

2012年6月16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12）（未定稿）

1. 経営学の定義

(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、国・地方自治体、学校、病院、NPO、家庭等）の目的の設定とその達成のための企画・運営・管理・成果確認・改善などの組織活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、継続的事業体の経営上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課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の解決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、組織内部の諸課題の解明のみならず、組織と外部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ところとなり、広義の経営学へと展開していった。

広義の経営学は、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経営活動を貨幣数値的に認識・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、それぞれ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として、多様に発展している。

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。

(2) 経営学の諸領域

経営管理論は、継続的事業体が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を研究対象としている。さらには環境と組織の適合関係を高める戦略も研究の対象としてきている。これらは経営管理論として、広義の経営学に対して、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貨幣的に認識・測定し、財政状態、経營業績、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、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、行政組織などの内部・外部利害関係者の意思決定とともに、社会秩序を維持するためにも有用な役割を果たしている。

商学の中の取引にかかわる部分は、マイクロ・マーケティング論という形で、あるいは流通論や商業学という形で発展していった。流通論や商業学は、取引のあり方をマクロの視点から研究するもので、マクロ・マーケティング論とも呼ばれている。これに対して、マイクロ・マーケティング論は取引にかかわる組織活動を個別企業の経営の視点から研究する。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の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、経営上の諸課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。経営学と工学を融合した経営工学は、経営上の諸課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。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、その両者は車の両輪のように機能しなければならない。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存在している。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課題を解決する多様な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目的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

(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、心理学などと並び、社会科学の一分野として位置づけられており、これまでは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とされてきた。しかし近年は、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が強まっている。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。たとえば、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視点という、二つの固有な視点がある。具体的には、前者はトップ・マネジメントの視点からする課題の解決であり、後者は各職能の管理者の視点からする課題の解決である。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課題の整理と分析、そこから生じる課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している。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化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」とも呼ばれるものである。この経営者の視点から組織内や組織外の諸課題を見る時、そこには経済学や法学の視点から見た現象とは異なる課題が現れ、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課題の分析や解決は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上で有意義な活動である。

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各職能組織の活動を効率的にすることが大前提である。科学的管理法においては、現場における個々の作業員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。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課題が発生し、その課題解決が迫られる。そこでは、その職能分野の部分最適化を目指した理論が研究され、実践的な技法が開発されてきた。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、その課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総合科学としての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、他の諸科学と共通する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と関連付けて点検する視点である。継続的事業体は社会を構成する行為主体の一つであり、社会の発展に積極的に貢献する必要がある。継続的事業体は社会の変化に対応して新しい事業を起業したり、新製品や新しいビジネス・モデルを開発し、変動する社会に対して常に新しい価値を提供しなければならない。それにより雇用の創出や環境の保全など社会にとって意義ある成果を出し続けることができる。

他方、そのステークホルダーに対して公平に貢献することなど、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ある。たとえば、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、企業を取りま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。経営倫理の研究は経営者の行動が企業統治の観点のみならず企業市民としての観点から社会的に適切になることを求めている。

これら二つの側面を点検することを通じて、継続的事業体は社会全体の持続的発展

を可能にする行為主体としてその社会的存在意義が認められる。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存在意義を明らかにすることができる。経営学の体系化された知識は、継続的事業体の社会的存在意義を自己点検することにより、持続的な社会の発展に貢献しているのである。

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性格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、具体的な諸課題を解決してきた。それらは経営学の歴史を繙けば明らかである。

たとえば、第一に、企業活動の分析には経済学がよく利用された。ドイツにおいて経営学が一つの学問分野として主張されはじめたとき、経済学との関係が問題にされた。ドイツ経営学の成立当初は、一国の経済の仕組みを研究する国民経済学（Volkswirtschaftslehre）と区別するため、企業の経営を研究する経営学は私経済学（Privatwirtschaftslehre）として学問上の独立性を主張した。今日の日本では、経営経済学（Betriebswirtschaftslehre）の略称として経営学が利用されている。

