

# 商学部のミッションステートメントと 産業研究所

田畑 康人

- 1 商学部のミッションステートメント
- 2 ミッションステートメントと商学部教育
- 3 産業研究所と商学部
- 4 むすびに代えて—商学部のミッションステートメントと  
これからの産業研究所

## 【要旨に代えて】

本稿は論文というものではなく、本商学部と産業研究所に関する筆者の個人的な随想に近いものであるため、あえて要旨やキーワードは示さない。商学部および産業研究所の来し方行く末について、新任や若手の先生を含め、少しでも多くの方々の記憶の隅に留めて頂ける部分があれば、それだけで本稿の役割を果たせたと考えている。

## 1 商学部のミッションステートメント

### 1) ミッションステートメント明示化の経緯

筆者が商学部長を務めさせて頂いた時期（2006年）に、ちょうど大学基準協会の調査年に当たった（ただし、調査項目に記すべき内容は2005年5月現在のもの）。その調査の最重要項目の一つとして大学や各学部のミッションステートメントを示し、それに基づく教育が行われていることを明確にするよう指示があった。

もちろん大学においては創立当初から「行学一体、報恩感謝」という建学の精神があった。しかしこの建学の精神に基づく商学部の使命を明確にするミッションステートメントは必ずしも明示されてはいなかった。

そこで筆者は基準協会が求める「商学部の理念・目的・教育目標とそれに伴う人材養成の適切性－建学の精神と商学部の理念・目的・教育目標」という項目に対し、以下のように書き示した。そこに書かれている内容は筆者だけが考えたものではなく、商学部運営委員会および商学部教授会で「商学部教育の充実」という議題で2年以上にわたり審議された商学部教員の成果であることはいうまでもない。少し長くなるが、筆者が報告書に記した内容にしたがって、ミッションステートメント明示化の経緯を示してみよう。

学校法人愛知学院の建学の精神「行学一体、報恩感謝」を体現するために、愛知学院大学の母体学部、すなわちマザーズスクールとして、1953年（昭和28年）に商学部商学科が発足した。従って、商学部はこの建学の精神に基づき、特に産業経済・ビジネス界で貢献しうる人材の育成を目的としてきた（この点については2010年度現在もなんら変更はない）。

この目的を達成するためには、単なる理論的知識を身につけるだけでなく、それを実社会で応用・実践できる人材に育て上げなければならない（＝行学一体）。しかも産業社会・経済社会において有為な人材として活躍し、さらにその成果を社会に還元しうる人材を育成しなければならない（＝報恩感謝）。だからこそ本商学部は「実学としての商学」を教授することに主眼を置いているのである。

一般に商学部とは、企業やビジネスに関わる具体的な問題を発見し、それを解明した上で解決策を探り、対応・実践できる人材を育成することを目的とした学部であると考えても大きな誤りはないであろう。

しかし本学においては、商学部と経営学部が並立している。それは、企業・組織のマネジメントを学ぶことを主眼とする学部として、商学部経営学科から1990年（平成2年）度に経営学部を独立させたからである。したがって、現商学部はビジネスに直結する教育を行う学部として、そのアイデンティティを確立する必

要性があり、「商学部改革検討委員会」、「商学部運営委員会」などを設置し、そのための努力を傾注してきた。

## 2) 「ビジネス・ヒューマン・バリューの創造」を掲げて

その結果、2004年度には「実学としての商学」とは何かについて再検討し、商学部としてのミッションステートメントを明らかにする必要性が再認識された。そして2005年度において「ビジネスヒューマン・バリューの創造」を新たに教育目標として掲げた。「ビジネス・ヒューマン・バリュー (Business Human Value)」とは、ビジネスマン (Businessman) とヒューマン・バリュー (Human Value: 人的価値→人間としての価値) から想起された筆者による造語である。ここに至る経緯は以下の通りである。

従来から商学部では、「『経済生活を中心とする社会生活を他者に対する思いやりの心を持って営むことのできる人間を育成すること』を究極の教育目標に…(中略)…、具体的には生活者の視点に立って経済・経営環境に積極的に対応できる人材、そしてビジネスに携わる人間として自らの責任と判断において正しい行動のとれる人材の育成に努めています」(『愛知学院大学商学部 履修要項 2004』, p. 2)として、商学部の教育目標を明らかにし、学生にも周知するように努めてきた。

