

## 第4部 経営学研究科における「社会連携」と「国際交流」の自己点検・評価

第1部で経営学研究科の教育研究活動の目的・目標やその運営体制等が記述され、また、第2部で「教育」の自己点検・評価、第3部で「研究」の自己点検・評価がそれぞれ記述されていることを承けて、第4部では経営学研究科における「社会連携」と「国際交流」の自己点検・評価について記述する。前回の「自己評価・外部評価報告書」では、社会連携や国際交流にかかわる諸活動はいずれも「教育」と「研究」の点検・評価においてそれぞれが関連する箇所で記述されていたが、今回の報告書では、近年、大学におけるその重要性がとみに高まってきたこれら2つの活動について個別に章を設けて記述することにした。すなわち、第1章では「社会連携」の自己点検・評価が、また、第2章では「国際交流」の自己点検・評価がそれぞれ記述される。

### 「社会連携」の自己点検・評価

#### - 1 社会連携の基本理念と組織

##### - 1 - 1 社会連携の基本理念：「オープン・アカデミズム」

経営学研究科では、その研究教育活動を統合する理念として「オープン・アカデミズム」を掲げている。これは、旧制の神戸高等商業学校時代の「学理の応用」、あるいは、神戸商業大学時代の「学理と実際との調和」という理念を現代的に再解釈したものであり、学理の探求のみに興じるのではなく、実学を重んじる伝統を背景に、常に時代のニーズを先取りし、大学としての主体性と自律性を保ちながら、社会、特に産業界との連携と相互交流の中で、「理論知」と「実践知」とを融合させ、現実の企業経営に根ざした「経営学」の創造を目指そうとするものである。

このように「オープン・アカデミズム」は経営学研究科の教育研究活動を統合する理念であるが、それは同時に本研究科の社会連携活動の基本理念であるのはいままでのない。具体的には、「オープン・アカデミズム」という基本理念のもとで、後述するさまざまな社会連携活動を展開しているのである。

##### - 1 - 2 社会連携の組織

経営学研究科の社会連携にかかわる組織には、社会連携委員会と「アドバイザー・ボード」の2つがある。

このうち、社会連携委員会は経営学研究科内部の教官によって構成され、後述するさまざまな社会連携活動の主体となっている。社会連携委員会の構成メンバーは研究科長、評議員2名、および一般教員12名からなっている。

他方、「アドバイザー・ボード」は、産業界、シンクタンク、公認会計士協会、マスコミ等に在籍する有識経験者15名から構成され、文字通り社会連携活動へのアドバイスや外部評価等を主たる任務としている。「アドバイザー・ボード」の構成メンバーは[表

- 1 - 1 ]に示すとおりである。

表 - 1 - 1 神戸大学大学院経営学研究科アドバイザー・ボード委員名簿

	会社名	氏名
産業界	三洋電機(株) 会長	井植 敏
	ダイキン工業(株) 会長	井上 礼之
	(株)ロック・フィールド 社長	岩田 弘三
	江崎グリコ(株) 社長	江崎 勝久
	(株)ノーリツ 会長	太田 敏郎
	東洋ゴム工業(株) 会長	片山 松造
	(株)ワールド 社長	寺井 秀藏
	(株)クボタ 相談役	土橋 芳邦
	(株)タクマ 社長	西田 常男
	ネレジャパングループ 社長	藤井 俊一
	大阪ガス(株) 会長	領木 新一郎
シンクタンク	(株)日本総合研究所 専務	三和 正明
公認会計士	公認会計士	柘田 圭兒
マスコミ	読売新聞社大阪本社 編集局長	河内 鏡太郎
	日本経済新聞社大阪本社 編集局長	小谷 勝

## - 2 社会連携の現況

### - 2 - 1 研究の社会連携

研究における社会連携活動の中心は、現代経営学研究学会を通じた、年1回のシンポジウム、年4回のワークショップ、そして、機関誌である『ビジネス・インサイト』(季刊)の発行などである。その他、研究科として、電子媒体によるジャーナルである『経営研究』(*Business Research*)の発行、教官の執筆による『ディスカッション・ペーパー』や、社会人大学院生の執筆による『ワーキング・ペーパー』の発行、および、インターネット上での公開を通して、産学間における活発な知識・意見交流の促進を図っている。

#### - 2 - 1 - 1 現代経営学研究学会

経営学研究科は、既に1989(平成元)年度から昼夜開講制による大学院での社会人MBAプログラムを実験的に開設していたが、1991(平成3)年度に独立専攻の日本企業経営専攻(修士課程)が正式に設置され、さらに、1993(平成5)年度には博士課程後期課程にも日本企業経営専攻が設置されている。2002(平成14)年度からは上記の社会人MBAプログラムが「専門大学院」化され、さらに、2003(平成15)年度からは「専門職大学院」化されている。また、同年8月には文部科学省による21世紀COEプログラムにおいて「先端ビジネスシステムの研究教育拠点」が選定されるなど、日本における「経営学」の

学術研究・教育のCOEとしての地位を確立してきた。

経営学研究科では、このような社会人MBAプログラムの開設をみて、大学院における社会人を対象とした高度な経営教育を発展させるために、「オープン・アカデミズム」という教育研究活動上の基本目的（理念）のもとで、大学と社会、特に産業界とのより深い情報交流を促進する意図をもって、1993（平成4）年3月に「現代経営学研究学会」という新たな組織を設立した。

