

2012年4月15日

日本学術会議「経営学分野の参照基準検討分科会」

経営学分野の参照基準（案6）

1. 経営学の定義（A4用紙、40字×40行、1～2枚程度）

(1) 経営学の定義

経営学は、私企業をはじめとする「あらゆる継続的事業体」（企業、行政組織、学校、病院、ボランティア団体、家庭等）の目標達成のための企画・運営・管理・成果確認・改善などの組織行動に関する知識の体系である。この学問分野は、工場制度の確立とともに、継続的事業体の組織行動である経営の諸課題を実践的に解決するための学問として成立した。成立当初は、企業の生産現場の諸問題を対象としていたが、次第に企業の内部全体に及ぶ経営諸課題に関心が移ることにより、「経営者のための経営学」として発展してきた。

その後、企業規模の拡大と組織の複雑化、市場の多様化と競争の激化などに伴い、購買市場・労働市場・販売市場・資本市場などの経済環境や、文化を含む社会・政治環境への適応などの諸問題に経営諸課題が広がり、経営学の研究領域が拡大してきた。経営学は、組織内の諸課題の解明のみならず、組織と環境の相互関係を取り扱う戦略の解明などへと研究が進展し、経営を取りまく環境それ自体も客観的に分析することとなり、広く「マネジメントの学」へと展開していった。

マネジメントの学としての経営学は、①経営者あるいは職能分化した管理者の視点から継続的事業体の諸課題を取り扱う経営管理論、②継続的事業体の経営活動を認識、測定して、外部・内部利害関係者（ステークホルダー）に伝達して、各々の立場からの意思決定や利害関係間の利害調整などに有用な会計情報を取り扱う会計学、③生産と消費の間の懸隔を架橋するための取引、輸送、在庫、金融、保険などを取り扱う商学、④経営上の諸問題を発見し、工学的な手法を適用し、諸課題の最適な解決を求める経営工学、⑤情報技術を活用し敏速な意思決定を促進する経営情報学などに分化し、それぞれが固有の分野として発展している。

経営学の対象となる継続的事業体は、人、モノ、カネ、情報などの経営資源を組織に投入し、その転換過程を経て製品やサービスなどの価値を社会に提供している。それを市場において販売し、再び経営資源に変えることにより、この転換過程を拡大し永続させている。この転換過程は、多くの場合、人々の分業に基づく協業によって成り立ち、組織を形成することにより効率的に事業目的を達成することを目指している。

継続的事業体は組織として行われることからして、効率的な組織の形成や生産体

制の確立・維持、組織構成員の意欲向上など管理的な側面が組織目的達成にとって重要になる。さらには環境と組織の適合関係を高める戦略が重要になる。これらは経営管理論として、「マネジメントの学」に対して、いわば狭義の経営学を形成している。

会計学は、商業活動・取引活動の記録・報告と財産の保全を目的とする帳簿記録としての簿記からスタートしている。株式会社制度の発展とともに、資本の調達・運用・分配のためのあらゆる経営活動を認識・測定し、財政状態、経営成績、資金状況などの財務諸表を作成・開示することを目的とする財務会計と、資本の効率的・効果的な運用を目的とする経営意思決定や業績評価などマネジメントのための管理会計として発展してきている。さらに会計は、あらゆる継続的事業体の将来、現在、過去の経営活動を貨幣的に写像できることから、私企業、公企業、自治体、国家などあらゆる継続的事業体の内部・外部利害関係者の意思決定とともに、社会秩序維持・形成のためにも有用な役割を果たしている。

商学の中のマイクロ・マーケティング論は取引に関わる組織活動を個別企業の経営視点から研究する。取引の相手は顧客であり、その取引は他の企業との競争関係の中で行われる。また、消費者のような顧客との取引に当たっては、行為主体としての企業と取引相手としての顧客との間に卸売業者や小売業者のような流通業者が介在することが少なくない。したがって、顧客との間の取引を効果的に進めるためには、市場環境、競争環境、流通環境といった外部環境に理解が不可欠になる。マイクロ・マーケティング論が、消費者行動論、企業競争分析、流通論や商業学と密接な関連を有するのはそのためである。

