

2 . 商学研究科

| | | |
|---------------|-----------|-----------------|
| 商学研究科の教育目的と特徴 | ・ ・ ・ ・ | 2 - 2 |
| 分析項目ごとの水準の判断 | ・ ・ ・ ・ | 2 - 3 |
| 分析項目 | 教育の実施体制 | ・ ・ ・ ・ 2 - 3 |
| 分析項目 | 教育内容 | ・ ・ ・ ・ ・ 2 - 4 |
| 分析項目 | 教育方法 | ・ ・ ・ ・ ・ 2 - 5 |
| 分析項目 | 学業の成果 | ・ ・ ・ ・ ・ 2 - 7 |
| 分析項目 | 進路・就職の状況 | ・ ・ ・ 2 - 8 |
| 質の向上度の判断 | ・ ・ ・ ・ ・ | 2 - 9 |

商学研究科の教育目的と特徴

1 研究科の教育目的

本研究科には、修学期間が原則として5年間の研究者養成コースと、2年間の経営学修士コースがある。前者は、わが国の学界が期待している研究者の養成を目的としており、後者はわが国の実業界が期待している専門的能力を有する実務家の養成を目的としている。

研究者養成コース(博士後期課程・修士課程)は、広い視野に立って精深な学識を養い、専攻分野における研究及び応用能力を培うことを目的としている。具体的には、経営、マーケティング、会計、金融ならびにそれらに関連する分野を専門とする大学教員や、公的研究機関・民間シンクタンク等で研究員となる人材を養成することを目的としている。

経営学修士コースは、基礎理論の体系を重点的に教育することにより、現代企業経営に対する洞察力と論理的思考力、オリジナルな問題設定能力を備えた実務家を養成することを目的としている。

2 研究科の起源とこれまでの経緯

1875年(明治8)年に設置された商法講習所を起源とする一橋大学において、本研究科は、制度改革の一貫として1953(昭和28)年に置かれ、修士課程及び博士後期課程が設置された。2000(平成12)年には大学院重点化され、それまでの経営学及び会計学専攻と商学専攻から、経営・会計専攻と市場・金融専攻に専攻名称が変更され、さらに2007(平成19)年には、経営・マーケティング専攻と会計・金融専攻に組織替えされて今日に及んでいる。

また、1996年には商学研究科に修士専修コースが併設された。修士専修コースは、大学院重点化された2000(平成12)年、高度な専門的職業人の養成を使命にした経営学修士コースへと発展した。

3 教育目標に向けての方策・特徴

研究者養成コースの教育目的は、広い視野に立って精深な学識を養い、経営、マーケティング、会計、金融の専攻分野における高度な研究および応用の能力を培うことを目的としている。このために、指導教授制(ゼミナール制)を堅持し、この指導の下で、時間を掛け、高度な研究能力を育成しようとしている。また、将来研究者として自立できるための目安となる博士の学位取得のためには、指導教授制とは別に、論文指導委員会も設け、これに当たっている。

経営学修士コースでは、教育目的を実現するために、現実の経営者・教員との直接的対話を促す”創造的対話の場”を作り出すと同時に、徹底したコースワークや社会科学の古典の精読といった”理論指向のカリキュラム”を実践している。具体的には、(1)分析力を体系的に身につけるためにコア科目と選択科目に分類された多数の講義を提供する、(2)講義、ケーススタディ、フィールドワーク、シミュレーション、レポート作成など多様な教育方法を有機的に組み合わせる、(3)少人数のゼミナール形式の授業で受講生の濃密なネットワーク相互作用を生み出す、(4)優れた経営者から実践的な経営哲学を学ぶ講義や、受講生が自ら問題を設定する機会を豊富に用意する、といった特徴をもっている。

4 学部・修士5年一貫教育プログラムの創設

本研究科には、上述のように、経営学修士コースと研究者養成コースという2つのコースがある。このような高度な専門知識と深い思考力を育成する大学院教育と学部4年間との連携をさらに深め、高度の一貫性をもった教育プログラムとして2つのコースに対してそれぞれ学部4年間と大学院修士課程1年間の計5年間で、学士ならびに修士の両方の学位を取得することができる5年一貫教育プログラムを提供している。

