新聞活用等に関する記載には、次のような記載がある。

- ・主体的・対話的学びの充実に向けては、読書活動のみならず、子供たちが学びを深めるために必要な資料(統計資料や新聞、画像や動画等も含む)の選択や情報の収集、教員の授業づくりや教材準備を支える学校図書館の役割に期待が高まっている。(総説部分、P.49)
- ・授業において、新聞や公的機関が発行する資料等を一層活用すること。(社会、地理歴史、公民、P.133及びP.136)
- ・統計や新聞などの諸資料から、現代の社会的現象に関する情報を効果的に収集する・読み取る・まとめる技能。(同上)
- ・ある程度の長さの新聞記事を速読して必要な情報を取り出したり、社会的な問題や時事問題など幅広い話題について課題研究したことを発表・議論したりすることができるようになる。(外国語、P.268)
- ・アナログ情報とデジタル情報の違い(Webサ

イトと新聞や書籍等により得られる情報の早さや確かさの違い)。(情報、P.277)

上記ポイントは、現在、答申準備中の次期学習指導要領のポイントとして掲げられている、という。

4名の講演のなかで、「新聞紙面の比較読みから考える未来-「未来アイデアソン」の実践-」⁶⁾を発表された京都学園中学高等学校⁷⁾の伊吹侑希子氏からの現状報告には大いに刺激された。

京都学園中学高等学校では、校内にある6つの職員室(各学年ごとの職員室)と図書館に、朝日中高生新聞・読売中高生新聞・The Japan Times STが配架されており、バックナンバーは生徒や教員が自由に利用できる形になっているという。全国の大学キャンパスを見回しても、図書館以外で新聞を自由に閲覧できる場所がない大学が多いなか、中学高等学校において、校内全体でNIEに取り組んでいる事実は、特にマスコミ教育を専門とする学科の場合は、参考にすべき極めて重要な点である。

初日11月26日(土)の後半は、「ジャーナリズムとNIE」「新聞社とつくるNIE」「NIEとアクティブ・ラーニング」「若き主権者自身が考えるNIE」の4つのテーマで研究分科会が開催された。

「ジャーナリズムとNIE」は、神奈川県相模原市施設殺傷事件を話題にNIEはその事件をどう扱うことができるかについて、「新聞社とつくるNIE」では、新聞社におまかせのNIE教育ではなく新聞社とどう協働していくべきかについて、「NIEとアクティブ・ラーニング」は、次期学習指導要領で、知っていることを使って社会や世界と関わり生きていく力が重視され、知識・技能や思考力・判断力・表現力等、また主体的に学習に取り組む態度を育てることが狙いとされていることを踏まえ、アクティブ・ラーニングを推進していく上で新聞をどう活用するのかについて、そして「若き主権者自信が考えるNIE」では、若者の新聞離れが著しい中で(若手教員も含め)、新聞の面白さや意義を体験的に考える授業をどう実

践するのかが等について、それぞれ話題提供と議論が展開された。

2. 大会2日目(2016年11月27日(日))

2日目の11月27日(日)は、自由研究発表が展開された。4つの分科会に分かれ合計21本の研究発表があった。昨年度の第12回奈良大会では、大学における教育実践事例が多数紹介されたが、本年度は、大学生や大学院生による研究事例の発表が目立っていた。

大学生・大学院生の発表には、「新聞記者の取材活動における情報収集のプロセス－「修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチを用いた検証－」(愛知教育大学大学院・花田祐治氏)、「NIEにおける「新聞づくり」の意義－「全新研の「新聞づくり」が示唆するもの－」(同・澁谷晃平氏)、「大学院生によるNIE主権者教育育成授業開発－選挙管理委員会と連携した高等学校段階の授業実践を通して－」(同・馬淵悠生氏,同・田中祐典氏)、「NIE学習における評価法の開発－「オバマ大統領広島訪問」の授業実践を通して－」(広島大学大学院・兒玉泰輔氏,同・茂松郁弥氏,同・山本稜氏,同・吉川友則氏)、「初年度教育における新聞を活用した価値判断能力の育成－「新聞コミュニケーション大賞」受賞者の論理展開と指導法の提案－」(福岡工業大学・河内山翔平氏)などがあった。

筆者も21本の研究発表者のひとりとして、「大学での経済新聞の活用とビジネスアイデア創出の実践－「企画プレゼンテーション論」の授業事例を通して－」と題し、本年度平成28年度前期に新たに開講した「企画プレゼンテーション論」で導入したNIEの授業実践と成果を発表した。

3. 研究発表「大学での経済新聞の活用とビジネスアイデア創出の実践」

11月27日(日)当日の授業実践の事例発表概要は以下のとおりである(当日、発表で使用した資料素材以外の資料を含む)。

3-1. 授業概要

経済新聞を活用したNIE実践授業「企画プレゼンテーション論」の概要は以下のとおりである。

- ・設置学科：マス・コミュニケーション学科
- ・設置科目：企画プレゼンテーション論
- ・開講期間：2016年4月12日～7月19日
- ・実施時限：2限(10:30～12:30) * 100分
- ・取得単位：2単位
- ・履修対象：3年次以上 * 他学科履修可
- ・履修人数：19名
- ・使用新聞：日経MJ(日経流通新聞)

3-2. 授業目的(問題意識)

大学のNIE教育は、時事を中心に政治経済社会の動向を把握するために活用され、特に公務員試験対策や教職課程等での実践例が多い。しかし、ほとんどの学生が民間企業へ就職するなか、社会で期待される能力⁸⁾は、読解力や分析力のみならず、コミュニケーション力、特に企画力⁹⁾であることもまた事実である。

今回、「企画プレゼンテーション論」の授業において、経済新聞をビジネスアイデア創出のために活用できないか、そのアイデアのヒントを得るためにNIEを実践導入できないか、との問題意識から、大学生の連想力や発想力の向上、またアイデア創出のためのヒントの獲得を目的に、「連想マップシート」や「ワークシート(ワンシート企画書)」などのオリジナルフォーマットを開発し授業に導入・実践した。

3-3. 授業展開

「企画プレゼンテーション論」の授業のなかで経済新聞を活用したアイデア創出の授業を展開した。さまざまなオリジナルフォーマットを開発・導入した授業展開の主な流れは、以下のとおりである。

3-3-1. 前期前半

前期全14回の授業初回において、イントロダクションとして、まず「企画プレゼンテーション論」の履修生全員に自己紹介をさせた。その後、

前期前半において、自己分析・性格診断を受診させ自分のタイプを見つめ直させるとともに、プレゼンテーションとは何か、プレゼンテーションとスピーチとは何が違うのか等について、オリジナルハンドブックを使用し説明した。また社会課題や社会責任トレンドに気づかせるために、社会課題や社会責任をテーマとしたテレビ CM や清涼飲料水の CM など視聴させ分析させた。

