

## 特集

# 経営学部改革の方向性と学位授与方針

石 崎 祥 之

### 要 約

世界経済のグローバル化に伴い、企業経営もかつてない規模と速さでグローバル化の道を突き進んでいる。変化が大きく激しい現代ビジネス社会にあっては、これに対応できる人材育成が大学に厳しく求められている。

このような状況の下に経営学部では、「ビジネスを発見し、ビジネスを創造する」を学部理念としてかけ、この目標を達成するのに必要な7つのディプロマポリシーを明示している。これにそって、実践的な経営学の教学が展開されると同時に、BSAプログラムなどによって国際的な視野をもち、論理性を持ちながらも人間性豊かなビジネスパーソンの育成に努めている。

### キーワード

グローバル化、コミュニケーション能力、問題解決能力、情報発信能力、ゼミナール大会、実践的な経営学、BSAプログラム

## 1. はじめに

ユーロ危機やTPP問題などで世界が大きく揺れる中、日本もまた深刻な状況に危機に陥っている。その直接的なきっかけは2011年3月の東日本大震災と原子力発電所事故であったといえよう。しかしそれ以前から、少子高齢化によって社会経済を支える人口減少が進んでおり、同時に新興経済国に押されて経済不況も長引くなど緩慢な危機的状況が続いてきた。

一方で、この間、世界は急速にグローバル化しており、インターネットで情報が瞬く間に国境を越える時代となった。中東や北アフリカでは、twitterやfacebookを武器に反政府運動が繰り広げられ、動画ニュースがそれを盛んに報道している。また、隣国・中国は急ピッチで大きな経済発展を遂げ、GDPでも日本を抜き去り、日本の町中でさえ中国語が頻繁に耳に入るような時代となってきている。

激動する世界において、危機を迎えている日本。今後、日本が復興に向けてどうしてゆくのか、世界が注目している。このような時代状況にあって、時代を担う若者への期待は切実なものとなってきている。そして、それは同時に、人間の営み＝ビジネスを教育研究の柱とする、立命館

大学経営学部課に課せられる責務、求められる期待がますます大きくなっていることを意味しているといえよう。

## 2. 経営学部の学位授与方針

上記のような状況において、積極的にリーダーシップを担い、ビジネスによって未来を切り開いてゆく人材を育てるという役割と期待が経営学部には求められている。若者が人生の道標となる志を育み、自分の道を歩んでゆくための自信と力を蓄えることに対して、いかにサポートできるのか、ということを経営学部の主要課題として認識している。

このような認識に基づいて、これまで経営学部は、「ビジネスを発見し、ビジネスを創造する経営学」を学部理念とし、具体的に以下のようなディプロマ・ポリシーを掲げてきた。すなわち、①主体的に学び、思考し、社会への貢献に資する能力②広い視野で異文化を理解し、尊重する能力③豊かな個性をマネジメントやビジネスに活かす能力④経営学の専門知識と論理的思考能力⑤ビジネス社会で必要とされる国際的コミュニケーション能力⑥ビジネスに関する問題発見・問題解決能力⑦マネジメント課題の報告・討論・情報発信能力である。

経営学部の学生にとって主たる関心事項となっている就職活動や資格取得につながる教育支援もやはり上記7つの能力と、そして大学生活で育まれる志とが結びついてゆく中でこそ、真価を発揮すると考えており、それゆえに経営学部は、上記のディプロマ・ポリシーとカリキュラムポリシーの整合性を図ることはもちろん、カリキュラム運営が想定どおり実施されているかを確認し、定期的なカリキュラム改善やお題目に終わらない真摯なFD活動に結びつけることを実践している。そして、学生のクラスへの積極的な参加や、自分の考えを論理的に発信できる語学力、そして学生の将来を視野に入れた国際化教育やキャリア教育をすすめている。

## 3. 学びの実態調査からみる経営学部学生の現状

経営学部では従来から授業アンケートを通じて学生の声を集め、これを教学改善に役立てる試みをおこなってきた。さらにこのアンケートを進化させ、質問項目を増やし、分析を詳細におこなったものが「学びの実態調査」であり、本学部では2010年度にこれを1・3回生を対象に実施し、学科・コース別、GPAや履修授業の形態別に分析を行い、結果を把握することでカリキュラム編成や授業実践改善をすすめてきている。