[想定する関係者とその期待]

本研究科の想定する主たる関係者は、本研究科在籍学生、入学をめざす受験生、そしてまた本学卒業生を雇用する大学等の研究教育機関・実業界・官界・非営利組織等である。本研究科への期待は、高度な専門的知識と技能を生かしてそれらさまざまな分野において中核的な役割を果たしうる人材を育成していくことにある。

分析項目ごとの水準の判断

分析項目 教育の実施体制

(1) 観点ごとの分析

観点 基本的組織の編成

(観点に係る状況)

本研究科の組織は経営・マーケティング専攻と会計・金融専攻の2つの専攻に分かれている。教育課程としては、原則として5年の修学期間を要する研究者養成コースと、2年の修学期間でいわゆるMBAを修得するために経営学修士コースの、2つのコースが設けられている。また経営学修士コースの一環として企業の執行役員クラスの経営幹部を対象としたエグゼクティブプログラム(HSEP:一橋シニアエグゼクティブプログラム)が設けられている。

研究者養成コースには、それぞれの専攻分野における高度な学識と研究能力を培うことを目的とし、経営・マーケティング専攻は、経営講座、イノベーション講座、ビジネス・エコノミクス講座、マーケティング講座、産業文化講座が、会計・金融専攻は、会計講座、金融講座、経営基礎科学講座を擁している。

本研究科は、修士課程収容定員216名(=1学年108名×2)、博士後期課程収容定員90名(=1学年30名×3)に対して、専任教員の50名(教授35名、准教授13名、講師2名)がそれぞれの専門領域における研究者養成コースと経営学修士コースの教育の中心を担っている(2007年5月1日現在(資料B1-2007 データ分析集:No.4 専任教員数))。

また、大学共同利用機関であるイノベーション研究センター(教授6名、准教授2名)との連携のもと、経営・マーケティング専攻の中のイノベーション講座のプログラムと、経営学修士コースにおけるイノベーションに関する講義やワークショップが提供されている。

観点 教育内容、教育方法の改善に向けて取り組む体制

(観点に係る状況)

担当評議員のもとに「教育システム委員会」を常置し、学部・研究科の教育内容や教育方法を検証し、改善に関する提言をとりまとめて、教授会に答申し、審議することとなっている。また、大学院教育に関する事項は、大学院教育専門委員会を通じて全学的に意思の共有が図られている。

研究者養成コースでは、ほぼすべての講義で受講者数が10名未満の少数精鋭でおこなっているため、授業評価アンケートは行われていない。

経営学修士コースでは、全ての講義の最後に実施される授業アンケートとともに、別途独自のアンケートを実施して、学生からの要望を吸い上げて教育方法の改善につなげている。また、学生との非公式の懇談会を開くことによって学生の率直な意見を聞くようにしている。こうした懇談会から得られた情報によって、これまでも担当教員の変更などの対応が行われてきた。さらに、学生自らも自主的にアンケートを実施しており、その内容は教員や事務局にフィードバックされている。

さらに2006年度からはプログラムオフィサーを設置した。プログラムオフィサーには、

コースの研究・教育の管理運営、コースの戦略・活動プランの立案と実行、学外への広報活動、卒業生の就職支援、国際化対応などを含む全体に対する責任が付与されている。

(2) 分析項目の水準及びその判断理由

(水準) 期待される水準を上回る

(判断理由)

社会的に高等教育の必要性が認識され、特に、MBA 等の実務面を重視したビジネス高等教育が重視されるようになってきている。本研究科でもこのような社会的な要請から、MBA コースの拡充を図るべく、2007年にそれまでの経営・会計専攻と市場・金融専攻から経営・マーケティング専攻と会計・金融専攻への組織再編を行っており、期待される水準を上回ると判断される。なお、研究者養成コースについて、授業評価以外の方法により、学生の声を聞く手段を検討する余地は残されている。

分析項目 教育内容

(1) 観点ごとの分析

観点 教育課程の編成

(観点到係る状況)

