

〔論 説〕

進路指導講座とインターンシップ制度について

影 山 僖 一

目 次

はじめに：高度情報化社会と進路指導教育

第1節 進路指導の意義：勉学に関する進路提示

第2節 進路指導と戦略的學生生活：社会科学の教育目標と就職サポート

第3節 対話と人間関係，組織の活用法を教育理念とすること
：社会科学系の学部教育の教育理念について

第4節 インターンシップをめぐる内外情勢について
：進路指導講座開設と学生の自主的な研修活動

第5節 進路指導講座の紹介と関連資料

1. 進路指導講座開設の概要と実績
2. 進路指導講座の趣旨
3. ビジネスインターン制度について
4. 進路指導講座の内容紹介
5. 進路指導コース選択者の募集について：学生のみなさんへのお知らせ
6. 特別講義プログラム
7. 経済社会活動基本講座（商経学部キャリアアップ科目）

はじめに：高度情報化社会と進路指導教育

高度情報化社会の到来とともに、情報処理方式と知識の高度化に関する工夫と改善が必要とされている。体系的な情報処理と知識の整理が、現代では、極めて重要な意義を持つに至っている。単なる情報の収集ではなく、目標を持った情報の整理と体系化が求められ、さらにその有効な活用が必要とされている。多量の情報が集まれば集まるほど、それらの整理と体系的な活用が重要となる。言い換えれば、情報の収集と活用には、一定の目的と意図を持つことが要請されている。特定の発想法と仮説をもって、それを整理し、検証しつつ、実験を重ねていくことも必要であり、そのための方法論の整理も要請されている。そこでは、情報処理とそれを行行動指針に結び付けていくための勘とロジックを磨いていくことが求められている。そうしたニーズに応えるためには、感性と理性、論理を尊重する教育活動が基盤となる。教育の目標とそれを達成するための手段の明確化、効率的教育の意義を考えることが必要不可欠である。

(1) 人間関係を研究する社会科学

ところで、社会科学の目的は、人間行動の研究と人間の作り出す組織の意義を解明し、組織の中で生きる人間をしてより良く、組織をその目標の達成に向けて、リードしつつ、機能させていくことである。社会科学系大学における教育の目標は、人間と組織研究に向けられるべきであろう。言い換えれば、人間の組織への適応、人間による組織の運用、新たな目標に向けた組織改革の実現などに有効な方策を探求していくことがその大きな目標となる。社会科学系の学部卒業生には、組織の中において、何らかの職を得て、そこで、自分に与えられた目標を実現していく事が要請されている。しかるに、わが国大学の卒業生の約30%が、就職せずにフリーターとなり、職業を持たないとされている。人間関係と組織の研究を使命とする社会科学系大学の卒業生が、職場をもてないということは、教育活動の欠陥といわざるをえない。自然の法則を解明しその成果を伝える物理学、生物学、工学などの自然科学系学部の卒業生が社会で健闘し、社会科学系の学部卒業生が企業組織における人間関係で悩み、職場に適合することに困難を来している。それは、研究と教育の目

標が不明確なためである。教育目標の確定という大きな課題に、社会科学系の学部は直面している。

(2) 目標を明確にした進路指導

そこで、いま、社会科学系の大学においては、講座のカリキュラム、講義の目標、教育方式の早急な再点検が求められている。それは、文部科学省の推奨している見当外れの自己点検とか自己評価とは関係がないものである。社会科学の学問としての意義と教育活動の根本的な意味が問われている。人間と組織の研究を教育活動の目標とする社会科学系の学部出身者が、職場を放棄し、無業者となり、家に閉じこもりとなるということは教育活動に何等の意味もないということにならないであろうか。

大学卒業生が、職業を求めて、しかも、自分の仕事に生きがいを持ち、さらに、組織の活性化とそれを社会の発展に結び付ける使命を果たしうるようにすることが教育改革の目標である。無業者を多数生み出しても、反省のない大学関係者は、社会科学における教育活動の担当者としては失格であろう。

社会科学がその本来の目標を達成するためには、学生の入学時に、それぞれの適性に沿った進路に関するオリエンテーションが実施されるべきであろう。自分の適性と適職を発見し、進路を確立し、そのための心構えと、そうした職業に必要とされる知識、技能、能力要請の方向を見いだすための支援が大学には強く求められている。

入学時の進路指導の必要性はこれまでになく高まっている。まず、より良き人間関係の原則を提示し、組織の活性化と人間生活の向上に向けた貢献という社会科学系の教育目標を明確にし、組織の性格、リーダーシップの確立に向けた法則を説明し、成人の役割を明確にしておく事が求められている。学生に対する進路指導に関する打ち合わせのなかで、教育関係者の間において、教育目標の確立に向けた対話が要請されている。

本稿は、大学の社会科学系学部における教育目標を明確にし、基本的な教育理念を問い、その効率的な推進方式に関する一つのアイデアを提示する事を目標としている。そこでは、進路指導の役割を明確にし、その目標を徹底することも提言する。そうした中で、進路指導の一環としてのインターンシップの意義を強調し、そ

の具体策を提示する。さらに、千葉商科大学における進路指導の在り方について提言し、われわれの進路指導の具体的な方式を紹介する。その一環として、社会科学における基礎的理論ならびに経営戦略論の重点に関する解説がなされる。

第1節 進路指導の意義：勉学に関する進路提示

大学は、実社会で役立つ教育を目指すべきであり、そのための充実したシステムと教育力の強化が求められている。就職支援活動は、整備された教育システムのうえで有効に機能する。職業サポート活動は、大きくわけて5つの活動から成り立っている。すなわち、学生に対する進路指導とキャリア教育が最も重要であり、次いで、学生の教育相談に対応することと、就職準備のためのガイダンスがあり、さらには、実際に就職支援に向けたサポート活動という活動である。

千葉商科大学の就職部では、そうした基本的な方針に沿って、過去3年間に以下のような就職支援措置を実施している。

(1) 進路指導活動

入学当初に学生の適性、適職を調査し、希望する進路に対応した必要科目、能力の提示、勉学の方式に関するアドバイスを行なうことが進路指導のもっとも重要な役割といえよう。

