



明治大学

▶1920年創設 ▶10学部28学科。学生数約31000人 ▶商学部は7コース制、学生数は約4400人  
▶強い「個」をめざす教育を推進

商学部 カリキュラム (一部抜粋)

	1年	2年	3年	4年
	初年次教育プログラム	基礎教育科目	各コースごとの専門科目	
ダブルコア		総合学際演習(2年:導入、3年:展開、4年:論文)		
		商学専門演習(2年:導入、3年:展開、4年:論文)		
応用展開科目	総合講座(フューチャースキル講座など)、ジョブインターンシップ、特別テーマ実践科目、特別テーマ研究科目、特別テーマ海外研修科目			
キャリア系行事	キャリアガイダンス、コンピテンシー診断		就職・進路ガイダンス、業界研究セミナー、就職能力適性検査、就職体験報告会、学内企業セミナー、OBOG懇談会 *このほかにゼミ単位での就職説明会	

# 明治大学

商学部では、企業からの課題にチャレンジする「フューチャースキル講座」を初年次から展開。ビジネスの現場に触れる実践的な授業を積み上げ、キャリア形成への意欲を高めている。

## 就職に好影響を与える演習のダブル・コア化

本学商学部は、「世界で活躍できるビジネスパーソンの養成」をうたっており、商学という学問の性格から、ビジネスの世界を主な研究対象としています。学生はカリキュラムを通じて、直接、企業社会でのビジネスに触れることができます。したがって、学部教育そのものに、ある種のキャリア教育的な側面があるとも言えます。

しかし、カリキュラムの骨格は学術的な組み立てを前提としており、キャリア教育を志向したものではありません。しかも、1、2年次と3、4年次でキャンパスが異なり、教員の移動等の問題から、1、2年次が一般教育、3、4年次が専門教育という従来型のカリ

How to...

## 企業現場との連携

## 実践性の高いビジネス教育と卒業生による意識の啓発

キュラム構成になっています。

しかし、専門科目を学びながら、あるいは専門科目を学んだ後で専門性に奥行きを与え、結果的に優れたビジネスパーソンの育成につながるのではないかと考え、2006年度から演習(ゼミナール)教育をダブル・コア化しました。歴史や語学などの教養系のゼミである「総合学際演習」と、専門ゼミの「商学専門演習」を、2年次から両方向同時に履修できるようにしたので。共に履修期間は3年間で、それぞれ論文を作成します。

各演習(ゼミナール)は必修ではありませんが、演習の履修率は90%以上、両方履修している学生も4割に上ります。就職状況を見ると、演習を両方履修している学生の方が就職率が高い傾向にあ

実践的な授業を提供します。それが「特別テーマ実践科目」で、半期ごとに5プレゼンテーションを実施。計20テーマを用意しています。バイオテクノロジーを利用した食品メーカーの商品開発に関わる「調理科学入門―植物工場野菜に適したメニューの創作―」や、社員と同じ課題を考える「ファーストリテイリング社の事業戦略構想」、ファッションビジネスに焦点を当てた「ファッションメディアを作る」など、テーマは多彩です。例えば、小川ゼミの2年生は、千代田区役所の商工観光課の依頼を受けて、「CHIYOMO」というフリーペーパーの編集・制作を行っています。いずれも社会に実在する課題を読み解き、企業や地域と協力しながら解決策を企画・実行し、成果をまとめて報告する実践性の高い科目です。新入社員として入社したときに、与えられる仕事の進め方の参考にもなり得る内容になっています。



教授 小川智由

おがわともよし ●明治大学商学部卒。同大学大学院商学研究科博士課程単位取得。メーカーおよび流通業のロジスティクス戦略、サードパーティロジスティクス企業の経営戦略が研究テーマ。「マーケティング論」、「多頻度小口配送」など共著多数。

り、教養と専門をしっかり学ばせるダブル・コア化は、当初の狙い通りの成果をあげています。

## 高い教育効果を生む企業の課題解決への挑戦

ゼミナールのダブル・コア化に加えて、就業力の強化を求める社会の要請に対応するため、数年前からキャリア教育に資するような科目を新たに導入しました。

その1つが、1年次の春学期に開講する総合講座A\*「フューチャースキル講座」です。これは

問や評価などを担当していただいています。

## 卒業生によるゼミ単位での自発的な就職支援

本学部には教員1人が1年間に1人、ゲスト講師を授業に招くことができるといわれています。学生は毎年30名近い企業幹部の話を直接聞くことができ、自分の学んでいる専門科目が、社会とどうつながっているのかを常に確認することが出来ます。

このほかにも、多くのゼミでは、実践的な取り組みを行っています。私のゼミは、学生のうちから現実のビジネスに触れることで、「新人教育が不要な学生を送り出す」ことを目標としています。企業の戦略課題の解決に、若手社員と学生が協働して取り組む活動を長年にわたり、行っています。

本学部のキャリア教育は、授業やゼミといった正課の授業科目以外に、卒業生が担っている部分が大いにも特徴です。伝統的に卒業生の愛校心が強い大学ですが、とりわけ商学部では、ゼミの卒業生が自発的にゼミ単位で業種別の就職説明会を開催するなど、在学生のキャリア意欲の向上に大きく貢献してくれています。

企業から提示された実際に直面する経営課題に触れさせる授業です。まだ高校生の延長とも言える時期に、現実の企業活動の一端に具体的に触れると同時に、課題解決のためには何が必要で、大学でどんなことを学ばなければならないかを実感できます。学生にも人気で、1クラス30名定員で6クラスの募集に対して、応募者が多い場合の履修者は抽選になります。

初年次教育でこのようなモチベーションを高めるPBLを行った後、2年次以降は、少人数でアクティブ・ラーニング型のさらに実践

今後のキャリア教育のあり方としては、現実のビジネスと連携するだけにとどまらず、研究とリンクした学びを通して、研究成果をビジネスに結び付けられるような展開をめざしています。そこで、商学の最新研究を扱う「特別テーマ研究科目」や、そのグローバル版である「特別テーマ海外研修科目」を用意しました。さらに、英語のみで行う授業科目も開講することで、商学研究とグローバル化が進むビジネスとを結び、発展型のキャリア教育も推進していきたいと考えています。

個人的には、キャリア教育で重要なのは、「答え探しをしない度胸」だと考えています。社会で直面するのは答えのない課題です。受験生時代の正答を求めようとする姿勢から、自分で答えを作り出す姿勢へと転換させるのが、大学におけるキャリア教育の役割ではないでしょうか。

**▶成果**

- ・教養と専門の学びが相乗効果を上げ、就職状況が好調に
- ・企業や卒業生との連携で、キャリア意欲が向上

**▶課題**

- ・ビジネス展開に結び付けられる研究の推進

\*P.6の欄外注釈参照