

Ryukoku

Faculty of
Economics/
Business
Administration

龍谷大学“KEIZAI”×“KEIEI”読み解きBOOK

教授

学生

スペシャル対談

- より幸せな社会をつくる。
- 日本を変える経営人になる。

何が
ちがうの？

経

営

済

学

部

- 経済学部・経営学部の教授陣が
共通のテーマで解説！

TALK セッション

- 龍谷大学で
真の教養人になる。

- 経済学部、経営学部の
活動をご紹介します。

KEIZAI & KEIEI
Topics.

●Message from Graduates
卒業生からのメッセージ



教授

× 学生

スペシャル対談

経済学部、経営学部では
どんなことを学び、
どんな面白さ、
やりがいがあるのか？
大学生活での取り組みや
これからの夢を
両学部の教員と学生が語ります。

経済学部

国際経済学科

大林稔 教授

経済学部

経済学部

国際経済学科 四年生

山川勝弘さん

日本を変える
経営人になる。

経営学部

経営学科 四年生

佐々木翼さん

経営学部

経営学科

夏目啓二 教授

経営学部

より幸せな
社会をつくる。

～Think globally Act locally～

大林教授が率いるアフリカ研修に参加した後、1年間休学して「学生ヨル会議」という学生ネットワークを立ち上げた山川さん。今年は復学し、勉強と実践的な活動の両立をめざしています。

話し合うことで成長できる。

それを大きな力にしたい（山川さん）

山川 もともとは『世界がもし1000人の村だったら』という本を読んで世界平和に興味を持ったのですが、アフリカに研修に行き、「なぜ一人一人の思いが社会に反映されないのか？」という疑問がより大きくなりました。それで学問だけでなくと生の意見交換がしたくなり、「学生ヨル会議」を始めたんです。学生と社会人が一つのテーマについて話し合う場を提供し、その様子をネット配信しています。

大林 私もその場に行っただけで、議論するうちに皆の中に眠っていた可能性がゾワゾワッと動き出すのを感じて、そんなときは興奮するよね（笑）。

山川 仕事や環境が全然ちがう人同士でも、話すうちに同じことを感じているとわかってきたり。結局、お互いを知らないから世代間格差などが生まれるんじゃないかと。今年は復学して、どうしたら民意を社会に反映できるかを学問として考えたいです。



Professor
Minoru Ohbayashi

経済学部 国際経済学科
大林 稔 教授
担当科目は国際協力論、アフリカ経済論、NGOや国連など幅広い活動を通じて世界の貧困や市民社会を研究。



夏目教授と佐々木さんの出会いは、2011年の中国大連での海外研修。その後、IT企業への就職が決まった佐々木さんの大学生活は、あらゆる場面に身近な経営学のヒントを発見した4年間でした。

経営学は机上の学問じゃない。

企業での実習で痛感しました（佐々木さん）

佐々木 僕は日本が不況の時代しか知らない世代なので、中国で産業が成長する現場の活気を肌で感じたのは今までにない大きな体験でした。

夏目 理論学習だけでなく、現場を見て現地の人と交流するのが龍大経営学部の特長だから。マーケティングのゼミではどんな実習をしましたか？

佐々木 グリコ栄養食品(株)でカレーの販売を一からやらせてもらいました。調査から味、ネーミング、広告など全部決めたのに、勉強したことがことごとく通用しなくて（笑）。経営学は机上の学問じゃないと身にしみました。普段ふらつと行くスーパーがすごい工夫してるんだと気づいたし、お店の人やお客様の反応を経験できたのも良かったです。

夏目 失敗が一番大事なんですよ（笑）、その原因を考えるから発見があるし、新しいアイデアが生まれる。すごくいい経験をしましたね。



Student
Tsubasa Sasaki



Professor
Keiji Natsume

経営学部 経営学科
夏目 啓二 教授
担当科目は国際経営戦略論、アメリカやアジアの経営戦略を研究、各種経営学会などで幅広く活動する。



Student
Katuhiro Yamakawa

目的より方向性を大切に

眠っている力を発掘してほしい（大林教授）

大林 日本では学校でも会社でも自分が持つ力の1／10程度しか発揮しにくいムードがあるよね。世界を良くするために、自分たち一人一人の潜在能力をもっと高めようという動きは新しいと思うよ。

山川 先生の言葉で印象的なのが、「目的ではなく方向性が大事」ということ。目的を限定すると、ほかを切り捨てることで面白いものは生まれなし、先生自身、柔軟に世界で活動されている。僕に何ができるか迷っていたとき、「方向性を間違わなければ大丈夫」と応援してくれて感動したんですよ。

大林 国際的な会議では予期しない意見が飛び交って、「知らなかったことが見えてきたね」というのが成果。今までの日本人は結論を導くことがすべてで、真の対話が苦手だった。今の学生は対話を通してお互いの可能性を広げていく力がある。山川君の活動などでそういう人がどんどん増えることを期待したいですね。



アフリカ、タンザニアへの研修旅行。実際に現地に行ったことで、新たな研究課題を見つけることができました。



Ustreamやフェイスブックを駆使した情報配信で注目される「学生ヨル会議」。全国に拠点をづくり、それぞれが就職した後も活用できる横のつながりをめざす。

経営の目的は利益だけではなく

人や社会を幸せにすること（夏目教授）

佐々木 優れた経営者は日本の未来や顧客・従業員の幸せを深く考えていて、人間的にもレベルが高い。そんな一人一人が日本を元気にするんだと感じるので、最終的にはそちら側の人間になりたいです。

夏目 佐々木君は人と関わるのが好きそうですね？

佐々木 はい、もともとそれでマネジメントを勉強したいと。サークルでダンスをやっていて、関西の大学生ダンサーの組織で京都支部のリーダーをやっていました。1000人くらい所属していて情報を伝えるのも難しく、これも失敗ばかりで（笑）。

