

「地域に根ざした経営学教育への取り組み」

The Struggling on the Education of Business Management connected to Local Community

山崎 泉, 奥村 実樹
Izumi Yamazaki, Miki Okumura

〈概要〉

地方大学は立地する地域に根差して地域とともに生きていかなければその存在価値を見出すことはできなくなっている。大学と地域社会をつなぐ媒体である学生が自らの意思で地域社会と関わりを持つ。そうした行動のきっかけとなるような経営学教育とはどのようなものを検討したい。

本稿では、金沢星稜大学にて実施された地域に根ざした経営学教育への取り組みをもとに、社会貢献活動の一部として経営学教育に「地域学習」を取り入れることが地域経済の活性化につながる可能性を持つかどうかについて学生参加型のプロジェクトから考察する。

〈目次〉

- 1 はじめに
- 2 高等教育機関における地域貢献活動
- 3 経営学教育をめぐる動向
- 4 地域に根ざした経営学教育への取り組み
- 5 おわりに

1 はじめに

大学が経営学教育を行う中で、地域社会や地域経済の活性化につながるような教育を行うことはできないのだろうか。大学と地域社会をつなぐ媒体である学生が自らの意思で地域経済と関わりを持つ。そうした行動のきっかけとなるような経営学教育こそが、大学と地域社会を活性化させるために大学としてできる最善の経営学教育ではないだろうか。

本稿では、金沢星稜大学にて実施された地域に根ざした経営学教育への取り組みをもとに、社会貢献活動の一部として経営学教育に「地域学習」を取り入れることが地域経済の活性化につながる可能性を持つかどうかについて学生参加型のプロジェクトから考察する。

2 高等教育機関における地域貢献活動

大学の社会貢献は、中央教育審議会答申「我が国の高等教育の将来像」(2005年)において、教育、研究と並ぶ「第三の使命」と明示された。「教育や研究それ自体が長期的視点からの社会貢献であるが、近年では、国際協力、公開

講座や産学官連携などを通じた、より直接的な貢献も求められるようになっており、こうした社会貢献の役割を、言わば大学の「第三の使命」としてとらえていくべき時代となっているものと考えられる」という記述である。さらに、「教育・研究機能の拡張としての大学開放の一層の推進等の生涯学習機能や地域社会・経済社会との連携も視野にいれていくことが重要である」として、大学開放の推進が提言された。

大学の大衆化が進む現状の中で、多様な学生達の学習意欲を喚起させるには、学生を大学の外に出し社会の一員としての自覚を持たせることが有効であるとの認識が広まり、これらを背景に学生を含めた様々な地域連携活動が実施されている。大学の従来の取り組みが教員などの個人的な対応であったのに対して、社会貢献活動は大学の基本的な機能として位置付けられ、組織的に総合的に取り組まれている。また、社会貢献活動の多様化と広がり、公開講座や単発事業だけでなく、大学の様々な知的資源を活かした学際的な取り組みが模索されている。

地域貢献活動の概要について審議会答申で述べられる「教育」「研究」「第三の使命」という大学の活動分類は図表1に示すとおりである。第三の使命である地域貢献活動は

図表 1 大学の活動分類

		内 容	簡単な例
教 育		教育による人材輩出	・高度専門職業人の養成 ・特定の専門分野の職業人養成など
研 究		研究による知的創造	最先端の研究拠点
第 三 の 使 命	国 際 交 流	地域と一体となった国際交流	・交流会の実施 ・異文化交流で地域活性化
	公 開 講 座	生涯学習機会の拠点	・公開講座や出張講義 ・図書館の開放など
	産学官連携	大学の知の還元	・リエゾンオフィスの運営 ・自治体との連携協定など
	そ の 他	・地域社会をフィールドにした教育, 研究 ・課外活動として地域活動へ参加 ・大学施設の開放	・地域をフィールドにした学習 ・地域住民との交流 ・まちづくり ・ボランティア活動 など

