

S h o d a i R e v i e w

商大 レビュー

Vol. **23**
2014.3

学術講演会

伝統産地 生き残りの知恵

～陶磁器産地に学ぶ協働と人材育成の仕組み～

上智大学経済学部 教授 山田 幸三氏

04

公開講演会

「草食系」から「創職系」へ

経営者だけでなく社員にも「新事業創造力」が求められる時代

岡山商科大学経営学部 特任教授 長田 貴仁

12

産学官連携センター共同研究

- 地方都市における中堅印刷及び、同関連産業の業態変革についてのシナリオ手法を用いた戦略構築の研究
- 韓国における消費者の意識調査研究
—「中国人向け金融サービスの研究」の比較対象研究—

24

産学官連携センター受託研究

- 「経済産業省・まちなか健康サポート施設整備調査分析事業」アンケート調査等を実施して

28

平成25年度

私立大学等改革総合支援事業の採択

38

I n d e x

02

巻頭言

「地(知)のセンターの構築に向けて」

岡山商科大学 学長 経営学博士 井尻 昭夫

03

「天命に生き・運命に挑戦し・使命に燃ゆ・ そして試練に感謝」

下津井電鉄株式会社 代表取締役社長 永山 久人氏

04

学術
講演会

伝統産地生き残りの知恵

～陶磁器産地に学ぶ協働と人材育成の仕組み～

上智大学経済学部 教授 山田 幸三氏

12

公開
講演会

「草食系」から「創職系」へ

経営者だけでなく社員にも「新事業創造力」が求められる時代

岡山商科大学 経営学部 特任教授 長田 貴仁

24

産学官
連携センター

産学官連携センター共同研究

地方都市における中堅印刷及び、同関連産業の 業態変革についてのシナリオ手法を用いた 戦略構築の研究

西尾総合印刷株式会社 常務取締役 内藤 功一 営業部 川井 保裕
営業部 赤木 基純 総務部 西尾 雅吉

経営学部 准教授 高林 宏一
経営学部 教授 田中 潔

26

韓国における消費者の意識調査研究

—「中国人向け金融サービスの研究」の比較対象研究—

株式会社ビートシステムサービス CFO 高山 美樹
経営学部 准教授 蒲 和重

28

産学官連携センター受託研究

「経済産業省・まちなか健康サポート施設 整備調査分析事業」アンケート調査等を実施して

経営学部 教授 三好 宏

30

包括協定

2013年度包括協定

32

フィールド
スタディ

フィールドスタディの取り組み

岡山県・西粟倉村におけるフィールドスタディについて

経営学部 教授 坂下 晃

アメリカ合衆国グアム島で開講した「フィールドスタディII」

経営学部 教授 岸田 芳朗

観光サービス実習 韓国にあるエルドラド・リゾートに行ってきました

経営学部 講師 ソ ユンゾン

37

科学研究費
補助金

科学研究費補助金への取り組み

41 大学コンソーシアム岡山

「日ようび子ども大学」
「エコナイト」

42 「商大塾」

2年目を迎えた商大塾を振り返り

社会総合研究所 次長
経営学部 講師 海宝 賢一郎

44 キャリアセンター

就職・採用活動時期の後ろ倒しに伴う
本学への影響

岡山商科大学キャリアセンター

46 高大連携

「岡山商科大学国際交流特別講義
—中国文化プログラム」を受講して

岡山県立津山商業高等学校 校長 吉田 信
教諭 大石智香子

48 教員免許状更新講習

更新講習について
教職課程を履修して

49 慶應MCC 夕学講座

一流講師のビジネス講座を
東京から生中継

51 商大講座

2013年度「商大講座」メニュー一覧

53 学術トピックス

著書紹介『ビジネスに広がりやを! 知恵のわ』
経営学部 特任教授 長田 貴仁

著書紹介
『品質管理検定講座 QC検定2級 模擬問題集』
『品質管理検定講座 QC検定3級 模擬問題集』
経済学部 教授 西 敏明

著書紹介
『虎のスコアラーが教える「プロ」の野球観戦術』
岡山商科大学硬式野球部コーチ 三宅 博

56 注目講義!

経済学部 ゼミ対抗プレゼンテーション大会
経済学部 講師 山下 賢二

経済学部アドヴァンストークラス
経済学部 教授 田中 勝次

57 キャンパスライフ

2013年度岡山商科大学孔子学院活動報告

59 資格試験講座

資格試験講座一覧、合格者の声

62 研究所から

後援会及び後援会役員会について
所長挨拶
岡山商科大学社会総合研究所後援会について

「地(知)のセンターの構築に向けて」



岡山商科大学 学長
経営学博士

井尻 昭夫

最近の社会の動きには目を見張るものがある。社会変化の大きな潮流の一つは情報化であり、我々の身近なところにそれを知ることができる。その代表的なもの一つが携帯電話であろう。

今では万人がそれを活用している。小生が幼いときには岡山から東京に電話をかける場合、直接に電話が通じたのではなく、申し込みをしてからかなりの時間をかけてやっと通じるような状況であったことを記憶している。いまはどうだろうか。大人はもちろん小学生ですら携帯電話を使いこなしているのではないか。中高校生に限らないが、自転車に乗りながらメールをしたり、電話をしている姿をしばしば見かけると隔世の感がある。小生にとっては携帯電話は便利であることを知ってはいるものの、それはしばしば鞆の中であったり、車の中であったり、無用な厄介者であると感じることさえある代物である。古い人間にとってはなかなかついていけない面がある。

教育界にも携帯電話に見られるほどの大きな旋風が吹きまわっている。

かつて、「象牙の塔」といわれた大学も、情報化社会、高学歴化社会の到来等で、大きく変わろうとしている。その証拠に、文部科学省はいま「地(知)の拠点整備事業(COC)」計画を示し、古い「大学」から今日的な大学に加速度的に変えていくことを期待している。

このCOC計画で大学に期待されていることとして、「地域の問題解決に 대응する教育研究を行ってほしい。」「学生が地域社会に出てから役立つ学びに力を入れてほしい。」「教員個人のつながりから、大学が組織的に取り組む連携体制に発展させてほしい。」という3つの点があげられている。これは大学が地域の再生・活性化に貢献し、大学が地域の課題をより直視することを通じ、教育研究の活性化を図り、学生が地域の課題解決に参画することで学生の実践力育成を図る、という意義・効果をもたらすことができるものである。

このCOC計画により、全学的に地域を志向した教育・研究・社会貢献を進める大学を支援することで、学長のリーダーシップの下、大学のガバナンス改革や、各大学の強みを活かした大学の機能別分化を推進することを狙ったものである。

この文部科学省の姿勢に、わが国の開国当時の姿を想起する方もいるのではないだろうか。長い鎖国から開国に踏み切った我が国は、欧米諸国から大幅な遅れを生じ、近代国家を作るために明治19年に東京帝国大学が設立され、事後、日本全国にくまなく国立大学を設立して人材育成を図ったが、全国津々浦々、東京大学方式が採られ、教育面で金太郎飴的な現象を生じた。

高学歴化社会の到来に伴い各地に私立大学も設立され、今ではその数は600大学あまりにも増え、なお増加しつつある。しかし、国公立、私立がいずれも金太郎飴的な事象が改善されないことから、文部科学省は「研究職大学」か「高度職業大学」かという選択を迫り、大学に特徴を出すように求めている。特に、私立大学は高等教育の80%弱をカバーしている現状を踏まえ、画一的な大学から脱皮し、個性豊かな創立精神を活かした大学づくりが奨励され、地域の「地(知)のセンター」となるよう求められている。

そこに、明治政府が採った近代国家に向けての強力な取り組みと同じように大学が指導されており、歴史は繰り返されるという思いがある。

確かに、世界の大学はきわめて進歩的な姿を見せている。大学で学んだことが社会に役立ってはじめて意義あることを考えると当然なことであろう。

岡山商科大学も、これまで積極的に改革に取り組んできた。特に本年度は、国の大学改革のための補助金を、高い競争率の中3件獲得することが出来た。これにより、新しい大学環境の整備も含め、改革に向けて、さらに大きな一歩を踏み出したところである。

本学は、早くから「社会と呼吸する大学」として、国内外に交流を求め、新しい時代に向けた人材育成の姿勢とってきたが、いまや追い風を受けている。

地域社会に発信される『商大レビュー』が、地(知)のセンター情報誌としてますます機能していくことを期待したい。

本年は午年。躍動の年であるといわれている。皆様方のご指導ご支援をいただき、大きな成果を達成したいと考えている。

「天命に生き・運命に挑戦し・使命に燃ゆ・ そして試練に感謝」



下津井電鉄株式会社
代表取締役社長

永山 久人氏

「天命に生き・運命に挑戦し・使命に燃ゆ・そして試練に感謝」私が敬愛する藤岡弘、氏（俳優・ボラティア活動家）の言葉である。人生は一度きり、どれだけ充実した人生を送れるかが、人として生まれてきた最大の目標だと思う。私は学者でも宗教家でもない。したがって誤った解釈かもしれないが、この天命・運命・使命の果たし方によって人生の価値が決まるのではないかと考えている。

下電グループは、下津井電鉄を核とする23社で構成されたグループ企業であった。しかし数年前までのグループの実態は、23社それぞれがその社の文化・法律・物差しを持っており、世間の常識からかけ離れた意識を持ちながら経営にあたっているケースも少なくなかった。幸い下津井電鉄は300名以上の株主に支えられ、公共交通という事業を抱えていたため、良識的な体質のまま歴史を刻んできた。その下津井電鉄の目線で各グループ会社を計ったとき、このままでは確実にグループの将来が無いことは容易に想像出来た。

その下津井電鉄は創業100周年を契機に、グループの大改革に着手した。コンプライアンスを徹底し、強力なガバナンスを効かせ、財務体質の強化や事業整理、新たな文化法律を制定していったのである。

しかし、グループ内には大きな障壁が数限りなく立ち上がった。とりわけ現状維持を主張する反対勢力（定年に近い方たち）や間違った慣習の改革には、相当な労力を注がなければならなかった。一方で言葉では言い尽くせない精神的な痛手も受けた。同じ日本人でありながら、言葉も通じなければ気持ちも通じないのである。私自身、なぜこんなにも苦しまなければならぬのか？ 日々自問の繰り返しである。

しかしある時、ふと藤岡弘、氏の言葉が頭をよぎったのである。

過去から蓄積されたあらゆる負の遺産を整理し、如何に素晴らしい会社を後世に残していくかが、私の人生に課せられた天命・運命・使命なのではないか。そして与えられた試練に感謝してみよう。その瞬間から、不思議なことに私の中にあった全ての迷いや憂いは消えたのである。それからは、ただ自分の天命を全うすることだけを考えて、グループの改革に取り組み続けてきた。

お陰様で現在では、8割ほどの計画が完了し、新たなグループの形が構築されてきた。下津井電鉄6代目の社長として課せられた天命も、ほぼ遂行出来たのかもしれない。

私は人生の半分以上の時間を費やして、やっと自分の天命にたどり着いた。もっと早く自分の人生の意味や価値に気付いていれば、さらに充実した人生を送っていたのかもしれない。また、私に課せられた天命は、決して明るい前向きなものではないかもしれない。しかし、遅まきながらも、自身の天命を理解出来たことは幸せであると感じている。

今、日本はアベノミクス効果により景気は上向きになりつつあるといわれている。しかし、震災被害、世界経済の減速、欧州の信用不安、近隣諸国との軋轢、大幅な貿易赤字……といった将来に対し拭いきれない不安要素が数多くある。

人間は、過酷な試練や困難を乗り越えた体験を通じて成長出来る生き物である。そう考えれば、まさしく日本にチャンスがきているのかもしれない。我々が、ともに天命・運命・使命を全うし、試練に感謝する気持ちを持ち続ければ、きっとこの試練は乗り越えられるに違いない。

さて、あなたの天命とは？

伝統産地生き残りの知恵

～陶磁器産地に学ぶ協働と人材育成の仕組み～

上智大学経済学部教授

山田 幸三氏

はじめに

皆さん、こんにちは。ご紹介いただきました山田と申します。私は、大企業の新事業開発、ベンチャー企業や新産業の創造を研究してきました。新しい企業を興すのもすごいことですが、考えてみると、日本には地場の伝統産業の産地で何百年にわたって生き続けている産地がかなりある。1つの産地が何百年という時を超えて生き残っていること、それ自体がすばらしいことではないかと思えます。実業家の方が書いた書籍では、企業の寿命は30年や40年とされていますが、産地は1つの企業や事業者ではなく、たくさんの企業が集積して、それが何百年という時間を超えて生き残っている。このことがたいへん重い事実ではないかと考えました。

では、単に特異な能力をもった企業とか、特別な技能を持った人たちがいたから生き残ったのか。いや、そんな単純な話ではないだろうということです。

今日の話は、皆さんにとって実は非常に身近な話です。皆さんのおうちには焼き物がありますよね。最近プラスチック製の容器を使うことも多いでしょうけれど、お茶わんとかお湯のみとか、あるいはお皿、花瓶、こういう焼き物が身近にあります。陶磁器という焼き物は、われわれ日本人の生活と深く結び付いているわけです。その焼き物の元は土で、それを焼き固めています。陶磁器という焼き物の特徴を私なりに一言で言うと、土の表情美であると思えます。もともとは土だったのだけれど、それが練られて焼かれ、いろんな色や模様で彩られてさまざまな表情を見せるからです。

本題に入る前に、陶磁器産地に興味を持った理由を少しお話しします。新聞にも大きく出ましたが、JR九州が特別列車を作りました。その中の洗面器などを作ったのは、有田焼の名工と言われる十四代酒井田柿右衛門さんでした。つい先日、残念ながら亡くなられたのですが、私は柿右衛門さんと接する機会があり、それが今日お話しする研究のきっかけになりました。その機会は、文部科学省の21世紀 COE プログラムでした。日本の学術研究の将来を見据え、世界最高水準の研究拠点を大学につくる目的をもったプログラムです。私は、その審査の席におり、あるプロジェクトが審査対象にあがってきました。プロジェクトにはサブリーダーがいて、その人が十四代酒井田柿右衛門さんだったのです。プロジェクトを企画した九州産業大学は当代の柿右衛門を教授に招き、美学、美術史などの世界的なレベルの研究と、柿右衛門窯という柿右衛門の名前を冠した窯を大学の中に作り、世界で活躍できるクリエイティブな人材を育成するプロジェクトを立ち上げたのです。

柿右衛門さんは小柄な人で、物静かにしゃべりました。審査の席には人文科学、社会科学、理工学、医学と

あらゆる分野の審査員がいるわけですが、柿右衛門さんが入ってこられて、その作品が並ぶと、美しいからみんなじっと見入るわけです。柿右衛門さんは作品の前に立って少し話をされました。「今日は学長がどうしても説明をしてほしいと言うからこへ来ました。私自身の作品は、皆さんがご覧になっているこれらです。決して大した物ではないんですが……」と言った瞬間には、みんなちょっと驚きました。柿右衛門さんはわれわれの目の前に作品をおいて、有田焼の伝統工芸の技術、技法を教えていけるような、そんな人材の育成が大事ではないかという話をされました。柔らかな物腰で素朴な語り口ですが、作品自体が物を言うわけで、その優美さもあって場の雰囲気はすごく和みました。ですが、プロジェクトの中身の話に入ったときには、もう一瞬にして場の雰囲気が凛とした緊張感漂うものに見事に変わったのが印象的でした。

高名な審査員がおられて、ほかの審査では非常に冷静だったけれども、柿右衛門さんのプロジェクトでは「皆さん作品を見ましたか。この迫力と柿右衛門さんのお話の内容が……」と、非常に高揚感あふれるというか、興奮した口調で柿右衛門さんの陶磁器の世界的な価値を説明されたのには、たいへん驚きました。私は、陶磁器への造詣が深いとはいえません。ですが、世界的な価値を創り出す名工とその作品のアピールする力は本当に大きいと強い印象を受けました。

柿右衛門さんは十四代です。初代から14人目ということですよ。つまり、それだけ長い間、この名工の家が続いており、しかも柿右衛門家だけではなく、有田という産地がたくさんの名工とともに生き続けている、このことにたいへん感銘を受けたのです。

協働の仕組みと企業家活動

あと3年後でしょうか、有田では400年祭という大きなイベントがあります。今日は、陶磁器という伝統産業に焦点を当てて、伝統産業の産地が変化する環境の中でどのように革新して生き延びてきたのかを考えてみたいと思います。産地が生き残ってきたのは、単に一人や二人の名工がいたからではなく、もう少し何か別の側面があるのではないか、経営学の理論の眼鏡を掛けてみるとどんな説明ができるのかを、私なりの視点からお話してみます。

P R O F I L E

上智大学経済学部教授 山田 幸三氏

1956年生。神戸大学経済学部卒業後、7年間の企業勤務を経て1991年、神戸大学大学院経営学研究科博士後期課程単位修得退学。1998年、連合王国Warwick大学Business School 客員研究員。2000年、岡山大学経済学部教授。現在、上智大学経済学部教授、博士(経営学)。主著:『伝統産地の経営学』(有斐閣、2013年)、『新事業開発の戦略と組織』(白桃書房、2000年、経営科学文庫賞)、『日本のベンチャー企業』(共編著、日本経済評論社、1999年、中小企業研究奨励賞賞)

そこで何に注目するかといいますと、陶磁器産地で協力して活動する「協働」の仕組みと、それから伝統工芸技術の継承とそのための人材の育成、そして窯元たちの企業家活動に焦点を当てます。環境は変化しますから、その変化に立ち向かい、産地を生き残らせる先駆けとなった活動をした人たちがいます。そういう人たちの活動を企業家精神、企業家活動の視点から見るとどのようなことが分かるのかについてもお話します。