第二に、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を明らかにし、作業者の職場行動を改善する課題に対して、社会学の理論が適用された例と言える。

第三に、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。

第四に、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。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り込む必要が生

じたとき、数理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、数理学の理論が経営者の判断を支援したといえる。これらは経営課題への数学的アプローチの適用と言える。

第五に、近年の情報通信技術の進展・普及に伴って、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計画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計画の適切性を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計画の策定や評価に統計学的アプローチが適用された例と言える。

(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して、社会的に大きく三つの役割を果たしている。

第一に、経営学の知識を身に付けることにより、たとえ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付けることが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ことに似ている。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対応している。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。

第二に、経営学の知見を多くの人々が身に付けることにより、組織の中で活躍できると同時に、組織として効率的に活動する知識を身に付けることができる。今日の社会において、多くの人々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団体であれ、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。組織の一員として効率的に活動する知識や技能を身に付けることにより、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。たとえば、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付け、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、単位組織の職能を組織全体の中で位置づけることにより組織全体の動向を見ながら自己の専門職能の課題を効率的に達成することができるようになる。

第三に、経営学の知識は、継続的事業体を社会全体の発展と整合して発展させるための知見を提供している。経営学は、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、個々の継続的事業体を発展させるためだけではなく、それが同時に社会全体の発展と整合性を保ちながら発展させることにより、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。たとえば、トップ・マネジメントのあ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継続的事業体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全体の観点から整合性をもって発展させるために有意義な学問である。

（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、単位組織の具体的な課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。社会事象としてみれば経済学、法学、社会学、心理学などの研究対象となり、自然科学の中では、工学、数学、統計学などの研究対象になりうる。経営学は、組織や作業現場の具体的な諸課題を解決するための学問として発達したのであり、課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位置づけられる。

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課題の解決に当たった。そのため、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、継続的事業体の諸課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、固有の視点から経営に関する知見を整理・体系化する必要が生じたのである。

継続的事業体の経営課題をトップ・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、経営の諸課題を解決するには、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課題を解決する方向が目指されるようになった。さらには、経営学で開発し普及させ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。たとえば、PDCA(Plan・Do・Check・Action)サイクル、顧客満足、最適化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課題を考える必要が強くなっていることを考えると、今後は異文化理解の知見や情報科学の成果をさらに積極的に取り入れる必要が出てきている。これまでもそうであってように今後も、経営学は、異なる諸科学と協力し、統合・融合しながら、新しい知見を開発していくことがもとめられている。

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

(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

経営学を学修したものは、まず継続的事業体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、説明することができるようになる。経営学を学んだ者は、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・定性的に明らかにすることができる。またその最適な行動から継続的事業体が離れることがあるとすれば、それは組織内のどのような要因から帰結しているかを説明できるようになる。

社会の中で重要な行為主体として、継続的事業体の意思決定過程とその行動を理解し、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、現代を生きる市民にとっても重要な知的能力である。

また、経営学を現実的な観点から学ぶことで、経営学の学修者は、私企業をはじめとする継続的事業体を適切なやり方で実際に起業することができるようになる。さらにその事業体を実際に管理・運営するための知識を身に付け、同時にそれを実践できる能力を開発することができる。

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、それを応用していく現場での実習と訓練が必要である。従って、学部レベルにおいて経営学の知識を学んだとしても、それによって直ちに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。

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、実際に継続的事業体の経営を行う実習を経験し、常に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現実的知識へと昇華していく。常に、「自分が経営者だったら、どうするか」という行

為主体としての視点を持って学び、実行し、反省していくことで、経営学の知識を深化させることができる。学士課程における経営学の学習はこの深化過程を始動するための基礎を確立するものである。

