



第5回 武蔵大学

高校の先生方へのアンケートで評価の高い大学を紹介するシリーズ。今回は、「少人数教育で大学教員との距離が近く、面倒見が良い」として評価されている、武蔵大学を訪問した。

開学以来、進化し続ける「ゼミの武蔵」

東京都練馬区に立地する武蔵大学は、1922年に創設された日本初の旧制七年制武蔵高等学校を前身とする伝統校である。開学時より小規模校の特徴を生かした少人数教育を行い、「ゼミの武蔵」として高い評価を受けている。そこで今回は武蔵大学の教育課程とゼミの内容を中心に、教務部長で社会学部の山崎哲哉教授と、経済学部の黒岩健一郎准教授にお話を伺った。

1922年建学時の三理想の1つが「自ら調べ自ら考える力ある人物」

武蔵大学は、経済学部、人文学部、社会学部の3学部からなり、それぞれ【表1】のような学科が設置されている。

武蔵大学の建学の精神は旧制高校時代の「三理想」①東西文化融合のわが民族理想を遂行し得べき人物②世界に雄飛するにたえる人物③自ら調べ自ら考える力ある人物——を受け継いだものである。

「三理想を今の言葉で言うならば、1つの理想を掲げて進む、グローバルな人材を教育すると言えます。そして、今日でも教育の柱に置いているのが、『自ら調べ自ら考える力のある人材』

です。現在は、三理想と併記する形で『自立』『対話』『実践』を目標としています。『自立』が自ら調べ自



山崎哲哉教授



黒岩健一郎准教授

ら考える、『対話』が他者とコミュニケーションをとれる人材の育成、『実践』がグローバルなことを考えながら自分の生きている場所で実践ができる人材と言えます」（山崎哲哉教授）

人材育成・能力育成の核となる4年間を通じてのゼミ活動

この3つの力を育成するための核となるのが、15～20名の少人数によるゼミであり、全学生が全員ゼミを履修する。

全学部に通ずるゼミの流れは、

- ①1年次は、学部・学科の特色を生かし、学科の基礎的な知識に触れながら、調査の仕方、討論の方法、プレゼンテーション、レポートの書き方など大学での学びの基本を身につける。学科の特色や自分の興味・関心に近いテーマを扱いながら、大学での学びの基本を身につけさせている点がポイントである。ゼミは入学後すぐに始まる。
 - ②2年次は、それぞれの関心に基づいて、文献講読やフィールドワークなど研究手法を修得するとともに専門知識も修得する。
 - ③3年次は、個人やグループでテーマを設定し、調査、発表、討論を繰り返しながら研究を深める。
 - ④4年次は、これまでの研究を発展させ、卒業論文や卒業制作などの集大成をする。
- である。

ただし、ゼミのシステムは学部・学科によって異なり、それぞれの学問分野の知識や研究手法の修得に適したものとなっている【表1】。

なお、【表2】のように、同大は2011年度から全学部でカリキュラムを改編し、人文学部では学科改編、経済学部

【表1】武蔵大学ゼミ制度（2010年度）

	経済学部			人文学部			社会学部	
	経済学科	経営学科	金融学科	英米比較文化学科	ヨーロッパ比較文化学科	日本・東アジア比較文化学科	社会学科	メディア社会学科
1年次	前期：教養ゼミナール 後期：プレ専門ゼミナール			入門演習（ゼミナール）			社会学基礎ゼミ	前期：メディア社会学基礎ゼミ 後期：メディア社会学表現ゼミ
2年次	専門ゼミナール第1部			専門演習（ゼミ）	中級演習（ゼミ） 専門演習（ゼミ）	専門演習（ゼミ）	社会調査実習	メディア社会学実習
3年次	専門ゼミナール第2部			専門演習（ゼミナール） 後期：卒業論文準備ゼミナール			社会学専門ゼミ	メディア社会学専門ゼミ
4年次	専門ゼミナール第3部 ^(*)			卒業論文ゼミナール 卒業論文			社会学専門ゼミ 卒業論文	メディア社会学専門ゼミ 卒業論文・卒業制作