2007年の組織再編に際して、本研究科が提供する教育プログラムの抜本的改革が行われ、コースワーク制度が導入された。具体的には、各講座が提供するプログラムを、専門基礎科目と専門科目とに分け、専門基礎科目では当該領域を専門的に研究し始めるにあたって必要となる基礎的素養を学び、専門科目では、専門基礎科目で学ぶ基礎的素養を前提として、その領域でのより深い専門的知識・能力を習得できるようになっている。

また、一橋大学の特徴の一つである指導教授制を堅持し、この指導の下で、時間を掛け、高度な研究能力を育成しようとしている。また、将来研究者として自立できるための目安となる博士の学位取得のために、指導教授制とは別に、論文指導委員会を設け、2年間にわたり2名の教員が指導に当たっている。

一方、経営学修士コースは、大きく、コア科目、選択科目、演習（古典講読とワークショップ）から構成されている。コア科目は、企業経営および企業環境に関わる理論と分析に関する基礎を提供している。選択科目は、最先端の知識を提供したり、特定の視点から切り取った深い知識を必要に応じて適宜提供している。本コースが重視している古典講読とワークショップはともに少人数教育を旨とするゼミナールとして位置づけられている。古典講読では、深い思索・広い視野などを養うことが目的とされる。ワークショップでは、学生が自らテーマを設定して、調査・分析を実践に、報告書に統合していく作業が行われている。

シニアエグゼクティブプログラムは、5ヶ月間に渡る5つのセッションから構成されている。内容は(1)特定の経営者を取り上げ個人で研究する「経営者研究」、(2)実際に起きた事例をもとに意思決定や戦略について深く考察する「ケーススタディ」、(3)現役経営者の生の声を聞き討議する「経営者を招く」、(4)戦略、組織、人、金などの経営資源に関するレクチャーとディスカッションによる「経営の総合判断」の4つの基本プロセスからなる。

観点 学生や社会からの要請への対応

(観点到係る状況)

高度な専門知識と深い思考力を育成する大学院教育と学部4年間との連携をさらに深め、高度の一貫性をもった教育プログラムとして2つのコースに対してそれぞれ学部4年間と大学院修士課程1年間の計5年間で、学士ならびに修士の両方の学位を取得することがで

きる5年一貫教育プログラムを提供している。

また、本研究科の学生構成についていえば、修士課程の学生数193名中66名が社会人学生である点に特徴がある(資料B1-2007 データ分析集:No.3 学生構成)。これは経営学修士コースにおいて、社会人経験者を積極的に受け入れていることによる成果である。

経営学修士コースでは、優秀層を育成したいという、民間企業からの要請に対応して、毎年、企業派遣枠を設けて、10名程度の企業人を受け入れている。これらの企業人は2年間のコース終了後に復職して企業の中核人材として活躍している。また、日本企業では高度な能力をもつ経営者が渴望されており、こうした状況に対応して、執行役員レベルを対象としたシニアエグゼクティブプログラムを提供していることは既述のとおりである。

また、特に優秀な学部生に関しては、5年一貫教育として、学部4年プラス1年で、MBAを取得できるプログラムを提供している。毎年5名程度を受け入れて、優秀な人材を早いタイミングで社会に送り出している。さらに海外からの留学生を積極的に受け入れており、2007年度は21人が入学した。

金融プログラムでは海外大学との積極的な交流を進めている。平成19年度には、タイのタマサート大学IMBA短期研修のホスト校をつとめ、日本側で研修プログラムを提供した。一方で日本側からは、「中国国情及びビジネス環境国際研修プロジェクト」として、中国を訪問し、精華大学の学生とともに、中国企業に関する実施調査による共同研究を行った。

学生からの、教育内容や教育方法の改善要求に対しては、継続的に対応を行っている。MBAルームやグループワーク室を設置して学生の学習環境を整え、学生間の相互作用を促進していること、学生数の増大にあわせて並行講義を実施していること、学生の要望を聞き入れて授業内容や担当教員の変更を柔軟に行っていることなどがあげられる。

(2)分析項目の水準及びその判断理由

(水準) 期待される水準を上回る

(判断理由) 研究者養成ならびに高度専門職業人の育成のためにそれぞれ適した教育プログラムが提供されている。特に、経営学修士コースについては、入試制度においても独自の企業派遣制度を有しており、ビジネス社会との間で有意義な関係を築いている。このことから期待される水準を上回ると判断される。

