

# 実際どうなの!? セマール・ワカール

経営学部の疑問に迫り、こたえがわかる、  
Q&Aコーナーです! そもそもの話から  
具体的な内容まで、まとめてここでチェック!

Q:1

経営学部って社長を目指す  
人ばかりなんですか?

そんなことはないですよ! 「経営学」は一言でい  
うと「会社について学ぶ学問」。働くすべての人々  
役立つ学びです。経済学との違いは?  
など気になる方はこちらをチェック!



Q:3

経営学部を卒業するとどういう  
会社に就職できるんですか?

どんな会社にも就職できる力が身につくって!  
経営学を学んでいると、具体的な企業がどんな活  
動をしているのか授業でとり上げられるし、働き  
やすい職場や、これから成長する企業を見極める  
目を養えるよ!



Q:5

立正大学経営学部について、  
もっと詳しく知りたいです。

ぜひ公式サイトをご覧ください。毎年オープンキャン  
パスも実施していますので、あわせてチェック!

経営学部公式



受験生用サイト



立正大学経営学部の学生について、  
もっと詳しく知りたい!

たくさんの学生たちが登場する紹介ムービーを公開  
しています。ぜひチェックしてみてください!

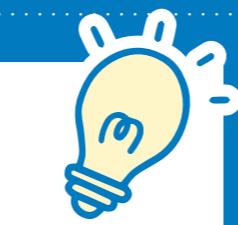
授業編



学生生活編



施設編



# 経営学部

2024



## 経営学部 PEOPLE

経営学部の学びで実感した成長。



# 知識に、 ビジネスに、社会に。 共創力で新しい 道筋を描く。

共に考える。共に創りあげる。  
その力と心を。

次の時代に向けて、強く前へと進んでいくために。

多彩な得意分野をもつメンバーとアイデアを出しあい、工夫し、  
今までにないものをゼロから共に創りあげる楽しさを知る。

キャンバスにいらない時間も距離や場所という壁を超えて  
共創の道はつながっている。

この先の社会を生き抜く力、そして誰かに寄り添う心を  
身につける場所。

それが立正大学経営学部です。



経営学部で過ごす4年間で、  
どう成長できるだろう。

経営学の知識を修得し、  
少人数ゼミナールでの仲間との「共創」という  
学び・経験を通して、どのように成長して、  
社会へと足を踏み出すのか。その過程にいる  
学生たちの姿や声を中心にご紹介していきます。

## INDEX

P03-06\_ 経営学部 PEOPLE INTERVIEW  
1年生 / 2年生 / 3年生 / 4年生 / OB/OG  
P07-12\_ 経営学部 PEOPLE が進む 4FUTURE  
戦略経営 / 会計 / マーケティング / 情報システム学  
P13\_ こんな力も身につく 経営学部 PEOPLE  
P14\_ KEIEI GALLERY  
裏表紙 \_ 実際どうなの！？セマール・ワカール

# 経営学部

## PEOPLE INTERVIEW

### ～私が経営学部の学びで実感した成長とは～

「立正大学経営学部で過ごす4年間って？」

「どんなことを学べるの？」「どんなふうに成長できるの？」高校生の皆さんに抱く「？」に  
答えるために、経営学部で学んでいる1年生から4年生に加え、卒業生にもインタビューしました。

リアルな声から、「もしあなたが立正大学経営学部に入ったら」

を想像してみてください。



1  
PEOPLE INTERVIEW  
1年生

ただ答えを覚えるのではなく、思考法や方法論を学べるので、とてもワクワクします。

PEOPLE  INTERVIEW



分析して考え、自分なりの答えを見つけ出すのがおもしろい。  
将来はマーケティング系の仕事に就きたいです。

経営学部を志望したきっかけは、高校生のときに参加した立正大学の授業です。そのときは、お店などで消費者が商品を買うときにどういった心理がはたらいているのか、という内容を学びました。店の入り口には高い商品を並べ、店内の奥には安い商品を多めに並べることで、これなら買える！というマインドをつくるといった戦略なども学び、経営学をもっと学んでみたいと思うようになりました。特にマーケティングや消費者行動論に興味があり、将来はマーケティング系の仕事に就きたいなと考えています。当然マーケティングは、企業が置かれている環境で適切な施策が異なるので、これから思考や分析のプロセスをしっかりと学んでいきたいと思っています。