経営工学は、産業工学 (IE: Industrial Engineering) を主要な源流としている。そこから、製品やサービスなどの価値の効果的な設計技術やその価値を産み出し顧客に提供するシステムの効率的な運用技術を中心に、経営上の諸問題を発見し解決する工学的なマネジメント技術として発展してきている。経営学と工学の融合された経営工学は、経営上の諸問題を取り扱うに当たって、会計学、マーケティング、情報科学、システム工学、人間工学、生産工学、品質管理、機械工学などの広い関連分野の知見を取り込んでおり、組織における最適な問題解決のための理論と手法を提供している。

経営情報学は、情報科学の発達に伴い、経営資源としての情報の動きとその経営内での活用を明らかにする。元来、科学には、自然科学と人文・社会科学の2つの分野が存在し、その両者が車の両輪のように機能させなければならない。そのような背景のもと、情報科学と経営学の統合・融合を意図した経営情報学、あるいは情報経営学が注目されている。経営情報学は、理学・工学による要素還元主義的論理に基づく従来の製品や製造レベルの価値創造の仕組みを、情報による経営レベルでの価値創造の仕組みに変える力を有している。従来の日本のものづくりは製品を設

計する論理、製造プロセスを設計する論理という自然科学が中心であったが、今日の経営に求められている価値創造を推進する新しい力は人文・社会科学と自然科学を車の両輪として機能させながら製品を設計する論理であり、経営情報学は情報技術によってその設計を可能にする研究分野である。

このように経営学は、社会に有用な価値（製品・サービス）を提供するあらゆる継続的事業体の維持・存続・発展に必要な知識を開発し、組織で働く人々が直面する諸問題を解決する知識や技法を提供すると同時に、人々の分業を取りまとめ、組織としてより効率的に組織全体の課題を達成するのに必要な知識を提供している。

2 経営学固有の特性（A4用紙、40×40行、4枚程度）

（1）経営学に固有な視点

経営学は、経済学、法学、政治学、社会学などと並び、社会科学の一分野として位置づけられており、社会現象としての経営を主たる研究対象とする学問分野である。同時に、社会科学のみならず自然科学の成果も活用し、総合科学としての性格も持っている。継続的事業体においては、多くの人々が組織の中に集まり、人々の社会的な相互作用の中で経営が行われる。この継続的事業体の経営を対象として色々な学問が適用されうる。経営をその経済的側面から見れば経営経済学が成立する。継続的事業体を一つの社会とみなし、そこに社会学的な分析視点を適用すれば経営社会学が成り立つ。従って、継続的事業体を研究対象とした多様な学問が成立し、それらを総称して経営学と呼ぶこともできる。

しかし、経営学には他の社会科学とは異なる固有の視点が形成されている。経営学が対象としている経営の諸問題を分析する立場には大きく、組織全体を俯瞰的にみる視点と、組織を構成する各職能が直面する諸課題を分析する二つの視点がある。具体的には、前者はトップ・マネジメントの視点からする問題の解決であり、後者は各職能の管理者の視点からする問題の解決である。継続的事業体を効率的に経営する場合、この二つの視点からの問題の整理と分析、そこから生じる問題解決策の提示が必要になる。これら二つの視点は、経営現象を経済学や法学の視点から分析するのとは異なるものであり、経営学固有の視点をなすものである。

経営学固有の第一の視点は経営者の視点で組織活動を見ることである。継続的事業体は組織であり、組織目的を効率的に達成することを目指す。同時に、その組織を構成する組織単位を一つの統一体として調整する必要がある。この視点はトップ・マネジメントの視点であり、組織活動の全体的最適解を求める視点である。比喩的にいえば、オーケストラにおいては個々の楽器の演奏者とは独立して指揮者が必要なことと似ている。「経営者の視点」あるいは「経営主体の視点」とも呼びうるものである。この経営者の視点から組織内や組織外の諸問題を見る時、そこには経済学や法学の視点から見た現象とは異なる問題が現れ、異なる解決が必要になる。

同時にこの経営者の視点からする問題の分析や解決が組織目的を効率的に達成し、社会が必要とする価値を創造する有意義な行為となる。

第二の視点は組織を構成する各職能担当者あるいはその管理者の視点で組織活動を見ることである。組織目的の効率的な達成を考える時、組織を構成する単位組織あるいは職能組織の活動を効率的にすることである。科学的管理法においては、現場における個々の作業者の作業能率をいかに向上させるかという現場監督者の問題に取り組んだことを見れば明らかである。個々の職能組織では、それぞれの専門分野において固有の問題が発生し、その問題解決が迫られる。そこでは、その職能分野の部分最適解を目指して理論が研究され、実践的な技法が開発される。経営学はこれら職能分野の実践的な知識の蓄積の中で発展している。もちろん、その問題解決のために経済学や心理学、工学、統計学、数学などの諸科学の知見が大いに活用されることも経営学の特徴である。

