

## 商学研究連絡委員会報告

—大学における商学教育の課題と方向—

昭和63年7月15日

日本学術会議  
商学研究連絡委員会

この報告は、第13期日本学術会議商学研究連絡委員会の審議結果を取りまとめ発表するものである。

委員長	宇野政雄	(第3部会員)
幹事	飯島義郎	(早稲田大学名誉教授)
委員	柏木重秋	(東海大学)
〃	木村栄一	(第3部会員)
〃	武田昌之	(専修大学)
〃	徳永豊	(明治大学)
〃	中村弘	(同志社大学)
〃	中村瑞穂	(明治大学)

## はじめに

第13期の商学研究連絡委員会では、これからの「大学における商学教育のあり方」について過去3年間検討を行ってきた。それは、新しい環境への対応、学問としての商学の発展、並びに、実業界のニーズに鑑み、現状のままでの人材育成でよいのかという問題意識からであった。

そのために、本委員会ではワーキンググループとして、商学教育検討のための小委員会を設け、そこではまず第一に小委員会メンバーにより数カ所の大学関係者から、それぞれの現状についてヒアリング調査を行った。それに加えて小委員会の一員が過去に行った調査（昭和54年、59年）結果をあわせて参考にしながら、昭和62年10月に本委員会として全国の関係大学143学部に対して、商学教育の実態並びに意向のアンケート調査を実施した。（資料1）さらに、昭和62年11月には、実業界代表並びに商学系大学の学長、学部長代表を交えて、日本学術会議講堂において、本委員会及び関係6学会との共催により「商学教育に関するシンポジウム」を開催した。

（資料2）

以上のような検討の上に、本委員会としては、次のような「大学における商学教育の課題と方向」についてその意見をまとめたところである。関係学会、大学そして関係諸機関において参考にされることを期待するものである。

## 大学における商学教育の課題と方向

商学は長い伝統をもち、学部としての歴史も長い。しかし、今日商学はその領域、体系において現代的視点から見直され、整備される必要性に迫られている。その主たる理由として次の諸点があげられる。

①戦後、経済学のミクロ分野、応用分野の発展によって、さらに、経営学が学問として、また学部としてクローズアップされてくるにつれて、商学と経済学、経営学、また商学部と経済学部、経営学部との関係が不明確になってきた。かつて商学として位置づけられていた幾つかの科目は経営学に取り込まれることになり、商学固有の基盤が不安定なものになってきた。

②商学の中においてもマーケティング論や流通論など新しい視点からの商学が登場し、従来からの商学総論等との関係が不明確になってきた。

③商学カリキュラムの指針として、文部省の大学設置の審査基準があるが、近年の環境変化に対応できるような改変が行われていない。

以上のような理由により商学関係のカリキュラムの見直し、変更を求める声が強い。現実にはそれぞれの大学で、商学カリキュラムの見直し、変更が摸索的に実施されている。その方向として、次の幾つかの方向が打ち出されてきている。

①情報化、国際化、サービス化などの新しい社会的環境に対応した商学関連科目がカリキュラムに取り入れられてきている。このことは商学が現代的社会ニーズに積極的な対応を図っていこうとする大学側の姿勢として注目されるところである。

②さらに消費者に関する科目の新設も目立ってきており、商学が生活者レ

ベルの問題にまで領域を拡大することの必要性に迫られていることを示唆しているものといえよう。

③教育方法に関しては問題解決技法を修得するためのケーススタディ学習の導入、あるいは生きた商学を教えるための実務家講師の招聘などにより、より実学に接近させる動きも目立っている。商学が一方において実学により接近することは、実業界の商学に対するニーズでもある。

④商学関連の語学教育については実業界からも、よりビジネスに役立つものの、つまり商学固有の語学教育の充実が求められている。国際化というニーズに対応して商学関連の語学教育のあり方が検討されなければならない。

⑤役に立つ実学へのニーズと同時に、会計学、経営学、法学さらには経済学等の商学関連の基礎的知識や技法の徹底的修得を求める声も強い。このことは商学教育に関連して基礎的知識教育をどのように位置づけていくべきかの問題提起でもある。

