

1. 教育の責任

大学は、高度教育を受けた人材を社会に送り出す役割を担っている。一方、企業は、高い人間性、広い教養、高い専門知識を有した人材を求めている。ここで、重要な点として、社会に出たあと、どのような職業についても、マネジメント能力が大きく問われるが、残念ながらこの能力は専門知識とは異なった能力である。このマネジメント能力を高めるための学問は経営学であるが、専門能力の高い人のマネジメント能力が高いとは限らない。理系出身の経営者が少ないことから理解できるであろう。つまり、経営学は、他の学問と異なり、専門性を高める以外に、マネジメント能力という人間に関わる能力の向上も考えなければならない。人間性は、大学教育においては教養教育といった科目に置き換えられるが、講義を提供するだけでなく、ゼミ、研究室における指導も学生の社会人としての人格形成に大きな影響を与えていると考えている。

2. 教育の理念

経営学は基礎学問ではないため、どのような勉強をするのかというイメージを、初学者は描きにくい。経営学は、商学（財務会計・管理会計・ファイナンス・マーケティング等）と経営学（経営戦略・経営管理・人的資源管理・組織論等）という二つの分野に分かれており、それぞれに横断的な基礎理論はなく、学問体系を理解しにくいためである。また、学生のキャリアを見据えた時、教養を高めるリベラルアーツであるべきか、より専門性の高いサイエンスであるべきかという、経営学を教えるうえでのジレンマを常に感じている。経営学を教える立場として心がけていきたいのは、学生の知的好奇心を高め、ビジネスの意義、面白さを学び、社会に出て実践してみたいと動議付けできる教育を行う意識を持つことと考えている。

3. 教育の方法

1. 初めて経営学を学ぶ学生に向けて教科書を多数、執筆・編集してきた。既存の教科書の多くは用語の定義や理論を学ぶことに主眼が置かれているが、初学者はこの段階で躓いてしまうことが多い。経営学の面白さを学んでもらうため、身近な事例を基に、何故、そのビジネスは多くの人に受け入れられたのか、なぜ儲かるのかといった観点より教えることに主眼を置いている。
2. 学生が、消費者、管理者、経営者という異なった立場からビジネスを学べるよう、映像教材を制作してきた。映像教材の優位性については発達心理学科の研究が著名であり、制作にあたって指導を受けた。教材の内容は、例えば、大学を出たばかりの新入社員がどのように成長していくのか、店舗運営とは何か、そのサービスはなぜ広く受け入れられているのかについて、自然に興味を持って理解できる内容になっている。
3. 独自のアクティブラーニング方法を開発してきた。学生の発言を聞き、そこから議論を展開することに主眼をおいている。ビジネスに正解・不正解はなく、結果だけを重要視するのではなく、ビジネス・プロセスの理解に主眼を置いている。こうした議論を通じて、学生のキャリア形成を見据えたうえで、経営学の知識を身につけてもらうことを心がけている。アクティブラーニングは、学生の知的好奇心を引き出すことにより、学ぶだけでなく自ら考えることによる高い学習効果を生む。経営学を教えるということは、教員の高い専門知識が前提となるという点では理系の学問と共通性を持つ。しかし、様々な課題に対する、問題解決型の学問である点では大きく異なる。質の高いアクティブラーニングを実施するには、専門性が高いだけでなく、経営学に対する広い見識、経験が必要である。

4. 教育の成果

経営学の教育に関して、2点の問題意識を持ってきた。経営学は実学であり実践的であるべきという点と、実際のビジネスでは変化のスピードが速く、最新の経営理論を教える必要性である。経営学を学ぶ学生にとってビジネスを学ぶには大教室でのマス教育だけでは不十分である。そのため、学生が考えを述べ議論を行えるアクティブラーニングの必要性を常に感じており、視覚・聴覚からケーススタディを体験できるビデオ教材を用いた教育を実践しており、学生からも高い支持を得てきた。

2007年5月、文部科学省によるサービス人材育成プロジェクトに採択され、それ以降、教材作成を行ってきた。本年度も新しい教材を制作した。すでに30本以上のビデオ教材と共に、初学者向けの教科書だけでなく、実社会で学ぶ社会人向けのビジネス書も多数、著作し、人材育成のために高い学習効果を発揮できる仕組みを立ち上げた。教材、教科書は内閣府より高い評価を受け、人材育成

ティーチング・ポートフォリオ

大学名：大手前大学 所属：経営学部 名前：伊藤 宗彦 作成日：2023年12月22日

に関し、高い評価を受けた教育の仕組みを提供している。

5. 改善への努力と今後の目標

経営学の見地をいかに実践で生かすかという課題、つまり、経営学の成果の社会実装について研究・教育を進めている。特に、6次産業化など、地域ビジネスにおいて、商工会議所などと共に、実践的に経営学を活用してもらう機会を作っていきたい。また、経営学を学ぶ学生が、学んできた成果を、実践的に社会実装を考える場を提供していきたい。講義やゼミとは別に、学生には、西日本インカレなどのビジネスコンテストへの参加を通じ、好成績を上げられるよう指導していきたい。

【添付資料】

執筆した**教科書**一覧：

- ・マーケティング・クリエイティブ、碩学舎、2006（石井淳蔵・大西潔編著）（分筆）
- ・イノベーションと競争優位、NTT出版、2006（榎原清則・香山晋編）（分筆）
- ・1からのサービス経営、中央経済社、2010（高室裕史と共編著）
- ・人生を変えるMBA－「神戸方式」で学ぶ最先端の経営学、有斐閣、2015（神戸大学専門職大学院編）（分筆）
- ・1からのデジタル経営、中央経済社、2022（松尾博文、富田純一と共編著）
- ・イノベーション・マネジメント、放送大学出版、2023（著）