

経営学参照基準 (試案)

第1次原案 文責 沼上 幹

1. 経営学の定義

学問を定義しようとする場合に、その学問が用いる概念や方法に基づいて特徴をつかみ取るアプローチと、その学問が扱っている対象に注目して特徴づけるアプローチの2種類があると思われる。社会科学系では、経済学や社会学が前者のアプローチで定義しやすいのに対し、経営学は後者、すなわち扱っている対象・現象に注目して特徴付けることが適切な学問分野である。

経営学の対象とは、最も狭く定義するならば、〈市場経済システムにおける私企業〉である。実際には更にそれよりも広がりのある研究対象が経営学には存在するが、ここでは理解を容易にするために、まずそのような狭い定義から議論をスタートすることにしたい。経営学は、このような私企業を観察対象の中心に置いて、その観察対象に関する原理原則を解明していく学問である、と捉えることで経営学とは何かを定義する作業を行なうことにしよう。

〈市場経済システムにおける私企業〉は社会的に見て非常に重要な機能を担う存在である。それがあまりにも重要であるが故に、〈市場経済システムにおける私企業〉という対象を観察の中心に据えた学問分野である経営学が存在する。経営学は、経済学や社会学、心理学、工学などの知識を活用しながら、その〈市場経済システムにおける私企業〉の直面する問題を明らかにし、それを中心として発生する現象を解明する。経営学は、それらの問題と現象の背後にある原理・原則を追究し、その追究プロセスを通じて一般性の高い独自の知識を生み出す学問である。

〈市場経済システムにおける私企業〉が重要な研究対象であるのは、それが市場経済システムあるいは市場社会の中で重要な役割を担っているからである。市場経済システムにおいては、多くの問題が市場を通じた取引によって、私企業が主体となって解決されている。たとえば何かを必要としている人々がいれば、それを供給する企業が出現して問題を解決し、その対価を受け取る。困った状態にいる人々が存在して、それを市場取引によって解決できるのであれば、企業が問題解決の主体となって活動を設計し、解決にあたっている。すべての問題を市場取引によって解決できるわけではないが、単純な個人の欲求充足から複雑な社会問題まで、市場社会では実に多くの問題が私企業のイニシアティブによる解決にゆだねられていることもまた事実である。

〈市場経済システムにおける私企業〉は、①インプットをアウトプットに変換する生産プロセスを制御し、また、②そのインプットとアウトプットの交換に際して環境との相互作用を行なっている。このような意味で、私企業というシステムは、(a)人とモノ(機械等)の相互作用(例:生産現場)、(b)人と人の相互作用(例:内部組織や財市場・労働市場・金

融市場との相互作用), (c)モノとモノの相互作用(例:複雑な情報システム構築)などを遂行していると捉えることができる。この私企業の管理・運営の指揮をとり、その責任を負う役割を担っているのが経営者であり、その経営者まで含めたシステムの原理・原則を解明しようとしているのが経営学である。もう少し複雑に言い換えるなら、経営学とは、〈市場経済システムにおける私企業〉というシステムの状態を測定・観察し、その背後にあるメカニズムを解明し、この私企業の管理・運営の指揮・責任をとる経営者にとって有用な一般性の高い知識を生産・教育している学問である。なお、経営学が〈市場経済システムにおける私企業〉と述べる場合、単に1回限りの取引を終えたら解散するような事業体ではなく、社会問題の解決のために永続的に事業を遂行している事業体を主として念頭に置いている。その意味では、〈市場経済システムにおける継続事業体〉を主たる観察対象としているのが経営学の特徴だと言い換えることが可能であろう。

経営学は、〈市場経済システムにおける継続事業体〉を中核的な観察対象として知識を生産してきた学問分野であるが、そこで生み出された知識の応用先は私企業の運営のみに限られるわけではない。市場経済システムという、効果と効率に厳しい環境下で合理的に生産活動を運営し、環境との交換関係を制御しようとして生み出された知見は、まず第1に、公企業やボランティア組織などの私企業以外の組織体を効果的・効率的に運営する上でも有用な知識を生み出すことができる。それ故に、当初は私企業を対象として生み出された知見を基礎に置いて、公企業・公益事業やボランティア組織を観察対象として設定する分野が経営学の領域の中に生み出されてきた。これら公企業・公益事業やボランティア組織も、一回限りの組織化・解散というものでなく、永続的に社会の中で役割を果たしていく組織体である場合には、それを継続事業体と呼ぶとしても問題はないであろう。その意味でも継続事業体に関する知識の体系として経営学を捉えることがますます適切であると考えることが可能であろう。また、第2に、私企業を初めとする継続事業体を、経営者の視点から管理・運営する上で重要な知識は、同時にそれを社会の側が制御するためにも有用な知識として活用できる。継続事業体がそれ固有の利害に基づいて行動し、社会全体の厚生を脅かす可能性がある場合、特に継続事業体の社会的制御は重要な課題となる。継続事業体を管理・運営するための知識は、それを運営する側だけではなく、それを社会の側から制御することに関心を抱く人々にとっても有用である。このような観点から、企業と社会の関係を考えようとする分野も経営学の領域の一つとして活発に研究が進められている。

