

Global Management Program

グローバル マネジメント プログラム



Global Management
Program



早稲田大学 商学部
School of Commerce, Waseda University



Website : <https://www.waseda.jp/fcom/soc/students/gmp>

Tel : 03-5286-1821

E-mail : commerce16@list.waseda.jp

Address : 〒169-8050 東京都新宿区西早稲田1-6-1 早稲田キャンパス11号館3階 商学学術院事務所
3rd Floor, Bldg 11, Waseda Campus, 1-6-1, Nishi-Waseda, Shinjuku-ku, Tokyo, 169-8550

Global Management Program

グローバル マネジメント プログラム

Annual Report 活動報告書

2022

国際社会に貢献するビジネス・リーダーを目指す

Becoming a business leader who contributes to the global society



早稲田大学 商学部
School of Commerce, Waseda University

ご挨拶

今年度（2022年度）、早稲田大学商学部の国際教育プログラム Global Management Program（GMP）が本格的にスタートしました。

GMPの使命は、「よりよい世界を創るグローバルビジネスリーダーを育成する」ことです。現代の社会においては、地球／世界レベルはもちろん、国内においてもグローバルな知識・経験・能力を持ったリーダーが求められています。さらに、ビジネスは、各国の政治、文化、宗教と並んで現代社会を動かす大きな力となっています。GMPは、早稲田の商学部の学生を4年間で「ビジネスを通じて今後の世界を創る」リーダーへと育てます。

今年、GMPに入った学生たちは、まさにGMPの初めての学生、1期生です。彼らは、「グローバルビジネスリーダー」を目指して、非常にタイトなスケジュールの中で日々自らを高める学習をしています。英語で行われているビジネスの授業を受講し、ゼミにおいてはビジネス各分野の課題発見力・分析力・解決力を養い、授業・ゼミの両方で英語のプレゼンテーション・ディスカッション・スキルを高めています。それと同時に、GMPの1期生として、自ら進んで学習機会を企画・実行し、まさにこれからのGMPを創っています。

教員・職員の側も、横山商学部長のもと、国際的な教育・研究経験の豊かな16名の教員と2名の職員が、GMPでの教育・企画・運営に携わっています。16名の教員の中には、ビジネス・経済の教員もいれば、英語教育の教員もおります。16名のうち6名は海外の教員で、9名は海外の博士号・修士号を取得している教員です。いずれの教員・職員も、学生たちを地球上のどこでも堂々と生きていくリーダー、世界中のどこでも世の中に貢献できるリーダーに育てようという熱い心をもってGMPに取り組んでおります。

われわれ早稲田大学商学部の教員・職員は、GMPから社会に巣立った学生たちが、世界各国で、そして日本で、今後のよりよい社会を創っていくことを心より願っております。皆様のGMPへご協力、ご支援をどうぞよろしくお願いいたします。

プログラムディレクター
早稲田大学商学部 教授 広田 真一

Program Director
Professor, School of Commerce, Waseda University
Shinichi Hirota



GMPの 今年度の取り組みと 来年度に向けて

今年度はGMP1年目、まさにプログラムがスタートした年でした。数多くの有意義な取り組みによって、1年目としてはかなりの成果をあげることができたと考えています。

まず、昨年度の後半、GMPに入る学生を初めて募集したところ、2020年度入学生911人のうち（のべ）137人の応募がありました。そして、その中から厳正な選考の結果68人が合格し、今年度GMP1期生として学びをスタートしました。

まず、国際社会でのコミュニケーション能力を育てる「新英語教育」、これはすでに昨年度から始まっています。学生を能力別に4つのクラスに分け、特に「上級プラス」クラスは1クラス10人以下の少人数で、学生たちのプレゼンテーション、ディスカッション、ライティングの能力を集中的に高めています。