2  
PEOPLE INTERVIEW  
2年生

間違いを恐れずに発言できるようになり、議論を活性化させるのが楽しいです。

企業分析を中心に取り組むゼミに入りました。最初は教科書を読んで発表することから始まり、いまは企業の経営戦略をチームで考える活動を進めています。まず業界を選び、ひとつ企業を決めて、競合他社に勝つための戦略を話し合って、プレゼンシートにまとめてゼミ大会で発表します。高校のときは、1つの答えに向かって話し合うことが多かったですが、大学のゼミでは、問題解決に向かって最善の答えを見つけ出すために話し合うので、一人ひとり違う答えが出てくることもあります。説得力が弱いな、と思ったところはあえて質問したり、同意していくてもあえて違う意見を言ったりして、よりよい案をつくるために積極的に発言するようになりました。



「少人数共創」の良さを実感。自分のアイデアで人を驚かせるのが楽しく、将来は広告系の会社に就職したいと考えています。

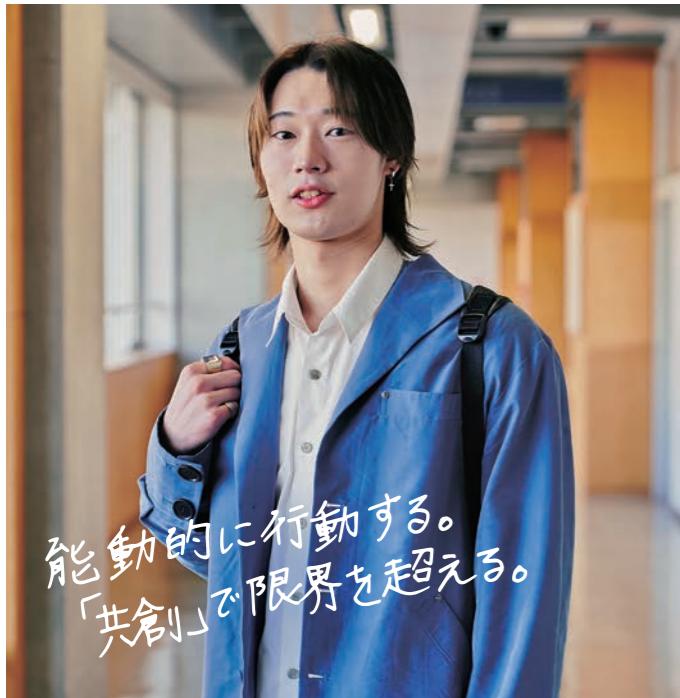
経営学部は、1年生のときに基礎をしっかりと学ぶことができます。専門用語や分析方法などを修得してから、それを2年生からのゼミで実践できるので、今まで知らなかった領域にどんどん踏み出しができ、成長を感じるシンガたくさんあります。ディスカッションにおいても、間違いを恐れずに自分の考えを発言できるようになりました。間違っていても、新しい考え方になることがありますし、議論が活性化するからです。ゼミのメンバーも意見を受け止めてくれるので、このような環境で活動できることはとても良いなと感じています。みんなが思いつかなかつたアイデアを発表して驚かれるのがとてもうれしく、将来はアイデアで勝負する広告系の会社に就職したいと考えるようになりました。



3 年生  
PEOPLE INTERVIEW

能動的に行動し、  
仲間とともに共創する。  
社会に出たときに役立つ  
スキルだと思います。

経営学部では、1年生のときは戦略経営、マーケティング、会計、情報システムの基礎を広く学び、2年生から興味のある分野を深く学びます。いま所属しているゼミでは、実際の企業と連携してビジネスプランを作成・実施する活動を取り組んでいます。壁にぶつかることもありますが、社会に出ると積極的に行動しなければ何も得ることができないと考え、「疑問がクリアになるまで行動する」ということを意識して仲間とプロジェクトを進めています。1人の力では限界がありますが、誰かと協力することで限界以上の力を発揮することができるので、経営学部が掲げる「共創力」の意味がよく分かりました。自主性や協調性も高めることができます。



