



- 経済学部
- 経営学部
- 法学部
- 現代社会学部
- 国際関係学部
- 外国語学部
- 文化学部
- 理学部
- 情報理工学部
- 生命科学部
- アントレプレナーシップ学環

経営学部事務室

〒603-8555 京都市北区上賀茂本山  
 TEL.075-705-1454  
<https://www.kyoto-su.ac.jp/>



公式LINE  
@k.s.u



公式Instagram  
@kyotosangyo\_university



公式YouTube  
@KyotoSangyoUniversity



京都産業大学  
Webサイト

※本誌に登場する人物のプロフィールや教育内容、施設などの情報は取材時のものであり変更になる場合があります。

# ABOUT

## Faculty of Business Administration

私たちの未来を  
創造する新しい  
マネジメントがここに

テクノロジーや価値観の変化によって社会が変わり、働き方もライフスタイルも大きく変化する時代。私たちは、大学の学びも進化すべきだと考えます。経営学部は、2027年、カリキュラム改革に挑みます。ここで育成するのは、未来を先取りできる人材です。急激な時代の変化にも柔軟に対応し得る「統合的なマネジメント能力」の養成を目指します。従来のカリキュラムと比べて最も大きな変化は、多様な選択肢から自身の関心に合った科目を履修できる点です。これまでのように、決まった専門分野を選ぶ学びはありません。新カリキュラムは、学問の壁を越える「自由度の高い学び」、時間と場所の制約がない「デジタルを活用した教育」、社会とダイレクトにつながる「実践的な教育」という3つの柱で構成します。多様な選択肢から学生一人一人が自らの関心と未来像に合わせて、学びを自由にデザインできる、まったく新しい教育です。ここでは、答えを教わるのではなく、自ら問いを立て、解決策を創造します。実践経験を積み重ね、「自分を動かし、チームを動かし、社会を動かす力」を身に付けます。時代の変化を楽しみ、新たな価値を創り出す未来に向けて、ここから最初の一歩を踏み出しましょう。

2027 RENEWAL!

詳細はWebへ



### 経営学部

#### └ マネジメント学科

経営学は「組織」の維持発展について考える学問です。現実のビジネスでは、領域を横断する知見こそが新たな価値や発展をうみだします。だからこそ私たちは、あえて「マネジメント学科」にこだわります。専門領域の壁を取り払い、真に必要な学びを自由にデザインできる環境で「自分を動かし、チームを動かし、社会を動かす力」を養うためです。マーケティング、戦略、イノベーション、会計といった経営学の学びと他分野や実践的な学びを組み合わせ、自分だけの専門性をゼロから構築していきます。京都産業大学経営学部が1学科制にこだわり続けるのは、学生の可能性を無限に広げたいという強い意志の表れです。



# MAP of Keywords

多彩なキーワードが示す、経営学部の学びの地図。多様な知識をむすび、新たな価値をうみだす学びは、あなたの可能性を広げ、未来への扉を開きます。さあ、ここから探究の旅に出かけましょう。

#### Pick Up

マーケティング	戦略	イノベーション	会計
人々のニーズを把握し、人々に購入を促す方法を考え、根強いファンを作り出すための仕組みを構築する	市場での立ち位置を明確に定め、ライバルに勝利するためのシナリオを描き、それを実行するための能力を磨く	新しいアイデアやビジネスの仕組みを創造し、それらを実現するためのお金や仲間を集め、社会への普及をはかる	企業のお金の使い道を明らかにするとともに、儲かっている／損している箇所を明らかにし、今後の行動に役立てる



詳細はWebへ

# FEATURES

経営学部の特長  
マネジメントで未来を動かす



## マネジメントで創る 未来の自分 **RENEWAL!**

変化の激しい時代を生き抜くために必要なのは、与えられた問いに答える力だけではありません。自ら問いを立て、仲間と協力し合い、社会を動かす「統合的なマネジメント能力」が不可欠です。未来の主演を育てる経営学部の新カリキュラム、3つの柱を紹介します。

### 新カリキュラムの3つの特長

#### Feature-1 ▶ P.04

将来の選択肢を拡げる  
自由な学び



「何をどう学ぶか」。その全てを自分でデザインする。新しい学びのカタチです。自由を支えるのは、教員・職員・学生による手厚いサポート。決して1人にはしません。

#### Feature-2 ▶ P.05

デジタルで、  
学びが変わる 通学が変わる



時間と場所から解放された学びが、未来と可能性を大きく広がります。これまでとはまったく異なる、新しい経営学部の学びで、あなたらしいキャンパスライフをデザインしましょう。

