

SBJ

vol.22

2014年4月2日発行

碩学舎ビジネス・ジャーナル
Sekigakusha Business Journal

碩学舎×Sカレ

1からの 経営学部

法政大学経営学部西川英彦ゼミ チームローニーズ
伊藤 貴晃・岸本のぞみ・久野 恵理子



碩学舎

1からの経営学部

法政大学経営学部西川英彦ゼミ チームローニーズ

伊藤 貴晃・岸本 のぞみ・久野 恵理子

はじめに

こんにちは！法政大学経営学部西川英彦ゼミ、チームローニーズです。

この本の目的は、皆さんが経営学部で4年間を通して「勉強できたな」、「この学部で勉強してよかったな」と思ってもらうことです。卒業する時に、サークルや部活動、アルバイトなどの思い出と一緒に、経営学部で学んだことも素晴らしい思い出になれば嬉しいです。

以下では、新しく経営学部に入った皆さんがそれを実現するための方法を、4つのステップで順に説明していきます。

Step1 高校との違いを知ろう

Step2 大学での勉強方法を知ろう

Step3 興味がある勉強分野を探そう

Step4 勉強した知識を活かそう



この4ステップを通して、大学での勉強方法や経営学部の勉強について、自分がどうすれば充実したものになるのかを知ることができます。なお、本書は、法政大学経営学部の授業を参考にしつつも、他大学の学生の皆さんが見ても理解しやすいように考慮し、授業ジャンルや授業内容を説明しています。そのため、実際の法政大学の授業内容や授業科目名とは異なる場合があることは、ご了解ください。さらに、大学によっては授業科目名が異なる場合があります。完全に同じ授業科目名でなくとも、同じ内容を扱う場合があるので探してみてください。では、前置きはこれくらいにして、さっそく見ていくことにしましょう。

Step1 高校との違いを知ろう

皆さんは大学に入学した直後、「大学の授業ってどんなものなのかわからない」、あるいは「自分のやりたいことはどんな授業をとれば勉強できるのだろうか?」、「履修はどう組んだらいいの?」などの疑問をもったことはありませんか。そんな疑問を解決するために、まずは大学と高校と授業の違いと、大学の授業を充実させるにはどのようなことが必要になるのかについて説明します。

高校までは、勉強する科目が決まっています、それに沿って勉強をしていました。「先生は生徒がわからないところを説明する」というように先生が生徒に合わせて授業を進めてくれます。しかし、大学では授業を全て自分で選択しなければなりません。授業も、先生が生徒に合わせてくれるのではなく、自分から授業について行かなければなりません。積極的に質問したり、わからないことを調べたりしないと置いていかれてしまいます。このように、大学では自分の行動で、その後の授業が充実したものとなるかが決まってしまうのです。

では、充実した授業にするためには、どうしたらよいのでしょうか。それは、自分のやりたい授業を選んで、積極的に授業に参加することです。楽に単位がもらえる授業や簡単な授業というだけで興味のない授業を履修してしまうと、モチベーションは上がりません。単位は取れても、何を勉強したのかがはっきりわからなくなってしまう恐れがあるからです。

この本では、大学での授業を受ける心構えや、自分が興味のある授業の探し方、勉強したことを活かす方法について紹介していきます。皆さんが積極性の重要性を感じ、これからの授業選択の手助けになれば嬉しいです。自分のやりたい勉強を学んで、あなたも授業を充実させてみませんか。

Step 2 大学での勉強方法を知ろう

皆さんは、どんなことを勉強したくて経営学部に入りましたか。授業を受ける前に少し思い出してみてください。「なにかモノを企画してみたいな」、「起業ってカッコいいな」など、何となくでも理由があって、数ある学部の中から経営学部を選択したのだと思います。その興味を大切にし

て授業を選択すれば、この学部で勉強していきたいと思える道がひらけていきます。ぜひ最初の興味を忘れずに、授業選択をしてください。

しかし、授業選択をするといっても、授業の内容について何も知らないと、「自分の受けた科目はどれなのか」、あるいは「どの科目なら自分の勉強したいこととマッチするのか」がわかりませんよね。このステップでは、皆さんが経営学部で学びたい勉強を見つける手助けをします。まだ見つからなくても、なんとなく経営学部に入ってしまった人でも大丈夫です。この本を読んで、興味のあることを探していきましょう。

すでに説明したように、大学の授業は高校と大きく変わります。高校と大学の授業との主な違いは、「自分で授業を決める」そして「自分から積極的に参加しないといけない」という2つでした。実際に受けてみると、この違いの大きさを知るのには難しいと思います。まずは、大学の授業の受け方を知りましょう。そこで、「大学での授業はどんなものなのか」、そして「どうやって受けたら良いのか」を知る方法から説明していきます。

○ 基礎演習を受けてみよう

基礎演習から始めてみましょう。どんな大学にも、基礎演習（基礎ゼミ）と呼ばれる授業があると思います。この授業は、専門演習であるゼミ（ゼミナール）のように少人数で受けるもので、雰囲気は高校の授業と似ています。まさに、高校と大学の架け橋をするような授業です。

基礎演習

基礎演習は、少人数のゼミ形式の授業です。レポートの作り方やプレゼンテーションの方法、討論の練習など、大学での基本的なことを勉強します。

上でも説明しているように、この授業では「大学の授業とはどんなものなのか」、そして、「4年間で必ず必要になるレポートの書き方やプレゼンテーションの方法は、どうすればよいのか」について勉強することができます。この授業で勉強することは今後4年の基礎となるもので、とても役に立つと思います。

POINT

- 大学の授業が実感できる
- レポートの書き方など、4年間で必要な知識が身につく

また大学によっては、パソコンの基礎を教えてくれる情報処理というような授業も用意されています。レポート作りに必須のワードや、プレゼンに必要なパワーポイントというソフトなど、大学の課題をこなすために必要なパソコンの使い方が勉強できます。

情報処理

情報処理は、パソコンの操作方法からはじまり、プレゼンテーション用のスライドやレジユメの作成方法、ワードやパワーポイントの使い方を勉強します。

○経営学部について知ろう

経営学部で扱う範囲を説明しましょう。企業の実例や、科目を勉強することで解決できる問題など、経営学部で勉強できることを見ていきます。

経営学総論を受けよう！

大学の勉強について知ったら、次はいよいよ経営学部がどんな学部なのか、どんなことが出来るのかを勉強しましょう。この学部についてしっかり知ること、自分のやりたいことはどんな勉強か、どうすればできるようになるかがわかります。

経営学総論

経営学部で扱う範囲を説明する科目です。企業の実例や、科目の知識で解決できる問題など、経営学部で勉強できることを知ることができます。

経営学部では、どんな勉強をするのでしょうか。それを、知るためには経営学総論の授業を受けるのがオススメです。この授業は、経営学が扱う事柄を幅広く説明しているので、この学部で出来ることを知ることができます。自分の勉強したい分野が見つかるかもしれません。

POINT

- ・経営学部の全体像を知ることができる
- ・この学部で勉強できる事、範囲を知ることができる

「経営学がどのような勉強なのか」、そして「経営学部でどんな勉強ができるか」はわかりましたか。次は、いよいよ自分のしたい勉強を見つける作業です。自分のしたい勉強や科目が見つければ、この経営学部ですべき目標が決められるはずです。

以下の授業は、経営学の基礎科目というべきもので、これらの科目で勉強する内容はこれからより深く勉強していく上で基礎となる必須の知識です。

それぞれの授業を受けて、自分の興味があるのはどんな分野なのかを探しましょう！

経営戦略

経営戦略とは、組織の中長期的な計画を立てることです。経営戦略には、事業単位で戦略を考える事業戦略・競争戦略、企業全体に関わる全社戦略、機能（生産、マーケティング、財務、人事など）ごとに戦略を策定する機能別戦略があります。どの戦略に興味があるかを考えながら授業を受けましょう。