この「現代経営学研究学会」は、前章でも言及したように、研究者（学界人）から構成される通常の学会と異なり、企業における実務家や経営コンサルタントもその構成員としている。これは、われわれが考える経営学研究の特質に起因している。すなわち、経営やビジネスの問題を研究しているのは、大学や研究機関に在籍している学界人だけではない。実務家やコンサルタントも経営の問題を研究し、そこから新しい知見や洞察を得ようとしている。有効な経営理論の開発・評価能力が大学等に所属する学界人の専有物でないということに、経営学の特質がある。その意味で、経営問題について広く深く考えようとする人たちに開放された学会をもつということは、大学研究者だけでなく、産業人がともに集まって情報交流を図る上で大きなメリットが双方に生じる。

すなわち、「現代経営学研究学会」は、大学と産業界との接点として、大学での研究成果を社会に還元し、産業界の問題を大学の研究にフィードバックすることを目的としている。このためのコミュニケーションの手段として、産業界および学会から数百人が参加する年1回のシンポジウムの開催、より小規模だが深い意見交流を目指した年4回のワークショップ（研究会）の開催、同じく年4回発行されるビジネスの本質的な問題について産学の議論を紹介する機関誌『ビジネス・インサイト』（季刊）の発行などを実施している。

なお、「現代経営学研究学会」は、記述のように、2004（平成16）年4月から非営利活動法人（NPO）「現代経営学研究所」として発展的に改組され、現行の学会による事業に加えて、産学連携に基づく先端的かつ実践的な経営教育にかかわるさまざまな事業を推進・展開する予定である。

## - 2 - 1 - 2 シンポジウム

「現代経営学研究学会」では、原則年1回、近年は主として大阪商工会議所の国際会議ホールにおいて、数百人程度が参加するシンポジウムを開催している。このシンポジウムでは、現代のわが国の企業経営を取り巻く先端的な問題をテーマとして取り上げ、企業等のトップ・マネジメントによる基調講演、経営学研究科の教官による問題提起、学界・産業界・官界等の専門家によるパネル討議などを通じて、先端的な経営問題を産学で議論する代表的な場として定着している。「企業再生の多様な方法」をテーマとする2003（平成15）年10月に開催のものまで、通算14回のシンポジウムが開催された。シンポジウムにおいては、毎年アンケート調査が実施され、反省を活かしながら、翌年度のテーマの選定やプログラムの検討がなされている。テーマや出席者数の推移などの状況については、後出の（- 2 - 3 - 3）「社会活動」の項で述べる。

### - 2 - 1 - 3 ワークショップ

「現代経営学研究学会」は、原則年 4 回、主に神戸大学キャンパス内において、通常は 50 人程度が参加するワークショップを開催している。このワークショップは、現代の企業経営に関わる個別テーマについて、現代経営学研究学会の会員である産業人および研究者が、専門的に深く議論する機会を提供する目的で開催されるものであり、現代的な企業経営に関わる時事的な問題について、その領域で優れた専門知識や経験を有する産業界や官界の実務家と、経営学研究科の教官や他学の研究者とが、報告を行い、報告者および会場参加者の間でのパネル討議が行われる。この、ワークショップの報告やパネル討議の概要は、学会の機関誌『ビジネス・インサイト』（後述）において公表され、それと関連する諸研究もまた同誌において特集として掲載される。2003（平成 15）年 12 月 6 日に開催された「研究開発マネジメントと市場創造戦略」まで、通算 44 回のワークショップが開催されている。ワークショップのテーマや出席者数の推移などの状況については、- 2 - 3 - 3）「社会活動」の項で述べる。

### - 2 - 1 - 4 『ビジネス・インサイト』

「現代経営学研究学会」の機関誌である『ビジネス・インサイト』は、ワークショップやシンポジウムの開催と並んで、当該学会の中心的活動になっている。「現代経営学研究学会」の設立と同じ 1993（平成 4）年に創刊された機関誌『ビジネス・インサイト』は、研究者や学生だけでなく、企業などで働く実務家を読者として想定している。本誌の目的は、実務家が直面する問題を広く深く考えるための材料を提供することであり、実務家からのレスポンスにより研究者の研究を産業界のより本質的な問題に近づけることにある。また、実務家が発言できる場を設けることにより、産業界と学界との双方向の情報交流と、それを通じての経営問題に対するより深い洞察を目指している。

なお、『ビジネス・インサイト』は、季刊形式で 4 月初、7 月初、10 月初、1 月初の年 4 回刊行されている。本報告書の第 7 部「資料」編中の [資料 - 6] には、創刊号である 1993（平成 4）年春季号から 2003（平成 15）年秋季号までの通算 43 号分の目次の一覧を掲げている。

### - 2 - 1 - 5 『経営研究』と『ディスカッション・ペーパー』

従来、経営学研究科は、年 1 回発行される『経営学・会計学・商学研究年報』と『アナリス』(*The ANNALS of the School of Business Administration, Kobe University*)、および、随時発行される『ディスカッション・ペーパー』(ワーキング・ペーパー)を研究科独自の研究成果公開のための印刷メディアとして有している。このうち、『研究年報』は 1955（昭和 30）年から年 1～2 回の頻度で刊行され、2001（平成 13）年までに通算 47 巻が刊行されている（[資料 - 1]を参照されたい）。また、『アナリス』は、当初は『欧文紀要』という名称で 1957（昭和 32）年から刊行され、1975（昭和 40）年に現在の『アナリス』(*The ANNALS of the School of Business Administration, Kobe University*)に改