夏目 いやあ、かなり実践的な勉強になったはず。よく経営学は利益を上げるための学問と誤解されるけど、人をどうマネジメントして、それを通じてどう社会に貢献するかが大切です。それができれば利益は上がる。いろんな場面で生きた経営学を使ってきた4年間がこれからきつと役立ちますよ。



中国大連での海外研修。企業見学だけでなく、大連外国語大学でのプレゼンやディスカッションなど、学生との交流も深めた。大学等の補助金により参加費は2万円（2012年度実績）。



TALK セッション

経済学部・経営学部の教授陣が
共通のテーマで解説！

より大きい全体的な視点から
物事をとらえるのが経済学とすると、
人間の目線に立つて
企業経営のあり方を考えるのが経営学。
そのちがいをわかりやすく解説します。

経済学部 マクロ経済学
溝渕 英之 講師
Hideyuki Mizobuchi

消費と貯蓄のバランスが
国の経済状況を把握するめやすになる (溝渕)

マクロ経済学では、「人々がお金を使うこと＝消費」と
とらえ、それが国や世界の経済にどう影響するかを考えま
す。景気を回復するには、人々がもつとお金を使い、積極的
に消費することが必要だとよくいわれますが、それはあくまで
一時的な影響。5年10年と経済成長が続くには、実は消費よ
りも貯蓄が大事なのです。

人々の貯蓄は銀行を通じて企業に貸し出され、活発な事業
活動によって売上や社員の給料が上がリ、長期的な経済成
長を実現できます。ただ、貯蓄が多すぎるのもまた問題。
必要以上にお金を借りやすい状況は、企業のムダな出費や
大きな損失を招き、負債を抱えた企業が続出すれば経済全体



大きなお金の動きを追うマクロ経済学と
お金が動くときの人々の動機や
目的を探っていくマーケティング論。
研究分野や立ち位置により
消費活動の意味は変わってきます。

1st Round

消費とは 何か？

経営学部 マーケティング論
藤岡 章子 准教授
Akiko Fujioka

がたちまち悪化するわけです。消費と貯蓄のバランスを見
ると、体調チェックをする健康診断のように、一国の経済状
態がわかります。このようにさまざまなデータを使って経
済動向を探り、指針を示すのがマクロ経済学の役割。新聞
やテレビで発表される数字は全体の一部で、授業では政府
のデータから必要なものを探し、自分の考察を確かめるプ
ロセスも体験します。国や社会全体の将来など、より大きな問
題に関心のある人は、ぜひ経済学を学んでください。

企業が生み出す価値を

自分の目や感覚を使って検証する (藤岡)

マーケティングとは企業が市場に対して行う活動(市場
調査、製品開発、価格設定、流通など)すべての総称で、消費とは
「人々がそれを購入してどう楽しむか？」を考えること。
最近では顧客の消費行動が事前に企業が想定したもの

は異なる多様な展開をみせるようになり、これを「創発
的消費」といいます。インターネットが普及した4、5年前
から激増した新しい消費スタイルです。
そこから誕生したバーチャルアイドルが「初音ミク」で、
もともとは音楽合成ソフトウェアのキャラクター。それを用
いてユーザーが歌を作り、サイトに投稿し、アニメを作り、
CDがヒットするまでになりました。いかに顧客を巻き込
むかは今や開発や宣伝の根本に関わる重要な課題。とはい
え、やりすぎれば敏感な消費者には嫌われ、企業としては
微妙な「さじ加減」が難しいところでしょう。

マーケティングのゼミでは大きなテーマに沿って、学生
が自由に対象を選んで研究を深めます。身近な日々の生活
に関心のある人は、消費者として日頃自分が感じているこ
とを堂々と検証できるチャンス。その感覚を楽しみながら
マーケティングを学んでみませんか。

経済学部 アジア経済論
島根 良枝 准教授
Yoshie Shimane

経営学部 アジア企業経営論
木下 徹弘 教授
Tetsuhiro Kishita

アジアの これから。

めざましく経済成長するアジアで
生きるために、何が必要となるのか。
世界の動向を視野に入れながら
個人としての総合力を高めることが
未来を切り拓く力になります。

急成長するアジアの中で 日本が存在感を発揮するために（島根）

世界経済を牽引する“成長センター”として、アジア地域への関心が一段と高まっています。欧米や日本の経済成長が低迷する一方、中国、インド、インドネシアといったアジアの大国が高率の成長を続けているためです。これらの国々では一人当たり所得が低い、つまり平均的にみると貧しいため成長の余地が大きく、また高齢化の進む先進国に比べて人口構成が若く労働力が豊富なことから、今後とも高い成長力を維持すると期待されます。

アジア地域のこれまでの成長は、まず日本が経済発展を実現し、続いて韓国や台湾といった新興工業国、次いでタイ、インドネシアなどのASEAN諸国と中国、その後ベトナムやインドが立ち上がっていくというように、発展の著しい国が次々に登場する形で進みました。

今後を展望すると、そうした成長のフロンティア自体が大きく拡大することは期待できない中で、日本に続いて発展したアジア諸国との競争が厳しさを増すと見込まれます。日本企業には、自らの強みに基づく独創性や進出先に合わせる柔軟性、対応のスピードが一層問われるでしょう。より個人の力が問われるようになり、若い皆さんの活躍の場が増えるのではないのでしょうか。

英語の壁を突破して ビジネスの可能性を広げよう（木下）

ビジネスのグローバル化が加速する中、アジア各国と日本で大きく違うのが英語への取り組み方。韓国では1990年代から国をあげて英語教育に力を入れ、「英語村」と呼ばれるテーマパークが約30か所も。台湾ではアメリカ留学でIT技術を学んだ人々の多くが起業し、これらの企業では英語が標準語です。中国の大学生も外国人を見つけると積極的に英語で話しかけます。

