

PASSAGES

パッセージ

北海学園大学

2008
Vol.11

経営学部報

携帯電話月額いくら？



PICK UP
ピックアップ

回答者の姿を映し出す1枚の紙

今回は、「経営統計学概論」を担当されている関哲人先生にアンケートの謎についてお話していただきます。アンケートがちゃんと設計されていなければ、せっかく実施したって、まったく意味をなさないんですね。



関 哲人 講師

1975年東京都出身。
2007年高崎経済大学大学院経済・経営研究科修了、博士(経営学)。2008年より本学経営学部へ。本学では経営統計学概論、情報システムを担当。組織における情報システムの利用に関する実態調査を行っている。

まず、次の設問に答えてください。

- 【設問1】あなたの携帯の月平均の利用額について当てはまるものに○をつけてください。
- ① 10000円未満
 - ② 10000円以上20000円未満
 - ③ 20000円以上

- 【設問2】あなたの携帯の月平均の利用額について当てはまるものに○をつけてください。
- ① 4000円未満
 - ② 4000円以上6000円未満
 - ③ 6000円以上8000円未満
 - ④ 8000円以上10000円未満
 - ⑤ 10000円以上12000円未満
 - ⑥ 12000円以上

言うまでもなく、この2つは同じことを聞いている質問紙ですが、選択肢が異なっています。月額平均7000円の方は、【設問1】では①10000円以下、【設問2】では③6000円以上8000円未満と回答することになります。

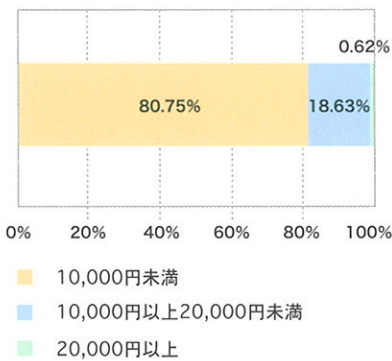
この設問を、私が担当している講義の受講生168人に行った結果が左下のグラフになります(ここでの質問紙調査は携帯電話利用全般に関する実態調査であり、今回の【設問1・2】はこの調査の一部抜粋となっています)。

【設問1】だと、10000円以下という人が80%程度ということしか分かりません。

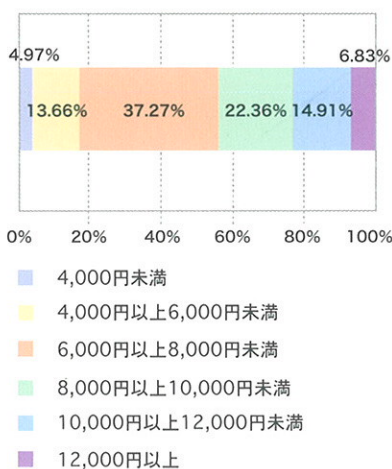
【設問2】だと、6000円以上10000円未満で約60%と8000円を中心とした区分の回答が多く、8000円未満約56%、10000円未満約78%、12000円未満約93%で、12000円以上は7%程度で少数ということが読み取れます。

【設問1】のような大きな区分では利用者の料金構成を十分に知ることはできず、【設問2】のような適度な区分によってつかむことができます。そして、設問2の結果と性別、機種、固定電話の有無、各プランの加入の有無などのデータと組み合わせること(クロス集計)で、利用者の姿により迫ることができます。例

設問1回答結果



設問2回答結果



えば、【設問2】における8000円未満の利用者の特徴は何かを知ることにつながります。利用者の姿を映し出すためには質問者は十分に質問紙を設計しなければなりません。また、質問紙(アンケート)調査は、企業にとっても、重要なものとなります。顧客や利用者の実態を把握し、その結果をもとにアクションを起こすことも少なくないからです。

ある組織体では、システムXが全く使われない実態を把握していました。その時、システムXの利用者に下記の設問を含めた質問紙調査を行いました。

- 【設問1】月あたりのシステムXへのアクセス回数を教えてください。
- ① 0回から100回
 - ② 101回から200回
 - ③ 201回から300回
 - ④ 301回から400回
 - ⑤ 500回以上