陶磁器の世界は産地によって全く時間の幅が違います。鎌倉時代から続いているような産地もありますが、江戸時代に始まる有田の場合、それまでと異なった1つの大きなエポックは明治維新です。ですから、江戸期の有田がどうであり、明治維新でどう変わったのか、そして第二次大戦後、どのようになっているのかという時間軸で考えていきたいと思えます。

産地の「協働」の仕組みについては、岡山商科大学でも講演された加護野忠男先生がおっしゃっておられる伝統産地の事業システムという考え方があります。経営学では、ある企業が他の企業と協力、協働して、お客さんに対して価値を届けるための仕組みを「事業システム」もしくは「ビジネスシステム」と呼びます。ビジネスに関連するいろんな活動を、何もかも1つの企業がするわけにはいきません。現在の企業はお互いに何らかの関係を持っています。例えば、皆さん宅急便のヤマト運輸という会社を知っていますね。ヤマト運輸が、コストは非常にかかるが収益の見込める小口の荷物に目を付け、各都道府県に拠点を設けて、取次店との間に自転車のハブとスポークの関係のようなハブ・アンド・スポークというネットワークをつくり上げ、ある時間までに荷物を持っていったら、全国どこでも次の日に配達してくれるというシステムをつくりました。これが、宅急便事業を大きく成長させる力になりました。

ビジネスシステムの考え方を伝統産業に応用してみると、「最終顧客、つまり買うお客さん、に価値を届けるための組織内や組織間の協働と切磋琢磨の制度的仕組み」となります。日本には地場の伝統産業がたくさんあります。和紙、織物、染織、漆器、醸造などは全部そうです。地域の歴史や文化を色濃く反映して数百年生き続け、優れた工芸技術、技法が受け継がれている産地は全国にあります。経済産業省は「伝統的工芸品」を指定しており、その品目は200以上あって京都や新潟のように15を超える品目がある地域もあります。

今日のお話は陶磁器についてですが、伝統的工芸品ですから伝統工芸技術や技能を継承、伝承しないといけない、というのが注目する点の1つです。継承や伝承は、結局は人づくりの話です。技術を継承する人、伝承を受ける人が育たないと産地は生き残れないから、人材の育成は大きな鍵になります。同時に、物を作っただけで終わりというわけにはいかない。つまり、作った焼き物が売れないと話にならないわけで、そういう意味では、物を作って自分が売れる場合だと、その人は技能者であると同時に経営者でもあります。また、何人かの職人さん、技能者を束ねる経営者として売っていくわけです。このような技能者と経営者の人材育成を産地全体でどうしているのかという点に注目せねばなりません。

もう1つ、伝統的工芸品は高度な工芸技術で作られているわけですが、その価値を認めるのはお客さんです。お客さんが人材育成で重要な役割を果たしているのではないかと。お客さんが「この作り手はすぐれた技能を持っている」あるいは「いい技法を用いている」と目利きをするという意味では、お客さん自身が人材育成の担い手としての役割を一部果たしているのではないかと、こうした視点も大事です。

最後に、過剰でない競争の維持も産地の生き残りに貢献しています。わが国の伝統産業は、残念ながら今のITベンチャーとかバイオベンチャーのように急成長しているわけではありません。むしろ、昔に比べれば数字としては落ちている。しかし、数字が落ちているから駄目だとか、衰退だという見方をするのではなく、厳しい環境の中でしぶとく生き残っている、長い間ずっと生き続けている、それ自体がむしろ大事なことではないのか、そういう視点で伝統産地を見たいのです。

そうすると、産地の中でお互いを傷つけ合う競争、例えば、お互いに技術や技法までも猿まねのように真似を合せて売り上げを食い合い、そしてお互いが衰退していくという話だとやはりうまくいかないわけです。そういう意味で、行過ぎにならない競争状態を維持するのは大事だろうということになります。

産地の生き残りには経営者の姿勢も影響するでしょう。シュンペーター（Schumpeter）に代表される企業家の話です。シュンペーターという人は、企業家、企業家精神について、有名な新結合や創造的破壊という考え方を提唱したのですが、環境条件が変わったときに、経営者としての反応の仕方が大事だろうといっています。反応の仕方の1つは「適応的反応」。今までのいろんな既存の慣行で対応するという反応です。もう1つは「創造的反応」。今までの慣行から外れる、あるいは慣行とは異なることを実行し、それによって生き残ろうとする。どちらが企業家らしいか、容易に想像できると思いますが、今までは違ったやり方で生き残りを図るのを企業家の特性として見るのです。

伝統産地の生き残りの話で大事なものは、産地の中のいろんなプレーヤーがお互いに協力し、それによって伝統工芸技術の継承、技能の伝承、それを担う人材の育成を図っていること。さらに、何百年という時間の中で、今までの慣行や軌道とは違ったこと、例えば新しい組織や製品をつくって、産地生き残りに大きな役割を果たしたことです。

陶磁器産地の中には窯元、問屋、あるいは釉薬（ゆうやく）の業者さんなどいろんな人がいますが、そういう人々の組織が協力して活動するという協働の視点から見てみる。とくに窯元が、伝統工芸技術の継承や技能の伝承をしていく人材をどう育成しているか、そこに注目することが大事です。

それから、産地の生き残りは、産地の中でいろんな活動をする人たち、例えば窯元の間に過剰な競争が起こらないようにする。なぜそういう過剰な競争が起こらないか、産地の歴史的、社会的、文化的な要因が、その背後にあるのではないかとという視点も必要です。



伝統工芸品は法律で規定されていますが、これまでの伝統産業の研究でどんなことが分かっているか。例えば下平尾先生の有田を対象とした研究では、伝統産業は「歴史が深く、伝統的な技術や原料のほ

かに伝統的精神ともいべき意識構造を所有する」とあります。ところが、経営学の理論を用いて産地の中のいろんなプレーヤーの関係性を考察し、さらに企業家活動の視点から検討した研究は残念ながらほとんどありません。産地の生き残りの担い手として窯元を見るというように、産地のプレーヤーに注目して産地間の比較ができる研究はあまりなかった。地場の伝統産業が長く生き残っている事実を、この視点から見直してみることが大事ではないかと思えます。

これから主として有田産地の話をしていきますが、陶磁器を作る窯元を中心に見ることにします。陶磁器産地には間屋さんなりいろんなプレーヤーがいるわけですが、その仕組みの中核にいる窯元さんに注目するのです。

組織論の観点から、窯元を3つに分けて考えてみます。1つ目は、焼き物を作る生産工程が機械化されていて、そして分業が進んだ規模の大きな窯元です。2つ目は、著名な作家がいて、その作家と職人の集団としての工房があるような窯元です。そして、3つ目は、一人やごく少人数でものづくりを全部やっているような窯元です。

皆さんの中で、有田焼を知っている人はどのくらいいますか？

ありがとう。1人。そんなに少ないの。

備前焼は？備前焼も意外に少ないな。ありがとうございます。

備前焼が少ないというのはちょっと問題ですね。

有田を支えた窯元のヘゲモニー

有田は、九州の佐賀県にあります。有田焼は、17世紀の初頭に豊臣秀吉によって朝鮮から連れ帰られた李参平という人が始めたと言われます。佐賀藩（鍋島藩）は有田焼の保護と生産に力を注ぎました。有田焼は、景德鎮という中国の焼き物の影響を受けていると言われます。ヨーロッパで中国の焼き物は「チャイナ」といいましたが、日本の焼き物は有田ではなく、「イマリ」と呼ばれました。「イマリ」と呼ばれた理由は、有田に近い伊万里港から海外へ出荷していったからです。江戸時代、有田は色絵磁器の代表的な産地でしたが、佐賀藩の極めて厳しい統制下にあったことが大きな特徴です。

藩の厳しい統制下にあっても、革新的な陶工はいました。その代表が、冒頭に名前を挙げた酒井田柿右衛門家の初代柿右衛門——もともとは酒井田喜三右衛門といったそうですが——です。その初代柿右衛門が、大きな革新を成し遂げた人だった。では、何をしたのか。初代柿右衛門は色絵の技法「赤絵」を開発しました。赤絵は、赤い色の絵の具で描かれるからこういう名前と呼ばれるわけではありません。いろんな色を使うので色絵とか、あるいは彩りの色絵と呼ばれますが、赤色の発色が

一番難しく、また赤色が一番目立つので「赤絵」と呼ばれたのです。

有田焼の伝統様式には、古伊万里、柿右衛門、鍋島の3つの大きな流れがあると言われます。有田焼を特徴付けるデザインコンセプトだと考えてください。これらが有田焼らしさをつくり出しているわけですが、その中の柿右衛門という代表的なデザインコンセプトを作った中心が酒井田喜三右衛門、すなわち初代柿右衛門です。柿右衛門家の伝統工芸技術の高さは「濁手（にごしで）」にあると言われます。「濁手」は後で詳しくお話しします。

佐賀藩は陶磁器づくりを極めて厳しい統制下におき、分業体制をつくって厳格な管理をします。ちょっと想像してほしいのですが、物作りをするときに、1人の人や何人かの集団で最初から最後まで工程を担当したらどうなるか。全部の工程を知る人がどこかへ行ってしまったら、まったく別の土地で同じものができるでしょう。しかし、陶磁器の形を作る人と絵付をする人を分離し、それぞれお互いに何をしているか分からないくらいに専門化したらどうなるか。完全な分業となるわけですが、陶磁器作りの工程を最初から最後まで一貫して知っている人はいないので真似ができなくなる。つまり、1人か2人抜けても、決して焼き物づくりを真似されることはありません。そう考えて、佐賀藩は徹底的に分業させたわけですね。工程別現場も決めていました。その1つの例が、上絵付といって色絵を描いていくわけですが、上絵付の業者は赤絵町に集めます。現在の有田で柿右衛門と並び称される今右衛門家は、赤絵町の色絵付の代表的な家です。江戸時代に日本で初めて磁器が作られた有田では、佐賀藩の厳しい統制と分業制度によって焼き物が作られました。柿右衛門家だけは例外でした。藩は陶工たちの経済状態を管理することまでやっていました。

こうした産地のあり方は明治維新でガラッと変わります。いわゆる幕藩体制がなくなって県に変わる、つまり佐賀藩が佐賀県になって江戸時代の陶磁器専売制度が崩壊しました。今まで藩の統制の下で焼き物を作っていた人たちは困窮します。統制がなくなって自由化すると、陶磁器づくりをしたい人が入ってくるわけですが、「私もやりたい」と入ってきたのは小さな業者が多く、過当競争になって技術も品質も下がっていく悪循環に陥ったのです。それでどうなったのか、有田焼を海外へ積み出していた伊万里商人たちが力をもちました。専売制度の崩壊で力をもった伊万里商人たちが主導権を握っていくわけですが、それに対して、江戸期から有田の陶磁器づくりにかかわってきた代表的な窯元から再興を図ろうとする動きが出てきます。産地再興の先駆けとして頑張った代表的な窯元が、今から挙げる4つの窯元です。

まず、香蘭社です。香蘭社は有名な窯元ですが、香蘭社の湯飲みとか持ってないかな。最近、あまり使わないですかね。次に、香蘭社の兄弟会社で深川製磁。これらは、3つのタイプの中の量産型の窯元です。生産工程の機械化と分業の進んだ比較的規模の大きな窯元ですが、その代表が香蘭社と深川製磁でした。

これらとは違うタイプですが、非常に高い伝統工芸技術とデザインコンセプトを受け継ぎ、有田焼らしい焼き物作りを引っ張っていく先頭にいたのが、柿右衛門窯です。

代々の柿右衛門窯と、赤絵町の主導的な立場にいて色絵付の先導的な役割を担っていた今右衛門窯、これらの窯元が有田焼産地の復興を主導していきます。

どんな焼き物かちょっと見てもらったほうがいいのですが、まずは、その前に『有田陶業史』という地域の書物の中の香蘭社の広告を見てください。いろんな窯元や業者が広告を出していますが、香蘭社と深川製磁の広告が圧倒的に大きく、たくさんの賞をとっています。例えば、「香蘭社の受賞」を見てください。明治11年、12年から大正6年まで54ぐらいありますね。有田で海外に通用する焼き物作りを引っ張っていました。同じような話ですが、深川製磁の広告も見てください。

柿右衛門、今右衛門の話に戻ります。柿右衛門の代表的な技法には、「赤絵」の他に「濁手」があります。濁手とは有田の方言で米のとぎ汁のことで、非常に柔らか味のある白磁のことを言います。濁手を復興したのは十二代と十三代の柿右衛門。今右衛門の場合、色鍋島という非常に色鮮やかな美しい焼き物を作りました。

イメージしてもらうために、スライドを出します。もうちょっとはっきり映ればいいのですが、美しさが分かりますか。ちょっと難しいかな。

JR有田駅には、柿右衛門と今右衛門の大きな陶板が飾ってあります。スライドの上が十四代酒井田柿右衛門、先日亡くなられた人間国宝の十四代柿右衛門が作った陶板です。下が十三代今右衛門の作品ですが、この方も人間国宝です。2人が作った焼き物ですが、違いが分かるでしょう。上の陶板は柿右衛門様式で下の今右衛門は色鮮やかな色鍋島、ともに有田焼を代表するデザインコンセプトです。

十四代柿右衛門と十三代今右衛門というお二人の人間国宝が作った陶板が、JRの駅に当たり前のように掲げてあるのが有田らしいですね。他の陶磁器産地もそういうことをやってもいいかもしれませんね。

香蘭社は1875年に設立された会社です。1868年が明治維新の年です。歴史から言いますと、香蘭社設立の前年1874年には、明治政府で参議、司法卿の要職にあった江藤新平の「佐賀の乱」が起きています。香蘭社はその翌年に設立されました。八代深川栄左衛門さんら4人が中心でした。深川栄左衛門さんの深川家は、有田の有力な事業家でした。深川家は、江戸期の元禄年間に佐賀の小城というところから有田に移ってきたそうです。当主は代々「栄左衛門」を名乗っていました。

香蘭社を設立した八代深川栄左衛門は非常に開明的な人で、佐賀藩が統制している時代から陶磁器の事業を積極的にやっています。佐賀藩の国内流通網の整備などに協力して、肥前有田の陶磁器の販売市場を大阪から江戸まで大きく広げた人です。八代栄左衛門は1833年の生まれといえますから、明治維新から35年ほど前ですか。維新の前に28歳で家督を継いだそうです。八代栄左衛門は藩政にかかわって活躍していた人で、佐賀出身の著名人、後に早稲田大学をつくった大隈重信、あるいは久米邦武といった藩の経済官僚と親交をもち、彼らと一緒に藩の経済改革をしていきます。こうした実績もあって、産地のリーダーとして早い時期から認知されていたのでしょう。

香蘭社は、八代深川栄左衛門、手塚亀之助、辻常明、深海墨之助の4名で、当時のお金で資本金4万8千円を持ち寄って設立しました。香蘭社の設立で注目すべきことは、当時の日本では会社法は整備されておらず、産地には会社組織はなかったことです。会社はなかったが、それに倣った新しい組織を肥前有田の産地に率先してつくっていった。シュンペーターは新しい組織をつくるのが企業家の革新的な活動の1つだと言いましたけれども、まさに有田で類を見ない新しい組織をつくったわけですから。

これは、当時の有田で非常に大きな意義を持っていました。明治政府の実力者である大久保利通が面白いことを言っています。大久保利通は当時内務卿でした。西郷隆盛と一緒に明治の元勳、明治維新を引っ張ったリーダーの1人ですけれども、香蘭社を設立したいという八代栄左衛門たちの出願に対してどう言っているか、「香蘭社則」という規則、これは「人民相互の合意事項であると心得よ」と言っています。会社法が整備されていない環境下で、先駆けとしてつくっていったのです。

このことは大きな意味を持っていました。江戸期の厳格な統制の下、分業で焼き物を作っていた有田の中で、陶工、絵付師などを1つにまとめ、国際的な場に有田焼を出品したり、売り込んでいったりする大きな力になったからです。香蘭社は、「香蘭社調」というデザインコンセプトを持っていて、それをもとに独自性を発揮します。そして、産地の中で輸出品の量産と有田焼の参入自由化に伴う技術的な劣化に対応しました。香蘭社調をもとにした焼き物づくりで頑張っていて、たくさんの人が焼き物づくりに入ってきたことで過当競争が起こり、窯元の技術の低下と安売り、貧乏をしておかしくなるのを食い止めるのに貢献したのです。それと碇子（がいし）の生産、碇子は、鉄塔とか電柱に取り付けられているのを見たことがあるかな。電線を絶縁して支持するためにプラスチックとか磁器で作られている絶縁体ですが、そういうものも作りました。香蘭社は、碇子の国産化に初めて成功し、それで得た資金を伝統的な陶磁器作りに投入していきます。新しい事業もやるのだけれども、それを伝統的な陶磁器作りに還元し、有田でずっと陶磁器作りを引っ張っていったということが、香蘭社が産地の復興に果たした大きな役割だと思えます。

香蘭社と同じような役割を果たしたのが、さっきちょっと写真を見てもらいましたが、深川製磁、このスライドの左側です。写真に工場が写っています。左のところに深川製磁株式会社の広告があります。ちなみに、さっき出したんですけど、香蘭社の広告ももう一度見てください。これだけたくさんの賞を取っています。日本の賞だけではなく。例えば、上に書いてあるのは明治12年かな。シドニー万国博覧会、その次に、1行おいてメルボルン博覧会と書いています。それから何行かおいて米国ボストンと書いています。有田焼がいろんな海外の博覧会で高い評価をされていく先駆けになったのですね。