(出所：藤井 (2008,P.131)¹をもとに加筆・修正)

多様化しており、広く社会で展開されていることがわかる。

多種多様な地域貢献活動が行われている中で、本研究において注目したのは「地域をフィールドにした学習」である。地域を知ることによって関心を持たせる学習の事例としては以下のような研究がある。

波 (2009)²では、故郷に対する様々な生身の人々の思いを「故郷意識」と捉え、どのようにしたら故郷意識を育むことができるのかについて考察し、地域の歴史を調べ、知ることによる地域学習の例を報告している。富山 (2008)³では、多くの大人だけでなく学生たちが、実際に毎日の生活の中で長崎市の平和公園で活動する機会は殆どない中で、平和公園を知り、身近に感じて興味を持たせるとともに、公共物や公共施設の利用、季節の変化と生活への関わりを具体化させ、生活科教育実践を試みている。中澤・田淵 (2008)⁴では、世界遺産教育の普及を目指し、奈良県での実践例を示している。奈良の良さを深く理解し、奈良に愛着を感じ、奈良を誇りに思うこと、文化遺産や自然遺産を尊重する気持ち、環境や平和など現代の諸問題への意識を育てようとしている。

本研究においては、富山 (2008) や中澤・田淵 (2008) において取り上げられているような「愛着を感じ、誇りに思う」「身近に感じて興味を持たせる」ことに注目したい。さらに、波 (2009) で定義された「故郷意識」、故郷に対する様々な生身の人々の思いについても、経営学の視点で扱いたいと考える。企業とは人と同義である。ここに企業の思いを加え、企業の視点でみた故郷意識を捉える試みを実施した。

次の3章では、経営学教育をめぐる動向について、中央教育審議会の指針と石川県における経営学教育の取り組み

を交えて考察する。4章以降では、本稿の取り組みである「お松の方の経営指南」を用いた地域密着型の経営学教育の試みを紹介し、地域社会に与える影響を検討する。

3 経営学教育をめぐる動向

経営学教育という言葉は「経営教育」という言葉に比べ、経営学の体系において、定義を与えられた用語としては普及していない。しかし、経営教育の定義を、例えば、森本は「経営がその構成員の能力啓発を目的として行う教育⁵」、中山は「企業内の管理者および従業員の教育訓練⁶」と、その対象を従業員など組織構成員としている点を考えると、経営に関する教育で、それが大学生など学生に対して行われる場合は、経営学教育という呼び方が妥当であると考えられる。

3.1 高等教育機関における経営学教育の方向性

中央教育審議会での審議「学士課程教育の構築に向けて」を発端としたいわゆる「学士力」をめぐる文部科学省の検討において、その外郭団体である社団法人私立大学情報教育協会は、経営学分野においても積極的なヒアリング等調査ならびに情報発信を行ってきた。同協会は「経営学教育における学士力(案)⁷」(2009年)を分野別「詳細な学士力」として示している。

その提言の核となる部分は、従来の経営学教育に比べて、大学生自身がその学習内容を「より実感できる」ことに重点をおいた教育を求めている点にある。さらに、経営学の学習体系別の学習テーマに加え、「企業をはじめとする組織の一員として現実の問題に対して解決策を提案・実践し

ようとする姿勢を持つことができる」といった行動目標を、独立した学習テーマとして挙げていることも注目される。ここでは、ゼミナール活動に加え、キャリア教育として重視されてきたインターンシップも、学ぶべき「経営学」の内容として位置づけられている。

3.2 石川県での経営学教育の取り組み

大学コンソーシアム石川は、その前身の県・大学連携促進協議会の時期に当たる1999年度に石川県庁へのインターンシップ受入の仲介から、インターンシップ事業に関与している。2002年度から、受入企業の開拓を中心とした様々な調整を石川県経営者協会に委ね、その規模を拡大してきた⁸。現在、石川県の商工労働部産業政策課と企画開発部企画課、並びに社団法人石川県経営者協会との共同主催という形で、7月から9月の間で1～2週間、インターンシップの仲介を行っている。