## 3) ビジネス・ヒューマンとは

しかし商学部では上述のような教育目標を掲げながらも、広くビジネスに関わる人々を「ビジネスマン」と捉え、そこに何ら疑問を抱かなかつたのも事実である。ところが、マン (man) とヒューマン (human) の意味の相違は大きく、前者が単に「人、男、従業員、生物としての人・生物学的なヒト→生物としての欲望に従って行動するヒト」などを指すのに対し、後者のヒューマンは「人間、人間らしい心を持った人、慈悲・慈愛のある」という意味も持つ。したがって、ヒューマン・バリューという場合も単なる「人的価値」ではなく、「人間としての価値」に通じる。つまり、人 (man) は生まれながらにして人 (man) であるが、人間 (human) たりえない。人間たりうるためには、教育が必要である。だからこそ商学部は商学を通じて人間として育み教えることを教育目標にしてきたと筆者は考えたのである。

商学部が目指すビジネス・ヒューマン・バリューとは、「人間としての心や慈悲そして倫理観を兼ね備えた人材としてビジネスに携わる人間」を意味する。

また、経済環境が激変する中で、20世紀末から企業の不祥事が相次ぎ、モラルハザード (moral hazard: 倫理の欠如・倫理観の欠如) が各方面で指摘され続け

てきた<sup>1)</sup>。そこに見られたのは、「利潤追求のためには、自らの欲望に従い、見つからなければ何をしてよい」という企業ならびにビジネスマンの姿であった。

そうであるからこそ、本商学部は上述の教育目標をより明確するため、「ビジネス・ヒューマン・バリューを創造し、高める」ことを新たな教育目標・ミッションステートメントとしたのである。これが建学の精神に通じることはいうまでもない。

以上が商学部のミッションステートメント明示化の経緯と内容である。このミッションステートメントは2009年度に尾碕学部長が就任されてからも引き継がれ、2011年度から新たに就任する脇田学部長にも引き継がれるものと思う。

## 2 ミッションステートメントと商学部教育

### 1) ビジネス情報学科への名称変更と「商学入門」の新設

「ビジネス・ヒューマン・バリューを創造し、高める」というミッションステートメントは現在の商学部教育でどのように意識され、実践に結びつけられているのか。この点について正直に述べれば、商学部として2010年度現在でも各教員の自主性に任され、教育現場で商学部教員に共通または強制的に何かを行わせるといったことはない。

ただし、2007年度から産業情報学科を新たに「ビジネス情報学科」に名称変更する動きに合わせ、商学部全体のカリキュラムを見直した。新カリキュラムの編成をする中で、「商学入門」という1年生用の科目を新設し、必修科目とした。そして「商学入門」は複数の教員（6名程度）が数週間ずつローテーション方式で担当し、担当者も1～2年間で変更されることになった<sup>2)</sup>。それは、できる限り多くの商学部教員がフレッシュな1年生に直接話す機会を持ち、商学部の目標（ミッションステートメント）を伝えるためでもあった。

ここで強調したいことは、「商学入門」を必修化するにあたり、商学部教員全員でテキストを作成ことにした点である。その合意とテキストの完成にまでには紆余曲折もあったが、とにかく商学部教員全員が一丸となり、『商学への招待－ビジネス・ヒューマンへの道－』（ユニテ）を2006年11月に上梓することができた。このような成果に繋がったのは、商学部教員全体が少なくとも商学部のミッションステートメントを理解し、行動に結びつけてくれたからであると信じたい。