深川製磁に話を戻しますと、深川製磁は、香蘭社創設者の八代深川栄左衛門の後継者、九代深川栄左衛門の弟の深川忠次さんがつくったのです。香蘭社に対して「新宅」と呼ばれました。九代深川栄左衛門さんは、

さっきの香蘭社の広告の写真にあるこの人です。

深川製磁は、やはり「深川様式」という自分たちのデザインコンセプトを持ち、香蘭社と共に有田焼の品質の維持に努め、明治期から戦前の有田の焼き物づくりを方向付けました。だから、香蘭社とは非常に近い関係にあって、同じように有田焼を量産する中心になって有田焼の普及に努めていたと言えます。

香蘭社と深川製磁の中心となった人たちは、佐賀藩の時代から有力な陶磁器事業者で、江戸期の有田皿山、有田の中心的な家柄の出身者でした。正統性を持つ人たちが中核になっており、彼らがやるのだったらと、産地の中でみんなが一目置いたわけです。その正統性を持ちながら、常用品——例えばお茶わんや皿や花瓶のように、普通我々が日常生活の中で使うもの——を量産して、そして有田の経済的な基盤をつくっていきました。

量産するわけですから、非常にたくさんの職人を抱え込みます。ところが、その職人は香蘭社や深川製磁を辞めて独立してもいい。そういう職人の独立を容認していた。そして、特に香蘭社は、有田の中のいろんな教育機関、陶器工芸学校、徒弟学校で後進を指導したり、あるいは海外や東京の情報を収集して最新技術を紹介したり、こういうことをずっと続けていくわけです。つまり、産地全体のいわば底上げといえますか、有田の基盤をつくっていく役割をしたと言えます。

この2つの窯が、さっきの量産型タイプのプレーヤーとして、有田を引っ張っていった主役です。有田焼の歴史の中で、明治維新後の産地をずっと引っ張ってきた第一の窯元は香蘭社です。それから、その兄弟会社の深川製磁も同じように産地の焼き物づくりを引っ張ってきました。2つの窯元は、じゃあけんかしたのかといいますが、そうではありません。香蘭社と深川製磁は、お互いをつぶし合うような競争はしなかった。香蘭社に対して、新宅と呼ばれた深川製磁は「深川様式」という自分たちのデザインコンセプトを打ち出し、同じように産地で量産していったという事実は大きな意味があると思います。

もう1つの主役たち、これが柿右衛門窯と今右衛門窯です。

さきほどの3つのタイプで言うと、作家とその作家とともにいる職人さんの集団の工房がある、そういうタイプです。この2つの窯の作品は、さっき見てもらいましたが、美術工芸品としての価値が極めて高く、世界的な価値をもつ作品を作ってきた。冒頭の十四代柿右衛門さんの話で、「審査員の方が非常に興奮して……」とお話しましたが、柿右衛門の色絵磁器は日本が世界に誇る文化財で、ドイツのマイセンの成立に影響を与えたと言われます。ヨーロッパ最初の磁器だったマイセンにも、有田焼の代表的なデザインコンセプトの焼き物が影響を与えた、それぐらい高い技術を持っているのです。

柿右衛門窯と今右衛門窯の特徴を言いますと、まず、柿右衛門は、産地の中で最初に赤絵を作ったように、いろんな革新的な工芸技術を開発していったこともあって、産地の中で別格として認められています。また、今右衛門も、色絵付の高い技法を持っていて、さきほど挙げた赤絵町という絵付をする業者の中では別格の扱いだっただけです。だから、いずれの窯も、伝統工芸技術が非

常に高く、産地の中である意味、たいへんリスペクトされているというんでしょうか、尊敬を集めて認められていた。この人たちが、産地の中で工芸技術の高いレベルを維持する主役となって頑張ってきた。これがさっきの香蘭社や深川製磁との違いです。

香蘭社、深川製磁も、もちろん独自性をもった技法で新しいことをやるだけけれども、むしろ量産化の中心となって産地の基盤をつくり出す焼き物づくりをしてきた。柿右衛門と今右衛門は、世界に名だたる技術や技法を開発して維持していくところが違う。それがどこに表れるか、2つの窯には重要無形文化財保持団体があります。柿右衛門製陶技術保存会と色鍋島今右衛門技術保存会ですが、これらは柿右衛門窯と今右衛門窯にある職人集団です。この職人集団の工房が、重要無形文化財保持団体の指定を受けているのです。職人集団が作る焼き物自体が、極めて高いレベルにあることが認められているわけです。

また、今右衛門窯の先代の十三代今泉今右衛門さんと、先日亡くなられた十四代酒井田柿右衛門さんは、いわゆる人間国宝に指定されました。代々の当主も、有田で別格の存在だったのです。

この2つの窯は、自他ともに認める有田焼の伝統工芸技術継承のリーダーです。そして、当主の柿右衛門、今右衛門を中心に工房の職人集団が分業して焼き物づくりをしている。当代の柿右衛門と今右衛門は新たな技術や技法を開発して美術工芸品を作る。しかし、窯元の工房の職人集団は高級常用品、つまりお茶わんでも花瓶でも非常にいいものを作るということをやっています。そして、注目すべきは、先ほどの香蘭社や深川製磁は働いていた人が独立をして自分で焼き物を作ることをノーとは言わなかったけれど、柿右衛門窯や今右衛門窯の職人は窯元の工房の中で育成してほとんど辞めない、外へ出ないのです。辞めないということは、その窯元独自の工芸技術継承や技能の伝承は外へ出ないから模倣できないわけです。そして、作家である当主は新機軸の担い手で、産地ブランドを形成して維持する中心的な役割を果たしていくところが違います。

論より証拠でスライドを見てください。これは、私の研究にいろいろご協力していただいた十四代今泉今右衛門さんの作品です。これでもちょっと色が悪いほうで、実物はもっと美しい色彩です。これは、機械でプリントしているわけではありません。今右衛門自身が絵を描いて、色を付けています。たいへん高いレベルだと思いませんか。

こういう窯元の存在感がわかる何か別の資料がないのかと思っていたのですが、「陶都有田」という資料がありました。「陶都有田」は1936年（昭和11年）の資料です。どこが出しているかという有田商工会、今の有田商工会議所です。いわば有田のパンフレットだから宣伝に使う資料なわけです。陶都有田というパンフレットの中には、有田のいろんな名所が紹介されています。表面は、有田はこういう町でしたよと示す、有田の古い絵図です。表面の端には、「昭和11年4月20日、佐世保鎮守府検閲済。昭和11年4月20日、佐世保要塞指令部検閲済」と書いていて当時の世相を反映しています。

裏側には何が載っているか。「陶都有田」は有田の

パンフレットだから、まず有田町の紹介があるわけです。その紹介文はどのように記述されているかというと、「有田は元田中村と称し……」と書き出しています。紹介文の中にいくつかの窯元の名前が挙がっています。「名工柿右衛門その他により、優秀なる磁器を製出するに至り」とあって、その後「香蘭社、深川製磁社をはじめ製造家の努力により生産が向上進展」と書かれ、先ほどの4つの窯元のうち、柿右衛門、香蘭社、深川製磁の名前が挙がっています。そのほかには有田の名所が記載されています。スライドを見てください。泉山磁石場、陶山社、有田物産陳列館、みんなこれ有田の名所でしょう。有田のパンフレットですからね。

「陶都有田」の裏面の左側には、「香蘭合名会社、深川製磁株式会社、名工柿右衛門窯、色鍋島今右衛門焼」の4つの窯元だけが載っています。この4つの窯元が産地でいかに存在感があるかわかります。「陶都有田」は昭和11年5月1日に佐賀県有田町有田商工会が発行しました。商工会議所の前身の商工会が、全国的に有田の知名度を上げるために作ったパンフレットに4つだけ窯元が載っているわけです。逆に言えば、この4つの窯元がいかに産地の中で存在感が大きく、そして産地の生き残りに貢献したのかを表している資料だと言ってもいいのではないかと思います。

今までのことをまとめてみます。

窯元を3つのタイプに分けて考えたときに、有田の生き残りで注目する窯元は4つあり、そのうちの2つは「量産型」の窯元で、常用品、われわれが日常生活で通常使うものを量産している香蘭社と深川製磁でした。残りの2つは「機能統合型」の窯元といって、優れた作家と職人集団の工房があって、有田焼の高いレベルの技術の維持に腐心し、産地を引っ張ってきました。これが柿右衛門窯と今右衛門窯です。当主の柿右衛門と今右衛門は美術工芸品を作り、職人集団は高級な常用品。毎日使ったら楽しいかもしれないけれども、怖いかもしれないですね。割れたら嫌だという話になるから。もちろん、産地にはそれ以外にも窯元はたくさんいて、実用品や作家ものを作ってきました。

産地の中心になった4つの窯元は、「濁手」であるとか、さっきスライドで見てもらった今右衛門の美しい「雪花墨はじき」であるとか、「香蘭社調」、「深川様式」など窯元独自の革新的な技法を開発してきました。これらの窯元が産地で主導権を握り、すみ分けてお客に価値を提供し、有田全体の生き残りに貢献した。それがわかる資料の1つが「陶都有田」です。

この4つの窯元は互いに全く音信不通だったのかというと、そうではありません。主導権を持っている窯元間には交流があります。例えば、香蘭社と深川製磁は量産する焼き物のデザインコンセプトを作るときには、柿右衛門や今右衛門の作品を勉強します。柿右衛門と今右衛門も香蘭社や深川製磁の作品から刺激を受けています。お互いが循環的な関係にあるのは、産地の中で力を認め合っていた所以ではないかと思います。

量産型の香蘭社は、会社組織に倣った新しい組織として設立されました。柿右衛門は、赤絵に代表されるような色絵技術、革新的な技術を作りました。こういうある

種の「イノベーション」、「企業家活動」がやはりあったということも注目すべきことの1つです。

それから、産地の陶工たちが頑張ったのは確かなのですが、産地のヘゲモニー、主導権を持つ窯元が率い、そうした産地を引っ張る窯元たちが上手にすみ分けて有田焼の価値を高めてきたことが非常に大事な点ではないかなと思います。

では、それは何に支えられているかというと、伝統工芸技術を継承する協働と人材育成の仕組み、それは二重構造の人材育成の仕組みになっています。香蘭社と深川製磁は焼き物を量産するけれども、職人さんが独立してもそれを認めた。それに対して、柿右衛門、今右衛門の工房の職人は独立せず、工房の中で抱え込んで技術を伝承していくというやり方をしたわけです。

そして、これらの窯元の間には切磋琢磨の関係があった。というのは、香蘭社と深川製磁が柿右衛門や今右衛門を意識したように、お互いに意識することで、ある種の緊張した競争関係にある。けれども、お互いをつぶし合うような競争をしていないところが大事ではないか。

さらに、窯元には先代との競い合いがあり、たとえば、柿右衛門や今右衛門の当代は、自分のお父さん、おじいさんが何を作ったかを非常に意識しているわけです。柿右衛門さんは、生まれたときから何代目かの柿右衛門になることが決まっていて、いいなと思う人がいるかもしれないけれども、それは歌舞伎の世界と一緒に、小さい頃からすごい鍛錬を要求され、ある年齢になったら自分のお父さんやおじいさんの作った焼き物を超えるような新しいものを作ることが宿命付けられている、そういう背負うものをもっているプレーヤーが産地にはいるのです。

高い技術を代々継承していく窯元がいるという意味では、有田の場合の大事なことは、お互いがつぶし合うような競争をしないという不文律、書かれざるルールがあることではなかったかと思います。そのことは、例えば香蘭社の焼き物に近い焼き物を作る、深川製磁に近いものを作る、柿右衛門、今右衛門に近いものを作っても、その猿まねのようなものは作らないということに表れるのではないかと思います。

陶磁器産地の生き残り

有田産地をもとに陶磁器産地の生き残りの要因を考えてみましょう。

やはり、地理的な要因があります。陶磁器というのは土の表情美だと最初に私は言いました。土の表情美というのは、磁器の場合は陶石なんです、そういう石が採れないと話になりませんから、そういう制約は当然あります。だけど、より大事なことは伝統工芸技術をどうやって継承するか、技能をいかにして伝承するかということで、そのためにはお客さんに対して非常に主張の強い、訴求力という言い方をしますけれども、強く訴えかける力を持ったデザインコンセプトが産地のブランドを作っていく。



有田焼の場合、その代表は、おそらく柿右衛門と今右衛門だと考えればいいのではないのでしょうか。

窯元の企業家活動というのは、香蘭社のように新しい組織をつくってもいいし、柿右衛門のように赤絵を描いてもいいのだけれども、産地の中で何らかの新機軸を求める。そして、次の世代、さらにその次の世代のための人材育成が協働の仕組みの中に組み込まれていることが大事ではないかと思えます。

私の著書にも書いたんですが、人間国宝の十四代柿右衛門の言葉を紹介します。柿右衛門さんは、職人さんの育成についてこう言っています。十三代のお父さんが亡くなって自分が窯を継いだときに、ものすごく不安だった。たいへん不安で、本当に自分がやっているとわかったのかと思ったそうです。そのときのことをこう言っています。「私が一番覚えていることは、工場の職人さんたちがしっかりといてくれたということです。『心配せんでいいですよ』と言ってきて、十二代さんのときにここに入ってきてくれた職人さんもいたし、おやじのときに入ってきた職人さんもいました。そういう職人さんたちから『何の心配も要らんですよ』と言われたことが私の支えになりました」と。

そして、柿右衛門は、自らの人づくりに関してこう言っています。「私が次の世代にできることというのは、職人を残していくこと。息子の十五代さんが素材との付き合いができるような環境を作っておくということでしょうね。一番大事なことは職人さんですね。これはもうどの代でも職人さんをつくって置いていくわけです。ですから、十五代さんが育てる職人というのは、十五代さんのためじゃないですね。十六代、十七代のための職人を十五代が育てていくのです。自分のためじゃないんです。自分が職人さんを育てていると思わなくて、今自分と一緒に働いている職人さんは、先代、先々代が育ててくれた職人さんであり、自分は後々の代のための職人さんを育てていくということです」。技術や技法を代々伝えていく伝統産業や物づくりは多いのですが、自分の代と一緒に仕事をする人をつくるのではなく、後の代のために人を自分の代でつくるという、これがやはり1つの大きな特徴だと思います。香蘭社、深川製磁は、自分たちの代でつくった人が独立をして、外の学校などから新しい人が入ってくる、そういう循環を考えていて、そこは少し違うわけです。これらはまさに、「お客様の価値を創造するための協働と、それに連動した人材育成の仕組み」だといえます。

スライドにある「産地内のライバルと先代との二重の競い合い」ですが、柿右衛門と今右衛門は好敵手です。柿右衛門の方が全国的には名前が売れていて、戦前の教科書にも載っています、「陶工柿右衛門」という歌舞伎もありますね。ライバルとの競争だけでなく、自分の先代や先々代との競争も義務付けられているのが特徴的なところですよ。

そして、有田焼のデザインコンセプトを代表するのは柿右衛門、今右衛門かもしれないけれども、その模倣といいますが、技術や技法までも真似ようとしたそっくりなものは作らないという不文律は、産地の中でつぶし合う競争を防ぐポイントだと思います。

さきほど、私はお客さんが作り手を育てると言いました。例えば、柿右衛門や今右衛門の大きな美しい皿とか花

瓶とかは何百万円もするわけですが、日本には伝統的な格式の高い旅館や料亭があります。そういうところは、オリンピック招致ではないですが、おもてなしをするときに、まさかプラスチックのお皿で料理を出すわけにはいかないから、やはりそれなりの食器で出すわけです。そういう料亭や旅館が格式を維持するために、玄関やロビーに柿右衛門、今右衛門の花瓶や皿を置くことはありますよね。だけど、じゃあその料亭や旅館の中でお客さんに出すお皿、あるいは部屋の花瓶まで全部柿右衛門、今右衛門にしちゃったら、それは破産しますよ。

ではどうするか、ロビーや玄関には柿右衛門や今右衛門の焼き物を飾っても、実際にお客さんに出すお皿や花瓶は、柿右衛門、今右衛門ほどではないけれど、それに見劣りしない有田焼を出すということも考えられるわけで、そこに旅館や料亭から見て柿右衛門、今右衛門と比べて見劣りしないだろうという目利きという選別が働くことはあり得る。そういう意味で、柿右衛門、今右衛門も、おそらくそれを狙って高級な常用品もつくるわけですが、そういう上手な物づくりのすみ分けをすることは大事じゃないかなと思います。

「模倣による収奪的な競争を回避する」例はほかにもあります。加護野先生がよく例に出されるんですが、岡山県の隣の広島県熊野町の例です。私自身行ったことはないのですが、熊野町には有名な化粧筆メーカーの白鳳堂があり、その社長さんが言っていることです。こう言っています。「広島県の熊野のような小さな町で会社をやっていたら、熊野の人はみんなうちの会社を監視しています。会社に投資せずにベンツでも買おうものなら、この町全員が敵になります」。笑っている人もいますが、実は陶磁器でも同じことを私は聞いていて、ある窯元は私にこう言いました。「羽振りがよくなったからといって高級車を乗り回すようなことはしません。自分たちは地道に物づくりをします」。おそらく同じ精神だと思うんです。それは何かというと、やはり周りが見ている、産地の社会がけん制している、いい物を作っているかどうかを周りが見ているのが大事だと。これは「モニタリング」といって、言葉は悪いけれども監視ということになりますが、物づくりをきちんとやっているか監視されている。