ここでは、学生の進路に対応したカリキュラムの提示が何よりも強く求められている。こうしたアドバイスをせずに、選択する科目を学生に任せると、勉学の方向は、何等の専門性のない、非体系的な「楽勝科目」のみを選定した意味のないものとなる。そこで、入学当初の進路指導は、大学教育の基本的な前提条件となる。学生の進路希望に対応したカリキュラムの提示と勉強の方向を指示する体系的な進路の指導が求められている。平成14年度には、商経学部においてコース制を設定して、専門分野の科目の体系化を図ることとした。それとともに職業関連科目をキャリア科目として開設している。

(2) キャリアアップ科目の開設

学生の勉学意欲の向上に向けて、多くの教育が求められている。そうした中で以下の事項は特に重要な項目と言えよう。

(イ) 職業能力向上講座

1年次生，2年次生を対象とする勉学の動機付け講座である。

(ロ) インターンシップ制度の実施（卒業単位認定）

二年次生，三年次生の夏期休暇中において企業研修を行うものであり，事前の半年間に関連する講座を履修した上で，予備知識を持って，企業の研修に参加している。

(ハ) 特別講義・職業能力開発講座（卒業単位として認定）

企業の採用担当幹部を招聘した全学生向け能力開発講座を実施する。

(ニ) エントリー・シート，履歴書の書き方指導講座

外部専門業者によるエントリーシートの書き方指導を行ない，さらに，実際の添削指導も行なっている。

(ホ) 経済社会基本講座

キャリア教育の拡充を計り，学生のインターンシップの正式の授業科目への編入している。財界の人事担当重役を講師に迎えた特別講義も発足させている。

(3) 教育相談

本学では，学生の入学と同時に適性と適職の発見に向けた科学的合理的なテストを実施し，個別的な進路指導を行っている。自己発見に向けたアンケート調査を行ない，そうした調査結果をもとに，学生に対する具体的な相談に対応することとしている。さらに，外部の専門機関より，専門の職業指導における専門カウンセラーを本学学生の相談員として委嘱している。

(4) 就職ガイダンス，業界・会社研究会の実施

本学では，3年次の5月より就職ガイダンスを6回開催して，学生の就職準備を促進している。その他業界研究，会社研究，文章表現の仕方など多様な講座を設定している。

さらに，履歴書の書き方に関する指導など重層的な就職指導を行なっている。

(5) 学内における業界研究会の開催

本学では，学生のニーズに対応して，学内において5回の業界研究会を開催し，学生の便宜を計っている。外部の合同企業セミナー，業界研究会に比較して，本学の業界研究会は，企業の採用担当者より長い時間をかけた業界事情の説明，会

社の紹介を受けることができるということで、学生より好評を得ている。

そこで、平成11年度より、それまで、年間一回の学内における業界研究会の開催回数を大幅に拡大して、平成12年度には、年間五回開催することとした。スケジュールは以下のとおりである。

第一回研究会：3年次生の2月

第二回研究会：3年次生の3月

第三回研究会：4年次生の8月

第四回研究会：4年次生の10月

第五回研究会：4年次生の12月

第2節 進路指導と戦略的學生生活：社会科学の教育目標と就職サポート

就職サポート活動は、進路指導の一環として位置付けられるべきであろう。学生の進路希望に沿った具体的な就職サポートが求められる。具体的な進路の不明な段階での学生に対する抽象的な指導では余り意味はない。ここでは本学OBの進路を提示し、そうした方向に向けた学生の支援体制を紹介することとする。

千葉商科大学OBの約50%が流通業、商業分野に就職している。商業分野への就職率はわが国社会科学系学生の30%であり、本学OB進路の特色は商業分野ということとなる。わが国経済発展の主役は、機械工業を中心とした製造業であつたが、商業活動も、海外市場開拓を中心にマーケットを拡大し、乏しい外貨の蓄積に貢献して、日本経済の発展を支えてきた。本学OBも日本経済発展に大きな役割を果たしている。

営業活動は、学生には必ずしも歓迎されてはいない。しかし、営業活動はいかなる組織や職場にとっても必要不可欠である。事業組織が、その組織を維持、発展させていくためには、企業の提供している商品とサービスなどの事業活動を外部に紹介し、宣伝し、売却していくことが基本的な活動となる。営業活動の重要性を多くの方式で学生に伝えていくことも、進路指導活動の大きな課題である。

(1) 学生は敬遠するが、企業では尊重される営業活動

職業生活にとって基本的な活動となる営業部門の役割は、いろいろな試みを行

なって、学生に対してアピールしてきた。財界で活躍する社会人講師の輝かしい話や苦勞話を学生に対して聞かせたり、経済活動における物流の重要性を訴えたりしている。

就職後は、大学卒業生も、多くの部署を経験させられることとなるが、特に営業部門は、ほとんどの企業において必ず体験させられるというセクションである。言い換えれば、営業活動を体験しない職業生活は真実の職業体験ではないということともなる。

(2) サークル、ゼミ活動による営業マンの準備活動

より良い営業マンとなるために特別な教育は必要はないが、先輩、友人との人間関係の訓練となるサークル、ゼミ活動を中心とする普通の大学生活で良い。ただ、将来、営業マンになる可能性のあることを学生も教員も意識の片隅におくことが必要である。

サークルで人間関係を磨き、資格を取り、ゼミで専門分野のレポートを作成するというような人間関係を鍛練する活動により、学生時代こそ、商業活動に向けた格好の準備期間となる。大学には、大変に素晴らしい学生も多い。例えば、吹奏学部ではマネージャーとして汗をかき、ボランティア活動にも熱心で世のため人のために学生時代から努力するという他人思いの学生が多い。本学では、加藤寛学長の提唱で、卒業式において、サークル活動やボランティア活動に活躍した学生を表彰している。人間関係と他人に対する思いやりの大切さを具体的に提示したものといえよう。

(3) 自己分析を支援する就職部の役割について

就職支援活動は、単なる就職のためではなく、社会生活で役立つ知恵を勉強してもらおうこととしている。学生生活の目的を明確にし、自分の適職を発見し、そうした職業活動に備えて、重点的な準備をするように努めている。自己分析と自分の適職発見をサポートすることは大きな意味を持っている。

(4) 進路指導、資格取得支援などの就職サポート

第一は、将来の進路、すなわち、職業活動に役立つように目標を意識し、大学生活を過ごすようにアドバイスをすることである。自分の進路に役立つ講座とゼミを選定し、充実した研究論文をまとめるように指導することであり、新たに開