#### Feature-3 ▶ P.06

リアルな現場を学ぶ  
実践的な教育



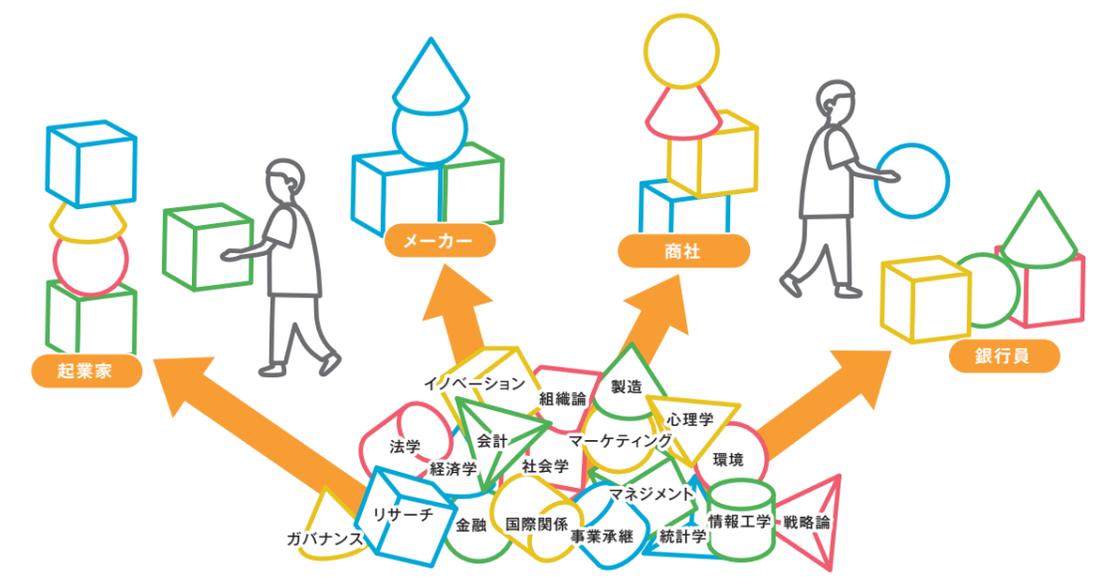
経営学部の教室は、社会とつながる最前線です。教科書では学びきれない「生きた知恵」を獲得し、未来のプロフェッショナルへと成長しましょう。

### Feature-1

## 将来の選択肢を拡げる 自由な学び



「選ぶ」だけの学びから、「創る」学びへ進化します。新カリキュラムには、決まった道はありません。あなたの「なりたい」「知りたい」「身につけたい」という意欲を大切に、自ら学びをデザインしていきます。自分だけの学びの地図を自由に描いてください。



**Point**

自由度の高い  
カリキュラム

将来の夢や目標に沿った自分だけの履修プランをゼロから創り出します。自由でありながらも、段階的に基礎から応用、発展へと学べる設計で、着実に知識を身に付け、自分らしい道を歩めます。

**Point**

知識を拡げる  
他学部科目

10学部1学環が集結する「日本最大規模の文理融合型ワンキャンパス」の強みを最大限に活用し、他学部が開講する幅広い専門分野を学ぶことができます。学部の枠にとらわれない多様な学びが、キャリアの選択肢を拡げます。

**Point**

安心の  
コースモデル

自由な学びのベースとして、18の「コースモデル」を用意。手に入れたい知識やスキル、資格など、目指すキャリアに近いコースを選択し、途中で自分らしい学びに組み替えることも可能です。まだ将来が決まっていなくても、自分だけの道が見つかります。

なり たい	起業・事業承継をしたい	知 り た い	多様な働き方を知りたい	身 に つ け た い	組織の戦略について学びたい
	サステナブルな社会を目指したい		流通/サービス業界を知りたい		組織を導く力を身につけたい
	公務員になって地域を支えたい		製造業(ものづくり)を知りたい		クリエイティブな力を磨きたい
	会計人になって企業を支えたい		金融業界を知りたい		経営データ分析に必要な力を養いたい
	グローバルに活躍したい		情報通信業界を知りたい		マーケティングに必要な力を養いたい
	スポーツで社会を元気にしたい		広告業界を知りたい		会計から経営をみる力を身につけたい

2026年3月現在

Feature-2

デジタルで、  
学びが変わる  
通学が変わる



対面とオンデマンドを選択できるカリキュラムの導入は、単なる教育手法の改革ではありません。大学生活をもっと自由に、もっと豊かにするための「キャンパスライフの進化」です。リアルとデジタルの融合で時間も場所も超える、ハイブリッドな教育が、キャンパスライフに変革を起こします。

デジタルを活用した教育のメリット

Point

通学時間や  
空き時間を有効活用

対面とオンデマンドを選択できることにより、これまで何となく過ごしていた通学時間や授業の空き時間が、インプットの時間になります。スマートフォン1つで、いつでもどこでも学べる環境が、学生の「学びたい」を全力でサポートします。

Point

自身で時間を  
マネジメント

今の学生は、授業以外にも学外活動や将来に向けた資格の取得など、多種多様に活動しています。時間割にしばられず、時間を自由にデザインできることで、限られた時間を効率的に活用できます。スケジュール管理能力も自然と身に付きます。

Point

繰り返しの学びで  
学修効果向上

専門用語や複雑な理論も、オンデマンドなら自分のペースで何度でも繰り返し学修できます。理解できるまで徹底的に向き合えるから、知識もスキルも深く、そして確実に定着します。対面授業とメリハリのある学び方で、高い学修効果が期待できます。

キャンパスライフの  
変化(例)

学び方が変われば、毎日の景色も変わる。時間や場所にとられない新しい学び方は、これまでの大学生の常識を覆す、新しいキャンパスライフを実現します。

自宅(オンデマンド授業)

朝は自宅でオンデマンド授業を1本受けてから、ゆっくり大学へ。満員電車を避けられるから、混雑した車内で疲弊することはありません。余裕を持って一日をスタートできます。