以上のような課題に対応して、商学カリキュラムの見直し、修正そして教育方法を検討するためには、「現代の商学とは何か」について基本的論理を確立し、コンセンサスを得ることが必要であろう。同時に、大学設置の審査基準（昭和54年の経済学専門委員会の審査方針——商学部、商学科の場合——）については早急に見直しをすることが、これからの商学教育に新しい方向を打ち出すためには急務である。今日、それに合致しない限り大学設置が認められないことを考えると、このカリキュラムの改訂が行われることが、日本の大学における商学教育の前進につながるものだと考えるからである。

## 資料説明

資料1は商学研究連絡委員会が昭和62年10月に実施したアンケート調査の分析結果である。調査対象143学部に対し、有効回答91（有効回答率63.3%）であり、その内訳は商学部24，経営学部18，経済学部37，その他12となっているが、その分析結果は学部全体と、商学部の二つにわけてまとめている。

資料2は、昭和62年11月17日に開催した「商学教育に関するシンポジウム」において、それぞれの代表者が発言した内容を小委員会メンバーにおいてまとめたものである。

## 資料 1

### I. 商学分野のカリキュラムの変更について

#### 1. カリキュラム変更の有無

最近（昭和58年以降）商学分野のカリキュラムを変更されたことが「ある」学部（学科の場合もある、以下学部とする）は全体で41.8%であり、「ない」58.2%である。商学部では「ある」が45.8%でそれ以外の学部よりおおくなっている。したがって、商学分野のカリキュラムの変更は活発に行われていることがわかる。

#### 2. カリキュラム変更の時期

カリキュラムの変更時期は全体では「昭和62年」が39.5%、「昭和61年」「昭和60年」が31.6%、「昭和59年」が23.7%、「昭和58年」が13.2%となっている。商学部（該当11学部）では「昭和60年」が54.5%で最も多い。変更は最近になるほど多くなっている。（ただし、複数回答）

#### 3. カリキュラム変更の内容

最新のカリキュラム変更の内容は全体では「科目の新設」が78.9%となっている。ついで「科目の名称変更」が57.9%である。さらに「科目の廃止」、「科目配当年次の変更」が47.4%、「必修科目選択科目の変更」44.7%、「単位の変更」が28.9%となっている。商学部ではやはり「科目の新設」81.8%ともっとも多くなっている。ついで「科目の名称変更」が72.7%、「必修科目選択科目の変更」が63.6%となっている。カリキュラム変更の内容としては科目の新設の形態をとっている場合が一番多くなっている。（複数回答）

#### 4. カリキュラム変更の理由

学部間による相違はなく、次の4つの理由があげられている。

- ①時代の要請、社会のニーズにあわせた科目名の変更、科目の新設（11学部）。
- ②専門科目をコース制にしたり、コースの増設のための変更（7学部）。
- ③学生の選択幅拡大のための、選択科目の増設あるいは必修科目の削減（4学部）。
- ④学生の履習の便宜を図るための工夫（2学部）。

基本的には、社会や経済の変化に大学教育を適合させていこうとするためにカリキュラムの見直しが進んでいるようである。たとえば、新設科目として「広告論」「消費者行動論」「国際マーケティング論」があげられているが、これらは「情報化」「国際化」へ対応しようとするための科目の新設のようである。

今一つのカリキュラム変更の理由は、履習方針にある。専門科目が多岐にわたるのでコース制（たとえば、「流通システムコース」「会計学コース」「経営学コース」としている学部もある）を採用しているところが増加してきているが、他方ではより選択の幅を広げようとする動きもある。なかには、コース制にした結果、学生を縛ることになり、また従来の制度に戻したところもある。どのような履習方針をとるべきか、難しいところである。

## 5. カリキュラム変更の組織

カリキュラム変更の組織は、全体では「カリキュラム委員会」が50.0%である。「教務委員会」が34.2%、「学務委員会」が2.6%である。商学部では「カリキュラム委員会」が45.5%、「教務委員会」が34.4%、「その他」18.2%となっている。つまり、カリキュラムだけを対象とした組織がつくられる場合が多いわけであり、学部のなかでカリキュラムが重要視されていることがわかる。



## 6. カリキュラム変更の組織の人数

検討組織の人数は、全体では「4～5人」の場合が28.9%と最も多くなっている。ついで、「6～7人」、「10～11人」、「その他」が18.4%、「8～9」が13.2%、「3名以下」が2.6%である。商学部では「4～5名」、「その他」が36.4%で最も多い。ついで「10～11名」が18.2%である。人数は4～5人の少人数の場合と比較的多数の場合とがある。