設された政策情報学部では、進路指導には、特に力を入れている。

第二は、将来の進路の選択に役立つように、学生に対しては資格を取得するように勧めている。簿記、英語、シスアドなどの三言語の勉強を補完するために、授業時間外と休暇中に、格安の料金で外部の専門家による資格講座を開設し、学生の資格取得を支援している。最近好評なのが、商業分野で歓迎される資格である販売士講座であり、福祉住環境コーディネーターの講座などを新設する予定である。

第三には、就職ガイダンスに力を入れ、会社の研究、業界研究を初め、履歴書の書き方などキメの細かい指導をしている。さらに、財界人を中心とする社会人による特別講師より産業界の実態と能力開発の在り方に関して教えを受けている。そうした事前の研修を行なった後、在学中に企業で研修を行うインターンシップも実施している。

第3節 対話と人間関係、組織の活用法を教育理念とすること ：社会科学系の学部教育の教育理念について

高度情報化社会に移行するとともに、人間の対話、コミュニケーションの促進とそのための効率化は重要性を高めてきた。対話促進の意義とより良い人間関係の構築に向けた大学教育の意義が問われている。ここでは、対話の意義と社会科学系大学の教育目標について提言する。

(1) コミュニケーション能力の意義と面接試験

最近、企業の採用試験では面接が重視され、多様な面接が行なわれていると聞いているが、それは、会社の仕事において、スタッフ間の対話や情報交換が大切になったということが背景にある。対話、即ち、コミュニケーションを深めて、職員の間で合意を得ることが、充実した仕事をしていく上での前提となる。俗に、よい仕事をする上で、ハウレンソウが大切だといわれる。すなわち、「報告」「連絡」、そして「相談」といったことで、チームワークを保つことが仕事の成果を高める上での前提となる。より良いコミュニケーションには、他人の話しを素直に聞くヒアリング能力と相手に要領良く報告するプレゼンテーション能力が必要

となる。より良いコミュニケーションには、他人の話しを素直に聞くヒアリング能力と相手に要領良く報告するプレゼンテーション能力が不可欠である。

(2) コミュニケーション能力が重視された背景について

対話能力の必要性は以前からも強調されていたが、数年前より、コミュニケーション能力の必要性が企業では強く認識されるに至った。社会が高度な情報化時代になったということがその背景をなしているものとみられる。一つの製品を大量に生産して、それで多くの社員が高い給与をもらえる大量生産の時代は過去のものとなり、現在では、多くの製品開発と多様な事業の展開が必要な時代となった。新製品や新事業が続々とマーケットに登場している。企業トップの経営戦略や自然科学の専門家である博士による新製品開発に向けた意思決定に際しての一般社員による情報収集や多様なアイデア提示などの支援の重要性が増している。トップの最終的な判断のために、一般社員による消費者ニーズの把握など多くの分野での役割が拡大している。コミュニケーション能力の重要性が高まってきた背景にはそうした事情がある。

(3) 人間関係と組織の研究を目標とする社会科学

社会科学と自然科学という二つの研究分野を比較すると、研究対象は大きく異なっている。物理学、化学などは、自然の法則に関する究明を目的とするが、しかし、社会科学の研究対象は、人間関係や人間同志で形造る組織、制度の研究とそうした制度、組織の中での人間行動である。そこから、われわれに対して大きな課題が提起される。社会科学の教育目標はより良い人間関係の構築と企業などの組織の社会性を高めることにある。

(4) 平等、互惠、思いやりの社会科学

組織や制度の中で平等、互惠という人間関係の理想を実現するための手段の開発を、社会科学は目指すべきである。自然科学系学部出身者が職場で健闘しているのに対して、社会科学系の学部OBには職場での仕事や人間関係で悩む者が多い。こうした分野はわれわれが、しっかりと配慮すべき重点事項である。

大学教員が、自分の専門分野の講義に際して、人間関係や組織の大切さなどについて、話題にすることだけでも社会科学系の大学出身者も組織の中での活動に参考となろう。インターンシップも就職サポートも、いわばより良い人間関係の

構築の参考とするべきものである。しかし、教員によって教育の方針が異なるので、こうした発想を他の教員には押しつけられない。

第4節 インターンシップをめぐる内外情勢について

：進路指導講座開設と学生の自主的な研修活動

すでに常識となっているが、いま、大学の教育力が実社会において大きく問われている。特に、職業生活に向けた職業活動に対する「こころざし」や「専門能力」に対する貢献度という点で従来の教育には、大きな疑問が提起されている。即ち、大学卒業生には、実社会における多くの職場において実務を遂行する心構えが薄弱であり、能力もないというのが企業の大学に対する評価である。また、入社後の企業における研修にも対応できないという非難も強まっている。こうした情勢を反映して、就職試験が厳しくなり、多くの段階で、学生の能力がチェックされている。数年前に比較すると、現在は多くの能力をチェックして多段階の試験を経て、職業適性と人間性が検定されるようになってきた。それでも、企業は納得できる学生の採用が出来ないといわれている。

大学は世の中の原理原則を講義する事を第一の使命としてから、卒業生に対していきなり実務で力を発揮するように期待することは困難である。したがって、企業の業績がよい時には、行き届いた企業研修により、新卒社員に対する実務能力の養成が可能であった。現実が必要とされる知識は、就職後に企業内研修で訓練されて、数年後に実務に貢献できる教育が行われ、大学と産業の共存が可能であったといえる。しかし、バブルの崩壊とともに、そうした発想が現実とは大きく乖離することとなった。会社に新卒者を研修する余裕がなくなったことと、そうしたなかで大学の教育力不足により、将来の実務に役立つ心構えすら養成されていないという現実がある。職員を採用しても研修の効果すら期待できないほど意欲のない卒業生が多数を占めているという現実もある。そこで、大学における原理原則教育の見直しと実学教育の拡充が求められている。インターンシップは、そのための一つの有力な手段となっている。進路指導の一環としてのインターンシップ（企業での実地研修）の必要性とそれをめぐる社会情勢について解説することとする。

(1) 企業に就職する予備軍としてのインターン研修生

多くの企業にとって、インターンシップによる学生の受入は大きな負担となる。仕事の内容も知らずに、職業に対する心構えの出来ていない学生を受け入れて、研修を行うのであるから、企業の担当者にとっての負担は容易に想像が出来る。

社長が社会貢献などといって、インターン生を優遇してくれるケースもあるが、しかし、研修生の受入は会社にとっては資金と時間の大きな負担であることには違いはない。学生の研修は担当者に任せるため、経営者にとってはさして負担にはならないが、担当者には仕事が増えて、大変な迷惑となるというのが、現場における担当者の本音である。それでも、学生を受け入れて研修を行うのは、研修生が将来自分の会社に入社して、会社のために貢献する可能性に配慮してのことであろう。企業としては、将来の入社を期待して学生の訓練を行なっている。