次に、当該機関が大学生のために企画するインターンシップ以外の経営学教育的事業を検討する。これらは、当該機関が企画し、各大学がその事業の意義を認識し、学生に参加を促すという運営形態をとっている。まず、「学生・企業まちなかサロン」が挙げられる。昨年度2008年からはじまり、今年で二年目となる本事業は、石川県内の企業の経営者から、学生が自身の進路を考える目安となるようなアドバイスを講演形式で受けるというものである。昨年度6社、今年度5社から講師を招き、業種や企業規模は多岐に亘っている⁹。参加大学生からは、おおむね好評で、「自分がこれからどう働くか、何を考えて活動するかを考えさせられた」や「堅い話だと思っていたら興味深い話ばかりだった」といった当初の目的に合致する声から、「中小企業ならではのメリットなど、今までにない視点で企業というものを考えさせられた」や「地元企業の技術の素晴らしさを知ることができた」といった、地元中小企業へ学生の視野を広げることに一定の効果を上げている¹⁰。

また、同機関では大学生を対象とし、助成金を交付する参加型事業を2つ行っている。2005年から実施している「地域課題研究ゼミナール」と2006年から実施している「地域貢献型学生プロジェクト」である。同機関が、石川県内の市町、商工会やNPO法人といった各種団体から募集した地域が抱える課題に対し、大学生がその解決に協力することを目的としている。前者はゼミナールを、後者は学生サークル・同好会・任意の学生団体をその対象としている。両者には報告書の提出ならびに報告会・交流会への参加・報告が課される。

4 地域に根ざした経営学教育への取り組み

経済教育や金融教育という名称では、小・中・高等学校において実践的な経済に関する知識を学び、金銭感覚を養うための教育プログラムを取り入れる動きも活発に行われている。こうした状況の中で、地域経済団体が大学に求めている経営学教育の内容とはどのようなものだろうか。亀野(2008)¹¹では、アンケートを用いて大学教育と地域経済団体との関係を検討している。その中では約半数の団体が大学・短大に対してインターンシップなどのキャリア教育や就職支援事業を実施している。また、経済団体が大学に求める教育として実学・実体験を志向した教育への期待が高く、アカデミック志向の教育への期待は高くないなどの特徴がみられ、大学と経済団体との認識に差があることを検証している。

そこで、我々は2章で検討した地域学習に注目しながら経営学に関する基礎知識を学習することに加え、実学・実体験を志向した教育にも取り組むプロジェクトを用意し、そこに学生の参加を呼びかけた。

4.1 目的と手法

「お松の方の経営指南」は2007年6月から星稜 TODAY¹²に連載が開始された。当時、星稜 TODAYには、経済学を扱った「水鏡先生の世の中探訪録」というコラムが連載されていた。金沢星稜大学事務局から筆者山崎に対し、経済学を学ぶ学生だけでなく、経営学を学ぶ学生に対しても何らかのコラムを連載できないかとの依頼を受け、連載開始に至った。「お松の方の経営指南」は、学生に親しんでもらうことを目的に加賀藩主前田利家の妻お松がキャラクターとして登場することから名付けられた。

当初は、筆者である山崎が専門とする会計に傾注した内容であった。ある日、研究室を訪ねてきた学生から「私は就職活動を始めてから、地元の企業を全然知らないことに気づいた。後輩にはもっと早い時期から企業というものに関心を持った方が良いとアドバイスしている。」という話を聞き、「お松の方の経営指南」の内容を地元企業に焦点を当てたものに変更することで、少しでも学生の役に立たないかと考えた。そこで、本学にて経営学総論を専門とする奥村からの知識支援、並びに、地域学習を含んだ新たな視座に立つ経営学教育の試みというフレームワークを確認した上で、2008年4月から現在の地元企業を扱う企画がスタートする。