## 7. カリキュラム変更の検討期間

検討期間は全体では「1～2年未満」が42.1%で最も多い。ついで「2～3年」が28.9%、「1年未満」が18.4%、「3～4年未満」、「その他」が5.3%である。商学部では「1～2年未満」が45.5%であり、「1年未満」「2～3年未満」が27.3%である。カリキュラムの検討期間は1年から3年程度かかっており、カリキュラムの検討は短期間で処理できるような容易なものではない。

## 8. カリキュラム変更の検討の有無

カリキュラムの変更は、全体では「検討中」が39.6%、「検討していない」が59.3%である。商学部では「検討中」が58.3%で、他の学部より高くなっている。商学部においては商学分野のカリキュラムについて特に現状に対して検討すべきものとしている。

## 9. カリキュラム変更の検討点

検討点は、全体（該当37学部）では「科目の新設」が75.7%であり、以下「科目配当年次の変更」（67.6%）、「必修科目選択科目の変更」（59.5%）、「科目の名称変更」「科目の廃止」（それぞれ37.8%）、「単位の変更」（27.0%）となっている。商学部（該当14学部）では「科目の新設」が78.6%であり、以下全体とほぼ同様

の傾向を示しているが、特に「その他」が多く、具体的な検討事項があげられている。すでに行われたカリキュラム変更と同様に科目の新設がカリキュラム変更の検討点として挙げられている。（複数回答）

#### 10. カリキュラム変更の検討開始時期

検討開始時期は全体では、「1年前から」が40.5%と最も多く「2年前から」が24.3%、「3年前から」、「4年前から」、「その他」がそれぞれ10.8%である。商学部では、「1年前から」が35.7%、「2年前から」が28.6%、「3年前から」が21.4%、「4年前から」が7.1%となっている。これはカリキュラム検討期間と関係があるわけだが、最近になるほどカリキュラムの検討開始が多くなっている。

#### 11. カリキュラム変更の計画

現在商学分野のカリキュラムの検討をしていない学部においては、カリキュラム検討の計画は全体（該当56学部）では「ない」が82.1%を占めている。「ある」は12.5%である。商学部（該当10学部）では「ない」60.0%、「ある」20.0%となっている。現在カリキュラムの検討をしていない学部においては、カリキュラムの変更の計画がない場合が多くなっている。

## II. 文部省の大学設置基準について

### 1. カリキュラムの現状（設置科目）

商学分野のカリキュラムの設置状況は、文部省の大学設置基準に記載されている科目は表の通りである。

全体で設置されている学部数の多い科目は、マーケティング論、金融論、商学総論（商学概論）、貿易論となっている。商学部では、金融論、マーケティング論、交通論、貿易論、商学総論（商学概論）、保険論となって

いる。

設置されていない学部数の多い科目は、全体では、空運論、流通システム論、陸運論である。商学部でも全体と同一の科目であり、さらに倉庫港湾論、貿易政策などがある。

全 体

商学部

科 目 名	全 体					商学部				
	必 修	選 択 必 修	自 由 選 択	非 設 置	※	必 修	選 択 必 修	自 由 選 択	非 設 置	※
商学総論(商学概論)	32	18	17	14	○	15	2	3	2	○
マーケティング論	7	39	37	5	○	5	9	9	1	○
流通論	2	17	16	29		1	5	7	10	
商業経営論	2	5	12	36	△	1	4	5	10	
マーケティングマネジメント論	2	4	17	37	△	1	2	5	13	
貿易論	4	22	36	14	○	4	8	9	2	○
貿易経営論	0	3	18	34	△	0	0	7	12	△
国際マーケティング論	1	7	13	40	△	0	3	4	14	△
広告論	0	10	24	31		0	5	10	8	
販売管理論	1	9	13	38	△	0	3	5	12	△
マーケティングリサーチ論	0	8	18	35	△	0	4	6	11	
流通システム論	0	3	4	47	△	0	0	1	17	△
商品学	0	10	33	22		0	4	14	4	○
金融論	7	30	43	6	○	3	8	13	0	○
交通論	1	19	39	14		0	10	13	1	○
保険論	1	18	44	12	○	1	6	13	2	○
銀行論	0	14	33	23		0	3	9	10	
証券論	0	22	33	16		0	7	11	4	○
外国為替論	0	10	28	28		0	0	6	11	△