他方で、学生にとっても、研修を受けた企業とは異なる異業種に就職すると、インターンシップの成果を将来における自分の仕事に活用することはできない。就職を前提としたインターンシップ研修は、受入企業にとっても、学生にとっても大変に好都合である。日本のインターンシップも、そうした方向に軌道修正を迫られている。すなわち、研修活動を受けた会社に将来就職することを原則とするという方針であろう。

(2) 外部機関も就職活動を前提とする研修制度を推進

私立大学の就職活動を代表する全国私立大学就職指導研究会（全就研）においても、インターンシップの推進に際して、受入企業における就職を前提として、学生の受け入れを進める手続きを行い、加盟の大学にそうした方針でインターンシップを推進することを推奨してきた。インターンシップ受け入れ企業に就職することを前提条件として、全就研では、学生の企業派遣を行っている。

また、各大学の負担する事務を軽減するため、全就研は、僅かな金額で各大学におけるインターンシップの業務を引き受ける組織の設立を検討しているといわれている。

(3) インターンシップ推進に向けた進路指導

学生が4年間の短い期間に一人前の職業人としての心構えと能力を養成するためには、入学の当初より、職種を特定したしっかりした教育科目の履修が求めら

れている。インターンシップも、自分の就職する将来の職種を確定した上で、関連科目も履修し、ある程度の知識を持って研修に参加しない場合には、ゼミで実施している工場見学やフィールドワークとそれほど変わらないものとなる。そこで、入学当初のオリエンテーションと進路指導、派遣会社の事業に関連した基礎知識を供与し、ビジネス・マナーを授けた上での企業への派遣が求められている。

第5節 進路指導講座の紹介と関連資料

1. 進路指導講座開設の概要と実績

千葉商科大学の就職部は、平成14年度より進路指導講座を開設した。その概要は、以下の通りである。

- (1) 進路指導の一環としてのインターン制度
 - (イ) 将来の職種，進路，職種の関連科目履修
 - (ロ) 知識を持って研修に参加すること
- (2) オープンインターシップ実績の紹介
 - (イ) 平成13年：日本IBMに学生が受け入れられた就職部は書類審査と面接試験の前に学生への事前研修二人の学生が日本IBMの書類審査に合格
 - (ロ) 平成14年度：日本IBMの他に沖電気(株)に対する学生の派遣。就職部は本年5月より7月に3回のオープン・インターン制の説明会と事前の重要科目の研修実施
 - (ハ) 説明会，講習会には合計で約600名の学生が参加
 - 第一回報告会：平成14年5月29,30日
 - 第二回報告会：平成14年7月12日

2. 進路指導講座の趣旨

講座の趣旨

- (1) 担当科目に関連して、実社会で必要とされる基本的知識の提示
- (2) 担当科目に関連して履修しておくべき必修科目とカリキュラム体系の指示
- (3) 関連の重要文献数点の提示（洋書2点ほどの内容紹介）

開催結果

- (1) 進路指導講座（企業研修）の学生に対する説明会

日時・場所：2002年5月29日（水）・30日（木）12：20～ 7号館 711教室

対象：商経学部・政策情報学部 2・3年次生

参加学生数：両日あわせて 313名

- (2) 進路指導講座担当者など

講座名	日時・場所	講師名	出席者数
実用的会計学	6月24日（月）16：10～ 7号館711教室	高木泰典教授	29
応用経済学	6月25日（火）16：10～ 7号館721教室	影山僖一教授	34
実践経営学	6月26日（水）16：10～ 7号館702教室	麻生 幸教授	34
経営戦略論	6月27日（木）16：10～ 7号館702教室	桑名義晴教授	29
計量経済学と確率論	6月28日（金）16：10～ 7号館711教室	小野塚芳雄教授	20
ビジネスマナー	6月29日（土）14：30～ 7号館711教室	大島慎子氏 （ルフトハンザ ドイツ航空株 元広報部長）	45
マーケティング戦略とプロモーションの実際、棚割システム （Excelによる実習）	6月29日（土）16：10～ 3号館第3コンピュータ実習室	陸 正教授	32

参加合計数 223名

3. ビジネスインターン制度について

ここでは参考までに能力開発専門機関であるパソナ株式会社によるビジネス・インターン制度について紹介する。

(1) 就職をめぐる社会情勢について

本年度後半における求職活動は大変に厳しい状況にある。通常的方式では、正社員として新卒者が企業の採用を得ることが困難な状況となった。現時点で進路の決定していない求職者は、就職活動プロの診断による適職に関するアドバイスとしかるべき能力養成が求められている。特定の資格を取得したあと、就職活動を行うことが一つの選択肢となる。

(2) ビジネス・インターン制度：キャリアアップ研修を経て特定の能力を拡充し、さらに、職業に対する心構えに関する研修を経て、専門的な職業人を養成しようとするものである。

イ. キャリアアップ研修項目：パソコン（ワード、エクセル、パワー・ポイントなど）

基礎知識（会社組織、経理・貿易など）、社内OJT研修

ヒューマンスキル：来客対応、電話対応、挨拶、敬語、身だしなみなど

ビジネス・コミュニケーション（日本語、英語の文章表現、スピーチの方法）

ロ. 研修期間：3カ月程度

(3) ビジネスインターン制度の実施と就業のプロセス

イ. 説明会開催（カウンセリングを含む：応募者数により随時開催）

ロ. 選考手続き（就職活動に対する意欲をもつ人のみを選定する）

ハ. キャリアアップ研修科目群

(i) 必修科目：イ. OA（ワード、エクセル、パワー・ポイントなど）

ロ. 基礎知識：会社組織、経理・貿易など

ハ. ヒューマンスキル：ビジネスマナー、ベストアピール

ビジネスコミュニケーション（日本語、英語文章作成）

社内のOJT、カラーコーディネート

(ii) 選択科目：イ. OA (パワーポイント, アクセス, マックなど)

ロ. 各種資格取得講座

ニ. 企業への派遣で就業 (OJT) : 6 か月から 1 年間

(i) その後: 正社員として就職 (80%)

(ii) 派遣スタッフとしてスペシャリストを目指す卒業生 (20%)

留意事項: 10万円の料金が徴収される (支払いは, 就業後の給与受給後も可)

