

専修大学商学部創立50周年に寄せて

専修大学名誉教授
第10代商学部長
大西 勝明

1. はじめに

2015年、1965年に創設された専修大学商学部は、50周年を迎えることになる。商学部長を経験した私に、光栄にも商学部に関する思い出を発表する機会が与えられた。節目ごとに学部の軌跡を追想し、未来について展望を試みることに意義があると思う。しかも、小生は、1965年、商学部の第一期卒業生である。そして、1968年商学部の助手に採用されて以来、商学部と共に生き、2014年3月に定年退職を迎えるまで、46年間勤務してきた。長かった。小生の人生の一部は、商学部の動向と密接なかかわりを有し、特に、小生が商学部長を務めた2001年（平成13年）から2005年9月までの4年間に、商学部では大きな変化が起きており、関連して多様な体験をしてきている。ただし、小生は、2005年（平成17年）『専修商学論集第81号・商学部開設40周年記念号』において、「40年・専修大学商学部とともに」というタイトルの寄稿をしており、小生なりの商学部の40周年を総括し、課題を明示した積りである。あれから10年が経過する。10年を加えた50年間、専修大学商学部は、どのような経緯を辿ったのであろうかと再考を試みるのであるが、記憶に鮮明なのは、やはり、21世紀初頭の商学部の変化である。未来の商学部の在り方を連想しながら、21世紀初頭、商学部において、なにが目指されてきたかを今一度確認することには、一部既発表の見解と重複するのであるが、商学部の未来に継承すべき意義があると考え、当時の回顧を試みたい。

商学部において、2001年（平成13年）から2005年（平成17年）、2006年（平成18年）にかけ、学科名称の変更、 Semester制、コース制の導入、定員削減等色々な制度改革が生起している。特に、学科名称の変更とカリキュラムの改定が印象的である。商業学科を改称してのマーケティング学科の発足は2006年度であり、そのことと一体化して、コース制、Semester制が導入されている。学部の制度改革の必要性が主張され、推進されてきたのであるが、長期にわたって対応を迫られてきたことから、諸改正の実現、準備の困難さを痛感してきた。幸いにも、これら諸改正は、曲りなりにも実現されてきた。感慨深かったのか、先の商学部開設40周年記念号においても学科名称の変更やSemester制度の導入に言及している。専修大学商学部は、今後も50周年以降の出来事を積み重ね、大きな変革を経ながら存続していかねばならない。未来の商学部のうねりを想定する時、21世紀初頭、どのような状況の下で、いかなる制度の改正が目指されたのかの確認はそれなりに意義を有するものと考ええる。商学概念の明確化と意義ある教育システム、カリキュラムの導入という二つの論点に重点を置き、一連の制度改革の推移を再考し、商学部の未来の変革への手がかりを探る試みをしてみたい。

2. マーケティング学科への改称・さまよえる商業学科

商学部の創設は、1965年度（昭和40年度）であるが、それより前、1962年度に、小生は商経学部商業学科に入学している。翌63年度、64年度は経済学部商業学科となり、1965年には、商学部が開設され、商学部商

