

PASSAGES

パッセージ

北海学園大学経営学部報

PICK UP
先生解剖

佐藤大輔

ゼミナビ | 五十嵐祐ゼミ・下村直樹ゼミ・大平義隆ゼミ

TOYOHIRA THINK TANK | 北海学園大学経営学部の教育

ケイエイガクブのグ〜なヤツ | 2部経営学科4年 本間つじさん

2010
Vol.

14

見たかな!? 正解はコレ!

表紙の写真 ▶ 可能性の一步を踏み出そう→スニーカー
裏表紙の写真 ▶ いろんな夢をふくらませて→風船

[パッセージ] Vol.14 2010年3月発行：北海学園大学経営学部

<http://www.ba.hokkai-s-u.ac.jp/ba/>

CAMPUS NEWS

●経営学部からのお知らせ●

経営学部では、学部独自の教育や取り組みを紹介するウェブサイトを開発しています。受験情報だけでなく、経営学部が行っているさまざまな取り組みが紹介されていますので、是非一度ご覧ください。

経営学部ウェブサイト
<http://www.ba-hgu.jp/>

平成22年度 オープンキャンパス案内

第1回

6/26(土) 予定

第2回

8/6(金)・7(土) 予定

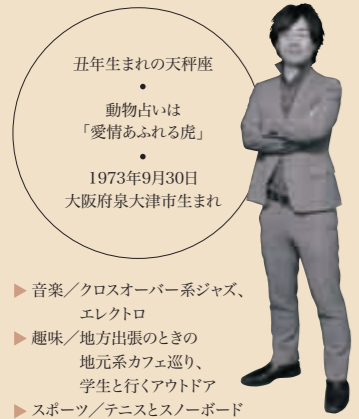
北海学園大学では、毎年受験生向けのイベントとして、大学の施設や教育内容、受験案内などを行うオープンキャンパスを開催しています。今年度も例年同様6月から数回にわたって行われる予定です。オープンキャンパスでは、大学の施設をツアー形式で見学するイベントや、各学部が独自に教育や特色を説明する説明会などが行われ、大学を知るための最も有意義な機会になっています。経営学部の説明会では、例年、優れた教育環境や就職成果、心理や情報などをはじめとする特徴的なカリキュラムの紹介、さらには経済学などと経営学との違いに関するミニ講義などを行っています。

■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局
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。



五年生まれの天秤座
 ・動物占いは「愛情あふれる虎」
 ・1973年9月30日 大阪府泉大津市生まれ

▶音楽/クロスオーバー系ジャズ、エレクトロ
 ▶趣味/地方出張のときの地元系カフェ巡り、学生と行くアウトドア
 ▶スポーツ/テニスとスノーボード
 ▶こだわり/デザイン(衣食住、モノ)
 ▶好き/ステーキ、グラタン、カレー
 ▶嫌い/漬け物、酢、魚卵
 ▶口ぐせ/「全然オッケー」「鼻血出せ」

中学まで 大阪、奈良を経て茨城県土浦市へ。中学時代には経営者になりたいと思うようになり、経営学に興味を持つ。

1989年 常総学院高校入学。3年間の高校生活を学費タダで送り、ガリ勉に情熱を注ぐ。

1992年 立教大学経済学部入学。当初バンドサークルに入るが、2年生からのゼミナール活動が学生生活の中心に。老川慶喜研究室で日本経済史について勉強。Pコートや紺ブレを着ながら立教っぽい学生生活を送る。

1996年 大学を卒業するも、あまりにチャライ周りの学生と同じ就活活動をする気になれず、シンクタンクへの就職をなんとなく目指して、大学院進学を決意。

1997年 神戸大学大学院経営学研究科入学。経営学のメッカへ。金井壽宏研究室にてトップ・マネジメントの研究を進める。Vespaに乗り、服を自作したりしながら神戸っぽい生活を送る。

1999年 当初、修士課程(2年)で卒業して就職するつもりが、研究職に若干のかつよきを感じ、結局博士課程(3年)へ。バイトで予備校の講師も。

2002年 北海学園大学に拾ってもらい、札幌で研究者・教員としてのキャリアをスタート。クーペに乗り、テニスをしたりしながら、札幌っぽい生活を送る。

こだわりVespa



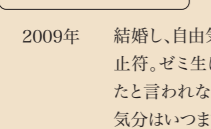
沖繩研修旅行ダ!