(4) ビジネスインターン生の就労状況

メーカー: 21%, 商社: 20%, 金融: 18%, 情報通信: 12%, サービス: 10%,
IT関連: 9%, マスコミ, 建設など 7%, 流通: 3%

4. 進路指導講座の内容紹介

平成14年度に開設された進路指導講座の内容を紹介した。とりあえずここでは、高木泰典教授，桑名義晴教授，大島慎子氏の報告内容を紹介する。

(1) 会計職のための会計学講座 高木泰典（千葉商科大学教授）

平成14年6月24日講義

(イ) 会計の職業

職業会計人のほか，企業の経理について紹介した。

(ロ) 就職の仕方と心得

会計関連の職業に就職するための手続きについて述べるとともに，就職に向けての普段からの心掛けについて説明した。

(ハ) 天下の事，会計より大なることなし

会計政策について，ミクロとマクロの立場から説明した。企業が経理を行う場合，先入先出法を採用するか，後入先出法を採用するかの政策決定はミクロである。営業マンが利益を産み出すだけでなく，会計の処理法により利益の額が変わることの大切さを説明した。また，マクロとは，会計と政治がからむことが多い。船舶の耐用年数をどうするかという問題は，船主がらみの政治決着になることが多い。ミクロの会計政策は，利害関係者のうち誰れが勝者になるか誰れが敗者になるかの問題を多く含む領域である。

(ニ) 会計と企業の実態開示

原価は企業の外界と切断された評価であるのに対し，時価は，企業の外部の評価大系である。会計はこの時価の拘束を長い間拒否してきたが，ここに来て，企業の外の光り（時価）により，企業の実像を財務諸表という手段によって示すようになってきた。含み経営の破たんについて述べ，会計の変革を通じ企業経営の在り方について説明した。

(2) 経営戦略論の重要事項について

桑名 義晴 (千葉商科大学教授)

平成14年6月27日講義

目次

- 1 プロローグ
- 2 メガコンペティション時代と競争環境の変化
 - (1) メガコンペティション時代とは
 - (2) 代わる競争環境
- 3 経営戦略の展開
 - (1) 経営戦略とは何か
 - (2) 経営戦略と戦略経営
 - (3) 経営戦略の策定課題
 - ① 成長戦略と徹底戦略
 - ② 事業ドメインの決定
- 4 日本企業の競争戦略の展開
 - (1) 経営戦略と競争戦略
 - (2) ポーターの競争戦略論
 - (3) 日本企業の競争戦略の展開
- 5 今後の日本企業の経営戦略の課題
 - (1) 新しい経営パラダイムと新しい企業像
 - (2) 日本企業の経営戦略の課題
 - ① 新事業の創造
 - ② 独自のコンピタンスの構築
 - ③ ネットワークの構築
 - ④ 学習する組織のデザイン
 - ⑤ 創造的人材の育成
- 6 エピローグ

1 メガコンペティション時代と競争環境の変化

今日の企業を取り巻く環境は激変している。特に近年では、競争環境が変化し、企業間競争はますます熾烈化している。このため、現代はメガコンペティション時代とも呼ばれている。この時代では、企業はかつて想像もしなかった新しい競争ルールのもとで、新しいプレーヤーとも競争しなければならなくなっている。

2 経営戦略の展開

このような時代にあって、企業には経営戦略の策定と実行がますます重要になってきている。その経営戦略は、理論的には1960年代半ばから研究されるようになり、いまではかなり多くの理論もみられるようになってきている。また、その定義も多様である。しかし一般には、それは「環境変化に対する企業行動に一定の方向性や指針を提供するもの」と定義されている。企業は、この経営戦略に基づいて、組織や管理システムの革新、および人的資源開発を進める必要がある。これが、いわゆる「戦略経営」と言われるものである。

3 日本企業の競争戦略の展開

さて、これまでの経営戦略の代表的な理論には、H.I.アンゾフの経営戦略論とM.E.ポーターの競争戦略論が有名であるが、近年では当然ながら、後者がより大きな関心を集めてきた。彼の競争戦略論は、産業組織論の研究成果を援用しながら、「産業の魅力度」と「企業の産業内における競争上の地位」という視点から、企業の競争優位性を追求しようとするものである。

ところで、日本企業についてみると、いままさに新しい競争優位性の構築に迫られている。日本企業は、歴史的にはコスト、品質、多品種少量生産、スピードという順に、競争優位性を追求してきたが、今日では知識想像が重要だと指摘されている。

4 今後の日本企業の経営戦略の問題

これからの日本企業は、旧来の日本的経営から脱却して新しい経営パラダイム立って経営を展開する必要があるが、今後の日本企業の経営戦略の課題について考えて

みると、次のようなものが重要になると思われる。すなわち、(1)新事業の創造、(2)独自のコンピタンスの構築、(3)ネットワークの構築、(4)学習する組織のデザイン、(5)創造的人材の育成である。

このような課題に果敢に挑戦する企業のみが、今日の厳しい競争環境で生き残ることができるのである。

(3) ビジネスマナーと仕事への取り組み方

大島慎子

平成14年6月29日講義

世の中の仕組みが劇的に変化する中で、将来を嘱望されている新入社員や若手社員に対する教育は、以前に増して重要性が高まっている。企業は、新入社員には新しい環境下で、社会人、組織人としての自覚のもとに能力を発揮することを期待している。それには、「ビジネスの基本動作」とその前提となる躰の習得が不可欠である。住友生命が2001年7月に実施した「ビジネスマナー調査」(サンプル数350人)では、ビジネスマナーを「気にしている」人は88.9%、その中で、気になるマナーの順位は、「言葉づかい」「時間厳守」「電話の応対」「出退時の挨拶」の順になっている。一方、ビジネスマナーで苦勞した内容は、「ビジネス文書の書き方」「接客、接待」、「冠婚葬祭」「職場内のマナー」である。また、最近では、ネチケット(ネット+エチケットの造語)という電子メールのビジネスマナーも登場している。この講義では、会社、組織とはどのようなものか、を説明し、人生のキャリアとは何かを考え、入社初年度にすでに必要なビジネスマナーを学習し、就職活動にも備えられるように考えていく。

(イ) 会社のしくみ 一企業と大学の違い

会社とは社員が業務を分担し、課せられた仕事に責任をもち、利益をあげて社会的役割を果たすという目的に向かって活動する組織である。製造業を例にとると、社会で需要のある商品を製造し、販売することによって利益をあげる。この一連の業務を細分化すると、原材料の仕入れ、生産、加工、販売、広告、宣伝から、それらの従業員のための総務、人事、経理などさまざまな仕事が発生する。これらの仕事は、会社の経済活動を直接行う営業販売部や生産部等のライン部門(直接部門)