分析項目 教育方法

(1)観点ごとの分析

観点 授業形態の組合せと学習指導法の工夫

(観点到係る状況)

研究者養成コースでは、各領域での基礎的な専門的知識、より深い専門的知識を提供する講義形式と、学生の高度な研究能力を育成するための演習形式の2つの教育方法がとられている。前者においては共通のテキストや資料に基づいて比較的少人数での報告・討論が行われ、後者においては学生個人の研究テーマの報告・討論が行われる。

経営学修士コースでは、講義、ケーススタディ、フィールドワーク、シミュレーション、大量レポート作成など多様な教育方法を有機的に組み合わせている。また、本コースの特徴である古典講読とワークショップは少人数のゼミナール形式の授業で受講生の濃密な相互作用を生み出している。さらに、優れた経営者から実践的な経営哲学を学ぶ講義や、受講生が自ら問題を設定する機会が豊富に用意されている。

観点 主体的な学習を促す取組

(観点到係る状況)

各学科目とも本学研究科のホームページで年度初めにシラバスを公表しており、授業概要、授業の目的・到達目標と方法、授業の内容・計画、テキスト・参考文献、他の授業との関連・教育課程の中での位置付け、成績評価の方法、成績評価基準の内容、受講生に対するメッセージ、連絡先・オフィスアワー等を公表し、学生の履修の便宜を図っている。

(商学部・商学研究科ホームページ

<http://www.cm.hit-u.ac.jp/kyouiku/mcm/kamoku/index.html>)

経営学修士コースでは Webclass 等の情報技術を利用して、学生が講義内容にアクセスできるようになっており、学生の継続的な学習を促進している。また、授業では多くのレポートが課されている。教員は提出されたレポート1つ1つを添削してコメントを返すことによって学生の能力向上を寄与している。グループワークが多いことも特徴であるが、それに対応して、MBA ルームやグループワーク室などの共有スペースを用意することによって、学生間での効果的な相互作用を促している。

また入学前には、プログラム全体を通して基盤となるような必読文献が、各授業担当者から提示されており、学生に学習の指針を与えている。

さらに、物理的なスペースとしては、図書館の他に、マーキュリータワーに院生研究室や共有スペースがあり、学生同士の討論や共同研究を行う場所が確保されている。

(2) 分析項目の水準及びその判断理由

(水準) 期待される水準を上回る

(判断理由) 修士号ならびに博士号を取得するために、コースワーク制の講義と伝統的なゼミナール制を組み合わせることで、学生の積極的な学習意欲を高めるための工夫がなされており、期待される水準を上回ると判断される。

また資料2-1で示されるように、経営学修士コースが、日本における主要なMBAコースの中でもっとも入試倍率の高いコースとなっていることは、我々の取り組みに対する社会の評価を示していると考えられる。

さらに企業からのインターンシップ募集の要請も年々増大しており、2007年度には11社からの要請があった。このことも社会からの評価が高まりを表していると考えられる。

【別添資料2-1:『日経キャリアマガジン(特別編集 MBA・会計・MOTパーフェクトブック)』 2008年版、表紙、p.49】

資料2-1 主要MBAプログラム入試倍率一覧(2007年度)

| 大学名 | 2007年度 | | | |
|---------------------------|--------|------|------|------|
| | 入学定員 | 志願者数 | 倍率 | 合格者数 |
| 神戸大学大学院経営学研究科 | 69 | 128 | 1.75 | 73 |
| 一橋大学大学院国際企業戦略研究科 | 48 | 60 | 1.36 | 44 |
| 慶応義塾大学大学院経営管理研究科修士課程 | 100 | 182 | 1.62 | 112 |
| HMBA(一橋大学大学院商学研究科) | 73 | 186 | 1.92 | 97 |

日経キャリアマガジン(特別編集 MBA・会計・MOTパーフェクトブック 2008年版 より

分析項目 学業の成果

(1) 観点ごとの分析

観点 学生が身に付けた学力や資質・能力

(観点に係る状況)