ゼミ夏合宿「はいチ〜ズ!」



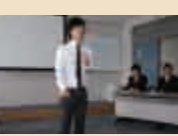
ゼミディベート大会表彰!



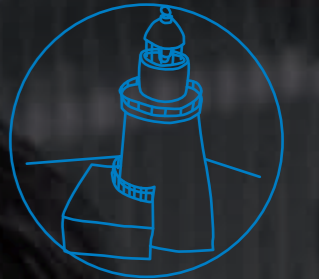
2009年 結婚し、自由気ままな独身生活に終止符。ゼミ生に付き合いが悪くなったと言われながらも、新婚気分はいつまで続くのか。



ゼミ講義は真剣に!



夢を実現する第一歩を大学で踏み出そう



PICK UP ピックアップ

座右の銘

『歯を食いしばる』 (我慢するのではなく、自分に自信を持ち、徹底的にやり抜く)

❖自分の可能性を信じる

僕は、中学生のころから経営者になりたいと思っていました。なぜなら、トップであることはかっこいいし、やりたいことがなんでも出来るような気がしたから。その時に、自分にその能力があるかどうかなんて全く考えもしませんでした。

その後、大学を卒業して大学院進学を考えていたとき、在籍していた立教大学ではなく、神戸大学を受験したいと思いました。なぜなら、そこが日本における経営学のメッカだったから。その時に、自分に試験に受かる能力があるかどうかなんて全く考えていませんでした。

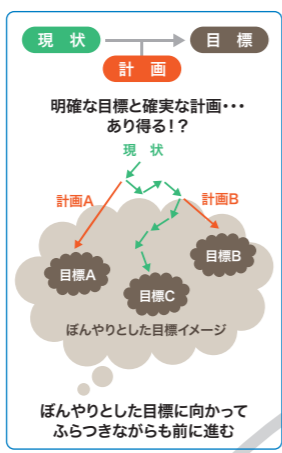
みなさんは、将来どうなりたいか、何になりたいかを考えるときに、その実現可能性を最初に考えていないでしょうか。僕から見ると、多くの人たちが可能性を限定して将来を考えている。そのおかげで、僕みたいに無茶な目標に向かって特攻する人間が、やってみると意外に競争率が低くて助かることが少なくありません。

結論から言えば、**どんな人にも出来ないことなんてない。やりたいと思ったことは全て実現できるはず。**「人が想像できることは、すべて実現可能である」とはよく引き合いに出される格言です。問題は、それが今すぐ実現できるかどうか分からないし、時間や労力がすごくかかるかもしれないけど、それでも本当にやりたいと思うか、ということです。

❖一方踏み出さないと、それが本当にやりたいかなんて分からない

大学生の現時点で何かの目標を強く明確に持っている人なんかあんまりいないかもしれない。じゃあどうすればいいのかわからない。完全に明確で具体的な目標を持つことなんてできるのか。

経営学に関する議論の中で、「創発的戦略(H・ミンツバーグ)」という考え方があります。経営戦略という、ほとんどの人が経営の方針や計画をイメージしますが、現実には計画通り進む計画なんてない。むしろ、その場その場で生じる出来事に対応しながら、ふらふらと前に進むのが実際の戦略だといえます。みなさんは、目標といわれた時に確実に具体的な目標を掲げなければならないと思っていないでしょうか。



経営者になりたいと思ったのも、本当に経営者になりたいというより、経営者のように周りを引く張るかっこいい人間になりたいと思っただけ。いつか正解だったかもしれない。実際、現時点で僕は大学教員をやっているわけで、経営者にはなっていない。でも、今のこの仕事もある意味人々を引く張るかっこいい仕事だといえます。つまり、目標は走りながら徐々に明確になっていく。少しずつ変化していくものなのです。こう考えると、目標は走り出さないと明確にならないということが出来ます。一歩を踏み出さないと、曖昧な目標は曖昧なまま。間違っているかどうか分からない。逆に、一歩踏み出せば曖昧な目標が具体的な目標になります。修正できるかもしれない。結果として、明確な目標に近づけることも出来るのです。だから、**目標がないと思う人ほど、まず一歩踏み出す行動を起こすことが大切なのです。**