世界のビジネス・経済等の知識を英語で習得するGMPコアコース、今年度は8つの授業が行われ、のべ687人の学生が学習しました。

ビジネスの課題発見力、問題解決能力を高めるGMPゼミでは、68人の1期生が8つのゼミに分かれて学習しました。GMPゼミでは、ゼミの時間中のプレゼンテーション、ディスカッション等は主に英語で行われています。そこでは、まさに学生たちがグローバルリーダーへ向かって成長する姿を目の当たりにすることができました。

そして、月に1回、8つのGMPゼミが一堂に会して共に学ぶ機会、これがGMPフォーラムです。今年度のGMPフォーラムには、Wall Street Journal、EY Japan、三菱商事、いなば食品の4社にご協力をいただき、学生たちは各社の代表レベルの方々と現実のビジネス・経済の問題について（時には英語で時には日本語で）ディスカッションを行うことができました。

以上が、授業における学習ですが、GMP1期生は、他にも様々な学びの機会に参加しました。まず、世界の大学のビジネスのケーススタディーコンテスト、HKUST International Case Competitionに4名の学生が早稲田チームとして参加し、見事に世界第6位という成績をあげました。また、8月に行われた早稲田大学のオープンキャンパスでは、4名の学生が高校生に向かってGMPの紹介プレゼンテーションを行いました。そして、GMP学生のキャリアのサポート・アドバイスのために、商学部の19名のOBOGにおこしいただき、GMPキャリアフォーラムを2回行いました。さらには、学生たちは、自らGMPを運営・発展させる組織、GMP Student Committeeを作り、日々のGMPの企画・運営・広報を行っています。

これらの学習機会・活動は、様々な方々のご協力によって実現することができました。GMPフォーラムにご協力いただいた4社の方々、GMPキャリアフォーラムにおこしいいただいたOBOGの方々に心から感謝申し上げます。また、5名の方からは、今年始まったばかりのGMPにさっそくご寄付をいただきました。GMPを応援していただくお気持ちを誠にありがたく感じております。

来年度（2023年度）は、今年度の取り組みに加えて、海外の大学へのスタディトリップ、インターンシップの機会の紹介等、プログラムの内容をよりいっそう発展させていく所存です。どうか、来年度も引き続き、GMPをご支援いただければ誠に幸いに存じます。

英語力UPのための取り組み



商学部では、1年次から4年次まで、以下のような習熟度別の英語科目を設置し、学生のレベルとニーズにあった英語力強化を図ってきました。

	1年	2年	3年	4年
必修科目	English for Academic Purposes, Tutorial English *1	Academic Writing		
選択必修科目		留学のためのAcademic Reading *2、留学のためのAcademic Listening *2、Reading、Listening、Writing、Speaking、Presentation、Negotiation、Grammar、Media English		

※1. グローバルエデュケーションセンター設置のネイティブ講師1対学生4の英語発信力を鍛えるクラス ※2. 1年次から履修可能

Global Management Program 開設に向け、2021年度から、English for Academic Purposes、Academic Writing それぞれに「上級」レベルの上の「上級プラス」（それぞれ9クラス、定員10名）を新たに設けました。これらの授業は英語で行われ、English for Academic Purposes では Harvard Business School の case 等を用いた、ディスカッション、プレゼンテーションの中心とする高度な授業が行われています。Academic Writing では、600語のエッセー 3本（春学期）、2000語のリサーチ・ペーパー 1本（秋学期）を課し、学生の英語での卒論執筆に備えます。上級プラスに合わせる形で、全ての科目に到達目標を改訂し、より発信に重点を置いた要求の高い授業を行っています。

その他、総合教育演習（プロゼミ：口語英語演習、グローバルコミュニケーション・スキルズ、Introduction to Phonetics and Phonology、Introduction to Second Language Acquisition、英語コミュニケーション研究など）、全学・商学部独自の留学プログラム、1・2年の秋に英語統一テストとして課される TOEIC-IP を通して、学生の包括的な英語力増強を図っています。