2) 獲得すべき基本的な知識と理解

経営学で学ぶ領域は、経営学、会計学、マーケティング、経営工学、経営情報学など実に広い分野にわたるが、経営学を学ぶ学生が学士課程において獲得すべき基本的な知識と理解は、大まかに分けて4つのレベルに分かれている。そのレベルの違いは「浅い深い」、「低い高い」というレベルの違いではなく、経営という事象をどういう観点からとらえるかの違いである。あるレベルの課題をこなしながら、それに触発されて他のレベルの知識や理解が進むということも生じる。また、あるレベルの知識や理解をもとに、体験の積み重ねや自主的な学習によって認識の広がりや深まりが生まれることもありうる。したがって、プログラム化された授業等ですべてをカバーすることが求められているわけではない。

① 常識としての経営学の基本的知識と理解

一般常識として、私企業をはじめ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。実際には経営学部、商学部、経営情報学部などの経営学関連学部には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を営む上で、困難な問題に直面する場合がある。たとえば、株式会社と NPO を区別できない場合、ボランティア団体に期待することに誤解が生じる場合がある。あるいは就職を希望する企業の貸借対照表・損益計算書などの有価証券報告書が読めない場合、就職すべき会社の選択を誤る場合がある。

② 職能担当者としての経営学の基本的な知識と理解

経営の現場で仕事をする場合、それに必要な専門的な知識や技能に関する理解が出来るレベルである。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専門用語を理解できると共に、それが使えるというレベルである。たとえば、「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、仕事をする上でそれらの専門用語を適切に使用して、企業活動の中で効率的に自分の仕事をこなせるレベルである。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できなければならない。

③ 専門職業人としての経営学の基本的な知識と理解

経営学の知識・技能・思考力を駆使して、非常に複雑な経営上の諸課題を理解し、改革できるようになるのがこのレベルである。まさに経営のプロフェッショナルであるがゆえ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けるというのがこのレベルの知識と理解である。このレベルの専門性の高い経営学的知識とその理解は、学部教育のみでは十分に獲得できるとは言い難い。学部教育の水準を十分に身に付けた上で、その後の実践的経験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、自らの経営学上の理解を深め、その新しい知見の上に立って新たな実践にチャレンジするということで、このレベルの知識と理解を身に付けてゆく。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分野としての経営学に挑戦し、専門職業人としての経営学の知識を身に付けておくことが重要である。

④ 社会洞察の一部としての経営学の基本的知識と理解

これは継続的事業体が社会全体の中でどのような役割を果たし、社会の持続的発展の中でどのような価値を社会に貢献しているかを判断できるレベルの知識と理解である。私企業を含む事業体がなぜそのような事業を継続するに至ったのか、その事業を営むことが人々の生活や社会の持続的発展にとってどのような意義を持つのか、またその事業内容をどのように変革することが社会の変化に適応することになるのか、さらにはそのような事業を新しくどのような仕組みで経営することが社会の発展に適切であるのかなどを、人間や社会の本質や、さらには自然の摂理から説明できることになる。継続的事業体の経営を、その仕組みや社会的意義を社会に向かって説明すると同時に、社会の発展に合わせて変革しうるような知識と理解である。経営学の学修は、そうした社会洞察の一部になることができる。ただし、そうした洞察には、人間・社会・自然に関する深い教養も併せ持つ必要がある。

(2) 経営学の学びを通じて獲得すべき基本的能力

1) 経営学に固有な能力

①現実的課題への対処と職業上の意義

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、経営学の知識を身に付けることと職業上の能力を身に付けることはほぼ同じことを意味している。実学的要素が強い経営学は、専門の職能を持つ職業人としてであれ管理者としてであれ、現実の職業生活を効率的に営む能力を身に付けさせる。

たとえば、経営学を学修した者は、通常、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位置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を洞察する能力を身に付けている。また、有価証券報告書などを解読し、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を判断することができる。

経営学の知識は、あらゆる継続的事業体にも適用されることから、公務員など

を希望する学生にも現実的意義がある。とりわけ、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の改革、行政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、私企業で普及した経営学の知識を身に付けておくことは現実的に意義がある。

さらにより具体的に深く学修した専門領域に応じて、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。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な理論に基づき、自信を持って仕事を進めることもできる。