通学(オンデマンド授業)

電車やバスでの通学時間は、スマートフォンを活用して次の授業の予習や課題に取り組むインプットの時間に。資格取得のための勉強に打ち込むなど、「タイパ」を重視した効率的な学修が可能です。

大学(対面授業)

キャンパスでは、仲間とのディスカッションや実践的なグループワークに集中。クラブ・サークル活動にも参加可能です。教員の直接指導を受けられるから、学修に対する不安も安心になります。



学部ニュース



学部の特長

Feature-3

リアルな現場を学ぶ  
実践的な教育



経営学部の教科書は、リアルな社会。教室は、社会とつながる最前線です。企業のリアルな課題、現場で活躍するプロの声、仲間と挑むプロジェクト。教科書だけでは決して学べない「生きた知恵」が、社会で活躍できる真のプロフェッショナルへと育てます。

Point

具体的な企業の事例を  
用いて少人数で議論

有名企業の成功戦略や失敗事例を題材に、少人数で徹底的に議論する「ケース分析」。意思決定のリアリティに触れ、自分の提案が社会を動かすダイナミズムを体験します。答えのない問いに向き合う中で、物事の本質を見抜く思考力と的確な判断力が磨かれます。

Point

多数のゲストスピーカー  
から最新のビジネスを学ぶ

さまざまな業界の第一線で活躍するビジネスパーソンをゲストスピーカーとしてお招きします。刻々と変化し続けるビジネスの現場から、仕事のやりがい、成功の秘訣、そしてリアルな失敗談まで、生の声を聞きます。ここでしか得られない貴重な話が満載です。

Point

2年次から始まる  
ゼミナールによる  
学外活動

仲間と共に1つのテーマを探究するゼミナールが、2年次からスタート。地域企業との商品開発や商店街の活性化プロジェクトなど、フィールドワークの機会も豊富です。伝統と革新が調和する京都の街を舞台に、生きた教材から学び、発展させていきます。

▶詳しくはP.09

開講予定授業(例)

- 経営戦略ケース分析
- 企業組織ケース分析
- 戦略マネジメント・ケース分析
- 国際経営ケース分析
- イノベーションマネジメント・ケース分析
- ベンチャービジネス・ケース分析
- マーケティング・ケース分析
- 持続可能な社会の課題と政策ケース分析

など

ゲストスピーカー(例)

- 総合商社 デジタル事業部長  
「日本の経済を支える事業」
- 化粧品メーカー 代表取締役  
「「組織を動かす」経営改革」
- 飲食チェーングループ 最高経営責任者  
「赤字を黒字化する「魔法の戦略」」
- PRコンサルティング会社 次長  
「マネジメントと広報の役割」

など

ゼミナール(例)

- 中野ゼミナール  
京都市内のカフェと共同開発したオリジナルケーキの販売/京都市内の商店街における屋台おでんの販売イベントを実施
- 須賀ゼミナール  
マーケティング戦略を生かした大阪の化粧品メーカーへの販売促進提案/兵庫県淡路市でのフィールド調査や市役所へのプロモーションの提案

など





詳細はWebへ

# 4-YEAR STUDIES

4年間の流れ 将来の選択肢を広げる自由な学び

**オープンバッジを導入！知識や経験を記録し証明する仕組み**

オープンバッジは、学位とは別に専門性や実践経験を表すデジタル証明書です。近年、社会的に評価が高まっており、スキルや学びを具体的に可視化できるものとして、就職活動や生涯学習などで活用されています。経営学部では、指定科目の修得や成績優秀者に対して、1年次から学修の到達度に応じて段階的にバッジを発行し、学生の主体的な学びの促進と教育の質向上ができる仕組みを提供しています。

## 目標設定



自分の目標に沿って自由に関わり合わせる

将来の目標や興味関心に合わせて、科目を自由に組み合わせることができます。経営学の専門分野を基礎から応用分野へ段階的に学びます。加えて、他学部・他分野の知識も修得することで、将来のなりたい自分を実現することが可能です。

## 安心のコースモデル

※ P.04 参照

「なりたい」「知りたい」「身につけたい」をキーワードに、社会で必要とされる分野から18のコースモデルを用意しています。

### 18のコースモデル (抜粋)

- **なりたい**
  - ・「起業・事業承継をしたい」
  - ・「サステナブルな社会を目指したい」 など
- **知りたい**
  - ・「多様な働き方を知りたい」
  - ・「広告業界を知りたい」 など
- **身につけたい**
  - ・「組織の戦略について学びたい」
  - ・「クリエイティブな力を磨きたい」 など

## 1st YEAR [1年次]

基盤科目と導入科目でベースとなる知識を修得

### 《導入》 15科目以上から選択

- 戦略と組織入門
- 経営管理論
- 経営史入門
- マーケティング入門
- イノベーション概論
- マーケティング概論
- 会計ファイナンス入門
- 商業簿記
- 会計学概論
- ガバナンス概論 など

## 2nd YEAR [2年次]

知識領域を横断して学び、ゼミナール活動もスタート

### 《基礎》 40科目以上から選択

- 経営戦略論
- サステナビリティ経営
- 日本経営史
- 消費者行動論
- ベンチャービジネス論
- マーケティング戦略
- 社会調査法
- 財務会計
- 人材マネジメント論
- 経営統計 など