### 2) 商学部教員の協力と『商学への招待』上梓へ

『商学への招待』の「はじめに」にも書かせて頂いたが、本書は上述の「商学入門」のテキストとして当時の商学部教員全員の協力を得て上梓にこぎ着けることがで

きた。そこにおいて筆者は、「一般的にテキスト・教科書とは、『学』あるいは『理論』として、それぞれの専門分野において、共通認識が得られている内容を体系的に取り上げ解説しているものを指します。しかし、本書はそのような意味のテキストではありません。…中略…本書は本学商学部の学生のために書かれました。…中略…本書を執筆するに当たって、各教員は『テキストとは何か』、そして『商学とは何か』などについて一生懸命考えました。その中で、ある分野・領域においては、関連教員が学問体系を考慮して、まさに体系的に述べようとしている部分もあります。しかし、必ずしも学問体系を意識せずに、各教員が自らの専門分野の要点をわかりやすく述べながら、自らの担当科目との関連やキー概念を述べている部分もあります。私たちは、それが本書の欠点であると同時に、アイデンティティにもつながっていると考えています。<sup>3)</sup>」と述べた。

ここで筆者が言いたいことは、単に「商学入門」のテキストを教員全員で書き上げたことではなく、たとえ「商学入門」の新設やテキスト執筆に個人的・本質的に反対ではあっても、商学部自体の新たなミッションステートメントの下で、全教員が最後まで協力の労を惜しまなかったことである。つまり商学部の教員自体が学生のため、商学部のためであれば、個人的利害や価値判断を超えて協力してくれるビジネス・ヒューマンであったのである。

### 3) 商学部の危機と商学部教員

ところで、少子化によって日本全国の大学は受験者の減少に悩み続けてきた。団塊の世代2世時代の18歳人口は220万人を超えていたにも関わらず、1990年代末から急激に減少し始め2010年現在では120万人程度になっている。そのような状況は当然全国の大学もあらかじめ知るところであったから、多くの大学が危機感を持って対応を始めたであろう。本学もその中の1大学であったと信じたい。ただし、その対応の大部分は入試制度改革（多くの受験機会を作る）やAO入試や推薦入試強化などによる受験生集めであって、学部教育改革そのものにまで踏み込んで具体的に検討していたかどうかは定かではない。

しかし、本学商学部に関する限り、寶多学部長、磯村学部長、酒井学部長の時代から商学部としての危機感は本当に強く意識されていたように思う。それは経営学部が商学部から独立した後、商学部の受験生が目に見えて減り始め、入試の偏差値も経営学部にも溝をあけられてきたことも大きな要因であろう。加えて、東海地区独特の状況があったことも忘れてはならない。

というのは、東海地区の主要私立大学で「商学部」を持っていた大学が商学部の発展的改組という名目で商学部を廃止し、商学部を維持した大学は本学ともう1校だけになってしまったのである。しかも、確たる証拠はないが、われわれ商

学部独自の高校訪問によれば<sup>4)</sup>、多くの高校や進路指導の先生方が「商学部を廃止する大学は『商学部はすでに時代に合わず、不要であるという意識で改組転換した』と伺った」と述べていたのである。このような改組理由が当該大学によって東海地区の大部分の高校に示されたことは、本商学部にとって想像以上の影響を与えた。あえてそのデータは明示しないが、商学部の受験者が予想以上に激減したことがその証拠でもある。

それと同時に本商学部の教員の危機感は一歩本物になり、教員が一致団結して事に当たる雰囲気ができあがった。ちょうどその頃にころならずも学部長を拝命した筆者にとっては、不幸中の幸いであったかもしれない。

このような本物の危機感と一致団結によって『商学への招待』を上梓することができたのである。しかも大学当局が本質的に認めない学部独自の高校訪問も継続し、同書を持参・寄贈する形で進路指導の先生方に「商学とは何か」、「商学部とは何か」、そして商学部のミッションステートメントを説明する機会ができたのである。その結果が具体的にどのように現れたのかについては定かではないが、少なくとも商学部受験者数の激減にブレーキを掛けることができる程度できたと同時に、尾碕学部長の下での2010年度および11年度入試結果では合格者の偏差値も改善傾向が見られている。

### 3 産業研究所と商学部

#### 1) まずは身近になった経営研究所そして産業研究所

今まで商学部とそのミッションステートメントについて長々と述べてきたが、ここでは商学部と産業研究所の関係について、筆者の30年間にわたる両者との関わりから得たことや感じたことを述べてみたい。