② 市民生活上の意義

私企業のみならずあらゆる継続的事業体の経営に関する知識を学修することは、単に産業社会のみならず市民社会における組織活動においても有用性を発揮することになる。

たとえば自治体の組織、ボランティア組織、地域社会などを含む多様な集団を運営する上でも有用である。経営学の知見は、私企業が直面する諸課題を解決するための知識として開発されてきた経緯がある。しかし、その知見は組織としての事業体を効率的に運営する上で有効な知見であり、私企業以外の継続的事業体に活用されている。成熟した市民社会においては、社会を構成する行為主体は私企業のみならず市民団体やボランティア団体、学校、病院、独立行政法人など多くの組織に拡大している。

これら多様な行為主体の活動とその経営を考えると、その事業体を単に効率的に運営することのみならず、それらの事業が果たして社会の持続的な発展にとってどのように貢献しているか、その事業体の経営が自然の摂理や人間の本質・社会正義の観点から適切に運営されているか否かを批判的に検討する必要がある。これらの視点は、まさに社会の主権者としての市民の目線であり、市民に対しこれらの判断にとって重要な根拠の一つを提供するのが、経営学で得られた知識である。経営学で開発されてきた知見を市民目線で多くの継続的事業体に適用してみると、社会生活を検討する新しい地平が開かれてくる。その意味において、経営学は単に企業社会のみならず市民社会にとっても重要な知識体系である。経営学を学ぶことにより、新しい社会のあり方を考えることができる。

③ 学問・社会の変化と経営学の学修

経営学は、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からの要求と持続的に発展する社会全体の要求に応えることによって進化してきている。継続的事業体の経営をめぐる諸課題を解決してきた経営学は、時代

の変化の中で、新たな知見を生み出して、新しい概念を開発・普及させてきた。その知的生産活動を通じて社会の動きを変革し、新たな社会に到達してきたのである。

たとえば、コンピュータを含む情報技術は新しい産業を生むと同時に、経営のあり方を大きく変革している。それを解明するために経営情報学が開拓され、新しい理論が次々と開発されている。いまや宇宙ステーションでの活動と地上の活動を結ぶ継続的事業体が経営され、新しいビジネスの分野が展開されている。また、地球環境問題は産業社会のみならず市民社会の問題となり、多様な事業体がCSR 報告書を作成するに至っている。

このように、経営学の学習は常に社会の最先端の動きと連動しており、社会それ自体を変革する知的基礎となっている。経営学を学ぶことにより企業社会のみならず社会全体の将来を展望することができる。経営学の学修者は、学んだことを基礎にして、こうした新たな時代の経営課題について、最新の知識を習得し、使いこなすことができる。学士課程における経営学の学習は、さらなる学びのための基礎を身に付けるものでもある。

④ 獲得されるであろう具体的能力

経営学の学修を通じて獲得される具体的な能力は極めて多様である。また、経営学の対象である継続的事業体の行動を理解するには、多様なアプローチがある。経営学は総合科学としての性格を持つことからして、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が、学生がどのアプローチを深く学ぶかにより専門的な知識・理解は異なってくる。しかしながら、どのようなアプローチ深く学ぶにせよ、経営学を学ぶことによって獲得される具体的能力には、基本的に共通のものが見られる。経営学の学修を通じて獲得される一般的な能力と専門的な能力は、以下のようなものである。もちろん、学士課程における経営学の学修によって身に付く専門的能力は基礎的なものに留まるが、その後の経験やさらなる学修によって、より高次のものへと発展していくことができる。

i. 一般的な能力

- a. 継続的事業体の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述べることができる。
- b. 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。
- c. 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。
- d. 継続的事業体の環境適応性について十分な理解のもとで、適切な継続的事業体を組織化できる。
- e. 特定の経営課題について、文献やデータを収集し、吟味し、解決できる。

f. 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

- a. 継続的事業体を企画し管理・運営することができる。
- b. 継続的事業体の資金の流れを把握し、財務的な活動結果を貨幣的に測定することができる。
- c. 顧客のニーズを把握し、顧客に満足な商品を開発することができる。
- d. 継続的事業体を適切に組織設計し、その組織を管理できる。
- e. 組織における個人や集団を組織目標に向かって動機づけ、組織を活性化することができる。
- f. 生産工程や流通過程を設計し、問題が発生した時に解決することができる。
- g. グローバルに展開している事業体を世界的視野において経営することができる。