## 3rd YEAR [3年次]

ゼミナール活動が本格化 専門の学びを深める

### 《応用》 50科目以上から選択

- 企業間関係論
- 組織変革論
- 戦略とビジネスモデル
- 経営情報管理論
- 中小企業経営論
- マーケティング・コミュニケーション
- 管理会計
- 法人税会計
- 産業組織心理学
- ソーシャル・ガバナンス論 など

## 4th YEAR [4年次]

学びの集大成として「卒業論文」に取り組む

### 《発展》 15科目以上から選択

- 経営戦略ケース分析
- インクルーシブ・ビジネス・ケース分析
- 戦略マネジメント・ケース分析
- ベンチャービジネス・ケース分析
- 持続可能な社会の課題と政策ケース分析
- イノベーションマネジメント・ケース分析
- 企業組織ケース分析
- マーケティング・ケース分析
- 国際経営ケース分析 など

### 「知識を広げる他学部・共通教育科目」 —ワンキャンパスの魅力— 800科目以上から選択

京都産業大学では、学部や専門の枠を超えて学べる「文理融合型ワンキャンパス」の特長として他学部開講科目の履修が可能です。

経営学部では、他学部などの幅広い分野の履修を推奨しており、他分野の知識も修得することで、将来のなりたい自分を実現することが可能です。

- ・経済学部(金融論、ビジネスエコノミクス など)
- ・法学部(人事・労務の実務、人事・労務インターンシップ など)
- ・現代社会学部(消費文化論、広告メディア論、スポーツ技術・戦術論 など)

- ・国際関係学部(国際金融論、国際資源エネルギー論 など)
- ・外国語学部(ホスピタリティビジネス論 など)
- ・文化学部(エコソリズム論、環境論、国際貢献とボランティア など)

- ・理学部(産業と数学、情報と社会、情報と職業 など)
- ・情報理工学部(コンピュータ概論、ヒューマンインタフェース など)
- ・アントレプレナーシップ学環(起業家たちから学ぶ、脱炭素ビジネス など)

- ・共通教育科目(心理学の世界、現代社会論、キャリア実習(自己開拓型)、環境問題と環境倫理を考える、社会と人間の心理学 など)
- ※2026年3月現在



### コースモデルの科目選択 (イメージ)

#### 《導入》 15科目以上から選択

- 戦略と組織入門
- 経営管理論
- 経営史入門
- マーケティング入門
- イノベーション概論
- マーケティング概論
- 会計ファイナンス入門
- 商業簿記
- 会計学概論
- ガバナンス概論 など

#### 《基礎》 40科目以上から選択

- 経営戦略論
- サステナビリティ経営
- 日本経営史
- 消費者行動論
- ベンチャービジネス論
- マーケティング戦略
- 社会調査法
- 財務会計
- 人材マネジメント論
- 経営統計 など

#### 《応用》 50科目以上から選択

- 企業間関係論
- 組織変革論
- 戦略とビジネスモデル
- 経営情報管理論
- 中小企業経営論
- マーケティング・コミュニケーション
- 管理会計
- 法人税会計
- 産業組織心理学
- ソーシャル・ガバナンス論 など

#### 《発展》 15科目以上から選択

- 経営戦略ケース分析
- インクルーシブ・ビジネス・ケース分析
- 戦略マネジメント・ケース分析
- ベンチャービジネス・ケース分析
- 持続可能な社会の課題と政策ケース分析
- イノベーションマネジメント・ケース分析
- 企業組織ケース分析
- マーケティング・ケース分析
- 国際経営ケース分析 など

### 「知識を広げる他学部・共通教育科目」 —ワンキャンパスの魅力— 800科目以上から選択

- ・経済学部(金融論、ビジネスエコノミクス など)
- ・法学部(人事・労務の実務、人事・労務インターンシップ など)
- ・現代社会学部(消費文化論、広告メディア論、スポーツ技術・戦術論 など)

- ・国際関係学部(国際金融論、国際資源エネルギー論 など)
- ・外国語学部(ホスピタリティビジネス論 など)
- ・文化学部(エコソリズム論、環境論、国際貢献とボランティア など)

- ・理学部(産業と数学、情報と社会、情報と職業 など)
- ・情報理工学部(コンピュータ概論、ヒューマンインタフェース など)
- ・アントレプレナーシップ学環(起業家たちから学ぶ、脱炭素ビジネス など)

- ・共通教育科目(心理学の世界、現代社会論、キャリア実習(自己開拓型)、環境問題と環境倫理を考える、社会と人間の心理学 など)
- ※2026年3月現在

### 4年間を通じた少人数教育

1年次春学期から始まる少人数クラスで仲間と共に基礎知識を養います。そして、2年次春学期から始まる「ゼミナール」では、多彩な約30ゼミのコミュニケーションが密になるだけでなく、企業や外部の方とのディスカッションもより活発に。一般的には3年次からスタートするゼミナールの中から関心のあるゼミナールを選びます。教員や学生同士を、経営学部では2年次から、3年間継続して取り組みます。