コア科目一覧・科目概要

- Accounting: Financial Literacy for All 1**
Accounting is often left as a matter of accounting profession because of its misconception that it requires laborious training and procedures for a trivial role of mere "presentation" of economic reality. Unlike such impression of unproblematic accounting, we will demonstrate that accounting actively shapes our business and socio-economies.
- Business History 1**
This course will deal with the history of business practices, focusing on their economic, social, and cultural backgrounds. From the Smithian "Invisible Hand", passing by the Chandlerian "Visible Hand", we try to forecast the new stage of "Vanishing Hand" from historical perspectives with descriptive approach. The lecture consists of framework overviews as well as industrial case studies. Special attention is paid to the comparison of business practices by countries, especially Japan.
- Financial Management 1**
This course introduces basic knowledge of finance, which is crucial for doing business and managing companies. We all know that the main goal of business is to "make profits." Then, the questions are "How do we measure profits?" : "How much profit should a company make from its business?" : "How much returns do banks and shareholders expect in return for providing funds?": "How can a company hedge its future business risks?": "What methods are available for corporate risk financing?" This course answers these questions.
- Strategy, Policy, and Planning 1**
This course provides an introduction to the main theories and frameworks used for understanding the strategic management process of organizations. The strategic management process is defined as the full set of commitments, decisions, and actions required for a firm to achieve competitive advantage. In order to successfully engage in these activities managers must be able to effectively analyze the external environment in which the firm competes and identify key resources and capabilities that can be leveraged to create a competitive advantage.
- International Consumer Behavior 1**
Consumer behavior is the study of a consumer's perception, learning, emotion, attitude, purchase intent, purchase behavior, post-purchase use, and post-use disposal regarding products and services. In order to explain these various processes, this course introduces theories from the disciplines of psychology, economics, marketing, and communication studies. It also discusses how firms strategically can respond to consumer behavior in order to build stronger customer relationships and perform more successfully.
- International Strategies and Organization 1**
This course focuses on the various strategies employed by multinational enterprise (MNEs) and the organizational structures and processes necessary to achieve these strategies. The first ten sessions of the course address four important questions for multinational enterprise: 1) WHY should (or shouldn't!) firms internationalize; 2) WHERE should firms expand to; 3) HOW should firms enter markets; 4) WHAT should firms do in these markets? The final sessions of the course will integrate these questions into a broader focus on the strategies and organization of the MNE.
- Econometrics for Public Policy 1**
This course is an introductory econometrics course that mainly covers linear regression models. Econometrics is a tool that identifies the causal relationships between variables, which is indispensable to conducting reliable policy evaluation. The use of econometrics is not limited to economics but is also widely used in political science, sociology, education, and other social sciences. Thus, this course is suitable for those who are interested in quantitative analysis in social sciences.
- Organizational Behavior 1**
This is a case-based course. Each week we discuss a case that describes the challenges an organization/manager/employee encounters regarding the management of people and/or organizations. After completing this course, students will be able to:
 - Analyze the situation using the information provided in the case and communicate recommendations to resolve the situation.
 - Integrate different perspectives (held by the participants in this course) to come up with a solution that is better than your original reaction.

Contemporary Strategic Management (マレン ジョエル ゼミ)

This zemi is for students interested in understanding challenges and opportunities of conducting business in a world characterized by major challenges such as climate change, rapidly advancing technologies, and pandemic diseases among others. The complexity of the modern world means that managers work under conditions of continuous change in the context in which business is conducted. To address these challenges, managers must be able to identify and apply relevant knowledge from across different business areas and even other academic disciplines. This zemi introduces students to approaches and methods for doing so. Students will learn to identify and address important issues that determine the success of business strategy. We will study contemporary research and learn modern analytical approaches including statistical techniques and the use of computational simulation methods.



