

報告

大学教育の分野別質保証のための
教育課程編成上の参照基準
経営学分野



平成24年（2012年）8月31日

日本学術会議

大学教育の分野別質保証推進委員会

経営学分野の参照基準検討分科会

この報告は、日本学術会議 大学教育の分野別質保証推進委員会経営学分野の参照基準検討分科会の審議結果を取りまとめ公表するものである。

日本学術会議 大学教育の分野別質保証推進委員会
経営学分野の参照基準検討分科会

委員長	藤永 弘	(連携会員)	青森公立大学大学院経営経済学研究科教授・経営経済学部教授
副委員長	奥林 康司	(連携会員)	大阪国際大学学長補佐(学事担当)・ビジネス学部教授
幹 事	沼上 幹	(連携会員)	一橋大学大学院商学研究科教授
	西尾 チヅル	(連携会員)	筑波大学ビジネスサイエンス系教授
	平松 一夫	(連携会員)	関西学院理事・関西学院大学商学部教授
	吉田 文	(連携会員)	早稲田大学教育・総合科学学術院教授
	吉原 正彦	(連携会員)	青森中央学院大学経営法学部教授
	池尾 恭一	(特任連携会員)	慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授
	鈴木 久敏	(特任連携会員)	筑波大学理事・副学長
	能勢 豊一	(特任連携会員)	大阪工業大学工学部教授

日本学術会議上席学術調査員 崎山 直樹

この報告書の作成に当たり、公開シンポジウムにおいて、以下の方々にご協力いただきました。

- 高嶋 克義 (神戸大学大学院経営学研究科教授)
- 山崎 和海 (立正大学学長、経営学部教授)
- 井上 洋 (日本経済団体連合会広報本部長)
- 松本 大吾 (青森公立大学大学院経営経済学研究科博士後期課程)

日本学術会議 大学教育の分野別質保証推進委員会

委員長	北原 和夫	(特任連携会員)	東京理科大学大学院科学教育研究科教授
副委員長	高祖 敏明	(特任連携会員)	学校法人上智学院理事長
幹事	藤田 英典	(連携会員)	共栄大学教育学部教授、教育学部長
幹事	本田 孔士	(連携会員)	京都大学名誉教授
	長谷川 壽一	(第一部会員)	東京大学大学院総合文化研究科教授
	室伏 きみ子	(第二部会員)	お茶の水女子大学理学部・大学院人間文化創成科 研究科教授
	北村 隆行	(第三部会員)	京都大学大学院工学研究科機械理工学専攻教授
	澤本 光男	(第三部会員)	京都大学大学院工学研究科教授
	森田 康夫	(第三部会員)	東北大学教養教育院総長特命教授
	有本 章	(連携会員)	くらしき作陽大学・作陽音楽短期大学学長
	浦川 道太郎	(連携会員)	早稲田大学法学学術院教授
	唐木 英明	(連携会員)	倉敷芸術科学大学学長
	小林 傳司	(連携会員)	大阪大学コミュニケーションデザイン・センター 教授
	塩川 徹也	(連携会員)	東京大学名誉教授
	久本 憲夫	(連携会員)	京都大学大学院経済学研究科教授
	広田 照幸	(連携会員)	日本大学文理学部教授
	本田 由紀	(連携会員)	東京大学大学院教育学研究科教授
	松本 忠夫	(連携会員)	放送大学教養学部教授
	山田 礼子	(連携会員)	同志社大学社会学部教授
	吉田 文	(連携会員)	早稲田大学教育・総合科学学術院教授
	河合 幹雄	(特任連携会員)	桐蔭横浜大学法学部長・教授
	川嶋 太津夫	(特任連携会員)	神戸大学大学院教育推進機構・大学院国際協力研究 科教授
	小林 信一	(特任連携会員)	筑波大学ビジネスサイエンス系教授
	吉川 裕美子	(特任連携会員)	大学評価・学位授与機構研究開発部教授

本件の作成に当たっては、以下の職員が事務を担当した。

事務局	中澤 貴生	参事官 (審議第一担当)
	伊澤 誠資	参事官 (審議第一担当) 付参事官補佐
	藤本 紀代美	参事官 (審議第一担当) 付審議専門職

要 旨

1 作成の背景

2008年（平成20年）5月、日本学術会議は、文部科学省高等教育局長から学術会議会長宛に、「大学教育の分野別質保証の在り方に関する審議について」と題する依頼を受けた。このため日本学術会議は、同年6月に課題別委員会「大学教育の分野別質保証の在り方検討委員会」を設置して審議を重ね、2010年（平成22年）7月に回答「大学教育の分野別質保証の在り方について」を取りまとめ、同年8月に文部科学省に手交した。