「お松の方の経営指南」の目的は二つある。一つは、学生に対して地元企業に関心を持つきっかけを与えることである。これは、ケーススタディとして経営学を学ぶ機会を提供すること(教材として)と同時に、就職活動の際に業

界・企業選び等に役立つことを目指している。もう一つは、学生自らが地元企業について調査し、取材活動を行うことで、主体的に地域企業を考える機会を提供すること（参加型キャリア教育として）である。

実施にあたっては、経営学教育に「地域学習」を取り入れた学生参加型の手法を用いる。参加する学生たちは、地域に密着し、自身の生活に関係する企業を取り上げながら、対象企業とその経営活動に関連する経営用語について実企業を事例として学習する。その後、実際に企業に出向き、記事の内容に関連した聞き取り調査と企業の故郷意識について経営者や本学OBなどの社員にインタビューを実施する。作成された記事は、その内容、用語の選択および表現に関する齟齬などについて直接企業から指導を受け、修正を施したのち、完成に至る。完成した記事は、広く学内の学生に提供するために、大学事務局が日刊する学内紙「星稜 TODAY」上に、週1回連載される。

参加した学生へのもう一つの課題としては、星稜 TODAY 冊子に設けられていた企業広告欄への広告掲載の交渉がある。対象企業の記事が掲載される冊子に、広告を掲載することのメリットを企業の方に説明し、理解が得られた場合には5,000円の広告料をいただいた。これは、星稜 TODAY 冊子の印刷補助費として使用された。経済活動として広告料の交渉を体験することは、金銭の授受にともなう責任を実感する効果が期待される。また、記事として他学生に配布され、その後、星稜 TODAY 冊子として後世に残ることから、普段の学生生活とは違った達成感が得られる可能性がある。

次節では、教材である「お松の方の経営指南」の内容を具体的に紹介する。続いて、その教材作りに参加した学生の反応を取り上げ、最後に、協力頂いた企業の反応を取り上げたい。

図表 2 株式会社米心石川の例

The figure shows four pages of a student-produced business guide for Beihin Onigiri Ketchin. Each page is titled 'お松の方の経営指南' (Matsunosato's Business Guide) and includes a date and issue number.

- Page 68 (Issue 68):** '株式会社米心石川の巻' (Volume on Beihin Onigiri Ketchin). It introduces the company, listing its name, address, and employee count. It also features a section on '田んぼの美観を食卓に伝えたい!' (We want to convey the beauty of the rice fields to the dining table!), highlighting the company's commitment to local rice and food safety.
- Page 69 (Issue 69):** '米心石川: 産地地酒' (Mitsukoshiyama: Local Sake). It features photos of '米粉あんぱん' (rice flour anpan) and '1番人気の「さけ」' (the most popular sake). The text describes the local sake and the company's use of local rice.
- Page 70 (Issue 70):** '米心石川: 食育' (Mitsukoshiyama: Food Education). It discusses the company's role in food education, mentioning '朝ごはん' (breakfast) and '食育活動' (food education activities). It includes a photo of a child and text about the importance of breakfast.
- Page 71 (Issue 71):** '米心石川と北陸' (Mitsukoshiyama and Hokuriku). It features photos of company executives and discusses the company's connection to the region. It includes a section on '社会貢献活動: 食育(しょくいく)' (Social Contribution Activities: Food Education) and 'お米をもっと食べてください!' (Please eat more rice!).