以上のように幅を広げていった結果、現在の経営学を定義するとすれば、「継続事業体を経営者の立場から管理・運営するための知識体系であり、また同時に、それを社会的に制御するための知識体系である」とまとめられるであろう。

2. 経営学に固有の特性

経営学に固有の特性について説明を加えるために、以下では、(1)経営学に固有の視点、

(2)多様なアプローチ, (3)経営学の役割という3つの側面から記述していくことにしたい。

[経営学に固有の視点]

経営学は、市場を通じて社会的問題解決を行なおうとする事業体を、自らがその運営の主体となって内側から運営する、という視点を重視するところから学問を構築してきた。それ故に経営学には経営学固有の視点が存在する。それらを簡単に述べるならば次の3点に集約できるであろう。

①問題解決志向性：問題から出発するという視点

②経営者視点：問題を自ら解決する責任者、すなわち経営者であるという視点

③一般知識生成志向性：基礎学問を摂取しながら、同時に現実問題の解決を通じて一般化された知識を生成しようという視点

まず第1の「問題解決志向性：問題から出発するという視点」から説明しよう。経営学は、その中核の部分で〈市場経済システムにおける私企業〉を観察対象としている。〈市場経済システムにおける私企業〉をはじめとする継続事業体が適切に管理運営されるか否かは、社会が順調に機能していく上であまりにも重要であるが故に、経営学という学問分野が存在する。その意味で、経営学は特定の概念やフレームワークが先行して、それに合わせて観察対象を分析していくという側面以上に、実際に継続事業体を巡って生じている諸問題をいかに解決するかという問題解決志向性を強く持っている。

第2の経営者視点は、この第1の問題解決志向性と密接な関係にある。なぜなら、問題を認識し、その問題の解決に向けて責任をもって思考し、行動するのが経営者であるからである。「あなたが経営者であれば、どのようにしますか」という問いが投げかけられ、経営者の視点をもつことが研究者にも学生にも常に求められる。たとえそれが、経営者を社会的に制御するという志向性の下であっても、経営者的視点を欠いて経営学の問題を考えることは困難なのである。

この第1と第2の特徴は、両方とも、教室での授業中にしばしば学生への問いという形をとって確認することができる。経営学の教育では、しばしば、「あなたが経営者であったとすると、この企業の問題点は何だと認識しますか。またそれを経営者として、どのように解決しようとしていますか」という問いが学生に投げかけられる。経営者という高く広い視野と責任感を求められる立場に身を置いて、システムに生じた問題を自ら認識し、解決活動を導こうとする志向性が経営学の重要な特徴を成している。

第3の特徴は、一般知識志向性である。このような経営者の視点から見た問題解決を重視する経営学は、しかし、その個別の問題解決のみを目指しているのではない。その問題解決の結果として得られた知見を一般化し、より普遍的な原理・原則の理解を求めていく。問題の解決に際しては、経済学や社会学、心理学、社会心理学、工学など多様な知識体系を援用するが、同時にその問題の重要性故に、これらの基礎学問分野では気づかれていなかった問題を解明し、その結果として基礎学問分野へと一般化された知見

を発信する活動を経営学は遂行している。この経営学を学ぶ学生もまた、このように個別の問題解決を考えつつ、それを一般化された知識へと昇華し、常に理論と実践・実証の対話を促されることになる。この理論化への志向性と問題・問題解決への志向性の往復運動が、経営学を特徴付ける3つめの視点であると思われる。

[多様なアプローチ]

経営学が主として〈市場経済システムにおける私企業〉を中心とした継続事業体を観察対象とし、その観察対象が直面している問題を解決したり、その観察対象を巡って生じている現象を解明したり、という志向性を持つ学問であるが故に、その方法論に関しては非常に多様なものを許容するという特徴をもっていると考えられるべきであろう。以下に典型的なアプローチを列挙しておきたい。

まず第1に、〈市場経済システムにおける私企業〉は経済的な活動を行なう経済システムとして捉えることができる。それ故、経営現象が経済システムの挙動としての特徴をもつかぎり、それを経済学の枠組みによって分析することが可能である。とりわけ市場との相互作用や組織内の上下関係など、経済学的な枠組みで多数の問題が分析されている。

第2に、継続事業体は人や物が集合して出来る社会システムでもある。人が役割に基づいて行為し、習慣や認知バイアスに基づいて行動することがある、という側面を考えれば、社会学や社会心理学、心理学等の行動科学が経営現象を解明する上で重要な役割を果たすことになる。