❖環境を変えてみることも大切

しかしながら、それでもなお一歩踏み出すことができない人がいます。一歩踏み出すことが大切なの分かっていても、何となくやる気がでない。という人たちがいます。これはもう価値観の問題です。つまり、「知っていても、分かっていないです。論理的・客観的にそれがやるべき事だと「知っていても、それを本当にやらないといけない、自分自身でやるべきだ」という価値観

を持っていないために、「分かる」ことができないのです。こうなると、それをやるべきだという価値観の注入が必要になってきます。では、そんな価値観を獲得し、何かをやりたいと思えるようになるためには、実際どうしたらいいのでしょうか。

価値観を生まれ持つてくる人はいません。価値観は常に社会やコミュニティから享受するものです。簡単に言えば、自分がいる環境によってやりたいと思うことが異なるのです。僕が経営者になりたいと思っていたのに研究者の道を選んだのは、明らかに神戸大学の大学院という環境にいたからに他なりません。だから、優れた価値観を与えてくれそうな環境にいることがとても重要です。

つまり、環境を選び、変えればいいのです。柔らかくいえば、自分に刺激を与えてくれそうな環境を探し、そこに参加していくんです。しかも、大学生にはそのような自由が十二分に与えられています。例えば、ゼミナールに入ることもできますし、アルバイトを変えることも出来ます。他にも、新しいサークルに入る、ボランティアを始める、一人暮らしを始めるなど、大学生には無数の環境選びのチャンスがあります。皆さんがもし少しでも今の状況を変えたい、一歩前に踏み出したいと考えるなら、できそうなおことから少し変えてみませんか? **大学時代はやる気になるチャンスが人生で最も転がっている時だといえるんです。**

佐藤大輔

DAISUKE SATOH

「広告」って、必要？
なぜ「広告」が存在
しているのか。とに
かく広告漬け!!

しもむら なおき 下村直樹ゼミ

広告漬けのゼミナール (マーケティング・コミュニケーション 演習)

「広告を肯定的に見る」
じを見ているときに突然入ってきて腹立つ、などなど。
ですが、広告がなくなってしまうたら、今までのように手軽にイ
ンターネットやテレビ、新聞、雑誌などから情報を手に入れら
れなくなってしまうんです。実は広告はそれらのビジネスを成
り立たせる土台になっているからです。そうすると、広告を否
定的に見るのではなく、いかに私たちにどう役立つものとし
て捉えるかという視点が必要なんです。
「企業と消費者両方の立場に立つ」
そんな広告について私たちは勉強していま
す。経営学部にあるゼミなので、企業がいかに
に広告を効果的に行うかを学びつつ、それ
に加えて「私たちは学生なので消費者側の
視点に立ち、逆にこちらがいかに広告を利用
していくか」ということも意識して学びます。



「広告は邪魔なものか？」
こんなに広告があるのに、私たちは広告から(無意識に)目を背けようとしま
す。信用できない、インターネットから情報を手に入れているからいらぬ、テレ



「広告にさらされている私たち」
私たちは朝起きてから夜寝るまで広告に
さらされています。テレビ、新聞、雑誌、チラ
シ、パソコン、携帯電話、看板、乗り
物などなど、至る
所に広告は存在し
ており、私たちの目
の前に現れます。で
も、私たちは広告を意
識することはありませ
ん。それが当たり前ものとなっているからです。

「ゼミの自慢は？」
楽しく学べる
居心地のよさ!

経営学部2年
岡田 尚平

私たちが下村ゼミは、個性豊かな9人の学生たちとGAPが輝く先生の計10人で活動しています。今まで全くふれる事なかったマーケティングという分野を、みんなで学んでいきます。ゼミ中はおかしな食べたり、なごんだり、ゆったり楽しくやっていますよ。みなさんの加入おまちしています!