称された。この『アナルス』は年1回の頻度で刊行され、2000(平成12)年までに通算44号まで刊行されている([資料 - 2]を参照されたい)。

上記の『研究年報』や『アナルス』がいずれも原則として年1回の刊行であるので、より頻度の高い研究成果の公開のために、1983(昭和58)年から『ディスカッション・ペーパー』(当初は『ワーキング・ペーパー』)の刊行が行われている。この『ディスカッション・ペーパー』は、文字通りディスカッション・ペーパーであり、とりあえず研究成果をかかるとして学術界等からの批判的意見を求めた後に、研究成果はより完成度の高い論文に昇華された形で、他の学術誌等に公表されることが多い。最近の3か年間をみれば、『ディスカッション・ペーパー』の刊行は、2001(平成13)年度で37本、2002(平成14)年度で34本、2003(平成15)年度上半期(9月末まで)で24本というように、研究科所属教官の研究成果公開のメディアとして高い利用度を示している([資料 - 4]を参照されたい)。

このように、従来は紙の媒体によって研究成果を公開することによって、社会への情報発信を行い、経営学研究科と産業界をはじめとする社会との相互情報交流を促進してきたのであるが、近年のデジタル情報ネットワーク技術の進展により、より広く、より迅速に、かつ、より容易に、研究成果を広めるために、インターネットを活用して閲覧およびダウンロードができるようにした。

具体的には、2002(平成14)年4月より『研究年報』を『経営研究』(英文名 *Business Research*)と改題し、電子刊行物(Electronic Publication)として出版することとした。これと同時に『アナルス』(*The ANNALS of the Graduate School of Business Administration*)は廃刊し、英語論文は『経営研究』に掲載することとした。これまでのバックナンバーについては、<http://www.b.kobe-u.ac.jp> から無料で閲覧およびダウンロードによる入手可能となっている。

なお、『ディスカッション・ペーパー』についても、同じサイトから閲覧およびダウンロードが可能になっている([資料 - 3]を参照されたい)。

## - 2 - 1 - 6 『ワーキング・ペーパー』

ここで言う『ワーキング・ペーパー』とは、教官(およびその共同研究者)による『ディスカッション・ペーパー』とは別に、社会人MBAプログラムの院生が執筆した論文であり、多くが修士論文のエッセンスをとりまとめたものになっている。これもまた、産業界と学界との知識交流の媒体でもあり、また産業界の中で、異なるセクターないし企業間の知識交流の媒体となっている。なお、『経営研究』や『ディスカッション・ペーパー』と同様に、より広く、より迅速に、より手軽に活用してもらえることを狙って、2002(平成14)年度以降の『ワーキング・ペーパー』については、<http://www.kobe-mba.net/thesis/paper.htm> から無料でダウンロードが可能になっている。

## - 2 - 2 教育の社会連携

### A 社会人専任教官制度

既に第 4 章で述べたように、経営学研究科では、1989（平成元）年以来、「オープン・アカデミズム」の理念のもとでアカデミズムと産業界の人的交流を深めるべく、一般教官人事のシステムのほかに、「社会人専任教官制度」と呼ばれる、社会人を一定期間にわたり研究科の専任教官（助教授または教授）として採用するための人事システムを設けている。経営学研究科に採用された社会人専任教官は、教官として他の専任教官とともに共同研究に携わるとともに、企業現場の生きた知識や実態を主として講義を通じて学生（学部および大学院）に伝えており、経営学研究科と社会とを教育面で結びつける重要な役割を果たしている。

この社会人専任教官制度は、単に一時的に社会人を非常勤講師として招くというのではなく、企業や各種団体の第一線で活躍している優れた中堅管理者クラスの人材を 1～3 年程度という比較的長期間にわたり経営学研究科の専任助教授として、また、上級管理者クラスの人材を数年程度専任の教授として採用するという形態をとっている（[資料 - 4] を参照されたい）。

### B 連携講座制度

経営学研究科では、上述の社会人専任教官制度とは別に、1999（平成 11）年度からは、国内の民間研究機関との連携大学院方式を導入することにより、絶えず変動する環境下での企業行動を見据えた実証的・実践的経営学の確立を目指すため、新たに「連携講座制度」が設けられた。すなわち、経営学研究科を構成する 4 つの専攻のうち、マネジメント・システム専攻に「マネジメント・システム設計」が、また現代経営学専攻に「経営戦略システム設計」という、計 2 つの連携講座の設置が認められたのである。

このうち「マネジメント・システム設計」講座は、グローバル化に代表される激変する環境下において、マネジメント・システムのオープン化が生じ、そこに新たな諸問題が生まれているという状況に対処するため、実践的な経験と知識を持つ民間研究機関との連携により、組織設計・情報システム設計・人的資源管理システム設計等について、学生への実践的な教育を行うというものである。また「経営戦略システム設計」講座は、経営戦略の策定・実行の過程で生じる諸問題に対処できるシステムの設計に関する、実践的な教育を行うため、経営戦略システムの設計に精通した民間研究機関と連携し、産学協同に基づく最先端の研究成果を学生に対し教育することを目指すものである。