第3に、社会科学系の多くの領域と同様に、経営学の領域でも歴史的なアプローチには重要な価値がある。歴史的な文脈の中に位置づけて初めて特定の経営慣行が意味をもつことを明らかにすることが可能になる、という場合も多い。常に大きな歴史的な視野の中に企業というシステムを埋め込んで考える必要がある。

第4に、工学的アプローチも経営学においては重要な役割を果たしている。人が有効にモノを操作する方法について、あるいは複雑な機器のシステムを最適配置することで特定のビジネス・モデルの効率化を実現するなど、多様な工学の領域で発達してきたモデルを活用して経営現象の解明を行ない、その合理化を推進することが可能である。

第5に、会計学的アプローチが指摘できる。会計情報は、企業についてどのような分析を行なう際にも、その基礎データとして重要な役割を果たす。資本市場に対して適切な情報を提供して資金調達を適正化する場合にも、また企業活動の健全性を経営者が把握するためにも、会計学的なアプローチは経営学の土台を提供していると言えるであろう。

第6に、あらゆる実証的アプローチが確率論・統計学の基礎を重視するのと同様に、経営者視点からの問題解決志向の経営学は、確率論・統計学を重要な道具として用いている。

経営学は、多様な基礎学問分野の知識を援用する。〈市場経済システムにおける継続事業体〉が直面する問題を解決するという強烈な問題意識に支えられて、これら基礎学問の知識を摂取・活用し、その問題解決プロセスの中で生み出された知見を一般化して、さらにまた基礎学問領域に投げかけるという相互作用を行なっている。

なお、経済学が比較的そのフレームワークに忠実に思考する学問であるのに対し、経営学は特定のフレームワークに固執せず、むしろ経営者の視点と問題解決に強く志向している。それ故、特定の人間の合理性モデルにこだわったりすることなく、適宜多様な人間モデルを活用して多様な仮説を生成し、その都度、その仮説をチェックしていくという志向性を強く持っている。それ故に、経済学的な思考を受け容れつつも、それ以外の基礎学問からも多数の知識を援用するという特徴を示している。あくまでも中核はこれらの基礎学問のアプローチにあるのではなく、継続事業体で生じている問題の経営者の視点からの分析と解決を中核とした学問である。

[経営学の役割]

経営学の役割は、まず第1に、〈市場経済システムにおける継続事業体〉がより効果的・効率的に管理・運営されるような一般的知識を生成し、その知識を経営者あるいは将来経営職に就く人々に教育することで、市場経済システムの発展を内側から支えることにある。また第2に、そのような知識を生産し、伝達することで、私企業を初めとする継続事業体の利害関係者が、その継続事業体を評価し、社会的に制御できるようになるのを支援することである。

経営学は何よりもまず主体的に経営する側の人々が身につけるべき知識を生産する。私企業を初めとする継続事業体が直面する問題が、そもそもどのようなものであり、どのようなメカニズムで発生し、それに対応するためにはどうすれば良いのか、その対応を行なうことでどれほどの直接的効果が得られ、また、どのような随伴的結果が得られるのか。こういったことを明らかにし、そこで得られた知識を教育することが経営学の役割である。この役割を遂行することで、しかし、その継続事業体の経営者のみでなく、その周囲にいる利害関係者あるいは社会全体が、その継続事業体を制御していくことが可能になる、という側面もある、ということである。

[他の諸科学との協働]

既に多様なアプローチがあることを明示的に示したが故に、経営学が隣接する基礎学問領域と密接な関係をもつことは明らかになったものと思われる。経済学や社会学、心理学、社会心理学、工学、会計学、統計学などが、経営学の基本的な問題解決プロセスに対して重要な知的インプットを提供している。これら基礎学問領域との協働をすることで、経営学は基礎学問から、他分野でも活用されている概念を輸入して活用することができ、また他の基礎学問はその応用分野の一つに企業経営を加え、自らの概念装置の

新たな側面を見いだすことができる。また、さらに一歩進んで、このような作業を通じて新たな社会現象やその背後のメカニズムが明らかになり、基礎学問領域に新たな概念を投げかけることも経営学が他の諸科学と関連をもって協働する意義のあるところだと考えられる。

なお、その他にも、企業経営の社会制度的基盤を明らかにする上では、法学や政治学、国際関係論の知識も、経営学にとって有益である。また、継続事業体が社会システムやマン・マシン・システムや、複雑な機械システムを要素としてもつことを考えれば、システム論の領域で発達した知識は常に経営学に大きな影響を及ぼすことになる。その意味で、常にシステム学者との協働は経営学の知識を新たに見直す良い機会を提供している。大学生も、そのような多様な隣接領域の知識を手に入れることで、より幅広く深い基礎をもった経営学の学習が可能になると思われる。