業学科卒ということになる。小生は、3つの学部名称を経験するという稀有な経験を有している。商業学科所属という点では一貫していたが、商学部には古い来歴があり、関連して商業学科が変遷している。商学部ないし商業学科は、今から100年程前、1905年（明治38年）に創設された商科（1911年まで）を起源としている。同時期に、早稲田大学等他大学においても商科が創設されているが、専修大学においても他大学に遅れることなく先駆的な商科教育を開始している。その後、1917年（大正6年）には経理科が設置されており、1928年（昭和3年）から1932年にかけては、商業科があり、1944年（昭和19年）には経営科となり、そして、1949年（昭和24年）の学制改革により、専修大学は新制大学として再発足し、経済学科と商業学科から構成される商経学部を設置している。つまり、専修大学には、かつて商科、経理科、商業科、経営科、商経学部商業学科が存在していた。1962年度には経営学部が新設され、翌1963年度、経済学科と商業学科の2学科により編成されていた商経学部が経済学部となり、そこから、1965年に商学部商業学科が独立し、さらに、1967年度（昭和42年度）に会計学科を包摂することになる。1985年には、笹井昭孝当時の商学部長他商学部所属専任教員数64名の内、3分の1を上回る23名が執筆した531ページに及ぶ大著、『専修商学論集第40号・商学部開設20周年記念号』（1985年5月）が出版されている。そこで、笹井元商学部長は、商学部開設について、専門部に「商科」を設置して以来、商学部独立に奔走された諸先生の喜びはひとしお、その時の感激を鮮明に記憶していると記されている。商学部の発足は、関係者にとり感慨深いものであり、その20周年を祝おうとする気運が偲ばれる。その後、1975年（昭和50年）大学院商学研究科修士課程が、1977年には博士後期課程が設置され、研究教育環境の一層の充実が図られている。こうした経過を経て、戦後約40年間維持されてきた商業学科が、2006年度、マーケティング学科と名称変更を遂げるのである。

学部や学科名称の変化は、商学関連分野の特異性と関連しているのであろうが、今、商業学科に至る前史と40年間の商業学科の持続と2006年の名称変更の経緯をどのように評価するかは微妙である。学科名称の変遷は、商学部、ないし、商学の多義性を示しており、商学部の理論的特殊性、特色の多義性を示すものである。古い歴史がありそうであるが、時代に揺さぶられ、さまよえる学部、さまよえる学科という印象も与える。事実、商学部及び学科名称については、色々な議論があり、具体案が明示化され、記録に残されてきている。

ただ、名称変更にかけた願いは、意義ある高等研究教育機関の確立であった。商学部が存在していることを、世界にインパクトを与える表現で訴えたかった。なにより、商学部ないし商業学科の名称の変更を検討しなければならないほど、事態は厳しかった。1992年（平成4年）に13,284人、1996年には11,394人もいた受験生は、2001年（平成13年）には、4,444人と最高時の3分の1程度に急減している。このような受験者の減少傾向は、商学部に限ったことではないが、専修大学商学部の存在を脅かし、商学部に危機感をつのらせていた。何とかして学生に誇りを持たせ、後退する栄光に歯止めをかけたいという思いが共有されていた。

全学的にも、商学部、経済学部、経営学部がそれぞれの差異性、特色をどのように出していくべきなのか、ないしは、経済系3学部を擁するシナジー効果をどのように明示化しうるか、さらには、特に、経営学部と商学部との再編成の可能性があるのでという意見が検討され、2004年には経済系3学部連絡会が設置されている。21世紀初頭の厳しい環境の変化は、学部再編成とか、商学部という学部の名称の変更には至らなかったが、こうした経緯を経て商業学科をマーケティング学科へと改称させている。もちろん、危機に直面し、素早く対応したというより商学部においては、厳しい事態の到来を見越して、学部の在り方を長期間にわたって検討してきた。また、当時の若い教員を中心に学科名称の変更を実現しうるだけのエネルギーを蓄積していた。危機的状況に直面し、商学部が長年、内包してきた潜在力がマーケティング学科を生み出したのである。

マーケティング学科は、新しい時代の流通・サービス産業等についての理論研究を基盤としながらも、実学を重視し、それら産業の将来を担う指導的人材の育成を目標としている。そして、マーケティング学科をマーケティングコース、ファイナンスコース、グローバルビジネスコース、ビジネスインテリジェンスコースという4つのコースから構成されるものとした。これらコースは、状況に応じて変化させていくという了解もあった。