能動的に行動する。  
「共創」で限界を超える。

好きなことを追求するという学修スタイルが、時代にも自分にも合っていると思う。将来は起業したいと考えています。

これからの時代は、人と人だけでなく、企業間でも事業提携やM&Aを活用して協力し合う「共創力」が必要になっていきます。なので3年間のゼミ活動やフィールドワーク、講義でのグループワークなどを通じて、「共創力」を養うことができているのは大きいです。また、今の時代は「好きなことを職業に変える」という人が増えてきているので、自分の好きな分野を追求するという経営学部の学びは、まさに時代に合った学修スタイルだと感じています。ゼミの活動ではさまざまな企業の方や経営者の方々と交流する機会もあり、そのなかで自分は0から1を生み出すことが好きなどと気づきました。将来、できるだけ早く起業したいと考えています。



4 年生  
PEOPLE INTERVIEW

資格取得や研究はもちろん  
文化祭委員での共創も。  
すべてが将来につながる  
良い経験でした。

1年生のときにはじめて「簿記」に触れ、在学中に簿記2級を取得しました。この資格を持っていたことで会計事務所に就職が決まり、取っておいてよかったと思いました。経営学部では、組織経営や組織運営について学びましたが、経営者を目指すわけではなくても、組織の中におけるさまざまな立場の人に役立つ知識を身につけることができ、会計の仕事でも役立つシーンが必ず出てくると思います。また、文化祭委員での活動では、まったく考えが違う人たちと共に創しながらひとつのものをつくりあげる楽しさを知りました。他の学部の人と交流し、話したりして、いろんなところを補いあう経験は、組織で働くうえで役立つスキルになったと感じています。



いろいろな考え方や文化に、  
たくさん触れる。

好きなアイドルを追いかけるだけでなく、研究対象に変える。  
いろいろな文化を知ることが、好きになりました。

3年間のゼミ活動では、私の好きなアイドルについて、消費文化という視点から研究をしました。推し方の違いや「同担拒否」など、ファンならではのカルチャーや心理を言語化し、それらを説明できるようになり、学び自体はもちろんファンとしても、とても楽しみながら取り組むことができました。好きなことを追いかけるだけでなく、学術的な視点から研究に変えることができたというのは、所属するゼミならではの経験だったと思います。他にもゼミには、ファッションやバンドを研究しているメンバーがいて、発表などを通じていろいろな文化を知ることができ、興味深かったです。自分とは異なる他の人の考えに触れるのがとても好きになりました。



0G  
PEOPLE INTERVIEW

研究の経験や  
ゼミで習った原理が、  
さまざまな営業の現場で  
役立っています。

社会人となって働くようになり、改めて経営学部時代を振り返ると、さまざまな学びが仕事に活かされているなど感じます。たとえば、ゼミで社会心理学を研究していたのですが、この経験により、物事を多面的にとらえて慎重に考える習慣を身につけることができました。入ってきた情報に受け身で自動的に反応するのではなく、取捨選択を行いながら、自分の頭で考えること。これは社会人の基本スキルです。ゼミで習った「コントラストの原理」という心理現象も、営業活動でよく使っています。これは、二つ目に提示した商品は一つ目に提示した商品の見せ方次第で価値が異なって見える現象です。うまく使うと成約するケースが多く、とても役立っています。



とにかく知識を広げて  
経験を積む!

円滑なコミュニケーションは、共通項を見つけるのが近道。  
ゼミでさまざまな経験をしたことが、とても役立っています。

先輩や上司にも立正大学出身の方がいるのですが、真面目で勤勉な方が多く、また大学の知名度も思った以上にあり、評判も高いことを知りました。立正大学をもっと盛り上げていくためにも、学生の皆さんには、知見の広い人間になってほしいです。上司でも先輩でもお客様でも、円滑なコミュニケーションや良好な関係を築くには、共通項を見つけるのが一番の近道。趣味や出身地などでは限界があるため、経験や見聞によって共通項になりうる知識を身につけることが大切です。私の場合は、ゼミで金沢や富山に行ったこと、テレビ局と共同で番組を製作したことなどは、コミュニケーションをとるうえで本当に役立っています。大学生は時間があるので、色々なことに挑戦し、経験し、見聞を広めてください！