①自己紹介（プレゼンテーション）

「企画プレゼンテーション論」の授業初回に、履修生全員に自己紹介のためのシートを記入させ、ひとり一人に教壇に立たせスピーチさせた（【補足資料】A）「自己紹介シート」フォーマットを参照）。特に自分自身を動物に例えた場合のキャッチフレーズを作成させ発表させた。

②自己分析のための性格診断テストの実施と結果フィールドバック

自分自身を見直し自分自身の特徴を洗い出すために、自己分析のための診断テストを受けさせた。ただし、「企画プレゼンテーション論」は、アイデア発想力や企画力、プレゼンテーション力の向上を目指す授業であるため、科学的客観的な一般性格診断テストとは異なる観点から、アイデアの重要性を認識させる意図で、あえてメディアで話題となった2つの性格診断を受けさせた¹⁰⁾。

一つ目は、有村架純主演の大ヒット映画『ビリギャル』のモデルとなった生徒が高校時代に通っていた学習塾で導入している診断テスト¹¹⁾、二つ目が、企業が実際に採用や配属を決する際に導入している適性テスト¹²⁾である（【補足資料】B）「類人猿分類：性格診断シート」フォーマットを参照）。

③プレゼンテーションの解説

「企画プレゼンテーション論」は、企画アイデアを生み出すことの重要性を理解させるだけではなく、プレゼンテーションそのものの重要性を理解させることも授業の達成目標にあったため、前期前半において、実際のプレゼンテーションの事

例紹介を行った。

一つ目の事例は、AKB48の卒業を控えたタレント、高橋みなみの第7回総選挙（2015年6月6日@福岡ヤフオク！ドーム）における8分13秒にわたる渾身のスピーチ¹³⁾、二つ目が、ステイプ・ジョブズが2005年にスタンフォード大学の卒業式で行った伝説のスピーチ¹⁴⁾である。

YouTube や市販 CD の動画を視聴させ、なおかつそのスピーチ原稿を活字でも読み返させてスピーチの特徴や違いについて理解させた。

④プレゼンテーションのハンドブック配布

プレゼンテーションの概要をまとめたオリジナルのハンドブックを配布し、スピーチとプレゼンテーションの違い、スピーチの特徴・プレゼンテーションの特徴などについて解説を加えた。スピーチとは「声を使って考えを表明すること」。プレゼンテーションは「（特に広告コミュニケーションにおいては、映像・スライド・チャート等を使って）表現すること」。プレゼンの基本は“スピーチ”にあることを説明した。

スピーチを行う場合には、いくつか事前に整理しておくべきことがあり、「スピーチの核をつくる」と題して、

- ・相手を知る：どんな場で、聴衆は何を期待しているか
- ・メッセージを絞る：最も伝えたいことを明確にする

また、「話を効果的に組み立てる」観点から、

- ・スピーチの基本構造：伝わりやすい構造、順番を考える
- ・オープニング：導入部で聴衆の注意を引きつける
- ・ボディ：メイン・メッセージを主張するために、効果的な本論を組み立てる
- ・クロージング：記憶に残る終わり方

さらに、ボディの基本パターンには、

- ・ポイント提示型（話のポイントは3つある。第一は…、第二は…、第三は…）
- ・問題解決型（注目⇒問題点⇒解決策⇒視覚化⇒アクション）

・ストーリー型（状況設定⇒葛藤⇒解決⇒メッセージ）
 など、さまざまな技法があることを解説した。

⑤社会課題をテーマとするテレビCMの視聴と分析

前期前半において、社会課題をテーマとするテレビCMを視聴させ、それぞれのテレビCMが、誰に対して（訴求対象分析）何を伝えたかったのか（メッセージ分析）について、2週にわたりワークシートに記入させた（【補足資料】C）「社会課題テレビCM論点整理シート」フォーマットを参照）。

視聴させたテレビCM（15秒、30秒、60秒）は、2016年1月以降から授業日までに放映された作品で、万田発酵、日本赤十字、セーブ・ザ・チルドレン、政府公報、Google、日本盲導犬協会、マルコメ、ACジャパン、NTTグループである。

またその視聴に先立ち、サントリーの清涼飲料水「オレンジナ」¹⁵⁾の新CMを題材に取り上げ、「オレンジナ」のCMを初めて制作した際、なぜ日本の国民的俳優である「寅さん」を起用したのかについて考えさせた。

⑥POP（広告）のキャッチフレーズ作成

NHKのEテレで放送された「メディアのめ？お客の心をつかむ！ポップの言葉」を題材に、バナナを子どもに訴求する場合と大人に訴求する場合で、そのキャッチフレーズを言い換える試みに取り組んだ（【補足資料】D）「POP（広告）のキャッチフレーズをつくってみる」フォーマットを参照）

⑦社会課題をテーマとするテレビ番組の視聴と分析

前期前半の最後に、社会課題をテーマとするテレビ番組を題材に、テレビ番組企画・意図・狙いを洗い出させるために、番組タイトル・映像・ナレーション・BGM・訴求メッセージの違いなどを分析する試みに取り組んだ（【補足資料】E）「テレビ番組の視聴－番組の企画・意図・狙いを洗い

出してみる」フォーマットを参照）。

テレビ番組は、テレビ朝日2013年9月4日（木）「モーニングバード」‘そもそも異常気象は異常なのか’（22分間）、同局2013年9月29日（日）「報道ステーションSUNDAY」‘中国汚染村’（13分間）、同局2014年1月27日（日）「たけしのTVタックル」‘異常気象・地球温暖化、CO2は減らさなくていい?’（22分間）の3番組である。放送局はテレビ朝日、時期は2013年9月～1月までの番組を視聴させ、同じテレビ局でも番組によって企画・意図・狙いなど違いがあることを理解させた。

3-3-2. 前期共通

全14回の授業において、ほぼ毎回、企画アイデアを創出させるための準備（頭の体操）として「連想マップシート」を記入させ、提示されたひとつのキーワードから、どの程度の連想用語を新たに生み出せるかを実践させた（語彙力診断）。また同じく、毎回、経済社会の動向やビジネス用語の意味を理解させるために日経MJのすべてのページを通読させた。

①「連想マップシート」の記入

毎回、授業開始冒頭の5分間を使い、ウォーミングアップ（頭の体操）として発想力を高めるため、ひとつの言葉（キーワード）¹⁶⁾から他の言葉の連鎖を生み出す「連想マップ」を描かせた（【補足資料】F）「連想マップシート」フォーマットおよび記入事例を参照）。