同回答においては、分野別質保証のための方法として、分野別の教育課程編成上の参照基準を策定することを提案している。日本学術会議では、回答の手交後、引き続きいくつかの分野に関して参照基準の策定を進めてきたが、今般、経営学分野の参照基準が取りまとめられたことから、同分野に関連する教育課程を開設している大学をはじめとして各方面で利用していただけるよう、ここに公表するものである。

2 報告の概要

(1) 経営学の定義

経営学は、営利・非営利のあらゆる「継続的事業体」における組織活動の企画・運営に関する科学的知識の体系である。営利・非営利のあらゆる継続的事業体の中には、私企業のみならず国・地方自治体、学校、病院、NPO、家庭などが含まれる。また、企画・運営に関する組織活動とは、新しい事業の企画、事業体の管理、その成果の確認と改善、既存事業の多角化、組織内における各職務の諸活動である。これらの諸活動を総体として経営と呼ぶ。

(2) 経営学固有の特性

経営学は、従来では社会科学の一分野として位置づけられていたが、今日では自然科学の成果も活用した総合科学としての性格が強まっている。そこでは、経営学固有の視点が確立している。

第一の視点は、営利・非営利の継続的事業体を俯瞰的に見る視点であり、「経営者の視点」あるいは「経営主体の視点」と言われるものである。

第二の視点は、組織を構成する各職能の管理者の視点であり、それぞれの職能単位組織の課題を効率的に解決するものである。

第三の視点は、営利・非営利の継続的事業体の活動を社会全体の発展と関連づけて点検する視点である。営利・非営利の継続的事業体はそれを取り巻く社会と相即的に発展する必要がある、社会秩序全体との整合性を自己点検する必要がある。

(3) 経営学を学ぶ学生が身に付けるべき素養

経営学を学修した者は、営利・非営利の継続的事業体がどのような論理で、どの

ような意思決定を行い、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。さらに、継続的事業体が直面している諸問題の構造を分析し、それに対処する最適な行動を提示することができる。継続的事業体を実際に管理する知識を身に付け、それを実践できる能力を習得している。

経営学を学んだ学生が身に付ける専門的能力としては、たとえば、継続的事業体を企画し運営することができる、その資金の流れを把握し、その活動結果を貨幣的に測定することができる、顧客のニーズを把握し、求められる商品を開発することができるなどの諸能力が挙げられる。

(4) 学修方法および学修成果の評価方法に関する基本的な考え方

学修方法としては、講義、講読、演習、実習・現場教育など多様な方法が活用される。講義は、経営に関する古典的な知識や最先端の理論を学修する上で基本的な学修方法である。しかし、実践に近い学問として、現場で考え、経験から知識を身に付ける実習・現場教育も経営学では効果的な学修方法である。

(5) 市民性の涵養をめぐる専門教育と教養教育の関わり

経営学は営利・非営利のあらゆる継続的事業体と社会との整合性を調整する学問であり、その限りにおいて、自然の摂理、人間の本質、社会正義などに関する深い洞察を必要とする。したがって、経営学は教養科目を基礎とすると同時に、それらの知見を営利・非営利の継続的事業体の観点から再構成することにより、経営学自体が教養科目としての意義を持っている。

目 次

1	はじめに	1
2	経営学の定義	3
(1)	経営学の定義	3
(2)	経営学の諸領域	3
①	経営管理論	4
②	会計学	4
③	商学	4
④	経営工学	4
⑤	経営情報学	5
3	経営学固有の特性	6
(1)	経営学に固有な視点	6
(2)	多様なアプローチ	7
(3)	経営学の役割	9
(4)	他の諸科学との協働	10
4	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	11
(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	11
①	経営学を学ぶことの基本的な意義	11
②	獲得すべき基本的な知識と理解	11
ア	常識としての経営学の基本的知識と理解	11
イ	職能担当者としての経営学の基本的な知識と理解	12
ウ	専門職業人としての経営学の基本的な知識と理解	12
エ	社会洞察の一部としての経営学の基本的知識と理解	12
(2)	経営学の学びを通じて獲得すべき基本的な能力	13
①	経営学に固有な能力	13
ア	現実的課題への対処と職業上の意義	13
イ	市民生活上の意義	13
ウ	学問・社会の変化と経営学の学修	14
エ	獲得されるであろう具体的な能力	15
(ア)	一般的能力	15
(イ)	専門的能力	15
②	ジェネリックスキル	16
5	学修方法および学修成果の評価方法に関する基本的な考え方	17
(1)	学修方法	17
①	講義	17
②	講読	17
③	演習	17
④	実習・現場教育	17