4.2 「お松の方の経営指南」

「お松の方の経営指南」で扱う内容は経営学の初学者に向けた入門レベル、またビジネス能力検定¹³を授業に取り入れていることもあり、平易なビジネス用語を中心に扱うこととした。なお、企業の選定にあたっては、学生からのリクエストを重視し、学生の生活に密着していて、学生がイメージしやすい企業を選択している。各記事では、企業の活動内容に沿ったテーマを設定する。一つの企業について4回分の記事を作成する。第1回から第3回の記事では、ビジネス用語を解説する中で対象企業を事例に解説を交え

る。第4回の記事では、企業の地元への思いや愛着について取材している。

図表2では、株式会社米心石川の記事を示している。第1回では(株)米心石川の企業活動の概要、第2回では(株)米心石川が推進する地産地消について企業の取り組みや用語を解説する。第3回では、(株)米心石川の取り組む食育を扱い、第4回では(株)米心石川の石川県に対する愛着や石川県民へのメッセージを掲載している。

その他、2009年7月現在までに上げられた企業とテーマ、インタビューの概要は図表3に示されている。

図表3 テーマとインタビュー内容の一覧

	企業名	上段：キーワード 下段：インタビュー概要
1	株式会社大和	「株式公開・上場」「売上高」「小売業」 北陸の産業や文化をまもり、日本海側初の百貨店として地域に貢献する大和の姿勢。
2	株式会社ハチバン	「フランチャイズチェーン」「外食と中食」「ロイヤリティ収入」 北陸での創業から現在のフランチャイズチェーン展開の道のりが北陸の人々の想いを大切にした結果、今の成功がある。
3	株式会社クスリのアオキ	「医薬分業」「ISO9001:2000」「ドミナント戦略」 他地域と比べても高齢化の進んでいる北陸の現状と医薬分業の制度を支え、セルフメディケーションに向けた活動を進めている。
4	株式会社北國銀行	「銀行業」「利ざや」「都市銀行と地方銀行」「不良債権」 地方銀行は地域の活性化こそが最重要課題であり、地域とのふれあいを重視した活動を行っている。
5	株式会社ナナオ	「企業理念」「コア・コンピタンス」「環境会計」 製品の開発や製造を中国に依存せず、北陸という土地から世界に売り出すことの意義について。
6	アルビス株式会社	「スーパーマーケット事業」「バスケット分析」「連結会計」 北陸の豊かな食文化を伝承し、地域に親しまれた食材を守ること、地元色を大切にすることという企業の姿勢。
7	今村証券株式会社	「証券取引」「地方証券」「インサイダー取引」 北陸の勤労者一世帯あたりの貯蓄率が全国一であることを挙げて、金融や投資について地域の方々のためのアドバイザーとして活躍したい。
8	日本クレセント株式会社	「石川から世界に発信する回転寿司チェーンコンベア」「市場占有率」「FL比率」 世界トップシェアという偉業を達成した今も北陸に本社を置いている理由。
9	一般社団法人 石川フットボールクラブ	「プロスポーツ」「企業による文化・芸術活動支援メセナ」「公益法人の資金調達」 地元石川の人々や企業との強いつながりを大切にすること、スポンサー収入に頼った経営から、自主収入への挑戦。
10	ゲンキー株式会社	「ゲンキーの企業理念」「業種と業態の違い」「増収増益」 北陸というローカルで展開している小売業だからこそゲンキーの企業理念が活かされている。
11	ダートコーヒー株式会社	「コラボレーション商品」「フェアトレード」「有機JASマーク」 金沢がコーヒー消費量日本一であることを中心に、地域に根付き、地元で愛されるコーヒーを目指す。
12	株式会社米心石川	「米心石川の企業理念」「地産地消」「社会貢献活動としての食育」 お米の消費拡大、北陸の農産物の魅力、北陸の水田の美しさと、石川県民に向けたメッセージ。

4.3 学生の参加と取り組み後の行動

本取り組みにおいて記事の作成に参加した学生は、2008年度専門ゼミⅠ（山崎）の16人の他、有志で参加を希望した学生を含む総数約30人である。学生の参加動機は、課外活動の一つ、社会経験の一環、ビジネスコミュニケーション能力を身につけること、就職活動の下調べなど、各自によって様々であった。