しかし、考えてほしいのは、産地の中でお互いに収奪的な競争をしないでずっと生き残るときに、お互いがお互いを監視する社会は、すごく息が詰まる社会です。息苦しい社会です。だから、監視だけではなく、もう1つ大事なことは「自制」、自らを制することが大事だと思います。これに関しては、大阪の商人の例をあげます。

私も関西出身なんですが、大阪の商人は「もうかりまっか」と言います。それに対してどう答えるかという、「もうかってます」ではあまりにもストレートな答えで駄目で、「おかげさんで」と答えます。おかげさまと。この「おかげさま」は何を表しているかという、自分の利益は自分の能力や努力だけで得たのではないという精神文化があると解釈したほうがいいのか。つまり、自分で努力するんだけど、周りが助けてくれたことで自分の利益が上がったのではないかと。おそらく、ビジネスの世界で成功するのは、そういう精神を持っているか持っていないかが非常に大きいと思います。そういう精神を

持たないで、「いや、おれの能力だけで成功したんだ」と言う人は、その人の羽振りがいいときはみんな黙って見ているけれども、羽振りが悪くなったら、おそらく潮が引くように離れていこうと私は見えています。そういう意味で、「おかげさんで」の精神は大事ではないでしょうか。

これは近江商人の話につながります。近江商人は「売り手よし、買い手よし、世間よし」と言いました。「世間よし」というのは、おそらく今言った「もうかりまっか」に対して「おかげさんで」と言うことに通じる話でしょう。そういうことが、日本の伝統産地の中に息づいているのではないかということ、申し上げておきたいと思います。

では、陶磁器産地の状況はどうかというと厳しいですよ。厳しいけれども、細々とはあっても生き残りの基盤を残している産地は多いと思います。じゃあ、伝統産地がずっと生き残っていくのにどういった人たちが担い手になっていくのかというと、1つは「土着性」という問題です。つまり、産地から逃げない、そういう逃げない人たちが産地の自己革新の担い手としてどれだけ活動できるか。その人たちの企業家活動が「先導的」であるか。八代深川栄左衛門のように、有田皿山の時代から産地の中でみんなが一目置いて認めていて、さらに正統性を持っていればなお強い。

今日の話とは直接関係ありませんが、よくファミリービジネスで事業承継が問題になります。そのとき、本家と分家という話が出てきます。分家というのは、決して本家の力はないんだけど、本家にいい人材がいなくて、裏を返せば、分家というのはシャドウ・キャピネットの役割を果たしている。こういうところに知恵が働くかどうかは、事業承継に大きいのではないかと私は思います。

伝統と革新

柿右衛門、今右衛門のところで伝統の話をしました。最後に、伝統と革新についてお話しておきたいと思います。

伝統と革新という言葉をよく耳にします。いろんなところで話が出ます。伝統とは何でしょうか。伝統とは、通常は長い歴史を通じて培って、そして伝えてきた制度であるとか、学問であるとか、芸術だと言われます。その学問とか芸術だけではなくて、通常は精神の在り方というのを指すのだと思います。革新とは、旧来の制度、慣習、方法などを変えて新しくすることだと思います。

伝統産地の例で柿右衛門や今右衛門を見てきたわけですが、香蘭社、深川製磁もそうですけれども、伝統産地で伝統を守って次の世代へ引き継いでいく主役はどんな人か、改めて考えてほしい。このスライドをもう一回見てほしいのですが、十四代今右衛門の作品です。これは、実は十二代、十三代の今右衛門が用いた技法とは違います。今右衛門はこう言っています。「伝統は相続できません。受け継ぐものではありません。生活空間や生活習慣の変化に対して応えていくもの」。柿右衛門の言葉を紹介すると、「伝統というのは、伝承されたことを自分がどう使い、どう生かすか、育てるか」。つまり、産地で伝統を受け継ぐ人は、自分のお父さんやおじさん、先代や先々代からの工芸技術をただ単に守って——これは「墨守」と言いますが——、そして続けてきた

わけではないのです。

伝統を次の世代に伝えていくということは、自分の独自性を何か付け加え、そして工芸技術や技能で新しい価値をつくり出していく、それが彼らの言っている「時代に合った新たな息吹を感じさせるような革新性を見いだす」ことだと思います。そうすると、伝統と革新というのは対立する概念ではなく、むしろ表裏一体にあるのではないかなと思います。

阪神淡路大震災がありました。私は阪神淡路大震災を経験した側で、震度7というのを東灘で経験しました。強烈だったです。だから、この間の東日本大震災はそれを上回ると言いますが、その震災の衝撃の一端は理解できます。そういう歴史的な災禍、非常な困難に見舞われている社会で、何が1つの大きな課題かという、これは私がこういう研究をしていることにもつながるんですが、地域社会をどうやって活性化していくかということだと思います。そのためには、地域社会に埋め込まれたさまざまな歴史的な要因や文化的な要因を基盤とした人々の活動、そしてその地場の中小企業や業者が取引を通じて織りなすいろんな協働、こういうことを考えないと地域の活性化はあり得ない。

伝統産地に埋め込まれていくのは、工芸技術を受け継いできた人々の精神であり、それを継承する仕組みが大切だとすれば、伝統産地の生き残りを、単に衰退したとか元気がなくなったという視点ではなく、しぶとく生き残っている背後に何があったのかをもう一度考える必要があるのではないかと思います。

「変わらずに生き残るためには自らが変わっていかなければならない」と言った政治家がいましたが、伝統産地が変わらずに生き残るには、伝統を受け継ぐ人々がその時代の最高のものづくりをすべく、イノベティブであり続けることが必要だったのでしょう。決して自分のお父さんやおじさんからの、先代や先々代から受け継ぐものを、ただ単に守ってきたというわけではないのです。そういう意味で、伝承に完成はあっても伝統に完成はないことを意味する柿右衛門や今右衛門の言葉はやはり重い。新しい挑戦をすることが伝統を守る証しであると言っているのではないかと私は思います。

今日、伝統産地の話をしました。皆さんにとって少しなじみのない話もあったかもしれませんが、皆さん社会のいろんな基礎的なことをよく知って、その考察を通じて、常識にとらわれない新しい発想でチャレンジしてください。そのことが、社会の新機軸を生むとともに、よき伝統を守っていく1つの証しになるのではないかなと思います。

今日のお話が、部分的にでもいいから何か参考になればたいへんうれしく思います。ご清聴ありがとうございました。

「草食系」から「創職系」へ

経営者だけでなく社員にも「新事業創造力」が求められる時代

岡山商科大学 経営学部 特任教授
長田 貴仁

こんにちは。さて、はじめに、本日のタイトルに使った用語を説明しておきましょう。「草食系」という言葉は、2006年頃から日経ビジネスオンラインというサイトで使われ始め段々と普及しました。消極的な感じの人、しらけている感じの人を指すことが多いようです。それに対して私が提唱する「創職系」の定義と背景は（図1-a ,b）の通りです。

草食系男子(女子)ではなく「創職系男子(女子)」になれ

昇進

社内起業
(新事業創造)

起業(独立)

リーダー
OR
経営者

図1-a-創職系男子(女子)になれ



図1-b-なぜ今、「創職系」なのか

例えば、「大変です」とばかり言っている就活（就職活動）中の学生に、「なぜ大変なのか」と尋ねると、単に「緊張します」という答が返ってきます。このような人は草食系です。

「創職系」の人は、私を雇って下さい、ではなく、私をスカウトして下さいというほどの迫力を人に感じさせます。こういう気迫がないと、何がしかの創造的な能力が求められるようになった昨今、職には就けない。

例えばプロ野球選手になっている人の中には、スカウトマンが来なくても自分で売り込みに行った人がいます。彼らの場合、「私は4番打者として通用します」とか、「私

はピッチャーとして誰にも負けません」と売り込めるぐらいでないと話になりません。皆さんも「岡山商科大学で一生懸命勉強した」だけではなく、「在学中に小さいながらもこんなビジネスを始めました」、「商店街でこんなお店をやっていました」といった経験、つまり、自分の創造性を示すことが重要です。具現化していなくても「こんなプランを考えています」と事業計画書をもって面接に挑むぐらいの心がけはしておいて十分です。

「創職系」という言葉を使うと、すなわち「起業家」とすぐ考えてしまいがちですが、私の定義では決してそうではないのです。

独立して起業した人は、メディアにも出ていますが、そんなに人数が多いわけではありません。先日、私はリブセンスというネット人材紹介会社の村上太一社長(25歳)に会いました。早稲田大学在学中の19歳のときに起業し、最近、上場を果たしました。

彼は満面の笑顔を浮かべた好青年です。とにかく愛嬌がいいんです。明るくて楽しそうです。話を聞いていると、こちらが非常に気持ち良くなります。

そういう人がいるので、じゃあ我が大学でも、ということで、起業コースを創設した大学が少なくありません。もちろん、悪くはないですが、起業、起業と掛け声ばかりで、何も能力の無い人、資質の無い人をそそのかしてしまふのは良くないと私は思っています。

起業だけが「創職系」ではないのです。独立型起業ではなく、もう少し身近な方法として、社内起業家を目指してみませんか。サラリーマンをやっている人だったら、会社のヒト、モノ、カネ、プラス情報、これらの経営資源を使って自らグループ内企業を創られたらどうですか。実行した人は少なくありません。

たとえば、斉藤敏一さんという方もそのお一人です。DIC（大日本インキ工業）から独立されて、現在、ルネッサンスという、業界第3位のスポーツ（フィットネス）クラブ（東証1部上場企業）の会長を務めておられます。そもそも、この会社もDICの社内ベンチャーとしてスタートしたのです。

P R O F I L E

元「プレジデント」副編集長
岡山商科大学 経営学部 特任教授 長田 貴仁

1978年同志社大学卒。東京、ニューヨークで新聞記者を経験した後、1988年プレジデント社入社、雑誌「プレジデント」の副編集長を務める。1997年に早稲田大学大学院社会科学部研究科において修士（学術）（早稲田大学）の学位を取得、2005年からは、神戸大学大学院で教鞭を執り、2008年に博士（経営学）（神戸大学）の学位を取得。

2013年4月、岡山商科大学特任教授。他、多摩大学客員教授、流通科学大学客員研究員、日本大学非常勤講師などに就任し、積極的な研究活動を行う。日本を代表する企業のトップや経営学者、オピニオンリーダーとの対談など、多くの取材結果や論考を各種ビジネス誌に投稿している。



インク会社から全く関係無いと思われるスポーツクラブを創ったのですから不思議に思われることでしょう。話は、斎藤さんが自らテニスサークルをつくったことに遡ります。それも社外の人を集めたインカレサークルのようなものでした。やっているうちに面白くなってきたので、事業プランにして社長に直接持って行ったところ、認められて協力してもらえることになりました。その結果、社内ベンチャー設立、独立となるわけです。

一方、パナソニックは、10年くらい前からパナソニックスピニアップファンド（PSF）という社内ベンチャーキャピタルを設けました。「起業意識のある人、手を挙げてください」といって起業意欲のある人を募り厳密な審査をします。これにパスすると、投資してくれるわけです。今は、まだ小さなベンチャーばかりですが、将来、パナソニックよりも成長性が高い会社が登場するかもしれません。

「攻めの姿勢で未知の世界を切り拓いていく覚悟を持った人材」を採用方針にしている同社は、2015年春に入社する国内新卒者の採用を倍増する計画です。そして、大胆かつ斬新な発想を求め、新たに「型破り選考」を導入します。たとえば、アフリカ大陸横断といった特殊な経験をした学生を念頭に、「異質、異能な人材を積極的に採用したい」そうです。また、技術系の一部には「チャレンジ選考」を採り入れ、事業に関連した技術を学んだ人材だけでなく、潜在能力や意欲の高い学生も採用します。

この他にも、社内ベンチャーではスリーエムというアメリカの会社が非常に有名です。ここは次から次へと社内ベンチャーをつくっています。

もちろん、入社してから、平社員、係長、課長、部長というように、だんだん上がっていく「昇進」というキャリアコースがあります。俗にいう「出世」というものです。

かつて、日本企業では、歳をとるに連れてだんだん昇進していく年功序列が一般的でしたが、今は、そうとも言えなくなってきています。若くて部長になっている人、さらには40代で社長という人が大企業でも出てきているわけです。つまり、昇進の条件が変わってきた。おまけに、外国企業のM&A(合併・買収)が活発化している昨今、突然、外国人が上司や部下になるという現象も見られるようになりました。

「君も、いい歳になったねえ。そろそろ係長かな」というセリフが古いとは言いませんが、何をやったか、だけでなく、これから何をやれるかがより重要になってきています。つまり、志と事業プランを持った人が昇進できる時代

になったと言えるでしょう。このような「創職系」の人は将来リーダーとしてどんどん昇進する、または、起業して経営者になっていくことでしょう。

ちょっと皆さんに聞いてみましょう。こういう言葉を口にしたことはありませんか。

「岡山はいい街だから、ここにずっと住みたい」

たしかに、気候に恵まれた穏やかな雰囲気の良い街です。これまで、あまり大きな地震も無かった。ところが近年、南海トラフ地震の影響が叫ばれています。この穏やかな街にも不安はあります。危機を煽るようですが、自然災害に限らず、我々はリスクと背中合わせて暮らしているのです。

まず、次の言葉を念頭においてください。

「日本に安定などありません」

日本にいて世界の中で安定している方に見えてしまいます。特に岡山に住んでいると安定が当たり前のように思ってしまうのではないのでしょうか。その結果、「安定志向」が血肉になってしまふ。しかし、将来も安定しているとは限りません。安定は自ら創るものです。人が創ってはくれません。

誤解しないで下さい。安定が悪いとは言っていません。しかし、若い身空で安定した人生を送りたい、などと言っているようでは、個人にも国にも発展がありません。

「青雲の志」という言葉が昔からあります。これを持たないような若者はやはり魅力的ではない。若くて亡くなてはいけません、ここ（岡山商科大学）からも、日本最初の株式会社「亀山社中（海援隊）」（1865年）を創り、国事を動かした坂本龍馬の平成版が現れてほしいものです。

日本の現状を見ても安定が保証の限りではなくなってきています。例えば、電気です。国内でほとんどの原子力発電所が止まっている現状では、石油、天然ガスを外国から輸入して、火力発電所で発電し電気が供給されています。石油や天然ガスを輸入するため、ほとんどは、せっせとものづくりをして得たお金を払っているわけです。今も、過去に先人が築いた「稼ぐ仕組み」がまだ日本に存続しているから、とりあえず照明が灯っているのです。当たり前だと思っている照明の光すらも、稼ぐ仕組みがあって、我々は享受できているということ、じっくり考えていただきたい。言われてみれば気づかれるでしょうが、大学生だけでなく社会人も、無意識のうちに忘れてしまっているのではないのでしょうか。

では、現在の稼ぐ仕組みは、いつきたのでしょうか。

高校の教科書に出ています。明治のはじめ、富岡製糸所（群馬県）という日本初の国営企業ができました。そこから日本の産業の近代化が始まります。明治維新以降、富国強兵という国策のもと、大正時代にかけてどんどん日本に企業が増えていきます。しかし、第二次世界大戦でほとんどの稼ぐ仕組みが潰されてしまいます。ところが、戦後、既存の企業が急速に再生しただけでなく、新しい事業を起こす起業家がどんどん現れ、新しい稼ぐ

仕組みを作ってくれたのです。

事業の新陳代謝を考える上で、皆さん、鉄棒を思い浮かべて下さい。運動場にある鉄棒を見ていると、だんだん錆びついてくるでしょう。いつもの鉄棒だと思えば、下がると、ポキッと折れるかもしれない。近年、公園の遊具が老朽化し、子ども達がケガをしたという事件が報道されていますが、事業でも同様の現象が懸念されます。以前、知り合いの大臣と話をしていましたら、「長田さん、瀬戸内海の大橋はあと数10年後どうなるんだろうね」と問いかけてきました。そこで、「当然、錆びてきますよね。修理しなくてはなりませんね」と答えると、「お金が無い場合はどうするの」と問題提起されました。つまり、彼は、財政破綻の状況を想定しているのです。あつてはいけなことです、「再び橋がなくなる日がくるかもしれない」といった心配もないわけではない。

鉄棒から大橋に事例が変わりましたが、言いたいことは、決して今ある仕組みが未来永劫、続くわけではない、ということです。ところが、先ほどの「安定などない」という話に通じますが、我々は、今あるものが未来永劫に続くと思いがちです。

現在の日本経済はどうなっているかという、先人が創ってくれた鉄棒、つまり、稼ぐ仕組みがポキンと折れる直前に来ています。その象徴が自動車と並んで基幹産業と言われてきた電機メーカーの経営危機です。これが証明しています。だんだんグラグラになってきていますね。したがって、今こそ、政府だけでなく、国民全体が、これから何で食べていくのかを真剣に考えないといけないのです。自らの喰いぶちを自らでつくるという「創職系」の気概を持たなくてはなりません。

安定していると思われていたサラリーマンも既存の稼ぐシステムが錆びついてきたので、ポストが少なくなってきました。「あなたのポストはありません」と突然、リストラの対象になることもめずらしいことではなくなってきました。そのときに自分のポストは自ら創る、自分の仕事は自らつくると考えておかないといけません。

