



神戸大学経営学部 2020

KOBE UNIVERSITY School of Business Administration



あなたに伝えたいこと

このパンフレットは、フツの大学受験案内ではありません。このパンフレットは、大学受験生の皆さんに、神戸大学経営学部が提供するパワーと可能性を真に知ってもらいたくて生まれました。

私たちは、経営学教育を、入学から卒業・就職までの大学4年間の問題としてではなく、あなたの人生全体にかかわるトータルな問題だと考えています。そして、このパンフレットは、次のような疑問に答えられるものでなくてはいけないと考えました。

学問 なぜ経営学を学ぶのか？

アイデンティティ&ヴィジョン 神戸大学経営学部は、どこから来てどこへ行こうとしている教育・研究機関なのか？

教育 神戸大学経営学部で、あなたは何をいかに学び、何が得られるのか？

人生 それは、あなたの人生全体にどのような意味を持つのか？

留学 神戸大学経営学部は、世界とどうつながっているのか？

拠点性 経営学を学ぶのに、神戸大学経営学部でなければならない理由があるのか？

入学 いつ、どのような入学機会が開かれているのか？

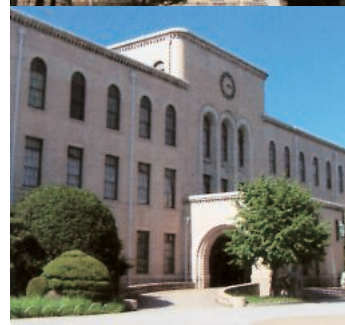
このパンフレットは、私たちについての我々自身のヴィジョンをあなたに伝えたいと思います。

「仕事も生活も生き生き」 それが見えてくるのが経営学

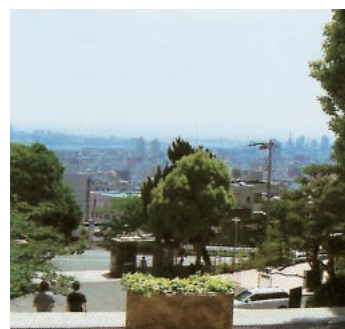
人生の中心、一日の中心を過ごす場所

ひとの一生は、どの時期もかけがえない時期。特に大学の時期がいちばんよかったなあという声をよく聞きます。でも、多くのひとが、卒業後、60才くらいまでを、会社という組織で過ごします。これは、人生の中心部分にあたる時期です。この大切な時期をさえなく過ごすのは、

最低。人生の中心、1日の中心を過ごす会社について、もっと知りたいと思いませんか。賢く、しっかり、心ある生き方をするためにも。ビジネスパーソンとしてうまく生きるためだけでなく、自分の生き方、働き方を自覚的に描ける経営のプロになるためにも。



▲ 校舎（春夏秋冬）



▲ 大学から見える神戸の風景

仕事を通しての人の関係

これは、会社に入る前に、会社のことを具体的に知っておくと役立つ、ということを行っているわけではありません。大学で経営学を学ぶことを、会社についての実践的知識を身につけることと考えると、大変なマチガイ。経営学を、会社経営のノウ・ハウの集まりと考えるのもまったくの誤解です。

経営学は、仕事を通して人と人がかかわりあっていくという、私たちの社会の普遍的で重

要な側面を解き明かそうとする学問です。例えば、私たちが普段使っている商品の1つ1つ。それらは、そのつくり手から会社の枠をこえて私たちに届く間の、様々な人がかかわった仕事の成果です。経営学を学ぶということは、様々な仕事を通じての人の関係について深く考えることにより、私たちの社会についての洞察力を身につけるということです。

ながめのいい分野

奇妙な表現に思われるかもしれませんが、経営学はとてもながめのいい分野です。わたしたちが今生きている社会について様々な角度から理解を深め、実践に対応できる知識を身につけるのに、経営学はグッド。その理由は？？？

理由1 むずかしいけれど、現実とのつながりがわかりにくい他の学問分野に比べて、たえず現実との突き合わせがあるから。

例えば、ある商品がどうしてヒットしたのか、という具体的な問いとそれを実地で調べることを重んじるのが神戸大学経営学部です。

理由2 にもかかわらず、理論指向は非常に強いから。

理論というと理屈ばかりで、役に立たないという

響きがありますが、よい理論ほど役立つものだとまじめに考えているのが神戸大学経営学部です。

理由3 会社の経営を考えるために、考慮に入れるべき領域が多様であるために、研究の目が多様な学問分野に開かれているから。

競争に有利な価格の付け方は経済学に、ひとの動機付け（なぜ、がんばるのか）は心理学にかかわり、複雑な経営問題を論理的に解くには数学、実際に集めたデータと理論を結びつけるためには統計学、会社のおじさんが若者の買い物を研究しようと思ったらなんと人類学までが経営学に動員されます。ひとには、多様な関心、得意不得意がありますが、多様な学問分野とつながっている神戸大学経営学部なら大丈夫。

人生のデザイン

10年後の自分を思い描くのはむずかしいです。でも、いい大学教育を受けるということは、みなさんが10年後あるいは20年後、仕事と生活の

両面で生き生きしていることです。人生の中心、1日の中心を大切に過ごすために、ながめのいい経営学を、ながめのいい六甲台のキャンパスで。

2 日本の経営学は神戸で生まれた

アイデンティティ&ヴィジョン

進取の気質に富む自由闊達なスピリット。 それが百年の歴史に支えられた私たちの財産です。

前身は旧制神戸高等商業学校

神戸大学経営学部の前身は、明治35年（1902年）創立の旧制神戸高等商業学校です。神戸高等商業学校はわが国で2番目の官立高等商業学校として、東京高等商業学校に次いで設置されました。その後、3番目の高等商業学校として大阪高等商業学校が設置され、ここにわが国の商学教育は華々しく幕を開けたのです。明治39年（1906年）に校歌として作られた「商神」は、神戸高等商業学校の百年にも及ぶ輝かしい歴史と伝統を今に伝えています。

「天下の三商大」と謳われた時代

昭和4年には神戸高等商業学校は大学に昇格し、旧制神戸商業大学となりました。この神戸商業大学は当時、東京高等商業学校から昇格した旧制東京商科大学（現・一橋大学）、及び大阪高等商業学校から昇格した旧制大阪商科大学（現・大阪市立大学）とともに、「天下の三商大」と謳われたのです。そして、この三商大は名実ともに商学の殿堂として、東京帝国大学（現・東京大学）を筆頭とする当時の「七商大」と競っていたのです。

わが国で最初の経営学部

神戸商業大学は一時期、旧制神戸経済大学と改称されたこともありましたが、商学重視の歴史や伝統は脈々と受け継がれていきました。

やがて昭和24年、戦後の学制改革により新制神戸大学が誕生します。神戸大学は、神戸経済大学と改称されていた神戸商業大学が基幹となって設置された大学です。神戸大学経営学部はこの大学の誕生と同時に、しかもわが国で最初の経営学部として設置されました。このとき経営学部は、旧制神戸商業大学以来の商学を受け継ぐ直系学部として、その輝かしい歴史と伝統を引き継いだだけでなく、新しく台頭しつつあった経営学と会計学をその中心学科として包摂していったのです。

経営学・会計学・商学の総本山

こうして神戸大学経営学部は、わが国における経営学・会計学・商学の総本山として発展してきました。そして、その輝かしい歴史と伝統を誇るだけでなく、経営学・会計学・商学の研究と教育に関する限り、今日まで常に日本のトップを走ってきたのです。こういった意味で、「経営学は神戸で生まれ、神戸は常にわが国の経営学の中心であった」と言えるのです。

自由な学風

だからと言って、私たちは、伝統にしばられ権威主義に陥ったことはありません。逆に、実学を重んじる伝統は、学生にも教員にも自由闊達な精神をはぐくんできました。そして、神戸大学経営学部は、常に時代を先取りし、自らの明日の姿を描きながら発展し続けてきたと言えます。



大正15年（1926年）
平井泰太郎（神戸高等商業学校教授）
らにより日本経営学会が設立

明治41年（1908年）
同窓会「凌雲会」結成（現在にいたる）

明治39年（1906年）
津村秀松（神戸高等商業学校教授）ら
により、わが国初の経済経営研究専門
雑誌「国民経済雑誌」が創刊
（大正14年神戸高等商業学校の機関
誌として現在にいたる）

明治35年（1902年）
旧制神戸高等商業学校創立

明治

大正



昭和4年(1929年)
神戸商業大学に昇格

昭和10年(1935年)
初の商学博士号(瀬谷善教授)を授与
昭和9年(1934年)
現在の六甲台学舎が完成

昭和20年(1953年)
新制大学院を設置
昭和26年(1951年)
初の経営学博士号
(金井泰太郎教授)を授与
昭和24年(1949年)
新制神戸大学とともにわが国初の経営
学部誕生

平成元年(1989年)
社会人大学院を設置

平成5年(1993年)
現代経営学研究会創設

平成11年(1999年)
大学院重点化

平成14年(2002年)
専門大学院を設置

平成15年(2003年)
専門職大学院を設置

昭和

平成

アカデミズムと経営実践のインターフェースをめざしています。

神戸大学経営学部の全体像

経営学は、会社に代表される様々な組織の経営を対象とする学問です。どのようなリーダーが会社を上手くまとめることができるのだろう、組織や人の成果はどうやって測るのだろう、なぜ同じモノを売っているのに百貨店と専門店のような異なる業種の企業が存在するのだろう、など、企業に関わるありとあらゆる問題を取り扱うのが経営学です。