さらに、経営学は諸科学の一分野としての性格からして、第三の視点を持っている。それは、継続的事業体の活動を社会全体の発展から制御し、秩序付ける視点である。継続的事業体は、社会を構成する行為主体として、雇用の創出や環境の保全など社会にとって価値ある活動成果を出し続けているか、そのステークホルダーに対して公平な貢献をしているかなど、社会の構成単位として求められる諸課題を適切に実行しているか否かを自己点検する必要がる。例えば、企業の会計報告書は経営活動の内容と成果を貨幣で把握し、企業を取り巻くステークホルダーに開示したものである。また環境報告書やCSR（Corporate Social Responsibility）報告書などは、企業市民としての企業の活動を多くのステークホルダーに開示したものである。これらを通じて社会全体の持続的発展を可能にする継続的事業体への制御が可能になる。経営学は、経営者の視点から組織内部の活動状況を明らかにすることができるが、同時に経営活動の「可視化」を通じて、継続的事業体の社会的制御を可能にしている。そのための知識を体系化し、情報の開示を組織に求めるのである。

（2）多様なアプローチ

継続的事業体の経営現象を分析するアプローチには多様なものが存在する。学問の一般的なアプローチの分類からすれば、理論的アプローチ、歴史的アプローチ、政策的アプローチ、方法論からすれば定性的アプローチ、定量的アプローチなどがあげられる。さらには、経営学が総合科学としての側面を持つことからして、経済学的アプローチ、法学的アプローチ、社会学的アプローチ、心理学的アプローチ、数学的アプローチ、統計学的アプローチなど、多様なアプローチが適用されてきた。経営学はこれらのアプローチを活用しながら、経営現象に関する多くの知見を明らかにし、具体的諸問題を解決してきた。それらは経営学の歴史を紐解けば明らかに

なってくる。

例えば、第 1 に、科学的管理法においては、現場の作業者を経済的刺激に敏感に反応する経済人とみなし、現場作業の動作研究、時間研究により課業標準を設定し、それに基づく能率給による賃金支払形態を工夫することによりモチベーションを高めようとした。それは職場の管理活動に経済学を適用したものであり、経済学的アプローチの適用と言える。

第 2 に、職場の人間関係が仕事への満足にどのような影響を及ぼしているかの分析においては、職場の小集団に社会学の理論が適用された。これは、職場の作業者の行動において社会学を適用することによって、行動を規定している社会的要因が明らかにされ、作業者の職場行動を改善する問題に対して、社会学の理論が適用された例と言える。

第 3 に、作業者のモチベーションを高めようとした時、技術者や会計士をインタビューし、仕事で満足する要因と不満を感じる要因は必ずしも一致しないことを明らかにした。そこから職務にこの満足を促進する要因を組み込むことにより職務満足を高め、作業者のモチベーションを高める職務設計の手法が開発された。これは、作業組織の設計に心理学を応用した結果であると言える。

第 4 に、企業などの予算編成において数理科学の理論が適用された。毎年度の予算編成の際に、限られた予算の制約の下で最大限の効果が上がるように、長期にわたり継続投資が必要な複数の投資案件の中から今年度の投資すべき案件を絞る必要が生じたとき、数理科学の最適化理論が有効である。複数の投資案件が相互に複雑に絡み合い将来に影響し合い、経営者といえども全体を見通した判断が困難な際に、数理科学の理論が経営者の判断を支援したといえる。これらは数学的アプローチの適用と言える。

第 5 に、近年の情報技術の進展に伴って、顧客の購買に関する様々なデータが利用可能となった。これらのデータは市場における競争状態や各企業のマーケティング戦略に対する顧客の反応を表している。そこで、これらのデータを多変量解析等の統計学的アプローチを用いて分析することによって、競争構造の理解やマーケティング戦略の適切性と定量的に評価できるようになった。これは企業のマーケティング意思決定の策定や評価に統計的アプローチが適用される例と言える。

(3) 経営学の役割

経営学は、継続的事業体の効率的な運営とそれを通じて持続的に発展する社会に組織として貢献する知識を開発することから、社会的に大きく 3 つの役割を果たすことができる。