以上、「創職系」が求められる時代的背景を簡単に述べさせていただきました。

さらに詳しく、時代の変化についてお話しさせていただきます。

1945年、戦争が終わり、岡山も含む日本の多くの大都市が焦土と化しました。ところが、わずか1年後の1946年5月にソニー(当時=東京通信工業)が誕生したのです。

ソニーは、日本の戦後ベンチャー第1世代です。野坂昭如さんという小説家がデビューしたときに「焼け跡派」と呼ばれたのに倣って、ソニーやホンダのように終戦直後に生まれ、その後、急成長した企業を、私は「焼け跡派ベンチャー」と名づけました。「焼け跡派ベンチャー」が戦後第一世代とすれば、第二世代が、稲盛和夫さんが創業した京セラや飯田亮(まこと)さんが創られたセコムですね。いずれの創業者にも、何度かインタビューさせていただいた経験がありますが、少なくとも今の日本

人よりも、はるかに「創職」型だとお見受けしました。

私はセコムが2012年7月に50周年を迎えたのに合わせて『セコム その経営の神髄』(ダイヤモンド社)という本を上梓しました。執筆するにあたり、創業者の飯田亮さんや前田社長など、ほとんどの経営人と現場の責任者数人にインタビューをしました。そこで、あらためて同社のオリジナリティに強さの源泉を見出しました。

セコムが創業された1962年、日本では、警備する組織としては警察しかありませんでした。そこで、飯田さんは、民間が警備をやったら、と発想したのです。そこで、日本初の警備会社をつくったわけです。その頃、テレビ出演したときに「誰もやってないならやれば大きくなれるかも」と発言しています。このセリフは非常に面白い。現在でも通じる、いや、今こそ注目しなくてはならないとても参考になる言葉です。

どうぞ皆さん誰も手掛けていないことをやってください。そうしたら、自己実現できるかもしれません。誰もがやっていることをやっても、過酷な競争に巻き込まれるだけで成功の確率は低くなります。生き残っても、貧乏暇なし、といったビジネス、人生を強いられます。

こうした考え方も含めて飯田さんは、アップルの創業者であるスティーヴ・ジョブズ(故人)と共通点が多い。

次にあげる「創職系」の人は現在も第一線で活躍している建築家、安藤忠雄さんです。70歳を超えたとは思えないほどエネルギーに活躍されています。少し前、大病もされたのですが、非常に若々しく感じられる方です。また、ユーモアのある非常に面白い人です。建築家と聞くと、大学(院)の建築学科を卒業(修了)されていると思わられるかもしれませんが、この方は高卒です。

安藤さんは、高校2年生になったときプロボクサーのライセンスを取得しました。ところが、周りには世界を目指しているそうそうたるボクサーがたくさんいました。ある日、当時のボクシング界のスター、ファイティング原田の練習風景を見てその才能に圧倒され、「これじゃ俺はダメだと」見切りをつけました。そして、大学に進学しようと考えます。ところが、家が貧しかったこともあり、金のかかる私立にはいけない。国立はどうかといえば、学力が及ばなかった。その後については、多少はしおりますが、独学で建築を学び世界の建築界の代表的な賞を総ナメにし、日本の建築界に安藤忠雄の名前を轟かせます。東京大学、東京工業大学、京都大学、早稲田大学、日本大学など学閥がものをいう建築の世界にあって、実力でのし上がり、高卒で初めて、東京大学の教授になられました。

安藤さんの話からヒントを得たのですが、「創職系」にとって大事な今は死語となってしまった「根性」です。これは、実はビジネスにおいては重要な「経営の精神」なのです。

例えば、花登筐(はなとこばこ)という小説家(脚本家)の作品を読んでいますと、大阪市の商人をテーマにしたものが多いのですが、「浪速のど根性」という言葉がいっぱい出てきます。「浪速のど根性」は、今の大阪のビジ

ネスマンでもあまり使わない。でも非常に大事な要素です。ところが、今や、こういう「なにくそ」、「今に見ておれ」といった精神が、日本人からどんどん消滅しています。これも平和ボケの一つです。

平和ボケになると、このままずっと何もしないで暮らせる、と考え、現状に満足する。だから、根性などは要らないと思ってしまうのです。平和ボケのもう一つの特徴は、近視眼的思考です。つまり、自分を中心にして半径5メートルどころか、半径1メートルぐらいのことしか考えなくなるのです。

私は、以前、ビジネス誌「プレジデント」の編集をしていました。昔、「日経ビジネス」の部数を抜いてビジネス誌1位になったこともありました。その頃は、主に戦国時代、幕末、明治維新、第二次世界大戦をケースにして、日本人やビジネスを論じていました。つまり、近視眼的思考ではなく、半径数キロメートルどころか、半径何千、何万キロぐらいのマクロの視点から時代を見つめていました。

しかし、今は、そういう企画をやっても売れないのです。今、書店、駅の売店、あるいはコンビニで「プレジデント」を買って読んだら、「話し方」、「謝り方」といった近視眼的特集をやっています。半径1m以内で有効な小手先の技術で人生、仕事がうまく運ぶという発想が現代のビジネスマンに蔓延しているから支持されているのです。平和や豊かさが保障されているという前提があるからこそ、身近なことだけを考えていればよいという思考になるでしょう。

危機感があるといっても、せいぜい、リストラを心配するぐらいのことで、昔のように戦争に直面するほどの危機が迫っているわけではありません。だから、ちょっと工夫すれば生活が変えられる、進路が変わるとかいう発想が生まれるのです。本当は根本のところを大きく変えようとしないと国も人生も大きく変わらないのですが、現代の日本人に、こうした発想がだんだん欠如してきているのです。近年、「廃業率」が「開業率」を上まっているのもこうしたことが一因になっているのかもしれませんが。

今、多くの日本人は、自分を取り巻く環境が変わりつつあるという情報に触れていても、心の奥底では「変わらない」と思っている節があります。ところが、実際は、大きな変化に直面しており、人々の人生さえも左右するかもしれません。その一つが「日本的経営」といわれた形が大きく変わってきている事実です。

そもそも「日本的経営」に注目し研究したのは、ジェイムズ・アベグレンさんというアメリカの経営学者・経営コンサルタントです。終戦直後、彼は爆撃調査団の一員として来日し、爆弾が落ちた場所を調査していた。爆弾で焼け野が原になった浜松からホンダが、東京からソニーが生まれた。その後、みるみるうちに成長し世界でも屈指のグローバル企業になってしまった。こういう現象は、経営史でも非常に希な事であると気づいたのです。

その原因を突き詰めていくと、「日本的経営における

三つの特徴」、つまり、終身雇用、年功序列、企業内組合、にあることを発見したのです。特に終身雇用に着目しました。そもそも、アベグレンさんは、“lifetime commitment”という英語で表現しました。それを、日本の経営学者が「終身雇用」と訳した結果、今日に至るまで、その言葉が使われ、定着してしまいました。しかし、「正確な訳語ではありません」とのこと。私が、アベグレンさんが亡くなる一年前にお会いしたとき、このようにおっしゃっていたので、「では、どのように訳せばいいのですか」と、「比較的長期的雇用かな」と答えられました。「それは、日本語としては座りが悪いですね」と言うと、「日本語の語感にはネイティブ（日本人）でないと分かりません。やはり、『終身雇用』が無難なのではないでしょうか」と話しておられたことを今も覚えています。

欧米の企業と比べると、日本企業では、社員が比較的長く会社に関与（勤務）していました。「いました」と敢えて過去形で言いましたが、この状況が変わってきたことは言わないでもお気づきですね。日本では、人員削減の意味で使われている「リストラ」という言葉が一般化し、労働環境も正社員中心から非正規雇用従業員、限定社員など多様化しています。

たとえば、次のような会話が聞かれるようになってきました。パナソニック(P)の社員“P”と三洋電機(S)に残っている社員“S”が、ぼったり通勤電車で久しぶりに遭遇しました。二人は大学の同級生です。ご存知のとおり、三洋電機はパナソニックに買収されました。

P「久しぶり、よく生き残ったねえ」

S「また、いつ弾が飛んでくるか分からんよ」

P「弾どころか今度は爆弾かも知れないぞ」

S「本当に、会社は戦場だな」

この会話のせりふは自然に出てきたようですが、ただ、戦争の戦場と違うのは、殺し合わないことだけです。だから、ビジネスは過酷なスポーツと言った方がいいかもしれない。

こうした現実を前にしても、勘違いだらけの「現実認識」をしている大学生どころか、社会人も少なくありません。そこで、これからキャリアプランを考えなくてはならない大学生に問題提起しておきましょう。

リストラは50代からと思われているかもしれませんが、今や、企業によっては30代から適用されています。数はどんどん増えてきており、その中には、著名な大企業も名を連ねています。

このような会社では、「君からは、新しいビジネスアイデアは出てこないし、ここにいっても何のプラスにもならない。君にとっても幸せではない」といった、法律に触れないような表現で暗に退職を促してきます。俗に「肩たたき」といわれる仕打ちです。

それでも、辞めないとどうなるか。

「以下の部署への移動を命ずる」

俗称「おいだし部屋」に追いやられ、自ら辞めていくように強いられるのです。このようなことをしている大企業

もめずらしくなく、マスコミから盛んに叩かれています。

薄汚い部屋に追いやられ、パソコンで一日中単純な打ち込み作業を強いられる。場合によっては、「研修」と称して、理不尽な「教育」を受けることもあるわけです。

「何のプランもない、何もビジネスを創造しない君には、もうこの仕事しかありません」、「君は言われたことしかやらないでしょう」といったようなことを暗に言われるのです。こんな部署へ回されたら、仕事をする気にはなれません。それどころか、精神を病む人まで出てきます。

私よりずっと年上の人から聞いたエピソードです。この人は、テレビ局ができた頃の頃、親会社の新聞社から出向になりました。当時は、今とは逆で、新聞社よりテレビ局の方がずっと給料が安かった。それで、彼は左遷が身に沁み気分が滅入っていました。そんな時、出向先の上司と折りが合わなくて大げんかをしてしまったのです。大げんかの末、上司はこう命じました。

「君はもうこのオフィスに来なくていいよ。明日から別の席を設けておくからそこに座って執務をしてくれ」

翌朝、出社してみたら屋外に机と椅子が置いてあったのです。雨が降ってきたので、その人は、傘をさしながら仕事をし続けたといいます。これは、経営学のテキストには、一行も書いていない企業のケースです。

今や、このような問題が企業ぐるみの問題として表面化してきたことから、厚生労働省も違法行為に当たるのではないかと注視しております。一方、企業も対策を講じるようになり、決して「辞めろ」といった言葉は使わないなど、個々の対応にも気をつけています。

「毎日会社へ来ていますから」大丈夫と思っている会社員は今時いないと思いますが、これは、「毎回出席しているから60点（合格点）をください」という大学生の発想と変わりません。そうではなく、これからは、何をしたらか、何ができるかが問われるのです。

「就職氷河期」という時代を経験した人たちが今、30代になっています。学校を出て、正社員として就職できなかった人たちは、契約社員、フリーターといった非正規雇用従業員のままです。現時点の日本では、非正規従業員から正社員には、なかなか入れない。給料も全然上がりません。失業率の増加に伴って、日本は自殺者の割合が増えています。

このような話ばかりを聞いていると、大学生は就職をする気が無くなりますよね。ここで言いたいのは、企業はすべて真っ暗ではないが、すべてバラ色というわけでもないということです。

そうであれば、リストラされる前に個人はどうしておけばいいのでしょうか。何か「創職」できる資質を磨いておき、リストラされたって見返してやるというぐらいの根性がないとこれから生き残っていきません。

「定年が65歳まで延長されたから、とりあえずは食べてはいけるだろう」と安心しておられる方が少なくないと思います。たしかに、改正高年齢者雇用安定法という法律が2013年7月から施行され、65歳定年が現実のもの

になってきました。厚生労働省の65歳以上の人を対象にした調査によると、65歳定年延長になったが、さらに65歳以降も働きたいという人が非常に多い。働くことは自己の社会的存在を確認できるだけでなく健康にもいいです。しかし、万歳、ともし手を挙げて構えてはいられません。話はそう甘くはない。給料は半分以下になり、若い人からは、「だから就職口が増えない」、「昇進できるポストが少なくなる」といった不満の声が出て来る。実際、NTTのように65歳定年延長を実施したものの、若い人の給料を減らす、という企業も出てきています。最大の理由は年金の事情がひっ迫してきたため、年々、年金の支給開始時期が遅れてきていることにあります。

パナソニック、ソニー、シャープなどの社長の顔ぶれを見ると、皆50代です。ソニーの平井一夫社長は、49歳で社長になりました。こうした有名企業で50代前後の人たちが相次いで新社長に就任したので、マスコミは「社長若返り」と表現しました。

60歳になって初めて社長になれた昔に比べたら、50代で大企業の社長になれるのは夢みたくない話です。若い人にチャンスが来た、と見られてもおかしくありません。ところが、マクロのデータ（帝国データバンク）によると、中小企業を入れれば、社長は決して若返っていません。逆に高齢化しております。

社長、リーダーが若返ると、経営、仕事が全てうまくいくとは限りません。たとえば、次のようなケースを思い浮かべてください。

若いリーダーが年下の部下に指示をしましょう。その部下は、昨日まで上司でした。「〇〇君」と呼び指示していたのです。ところが、地位が逆転した日から、元部下を「〇〇さん」と言わないといけな。関係が180度変わる。そうであったとしても、なんだかんだ言っても、年上は頭を下げたくありませんから、「なぜ、こいつの言うことを聞かないといけなんだ」と不機嫌になってしまいます。

さらに年下の部下が社長になるとしましょう。そうするとこの人の上には、たくさんの優秀な先輩たちがいるわけです。彼らは、社長のいうことを聞いているふりだけを、馬鹿馬鹿しくてやっつけられない、ということになる。いわゆる、面従腹背です。

たとえば、ソニーの半導体の責任者が韓国のサムスンに行ってしまいました。ソニーの社長より年上の人です。その人は心中で、やっつけられない、と思ったのかもしれませんが。

サムスンが日本人技術者に提示した条件の一例をお見せしましょう。年収は6,000万円～1億円。そして秘書も付き、運転手も付き、マンションも無償貸与。もちろん日本への帰省費用、家族を韓国へ招待する旅費も負担。このような、日本企業で働いているのがばかばかしくなるぐらいの好条件で、サムスンが日本人技術者をどんどん採りました。

このような積極的なスカウト戦略が奏功したのか、現

在、サムスンの世界テレビ市場におけるシェア（市場占有率）は、約40%で堂堂首位にあります。

フランス、ドイツ、イタリア、チェコと立て続けにヨーロッパ各国の市場を取材してきたときのお話をさせていただきます。

家電量販店に日本のテレビが置かれていないのです。

「液晶のシャープ」も存在感がありません。日本製が展示してある店でも、ソニーやパナソニック製品が数台ある程度です。サムスンだけでなくLGといった韓国製品が幅を利かせています。テレビどころかタブレット端末では、もう日本のメーカーの存在感はほぼゼロ。NECやパナソニックがスマホから撤退したという報道も出ていましたが、すでに勝負は決まっています。

クレイトン・クリステンセン（ハーバード大学教授）が言っている「イノベーションのジレンマ」が生じたわけです。つまり追っかけてきた韓国企業が日本企業を追い抜いてしまったのです。

このように日本の基幹産業の競争力が低下しています。電機以外でも同じような状況が見られる産業が少なくありません。大学生の就職が難しくなってきた大きな要因です。戦前に見られた「大学を出たけれど…」という時代が再びやってきた。大学を出たからといって就職ができるとは限りません。アベノミクスにより景況感が上向き、就職環境も多少改善していますが、抜本的に就職環境が好転するとは思えません。加えて、「成績を重視する」といった厳選採用の色はますます濃くなっています。

2012年3月時点の大学新卒の就職率は、正社員だけでなく非正規社員も入れて63.9%です。この数字に比べれば、岡山商科大学の就職率はかなり高い。大学側だけでなく、学生自身が相当努力した結果だと思われます。先日、キャリアセンターが主催した説明会で就職先に内定した学生たちがスピーチをしていましたが、その話を聞くとしっかりしています。就職をさっさと決めて来る人の共通点は、人に言われなくても、自ら勝手に行動することです。指示待ちではなく攻勢をかける。この要素は「創職」になくはないものです。

ミクロでは、こうした就職を決めて来る学生が少なくありませんが、マクロで見ると完全失業率がどんどん増えています。実年代別にみると、20代の失業率が一番高い。「とりあえず、フリーターにでもなって…」などと甘いことを言っていると、自分の首を絞めかねません。

ところが、大学進学率だけはどんどん上がっています。60%近くの人が大学へ進むようになったのです。同時に留学生も増えており、彼らが日本人学生のライバルになっています。例えばある有名なグローバル企業では、本社での新卒採用であるにも関わらず、日本人の採用は全体の3割。7割が留学生です。この会社に限ったことではありません。上場企業の6割が留学生に興

味を示すようになっていきます。

このような中において、ほとんどの企業が、新卒社員に最も求める資質としてコミュニケーション能力を挙げています。では、コミュニケーションと「創職」はどのような関係があるのでしょうか。職を創るというプロセスにおいては、自分がアイデアをプレゼンしトップや上司を納得させなくてはなりません。幸いにもそのプレゼン内容が認められたとしても、次のステップでは、同僚、部下に納得させなくてはなりません。つまり、人を動かしていくというプロセスでコミュニケーションが非常に重要な要素になってくるのです。さらには、お金を出してくれる人をくどく、お客さんに共感してもらうためにもコミュニケーションは不可欠です。