ビジネスのグローバル化とは、簡単に言うとな国よりも海外に向けてより多くの製品を売ること、その際、英語は必須で「ふつう語」となります。日本でも楽天やユニクロでは英語が社内公用語。一般的な企業でも英語の必要性は理解されていますが、未だに英語は「ふつう語」とはいえません。これは日本の国内市場が依然として大きいからだといえるでしょう。

しかし、今後日本の人口は急激に減少するため、日本企業はより多くの製品を世界市場で売っていかなければなりません。そうなるとう多くの仕事で英語が使われ、英語を使わなくてよい仕事は縮小していく国内市場での仕事に限られてきます。英語を使って世界に出ていくこうとするガッツ！これこそ、今、みなさんに求められているものです。



働くといふ。

社会全体の動きをとらえた働き方と、
会社や個人の目標から見た働き方。
自分らしい仕事のあり方を見つけるため
両方の視点から働き方を考えるプロセスには
数多くのヒントがあるでしょう。

社会も個人も今までの呪縛を解き、
人として普通に^よよく生きよう（金子）

皆さんは将来、どんな結婚をしたいですか？「それが経済学とどんな関係があるの？」と思うかもしれませんが、「結婚」や「家族」は経済学の大きなテーマ。

今の日本は大卒でも就職難で、雇用の非正規化が進んでいるのは知っていますよね。一方、正社員の負担は重くなり、数年で退職する若者も増えています。非正規雇用者として働かなければならない30〜40代の人は経済的に安定しないので、晩婚化や少子化が加速。人口が減少すれば税金を支払う労働者が減るので、国の財政はまさに大ピンチです。

この構造を打破する解決先の一つは、今まで以上に女性が社会に出て働き、企業はその力を活かすこと。今後は男性一人で家族を支えるのは難しく、政府も企業も男性も、女性が働きやすい環境を整えることが急務です。

女性ももっと力をつけて、経済的に独立する強い意思を持ち、男性もそれを理解して支えていく、仕事と家庭が両立する「あたりまえ」の生活をしていく時代なのです。

それには勝ち組・負け組といった考え方にこだわらず、自分らしい豊かさや幸せを追求する人生観、家族観を築くことも必要でしょう。それができるかできないかで、日本の将来は大きく変わってくるのです。

個人の力を目標につなげる
マネジメント能力の大きな可能性（重本）

『もしドラ』*が大ヒットして、皆さんもドラッカーという名前を聞いたことがあるかもしれません。50年ほど前に世界を席巻したドラッカーのマネジメント哲学は、それまでの企業経営の常識をくつがえすものでした。

それまでの近代社会では、人は機械を動かす歯車の一つでしたが、ドラッカーは初めて個人に着目。まず目標を立て、モチベーションを高めて責任を果たす個人の能力を組織の目標に結びつけることを説いたのです。

個人の目標と組織の目標にはズレがあり、それを調整することがマネジメントです。ただ丸く収めるのではなく、成果を上げるという目標に向かって有機的につないでいくことが大事。高校野球の女子マネージャーが、陸上部や少年野球チームなどとながら、無理だと思われた甲子園出場を果たす物語に触れた人ならイメージしやすいでしょう。

経営組織論は経営者をめざす勉強ですが、これを発揮するのは企業経営者だけに限りません。サークル活動や友人との飲み会、家庭の運営にとっても、ある目標のために人をまとめるマネジメント能力は幅広く役立ちます。教育、医療、福祉などさまざまな要素を含む家庭のマネジメントが、実は一番の難題かもしれませんね。

*『もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら』
岩崎夏海 著／ダイヤモンド社



TALKセッション

経済学部 統計学
牧 大樹 准教授
Daiki Maki

経営学部 財務会計論
藤木 潤司 准教授
Junji Fujiki

数字の 読み方。 4th Round

苦手だという人も
多いかもしれませんが
数字を正しく読み取るとは
経済学、経営学に欠かせない基本です。
数字を読む力を身につけると
どんな世界が
開けてくるのでしょうか？

数字だけをうのみにせず
全体像を正しくつかむことが大事（牧）

学生4人のお小遣いを2通り考えてみましょう。

Aチームは3000円、4000円、6000円、7000円。

Bチームは1000円、1500円、2500円、15000円。

ABとも平均額は5000円。あなたのお小遣いが3000円

なら、確かにAでは一番低い金額、でもBなら2番目に高い金額です。単純に皆よりお小遣いが少ない！と嘆く前に、データのばらつき方を知ることが必要ですね。

つまり、平均とは必ずしも全体の中心にあるとは限りません。「平均」というものの性質を正しく知らなければ、結果だけに振り回され、判断を間違ってしまうです。企業の売上、株価、経済成長率など、世の中に出回るデータを正しく読み取るには、数字だけでなく背後にある考え方を理解しておくことがとても重要なのです。

統計学の授業では、基礎的なデータの読み方を中心にを行います。また、自分でテーマを決めて資料を集め、そこから何がいえるのかを分析し、理論立ててプレゼンテーションする演習も行っています。自分で必要なデータを探し、自分の頭で考え、結論を導く経験を重ねることで、数字はより正しい情報を雄弁に伝えてくれます。統計学とは、想像以上にアクティブな学問なんです。

これから何をすべきか？
多くのことを数字は教えてくれる（藤木）

「全体における自分のポジションを知る」ために使われるのが統計の数字とすると、「それでは、自分がこれから何をすべきかを考える」ために使われるのが会計の数字。森全体を見ることに対して、一本一本の木をというイメージです。