ミクロ経済

インフレやデフレなどの経済変動や、経済政策を知るための基礎的な理論を勉強します。学生割引や飛行機の早割制度など、一見関係ないような事柄についても経済学の理論で考えることができます。金融系の科目を勉強するための基礎力にもなるので、興味があればぜひ受けましょう。

基礎統計

統計学とは、身の回りにある様々なデータの数を数えたり、平均を出したり、その傾向を見たり、分類したりと、データの性質や意味を理解することです。統計学基礎ではデータの基本的な分析の仕方と、その理論について勉強します。経営分析系の科目を勉強するには、必須の基礎科目です。

会計学入門

会計学は、財務会計と管理会計に分かれます。財務会計は、株主などの企業外部に対して、会計情報を提供する目的の会計方法です。管理会計は、経営者など企業内部で役立つ情報を提供する会計方法です。会計学入門では、会計の全体像が見えてきます。どちらに興味があるのかを考えて受けましょう。

マーケティング

マーケティングとは、商品やサービスが売れるための仕組み作りのことです。1つの商品を通して、企画から販売までの仕組みについて勉強します。その過程には、商品企画、流通、広告、消費者行動などたくさんの方があります。どの分野に興味があるのかを考えながら授業を受けましょう。

これらの基礎科目で、自分の興味がある分野をしっかり探ることが、授業を充実させられるかどうかにつながります！ここで、自分がやりたい分野を見つけたら、次のステップで具体的な科目を探してみましょう。

Step 3 興味がある勉強分野を探そう

Step2では、大学の授業はどうやって受けたいのかを伝えました。Step3では、自分のやりたいこと、興味のあることはどの授業を選択すれば勉強できるのかを探していきます。科目はジャンルごとに分かれていますので、興味のある分野から探してみましょう！

How to use ジャンルから授業を探そう！

以下では、経営学部の授業を大まかな9ジャンルにわけてあります。自分の興味がある分野から探していけば、受けたい授業が見つかりやすくなります！

画面をタッチして探そう！

PDF上では、それぞれのジャンルや授業名をクリックすることで、授業のページに移動することができます（印刷されている場合は、ページをめくって探してください）。シラバスで授業を探す面倒な時間をかけずに、自分の興味がある授業がすぐに見つかります！

※注意：大学によって科目名の詳細が違う場合があります。完全に同じ科目名でなくても、同じ内容を扱う場合があるので、探してみてください。

マーケティング

商品の作り方や、売り出すための戦略を勉強します。商品を作るためには、「消費者は何を欲しいのか」というニーズ調査が不可欠です。マーケティングでは、このニーズの調査から商品の企画、その宣伝方法までを学ぶことができます。

商品開発論

1つの商品が販売されるまで、発案からコンセプト決定、製作から宣伝までの流れを通して勉強します。商品開発の基礎を知ることで、既存の商品が作られた目的や理念を知ることができるようになります¹。

<この科目で学べること>

- ・ 既存の商品は、どのようなコンセプトで作られたのだろうか？
- ・ 商品企画をする時には、どのように進めたいのだろうか？

商品を開発するには、顧客がどのようなものを欲しがっているのかというニーズを調べる必要があります。この科目では、ニーズの調査の仕方からコンセプトを決定し、商品化するまでの過程を学ぶことができます。身の回りの商品が誕生するまでの経緯を見て勉強することが多いため、販売されている商品がどのようにして生み出されたのかを知ることができます。

マーケティングリサーチ

消費者が欲しがっている商品はどのようなものか、ニーズの調査を行い商品開発に活かす方法を学びます。アンケート結果のような顕在化されたニーズだけではなく、深層心理に潜む見えないニーズや傾向を導き出すことができるようになります²。

<この科目で学べること>

- ・ 日常生活を観察して見えないニーズを見つけ出す
- ・ アンケート結果を分析して、使用者の好みの傾向を探る

自分が欲しいもの、考えつくものを商品化しただけでは売れる商品はありません。実際の使用者を観察したり、インタビューしたりすることでニーズを探ることが必要です。この科目では、ニーズを調査するための様々な方法や、集めたデータを分析してユーザーの好みの傾向を導き出す方法を勉強します。

1: 西川英彦・廣田章光『1からの商品企画』碩学舎, 2012年。

2: 法政大学経営学部「マーケティングリサーチ」西川英彦先生講義参照。

流通論

作られた商品が消費者に届くまでのヒトやモノ、カネの動きを勉強します。どのように届けることが一番無駄を少なくできるのか、流通の効率化を考えたり、物流センター等の施設を建てる立地を決める判断材料にもなります³。

<この科目で学べること>

- ・ 商品が工場生産されてから販売されるまでの過程を知る
- ・ 通信販売などで、消費者へ商品をお届ける仕組みを知る

物流の流れの基本的な仕組みから、流通の変化が与えた小売業界への影響、卸売業者やメーカーの流通戦略がどのように変化したのかを勉強します。現在は優れた流通戦略は企業の大きな強みになるというほど、流通は企業経営にとって重要なものとなっています。

広告論

普段目にするテレビCMや電車の車内広告を題材に、その広告が作られた目的や戦略などを学びます。どの広告にも伝えたいメッセージやそれに合わせた戦略があり、宣伝以外の広告の役割を知ることができます⁴。

<この科目で学べること>

- ・ CM、車内広告はどんな目的で作られているのか？
- ・ CMの放送時期には、どのような意図があるのだろうか？

広告は、消費者が商品を買うかどうか大きく影響する重要な要素です。それぞれの広告には、見て欲しいターゲットや、見た後にして欲しい行動が目的として決められており、その実現のために広告を出すタイミングや手段が計画的に考えられています。実際の広告を題材に、テレビCMとネット広告の差や、放送時期の違いによる影響から戦略の重要性を学んでいきます。

経営史

現在までの産業の変遷や、日本と海外の企業の歴史を勉強します。時代ごとの産業の移り変わりや、過去に主流だった戦略を知ることで現在の経営体制への理解が深まります。

3：法政大学経営学部「流通論」矢作敏行先生シラバス参照。

4：法政大学経営学部「広告論」竹中雄三先生シラバス講義参照。

日本経営史

日本に企業が誕生した近代から現在までの企業の歴史を学びます。企業の変遷だけでなく、時代ごとの特徴や戦略の変化を知ることができます⁵。

<この科目で学べること>

- ・ 時代をリードした企業やマーケティング戦略を知る
- ・ 日本企業はどんな過程をたどってグローバル化したのか？

戦前の財閥は、どのような経緯で誕生したのか、高度経済成長期の日本企業は今どうなっているのか、日本企業の歴史と現在までの過程を扱う科目です。過去の有名な企業戦略や現在の企業形態が出来た経緯を勉強することで、今の日本の企業がどのような体制になっているのかを知ることができます。

日本的経営論

高度経済成長期に誕生した日本企業独特の仕組みを海外と比較して、経営における視点から日本の独自性や強みと弱みを勉強します。終身雇用や年功序列制度などの制度が生まれた背景を知ることができます⁷。

<この科目で学ぶこと>

- ・ 日本企業独特の制度が誕生したきっかけを知る
- ・ グローバル化によって変化している「日本企業」とは、どのような経営をしていたのだろうか？

年功序列や終身雇用など、日本独自の制度ができたきっかけと、その強みはどのようなものだったのかを学びます。近年話題になっている「日本型雇用の崩壊」について、日本型雇用の成り立ち、そして現在なぜ雇用体系が変化しているのかを学び、日本企業の経営の仕組みの優れた点と問題点を知ることができます。

産業史

産業革命と共に誕生した機械産業から、現在のIT（情報技術）企業へと変わっていった一大産業の変化を学ぶ科目です。過去の有力な産業や、企業活動の主役の移り変わりを見ていきます⁶。