私は授業で「成績表に優を並べる、サークル活動で優勝する—それらは学生にとって大きな誇りかもしれないが、表現しなければ全て水の泡になってしまう」と言っています。教室で当てられると、黙っている人、「わからない」の一言で済みます人が少なくありませんが、これではコミュニケーションをしていないのも同然です。考え込まないで条件反射的に気の利いた反応を示さなくてはなりません。このような技術もコミュニケーション能力と言われるものの一つです。

経営者には極めて高いコミュニケーション能力が求められます。経営者は、言うまでもなく多くの従業員を導く「リーダー」であると同時に、経営戦略を構築する「設計者」です。そして、会社の顔になれる「代表者」でなくてはなりません。メディアが発達し、PR（広報）、IR（投資家向け広報）、CSR（企業の社会的責任）が重要視される今、代表者としての資質がこれまで以上に求められるようになってきました。コミュニケーション能力が大きな武器（戦略駆動力）になるのです。

ここで言語学の知見を紹介しておきましょう。言語学では、人の話し方をラポートトークとリポートトークと二つに大別しています。リポートトークとは、文字通り伝えるだけの話法です。一方、ラポートトークは人の心に残る話し方です。例えば京セラの創業者・稲盛和夫さんやセコムの創業者・飯田亮さんは、まさに、ラポートトークを実践さ



れています。つまり、人前で話をされる時、泣かせたり、笑わせたりします。必ず会場が湧きます。ところが準備などした節はない。ほとんどがアドリブです。

ここはビジネスを対象に教育、研究している商科大学です。皆さんもラポートークを磨くように心掛けて下さい。大学生も先生の話の黙って聞いているだけでなく、先生方を感動させて下さい。大学の先生は学生のモチベーションを上げようと努力していますが、むしろ、学生が先生のモチベーションを上げるように工夫して下さい。こういう発想がないと、将来、優秀なビジネスマン、リーダーにはなれません。これは一般の方にも言えることです。部下だけでなく、社長、上司、顧客をいかに感動させるかが求められているのです。つまり、組織行動を活発化させるには、優れたリーダーシップとフォロワーシップの両方がフル回転しなくてはなりません。

では、どうしたら人のモチベーションは上がるのか。このノウハウは従業員を使っている経営者や部下に指示している管理職だけでなく、上司を納得させなくてはならない部下にとっても大きな関心事です。まず話し方が重要です。人は、淡々と事務的に事実だけを話すラポートークだけでは動かないしモチベーションも上がりません。

マーケティングでは、マーケティングリサーチとマーケティング戦略が2大分野とされています。マーケティングリサーチは統計分析を使いますが、それを私は「平社員の武器」と言っています。平社員が社長を説得するときは、データを論拠とするラポートークが力を発揮するからです。

なぜかという、権力も経験も無い平社員にとって、目上の人を説得する上で残された材料は事実、数字だけだからです。入社1、2年目の新入社員が「私の経験から申しますと…」とプレゼンをしたところで誰も聞いてはくれません。だから「数字でこう出ています」というのがベターなのです。

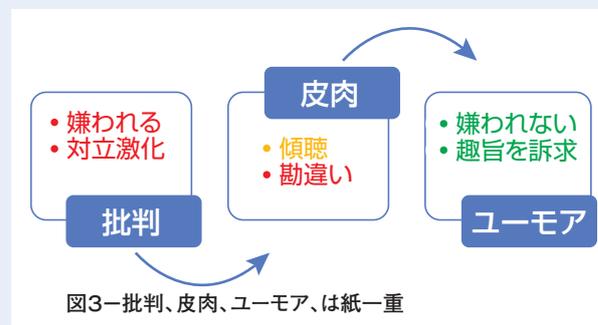
ところが、トップになっても「市場はこうなっていますから…」と、数字とグラフだらけの資料を社員に見せても、聞いたふりはしてくれますが、心の底から納得してくれません。やはり感動させる話をしないと誰もついてこない。ある意味、演技力が必要です。その中で有力な技法の一つがユーモアでしょう。皆さん、是非ともユーモアの力を磨いてください。

大学の先生にも、とてもユーモアに富んだ人がいます。その人が発する一言ひとことで会場が湧きます。その光景を見ていると、ユーモアが緊張を緩和させ、親しみを感じさせる効果を痛感します。この手法を職場に持ち込むと、お互い親しみを感じた社員たちが腹を割ってワイワイガヤガヤやっているうちに新しい知恵が出てくるわけです。まさに、「知識創造」が起こるわけです。その結果、いわゆるイノベーションなるものが生まれます。

クリエイティブな事を考えるときは、会議をしない方がいいという持論を展開する実務家があります。経営学の先行研究でも似たような見解があります。たしかに、すべての状況、組織において、会議がいいとは一概にはい

えません。「会議は踊る」では話になりません。とはいえ、どのようなビジネスも、実行していくには、何がしか人との関係性を持たざるを得ません。その場合、ユーモアがとても強い武器になります。

ここで注視しなくてはならない点について一言。一般的にユーモアと思われている概念は多種多様で、使い方によっては大きな間違いにつながります。批判とか皮肉を言っていると、(図3)のような現象が発生します。ところが、ユーモアは嫌われないし、その中で自分の言いたいことも言える。マネジメントでは、叱ると、褒めるという技法の両方を駆使するのですが、そのバランスの妙はスキルではなくアートに値します。実は松下幸之助さんは、このアートにおいては天才肌でした。まさに、「経営の神様」の神業でした。



松下幸之助さんを育てた街・大阪は、「商都」であると同時に「笑都」でもあります。そもそも、大阪型ユーモアは、商人のビジネスツールでした。緊張感が満ちている商いの場で笑いを駆使することで取引をやり易くした。店でも子供の丁稚に対しても、叱ってばかりではなく、ときにはおもしろいことを言うことで、指導効果を高めたのです。しかし、お笑いが度を過ぎると緊張感がなくなってしまいます。適度な緊張感を維持することは、ビジネスにおいて不可欠です。ユーモアは知性、教養がベースにはなりません。知性、教養のタガが外れると、ユーモアが変じて、ふざけ過ぎるようになり、さらに犯罪につながる可能性もなきにしもあらず(図4)。大阪は今も商いの街であると同時に、犯罪が多い事実はこのことを物語っています。

大学でも授業中にふざけている人、私語をしている人がいます。最近では、アルバイト先のコンビニや飲食店の冷蔵庫や食器洗浄機に入った姿を写真に撮り、それをツイッターなどのSNSに載せた結果、世の中から猛烈なバッシングを受けるケースが話題を呼んでいます。裁判沙汰、損害賠償といった問題までに発展している事件もあります。程度の差はあれ、いずれも、本人たちは「楽しい」という感覚でエンジョイしています。ところが、これらは、悪ふざけの類であって、ユーモアでも何でもありません。ふざけが転じて授業妨害、犯罪につながっています。彼らは、「楽しい」という形容詞、概念の真意、本質を理解せず勘違いしているのです。

こんなことをする暇があったら、知性溢れるユーモアを

勘違いすると…



知性、教養を基礎に まちがうと犯罪にも

図4-「まじめ」がユーモアの基本

発揮し、テレビの長寿番組「笑点」ではありませんが、先生を笑わせ、「座布団一枚」とでも言わせて欲しいものです。教官と学生が知性溢れるユーモアを交わすことが、大学生生活を知的におもしろくする一つの智慧です。知性・教養がある皆さんは、どうぞこの方法でコミュニケーション能力を高めてください。

「創職」的組織を育むうえで、ユーモアに加えて、もう一つ重要な要素があります。再び、松下幸之助さんを事例にして説明しましょう。パナソニックの研修では、あるビデオが使われています。アメリカ人のジャーナリストが幸之助さんに対して「社員に求められるものを一言で言って下さい」と質問する。すると、幸之助さんは大阪弁で一言。「愛嬌でんな」と答えています。このビデオを見た後、受講者たちは、「愛嬌」について徹底的に議論します。つまり、幸之助さんが、言いたかったのは、愛嬌がない部下では上司も声をかけにくい。逆に愛嬌がない上司であれば部下も話し難い。野中先生の言葉を借りれば「知のスパイラル」が生じないのです。だから、職場の知識創造において大切な要素となるのが「愛嬌でんな」。

実は、愛嬌が生かされた制度が、かつて、日本の人的資源管理（HRM）に見られました。それは、丁稚奉公です。近年、大学の授業で「丁稚奉公」という言葉を使いますと、「何ですか」と聞く学生が少なくありません。丁稚奉公というシステムどころか、言葉自体を知らないのです。彼らの間では「丁稚奉公」が死語になりつつあります。しかし、今こそ、死語と化したこの言葉を再考する時ではないでしょうか。

子供の頃に社会人デビューさせ、職務体験から商いの真髄を体得する、このHRMから学ぶ点は多いと思われれます。高学歴化に伴い社会に出ていく年齢がどんどん遅くなっている現代こそ、早期ビジネス教育という視点から丁稚奉公の長所を取り入れていくべきではないかと考えています。早期英語教育ばかり叫ばれていますが、ビジネスに関する知識、精神、行動力、コミュニケーション能力も合わせて教育していかななくてはなりません。

随分前の話になりますが、松下幸之助夫妻を描いた『神様の女房』という三夜連続のドラマがNHKで放映されました。先日、孫に当たる松下正幸・パナソニック副会長と懇談したのですが、「実に忠実に描かれている」とおっしゃっていました。このドラマでは、次のようなシーンが見られました。

新婚早々の奥さん（むめの）が、幸之助さんと年配の女性が並んで映っている写真を見つけたのです。奥さんが「あっ、この人が亡くなられたあなたのお母さん」と尋ねると、幸之助さんは「違う。この方は、私が子供の頃、奉公していた五代自転車店のごりょうさん（奥様）だ」と答えていました。

幸之助さんは、実家が破産してしまい、9歳（尋常小学校4年生）のとき、小学校もろくに卒業しないで和歌山から大阪へ出てきます。最初に入った火鉢店が入店3か月目にして店じまい。そして、人生最初の転職を強いられます。そして入店したのが五代自転車店というお店です。なぜ、この写真を幸之助さんが大切に保存していたかと申しますと、この奥様に「母の愛」に等しい思いを抱いていたからです。

店主夫妻とお店の従業員全員で写真を撮ったとき、幸之助さんだけ、たまたまお使いに出かけていた。その後、一人だけ自分が写真に写っていないことを知り、お手洗いに入りシクシク泣いていたのです。奥様がお手洗いの前を通ったとき、その泣き声を聞いて可愛そうに思っています。

「幸之助、私と一緒に写真屋さんへ写真を撮りに行きまへんか」と幸之助さんに声をかけ、連れて行って一緒に撮影したのです。

今、どんどん従業員を削減している会社と比べると経営者に愛が感じられます。経営に愛があるのです。やはり、経営者は従業員に愛を感じさせなくてはなりません。

10歳前後から社会人として働き始める「丁稚奉公」というシステムは、今だからこそ学びがあるのではないのでしょうか。みなさん10歳の頃、何をやっていましたか。幸之助さんは、20歳で結婚し、22歳のとき、現在のパナソニックの礎となる松下電器製作所を起業しました。つまり、子どもの頃から職を創る意識を明確にし、10数年で具現化している、つまり、「創職」しているわけです。

幸之助さんをはじめとする丁稚奉公からスタートし大成した創業経営者を見ると、社会人デビューは早いほうがいい、という思いが強まるでしょう。しかし一方では、

「子どもに労働させるのは問題」という反論が聞こえてきます。もちろん、インドやバングラデシュで見られるような、義務教育も受けさせないで児童に労働させるのは良くありません。これらの児童強制労働とは異なり、日本の「丁稚奉公」というシステムは、人材育成という要素がたくみに取り入れられていました。番頭が、教育担当係になりマンツーマンで教えたのです。たとえば次のようなエピソードがあります。

番頭さんが新人の丁稚を皆の前で紹介した後、仕事を始める前にこう教えるのです。

「とにかく頭を下げなはれ。頭を下げると、ええ（得する）ことが3つある。おじぎをして怒り出すお客さんは絶対におらん。頭下げると首の運動になる。おまけにフケが落ちる」

これは、上手な教え方の見本です。子供ですから面

白い事をポロリと言うと笑う。いくら子供でも、フケが落ちる事が肝心だと思って聞くわけがありません。礼儀、おもてなしの基本を、ユーモア溢れる記憶に残るトークを使って教え込んでいるのです。

丁稚奉公は、On the Job Training (OJT= オン・ザ・ジョブ・トレーニング)、つまり仕事をしながら学ぶ、という雇用システムです。また、江戸時代後期の大坂(大阪)には、「懐徳堂」という大阪商人たちが設立した学問所がありました。ここで従業員に教養教育をしたのです。仕事をしながら学ぶ By the Job Learning (バイ・ザ・ジョブ・ラーニング) を実践していました。これは、社会人が学んでいる現在の MBA (経営学修士) コース (経営大学院) に相当します。

どちらも意義のあることですが、共通しているのは、単に働いているだけでなく、大いに学んでいる点です。その前提として、成長して認めてもらいたいという承認欲求、いつか自分のお店を持ちたいという自己実現欲求があるのです。丁稚奉公が単なる労働と異なるのは、これらの点です。

大学生が企業で研修するインターンシップが定着してきました。私が以前働いていた出版社には、アルバイト学生がたくさん来ていました。体育会系的な職場でしたから、バイトは、しょっちゅう怒鳴られていました。お客様扱いは一切しない。このような、良い意味でも悪い意味でも野蛮な職場とは対照的に、インターンシップはお客様扱いです。インターンシップで見た職場が会社の本当の姿だと思っていたとしたら大間違いです。

ただし、インターンシップを否定しているわけではありません。行かないよりは行った方がいいです。ほとんど遠足みたいなものですが、まったく企業を見たこともない大学生にとっては、刺激になり開眼するきっかけになるでしょう。本当は、これではなさない。現在、大学までの教育では、ビジネス関連情報に接する機会がほとんどないため、大学に入っても主要な企業がどのような事業をしているのか、いや、それどころか社名さえ知らない学生が少なくありません。

どの企業も、インターンシップでは見られない野蛮な面を持っているものですが、経済学でいうところの「アニマル・スピリット」なくしては、起業はもろんのこと、新規市場開拓や構造改革も行えません。しかし一方では、先ほどお話しした愛が必要です。

「ブラック企業大賞」なるものをご存知ですか。2013年に第2回目を迎えたばかりの新しい賞ですが、マスコミを中心に大変大きな話題を呼んでいます。審査員は、弁護士やジャーナリストで、労働関連の法に抵触した企業が授賞対象になっています。だいたい、賞なるものをいただくと皆さん喜ぶのですが、「ブラック企業大賞」については、そのまったく逆。会場を借り、授賞式も開くのですが、授賞企業の社長、関係者は誰も顔を出しません。逆に、マスコミは大勢押し寄せて来ます。

2013年、堂々一位に輝いたのは、居酒屋チェーンを

全国展開し、介護事業にも進出したワタミです。創業者はテレビなどにもよく出演し、先の参議院選挙で政界にも進出した渡邊美樹さんです。私はこの方にインタビューしたことがあります。一つ質問すると、立て板に水で話される方です。すごい自信家であり、努力家でもあります。

松下幸之助さんは、小学生の頃にお父さんが米相場で失敗し家が破産しましたが、渡邊さんも同じ頃、お父さんが事業に失敗し、困窮生活を強いられます。そこで、渡邊さんは「僕が社長になって社会を見返してやる」と決意したのです。高校の時に担任の先生から「渡邊君は進学しないのか」と聞かれると「僕は社長になりますから、大学なんかに行きません」と答えた。そこで、先生は確認しました。「社長になりたいというけれど、どんな会社をつくるの」。渡邊さんの答は「まだ考えていません」でした。そこで先生は「じゃあ、大学へ進学して4年間かけて考えてみる」とアドバイスをしたのでした。

その後、明治大学商学部に進み、起業サークルを起こします。起業に関する知識は増えたものの、卒業を前にしても先立つものがありません。そこで、大学卒業後、佐川急便に入社し宅配の仕事に携わります。

同社を選んだのは、他企業に比べて若くして比較的稼げるから、寮生活をして節約に徹すれば、まとまった設立資金をつくれると考えたからです。貯めたお金を基でにして居酒屋チェーン(フランチャイズ)に加盟し成功します。そこで、他のフランチャイズにも手を出そうとすると、最初に加盟していたチェーンから契約違反を理由にストップの声がかかった。渡邊さんは、自由に商売ができないフランチャイズに嫌気がさし独立を決意します。その結果、創業したのがワタミです。

このように渡邊さんは、チャレンジャーであるがゆえに苦労も絶えなかった。渡邊さんも、多くの創業者同様、とてつもない突進力と忍耐力を持っています。だから、「命がけ」や「死ぬまで」という言葉をよく使う。その潜在心理を読むと、自分がやってきたことは、他の人もできると思い、自分を見習って欲しいと願うところがあるのではないのでしょうか。だから、受け取り方によっては、単なる「厳しい経営者」ではなく「ブラックな経営者」になってしまう。それも、過労死した社員が出てしまうと、厳しいでは済まされなくなります。

京都に日本電産という急成長したモーターメーカーがあります。創業社長の永守重信さんは非常に厳しい経営者ですが、話にはいつもユーモアがあり、講演会などでは会場を湧かせます。インタビューしていても、必ず印象に残る言葉を残してくれます。

永守さんは、28歳の時に京都市のプレハブ小屋で日本電産を創業し、ハードディスク駆動装置用モーターで世界シェア断トツ首位を獲得しました。永守社長は、20年ほど前の経験から次のような例え話をします。