筆者が本学商学部専任講師として赴任してきたのは1980年4月であった。赴任して早々に商学部から呼び出しがあり、外国書講読のクラス分けの仕事などが言い渡された。これは当然の職務であるから何の不满もなかったが、商学部教員の方々はもちろん、職員の皆さんの紹介も一切ないままクラス分け会場（商学部大会議室）に案内され、仕事に入ったことに驚かされた。

ただし、その当時教務主任であった大橋靖雄先生（現経営学部教授）が、食堂の場所と「経営研究所」（別の部分で紹介されるであろうが、「産業研究所」に名称変更されるのは1990年度からである）の存在を教えて下さったことを明確に覚えている。そして「経営研究所に行けば、研究や教育のサポートを受けることが出来る」ということを教えて頂いた。

筆者は赴任当初から「経営管理実習」（現「応用商学」）という少人数の実習教

育科目も担当することになっていた。その科目では、現在ではとても考えられないが、実際の数値データを使って経営規模と費用に関して横断面と時系列の回帰分析を、電卓による手計算で行っていた。そしての結果をグラフ等に表して、数枚のレポートで提出してもらうことにした。レポートはある程度規格化されている方が何かにつけて便利である。しかし自分の手元には適当なグラフ用紙がなかったため、産業研究所に行ったところ、手配して頂けたのである。研究所であるからには、本来的に研究のためには協力してもらえるのは当然であろう。しかし教育のためには協力してもらえないのではないかという不安を持って研究所におもむいた結果、独り合点していた自分が恥ずかしく感じたことを思い出す。そして「行学一体」という愛知学院の建学の精神は本物かもしれないと感じたのも事実である。

以上のような経験をはじめとして、筆者がその後数年で感じ取った「経営研究所（産業研究所）」とは、以下のような場所であった。

- ①研究や教育に必要なツールを支援してくれるところ
- ②各種の資料やデータを探してくれるところ
- ③内外の雑誌をかなり所蔵しているだけでなく、新たに継続購入してくれるところ
- ④『地域分析』という少し特殊な研究機関誌を発行しているところ
- ⑤資料室には意外なほど多くの資料があり、ある面では図書館より充実していること
- ⑥会議を経てプロジェクト予算が獲得できるところ
- ⑦サロンのような雰囲気のある癒しの空間
- ⑧研究会や講演会が定期的に開催されるところ

たぶんこのような感想は、最近赴任された先生方も同じように持たれているのではないだろうか。

## 2) 経営研究所の移動、そして「産業研究所」へ

正確な年月日は他の資料に譲るが、1980年代中頃に経営研究所の移転が行われた。この移転を契機に研究所が大きく変化していったように思う。それまでの研究所は6号館の東端にあったが、現在の位置（6号館のほぼ中央）に移動した。この移動に関しては商学部として反対意見も多かったように記憶する。しかし結果的に見れば、きわめて合理的な移動であった。なぜならば、同一棟といえども東端では西や北端の教員からすれば、行きにくい場所であったからである。それでもより多くの教員に利用してもらう工夫として、メールボックスが経営研究所

に設置されていたように記憶する。それが現在の位置に変わると、より多くの教員が自然に集う場所となり、経営学部独立によって教員の研究室が空いたため、産業研究所の研究室や資料室も充実された。その結果、②～⑤および⑦の機能はさらに高まって今日を迎えている。

しかし、経営学部独立を契機に「経営研究所」が「産業研究所」に名称変更したことが最も大きな変化をもたらしたように思う。すでに何回か述べたように、名称変更は1990年度以降である。商学部教員にとっては、経営学部の独立は合意の下になされたことは承知していたが、経営学部創設と同時に商学部では研究所の名称としても「経営」という文字が使えなくなることを知らなかった。つまり、商学部の「経営研究所」は名称変更を強制されたと解釈しうる部分があった。しかもこれは単なる名称変更ではなく、所員数もほぼ半減し、予算的規模もかなり縮小されたのである。