経営学部で身につけた  
「決断力」や「行動力」を、  
仕事の現場で  
フル活用しています。

経営学部の4年間を振り返って思うのは、「決断力」が身についたことです。入学当初、優柔不断だった私は、何もかもが不安でした。しかし友人や先生に助けられながら、自分自身の興味がある分野を見つけ、マーケティングの領域を学ぶようになり、特別講義で外資系企業に勤める方の話を聞き、海外に興味を持ち、留学も決めました。留学では、語学力だけでなく行動力やコミュニケーション力が身につき、高校時代の私からは考えられない「変化があつても動じない心」を持つようになりました。人生では、やりたいと思いつながりやらないことが多いですが、やりたいことを実際に行動に移したという経験によって、とても達成感を味わうことができました。



やりたいと思ったことは  
迷わずチャレンジする！

経営学部で習ったことは、リアルなビジネスシーンで活きてくる。  
上司との会話にもすぐついていくことができました。

社会人は、毎日が決断の連続です。その決断に必要なのが、知識と経験ですが、経営学部で基本的なビジネス知識を学べたのは、本当に良かったと思います。まだ新人なので経験は浅いですが、専門用語を知っているビジネス書をスラスラ読むことができるし、上司とのビジネス会話についていくこともできます。授業で得た知識はかなりの経験値になっていて、お客様を増やすための施策を、ターゲットの設定からロジカルに考えることもできます。在学中にいろいろなことに挑戦したからこそ、今私があるので、これから大学生になるみなさんにも、幅広いジャンルに興味を向けて、さまざまなことにチャレンジしてほしいです。やりたいと思ったことは迷わず実行する。これこそが大学生の醍醐味です！



