

．国際経営学科の教育体系

1．国際経営学科の独自性

本学部は「経営学部」と名付けられている。しかし、既存諸大学にみるいわゆる「経営学部」を目指すものではなく、本学部が経営学部国際経営学科という1学部1学科から成っていることにも端的に示されているように、あくまでも「国際経営」を目指した教育を主体としている。

2．「国際経営」教育の重要性

本学科の学生諸君がまず最初に学ぶべきことは、「国際経営」教育がなぜ重要なのかということである。そこで、以下、「国際経営」教育の重要性について述べておきたい。

近年におけるわが国の国際化の急進展によって、日本人が「国際経営」の場で活躍する機会は急速に拡大しつつある。しかし、この「国際経営」に必要とされる人材の育成という点で、日本の大学側の対応は大きく遅れている。本学部国際経営学科はこの対応の遅れを克服し、ニーズを先取りする形で、本学科独自の革新的なカリキュラム体系による「国際経営」教育を目指している。

「国際経営」教育の重要性についての認識は、大学側のみならず日本企業の側にも大きな立ち遅れがこれまで見られた。しかし、今日、事態は一変している。日本企業は企業の経営理念、経営戦略、経営システム、経営諸機能のすべてを世界的基準によって見直すことを迫られている。日本企業はまず商品輸出段階で販売拠点の世界的配置とそのネットワーク化を達成した。しかし、最近では、これまで日本立地に集中していた生産拠点、R&D（研究・開発）拠点、財務拠点を世界的基準で見直し、その世界的配置とネットワーク化を強力に推進しつつある。

今日では、さらに一歩進んで、本国立地の世界的基準に基づく見直しと本社機能の世界的再配置が検討段階に入り、一部の先駆的企業は日本に加えて、米国、EUに本社を置く複数本社制の採用に踏み切っている。この段階に入ると、日本企業の人事・労務も大きく変わらざるを得ない。販売拠点の世界的配置の段階では、従来から現地人の採用はあった。それに加えて、生産、R&D、財務などの各拠点、さらには、本社の世界的再配置により、現地人の採用は数、職種とも大幅に増加しつつある。また、日本の本社オフィスにおいてさえ、外国人社員の姿が散見されるようになり、外国大学の日本人卒業生に対しても本社採用の道が開かれつつある。最近では、帰国子女の活躍も目立つようになった。このことは日本企業がかけ声だけではない、本当の意味での人事・労務の国際化とそれへの具体的対応を迫られていることを端的に反映したものである。

これからの日本企業が「世界中どこでもものおじしないで活躍できる国際人の資質を備えた人材の確保」を全面に打ち出してくることは、間違いのないところである。しかも、このことは何も日本企業に限ったことではない。日本の国際化の急速な進展は日本の公企業、政府、地方自治体などの公的機関、農協、生協などの諸団体をもまた世界につながることにより、それらの諸機関も上記のニーズを明確に打ち出してくることに疑問の余地はない。日本での事業展開を行う外国企業、外国の諸機関も同様である。これらの諸機関が日本の大学に対して提示するニーズは、次第に具体的かつ明確になってきている。

本学科が指向している「国際経営」教育のねらいは、まさにこのような人材の育成にある。「国際経営」教育の重要性は上記の他の諸機関についても例外なく認められており、今や社会全体のニーズにまで高まっているといっても過言ではない。

本学科はまさにこのような社会のニーズを先取りし、独自の研究・教育体系を準備している。それだけに学生諸君がやる気さえ起こせば、社会で十分に通用する能力を身につけることが可能である。そのためには、まず、諸君は本学科の「国際経営」教育のねらいと独自の研究・教育体系の特徴を十分に理解し、その理解の上に立って授業科目の履修を行うことが必要となる。

3．国際経営学科の特徴

本学科は、その基本的理念として、「経営学全般にわたる専門的知識を修得するとともに、世界各国のさまざまな経営風土において活躍するために必要な基本的知識を身につけ、国際場裏でもものおじすることのない国際人の育成」を掲げている。

上記の基本理念を踏まえ、国際人としての人材育成に向けて、それにふさわしい独自のカリキュラム体系化と「国際経営」研究の体系化を目指している。「国際経営」は、多数の国にまたがる企業の事業経営として把握することができる。これを反映して「国際経営」研究は、世界中のさまざまな経営風土をもつ国々での一連の事業経営とその統合の実態の体系的解明に置かれている。

本学科の「国際経営」の研究・教育体系は、本学科が独自に作成した図表1の「立体的研究・教育体系」に基づく三次元の考察をとおして構築されている。

図表1で、第一の機能軸には、「購買」、「マーケティング」、「生産」、「R&D（研究・開発）」、「人事・労務」、「会計」、「財務」、「法務」、「広報」などの経営諸機能およびそれらを含む「企業戦略」、「経営管理」などを配置している。