Study of Insurance from a Global Perspective (中出 哲 ゼミ)

私たち中出ゼミは、保険の制度、市場、経営戦略などについて、日本と海外を比較しながら研究を進めています。運営においては、学生の自主性を重んじ、学生が主体的に研究テーマを選んで研究を進めています。前期はアメリカの保険のテキストを利用して英語でプレゼンテーションやディスカッションを行ったほか、保険関係の重要なニュース等を材料にした研究、保険の実務家との討議などを行い、知見を深める一方で議論を行う力、プレゼンを行う力の育成にも努めました。後期は、リスク・保険・社会保障等を研究する関東の大学ゼミで構成される「東京学生保険ゼミナール」の年次イベントに全員で参加しました。昨年度は日本や海外の農業保険の比較研究を発表しましたが、本年度は、途上国の自然災害を救済すると共にCO2削減のインセンティブとなる国際的保険制度の創設について提言し、参加者から大きな拍手をいただきました。



Accounting, Economics and Society (スズキ トモ ゼミ)

「Account+ing(説明+行為)」による新しい現実の構築」を共通のテーマに掲げ、ビジネス、経済、政治、サステナビリティ等の分野で、各々の学生が興味のあることを追及しています。スズキ教授と共に研究を進める学生は、日本や四半世紀後の中国・インドが直面する「成熟経済社会」での持続的な制度の開発に取り組んでいます。マクロレベルで売上高が伸び悩む環境で過度な株主第一主義を是正し、付加価値の適正分配を推進する付加価値分配計算書(DS)とDS経営を開発しています。統計調査やレポート執筆を通して「四半期開示制度見直し」、「三方良し経営推進」、「分配による好循環」などの政策提言に携わり、岸田内閣の「新しい資本主義」の基礎として利用されました。DS経営推進のために数多くの上場企業の社長や取締役と協働を進めています。総理補佐官や外務副大臣の下で長期インターンを行う学生も、女性活躍や少子化対策に関する政策提言を行っています。スズキゼミを通じて、将来の社会に対する責任を自覚するとともに、政治経済やビジネスの第一線で活躍する方々と協働できることに感謝し、引き続き精進して参ります。



Report

研究内容・研究報告

Contemporary Strategic Management
Accounting, Economics and Society
Consumer Behavior Research
International Corporate Strategy
The World's Corporations in a Globalized Society
Study of Insurance from a Global Perspective
Empirical Study of Policy Evaluation
Economic and Business History: Global Perspectives

Empirical Study of Policy Evaluation (富 蓉 ゼミ)

The primary objective of this seminar is to assist students in strengthening their decision-making abilities. Using data acquired through observations or experiments, empirical studies attempt to draw a causal conclusion about the research question. This seminar focuses mostly on quantitative analysis, thus students will learn econometrics and how to utilize statistical packages such as Stata to derive legitimate causal findings. After gaining a foundational grasp of empirical research, students will present their own research ideas, which may belong to any field, such as the healthcare system, education system, or financial laws. Upon completion of the seminar, students are expected to be able to examine the impact of policies using an evidence-based methodology; this core ability would be particularly valuable for future careers or graduate study.



Consumer Behavior Research (フランク ビョーン ゼミ)

In this seminar course, the students learn about statistics-based research methods and their application in marketing. In combination with a substantive knowledge of marketing acquired in related marketing courses, they use this methodological knowledge to understand the results of the latest marketing research published in international scientific journals, to analyze and gain strategic insights from marketing data, and to design and carry out marketing research projects individually and in groups. Using English as the medium of instruction, they present and discuss their own creative ideas, their analytical insights, and their opinions. The marketing topics investigated cover an array of issues in areas such as international marketing, environmental marketing, sensory marketing, viral marketing, and digital marketing. These seminar activities enable the students to approach and resolve current marketing problems through a combination of established knowledge, creativity, and data-based evidence and to discuss their conclusions with an international audience.