学生たちにとっての企業は未知の空間であったのか、さまざまな質問や疑問が投げかけられた。企業訪問にあたっては、本学で必修化されているビジネス能力検定で学んだ内容を事前に復習してから取材に出かけたが、不測の事態も多かったようである。以下は、参加した学生からの感想である。「会議室に通されたとき、上座と下座の予習はしてきたけれど、教科書通りの部屋の配置ではなくて困った。」「お茶を出していただいたが、いつ飲んだら良いのか分からなかった。」「帰り際、いつまでも見送りをしてくださるので、何度も振り返って挨拶をしたけれど、いつまですれば良いのか分からなかった。」「目を見て笑顔で話す、って思っていたより難しい。」「先方に何う前に上着を脱ぐと学んだけれど、いつの段階で脱げば良いのか迷った。社屋の入口か、エレベーターの中か。」

取材の内容に関連しては、以下のような感想が寄せられた。「上場する時の裏話や普段の生活の中では知ることのできない企業の方の話を知ることができた。」「いつも何気なく買い物をしているスーパーや薬局の考え抜かれた商品陳列、店舗の雰囲気やお客様への工夫を知り、見方が変わった。」「企業訪問の度にその会社を好きになった。米心石川の米や農産物への思いを知って、ファンになった。何度も通っておにぎりを食べにいつてしまった。これからも、友達や家族に広めたい。」「地元を応援したくなって、地域密着型のスーパーを選んで行くようになった。」「前から知っていた会社が自分の地元の企業だと知って驚き、嬉しく思った。」

その他に寄せられた学生からの意見としては、「東京や名古屋という都会への就職を希望していたが地元企業への就職を再考した。」「地元の食材に関心を持って日々の食を選択するようになった。」「合同企業説明会で取材先の企業のブースを訪ね、インタビュー相手の方と再会して嬉しかった。」「記事を読んで、地元企業でのアルバイトを選択した。」「Jリーグだけでなく地元のサッカーチームの応援にも参加した。」などが挙げられた。

これらの小さな一歩が、地域学習を取り入れた経営学教育の結果であり、本取り組みが大学と地域社会の間に存在する学生に対して、自らの意思で地域経済との関わり持つきっかけとなったことが示唆される。

4.4 企業の反応と意見

各企業に共通した考えとしては、一人でも多くの製品や業界のファンを新規開拓する活動につながればよいとの思いで協力を決めたとのことである。また、学生という若い世代との意見交換に意欲を示す企業も見受けられた。

製造業の企業は、普段の企業活動において店舗を訪れるお客様と直接会話する機会がないため、今回の学生との接触で若いお客様の生の声として参考にしたいと述べている。新商品の開発中であった企業は、学生の意見やアイデアを聞くことができたと述べている。サービス業の企業は、学生に対する社員募集やアルバイト募集活動の一環として取材協力を決め、これをきっかけに一人でも多くの優秀な学生に入社を希望してほしいことや、人材募集と店舗の宣伝になれば嬉しいと述べている。ある企業からは、地元の中小企業では社員募集や企業をアピールする資料を制作する余裕がないため、この記事が企業の説明資料の一つとして提供してみてもどうかとの提案を頂いた。

5 おわりに

地方大学は立地する地域に根差して地域とともに生きていかなければその存在価値を見出すことはできなくなってきている。しかし、地域に迎合した活動を闇雲に行うのではなく、地域社会の状況を考慮しながらも、高等教育機関としての基本的な使命を忘れることなく果たすことが重要であると考えられる。

本稿の前半では本取り組みの位置づけを明らかにするために、他大学の地域貢献活動の内容、経営学教育の現状、石川県内の経営学教育に関する取り組みの三つについて考察した。その結果、本稿で紹介した活動は、地域経済活性化のための経営学教育を目指し、さらに県内の各種の取り組みとの差別化がなされていることが確認され、新たな視座に立つ経営学教育の可能性を示すものであると言える。本稿の後半では、地域学習を取り入れた経営学教育の実施と、それが地域社会への貢献となる可能性が示唆された。