(2) 評価方法	18
6 市民性の涵養をめぐる専門教育と教養教育との関わり	19
(1) 市民性の涵養と経営学教育	19
(2) 経営学教育と教養教育	19
7 経営学と企業家精神の育成	21
<用語の説明>	22
<参考文献>	22
<参考資料1> 大学教育の分野別質保証推進委員会経営学分野の参照基準 検討分科会審議経過	23
<参考資料2> 日本学術会議公開シンポジウム「学士課程教育における 経営学分野の参照基準」	24

1 はじめに

わが国の大学教育は、21世紀に入り、構造的な変革の時代に入っている。日本の総人口が減少しはじめる中で、18歳人口も急速に減少しつつある。しかし、18歳人口の大学への進学率は急速に増加し、大学教育は、「エリート教育」から「マスプロ教育」の段階を経て、進学率が半数を超える「ユニバーサル化」の時代に入り、大半の学生たちは「学士」として卒業後、社会の現場にたつことになる。したがって大学教育の内容は、社会にとってより一層重要な意味をもつこととなる。

一方、交通通信手段の発達、産業の巨大化によって、一地域における変動がたちまち世界全体に広がるグローバル時代において、大学教育が若者たちに世界の将来を託すべく、教育内容の再検討が必要となっている。

研究・教育の動向を見ると、学術の世界においては研究分野の細分化が進む一方で、融合化も進み、従来大学における研究教育の質を支える前提となっていた学問分野の枠組みが崩れ、ユニバーサル化とグローバル化に対応する新たな教育の質保証の在り方が求められてきた。

いまや、大学コミュニティや学術コミュニティ自身が、学士の質保証を目指して、教育課程編成上の参照基準を作成すべき段階に至っている。学問分野は多様化したとしても、各学問分野において共有すべき固有の特性があり、それを学士のレベルにおいて実現していくことが大学教育の質を保証する基本となる。

大学教育の分野別質保証の内容は、①当該学問分野の定義と特性、②当該学問分野で学生が身に付けるべき基本的な素養、③学修方法と学修成果の評価に関する基本的な考え方、④市民性の涵養をめぐる専門教育と教養教育の関わり方である。

経営学分野の参照基準とは、経営学は何を研究教育の対象とし、他の学問分野と異なるどのような基本的な物の見方をするのか、経営関連学部を卒業すればどのような能力が身に付くのか、その能力を身に付けるためにどのような学修方法がとられるのか、専門分野としての経営学を学修することにより一般市民としての教養がどのようにして高められるのかなどを、具体的に明らかにすることであろう。

本報告書で明らかにしているのは、あくまで学士課程における経営学の参照基準であり、大学院あるいは初等中等教育課程におけるそれではない。経営学の知識は大学院や卒業後の職業生活をはじめ生涯にわたり深められるべきものである。学士課程における経営学教育はその基礎を構築するものである。

本報告における経営学分野の参照基準は、日本学術会議が学士課程教育における経営学教育のあるべき姿を描いたものである。これを参照しながら、各大学は、経営学の教育においては、当該大学の建学の精神、大学が所有する経営資源、人的資源、さらには学生の資質などを考慮しつつ、最良の教育課程を編成し実行することが期待されている。さらには、大学で経営学の教育に携わる教員、国や認証評価機関や大学団体、関連協会、企業や初等中等教育機関などにおいて、経営学を理解する上で活用されることが期待されている。それらを通じて、21世紀のわが国において、大学教育

における教育の質を保証するという時代の要請に応えることができるのである。

2 経営学の定義

(1) 経営学の定義

経営学は、営利・非営利のあらゆる「継続的事業体」の組織活動の企画・運営に関する科学的知識の体系である。営利・非営利のあらゆる継続的事業体の中には、私企業のみならず国・地方自治体、学校、病院、NPO・NGO、家庭などが含まれる。また、企画・運営に関する組織活動とは、新しい事業の企画、事業体の管理、その成果の確認と改善、さらには既にある事業の多角化、組織内における各職務の活動などである。これらの諸活動を総体として経営と呼ぶ。