第 1 に、経営学の知識を身に着けることにより、たとえばグローバル企業のように

巨大な組織であっても、組織全体を動かす知識と能力を身に着けること可能なることである。組織全体を効率的に動かすことは、単位組織を動かすこととは別の知識と能力を必要とする。全体組織が単位組織の単なる単純総和以上の能力を発揮するにはトップ・マネジメントの特別な知見と能力を必要とする。経営者は個々の職能管理者とは異なる視点と問題意識が必要であり、そのリーダーシップの発揮いかんによって、全体組織の能力が異なってくる。それはあたかも指揮者いかんによって、同じ曲であっても聴衆に訴える音楽が異なるのと同じである。経営学はこの経営者に必要な知識と能力を明らかにし、経営者の養成に貢献している。オーケストラの指揮者の養成には、個々の楽器の演奏技術とは異なる知識と技能の教育が必要なことに似ている。経営学は経営者に必要なトップ・マネジメントの思考様式、理論的状況認識、リーダーシップ形態を明らかにし、その人材育成に貢献している。

第2に、経営学の知見を多くの人々が身に着けることにより、組織の中で活躍できると同時に、組織を動かす知識を身に着けることができることである。今日の社会において、多くの方は組織を離れて社会に貢献することは極めて困難である。会社であれボランティア活動であれ、一人ではできないことを組織に参加することによって達成することができる。組織は1+1が2以上の力を発揮させてくれる。組織の一員として効率的に活動する知識や技能を身に着けることにより、個人は組織を媒介にしてより大きく社会に貢献することができる。例えば、企業組織においては、経営企画、研究開発、財務、人事、製造、販売などの職能別単位組織において、その活動に必要な専門的知識を身に着け、その職能を効率的に遂行することができる。経営学はそれぞれの専門職能に必要な知識を明らかにし、教育することを可能にしている。同時に、それを単位組織内でいかに効率的に行うかも明らかにしうる。

第3に、経営学の知識は、継続的事業体を社会全体の観点から制御するための知見を提供している。経営学の知識は、職能別の単位組織の活動を効果的に遂行することを可能にすると同時に、組織全体の目的を効率的に達成するための知識を明らかにしている。これら経営学の知識は、優れた経営者に暗黙知として私物化されるのではなく、形式知となることにより、人類共有の知識として伝達され活用されうる。継続的事業体は、社会を構成する一単位として社会全体の中でその存在意義が認められ、その社会秩序の中で発展することができる。

形式知としての経営学の知識は、組織を維持発展させる知識であると同時に、組織を社会全体の秩序の中で発展させうる知識として活用されうる。例えば、トップ・マネジメントの在り方を示す企業統治（コーポレート・ガバナンス）に関する知識は、組織を効率的に運営する知識であると同時に、組織を社会秩序の中で運営し、ステークホルダーの利害を守るための知識でもある。経営学の知見に基づく企業統治改善のための立法はこのことを示す具体例である。経営学は、社会秩序を守りながら組織が持続的に発展するための知識でもある。その意味において、経営学は継続的事業体

を社会の観点から制御するための学問であるとも言える。

(4) 他の諸科学との協働

経営学は継続的事業体の運営に関する知識の集大成であり、具体的な問題解決のための知識でもある。継続的事業体は多様な学問の研究対象になりうる。社会現象としてみれば経済学、法学、社会学、心理学などの対象となり、自然科学の中では、工学、数学、統計学などの対象になりうる。経営学は、組織や作業現場の具体的な諸問題を解決するための学問として発達したのであり、問題解決に必要な限りではそれらの科学的分析によって得られた知見を積極的に活用している。そこから経営学は経営に関する総合科学としての側面を持っている。

経営学は、その形成当初は他の学問分野から色々な知識を借りて経営問題の解決に当たったため、それぞれの科学の応用分野として説明されてきた。しかし、継続的事業体の諸問題を解決するに当たり、諸科学の成果を経営学固有の視点から集大成する必要が出てきた。そこから、経営学の知識は、単に他の学問分野の知識を応用するのみならず、固有の視点から整理・体系化する必要が生じたのである。