商学部は、会計、マーケティング分野で多数の教員数を擁しているだけでなく、教育や研究の質においても、高水準な状態にある。それでも、商学部の独自性や特色、経済系3学部の相違や連携については、商学部を紹介するパンフレットにおいて重要な位置を占め、独自性の力説が必要とされている。そして、将来、商学部の存続が厳しくなったり、学部間再編成に直面する可能性は皆無ではない。そうした事態に対しては、会計学もそうであるが、他に追随を許さないような形でマーケティング関連分野の研究を組織的に深めていくこと、一定の犠牲を払って、長期的な視点から産業と教育について戦略的対応を積み重ねていくことが不可欠である。名称へのこだわりもさることながら、商学やマーケティング研究における神髓を時代に耐える高度で普遍的なものとして存続しうる限り、商学部マーケティング学科の存在は不動である。商学部において高度なマーケティング研究とそのことに基づく教育が追究され、進化し続けることが出来るかぎり、商学部の神髓が減びることはありえない。

3. 魅力あるカリキュラムの確立

学科名称の変更、4コース制の導入とともに、 Semester制の下でのカリキュラム編成を考案してきた。かつて、大塚光初代商学部長は、教育内容の充実を課題としていたし、小沢康人元学部長は、商学部設立15年経過後の1981年（昭和56年）に学生のニーズに応え、専門科目を増加したカリキュラムの大改訂をしたと論じておられる。また、川村晃正元商学部長は、学生を豊かな教養と深い専門性を兼ね備えた器の大きな人間として育成することを課題とされている。最近の商学部紹介も、ものごとを深く考える学問的探求力と人生に役立つ幅広い知識を身につけるために、多様性に富むカリキュラムを提供する、とされている。商学部の教育理念は、意義ある教育システム、カリキュラム構築を通して具体化されることになる。そして、カリキュラムの改正は、学科名称の変更以上に柔軟に適切な時期に実施していく必要性が高い。ところが、大学の意思決定のプロセスは必ずしも明示的でなく、教養科目が全学部に対処するよう位置づけられている専修大学においては、全学的な影響を与えるような Semester制の導入はそう簡単ではなく、学科名称の変更以上に厄介な問題が存在していた。

先にも、商学部は制度改革の準備を進めてきたとしたが、商学部改革の必要性は一部で確認され、色々な試みを蓄積してきていた。1986年（昭和61年）には、宮本清四郎元教授を座長とする10名の教員から構成され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—」を公表している。1993年（平成7年）には、専修大学商学部長期構想委員会が、「新しい商学部の教育方針と新学科体系」を発表している。そこでの報告書は、2006年に改正されたものとは異なるコース制や Semester制を提案していたが、2006年改正の重要な基盤となるものであった。ただ、専修大学においては、大変なエネルギーを費やしての報告書が日の目を見ないで、消失してしまう結果に至ることがある。この商学部長期構想委員会の「新しい商学部の教育方針と新学科体系」の他、2001年（平成13年）の二部改革委員会の答申等は、大きなエネルギーを費やしたボリュームのある提言や報告書であったが、いずれも、実現には至らなかった。

21世紀に突入しても、専修大学は、まだ、開発途上の諸点を抱えおり、意思決定のルールが明確でない

ところがあり、会議の決定事項が蒸し返されたりする事態が生起していた。一事不再議などというルールは通じず、ルールそのものが不在であったり、規則を急いで制定するのは良いにしても、ルール間の調整ルールが不明であったりする。1965年（昭和40年）に制定された専修大学商学部教授会規程は8条から構成される簡素なものであった。組織、学長選挙等関連事項の変化や増大に応じて次々にルールが追加され、相互の位置づけが不明確になったりしていた。

また、専修大学の教養科目は専門科目と別に学部横断的に位置づけられており、学部の意向と合致しないことがあり、時々人事等に関連するトラブルが生じていた。こうしたこともあり、2004年には、商学部長として、教養教務委員会に「商学部 Semester 制度への対応のお願い」を提出しているが、対応は鈍かった。それに、建物も、当時の5学部が共同で使用しており、専用の学部棟はなく、学部間のカリキュラムの調整には困難が伴った。

しかし、意外なところから援軍が現れた。Semester 制の定着を目指した文部科学省の大学政策により、結果的に、特殊な形態、不備を残しながらも、商学部のみならず、専修大学の全学部で Semester 制が導入されることになる。制度の変化や歴史の変化は、このようにして起こるのかとあっけにとられた。