と、これを後方支援する総務や経理，研究室等のスタッフ部門（間接部門）に大別される。社員は自分の仕事だけすれば良いのではなく，たとえ入社して末端の仕事に携わったとしても，一連の活動に関しては全体の流れを知る必要がある。

一方，多くの会社は組織をピラミッド型に構成し，トップで決定された方針が下の層までスピーディーに伝わり，意思統一できる仕組みを作り上げている。トップマネジメント（経営陣）は，企業の最高責任を負い，株主の利益を代表する機関である取締役会を組織する。経営陣の具体的な仕事内容は，企業の基本方針や長期計画の立案，決定，事業計画に伴う予算の策定である。経営陣の下に位置するのが，ミドルマネジメント（中間管理職）すなわち，部課長である。具体的には仕事の統括，部下の統括，および部署の仕事の計画から実行に際するプロセスを，効率的に運営する役割を担っている。その下に，一般社員の仕事を直接監督する，係長や主任等のロアマナジメント（下級監督層）がある。その下に一般社員層がある。外国企業に置いては，資格取得者が最初からミドルマネジメントに採用される場合があるが，日本企業においては，新卒は一般社員層で訓練される。そして部署ごとに仕事を分担すると同時に，部署内でも階層や入社年次に従って責任や役割を分担している。

さて，会社生活と学生生活との決定的な違いは，その活動目的に利潤追求がある点である。学校では，結果が出せなくても努力をすれば評価を得られる。基本的に，社員の働きが会社に利益をもたらすことを前提に報酬を与えているため，たとえ社員が一生懸命仕事をしているつもりでも，それが空回りで会社に利益をもたらさなければ，評価の対象にはならない。また学生時代は，人間的に未熟であったり，素行に問題があったとしても，注意を受けて反省すれば許される環境にある。しかしながら，会社生活では，社会人として判断するため，性格上の問題を注意したり反省を促すのではなく，即マイナス評価する。ビジネスマナーとは，職業生活の中で社会人としてもつべき意識を再確認し，集団の中で気分良く働くための最低限の礼儀作法，及び顧客対応に不可欠なルールを身につけることである。雑誌アエラ（1999年1月）では，IBMの役員が，「一人の社員のマナーが一つのビジネスチャンスを失うこともある」と述べている。

(ロ) ビジネスマナーの三要素とVSOP

ビジネスマナーは、基本的には自分の努力で習得できるものである。すなわち、身だしなみ、言葉遣い、起居動作・態度である。「馬子にも衣裳」の故事を挙げるまでもなく、相手、または周囲の働く仲間への快適性の条件として、清潔感のある身だしなみは最低限のルールである。言葉遣いについては、前述のように会社では様々な階層の人が働き、顧客にも様々な人がいるという認識にたてば、敬語、丁寧語、謙譲語の使い分けは自然にできるようにするのが当然である。起居動作・態度に関しては、企業の看板を背負っているという自覚のもとに生活しているくらいの気概をもつべきなのである。これは会社に滅私奉公をするという意味ではなく、大多数の企業では、刑事事件に関われば退職という就業規則があり、自動車産業に働く社員は、酒気帯び運転で捕まれば退職、大企業では通勤電車内の痴漢疑惑で退職ということが有り得る。すなわち、企業の社会的責任を負って生活するという自覚が必要である。

さて、ブランデーのグレードにVSOP, Very Special Old Pale, つまり一級の蒸留酒という表示がある。このVSOPをサンケイ新聞出身の評論家、故脇田保氏がビジネスマン、ビジネスウーマンの必須条件として、次のように解説している。

「Vはバイタリティー、Sはスペシャリティー、Oはオリジナリティー、Pはパーソナリティー」すなわち、ビジネス社会では、活力、生活力を持ち、専門性を追求し、独創性を養い、最後に個性豊かな魅力ある人物になることの必要性を指摘したわけである。脇田氏の指摘によると、VSOは、努力と勤勉性によって習得できるが、最後のPは、個性だけでなく品性、人柄の領域が大きいとしている。この最後のPの構築の最大要素がマナーであり、相手への配慮、思いやりの習慣化した態度、国際社会においては、異文化の尊重が真のマナーであり、ビジネス上不可欠なのである。

(ハ) CS, 顧客満足の意識

企業は製品やサービスを市場に提供し、それによって得る利潤が企業の運転資金や社員の給与に充てられている。多くの利潤を得て経営の安定化を図るためには、同業他社より製品やサービスが良好でなければならない。一方、同業他社も同じ企

業努力をしているため、サービスの差別化が決め手となる。これが顧客満足、つまりカスタマーサティスファクションである。例えば、私が長年勤務した外国航空会社では、採用に関しては、不採用の候補者に対してこそ、礼儀正しい温和な態度をとるようにという通達があった。つまり、航空会社のように不特定多数の人間が顧客または株主になる可能性がある業界では、この配慮が必要なのである。経営の神様といわれる松下幸之助氏も同じことを人事部に伝えていたという。家電の利用者は一般消費者であり、入社試験を受ける人も顧客なのである。地位が人間を創るという言葉があるが、企業文化がパーソナリティーを形成することが多い。実際にサービス産業に従事している人と、製造業に従事している人を比べると、終身雇用を基本としていた大企業で、特に基幹産業といわれた製造業に長年従事していた人は、ビジネスマナーを習得していないことが非常に多い。それは個人の能力ではなく、学歴と、社名で仕事をし、一般消費者との接点を全く経験していない仕事に従事したため、電話のかけかた、書類作成の手順にいたるまで自分が勤務した企業でしか通用しない手順しか理解できない人が非常に多いのが現実である。これから職業生活を始める人達は、独善的な考えではなく、常に相手の立場にたったビジネスマナーを身につける必要がある。