#### 1年次 基盤科目

1年次春学期から少人数クラスでの学びがスタート。大学での基礎知識や「社会思想・歴史思想・論理思想」の観点から、経営学の基礎を学びます。

#### 2年次 演習1、2

2年次春学期からゼミナールがスタート。研究に関する基礎的な知識・スキルを学びながら、主体的に取り組む自主性を身に付けます。

#### 3年次 演習3、4

演習活動に協力して取り組みながら、専門知識とともに、論理的思考力、課題の発見・解決力、コミュニケーション能力などを身に付けます。

#### 4年次 演習5・6

研究活動と議論を重ねながらこれまでの演習の成果をまとめ、学生生活の集大成である卒業論文を作成します。

### 想定される進路

- 製造業(メーカー)
  - 金融業
  - IT・情報通信業
  - 公務員
  - 商社
  - コンサルティング・広告業
  - サービス・インフラ業
  - 起業
  - 事業継承 など
- (営業、生産管理、事業企画、マーケティング、Web マーケター、コンサルタント、人事、銀行員、証券アナリスト、ファイナンシャルプランナー、公認会計士、税理士、公務員 など)

経営学部では、「企業や組織の運営に関する幅広い知識」や「実践的な学び」を身に付けるため、多様な業界・職種での活躍が期待できます。また、「会計資格」を生かした専門職の進路も特長です。

FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

経営学部

京都産業大学



**Topic :**

**ガストロノミーとツーリズムのマーケティング  
(一企業や自治体とコラボしてマーケティングスキルを体得)**

**Outline :**

地域ならではの食材・料理を地理や歴史といった文化的背景から理解する「ガストロノミー」と「ツーリズム」を軸に、実践的なマーケティングや商品化のプロセスに取り組みます。企業・自治体と連携しながら、学生自らの力で地域の食文化振興やアクティビティ企画を形にしていく、体験型学習が大きな特長です。近年の消費者は、旅行やイベントなど「体験」を重視する傾向にあります。そうした消費トレンドを踏まえ、学生たちには商品の背景にある文化やストーリー、つくり手の思いをくみ取り、新たな商品価値を創出する力を修得してもらいます。実社会で多彩な人と関わりながらマーケティングの学びを実践する中で、主体性や協働力を養う実践的なゼミナールです。



上元 亘 准教授

マネジメント学科  
専門分野：サービス・マーケティング、リレーションシップ・マーケティング

**Profile :**

関西生まれの関西育ちで、2018年から京都在住。経営学は戦略論から入ったが、大学でマーケティングの面白さに触れ、現在に至る。美食と旅行が趣味で、大の甘党である。料理をすることも多く、家族からは料理長とも呼ばれている。



柴野 良美 准教授

マネジメント学科  
専門分野：経営戦略論、組織論

**Topic :**

**パーパス経営と経営戦略**

**Outline :**

「パーパス (purpose)」は一般的には目的や目標の意味で用いられますが、企業経営において、企業の存在意義を表す用語としても用いられるようになりました。企業がその存在意義を明らかにして、社会に貢献できる「志のある経営」を行うことが大切だからです。このゼミナールでは、2年次で経営戦略の基礎知識を学び、3年次からは企業の方とコミュニケーションを重ねて、その企業の課題解決提案のための活動に取り組みます。学生の主体性を大切にしていますが、安心して取り組みが進められるよう、学生からの相談などには適切なサポートを心がけています。開講から2年目ということもあり、活動内容について学生の「こんな活動してみたい」といった意見を積極的に取り入れていく予定です。

**Profile :**

大学で金融を学び、卒業後は公認会計士・税理士としてさまざまな実務を経験する。さらに、大学院で経済学の修士号、MBA(経営管理修士)、商学の博士号を取得し、幅広い知識を生かして研究活動に取り組む。

# SEMINAR

ゼミナール紹介

## 2年次から3年間で、関心のあるテーマを深め、貴重な経験を積む

**Topic :**

**娯楽における消費とマーケティング**

**Outline :**

スポーツや音楽、アニメや推し活、旅行など多彩なテーマで、エンターテインメント産業の消費者行動とマーケティングを研究するゼミナールです。2年次には統計データの見方や仮説の作成法といった社会科学の基礎を学び、3年次には具体的なテーマに対してグループでデータの収集・分析を行って解析力を高めます。さらに、個人やグループでの発表を通して表現力も磨きます。そして4年次には卒業研究に挑戦。各学生の興味に応じ、例えば「テーマパークのBGMが消費行動にどう影響するのか」や「なぜ同じコンサートに何度も参加したくなるのか」など自由にテーマを設定して探究していきます。こうした活動を通じて、社会で求められる情報収集力や分析力、伝える力を着実に修得できます。



涌田 龍治 教授

マネジメント学科  
専門分野：消費者行動論、マーケティング

**Profile :**

少年期を兵庫県で過ごし、青年期は東京の大学で学ぶ。その後は宮城県を経て京都へ。現在は、エンターテインメント・サービスをメインに「サービス業」における顧客維持率と収益性の関係について研究を行っている。