なお、現在は、前者については野村総合研究所と、後者については KPMG との間で連携講座が運用されている。

### C トップ・マネジメント講座

経営学研究科は、学部学生に企業現場の実態を知ってもらうため、わが国の代表的な企

業人を非常勤講師（社会人講師）として任用する「トップ・マネジメント講座」を設け、毎年3～4科目開講している。この講座の運用に関しては、各産業に属する多様な企業の協力を得ている（[資料 - 3]を参照されたい）。

### - 2 - 3 社会貢献

#### A 公開講座

経営学研究科の社会貢献として重要なものの1つに、産業界や公的機関との関係を超えた、社会一般に対する啓蒙活動、特に企業経営とそれを取り巻く環境にかかわる一般的理解を高めるための啓蒙活動がある。このような啓蒙活動は、上述の研究や教育における連携の機会や教官個々の社会活動に依存することも多いが、そのほか、公開講座といった媒体を通じても行われる。

経営学研究科では、先に言及した現代経営学研究学会によるシンポジウムやワークショップがテーマを比較的しぼった形で実施されるのに対して、もう少し一般的な内容について、同じ六甲台キャンパスに位置する法学研究科や経済学研究科、さらに、経済経営研究所、国際協力研究科と協力して、毎年持ち回りで開催している公開講座の機会を利用して広く知識の伝播に努めている。

[表 - 1 - 2]は、近年開催された六甲台5部局主催の公開講座における経営学研究科担当年度の全体テーマと参加人数を示したものである。このうち、たとえば、2003（平成15）年度に経営学研究科が担当した公開講座「ネットワーク時代におけるビジネスの革新：ビジネスパーソンのための経営先端講座」に関しては、経営学研究科に所属する数名の教官が分担して講座を担当している。今回は特に、現役の産業人を対象に、彼らのニーズに応えられる分かり易くも内容的には先端的な講座を実施し好評を博した。

表 - 1 - 2 六甲台5部局主催公開講座における経営学研究科の担当概要

	全体テーマ	参加人数
1983	日本企業の戦略的課題	279
1985	企業のサバイバル戦略	149
1987	転機に立つ日本企業	141
1989	1990年代の企業戦略	170
1991	グローバル化する日本経営	122
1993	マネーと経営	207
1998	変貌する日本的経営	211
2003	ネットワーク時代におけるビジネスの革新： ビジネスパーソンのための経営先端講座	120

また、神戸大学が主催する公開講座についても、全体テーマとの関連性をみながら、経営学研究科所属教官は毎年1人が分担協力している。[表 - 1 - 3]は、神戸大学主催の

公開講座において経営学研究科所属教官が担当した個別テーマを示したものである。

表 - 1 - 3 神戸大学主催公開講座における経営学研究科の担当状況

	担当した個別テーマ
1994	日本市場は本当に閉鎖的か
1995	神戸市の復興計画とライフラインのあり方
1996	震災と交通体系：交通インフラ整備への教訓
1997	ネットワーク社会における情報長者と情報貧者
1998	高齢化社会と中高年齢者の雇用管理
1999	環境会計と企業経営
2000	情報技術で変わる仕事と組織
2001	グローバル化の多面性を考える
2002	保険の過去・現在・未来
2003	激変する経済環境下におけるビジネス教育 ビジネススクールの現状と将来

## B インターンシップおよびリフレッシュ教育の推進

インターンシップについては、企業が募集しているインターンシップをファイル閲覧によって学部学生に紹介している。

社会人に対するリフレッシュ教育の推進としては、社会人 MBA プログラムにおいて本格的に展開している。この詳細については、該当箇所の記述を参照されたい。そのほか、既述の現代経営学研究学会を通じたシンポジウムやワークショップの開催、『ビジネス・インサイト』の刊行があり、また、上述の公開講座も開催されている。また、勤労社会人が学部教育を受ける機会として夜間主コースも設けられている。

## C 社会活動

今回の自己評価・外部評価報告書でも、前回と同様に、経営学研究科所属教官の社会活動(社会貢献活動)について、履歴や研究業績等とともに、詳細な個人別データ(2003(平成15)年10月1日現在)を、本章から独立させて第7部「資料」編の「教官個人別データ」の該当箇所に取りまとめて掲示している。教官個々の社会活動の詳細については、それぞれの個人別データを参照していただきたい。

したがって、以下では、組織としての経営学研究科が行っている社会活動の内容等について概観することにした。

経営学研究科全体としてみれば、そこで行われる社会活動の目的は、基本的には、研究科がその基本目的(理念)と目標にしたがって行おうと企図する教育研究活動を推進していく上で、社会一般からの理解と支持を得るということに尽きるであろう。広く社会から



の理解と支持なくしては、どんな組織も存立しえないからである。

経営学研究科の社会活動を総括すると、「産業界との交流（人的交流・情報交流）」および「産業界や社会一般に対する研究成果や情報の発信」の2つに集約することができる。以下、順次説明することにしよう。

### 1) 産業界との人的交流・情報交流

まず第1は、産業界との人的交流や情報交流である。

経営学研究科では、既述のように、「社会人専任教官制度」を活用することにより、企業や各種団体の第一線で活躍している中堅管理者クラスを1～3年程度助教授として、また、上級管理者クラスの人材を数年程度教授として採用することにより、現実企業に直面する問題を学部や大学院の学生に学ばせたり、アカデミズムと産業界との連携をはかるなど、双方向での人的交流とそれに基づく情報交流を進めている（このような産業界との交流による教育研究活動の活性化をより促進するために、1999（平成11）年度からは、社会人を専任の教授ないし助教授として採用する「社会人専任教官制度」とは別に、民間研究機関の優れた人材を客員の教授ないし助教授として採用するという「連携講座制度」も導入されている）。