International Corporate Strategy (エドマン ジェスパー ゼミ)

During the spring semester zemi students engaged in an online simulation that challenged them to enter and manage multiple foreign markets. Students were tasked with selecting appropriate foreign markets for entry, deciding on how to adapt their products to target different customer segments, adapt their marketing strategies for local cultural differences, and manage production and distribution. For the fall semester the research has focused on studying market re-entry strategies (how do companies come back to failed markets?) and sustainability strategies (how can global companies be competitive while at the same time ensuring their operations combat global warming?). To investigate these questions, students have read academic articles, identified theoretical frameworks, collected data, and presented case study analysis.



The World's Corporations in a Globalized Society (広田 真一 ゼミ)

世界中の企業の経営について学んでいます。企業の目的、行動、戦略、ファイナンス、ガバナンス、パフォーマンス(収益性、成長性、CSR、ESG)等を国ごとに比較し、各国の企業の共通点と相違点とを考察しています。そして、そうした国ごとの企業の特徴が、その国の経済、法律、文化、宗教などから生じているかどうかを検討しています。

今年度の具体的な活動としては、グループ・個人でオリジナルな研究を進め、その内容を慶応大学とのインターゼミ(日本語)、香港・韓国の大学とのオンラインセッション(英語)でプレゼンテーションしました。また、自分たちの研究をもとに論文を執筆して商学部の学生懸賞論文に応募しました。

これらのゼミでの学習を通じて、情報収集力、自ら考える力、データを分析する力、本質を見抜く力、そして(日本語と英語の両方で)人に伝える力を高めています。ゼミ生は、「10年後のグローバルリーダー」を目指しています。



Economic and Business History: Global Perspectives (矢後 和彦 ゼミ)

歴史の視点から世界経済や企業経営を学び、現代企業の課題の解決策を考えるゼミで、広範な年代・地域・トピックを扱っています。GMPゼミとして基本的に英語で活動しています。

春学期は主に、矢後教授の訳書である『経営史の再構想』を教材に個人プレゼン・ディスカッションを行いました。これまで展開されてきた各国ごとの経営史だけでなく、非営利団体や自営業者といったトピックに焦点を当て経営史の学問領域を捉えなおすことで俯瞰的な視点を学びました。ゼミ活動を通じて物事には必ず因果があることを実感しており、常日頃意識している根拠を持った発言につながっています。

秋学期から本格始動した個人研究では、各々の学生が興味のあることを追求しています。私の研究テーマとしては、アメリカのシリコンバレーのスタートアップ企業の50年にわたる歴史について研究しています。シリコンバレーが世界有数の産業集積地として存続してきた要因を掴み、集積効果を探るべく精進して参ります。(3年生・海老原友哉)



イベント

Event



第1回フォーラムの様子

第1回フォーラム

2022年4月26日の第1回GMPフォーラムでは、米国の一流ジャーナリズムWall Street Journal のPeter Landers日本支社長をお迎えして、直近のエネルギー情勢を題材に学生参加型のフォーラムを展開しました。学生は、ゼミを横断した複数のグループに編成され、Landers氏から提起された事前課題「日本はロシアから原油・天然ガスを輸入すべきか」をめぐる

英語のご討議とプレゼンが行われました。さらにLanders氏の英語による講演のあと、グループごとに英語で質疑応答するセッションが持たれました。Landers氏は一切手加減せず、すべてのやりとりを英語で行い、剛速球を投げ込んでくれました。学生もよく奮闘して、Landers氏から高い評価をいただきました。

第2回フォーラム

2022年5月31日のGMPフォーラムでは、GMPの学生イベント委員会が企画したT-Shirts Competitionを行いました。

このT-Shirts Competitionにのぞむにあたって、各GMPゼミは約3週間をかけてGMPのT-shirtsを独自に考案・企画しました。デザインはもちろんのこと、コンセプト、製造過程のサステナビリティ、予算等々を考慮しました。フォーラムでは、各ゼミがそれぞれの企画について英語でプレゼンテーションし、投票によって優勝したチームのデザインで公式T-shirtsを作りました。