# SEMINAR & FACULTY

ゼミナール&教員DATA 2026年3月現在



<p><b>経営管理を生かしたチームマネジメント・プロジェクトマネジメント</b> 赤岡 広周 教授 専門分野：経営管理など</p>	<p><b>CSR、ソーシャル・イノベーション</b> 古村 公久 准教授 専門分野：企業社会論、非営利組織論など</p>	<p><b>サプライチェーン・マネジメント</b> 中野 幹久 教授 専門分野：オペレーション・情報管理など</p>	<p><b>キャリアデザイン</b> 松高 政 准教授 専門分野：学校から職業への移行、若年層のキャリア形成・職業能力開発、産学協働教育など</p>	<p><b>ソーシャル・リサーチ</b> 李 為 教授 専門分野：理論社会学、都市文化論、社会調査法など</p>
<p><b>企業戦略と財務情報</b> 石光 裕 教授 専門分野：財務会計、財務諸表分析など</p>	<p><b>経営と会計</b> 近藤 隆史 教授 専門分野：会計学、管理会計論、マネジメント・コントロールなど</p>	<p><b>データ解析・数理的アプローチによる社会・経済・経営問題の解決法探索</b> 西田 喜平次 准教授 専門分野：統計学、社会システム工学など</p>	<p><b>歴史=長期的な視点から日本企業・企業家・地域の発展を学ぶ</b> 松本 和明 教授 専門分野：日本経営史・企業家史、新潟県を中心とする地域産業史など</p>	<p><b>人とイノベーション</b> 李 樹萱 助教 専門分野：イノベーション、経営戦略など</p>
<p><b>ガストロノミーとツーリズムのマーケティング</b> 上元 亘 准教授 専門分野：サービス・マーケティング、リレーションシップ・マーケティングなど</p>	<p><b>グローバル競争と働き方</b> 篠原 健一 教授 専門分野：雇用関係論、人材マネジメント論など</p>	<p><b>経営戦略論とイノベーション</b> 新田 隆司 助教 専門分野：イノベーション、経営戦略など</p>	<p><b>持続可能な発展とソーシャル・ガバナンス</b> 宮永 健太郎 教授 専門分野：ソーシャル・ガバナンス論、持続可能な発展論、環境ガバナンス論など</p>	<p><b>娯楽における消費とマーケティング</b> 涌田 龍治 教授 専門分野：消費者行動論、マーケティングなど</p>
<p><b>社会課題解決に資するビジネス</b> 大杉 卓三 准教授 専門分野：インクルーシブ・ビジネス論、ソーシャル・ビジネス論、ICT 4Dなど</p>	<p><b>グローバル競争と働き方</b> 篠原 健一 教授 専門分野：雇用関係論、人材マネジメント論など</p>	<p><b>経営戦略論とイノベーション</b> 新田 隆司 助教 専門分野：イノベーション、経営戦略など</p>	<p><b>薄記および財務会計の研究</b> 橋本 武久 教授 専門分野：簿記、財務会計、会計史など</p>	<p><b>[2026年4月開講予定] 会計データをはじめとする企業データの分析</b> 早川 翔 准教授 専門分野：管理会計・原価計算など</p>
<p><b>組織コミュニケーション</b> 岡部 曜子 教授 専門分野：組織論、国際経営学など</p>	<p><b>マーケティング</b> 須賀 涼太 助教 専門分野：マーケティング、生産財マーケティングなど</p>	<p><b>経営戦略論とイノベーション</b> 新田 隆司 助教 専門分野：イノベーション、経営戦略など</p>	<p><b>アントレプレナーシップの経営学</b> 森口 文博 助教 専門分野：経営戦略論、アントレプレナーシップなど</p>	
<p><b>企業家能力の育成</b> 久保 亮一 教授 専門分野：経営戦略論、アントレプレナーシップなど</p>	<p><b>組織・個人・社会のリスクマネジメント</b> 舘澤 吉彦 教授 専門分野：ファイナンス、保険論、リスクマネジメントなど</p>	<p><b>好きなことを科学する</b> 星野 雄介 准教授 専門分野：イノベーション論など</p>	<p><b>デザイン・シンキングの実践</b> 森永 泰史 教授 専門分野：製品開発論、デザインマネジメントなど</p>	
<p><b>グローバル・アジア企業戦略—デジタル・イノベーションと新興国ビジネス</b> 具 承桓 教授 専門分野：イノベーション・マネジメント、経営戦略論、技術・オペレーション管理、グローバル・サプライチェーンマネジメント、製品開発論など</p>	<p><b>さまざまな視点から組織を分析する</b> 高尾 義明 教授 専門分野：経営組織論、組織行動論など</p>	<p><b>新規事業の創造とビジネスプラン</b> 中井 透 教授 専門分野：中小企業経営、財務管理など</p>	<p><b>会計理論の基礎と応用</b> 松下 真也 教授 専門分野：会計制度論、財務会計論、簿記論など</p>	<p><b>会計とリスクマネジメント</b> 行待 三輪 教授 専門分野：財務会計、国際会計など</p>
			<p><b>財務会計、財務諸表分析</b> 吉岡 一郎 教授 専門分野：会計学、監査論など</p>	



詳細はWebへ

# ACCOUNTING DIVISION



アカウントニング部会

## 会計専門職を目指す学生を支援する「アカウントニング部会」



### 仲間と資格取得を目指す 特別な空間

アカウントニング部会では、公認会計士や税理士、国税専門官などの会計専門職に就くための資格取得を支援しています。学生は専用の学修スペースでいつでも勉強に専念し、同じ志を持つ仲間と切磋琢磨し合い、有資格者の教員からアドバイスや励ましを受けることができます。実際にこの部会から、公認会計士に現役合格を果たした学生を輩出しています。アカウントニング部会で、会計プロフェッショナルとして活躍する第一歩を踏み出してください。