3. 経営学を学ぶすべての学生が身に付けることを目指すべき基本的な素養

(1) 経営学の学びを通じて獲得すべき基本的な知識と理解

経営学を学ぶ学生がどのような知識とスキルを身につけることになるのか、という点について、以下では、①経営学を学ぶことの本質的な意義、②獲得すべき基本的な知識と理解という2つの側面から考察しておく。

[経営学を学ぶことの本質的な意義]

学生は経営学を学ぶことで、①継続事業体という複雑なシステムを理解し、②市場経済システムの中で事業を営む当事者としての判断力を養うことができる。市場経済システムは、様々な個人問題・社会問題を営利目的の私企業を通じて市場で解決するという取り決めで出来上がっている。そのような経済システムの中で社会的に貢献しようとする学生にとっては、その最も重要な問題解決法である私企業の管理・運営に関する多様な知識を身につけていくことが非常に重要である。

経営学を学ぶことで、学生はまず継続事業体という複雑なシステムがどのような論理で、どのように行動しているのかを説明することが可能になる。たんに利潤を最大化しようとして、このようなことをしているという短絡的な説明ではなく、その継続事業体が直面している問題の構造を分析し、その問題に対してどのような行動を企業が取るのが最適であるのかを明らかにし、またその最適な行動から企業が離れることがあるとすれば、それは組織内の他の多様な条件故に生じるということを説明できるようになる。市場社会の中で非常に重要な経済主体である企業等の継続事業体の行動を理解し、説明できるということは、現代を生きる人々にとって非常に重要な知的能力であると考えられる。

また、経営学を学ぶことで、私企業をはじめとする継続事業体を実際に管理・運営するための知識も身につけられる。このような実践的な意義も経営学の学習には存在する。

ただしこのような実践的な側面を身につけるには、教室で学ぶ知識以外にも、それを応用して活用していく実地のトレーニングが必要である。それ故、経営学の知識を大学4年間を通じて学んだからと言って、即そのまま経営者として活躍できることが保証される訳ではない。しかしながら、経営学の基本的な知識を身につけ、実際に自ら企業経営を行なう経験を積み、常に基本的な知識に立ち返った実体験の反省を積み重ねていくことで、当初に身につけた「知識」が実際の経営を行なう上での血肉化された経営リテラシーへと昇華していく。常に「自分が経営者だったら、どうするのか」という主体としての視点をもって学び、実行し、反省していくプロセスを経営学は支援することができる。この経営学的視点を身につけていくことで、市場経済システムにおける積極的な主体として活躍していく素地を創ることが経営学を学ぶ重要な意義である。

[獲得すべき基本的な知識と理解]

経営学を学びながら獲得すべき基本的な知識・理解は、大まかに分けて4つの階層(レベル)に分かれていると捉えることができる。

- ①知識としての経営学：一般常識として、私企業をはじめとする継続事業体について知識をもち、その経営について知識をもっているというレベルである。実際には経営学部や商学部、経済学部経営学科などに所属していない人も、この種のことを知らないという日常生活上問題に直面する可能性がある、という知識である。たとえば、黒字倒産という現象(会計上利益が出ているように見えても、実際には不渡り手形を出して倒産すること)がある、というような知識がこれにあたる。
- ②スキルとしての経営学：経営現場で生き抜く知識やスキルとしての経営学というレベルが、その次の段階に存在する。これは企業社会で一般に広く使われている言葉を理解し、それが使えるというレベルである。たとえば、「事業部制」や「マーケティング・ミックス」、「EVA(経済的付加価値)」、「転換社債」などの意味が分かり、それを適切な文脈で、適切に使用して、日常的な企業活動の中で有用な貢献ができるというレベルである。このように考えると、現代の日本企業の活動の中で、有用な貢献をするためには、一定の語学力もまたこの段階の知識に位置づけることができる。このあたりに、教養教育・共通教育と経営学の接点の1つを見いだすことができる。
- ③教養としての経営学：これは深く考える思考力が涵養されているレベルを指している。単に言葉の意味を知っていて、それを適切に活用できるというレベルに留まらず、その活用を通じて、世界を理解し、自らの予想を構築し、環境に対して積極的・能動的に関わっていくことが、このレベルに到達することで可能になる。このレベルの経営学的知性を身につけることで、継続事業体がなぜこのような行動をとったのか、またこのような行動変化がみられた理由は何か、というような現象を説明することが可能になる。

この思考力は、私企業をはじめとする継続事業体の本質を理解し、メカニズムを解明し、シナリオを描くということを可能にするものであるが、同時に、その波及効果とし

て、継続事業体以外の多様なシステムについても思考する力として活用可能である。たとえば、社会システムとしての私企業の挙動を読み解く知識とスキルは、地域社会や家族という社会システムの挙動を読み解く知識・スキルとしても活用できるはずである。それ故、一見、専門分野を学んでいるように見えて、その実、社会システムの本質を理解したり、活動の連鎖の本質を理解するという能力が高まるのである。この知識とスキルは、同時にまた、自らの学習を導き、方向付ける反省能力にも波及効果をもつ。人の心情や思考を理解し、それらの相互作用する社会システムを理解する能力は、社会で生きていく上でも、自らのキャリアを反省して自己啓発を導いていく上でも重要な教養の基礎を形成することになる。