優勝した富ゼミ・広田ゼミの合同チームのメンバーとT-Shirtsのデザイン

第3回フォーラム

2022年6月28日のGMPフォーラムでは、EY JAPANから理事長・片倉正美様をお迎えして「大人として交渉する」「建設的な会話ができるようにする」ことを目標として、トレーニング・実践を試みました。片倉氏は女性として初めて4大監査法人の理事長に就任された方であり、多角化された多国籍企業の日本法人理事長として、極めて多様な「交渉」を経て現在の地位を築かれています。友好に話しかけ、信頼を築き、EYと早稲田の間に何か建設的な関係が構築されるような「ビジネス・コミュニケーション」の実践の場を提供しました。



第3回フォーラムの様子

オープンキャンパスでプレゼン

2022年8月6日(土)、7日(日)の両日、早稲田大学のオープンキャンパスが行われました。たくさん的高校生やご家族が参加したオープンキャンパスで、GMPの学生5人(劉 シテツ、錦邊 拓実、陳 イン、祝 瑞馨、花田 直紀)がGMPの内容をプレゼンテーションしました。

「GMPとは何か？」から始まり、プログラムの内容、GMPコ



プレゼンテーションの様子

ア科目、GMPゼミ、GMPフォーラム、HKICC(HKUST International Case Competition)の体験、GMP生の将来の進路など、高校生の目線に立つてGMPのわかりやすい説明が行われました。プレゼンテーションが終わった時には、聴衆の方々より大きな拍手をいただきました。



オープンキャンパス・プレゼンテーション・チームの5人(左から、花田 直紀、錦邊 拓実、陳 イン、祝 瑞馨、劉 シテツ)

HKUST International Case Competition 出場



2022年6月6日～10日に、GMPの学生4名が、世界のトップ大学の大学生が参加するビジネスのケース・スタディーのコンテスト、HKUST International Case Competition(HKICC)に出場しました。世界の大学生が集まって、各チームに同じケースが与えられ、それへの解決方法をプレゼンテーションして、その優劣を競います。2003年から香港科学技術大学(HKUST)によって主催されています。

今年のHKICCにGMPの学生4名(大西 一樹、祝瑞馨、高橋 陸、田口 篤志)がチームを組んで出場しました。早稲田の学生が出場したのは初めてのことです。香港の深刻な住宅問題に対して、香港の不動産大手である新世界発展が取り組むべき新事業の提案というケースが与えられ、解決方法をチーム4人で議論して英語でプレゼンテーションを行いました。その結果、早稲田チームは見事に6位となりました。

第4回フォーラム

2022年10月25日のGMPフォーラムでは、三菱商事株式会社をお招きしました。三菱商事から商社のビジネスモデルと企業理念について、次いで最先端のコンシューマー・プラットフォームの展開をご教示いただきました。その後、学生はゼミ横断の10グループに編成され、「コンシューマー・プラットフォームのビジネスモデル」を提案するワークショップを開きました。英語のパワーポイントをまとめ、英語でプレゼンを行い、丁寧なフィードバックをいただきました。セッションの最後には全体講評と学生への心温まるメッセージを頂戴しました。三菱商事若手社員の輝かしいプレゼンと的確なコメントに一同が敬服しました。



第4回フォーラムの様子

第5回フォーラム

2022年11月29日のGMPフォーラムでは、いなば食品の稲葉社長をお招きして、同社のグローバル戦略についてご講演をいただきました。いなば食品の歴史から将来に向けた展望や経営者としての抱負、なぜペットフードに参入したか、世界のどの地域でどのような戦略を考えているか、今後の具体的目標などについて、多くの写真やデータをもとに説明いただきました。「他にない商品を開発する」「社員はみな家族であり、その幸せを経営者は考える」など、稲葉社長の力強い言葉から、経営者が大切にされている理念が伝わってきました。また、学生時代を大切に、勉強もしっかり行ってほしいと熱く語られました。