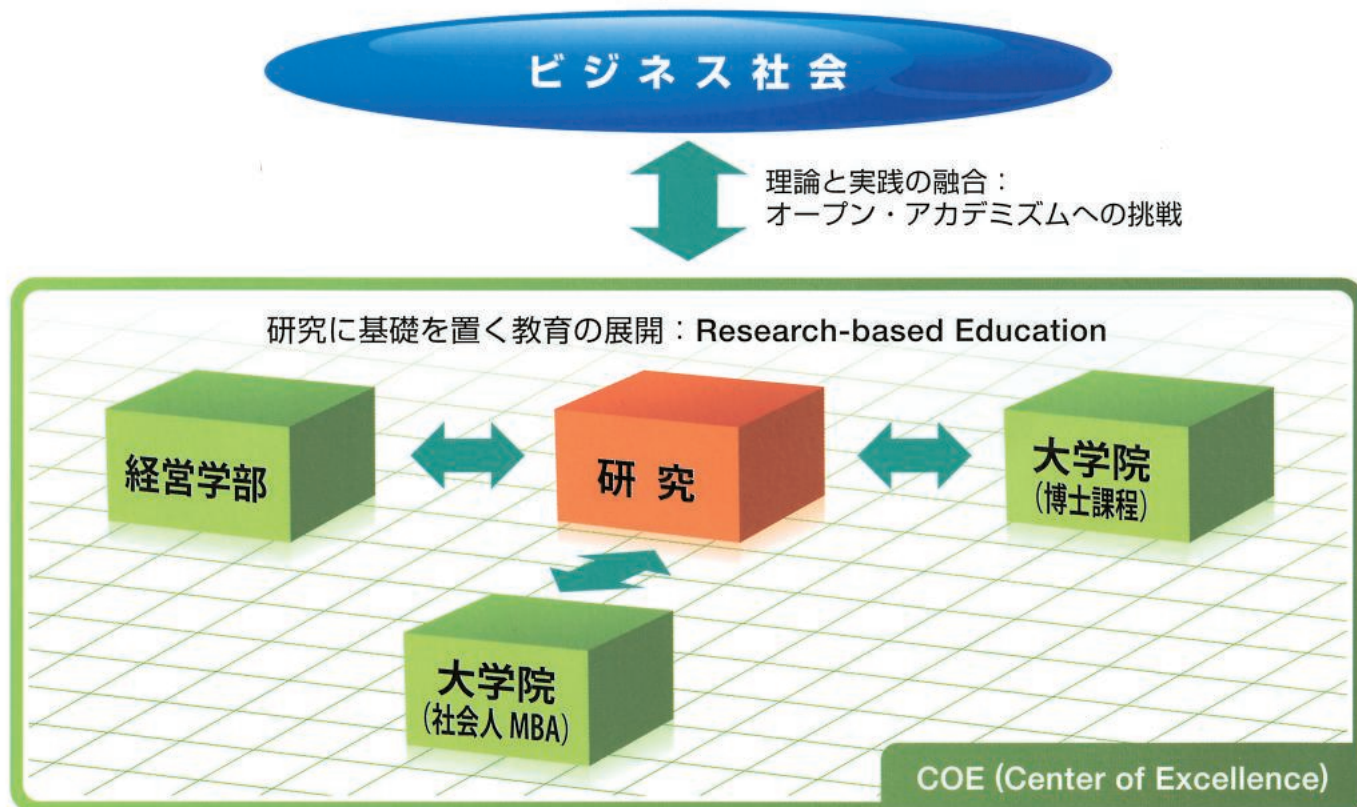
それらの問題は、製品を作って売るといった生産や取引の仕組みの問題はもちろん、それにたずさわる人の心の問題、人と人との関わり合いの問題や、製品を生み出す技術や方法の問題といった、実に様々な問題から成り立っています。

経営学と関係する学問に経済学があります。経済学が、いろいろな製品を作る企業がある社会で、市場を始めとするどのような制度や社会の枠組みが、その企業の能力を社

会の豊かさに生かすことになるかを研究するのに対し、経営学は、そもそもそうした優れた製品を作ることができるには企業はどうあらねばならないかを研究します。優れた企業がなければ、その能力を生かすすべもないという意味で、経営学を学び、その研究成果を生かして優れた企業を作っていくことは、私たちの社会に最も大切なことの1つだと言えます。

神戸大学経営学部は、図1に示すように、経営学を対象とした「研究」をコアに、「経営学部」、「大学院(博士課程)」、「大学院(社会人MBA)」の3種類の教育を加えた4つの活動から成り立っています。以下では、神戸大学経営学部が研究・教育拠点としてどのように発展し、何を目指しているかをまず説明することにしましょう。

図1 神戸大学経営学部の全体像



研究・教育拠点としての発展

神戸大学経営学部は、常に改革の歩みを進めています。社会のニーズと学問の動向が、積極的に柔軟な改革への対応を求めているからです。1998年には、日本における最初の経営学・商学系の大学院大学となりました。また、2003年には文部科学省が実施した「21世紀COEプログラム」において、経営学分野での卓越的研究拠点（COE：Center of Excellence、研究テーマ「先端ビジネスシステムの研究開発教育拠点」）に選ばれました。

すでに欧米では、経営学の教育・研究は学部レベルを超えて大学院にその重点を移しています。最新の水準の経営学を教えるには、4年間の学部教育期間では足りなくなってきたのです。そのため日本でも、最新の経営学を学びたいという社会人が経営学の大学院の門をたたき始めています。このニーズにこたえられる教育機関は、現在の日本にはごくわずかしかありません。

経営学の最先端研究機関として、その中でリーダー的存在である本学部には、毎年150人前後の大学院生が修士号、博士号をめざして入学しており、欧米の大学院教育にもひけをとらない体制を整えています。かれらは、ビジネス・プロフェッショナルをめざす社会人学生と、研究者をめざす一般院生です。両者が車の両輪として、大学院の教育・研究を支えるとともに、そのことが学部の教育・研究の活性化につながっています。

経営学部の研究・教育拠点としての今後の発展を考えるうえで、われわれが重視している2つの重要な考え方があります。1つは「理論と実践の融合：オープン・アカデミズムへの挑戦」です。もう1つは「研究に基礎を置く教育：Research-based Education」です。これら2つの考え方と取り組みについて説明することにしめよう。

理論と実践の融合：オープン・アカデミズムへの挑戦

経営学をどのような方向へ発展させるべきか。その教育と先端的・創造的研究を担う本学部は、COEとしていかにあるべきか。神戸大学経営学部にとって、この基本問題を考える際の基本理念は、「オープン・アカデミズム」という考え方です。ここにオープンとは、経営学の研究対象であるビジネス社会の現実問題をすばやく教育・研究対象として取り上げるとともに、その成果を社会に発信して批判を受けるといことです。アカデミズムとは、このような教育・研究を大学の主体性・自律性において行うということ

です。このオープン・アカデミズムを定着させるために、我々は社会人専任教員制（企業の第一線で活躍している中級管理クラスの人材を1～3年の間、准教授として、あるいは上級管理クラスの人材を数年間、教授として採用する制

度）、トップマネジメント講座制（わが国を代表する企業のトップマネジメントに1学期間講義をお願いする制度）、連携講座制（野村総合研究所、GCA サヴィアンおよびアクセンチュアと連携した大学院講義）などの教育システムを生み出しました。

しかし、オープン・アカデミズムのより本質的な側面は、経営に関する問題の現実の変化を踏まえながらも、ビジネス社会の時流論理を超えた知見と洞察を、教育と研究の場で生み出すことにあります。それは、問題の本質を客観的により広く考えることに他なりません。明日の企業経営者を教育し、企業人よりも長く広い視座から経営問題を研究するところに、教育・研究機関としての神戸大学経営学部の基本機能があるからです。

研究に基礎を置く教育の展開：Research-based Education

学部と大学院における様々な活動を支えるのは、あくまでも研究活動です。企業他の組織の現実の経営を無視できない学際的・応用的学問領域である経営学の特質をふまえて、「研究に基礎を置く教育」（Research-based Education）を展開するためには、「オープン・アカデミズム」の理念のもとで、産業界との連携関係を深めることにより、経営に関する先端的問題を取り上げる研究を推進する必要があります。それと同時に、先端的研究の基礎を形成する基礎研究も重視する総合的な研究能力の向上が不可欠です。

経営学部の教育は、カビくさい書物の中の世界を、知識としてあなたに教えることではありません。経営学という人類の知的遺産を次の時代を担うあなたに伝え、社会に

生かすことです。科学としての経営学のフロンティアが、我々の知的営みによって今まさに切り開かれつつあるその興奮をあなたと分かちあうことです。経営学部の教育があなたとの共感の場となるには、自らが経営学研究の最前線で活動する創造的学部であり、しかもその活動を教育につなげる充実した大学院を持ち、それを学部教育に反映するしくみが不可欠なのです。神戸大学経営学部は、それを可能にする場なのです。

1年生から専門科目の学習が始まります。 だから経営学がおもしろくなります。

4年一貫教育

経営学部では、入学当初の1年次から、全学共通授業科目と経営学に関する専門科目を並行して学習するというカリキュラムの体系を採用しています。このシステムが、図2に表されています。

大学に入って生まれて初めて触れる経営学。その第一線で活躍する教員たちが、あなたが1年生になったその時から、専門科目をわかりやすく講義します。

だから経営学がおもしろくなります。そして自分自身の経営学へのアプローチが描けます。自分の人生に必要な一般教養もはっきりと見えてきます。自分自身が設計する積極的な4年間が始まります。

全学共通授業科目

1年次～2年次で、外国語科目(英語と、ドイツ語・フランス語・中国語・ロシア語から1科目選択)、情報科目、基礎教養科目、総合教養科目、及び共通専門基礎科目といった全学共通授業科目を学習します。

