

中身の濃いコンテンツで、 社会人学生の高い要求に応える

2016年度春学期ティーチングアワード受賞
対象科目：企業の経済学

大学院経営管理研究科（Waseda Business School、以下WBS）は、ビジネス社会において専門的能力と的確な判断力を備え、世界的視野で活躍できる高度専門職業人の育成を目標としている。主に実務経験を持つ社会人を対象にした教育で評価される授業とはどのようなものなのだろうか。

直感的に腹落ちさせ、 ビジネスへの示唆を与える

「企業の経済学」は、WBSにおける夜間プログラムの必修コア科目として設定されている。ミクロ経済学の基礎を学びながら、経済学の基本が現実のビジネスにどう応用されていくかを学ぶこの授業は、学生参加型の双方向性や有意義性において、学生からの高い評価を獲得している。

入山准教授が心がけているのは、直感的に腹落ちしてもらうということだ。たとえば、消費者理論を学ぶときに、まずアイスブレイクとしてiPad miniとKindle Fireという2つの商品を取り上げ、スペックを比較した上で価格の変化によって購買意欲はどう変わるかを考えさせる。

「効用関数や無差別曲線など教科書の説明を読んでも分かりにくいところを、先に身近な事例を挙げれば直感的に理解しやすくなります」。その上で詳しい理論的な説明を展開し、それが実際のビジネスにどうつながるのかという話に結びつけていく。

「社会人学生にとって大事なものは、数式を覚えることよりも根本の基本原則を理解してもらうことだと考えています」。

さらに実例を挙げながら「なるほどそうなのか」



入山章栄

経営管理研究科准教授

というオチを用意し、その理論を学ぶことが現場でどう役立つかを納得させる。

「どの学生も具体的なビジネスへの示唆を得られないと勉強した気になりません。理論も大事ですが実際のビジネスに関連する話もたくさんします。私自身の実務での体験談なども交え、リアリティを持って理解してもらえるようにしています」。

短いスパンで目先を変え、 90分間学生の関心を引き続ける

もうひとつ授業の進め方で心がけているのは、90分間学生の関心を引き続けることだ。

「目の前で学生が寝てしまうような授業は絶対にやりたくありません。100人規模の授業であっても1人も寝かせないつもりで臨んでいます」。

どんなに興味の持てる話でも90分ずっと同じ話を聞き続けるのは耐えられないと考え、学生の集中力が途切れないよう、頻繁に話題を変える。また、イラスト・写真を使ったスライドやYouTubeの動画

を見せる、新聞や雑誌の記事を読ませる、スクリーンを上げてホワイトボード上で説明するという具合に、さまざまなアクションを短いスパンで切り替えている。

さらにディスカッションの時間帯も設ける。ただ聴いているだけよりも、口を使って発散することが刺激になるからだ。大人数授業でのディスカッションは運営が難しそうだが、社会人学生は熱意があるため活発な意見交換が行われるという。

「授業がつまらなければ反応も薄くなるので、発言を促すには魅力的な授業をすることが大前提です」。こうした工夫の結果、授業アンケートには「90分があっという間だった」という感想が多く寄せられている。

分かりやすく伝えるための 創意工夫

入山准教授は三菱総研でコンサルタント業務に従事していた経験がある。

「コンペのプレゼンでは、とにかく分かりやすく、パンチのある伝え方ができないと勝てません。そんな経験が結果的に伝え方の訓練になっていた面はありますね」。

さらに、同社を退職後アメリカに留学し、現地で教員生活のスタートを切ったときの経験も生きているという。

「アメリカでは日本以上にティーチングにもシビアな評価が行われます。英語ネイティブでもない日本人の若造が、白人相手にアメリカ企業の例を使ってビジネスの授業をするわけですから、相当にハードルは高く、かなり苦勞して創意工夫しました」。

それらの経験が「分かりやすく伝えること」を意識した授業につながっていった。さらに、最初はこの授業を始める前には入念な準備もした。

「本来私の専門は経営戦略論や国際経営論であっ

て、経済学ではありません。経済学を教えている友人や知人にシラバスや資料を見せてもらうなど、多くの情報を集めました。もちろんそれをそのまま使うのではなく、自分なりに考えて授業を作り上げましたが、大変参考にはなりました」。

そんな努力の甲斐もあって、1学年の学生数が255人という中で、この授業は100人を越える学生が殺到。初年度は教室を変更して対応したが、2016年度からは75人の定員制として抽選を行っているほどだ。

「この授業がうまくいっている最大の要因は、対象が社会人学生だということだと思います。彼らは成績を気にするよりも、純粋に学びたいという熱意があります。実社会を知っている相手なので、いい加減なことは言えないという緊張感もありますが、その分私の方が学ぶことも多い。WBSは教える側も学ぶ側も、熱量の高い人が集まっているすばらしい環境だと感じています。ビジネススクールも競争が激しいですが、今後もWBSが評価され続けるためには、ますますコンテンツの充実が求められていくでしょう」。