しかしその一方で研究所としては、商学部教員（=所員）にとってますます有用な変化・改革が少しずつ進められていった。所員による研究会がいつ頃から始められたのか筆者は知らないが、新任教員による研究報告会が確実に定着し、商学部教員による研究報告会も毎年開催されるようになった。また、教員向けの講演会も開催され、予算制約にもかかわらず、内外でかなり有名な研究者・学者も招かれていた。しかし予算の縮減・削減は今でも行われ、内外の定期刊行物や専門誌の継続購入はますます困難になってきている。

それでもなお、岡田研究所長率いる産業研究所の活動は決して衰えていない。否、ますます活発になっているように感じる。筆者もかつての経営研究所で事務局長（現「幹事」：当時はそのような呼称であった）を務めたり、2003年度当時に所長を拝命したりした。しかしそこでは何ら新たなことはせず、今までのことを単に踏襲したにすぎない。唯一今でも残ることといえば、産業研究所発行の研究機関誌『地域分析』の装丁と書式を改めたことぐらいであろう。それまでの灰色の表紙でダブルスペースの書式はそれなりの歴史と伝統、そして重厚さを感じてはいた。しかし老眼が進みつつあった筆者にとっては、ダブルスペースの小さな文字は読みにくくなっていた。また、商学部創立50周年なども意識して、装丁も新たな感覚で見直すことにしたのである。これによって『地域分析』の本質が変わることはなく、新たな時代感覚に沿っていたとすれば幸いである。しかし大きさをA4サイズではなく、B5にしたままであったことは今でも少し心残りである。



## 4 むすびに代えて—商学部のミッションステートメントと これからの産業研究所

今までとりとめもない駄文をことさらに長く認めてきた。それを無駄にしないためにも、最後に商学部のミッションステートメントとこれからの産業研究所について述べてみたい。

経営研究所から産業研究所に変わり、確かに所員も予算も大幅に減った。しかしその活動内容は決して衰えてもいないし、存在意義も失われていない。いや、存在意義はますます大きくなってきているのではないか。また、今後もますます存在意義を強めて頂きたいし、商学部教員すなわち所員一丸となって産業研究所の活動を盛り上げていきたいものである。

商学部は「ビジネス・ヒューマン・バリューの創造」をミッションステートメントとし、人間性重視を打ち出してきた。そこまでに至った経緯やそれとともに出版された『商学への招待』について、ここでもう一度思い出して頂きたい。商学部教員（=所員）が一致団結し一丸となって行動に出たとき、予想を遙かに超えた成果に結びつけることができた。

他方で、日本は失われた10年あるいは20年ともいわれ、バブル崩壊後の不況を引きずり続けている。しかも世界経済は2008年秋のリーマンショック以降100年に一度という未曾有の危機をから脱し切れていない。2010年9月に日銀の市場介入はあったが、2011年2月には\$1=81円代の水準になり、ますます中国・アジアを中心とする新興国に日本経済は追い込まれている。したがって、産業の空洞化は今後も一段と進むことになる。加えて少子高齢化や人口減少社会が日本の産業経済全体に追い打ちを掛ける。バブル経済崩壊以来、日本経済・日本産業は混迷の中からほとんど一歩も踏み出せていない。このような時代であるからこそ、わが「産業研究所」の存在意義が必ずや大きくなると考えられるのである。

研究機関誌『地域分析』は当初、「愛知県」や「東海」というまさに地域経済に焦点をあわせること目的としていたと聞く。しかしそれがやがて日本全体そして世界全体をも「地域」あるいは地域の総合として捉えるように発展していったという。

現代でこそ、グローバル化の中の「グローカル」とか「海外進出」、「現地化」、「地方自治の強化」、「国家の時代から地方・地域の時代へ」などの「地域」に関わることばがあらゆる情報媒体に並ぶようになったが、第50集（発行開始から50年以上）を迎える『地域分析』はそれらのキーワードすべてを数十年前から取り込み、新たな方向をさらに模索しようとしている。その典型が学外研究資金への応募やそれに伴う商学部教員（=所員）による共同研究の着手（根津所長の時代

から)であった。そして2009年からは学内にある他の研究所との共同研究にも着手した。さらに、その成果は個々の教員や『地域分析』を通じ、学内外はいうまでもなく、商学部の学生にも還元されていく。