(二) ほう れん そう か

会社では同僚、上司など様々な立場の人達とのチームプレイである。自分の仕事だけ勝手にやれば良いのではない。定期的に自分の仕事の状況を上司に報告する、同僚に連絡する、問題は相談するということが必要で、これを「ほう れん そう」（報告、連絡、相談）という。報告や連絡は、相手が催促する前にタイミング良く行うことが必要で、また、端的に結果を先に述べるような話し方をすべきである。自分が如何に頑張っているかなどという思い入れよりも、仕事の進み具合を簡単に述べるのである。仕事の説明だけでなく、例えば取引先から接待の誘いを受けた時も、独自に判断するのではなく、上司に報告して判断を仰ぐことが必要である。仕事上の相談をする場合は、意見交換またはアドバイスを求めるわけで、相手が時間の余裕がある時にもちかけるのがマナーである。協調性がある人間かどうかの判断は、周囲と「ほう れん そう」のコミュニケーションがとれているかにかかって

くる。そして国際化するビジネス社会では、「確認」も重要なことである。日本社会は言語が一つであり、以心伝心の文化である。言わなくても解る、察することが評価される。しかしながら、ビジネスにおいては、連絡したつもり、言ったつもりが実は相手にきちっと伝わらず、トラブルの元になることは多々有る。「ほうれんそう」に、確認の「か」を加えておきたい。

(ホ) 学生時代から訓練できるビジネスマナー

インターネット上でエントリーシートに登録して説明会に参加し、筆記試験、面接と進むのが現在の就職活動である。この長いプロセスを踏むということは、ある企業に最終面接まで進んで惜しくも不合格という場合は、ゼロからの出発となることが多い。自分が希望した企業や業界に進める確率は決して高くはない。しかし、終身雇用が崩壊して雇用形態も多様化し、少子高齢化の現代では、10年後には、人材確保が企業存続の大命題となる。その時に30代である現在の大学生達の職業生活における未来は明るい。また、世界経済の予測がつかない昨今では、現在の人気企業や業界が10年後もそうであるという保証は無い。重要なことは、まず企業に属して職業生活をスタートし、スキルと自分の価値を高める努力をして、求められる人材になることである。冒頭にビジネス社会で求められるVSOPに触れたが、専門性は各自で磨くにしても、共通項としては、コミュニケーション能力、情報収集能力、状況判断能力を備えることがVSOPへの道である。

この中で、コミュニケーション能力と情報収集能力は、学生時代から訓練可能である。

コミュニケーション能力の基本は会話である。就職活動での面接においても簡潔に印象よく発言しなければ成功しないように、明晰な話し方、好ましい声のトーン、話すテンポを学習しなければならない。話し方教室などに通う必要はない。参考になるのは、標準語を話すNHKのアナウンサーの話し方である。就職活動での面接、企業入社後に関わる会議やプレゼンテーションに役立てるために、毎朝7時のNHKニュースを見て、声の調子、テンポを観察することをお奨めする。これは没個性の、万民に抵抗無く受け入れられる話し方であり、語尾もきちっと発音する話し言葉の見本である。ビジネス社会においては、ともすれば個性的、あるいは癖の

有る話し方や早口、きんきん声に注意がそがれた相手は、話の内容を理解しない場合も多い。いかに人間性がすぐれていても、良いアイデアと熱意があっても、表現できなければ評価されないのである。

情報収集能力に関しては、企業に属せば、会社内の情報から競合他社および業界の情報に敏感でならざるを得ない。就職活動では、志望する企業の資料収集するのは勿論であるが、新聞の政治面、経済面のチェック、ビジネス誌の一冊は読む習慣をつけるべきである。そして電車の中吊り広告で週刊誌の見出しだけでも頭に入れ、社会で何が起きているかを知ることが必要である。これは周囲に対する好奇心が、他者への思いやりとビジネスマナーの習得に繋がるのである。

(ハ) ネチケットとタイムマネジメント

最後にインターネット時代のいわゆる「ネチケット」に関して触れておく。電子メールが日常化し、そのマナーも問題にされるようになってきている。前述のビジネスマナーのアンケートでも61%が電子メールマナーを気にしていると回答している。ネチケットのポイントは、「短く」「早く」「こまめに」メールするということである。まめに受信をチェックして、短く簡潔な文章で、すぐ返信するのがビジネスの基本である。学生時代に掲示板やチャットに慣れて、ダラダラ書く癖がついている人達は、気をつけなければならない。

ビジネスマナーは、自分で習得するものであることは前に述べたが、この基本には健康な生活、タイムマネジメントを含む効率的な生活態度が必要なことを忘れてはならない。学生時代から、今、何が一番大切か、日常生活で優先順位は何かを見極めながら、生活することをお勧めする。

以上

5. 進路指導コース選択者の募集について：学生のみなさんへのお知らせ

このたび、就職部では、新たなタイプの進路指導コースを発足させます。同コースは、企業における研修に先立って、本学で簡単な研修を行ったあと、夏季休暇中に、大企業の事業所において実地の企業研修活動を行うものです。

下記により説明会を開催します。多くの学生の参加を期待しております。

記

1. 説明会開催日時：平成14年5月29日（水）、30日（木）12：30－12：50
2. 場所：7号館 1階 711教室
3. 研修受け入れ依頼先企業

日本IBM株式会社、沖電気株式会社、NEC（日本電気株式会社）など数社。

*日本IBM(株)では、研修期間中は一日5000円のアルバイト料を給付します。

4. 研修実施時期：平成14年8月、9月（夏季休暇中）

研修期間：1週間から2週間程度

6. 特別講義プログラム

平成14年度特別講義：特別講義（千葉商科大学）

担当教員：影山僖一

（春学期） 2単位：（講座名 職業能力開発講座）

(1) 講義内容

現代は就職難の時代といわれている。しかし、情報通信産業などいくつかの成長産業では、深刻な人手不足にある。失業と就職難の原因は、ひとえに職業に対する知識と心構えの不足にあるものとみられる。この際、教育担当者は、就職の意義と職業に関する心構えを確認し、未来の社会活動における準備を促すことが求められている。

そこで、本講座では、企業の研修制度と能力開発の目標に関して紹介するとともに、学生時代における勉学の心構えについて、経営者の方々より教えることとする。本講座の特色の一つは、わが国の代表的産業の役員を体験されたの方々による講義であり、講師の実体験に基づく、具体例を紹介しつつ行われる実践的講座である。