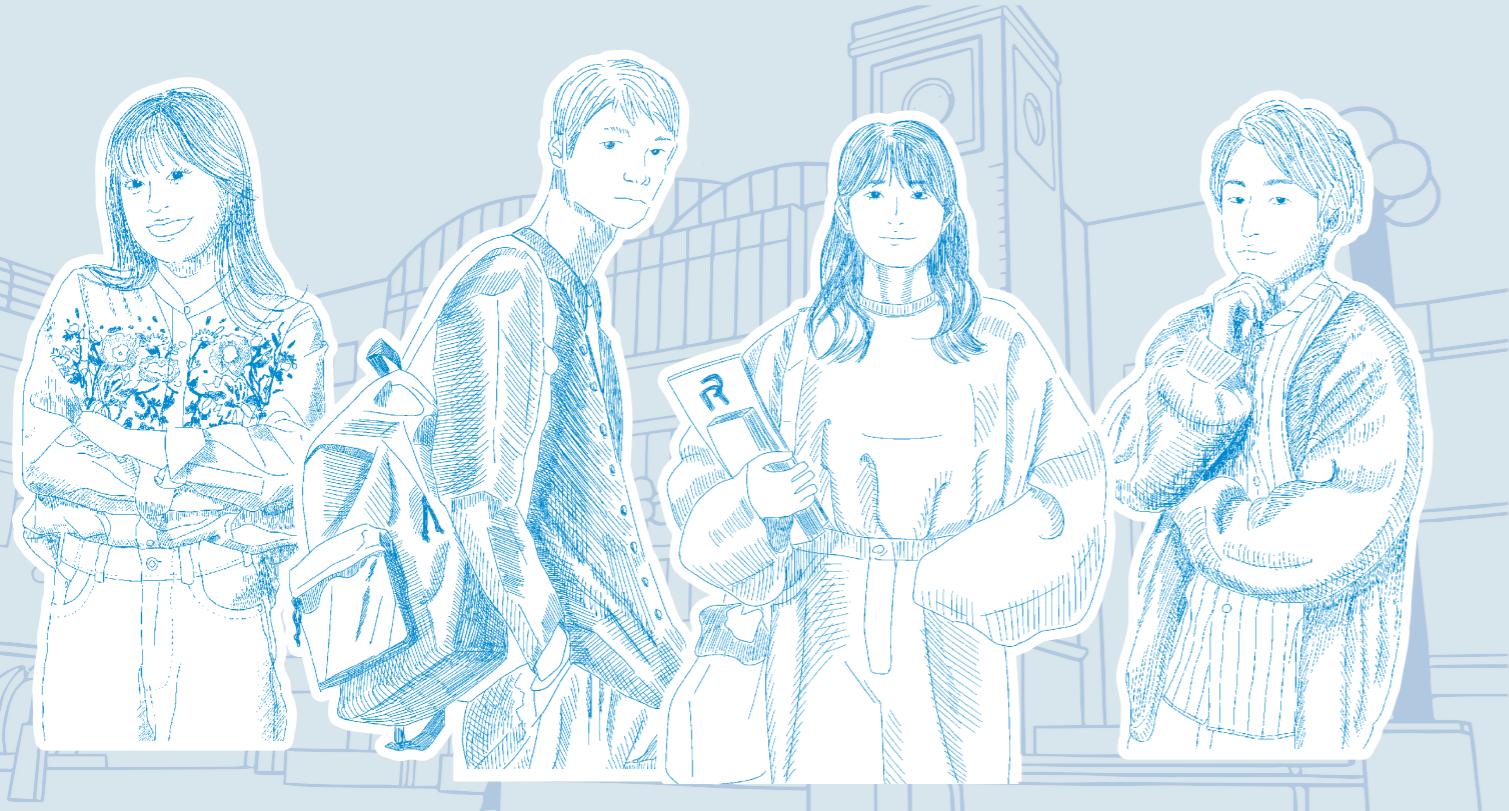
# 4 FUTURE

立正大学経営学部では、経営学を4つの専門領域に分類して授業を展開しています。

1年生は、戦略経営・マーケティング・会計・情報システム学の4領域を、基礎科目として網羅的に学び、

2年次からのゼミナール選択へと進みます。最初の1年で、好きな分野や

何を学びたいのかを明確にしてから、専門的に学ぶ領域を決めることができます。



## 1 戰 略 経 営

企業が利益を出し、競争に勝つためには、成長のシナリオを描く必要があります。これを描くことで、どのような目標を持って進んでいくのかが社内全体で共有化され、一致団結することができます。企業が利益を出すシステムをどう構築するのか、誰をどこに配置するのか、社員が働きがいを感じて成長していく仕組みをどうつくるのか、といったことを考えるのが、戦略経営の分野です。

### ゼミの研究テーマ例

- 「アメーバ経営システムと若手人材の育成」
- 「回転寿司チェーンが『二位』を死守する戦略を探る」
- 「有料動画配信サービスの脅威 テレビ局社員へのインタビュー」
- 「プロ野球チームから見るプロスポーツの経営戦略」

### PEOPLE IMAGE



#好奇心旺盛  
#個性的

#おしゃれ好き  
#おもしろい人多い

#海外に興味

## 4 情 報 シ ス テ ム 学

現代の企業経営にはICT(情報通信技術)が欠かせません。顧客の購入履歴を記録して品揃えを効率化したり、工場や倉庫をデジタル化することでミスを減らしたり、人手不足を解消したりすることができます。また会社に入ると、表計算やプレゼンテーションのアプリ、チャットサービスなどを使うPCスキルが求められます。情報に関する知識やスキルを身につけるのが、情報システム学の分野です。

### ゼミの研究テーマ例

- 「ゼロから始めるアプリ開発」
- 「大学情報が見られるアプリを実際につくってみる」
- 「省電力負荷分散アルゴリズムの研究」
- 「省電力化を考慮した高信頼データマネジメントシステムの研究」

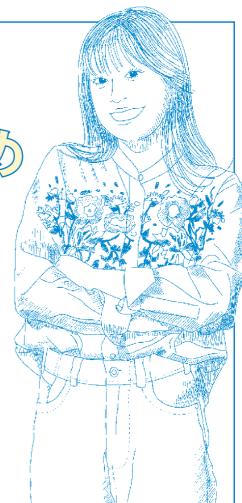
### PEOPLE IMAGE



#几帳面  
#リスクに慎重  
#簿記  
#じっくり思考派

#自分の收支帳をつける

### PEOPLE IMAGE



#元気でまじめ  
#ノリがいい  
#メリハリ  
#ワイワイガヤガヤ

#CM研究

## 3 マー ケ テ イ ング

企業は製品やサービスを売ることで、売上をアップさせたり、利益を出したりしています。製品やサービスを買ってもらうためには、消費者の「欲しい」という心理や、買い物をする行動の分析・理解、新商品の企画や開発、広告や販売促進活動を行う必要があります。「商品が売れる仕組み」(消費者が商品を買いたくなる仕組み)をさまざまな視点からとらえ、考えるのがマーケティングの分野です。