経営学部専門科目

1年次では、経営学部の専門科目を学習する上で不可欠とされる専門的基礎知識を修得するために、必修科目として経営学基礎論、会計学基礎論、市場システム基礎論を学習します。

2年次～4年次では、上記の3つの基礎論で修得した専門的基礎知識をベースに、基本的には経営学、会計学、商学(市場システム)などの幅広い専門分野をカバーする多様な専門科目を学習します。さらに、法学部や経済学部などで開講される関連分野の専門科目も学習することができます。

また、公認会計士や税理士などの高度会計専門職業人を育成するための「会計プロフェッショナル育成プログラム」や、1年間の留学を実りあるものとして、国際社会と文化を理解したグローバルな社会環境で活躍できる経営人材を育成する「KIBERプログラム」もあります。

研究指導(ゼミナール)

経営学部では、通常の講義とは別に、3年次～4年次の2年間について、研究指導の時間を設けています。教員と少人数の学生から構成されるゼミナールを通じて、マス・プロ講義では実現が困難な、教員と学生、及び、学生相互間の緊密な人間的・学問的交流の場が築かれることが期待されます。研究指導での成果は卒業論文という形で結実します。



▲ 山崎教授



▲ 高田准教授



▲ 内田教授

図2 経営学部のカリキュラム体系 (2019年度)



※ 2019年度休講の科目も掲載しています。※ 上記は2019年度のものであり、2020年度は変更の可能性があります。

理論と実際がバランスした多彩な講義で マルチアングルから経営を考えます。

経営の多面的理解のために

経営は、大変複雑な現象です。神戸大学経営学部は、あらゆる角度から経営について考え、学ぶことができるように、経営学、会計学、商学（市場システム）などの諸専門分野にわたる包括的な教育体制を敷いています。経営学部に入學すれば、このいずれの科目も自由に履修することができます。経

経営管理

ひとは、なぜなにごとに打ち込むのか（モチベーション論）、ひとは他の人びととどのようにチームワークをとるのか（グループ・ダイナミクス）、他の大勢の人びとをどのようにしてぐいぐい引っ張っていくのか（リーダーシップ論）、何万ものひとを調整しながら動かすためにはどのような分業を作り出せばいいのか（組織構造論）等について学びます。会社でいったいなにが起こっているのかについての事例とともに、これらの問いを深く考察することになります。

しかもそれぞれの問いは、学生生活でも経験する身近な問いでもあります。たとえば、クラブ、大学祭、アルバイト、ボランティアなど多様な場面で、大学生活でも経験することに密着した身近なトピックです。



▲ 音川教授「財務会計」

財務会計

みなさんは、新聞やテレビで、「〇〇会社の今期決算は増収増益」とか「急激な円高のために赤字転落」などの報道をみたことがあるでしょう。財務会計は、会社が過去1年間に行った事業活動（販売、製造、投資など）について、どのくらい儲けたのか（利益の計算）、あるいは、今後引き続き発展していくために十分な資金があるのか（財産の計算）などを明らかにします。したがって、財務会計の考え方や方法を学べば、冒頭の報道がどのような意味を持っているか、みなさん自身で判断することが可能となります。

このような身近な報道に代表される、会社の利益や財産に関する情報を理解できるということは、みなさん一人一人が、株式に投資をする、取引先の状況をよく知ったうえで契約を結ぶ、新しい商売を始める、あるいは、会計の専門家として公認会計士や税理士になるなど、重要な意思決定や職業それ自体の選択に結び付く大切な知識を体得することを意味しています。

営学部で講義される科目名は、前ページの図2に掲載されています。

それぞれの分野で、あなたはどんなことを学べるのか、何が得られるのか、授業科目の例を取り上げて具体的に紹介してみましょう。

ゲーム理論

絶えず変化していくビジネス環境で経営の成否を大きく左右するのは、経営戦略です。しかし、戦略的に決定し、戦略的に行動するとはそもそもどういう事なのでしょうか。リスクにどう対処すべきか、刻々の新しい情報を戦略的行動にどのように反映させるのか、ライバルもまた戦略的に決定しているときに真に合理的戦略とは何か等を学びます。

単に概念的に考えるだけではなく、厳密な数理的モデル分析（ゲーム理論）を通じて、ライバル同士の戦略的相互依存関係を分析する力をつけます。ライバルを出し抜く天才について語るのではなく、ライバル関係を冷静に分析し、それに応じたベスト戦略を見出す戦略的思考を身につけるということです。



▲ 末廣教授「ゲーム理論」

管理会計

企業経営を合理化するには、どのように経営数字を使えばよいのか？例えば、クルマづくりで言うと、どのようなコンセプト・デザインのクルマを投入していくべきか、そのための工場展開をどのようにすすめるか、こうした決定を正しく行うためには、その決定のコスト的、利益的效果を正しく見きわめることが大切です。さらに、いくらよいコンセプトをつくっても、それが思いどおりに市場にでないという意味がありません。計画と実際の市場化の進捗状態のギャップをどうチェックしていくかということも大切です。このプロセスをうまくすすめるためには、組織の中のいろいろな人に働きかけていかなければなりません。人がこの働きかけにどう反応するかということをおあらかじめ考えておかないと、うまくいきません。

これらの問題を、実務の背後にあるロジックを発見するフィールド研究の成果をとり入れながら、解説します。あなたが企業行動を経営数字の側面から把握して、企業活動を合理的にすすめていく能力を養います。

マーケティング

車やテレビといった「モノ」や、外食やエアラインといった「サービス」の取引を研究します。トヨタや任天堂等の「メーカー」が、消費者にどのような製品を開発し広告するのかといった問題。三菱商事など「卸売業」が、メーカーと小売店の間で、どのような活動を行っているのかという問題。当然、ダイエーやセブンイレブン等の新しい「小売業」がどうして成長してきたのか、あるいは逆に、商店街や百貨店が、なぜ、あまりうまくいかないのかという問題。そして最後に、私たち「消費者」の行動についての問題、たとえば、なぜ、ある商品が大ヒットするのか、といった問題。こうした問題を研究します。

みなさんが知っている会社が、市場で何をしているのか、そして消費者がそれに対してどのように行動しているのかを理解するのが、この分野の研究課題です。それを広い立場から研究するやり方と、会社を細かく調べる研究のやり方があります。前者を勉強すれば、「日本は市場が閉鎖的だ、と外国から言われているが、本当にそうか」といったことがわかります。後者を勉強すれば、「どのような新製品を開発し広告すればよいのか」といったことがわかります。



▲ 栗木教授「マーケティング」

金融システム

お金をもっている人から、ビジネスのためにお金を必要としている人に、お金がどのような仕組みで流れていくのかというわが国の金融制度を学びます。そして、商品やサービスの生産・消費という経済のリアルな面が、マネーというビジネスを回すからくりとどのようにつながっているのかを学びます。

たとえば、新しいビジネスの為により多くのお金が必要になると、限られたお金をめぐって経済のあちこちで競争になります。お金を借りる条件が変わり、経済全体でビジネスの仕方が変わってきます。このお金と実物経済の相互関係を体系的に理解することがこの分野の研究課題です。

日本銀行の金融政策の変更、外国為替市場の変動等々のめまぐるしいビジネス環境の変化を個々のビジネスへのインパクトに結びつけて理解する力、個々のビジネスのその周りのさらに周りを見通して考える力、を身につけることができます。



▲ 畠田准教授「証券市場」

国際経営

日本企業は海外各国で事業を盛んに営んでおり、同時に日本国内では多くの外資系企業が活動しています。これら多国籍企業は、国内事業では経験しなかったような事態に直面します。たとえば、リスクの大きい海外投資をいかに決定するかといった問題があります。固有の文化、歴史をもつ従業員を雇用し、生産、販売を行わなければなりません。日本式経営の現地適応が必要です。他方で、多国籍企業には一国企業には得られない優位性が与えられます。たとえば世界のどこかで生み出されつつある需要をいち早くキャッチし対応できます。また世界中の優秀な人材をリクルートできます。もっともこうした機会の実現には、それにふさわしい仕組みや企業文化をつくらなければなりません。

国際経営のこうした挑戦的な課題について、歴史的視点を持ちつつ、理論的な理解を深めることが出来るでしょう。

Globalization and International Trade

自動車はわが国の代表的な輸出品ですが、なぜそうなのでしょう。日本車の輸出は、わが国にとってもアメリカにとっても望ましいことなのでしょう。もしそうなら、なぜ貿易摩擦が起こるのでしょうか。世界に展開していく今日の経営に関わるこのような問題を適切に考え、答えることができるように、まず個々の企業、消費者の行動を分析します。そして、多くの国が参加する世界市場において取引される商品の価格と数量がどのように決定されるかを明らかにします。こうして、貿易問題を理解する能力を身につけることができます。

また、世界とつきあううえで不可欠な、妄想にとらわれない冷静な目を養うことができます。例えば、外国製品が低賃金を武器に国内に流れ込むことは輸入する国に損害を与える、という議論は誤りです。しかし、このことは、貿易についての正確な理解があってはじめて理解できるでしょう。

学生個々のオリジナリティーと知的構想力をのばすことがゼミナールの教育目標です。



▲ 鈴木竜太ゼミ（経営管理）



▲ 上林ゼミ（人的資源管理）



▲ 三商大ゼミ討論会



▲ 交換留学生

少数精鋭で個性を育むゼミナール

学生数が10名程度の少数グループに対して教員1人が学習の指導や生活の相談を行う、70年以上の伝統のあるゼミナール制度があります。学生一人一人の能力を、教員を含めた少人数のグループ活動を通じて引き出していくというこの教育スタイルを、わが国で最も早くヨーロッパから取り入れたのが、経営学部の前身である神戸高等商業学校です。学部生はほぼ100%がゼミに所属し、学生一人一人に対してきめ細やかに指導を行っています。ゼミの時間帯だけではなく、学生の希望により個別に学習・研究面の相談をはじめ、就職問題や課外活動などの相談、助言も行っていますから、キャンパスライフを安心してすごすことができますでしょう。