GMP生からは、経営戦略に関する突っ込んだ質問がたくさん出され、経営戦略に関する関心の高さが示されました。最後に、商学部卒業の新人で、研究所設立プロジェクトに取り組んだ先輩からあいさついただきました。経営者から直接お話を聞くことができ、いろいろな気づきのあるフォーラムになりました。



第5回フォーラムの様子

第6回フォーラム

2022年12月20日のGMPフォーラムでは、学生研究成果発表会を開催しました。来賓の皆様、担当教員、全GMP学生、留学生などの前で、9組の「プレゼンテーション」と13本の「ポスターセッション」が繰り広げられました。いずれの発表も、各ゼミの勉強を踏まえながら学生らしい清新な問題意識を示したもので、社会的課題に向き合う新しい世代の熱気が表現されていました。厳正な審査を経て、ご来賓の方々と教員により優秀な成果が選抜されて表彰されました。大勢の聴衆の前で、英語で堂々たる発表と質疑応答を行う様子からは、この1年のGMP学生の成長がうかがえました。来賓の皆様からも高い評価をいただき、学生にとっては自信を深める機会となりました。ご協力いただいた皆様、誠に有難うございました。



第6回フォーラムの様子

学生からのコメント



祝 瑞馨 さん

一年間のGMPの活動を通して、多くのチャンスを頂きました。GMPコア科目では、多くの留学生と机を並べて授業を受ける機会を得ました。留学生同士の白熱した議論に、皆最初は圧倒されながらも、多くの刺激を受けました。母語が異なる学生同士が、英語を使って意見を伝え合っている姿を見て、完璧でない中でも、自分の意見を伝えようとしたり、新しい知識をその場でアウトプットしようとする姿勢こそが、ビジネスリーダーになるための第一歩なのだと感じました。一方、運営や広報に携わる機会も多くありました。オープンキャンパスや説明会でGMPの魅力を発信する機会を沢山頂けたり、HKICC（香港のビジネスコンテスト）に出場した経験は、プレゼンテーション能力の向上だけでなく、人前に立つ自信や度胸も含め、確実に自分の糧になっていると感じます。皆様に頂いた貴重なチャンスと経験を後輩にも繋げていけるよう、一期生一同精進致します。



高橋 陸 さん

私がGMPに入ってよかったことは企画から運営まで一から関わり、自分の考えを具現化できることと手を挙げれば様々なことに挑戦できることです。GMPは充足して間も無く、自分達は1期生であり、全てを一から作り上げていくことが求められています。その中で、様々な人を巻き込みつつ、組織を運営していく経験は非常に貴重で自分の中で大きなものでした。特に、GMPのリクルーティング活動では座談会をオンラインと対面を併用するという自分のアイデアを実現でき、提案するだけで終わらず、それを実行してより良くする面白さを実感できました。もう一つは積極的にチャレンジできる環境が整っていることです。私はHKICCという香港の大学主催のケースコンペに自ら立候補して参加し、結果を残すことができました。周りの優秀な仲間とともに英語を使って挑戦できる環境は珍しく、GMPの大きな魅力の一つであり、「積極性」が磨かれたと思います。



チン・イン さん

私がGMPの学生になってよかったと思うことが2つあります。一つは、いい友達がたくさんできたことです。私が中国から早稲田に入学したときコロナの感染拡大のためあまり友達ができませんでした。しかし、GMPに入って、同じゼミ内だけでなく、何でも話ができて、一緒に頑張れる友達を作ることができました。もう一つは、人とのコミュニケーション能力が飛躍的に高まったことです。私はGMPの学生リーダーとして、日本語と英語を使って約70人のGMP学生や教授と積極的にコミュニケーションをとりました。その結果、いろんな人の考えを聞いて意見をまとめることができ、みんなとの信頼関係を築くことができました。今後もGMPの発展を支えられる存在になりたいと思います。卒業してもGMP-OGの一人として、GMPで学んだ知識や積んだ経験を生かし、このグローバル社会で自分の力をフルに発揮して、「早稲田のGMP」というブランドを大きく発展させたいと思います。