Semester 制度が絶対的なシステムかと問われれば、絶対的と言い切ることは出来ない。しかも、商学部の Semester 制は、学生に後期の科目の選択の自由を十分保障するような制度ではなかった。それでも、一度導入を組織的に決めたことを、あの時の議決は不測の事態を配慮しておらずなどと振り出しに戻すような行為は許されることではない。全学的には何が生じるかわからないが、惨敗の記録を辿り、教育研究者のエネルギーを無にすることはできなかった。

そして、商学部には、特に、若い先生方の熱意、改革を進めようとする意気込みがあった。特に、すでに10年以上にわたって、Semester 制やマーケティング学科の骨組みを検討してきた。重要なことだが、Semester 制の実現可能性を探り、具体化してくれた職員、カリキュラム作成を検討してくれた優秀な女性職員が、重要な役割を果たしてくれた。こうした諸要因の積み重ねがその後生きてくる。商学部が置かれていた困難な状況、長年にわたる改革への蓄積、何よりも改革を推進してくれた先生方の若きエネルギー、加えて、カリキュラム編成変更に伴う膨大な事務作業を担った職員が、Semester 制の導入を支えてくれた。

4. 自立的な組織の構築

もう1点、確認しておきたいことは、専修大学商学部を自立的な組織として確立していくことである。専修大学商学部は、商科設置以来100年、商学部設立以来50年、5万人近い卒業生を送り出している。卒業生達は、各界の最前線で目覚ましい活躍を遂げている。商学部も、多数の優れた関係分野の研究者を擁し、歴史の重みを受けとめて時代の先端をゆく教育システムの導入等を試みてきている。関連して、小生は、『専修商学論集第81号・商学部開設40周年記念号』（2005年）において次世代を担う有為な若者を育成していける自立して存続しうる組織、組織的創造性への期待を示していた。この指摘について何等の反応を感知することは出来なかったが、創造的で自立しうる組織形成には特別な意味を込めていた。専門研究領域の進化を推進し、学生に強烈なインパクトを与え、次世代を担う研究と人材の自己増殖を課題としていた。創造的な研究に触発されての学生の能力の開化、そして、一部の学生が内部から当該研究領域を継承し、さらなる発展を追究していける組織の確立を期待していた。人的な面での知的財産を外部にのみ依存するのではなく、内発的に創り出しうる体制の強化の必要性を主張した積りであった。

その後、2005年以降の学部・大学院一貫5年制「商学部特修コース」の具体化、助手制度の改正、社会知性開発研究センター関連プロジェクト助手の増員、大学院会計専攻の設置等専修大学における若手研究者育

成体制の改善が進展している。一部、若手の研究者が育ち、活躍している。商学部には、他学部 비해、専修大学出身のスタッフが相対的に多い方である。それでも、若手研究者の育成方針などというは、採用人事の際、年齢のバランスを考えてということはあるが、公式には検討されてはこなかった。しかし、商学部にとって、経済学、経営学ではない商学、マーケティングの進化、そして、商学、マーケティングを担う人材の内発的増殖、この二条件に支えられた自立的創造的組織の構築は常に意識されるべきではあるまいか。専修大学商学部の特異性を追究し、独自の教育を支える理論体系を拡充し、そのことを基盤にしての有為な人材の育成、その中核で次世代の商学、マーケティングの発展を担うことの出来る人材の自己増殖を体系的に実現していく必要がある。商学部の現状はこの点に関して、僭越であるが未達成で、次の節目への課題となる。ただ、可能性は大いにあり、大きなエネルギーを必要とするが、スタッフが相互に連携、補完しあい、伝統を基盤としながらも研究の創造性と次世代を担う人材を育成しうる研究教育環境の拡充を大局的組織的に検討する場の確保が課題解決につながる。単に、折に触れ、過去を懐古し、明日に願いをということのみではこの課題は達成されえない。