また、ゼミでの先輩後輩の関係は、就職活動での頼みの綱として、社会に出てからのネットワークとしてなど、きわめて役に立っています。

学外交流を促進するゼミ

ゼミは、学部生同士の交流の場であるだけでなく、1951年以降の伝統を有する旧三商大（一橋大学、大阪市立大学、神戸大学）ゼミ討論会に参加し、学外の学生との交流も行っています。日頃のゼミでの研究成果を持ち寄り、討議をたかかわすものであり、母校愛もあって他校には負けまいとする気概にあふれた討論会となっています。この討論会で芽生えた友情や他校の先生方との交流は、みなさんの貴重な財産となります。

国際化に配慮したゼミ

ゼミには、留学生の大学院生と研究生も参加していますので、年々増大する留学生と日本人学生との交流を通じて、国際交流の場ともなっています。

ゼミでの様々な教育上の工夫

神戸大学経営学部はゼミ制度の長い伝統を持っていますが、ゼミ制度自体は今では珍しいものではなくなりました。しかし、少人数教育というだけでゼミ本来の教育効果が期待できるのでしょうか。そうではありません。

学生一人一人が問題を発見し、解決する能力、あるいは相互に知的刺激を与えあう基礎的能力を養い、その能力を発揮しながら経営について学ぶことができるには、ゼミのやり方についての様々な仕掛けや、ゼミで学生の力を引き出すことのできる教員の能力が必要です。神戸大学経営学部では、多彩な教員によってサポートされるゼミ教育の様々な工夫がなされています。

ひとつの例

宮尾ゼミの2年間

I.ゼミの目標

宮尾ゼミ（工業経営）では、イノベーターの卵に必要な知識・技法を身につけることを目的にしています。具体的には、次のようなことを目指します。

- ① 学術文献をはじめとする様々な情報を分析することで、何がわかっていて何がわからないのか(何が問題なのか)を特定できる。
- ② フィールドに出かけて立場の異なる様々な人々と意見を交わし、その問題を深く掘り下げられる。
- ③ チームで活動し、個人の力を超えた成果を達成できる。



II.ゼミの特徴

このゼミでは、調査研究や商品企画などの活動をプロジェクトと呼び、それらのプロジェクトに数名のチームを組んで取り組みます。プロジェクトでは、仲間と議論を繰り返す、本や資料を読みあさり、フィールドに出かけ、実務家や生活者と意見を交わし、これまでに学んだ調査や企画の手法を実践し、見つけた問題に答えを出すことが求められます。我々は、ゼミとは知識を学ぶ場であると同時に、それを実践する場だと考えています。

III.ゼミのスケジュール

時 期	
3年前期	○文献調査とフィールドワーク 調査課題を設定し、様々な文献やデータベースを調べるとともに実地での調査を行います。調査課題は、学生が自主的に設定することもありますし、外部の企業や団体から依頼されることもあります。
3年後期	○商品企画 インターカレッジ・スタイルの商品開発コンペである「S カレ」に参加します。市場調査、コンセプトづくり、プロモーション計画に取り組んで商品企画を練り上げ、スポンサー企業に向けてプレゼンテーションを行います。
4年前期	○卒業研究の計画立案 後期で取り組む卒業研究に向けて研究計画を固めます。卒業研究のテーマはゼミ生が自由に設定します。そのテーマを追求するために必要な文献を読み、研究の手法、データ収集と分析の方法などを学習します。
4年後期	○卒業論文の作成・発表 ゼミ生各自が選択した研究テーマにもとづき卒業論文を完成させます。データを収集・分析し、各自が立てた問いに対する答えを導きます。結果は卒業論文としてまとめるとともに、発表会での口頭発表も行います。

会計学に関連する職業専門人（公認会計士など）を「会計プロフェッショナル育成プログラム」を設けて

公認会計士とは

成績表は学生の学業成績を示す重要な情報です。これとちょうど同様に、企業が毎年の業績を示すために作成する決算書は、企業にとっての成績表です。しかし決算書は企業自身が作成するので、成績が甘い目に採点されがちになるなど、常に正しく作成されるとは限りません。そこで企業とは独立の立場にある専門家が調査を行って、正しく作成されているか否かを判定します。これを監査と言います。企業の決算書の監査は公認会計士にだけ認められた仕事です。

公認会計士の資格を得るには、非常に難関な国家試験に合格しなければなりません。それだけにチャレンジしがいのある資格試験です。この試験に合格すれば、公認会計士として監査の仕事に従事できるほか、一般企業に就職しても会計専門知識を持つ人材として尊重されます。



公認会計士試験合格者の横顔

神戸大学経営学部の会計プロフェッショナル育成プログラムは着実に成果を上げています。試験合格者の人数だけを見れば、神戸大学は大規模私立大学ほど多くはありませんが、学生定員数が少ない国立大学としては、トップクラスの合格率を誇っています。

神戸大学出身の合格者がすべて、このプログラムの修了生というわけではありませんが、ここでは、その中から堀川裕希（ほりかわ ゆうき）さんを紹介したいと思います。堀川さんは、2015年8月の公認会計士試験に3年次生として合格され、合格発表後早々に有限責任あずさ監査法人の大阪事務所から就職の内定を得ています。堀川さんが、将来の合格者のために、自分が歩んだ道を語ってくれました。

《公認会計士を志した動機》

私が公認会計士という職業を知ったのは高校3年生の夏でした。大学の志望校は将来像を考慮して決めようと思っていたので、その頃から様々な職業を調べ始めていました。自分の就きたい職業は何なのか。その頃の私にこれといって就きたい職業はありませんでしたが、ただ漠然と家族や友人に対して誇れるような仕事がしたいという気持ちがありました。調べていくうちに公認会計士という職業を知りました。経済系最高位の職業であり、会計のプロフェッショナルと呼ばれている。また会計士は多様な活躍フィールドがあり、それは会計だけにとどまらない。なかでも監査業務は公認会計士の独占業務であり、様々な会社に行くことができる数少ない仕事である。以前から経済がどのように回っているかを知りたかった私にとってこの職業はとて魅力的に映り、公認会計士を目指そうと思いました。



▲ 堀川裕希さん

《受験・合格体験談》

～会計プロフェッショナル育成プログラムの活用～

会計プロフェッショナル育成プログラムの活用により、専門学校と大学との両立がある程度しやすくなったと感じています。簿記の導入部分を学ぶことにより、公認会計士の勉強をスムーズに始めることができ、また専門学校で学んだ知識は当該プログラムによって開講されている講義によってさらに深めることができました。

《公認会計士としての仕事の魅力》

公認会計士としての仕事の魅力はその業務の多様性にあると思います。公認会計士になれば、独占業務である監査をはじめ、IPOや税務業務、アドバイザーなど多種多様な業務に携わることができます。また監査1つをとっても、様々な業種のクライアントと関わることができるので、とても視野が広がります。このように公認会計士は多くの、また異なった経験を積むことができます。もちろん責任の重い仕事ではありますが、1人1人経験が異なる公認会計士はそれぞれがプロフェッショナルと扱われ、とてもやりがいがあります。

《神戸大学経営学部への入学を目指す皆さんへのメッセージ》

大学生の4年間はあっという間に過ぎていきます。だからこそ何か1つ目標を掲げて大学生活を楽しんで欲しいです。私は公認会計士になるという目標を掲げましたが、それは部活であったり、バイトであったり、勉強であったり何でも良いと思います。何でも良いですがとにかく目標を持つこと。ゴールのない大学生活は後から振り返っても何も残りません。そして目標が見つからない人にこそ公認会計士を強く勧めます。とても達成しがいのある目標ですし、達成すれば一生の自信につながります。