④専門としての経営学：専門問題解決力のレベルがこれである。ここまで①～③まで積み上げられてきたスキルと知識と思考力を駆使して、非常に複雑な経営問題を解決できるようになるのがこのレベルの経営学を身につけた人である。単なる人間的な魅力で人々をリードしている経営者というのではなく、まさに経営のプロフェッショナルであるが故に初めて問題を見つけ出し、その背後の構造を分析でき、その解決に向けた最適な手を打っていきける、というのがこのレベルの経営学的知識である。このレベルの専門性の高い経営学的知識は、残念ながら学部教育のみで獲得できるものではない。学部教育の水準を十分に身につけた上で、その後の実践経験を通じて学習を重ね、大学教育での①～③の経営学の基盤に立ち返って、自らの経営学理解を深め、その新しい経営学理解の上に立って新たな実践にチャレンジし、という理論と実践の螺旋状の相互作用を繰り返すことでこのレベルの経営学的知識が身につけていく。このように考えると、学部卒業時点では完全に身につけられないまでも、学部時代にこの専門としての経営学に挑戦し、専門としての経営学の一部を身につけておくことが非常に重要である。

(2) 経営学の学びを通じて獲得すべき基本的な能力

a. 経営学に固有の能力（専門的な知識や理解や方法論を活用して何かをすることができる能力）

[現実的課題への対処と職業上の意義]

経営学を学ぶ学生にとっては、とくに企業等の継続事業体へ就職したり、自ら起業したりする学生にとっては、経営学の現実的課題への対処と職業上の意義はほぼ同様のものを意味していると思われる。その両方について、経営学は学生に対して多くの意義を提示することが可能である。市場経済システムに積極的に参加していこうとする学生にとって、「企業現象を巡る問題解決」という実学的要素が強い経営学は、企業社会の実生活を生き抜くための知恵を提供するものである。

たとえば、企業に就職したり、自ら起業したりする際に、どのような市場環境が魅力的であるか、どのような市場環境に直面している企業が利益を獲得しやすいか、などを

説明することができ、ある程度予想することも可能である。どの企業が利益を上げているのか、どの企業が適切なマーケティング戦略をとっているのか、という分析も、経営学の知識を身につけることで可能となる。

これらの知識は、企業の中で生きていく上でも、日々の忙しさに追われるばかりでなく、その客観的状況を分析しながら、大局観をもって企業社会を生きていくことができる、というメリットをもたらすばかりでなく、消費者・生活者としても、より意識的・合理的に意思決定を行なう上で重要な基盤を提供してくれる。

さらにより具体的な専門次第では、たとえば生産工程を設計したり、市場調査を設計・実行したり、買収先企業の市場価値を計算したりすることができる。

より高度な経営管理の仕事に就くようになれば、部下を動機づけ、集団の意思決定を適切に導くための方法について、明確に基本的な理論を理解しながら仕事をスムーズに進めることもできる。

さらに企業の中で自社業績に問題が生じていることを測定・把握し、その問題の根源がどこにあるのかを分析・理解することができる。このようにして、単なる直観やルール・オブ・サムに基づいた意思決定を下すのではなく、より深く正確な理解に基づいて妥当な解決策を打ち出していくこと出来る。またたとえその解決策が思った効果を上げなかった場合でも、問題の背後の構造を深く理解している人は柔軟に解決策を修正して行くことも可能であろう。

[市民生活上の意義]

企業社会に参加していく際に有用な知識は、企業社会以外でも有用性を発揮できる。企業という複雑なシステムの挙動について理解する知性は、ボランティア組織や地域社会など、多様な集団を運営する上でも有用である。経営学は、その主たる研究対象である私企業が直面する問題を解決するための知識体系であるが、それを学ぶことで多様なシステムの挙動を理解し、そのシステムを運営するために重要な一般的知識をもたらす。経営学という専門を追究することで、「教養としての経営学」もまた身につけることができるのである。

また、企業を経営する経営者の視点に立って問題解決を考える経営学は、同時に、それを社会的に制御する場合にも効力を発揮する、と言う点を思い返してほしい。企業経営の問題を経営者の目から見ることができる、という能力を蓄積することで、消費者として、また市民として企業行動を制御する必要が生じたときに、経営学の知識は有用性を発揮することになる。なぜ企業がある行動の仕方をとっているのかを理解し、説明することができるのであれば、われわれはその企業の行動を外側から制御しようとしたときに、どのような枠組みを設定すれば、社会的に見て望ましい方向に企業行動を制御できるかを考えることも可能となる。〈市場経済システム〉において重要な役割を果たす企業を制御することは、たとえ企業を経営しない立場にある市民としても、非常に重要