会計学は企業のお金の出入りを記録しますが、大きな目的はお小遣い帳や家計簿と同じ。今の経済状態を数字で知ることができれば、「無駄な出費を減らそう」「将来に備えて貯蓄しよう」など、その企業の進路や目標を決めるヒントになります。企業の価値観は経営者の考え方によってかなり違うので、それを理解しながら、なおかつ健全な経営ができる体力をキープしなければなりません。どの企業にも通用する万能策はなく、ときには柔軟な発想も問われます。

会計学では企業の会計記録の作り方、読み方を学びますが、「難しいものだ」と思えばやはり難しい。難しく思わない秘訣があるとしたら、「これは何のためにやっているの？」という目的や本質を見失わないことでしょう。会計の数字を読むことができれば、企業のさまざまな問題解決の力になることを忘れないください。



TALKセッション

歴史を 学ぶ意味。

世界や日本の経済の歴史を学ぶ中で
より大きな社会の流れをつかむのが経済史で
会社や経営者の内面をたどるのが経営史。
遠景、近景と焦点を変えて
両方を知ること
さらに立体的な面白さが迫ってきます。



経営学部 国際比較経営史

西川 浩司 准教授
Hiroshi Nishikawa

経済学部 経済史

小瀬 一 教授
Hajime Kose

歴史の裏側を知れば

現代社会がもつと見えてくる (小瀬)

近年アジアの経済が注目されています。これは世界経済のリーダーであったヨーロッパやアメリカにやっとなアジアが追いついた、ということなのでしょう。

経済発展を考える時に「なぜアジアで産業革命が起きなかったのか？」とよく議論されます。18世紀後半にイギリスで始まった産業革命の原点には、当時ヨーロッパは政治の力が弱く、税収不足に悩んだ政府が商業に力を入れた背景があります。国が貧しいから人口は少なく、賃金も高いために大規模な機械化が必要だったのです。

一方、アジアの政治力は強く、政府は商業に頼らず農民から税金を徴収できました。豊かで人口の多いアジアは賃金も安く、性急な機械化を求めなかったわけです。

つまり、欧米中心の経済のしくみができたのは、ここ200年程度の話。歴史をたどれば、今常識とされることにも新しい見方が生まれるのを感じませんか？

経済史は過去の歩みから「こんなときに人間はこう動く。社会はこうなる」という法則を導くもので、今の社会に役立てるのが目的です。誰でも自分が何者かを忘れて、今後を生きていくことはできません。それは国も企業も経済全体にとっても同じではないでしょうか。

先人が歩んできた途には、

そこを辿らなければ得られない、

現在のための何かがあ (西川)

まず、過去にタイムトリップし、頭の中をその時代の常識に修正する。次に、人間の行動にはでたらめなところが多々あることを再確認する。そして先人の会社経営者たちが歩んできた途を再び辿る。そのなかで見えてくるビジネスの世界での物語。それが経営史です。

アップル社のスティーブ・ジョブズは、未来が見えているかのように、幾多の革新的な商品を生み出し、時代を切り拓いてきました。そんな彼が「過去と現在の点を線でつなぐことはできない」という言葉を残しています。成功するべくして成功したのではなく、成功と失敗の境界を綱渡りし、振り返れば成功していた。そう言いかえることもできる言葉です。

この言葉を知ると、彼やアップル社の歴史を辿ってみたくなりませんか。経営史って面白そうに思いませんか。

今考えれば「なぜあのとき、あんなことをしたのか」という理解しがたい会社の行動が「当時としては仕方なかった」と思えるかもしれない。「いま、会社をこう変えればいいのに」ということも「これまでやってきたことは簡単に変えられない」と思えるかもしれない。経営史を知ってこそみえてくる世界もあると思いますよ。



TALKセッション

龍谷大学で 真の教養人になる。

経済・経営の専門科目だけでなく
なぜ、教養科目や語学を
学ばなければいけないの？

龍谷大学では学部の専門科目だけではなく、
教養科目や語学をしっかり学びます。

すべての学問はつながっていて、一つの側面から見ただけでは、
物事の全部はわかりません。

視野を広げて教養や語学を身につけることは、
全体を見渡す地図を持つようなもの。

自分が今どこにいるのか、どこに向かうのか分かりやすくなります。
これから異分野の人と協力するときにも、大きな力になるはずです。

龍谷大学は、真の「教養ある国際人」の育成を目指しています。

龍谷大学で 教養 を身につける。

哲学
宗教学

ダメ人間よ、来たれ！

竹内 綱史【経営学部講師】

「やらなきゃいけないことがあっても
後回し。すぐ誘惑に負けて携帯をい
じったりテレビ見たり。これじゃダメだ
と思っても長続きしない。ほんと、ダメ
だよなあ…」

こんなあなたに朗報です。親鸞と
いう昔の偉いお坊さんが、「悪人正機」
と言っています。要するに、「ダメな奴ほ
ど救われる」ということ。自分のこと
をダメだと思ふあなたは、すでに大き
な一歩を踏み出しているのです。自己
否定は成長への船出。その別名は向



浄土真宗の宗祖親鸞

上心。龍谷大学はこの親鸞の精神を、
建学の精神としている大学です。

ところで、「大学」という制度には、
ソクラテスという哲学者の精神が刻ま
れています。彼の最も偉大な発見は
「自分が何も知らないことに気づ
いた」というものでした。ここでも自
己否定が出发点。人は自分の無知を
自覚しにくく、気づいても気づかない
ふりをしがちです。自分が何も知ら
ないことに気づき、ダメな人間だと
認めること。何はともあれ、すべての
学びは、そうした自己否定から起動
するのです。