以下は、本講座に共通する講話の重点事項である。

- (イ) 当該業界の動向と業界の近未来展望について
- (ロ) 社員研修方式について
- (ハ) 能力開発に向けた学生時代の心掛けについて

春学期プログラム

(2) 講師氏名（敬称略，講義日時順）

太田垣みどり（フランス経営大学院・HEC日本代表）

旭岡勝義（元東芝株式会社ITS事業開発室担当部長）

鳥取滋治郎（元ワールドインポートマート社長）

安森寿朗（元マツダ専務取締役）

榊本晃章（東京電力株式会社副社長）

井上輝一（トヨタ自動車株式会社常任監査役）

植松修三（三井物産株式会社監査役）

矢作憲一（日本IBM株式会社常勤監査役）

成瀬健生（元日本経営者団体連盟常務理事）

鈴木祥弘（NEC株式会社特別顧問，元NEC副社長）

嶋田正稔（戸田建設株式会社専務取締役，元東京三菱銀行専務取締役）

上田克己（テレビ東京常務取締役）

影山僖一（千葉商科大学教授）

(3) 講座スケジュール

開催日時：平成14年度春学期，毎週金曜日，第4時限／開催場所：711教室

第一回：平成14年4月12日（金）：開講目的，レポート作成注意事項（影山僖一）

第二回：4月19日（金）：フランスの高等教育と職業能力開発（太田垣みどり）

第三回：4月26日：電子機械工業と能力開発（旭岡勝義）

第四回：5月10日：総合商社海外勤務の体験について（鳥取滋治郎）

第五回：5月17日：自動車流通業と社内研修（安森寿朗）

第六回：5月24日：電力業と能力開発（榎本晃章／代理：川井吉彦様：広報部長）

第七回：5月31日：金融機関の機能と能力開発（嶋田正稔）

第八回：6月7日：自動車産業と能力開発（井上輝一）

第九回：6月14日：中国貿易と総合商社の役割（植松修三）

第十回：6月21日：情報機器産業と能力開発（矢作憲一）

第十一回：6月28日：理想的職業人と能力開発（成瀬健生）

第十二回：7月5日：情報通信機器産業と能力開発（鈴木祥弘）

第十三回：7月12日：マスコミ業界と能力開発（上田克己）

○

特別講義「職業能力開発講座」（平成14年度）

秋学期プログラム

(1) 講師氏名（敬称略，講義日順）

宮田和彦（株式会社沖電気・カスタマーアドテック社長）

菊地信一（現代職業工房主宰）

南 砂（読売新聞社解説部次長）

香川勉（元日本自動車工業会常務理事）

奥田邦夫（東京ゼロックス株式会社人事部長）

佐野角夫（ソニー株式会社顧問）

平塚宗臣（元あさひ信託銀行社長）

池谷隆司（株式会社日本工装社長）

鈴木尚（スクウェア株式会社取締役会長）

影山僖一（千葉商科大学教授）

(2) 講座スケジュール

開催日時：平成14年度秋学期，毎週金曜日，第4時限（14：30－16：00）

開催場所：721教室

第一回（平成14年10月4日）：講座紹介（影山僖一）

第二回（平成14年10月11日）：情報機器産業と能力開発（宮田和彦）

第三回（10月18日）：企業の成長力と研修制度（菊地信一）

第四回（10月25日）：自動車業界と能力開発（香川勉）

第五回（11月8日）：新聞業界の展望と能力開発（南 砂）

第六回（11月15日）：機械販売業界の展望（奥田邦夫）

第七回（11月22日）：電機・通信機業界の展望と能力開発（佐野角夫）

第八回（11月29日）：金融業界の展望と能力研修（平塚宗臣）

第九回（12月6日）：中国市場の展望と対中ビジネス（池谷隆司）

第十回（12月13日）：ゲーム業界の展望と企業研修（鈴木尚）

第十一回（平成14年1月10日）：講師のまとめ（影山僖一）

第十二回（平成14年1月17日）：報告書の書き方注意（影山僖一）

7. 経済社会活動基本講座（商経学部キャリアアップ科目）

担当教員：影山僖一

講座担当：外部講師

職業は、その活動を通して人間の専門能力を向上させ、人間性を鍛えるうえできわめて重要なものである。変転極まりない世界情勢のもと、高度で多様な知識の求められる現代では、大学での講義科目を履修しただけでは、実社会での職業生活は困難を伴う。そこで、本講座においては、外部の専門家より実社会の職業生活に従事するための心構えと知識に関する教えを受けることとした。これまで、大学で勉強してきた商学、経済学、経営学、政策学に磨きをかけるために、勉学の成果について体系的に整理し、実社会における活用の方法に関する講義を受ける。また、実業界の代表より、職場における職業活動に従事するための心構えを聞き、学生を実社会に送り出すサポートを行う。講義は専任教員により選定された外部の研究者ならびに財界人が担当するものとする。学生には多くの優れた社会人との出会いが期待される。

講座の目標

本講座は、大学生から社会人となるために必要な心構えと技能を養成するための講座である。その特色は、以下のとおりである。

- (1) 本学OBを含む主要業界トップによる講座を5回ほど開設する。
- (2) 商学、経済学、経営学、政策学の整理のための講座を6回ほど開設する。
- (3) 仕事に向かう心構えの講義に加えて、労働法など従業員としての立場を守るための法律、慣行などに関する講義も開設する。
- (4) 本講座は、履修登録をしていない学生も聴講を認めることとする。

講座プログラム

開催日時：10月4日より毎週金曜日、第3時限（12：50－14：20）

場所：7号館 7階 741教室

第一回：平成14年10月4日（金） 12：50－14：30

官僚の言動と公共選択論研究：大岩雄次郎（東京国際大学教授）

- 第二回：10月11日：現代経済学と新制度学派：丹沢安治（中央大学教授）
- 第三回：10月18日：産業組織論のニュー・トレンド：小林逸太（東海大学教授）
- 第四回：10月25日：経営戦略論研究：麻生 幸（千葉商科大学教授）
- 第五回：11月 8日：実践マーケティング論研究：安森 壽朗（IMA会長）
- 第六回：11月15日：貿易実務と総合商社の研究：吉越浩一郎
（トリンプ・インターナショナル株式会社社長）
- 第七回講座：11月22日：企業活動と組織論研究：森本三男（白鷗大学大学院教授）
- 第八回講座：11月29日：旅行業界の展望：青木玲二
（JTB印刷株式会社代表取締役社長）
- 第九回講座：12月 6日：放送業界の展望：中瀬信一郎
（ワウワウ株式会社常務取締役）
- 第十回講座：12月13日：情報通信業界の展望：潮田邦夫
（NTTドコモ株式会社常務取締役）
- 第十一回講座：平成15年 1月10日：労働権とその擁護法：高井伸夫（労働弁護士）
- 第十二回講座： 1月17日：講座の取りまとめ 影山僖一

以上