* 4年次ゼミは必須ではない

2010年武蔵大学パンフレットを参考に河合塾で作成

や社会学部でもコースの改編等が行われる（2011年4月人文学部新学科届出中）。これにより、全学部で4年間ゼミが必修となる。また、経済学部では学科を超えたコース選択が可能になり、人文学部でも3つの学科に学科を超えて選択できるコースを設けるなど、学科間の壁が低くなる予定だ。同時に「総合科目」も見直し、講義と実践を交えた全学部統一の科目になる【表3】。

では、ゼミについて見ていこう。

まず経済学部は、1年次前期の「教養ゼミナール」のあと、後期の「プレ専門ゼミナール」で、2年次からのゼミを選択する準備をする。2年次と3年次の「専門ゼミナール」は、1つのゼミナールを続けて履修する。4年次のゼミナールは現在必修ではないが、卒論執筆や研究成果の発表を行う（2011年度から必修）。

人文学部の演習（ゼミナール）は1～4年次まで必修で、1年次の「入門演習」のあと、2年次から「専門演習」を履修する。1つの演習とは限らず複数の演習を履修することが可能である。3年次後期からは「卒業論文準備ゼミナール」が始まり、論文のテーマを絞り込んでいく。4年次は全員が卒業論文を執筆。この際、2、3年次の演習とは異なるテーマで書いてもよく、専門分野に近い教員が担当し、ほぼ個別に指導を受けることができる。なお、原則として専任教員がゼミナールを担当し、学生の指導も行う。

社会学部も、ゼミは1～4年次まで必修である。1年次の「基礎ゼミナール」のあと、2年次に、社会学科では「社会調査実習」を、メディア社会学科では「メディア社会学実習」を履修する。学科で学ぶ内容に応じて実習の内容が異なっているのだ。「社会調査実習」では統計的調査か質的調査のいずれかを行い、学生は興味のある内容の授

【表2】2011年度からの武蔵大学の学部・学科コース

学部名	学科名	コース名
経済	経済	国際経済・経営 経済学と現代経済
	経営	ビジネス ビジネスデザイン 企業会計
	金融	金融 証券アナリスト
人文	英語英米文化	英米・英語圏文化 英語コミュニケーション 比較・交流文化
	ヨーロッパ文化	ドイツ語圏文化 フランス語圏文化 広域ヨーロッパ文化 比較・交流文化
	日本・東アジア文化	日本文化 東アジア文化 比較・交流文化
社会	社会	社会とグローバル化 文化とコミュニケーション 社会心理とアイデンティティ
	メディア社会	マスメディアコミュニケーション パブリックコミュニケーション メディアプロデュース

* 人文学部の比較・交流文化コースは3学科にそれぞれ設置

業を選択する。

『統計的調査』では、アンケート調査票を作成し、サンプリングして調査票を配布、回収、集計、分析、レポートにまとめるという一連の過程を経験します。『質的調査』では、例えば、関東近辺の祭りに行き、町の人にインタビューし、祭りの持つ社会的意味について考察し、レポートにまとめます。メディア社会学科では、新聞、プロモーション

【表3】総合科目「講義と実践」の例

自然と環境	講義	地球の自然史	各2単位
		地球環境	
		人間と環境	
		数学の世界	
		自然と生活のなかの物理	
		化学と現代社会	
		生命の進化	
		人の進化	
		人間と科学技術の歩み	
		先進の科学技術	
	実践	武蔵・環境フィールドワーク	各1単位
		自然科学集中プロジェクトA・B	
		物理学ラボワークA・B	
		化学ラボワークA・B	

ョンビデオなどを制作します」(山岸教授)

3年次の「専門ゼミ」では、これまでに学んだ調査法を用いて自分のテーマについて研究し、4年次で全員が卒業論文の執筆または卒業制作を行う。

なお、これらのゼミ活動を支えるため、コモンルームやGS(グループスタディ)ルームというスペースが各建物に設置されているのも特徴である。

学外との連携活動も豊富な経営学科黒岩ゼミの4年間

以上、ゼミの仕組みを概観したが、黒岩健一郎准教授の経済学部経営学科のゼミを例に、ゼミの内容を詳しく見てみよう。

黒岩准教授の1年次前期の「教養ゼミナール」は、例年14名程度である。まずは、ビジネスに関するグループワークでゼミの一体感を醸成し、図書館で文献調査法の講義・演習を行う。その後グループで取り組む研究テーマは、学生自身が決める。コンビニや携帯電話会社の比較など企業や商品に関するものが多い。