なお、本報告書の第7部「資料」編の[資料 - 4]には、1988（平成元）年度から2003（平成15）年度までに在籍した社会人専任教官の氏名と、出身組織、担当講義科目の詳細が示されている。

また、特に学部教育においては、1987（昭和62）年度から、これも既述したところであるが、日本を代表する企業・組織の経営幹部を非常勤講師として招いて、「トップ・マネジメント講座」を開講している。これは、学部学生への企業経営のトップの現実の経験に根ざした知恵・知識に触れる機会や、各企業・各産業の最新動向と将来展望等についての理解の促進、これからの産業界の担い手として育てていく学生への役割手本に触れる機会、将来の進路判断の材料の提供など、学部学生の教育という側面が強いが、同時に、経営学研究科と産業界との人的交流や情報交流のネットワークの整備の促進という側面も当然のことながら有している。

次の[表 - 1 - 4]は、産業界との人的ネットワーク指標の一つとして、「トップ・マネジメント講座」を担当した社会人非常勤講師数の年度別推移を示したものである。

表 - 1 - 4 産業界との人的ネットワーク

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
社会人講師数	38	50	42	37	40	19	34	21
（うち役員数）	(27)	(27)	(35)	(26)	(13)	(1)	(16)	(5)
役員比率(%)	71	54	83	70	33	5	47	24

なお、本報告書の第7部「資料」編の[資料 - 3]には、1987（昭和62）年度から2003（平成15）年度までに開講された「トップ・マネジメント講座」の詳細が示されている。さらに、大学院教育、特に社会人MBAプログラムの教育に関して、1989（平成元）年

度から「日本型経営教育システム構想委員会」を設置し、経営学研究科における社会人MBAプログラムの現況、これからの計画や課題等について大学側から報告を行い、社会人MBAプログラムの現在と将来について、企業の人事担当者と大学側の教学担当者などが忌憚なく意見を交換し合う機会をもっている。これまでに25回を数えた当該委員会もまた、社会人MBAプログラムに限ってのものではあるが、大学と産業界が産業社会の将来を支えるマネジメント人材の育成を巡る貴重な情報交換の場となっている。

本報告書の第7部「資料」編の[資料 - 1]には、1989(平成元)年10月開催の第1回から1999(平成12)年2月開催の第25回までの「日本型経営教育システム構想委員会」の詳細が示されている。

なお、経営学研究科では、社会人MBAプログラムが2002(平成14)年度から「専門大学院」化され、さらに2003(平成15)年度から「専門職大学院」化されたことを契機として、これまで企業等の人事担当者から構成されていた「日本型経営教育システム構想委員会」を発展的に解消し、社会人MBA教育を含む研究科全体の教育研究活動等について大所高所からのアドバイスを頂戴するために、2003(平成15)年度から新たに企業経営者やマスコミ関係者・公認会計士などから構成される「アドバイザリー・ボード」を設置することとし、2003(平成15)年度中に既に2回の会合を開催している(「アドバイザリー・ボード」の委員の氏名等については[表 - 1 - 1]を、また、運営状況については[資料 - 2]を参照されたい)。

## 2) 産業界や社会一般に対する研究成果や情報の発信

第2は、産業界や社会一般に対する研究成果や情報の発信である。経営学研究科では、既述のように、学界だけでなく、経営コンサルタントやビジネスパーソンなどをその構成員とする「現代経営学研究学会」という組織を設立して、研究活動で得られた研究成果等の情報を、その機関誌である『ビジネス・インサイト』を通じて公開しているが、同時に、年1回開催されるシンポジウムや、年4回開催されるワークショップを通じて、会場での双方向での意見交換を介しての相互的情報交流を行っている。

### シンポジウム

現代経営学研究学会のシンポジウムは、神戸ではなく、大阪(または東京)に会場を求めて、近年は原則年1回の頻度で開催される比較的大規模な会議である。1993(平成5)年1月に第1回が開催され、2003(平成15)年10月に「企業再生の多様な方法」というテーマで開かれた会議で、シンポジウムは通算14回を数えている。

このシンポジウムでは、2003(平成15)年度のテーマからも明らかのように、現代のわが国の企業経営を取り巻く先端的な問題をテーマとして取り上げ、産業界のトップによる基調講演、経営学研究科の教官による問題提起、そして、学界・産業界・官界等の専門家によるパネル討議などを通じて、先端的な経営問題を産学あいよって議論する代表的な会議として定着している。