を追究したいと考
えています。

仏教学

今、思っていることは
すべてじゃない

長谷川 岳史【経営学部教授】

〈問題〉〇〇に当てはまる語は？
「アジアを中心に流通し、
人々に利益をもたらした〇〇」

— 答えは「仏教」です。

もともと「流通」も「利益」も仏教用
語で、「るずう」「りやく」と読みます。
「流通」とは仏教が広まることで、流通
するのは商品ではありません。「利益」
もさとりの意味、お金ではないのです。
仏教では自己の利益と他人の利益は
同じとされ、自分がさとりを得て他人



顕真館に掛けられている「祇園精舎」の陶版画

唯一無二の自分にであう

人文学
日本文学

田口 律男【経済学部教授】

突然ですが、あなたは「唯一無二の存在」
ですよ。顔形も指紋もDNAも他人と
は異なります。でも自分なんてどこにでも
いる平凡な存在と思っていませんか？

確かに誰もが認める特別な存在な
スベキ。でも、あなたの日常を細か
く吟味すれば、他の誰とも違う個性
が発見できるはずです。

よくが考える「文学」は、そんな「唯
無二の存在」がベース。「文章表現」も
同じで、「うれしい」「かなしい」だけなら
どんな経験も一般化されてしまいます。
でも、自分なりの文脈に乗った「うれしい」
「かなしい」なら、それが先ほどの「唯
無二の存在」に基づくものなら輝きが
増します。教養とはそんな唯一無二の
自分とであう技術ではないでしょうか。

皆さんと一緒に、唯一無二の「文学」と
「文章表現」の魅力

を救うこと。仏教を流通させる目的も
ここにあります。

「経営」も仏教用語です。「経（けい）」
は「お経（きょう）」の原意と同じ、織物の
「たて糸」を指し、目標や筋道を意
味します。この「たて糸（さとり）」を軸
に「よこ糸」を通す日々の努力（修行）を
「営」と言います。

「経済」は、中国の古典「経世済民
（けいせいさいみん）」がルーツで、「世を経
（おさ）めて、民衆を救済する」という
意味。仏教とは無関係のようですが、
「経世済民」を実現するため仏教を厚
く信仰した皇帝もいました。

こう考えると、「流通、利益、経営、
経済」という言葉の違った側面が見え
てきませんか？

龍谷大学では「仏教の思想」が必修
科目。最初の問題文が示すように仏教
を学ぶ利益は予想以上に大きく、皆さ
んの先入観をさらに解き放ちたいと思
います。でも、「龍谷」という名前のル
ーツくらいは調べてみてくださいね。

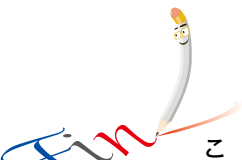


すべてについて話す訓練

映画論

廣瀬 純【経営学部准教授】

民主主義とは私たち一人ひとりの声
が聞き届けられることが基本だといわ
れます。ただし、「みんなが話す」だけ
は十分ではなく、「一人ひとりが「すべてに
ついて話す」ことも必要です。



力を身につけるための場です。

私が開講する映画の授業の目的は、
専門知識の習得ではありません。映画
は美しいものも醜いものも混在する芸
術で、そこに面白さがあります。映画
を観て語り合う練習を繰り返すこと
で、「すべてについて話す」という限り
ない知性を自分自身の力として発見し
てもらえればと願っています。

外国語を学ぶ。

ドイツ語

ノイシュヴァンシュタイン城

國重 裕【経営学部准教授】

ディズニーランドのシンデレラ城のモデルになったといわれるお城が、ドイツに実在するのを知っていますか？それはミュンヘンの南、アルプスのふもとにあるノイシュヴァンシュタイン城。舌を噛みそうな名前ですが、「ノイ」が新しい、「シュヴァン」がスワン、つまり白鳥、「シュタイン」が石という意味なので、漢字で書けば、さしずめ「新白鳥石城」になるでしょう。白くて優雅なお城です。

ドイツ人といえはじめて、勤勉なイメージがあるかもしれませんが。でもドイツの貴族主義を探っていくと、他の国には見られないような耽美と頹廢の世界が広がっています。さあ、あなたもドイツ語を学んで、耽美な世界に酔いしてみませんか？



中国語

中国には

「ごう」がない!?

竹内 真彦【経済学部准教授】

言語は物事を考える「ものさし」となります。たとえば英語を学んだとき、「brother」という単語に兄も弟も含むことに驚きませんでしたか？家族関係の表現において英語は日本語よりやや大ざっぱで、これは欧米人と日本人では家族関係のとらえ方がかなり違うことを意味します。

逆に、中国語には日本語の「いとこ」に当てはまる単語がありません。日本語では父母の兄弟姉妹の子どもはすべて「いとこ」ですが、中国語ではその「いとこ」が父方か母方か、あるいは男か女か、自分より年上か年下かで、すべて呼び方が違うからです。

これはほんの一例で、外国語を学ぶと日本語との微妙な「違い」に気づくでしょう。それは、日本語がどのような言語



なかを考え、諸外国の歴史や文化の違いを学ぶことにもつながります。

日本に限定すれば外国語を使わずに生活することもできますが、日本語を使わずに生きることができません。

けれど、大学生レベルでは、いえ、こんな偉そうな文章を書いている人間でも、まだまだ「日本語の達人」だとは言えません。だからこそ、外国語を学ぶ意味があるのです。



フランス語

日本語と同じ

順序で愛の告白！

増田 靖彦【経営学部講師】

英語にはフランス語に由来する単語が多く、beef・pork・muttonをはじめ、desire・fortune・restaurantなどもフランス語が起源です。これは、1066年にフランスのノルマンディー公がイングランドにノルマン朝を興し、英語にフランス語が持ち込まれたため。フランス語を学ぶと英語の理解も深めてくれます。

英語と違うのは、フランス語の文法。Je t'aime（ジュ・ア・ミ）は愛を告白する言葉で、英語なら「I love you」ですね。この語順は日本語とまったく同じで、私は、Je t'aime（ジュ・ア・ミ）を、私たちにはなじみやすいかもしれません。

フランス語は長らくヨーロッパの準公用語だったため、フランス語を学べばヨーロッパの学問や文化を知ることにも役立ちます。皆さんもいろいろな角度から、フランス語の魅力を発見してください。



スペイン語

メッシの活躍の背景には...