な知識であろう。現代のように、多くの社会問題解決が市場システムを通じた企業活動にゆだねられている社会に生きている人々にとって、経営学は市民として生きる上でも極めて重要な役割を担う学問であり、それを学ぶ学生は良き市民として生きていく上で重要な知識を身につけることになる。

[学問・社会の変化と経営学の学習]

経営者の視点を重視し、企業を巡って生じている問題の解決を重視している経営学は、明らかに時代の中で常に新たな問題に直面し、新たな知見を生み出して、それを一般化し、その知識生産を通じて経済社会の動き方を変革し、次の新たな課題に直面する、という進化のサイクルの一翼を担っている。現代的な問題は、実務家と経営学者の実証研究作業やモデル構築作業を通じて、その本質が突き止められ、解決策が工夫されていく。その解決策を一般化された知識へと高めて社会的に伝えていく作業に経営学は従事している。しかし、そのような1つの問題が解決しても、地球環境の変化や、人々の価値観の変化故に新たな問題が発生し、また解決済みでない他の問題の重要性が高まっていくということも起こりうる。このようにして、常に経営学は多様な原理原則を確立しつつ、新たな課題を解明する活動に従事している。

経営学の進歩は、他の社会科学の領域の多くと同様に、目の覚めるほどの直線的な知識蓄積として表われることはない。しかし、同時に、少しずつ前の時代の経営学の知識を土台として、その上に次の時代の経営学の知識が積み重なり、地層を重ねていくように経営学の知識も累積的な進化を遂げている。

常に現代的な問題を考え、しかし同時にその結果として蓄積される知識は累積的に徐々に積み重なっていく、というのが、社会の変化と共に進化してきた経営学の歴史である。それ故、経営学を学んだ学生は、社会における実践を通じて自らの知識を血肉化し、深化させていくと共に、最新の経営学の知見を常に摂取して学習を積み重ねていく必要がある。この点で学問としての経営学を学ぶことは非常に重要である。なぜなら、経営に関する知識については、経営学として追究されているばかりでなく、ある種の流行としても多様な言説としても世の中に流通するからである。これらの経営知識の流行に流されることなく、常に原理原則に基づいて経営知識の適否を判断していく知的力量を身につける上でも経営学の学習は重要である。また、これら知的流行は毎回、前の時代の流行を全否定して代替していく変化を経験しているのとは対照的に、学問としての経営学は、前の時代の経営学的知識を地層の一部として土台としながら、累積的に進化している。その点でも、学問としての経営学を学び続けていくことで〈市場経済システムにおける継続事業体〉の管理・運営に関する知識を累積的に深めていくことを可能にする知的資産として経営学は有用である。

[獲得されるであろう具体的能力]

経営学の学習を通じて獲得される具体的能力は数多い。まず一般的に共通して経営学の教育を受けた後で出来るようになることは、具体的に言えば、以下のようなことであろう。

- ①企業が財務的に健全であるか否かの判断力（投資対象として適切であるか否か）
- ②企業が販売しようとしている製品・サービスが主要なターゲット市場と適合しているか否かの判断力
- ③企業が展開している事業の数と種類から感がえて、基本的に適切な組織構造を採用しているか否かの判断力
- ④個人や集団のマネジメントについて、一般の理論的根拠から考えて、適切な方法を考える判断力
- ⑤企業の生産工程が問題を抱えているか否かを判断する力

などである。これらは多くの経営学部・商学部・経済学部経営学科などで、経営学を学ぶことで一般的に身につく能力であると考えられる。

さらに進んだ学習を通じて、特定の専門課程ごとに、次のような具体的能力が身につくと考えられる。

- ①買収企業の適正価格を判断する力
- ②製品・サービスの販売を増加させようという場合のチャネル政策の設計力
- ③国際的に事業展開している企業の組織を設計する能力
- ④小集団で創造的な企画を生み出すための工夫を巡らせる能力
- ⑤複雑な生産システムを設計する能力

b. ジェネリックスキル（分野に固有の知的訓練を通じて獲得することが可能な汎用的に活用可能な能力：ジェネリックスキル）

[知的訓練としての意義]

経営学の教育は、〈市場経済システムにおける私企業〉というシステムを中心として、その管理・運営に関する知識の習得を目的としている。この〈私企業〉には極端に巨大な組織もあれば、個人企業も存在する、という意味で、その複雑性が多様である。多くの場合、数十人から数万人の企業が観察対象として取り上げられ、その管理運営について教育が施される。また数万人の企業を観察対象としていても、実際にはその企業内の一部門や一つのプロジェクト・チームを対象として研究・教育がなされる場合も多い。その点で、経営学の教育は比較的中規模の社会システムの管理・運営に関する知識が身につくやすい。