結果は、回答(約360社)の約90%が①0回~100回となりました。この結果から

は、大部分が使っていないということしか分かりません。

仮に、質問紙の設計段階で①0回、②1回~2回、③3回~4回...などと、注意を払って設問を作っていたら、例えば、0回と1~2回の違いはあるだろうかなど、詳細を知ることにつながったかもしれないと思うと、惜しまれます。

したがって、この調査は全く意味のないものとなります。しかも、この大規模な調査はシステムXの今後の命運をかけたものであり、質問紙の送料だけでも数十万円~百万円程度、相当な費用をかけていました。質問紙の設計を誤ったがために、この組織体はシステムXに関する具体的な対策は打てないでしょう。

このことから、質問紙調査は単なる紙切れではないことが分かっていでしょう。一枚(あるいは数枚)の質問紙から見えるものは大きく、だからこそ、質問紙の設計には相当の労力が払われるべきなのです。



れくなび

~Lecture Navigation~

[講義紹介]



高校までとは違い、大学では自分で履修する科目を決め、時間割を作成することになります。そのためには、どのような講義がおこなわれているかについて、よく知っておかなくてはなりません。もちろん、経営学部でも、幅広い分野の様々な講義が行われています。ここでは、ごく一部ですが、その内容を紹介したいと思います。

総合実践英語

塩川春彦先生

総合実践英語科

目は、学生の将来

の職業生活で求め

られる実践的な

英語力、在学中ま

たは大学院に進学した

際に、専門分野の学習や研究に役に立つような

英語力の養成を目指しています。読む、聞く、書く、話すの4技能を統合的に学習すること、教室内外においてPCやインターネットを多く利用すること、などの特徴も持っています。総合実践英語科目群には、コミュニケーション・ストラテジー、ライティング・ストラテジー、リサーチ&プレゼンテーションなどの科目群があります。そのうち4科目を、今年度は担当しています。

上記の目的を達成するために、私は教材の開発に力を入れています。私が担当するリーディング・ストラテジーBでは、経営学およびその関連諸科学の基本的な概念や語彙を学べるようにしています。そのために、教科書『英語で学ぶ経営学の基礎』（マクミラン・ランゲージハウス）を執筆しました。4年生科目で私が担当する時間は、すぐ目の前の職業生活での必要性を考慮し、やはり私が執筆した『ビジネス英文メール入門』（マクミラン・ランゲージハウス）を用いて、ビジネスEメールの基礎を教えることにしています。



行動科学概論I・II

田村卓哉先生

行動科学概論I・IIは、経営学部に入學した1年生ほぼ全員が履修する導入科目の一部です。「行動科学」はいろいろな学問分野の集合体ですが、この講義では、特に心理学からのアプローチを紹介いたします。ですから、この講義は、経営学を学ぶ上での土台作りの一環であるのと同時に、2年次以降で学ぶ心理学関連諸科目の入門講義でもあります。

具体的なテーマとしては、知覚、学習、記憶、思考、性格、感情、社会行動、発達などが取り上げられます。さらに、テーマごとに講義を担当する教員が交替します。したがって、この講義を受講すると、心理学の主要な研究分野・心理学的な人間観に触れることができるだけでなく、経営学部（すなわち本学）に所属する心理学専攻教員全員の話聞くことができるわけです。

なお、経営学部で所定の心理学関係科目を履修すると、（社）日本心理学会が認める「認定心理士」という資格を取得することができます。行動科学概論I・IIの単位は、その資格取得にも利用できます。経営学部にも所属しながらこの資格にチャレンジできる大学は、全国的に見ても非常に珍しいので、積極的に挑戦していただきたいと思います。



マーケティング

伊藤友章先生

企業組織の様々な活動の中でマーケティングとはどのような活動を指すのでしょうか。市場の分析・調査、新商品の企画、広告宣伝、営業など様々な答えが返ってきそうですが、もっと率直な表現をすれば、マーケティングとは、市場で自社の製品・サービスが「売れるようにするため」そして「売れ続けるようにするため」の活動全てを指すともいえます。売れるようにするためには、相手である買い手（消費者）に自社の製品・サービスを好きになってもらわなくてはならないでしょう。その点では、誰もが今までの人生で経験してきたでしょう。恋愛とか受験とかの活動にも似たところがあります。しかし、それらのことで多くの人が心を悩ませてきたように、組織が多くの消費者に自分たちを好きになってもらうということはとても難しい問題です。さらに、売れ続ける（好きでいてもらい続ける）ことはもっと大変です。