「ある年のゼミでは、ティッシュペーパー配布の広告効果を測ろうと考えたグループがありました。『この紙を見た人は〇〇にメールして下さい』と書いた紙を、①ポケットティッシュに入れて②飴と一緒に③紙だけ——各約50ずつ配布し効果を測ったのです。結果は紙だけだと効果は低く、飴とティッシュはほぼ同数のメールがきたのですが、ティッシュは配布後しばらくしてもメールが来るようになりました。これにより、学生は街頭でティッシュを配る効果を追認することができました」(黒岩准教授)

1年次後期の「プレ専門ゼミナール」では、大学近くの商店街が2カ月に1度開催しているナイトバザールに出店する。まず9月のバザールで市場調査を行い、16名のメンバーが4チームに分かれて準備し、11月のバザールで1日出店する。

「各グループは3万円以内で事業計画を立てます。社長を決め、事業計画について株主である私に説明し、貸借対照表を作り、決算報告をして、株主総会も開きます。昨年、3つのチームは2万円を要求したのですが、1チームだけ1万5千円で事業計画を立てました。チームに対する評価は、出資に対する利益率(ROE:株主資本利益率)です。終わってみるとそのチームの利益額は1番ではないのに、利益率は最も良く、『必要のないお金をもらっても効率が悪いだけ。株式の資本を使ってどれくらい利益を上げることができたかという、ROEがわかっていなかったね』と学生に話しました。学生はものすごく悔しがっていましたから、もう一生ROEを忘れないと思います(笑)」

2年次と3年次の「専門ゼミナール」は2年間の連続ゼミである。2年次「専門ゼミナール第1部」の前期は、まず、ロジカルシンキングの訓練をする。「常になぜと疑問を持ち、その理由を漏れなく重なりなく説明できるように図を作成させたりしています。その後、『アイスクリームの新商品を作る』といったケースディスカッションを行い、各種データをもとに論理的に考えさせたりします。ディスカッションを重視していますので、きちんと理由を添えて自分の考えを言えるようにロジカルシンキングから入っています」(黒岩准教授)

2年次の後期は、企業から課題をもらい調査・分析の上、解決策を企業に提案する。課題としては、YouTubeなどを使った口コミ効果をマーケティングに活用することを事業とする企業からの「企業の採用活動時の口コミマーケティングの使い方」や、ランドセルメーカーからの「次年度就学児のいる家庭へのプロモーション法」などがあった。ランドセルについては、夏休みに祖父母とランドセルの購入について話ができるような、会話の弾むカタログを使ったプロモーションをしてはどうかといった提案ができた。発表会には課題を出した企業も参加している。

3年次「専門ゼミナール第2部」では、企業に注目したケーススタディを行う。前期は、経営指標の読み方などの講義を受けながら、グループでビジネスシミュレーションゲームを行う。製品の価格や広告費用、営業マンの人数や給料、資金調達などについて意思決定を行い、入力する。

そうすると会社の業績や株価が算出され、それをもとに学生は次回どのような意思決定をするかを検討する。

「前期の最後には株主総会を行います。この時、経営コンサルタントでもあるゲームの制作者に、株価と諸指標の動きを見ながら、どの意思決定がターニングポイントになったのかを指摘してもらいます」(黒岩准教授)

また、黒岩ゼミでは、3年次の春休みに学生が就職したい企業1社を選び、自分が選んだ企業を分析する。前期の最後に中間発表した後、後期には全員で討論して議論を深め、11月には分析結果を発表する(写真左)。「その企業で何をやりたいかを聞き、それが曖昧な学生には再度考えさせます。また、分析していくうちに第一志望ではなくなる学生もいますが、分析手法自体は生かします。また、分析結果は発表で共有しますので、自分が調べた以外の企業や業界についても知ることができます」(黒岩准教授)