<この科目で学ぶこと>

- ・ 鉄道や自動車など、身の回りの産業の誕生と普及を知る
- ・ コンピュータ産業はどのようにして広まったのかを知る

産業革命以降、どのような産業が誕生したのかを扱う科目です。鉄道や自動車産業はどんな過程で一大産業になったか、産業革命によって起こった変化と、当時の企業体制について知ることができます。また、近年急速に普及し広まったコンピュータ産業は、どのようにして誕生し広まっていったのか、産業の移り変わりを勉強する科目です。

5：法政大学経営学部「日本経営史」宇田川勝先生シラバス参照。

7：法政大学経営学部「日本経営論」金容度先生シラバス参照。

6：法政大学経営学部「産業史」藤澤利治先生講義参照。

会計

企業や社会のお金の流れについて勉強します。企業の取引を記録し、外部に公開するための決まりを勉強したり、商品を生産するのに掛かった費用から利益を計算したり、今後の戦略を考えるための判断基準を学ぶこともあります。企業活動を記録しお金の流れを可視化することで改善すべき箇所を見つけることで、投資家が投資をする判断の基準にもなります。

原価計算論

商品を作る時に、一個当たりいくら必要なのか製造原価を計算する手続きを学習します。そしてその原価情報を使い、原価の削減や製造方法の改善など、企業経営への活用の仕方を勉強する科目です⁸。

<この科目で学べること>

- ・ 商品を作るのにかかる費用の調べ方とは？
- ・ 身の回りの商品の価格はどのように決まっているのだろうか？

原価とは商品に利益を盛り込む前の価格のことです。例えばチョコレートの販売価格の裏には、原材料であるカカオや砂糖の仕入れ価格、工場の機械が稼働するのにかった光熱費、包装する銀紙や箱の原材料、加工費、輸送費や人件費などたくさんの費用がかかっています。それぞれの金額を調べ、削減すべき箇所を見つけるのに役立ちます。

財務会計

企業の経営成績を表すための「財務諸表」を作る制度と理論を勉強します。企業の経営成績がどのような基準で表されているのかを知ることで、その企業の財政状態を知ることができるようになります⁹。

<この科目で学べること>

- ・ 実際の企業の財務諸表が読めるようになる
- ・ 企業がどんな経営をしているのかを自分でわかるようになる

企業は、株主や投資家が投資判断をするために会社の状況を開示しなければなりません。企業間の取引では支払いのタイミングが様々であるため、取引があったときに売上が記録するのか、実際に支払われたとき売上が記録するのによってその会社の業績が大きく変わります。記録のタイミングがばらばらでは投資家や株主が適切な判断ができなくなってしまうので、外部に見せる情報ではどのタイミングで売上が記録するのかが定められています。

8：法政大学経営学部「原価計算論」福田淳児先生講義参照。

9：法政大学経営学部「国際会計論」筒井知彦先生シラバス参照。

国際会計

世界には、各国それぞれの会計方法があります。この科目では代表的な国の会計基準を勉強し、日本の会計基準とはどう違うのかを学びます。国籍の違う企業の会計情報を比較するのに役立ちます¹⁰。

<この科目で学べること>

- ・ 会計制度が、国ごとによって違うのはなぜだろうか？
- ・ 海外企業と日本企業の経営成績は、どのように比べるのだろうか？

会社の財政状態を示す決算資料は、決められた会計基準に従って作成されています。しかし、すべての国や企業が同じ基準で決算を行っているわけではありません。国ごとに決算方法が違っていると、投資家が投資先を決める時に比較するのも難しくなり、投資をするのが難しくなります。こうした事態を防ぐために、国際的な会計基準が定められています。

管理会計論

企業の取引を記録し、会社の戦略決定や資源配分の判断材料となるのが管理会計です。

外部に公開するために作られた財務会計とは異なり、原価や予算の配分などから企業の活動を振り返るためのものです¹²。

<この科目で学べること>

- ・ 商品をどれだけ売れば利益を得られるのか？
- ・ 会社は、資産をどのように分配しているのか？

企業が商品の原価から利益がいくら出るのかを管理したり、会社の資産をどう使うかまで予算配分を考える際に、参考となるのが管理会計です。過去の活動を記録することで、これからどのような戦略を取るのか、将来的な利益の出し方や費用の抑え方なども考えられるようになります。

税務会計

日本の税金制度の基礎を学びます。個人が納める消費税や所得税の仕組みを知ることや、企業が納める法人税は会計情報に記録する必要があるため、その制度について勉強します¹¹。

<この科目で学べること>

- ・ 消費税は、どのように国に支払われているのだろうか？
- ・ 所得税など、税金はどのように算出されているのだろうか？

税務会計とは、企業が課税所得や法人税額を算出し、それを税務当局に申告・納税するときの報告制度のことです。会社が国に納める法人税の金額決定の制度を勉強します。

また、個人の支払う税金制度について知ることによって、自分の身の回りの生活にはどのような税金が、いくらかかっているのかが計算できるようになります。

監査論

株主会社の監査制度について勉強します。会社の経営状態が正しく報告されているかを調査する監査がなぜ必要なのか、どのような仕組みで行われているのかを扱う科目です¹³。

<この科目で学べること>

- ・ 監査とは何か、基本的な制度を知る
- ・ 会社の報告が正しく行われているかが、わかるようになる

監査とは、会社の会計報告が正しく行われているか、粉飾決済など嘘の報告が無いかを確認することです。資格を持った監査人によって行われる監査と、監査役によって会社内部で行われる監査の2種類があります。監査人がある会社を調べる時には、会社と監査人の間で賄賂などの利害関係が発生することのないように様々な決まりが定められています。

10: 法政大学経営学部「国際会計論」筒井知彦先生シラバス参照。

11: 法政大学経営学部「税務会計」大下勇二先生講義参照。

12: 法政大学経営学部「管理会計論」北田皓嗣先生シラバス参照。

13: 法政大学経営学部「監査論」坂上学先生シラバス参照。

金融

世の中には現金だけではなく、株式や証券など目に見えない形でもお金が出回っています。国内外問わず、お金がどのように出回っているのか、お金の流れについて、経済学の知識や、その影響と合わせて勉強します。

14: 松村明編 (2006) 『大辞林 第三版』三省堂。

15: 法政大学経営学部「管理会計論」北田皓嗣先生シラバス参照。

16: 加藤周一 (2006) 『世界大百科事典 第2版』平凡社。

17: 『百科事典マイペディア』 (<http://kotobank.jp/word/国際金融>)

参照。

18: 法政大学経営学部「管理会計論」北田皓嗣先生シラバス参照。

ファイナンス論

企業の経営者は投資されたお金や配当金などの資金を動かす決断をします。決断の際、どのように投資する資金を調達して、どのようにそれを運用するのか、運用に必要な金融・証券知識を学んでいきます¹⁹。

<この科目で学べること>

- ・ 経営者は資金をどこからどのように調達してくるのだろうか？
- ・ 企業の株式の利率はどう決定されるのだろうか？

経営者は有望な事業を見分けて投資するかどうかや、投資のためにどこから資金調達してくるのか、投資家に対してどのような形でいくら還元すべきか等の意思決定をします。この科目では、このような意思決定で必要となる金融・証券市場の基礎知識、仕組みについて知ることができます。

国際経済論

現代社会では、国内だけでなく国際間でのモノとサービス、カネ、情報などが大量に移動しています。現代のグローバル経済でのさまざまな国際取引のメカニズム、制度などについて学んでいきます²¹。

<この科目で学べること>

- ・ 貿易はどんな仕組みで、どんな利益があるのだろうか？
- ・ 関税などの貿易政策にはどのようなものがあるのか？

身の回りには多くの輸入商品があふれています。安い商品が輸入されて買えるようになっても、日本企業の商品が売れなければ国全体の利益が減ってしまう。この科目では、貿易をすることで生まれる影響を調べたり、どのような貿易政策が一番多く利益を日本にもたらすのか、などの勉強をしていきます。