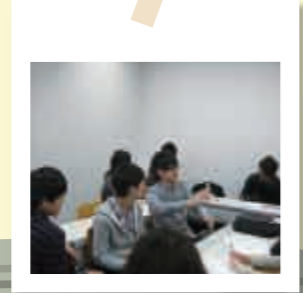


「あのゼミはどんな講義をしているの?」「雰囲気は?」「先生は?」
などなど...実はちょっと気になっている在校生も多いはず。
学外の方にはゼミの雰囲気を知っていただき、在校生(特に1年生)には
ゼミ選びの参考にしてもらいたいと思います。

おおひら よしたか 大平義隆ゼミ

大平ゼミの1、2、3 (経営組織 演習)

「ここまで書いたことを読むと、大変お堅いゼミのように思えるかもしれませんが、大平ゼミの活動はこれだけではありません。経営学部合同ソフトボール大会の前にはゼミの時間を使ってソフトボールの練習を行ったりもします。また、去年の夏休みには函館へゼミ合宿にも行き、夜景を見たり、温泉に入ったりもしました。」



2 今回航空業界の研究は3〜4のグループに分けて行いました。インターネ



お堅いゼミ? そんなことはありません。息抜きだっ
て、大事な勉強!

1 ある一つの業界について徹底した分析をしようという名目のもと、現在、私たちは航空業界について分析しています。今まで漠然としか認識していなかった業界内における企業間の差異と、授業の中で明確に認識し各々の特徴・改善点などを自分たちなりに考えています。どの業界に対しても使える、調査する能力を身につけることができました。

いがらし たすく 五十嵐祐ゼミ

クリティカル・シンキング (社会心理学 演習)

「タバコは体に悪い吸うと肺がんになる!だから喫煙は止めましょう!」...はたして、この文章は本当に正しいのでしょうか。五十嵐ゼミではこのような文章や例題などを使って、固定概念を捨てて論理的に考える力を養う授業をやっています。論理的に物事を考えられるようになりたい方は、是非五十嵐ゼミへ。」

「ゼミの自慢は？」
論理的に物事を
考えられるように!

経営学部2年
山末 紘太郎



普段は気づかなかった視点をもてるようになることが学びのポイント!

「ゼミでは、論理的な思考力を身につけるための基礎的なトレーニングとして、クリティカル・シンキングを取り上げています。前期には、演習形式でさまざまな問題にチャレンジし、レポート課題での復習を通じてクリティカル・シンキングについて学んでいきます。後期には、クリティカル・シンキングを実践するために、個人グループ単位でのプレゼンテーションや、社会問題に関するディベートを通じて、身の回りの事柄に関する問題意識を高めるだけでなく、その意識を他者と共有し、社会に発信する力を身につけることをめざしています。また、図書館やイン



ケイエイガクの

がんばるやつ

2部経営学科4年

ほんま
本間 つじさん



経営学部2部では様々な経歴の方々が職業をもちながら勉学に励んでいます。キャリアアップや資格取得など、その目的も多様です。中には将来、自分で会社を起し、**経営者**になることを夢見て勉学に励む方もおられます。経営学部だからといって、経営そのものに直接かかわるノウハウを学べるわけではありませんが、経営とは何かということを深く学ぶことによって、会社をはじめとするあらゆる組織の仕組みとその中の人間関係のあり方についてたくさんのヒントを得られます。今回は、自分の会社を立ち上げた**起業家**である**本間つじさん**(2部経営学科4年)にインタビューし、すでに企業の経営者でありながら大学に籍をおき、若者に交って勉強するに至った経緯、また、会社経営に経営学部の講義・ゼミがどのように役立つかについてお話を伺いました。本間さんは故郷土別の高校卒業後、薬品小売業(調剤薬局・ドラッグストア)チェーン店に勤め、その後、独立して二つの優良会社を経営する経営者で**経営コンサルタント**でもあります。