### ゼミの研究テーマ例

- 「五感マーケティング～なぜその商品が欲しくなるのか～」
- 「もしも立正大学経営学部生がタピオカ屋を経営学的に見たら」
- 「産学連携活動報告～シリアルの新しい食べ方「WAKETABE」～」
- 「未来のアイドル業界は日本と韓国ハイブリッド!?」

### PEOPLE IMAGE



#まじめでAI冷静  
#自主自立  
#時間厳守  
#キャッシュレス

## ・戦略経営・



### PEOPLE INTERVIEW

海外メーカーの商品を見かけると、  
その販売戦略を考えるようになりました。

もともと海外に興味があったので、国際ビジネス研究ができる高橋ゼミを選びました。ついていけるか不安でしたが、興味のある領域を学ぶことができているため、とても楽しいです。海外の大学と共同研究もあり、英語力が身につきます。お店で海外メーカーの商品を見ると、つい気になって手にとってしまいます。



高橋ゼミ = 国際ビジネス =



グローバル時代を生きていくために英語力と  
コミュニケーション力を高める。



コミュニケーションにおいて英語で理解する能力と、理解してもらう能力を磨きます。2年次には TOEIC500 点以上を目指し、3年次には海外の大学に行き、ディスカッションや発表会を行います。他にも、国内の大学が集まるプレゼン大会やグループ研究などの活動を通じて、グローバル時代における学生の進路や生き方といった選択肢を増やします。

経営管理論 = 佐藤一義 =



ビジネスを効率的に進めるために組織と  
リーダーの在り方を学ぶ。



経営管理は、企業という組織が一体となって、仕事やビジネスを効率的に進めていくことができる環境を整えていくことが目的です。この授業では、経営管理の歴史的な発展を追いながら、企業や経営者が、どのように働く人の意欲を上げたのか、製品を生産する工程を効率的にしたのか、求められるリーダーシップはどのように変化してきたのか、といった内容を時代背景とともに学んでいきます。

## ・会計・



### PEOPLE INTERVIEW

会計を学ぶことで、  
自分のお金の使い方も変わりました。

企業の財政状態や経営成績を学ぶことに興味を持ち、会計の分野に進むことに決めました。授業や学びを通して、カフェなどに入ってもコーヒー1杯にどれだけの人物費や設備費が入っているのか気になるようになり、実際の自分の生活に資産や負債、資本、費用、収益などの会計項目を当てはめて考えるようになりました。



嶋津ゼミ = 財務会計 =



会計基準を学ぶだけでなく会計と社会の  
関係性を研究する。



会計という簿記などで行うお金の「計算」を思い浮かべがちですが、会計基準というルールを学ぶことに加えて、会計基準がどのような状況や時代のもとにつくられたのかなど、会計と社会の関係性も紐解いていきます。3年次にはグループで論文を執筆し、経営学部が主催している学生懸賞論文に入賞することを目標としています。

管理会計 I・II = 藤井博義 =



会計情報を用いて経営における意思決定を  
サポートする。



会計学を分類すると、管理会計と財務会計があります。財務会計が、企業の外部への財務情報の公開を主たる目的としているのに対して、管理会計は、企業の予算を管理して、経営に役立つ会計の情報を提供することを役割としています。管理会計によって、経営者が経営上の問題を「お金」という観点から把握し、意思決定を適切に行なうことをサポートします。

## ・マーケティング・



## ・情報システム学・



### PEOPLE INTERVIEW

将来は商品開発の仕事に就きたいと思うようになりました。

買い物をしていて「ついつい買ってしまう」自分の行動に疑問をもつたことがきっかけで、マーケティングを学んでいます。ヒット商品の戦略やターゲティングを研究したこと、店頭での商品の並べ方やテレビ CM などにも興味を持つようになりました。バイト先のカフェでの接客トークにも、学んだことを活かしています。



### PEOPLE INTERVIEW

学んだ AI システムや技術を街中で探すようになりました。

PC スキルやインターネットの知識は、将来どんな仕事に就いても役立つだろうと思い、この分野を選びました。今は AI や IoT、キャッシュレス、無人店舗、チャットボットなど、情報システムに関する知識を幅広く学んでいます。日本では取り扱われていない、海外の情報技術なども知ることができ、驚きと発見があります。