この科学的知識は、経営者、管理者、職能担当者などの暗黙知を人類共通の知識として形式知化したものである。ただ、科学的知識を現実に機能させるためにはそうした暗黙知と結びつける必要があり、経営学の教育には暗黙知の伝達も含まれる。

経営学の対象となる営利・非営利のあらゆる継続的事業体は、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新しい価値を社会に提供している。それを組織の外において提供し、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存続させている。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、一層効率的に事業目的を達成することを目指している。

今日の経営学は、営利・非営利のあらゆる継続的事業体の企画・運営に関する科学的知識の体系であるとしても、その科学的知識は、近代社会における工場の生成・発展に伴って、学問として体系化された。経営上の諸問題を実践的に解決するために開発された知識は、当初、企業の生産現場の諸課題を対象として蓄積されたが、次第に企業の経営課題全体に移り、「経営者のための経営学」として発展してきた。

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、経済環境や社会・政治環境への適応などの諸課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実証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営利・非営利のあらゆる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、多面的に発展している。

(2) 経営学の諸領域

① 経営管理論

経営管理論は、営利・非営利のあらゆる継続的事業体が組織として行われることから、効率的な組織の形成や生産体制の確立、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。

② 会計学

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、財務会計および管理会計として発展してきている。財務会計では、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。管理会計は、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のマネジメントのためのものである。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、国・地方自治体、学校、病院などの内部・外部利害関係者の意思決定とともに、社会の持続可能性を維持するためにも有用な役割を果たしている。

③ 商学

商学の中の取引にかかわる部分は、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。

④ 経営工学

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財の効果的な設計技術や、その財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。

⑤ 経営情報学

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。それは情報科学と経営学の統合・融合を意図したものである。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の知識を基礎とするものが中心であった。しかし、それに価値創造を加えることが今日の経営に求められているのであり、そのためには人文・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が必要である。経営情報学は情報技術によってそのような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している。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。

3 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、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。営利・非営利のあらゆ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。この営利・非営利のあらゆる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。営利・非営利のあらゆ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。したがって、営利・非営利のあらゆる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、大きく二つの固有な視点がある。すなわち、組織全体を俯瞰的に見る視点と、組織を構成する各機能が直面する諸課題を分析する視点である。具体的には、前者はトップ・マネジメントの視点からの課題解決であり、後者は各職能の管理者の視点からの課題解決である。営利・非営利のあらゆ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。営利・非営利のあらゆる継続的事業体は組織であり、組織目標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と、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。

第二の固有の視点は、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と、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となる。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課題に取り組んできた。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、営利・非営利のあらゆる継続的事業体の活動を社会全体の発展と関連付けて調整する視点である。営利・非営利のあらゆ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ことが求められるからである。その調整は二つの側面で行われる必要がある。

第一に、営利・非営利のあらゆる継続的事業体が社会の変化に対応して新しい事業を立ち上げ、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という側面である。それにより新しい財やサービスの提供のみならず、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。

第二に、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という側面である。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。会計報告書は会計基準における法令順守を点検したものであるが、市民社会におけるコンプライアンスを確認することも自己点検の重要な側面である。企業が公表している環境報告書やCSR (Corporate Social Responsibility、企業の社会的責任) 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たものである。

これら二つの側面を点検することを通じて、社会全体の持続的発展を可能にする行為主体とし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。要するに経営学は、経営者の視点から組織内部の活動状況を把握することができるが、同時に経営活動の「可視化」を通じて、営利・非営利の継続的事業体の社会的存在意義を明示することができる。経営学の体系化された知識は、営利・非営利の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

営利・非営利のあらゆる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。学問一般の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、政策的アプローチがある。

理論的アプローチの一例として、1960年代のドイツにおいて、経営経済学の

視点から、操業度と費用曲線などの理論的な関係を用いて、生産性パラダイムを確立したE. グーテンベルグ (Erich Gutenberg) の研究が挙げられる。歴史的アプローチとしては、デュポン社の事業多角化の歴史的過程を分析することにより、「組織は戦略に従う」という命題を明らかにしたA. チャンドラー (Alfred D. Chandler) の研究が挙げられる。政策的アプローチとしては、ドイツ企業の政策をその内容と決定過程を含めて体系的に研究したK. メレローヴィッチ (Konrad Mellerowicz) の研究が挙げられる。