5. 50年に感謝

長期間存在すること、歳月を経ることはそう簡単なことではない。多くの存在する意義のない組織は淘汰される。専修大学商学部も、創設から50年、色々な経緯を経てきている。設立当初、講師や助手には教授会への出席が認められなかった。助手の解雇や偽学生証事件等があった。21世紀初頭においても、ここで記した以外の多様な出来事があった。新たな課題も多数出現している。それにしても、小生が経験した学科名称の変更やカリキュラム改正には相当なエネルギーが必要であった。21世紀初頭ということのみでなく、商学部が発足来、払ってきた大きな犠牲こそが、その誇りと存続を支えてきている。敗れても、無視されても、改革を進めようとしてきた商学部の意志が、経済社会の激変、受験生を3分の1に減少させるような厳しい環境の下で、諸改革を生み出したのである。とりわけ、商学部の変革は、自己犠牲的な相対的に若い教員のエネルギーに支えられてきた。そのみでなく、優秀な職員の方の献身的協力が存在した。

先の『専修商学論集第81号 商学部開設40周年記念号』での体験から、こうした寄稿が誰に、どの程度読んでいただけるかは不確定である。公的な紙面を私的に活用することは憚られる。ただ、今後、小生が商学部の推移に言及する機会はないであろうし、言及しても関心を持たれることはないであろうと思っている。それだからといって、正当化されないが、最後に商学部についての個人的な思いを記すことを許してもらいたい。

専修大学を退職して1年が経過するが、商学部を回想する際、最初に思い出されるのは、2001年度の教務委員長を務め、その後、大学院商学研究科長として活躍してくれた故小口登良先生である。亡くなられた教務課の大石明氏にもご迷惑をおかけした。健在ではおられたが、ないしは、入院をされながらも、学部運営に尽力いただいた川村晃正先生、内野明先生、両先生ともその後、商学部長を歴任されるが、それまでも大変なご無理をお願いしている。渡辺達朗先生にも助けていただいた。若かりし頃、教員組合の委員を引き受けた際、運悪く選出された他学部の著名な教授の著名人には時間が大切であるといった発言に対し、教授の時間も、助教授の時間も、講師の時間も、等しく貴重であると反論した記憶がある。著名な教授は偉く、そのことには異論をはさまなかった。小生にとり、21世紀初頭の4年間は長く、学部業務に忙殺されており、周りの人に、青春を返せと冗談をいった。ただ、小生には、それなりの覚悟があったし、やむを得ないかという諦観があった。しかし、無意味な結論に至る可能性のある会議や検討に振り回される有能な若いスタッフはたまったものではない。会議に関する費用対効果の検討を指摘されたこともある。記して許されることで

はないが、ゴヤの「わが子を食らうサトゥルヌス」のようなことをしたのではと自己嫌悪に陥ったこともあった。内野明先生が各種委員のローテーションを提案してくれたのであるが、どうしても負担の偏りが避けられず、一部の先生に大きな負担をかけてきた。改革疲れといった発言もきいた。

それにも拘わらず、執行部を構成してくれた先生方は、研究を進められながら、実に粘り強く商学部の教育システムの拡充を進められてきた。また、教務課を担当してくれた田代猛氏、宮島真理子さん、吉岡達仁氏、乾祥晶さん、宇野直美さんは、カリキュラム再編成、教室の確保等技術的なことにとどまらず、職員ならではの立場で貴重な配慮を示してくれた。職員への要請は、ますます高度で専門性の高いものとなりつつあるが、教務課商学部は、当時の改革に不可欠な協力を惜しまなかった。このような先生方の意気込みや職員の協力がなかったら、商学部の50年は、違った形をたどったかもしれない。なおも、付け加えておきたいことは、商学部の全スタッフが小生の退職を快く送り出してくれたことである。退職後も、小林守教授はじめグローバルビジネスコースの先生方は研究プロジェクトに招いてくれる等研究面での関係を維持してくれている。

50年間、商学部とともに充実した生活を送ることが出来たことに心から感謝している。最後に、組織的に改革への努力を積み重ねていくことの大切さを確認し、商学部が、自立的な研究教育機関として磨きをかけてくれることを願っておきたい。