1回生に対する調査結果では、特に学科・コース・入試形態別で、入学動機、高校時代の授業外学習時間、授業経験と取り組み方、高校での成長感などを把握してきた。これにより、一般入試と推薦・特別入試における、授業外学習時間の差が明確にあった一方で、授業経験の差（一般入試生はディスカッションやプレゼンテーションをあまり経験していない）も明確であり、これらの結果に基づいて学部における初年次教育における授業形態の検討の必要性が明らかになってきている。

3回生に対する調査結果では、特に学科・コース別の授業外学習時間・予習復習時間、授業経験・取り組み方、成長感、学習意欲の向上、満足度などを把握した。そこでは、学科・コースが

掲げている教学目標がよく達成されていると捉えられる結果を多く得ることができている。例えば、国際経営学科では全体に評点が高く、学びに対する積極的な姿勢が伺え、アカウンティング・ファイナンス系では、授業外学習時間やエクステンションセンターでの学習、アントレプレナープログラムでは、教員・学生間のコミュニケーション、実習・体験型の学習が学部内で相対的に多い傾向が示されている。

#### 4. 2010年改革の実施とその成果

##### (1) カリキュラム改革の実施

2010年度にカリキュラム改革を実施し、総合基礎科目を学科・コースに関係なく、経営学を学ぶ上で重要度の高い「企業と経営」「企業と会計」「マーケティング」「経営財務」「マネジメント」の5科目とし、これら5科目を中心に2回生より履修できる専門科目を再編成した。また、専門科目は各コース内で系列科目ごとにまとめることで、相互に関連性のある専門科目を学生がよりわかりやすく把握できるように示すと共に、学生独自の興味・関心に応じて履修する専門科目を選びやすいようにしている。

系統履修の重視と共に経営学科ではマーケティングコース、経営戦略・アントレプレナー（起業家）コース、会計・ファイナンスコースへの再編成を行った上で、それまで入学時に決定していたコースを2回生からの選択に変更した。これにより1回生時には全ての学生がコースの枠に縛られることなく、企業と経営、企業と会計、マーケティング、経営財務、および基礎演習といった基礎専門科目を通じ基礎的な専門知識を身につけた上でコース選択ができるようになり、各自の興味関心と希望するコースとのミスマッチが発生することのないように配慮している。

##### (2) 小集団教育の改善

小集団での最大の改革は、従来、3回生より開始していた専門演習（ゼミ）を2011年度より2回生から開始することに変更したことである。1回生での「企業と経営」「マーケティング論」などの経営学を学ぶ上での総合基礎科目の履修とともに、小集団教育「基礎演習」における報告（プレゼンテーション）や討論（ディスカッション）およびゼミナール大会への参加を通じ、経営学に関する興味・関心が深まりつつある2回生から専門演習を開始することで、より着実に、より深く、経営学に関する現代的諸問題を学び、研究することを目的としている。また、2回生から専門演習を開始することで、従来、4カ年の大学での学びにおいて唯一小集団での授業のなかった期間を有効に使うことが可能となり、1回生時での小集団教育「基礎演習」での学習および個々の学生の興味や関心を円滑にかつ継ぎ目なく、継続して学べるようになった。同時に4回生では3回生までに優秀な学業成績を修め、これをさらに深めたいという意欲と熱意をもった学生諸君のために「卒業特別研究」を設けている。これによって個々の専門分野や関心に基づき、いずれかの小集団に属し、教員の指導のもとで専門性を深めることが可能になっている。

1回生小集団教育「基礎演習」での共通テキスト『経営学部で学ぶために』の内容を2008年度版より改訂し、初めて経営学に接する1回生にとってより身近であり、かつ現代の企業経営の現状や課題に則した内容に再編集した。

