

2024 年 3 月 5 日

2024 年度経営経済学部アジアスタディツアー報告

経営経済学部

研修名：経営経済学部アジアスタディツアー

目 的：成長を遂げたアジアの現場でビジネスを展開する日本企業の最前線を訪問し、国際経営の現場を体感して経営課題を学ぶとともに、シンガポールの学生との交流を通じて多様性とグローバルビジネスに必要なスキルに触れ、学生自身の経験と視野を広げることを目的とする。

研修国：マレーシア、シンガポール

日 程：2025 年 2 月 16 日（日）～2 月 23 日（日）（6 泊 8 日）

参加者：経営学科 8 名

単 位：共通教育科目「スタディアブロード」として 2 単位

スケジュール：

月 日	内 容
2/16(日)	関西空港発、マレーシアへ移動
2/17(月)	日本企業①を訪問、経営状況を学ぶ
2/18(火)	グループ自主行動（国立博物館での文化学習を含む）
2/19(水)	シンガポールへ移動。到着後グループ自主行動
2/20(木)	日本企業②を訪問、経営状況を学ぶ。その後ビジネス街散策
2/21(金)	協定校訪問（大学紹介等プレゼン、キャンパスツアー、学生交流）
2/22(土)	グループ自主行動（国立博物館での文化学習を含む）、シンガポール発
2/23(日)	関西国際空港着

学修成果：

1. 国際経営の理解—日本企業①においては、日本とは異なるニーズに対応する製品やサービスの開発、妥協することがない品質基準の達成、文化が異なる従業員のモチベーションを引き出し、相互に尊重しながら事業を進めるマネジメントを学んだ。また、日本企業②においては、シンガポールを拠点にアジア圏に広げるビジネスの視野、日本とは異なる顧客層とサービスへのニーズ、域内を駆け回るダイナミックな動きを、第一線で活躍するビジネスパーソンから学んだ。
2. 異文化の理解—多民族国家である両国において国立博物館を訪問し、国の成り立ちや文化・宗教・生活の多様性に触れ、それに由来する価値観や国民生活の違いについて気づきを得るきっかけとなった。また、グループ自主行動での商業施設や観光施設の訪問を通じて、現地での食料や衣料の品ぞろえの違いやブランドの浸透などを目の当たりにする機会を得るとともに、海外での行動時におけるリスク管理や公共交通機関の利用方法についても貴重な経験をした。
3. 同世代との交流—協定校訪問を通じて同世代の学生と交流することにより、コミュニケーションは英語力だけではないことを実感するとともに、考えの違いや共通点などを見出すことで国際感覚を修得する機会を得た。

以上