陸運論	0	1	6	47	△	0	0	1	17	△
海運論	0	3	13	39	△	0	0	6	14	△
空運論	0	1	2	48	△	0	0	2	16	△
倉庫港湾論	0	1	7	44	△	0	0	2	16	△
生命保険論	0	1	8	43	△	0	0	4	14	△
損害保険論	0	3	13	39	△	0	0	7	12	△
海上保険論	0	0	10	44	△	0	0	5	14	△
商業数学	1	4	21	33	△	1	0	6	12	△
商業史（流通史）	7	13	13	27		4	7	6	5	○
商業政策（流通政策）	8	12	8	32	△	7	5	2	7	
貿易政策	0	2	9	41	△	0	1	2	15	△
中小商業論	0	11	22	30		0	4	10	7	

※ ○印は3分の2以上の設置、△印は3分の1以下の設置を表す。

## 2. 大学設置基準の適否

設置基準について全体では、「適当と思う」が48.4%であり、「適当と思わない」は38.5%である。最近カリキュラムの変更をした学部としていない学部を較べると、変更をした学部の方が、「適当と思わない」割合が高くなっている。また、カリキュラムの変更を検討中の学部の方が、検討をしていない学部よりも、「適当と思わない」割合が高くなっている。

商学部では「適当と思う」が37.5%であり、「適当と思わない」は54.2%と高くなっている。つまり、設置基準を特に商学部では適当とは思っていないわけである。

## 3. 設置基準が不適当な理由

設置基準が「古い」もので「時代不適合」であるとの共通認識があるようである。また、このような認識は特に商学部に強いようである。このよ

うな認識の代表的意見をあげれば以下のとおりである。

- ・設置基準は戦前の高等商業学校のカリキュラムに準じたもののようで古い時代おくれの科目が含まれている。

- ・商学B、商業史に見られるように商学形成時からの体系から脱却していない。

- ・20年ほど昔の学問体系となっている。

- ・最近の経済・社会の変化に対応していない。

- ・国際化・情報化時代の昨今、文部省に設置されている科目は現実にもあったものではない。

商学部以外では、商学とはどういう学問なのか、どういう体系なのかについての共通認識がないのかもしれない。そのため、「全体の体系がどういう考え方で組み立てられているのかほとんどわからなくなっている」という意見がある一方、「商学は今や経営行為主体の観点からすると経営論ないしは経営経済論で置き換えられるべきである」という極端な意見もでている。

学問の発展を基本にして、商学の体系を再検討することが必要なのかもしれない。

#### 4. 改善すべき科目

上位からいくつかを列举すると以下の通りである。

陸運論	8学部
商学総論	7
空運論	7
倉庫港湾論	7
銀行論	6
海運論	6
マーケティング・マネジメント論	5
生命保険論	5

商業数学 5

中小商業論 5

これをみると、陸運・海運・空運・倉庫港湾の物流関係の科目や、生命保険、商業数学などの設置されていない科目に対する改善と、商学総論のように設置されている科目に対する改善との2種類に分けることができる。

### III. 商学教育について

#### 1. 将来の科目構成

文部省の設置基準にある科目のうち、現代の商学教育という観点からみて、必修とすべき科目、選択科目としてよい科目、廃止してもよい科目のいずれにあたるかを回答してもらった結果は以下の通りである。

#### 全 体 商学部

科目名	全 体				商学部			
	必修	選択	廃止	※	必修	選択	廃止	※
商学総論(商学概論)	57	19	8	○	16	3	4	○
マーケティング論	53	29	1	○	13	9	1	○
流通論	28	46	8		6	15	2	
商業経営論	8	56	17		3	15	4	
マーケティングマネジメント論	9	59	13		2	15	5	
貿易論	19	60	3		7	16	0	
貿易経営論	2	60	18		1	17	5	
国際マーケティング論	10	64	8		4	17	2	
広告論	1	76	4		1	20	1	
販売管理論	3	55	22		0	14	9	△
マーケティングリサーチ論	6	67	7		0	21	0	
流通システム論	8	63	11		1	18	4	