### 高校での会計資格取得者に特別な修学支援

高校時代に日商簿記検定3級以上や全商簿記検定1級に合格した学生は、入学後に申請することで簿記関連科目で最大10単位の認定を受けることができます。また、日商簿記検定2級以上や全商簿記検定1級取得者は、2・3年次向けの会計科目を1年次から先行して履修でき、早い段階から公認会計士や税理士などを目指すための準備が可能となります。



STUDENT'S MESSAGE  
在学生



GRADUATE'S MESSAGE  
卒業生

### 入会1年で税理士試験の1科目を突破

大学入学後に簿記の面白さを知り、日商簿記検定の2級に合格。専門的な資格を生かして働きたいと考え税理士を目指しました。そして3年次の春に学部事務室から紹介されたアカウントニング部会に所属したのです。アカウントニング部会専用の学修スペースには参考書や模擬試験問題集がそろっており、有資格者の先生に何でも相談できます。何より高い目標を持つ仲間に出会い、励まし合いながら一心に勉強に打ち込むことができます。そのおかげで3年次に税理士試験の簿記論を、4年次に財務諸表論を突破できました。

中田 恵理子 マネジメント学科 4年次  
(和歌山県・和歌山南陵高等学校出身)

### 国内屈指の最難関資格合格 公認会計士試験を3年次に現役突破

大学3年次に公認会計士試験に合格し、現在はEY新日本有限責任監査法人の監査部門で上場企業を担当しています。公認会計士は高校時代からの夢だったものの、試験勉強中は何度も心が折れそうになりました。今の自分があるのは、誰よりも私の合格を信じ、励ましてくださった先生のおかげです。「頑張って目標を達成した」という経験は、アカウントニング部会で努力を積み重ねてきたから得られた、何にも代え難い財産です。

EY新日本有限責任監査法人勤務  
柴原 溪さん 2023年卒業



# GRADUATE'S INTERVIEW

卒業生紹介

# INTERVIEW

・ INTERVIEW ・

アクセンチュア株式会社 勤務

工藤 杏樹 さん  
経営学科\* 2018年卒業

Q.現在の業務内容について教えてください。

お客さま企業・組織に対し、人事・労務を中心とした業務改善に取り組んでいます。多彩なデータ分析から本質的課題を見つけだし、「対話型AIの導入」や「無駄な工数の削減」といった最適な解決策を提案・実施します。業務の負担軽減や生産性向上を通じ、多くの方に貢献できる点がやりがいです。

Q.思い出に残っている大学時代の学びについて教えてください。

ゼミナールではハウスメーカーや飲料メーカーを訪問し、企業の経営戦略や組織運営について体験的に学びました。さらに、靴メーカーに対しては新商品の提案も実施。チームで顧客ニーズや流行などを分析し、企業に提案する中で培った協働力や分析力は、今の仕事にも大きく生きています。

学生時代の思い出



ゼミナールで学園祭に参加しました。学んだ経営理論や組織運営の知識も駆使し、販売する商品や価格、運営手法を皆で考え、広報活動を積極的に実施。その結果、設定した売上目標を達成できました。

卒業生



## 大学で培った分析力や 組織運営の知識を駆使し 業務改善に取り組む

※「経営学科」は2018年度以前の募集学科です。現在は「マネジメント学科」で募集しています。

詳細はWebへ

FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

京都産業大学

FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

経営学部



詳細はWebへ

・ INTERVIEW ・

株式会社マイナビ 内定

内定者

田村 莉子

マネジメント学科 4年次 (徳島市立高等学校出身)

Q. 就職面接に役立った大学での学びは？

2年次から始まるゼミナールの授業です。ゼミナールでは、毎週数人ずつ順番に発表を行う時間があります。私は人前に立つことが苦手で、最初はうまく発表できませんでした。回を重ねるごとに自信が付き、論理的に分かりやすく話せるようになりました。その結果、就職面接でも自分の意見を堂々と伝えることができ、内定につながったと思います。

Q. 大学での学びや修得したスキルを、就職先でどのように生かしたいですか？

ゼミナールでは企業が抱える課題をインタビューして、その解決策を提案したり、企業と連携してコラボ商品を開発したりする機会が多くありました。そんな学びを通して課題解決能力や主体性が身に付きました。内定先でも、企業の採用課題やニーズを丁寧にくみ取り、最適な採用活動につながる提案ができるよう能動的に行動したいと考えています。

学生時代の思い出



ゼミナールでは「KAMOGAWA BAKERY」と商品開発を体験。商品は上賀茂神社で開催された京都パンフェスティバルで販売し、完売しました。企画提案から宣伝・販売まで行い、ビジネススキルが向上しました。