本研究科に在籍中の研究者養成コースの学生による研究業績は次のとおりである。

| | (2006/8 現在) | (2007/8 現在) |
|-----------------------------|-------------|-------------|
| (1) 雑誌(日本語)に掲載された論文: 査読付き | 11 | 7 |
| (2) 雑誌(日本語以外)に掲載された論文: 査読付き | 3 | 0 |
| (3) 本の一部として掲載された論文 | 11 | 1 |
| (4) 雑誌に掲載された論文: 査読なし | 11 | 13 |
| (5) 学会報告 | 10 | 16 |
| (6) 学会以外での報告 | 5 | 3 |

修士課程修了者数は次のとおりである。

| | |
|--------|-----|
| 2004年度 | 28名 |
| 2005年度 | 29名 |
| 2006年度 | 29名 |

博士学位取得者数は次のとおりである。

| | |
|--------|-----|
| 2004年度 | 26名 |
| 2005年度 | 15名 |
| 2006年度 | 13名 |

(商学研究科・商学部ホームページ)

<http://www.cm.hit-u.ac.jp/kyouiku/mcm/data/index.html>

経営学修士コースにおける修士号取得者の人数は以下の通りである。

| | |
|--------|-----|
| 2004年度 | 42名 |
| 2005年度 | 43名 |
| 2006年度 | 48名 |

経営学修士コースの学生は2年目にワークショップに参加して、それぞれの専門領域でのワークショップレポートを作成する。2007年3月に修了した卒業生が参加したワークショップの領域と参加者の人数は以下のとおりである。

| | |
|---------|-----|
| 戦略 | 11名 |
| 産業 | 7名 |
| マーケティング | 4名 |
| イノベーション | 4名 |
| 金融 | 2名 |
| 組織人事 | 6名 |
| 財務 | 6名 |
| 経営情報 | 1名 |

また、上記ワークショップの1つである「戦略ワークショップ」の学生達は、教員とともに、毎年『企業戦略白書』を刊行している。このような本の執筆ができること自体、学生の能力向上の現れといえる。

| |
|-------------------|
| 観点 学業の成果に関する学生の評価 |
|-------------------|

(観点に係る状況)

研究者養成コースでは、ほぼすべての講義で受講者数が少数(10人未満)のため、授業評価アンケートは行われていない。そのため、学業の成果に関する学生の評価を特に数値データを元にして判断する資料はない。

以下は、経営学修士コースに関して、学生からの評価の一部を示したものである。

「先生方や様々なバックグラウンドを持つクラスメイトとのシビアな議論を通じて、自社の抱える課題が整理され、思いもよらない視点を発見することができました。・・・なによりも「自分の頭で考える」という経営者としての「構え」が身についたことが最大の収穫です。(2005年3月修了生)」

「・・・魅力は、教授陣との距離の近さと学生同士の仲の良さというアットホームな雰囲気です。毎回授業を延長してくださったり、学生のために強力を惜しまない教授陣の下で学ぶことができ、有意義な学生生活を過ごすことができました。(2006年3月修了生)」

(2)分析項目の水準及びその判断理由

(水準) 期待される水準にある

(判断理由) 学生が身につけた学力や資質・能力を客観的に判断することは難しいが、修士号ならびに博士号の授与数、研究者養成コースの学生による研究業績、経営学修士コースの学生による評価を見る限り、期待される水準にあると判断される。

分析項目 進路・就職の状況

(1)観点ごとの分析

| |
|------------------|
| 観点 卒業(修了)後の進路の状況 |
|------------------|

(観点に係る状況)

研究者養成コースのうち修士課程修了者の博士進学、金融機関、その他への就職者数は次のとおりである。

| | | | | | | |
|--------|----|-----|----|----|-----|-----|
| 2004年度 | 進学 | 14名 | 金融 | 5名 | その他 | 10名 |
| 2005年度 | 進学 | 12名 | 金融 | 7名 | その他 | 10名 |
| 2006年度 | 進学 | 12名 | 金融 | 6名 | その他 | 11名 |

研究者養成コースのうち博士課程修了者(単位取得者を含む)の大学等への就職者数は次のとおりである。

| | | | | | | |
|--------|----|-----|-----|----|----|----|
| 2004年度 | 大学 | 23名 | その他 | 3名 | 未定 | 6名 |
| 2005年度 | 大学 | 13名 | その他 | 3名 | 未定 | 2名 |
| 2006年度 | 大学 | 16名 | その他 | 3名 | 未定 | 2名 |