経営者と学生の二足のワラジ

二つの会社を経営しています。一つは病医院のM&A、つまり、病医院の買い取りや斡旋を業務とする会社で、もう一つは医師・コメディカル(看護師、臨床検査技師等の医療スタッフ)の人材派遣・人材紹介業です。病医院を経営している医師が高齢で後継者がいないような場合、廃業せざるをえません。一方で、新たに個人で病院を開くのは法律で規制されていて難しい。大学病院の医局制度が機能していた時代は、医学部の教授の斡旋でやりくりができていました。しかし、病院を開院すれば黙っていても患者さんがどんどん来てくれる時代は終わり、医師が医療と経営の両方を手がけることが困難になってきました。一口に病医院のM&Aというと、不動産屋さんの仕事と同じように思われるかもしれませんが、単に、空き家を買ったり売ったりするのと違って、多くの法律や規制による条件がカバーするために司法書士、弁護士、行政書士、税理士等がかかって全体の業務を遂行していたのが実状です。また、何よりも、当事者が医師という社会的地位のある専門家だという特殊性があります。病院や医師の相談を受けているうちに、これは大変な仕事だということが分かってきて、何とか業務全体をスムーズにすめられるようなマニュアル作りが必要だと痛感しました。それがこの会社を経営しつつ、北海学園大学経営学部の大平義隆先生のゼミで実際に研究テーマとしてやったことです。この成果はゼミ論文として提出し、大平先生のご配慮で、2月2日に報告会を開いて、たごう学部に入学生したのは、そうした具体的な課題を抱えていたことだけが動機ではありません。私の家は貧しく、子どもの頃は三度の食事も事欠くような状態で、とても勉強に専念できる環境とは言えません。また、会社勤めをしている時は、出張の連続でとても大学に通う時間はありませんでした。会社経営をしている現在も、つい先日まで沖縄の石垣島に出張し、帰礼した次の日に期末試験といった慌ただしい日々ですが、それでもある程度自由な時間を作れるようになりました。自由な時間とお金を何に使うかがその人の人間としての価値を決めるのではないのでしょうか。



ケイエイガクは奥が深い!

経営に経営学は役立つ



会社勤めの時に、医薬分業の流れが出てきて、薬局の店舗を展開する本業の傍ら、病医院の開業(あるいは廃業)を手伝うという副業(無償)を通じて、現在の仕事の形ができてきました。大学で経営学を勉強するうえで4年間の目標として、この仕事のマニュアル化を自分に課しました。それは、医薬分業をモデルとして医経分業(医療実務と病院経営の分離)の枠組みを作ることでもありました。それを大平ゼミの中で完成させることができ、経営学を学んで得られたことは、当初の目的を遥かに超えるものでした。多くの仲間たちとの交流はもちろんですが、経営の実務がもっている人間的意味と社会的意味について、経営学は漠然とした私の想いを理論的に明確にしてくれたのです。これまで仕事上かかわってきた病院の先生(医師)方との信頼関係をどのように築けばよいのか、これは心理学に学ぶところが大きかったように思います。相手を変えることはできませんが、自分が変わることはできます。そして、自分が変われば、不思議なことに相手も変わってくれるものなのです。会社を始めた頃は、主に医師のための業務が中心でした。しかし、病院の先生方のニーズに答えることを通じて、看護師さん、患者さんのニーズというもっと大きな社会的ニーズにも応えることになることが分かってきました。現在、北海道で初めてのホスピス(末期癌患者などに対する終末医療機関)の立ち上げを準備中です。関東より北に、ホスピスの完全独立型の病院はありません。首都圏にすらまだ2つしかないのです。関東以北5つ目のホスピス完全独立型病院を旭川に作ることを実現にまでこぎつけたことは、4年間に学んだ経営学の知識とゼミ論文に魂を吹き込んだと自負しています。

GUUUUU/



TOYOHIRA THINK TANK

豊平シンクタンクの内側

シンクタンク[think tank]