企業との商品開発で  
培った協働力や  
課題解決能力が  
内定につながる

# CAREERS

キャリア  
サポート

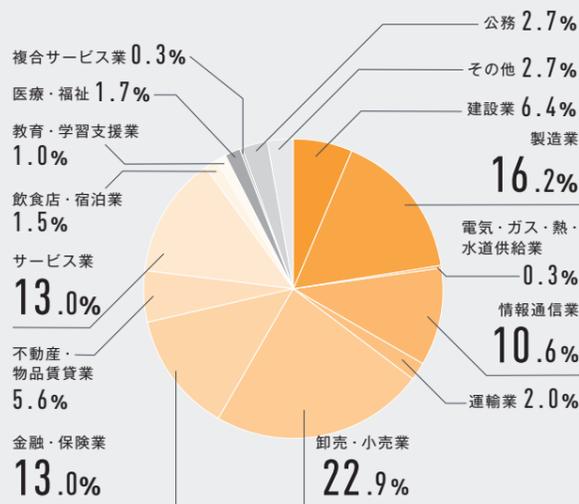
文部科学省に最優秀賞と認められたキャリア実習をはじめ、入学直後から卒業まで多彩なキャリア形成支援プログラムを展開。低年次から自分のキャリアを描く機会を設け、社会で生き抜く力を育てます。就職活動では、約40人の専任スタッフが年間約12,000回の個別面談を実施するなど、きめ細かにサポート。こうして培われる資質や能力は、卒業生が就職した企業や社会からも高く評価されています。

就職率(経営学部)

# 98.8%

2024年度実績

就職先 業種割合



2024年度実績

※就職先業種割合については、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%とならない場合があります。

資格

資格受験専門学校による講義を、特別価格で受講できます。講師は実績のある専門学校の受験対策スペシャリスト。資格サポート室とタッグを組み、資格・講座選びから合格まで徹底的にサポートします。

取得可能な教員免許状

■高等学校教諭一種免許状(商業)

取得を推奨している資格

- 公認会計士 ■税理士 ■国税専門官 ■日商簿記検定
  - ファイナンシャル・プランナー ■中小企業診断士
  - 証券アナリスト ■TOEIC®
  - マイクロソフト オフィス スペシャリスト
- (MOS: ExcelやWordなどのマイクロソフトオフィス製品の利用スキルを証明する資格)

就職先一例 (50音順)

- |             |                |             |       |        |
|-------------|----------------|-------------|-------|--------|
| エーザイ        | すかいらーくホールディングス | 宝ホールディングス   | 堀場製作所 | LIXIL  |
| 亀田製菓        | セキスイハイム不動産     | テルモ         | マイナビ  | りそな銀行  |
| キャノン        | 積水ハウス          | ニトリホールディングス | 村田製作所 | YKK AP |
| 京都銀行        | 大和証券           | 日本生命保険      | 安川電機  | ワコール   |
| キリンホールディングス | 大和ハウス工業        | 日本郵便        | 山崎製パン | 京都市消防局 |
| Sky         | タカラスタンダード      | 日立製作所       | ユニクロ  | 警視庁    |

学部トピックス

会計資格の取得をサポート

1. 検定試験“無料”受験 全国初!

日商簿記検定3級の内容を学修する商業簿記Ⅱの授業では、“全国初”となる大学の期末試験に「日商簿記検定試験」の団体受験を導入しています。受講生は、日商簿記検定を“無料”で受験することができ、授業内での資格取得が可能です。入学直後の1年次春学期から簿記検定の知識を段階的に学び、早期の資格取得を目指す環境を提供しています。

2. 経営学部独自の奨励金制度

難易度の高い会計資格を取得された方には、その努力を称え、経営学部独自の奨励金などを交付しています。これまでに、公認会計士試験や税理士試験、国税専門官試験などの合格者に対して表彰式を開催し、奨励を行いました。例えば、公認会計士試験の短答式合格者には10万円、論文式合格者には20万円を交付しています。

内定者への  
インタビュー動画を  
配信中!

経営学部の学生広報スタッフ「マネスタ」が、経営学部の先輩学生へ就職活動や大学生活のアレコレをインタビューした動画を配信しています。動画は随時更新中です。リアルな学生の声をぜひお聞きください。

経営学部公式  
YouTube  
「リアルな経営学部  
部ちゃんねる」



アサヒ飲料株式会社 内定

内定者

橋本 音哉

マネジメント学科 4年次 (大阪府・箕面自由学園高等学校出身)

Q. 内定につながった大学での学びや修得したスキルは？

ゼミナールでは、地域活性化や文化・伝統の保全に向けた具体的方策を探究しました。農家に宿泊して農業体験などを行う「農泊」を軸に、農家への取材も行いながら、提案を行いました。その中で磨いた、本質を捉え、持続可能な策を導くスキルが、CSR活動(企業の社会的責任)にも注力する内定先に評価いただけたと思います。

Q. 就職先でどのように活躍したいですか？

ゼミナールで培った“社会課題を経営視点から解決する力”を生かし、企業成長と社会貢献を両立する新商品を開発したいです。また、私は学部で学んだマネジメント能力を発揮し、所属するアメリカンフットボール部を立て直しました。その経験を活かして、組織の持続的な成長に貢献していきたいです。

学生時代の思い出



印象深いのは他大学との合同ゼミナールです。お互いに研究発表を行い、意見を交わす中で視野が広がり、傾聴力が高まりました。また、相手に分かりやすく伝える力も向上したと感じます。

持続可能性を考え、企業成長と  
社会貢献を両立する商品を開発

FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

京都産業大学

FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

経営学部