「連想マップシート」を記入させる意図は、ひとつの言葉（キーワード）から他の言葉の連鎖を生み出すスピードが重要なこと、しかも言葉の質ではなく量が重要となる。連想された言葉が多ければ多いほど、描きだした「連想マップ」から、数多くのアイデアを生むヒントを探し出すことができるためである。

しかし、授業開始の4月当初は、「連想マップ」を描く意味をあえて説明せず実践させた。何回か「連想マップ」を描かせた後、5月以降、なぜ「連想マップ」を描く必要があるのか、その「連想マ

ップ」で描きだした言葉のつながりの意味を説明し、ひとつのキーワードから連想された言葉のつながりには、意図せざる形で無意識的に文脈が発生していること、またこの連想の文脈を活用することで企画立案が行いやすくなる（物語が作りやすくなる）こと等を説明し、そのためには、言葉のつながり以上に、量こそが重要になると説明した。

以後、学生には毎回、授業開始の冒頭 5 分間のなかで、より多くの言葉を生み出すよう指導し実践させた。

②経済新聞の通読

ビジネスアイデア創出のヒントを得るため、またビジネストrendや企業のマーケティング戦略、新商品動向などを把握させるために、毎週、日経 MJ を履修生と一緒に全ページ通読し、主要な記事の背景についてひとつ一つ解説した。

日経 MJ を使用した理由は、日経 MJ の記事は、食品・飲料をはじめ学生にとって生活に身近な話題が掲載されており、関心を持たせたやすいと判断したためである。

日経 MJ は、毎週 3 回（月曜・水曜・金曜）のみの発行で、「企画プレゼンテーション論」の授業は火曜日のため、前日の日経 MJ を使用した。学生には、あらかじめその旨を告知し、事前学習として、前日に図書館等で日経 MJ を通読しておくよう指導した。

また適宜、日本経済新聞本紙、日経産業新聞、その他一般全国紙などの記事をスクリーンで写し、社会課題や社会トレンドなどについて説明した。

3-3-3. 前期後半

前期後半の授業で、それまでの授業内容をまとめあげていく目的から、複数回にわたり「ワンシート企画書」の作成（企画アイデアの整理）を行った。

①「ワンシート企画書」の作成

ワンシート企画書は、マクロ環境やミクロ環境

を新聞の記事を通じて整理させ、生み出したアイデアを説得力ある形で論理的に整理し、ターゲット対象とそのターゲットのメリットをも整理できるフォーマットとして、「企画プレゼンテーション論」の授業のためにオリジナルで開発した。

「ワンシート企画書」は、A3 サイズ横一のたった 1 枚のシートで、企画アイデアの骨子や狙い、ステークホルダーのメリットなど、企画書に必要な項目をコンパクトに整理するシートであり、毎回、100 分授業で取り組むにはベストの形式である（【補足資料】G）「ワンシート企画書」フォーマットおよび記入事例を参照）。

授業開始冒頭の 5 分間を使い、ウォーミングアップとして発想力を高めるため、ひとつの言葉（キーワード）から他の言葉の連鎖を生み出す「連想マップ」を描かせたあと、日経 MJ 新聞の読み合わせを一緒に行い、「ワンシート企画書」の作成準備を整わせながら、その後、以下のステップを踏ませた。

- a) 日経 MJ の記事のなかから、関心を持った記事を 2 本選ばせ、論点を整理する
- b) ひとつの記事と別の記事のキーワードを掛け合わせ新たなアイデアを生み出す
- c) ビジネスアイデアを創出し、ワークシートに記入ワンシート企画書を完成させる

「ワンシート企画書」の作成にあたっては、時間配分も重視した。日経 MJ 新聞の読み合わせを含め（20 分）、a) の記事選択に 10 分、b) アイデア創出に 10 分、c) ワークシート記入に 30 分を配分し、70 分間で、ひとつの企画案を作成させる試みを行い、翌週以降を含め、合計 3 本の企画案を立案させた。

4. 実践結果

「企画プレゼンテーション論」で「連想マップ」や日経 MJ を活用した授業実践の結果、以下のことが明らかとなった。

- ・毎週、ひとつの言葉から他の言葉を次々と連想させる訓練を積むと発想力が高まる
- ・連想された言葉にはひとつの物語（アイデア

文脈)が生成されていることが分かる

- ・気になる記事2本を選ばせると、履修生は同じテーマの記事を選択する傾向がある
- ・生み出されるビジネスアイデアは多種多様だが、実現可能性の高いアイデアが多い

授業成果の検証方法には多種多様な方法があるが、新規科目として開講した本年度においては、期末の成績評価とは別に、学外のビジネスコンテスト(7月31日提出締切)に応募させ第三者の評価を受ける試みを行った。外部の第三者の審査を得る方法は、教員による成績評価とは別に、外部の視点から客観性を持つ評価を受けさせる目的もあった。外部の審査を受ける必要があると考えた理由は、新規科目の教育方法として導入した一連の授業展開が適切であったか否か、また次年度のシラバス作成のための参考とし、教員が自らの教育指導の方法を検証する必要があるためである。

本年度においては、「企画プレゼンテーション論」の履修生全員に、ワンシート企画書の提出とその内容のみで審査される、千葉県・ちば起業家応援事業実行委員会(千葉県商工労働部)主催の「第2回ちば起業家ビジネスプランコンペティション」¹⁷⁾に応募させた。履修生に応募させたのは、そのうち、ワンシート企画書のみで審査される「ちばビジネスアイデア賞部門」(テーマ:インバウンド促進・観光客誘致)である。

その結果、履修生のうちのひとり(マスコミ学科3年生女子)が、千葉県を代表する文学作品である滝澤馬琴の「南総里見八犬伝」とAR(拡張現実)の技術を組み合わせ千葉県の観光客を増やすというアイデアで応募し、大学生として唯一、2016年10月10日の表彰式で「bayfm賞(地元FM放送局)」を受賞する成果を上げた(【補足資料】H)「ちばビジネスアイデア賞部門受賞者のワンシート企画書」を参照)。

5. インプリケーションと今後の課題

今回は、新規開講科目として初めて取り組んだNIE教育だったため、ひとつの言葉(キーワード)から別の言葉を生み出す連想力(語彙力)¹⁸⁾とア

イデア創出との相関関係や、また新聞や読書等により獲得した語彙力を含め、特に社会人基礎力である「思考力・判断力・表現力」等の育成、また自己分析のための診断テストの結果と連想力(語彙力)とアイデア創出などについて数値的に検証できていない。次年度以降、数年間にわたり継続して、今回導入した経済新聞を活用したビジネスアイデア創出の授業実施に取り組み、実証する必要がある。

