

21世紀の商学部教育をめざして

商学部長 川 村 晃 正

本年4月をもって、商学部は商学教育100年、商学部創設40周年を迎えました。

専修大学の商学教育は1905（明治38）年に商科が設置されて始まりました。商科そのものは6年後に廃止されましたが、1917（大正6）年には計理学科が新設されて、多くの計理士（今日の公認会計士・税理士の前身となった職業会計人）を世に輩出して「計理専修」の名を高めました。1965（昭和40）年に現在の商学部が設置されるまで、学部・学科名称の変転はありましたが、実学教育を重視した専修大学の歴史のなかで、商学教育は本学教育の重要な一環として連綿と続いてきたのです。この間、今日にいたるまで約4万5千人の有為な人材を世に送り出し、日本の実業界および各界において多大の貢献をして参りました。

商学部40年の歴史を振り返りますと、常に社会のニーズに合わせてカリキュラムや教育システムの改善に努めて参ったことはいうまでもありませんが、とくにここ10年の学部改革の動きはめざましいものがありました。21世紀の商学部教育をめざして、2000（平成12）年度に全学に先駆けて専門科目 Semester 制を導入し、また教育目的をより明確にするために商業学科3コース制を採用致しました。こうした教育システムの改革と連動して、カリキュラムの全面的な見直しをしました。専門科目については必修科目を廃止して一定単位数内での選択必修科目制を敷き、科目履修における適度な自由度を提供しつつ、基礎科目からコース専門科目へと系統的な

学習を促すことで専門性を高めることを意図しました。

「商学」の学問領域は幅広く、ヒト、モノ、カネ、情報などの資源を市場を介して効率的に配分し、そのことによって社会をより豊かにすることを課題としております。現実には、それらの営みは、市場を介しての企業と企業、企業と個人、個人と個人との関係構築のなかで行われています。こうした市場を介しての関係構築を広い意味でのマーケティング活動と捉えて、商業学科では2006（平成18）年度から学科名称を現代的なマーケティング学科と改称し、そのもとにマーケティング・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・コースの4つのコースを置き、社会の現代的なニーズに応えつつ、同時に学生に対する教育のさらなる改善をめざして進むことになっています。

会計学科も、2005（平成17）年度から会計ビッグバンの到来を見越して、より専門的かつ実務的な能力を習得できるように、カリキュラムの全面的な見直しをはかり、大幅な改訂を行いました。そこでは、少人数教育を重視した演習形式の授業を多数配置して、会計のスペシャリストとしてビジネス社会で活躍できる人材の育成をめざしています。

このような学部教育の充実、大学院教育と連動することによって、いっそう大きな効果が期待されます。大学院商学研究科では、2006年度からは学部・大学院一貫5年制の「商学特修コース」を設けて、学習意欲をもつ学生が、学部・大学院教育を5年で修了して、社会で自分の能力を発揮できるようにします。また会計専門職大学院（アカウンティング・スクール）の設置も現在検討されています。

世紀の変わり目はある意味で「カオスの時代」でもあります。先行きが見えない時代にあって、商学部教育のなかで豊かな教養と深い専門性を兼ね備えた「器の大きい人間」として育った学生が、自らにふさわしい職業を見つけ出して、若き鳳となって未来に向かって大きく羽搏くことを、商学部のスタッフは心から願うところであります。