また、経営学は目的に向かって合理的にシステムを設計しようという志向性が強い。特定の目的に向けて、マン・マシン・システムや社会システム、複雑な情報システム・機械のシステムなどを、〈市場経済システムにおける私企業〉の目的に合わせて合理的に設計するという志向性が強いのである。このような目的志向的な設計志向の強さは、

詳細にもれなく合理性を徹底追究する思考力を涵養し、実際のシステム設計以外の場面でも合理的思考を突き詰める必要があるときに、問題の整理と分析、解決策の設計を組み立てる思考の訓練となる。現代人が、目的合理性から離れた世界で生きようと考えたとしても、多くの局面で合理的に意思決定を行なおうとするかぎり、経営学は広く活用できるスキルを提供することになる。

[ジェネリックスキルの習得]

〈市場経済システムにおける企業〉という中規模の社会システムについて、その現象を分析するスキルが身につく、またそのシステムを合理的に設計しようという志向性とスキルが身につくことで、より具体的には次のような広い活動を遂行する基盤が身につくと考えられる。

- ①中規模な集団を合理的に運営する際に生じる問題を分析するスキル
- ②社会現象を環境とそれに適合するシステムに分け、環境を分析して、その環境の要請に合わせてシステムを設計するという基本的思考スキル
- ③合理的に意思決定を行なおうとする際に、認知バイアスに陥りにくい合理的な手順を自ら組み立てるスキル
- ④短期と長期のジレンマ、局所と大局のジレンマを理解しながら、バランスの取れた意思決定をするスキル

4. 学習方法および学習成果の評価方法に関する基本的な考え方

(1) 学習方法

経営学の知識階層別に、ある程度の重複を示しつつも、異なるタイプの教育・学習が有効であると思われる。

まず知識としての経営学を身につける上では、教室における概論系科目の講義が適切であろう。経営学概論や会計学概論、マーケティング概論、ファイナンス概論など、教室での基本的な科目の講義が重要な役割を果たすと思われる。また、経営学を専門としない人も含めて、これらの概論以外に、経営学史や経営史、商業史などの科目も、知識としての経営学を身につけ上では有効であろう。

スキルとしての経営学を身につける上では、これら概論科目や歴史系の科目以外に、より実践的・問題志向的な知識を教室でレクチャーし、それを学生が学習・吸収していくことが重要であろう。より専門性の高い経営戦略論や経営組織論、財務管理論、財務会計論、管理会計論、マーケティング、消費者行動論、生産システム論、経営工学等の講義を履修することで、学生たちはスキルとしての経営学を高度化していくことができるはずである。これらの知識を身につけていく過程では、講義を聴講するばかりでなく、頻繁な小テストなどを重ねながら、次第に知識を体系的に吸収していくような工夫が必要であろう。

教養としての経営学を身につけるためには、これらの教室における講義を基礎としつつも、それとは別に少人数の相互作用的な教育が必要になる。経営問題を考え、分析し、背後の構造・メカニズムを明らかにし、どのような解決策を探ればよいのかという思考力を身につけるためには、少人数のゼミナールによる専門書の精読や、事例研究、自主課題調査、グループワークとディスカッションなどが有効である。また、実際に工場見学に行くなど、フィールドでの現場情報をフルに活用して、問題を発見・分析していく教育も、教養としての経営学を身につける上で役に立つであろう。

専門としての経営学は、最終的に、大学を卒業した後も含めて長いキャリアの中で身につけていくべきものではあるが、大学時代にもその一端に触れておく必要がある。それが経営学領域における卒業論文指導の場で行なわれることになると考えられる。系企業が直面する問題を、ある程度絞り込んだ上で、高度に専門的な知識を活用して、その問題を分析し、解決策を考えていくというプロセスの中で、学生は本当に複雑で高度な経営問題について、何を徹底して考え抜かなければならないのか、ということの最初の体験をすることになる。その深く考え抜いた経験が、その後のキャリアの中で、より高度な専門としての経営学の知識が体系的に蓄積されていく際のタネ結晶として機能するはずである。

(2) 評価方法

知識としての経営学とスキルとしての経営学に関しては、評価方法は比較的簡単である。体系的に知識が身についているか否か、言葉の意味が確実に身につけているか、適切な場面で適切に使用できるか否かをチェックしていくことで、ある現象を適切に経営現象として記述できるか否かが分かるはずである。問題を工夫すれば、比較的単純な教場試験で事足りる。