今回の学会発表「大学での経済新聞の活用とビジネスアイデア創出の実践?「企画プレゼンテーション論」の授業事例を通して?」の質疑応答では、日本女子体育大学の稲井達也氏¹⁹⁾から、日経MJの記事を2本選択させる上で何か条件はあるのか、との質問を受けた。筆者からは、「可能な限り、記事は無作為に抽出するよう指導した」と回答した。

本年度初めて新規開講科目として取り組んだ「企画プレゼンテーション論」の授業実践を通して、当初の想定内ではあったものの、端的に以下のような示唆を得ることができた。

‘企画アイデア力は、読書量と情報量(新聞通読)に大きく影響される’。

新聞を活用した教育は極めて重要である。この学会レビューを脱稿する段階で、「OECD生徒の学習到達度調査」²⁰⁾の2015年調査国際結果が発表された²¹⁾ので、そのなかで、特に「読解力」の概要箇所について紹介し本稿を終えることにしたい。

(参考) OECD 生徒の学習到達度調査－2015年調査国際結果の要約(読解力)

「OECD生徒の学習到達度調査(PISA)2015年調査国際結果の要約」の概要は、以下のとおりである。2015年における調査対象は、日本の高校1年生約6,600人²²⁾を含む世界72の国と地域の生徒である。

- ・日本は、2012年調査に続き、国際的に見ると、読解力・数学的リテラシー・科学的リテラシーの3分野ともに平均得点が上位グループに

ある

- ・科学的能力では、現象を科学的に説明する能力、データと証拠を科学的に解釈する能力に比べ、科学的探究を評価して計画する能力が相対的に低い
- ・科学の楽しさは現象しているが、科学関連の職業に就くことを期待している生徒は増加している

このなかで、特に「読解力」²³⁾に関する国際比較を見てみたい(表1)。

「OECD 生徒の学習到達度調査 (PISA) 2015 年調査国際結果の要約」によると、日本は、2000 年調査以降、「読解力」に関しては、OECD 調査対象国の平均得点を上回っているものの、2003 年と 2006 年は僅差に過ぎない。しかも、2012 年調査において上位に食い込んだものの、結果、2015 年調査²⁴⁾においては再び平均得点が落ちてきている。また、調査参加国全てにおいて女子が男子よりも得点が高く(その差は統計的に有意)、日本においても、男子 509 点に対して女子が 523 点で、女子が男子より 13 点高い。

しかしながら、読解力を得点によって生徒の習熟度を 8 段階のレベルに分け、各レベルの生徒の

割合をみてみると、レベル 5 以上の生徒の割合が最も多いのはシンガポールで 18%、次いでカナダ・フィンランド・ニュージーランドの 14%、韓国・フランスの 13% で、日本は 11% で 14 番目である。つまり、国際平均でみると、日本の場合は、読解力の低いレベルの平均値は高いが、高いレベルの平均値も低いという結果になっている。また読解力の問題 88 題の日本の平均正答率は 63% で、決して優位にあるわけではないことがわかる(詳細は、『OECD 生徒の学習到達度調査 - 2015 年調査国際結果の要約』参照)。

こうした状況を踏まえ、NHK は、国際結果が公表された当日の夜、ニュース番組「NHK ニュース 7」でも、特に読解力を問題視して報じた²⁵⁾。

OECD 生徒の学習到達度調査 - 2015 年調査国際結果が発表された当日、松野文部科学大臣がコメントを発表した²⁶⁾。コメントの要旨は以下のとおりである。

「文部科学省としては、児童生徒の学力を引き続き維持・向上を図るため、

- ・学習指導要領の改訂による子供たちの資質・能力を育成する教育の実現や国語教育の充実?

表 1 OECD 生徒の学習到達度調査国際結果 (読解力)

* 上位 15 カ国 単位: 得点

	2000 年	平均	2003 年	平均	2006 年	平均	2009 年	平均	2012 年	平均	2015 年	平均
1	フィンランド	546	フィンランド	543	韓国	556	上海	556	上海	570	シンガポール	535
2	カナダ	534	韓国	534	フィンランド	547	韓国	539	香港	545	香港	527
3	ニュージーランド	529	カナダ	528	香港	536	フィンランド	536	シンガポール	542	カナダ	527
4	オーストラリア	528	オーストラリア	525	カナダ	527	香港	533	日本	538	フィンランド	526
5	アイルランド	527	リヒテンシュタイン	525	ニュージーランド	521	シンガポール	526	韓国	536	アイルランド	521
6	韓国	525	ニュージーランド	522	アイルランド	517	カナダ	524	フィンランド	524	エストニア	519
7	イギリス	523	アイルランド	515	オーストラリア	513	ニュージーランド	521	アイルランド	523	韓国	517
8	日本	522	スウェーデン	514	リヒテンシュタイン	510	日本	520	台湾	523	日本	516
9	スウェーデン	516	オランダ	513	ポーランド	508	オーストラリア	515	カナダ	523	ノルウェー	513
10	オーストリア	507	香港	510	スウェーデン	507	オランダ	508	ポーランド	518	ニュージーランド	509
11	ベルギー	507	ベルギー	507	オランダ	507	ベルギー	506	エストニア	516	ドイツ	509
12	アイスランド	507	ノルウェー	500	ベルギー	501	ノルウェー	503	リヒテンシュタイン	516	マカオ	509
13	ノルウェー	505	スイス	499	エストニア	501	エストニア	501	ニュージーランド	512	ポーランド	506
14	フランス	505	日本	498	スイス	499	スイス	501	オーストラリア	512	スロベキア	505
15	アメリカ	504	マカオ	498	日本	498	ポーランド	500	オランダ	511	オランダ	503
	平均点	500	平均点	494	平均点	492	アイスランド	500	平均点	496	オーストラリア	503
							アメリカ	500			平均点	493
							平均点	493				

出典: 国立教育政策研究所・文部科学省

- ・「読解力の向上に向けた対応策」に基づく学習の基盤となる言語能力・情報活用能力の育成
- ・時代の変化に対応した新しい教育に取り組むことができる「次世代の学校」指導体制の実現に必要な教職員定数の充実

を推進してまいります」

現学習指導要領において、小中高で新聞を活用した教育が義務化され、次期学習指導要領の方向性(案)においても同じく新聞を活用することが求められている以上、それを受け、大学教育においても、学部学科専攻を問わず、新聞を活用したさまざまな取り組みを行っていく必要があると思われる。講義科目は言うに及ばず、特に演習実習科目やアクティブ・ラーニング科目での新聞活用を積極的に行うべきである。

本年度の新規開講科目として取り組んだ「企画プレゼンテーション論」の授業は、次年度以降さらに改善を加え(PDCAサイクルを回し)、文部科学省が課題として整理した「国語教育の充実」「言語能力・情報活用能力の育成」などに取り組んでいきたい。