また、経営学が総合科学としての性格を持つことから、経済学的アプローチ、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ある。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。

第一に、市場取引において取引費用が生じることから、市場に代わる資源配分システムとして企業を捉え、取引費用の節約という視点に立って多様な組織形態の分析が行われている。また、企業を依頼人—代理人関係としてとらえ、株主と経営者は利害が一致せず、同じ情報を有していないという視点に立って、取締役や会計監査役などの企業統治制度が明らかにされている。このような企業の組織制度の発生や形成の解明は、制約された合理性でありながらも効用の最大化を求める経済学的アプローチの適用と言える。

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応用された。これは、職場の作業者の行動の分析において、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を解決した例である。

第三に、作業者のモチベーションを高めることを目的として、実証データに基づいて、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、満足を促進する要因を職務に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てきた。これは、作業組織の設計に心理学を適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、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、数理科学の最適化理論が活用された。経営者といえども全体を見通した判断が困難な際に、数理科学の理論に基づき経営者の意思決定が可能になる。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など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、営利・非営利のあらゆる継続的事業体の効率的な運営に必要な知識と事業体が組織を通じて社会に貢献する知識を開発することから、社会的に大きく三つの役割を果たしている。

第一に、経営学を学修することにより、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となることである。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純な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。経営者に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。経営学は経営者に必要なそうした知識と能力を明らかにし、経営者の養成に貢献している。たとえていえば、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するといえよう。経営学は組織活動を俯瞰的に見る経営者の視点と能力の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、多く人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。企業であれボランティア団体であれ、組織に参加することによって一人ではできないことを達成できる。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発揮することにより、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、営利・非営利のあらゆる継続的事業体を社会全体の持続可能性との関連のもとで最適化するための知見を提供することができる。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、個々の営利・非営利の継続的事業体を発展させるためだけではなく、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に資するものであり、人類共有の知識として伝達され活用されうる。営利・非営利のあらゆる継続的事業体は、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、組織を社会構成主体の調和の中で運営し、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営利・非営利のあらゆる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、経営学は営利・非営利のあらゆる継続的事業体を社会全体との関連のもとで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

経営学は営利・非営利のあらゆる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。営利・非営利のあらゆ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、営利・非営利のあらゆる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。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・体系化し、経営学の知識としてきたのである。

営利・非営利のあらゆ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た。経営の諸課題を解決する上で、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対処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ようになると、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たように今後も、経営学は、異なる諸科学と協力し、統合・融合しながら、新しい知見を開拓していくことが重要になっている。

4 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基本的な意義

経営学を学修した者は、まず営利・非営利のあらゆる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乖離することがあるとすれば、それは組織内のどのような要素に起因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である営利・非営利のあらゆる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、営利・非営利のあらゆる継続的事業体を実際に管理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取得することができる。また、適切なやり方で営利・非営利のあらゆる継続的事業体を実際に起業することができるようになる。

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。したがって、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、実際に営利・非営利の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実践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修はこの実践過程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、下記の4つのレベルに分けられる。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。ただ、授業などで各レベル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。

ア 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、営利・非営利の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過剰な期待をすることもある。あるいは就職を希望する企業の貸借対照表・損益計算書・キャッシュフロー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こともある。

イ 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できるレベルである。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 (Economic Value Added, 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。

ウ 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修を重ね、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。

エ 社会洞察の一部としての経営学の基本的知識と理解

これは営利・非営利の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。営利・非営利の継続的事業体がなぜそのような事業を創業し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、人間や社会にとっての意味、さらには自然環境との関係から説明できることになる。

そこでは、単に経営に関する科学的知識のみならず、現実の人間の行動や意思決定の結果を予測するなどの深い知識が必要である。営利・非営利の継続的事業体の現実的な経営を、その仕組みや社会的意義まで遡って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り、社会洞察の一部としての経営学は単に専門科目としてのみならず一般教養科目としても位置づけられる。

(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

ア 現実的課題への対処と職業上の意義

営利・非営利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意味を持つ。実践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、あるいは自ら起業する際に、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、営利・非営利の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、私企業で開発され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、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、組織のメンバーを動機づけ、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。