花田 直紀 さん

国際ビジネスの現場で通用するスキルを習得したいという想いから、GMPへの参加を決意しました。活動を通じて大きく2つの気づきを得る事が出来ました。一つは「ツールとしての英語の有用性」です。所属ゼミでは、再保険市場をテーマとした研究活動に注力しました。調査範囲を英語文献にまで拡大する事で、迅速かつ正確な海外市場の分析が可能になった経験から、英語スキルの恩恵を身に染みて実感しました。もう一つは「異なる立場の仲間と協働する醍醐味」です。オープンキャンパスにて、来場者に向けた活動紹介を行った際は、他ゼミの仲間と協働し成果をあげる過程を体験しました。短期間で合意形成を図る難しさを痛感する一方で、終了後には何事にも代え難い達成感を感じる事が出来ました。上記の経験は、現状と理想とのギャップを明確化すると同時に、国際リーダーを目指そうという気概を高揚させるものであったと感じています。今後も理想の実現に向け、日々活動に邁進していく所存です。

GMPへの期待

早稲田大学GMPで学ぶ皆様へ



清水 喜彦 様

GMPで学んでおられる皆様に期待する事として、3点をお伝えしたいと思います。

1点目は、自分の興味の有る事を早く見つける事。その為には強い好奇心を持ち続ける事が重要です。好きな事だから、興味がある事だからこそ、努力し続けられるのです。

2点目は、自ら能動的に行動する事。指示待ちでは何も得られるものではありません。社会に出れば尚更です。

3点目は、コミュニケーション能力を高める事。ダイバーシティとは、自らと異なる国籍、性別、習慣、考え方を受け容れ理解する事から始まります。グローバル化においても同様です。その為、GMPでグローバル言語である英語での学びは有効だと思います。しかし、忘れてほしくないのは、英語もDXもコミュニケーションをより合理的に得る為のツールだという事です。英語を学ぶ事に留まる事なく、英語で考えコミュニケーションを取り、DXを使い倒す事が重要だと思います。

次の世代を担う皆さんに大いに期待しています。頑張ってください。

株式会社SMBC日興証券 元代表取締役社長・会長
早稲田大学評議員
早稲田大学ファイナンス稲門会 会長
国連UNCHR協会 理事

早稲田大学GMPフォーラムに参加して



大熊 啓介 様

早稲田大学Global Management Programご関係者様及びご参加学生の皆様、この度は身に余る貴重な機会を賜りまして誠に有難う御座いました。

当日の事業説明パートでは、全容の把握が難しい総合商社の生活者向け新規ビジネスを素早く深くご理解頂き、又、ワークパートでは迅速な情報収集、正確な課題抽出と設定を基に学生ならではの固定観念に捉われない自由な発想と実現可能性の高い素敵なビジネス案をご提案頂き、皆様の類まれなビジネスセンスに大変感服致しました。又、学生の皆様の活発なディスカッションと資料作成技術、そして自信に満ち満ちた表情で英語プレゼンする様から、これが未来のグローバルリーダーの姿なのであらうとひしひしと感じ、当社一同刺激を頂きました。いつの日か、その様な皆様と一緒に国内外様々な舞台で挑戦を共にできる機会を心より楽しみにしております。

末筆では御座いますが、当プログラム及びご関係者の皆様の益々のご活躍を心よりお祈り申し上げます。

三菱商事株式会社
コンシューマー産業グループ

寄付者芳名

個人寄付 (五十音順)

黒川 尚悟 様 清水 喜彦 様 福島 裕 様 森村 等 様

法人寄付

横浜トヨペット株式会社 代表取締役社長 宮原 漢二 様

ご支援をいただきありがとうございました。