証券経済論

お金は現金だけではありません。その代表的なものが証券です。証券には小切手、国債や社債、手形など種類も多く取引の形も様々です。そんな証券市場の仕組みについて理解することができます²⁰。

<この科目で学べること>

- ・ 債権や株式を扱う証券市場はどのような仕組みなのだろうか？
- ・ 債権や株式の価格の決め方、経済に与える影響を学ぶ

国や地方公共団体、企業は債権や株式等で資金を調達しています。この科目では、その債権や株式の価格がどのような仕組みで決定されるのか、それらがどのように取引されているのか、価格の決定から取引の流れについて勉強します。また、証券の価格変動から起こる経済や社会への影響や、投資をする際のリスクやリターンについて知ることができます。

国際金融論

現在は国境を越えて海外のお金を買ったり、海外企業の株を買うことが当たり前になってきています。そうした国際間の取引について学ぶとともに、国際的なお金の動きによって生じる影響について学んでいきます²²。

<この科目で学べること>

- ・ 為替レートはどのように決定されるのだろうか？
- ・ 円相場が変わることによってどのような影響が出るのだろうか？

国際金融とは、国と国の間でのカネのやり取りのことです。国際的な貿易取引や送金、貿易の輸出入の量、その国の経済状況から為替レートが決定される仕組みについて勉強します。為替レートが変わることによって、国、国際社会に起こる影響を勉強していきます。具体的には近年のサブプライムローン問題、ユーロ危機などが例に挙げられます。また、現在までの世界の金融体制の歴史も学びます。

19: 法政大学経営学部「ファイナンス論」山崎輝先生シラバス参照。

20: 法政大学経営学部「証券経済論」岸本直樹先生シラバス参照。

21: 法政大学経営学部「国際経済論」高橋理香先生シラバス参照。

22: 法政大学経営学部「国際金融論」横内正雄先生シラバス参照。

日本経済論

戦後日本は外国とも関わりながら経済成長を遂げてきました。ここではその歴史について学ぶとともに、現在の日本経済が抱える問題について勉強し、どのような経済成長をしていくか考えていきます²³。

<この科目で学べること>

- ・ 高度経済成長にはどんな要因があったのだろうか？
- ・ 少子高齢化の経済への悪影響はどんなものか？

戦後から現在まで、高度経済成長期を含め、日本は絶えず経済成長してきました。この科目では、その過程にはどんなことがあったのか、経済成長ができた要因を勉強していきます。それぞれの時代の日本の経済政策や、外国との関わりの影響などを知ることができます。また、現在の日本の抱えるたくさんの課題から出る経済への悪影響や、将来的な日本の経済成長に向けた戦略についても勉強します。

経営分析

資産状況や経営状況などの情報が何もわからない会社に、投資はできません。企業の経営状況について知り、客観的に評価するための指標を学びます。また、データを集めて、そこから何かの規則性を発見できる分析手法も学ぶことができます。

金融論

世の中でお金を融通させるということは、政府や企業が動いただけでは成り立ちません。私たちの日常にも、家計という金融があります。この科目では、家計・企業・政府のお金の融通とその仕組み、制度について学びます²⁴。

<この科目で学べること>

- ・ 世の中に出回るカネの量は、どのように調整されているのだろうか？
- ・ 金利は、どのように決定されているのだろうか？

金融とは、カネを余っているところから不足しているところへ融通させることです。国の経済を安定させるために中央銀行では金融を行い、金利を調整することで貨幣の量を調節しています。中央銀行はどのような判断で景気を調節しているのか、その判断のためにどのような手段をとっているかなど、日本の金融政策について学ぶことができます。

23: 法政大学経営学部「日本経済論」飯塚信夫先生シラバス参照。

24: 法政大学経営学部「金融論」溜川健先生講義参照。

25: 加藤周一 (2006) 『世界大百科事典 第2版』平凡社。

26: 『百科事典マイペディア』 (<http://kotobank.jp/word/計量経済学>) 参照。

27: 『デジタル大辞泉』 (<http://kotobank.jp/word/統計>) 参照。

経営分析

株式や社債を買う際は、安定した投資をするために企業の経営状態がどうなのか、資産状況は大丈夫なのかを確認することが必要です。この科目では、会計情報からそのような企業の経営状態を読み取ることができるようになります²⁸。

<この科目で学べること>

- ・ 会社の資金力を知るには、何を見ればいいのか？
- ・ 商品をいくつ売れば、利益が出るのかわかるようになる
- ・ お金の使い方によって、企業の内部状況を推察できるようになる

この科目では帳簿（資産、売上、費用、負債等を記載したもの）から、企業の規模や資金力を読み取り、企業の経営の良し悪し、お金の使い方がわかるようになります。企業のお金の使い方がわかると、社員のために積み立てているお金があるかどうかなどもわかり、社員を大切にしているかなどの内部環境まで推測できてしまいます。また、利益を生み出すための方法について勉強することで、ある商品をいくつ売れば利益が出るのか、開発や宣伝にはどれだけお金をかけられるのかを知ることができます。

統計学

調査をする際、データを集めただけでは何も発見できません。経営学やマーケティング等のデータをからさまざまな角度から分類し、法則性を見つけることで新しい発見をするためには統計学というものが不可欠です。ここでは、統計学の理論について学びます³⁰。

<この科目で学べること>

- ・ 関数電卓を使って統計データが処理できるようになる
- ・ テレビが好きな人は、お菓子が好きなのだろうか？

上記のような疑問を、データから解決していくのがこの科目です。もしテレビを見ながらお菓子を食べる人が多く

計量経済

経済学関係の講義の中では様々な理論について勉強しますが、その理論が実世界に当てはまっていることなのかを検証しません。この科目はさまざまな経済理論を実際のデータを使って当てはまっているのかを検証していきます²⁹。

<この科目で学べること>

- ・ ミクロ経済学の理論は、本当に実現可能なのだろうか？
- ・ 調べた統計データを、経済に活用することができる

経済学には、ミクロ経済学、マクロ経済学などがあります。それらの中で勉強する理論が、本当に正しいのか、データを集め分析して確かめていきます。ミクロ経済学やマクロ経済学など、経済学を勉強する際に「この理論は実生活に当てはまるの？」という疑問を、統計学を使って解決していく応用の科目です。

存在するというデータを集められたら、両方好きな人が多ければテレビを見ながら食べるお菓子を企画することができます。そして、データから関連性を分析できるようにもなります。商品案の企画や経営の見直しなどに活かすことができます。

28: 法政大学経営学部「経営分析」福多裕志先生講義参照。

29: 法政大学経営学部「計量経営分析」鈴木武先生シラバス参照。

30: 法政大学経営学部「統計学」豊田敬先生シラバス参照。

情報技術

情報システムや新しい情報技術の開発は企業の発展には欠かせないものとなっています。情報を受発信する際の倫理観から、企業内外でのシステム管理、技術開発の管理まで学ぶことができます。

システム管理論

企業内で情報を効率よく共有できるシステムは、変化の早い社会にとっては不可欠です。この科目では、業務をネットワーク上で設計、管理、運用し、情報システム化することを学びます³⁴。

<この科目で学べること>

- ・ 顧客データは、ITを使ってどのように管理されているのだろうか？
- ・ ITを使って、どのように生産工程の管理ができるか？

昔は店舗数の多いチェーン店等では受発注や生産管理などが店舗ごとに異なり、それらの情報をひとつに管理できないことが問題でした。こうした問題に対して、ITシステムを導入することで解消し、顧客情報もひとつに管理できるようになりました。このような情報のデジタル化とITの基本的な知識や、システム開発のライフサイクル、プロジェクトマネジメント、サービスマネジメント、システム監視などといった、ITに関わる戦略・マネジメント分野に関する基本的な知識を学んでいきます。