シンクタンクくん
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。



さまざまな領域の専門家を集めて、社会開発や政策決定などの複合的な問題や未来の課題を研究する機関。

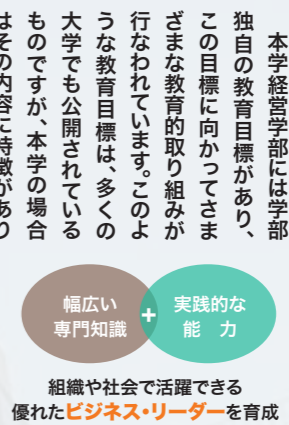


北海学園大学
経営学部

理論と実践の両立を
教育のベースにおく
我が国における
経営学教育の
最先端を目指して

今回の「豊平シンクタンク」では、北海学園大学経営学部の優れた教育について紹介したいと思います。実は、本学経営学部は全国でも珍しい特徴を持ち、我が国における経営学教育の最先端を目指してさまざまな取り組みを行っています。今回は、普段学生生活を送っている中では気づぎにくい、経営学部の多様な魅力を紹介していきます。

本学経営学部には学部独自の教育目標があり、この目標に向かってさまざまな教育的取り組みが行なわれています。このような教育目標は、多くの大学でも公開されているものですが、本学の場合にはその内容に特徴があります。まず、「専門知識」と「実践力」をあわせもつ能力を養成することが目標に掲げられていますが、特に専門知識について、本学では分野の幅広さで全国有数のスタッフ体制が敷かれています。経営学はもとより経済学や心理学、社会学などの多様な学問が応用される学際的な学問分野です。それゆえ、その教育をおこなうためには多様な専門分野の教員が必要になります。しかし、例えば心理学を専門とする研究者を教員として揃えている経営学部はめったにありません。一方で、本学の経営学部はこの心理学分野の専任教員だけでも8名のスタッフを抱え、その先生方の専門分野は心理学全般に渡るバランスの良いものとなっています。そのため、心理学系の教育を目的として進学を決める受験生も少なくありません。



学部目標
経営分野の専門知識とそれを活かす実践力をあわせもち、組織や社会を力強く発展させることができる優れた人材を育成する

4年間の手厚いプログラム
さらに、経営学部では高い能力を持つ人材を育成するために、4年間をつうじた計画的なプログラムを用意しています。例えば、平成21年度には1年次向けに「大学入門」講義が新たに開講され、就職に関する現実的な状況や対応策、社会で求められる能力、勉強や研究の目標設定などについて具体的な講義が行われました。経営学部に入学したみなさんは、入学後すぐに高い目標を自ら設定し、それに向かって具体的な戦略を立て、4年間を有意義に過ごすためのプランを明確化していくのです。これまで、ほとんどの大学でこのように自ら考えて目標を設定し、勉強や研究のプランを立てるといった指導が行われる事はまずありませんでした。



では本来役に立ちません。そこで、本学経営学部は知識の習得に加えて、実践力の養成にも力点を置いた教育を展開しています。例えば、学部独自の企業研修制度や海外総合実習などです。実践力とは、インプットした知識をアウトプットし、いわば使いこなすための能力です。覚えた知識を現実を使うことが出来る優れた人材を育成してきた本学経営学部の就職成果が優れているのも、ある意味うなずけるものなのです。

貴重な教育環境を活かす
経営学部にはこれ以外にも総合実践英語系科目や二トリ寄附講座など特に優れた人材を育成するための刺激的なプログラムが用意されています。一人一人がノートPCを利用して勉強や研究に役立てていることや、そのプラットフォーム(環境)として授業支援システム(GOALS)などが用意されているのも、実は本学経営学部だけの大きな特色なのです。このようなすばらしい教育環境をどれだけ活かすことが出来るかは、みなさんの積極性にかかっています。是非、この恵まれた環境を活かして充実した学生生活を送ってください。



め、自分が進みたい道を考えた上で、戦略的に専門科目を履修し勉強・研究を進める必要があります。このためのツールとして、特定の目標ごとの「履修モデル」が用意されており、それを使ったキャリアデザインについての指導も行われています。

このような講義などをつうじて、1年次に目標と具体的な勉強・研究の戦略が明確になったみなさんは、次に2年生からより高度な勉強・研究をするためにゼミナールを選択することになります。そして、4年次までゼミナールを履修することで得られた勉強や研究の成果を、最終的に卒業研究という形にまとめ上げることになります。