安田 圭史【経済学部講師】

スペイン語というと、なじみのないマイナーな言語のように思うかもしれませんが。でも実際は世界でスペイン語を話す人はとても多く（約4億2000万人）、スペイン以外のラテンアメリカやアフリカなど計21か国の公用語。アメリカでも最も学習される外国語です。サッカー選手のリオネル・メッシは誰もが認める世界最高のプレーヤーで、アルゼンチン出身です。その彼がスペインのFCバルセロナというクラブチームで活躍している背景には、アルゼンチンもスペイン語を公用語としていることも関係があるでしょう。

では、スペイン語がどのような言語かというと、日本語や英語と異なる点がたくさん存在します。名詞や形容詞には「男性形」と「女性形」があり、動詞には「点過去形」と「線過去形」があります。一方、発音は日本語に似ていて、日本人にとっては英語より発音しやすい特徴も。大学では専攻分野をしっかりと学ぶと同時に、こうした言語間の「違い」や「類似点」に触れ、世界に向けて視野を広げることも重要です。スペイン語は皆さんに新たな世界を提供してくれることでしょう。



英語

人生を豊かに
してくれる外国語

S.A. ホワイト【経営学部准教授】

外国語を学ぶ一番のメリットは、人生が豊かになること。知識や物事の考え方が深まり、新しい発見や経験が開けます。日本と外国を比較して、世界の多様性に触れることもできるでしょう。

大学が提供する留学プログラムに参加することもおすすめです。グローバルランゲージである英語が身につけば、世界中の人のコミュニケーションがとれて、英語メディアによる情報を手に入れたり、自分の人脈や可能性を広げる大きな手助けに。日本や世界の諸問題を解決する協力を得るためにも必須のツールです。英語を通じて、皆さんがつくる社会がより豊かになることを期待しています。



伊達ゼミ(現代経済学科) 京都から陸前高田へ。 お茶つながりで地域再生!

伊達浩憲教授のゼミで、都市と農村の経済循環による地域活性化の研究が始まったのは2001年。2009年には京都府南山城村の茶農家と連携したオリジナル宇治茶『雫』を商品化し、学生が栽培から販売まで全工程に関わるプロジェクトとなっています。



京都駅ナカスイーツ「南山城村の抹茶ばな」

東日本大震災の後、お茶のつながりから岩手県陸前高田市の気仙茶の支援を開始し、2011年5月、9月に続いて2012年2月に3度

目のボランティア合宿を実施。仮設住宅集会所で前回も好評だった「お茶っこサロン」を開催し、ゼミ生22人と被災者50人が交流しました。地元の「小谷園茶舗」にも協力いただき、町やお茶の話、民謡の合唱で盛り上がる楽しい時間の中には、大きな悲しみから立ち上がるうとする被災者の心情が胸に迫る瞬間が何度もありました。

今回は養殖業を再開した漁港にも入り、エゾイシカゲガイの仕掛けづくりをお手伝い。「また来いよ」という漁師たちの温かい笑顔に迎え、ぜひ収穫まで見届けたいと学生たちも意欲を新たにしています。

「被災地との交流は今後も後輩に引き継ぎたい。陸前高田の今をしっかりと伝えることがゼミの役割だと思っています」と伊達教授。ここには現場に足を運んで自分自身で感じて学ぶ、息の長い地域再生プロジェクトが根づいています。

伊達ゼミの陸前高田での支援活動



陸前高田の漁港で、エゾイシカゲガイの仕掛けづくりを手伝う学生たち。



仮設住宅の集会所で被災者と交流する「お茶っこサロン」を開催。



昨年9月、気仙茶の茶畑で剪定作業を行う3年生。

伊達ゼミの地域経済再生プロジェクトの詳細がわかるブログ。
Making of Ryukoku-cha
<http://d.hatena.ne.jp/ryukoku-cha/>

クラフチックゼミ(国際経済学科) 国際金融を体感する 証券取引所や 日本銀行の見学

外国為替市場をはじめ、金融市場のメカニズムを研究するクラフチック・マリウシュ教授の国際金融研究ゼミ。財政危機に直面したギリシャのアテネでは暴漢が国会議事堂に石を投げ、数日後には日本の大企業が「円高のため」業績赤字を発表して株価がダウン。その後、日本の財務大臣は国民の税金を使って外国為替市場に介入する...など、

一見関係ないように見える出来事がすべてリンクしているのが現在の経済システム。

円高になると輸出する企業は不平を言い、円安になるとガソリンや海外旅行代金が高くなるように、円高にも円安



クラフチック・マリウシュ教授とゼミ生の東京証券取引所見学。国際金融の現場で、揺れ動く金融のしくみや臨場感を体験。

にも悪い点があります。なぜ為替レートは変動するのか? 日経平均株価が上がると企業は金持ちになるのか? クラフチックゼミでは激変する国際金融の今を研究。日本銀行の本店・支店や東京証券取引場など、日本を動かす金融拠点にも足を運びます。

「プレゼン龍」で 1年生の小林さんが 準優勝!



準グランプリと特別賞を受賞した、小林さんが率いるチームC.C.