31: 『デジタル大辞泉』 (<http://kotobank.jp/word/システム管理>) 参照。

32: 『はてなキーワード』 (<http://d.hatena.ne.jp/keyword/バクッター>) 参照。

33: 『IT用語がわかる辞典』 (<http://kotobank.jp/word/IT>) 参照。

34: 法政大学経営学部「システム管理論」江島夏実先生講義参照。

情報倫理

情報をスピーディに発信し不特定多数のひとへ発信できることは、便利であると同時に怖いことでもあります。情報社会でどのような問題があるのか十分に理解し、どんな意識を持ってどのように情報を扱うべきか学びます³⁵。

<この科目で学べること>

- ・ ブログの炎上への対応はどうすべきだろうか？
- ・ 情報漏えいを起こさないためには、どんな意識を持つべきだろうか？
- ・ 情報を正しく安全に発信できるようになる

現存する情報技術・サービスはどのようなものがあるのかを知り、情報・情報化とはどんなものか、情報化に対応する社会制度についても学んでいきます。ソーシャルメディアやブログで自分が情報を発信したり、活用する際にはどのような知識やモラルが必要となるかについて学びます。

情報技術論

コンピュータを使って情報を集め、情報を活用する仕組みのことを情報システムといいます。そんな情報システムにはどのような仕組みがあるか、どのように開発されるか、どのように運用されているかなどを勉強します³⁶。

<この科目で学べること>

- ・ レジの売上記録から顧客のニーズ、傾向を掴む
- ・ ネット販売のシステムはどうなっているのだろうか？

コンビニ等のレジで会計する際に使う機械（バーコードリーダーのようなもの）は、販売した商品と値段、販売個数、日時、購買者の性別年齢などの情報を記録し、販売実績や消費の動向などをデータとして管理します。この仕組みを使ってマーケティングの効果の測定や、売り上げ管理をしています。このような情報システムの仕組みの基礎知識や、パソコン、ケータイ、インターネットに関する情報技術と活用例を学ぶことができます。

経営戦略

企業を運営していくにあたり、独自の戦略というのはその後の会社の存続に関わってくる重要なものです。大企業だけでなく中小企業の立場からも、競争を生き延びていく術を学んだり、企業が海外進出するにあたってどのような戦略を立てていけばよいかを勉強します。

35：法政大学経営学部「情報と倫理」寺本卓史先生講義参照。

36：法政大学経営学部「情報技術論」入戸野健先生シラバス参照。

37：『中小企業庁～日本企業の屋台骨を支える～』（<http://www.meti.go.jp/information/recruit/keizai/chuushoukigyou/01.htm>）参照。

意思決定論

企業というのは、プロジェクトの決定であったり人員配置であったり、どんな場合においても最適な選択をしなければなりません。この科目では、事業モデルの選択と競争上の企業のポジショニング、環境変化への対応の背後にある戦略上の論理について勉強します。ある企業が収益力について勝る理由などに注目します³⁸。

<この科目で学べること>

- ・ 競合他社がどんな戦略を打ち出してくるかを考え、それより優位になれるように自社の戦略を考える
- ・ 企業が市場に進出、撤退の意思決定をするのにはどんな背景があるのだろうか？

企業は、同業他社と常に競争状態にあります。その中で自社商品はどの位置づけにあるべきか、どんなターゲットにどんな商品を打ち出していくかを考えています。この科目では、競合他社との関係から自社の戦略を考えていきます。経営事業にまつわる様々な意思決定とその過程について論理的に理解することができるようになります。

中小企業論

現在、中小企業と呼ばれる企業は約430万社（全企業数の99.7%）もあり、約2800万人（全従業員数の71.0%）が働いています³⁹。これからの日本経済が発展を遂げることができるか否かは中小企業や企業家がどれだけ活躍できるかにかかっています。そこで、大企業に比べて規模の小さい企業がどのような戦略をとっていくのか、どのように競争を勝ち抜いていくのかを勉強します。

<この科目で学べること>

- ・ ベンチャー企業の戦略、強みはなんだろうか？
- ・ 情報、ヒト、カネ等の資本が少ない中で中小企業はどうやって新しいビジネスを構築するのだろうか？

中小企業とは、資本金も社員数も限られた比較的小さい会社のことです。小さい企業でも高い技術力を持つベンチャー企業など、近年では中小企業への注目が高まっています。この科目では、そんな中小企業がどんな風に新しい事業を創造しているのか、またそれを支える支援制度や中小企業に関連した法制度についても学ぶことができます。

38：法政大学経営学部「戦略的意思決定論Ⅱ」福島英史先生シラバス参照。

39：『中小企業庁～日本企業の屋台骨を支える～』（<http://www.meti.go.jp/information/recruit/keizai/chuushoukigyou/01.htm>）参照。

国際経営戦略論

日本とは異なる海外のビジネス環境について知り、日本の企業が多国籍に活動するための経営戦略の決定方法を勉強します。

<この科目で学べること>

- ・ 日本企業が作った商品を、文化の違う海外でどのように販売しているのだろうか？
- ・ 海外進出した際にどんな問題が発生し、どのように解決するのが分かる。

近年、大企業だけでなく中小企業やベンチャー企業にも海外市場に進出する機会が増えてきています。海外市場は、国内の市場とは異なる市場であり、国内と同じ戦略方法で競争しても、競争優位を獲得できるとは限りません。そこで日本企業が海外市場でどのようにライバル企業に対する競争優位を獲得するのか、海外子会社をどのように経営するのかを考えます⁴⁰。

技術管理論

商品を生産するには技術が必要です。必要な技術を効率的に開発し商品に活かすには、それを管理することが重要です。新しい技術を生み出すためにどのように開発を管理するのか、技術が商品化されるまでの過程を学んでいきます⁴²。

<この科目で学べること>

- ・ 技術革新はどのようなきっかけで起こるのだろうか？
- ・ 新しい技術はどのように商品化されていくのか？

新しい技術を使った商品だからといって、それを顧客が欲しい・必要と思うものとは限りません。技術の新しさだけでなく、経済的価値を生み出していくためにはどのように技術を開発していけばいいのか、その技術開発管理、実行することを学びます。新しい技術をどう商品開発に活かせば顧客ニーズのある商品となるのかを学んでいきます。

国際経営論

企業が海外で商品を販売することは一般的ですが、最近では海外向けの商品を現地で開発したり、現地の子会社が海外での経営に影響を与えるようになってきています。経営者の目線から、様々な国や地域で事業を営む多国籍企業の諸問題や諸活動について勉強します。

<この科目で学べること>

- ・ 身の周りにあるたくさんの外国産の商品は、どのようにして日本にやってきたのか分かるようになる。
- ・ 親会社、現地子会社間の関係から海外向け商品のマーケティングを考える。

この科目では、安い労働力や通貨安競争、開発発展途上国への多国籍企業の進出などで変化を求められる日本の多国籍企業がどんな行動をすべきなのかを考えます。またこのような企業活動の国際化に伴う諸問題について経営戦略、組織、管理のそれぞれの立場から取り上げ考えます⁴¹。

40: 法政大学経営学部「国際経営戦略論Ⅱ」安藤直紀先生シラバス参照。

41: 法政大学経営学部「国際経営論」洞口治夫先生シラバス参照。

42: 法政大学経営学部「技術管理論」近能善範先生講義参照。

公共

国が国民の生活を豊かにするためにどのような活動をしているのか、また国（行政）だけでは手の回らない範囲を助けている非営利組織（NPO）がどのような活動で社会に関わっているのかを学んでいきます。

財政論

財政論には、国の財政を扱う国家財政論と地方自治体の財政を扱う地方財政論の二つが存在します。この科目では、日本の財政について税金や経済政策などから学んでいきます⁴⁵。