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、経営学を学ぶことにより身に付く一般的能力と専門的能力と考えられる。さらに各種の実践的経験を通じて、より高度の専門的能力を身に付けることができる。

2) ジェネリックスキル

経営学の教育は、市場経済システムの中での継続的事業体の企画・管理・運営に関する一般的知識・能力と専門的知識・能力の修得を目的としている。その学修過程は他の社会科学の諸分野と同様に、多様な情報を収集・処理する過程や、現実の社会・人間についての洞察を深める機会を多く含んでいる。

特に経営学が考察の対象とする継続的事業体には、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・国家などもあり、社会のほぼすべての領域を含んでいる。そのことから、経営学の学修は、社会の諸制度や組織全般の歴史や現状についての幅広い知識を身に付けたり、人間行動の性格や社会のあり方について思索をめぐらせる機会を多く含んでいる。したがって、経営学の教育には、継続的事業体が持続的に発展する社会の中でその使命を果たすために、継続的事業体と自然の摂理、人間の本質、社会正義などの価値観との関係を深く考察する機会が含まれている。

そこから、経営学を体系的に学んだ者は、通常、次のような汎用的に活用可能な能力を身に付けることができる。

- a. 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することができる。
- b. 現実の社会を歴史的に考察し、社会の在るべき姿を理論的に描くことができ

- る。
- c. 人間についての深い洞察力を持ち、多様な社会についてグローバルな視野で考察し、それぞれの社会に適した事業を企画することができる。
 - d. 自分が意図する事業の社会的正当性を社会に対し発言し、多くの人々の共感を得ることができる。
 - e. 多様な組織の中で多くの人々と協働しながら目的を達成することができる。

4. 学修方法及び学修成果の評価方法に関する基本的な考え方

(1) 学修方法

経営学は、実践と深く結びついた学問であることからして、教育方法も理論的知識の教育と同時に実践的な教育も含んでいる。教育の学修成果を上げるために、講義、講読、演習、実習、現場教育など多様な教育方法がとられている。教育する側のねらいや重点の置き方、学生の状況などに応じて柔軟に組み合わせられるべきである。経営学を学ぶためには、通常、以下のような多様な教育方法が考えられる。

1) 講義

学生は、講義を通じて、経営学の基礎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ぶ機会が与えられる。経営学の基礎的な概念・理論・命題などを学生に正確に理解させるには講義が有効であり、経営学の見方・考え方をより深く学ぶための基礎となる。同時に、講義を通じて最先端の研究動向に触れることも有益である。多くの学生は、そのような講義を通じて、経営学の見方や思考様式を習得することができる。

学生には講義を聴くのみではなく、講師と共に考えさせること、より発展した疑問を考えさせること、自分の意見を発表させることなども有益である。そのために講義は、学生が自分で考え意見を述べる機会を含んだ双方向の講義が適している。

2) 講読

テキストを十分に精読・理解しながら、批判的に解読する講読は全ての知識習得の出発点でもある。講読とそれを基にした意見交換は、多様な考え方に触れさせながら他者の意見を理解し、自らの考えを論理的に述べる能力を身に付けるとともに、自主的な知的体験と創造力を育成する機会となる。

3) 演習

実践と深く結びついた経営学を学ぶためには、継続的事業体の経営において生じている諸課題を自ら発見し、その問題構造を分析し、その解決策を探索する問題解決型の学習が不可欠である。学士課程においては、一般的に、演習課題、レポート、卒業論文などの形でこのような教育方法がとられている。学生と指導教