その上で、将来的には、今回導入した経済新聞を活用したビジネスアイデア創出の授業実施に取り組みながら、ひとつの言葉(キーワード)から別の言葉を生み出す連想力(語彙力)とアイデア創出との相関関係、また新聞や読書等により獲得した語彙力を含め、特に社会人基礎力である「思考力・判断力・表現力」等の育成、また自己分析のための診断テストの結果と連想力(語彙力)とアイデア創出などについて、OECD生徒の学習到達度調査における質問票などを活用しながら、さらなる検証をしていきたい。

注

- 1) 日本NIE学会は、2005年、「教育に新聞を」を合言葉に、教育関係者とメディア関係者らを中心に設立された学会で、10年の歴史しかない若い学会ではあるが、教育実践例の共有と理論化を図るべく活動している。
- 2) 1930年代に米国で始まり、現在、世界80カ国以上で実施されている。日本においては1985年、静岡で開かれた新聞大会で提唱され、その後、教育界と新聞界が協力する形で、「社会性豊かな青少年の育成や活字文化と民主主義社会の発展」などを目的に掲げ、以来

30年間にわたって全国の教育機関や新聞業界において積極的にNIEの推進活動が展開されている。

- 3) このシンポジウムの内容は、愛媛CATV(愛媛県松山市)が収録し、後日、地元のケーブルテレビ番組で放映された。
- 4) 愛媛新聞11月27日(日)朝刊1面で、「主権者育成へ新聞活用、愛媛大NIE学会開幕」と題して、約250名の聴衆が集まったことを報じている。
- 5) 国立教育政策研究所・文部科学省の樋口雅夫氏の専門領域/担当分野は、高等学校公民科である。
- 6) 伊吹氏から学校向けのコミュニケーションサービス「教育SNS ednity(エドニティ)」を積極的に活用しているとお話があった。ednityは、授業中に発言できない生徒に発言機会の場を設け、また教員が生徒の理解度を把握するのを助け、さらに教員と生徒、生徒同士、保護者や地域社会とのコラボレーションを生み出すことを目的に始まった学校のクラス向けのプライベートなソーシャルネットワークサービス(SNS)で、全国の学校で導入されている。ednityを開発した株式会社Ednity代表取締役の佐藤見竜氏は、「これまでの講義や読書といった伝統的な学習モデルではなく、グループ討論や体験などのチーム学習でこそednityの活用価値がある。既存の受験制度や評価システムを変えていきたい。ednity内での行動、すべてのログを数値化して、積極的な質問や誰かに勉強を教えるなどのクラスへの貢献度も測れるようにしたい。単純な成績だけによる評価方法に終止符を打ち、新たな総合的な評価方法を創ることも可能ではないか」と語っている。
- 7) 京都学園高等学校は、2016年度、京都大学をはじめとする国立大学(52名)、早稲田大学等の難関私立大学や関関同立(135名)などに合格者を輩出した中高6年間の一貫教育を行っている進学校である。カナダやイギリスへの研修旅行を実施し、知的的好奇心と国際理解の精神を伸ばすための独自科目「地球学」を設けるなどの取り組みを行っており、文部科学省のスーパーグローバルハイスクールの指定校になっている。
- 8) 日本新聞協会は、企業や大学・専門学校に記者経験者らを派遣して、情報の活用法などを教える「NIB(Newspaper in Business = ビジネスに新聞を)出前授業」を全国各地で展開している。<http://www.yondoku.com/nib/>
- 9) 筆者は、マス・コミュニケーション学科の演習実習「広告広報コース」を担当し、企画立案・プレゼンテーション能力の向上を目指し、毎年PDCAサイクルを回しながら、さまざまな授業展開の工夫を試みている。
- 10) 発想力やアイデア創出力は、学生個々人のこれまでの経験や読書量、また資質による側面もあることから、自分自身がどのようなタイプなのか等について自覚を持たせることが目的だった。
- 11) 有村架純が主演し大ヒットした映画『ビリギャル』の舞台となった名古屋市の学習塾「坪田塾」(塾長:坪田信貴氏)で導入されている性格診断テスト。性格を9つのタイプにわけ、心理学をベースとした科学的な手法を導入し、生徒の性格に応じて指導が行われる。
- 12) 広島県福山市でスーパーマーケット事業を展開する株式会社エブリイが導入した相互理解を図るための性格診断テスト。類人猿分類法は「簡易性格診断:自己診断1問」(15秒で回答)、「あるある性格診断:自己診

断 4 問 (合計 6 分で回答)、「行動診断:自己診断 4 問 (合計 6 分で回答) の全 9 問で、人間の性格をゴリラ、チンパンジー、オランウータン、ボノボの 4 種類に分類し、業務分担やチームの活性化、採用や人事異動などにこのテストを活用している。類人猿分類法は、テレビ東京系「ガイアの夜明け」(2015 年 6 月 23 日放送) 「快進撃スーパーの裏側 驚きの人材力!」, やフジテレビ系「とくダネ!」(2015 年 7 月 15 日放送) でも紹介され話題を呼んだ。

- 13) 高橋みなみの第 7 回総選挙のスピーチ原稿は、高橋みなみが著した『リーダー論』から、全文を引用して使用した。高橋みなみが、残したい言葉がある、と語った言葉は「努力は必ず報われる」である。
- 14) スティーブ・ジョブズの動画と活字は、CNN English Express 編集部、『スティーブ・ジョブズ 伝説のスピーチ&プレゼン』(生声 CD & 電子書籍版付き), 朝日出版社, 2012, を活用した。
- 15) サントリーの清涼飲料水「オレンジーナ」は、フランスの国民的清涼飲料水である。
- 16) 「連想マップ」を描かせるためのキーワードとして、旅行・スポーツ・音楽・ファッション・ラーメン・人材などの用語を使用した。
- 17) 「第 2 回 ちば起業家ビジネスプランコンペティション」(CHIBA ビジコン 2016) とは、千葉県内のニーズに対応した新たな発想・新たな手法による千葉県の起業を積極的に応援するためビジネスプランコンペティションで、県内での起業を前提とした千葉県の課題解決につながるビジネスアイデア・ビジネスプランを広く募集して選考する公的なコンテスト。2016 年度の応募期間は 2016 年 5 月 10 日～7 月 31 日で、10 月 10 日(月・祝)、幕張メッセ開催された「超域クラウド交流会 in 幕張メッセ」で表彰式が行われた。
- 18) 毎回、授業で取り組んだ「連想マップ」の連想用語の数量データを蓄積しているが、今回の学会発表では見送った。次年度以降、複数回にわたり実践を行うことで、あらためて学会発表を行う予定である。
- 19) 日本女子体育大学の稲井達也氏は、筆者の発表のあと、同じ第 2 分科会の発表者として、「言語運用能力の基盤形成を支援する NIE」と題する発表を行った。稲井氏は、「社会で生きて働く汎用的な能力としての言語運用能力を育成するために、これからの NIE ではコミュニケーション学習場面を意図的に設定する必要がある。なかでも、批判的思考力・創造的思考力の育成が大切で、個々の言語経験では自ずと限界があるため、学習者の相互交流を一層重視した言語経験を生み出す授業デザインが求められる」とした。
- 20) OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development: 経済協力開発機構) が進めている PISA (Programme for International Student Assessment) と呼ばれる国際的な学習到達度に関する調査。PISA 調査では 15 歳児を対象に、読解力・数学的リテラシー・科学的リテラシーの 3 分野について 3 年ごとに本調査を実施している。
<http://www.nier.go.jp/kokusai/pisa/>
- 21) 2016 年 12 月 6 日(火)、NHK・民放のほとんどで放送され、翌日各種新聞でも報じられた。
- 22) 日本では、15 歳児に関する国際定義に従い、調査対象母集団を「高等学校本科の全日制学科、定時制学科、