またこの間、1 回生ゼミナール大会への参加がほぼすべてのクラスで定着し、9 割以上の学生が基礎演習において何らかの課題や問題を論文にまとめ、またそれを同様のテーマを扱う他のクラスの班との間でプレゼンテーションを行い、議論することを経験している。このようにゼミナール大会が一定の成果をあげるようになったことから、07 年度から 10 年度ではさらに一歩踏み込み、ただ単にゼミナール大会への参加を促すだけではなく、その過程での自発的な学びの支援にも力を入れてきた。特に、論文及びプレゼンテーションの質的な向上を目指す上で、さらには基礎演習をベースとしたそれ以降の回生での学びを促進する上での中心的な施設となる図書館の利用法について、オリターが中心となったライブラリーツアーを各クラスで充実させてきた。その結果、表 1 のように 06 年と比較した場合、07～10 年度での一人当たり図書貸し出し冊数はほぼ倍増している。加えて、論文の執筆が始まる後期には ES を導入することで、これまで以上にキメ細かな対応と指導が可能となった。

表 1 1 回生一人当たりの貸出冊数

年度	貸出冊数	学生数	1 人当たりの貸出冊数
2006 年度	5,430	943	5.76
2007 年度	9,140	949	9.63
2008 年度	10,750	1005	10.70
2009 年度	9,121	909	10.03
2010 年度	8,706	826	10.54

### (3) アントレプレナー教育プログラム

経営学部ではより実践的な経営学を学びたいという学生からの要望にこたえる形のひとつとしてアントレプレナー教育を推進してた。大学で学んだ知識とそこから生まれた新たな発想を基礎として、「起業」をめざすというまさに「ビジネスを発見し、ビジネスを創造する」コンセプトそのままに、教員に加えて外部の経験者を招聘し、プログラムをすすめるという試みは全国的にも注目を集めると共に質の面で関西有数との評価を得るに至っている。

### (4) 会計分野での取り組み

経営学部では、ビジネスで世界共通言語として利用されている複式簿記を重視しており、2007 年度より初年次教育における正課として日商簿記検定 3 級と 2 級の合格を目指す講義科目「簿記入門Ⅰ」と「簿記入門Ⅱ」を開講している。

経営学部において毎年 500 名以上の学生が日商簿記 3 級の取得を目指す簿記入門Ⅰを受講し、入学後すぐの 6 月検定試験において毎年 200 名から 300 名と多くの学生が簿記資格を取得している。過去 4 年間の平均合格率はおおよそ 60% に達しており、これは全国平均の 35.2% を大幅に上回っている。さらに日商簿記 2 級の取得を目指すため、300 名以上の学生が簿記入門Ⅱも受講しており、入学してから半年後の 11 月に行われる簿記検定において、多くの学生が日商簿記検定 2 級に合格し、過去 4 年間の平均合格率は 52% と非常に高い合格率となっている。これは全国平均の 27.5% を大きく超える結果となっており、経営学部の初年次教育における簿記技能の習得という目標を達成している。

また国際財務報告基準（以下、IFRS）の普及が世界的な傾向となっており、会計専門家が活躍ができるフィールドが世界に広がってきている中で、公認会計士の果たす役割がますます重要となってきた。経営学部では、公認会計士受験生の支援をエクステンション事業課とともにやってきた結果、多くの合格者を輩出しており、大学別合格者数では、2007年に10位、2008年に8位、2010年には7位と、全国的にも多くの会計士試験合格者を輩出する大学となっている。

このように、経営学部において初年次教育として簿記技能の習得を重視し、公認会計士を目指す学生の支援を行うことにより、「ビジネスを発見し、ビジネスを創造する」ために必要な会計マインドの育成という目標に向かってより一層の支援に取り組んでいる。

### (5) 国際化への取り組み

経営学部・研究科には、全学部・研究科で最も多い235人（21.1%、2010年5月現在）の正規留学生が学んでおり、学生構成からも国際化が進んだ学部・研究科となっている。このような経営学部では、2006年度の国際経営学科の発足を契機に、「国際的に展開するビジネスにおいて異文化理解をもとに、専門性を活かしてリーダーシップを発揮する人材」の育成を目指して独自の国際教育プログラム「Global Business Leadership プログラム」を開発してきた。GBLプログラムは、BKCでの国際教育（Business Studies at BKC）と、海外留学プログラム（Business Studies Abroad）とが有機的に連携していることが特徴となっている。

第一に、入試制度では、2010年度入学生から高度な英語・中国語の能力を持ち、海外に留学をしてビジネスを学ぶ強い意欲をもつ受験生を対象としたAO入試を実施し、国際ビジネスに高い意欲を持つ学生を迎えている。