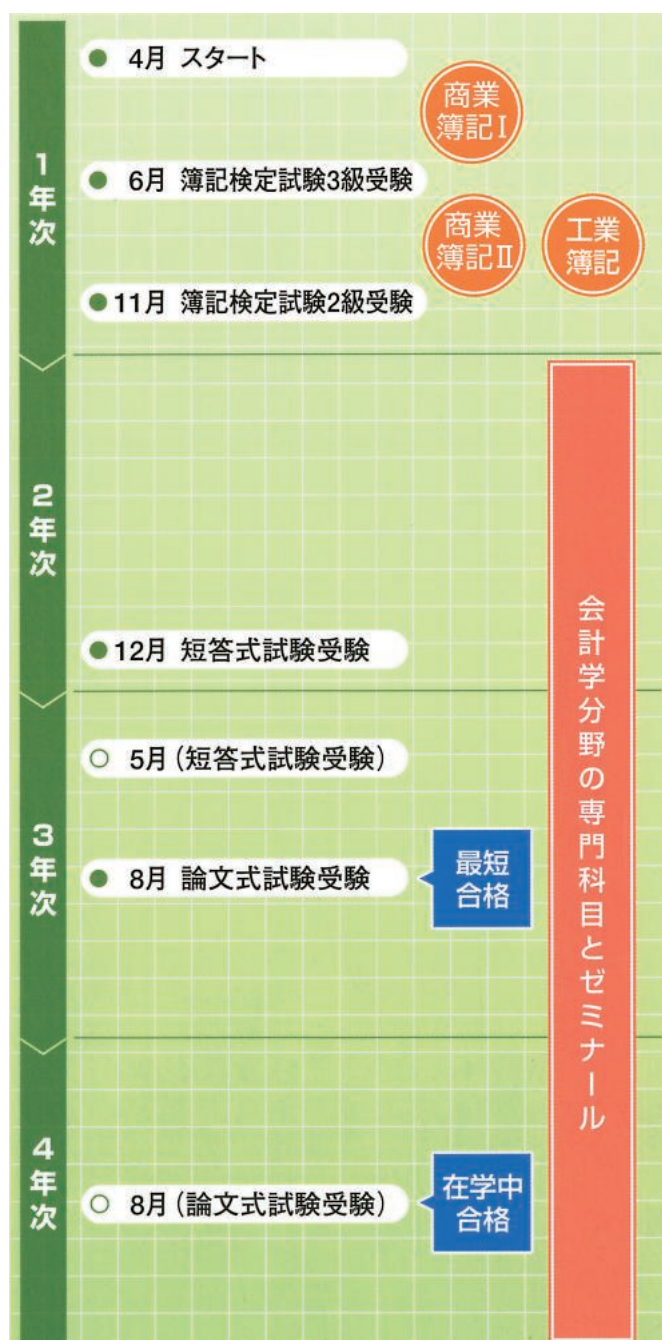
育成するために、 います。

公認会計士試験合格までの道のり

会計プロフェッショナル育成プログラムでは、図3に示すように、公認会計士試験の早期合格（最短3年次合格）を目標に、1年次において、商業簿記Ⅰ・Ⅱ、工業簿記を開講し

ます。また2年次からは、経営学部の専門教育課程として開講される会計学に関する多数の講義科目やゼミナールを履修することにより、受験に備えることができます。

図3 プログラムの概要



商業簿記Ⅰ

日本商工会議所が実施する簿記検定試験の3級レベルに相当する講義を、1年次前期に開講します。簿記会計の初歩として、6月の検定試験での3級合格を目指します。

商業簿記Ⅱ・工業簿記

概ね簿記検定試験の2級レベルに相当し、6月検定後に商業簿記Ⅱ、9月（夏期休暇中）に工業簿記を開講します。簿記会計の基礎固めとして、11月の検定試験での2級合格を目指します。

会計学分野の専門科目

2年次前期からは、簿記・財務会計・監査・税務会計・国際会計・原価計算・管理会計など、会計学に関する多数の科目が経営学部の専門科目として開講されます。これらを受講して2年次の12月に行われる公認会計士試験（短答式試験）にチャレンジします。

短答式試験は、5つの選択肢から正解1つを選ぶ形式で行われる試験であり、これに合格すれば3年次の8月に行われる論文式試験を受験します。2年次の12月に短答式試験に合格できなかった人は、3年次の5月の短答式試験に合格して、8月の論文式試験にチャレンジすることができます。

ゼミナール

3年次前期から4年次後期まではゼミナールが開講されます。会計プロフェッショナル育成プログラムを履修する学生には、財務会計分野のゼミナールが適しています。

学外での受験学習

公認会計士試験の合格までには、人によって様々な道のりがあります。それは大学受験対策が、人によって様々な道のりであったことと同じです。大学での講義は公認会計士試験の受験だけを念頭においたものではありません。したがって大学の講義だけで試験対策を十分にこなすことが不可能と判断した場合は、学外の学習（専門学校など）で補って勉強を進める人もいます。

『『経営者に必要なことは、未来を察知する先見性に積極的な姿勢である』と、創業者・松下幸之助は語っ

日本を代表する企業の経営者に直接講義をしていただくという制度(トップマネジメント講座制)は、神戸大学経営学部のユニークな特徴の1つです。これまでご登場いただいた企業と経営者のリスト(表1)を見ると、じつに多彩な企業と経営者が登場しておられることがわかります。学生の評判もたいへんよく、毎年多くの学生が受講し、教室は満杯です。この人気の秘密を紹介しましょう。

今ビジネスの先端で起きていることに直接ふれる

まず、この授業では、ビジネスの世界でいま話題になっている最先端のホットな問題を学ぶことができます。例えば、マルチメディア産業、ベンチャービジネス、コンサルティング会社、外資企業、金融、ファイナンス、ロジスティクス、医療経営で何が問題となっているかを知ることができます。トップマネジメント講座は毎年開講されており、4年間で複数の企業について、最先端の情報を手に入れることができます。

このような知識を得ることによって、専門的な講義の内容

がよりよく理解できるようになります。経営学の理論が実際にどのように応用されているかを知ることができるからです。

このような最先端の知識をもっていれば、マスコミで話題になっている問題についても、深い理解が可能になります。学生諸君からは、この授業を受けてから新聞の経済・経営面を読むのが楽しくなった、という声を聞きます。

また、この授業は将来の進路の選択にも役立ちます。様々な産業や企業の実態を知ることによって、就職に関してもよりよい判断ができるようになります。

リーダーの構想力にふれる

トップマネジメント講座のもう1つの大きな効果は、この授業を受けることによって、トップの経営者が何を考えておられるかをよりよく知ることができることです。神戸大学経営学部は、将来の日本の産業界をになうリーダーをつくることを目的としています。将来のリーダーになる人々に、経営者がどのように発想しておられるか、どのような哲学をもっておられるかを知ってほしいというのが、この講座の狙いです。

企業のトップは、大きな責任を持っておられます。トップ経営者の判断が誤れば、何万人もの人々の暮らしに影響がでてしまいます。このような重責を担う経営者の発想とはどのようなものかを理解することができます。大学では経営者が気楽に本音をお話になりますから、経営者の発想について単なる知識としてではなく、身近な実感として学ぶことができます。

企業家の発想力にふれる

この講座には、大企業の経営者だけでなく、自ら事業を創造されたベンチャー企業の経営者の方々もお招きし、講義をしていただいています。講義を通じて、創業者や企業家の発

想を身近に学ぶこともできます。この講義を聴いた学生諸君のなかから、将来の経営者、企業家が輩出されることを期待しています。



▲ トップマネジメント講座(経営品質賞受賞企業に学ぶ経営革新)
西精工株式会社 代表取締役社長 西 泰宏

加えて、未来を創造し時代をつくる ています。」

[松下電器産業株式会社(現:パナソニック株式会社)トップマネジメント講座より]

表1 トップマネジメント講座の記録(平成16年度以降)

平成16年度

ヤマハにおける“感動”創造経営:岸田 勝彦氏ほかヤマハグループ
医療経営:明石 純氏ほか
知識産業経営論:奥山 俊一氏ほか日本総合研究所
繊維産業の多角化・国際化:佐々木 常夫氏ほか東レ経営研究所

平成17年度

信託新時代の事業戦略:花水 範明氏ほか三菱信託銀行グループ
外航海運と総合物流:日本郵船グループ
現代自動車産業史:岸田 忠之氏ほか自動車関連企業

平成18年度

企業税制の理論と実務:池田 隼啓氏ほか近畿税理士会
企業変革論:幡掛 大輔氏ほかクボタグループ
多国籍企業実践経営論:畔柳 文雄氏ほかユニリーバジャパン
新時代の総合電機の経営戦略:日立製作所

平成19年度

経済社会と税制:池田 隼啓氏ほか近畿税理士会
現代航空産業論:西松 遙氏ほか日本航空インターナショナル
食を通じた顧客基点の経営:浦上 博史氏ほかハウス食品
ファッション産業経営論:フェリシモ、ワコールほか

平成20年度

証券取引所論:米田 道生氏ほか大阪証券取引所
企業経営者と税制:宮口 定雄氏ほか近畿税理士会
最先端ものづくり企業の経営と企業間連携:内原 康雄氏ほか
エヌシーネットワーク
ファッション産業経営論:フェリシモ、ワコールほか

平成21年度

グローバル「超競争」と日本企業の課題:梅澤 高明氏ほかATカーニー
化学企業の経営戦略:積水化学工業
成長型中小中堅企業論:ワタベウェディング、オムロンヘルスケアほか

平成22年度

グローバル「超競争」と日本企業の課題:梅澤 高明氏ほかATカーニー
B to Bコミュニケーションの課題と実際:日本産業広告協会
ものづくり企業の経営～神戸で生まれて105年、二世紀目の複合企業:
神戸製鋼所

平成23年度

マーケティング・クリエイティブ:岩田 弘三氏ほか神戸の企業各社
スポーツ品メーカーの事業戦略:ミズノ
お客様満足を追求する経営戦略:アサヒビール
ダイレクトマーケティング論:(社)日本通信販売協会

平成24年度

消費者志向の企業経営:滝田 章氏ほか消費者関連専門家会議
アントレプレナーに学ぶ新規事業展開のビジネスモデル:長田 一郎氏ほか
中小企業各社
企業経営と市場:日揮、SMBC日興証券ほか

平成25年度

ダイレクトマーケティング論:(社)日本通信販売協会
地域に根ざした食品小売業の戦略的経営:マックスバリュ西日本
地域振興論:小林 茂氏ほかシンクタンク各所

平成26年度

地域活性化:新しい地域づくりへの取り組み:内閣府ほか
経営品質賞受賞企業に学ぶ経営革新:辻本 健二氏ほか
経営品質賞受賞企業各社
消費者志向の生命保険経営:明治安田生命

平成27年度

会計プロフェッション論:日本公認会計士協会(近畿会・兵庫会・京滋会)
経営と経営学:神戸大卒のビジネスリーダーたちから学ぶ:
住友商事、野村ホールディングスほか
イノベーションとアントレプレナーシップ:山本 一彦氏ほか
ベンチャー企業関係各社