中等教育学校後期課程、高等専門学校」の 1 年生約 115 万人と定義し、層化二段抽出法によって調査を実施する学校(学科)を決定、各学校(学科)から無作為に調査対象生徒を抽出した。調査には、全国の 198 校(学科)、約 6,600 人の生徒が参加した。詳細については、国立教育政策研究所・文部科学省の各種データを参照されたい。

- 23) OECD は、読解力を「自らの目標を達成し、自らの知識と可能性を発達させ、社会に参加するために、書かれたテキストを理解し、利用し、熟考し、これに取り組むこと」と定義している。2009 年調査、2012 年調査も同様の定義。
- 24) 2015 年調査は、72 カ国・地域 (OECD 加盟 35 カ国、非加盟 37 カ国・地域)、約 54 万人の生徒を対象に調査を実施。
- 25) 2016 年 12 月 6 日(火) 19:00、NHK 総合テレビ「NHK ニュース 7」(3 分 35 秒間)。「(前略) 文章や図表から情報を取り出しそれを文章などにまとめる「読解力」は前回より 22 点低い 516 点で、順位も 4 つ下げて 8 位だった。(中略) 文部科学省はいわゆる「ゆとり教育」を見直し、教える内容や授業時間数を増やしたほか、理科の実験を重視するなど授業の改善を進めてきた。その結果、先週公表された別の国際学力調査と同様に、今回は科学や数学の学力は向上したが、読解力を伸ばすことはできなかった。(中略) 学力問題に詳しい日本教育大学院大学の北川達夫客員教授は、「日本では読解力というと、子どもたちに文章を読ませてただ自分の意見を発表させるにとどまっている。文章を読んで、こんな意見も成り立ちうる、あんな意見も成り立ちうるなど論理的なプロセスを踏まえて自分の意見を作っていく。そういうプロセスを丁寧に作る教育が必要だ」と分析している。(中略) 読解力を向上させるため、各地の学校ではさまざまな試行錯誤が続いている。東京・立川市の立川第七中学校では、全学年で週に 3 回ほど、10 分間、新聞記事や説明文を読み、そこから重要な情報を取り出して要約する取り組みをしている。この日は拉致被害者の家族が書いた手記が題材となった。生徒たちは文章の中から「いつ、どこで、だれが」といったいわゆる 5W1H の情報を抜き出し、それをもとに文章の要約と自分の考えを 100 文字ほどの文章にまとめた。学校によると、この取り組みにより当初はほとんど書けなかった生徒が次第に文章を作ることができるようになったほか、今年の全国学力テストで応用力を測る B 問題の成績が東京都の平均よりも高くなったという。3 年生の女子生徒は「作者の主張を探しながら読むことができるようになり、初めての文章でも戸惑うことがなくなりました」と話していた。佐藤佐知典教諭は「(文章を) 分析して要旨をまとめることは読解力の基本だと思う。学年を追うごとに力がついてきていると感じる」と手応えを話した。(ナレーションの一部は筆者が修正したもの、ほぼ全文を引用する。注釈は筆者による) このなかで、NHK が強調したのは、「専門家“論理的に考える教育が必要”」と題する部分である。「過去に出題された「読解力」の問題。問題文にはフランスのスポーツ研究所が選手へのけがを予防するのに最適な方法はよいシユーズをまくことだと結論づけたことが記され、さらに、選手たちの競技や年齢によるけがの分析

やよいシューズの条件などが詳細に記されている。設問は問題文にあるやよいシューズの4つの基準とは何か、で、正答例は、(1) 外部からの保護、(2) 足、特に足首の関節をサポートし問題の発生を防ぐこと、(3) 安定性があること、(4) 衝撃を吸収すること。この問題は長い文章から必要な情報を取り出す力が問われているが、日本の正答率は73%、無回答の割合は8.5%と、OECDの平均を下回った」という。

- 26) 2016年12月6日(火)、松野文部科学大臣コメント
http://www.nier.go.jp/kokusai/pisa/pdf/2015/02_oecd.pdf

参考文献

- 1) 国立教育政策研究所, 『OECD-PISA? 生徒の学習到達度調査』, 文部科学省, 2016
- 2) 国立教育政策研究所, 『OECD 生徒の学習到達度調査－2015年調査国際結果の要約』, 文部科学省, 2016
- 3) 国立教育政策研究所編, 『生きるための知識と技能6－OECD 生徒の学習到達度調査 (PISA) 2015年調査国際結果報告書』, 明石書店, 2016
- 4) 高橋みなみ, 『リーダー論』, 講談社 AKB48 新書, 2015
- 5) 日本NIE学会第13回愛媛大会実行委員会, 『日本NIE学会第13回愛媛大会 発表要旨集録』, 日本NIE学会, 2016
- 6) CNN English Express 編, 『スティーブ・ジョブズ 伝説のスピーチ&プレゼン』(生声CD&電子書籍版付き), 朝日出版社, 2012
- 7) Team GATHER Project 編, 『ゴリラの冷や汗』, 夜間飛行, 2014
- 8) Team GATHER Project 編, 『類人猿分類公式マニュアル 2.0 人間関係に必要な知恵はすべて類人猿に学んだ』, 夜間飛行, 2015