<この科目で学べること>

- ・ 国の政治の財源を知ることができる。
- ・ 税金はどのように使われているのか？
- ・ 効果的な支出を行うためにはどのようにすればよいのか？

国は国民の生活を豊かにするために、様々な事業を行っています。道路などの交通網や環境の整備など、公共事業を行うにはお金が必要です。この科目では、国が公共事業を行うために必要なお金の集め方、そしてどのようにしてお金の使い道を決めているのかについて勉強します。

43：法政大学経営学部専門科目B群〈金融・公共サービス関連科目〉「交通経済論Ⅱ」参照。

44：『ウィキペディア』非営利団体参照。

45：法政大学経営学部専門科目B群〈金融・公共サービス関連科目〉「財政論Ⅱ」、慶応義塾大学経済学部『財政論』飯野靖四先生シラバス参照。

交通経済学

交通とは私たちにとって密接な存在であり、日常生活において通勤や通学、食品の配送など、その基本的な活動の多くが交通サービスによって担われています。道路や電車といった交通網でヒトやモノが動くと起こる経済効果について勉強します⁴⁶。

<この科目で学べること>

- ・ 高速道路ができると、地域にどのような利益があるのか？
- ・ 過疎化は、交通でどのように解決できるのか？

日本には、高速道路や電車、船や飛行機などの多くの交通網が存在し、たくさんのヒトとモノが移動しています。この科目では、そのような移動によってどのような経済効果があるのか、どのような交通網を作れば利益を生みだせるのかを経済学を応用して勉強します。今日の問題としては、渋滞問題・環境問題・過疎地問題などが挙げられます。また、物流問題に関しては道路や鉄道、空港、港といった物流インフラの整備や維持のあり方について考えます⁴⁷。

非営利組織経営論

非営利組織（NPO）とは、行政だけでは手が回らないが企業が担うには難しい課題（例えば、環境問題や福祉、文化・芸術、スポーツ、異文化交流など）を受け持つ組織のことです。事業を通じて得た利益を出資者である株主等に分配しないことが特徴として挙げられます⁴⁸。このようなNPOがどのように運営をしているのか、どのような仕事をしているのかについて勉強します。

<この科目で学べること>

- ・ NPOの仕事について知る。
- ・ NPOの経営方法や、支援制度について勉強する。

利益を出すことが目的ではないNPOも、社員に払う給料など運営資金を集める必要があります。経営の利益以外にどのような方法で資金を集めているのか、その方法について勉強します。また、ソーシャルメディアを利用した資金集めやボランティア方法など、自分の身の周りの非営利活動について知ることができます。

46：法政大学経営学部専門科目B群〈金融・公共サービス関連科目〉交通経済論ⅠⅡ参照。

47：法政大学経営学部「交通経済論Ⅱ」小沢茂樹先生シラバス参照。

48：『ウィキペディア』（<https://ja.wikipedia.org/wiki/非営利団体>）参照。

組織

部活動、サークル、学校、企業など様々な組織（団体）がこの世に存在します。それらの組織が円滑に活動していくための組織の作り方、最新技術の運用や組織内の人員をどのように育てるかなどといった考え方を学びます。

49: 『PRESIDENT Online』 (<http://president.jp/articles/-/5334>) 参照。

50: 法政大学経営学部専門基礎科目B群〈人事関連科目〉「国際人事論」参照。

51: 法政大学経営学部「組織行動論」西川真規子先生シラバス参照。

52: 法政大学経営学部「人的資源管理論」佐野喜秀先生シラバス参照。

53: 法政大学経営学部「人材育成論Ⅱ」川喜多喬先生シラバス参照。

経営組織論

現代の競争力のある企業とは、優れた戦略を持ち、かつそれを実行できる組織体系が整っている企業だとされています。個人、集団、組織全体の視点から組織について理解し、変化に強い組織の作り方、他社に差がつく組織の育て方などを考えていきます⁵⁴。

<この科目で学べること>

- ・ 全国大会で勝ち残れるバスケ部を作るためにはどうしたらいいだろうか？
- ・ 競合他社と差別化した、活発な組織を作る方法。

活発な組織を作るには「全国大会への切符をもらい、注目を浴びたい」などの個人レベルでの目標をたてたり、個々のスキルを活かした作戦を作るといった対策が必要です。この科目では、個人、集団両方の視点から強い組織を作るためにどうしたらよいかを勉強します。

国際人事論

企業活動のグローバル化に伴い、ヒト、モノ、カネといった経営資源の移動も頻繁に起こるようになってきました。中でも人材問題はモノ、カネと比べて各国の経済社会、文化等との適合性がより重要です。そこで企業内での人事の役割を理解し、日本と米国の人事管理の違いとその特徴について勉強していきます⁵⁶。

<この科目で学べること>

- ・ グローバルに展開する企業が直面する人事問題とは？
- ・ 日本人が海外で働く際の問題について知ることができる。

日本企業が海外企業に買収され傘下に入った時、言語や文化、宗教、法律といった違いを持つ人が働くには、様々な問題が起きます。この科目では、どんな問題が起き、どんな解決策を取ればよいかを考えます。また、経営統合で起る問題から、異文化で働くことはどういうことかを考えることができます。

経営情報論

組織内で情報を効率よく共有することは、企業にとって大切なことです。その為に、この科目ではITは企業内でどのように活用されているのか、実際にITを使うことで得られる効果などを勉強します。

<この科目で学べること>

- ・ ITを使うことで、他社にはない利点を生み出す。
- ・ ITを戦略的に使い、競合他社を差別化する。

この科目では、現代の経営情報システムがどのような技術基盤をもち、どのように設計され管理されているかについて勉強します。具体的には「お菓子工場で異物が混入していないかITを使って簡単に確認できるようにしたこと、他社にはない安全性が手に入ったり、生産性が増した」等、ITを活用することで組織デザインや組織コミュニケーションにどのような変革をもたらしているかを組織・戦略的視点から考えます⁵⁵。

組織行動論

組織の中でひとが個人として集団としてどのような態度を取りどのように行動するのか、また組織構成員を組織の掲げる目標へ向かって行動を促すには、どうすればよいか勉強します⁵⁷。

<この科目で学べること>

- ・ チーム内で相手に自分の考えが伝わりにくかった時、どんな行動をとればいいのだろうか？
- ・ チーム内の衝突を解消するにはどうすればいいのだろうか？

考えが伝わらない時、自分が相手に伝わりにくい表現に変えて説明したり、話し合いの場所を変えてコミュニケーションをやすくする等、自分の行動でどう組織を改善するか考えていきます。この科目では、組織の一員として人と効果的に関わる方法やそこで生じる問題の解決策を考えます。

54: 『PRESIDENT Online』 (<http://president.jp/articles/-/5334>) 参照。

55: 法政大学経営学部専門基礎科目B群〈組織関連科目〉「経営情報論Ⅱ」参照。

56: 法政大学経営学部専門基礎科目B群〈人事関連科目〉「国際人事論」参照。

57: 法政大学経営学部「組織行動論」西川真規子先生シラバス参照。

人的資源管理論

組織構成員を組織の掲げる目標へ向かって動かすために、マネージャーや人事などの管理職の立場から、採用や教育訓練、配置転換、昇進・昇格、賃金管理などの人事制度を通じてどうしたら人々を活躍させられるかを考えます⁵⁸。

<この科目で学べること>

- ・ 部活のコーチは、どのようなことを考えて人員配置をしているのだろうか？
- ・ 良いチームを作るためには、どのような制度が考えられているのだろうか？

職場のマネージャーは、チームの能力を見て人員配置をしたり、社員のモチベーションを上げる制度を考えています。この科目では、戦力的なチームを構成するための組織構造や評価、報酬などからなる理論を勉強できます。