継続的事業体の経営をトップ・マネジメントの視点から見直したとき、既に他の学問分野で明らかにされた知見を応用して解ける問題もあるが、それが現実の課題をすべて解決しないことも同時に明らかになってきた。そこから、経営の諸問題を解決するには、他の諸科学の知見を活用すると同時に経営学の固有の視点を考慮して問題を解決する方向が目指されるようになってきた。さらには、経営学で開発した概念を他の科学が活用し、もはや常識化した概念もある。例えば、PDCA(Plan・Do・Check・Action)サイクル、顧客満足、最適解などはその一例である。組織の活動がグローバル化し、地球規模で経営の諸問題を考える必要が強くなると、異文化理解の問題や情報科学の成果を積極的に取り入れる必要が意識されている。今後、経営学は、異なる諸科学と協力し、統合・融合しながら、新しい知見を開発する必要に迫られている。

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

(A4用紙、40字×40行、5.5枚程度)

(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

1) 経営学を学ぶことの本質的な意義

経営学を学ぶことで、まず継続的事業体という複雑なシステムがどのような論理で、どのように意思決定を行い、どのように行動しているか、そしてどのような結果になったかを理解し、説明することが可能となる。そこでは、短絡的な説明でなく、その継続的事業体が直面している諸問題の構造を分析し、その諸問題に対してどのような行動をとることが最適であるかを定量的・定性的に明らかにし、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。

市場経済システムの中での非常に重要な経済主体である継続的事業体の意思決定過程と行動を理解し、その業績を定量的、定性的に測定し、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、私企業を初めとする継続的事業体を実際に起業したり、実際に企画・経営・管理・運営するための知識も身に付けられる。また経営学を学ぶ者にとっては、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、このような実践的力量を身に付けるには、座学で学ぶ知識以外にも、それを応用して活用していく現場での学習と共に現場でのトレーニングが必要である。それ故、経営学の知識を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わけではない。

しかしながら、経営学・会計学・マーケティング・経営工学・経営情報学などに関する基本的知識を身に付け、実際に自ら私企業など継続的事業体の経営を行う経験を積み、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行くことで、当初身に付けた「知識」が実際の経営を行う上で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、どうするか」という主体としての視点を持って学び、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出来る。この経営学的視点を身に付けていくことで、市場経済システムの中で、積極的な経営の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。

2) 獲得すべき基本的な知識と理解

経営学を学ぶ領域は、経営学、会計学、マーケティング、経営工学、経営情報学と広大であるが、経営学を学ぶ学生が学びながら獲得すべき基本的な知識と理解は、大まかに分けて4つの階層（レベル）に分かれている。

① 知識としての経営学の基本的知識と理解

一般常識として、私企業を初めとする継続的事業体についての知識を持ち、また同時にその経営についての知識と理解を持っているというレベルである。実際には商学部、経営学部、経営情報学部、経営工学部などの経営学関連学部に所属していない学生でも、経営学についての知識と理解を持っていないと日常生活上、困難な問題に直面する可能性がある。例えば、就職を希望する企業の貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書など財務諸表が読める、上場企業の有価証券報告書が読める、生活している地方自治体の財務諸表が読める、黒字倒産の原因を説明できる等のような経営に関する基本的な知識と理解ができる。

② スキルとしての経営学の基本的な知識と理解

経営の現場で生き抜く知識やスキルとしての経営に関する知識と理解を持ってい

るというレベルである。これは企業社会で一般に広く使用されている経営に関する言葉を理解できると共に、それが使えるというレベルである。例えば、「事業部制」、「マーケティング・ミックス」、「EVA（経済的付加価値）」、「転換社債」、「債務超過」などの意味が解り、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。組織の中で職能担当者はそれぞれの分野における専門知識を理解し、その職能分野の諸課題を解決出来なければならない。その上で、現在のようにグローバル化時代のヒト、モノ、カネ、情報が国境を越えて自由に移動する企業の活動の中で、有用な貢献をするためには、一定の語学力、異文化理解力もこの段階の基本的な知識と理解に位置付けることができる。

③ 教養としての経営学の基本的知識と理解

これは経営学にかかわらず深く考える思考力が涵養されているレベルである。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できるというレベルである。このレベルの経営学的知性を身に付けることで、継続的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見られた理由な何か、というような経営諸現象を論理的・簡潔に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的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、継続的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が可能である。例えば、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とスキルとしても活用できる。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。