### 浦野ゼミ = 産学連携・消費者行動 =



マーケターとして活躍するためのスキルと、ビジネス現場の経験を。



「理論と実務の融合」をテーマに、文献研究や取材を行い、その成果をプレゼンすることで、マーケターに必要となるスキルを身につけます。3年次には、さまざまな有名企業（ニューバランス、伊勢丹、アサヒビール等）から課題を提示してもらい、それを解決する提案を行います（産学連携）。社員の方々との議論やプレゼンを通して、ビジネスの現場を経験します。

### 広告論 = 畠山仁友 =



広告の種類や戦略、事例をもとにしたクリエイティブ表現も学んでいく。



テレビ CM や新聞、雑誌、インターネットや SNS、さらには屋外広告やイベントなど、企業が出す広告にはさまざまな種類や戦略があります。この授業では、どのようなプロセスで広告が制作され、私たち視聴者・消費者のもとに届けられているのか、広告の計画とマネジメントについて学びます。またクリエイティブと呼ばれる広告表現についても、実際の事例などをもとに詳しく学んでいきます。

### 金森ゼミ = 経営情報 =



情報システムが、私たちの生活をどのように変えていくのかを研究する。



最近の飲食店では、スマートフォンで注文して、クレジットカードで事前にお金を支払い、店舗で受け取るだけのモバイルオーダーができるようになっています。またホテルなどでは、予約だけでなくスマートフォンが部屋の鍵になったりと様々なモノのデジタル化も進んでいます。こうした最先端テクノロジーが、従来のビジネスにどのような影響を与えているかを学び、実際に体験することで理解を深めます。

### 学修の基礎 II = 山本仁志 = (経営情報)



情報やデータという視点から経営やビジネスを紐解いていく。



現代の経営やビジネスでは、従業員の勤務を管理したり、店舗で顧客が買い物した情報を記録し、それを分析・活用してサービスとして展開したりするなど、情報システムの利用が欠かせません。経営情報の授業では、さまざまな ICT（情報通信技術）が支える現代社会においてどのような情報システムが使われているのか、情報やデータという視点から世の中の仕組みを理解し、知識を修得します。

# こんな力も身につく

## 経営学部 PEOPLE

経営学部では、専門分野だけでなく社会に出てから役立つさまざまなスキルを修得できます。

社会人になってからはもちろんのこと、就職活動時のアピールポイントとして役立つことも。

たくさんの学びや経験を通して、自信が身につきます。



### プレゼン力

PCのアプリを使って資料をつくり、人前でプレゼンテーションする力が身につきます。分かりやすくキレイに資料をつくるコツや、聞き手に伝わりやすい話し方などを学ぶことができます。

ここで身につく！：「コミュニケーション特講（プレゼンテーション法）」「市場戦略論」など



### 英語力

英語で実施される授業を通して、英語に慣れ、「読む」「聞く」「話す」力が身につき、苦手意識を無くしていきます。英語でプレゼンテーション資料をまとめて、発表する授業もあります。

ここで身につく！：「英語Ⅰ」「英語で学ぶマーケティング」「英語で学ぶマネジメント」など



### 商品企画力

企業と連携し、商品企画、アイデア開発からデザイン制作、実際の販売までを経験できます。自分たちのアイデアを商品化し、販売していく経験を通して、リアルな商品企画力を身につけることができます。

ここで身につく！：「まちづくり実習」「畠山ゼミ」など



### 現地調査力

座学で勉強した知識を、現場でどう使うのか、どう使われているのか。自分で情報を収集しリサーチする行動力が養われます。地域の課題を発見するために、実際に街に出て、現地調査を行う力も身につけることができます。

ここで身につく！：「藤井ゼミ」「近藤ゼミ」など



### 起業力

教員と学生が、外部の企業の力を借りながら、一から新しい企業を立ち上げるという取り組みがはじめました。新しいビジネスを考えるだけでなく、実際に起業するフローを経験することができます。

ここで身につく！：「藤井ゼミ」「近藤ゼミ」など

### 4

# KEIEI GALLERY