員が個人的にも意見を交換し、調査の方向を相談しながら、学生自らの力で問題解決の糸口を見出していく。ここでは学生の自主性が最大限に尊重され、自ら問題を発見し、指導者のアドバイスの下に自ら問題を解決するという過程を経ることで、自己学習能力が身に付いていく。

他方、経営工学や経営情報学のようにコンピュータに直接接触りながら技能を身に付けたり、シミュレーションをしながら理論を身に付ける学習もある。ここでは自ら演習を繰り返すことによって、知識と技能を身に付けることになる。

4) 実習・現場教育

経営学の教育においては、講義・演習と並んで、現場を直視し、現場で考え、経験から知識を身に付ける教育も有効である。たとえば、国内外の企業・工場・産業施設・商業施設などの視察・調査・研究、国内外における一定期間のインターンシップ、商店街ウォッチングなどが挙げられる。そうした学習方法は、現場を体験し、現場を肌で感じながら、教科書や講義などで出てきた知識を活用したり、それにはでてこない知識を自ら発見して手に入れたりするための良い機会となる。

(2) 評価方法

経営学における教育結果の評価は、教育目標、知識のレベル、教育方法などにより異なっている。知識習得の程度が評価される場合もあるし、知識やスキルを使いこなして、ある課題を一定水準まで達成することが評価される場合もある。あるいは認識の深さや鋭さ、ユニークな着想が評価される場合もある。

たとえば、簿記の習得においては単に勘定科目を覚えるのみならず実際に伝票を処理し、財務諸表を作成できるまでの技能が求められる。また、経営情報学では現実に何らかのプログラムを自分で作成できるまでの技能が要求される。それらは、全国的な検定試験によって測定される場合もある。

しかし、それらとは異なり、たとえば卒業論文の場合のように、優れた着想で理論を吟味したり、鋭い視点で情報を分析したりすることが学生に求められるような場合には、一律の評価尺度や達成すべき水準の指標は存在しない。もちろん、着想のユニークさや知見の重要性、先行研究の十分な吟味・検討、実証や論述手続きの厳密さ、学術論文としてのルールや作法の遵守度など卒業論文として評価すべきポイントはたくさんある。しかしながらそれらの諸ポイントをどのくらい重視するかも含め、最終的には当該分野や事象に関して深い知識を持った評価者の高度な評価能力に依存することになる。

実習や現場教育においては、指導者が現場で学生の行動を観察したり、質問したりすることを通じた多面的な評価が重要になる。実習や現場教育を体験する過程において、学生が何をし、何を感じ、何を考えたのかということこそ重要な評

価の要素である。本人の事後的な振り返りや省察も重要な手掛かりとなる。それでも、一律の評価尺度や達成すべき水準の指標は多くの場合は存在せず、どの要素をどう評価していくかは、深い知識を持った評価者の高度な評価・判断能力に依存することになる。

経営学を学んだ者の評価は、このような多様な評価を組み合わせで行われることになる。学理的な知識・技能の習得やその活用に重点を置いて総括的な評価がなされる場合もあろうし、実践的な知識・技能の習得やそれを使いこなす力量に重点を置いて総括的な評価がなされる場合もあるであろう。大学によって、あるいは授業によって、多様な方法と多様な評価の仕方が採用されることは、社会全体に対して、結果として多様なタイプの人材を育てるという意味で、尊重されねばならない。

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

(1) 市民性の涵養と経営学教育

経営学を学ぶことは、それ自体、市民性を涵養し、良き市民としてふるまうことを可能にする側面を持っている。

経営学固有の視点の一つとして、継続的事業体を社会全体の変動と整合性を保ちながら発展させる視点があることは前に述べた。この視点に立つと、継続的事業体が社会を構成する行為主体の一つとして存続する限り、社会の行為主体として社会の変動に対応して適切に行動しているか否か、あるいは、自然界の制約や人間の本質、社会正義などから逸脱していないかどうかを点検することも経営学を学んだ者が取り組むべき課題となる。