商品学	7	50	22		2	15	5	
金融論	22	56	3		8	15	0	○
交通論	8	64	8		4	18	1	
保険論	7	50	1		4	19	0	
銀行論	1	66	14		0	19	4	
証券論	5	71	6		3	19	1	
外国為替論	4	69	8		2	21	0	
陸運論	2	38	38	△	1	10	10	△
海運論	0	41	37	△	0	11	10	△
空運論	0	41	36	△	0	10	11	△
倉庫港湾論	1	37	40	△	1	9	11	△
生命保険論	0	47	32	△	0	16	6	
損害保険論	1	54	25		1	17	4	
海上保険論	0	46	32	△	0	13	8	△
商業数学	1	52	26		0	12	10	△
商業史(流通史)	15	57	9		4	16	2	
商業政策(流通政策)	15	58	9		5	13	4	
貿易政策	4	55	20		1	16	5	
中小商業論	2	61	17		0	17	5	

※ ○印は必修が3分の1以上、△印は廃止が3分の1以上。

その結果をみると、全体の3分の1以上が必修科目とすべきとした科目は商学総論(商学概論)、マーケティング論である。商学部の場合はこれら2科目に加えて金融論が挙げられている。

つぎに全体の3分の1以上が廃止してもよいと回答した科目は、港湾倉庫論、陸運論、海運論、空運論、生命保険論、海上保険論である。商学部の場合は、これら科目の生命保険論がここには入らず、以上に加えて商業数学がはいる。

## 2. 新設すべき科目

いろいろな科目名があげられ、全体では137科目あり、それを分析すると、「情報」「消費者」「国際」を主たるキーワードとして抽出することができよう。その科目名の例をあげれば次のとおりである。

### ○情報関連 (18科目、39学部)

「情報処理論」(9学部)、「流通情報論」(7学部)、「情報システム論」(4学部)、「マーケティング情報システム論」(3学部)、その他「情報流通システム論」、「情報論」、「情報数学」など。

### ○消費者関連 (8科目、39学部)

「消費者行動論」(28学部)、「消費経済論」(5学部)その他「消費科学」、「家庭経済学」など。

### ○国際関連 (20科目、30学部)、

「国際金融論」(4学部)、「国際マーケティング論」(3学部)、「国際流通論」(3学部)、「国際物流論」(2学部)、「国際商品論」(2学部)、その他「国際経営論」、「世界市場論」、「比較市場論」など。

以上のほかに、「物流論」(7学部)、「サービス産業論」(5学部)、「商業英語、ビジネス・コミュニケーション」(3学部)などがある。

また、新設科目を設けても解決しないので、商学の体系を再考すべきである(3学部)との意見もある。

## 3. 教授方法について

次のように整理される。

①見学、実習・研修(20学部)

②視聴覚教育の活用・充実(16学部)

③コンピュータ教育の導入・充実(6学部)

④ケース・スタディの導入・充実(5学部)



⑤小人数教育の導入・充実（3学部）

⑥実業人の講義・講演（2学部）

現実の変化が激しいので「理論と実践との調和」や「理論と現実とのギャップを除去する」ことに対する問題意識が強いようである。そのため、現実を見て、体験して、理論とのつながりを理解させるために、商業関係施設の見学、あるいはその施設での実習や研修が必要であるとの意見が多い。ビデオ教育、ケース・スタディ、実業人の講義などはいずれも同じ理由からでてきたものである。

また、「問題解決型の学習・教育」が求められてきているので、コンピュータを使った解析の訓練をつんでおく必要があるとの意見があり、教育効果の面からは小人数教育が望ましいという意見がでている。

教授方法ではないが、「商学教育方法研究プロジェクト」のようなものを学会で設けて研究すべきではないかとの意見もでている。

#### 4. 一般教育科目のあるべき方向

各学部に通通してみられるのは、専門科目の立場からの一般教育科目への要望という視点での意見である。この視点からの要望は次の2点に集中している。

①語学（特に会話）教育の充実

②コンピュータ教育の充実

この要望は、各学部で共通してみられるものの、経済学部で比較的強いようである。

経済学部と経営学部では、現状の一般教育なら必要ないとの強硬意見も若干みられた。

また、商学部では次のような意見がでている。

①人文、社会、自然という3区分を取り払う必要があるのではないか。そして、商学教育のための基礎科目を提供すべきではないか。②幅の広い考え方や多様な視点が求められているので一般教育科目を専門科目の予