イ 市民生活上の意義

営利・非営利の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いても有効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、その継続的事業体の経営が自然環境や人権・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視点であり、これらの判断にとって重要な根拠の一つを市民に対して提供するものが、経営学で得られた知見である。経営学で開発されてきた知見を市民の視点で多くの営利・非営利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、同時に新しい社会のあり方を考えることができる。

ウ 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、社会の変化と共振して、営利・非営利のあらゆる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。営利・非営利のあらゆ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、新たな社会の創造に貢献したことである。したがって、経営学は社会に対して新しい価値を生み出す「価値創造の源泉」としての役割を果たしている。同時に、知識の発展と社会の変革を結びつける媒介の役割を果たしている。

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。CSR報告書の中には女性の職務継続や雇用条件における男女平等の取り扱いを示す情報が公開されている。

このように、経営学の学修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盤となっている。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修は、さらなる学びのための基礎を身に付けるものでもある。

エ 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営利・非営利のあらゆる継続的事業体の行動を理解するには、既述のように、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修内容・学修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を深く学ぶにしても、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させることができる。

(ア) 一般的な能力

- a 営利・非営利の継続的事業体の経営の現状および今後について、実証的な裏付けのある見解を持つことができる。
- 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 営利・非営利の継続的事業体の環境適応性について十分に理解し、継続的事業体を適切に組織化できる。
- 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。

(イ) 専門的能力

- a 営利・非営利の継続的事業体を企画し、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、経営活動の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し、その組織を管理することができる。
- 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、問題が発生したときに解決することができる。
- g グローバルに展開している継続的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習得することができる。

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営利・非営利のあらゆる継続的事業体の企画・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。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営利・非営利のあらゆる継続的事業体には、巨大な組織もあれば小さな組織、ボランティア団体、国・地方自治体などもあり、社会のほぼすべての領域にわたっている。そのことから、経営学の学修は、社会の諸制度や組織一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、営利・非営利のあらゆる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前提として、営利・非営利のあらゆる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、社会の望ましい姿を構想することができる。
- 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意義を社会に対し発言し、多くの人々の支持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。

5 学修方法およ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、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。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。それらの方法は、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。経営学を学ぶ上で、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、営利・非営利の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修が不可欠である。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別に意見を交換し、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触れ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修もある。そ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。そうした学修方法は、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、それには出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方法は、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。簿記や財務諸表の作成においては客観的な数字を取扱う限り、その評価も客観的に行うことができる。また、経営情報学では現実には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客観的に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面では、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、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が重要な評価の要素である。本人の事後的なふり返りや省察も重要な手掛かりとなる。そこでも、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。教育内容が高度になる限り、評価が評価者の判断能力に依存する割合が多くなるのは避けられず、これは評価自体の限界といえよう。

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るし、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。

6 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。

経営学の視点の一つとして、営利・非営利の継続的事業体が社会全体の変動と整合性を保ちながら発展するよう点検する視点があることは前に述べた。この視点に立つと、営利・非営利の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比較的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。企業が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。

営利・非営利の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上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。

経営学は企業家精神を育成することに貢献することからして、新しい事業の企画において、営利・非営利の継続的事業体を経営する観点から集めた自然の摂理や社会の仕組みについての知見を自己の知識体系に包摂している。自己の事業と社会の持続的発展を調和させる視点で、既存の知識が整理され、他の学問分野とは異なる自然と社会に関する知識体系が提供される。このような意味において経営学は教養科目の一つでもある。

7 経営学と企業家精神の育成

営利・非営利のあらゆる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上では、その経営者、とりわけ新しい事業を企画し、既存事業の多角化を行う企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、営利組織における経営が NPO や行政組織などの非営利組織においても生かされるようになる。

経営学の知識は、営利・非営利のあらゆる継続的事業体を社会全体の進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。社会の変化に伴い営利・非営利のあらゆる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には、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。社会の将来を洞察し、その変化に創造的に対応し、自らの事業のイノベーションを積極的に推し進めようとする強い意志が企業家精神である。同時に、新しい事業の立ち上げにより、一人の市民として全体社会と相即的に発展しようとする大きな志が企業家精神である。経営学はこの企業家精神を育成し、継続的事業体の変革と社会の進化を促進する学問でもある。