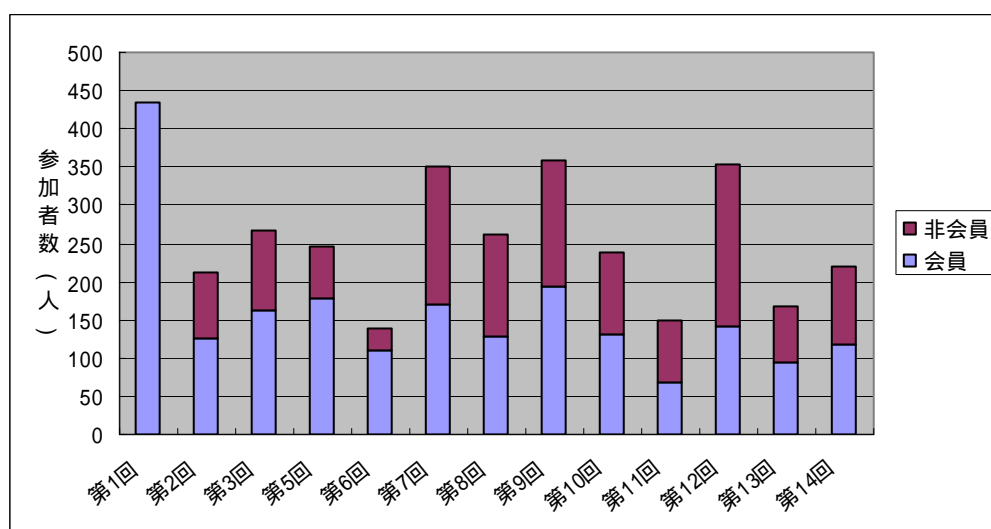
次の[表 - 1 - 5]と[図 - 1 - 1]は、1990(平成2)年度から2003(平成15)年度までに開催された各シンポジウムのテーマ、および、出席者数の年度別推移を示したものである(ただし、第4回シンポジウムは、準備が進められていたものの、阪神大震災

のために中止されている。

表 - 1 - 5 現代経営学研究学会シンポジウムのテーマ

	開催年月	テーマ
第1回	1993年 1月	不況下の経営革新
第2回	1993年 10月	リエンジニアリング
第3回	1994年 1月	エクセレント・プロダクトのフロンティア
第4回		震災のため中止
第5回	1995年 7月	震災復興と企業家精神
第6回	1995年 11月	ベンチャー・スピリット
第7回	1996年 9月	チャレンジャーの戦略
第8回	1997年 9月	企業と企業人の未来を考える
第9回	1998年 9月	企業革新の哲学
第10回	1999年 9月	新たなマネジメント・パラダイムを求めて
第11回	2000年 9月	環境経営と企業評価の最前線
第12回	2001年 9月	ブランドの時代
第13回	2002年 9月	グローバル・ネットワークの構築 - 産業空洞化を乗り越える中国市場戦略について考える -
第14回	2003年 10月	企業再生の多様な方法

図 - 1 - 1 シンポジウム参加者数の年度別推移



なお、本報告書の第7部「資料」編の[資料 - 8]には、1993(平成5)年1月の第1回から2003(平成15)年10月の第14回までのシンポジウムの詳細が示されている。

### ワークショップ

現代経営学研究学会は、シンポジウムとは別に、年4回の頻度で、経営学研究科の学舎を主たる会場にしてワークショップを開催しており、2003（平成15）年12月開催分で、ワークショップは通算44回を数えている。

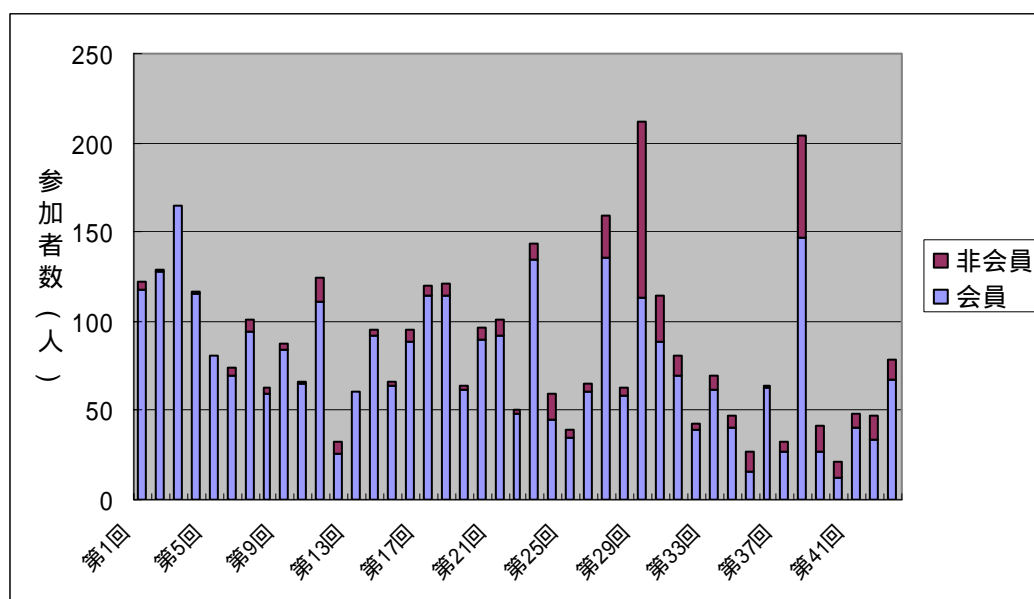
このワークショップは、現代の企業経営にかかわる個別テーマについて、現代経営学研究学会の会員が専門的に深く議論する機会を提供する目的で開催されるものであり、現代的な企業経営にかかわるトピック問題について 経営学研究科の教官と専門家による報告、および、報告者や会場参加者との間でのパネル討議が行われる。そしてまた、ワークショップで行われた報告やパネル議論の内容は、後日、学会の機関誌である『ビジネス・インサイト』の各号に特集として公開される。