しかしここで決して忘れてはならないのは、岡田所長によって産業研究所機関誌『地域分析』に加え、2007年度から若手・中堅研究者の研究支援を目的として『地域分析』増刊号が発行されることになったことである。その第1号は青木均教授(当時は准教授)による『小売業態の国際移転の研究－国際移転に伴う小売業態の変容－』(2008年8月、成文堂)であり、2008年度は第2号として近藤万峰准教授によって『ポストバブル期の金融機関の行動－新しい時代のリテール金融の確立に向けて－』(2009年3月、成文堂)が発行された。そしてこれがさらに引き継がれ3号目として渡邊隆俊准教授による『地域経済の産業連関分析』(2010年3月、成文堂)が発行された。しかもこの動きはさらに活発になり、伊藤徳正准教授が2011年発行に向けて頑張ってくれているのである。

近年はわれわれ研究者にとって、単著の発行はますます困難になっている。それは大学に籍を置く全研究者の知るところであるが、教科書的に使えない単著は出版社の経営的観点から発行しにくい状況になっているからである。したがって出版に当たっては、複数研究者による共同研究や共著という形を採らざるを得ない。上述した『商学への招待』も発行に漕ぎ着けることができたのは、この点も影響しているかもしれない。

このような点について岡田所長とそれを補佐する青木幹事は2007年当時、熟慮に熟慮を重ねて『地域分析』増刊号の発行を提案し、所員全員の賛成を得て実行に移してくれたのである。研究所予算をやり繰りし、まさに限られた予算の中で『地域分析』増刊号発行に結びつけてくれたことは、商学部としても大いなる快挙といえるであろう。

もちろん、これらの効果はすぐに現れないかもしれないし、多くの人の目には見えないかもしれない。しかし商学部のミッションステートメントを理解して日々学生諸君と向かい合っている商学部教員が研究と教育を両立し、研究成果を学生にわかる言葉で噛み砕いて伝え続けてくれるはずである。産業研究所の研究プロジェクトや『地域分析』、そして新たに加わった『地域分析』増刊号の発行にはそのような意義も込められている。しかもそのような意識の教員を産業研究所という、われわれにとって普段は何気ないような存在が育みそだててくれるように思うのである。

そしてこれからも時代の変動や経済の荒波に翻弄されながらも、産業研究所は決してその行方を誤らないものと信じていたい。なぜならば、常に時代の変化に対応し商学部を支え育て維持してくれた商学部教員を所員としている産業研究所だか

らである。

## 注

- 1) 筆者の専門分野は「保険理論」である。ここでいう「モラルハザード」とはもともと保険用語であって、「保険契約をした場合、相手（保険会社）側にわからないように自分に有利な行動をとる保険契約者側の行動」と解され、「道徳的危険」と訳されてきた。極端な場合には、保険金目的の殺人を犯したり、事故招致をするような行動である。しかし新しい経済学（情報の経済学や不確実性の経済学）あるいは金融分野などで情報の非対称性を扱う中で、その内容が一般化されていった。その結果、「相手にさえわからなければ、経済人（economic man = 経済学上で仮定される極大利潤・極大効用を追求する経済合理性のみの人）は、誰でもモラルハザードを起こす可能性があることが明らかにされた。そしてさらに特に20世紀末から21世紀始めの今日に至るまで、現実の経済社会においても多くの企業やビジネスの中で「倫理の欠如」あるいは「倫理観の欠如」としてのモラルハザードが横行するようになってしまったのである。
- 2) 最新の状況を述べれば、2011年度のカリキュラム編成の中で3回目の担当教員の変更が行われる見通しになっている。したがって、この「商学入門」の担当者は来年度で商学部教員25名中、延べ18名が担当することになるのである。
- 3) 愛知学院大学商学部編『商学への招待－ビジネス・ヒューマンへの道－』、2006年11月、ユニテ、pp.i-ii。
- 4) 商学部はこのような独自の危機意識から、商学部教員全員で本学の入試センターとは別に高校訪問を行っていた。特に筆者が学部長時代には本学全体として各学部独自の高校訪問は自粛される方向にあり、大学としては自ら首を絞めているように感じたのも事実である。