第二に、BKCでの国際教育（Business Studies at BKC）では、留学前の準備学修と留学後の留学成果を高める教育に力を入れ、留学前の準備学修として、特に国際経営学科では高度な外国語運用能力の育成を目指して専門外国語を充実、さらに「英語経営学入門Ⅰ・Ⅱ」と必修英語科目との連携や、「中国語経営学入門」の新設を行った。また海外留学に向けたTOEFL®、就職など将来のキャリア形成に向けたTOEIC®の団体受験を行っている。さらに、留学予定の学生と海外からの交換留学生とが外国語で国際ビジネス研究を行うことや、海外インターンシップと連動したGBL型プロジェクト研究を開講、さらに海外への留学やインターンシップの前から異文化や国際ビジネスに触れる準備教育を行っている。

留学後の学修では、英語による経営学の専門科目や、国際経営分野の専門演習（ゼミナール）を開講することによって、外国語を使って経営学や国際ビジネスを深く学べる仕組みづくりを導入している。また、BATIC®講座を導入し、国際会計基準に対応できる学生を育成している。

国際化に対応した英語力の向上に向けては、学科ごとにミニマムレベル（最低到達基準）を設定して、英語力の強化を正課や課外講座の両面から取り組んでいる。海外留学にむけた支援では、CLA（言語習得センター）や孔子学院の講座受講料補助や、TOEFL®とIELTS®の受験料補助を行っている。

第三に、海外留学プログラム（Business Studies Abroad）では、夏季休暇を利用して短期海外留学（4週間）をする「BSAⅠ」、ヨーロッパやアジアの大学で英語や中国語を学んだり、外国語を使って経営学を学ぶ長期海外留学の「BSAⅡ（1セメスター）」・「BSAⅣ（2セメスター）」、

イギリス、アメリカ、中国で国際ビジネスを実務体験する「BSAⅢ」という、4タイプの留学やインターンシップを実施している。あわせて、中国やドイツで企業を訪問したり、マネージャーにインタビューする「海外テクニカルビジット」も実施し、学科を問わず国際ビジネスへの見聞を広げる機会を設けている。

第四に、全学機関である国際部（国際教育センター）との連携も図りながら国際化を推進しており、2009年度から英語圏の大学への長期留学プログラムへの参加を前提とした学生に、アドバンストな英語教育や海外留学の支援を行う、「グローバルゲートウェイプログラム（GGP）」に参画している。さらに、全学の短期留学生受入プログラム「Study in Kyoto Program（SKP）」に経営学部の英語開講科目を中心に学修する「Business Track」を提供し、世界中からの短期留学生を経営学部に受け入れるなどの協力を通じて、多くの経営学部生が国際教育センター等が実施する海外留学に参加できるように工夫している。

以上のように2006年度のカリキュラム改革と国際経営学科の開設に伴う国際化に取り組んだ結果、経営学部の国際化は大きく進展した。特に、経営学部は文学部に次ぐ205名（2011年3月現在）の学生が海外派遣プログラムに参加しており、2011年度以降もアジア、欧米の大学や企業との連携を図りながら、留学や企業実習といった海外派遣プログラムの充実を図るとともに、英語での専門科目の充実や、留学支援など、いっそうの国際化に取り組んでいる。

表2 経営学部の海外派遣プログラム

プログラム名	対象回生	派遣期間	タイプ	国・地域
BSAⅠ (短期海外留学)	1回生	4週間	オリエンテーション型	ニュージーランド、アメリカ、中国
BSAⅡ (長期海外留学)	2回生以上	6～8ヶ月	モチベーション型	フランス、スウェーデン、ドイツ、ニュージーランド、中国、タイ
BSAⅢ (海外実習)	2回生以上	数週間 1～2ヶ月	キャリア・デベロップメント型	イギリス、アメリカ、中国
BSAⅣ (長期海外留学)	2回生以上	1年間	アドバンスト型	イギリス、フランス、スウェーデン、ドイツ、ニュージーランド、中国、タイ
海外テクニカルビジット	2回生以上	1～2週間	海外企業訪問	ドイツ

## 5. 2013年改革の方向性

### (1) 学びの構造の明確化

最近の厳しい就職状況などを反映して、大学教育の質や大学での学びの内容などの社会からの評価がますます厳しさを増している中で大学として確固とした学びの構造を示すことが求められている。