[表 - 1 - 6]と[図 - 1 - 2]は、1993（平成5）年度から2003（平成15）年度までに開催された各ワークショップのテーマ、および、出席者数の推移を示したものである。

表 - 1 - 6 現代経営学研究学会ワークショップのテーマ

	開催年月	テーマ
第1回	1993年5月	人事制度の革新
第2回	1993年7月	情報・時間・戦略
第3回	1993年10月	営業の本質
第4回	1993年11月	コストを設計する
第5回	1994年3月	規制緩和の行方
第6回	1994年6月	平成不況に学ぶリスク・マネジメント
第7回	1994年10月	ダイアログのすすめ
第8回	1994年11月	中小企業の育成と地域開発
第9回	1995年6月	ヒット商品開発の論理可能性
第10回	1995年6月	被災地の構造と復興のダイナミズム
第11回	1995年9月	エンパワーメント
第12回	1995年11月	デリバティブとの共存を求めて
第13回	1996年3月	激変する企業間関係
第14回	1996年6月	中堅企業に学ぶ新規事業戦略
第15回	1996年9月	物流戦略が変わる
第16回	1996年11月	キャリアをデザインする
第17回	1997年3月	営業力
第18回	1997年6月	活性化の組織戦略
第19回	1997年9月	グローバル・ロジスティクス
第20回	1997年11月	環境調和をめざした経営の可能性
第21回	1998年3月	能力主義のめざすもの
第22回	1998年6月	ビジネスエシックス（経営倫理）を考える
第23回	1998年9月	日本的人事システムの変革
第24回	1998年12月	メガコンペティション時代における情報開示とIRの新戦略
第25回	1999年3月	コーポレート・ガバナンスとアカウンタビリティ
第26回	1999年6月	企業年金の将来を考える
第27回	1999年9月	営業改革にむけて
第28回	1999年12月	会計基準のグローバル化戦略と日本型経営
第29回	2000年3月	ビジネスマンが本当に生き生きするとき
第30回	2000年6月	サプライチェーン・マネジメントの虚像と実像
第31回	2000年10月	企業評価の様々な指標と企業の対応
第32回	2000年11月	歴史から見た21世紀のビジネス環境
第33回	2001年3月	エンプロイヤビリティ 会社と社員の新しい関係
第34回	2001年6月	有効な企業統治改革に向けて
第35回	2001年10月	大都市圏再生を考える
第36回	2001年12月	業績管理は変わる
第37回	2002年3月	不良債権問題と金融システムの再構築
第38回	2002年6月	コーチングのコーチング うまく学習してもらう方法を学習してもらうために
第39回	2002年10月	日本型M&Aの現状と課題
第40回	2002年12月	産業組織の変革と競争政策
第41回	2002年3月	ブランド価値の評価と管理
第42回	2003年6月	知的財産の戦略的利用と企業経営のゆくえ
第43回	2003年9月	仕組みで稼ぐ『凄い』会社
第44回	2003年12月	研究開発マネジメントと市場創造戦略

図 - 1 - 2 ワークショップ参加者数の推移



なお、本報告書の第7部「資料」編の[資料 - 9]には、1993(平成5)年1月の第1回から2003(平成15)年12月の第44回までのワークショップの詳細が示されている。

#### メールジャーナルおよびメールマガジン

経営学研究科では、「現代経営学研究学会」を通じて、具体的には、上述したシンポジウムやワークショップの開催、あるいは、先に言及した機関誌『ビジネス・インサイト』の発行を通じて、われわれの理念である「オープン・アカデミズム」を实践すべく、産業界等に対する研究成果や情報の発信を行っているが、その頻度はいずれも年1回あるいは年4回であり、これらの媒体を通じての情報発信の頻度は相対的に低いものと考えられる。

そこで、現代経営学研究学会では、会員、特に法人会員との間でのコミュニケーションの密度を高める方策として、新たにインターネットを利用した『メールジャーナル』の発行を企画した。この『メールジャーナル』は、月1回の頻度で法人会員向けに発行(発信)され、そこでは、その時々の研究科長の挨拶やコラム、トップ・マネジメントのための最新キーワードの解説、経営学研究科の教官が執筆した新刊書やディスカッション・ペーパーの紹介、さらに、直近のシンポジウムやワークショップの案内や、『ビジネス・インサイト』の次号予告など、経営学研究科からの諸種の情報が提供されている。

なお、本報告書の第7部「資料」編の[資料 - 10]には、2000(平成12)年3月から2003(平成15)年3月までに発行された『メールジャーナル』の目次を参考のために掲げている。

なお、[資料 - 11]にもあるように、2003(平成15)年4月以降は、この『メールジャー

ナル』は、『ニュース・レター』（現代経営学研究学会の法人会員と経営学研究科との情報交換のための媒体）と統合され、さらに内容を拡充された形で、『eureka』（ユーレカ）という愛称の新しいメールマガジンとして展開されるに至っている。

もちろん産業界を含む社会一般に対する情報の発信は、上記の「現代経営学研究学会」を通じての活動だけではなく、教官個人による活動にも含まれている。第7部「資料」編の「教官個人別データ」の「社会活動」欄にも記載されているように、多くの教官が社団法人や財団法人の委員としての活動を通じて産業界に対してさまざまな影響を与えている。また、近年では、産学共同研究の興隆の流れを受けて、経営学研究科の教官と産業界との共同研究も年々活発になっており、教官の専門的知識に対する社会的ニーズが高まりつつある。