本稿では、主に直接的に記事の作成に関与した学生を扱ったが、今後は、作成された記事を読む、つまり間接的に記事に関与する学生の動向について調査を実施することが計画されている。記事については、業種・業界・用語を整え、経営学の基礎的事項を学ぶための内容に関する補てん作業を進める予定である。また、その過程においても学生の参加が促せる仕組みも取り入れていきたいと考えている。

〈謝辞〉

ご協力頂いた企業の方々には、学生のつたない説明にも関わらず、快くご回答頂きました。ここに改めて感謝申し上げます。

注

- 1 藤井誠一郎「私立大学の収益事業の収益事業の制度を利用した地域貢献の可能性」『同志社政策科学研究』第10巻，第2号，pp.127-137，2008年。
- 2 波巖「「東山」を視点にして，身近な地域の教材化に迫る」鎌倉女子大学紀要，第16号，2009年，pp.25-36。
- 3 富山哲之「長崎地域の特性を生かした生活科教育に関する実践研究」『長崎大学教育学部紀要』第48号，2008年，pp.39-48。
- 4 中澤静男・田淵五十生「地域学習としての「世界遺産教育」」『奈良教育大学紀要』第57巻第1号，2008年，pp.129-140。
- 5 森本三男「経営教育」『Yahoo!百科事典 経営・管理』<http://100.yahoo.co.jp/detail/>（2009年9月5日）
- 6 中山三郎「教育・訓練の意義」藻利重隆編『経営学事典』東洋経済新報社，1967年，p.587。
- 7 社団法人私立大学情報教育協会「経営学教育における学士力（案）」<http://www.juce.jp/gakushiryoku/2009an/keiei.pdf>（2009年10月9日）
- 8 公的機関が仲介する石川県におけるインターンシップに関しては，奥村実樹「地域の産官学連携による大学生のキャリア教育支援について」『金沢星稜大学経済研究所年報』第27号，2007年，pp.17-19を参照。
- 9 同様の目的を持つ取り組み行う民間団体には，県内の広告代理店（2001年設立）と人材派遣会社（2006年設立）が運営する『NPO金沢マチナカ大学』による「タテマチ大学」がある。
- 10 http://www.ucon-i.jp/machinaka_2009/koe.html（2009年9月5日）
- 11 亀野淳「地域における経済団体等の人材育成への取組と課題－大学との連携を中心に－」北海道大学大学院教育学研究院紀要，第106号，2008年，pp.37-51。
- 12 星稜 TODAYとは，金沢星稜大学の事務局が作成している学内日報である。1限が始まる前の8時半から登校してくる学生に手渡しで配布される。A4用紙の表面には，事務局から学生へのお知らせ，クラブ活動の成績，事務連絡などが掲載される。裏面には，教員のコラム，学内や学外のイベントの案内などが掲載される。その日の星稜 TODAYは金沢星稜大学 WEBページにて公開されている（<http://www.seiryu-u.ac.jp/index.html> 2009年9月7日現在）。星稜 TODAYは半期に一度，2500部の冊子としてまとめられ，在学生の保護者やオープンキャンパスに訪れた高校生に配布される。また，筆者山崎が高校訪問や模擬授業を行う際には，北陸の企業を題材に授業を進め，参加した高校生に配布している。
- 13 ビジネス能力検定は，財団法人専修学校教育振興会が運営する社会人に必要な仕事の能力を客観的に評価する検定試験である（<http://www.sgec.or.jp/bken/>）。金沢星稜大学・経済学部ではビジネス能力検定に対応した学習と検定試験3級の取得を必修科目として設定している。（2009年11月13日）