【補足資料】（当日配布資料の一部）

A) 「自己紹介シート」フォーマット

2016 企画プレゼンテーション論 2016/04/12

2016 年 4 月 12 日 2 限	学科	学籍番号
科目名：企画プレゼン論	学年	氏名

*スピーチ原稿メモ

自己紹介（プレゼンテーション）

.....
 下記項目を盛り込んで、自己紹介をしてください。

① 氏名

② 学科

③ 学年

④ 本学への入学目的

⑤ 卒業後の夢（就職先：第一志望業界）

⑥ 好きな動物

⑦ 好きな果物

⑧ 好きなタレント（またはミュージシャン、テレビ番組など）

⑨ 人生の成功体験

⑩ 人生の失敗体験

.....
 ■ 自己PRキャッチフレーズ *必ず自分を「動物」に例えること。

B) 「類人猿分類：性格診断シート」フォーマット（一部）

2016 企画プレゼンテーション論 2016/05/17

2016年5月17日（火）2限	学籍番号
科目名：企画プレゼン論	氏名

Q1. 簡易性格診断：自己診断（15秒）

これは簡易診断です。あまり深く考えずに、直感的に自分にとって最も違和感のないA～Dのエリアを選び、アルファベットを○で囲んでください。

まず「感情を…表に出さないか、出すか」を選び、その後に「人生において大切にしていることは、物事を追求・達成することか、あるいは、現状維持で安定・安心を求めるか」を選んでください。

		感情を…	
		表に出さない	表に出す
人生において大切にしていることは？	追求・達成	A	C
	保守・安定	B	D

C) 「社会課題テレビCM論点整理シート」フォーマット (一部)

2016 企画プレゼンテーション論 2016/05/10

2016年5月10日 2限	学科	学籍番号
科目名：企画プレゼン論	学年	氏名

テレビCMのメッセージ把握-A

「社会課題」をテーマとするテレビCMを視聴しその訴求対象とメッセージを抽出する。

	CMスポンサー	上段：訴求対象（誰に対して）
		下段：メッセージ（何を伝えたいのか）
1	万田発酵	
2	日本赤十字	
3	セーブザチルドレン (ACジャパン)	
4	政府広報	
5	Google	
6	日本盲導犬協会 (ACジャパン)	
7	マルコメ	
8	ACジャパン	
9	NTTグループ	

D) 「POP (広告) のキャッチフレーズをつくってみる」フォーマット

2016 企画プレゼンテーション論 2016/05/24

2016年5月24日 2限	マスコミ学科	学籍番号
科目名：企画プレゼン論	3 学年	氏名
演習実習コース／領域		

POP (広告) のキャッチフレーズをつくってみる

*2016/05/19 (木) NHK Eテレ「メディアのめーお客の心をつかむ！ポップの言葉」

商品「バナナ」 対象：こども

--

商品「バナナ」 対象：おとな

--

E) 「社会課題テレビ番組論点整理シート」フォーマット

2016 企画プレゼンテーション論 2016/05/31

2016年5月31日 2限	マスコミ学科	学籍番号
科目名：企画プレゼン論	3 学年	氏名
演習実習コース／領域		

テレビ番組の視聴 — 番組の企画・意図・狙いを洗い出してみる

視聴ポイント：タイトルの付け方、映像の選び方、ナレーション、BGM、訴求メッセージなど

1. テレビ朝日「モーニングバード！」 2013/09/04(木) 22分

*そもそも異常気象は異常なのか

タイトル	
映像	
ナレーション	
BGM	
訴求メッセージ	

2. テレビ朝日「報道ステーションSUNDAY」 2013/09/29(日) 13分

*中国汚染村・鼻血

タイトル	
映像	
ナレーション	
BGM	
訴求メッセージ	

3. テレビ朝日「たけしのTVタックル」 2014/01/27(日) 22分

*異常気象・地球温暖化、CO2は減らさなくていい？

タイトル	
映像	
ナレーション	
BGM	
訴求メッセージ	

テレビ番組の評価 - 3つの番組内容を比較してみる

*各番組を5段階で評価してみてください。

*評価点 → 1：問題がある、2：良くない 3：普通、4：良い、5：優れている

	モーニングバード！	報道ステーション	TVタックル
タイトル			
映像			
ナレーション			
BGM			
訴求メッセージ			

	モーニングバード！	報道ステーション	TVタックル
総合評価			

F) 「連想マップシート (音楽)」 フォーマット (一例)

2016年度 企画プレゼン論 連想マップ【音楽：music】 2016/05/31

学籍番号		氏名	
------	--	----	--

F-①) 「連想マップシート (音楽)」 記入事例 (3年生女子)

2016年度 企画プレゼン論 連想マップ【音楽：music】 2016/05/31

学籍番号		氏名	23
------	--	----	----

F-② 「連想マップシート (音楽)」 記入事例 (3年生女子)

2016年度 企画プレゼン論 連想マップ【音楽：music】 2016/05/31

学籍番号	氏名	35
------	----	----

The mind map is centered on '音楽' (Music). It branches into several categories:

- イベント (Event):** 商業施設 (Commercial Facility), 下痢 (Diarrhea), 学校 (School), 卒業 (Graduation), 春 (Spring), 卒業 (Graduation), 夏 (Summer), スイカ (Watermelon), 暑い (Hot).
- ジャンル (Genre):** ロック (Rock), バンド (Band), フェス (Festival), 夏 (Summer), 暑い (Hot).
- 人 (Person):** 性格 (Personality), 男子 (Male), 女子 (Female), 声 (Voice), 声の響き (Sound of voice), エンジン (Engine), エンジン音 (Engine sound), 元気 (Energetic), 大戸 (Large door).
- 場所 (Place):** トロピカル (Tropical), ベトナム (Vietnam), オリンピック (Olympics), 東京 (Tokyo), ジョコリア (Jokoria), 工事 (Construction), ツミツミ (Tsumitsumi), 大戸 (Large door), 元気 (Energetic).

G) 「ワンシート企画書」 フォーマット

「日経MJ新聞」の記事から企画アイデアのヒントを得る② (2016年6月27日(月)発行)

2016年6月28日(火)2限	企画プレゼンテーション論	マスコミ学科3年	演習実習:	学籍番号:	氏名:
-----------------	--------------	----------	-------	-------	-----

A) 1本目の記事を選ぶ

①面付:()面

②記事タイトル:

③業種/業界:

④選択理由:

⑤キーワード(ひとつ単語を抽出):

⑥キーワードの連想用語(いくつでも):

B) 2本目の記事を選ぶ

①面付:()面

②記事タイトル:

③業種/業界:

④選択理由:

⑤キーワード(ひとつ単語を抽出):

⑥キーワードの連想用語(いくつでも):

×

↓

<p>企画アイデア (どんな内容なのか具体的に書く。使う場面を想定しストーリーを描く)</p>	<p>コミュニケーション対象 (具体的な属性を詳細に書き出す)</p>	<p>顧客メリット (可能な限り、数多く想定する)</p>
<p>キャッチフレーズ (平易でわかりやすい言葉で書く)</p>		

G-① 「ワンシート企画書」 記入事例 (3年生男子)

「日経MJ新聞」の記事から企画アイデアのヒントを得る② (2016年6月27日(月)発行)