たとえば、地球環境の劣化が人類共通の課題として立ち現われたとき、そのような課題を解決するどのような事業、どのような新製品やサービス、あるいはビジネス・モデルを企画するかを考えるのは経営学を学んだ者が容易に実行できることである。そのためのベンチャー・ビジネスを立ち上げることも可能であり、あるいはNPOの設立を市民に呼びかけることも可能である。

あるいは、社会正義に反する行為を組織の内部・外部から抑止することに関して、経営学を学んだ者はその知識や技能を生かして貢献することができる。企業は市場経済システムの中で利潤を追求する行動それ自体は正当な行為として認められている。ただ、そのような行為の中で、もしも人間本来のあり方や社会正義に反する行動があれば、それは是正されなければならない。経営学を学んだ者がその知識を使って、企業に対し企業市民 (corporate citizenship) としての行動を求めることにより、その任を果たすことが可能である。したがって、経営学を学ぶことは、良き市民としてふるまうための知、良き市民社会を造るための知を獲得することになる。

(2) 経営学教育と教養教育

経営学を学ぶ者は、経営に関する専門知識のみならず、人間・社会・自然についての幅広い教養を身に付ける必要がある。

継続的事業体は社会を構成する行為主体の一つであり、全体社会と調和的・相即的に発展する必要がある。その経営者は事業の内容が社会の求める価値に対応しているか、社会の変化に適応しているか否かを常に検討することが求められている。社会や市場の動向を見抜き、事業の内容を変革し、世の中の変化に対応するには、ただ単に組織を効率的に動かすことのみならず、事業体を取り巻く社会それ自体の変化を深く洞察する知識や能力が必要である。組織全体の舵取りをする経営者には社会の変動に対応できる広い識見と柔軟な発想が求められる。このような広い知識や能力は、専門科目としての経営学のみならず学士課程における教養教育によってその基礎が形成される。

同時に、継続的事業体の存在意義を市民社会の中においてとらえ直すとき、自然界の法則、人間の本質、社会の成り立ち、歴史・文化・宗教など人間が生活するうえで必要な基本的諸条件を明らかにする教養教育は、経営学を学んだ者が市民として適切に社会の中で活動するための基礎的条件である。グローバル化が進展している現代の社会で、継続的事業体を取り巻く状況は大きく変容している。異文化の中で生きる人々の考え方や行動を理解したり、そういう人たちとコミュニケーションをとったり、環境や資源の制約が継続的事業体の活動にとって持つ意味を考えながら、グローバルに活動を展開することが必要になっている。経営学を学んだ者が、そのような活動に適切に関与していくためにも教養教育は重要な役割を持っている。

6. 経営学と起業家の養成

継続的事業体が世の中の変化に適応しながら柔軟に発展するうえでは、その経営者とりわけ新しい事業を企画したり、既存事業の多角化を行う起業家が重要な役割を担っている。新しい事業を企画し運営するのは、単に私企業の起業家のみならず、NPO あるいは NGO など多様な事業体の経営者である。組織が成熟化した社会では、経営者職能は私企業に限定されずあらゆる組織に汎用化され、私企業の経営者が NPO や行政組織などで経営者職能を果たすようになっている。

経営学の知識は継続的事業体を社会全体の発展と調和的に発展させるための知識でもあることは既に述べた。社会の変化に伴い継続的事業体の設立や事業内容の多角化が常に求められる。社会の変化への対応は、それが私企業であれ NPO であれ、常に新しい事業を企画し、組織し、管理する知識が必要であり、そのような知識を体系化して教育するのが経営学である。

しかし、経営学を学士課程で学んだとしても、それにより直ちに起業家あるいは

経営者なれるとは限らない。学士課程で学んだ知識を経験の中で確認し、さらに新しい知識を実践の中で学びとり、不断に革新していく必要がある。学士課程における経営学教育は、経営事象を深く考え、その知識と能力を深化させる芽を植え付けるものである。

(丁)