売れるようにするための唯一の法則などはありません。ただ、どのようなことをどのように考えていけば良いのかといった思考の枠組みを学ぶことで、成功する確率を少しでも高めることは出来るでしょう。講義では、市場志向、顧客価値、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、マーケティング・ミックス、ライフサイクルなど基礎概念（+それにまつわる事例）を、順を追って説明しながら、売れるようにする、売れ続けるという難問について思考するための枠組みを修得していきます。



今年度から、経営学部では、北海道経済産業局による特別講義「北海道の地域イノベーションと産業政策」がスタートしました。2年生を中心として多くの学生が履修しています。いったい、どのような内容の講義が行われているのでしょうか？



シンクタンくん▶
経営学部のひっそりマスコット。大きな脳で大量の情報を処理し、体のタンクで保存する。

📖 授業のねらい

経営学部では、独自の履修科目として特別講義を用意しています。この特別講義で、学生の皆様に現実の社会に触れ、これを学ぶ機会を提供したいと思っています。理論に偏りがちの大学講義を補完する重要な科目と考えています。今年公開している特別講義は、北海道経済産業局の提供による「北海道の地域イノベーションと産業政策」という講義です。

📖 特別講義の概要

今回の特別講義では、「北海道の地域イノベーションと産業政策」というテーマの下で、北海道地域経済の現状と課題を整理した上で、急速に変化する環境の中、道内の各地域や産業・企業がどのような状況でどのような対応が考えられるのか、またどのような価値観やメカニズムで国が支援をしているかを学び、それぞれの経営が置かれた環境の中でどう発展するのか、政策はどうかかわるかを学び、受講者に生の北海道社会に触れてもらいます。

📖 授業計画

授業計画は大きく4つの分野からなっています。それらは、①総論(北海道経済概観、経済産業政策の概要と政策決定メカニズム)、②各論・地域イノベーション(地域ブランド形成、新価値創造等、産業立地促進政策、商業・中心市街地活性化)、③各論・産業政策(中小企業政策、地域資源活用プログラム、北海道・Tイノベーション戦略、北海道パイオ産業成長戦略、モノ作り産業活性化)、④各論・複合領域(エネルギー政策、消費者政策、製品品安全政策、技術政策(知的財産含む)、創業支援・産学官連携、産業人材政策)です。

「アイガクの
ガン
なヤツ」



経営学部4年
えちこ りょうじ
越後 諒治 くん
●研修先/株式会社ハダシ

1 意外に重要だと知った会計の知識

経営学部では、大学がおこなっているインターンシップ制度とは別に、独自の「企業研修制度」を設けています。この企業研修制度では、事前指導・事後指導を含め一年をかけて企業の中での実際のビジネスに触れ、経営学理論が実践の場でどのように使えるのかを学ぶことができます。経営学部4年の越後諒治くんは、その学んだことが就職活動にどのように役だったのかを中心にインタビューをおこないました。

実際にハダシに研修にいった、最初に担当した業務は会計ソフトへのデータ入力でした。ハダシでは、企業の会計業務のアウトソーシング事業を主力にしている、クライアントからの依頼にもとづいて、特定のソフトにデータを入力する作業があります。さまざまなクライアントの財務情報が寄せられ、それらを実際に目にする中で、意外に赤字企業が普通に存在することを知りました。それまで僕は、赤字だと

Toyohira think tank

受講者の声

今回は、熱心に聴講されている社会人学生の本間さんに感想をお聞きしました。「この

講義で、北海道経済産業局の現在の取組みと、緊急に取り組みべき重点を知り、北海道の地域経済の現状と課題が明らかになった。

北海道の大地と人材を生かした中小企業の再生及び活性化

が、北海道経済の発展につながると思う。また、支援事業で販売達成された

中小企業の製品と計画の実例は、強く印象に残った。」「経営学部2部3年C2本間つじ」

また、受講している2年生も履修した感想をコメントしてくれました。「この授業は、北海道のイノベーションと産業政策を学べるだけではなく、環境問題（地球温暖化など）も取り上げている。北海道の経済の現状やどのようなことを力を入れているかなどを詳しく学ぶことができるので、とても勉強になっています。」「経営情報学科2年」。「この講義を受けて、自分は、今住んでいる北海道について、何も知らないということを実感します。また、同時に、もっと北海道について知っていききたいという気持ちと、自分も何か身近に地域に貢献出来ることがあるのではという思いになります。北海道経済産業局の方のお話を直接聞けるという経験はなかなか出来ないのです。この時間を大切にしたいです。この講義を受けて、北海道、自分が住んでいる地域に関心を持つようになりま