学生ベンチャーの発掘・育成をめざすビジネスプランコンテスト「プレゼン龍(ドラゴン)2011」で、経済学部1年生の小林真莉さんのチームが準優勝しました。

「大学で何ができるかは自分次第。自分で考えて行動しなければ何も始まらないと思う」と小林さん。

経済学部は少人数制の基礎演習など、教員と学生の距離が近く、学生一人ひとりの意欲や希望にじっくりと応えられる環境です。小林さんのように1年生でも、目標を持って積極的にチャレンジする学生を全面サポートしています。



外国人留学生への日本文化や語学の指導や、日本人学生による地域密着型の観光サービスを提案。

経済学部の
活動をご紹介します。

経営学部 稗島弥生さん

リーダーの稗島 弥生さん
「同じ目標に向かい、本気でぶつかる仲間が一番の支えでした!みんなありがとう〜!!」

夢造2011の優勝商品 「エコポン」がついに完成! 全国で販売されています。

「中小企業の高いスキル×学生の自由な発想で世の中にムーブメントを起こす」という目的で開催される関西発の商品開発コンテスト「夢造」。2011年優勝を獲得したのが、経営学部の学生チーム「濱ちゃんず」が提案した、片手で使えるエコなポンプ「エコポン」。その後、有限会社プロトワークとの本格的な商品化が進められ、この春から東急ハンスやロフトなど全国のお店で販売が始まりました。

「濱ちゃんず」メンバーは経営学部のゼミ生5人で、会計学を専攻する学生たち。商品企画に興味があったものの、開発やプレゼンの専門知識が豊富だったわけではありません。それでも、エコという切り口でアイデアをまとめ、毎晩遅くまでプレゼンの練習にも励み、みごと優勝を果たしました。

企業と一緒に進める開発段階では、コストなどの面から企画は何度

も振り出しに戻り、社会人に混じった会議では当初なかなか意見が言えなかったことも。失敗が続いて悩んだこともありましたが、最後には全員が納得できる商品を作成させることができました。

「特別な知識も経験もない普通の学生でも、がんばってやればここまでできる!」と身をもって実感できたそうです。



「濱ちゃんず」メンバー
(左から) 岡島 拓さん、稗島 弥生さん、奥 翔哉さん、渡部 一呂さん、砺波 拳さん



エコポンとは?
スポンジを容器の上に置き、押さえつけるだけで洗剤を付けられるエコポンプ。一押しで出る洗剤量は1cc。一般に適切な洗剤量は1cc未満で、6〜7ccの量が出る市販のポンプでは洗剤のムダ使いに。エコポンなら洗剤を約7倍長持ちさせられます。

詳しくは「学生と企業の共同開発
エコポンストーリー」で。
HYPERLINK
<http://eco-katapon.jp/yumezou.html>

学部独自の就職支援

先輩や企業の リアルな声を聞く 「キャリア情報提供会」

大学生として避けては通れない就職活動。経営学部では就職が決定した4年生とその就職先の企業担当者による「キャリア情報提供会」を実施し、学生の就職活動をバックアップしています。

2011年度は(株)京都銀行の人事担当者からの貴重なアドバイスや、内定を得た4年生4人の体験談など、早い段階から就職に関する情報を入手できます。

経営学の勉強は、常に社会と密接につながった内容が中心です。日常の授業の中で社会に対する視野を広げられるので、就職活動にもプラスになること間違いなし!



人事担当者と内定者が就職活動のポイントやアドバイスを紹介

企業との連携

生きた経営学を学べる 授業が充実!

経営学部では企業と大学のコラボレーションによる授業を積極的に取り入れています。皆さんがよく知っている大手食品会社と連携した授業では、学生自身が味や価格を決めて商品開発や販売を行ったり、販売促進のアイデアを研究して企業にプレゼンテーションをしたり、実際の仕事を体験しながら学ぶ実習が人気。

その他にも大型ショッピングモールで市場のニーズを探るアンケート調査や、ものづくりの現場を視察する工場見学、京都企業の経営者による講演など。机上の学問だけでなく、現代のビジネス社会にしっかり踏み込んで生きた経営学を学んでいきます。



工場見学の後、企業担当者へのヒアリングを実施



大型ショッピングモールでのアンケート調査

経営学部の
活動をご紹介します。

KEIEI GAKUBU

Topics.

国家や会社ではなく、突出した個人の時代。

龍谷大学の学生として京都に暮らしていたのは、ちょうど20年前のこと。大学院修了後、大手広告代理店に就職し、ブランドマーケティングのプランナーとして7年間勤務。その後、エンタテインメント企業に転職し、アーティストのブランド戦略や映画の宣伝戦略、事業計画の立案に携わり、現在はマーケティングコンサルタントとして独立して働いています。

東洋経済新報社から『HACKS!シリーズ』、講談社現代新書で『アイデアを形にして伝える技術』等を出版し、ビジネス作家としても忙しい日々を過ごしています。

学生時代には、仲間たちと国際NGOを組織して、フィリピンのODAの現場を歩きました。現地の人たちの視点で、日本の国際開発のあり方や真の援助とは何か？など、本来的な国際協力をディスカッションするシンポジウムを開催。まだ携帯やインターネット通信が成長する初期の段階でしたが、ちょうどその頃に起こったのが阪神・淡路大震災です。被災地の状況をパソコン通信などで配信するなど、学生ボランティアとして関西エリアの学生たちとネットワークを組んで、さまざまな活動をスタートさせました。当時の仲間とは今でも仲が良く、フェイスブック上で日常的に情報交換をしています。仲間は一生モノの財産だと思つづく思います。

さて、これから皆さんが生きていく21世紀は「突出した個人の時代」です。会社でもなく国家でもなく、主役は個人。ブランドを所有する時代は、もう終わりました。これからは自分自身がブランド（価値ある存在）になる、そんな時代に僕らは生きています。

皆さんは大学入学にあたり、その大学の看板に満足するのではなく、大学という機関を自分の存在価値を高めるために、徹底的に活用していかなければなりません。龍谷大学にいる知の宝庫の先生たち、職員のみなさん、数十万冊を超える蔵書、図書館やスポーツ施設、生身の刺激を与えあえる先輩や同級生とのつながりなど、あらゆるリソースを使い倒して、ぜひ世界レベルの個人に成長していたださい。そして、この世界をより良い場所へ変革していきましょう。龍谷大学には、そのためのツールがすべてそろっています。

マーケティングコンサルタント 原尻 淳一さん

経済学部経済学科 1995年度卒業
大学院経済学研究科修士過程 1997年度修了

僕たち一人一人が
世界レベルの個人に成長すれば
世界はもっと良い場所になる。



☆原尻さんの著書をご紹介します!