平成28年度

地域のビジネスリーダーから学ぶ経営学:兵庫県経営者協会ほか
「四部の学」経営実学論:タビオ
生命保険経営:日本生命
グローバルエアラインの競争戦略:ANA 総研

平成29年度

大型放射光施設 SPring-8と科学技術イノベーション:理化学研究所
経営品質賞受賞企業に学ぶ経営革新:辻本 健二氏ほか
経営品質賞受賞企業各社

広告表示入門講座:JARO
これからの鉄道経営:JR西日本
スペシャリティーファーマの経営戦略:マルホ

平成30年度

ロート製菓の正体:ロート製菓
ACAPの消費者志向経営講座:ACAP

令和元年度

消費者志向のマーケティング:コクヨ

ビジネス・インサイト（経営の洞察力）、これがある またリーダーとしての価値がある。

どの大学に合格したかで人生が決まりますか？

神戸大学経営学部学生の就職率（就職者数/就職希望者数）は、97%を超えています（2018年度）。毎年、就職希望者の多くが、わが国を代表する上場企業あるいは外資系企業等の第1級企業に就職しています。（表2は2015～2019年3月の5年間にわたる卒業生の就職実績の一部です。）

しかし、このような現実を前に、あなたは、どの大学に合格したかで就職が左右され、それで人生の勝負が終わりだと思いませんか？そんなあなたは、企業は人材をこんな風に求めていると想像していませんか？

「学部教育は実践の仕事に使い物になるはずがない」



「ビジネスの仕方は、入社してから企業が教えます」



「鍛えてものになる証拠として、受験の成果を見せて下さい」

そして、大学の意義はとりあえず合格することがすべてだ、などと結論していませんか？

表2 2015～2019年3月卒業生就職先（順不同）

※スペースの都合上、業種ごとに就職者の多い企業に限定いたしました。

建設・住宅 長谷コーポレーション 住友林業 一条工務店 食品 アサヒビール サントリーホールディングス 江崎グリコ キリン 日本たばこ産業 伊藤ハム ネスレ日本 ハウス食品 日清製粉グループ 繊維 東レ 紙・パルプ 日本製紙 化学 花王 旭化成 日本触媒 富士フイルム 三菱ケミカル クレハ 太陽日酸 マルホ 積水化学工業 薬品 アステラス製薬 ゴム・窯業 ブリヂストン 鉄鋼 神戸製鋼所 山陽特殊製鋼 YKK JFEスチール 大和工業 非鉄金属 住友電気工業 機械 クボタ	コベルコ建機 小松製作所 ダイキン工業 DMG森精機 森合精機 アマダホールディングス 村田機械 印刷・同関連業 大日本印刷 電子・電機 三菱電機 村田製作所 シスメックス 日本電産 日立製作所 富士通 富士電機 パナソニック プラザー工業 輸送用機器 川崎重工業 デンソー トヨタ自動車 スズキ 本田技研工業 三菱自動車工業 ヤマハ発動機 ヤンマー NOK 新明和工業 日立造船 マツダ 精密機器 キヤノン 百貨店・ストア ニトリ 阪急阪神百貨店 日本ロレアル セブンイレブン・ジャパン 商社 住友商事 丸紅	三菱商事 伊藤忠商事 長瀬産業 伊藤忠食品 銀行 池田泉州銀行 京都銀行 広島銀行 みずほ銀行 みずほフィナンシャルグループ 三井住友銀行 三井住友信託銀行 三菱UFJ銀行 三菱UFJ信託銀行 ゆうちょ銀行 紀陽銀行 商工組合中央金庫 南都銀行 福岡銀行 みなと銀行 滋賀銀行 信金中央金庫 静岡中央金庫 中国銀行 証券 大和証券 SMBC日興証券 野村證券 その他金融 三井住友カード 大阪信用保証協会 保険 あいおいニッセイ同和損害保険 第一生命保険 東京海上日動火災保険 日本生命保険 住友生命保険 大同生命保険 損害保険ジャパン 日本興亜 三井住友海上火災保険	陸・海・空運 JR西日本 西日本高速道路 阪急阪神ホールディングス 全日本空輸 南海電気鉄道 近鉄グループホールディングス 不動産・倉庫 ウィル 住友倉庫 イオンモール コスモイニシア 関電不動産開発 エネルギー 大阪ガス 関西電力 北陸電力 四国電力 中部電力 新聞・広告・通信・出版・情報・教育 NTTコミュニケーションズ NTT西日本 セブテニホールディングス 楽天 新教育総合研究会 マイクロアド 情報サービス NTTデータ オービック コベルコシステム ネットプロテクションズ NECソリューションズ イノバタケイ・オブティコム コロプラ ヤフー ワークスアプリケーションズ シンプレクス LINE ユナイテッド ソフトバンク 調査・コンサルタント 有限責任あずさ監査法人	有限責任監査法人トーマツ アクセンチュア EY新日本有限責任監査法人 ベイカレント・コンサルティング デロイトトーマツコンサルティング マクロミル リンクアンドモチベーション エスアールジー タカミヤ シェイク サービス・レジャー・フード ディー・エヌ・エー リクルートキャリア インテリジェンス オリエンタルランド リクルートコミュニケーションズ リクルートライフスタイル リクルート住まいカンパニー リクルートスタッフィング リゾートトラスト リクルートジョブズ リクルートメディカルキャリア ビズリーチ レパレージュズ LIFULL 官公庁 大阪法務局 神戸市役所 神戸税関 大阪税関 大阪府警察 近畿財務局 大阪国税局 近畿経済産業局 大阪入国管理局 兵庫県庁 大阪府役所 その他団体 大阪商工会議所 大学院進学等 神戸大学大学院経営学研究科 大原簿記専門学校
--	--	--	--	--

からこそリーダーになれる。

ビジネスエリートを目を育てる

新入社員が、日常業務を覚えること以上に悩むのが、その会社で何がよい仕事か、それをどのようにやるのかを見つけることです。これで、単に仕事をこなす人と、価値ある仕事ができる人の差ができるのです。

学部の経営学教育は、確かに、経営を理解するための基礎の教育に過ぎません。しかし、それは、あなたが経営を見る

目を準備する大切なプロセスです。仕事の価値が分かる目を育てるプロセスです。このことは裏を返せば、あなたにとって経営学部の価値は、入れた大学ではなく、そこでいかに学んだかにあるということです。神戸大学経営学部は、ビジネスエリートの見る目を育てる教育を、着実に提供できる貴重な場です。

多数の大企業・ベンチャー企業経営者を輩出

神戸大学経営学部・大学院経営学研究科は、これまで多数の経営者・企業家を輩出してきています。2019年5月時点での現職の方々を一部紹介するだけでも、多くの卒業生が経営者として事業の第一線で活躍しています。

- 江崎勝久 江崎グリコ株式会社代表取締役社長…………… S38年度卒
- 奥田陽一 伊藤忠テクノソリューションズ株式会社相談役…………… S44年度卒
- 高岡浩三 ネスレ日本株式会社代表取締役社長兼 CEO …………… S57年度卒
- 古谷彰男 株式会社イノベーションコンサルティング代表取締役…………… H2年度卒
- 谷井 等 シナジーマーケティング株式会社前代表取締役社長兼 CEO …… H7年度卒
- 上原 仁 株式会社マイネット代表取締役社長…………… H9年度卒
- 高乗正行 株式会社チップワンストップ代表取締役社長…………… H16年度 MBA 卒
- 矢崎和彦 株式会社フェリシモ代表取締役社長…………… H16年度 MBA 卒

(2019年5月時点の現職：卒業年度順)

経済をリードする経営学部出身者



江崎 勝久

江崎グリコ(株)代表取締役社長

会社を永續させるためには何が必要かをじっくりと考えてほしい

弊社は食品製造業に属しますが、製造したものを販売する以上、製造「販売業」です。品質の高い商品を製造することはもちろん重要ですが、販売に重点を置く必要がますます強まっています。企業はお客さんに継続して買っていただくために、常に努力をしていかなければなりません。会社を永續させるために何が必要かを、大学時代、そして大学を出て会社に入ったときから常に意識してほしいと思っています。大企業は倒産しないと学生のみなさんは思っているかもしれませんが、そうではありません。当然ですが、持続的に成長できるように社員が一丸となって日々努力をしているわけです。

神戸大学経営学部では、経営学に関する専門知識を学ぶだけではなく、社会で働くとは何か、倫理や道徳といった働くことの基礎にある重要な問題についてもしっかりと学んで社会で活躍してほしいと思っています。神戸大学経営学部の卒業生は、わが国のビジネス社会の中枢で幅広く活躍しています。経営学部の長い歴史があってこそ可能であり、経営学部で学び卒業すれば、こうした魅力的なネットワークの中に入っていただけます。今後の日本経済の活性化のためにも、みなさんのご活躍を心から期待しています。

人生を展望して、神戸大学経営学部を選んでほしい

もちろん、ビジネスエリートの人生に喜びを感じる人ばかりではないでしょう。そんな人には、その人が本当に求めている別の人生が、そのためにふさわしい別の大学教育の場があるのではないのでしょうか？人生の半分を費やす経済活動に

積極的に関わり、自分の人生の意義の1つをそこに見出したいと考えているあなたに、神戸大学経営学部での4年間を使ってほしいと思います。

高度な専門的トレーニングのための、体系的かつきめ細やかな教育プログラムを備えています。

もう一つの進路

神戸大学経営学部で経営学を学んだあなたには多様な進路が開かれています。もちろん、学んだ経営学を実践に活かすべく産業界に進むことができます。しかし、忘れてならない

のが、経営学という学問自身の発展に携わることで、社会に関わっていきこうとする道もあるということです。経営学の研究者としての道です。

経営学の研究者になろう

研究者になるには、高度な専門的トレーニングが必要です。それを提供するのが大学院です。神戸大学経営学部は、極めて充実した経営学の大学院をもつ、国内でも数少ない学部です。神戸大学大学院経営学研究科で研究し、その課程を修了した人達は、経営学・会計学・商学分野の研究者として全国の大学の教員になり、学界で指導的な役割を果たしています。1983年から2018年に至る過去35年間の実績を見ても、本研究科から308人も大学院生が全国の大学に教授や准