④ 専門としての経営学の基本的知識と理解

経営学の知識、スキル、思考力を駆使して、非常に複雑な経営上の諸問題を解決できるようになるのがこのレベルである。これは、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など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行けるというのがこのレベルの経営学的知識と理解である。このレベルの専門性の高い経営学的知識は、学部教育のみでは獲得できない。学部教育の水準を十分に身に付けた上で、その後の実践的教育を通じて学習を重ね、大学教育で学んだ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論の上に立って新たな実践にチャレンジする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行

く。このように考えると、学部卒業時点では完全に身に付けられないまでも、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付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能力

1) 経営学に固有の能力(専門的な知識や理解を活用して、何かを行うことができる能力)

①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、特に企業等の継続的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行こうとする学生にとって、「企業の経営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。

例えば、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、どの企業が適切なマーケティング戦略をとっているかなども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。また、有価証券報告書などを解読、財務諸表・決算書などの分析をすることにより、企業の収益性、安定性や成長性など定量的・定性的分析を通じての判断ができる。

また経営学は、企業のみでなく、あらゆる継続的事業体にも適用されることから、自治体における自治体行政から自治体経営への移行、企業会計方式の導入による自治体会計制度改革、国家における国家経営や国家会計などへの移行が進んでいる中で、公務員分野などを希望する学生にも経営学の知識や理解が求められている。

これらの知識は、企業の中で生きて行く上でも、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、大局観を持って企業社会を生き抜くことが出来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、例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。

さらに企業のみならず継続的事業体の中で経営活動において問題が生じている

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、単なる直感やルール・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行くことが出来る。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いくことも可能であろう。

②.市民生活上の意義

企業社会に参加していく際に有用な経営学の知識は、企業社会以外でも有用性を発揮できる。企業と言う複雑なシステムの挙動について理解する知性は、自治体組織、ボランティア組織や地域社会などを含む多様な集団を経営・管理・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ったが、現在では、私企業中心の経営学からあらゆる継続事業体の経営学として進化している。したがって、あらゆる継続事業体を経営・管理・運営するための経営学の知識は、何らかの組織の中で生きている市民生活においては有用な知識である。

継続的事業体を経営する経営者の視点に立って経営上の諸問題の解決を考える経営学は、同時に、継続事業体を社会的に制御する場合にも効果を発揮する。経営上の諸問題を経営者の目から見ると言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性が生じた場合に、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取っているかを理解し、説明することが出来るのであれば、その企業の行動を外側から制御しようとした時に、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。現代のように、多くの社会問題の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る人々のにとっては、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分野であり、それを学ぶ学生は良き市民として生きて行く上で重要な知識を身に付けることになる。

③学問・社会の変化と経営学の学習

経営学の進歩・発展は、他の社会科学の領域と同様に、社会の変化と共に、継続的事業体の経営の視点からの要求と社会の視点からの要求に応えることにより進化してきている。すなわち、経営者の視点を重視し、継続的事業体の経営を巡って生じている諸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。

現代的な経営上の諸問題は、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が、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行く作業に経営学者が従事している。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、進化させていくと共に、最新の経営学の知見を常に接種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んでおくことは非常に重要である。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行くことで、継続的事業体の企画・経営・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の経営学は有用である。

④ 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な能力は極めて多様である。経営学の対象である継続的事業体には、多様なアプローチがあり、学習内容・学習方法も多様であるため、学生がどのアプローチを取るかにより、専門的な知識・理解が異なってくる。しかし、社会的存在としての継続的事業体の経営の諸問題の認識と諸問題の解決を志向することから、多様なアプローチと多様な学習内容・学習方法が求められる。経営学の学習を通じて獲得される具体的な能力は基本的に共通である。よって具体的能力として、経営学の学習を通じての一般的な能力と専門的な能力は以下のように言える。

i 一般的な能力

- ① 経営の現状及び今後について、十分な裏付けを持った意見を持つことができる。
- ② 経営に関する他者の意見を理解し、適切に評価し、位置づけることができる。
- ③ 新たに生起する経営の事象に関して適切な解釈を与え、必要があれば自ら意見を表明したり、実践に関与したりできる。
- ⑤ 継続事業体の環境適応性について十分な理解のもとで、適切な継続事業体を組織化できる。
- ⑥ 特定の経営諸課題や諸問題について、文献やデータを収集して吟味し解決できる。
- ⑦ 経営学とは何か、経営とは何かについて、それを専門としない者に説明できる。

ii 専門的能力

- ① 継続的事業体の創造的な企画・設計能力と管理、運営に関する能力
- ② 継続的事業体の財務的・会計的意思決定能力と業績評価に関する能力。
- ③ 顧客のニーズに応えると共に、顧客満足な製品・商品を開発に関するマーケティング能力。
- ④ 継続的事業体に適切な組織設計能力と組織の管理・運営に関する能力。
- ⑤ 組織における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、判断する能力。
- ⑥ 生産工程が問題を抱えているか否かを考える判断する能力
- ⑦ グローバル時代を迎えて、国際的に事業展開する企画・設計に関する能力。
- ⑧ 継続的事業体の維持・存続・発展に向けて戦略的意思決定と業績評価に関する能力