特に大学生活の入り口となる初年次においては、学びへのモチベーションを高めるカギとなる初年次教育の充実がいっそう求められている。本学部では従来からも基礎演習定員の削減による

教育内容の充実や1回生学内ゼミナール大会開催を通じた明確な目標の設定などに取り組むと同時にオリター制度の活用による新入生と上回生が一体となった学びのコミュニティを形成することによる教育効果の改善を目指してきた。すでにオリターからの提案を積極的に受け入れ、新入生に対する図書館ガイダンスを体験型・実習型に変えることなどの成果をあげてきているが、今後も、このような取り組みを継続すると同時に、学びの実態調査に基づく効果的な学習やクラス運営のあり方などに取り組んでゆく必要があると考えている。

また、2回生以上においては、初年次で培った経営学への興味を持続させるとともにそれをよりいっそう発展させてゆくために、2回生ゼミから卒業特別研究へと至るさまざまな小集団教育を質・量ともに追求してゆくことにしている。これらの学生が主体となって学ぶ学習法を「アクティブラーニング」と呼んでいるが、これをどこまで充実させてゆけるかが大学での学びの実感をもつための必要条件であり、それが進路を決定してゆく際の外部からの評価に直結していると考えている

## (2) 回生毎の学びの道筋の確立

このように主体的に学んでゆくことが経営学部の学びの中心となるが、それと併せて、どうすれば学力が身についたかを自ら検証してゆけるシステムを作り上げてゆく必要がある。それは例えば語学学習の面では、英語において示されているようなミニマム基準を設定することによる数字での把握であり、それらの到達目標を数字で示すとともに次にどのタイミングで何を学ばよいかを示しているのが系統履修システムとしてのカリキュラム・ツリーである。これによって、興味をいわずらに拡散させたり、時間割上とりやすい科目を脈絡なく登録し、必要単位数は履修し終えたものの、何を学んだかが明確ではないというような弊害を取り除くことができると考えている。さらに学びの実態調査を継続的に行い、その結果を分析することで、学生の要望が講義に反映させるというシステムを作り上げることが可能となる。

## (3) 今後の学部FDのありかたについて

このような取り組みが学生のニーズの発掘であるとするならば、講義を行う教員側の教育の質を高める努力が車の両輪のように必要となる。そのために、教員は共同研究やミーティングを通じてお互いの研究内容をよく理解することに努めるとともに、大講義系科目のスキル交流を行うことで教育スキルの向上を追求することが必要となってくる。充実した授業内容を提供することが可能となり、相乗効果を生み出すようなシステムを総称してFD（ファカルティデベロップメント）と言われるが、これは大学が大学らしい学びを提供するシステムを保証するために重要な要件であり、ST比改善などと併せて努力を重ねてゆきたいと考えている。

## 6. おわりに

2012年度の学部紹介パンフレットには「ビジネスを発見し、ビジネスを創造する」をよりわかりやすい形で表現した「ビジネスは、見つけて、つくる」をタイトルとした。このタイトルにふさわしく、かつ経営学部らしい取り組みとして、例えば1回生の小集団教育では新歓夜祭への

出展そのものを学習の機会として捉えるプログラムなどを検討している。

また、多くの学生を抱える大規模学部としては過大人数講義の解消や小集団クラスの更なるクラス規模の縮小を検討している。

さらに学生の関心が高い就職問題を一つの機会と捉え、2 回生ゼミの開講に合わせて、学生の発達を進捗を確認し将来目標を達成するのに役立つキャリア・チャートの活用や学外、特に産業界からの協力の一つのあり方としての寄附講座の獲得、中国を含めた更なるアジア・インターンシップの展開などを計画している。

実社会との距離が近いがゆえに、その影響を受けやすい経営学部では常にさまざまな変化・変革を求められる立場にあるが、その変化に流されることなく学生に着実な学力をつけさせつつ、変化に対応できる力をつけるという二つの大きな課題に今後もチャレンジし続けたいと考えている。

## The Direction of Educational Reform and the Diploma Policy of the College of Business Administration

ISHIZAKI Yoshiyuki (Professor, College of Business Administration, Ritsumeikan University)