人材育成論

組織やプロジェクトを成功に導くためには有用な人材、専門的な知識を持った人材というのは必ず必要になってきます。そのような人材や企業内で人材育成を担当するプロフェッショナルを育成することについて勉強します⁵⁹。

<この科目で学べること>

- ・ バイト先で後輩の指導をするとき、どのような指導をしたら仕事のできる人材に育てることができるのか？
- ・ 部下のモチベーションを上げるには、どのような指導がよいのだろうか？

できる社員を作るためには、どんなふうにしたら人は育つのか、あるいは、教育者として必要である基本的な考え方を習得できます。この科目では、人材とは何か、モチベーションの仕組みやリーダーシップの基礎的な考え方を理解した上で現代の人材育成について考えていきます。

58: 法政大学経営学部「人的資源管理論」佐野喜秀先生シラバス参照。

59: 法政大学経営学部「人材育成論Ⅱ」川喜多喬先生シラバス参照。

Step 4 勉強した知識を活かそう

このステップでは、授業で学んだことを活かすことができる様々な活動を、それぞれの分野ごとに紹介しています。授業は、理論を勉強することが多く、その授業が「実際のどこで役に立つのだろうか?」、あるいは「どこに使えるのだろうか?」と疑問に思う人も多いはず。そんな疑問を解決するべく、このステップでは大学内外の活動にどのようにして活かせるか、使うことが出来るのかを紹介していきます。皆さんのサークル活動やアルバイトなど、一見勉強とは関係無いと思うようなことでも実は大きな関係があります。

勉強した知識を実際に活用して、より理解を深めながら、学習するモチベーションを上げましょう!

○公共科目

★ボランティアサークル、団体運営に活かそう!

サークルなどのボランティア活動も、収益を目的としないため、実は公共活動の一つです。

公共の科目では、非営利組織がどのように資金を集めて運用するのか、利益という目標がない中でどうやって組織の団結、モチベーションを上げるのかを勉強しました。これは、大学のボランティアサークルでも同じように活用できます。メンバーを1つの目標に向けさせるためにどのようなことができるか、授業で学んだ理論や方法が活かせるかもしれません。

★インターンシップに行ってみよう!

企業で職業体験ができるインターンシップは、民間企業だけでなく地方公共団体やNPO法人も募集していることがあります。

非営利団体の活動や公共活動に興味を持ったら、インターンをして実際にその現場を見てみることで、より興味や理解を深めることができるでしょう!

○経営分析科目

★収益予測を活用しよう!

あるものを売るとき、どれだけ売れば利益が出るのかを調べる収益予測を、経営分析の科目で勉強したはずで

す。

この収益予測は、特に商品企画のビジネスコンテストで

有効に使えます! ビジネスコンテストは参加者がそれぞれのビジネスモデルを作り、その内容や完成度、新規性により優劣を競うコンテストです。自分の考えた商品が、どれだけ売れば利益になるのか、より説得力のあるビジネスモデルが考えられるようになります。

★企業分析にも活用できる!

また就職活動では、自分が受ける企業について十分に知っておく必要があります。この時も経営分析の知識から、その会社の資金力や経営資産、良いところと課題などが分析から読み取れるようになり、志望動機を掘り下げられるはずです。

○マーケティング科目

★企画書を作ってみよう!

マーケティングの知識を使えば、商品の企画書を作ることができます! 企画書にはニーズの調査、アイデアの提案、コストの計算、どれだけ利益が見込まれるかなどを考えて書く必要があります。

マーケティングの分野で学んだ知識を使って、企画書を書いてみましょう! ビジネスコンテストへの参加や就職活動でも、自分の行きたい企業へ企画書まで作っていけば有利になるかもしれません。

★人の気持ちがわかる! 消費者ニーズ探索

消費者がどんなものが欲しいか、ニーズを調査することによって提案するアイデアがただの思いつきでなく、根拠のあるものになります。

消費者ニーズを調べることはつまり、人の気持ちを調べることです。調査方法を知ることで、ターゲットになる相手がどんな気持ちなのか、どんなことを考えているのかわかるかもしれません。サークル活動や恋愛にも応用が効きますね!

○経営戦略科目

★サークルを立ち上げてみよう!

経営戦略科目は、経営者が企業や団体をどう動かしていくのかを勉強していく科目です。これは企業に限ったことではなく、サークル活動など大学生活の身近なところでも充分に応用できます。

何か新しいことを始めたい時に、それを目標にサークルを作ればあなたは立派な経営者です。「活動目的の達成

のために、普段からどんなことをしていくのか?」、あるいは「より多くの人を集めるにはどうしたらいいのか?」など、そんな疑問を解決する知識がこの分野から勉強できます。

★実際に企業を立ち上げてみよう!

最近では、資本金1円から、つまりお金をほとんど持っていないだけでも会社を立ち上げることができるようになりました。

そのため、昔に比べて学生起業家も増えてきています。「これって売れるんじゃないかな?」、「こんなサービスを作れば絶対人気出るのに!」など、もしあなたがアイデアを持っているなら起業のチャンスです。経営者の意思決定や戦略の知識を、実際の経営で実践してみよう!

○会計科目

★就活で役立つ?! 企業分析方法

企業のお金のやり取りは、会計報告書として株主などに向けてHPなどで公開されています。その内容はとても専門的なことで、一見するとよくわからないものだらけです。しかし会計科目を勉強すれば、その企業の会計報告書を読み取ることができます。そこから企業のお金の流れや、出資や売上、賃金などを知ることができ、どのようなお金の使い方をしているのかがわかるようになります。将来に向けての投資が多い、賃金が多いなど、企業の特徴を知れば就活での企業選びにも役立つかもしれません。

★家計簿で、自分の生活を見直そう!

普段は付けない家計簿も、会計の勉強をすればただの記録ではなく生活を見直す分析データになります!

食費、交通費、給料など、自分の生活の収入と支出を確認でき、お金の流れを知ることができます。どこの出費を減らすべきか、節約するポイントが見えるかもしれません。

○金融科目

★株取引ができるかも?!

金融科目を勉強して、日頃ニュースで流れる経済政策がどのような目的で決められたのかを知れば、それが株価にどんな影響を与えるかを考えられるようになります。過去の株価の動きを社会の動きを当てはめて、どのようなきっかけで動いていたのかを考えてみましょう。証券市場の仕組みがわかれば、株取引ができるかも?!

○組織科目

★自分の団体を変えてみよう!

サークル、学生団体、ゼミ活動など、大学では団体に入って活動することがよくあります。組織のメンバーとして、時にはリーダーとして、メンバー全員が目標に向かって活動できるよう工夫が必要です。メンバーのストレスを解消させたり、コミュニケーションを円滑に進めたりするためにすべき自分の行動を知れば、自分の団体をよりよくすることができるはずです!

○経営史科目

★世界史の見方が変わる!

経営史では、企業や産業の発展の軸を勉強します。高校までに勉強してきた世界史や日本史などの歴史も、産業や商売という新しい目線で見ることができるようになります。

大学の授業で、もう一度歴史を勉強しなおせば、より理解が深まるでしょう!

○情報技術科目

★プログラムを作ってみよう!

情報技術の科目では、普段使っているコンピュータやプログラムの仕組みを勉強します。また大学によっては、プログラムを学ぶ科目もあるので、学んだ知識と合わせて自分で新たなプログラムを作ることも可能です。スマートフォンのアプリなども自分で作ることができるかもしれませんね!

おわりに

皆さん、本書を読まれて、いかがでしたでしょうか? 普段の授業で学べる知識は、大学生活のさまざまな場面で応用できます。一見関係ないことが関わりを持っていたり、どんな原理だったのか、その仕組みがわからなかったことがわかるようになります。

ここに挙げたもの以外にも、皆さんの大学生活の周りには授業で学んだ知識を活かせる場面が多くあると思います。ただ授業を受けて単位をとるというだけでなく、しっかりと勉強する目的意識を持って受けることが、大学生活を充実させる第一歩です!