これらの能力の多くは、商学部、経営学部、経営情報学部などの学士課程教育で、経営学を学ぶことで身に付く一般的能力と専門的能力と考えられる。さらに特定の専門的学習を通じて、より高度の専門的能力が身に付けることができる。

(2) 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)

① 知識訓練としての意義

経営学の教育は、マネジメントとしての経営学を学ぶことにより、市場経済システムの中での継続的事業体の企画・経営・管理・運営に関する一般的知識・能力と専門的知識・能力の習得を目的としている。この継続的事業体には、巨大な組織もあれば小さな組織、営利組織もあれば非営利組織、ボランティア団体、自治体・国家などもあることから、あらゆる継続的事業体の経営に関する一般的知識・能力、専門的知識・能力を習得することができる。

また、経営学教育は、市場経済システムの中で、継続的事業体が社会的使命を果たすために、外部利害関係者との利害調整を図ると共に、内部利害関係者との協働関係を図るための知識・能力の育成・習得・訓練をすることから、経営学固有の知的訓練を通じて、次のような汎用的に活用可能な能力（ジェネリックスキル）を身に付けることができる。

- i. 経営学の学修を通じて、現実の社会に関する情報を収集し、選択・加工・整理し、適切な情報として発信出来る能力。
- ii. 経営学の学修を通じて、現実の社会を歴史的に考察する能力、理論的に考察する能力、社会の在るべき姿を創造する能力。
- iii. 経営学の学修を通じて、人間についての深い洞察力と、社会についてのグローバルな視野で、現実的に企画し、解決する能力。
- iv. 経営学の学修を通じて、口頭によるコミュニケーション能力、文章による

コミュニケーション能力、会計によるコミュニケーション能力。

v. 経営学の学修を通じて、あらゆる社会組織の中で協働しながら行動する社会的基礎力。

4. 学習方法及び学習成果の評価方法に関する基本的な考え方

(A4用紙、40字×40行、2枚程度)

(1) 学習方法

経営学は、理論科学であると共に実践科学であることから、経営学の教育方法も理論的教育、実践的教育など多様であり、経営学を学ぶ学生の学習方法も多様である。したがって、経営学の学習成果を上げるために、講義、購読、演習、現場教育など多様な教育方法、多様な学習方法が考えられる。また、経営学の教育は、経営学固有の特性を踏まえながら、多様な教育方法と多様な学習方法を組み合わせながら、学生の理論的能力と実践的能力を育成する必要がある。そのためには、以下のような多様な教育方法、学習方法が考えられる。

1) 講義

経営学の基礎的・基本的知識から最先端の研究動向まで、経営学の多様な研究成果を学生は、講義を通じて学ぶ機会が与えられるべきである。このような学習の機会を与えることは、経営学の見方・読み方・考え方の学習の基礎となる。経営学の基礎的な概念・理論・命題などを丁寧に理解させる講義も有用である。また、学習者の側に対して、講義と共に、考えさせること、疑問を喚起すること、調査させること、口頭あるいは文章で意見を述べさせること、知的好奇心を喚起させることなどが必要である。そのために講義は、一方向的でなく、講義の理解度を確認するとともに、理解度を伝える小テストの実施、講義の理解度を自ら深める研究課題の提起、学生が自分で考え、意見を言える討論の機会を取り込んだ双方向的講義も有効である。

2) 講読

テキストを十分に精読・理解しながら、批判的に解読する座学の習慣を身に付けさせること。講読を通じて、自主的な知的体験と創造力を育成し、さらに討論に参加させ、多様な考え方に触れさせながら他者の意見を理解し、自らの考え・意見を論理的に展開できるように訓練させる。