### 3) 公的機関へのコミットメント

経営学研究科が従来結びつきの強かった産業界のみならず、公的機関との結びつき次第に大きくなっており、研究科の教官が公的機関へコミットする機会も増大しつつある。たとえば、最近では国や地方公共団体の各種委員会や国家試験関係の委員会に参加している教官が増えてきている。これらもまた、従来にもまして経営学研究科所属教官の社会に対する貢献度が高まっていることを示している。

なお、[表 - 1 - 7] は、行政とのネットワーク指標の一つとして、国や地方公共団体の委員委嘱件数の年度別推移を示したものである。

表 - 1 - 7 行政とのネットワーク

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
教官数	37	42	42	39	41	42	49	50	50	50	49	62	59	56	63
委員委嘱件数(合計)	25	29	26	24	36	49	41	31	26	68	74	62	50	50	63
(国)	(11)	(12)	(12)	(13)	(19)	(28)	(22)	(17)	(10)	(22)	(25)	(22)	(18)	(24)	(28)
(地方公共団体)	(14)	(17)	(14)	(11)	(17)	(21)	(19)	(14)	(16)	(46)	(49)	(40)	(32)	(26)	(35)
教官10人当たり委員委嘱件数	6.8	6.9	6.2	6.2	9.1	11.7	8.4	6.2	5.2	13.6	15.1	10.0	8.4	8.9	10.0

### - 3 社会連携の自己点検・評価

#### - 3 - 1 社会連携委員会による自己点検・評価

経営学研究科の社会連携活動は、「研究の連携」、「教育の連携」、および、「社会貢献」の3つに大別することができるであろう。以下では、それぞれの活動について自己点検・評価を行っていくことにする。

### - 3 - 1 - 1 研究の社会連携の自己点検・評価

研究における社会連携活動の中心は現代経営学研究学会である。この学会は「オープン・アカデミズム」という本研究科の基本理念を実現する意図のもとに 1993（平成 4）年 3 月に発足した。この学会は研究者（学界人）だけでなく、企業の実務家や経営コンサルタントもその構成メンバーとして含んでいる、文字通り現代経営学研究のための社会連携組織である。具体的な活動としては、本学会が主催する年 1 回のシンポジウム、年 4 回のワークショップ、そして機関誌『ビジネス・インサイト』（季刊）の発行等がある。これらの諸活動の詳細は該当箇所に譲るが、そのときどきのホット・トピックスをタイムリーに取り上げながら、これまで着実な成果を蓄積しているといえる。

その他に研究科として、電子刊行物『経営研究』（*Business Research*）の発行、教官の執筆による『ディスカッション・ペーパー』や社会人大学院生の執筆による『ワーキング・ペーパー』の発行およびインターネット上での公開を通して、産学間における活発な相互的情報交流の促進を図っている。これらの諸活動の詳細もやはり該当箇所に譲るが、それらが研究上の社会連携に寄与してきたことはいうまでもない。

### - 3 - 1 - 2 教育の社会連携の自己点検・評価

教育における社会連携活動は、「社会人専任教官制度」、「連携講座制度」、および、「トップ・マネジメント講座」である。これらの取り組みは本研究科が常に他大学に先駆けて発案、実践してきたものであり、社会的にも広く認知されてきた活動である。その成果ないし効果は大学院のみならず、学部にまで広範囲に及んでいる。ただ、前述の研究上の社会連携活動は経営学研究科の側がリーダーシップをとりながらも結果的には互恵的であるのに対して、この教育上の社会連携活動はどちらかといえば経営学研究科の側がより多くの恩恵を受けているといえるかも知れない。

### - 3 - 1 - 3 社会貢献の自己点検・評価

本研究科の社会連携活動は、前述した研究上および教育上のそれ以外にも、さまざまな社会貢献活動にまで及んでいる。それらは、「公開講座」、「インターンシップ、リフレッシュ教育の推進」、「教官個人の社会活動」、および、「研究科全体の社会活動」等である。

公開講座は六甲台 5 部局の輪番によるものと、全学的なものとの 2 つがある。前者は 5 年に 1 度の割合で、六甲台 5 部局の中の 1 部局がすべてを企画実施するものである。2003（平成 15）年度は経営学研究科が担当し、「ネットワーク時代におけるビジネスの革新：ビジネスパーソンのための経営先端講座」という統一テーマで、合計 8 名の気鋭の若手研究者がそれぞれ専門のトピックを講義して好評を博した。後者は全学が毎年企画実施し、各



部局がそれに講師を派遣するというものである。こうした公開講座はもっとも直接的な社会貢献の方法であり、効果の及ぶ範囲が広いという点でも貴重だといえる。

インターンシップ、リフレッシュ教育の推進については、とくに社会人 MBA プログラムが重要である。経営学研究科の MBA プログラムは 1989（平成元）年に開設され、社会人の高度の再教育機関として有為のマネジメント人材（「経営のプロフェッショナル」）を多数、かつ着実に輩出してきた。この点の詳細は該当箇所に譲るが、自他共に高く評価されるところとなっている。

社会活動という点では、教官個人のみならず研究科全体から見ても顕著なものがある。この点の詳細についても該当箇所に譲るが、こうした顕著な社会活動は教官レベル、研究科レベルを問わず、社会連携活動の基本理念である「オープン・アカデミズム」が組織の隅々にまで浸透している結果である。

（文責：坂下昭宣）