経営学修士コース修了者の進路の内訳は資料2-2のとおりである(進路調査アンケートに回答した修了生に関するものであり、修了生全員のデータではない)。

資料 2 - 2 経営学修士コース修了者進路内訳（人数）

| 進路先 | 2004 年度 | 2005 年度 | 2006 年度 |
|--------------------|---------|---------|---------|
| エネルギー関係 | 2 | 3 | 2 |
| 製造業 | 5 | 10 | 6 |
| 建設業 | | | 1 |
| 運輸、流通関係 | | 1 | 1 |
| 商社・小売・卸売関係 | 1 | 2 | 3 |
| 情報・通信・IT関係 | 7 | 5 | 4 |
| 金融・保険・証券 | 8 | 7 | 10 |
| 不動産関係 | | | |
| サービス関係（教育、広告、人材など） | 3 | 4 | 4 |
| コンサルティング関係 | 7 | 6 | 10 |

（ 商学研究科教育研究活動報告書 2007 年
<http://www.cm.hit-u.ac.jp/katsudo/kankobutsu.html/> ）

観点 関係者からの評価

（観点到に係る状況）

経営学修士コースにおいて企業派遣による学生の数が増大していることは、当コースに対する評価を反映していると考えられる。またシニアエグゼクティブプログラムに関しては、毎年5社と企業数を限定しているため、要望のある企業全てを受け入れることができず、待ってもらっている状況である。これも本プログラムに対する高い評価を示していると考えられる。

（2）分析項目の水準及びその判断理由

（水準）期待される水準にある

（判断理由）

他の研究科に比べてオーバードクターの数が少ないことに示されるように、一定の成果は上げていると判断される。しかしながら、修士課程修了者の博士後期課程への進学率や博士号取得者数など改善すべき点はあると考えている。

質の向上度の判断

事例 1 「経営学修士コース拡充のための組織再編」（分析項目、 ）

社会的に高等教育の必要性が認識され、特に、MBA 等の実務面を重視したビジネス高等教育が重視されるようになってきている。本研究科でもこのような社会的な要請から、経営学修士コースの拡充を図るべく、2007年にそれまでの経営・会計専攻と市場・金融専攻から経営・マーケティング専攻と会計・金融専攻への組織再編を行った。

さらに、経営学修士コースの中に、企業の財務・金融に詳しい経営者を育成することに重点を置いたプログラムの提供を開始した。これにより、金融機関からの企業派遣や、金融機関への就職を目指す学生にとっても魅力のあるコースとなっている。

以上より、教育の実施体制ならびに教育内容において質の向上があったと判断される。

事例2 「コースワーク制の導入」(分析項目)

これまで属人的に講義科目が決定される傾向があったが、コースワーク制の導入により、基礎的、汎用的な教育プログラムを組織的に提供することが可能となった。

研究者養成コースでは、各講座が提供するプログラムを、専門基礎科目と専門科目とに分け、専門基礎科目では当該領域を専門的に研究し始めるにあたって必要となる基礎的素養を学び、専門科目では、専門基礎科目で学ぶ基礎的素養を前提として、その領域でのより深い専門的知識・能力を習得できるようになっている。

経営学修士コースは、大きく、コア科目、選択科目、演習(古典講読とワークショップ)から構成されている。コア科目は、企業経営および企業環境に関わる理論と分析に関する基礎を提供している。選択科目は、最先端の知識を提供したり、特定の視点から切り取った深い知識を必要に応じて適宜提供している。

以上より、教育内容において質の向上があったと判断される。

事例3 「5年一貫教育プログラムの実施」(分析項目)

高度な専門知識と深い思考力を育成する大学院教育と学部4年間との連携をさらに深め、高度の一貫性をもった教育プログラムとして2つのコースに対してそれぞれ学部4年間と大学院修士課程1年間の計5年間で、学士ならびに修士の両方の学位を取得することができる5年一貫教育プログラムを提供しており、教育内容において質の向上があったと判断される。