教授として就職しています。

大学院の教育機関としての質は、教員自身が経営学の発展に直接携わっている優秀な研究者であるかどうかにかかっています。神戸大学経営学部には、パワフルな研究者がそろっています。こうして我々の大学院は、経営学関連の学問分野の大学教員及び研究者を育成し、多数の人材を学界に送り出しているわが国の中心的な大学院になっているのです。

博士号をとろう

神戸大学大学院経営学研究科で研究し、優れた研究成果をあげた人には経営学又は商学の博士号が与えられます。本大学院は戦後の新制大学に移行して以来、論文博士（経営学の発展に顕著な功績をあげた論文に対して与えられる博士号）と課程博士（原則として、大学院の課程で単位を修得し、総合学力試験に合格し、論文審査に合格した人に与えられるもので、一人前の研究者となっていることを示す博士号）を含め、

経営学博士及び博士（経営学）は477人が、また商学博士及び博士（商学）は141人が取得しています。特に経営学博士については国内で最も多くの学位を出している大学院です。



▲ 黄教授



▲ 内田教授

体系的な教育プログラム

わが国の経営学の大学院教育は、長い間、研究者となることをめざすごく少数の若者の才能と自己研鑽に頼ってきました。しかし、世界的レベルで経営学研究のフロンティアにたてる研究者を育てていくには、体系的でかつきめ細かな教育プログラムが不可欠となってきています。

神戸大学大学院経営学研究科では、前期課程の2年間で、研究に必要な9種類の基礎科目と3種類の研究手法の習得を、毎年開講の講義形式で重点的に行う一方（他に個別の研究分

野の講義もあわせて開講されます）、後期課程の3年間で複数指導教員による博士論文の綿密な指導を行っています。

その成果として、海外からの留学生を含め既に449人の院生が課程博士を取得しています。この課程博士は研究者としての体系的トレーニングの成果を証明するもので、課程博士を取得したこれらの研究者は、自信をもって世界の経営学研究のフロンティアに飛び込んでいくことができます。

GMAP in Management (SESAMI Program): Be a Global Leader in Management

At Kobe University we recognize that the new Japanese economy needs young people who are smart, confident, entrepreneurial, and have an international outlook on life and in their choice of career. Correspondingly, in April 2013 the Graduate School of Business Administration started the new **GMAP in Management (SESAMI Program)** to help young graduates develop this type of confidence and global mindset. 'SESAMI' stands for 'Strategic Entrepreneurship and Sustainability Alliance Management.' As the name suggests, the Program is designed to produce graduates who have a strategic and in-depth understanding of entrepreneurship/finance and of how increasingly important it is to protect and sustain the natural environment while simultaneously starting and developing new business ventures.

Unique features of the GMAP in Management (SESAMI Program) include:

- A two-year Master/three-year Ph.D. program taught exclusively in English by world-class professors from Japan and from leading business schools in Asia, the USA and Europe
- Intensive small group discussions with students from Japan and from countries across the world
- Research projects developed in close partnership with leading Japanese and international companies

In short, not only does the GMAP in Management (SESAMI Program) benefit from the long-standing reputation of Kobe University, our students also benefit from an education that meets their individual career needs along with the future needs of the Japanese and world economies.



▲ SESAMI 授業風景



▲ ジャネット スミス先生

日本でもやれる、世界でもやれる、 そんなプロフェッショナルを養成しています。

社会人への高度な経営学教育の必要性

ハーバード・ビジネススクール。経営に関心のある人なら、この名を一度は耳にしたことがあるでしょう。アメリカ合衆国ボストンにある経営学教育の殿堂です。欧米では、複雑化するビジネス界のリーダーを、経営のプロフェッショナルとして養成する高度な経営学教育（MBA教育）が早くから行

われてきました。日本のトップ企業も、その優秀な人材の教育を、従来の職場内訓練だけではなく、高度な経営学教育を行う大学院に託さざるを得ない時代が来ています。その要請に応えているのが神戸大学の社会人大学院です。

欧米のMBA教育に互しうる社会人大学院

神戸大学大学院経営学研究科は、1989年より他大学に先駆けて大学院レベルにおける社会人の経営学教育に取り組んできました。我々の社会人大学院は、文部科学省がその必要性を指摘する遥か前から、産業界のニーズを見通す独自の発想から、時代を先取りして進められたものです。

我々は、安易に欧米のMBA教育を輸入するのではなく、まず産業界を調査し、産業界の意見を聞いて、わが国の産業界で求められている高度経営学教育の在り方を発見することから始めました。これによって編み出されたのが本研究科における「プロジェクト方式」の大学院教育です。プロジェクト方式とは、産業界からの要望の高い専攻横断的諸問題に含まれる解決すべき複数の課題について、それぞれ少人数の社会人学生からなるプロジェクトチームを形成し、共同研究により解答を見出させる教育システムです。本研究科では、1ブ

ロジェクトチームごとに、指導教員を中心とするきめの細かい教育研究体制を作りあげてきており、この教育方法は全国に例をみないユニークなものとして、社会より高く評価されてきました。

事実アメリカのMBA教育方法と比較した本研究科の教育方法の評価によると、講義よりもゼミナール、ケース・スタディー、共同研究、ゼミ合宿、海外研修など、社会人院生自身が小集団の中で討議し、問題解決の方法を模索する教育方法が高い評価を受けています。すでに実務を経験し、いろいろな問題に直面している社会人院生にとって、知識や理論を伝達されるのみの教育方法よりも、自分たちの経験を交換し合いながら、納得のいく解決を自ら追求する方法が適しているのです。

社会人学生は最終課題として論文作成に取り組み、優秀論文が加護野忠男論文賞として表彰されます。



▲ 原田教授



▲ 鈴木竜太教授



▲ テーマプロジェクト研究発表会



▲ 加護野忠男論文賞授賞式

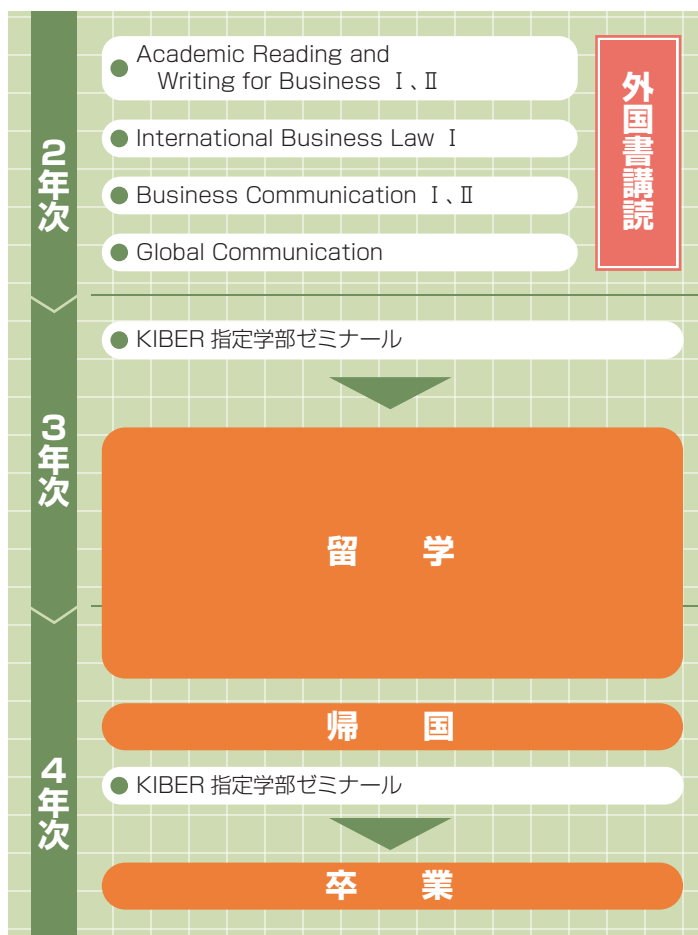
グローバルな社会環境で活躍できる人材を育成するために「KIBERプログラム」を設けています。

KIBERプログラムとは

神戸大学経営学部は、2011年度から、経営学部の2年生を対象とした留学プログラム（Kobe International Business Education and Research, KIBER Program）を始めました。このプログラムは、大学間の国際交流協定に基づく留学制度と学部のカリキュラムとの橋渡しを行うもので、留学が実りあるものになるように、日本にいるときから

英語でのコミュニケーションスキルを磨き、また、1年間留学しても4年間で卒業できるように制度設計したものです。こうしたプログラムを通じて、海外におけるものの考え方や文化・伝統を知ることができ、真に国際的な人材として羽ばたくことが可能となります。

図4 プログラムの概要（モデルケース）



2年生前期と後期

Academic Reading and Writing for Business I, II
International Business Law I
Business Communication I, II
Global Communication
外国書講読 (taught in English)

文化の多様性とビジネスコミュニケーションを英語で学びます。留学時に必要なコミュニケーション、質疑応答、およびレポート作成能力を鍛えます。

3年生前期

プログラム指定ゼミナールにおいて、英語の教材で学び、留学中の研究課題を設定します。

3年生後期と4年生前期

留学

留学中に取得した単位は、本学の認定を受ければ本学の卒業単位として認められます。

4年生後期

留学中に学習したことを踏まえて、卒業論文の指導を行います。

交換留学制度を利用できる大学

University of Washington (アメリカ)
Cardiff University (イギリス)
Vienna University of Economics and Business (オーストリア)
WHU-Otto Beisheim School of Management (ドイツ)
EBS Universität (ドイツ)
Kiel University (ドイツ)
Georg-August-Universität Göttingen (ドイツ)
KEDGE Business School (フランス)
ESSEC Business School (フランス)
University of Parma (イタリア)
Ghent University (ベルギー)

