

経営学は実践にどのように役立つか（1）

経営学を学ぶと社長になれるか

私は普段、神戸大学の経営学部で教鞭をとっています。毎年、新入生を教えるたびに「なぜ君は経営学部に入ったのですか？」と尋ねると、「将来、社長になりたいから経営学部に入りました」と回答する学生が多いことに気づかされます。…とても大きな、いい気概をもって入学してくれているのだと、尋ねた方は嬉しくなります。

こうした新入生の皆さんの思いの背後には、「経営学は世の中に役立ち、特に会社を経営する上で必要になる実践的なことを、経営学部に入學すると教えてもらえるのだろう」という、学問や大学への期待が込められています。

学問と実務の関係

そこには同時に、新入生の皆さんの（あるいはビジネスパーソンも含めた社会一般の方々の）暗黙の前提が含まれています。それは「学問は実践に役立つ（はずだ）」という前提です。メルマガ読者の皆さんにとっては当たり前すぎて疑う余地もない命題なのかもしれませんが、実はこの点は深く考えると、とても難しい問題が絡んでいます。

そもそも大学での「学問」とは何で、学生さんが社会に出てからすることになる（経営の）「実践」とは何を意味するのでしょうか。学問と実務はどのような関係にあるのでしょうか。今回からの当コーナーでは、この点について、何回かに分けて考えてみることにしましょう。

事実や知識をまとめたものが学問

学問は、最近では科学（science）と呼ばれることの方が多くなっていますが、学問にせよ科学にせよ、その最も基本的な意味は、事実や知識を一定の方式に基づいてまとめ、体系化したもの、といった程度のニュアンスで用いられます。つまり、現実に生起するさまざまな現象を、ある固有の方法論（アプローチ）によって記述し、全体を体系づけたものが学問や科学のそもそもの意味です。簡単に言ってしまうと、よくわからない日常現象を、「こういうように理解したらいいよ」と論理立て、秩序立てて説明したものが学問や科学ということになります。

経営学でいえば、企業で働く実務家の皆さんが日々接している多様な経営現象や、その理解の仕方を秩序立ててまとめ上げたものが経営学です。

科学的発想の根本は因果関係

この「科学」の最も根源にある発想法は、全体を構成要素に分け、その要素間の関係性を明らかにすることです。関係性の中でもとりわけ重要なのが因果（原因と結果）の間の

関係です。つまり、現象を単純化して「AならばB」という形で示すことにあります。

因果関係がとりわけ科学にとって重要なのは、原因と結果間の関係性を明らかにすることで、その道筋の蓋然性（確実性）を高め、将来予知を可能にしたり、意図したとおりの結果を導くことができたりするからです。

モチベーション向上と業績の関係

たとえば、経営学でいうと、モチベーション論の領域では、「働く人々のモチベーションを上げる → 会社の業績や収益が向上する」という因果関係が想定されています。非常にラフな因果関係で、いろいろと突っ込みどころは満載なのですが、大きくはこのような関係が成り立つわけで、その意味で経営学も「科学」であると言い得るわけです。社員のモチベーションを高めることが、確実に会社の業績や収益の拡大をもたらすものとなればなるほど、ここでいう科学の水準は高いと判断されるのです。

経営学の科学性

しかし、経営学における科学性・学問性の水準は、他の学問領域と比較すると、残念ながらあまり高くはありません。なぜなら、こうした科学的発想の根源である因果連関がスッと明確に言い切れるほど問題が定式化されておらず、学説が論者によってまちまちだからです。

これには、経営現象がきわめて複雑で定式化が困難であることがもちろん関係しているのですが、なぜ経営学における因果連関の定式化が困難なのか、次回、もう少し詳しく述べることにしましょう。

株式会社インソース <http://www.insource.co.jp/>

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町 1-19-1 神田橋パークビル 5階

TEL : 03-5259-0070 FAX : 03-5259-0075