<用語の説明>

事業部制

たとえば、自動車会社において、乗用車、トラック、バス、フォークリフトなどの色々な製品の種類があるとき、それぞれの種類を一つの事業部にまとめ、あたかも一つの会社のような組織にした組織形態。

マーケティング・ミックス

製品、ブランド、価格、広告、流通チャネルといったマーケティング手段をいかに組み合わせるかは、売上に大きな影響を及ぼす。こうしたマーケティング諸手段の組み合わせを言う。

債務超過

貸借対照表の負債(債務)が資産(財産)を上廻った状態で、会社を清算して、会社の資産を売却して負債を返済したとしても返済不能な負債が残ってしまう状態を言う。

EVA(Economic Value Added, 経済的付加価値)

企業が生み出す経済的付加価値を測定する指標の一つで、投資した資本に対して、企業が創出した経済的価値のことを言う。

転換社債

正式には、「転換社債型新株予約券付社債」と呼び、発行会社の株式に転換することができる権利(転換権)が付与されている社債のことを言う。

企業家と起業家

企業家はアントレプレヌアの訳であり、事業を企画しそれを継続して経営する人のことである。起業家はベンチャー・ビジネスの訳であり、成立した企業をすぐに販売する場合があります、次々と新しい事業を企画する人を意味する。

<参考文献>

[1]中央教育審議会、答申『学士課程教育の構築に向けて』、平成20年12月24日。

[2]日本学術会議、回答『大学教育の分野別質保証の在り方について』、平成22年7月22日。

[3]Gutenberg, Erich, Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, 1 Band, Die Production, 1961, 溝口一雄・高田馨訳『経営経済学原理』生産編、千倉書房、1957年。

[4] Chandler, Alfred, Strategy and Structure, 1962. 有賀裕子訳『組織は戦略に従う』、ダイヤモンド社、2004年。

[5]Mellerowicz, Konrad, Unternehmungspolitik, Bd1, 2. Aufl., Freiburg im Breisgau, 1963.

[6]菅家正瑞『企業政策論の展開』、千倉書房、1988年。

＜参考資料１＞ 大学教育の分野別質保証推進委員会経営学分野の参照基準検討
分科会審議経過

平成２３年（２０１１年）

- ９月 １日 日本学術会議幹事会（第１３３回）
経営学分野の参照基準検討分科会設置、委員決定
- １０月１０日 分科会（第１回）
役員を選出について
今後の進め方について
- １２月１８日 分科会（第２回）
参照基準案について
今後の検討の方向性について

平成２４年（２０１２年）

- １月２９日 分科会（第３回）
参照基準案報告書の構成について
- ２月２６日 分科会（第４回）
参照基準案報告書骨子について
- ３月１８日 分科会（第５回）
参照基準案について
- ４月１５日 分科会（第６回）
参照基準案について
シンポジウムについて
- ５月１３日 分科会（第７回）
参照基準案について
シンポジウムについて
- ６月１６日 分科会（第８回）
参照基準案について
公開シンポジウム「学士課程教育における経営学分野の参照基準」
- ６月２４日 分科会（第９回）
参照基準案について
- ８月２４日 日本学術会議幹事会（第１５７回）
大学教育の分野別質保証推進委員会経営学分野の参照基準検討
分科会報告「大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上
の参照基準 経営学分野」について承認

<参考資料2> 公開シンポジウム

日本学術会議 公開シンポジウム
「学士課程教育における経営学分野の参照基準」

日時 平成24年(2012年)6月16日(土) 14:00~17:00

会場 日本学術会議 講堂

プログラム

14:00~14:05

開会の辞 藤永 弘(日本学術会議 経営学分野の参照基準検討分科会委員長)

14:05~14:25

基調講演 北原和夫(大学教育の分野別質保証推進委員会委員長)

14:25~14:55

分科会報告 藤永 弘(前掲)

休息

15:05~16:55

パネル・ディスカッション

モデレーター 奥林康司(経営学分野の参照基準検討委員会副委員長)

パネリスト 藤永 弘(前掲)

高嶋克義(神戸大学大学院経営学研究科教授)

山崎和海(立正大学学長 経営学部教授)

井上 洋(日本経済団体連合会 社会広報本部長)

松本大吾(青森公立大学大学院経営経済学研究科 博士後期課程)

16:55~17:00

閉会の辞 鈴木久敏(筑波大学理事・副学長)

総合司会 西尾チヅル(筑波大学大学院教授)

協賛 経営関連学会協議会