University of Liege (ベルギー)
Norwegian School of Economics (NHH) (ノルウェー)
University of Gothenburg (スウェーデン)
Koc University (トルコ)
Chulalongkorn University (タイ)
Peking University (中国)
National Taiwan University (台湾)
The Chinese University of Hong Kong (香港)
Korea University (韓国)
Chungnam National University (韓国)
Universidad Nacional Autonoma de Mexico (メキシコ)

実力派、個性派、国際派……甘党、辛党いろいろ それが私たちのプロフィールです。

大学の質とは教員の質だ

大学教育の質を左右する要因は様々です。立派な教室・課外活動施設、高度に整備されたコンピューター教育施設、充実した図書館。しかし、これらのハードウェア的要素よりもはるかに重要で、金をかければ手にはいるというものでもな

い、そして短期間の間には決して作り上げることのできない教育の基本的資源、それは優秀な教員スタッフです。あなたが大学に高い教育効果を求めるのなら、大学は教員陣の質で選ぶべきです。

パワフルな神戸大学経営学部・経営学研究科

教員のパワーは、学問の発展に貢献する研究のパワーです。生き生きとした教育は、そこから生まれます。

表3は、2016年から2018年の3年間のデータで表した、神戸大学経営学部教員の研究成果です。この成果は、わが国の経営学研究における本学部の圧倒的な強さを表しています。

この研究能力に期待し、本学部には各方面から多額の研究費が寄せられています。

神戸大学経営学部・経営学研究科のこのパワーは、『日経キャリアマガジン・社会人の大学院ランキング2015』でも確認できます。このランキングで神戸大学は「MBA受講経験者が通いたい大学院ランキング」西日本1位に選ばれてい

ます。なお、同ランキングの東日本1位は慶応義塾大学大学院です。

表3	
2016年～2018年の3年間の神戸大学経営学部教員による研究成果	
著書出版総数	57冊
公表論文総数	389編
学会賞受賞件数	13件
学術雑誌編集委員・レフェリー件数	340件
教員海外派遣件数	14件



▲ 経営学部教員の著書

多彩な教員陣

教員紹介のウェブページ <https://www.b.kobe-u.ac.jp/people/>

充実した経営学教育のためには、経営学の多岐にわたる領域を、高いレベルで体系的に学ぶことが大切です。神戸大学経営学部は、この必要性に応えることのできるわが国で数少ない経営学部です。

我々の研究領域は、経営学のあらゆる分野をカバーしています。個々の教員のバックグラウンドも、経営学、会計学、商学は言うに及ばず、心理学、社会学、経済学、統計学、さらには産業界からの人材にまで広がっています。

2019年4月現在の教員（専任）46人のうち、わが国の

博士号を有する人が38人、外国の博士号を有する人が4人、修士号（博士号を有する人の修士号は除外して）を有する人が2人います。

教員の年齢構成も、経営学関連のほとんどあらゆる学会で責任者を務めるリーダー達、今日の経営学研究の中心となっている中核研究者達、そして次世代の学会を担うと期待されている有望な若手研究者達、と活力あふれる構成になっています。この多彩な教員陣によって、経営にあらゆる角度からアプローチする体系的教育が可能となっているのです。

個性的かつ積極的に 経営学を志す人を求めています。

学部への多様な選抜方法

本学部は、積極的で個性ある学生の育成をめざしています。そのために、入試においても多様な選抜方法を採用しています。まず、一般入試は前期日程と推薦入試に分かれています。前期日程では、大学入試センター試験と個別学力検査（国語・数学・英語）で評価されます。前期日程の定員のうち、第1段階選抜を経た後、30%は大学入試センター試験成績が優秀な人から順に、次の30%は個別学力検査が優秀な人から順に、残る40%は大学入試センター試験と個別学力検査を総合的に評価して優秀な人から順に選抜します。

2012年度入試からは、後期日程を廃止して、推薦入試（募集人数40人）を開始しました。この推薦入試では、例えば、経営者としてマネジメントの世界で活躍したい人、会計のプロフェッショナルとして社会に貢献したい人、経営学研究者として世界に羽ばたきたい人など、ビジネス社会の将来のリーダーとなるために経営学を学ぶ強い意志を持つ学生を求めています。また、推薦入試では個別学力検査は免除され、

高等学校等の長の推薦に基づいて、調査書の内容と大学入試センター試験の成績を総合して入学者の選抜を行います。

さらに、他大学や高等専門学校、短期大学などから3年生への編入学の制度もあります。



▶ 学部新生オリエンテーション（上林学部長）

大学院への多様な進路

神戸大学大学院経営学研究科は修士の学位をめざす前期課程（2年間）と博士の学位をめざす後期課程（3年間）から成っています。大学卒業の資格のみを持つ人は、必ず前期課程から始めます。既に修士号を持つ人は、後期課程へ編入学することもできます。

大学院の入学試験は、大学院での教育目的と受験資格によって、大きく3つに分かれます。第1は、将来の研究者をめざし、昼間の受講を中心に勉学する一般院生を対象とするものです。学力試験は、英語、研究しようとする専門領域1科目を含む2科目の論文試験及び面接試験です。

第2は、企業又は自治体その他の組織に勤務しながら、主として週末の受講によって単位を修得する社会人院生です。

その学力試験は、英語、小論文、提出された研究計画書に基づいて行う面接試験です。

第3は、外国人特別選抜学生を対象とするものです。学力試験は、英語、財団法人日本国際教育支援協会・独立行政法人国際交流基金主催の日本語能力試験（N1）又は日本留学試験、研究しようとする専門領域1科目を含む2科目の論文試験及び面接試験です。

このほかに大学院前期課程の推薦及びSESAMI プログラム入試や学部3年次からの飛び級受験の制度もあります。また後期課程への編入学試験も一般院生と社会人院生を分けて実施しています。

学部と大学院の入学人数については、表4を参照ください。

表4 2015年～2019年度の入学者（4月入学）

	一般入試	推薦入試	留学生	3年次編入学
15年度	223	40	0	15
16年度	224	40	1	17
17年度	227	40	1	16
18年度	228	40	1	16
19年度	223	40	3	18

	前期課程	留学生*	後期課程	専門職大学院
15年度	51(9)	34	35(4)	72
16年度	48(8)	28	26(1)	70
17年度	39(7)	22	24(1)	71
18年度	41**	25	25(2)	72
19年度	41**	34	21(2)	69

*留学生は前期課程の内数、()は内数で*SESAMIプログラム入学者
**2018年度より前期課程のSESAMIプログラムは10月入学となった

一般社団法人凌霜会は、神戸大学経営学研究科・経営学部、経済学研究科・経済学部、法学研究科・法学部、国際協力研究科の同窓会で、神戸高等商業学校の設立以来の歴史をもち、同窓の親睦と社会科学系学部支援のための活動を続けています。

会員数は2万人を超え、同窓会として輝かしい伝統と強固な組織を誇っています。会員は実業界だけでなく、官・学・法曹界などにおいて神戸大学で培った精神を支えに広く活躍し、日本経済の発展を支えてきました。

日本国内だけでなく、海外9都市にも支部を持つほか、多くの企業で“凌霜”のネットワークが組織されています。神戸、東京、大阪には凌霜クラブあるいは神戸大学専用クラブがあります。



また、会誌『凌霜』の発行、メールマガジン「凌霜ビジネス」の配信、会員「Web名簿」の閲覧サービスなど、会員相互のコミュニケーション促進とネットワークづくりに努めています。

在学生に対しては、従来から、講演会の開催や学部卒業謝恩会への賛助、大学院研究誌『六甲台論集』への助成、大学主催の様々な行事への補助などにより教育研究活動へ

の支援を行ってきましたが、最近ではさらに、就職活動サポートや冠講義の開催など、その支援を広げています。在学中は準会員として、凌霜会に加入することができます。

準会員には新入生歓迎パーティに始まり、会誌『凌霜』（年4回発行）の配付、メールマガジンによる有益なキャンパス情報提供や、銀行とのタイアップによる奨学金ローンを利用するなどの各種サービスが提供されます。

また、凌霜会員などの寄付により運営されている公益財団法人神戸大学六甲台後援会も、出版物の刊行への援助、学術研究の奨励助成等により社会科学系学部を支援してきました。さらに、平成18年度に創立50周年を記念して「社会科学奨励賞」（「凌霜賞」）が創設され、毎年2～4年生の学部学生を成績優秀者として表彰し、副賞として20万円が授与されています。また、大学院博士前期課程及び博士後期課程の数名の学生に対して海外派遣の支援を行っています。

このように凌霜会は、同窓会としての親睦組織であるだけでなく、神戸大学のさらなる発展のために活動を続けています。



▲ 凌霜賞受賞者

六甲台就職相談センター

アカデミア館の2階にあり、社会科学系学部の学部新生から大学院生までを対象に、大学生活の過ごし方、インターンシップ応募、さらに就職活動の進め方について個人別相談に応じています。相談には、各種業界で人事・総務・財務・営業・海外駐在などを経験した凌霜会会員のOBが7人体制（交代）で常駐し対応しています。

パソコンとプリンターを設置し、閲覧用の各種書籍整備、収集した最新の各種情報の掲示、企業等から当センターへ届けられる求人関係書類の整備・閲覧などにも熱心に取り組んでいます。

TEL : 078-803-7202

OPEN

月曜～金曜（祝日除く）の10:00～17:00
年末年始とお盆休み以外

神戸大学経営学部

<https://www.b.kobe-u.ac.jp/>