もちろん、「～に使えるから」というだけが勉強の目的ではありません。大学は自分の専攻分野を研究する場です。専門的に、しっかりと掘り下げて学んでいくことが求められます。それは、とても大変なことですが、学ぶ分野を自分の興味があるものから見つけていけば、目標が見つかり勉強しやすくなると思います。本書が、そのきっかけになれば幸いです。

ここまで、高校と大学の授業の違いからはじまり、大学での授業の受け方、自分のやりたい科目の選び方、受けた授業の活かし方について触れてきました。

大学は高校までとは違い、自分で履修を組み、基本的に先生の関与はなく自分で学習を進めていきます。しかし大学では、楽に単位を取れる、あるいは出席をしなくても単位が取れる授業を選ぶというような風潮があり、それに流されてしまっている学生も多くみられます。せっかく大学に入ったのに、なんの興味も得られず、納得のいく勉強ができないまま時間を浪費するというのは、もったいないことです。私たちは授業の時間を少しでも有意義な充実した時間に変えてもらいたいと思い、この本を考えました。

皆さんは、自分の興味がある、勉強したいと思える科目に出会えたでしょうか？ 大学に入ると、サークルに入ったり、新しい友人を作ったり、アルバイトを始めたり、新しいスタートがたくさん始まります。受験前に、「大学でも勉強を頑張ろう!」と思っても、新しい楽しさでつつい忘れてしまうこともあると思います。しかし、大学生活の時間には限りがあり、その時その時にできることも限られています。「あの時、ああしておけばよかった」なんて後悔することがないように、「どうして経営学部に入ったのか」、そして「経営学部で何を勉強したいと思っていたのか」ということを忘れずにしましょう。一方、この時点でも、まだやりたいことが見つからないという人は、少しでも自分の興味や関わってみたいことから考えてみませんか。皆さん、それぞれのより有意義な学生生活を過ごせるようにしていきます!

1からシリーズ



1からの流通論
石原武政・竹村正明 (編著)



1からのマーケティング
(第3版)
石井淳蔵・廣田章光 (編著)



1からの戦略論
嶋口充輝・内田和成・
黒岩健一郎 (編著)



1からの会計
谷武幸・桜井久勝 (編著)



1からの観光
高橋一夫・大津正和・
吉田順一 (編著)



1からのサービス経営
伊藤宗彦・高室裕史 (編著)



1からの経済学
中谷武・中村保 (編著)



1からのマーケティング分析
恩蔵直人・富田健司 (編著)



1からの商品企画
西川英彦・廣田章光 (編著)



1からの経営学 (第2版)
加護野忠男・吉村典久
(編著)



1からのファイナンス
榊原茂樹・岡田克彦 (編著)



1からのリテール・マネジメント
清水信年・坂田隆文 (編著)



1からの病院経営
木村憲洋・的場匡亮・
川上智子 (編著)



1からの経営史
宮本又郎・岡部桂史・
平野恭平 (編著)

碩学叢書



マーケティング
クリエイティブ (1巻)
石井淳蔵・大西潔 (編著)



病院組織の
マネジメント
猶本良夫・水越康介 (編著)



百貨店の
ビジネスシステム変革
新井田剛 (著)



国際マーケティング
小田部正明、K・ヘルセン (著)
栗木契 (監訳)



メガブランド
張智利 (著)



[新訳] 事業の定義
デレク・F・エーベル (著)
石井淳蔵 (訳)



セールスインタラクション
田村直樹 (著)



ことばとマーケティング
松井剛 (著)



新しい公共・
非営利のマーケティング
水越 康介・藤田 健 (編著)



企業変革における
情報システムの
マネジメント
依田祐一 (著)



よみがえる商店街
畢滔滔 (著)

碩学舎ビジネス双書



商業・まちづくり口辞苑
石原武政 (著)



ビジョナリー・
マーケティング
栗木契・岩田弘三・
矢崎和彦 (編著)



旅行業の扉
高橋一夫 (編著)



コトラー8つの成長戦略
フィリップ・コトラー/
ミルトン・コトラー (著)
嶋口 充輝、竹村 正明 (監訳)



寄り添う力
石井淳蔵 (著)



グローバル・
ブランディング
松浦祥子 (編著)

SBJ 碩学舎ビジネス・ジャーナル

<http://www.sekigakusha.com/sbj/>



vol.1
商業を捉える論理
石原武政・水越康介・西川英彦



vol.2
「創造的瞬間」とは何か？
石井淳蔵・水越康介・西川英彦



vol.3
マーケティングの論理
嶋口充輝・水越康介・西川英彦



vol.4
事業の定義復刊の意義
石井淳蔵



vol.5
欲望とは何か
田中洋・水越康介・西川英彦



vol.6
データをマッサージする
中西正雄・川上智子・石淵順也



vol.7
日本の管理会計：
「数字へのこだわり」とインターアクション
が創造性を生み出す
谷武幸・窪田祐一・廣田章光



vol.8
碩学アーカイブ 石原武政-1
石原武政



vol.9
碩学アーカイブ 石原武政-2
石原武政



vol.10
碩学アーカイブ 石原武政-3
石原武政



vol.11
日本のコーポレート・
ガバナンスを問う
加護野忠男・山田幸三・吉村典久



vol.12
碩学アーカイブ 石原武政-4
石原武政



vol.13
『1からの病院経営』
刊行にあたって
木村 憲洋・的場 匡亮・川上 智子



vol.14
『セールスインタラクション』の
刊行にあたって
：営業が生み出す消費欲望とは？
松井 剛



vol.15
碩学アーカイブ 石原武政-5
石原武政



vol.16
『新しい公共・非営利のマーケティング』
の刊行にあたって
水越 康介・藤田 健



vol.17
第1回碩学舎賞奨励賞受賞作
「日本企業の多角化と企業価値に
関するパネルデータ分析」
池田雄哉



vol.18
第1回碩学舎賞奨励賞受賞作
「後発企業のネットワーク戦略
-北海道におけるワイン・クラスターの
競争逆転-」
長村知幸



vol.19
碩学アーカイブ 石原武政-6
石原武政



vol.20
消費者行動研究と戦略論をつなぐ
和田充夫・新倉貴士・水越 康介



vol.21
最終講義
「マーケティングと消費者行動」
池尾恭一



vol.22
1からの経営学部
伊藤貴晃・岸本のぞみ・久野恵理子
(法政大学経営学部西川英彦ゼミ
チームローニーズ)



Sカレ

Student Innovation College

Sカレは、実際に商品化を目指す、28大学横断の商品企画プロジェクトです。
「Student Innovation College」"Sカレ"は、教室でマーケティングを学ぶ学生たちが、
「ビジネス・モノづくり・発想力」をリアルな現場で学びます。

Sカレサイト <http://s-colle.ws.hosei.ac.jp/>

SBJ-碩学舎ビジネス・ジャーナル- vol.22 (2014年4月2日発行)

碩学舎×Sカレ「1からの経営学部」

法政大学経営学部西川英彦ゼミチームローニーズ

伊藤 貴晃・岸本 のぞみ・久野 恵理子

Online edition : ISSN 2187-0845

碩学舎の会員になりませんか？

碩学舎の教員会員ページでは、大学・専門学校の教員の方へ向けて「1からシリーズテキスト」を使った講義に役立つ資料や情報をお届けしています。

※教員会員ページにはログインが必要です。教員会員資格は、大学・専門学校の教員および博士課程の大学院生の方に限ります。

株式会社 碩学舎
Sekigakusha

〒101-0052
東京都千代田区神田小川町2-1 木村ビル10F
フリーダイヤル 0120-778-079

碩学舎公式サイト
<http://www.sekigakusha.com>
Facebook
<https://www.facebook.com/sekigakusha>