これに対して教養としての経営学と専門としての経営学は、質的な評価を多分に含んでおり、単なる教室での教場試験では評価測定することが難しい。あるシステムの挙動がどのようになると分析し、予測できるようになるのか、という知識のレベルは、比較的長めの事例を分析させ、その事例の問題をどれほどの確に深く捉えているか否かを一人ひとり丁寧にチェックする以外に評価方法は存在しないと思われる。さらに高度な専門としての経営学にまで到達するならば、その評価は専門分野別に高度な専門家が丁寧に学生と相互作用を繰り返すことで行なっていく以外に方法はない。これらのレベルの評価については、少人数のゼミナールによる長期の相互作用を通じた質的評価が是非とも必要である。

5. 市民性の涵養をめぐる専門教育と教養教育との関わり

〈市場経済システムにおける私企業〉を中心的な研究対象とする経営学は、その経営者の視点から見た問題解決という志向性を強く持つため、そのままでも〈市場経済シス

テム)における問題解決活動を担う市民としての自覚と能力を涵養する上で有益な貢献を行なうことができる。また同時に、その経営者視点を逆手に利用することで、社会全体の視点から見た私企業の制御という視点を学生は学び取ることができ、それ故に、社会全体の視点から見た企業活動という視点もまた学生に教育することができる学問である。これらの視点を学生に持たせることで、現代という時代を生きていく若者たちに、まさに市場社会の中で世界の問題を解決していく市民としての自覚を促し、幅広い知識を身につけながら社会貢献していく生き方を提示できる学問である。

このような点からも、既に経営学は教養としての価値をもつ学問であると考えられるが、それ以外にも、既に何度も述べてきているように、経営学的思考を通じて、社会システムやマン・マシン・システムの挙動を理解する能力を構築でき、合理的意思決定の基本が身につくことを考えれば、現代社会で生きていく上で非常に重要な思考力を身につけることが可能である。その意味で、経営学という専門科目を学ぶことが、実は教養の知性を身につける上で重要なステップたり得るのである。

このような観点に立って、経営学とその他の関連分野との関係を考えるならば、経営学を学ぶ者は、〈市場経済システムにおける継続事業体〉を中心に学んではいるものの、多様な基礎学問とふれあいながら学修を重ねているという点を強調する必要があるであろう。経済学や社会学、社会心理学、心理学、会計学、統計学、法学、政治学、国際関係論など、多様な隣接分野はすべて経営学の学修にプラスの効果をもたらし、それらを学ぶことで経営学の学生は幅広い教養を身につけると共に、自らが身につけるべき教養としての経営学と専門としての経営学を高度化することができる。さらに、経営学の中に深くしみ込んでいる工学的な思考とシステム思考は、他の工学系分野の思考法と密接に結びつくための架け橋を用意しており、理科系の学問からの影響を受けながら、自らの教養としての経営学のレベルを高めていくことが出来る。これら多様な知識領域との対話を通じて、教養を深めることができる、という点が経営学の重要なメリットであると思われる。

6. 経営学と経営者教育

経営学は、何よりもまず経営者の視点から問題を分析して解決するという志向性を強く持った学問であり、経営者教育をその最終目標の一つとして強く意識している学問である。しかしながら、学部での経営学教育は、少なくとも時間的な即時性という意味では、経営者教育そのものではない。すなわち、学部で経営学を学修したからといって、個人経営の経営者にはなれるとしても、大規模な企業の経営者に即座に就任することは通常はない。これは日本だけの特徴ではなく、世界的な傾向である。実際に、2004年時点の『フォーチュン』誌の大規模企業700社のうち、40歳未満の社長を擁していたのは1パーセントに満たず、その81パーセント以上の会社は50歳以上の社長が経営していた。このように大規模な企業の社長は、学部新卒でたどり着くことはない。その意味では、学部での経営学教育は、将来経営者になる人のための教育であり、その教育の基礎を持つことで、

経営経験が体系的に整理され、より深く経営問題を捉えながら思考力を高めるキャリアをたどることができる、という機能を担っていると考えられる。

むしろ、即効性が高い経営者教育は、MBA 教育やエグゼクティブ・MBA教育、あるいはシニア・エグゼクティブ・プログラムなど、より年齢を重ねた人々が経験する教育プログラムで行なわれるものであると考えられる。これらの入学者の多くは経営学や経済学を学部時代に学んだ人々であるものの、理科系出身者や法学部出身者など、他の学部で他の学問を学んだ人々が、この種のより高度なプログラムに参加している点については、一言追加で注意を述べておく必要がある。このような状況を見ると、経営者になるには、必ずしも経営学を学部で学んでいる必要はないのではないかという疑問も呈せられるであろう。しかし、それでもなお、学部時代に高質な経営学の教育を受け、教養としての経営学と専門としての経営学の一端を身につけてキャリアを重ねていく人々は、日々の日常的な仕事経験からより深い意味を読み取り、引き出すことができ、そうすることで長い年月のキャリアと自学の継続を通じて、〈市場経済システムにおける継続事業体〉の運営に関してより深い洞察をもち、オリジナルな見識を生み出せる経営者へと成長していくことが可能なのである。