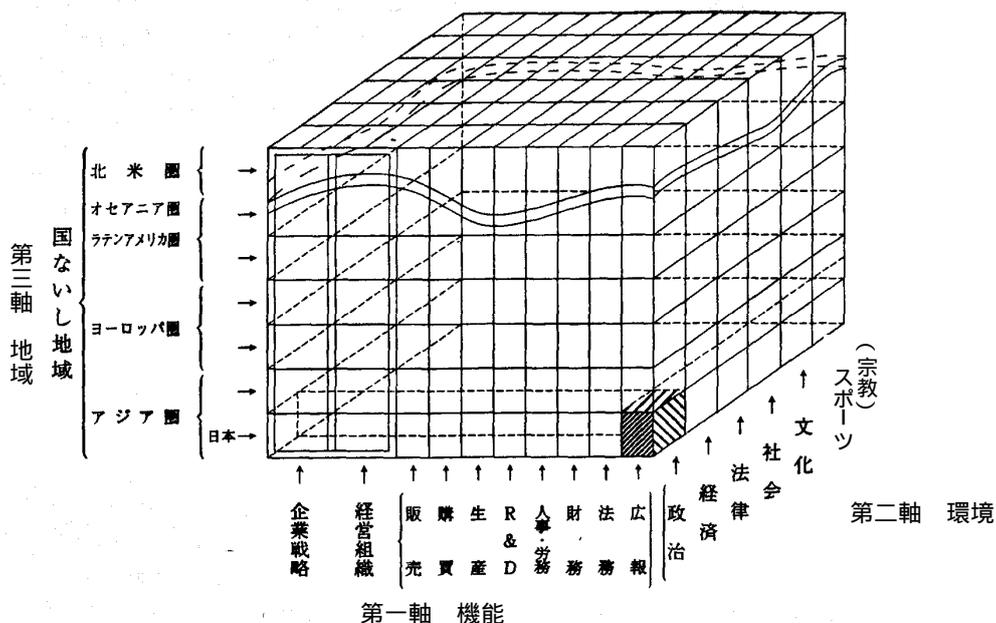
第二の環境軸には、企業が事業展開を行う経営風土に焦点を合わせて、「政治」、「経済」、「法律」、「社会」、「文化・スポーツ」をセグメントとして配置している。

機能軸に配置された各セグメントは、環境軸に配置された各セグメントと交差させることにより多面的に理解される。例えば、機能軸の「人事・労務」とすると、それが環境軸の「政治」、「経済」、「法律」、「社会」、「文化・スポーツ」といかなるかわかりをもつかを体系的に示すことを可能とする。

さらに、第三の軸として、企業の事業展開の国境を超えての地域的広がりを出す「国ないしそれをグルーピングした地域」を組み込むことにより、その説明可能領域は一気に拡大される。すなわち、「図表1」による立体的考察は、従来では扱いきれなかった多くの問題が、体系的かつ包括的に扱えることになる。

企業が自国でのみ事業展開を行っていた段階では、企業は自国の経営風土については第二の天性といえるレベルでの理解をもち、また、その事業展開と経営風土の関係はほとんど自明という暗黙の合意のもとに、特に問題となる点が部分的に考察されるにとどまっていた。「政治」、「経済」、「法律」、「社会」、「文化・スポーツ」のそれぞれとの関係を体系的に考察し、その全体像を明示する必要性はほとんど問題にならなかった。このことは米国企業、日本企業を問わず、従来の企業研究において多く見られた。

< 図表1 国際経営学科の立体的研究・教育体系 >



しかし、企業が多数国にまたがって事業展開を行う段階に入ると、例えば、日本企業が米国で事業展開を行う場合、米国での経営風土についての理解は第二の天性的理解とは程遠いものがあり、そこでは、当然のことながら、「米国」での「政治」、「経済」、「法律」、「社会」、「文化・スポーツ」、さらには、「宗教」がその事業展開といかなるかわかりをもつかを体系的に考察し、その全体像を明示的に示し、さらには、その理解を第二の天性のレベルにまで高める必要が生じてくる。このことは企業が事業展開を行うすべての国に当てはまるものである。

日本企業が多数国にまたがる事業展開を行う場合、「日本」を含め事業展開を行うすべての国について、その事業展開と経営風土との関係について体系的な考察を行い、かつ、これを明示することは極めて重要なことである。また、このことは各国の体系的な経営比較にも道を開くことになる。

日本企業の事業展開が「日本」の経営風土といかなる関係にあるかを明示することは、日本企業が自国以外の国、例えば、「米国」において事業展開を行う場合、その事業展開が「米国」の経営風土といかなる関係にあるのか、どの点で共通し、どの点で異なるのかといった点を「政治」、「経済」、「法律」、「社会」、「文化・スポーツ」の各面にわたって体系的に分析するのに大きく貢献する。と同時に、「日本」と「米国」との境界線上で、その事業展開をめぐる「政治」、「経済」、「法律」、「社会」、「文化・スポーツ」各面でのさまざまなコンフリクトを浮き彫りにしてくれる。さらにまた、そのことは外国企業が日本で事業展開を行う場合、その事業展開と日本の経営風土の関係の理解にも同様に役立つこと

になる。

「日本」と「米国」について考察したさまざまな関係は、日本企業が事業展開を行うすべての国において考察される必要があり、かつ、可能である。本学科はこの図表 1 に基づく立体的考察によって導かれた「国際経営」に関する研究体系を基盤として教育の体系化をはかっている。図表 1 を「立体的研究・教育体系」としたのはそのためである。その意味で、図表 1 は本学科の「カリキュラム体系」を基礎づけている研究領域の体系として理解することができる。