2016年6月28日(火) 2限	企画プレゼンテーション論	マスコミ学科3年	演習実習: 広告広報	学籍番号:	氏名:
------------------	--------------	----------	------------	-------	-----

A) 1本目の記事を選ぶ

①面付: (5)面

②記事タイトル: キッチン 除菌水

③業種/業界: リフォーム業界

④選択理由: キッチン 除菌水というタイトルが個人向けのイメージが強いので、キッチン 除菌水というキーワードをキッチン 掃除機というキーワードと関連付けて、キッチン 掃除機というキーワードを抽出した。

⑤キーワード (ひとつ単語を抽出): 除菌水

⑥キーワードの連想用語 (いくつでも): 除菌、キレイ、清潔

B) 2本目の記事を選ぶ

①面付: (5)面

②記事タイトル: 介切り、新しい感覚で

③業種/業界: 介護

④選択理由: 自分から介切りをするのが好きだから、新しい感覚でというキーワードがイメージが強い。

⑤キーワード (ひとつ単語を抽出): 介切り

⑥キーワードの連想用語 (いくつでも): 介、介護、介護士、介護士

×

↓

<p>企画アイデア (どんな内容なのか具体的に書く。使う場面を想定しストーリーを描く)</p> <p>新商品 「介切り」から水虫対策</p> <p>○介切りに 除菌水をつける事で、介切りの水を除菌する事で水虫対策になる商品。</p> <p>○介切りと除菌水をセット販売し、使用前に介切りの水を付けてから使用する。</p>	<p>コミュニケーション対象 (具体的な属性を詳細に書き出す)</p> <p>水虫に悩む男性 (30代~40代)</p>	<p>顧客メリット (可能な限り、数多く想定する)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○介切りの水虫対策も同時に予防できる利便性 ○薬に比べて除菌水の方が肌への負担が少なく ○薬を買い続けるよりも介切りと除菌水は一回の購入で済む。
<p>企画アイデア (どんな内容なのか具体的に書く。使う場面を想定しストーリーを描く)</p> <p>「介切り」から水虫対策</p> <p>○介切りに 除菌水をつける事で、介切りの水を除菌する事で水虫対策になる商品。</p> <p>○介切りと除菌水をセット販売し、使用前に介切りの水を付けてから使用する。</p>	<p>コミュニケーション対象 (具体的な属性を詳細に書き出す)</p> <p>水虫に悩む男性 (30代~40代)</p>	<p>顧客メリット (可能な限り、数多く想定する)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○介切りの水虫対策も同時に予防できる利便性 ○薬に比べて除菌水の方が肌への負担が少なく ○薬を買い続けるよりも介切りと除菌水は一回の購入で済む。

G-② 「ワンシート企画書」 記入事例 (3年生女子)

「日経MJ新聞」の記事から企画アイデアのヒントを得る② (2016年6月27日(月)発行)

2016年6月28日(火) 2限	企画プレゼンテーション論	マスコミ学科3年	演習実習: 広告広報	学籍番号:	氏名:
------------------	--------------	----------	------------	-------	-----

A) 1本目の記事を選ぶ

①面付: (16)面

②記事タイトル: キルビ女 私のおうち

③業種/業界: 美容/健康

④選択理由: キルビ女を真似て一般女性向けの化粧品を売りたいと書いている。最近の子はアパレルモデルに似せて、キルビ女のおうちにあるのと似て、可愛い女の子のイメージがたまらなくなったように感じたため。

⑤キーワード (ひとつ単語を抽出): 真似る

⑥キーワードの連想用語 (いくつでも):

B) 2本目の記事を選ぶ

①面付: (6)面

②記事タイトル: タイトル 子育てカワログゼット

③業種/業界: 通販

④選択理由: カワログ内に季節ごとのかわる商品を置いたから。この記事を参考に、正確に合った商品も売れたから。

また、スマートフォンのアプリに合わせたコンテンツの人が集まるから、と思ったから。

⑤キーワード (ひとつ単語を抽出): QRコード

⑥キーワードの連想用語 (いくつでも):

×

↓

<p>企画アイデア (どんな内容なのか具体的に書く。使う場面を想定しストーリーを描く)</p> <p>キルビ女のメカパッションを真似る雑誌を発行し、キルビ女が自費している化粧品や洋服を販売して、雑誌にアパレルや値段がわかる商品購入ページを掲載してQRコードに載せる。</p>	<p>コミュニケーション対象 (具体的な属性を詳細に書き出す)</p> <p>とびきり可愛い女の子 (10~20代)</p>	<p>顧客メリット (可能な限り、数多く想定する)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○憧れているキルビ女と同じものを買う。 ○わざわざお店に行かなくても、雑誌で検索して買える。
<p>企画アイデア (どんな内容なのか具体的に書く。使う場面を想定しストーリーを描く)</p> <p>キルビ女のメカパッションを真似る雑誌を発行し、キルビ女が自費している化粧品や洋服を販売して、雑誌にアパレルや値段がわかる商品購入ページを掲載してQRコードに載せる。</p>	<p>コミュニケーション対象 (具体的な属性を詳細に書き出す)</p> <p>とびきり可愛い女の子 (10~20代)</p>	<p>顧客メリット (可能な限り、数多く想定する)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○憧れているキルビ女と同じものを買う。 ○わざわざお店に行かなくても、雑誌で検索して買える。

H) ちばビジネスアイデア賞部門の受賞者の「ワンシート企画書」

様式 第2号

第2回 ちば起業家ビジネスプランコンペティション ワンシート企画書

プラン名 バーチャルタイムスリップ in 千葉

氏名

ワンシート企画書(A4サイズ1枚以内)は自由にお使いください。

千葉県への観光目的のほとんどが、温泉 自然を楽しむこと。
そこには、歴史的ロマンやエピソードにあふれる土地も多いに
足りない!!

そこで、スマートフォン等のアプリを使って、そこか、どんな場所なのか、
何処にあった場所なのか、千葉の歴史にふれられるスポットを各所に作り、

例えば... 滝澤馬琴「南総・里見八犬伝」

舞台ドラマなど何度もメディア化されている、千葉県を舞台に描かれた
歴史ある作品。そのシーンをその場所で楽しむことができよう。

★ 伏姫籠穴 (千葉・日浜)

◦ 現地に行き、スマートフォンをかざす。

◦ ARで伏姫と歴史があらわれ!!



すると



里見八犬伝
はじまりのシーン
をその場で
目の当たりに
することが出来る!

他にも、その風景をかざすことで、重ね合わせよう映画のシーンをうつす
など、アプリケーション・アプリケーション問わず、どこか、どんな作品の舞台にたつたか、
文字を読むよりも明確に知ることが出来る!