受講している本間さん

した。」「経営学科2年」。「いつも静かでありやすい授業なので、しっかりと北海道についての知識がついています。2時間授業は長く感じますが、内容が社会人になってから役に立つ授業だと思っています。」「経営情報学科2年」



講義風景

企業は倒産するのでは、というイメージを持っていましたが、ベンチャー企業などの場合起業から間もない場合はある意味故意に赤字にすることもあることを知りました。

2 社長との語りから学んだこと

僕はもともと起業に興味があって、将来的には自分で会社を興したいと思っています。ハダシは社長が40代で独立して起こしたベンチャー企業ですが、社長は独立前には銀行で海外駐在経験もある経験豊富な方です。実地研修の間は、社長に飲み込んで行ってもらうこともあり、社長から起業についていろいろ話を伺うことができました。当初、僕は卒業後すぐにでも起業したいと思っていましたが社長の経験談を聞くうちに、起業にはタイミングがあり、チャンスをつかうことが重要なんだと考えるようになりました。これ以外にも、社長にはさまざまなビジネスの話の伺い、僕自身これをきっかけに社会の仕組みを徐々に理解できるようになりました。これまであまり読むことのなかった新聞も興味を持って読むことができるようになり、このような経験は後々の就職活動にも役立ちました。

3 後輩へのメッセージ

北海道の学生は「どさんこ魂」といっか、結構積極的な人が多いと思います。実際、僕の周りにもそういう人が大勢います。是非、多くのおみなさんが企業研修に参加することで、自分ももっとできることや、東京の学生にもまったく引けを取らないことを知って欲しいと思います。



CAMPUS NEWS

● 経営学部からのお知らせ ●

第2回オープンキャンパス開催

8/4(月) 13:00~16:00

学部の理念や特長などの学部紹介や「経営学部ではどのようなことが学べるか」に関する模擬講義が行われるほか、在学生による学生生活に関する生の声を聴くことができます。

第3回オープンキャンパス開催

10/4(土) ①13:00~16:00 ②18:00~19:30

①では、学部紹介や「経営学とは何か」に関する模擬講義が行われるほか、特長的科目である「企業研修」と「総合実践英語」の受講学生による取り組みと学習の成果を聴講できます。②では、2部希望者のための学部紹介、学内施設見学、講義見学、個別相談会を実施します。

特別入試

経営学部では右記の日程で特別入学試験を実施します。詳しくは経営学部事務室までお問い合わせください。

試験	学科	出願期間	試験日	選抜方法
推薦入学試験(指定校制)		11月1日(土)~	11月30日(日)	書類審査・面接
アクティブ特別入学試験	1部経営学科・経営情報学科	○郵送の場合 11月11日(火)		書類審査・小論文・グループディスカッション
海外帰国生特別入学試験		消印有効		日本語作文・面接
外国人留学生特別入学試験	1部経営学科・経営情報学科・2部経営学科	○窓口受付の場合 11月12日(水)		面接・日本留学試験結果
社会人特別入学試験【1期】		午後4時締切		書類審査・面接
推薦入学試験(公募制)	2部経営学科		書類審査・面接	

■お問い合わせ先
〒062-8605 札幌市豊平区旭町4丁目1-40 北海学園大学経営学部事務室
TEL.011-841-1161(代) FAX.011-824-7729 E-Mail: admin-ba@ba.hokkai-s-u.ac.jp

■企画・制作
中西印刷株式会社
Hiroe DESIGN(高橋宏枝) / 三井宏美

PASSAGES

大学生生活は、多くの通過点(PASSAGE)を乗り越えながら、人生における重要な一節(PASSAGE)となるものです。PASSAGEは、経営学部生のさまざまな学習経験を支え、教員・学生の相互対話を促す窓という意味を込めたものです。