

商学部創立50周年を迎えて

商学部長 佐々木重人

専修大学は、1905（明治38）年10月に「商科」を設置してから、今年2015年に商学教育110周年を迎え、また商学部は、1965（昭和40）年4月の学部創立から50周年の節目の年を迎えました。

商学部の真骨頂とは、現実のビジネスと常に向き合い、その問題点を多角度から知ろうとする努力をいとわず、解決策を提案してビジネス社会に貢献できる人材を育成することにあります。

そしてマーケティング学科と会計学科は、それを実現するための両輪であり、互いに補完しあう関係にあります。歴代の商学部関係者は、この両輪をいかに現実に応じて回転させるかについて腐心してこられました。

今から約30年前の1986（昭和61）年には、宮本清四郎教授（当時）を座長とする「商学部の教育を考える懇談会」が「専修大学商学部教育改善への提言―自立的な学生の育成をめざして―」を提出し、マスプロに代わる少人数教育の重要性を認識しました。また約20年前の1993（平成5）年には、吉田富義委員長、津村英文副委員長らのメンバーからなる「専修大学商学部長期構想委員会」が「新しい商学部教育方針と新学科体系」を提出して、当時の商学部をマーケティング学科とビジネス学科および会計学科によって再構成させる案を提言しました。10年前の2005（平成17）年に商学部開設40周年を記念して発刊された「専修商学論集」第81号では、川村晃正商学部長（当時）が「21世紀の商学部教育をめざして」と題して、「世紀の変わり目」を「カオスの時代」と捉えながら商学部教育の原点に立ち返って「豊かな教養と深い専門性を兼ね備えた『器の大きい人間』の育成を唱え、大西勝明元商学部長が、自身の商学部での体験を踏まえて、「新しいカルチャーの創造、専修大学商学部ブランドの形成」の必要性を強く訴えました。

その後の10年を引き継いだわれわれは、先輩方からの教示や叱咤激励に応えるため、商業学科から名称変更されたマーケティング学科の定着や2010（平成22）年度的大幅なカリキュラム改正、さらには2014（平成26）年度から全学的に開始された「新たな学士課程教育」への対応に取り組んでまいりました。学生諸君たちもそのような商学部の意図を確実に受けとめ、優れた成果をあげてくれております。われわれ商学部は、今後も専修大学全体のなかでの役割と使命を認識しつつ、国際的センスを有した「豊かな教養と専門知識」に加え「目標に向かってチャレンジし続ける」という「商学部魂」を備えた若者を一人でも多く育て続けてまいりたいと存じます。