「『日本電産に入りたい』と思い、日本電産一本に絞って応募して来る三流大学の天橋立大学(仮名)の学生。方や『他の会社に行きたかったけれど不採用だっ

たから仕方なく来た』とと思っている京都大学の学生。二人に採用通知を出したとします。反応はまったく違います。天橋立大学の学生は歓喜しさっそく親に連絡する。母親も赤飯を炊いて祝います。ところが、京都大学の学生は『こんな会社に受かるのは当たり前』とすました顔でいる。二人が入社したとき、どちらが成果を上げるといいますか。答えははっきりしています。天橋立大学の学生です」

その理由について永守さんは持論を展開します。
「私は、天才を別にして、頭の良い人とそうでない人の差は、せいぜい2〜3倍程度です。しかし、やる気のある人とやる気のない人では、意識がまったく違い、仕事の成果に100倍の差が生まれます。IQ（知能指数）とEQ（心の知能指数）という言葉に置き換えれば、わが社はこれまで徹底的にEQの高い人を採用してきました」

筆者も同感です。確かに、一流大学の学生の中には、IQとEQが両方とも高い人がいる。しかし、「一流大学」の看板だけをあてにしていると期待はずれに終わることもある。なぜなら、永守氏が指摘するように、「変なプライド」が邪魔をしている場合があるからです。自信がある割には、企業が求める「問題解決能力」「行動力」「コミュニケーション能力」の3条件に欠ける人が少なくありません。その背景には、試験、受験にターゲットを絞った「想定された答を見つけさせる教育」があります。その結果、自ら未知の分野を探索しようと行動もせず、人と議論しようとする学生が増えています。ビジネスを行う上で、これでは困ります。

企業が社員に求めるこれら3条件は、企業人としては必須であり、受験秀才が幼少から受けて来た「英才教育」により磨かれた能力よりも優先される資質です。この能力を発揮し「実るほど頭を垂れる稲穂かな」を体現してくれる人物こそ逸材となるでしょう。

加護野忠男・神戸大学名誉教授は「経営の精神」について言及されており、「企業精神」、「営利精神」、「市民精神」の三つの精神がバランスを保たなくてはならない、と主張されています。その中でも、近年、市民精神が大変注目されています。

振り返れば、日本には元々、こういう精神はありました。私は「お役立ちの精神」と言っていますが、その背景には、売り手よし、買い手よし、世間よし、から成り立つ近江商人の「三方よし」があります。それに加えて、武士道、村社会などの伝統的要因がありました。さらに、明治以降、キリスト教を中心とした欧米思想が入ってきたのです。

つまり、近年、日本でも「ソーシャルビジネス」が注目されていますが、今に始まったことではないのです。補足しておきますと、「おもてなし」と同様に「ホスピタリティ」という言葉がよく使われるようになりましたが、ホスピタリティ・マネジメントという経営学の新領域での定義では、サービス、おもてなし、ホスピタリティ、の意味はすべて異なります。本当は、キリスト教圏文化がわからないとホ

スピタリティを理解できないはずですよ。

すでに経営と愛の関係についてお話しましたが、「愛」そのものはキリスト教に基づく概念です。その中でも、困っている人を助けようとする隣人愛はその中核を成しています。日本の「お役立ちの精神」にも通じます。そして、これらの概念は道徳的な精神と受け取れますが、人々が困っていることに着眼すれば、新しいビジネスが創造できるという気づきにも繋がります。

（写真を指して）この人はイエメンの女性活動家、タワックル・カルマンさんです。サレハ大統領退陣を要求するデモに当初から参加し同国で民主化運動のシンボリック的存在になり、2011年ノーベル平和賞を受賞しました。もし、あなたが社長だったら、この動きを見て、どのような意思決定を下しますか。

実は、新市場開拓を思いついた会社があるのです。新興市場中心に好業績を持続しているユニ・チャームです。この会社は高原慶一郎さんという方が創業し、現在は、息子の高原豪久さんが社長を務めておられます。

そもそも、高原慶一郎さんは、日本でも女性の社会進出が本格化すると、生理を迎えた女性は困るだろう。ならば、これからは生理用品が売れる、と考えました。同様の動きがアラブ圏でも起こると確信します。なぜなら、女性が外で働いてはいけないとされていたイスラム社会で、女性がデモの先頭に立つようになったからです。

次に、ロック・フィールドの事例です。今では当たり前のようになったデパ地下で見るとお惣菜をビジネスにして成功した神戸の会社です。創業者のお名前が岩田さんなので、それを英語化してロック（岩）・フィールド（田）にしたとのこと。岩田さんは、家で着物、洋服をつくらなくなったように、料理も家で作らなくなるだろう、と予測したのです。その背景も女性の社会進出です。奥さんたちが手間のかかる料理はつらなくなる。手を抜きたいと思う。その結果、お惣菜が売れると読んだのです。

ユニ・チャームやロック・フィールドだけでなく、ニュービジネスのアイデアを創出し開花させる要諦は、人々が困った点に着目し社会の変化を予測することです。

思いつきだけではダメです。経営学で言えば、マーケティング、製品開発、競争戦略、経営戦略などを勉強すれば効率よくツボを押さえることができます。

では、社会の変化を予測する場合、何に注目すればいいのでしょうか。まず、最近叫ばれている「グローバル化」に目を向けてみましょう。円安で国内空洞化にブレーキがかかるという見方も出ていますが、現実的には、製造業を中心に企業はますます外へ出て行っています。製造業の就業者人口を見ると毎年減り続けています。岡山においても他人ごとではない。グローバル化の波は着実に押し寄せているのです。

ここにいる岡山商科大学の学生が大企業に入ろうが、中小企業に入ろうが、新興国に駐在させられる可能性は、少なくともありません。そのような声がかかったら、進んで挙手してください。岡山で生まれ育った人がどんどん



海外へ出ていき、そこで経験を積み、岡山へ戻ってきて何か始められるといいのではないのでしょうか。「地域重視」、「地域密着」が声高に言われていますが、それは、何も内向きになることを意味していません。親が内向きであれば、息子、娘も内向きになります。これでは、青年は大志を抱かなくなる。そのような国や地域に未来はありません。

若者がアメリカに憧れ外向きになったことが、戦後、日本が急成長した要因の一つとして考えられます。日本以上に外向きになり、その知恵をフィードバックすることにより急成長したのが台湾です。

戦後、台湾がまだ生活水準が低かった頃に、お金持ちの子弟を中心にどんどんアメリカへ留学し、卒業後、現地企業に就職し仕事を覚えた。その後、台湾が経済的に豊かになったのを機に、相次いで帰国してきたのです。彼らの多くは、急成長していたICT産業で働き知識だけではなく、人脈も拡大していました。アメリカのICTソサエティと太いパイプを活用し、台湾にICT関連のビジネスを次々と立ち上げ成功させます。パソコンだけでなく、液晶、半導体という部品産業が隆盛したのもこの流れに沿ったものです。

同じような動きが、今、インドでも起こっています。アメリカのシリコンバレーのようなハイテク産業集積地で活躍したインド人が帰国し、急成長しているインドICT産業を盛り上げています。

これからのグローバル化を考える場合、台湾やインドの事例は参考になります。岡山を愛することはいいことですが、若者はとにかくどこかへ出て行って、外の空気を吸ってきて欲しいものです。岡山から出て大きくなり、また戻ってきて、自己の経験、知識をフィードバックする。グローバルに羽ばたき凱旋するという人が増えれば、岡山はイノベーションな発展を遂げます。岡山を出ていくことは、決して岡山を捨てることにはなりません。むしろ、小さく閉じこもり、井の中の蛙でいることのほうが、岡山を見捨てることになります。どうぞ、留学のチャンスがあったら、積極的に新興国あたりへ行って下さい。

リニア新幹線が大阪まで延びれば、岡山を拠点とした活動範囲も格段に広がります。超音速旅客機が実用化されれば、羽田、成田、そして関西国際空港からロサンゼルスまで数時間で行けるようになります。今の大学生

が働き盛りである間に可能になるかもしれません。そうになると、「岡山発グローバル」は絵にかいた餅ではなくなります。

では、グローバルに展開し、勝戦を進めるには、どのような戦略が求められるのでしょうか。この疑問に答えるため、一橋大学の延岡健太郎教授の理論を紹介しておきましょう。延岡先生は、以前、神戸大学にいらしたMOT（技術経営）の専門家です。元マツダのエンジニアで、その後、MITで学位を取得されました。延岡先生は「機能的価値」、「意味的価値」という言葉を使っておられます。たとえば、私が今身に着けているセイコーの腕時計は、スイス・ローレックスの時計より正確に時を刻んでいることでしょうか。なぜなら、セイコー製品は電波時計という最先端の機能を搭載しているからです。対して、ローレックス製品は、旧来の機械式です。ところが、価格となると、ローレックスの方が何倍も高いわけです。それは、ローレックスを購入しようとしている人が、「スイスの高級時計」という意味を感じて買っているからです。機能よりも意味が優っているのです。

日本はいい製品、いい機能を手頃な値段で売る努力をものすごくしてきた国です。その役割を今、中国、韓国、台湾が果たしています。消費者が求める以上の機能ばかり追求してしまい、意味的価値をおろそかにしていた日本は段々しんどくなってきました。今こそ、高く売る努力をしないといけない。なんか悪い事をしているように思う日本人もいるかもしれませんが、決してそうではありません。価値あるものづくりとは、こういうことなのです。このような発想を、岡山発グローバル化にも応用できます。

岡山のブドウは高いです。それにも関わらず購入者が、岡山のブドウは特別おいしい、という意味を感じているから高くても売れるのです。

さらに私は、延岡先生の理論に加えて「憧れの価値」を提唱しています。何も、AKBに対抗できるような岡山のアイドルをデビューさせよ、と言っているわけではありません。それも悪くはないのですが、お堅い産業でもいえます。

岡山ベンチャーの星になろうとしていた林原は、技術面では立派な会社でした。しかし、偽装会計で墓穴を掘ってしまいました。本当に惜しいことをしました。うまく行けば岡山の基幹産業になり、「岡山バイオバレー」が実現していたかもしれない。フルーツで街興しもいいのですが、それ以上に付加価値の高い産業を岡山から創出（創職）できればいい。愛知県といえばトヨタという感じで、岡山といえばこれ、といえる差別化された産業を構築することが焦眉の急です。

そこで、ヒントになるのが2012年に欧米で大ヒットした由紀さおりさんの「夜明けのスカット」です。1969年にリリースされた歌謡曲です。日本人の中で誰が、この曲が爆発的に再ヒットすると予測していたのでしょうか。「夜明けのスカット」の大ヒットは、こんなものは売れないと思っていたても、場（条件）を変えればブレイクすることがある

かもしれない証明です。岡山にも人々が気づいていない財宝が隠されているはずですよ。

では、宝の持ち腐れにしないためにも、「鋭い気づき」と「斬新な発想力」が必要です。これが「創職」には不可欠です。

2013年、「きゃりーぱみゅぱみゅ」はフランス、台湾などをはじめ、数カ国でツアーを断行しました。20歳にして、世界を舞台に大活躍しています。日本の新しい輸出商品です。ビートルズが音楽というものを「グローバル商品」にしましたが、彼女は、制作サイドと協働し日本の意味的価値を創出しました。

インテリジェンスという人材派遣会社のCMに彼女は登場していますが、CM制作のときに彼女と出会った同社の担当者は「あんなにしっかりしている18歳（当時）はいない」と言っていました。彼女のシーンから一つヒントを得るとしたら、由紀さおりさんは昔の名前で出ていますが、きゃりーぱみゅぱみゅは、クールジャパンの波にうまく乗り、アレンジしたことです。例えば彼女の曲を聴いてみると、歌詞の中で、「ふりそでーしょん」という単語が出てきます。着物の「振袖」に英語の「デーション」をつけて「ふりそでーしょん」という造語を創造したのです。これは面白い。

実は、この発想は、明治時代にすでに見られました。日本が陶器を欧米に輸出しようとしたとき、パリ万博をきっかけに欧米人受けするように絵柄を考え、ジャパネスクブームに乗ったのです。

前出の飯田さん（セコム創業者）は、「何で儲かっているのかわからない、艶っぽい企業にならなくては」というのです。これを岡山に言い換えて、艶っぽい岡山にしてみてもどうでしょうか。何もここを芸者さんの街にしようという提案ではありません。「なぜ儲かっているのかわからない」というのがミソです。これまで、日本のテレビメーカーは、戦略がみえみえでした。だから、韓国や中国に容易にキャッチアップされたのです。競争力が見えにくい産業基盤を築くことが、激化するグローバル競争の中で生き残れる秘訣でしょう。まさに、日本企業の新たな「志」です。

2013年のNHK「大河ドラマ」（同年12月15日で最終回）で放映された「八重の桜」では、同志社大学を創設した新島襄の妻である新島八重が主人公として描かれました。八重が、子供の頃に毎日復唱された言葉に「什（じゅう）の掟」があります。会津武家の子ども達は皆、この教えを叩き込まれます。「ならぬことはならぬものです」—これはドラマのキーワードでもありました。

「志」を曲げてはならぬ、という意味です。

皆さん、どのような志のもとに人生を送りますか、送っていますか。まずは喰いぶちを確保しなくては生活できません。国民の義務である納税も果たせません。下品な意味で、「食い扶持」と言っているわけではありません。

「志」を実現する上でも重要なことです。今こそ、このことを真剣に考えなくてはならないのに、残念ながら、

現在の日本では、この発想が軽視されています。

先ほどお話しした永守さんの息子さんはお二人とも、サラリーマンを経験した後、起業しておられます。その家庭教育の基本は「食い扶持」でした。「どうやって食べていくのかまず考えろ。考えついてから、それに必要な勉強に集中しろ」と。そして、「おまえ、いつこの家から出て行くんだ」と問い詰めたそうです。まさに、「創職」の基本は、この永守さんの言葉に含まれているシンプルな要素かと思います。

ところが、この一見無骨ですが重要な会話が、家庭だけでなく大学でも語られていないのではないのでしょうか。今や、多くの大学で「面倒見のいい教育」が唱えられていますが、大学も親も勘違いしてはいけません。本当に面倒見が良い教育、とは手取り足取り教えてあげることではありません。トヨタ自動車ではないですが、「答を教える指示するのではなく、現場の人に自発的に考えさせる」ことが重要なのです。

最後に結論です。「創職」を実現するには、どうしなくては行けないか。ここは大学ということもあり、私は「ビジネス・リベラルアーツ」という言葉と概念を提唱します。今、大学は教養を重視するところが増えてきました。「最近、教養に欠けた新卒者があまりにも多い」という実業界の声に応えた動きかもしれません。

では「商科大学」にとって教養とは何か。それは、ビジネスに関する教養ですから、英語で言うと「ビジネス・リベラルアーツ」になります。「教養」と聞けば、すなわち、机上の空論、と思われるかもしれませんが。そうではなく、「食い扶持」をつくる上で役立つ知的バックグラウンドです。前述した、コミュニケーション能力、愛嬌、ユーモアなども含み、ビジネス現象を洞察する能力（ビジネス・インサイト）を指しています。

理論は絶対軽視してはいけません。理論を知っていれば大成功はしなくても、失敗のリスクは大幅に軽減されます。それから、実務家が長年の経験に基づき築いた「持論」も、すでに理論化されていることが少なくありません。つまり、理論を知れば、時間の節約になり、効率的なビジネス人生を送ることができます。言い換えれば、余った時間を使い、より大きな仕事ができるのです。

しかし、理論だけで、世の中を渡れると思っていたら大きな勘違いです。そんなことは、実務家なら誰でも分かっています。今、経済学だけでなく、経営学も統計分析を駆使した合理的なサイエンスへ向かう傾向が顕著です。さらに、「ビッグデータ・ブーム」が拍車をかけています。しかし、合理的であると考え実行したことが、結果的に合理的でないことがあります。現実のビジネス社会で「創職」を実践する場合、この示唆を実感されることでしょう。ビジネスの荒波にもまれ、泥水を飲んだ後に成功を遂げた著名経営者と多く対話してきた私は、大学という世界に身を置き、この思いをさらに強めております。

さあ、みなさん、「創職系」を目指しましょう。ご静聴ありがとうございました。

共同研究

地方都市における中堅印刷及び、同関連産業の 業態変革についてのシナリオ手法を用いた 戦略構築の研究

西尾総合印刷株式会社 常務取締役 内藤 功一
営業部 川井 保裕 営業部 赤木 基純
総務部 西尾 雅吉

岡山商科大学 担当教員

研究代表者 経営学部准教授 高林 宏一
経営学部教授 田中 潔

この研究に求めたもの

我々地方企業における業界の将来像とは、とかく見つけ出しにくいものであり、営業戦略や経営方針の意思決定も困難な時代となっている。

このようなビジネス環境から、2011年度より共同研究を開始した「地方都市における中堅印刷及び、同関連産業の業態変革についてシナリオ手法を用いた戦略構築の研究」の中で、これまで行っていた営業会議やプロジェクト会議の運営方法では対処できない事案が増えつつあった。そこで、新たな手法として、望ましい企業の未来像を具体的なストーリーとして複数作成し、戦略を立てることで企業内の統一したコンセプトに基づいた意志決定や問題への関心領域を広げることができた。また、社内共有の避けるべきリスクなどの意識が浸透しやすくなるであろうと考えた。同様に、職員が顧客先での個別交渉などの場面において、複雑化した事柄にも対応できるスキルの向上が得られるであろうと考えた。