『HACKS!シリーズ』
東洋経済新報社／小山龍介・原尻淳一 共著
アイデアを生み出す画期的な方法を公開。

『アイデアを形にして伝える技術』
講談社現代新書／原尻淳一 著
情報収集&提供のしくみや、それらをつなぐ循環システム構築のノウハウを伝授。

一生の仲間や、新しい自分に出会える場所。

現在は企業の販売促進を企画・立案する「マーケティングソリューションカンパニー」に勤務しています。営業担当として広告物やノベルティ（景品）、タイアップ、イベント企画など、顧客と企業のコミュニケーション企画全般を提案。「クライアントの課題は？」「どんな方法で解決できるか？」を常に考え、各専門家と協力しながらプレゼンテーションしていきます。

ゴルフメーカーのノベルティ提案では、初回はまったくの空振りに。私自身にゴルフの経験がなく、顧客のニーズをわかっていなかったのが原因でした。その後クラブで指導を受け、ゴルフユーザーの集まる場所に通り、ファンの集まるSNSを研究。ゴルフ後の入浴時に活用できる防水バッグを提案し、「ここまでやっていただいたので、ぜひ岡本さんのプランに決めたい」と、採用いただけたときは本当に嬉しかったです。

経営学部ではターゲットの絞り方や競合他社の商品との差別化を分析する3C（Customer・Competitor・Company）、マーケティングの基本となる4P（Product・Place・Price・Promotion）など今の仕事のベースになる実践法や、顧客の目線になるにはどうすればいいかという発想そのものを身につけられた気がします。

あるサッカーチームでの実習では、「選手は11人であっても12人目の選手はサポーターである」という顧客参加型のマネジメ

ントを勉強。応援だけでなく運営やプロモーションなど、サポーターの主體的参加がチームを成長させる力になることを勉強しました。

ゼミ連（経営学部のゼミ活動を活性化させる団体）の活動に取り組んだことも良い経験です。自分たちの勉強にもつと興味を持ってほしい、広く知ってほしいという目的で、先生方や学生と協力して研究発表会を開催。仲間とともにやりぬくこと、本気で取り組むことの楽しさと感動を教えてくださいました。現在も悔しいこと、できないことの連続ですが、大学時代の経験は大きな支えです。また、仕事は一人でできるものではなく、どのように人をやる気にさせ、巻き込んでいくかと悩んだとき、ゼミ連での経験を思い出します。

龍谷大学は自分が求めさえすれば、多くのチャンスを与えてくれる大学。ぜひ、貪欲な精神を持ってたくさんの方にチャレンジしてください。

マーケティングプランナー 岡本夕理香さん

経営学部 経営学科 2009年度卒業



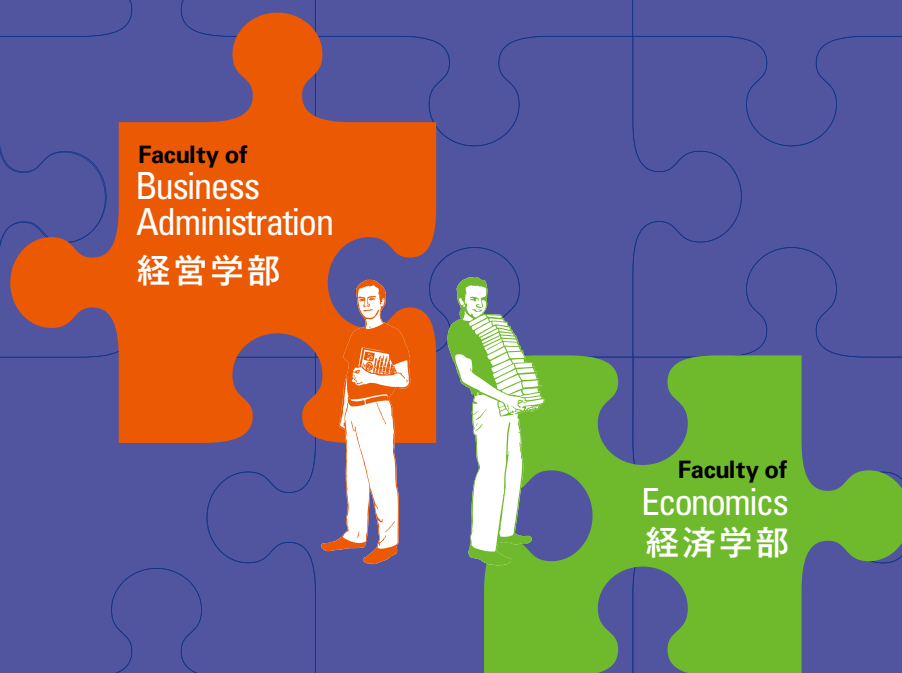
社内でクライアントへのノベルティを提案する岡本さん。顧客ニーズの徹底的な研究が必要になる。

本気で取り組み、あきらめないこと。

その楽しさややりがいを

龍谷大学は教えてくれました。





〒612-8577 京都市伏見区深草塚本町67
TEL:075-642-1111 / FAX:075-642-8867

龍谷大学

検索