備と捉えないで「独立した存在」と考えた方がよいのではないか。また、3年、4年生にも一般教育科目を配当すべきではないか。

③総合科目を積極的に活用し、不十分な点をおぎなうべきである。

#### 5. 実業界の方を講師にすることについて

学部をとわず賛成、促進すべきとの意見が圧倒的多数で、すでに実施しているところも少ない。

ただし、その運営については、a対象科目、b期間（集中講義か半期か通年か）、c単位（2単位か4単位か）、d対象学年、c専任か非常勤か、「人選の問題など検討すべき点がある」との意見が多い。

また、寄付講座をすでに開講している大学もあるものの、寄付講座開講について批判的な学部もあった。

#### 6. その他の商学教育について

共通の問題意識はなく、いずれも少数意見であるが以下の意見がみられた。

①産学共同の教育、研究体制の確立が必要である。

②商業学会として「商学教育」のあり方に取り組んでほしい。

③国際化時代に対応した語学教育の充実が望まれる。

④商学の範囲が広く、学生が体系的に学習するのが困難なので、コース制の導入が必要ではないか。

⑤一部の国立大学の経済学部では、「商学」関係科目が貧弱なのではないか。また、「商学」がまだ実験講座になっていないので、実験講座にしてほしいという要望もある。

## 資料 2

### 「商学教育」に関するシンポジウムプログラム

#### 1. 共 催 日本学術会議商学研究連絡委員会

日本経営学会 日本広告学会 日本商業学会 日本商業英語学会  
日本商品学会 日本保険学会

#### 2. 日 時 昭和62年11月17日(火) 13:30~17:00

#### 3. 会 場 日本学術会議講堂

#### 4. 次 第

##### (1) 開会の辞

木 村 栄 一 (日本学術会議会員、商学研究連絡委員会委員、  
一橋大学商学教授)

##### [総合司会]

宇 野 政 雄 (日本学術会議会員、商学研究連絡委員会委員長、  
早稲田大学商学部教授)

##### (2) 大学の「商学教育」に期待するもの……企業側からの発言

伊 藤 雅 俊 (㈱イトーヨーカ堂社長)

佐 川 幸三郎 (花王㈱副社長)

高 島 隆 平 (朝日生命保険(相)会長)

##### (3) これからの「商学教育」を考える……学校側からの発言

大 野 和 雄 (函館大学長)

出 牛 正 芳 (専修大学経営学部長)

中 村 瑞 穂 (商学研究連絡委員会委員、明治大学商学部長)

##### (4) 閉会の辞

飯 島 義 郎 (商学研究連絡委員会幹事、早稲田大学名誉教授)

## シンポジウムにおける商学教育への提言

### 1 『大学の商学教育に期待するもの』

#### \*イトーヨーカ堂伊藤社長の提言

二つの視点を考えてみたい。一つは現在、経済環境が大きく変化している。低成長化、国際化などを考えてみると今は経済の大きな転換期にある、ということ。学問も同じように転換期にあるという視点である。次に会社経営ということを考えてみて大きな問題がある、ということ。企業のマーチャンダイジング、マネジメントなど変えていかざるをえない。しかし、企業に専門家といえる人材が育っていないということが痛感される。

こういうことを考えてみた場合、企業としては『問題解決のできる人』が必要になっているといえよう。『問題はどこなのかー重要度はどうなのかー分析はどうするかーどう解決するか』といったことのできる人材が必要なのである。

そのためには大学教育においてはケース・スタディーなど取上げて問題解決のできる人を教育してほしい。自主性、独創性が必要なのである。このことは『基礎能力とその応用能力が必要』だということである。『理論からより現場から』ということや『理論の背景にあるものはなにか』ということを教えてほしい。

#### \*花王佐川副社長の提言

最近、マーケティングの大きな枠組の変革がいられている。これを企業は真に理解しないとやっていけないと思う。企業の基本機能とは『マーケティング』と『研究開発』である。社会のトータルな消費経済システムの中で売れる商品を開発し、それを市場に適合させていく技術としてのマーケティングが考えられる。