4年次「専門ゼミナール第3部」は、「事業開発」「経営統合」「撤退事業分野の意思決定」など、あるテーマに注目して分析・研究し、卒業論文としてまとめるのが目標である。

黒岩准教授にゼミの効果を聞くと「教員と学生の距離が近いこと」を挙げた。「1年次から4年間少人数の学生を見ていると、学生の能力や性格、サークルや家族のこともわかるようになります。その結果、学生の興味・関心に応じて具体的なアドバイスができます。大学生活に関する相談から、研究に興味がある学生には私の研究を手伝ってもらうなど、学生に応じた指導ができ、深みが出ます」

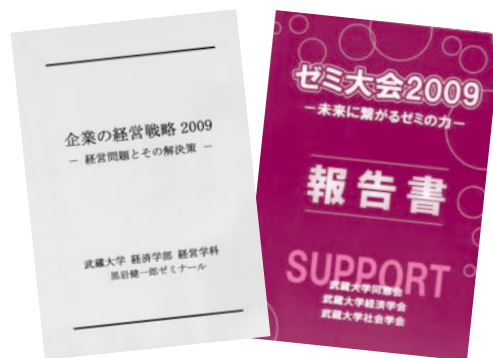
学生一人ひとりに専任の就職担当者がつき 第一志望を決める前から就職支援

少人数教育、先生と学生の距離の近さは就職支援面でも生かされている。2010年度3月現在で就職内定率94.2%を達成した。しかも第一志望群就職率が75.7%と高い。

この理由を山崎教授は「理由は3点あります。①専任の就職相談担当者(職員)がついていること②指導教授制③ゼミの仲間の存在です」と説明する。就職相談担当者は8名。学生一人ひとりに専任で付き、所属ゼミ、サークル活動等各人を把握した上で就職指導を行っている。しかも、キャリアコンサルタントの有資格者や資格取得の勉強をしている者か、企業の人事経験者である。3年次になると相談担当者1名につき約80名を担当し、個別面談を頻繁に行っている。

指導教授は、原則として各ゼミの教員であり、就職相談

写真左：黒岩ゼミの「企業の経営戦略2009」
右：2009年のゼミ対抗研究発表大会の記録集



担当者と連携を図っている。また就職活動を終えた内定者が「就活サポーター」としてキャリア支援課に常駐して学生の相談にのっている。今後、組織的な連携をさらに深める予定だ。

さらに、山崎教授は「専門分野を学ぶことが自分のキャリア形成にとって重要だということを常に意識させているのが好結果につながっている」と話す。もちろん、核となるのはゼミだが、他にも、同大には「学部横断型課題解決プロジェクト」というゼミ(選択)もある。これは、企業から課題をもらい、前半は課題について各学部それぞれの視点で課題の解決方法を探り、後半はその結果を持ち寄り、3学部合同のチームで解決策を練り上げて企業に提案するというものである。「他学部の学生と共に学ぶことにより、学生は自分の専門を意識し、専門を実際の課題解決に生かせることを知ります。また、インターンシップと同様、企業と交流することでたくましくなり、社会人としての基礎も身につきます」(山崎教授)

第一志望群就職率が高いことについて、山崎教授は、「実は志望を決める前から教職員が相談にのっているからです。学生は憧れで人気企業を第一志望にせず、自分自身を知った上で志望企業を決めて、そこへ就職できるよう支援しているのです」と説明する。ちなみに、学生一人ひとりの状況を把握した上での進路指導は、旧制高校時代からの伝統だという。

同窓会との連携も深く、毎年開催されている「マスコミ・広告業界」「金融業界」「サービス業界」といった職域同窓会からの協力を得て、学生は先輩から生の話を聞くことができる。さらに昨年度は大学主催で、企業の最前線で働く卒業生を大学に招き、就職活動に向けての講演のあと卒業生と懇談する機会を設け、好評だったという。

近年「少人数教育」「ゼミの充実」を特徴として挙げる大学は多いが、長年の伝統を持つ武蔵大学では全学的に行われ、それがミーム(文化の遺伝子)となり、カリキュラム改革等を通じてさらに進化を遂げつつあるようだ。