3) 実践教育・現場教育

経営学の教育においては、経営学の研究・教育の対象である経営の現場が良き教材であると言われるように、講義・座学と同様に、現場を直視し、現場で考え、現場で想像する教育・学習を重視すべきである。たとえば、国内・国外の企業・工場などの継続的事業体・産業施設・商業施設などの視察・調査・研究、国内・

国外の一定期間のインターンシップ、商店街ウォッチングなど現場を直視し、現場での質疑応答と討論などの学習方法・教育方法の導入も望ましい。

4) 卒業研究・卒業論文・課題研究

経営学の学習成果を踏まえて、自ら研究課題を設定し、その課題の考察のために文献や情報を収集し、整理・分析・加工し、最初に立てた課題について結論を論理的にて展開することは必要である。また、卒業論文発表会を開催して、研究成果を発表することは、研究能力、発表能力、質疑応答力などの育成となる。

5) その他

経営学は、あらゆる継続的事業体の経営を対象とすることから、現実の政治・経済・経営・社会の状況と動向についての学習が重要である。そのためには、新聞・雑誌の活用、視聴覚教材の活用、IT の活用など教育方法の開発と教材の開発と共有化が不可欠である。

また、在学3年間で大学卒業「学士の単位取得」を可能とする早期卒業制度を導入して、大学院進学による高度の専門的教育へ、国家試験合格による専門職としての専門職の技能教育へなどへ早期に進めさせる教育も能力開発として重要である。

(2) 評価方法

経営学教育における評価は、教育目的により評価方法も異なる。また、経営学教育の期待度によっても異なる。一般的な評価基準としては、知識力、理解力、解釈力、思考力、創造力、表現力、文章力、発表力、応用力、計算力、展開力などがある。

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、体系的な知識力が身に付いているか否か、経営学のキーワードの意味が確実に身に付いているか否か、適切な場面で適切に使用できるか否かなどについて評価目的により工夫を加えた試験、レポート、面接などで評価できる。

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いるので、単なる教室での試験による評価では難しい。あるシステムの挙動がどのようになるか分析し、予測できるか否かという知識力、思考力、展開力、創造力などは、知識レベルが問われ、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深く的確に捉えているか否かを一人一人丁寧にチェックする評価方法が必要となる。さらに専門としての経営学の評価では、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の評価が必要となる。これらの専門能力レベルの評価は、少人数のゼミナールによる長期の相互作用による質的評価が最適である。

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。

4用紙、40字×40行、1～2枚程度)

(1) 市民性の涵養と経営学教育

市場経済システムにおける継続的事業体を研究および教育の対象とする経営学は、社会的貢献を果たす継続的事業体の維持・存続・発展を図るための経営諸課題・諸問題の認識と解決という志向性を強く持つため、市場経済システムにおける諸課題・諸問題の認識と解決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うことができる。また同時に、その経営的視点を逆手に利用することで、社会全体の視点から見た継続的事業体の制御という視点を学びとることができる。それ故に、社会全体の視点から見た継続的事業体の経営という視点もまた教育することができる学問である。これらの視点を持たせることで、現代という時代を生きていく若者たちに、まさに市場経済システムの中で、世界の諸課題や諸問題を解決していく市民としての自覚を促し、幅広い知識を身に付けながら社会貢献していく生き方を提示することができる。

このような点からも、既に経営学は教養としての価値を持つ学問であると考えられる。また、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付くことから、現代社会で生きていく上で非常に重要な思考力を身に付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、教養の知性を身につける上でも重要な役割を果たすものである。

(2) 経営学教育と教養教育

経営学の研究・教育の対象である企業などに代表される継続的事業体は、ヒト・モノ・カネ、情報が国境を越えて自由に移動するグローバル化時代、高度情報化時代、価値観の多様化時代、地球環境保全など地球的規模での新たな時代を迎えている。グローバル化に代表される新たな時代は、教育分野においても新たな対応が求められている。この地球的規模での新たな時代の教育は、国内のみでなく世界のいかなる国、いかなる地域でも生きる能力・働ける能力・貢献できる能力を有する人材育成が強く求められる。

そのための教育には、自国の歴史、宗教、社会、文化や伝統などに深い理解を持った「個の確立」がより以上に求められとともに、世界の国々や地域の歴史、宗教、社会、文化や伝統などの「異文化理解力」、「異文化コミュニケーション能力」を有し、「世界の中の日本人」、「アジアの中の日本人」を自覚して、積極的に日本の文化や伝統、思想を世界に情報発信しうる「真の国際人」としての教養が強く求められる。