総じて、顧客からの要望は、不規則、不定期的要因や環境変化、不確実性の連鎖が常であり、そつなく処理するためには具体的なストーリーに置き換え理解し、複数のストーリーを再構築できれば、競合他社より迅速に学習し、社内での説明・課題等も伝わりやすく、部内、社内においても戦略立案、検証、実行などもより安定して対応のできる新たな組織・チーム体制も整いやすくなるであろうと考えた。

(1) 研究で明らかになってきたトレンド

1) 職員が持つ社内環境や不安要因を明らかにする

無記名方式で営業部14名に個別アンケートを実施したところ、「価格競争の激化」、「顧客情報の未共有」、「内部情報の未整理」、「検証の未処理」、「将来への不安」など、約50項目に振り分け出来る回答が得られた。

最も多かった回答は、「価格競争の激化」20%で、顧客間や競合他社との関係が一層厳しくなってきたことが分かる。次に多かったのは複数回答有りの「顧客情報の未共有」、「内部情報の未整理」で各15%に集約できたが、社内、部内での有益なプラットホームがないか、機能していないと考える職員が多いということであろう。その他、「従業員の高齢化」、「就業社員の年齢構成の歪」、「顧客ニーズの多様化」などの個別特性への不安を持つ回答も複数あった。

2) 職員が考える経営方針、将来ビジョンとは

同様に、わが社の将来ビジョンを「経営陣がどう考えているのか」のアンケート調査を1年ごと5回実施し、次のような内容の回答が得られた。

回答の多かった順に、「印刷資材の高騰と利益への影響」、「全体のパイの縮小による価格競争」、「環境問題による規制の増加」、「紙メディアからデジタルメディアへの加速度的に移行」、「海外企業の進出、外国人労働者の増加」、「消費税増税による著しい市場の縮小」が今後の不安要因として経営陣が考えているだろう、と推測している。

職員が望む「理想のわが社」との意見が寄せられ、「印刷会社だからこそできる近隣、地域社会の情報発信媒体としての資料館」になるべきではないか、と提言し、「印刷会社では、さまざまな情報が原稿として入ってくる。しかし、業務ではそんな“情報”を吟味・考察する余裕はなく素通りしてしまうだけである。その場限りの“情報”も発行者の許可さえ取れば、私たちが公開することで誰かが必要とする新たな“情報”になることもありえると考え。これまで何十年も培ってきた技術を、広く紹介できるスペース“場”を提供し、地域の方々の出会いや憩い、交流を補助していく活動をはじめると、印刷業がどのような仕事をし、社会にどう貢献しているか自然と理解していただけるのではないのか」。だからこそわれわれは「夢の資料館」になるべきだ、としている。

3) 経営部門の考える方向性とは

業界の市場縮小が進み、他業種からの参入が増え、価格競争はさらに激化する。県下における印刷関連業の就業者人員も減少を続けている。紙メディアからデジタルへの移行が加速度的に進行してきている。就業人員の補充も景気の不透明、業績の減収により自然減もしくは削減の方向に進んでいる。市場の縮小により売り上げの減少を企業内部では節約・効率化により削減し、営業的には新規顧客の開拓等市場の拡大を検討しているのが実情である。

また、地域を活性目標に活動しているが新規企画で模索しているのが現状である。

(2) 研究で得られた「こと」

1) 中間報告で明らかになった事実

「瀬戸内海経済レポート2011年度版」[1]に掲載された、岡山県内の印刷業者及び、同関連産業の財務、主要取引などに着目し、改めて内部検証や他社動向などを担当者層、役職者層それぞれで分析・研究が出来たこと、様々な対象顧客のニーズ・シーズへ他社はどのように対応していったかの検証を企業間提携、M&A、廃業・新設動向と照らし合わせながら業態変革に対する戦略検討及び構築の有力な参考資料として役立つこととなった。

2) 印刷等業務の企業動向

2012年実施の企業アンケート調査[2]により、製造業は中規模・小規模企業が、卸小売業や非製造業では小規模企業が多く回答を寄せていただき、印刷物の作成や発注についての有益な情報が得られた。

この中で、特に着目した情報として、外部発注への選択は通常印刷の場合、「納期」34%、「品質」31%、「過去の付き合い」24%が上位を占め、特別印刷の場合には、「品質」44%、「納期」23%を重要視していることが分かった。

これは、印刷物の外注において、「過去の付き合い」や「会社のつながり」、納期は「通常印刷」で支持が高く、特別印刷では「カラーちらし」や「品質、営業の馴染み」などの感度へ注視すべきであるため、早期に部門設置組換えや人材配置なども含めた組織的な対応が必要なことを認識できた。

(3) 今後の取り組むべき方向「業態変革へ」。

1) 新たな取り組み

(1)-1)、-2)を実施したことで細部にわたる「いま」と「これから」についての職員個々の考えや重要と考えられている要因・ドライバーが明らかになった。特に、①サービスのアウトソーシング、②少子高齢化、③SNSの普及、④企業のコスト削減、⑤ペーパーレスの普及、⑥既存業態や専有化が著名な市場の縮小、⑦異業種、同業、社内、別部門からの新サービスの提供や参入、を主要ドライバーとしてそれぞれに示し、今後1,2,3,4,5年後を想像できるストーリーを策定した。

このストーリーを題材とした社内研修などを開催し、職員の意識変化や新たな行動を観察しているが、多少、一部の変化は見られるものの、全体に大きな変革が起こっていることは確認できていない。

また、(2)-1)の研究を「瀬戸内海経済レポート2008年度版」[3]掲載の企業にも発展させ、比較項目も事業内容、仕入先、販売先、関連会社及び年間売上高、業績推移データなどに広げたことで、新たに、全22社中6割の企業が、印刷種別別、形態別、売上高別リスト／サービス印刷類への事業傾斜しつつあることが明らかになっており、これまで競合が激しく、売上・利益高的にもあまりよくないと見えた、事務用品印刷や出版印刷類に競合他社の活動空白エリアが新たに発生しつつあることが明らかになっている。

ゆえに、組織の見直しを進め会議の在り方を再検討し、命令系統の簡素化を行うこと、従来の営業部全員での会議を改め、営業部内をグループ長を中心としたグループ制にし、決定・報告行動の迅速化を図り、会社経営側、管理、一般職員3グループの長による体制を整え、シナリオ手法を取り入れることで、まだ定着していない、明らかに誰でも分かる「ストーリー」戦略による運営体制が、徐々ではあるが浸透していくと考えている。

どうすればうまくできるのか、定型化していない事案や申し出へのマニュアル策定ではなく、常に役職員や顧客、近隣地区住民の「場」から得られる周辺環境の変化を単純な「言葉」にかえて、「夢の資料館」に業態変革できるような心がけたい。

参考文献

- [1]瀬戸内海経済レポート、『2011年度版岡山企業年報』、瀬戸内海経済レポート2012年
- [2]田中等(2012)、地方都市における企業の印刷動向、日本計算機統計学会大会論文集、pp.145-148
- [3]瀬戸内海経済レポート、『2008年度版岡山企業年報』、瀬戸内海経済レポート2009年



韓国における消費者の意識調査研究

—「中国人向け金融サービスの研究」の比較対象研究—

株式会社ビートシステムサービス CFO 高山 美樹
経営学部 准教授 蒲 和重

1. 韓国における調査研究の目的と基本事項について

株式会社ビートシステムサービスとの共同研究では、中国人がどのような金融サービス（消費者信用、保険など）を求めているのかについて日中両国で調査を行い、最終的に、留学やビジネス・観光等で来日する中国人に対して、金融・流通業者等がとるべき戦略について提言することを狙いとしている。その第一段階として、2011年に中国人の耐久消費財についての消費行動、および、金融サービス（特に消費者信用）についての意識調査を行った¹（以下、「中国調査」と呼ぶ）。その結果、「中国では将来世代交代が進むにつれて借金に対する抵抗感が薄れていくだろうということ。また、クレジットカードについては若い年代ほど保有比率が高く、また供給側の銀行も発行枚数の増加が収入増につながることもあり、クレジットカードの利用が今後増大していくだろうということ」などが予測できることが明らかになった。

第二段階の調査研究は、中国での第1回目の調査研究の比較研究先として韓国を選定し2012年8月から韓国人の意識調査研究を開始した。韓国を選定した理由は、日本と地理的に近く、経済的に相互依存度が高い国のひとつであるからである。日本と中国、韓国の人口を比較する（総務省統計局）と、日本1.3億人、中国13.4億人と比べると韓国は約5千万人であり、それらの人口をもった国々が隣接しているのであるから人や物の往来が相互に生まれるのは必然である。

図表1 データの年代別構成比

世代	実数(人)	構成比(%)
全体	120	100
10代	7	5.8
20代	87	72.5
30代	10	8.3
40代	7	5.8
50代	7	5.8
60代以上	2	1.7

今回のアンケート調査（以下、「韓国調査」と呼ぶ）は2013年11月7日から11月10日にかけて韓国を訪問し、岡山商科大学の提携校である忠清大学校²日本語通訳学科の徳永裕亮教授の協力を得て行ったものである。忠

清大学校の所在地の最寄り駅はソウル駅からKTX（韓国版新幹線）を利用する場合、南方向へ45分程度の場所である。実際の調査は11月全般の土日を中心に行われた。

図表1で明らかなように、今回得られたデータのアンケート調査対象全体の実数が120と少なく、なおかつ、20代が全体の72.5%を占めている。この理由は、アンケート調査の調査員が忠清大学校日本語通訳学科の学生であり、ほぼ対面調査で、本人とその家庭、知人、親戚等周囲の人物を対象に調査を行ったことによる。居住地が大学の所在地周辺に偏らないように、ソウル等に住む人物をある程度混在させるように努力したが、データが非常に偏ったものになってしまった。そこで、「韓国調査」についての分析を年齢別に行うことは困難であると言わざるを得ない。第1回の「中国調査」でも学生に協力を得て調査を行ったために20代が41%と最も多くなったが、「韓国調査」と比較して年齢の偏りはなく、中国全体の人口構成比と同様、ベビーブーマーである40代とその子の年代である20代が他の年代より多いという構成比であった。

なお、「中国調査」では個々の年収の調査が可能であったが、年収について「韓国では誰も答えてくれませんよ」という徳永教授の助言をもとに「韓国調査」では調査項目そのものを設けていない。

1 調査は2011年9月に中国・大連市において実施した。

2 大韓民国、忠清北道清原郡江内面月谷里330番地

2. 調査結果・消費者信用の利用に対する人々の考え方

図表2 なんでもお金をためてから買うべきだと思っていますか？

	実数	構成比(%)
全体 YES	59	49.2
NO	61	50.8
20代 YES	38	43.7
NO	49	56.3
30代 YES	7	70.0
NO	3	30.0
40代 YES	4	57.1
NO	3	42.9
50代以上 YES	6	66.7
NO	3	33.3

「中国調査」と同様に「韓国調査」でも消費者信用の利用に対する人々の考え方を知るために、「なんでもお金をためてから買うべきだと思っていますか?」という質問を行った。その結果が図表2である。

「中国調査」では全年代の78%が「なんでもお金をためてから買うべきだ」と思っているという結果が出ており、「中国人は借金してまで何かを買ったりしない」といわれる通説が裏付けられた。さらに、調査を年代別にみると、「はい」と回答した比率が50代94%、40代84%、30代74%、20代70%というように若い年代ほど借金に対する抵抗感が薄れていることが理解でき、将来世代交代が進むにつれて消費者信用需要の増加がもたらされることが推測できた。

「韓国調査」では図表2から、全体のほぼ半数が「なんでもお金をためてから買うべきだ」と思っているという結果が出ており、「中国調査」と比較して明確な違いがあると言える。特に最大のデータ数を持つ20代の場合、調査対象の43.7%が「なんでもお金をためてから買うべきだ」と思っているが、これは全体の49.2%よりも低くなっている。また、「中国調査」の結果で20代が約70%であったことから考えると、韓国人の借金に対する抵抗感が中国人よりも低いことが分かる。韓国と中国だけの比較ではあるが、逆に言えば、「中国人は借金してまで何かを買ったりしない」といわれる傾向が韓国人と比較して明確であると言える。

3. クレジットカードについて

クレジットカードについては、「韓国調査」では調査対象全体の46.7%が保有しており、残りの約53.3%が保有していない。「中国調査」では調査対象全体の35%が保有しており、残りの約65%が保有していなかったため、それと比較すると韓国でのクレジットカード保有率が高いことが理解できる。しかし、忠清大学の徳永教授によれば、この調査結果と韓国での実際の生活者としての感覚がずれていると感じているとのことであり、以下のような意見を寄せられている。

『クレジットカードの所持如何を問う質問に「所持せず」と回答した者が相当数いますが、その原因について私の個人的な意見は

1. 対象が学生であるため
2. 「直払(直接支払いの略語)カード」を所持の2点が考えられるのではないかと思います。

「直払カード」とは個人の信用で品物の購入、現金貸し出しサービスを行うクレジットカードとは違って、現在銀行口座にある現金残高分だけのサービスを提供するカードです。近来、個人・家庭の借金が大幅に増え、個人破産の急増などが社会問題になっている韓国で、衝動買いの抑制や個人負債の削減のため政府の主導でク

レジットカードの使用を減らし、年末調整時の控除率を高めるなど「直払カード」の使用を奨励する傾向があります。』

おそらく、「直払カード」とはデビットカードのことだと思われるが、韓国におけるデビットカードの普及等、多様な支払い手段についても検討する余地があったと言える。

4. おわりに

今回の「韓国調査」では調査対象の偏りにそもそもの問題点があるが、大まかな観点からは中国人の意識調査結果を韓国人のそれと比較することでよりはっきりさせることができた。特に、「中国人は借金してまで何かを買ったりしない」といわれる傾向または通説が韓国人と比較して明確であることが理解できた。

なお、本雑誌の文字数制約から耐久消費財等についての分析には言及できないが、論文にまとめたものを提示したいと計画している。今後の課題としては、中国韓国の両方で調査内容および調査方法を再検討する必要がある。

今回の「韓国調査」でお世話になった忠清大学校日本語通訳学科の徳永裕亮教授、日本語通訳学科の学生の皆さんに改めて御礼を申し上げます。また、通訳として活躍してくれた岡山商科大学蒲ゼミOBの権ジフン君に御礼を申し上げます。



徳永先生(右)と蒲、忠清大学(韓国)にて

「経済産業省・まちなか健康サポート施設整備調査分析事業」アンケート調査等を実施して



経営学部 教授 三好 宏

1. はじめに

本稿の目的は、津山市に所在する城南商店街協同組合(以下、城南商店街と表記)と津山街づくり株式会社から本学が受託した調査研究の内容を報告することである。

そもそもこの調査分析事業は、城南商店街と津山街づくり株式会社が交付を受けた経済産業省の「平成24年度 地域商業再生事業(地域状況調査分析事業)」の補助金によって行われたものである。

しかし、紙数の都合上ここではすべての調査分析の内容を掲載することはできないので、調査分析事業の概要と、その一部の調査の、特に商店街のコミュニティ機能という視点での調査結果について紹介することにしたい。

2. 調査分析事業の概要

(1) 調査分析事業の目的

今回の調査分析事業の目的は、城南商店街と津山街づくり株式会社が、経済産業省の「地域商業再生事業」の補助金を活用した商店街の活性化事業計画に対して、その事業の妥当性や採算性等があるのかを、補助金申請に先立って各種調査によって検討するというものである。

その事業とは、城南商店街周辺に居住する住民や来店客等を対象としたヨガやダンス、体操、トレーニング教室を商店街の空き店舗に整備し、来店者を増やすと同時に、地域住民の健康をサポートすることで、地域コミュニティの再生にもつなげようとする取り組みである。そして、具体的な健康サポートの内容とは、次のようなことである。

- ①高齢者の日常生活動作に必要な筋力の維持・増進を目指した健康サポート事業
- ②中学校のダンス必修化によるスポーツの要素や健康増進へのニーズを満たし、小中学校生の放課後の一時預かりの要素も併せ持った、ダンスと英会話を組み合わせたキッズ対象のダンス教室
- ③子供を送迎する母親や独身女性等をターゲットにしたヨガ教室
- ④体力増強や健康増進を目的としたフィットネスクラブ

さらに、この健康サポート事業と連動させ、中心市街地の中で城南商店街を「美容・健康ゾーン」として周辺環境を整備する事業の展開にもつなげる予定である。

(2) 調査の概要

本調査分析事業では上記目的を達成するために、津山市の各種統計データ等の利用に加え、以下の4つの調査を実施した。

①住民アンケート調査(H25. 2月9日配布、郵便による返送)

・城南商店街の周辺住民へのアンケート(有効回答数232票・回収率40.3%)

②来街者調査(H25. 2月9～11日の3日間)

・城南商店街に位置する食品スーパー「DSイズミ」の来店客に対するヒアリング形式のアンケート(有効回答数605票)

③町内会組織へのヒアリング調査(H25. 2月14日実施)

・城南商店街の周辺地域である津山市連合町内会城南支部、城東支部の一部のうち、計8町内会役員への聞き取り



④児童クラブへの調査(H25. 2月9日から順次配布、郵便による返送)

・城南商店街を学区に含む、近接小学校区の6児童クラブの保護者へのアンケート(有効回答数131票・回収率32.8%)

3. 調査結果(一部)

冒頭にも述べたように、紙数の問題もあるので、ここでは

上記4つの調査のうち、①の城南商店街の周辺住民へのアンケートの回答者属性と、商店街の地域コミュニティ機能に関する質問の回答を示そう。

はじめに回答者属性では、表1を見れば明らかのように、回答をしてくれた230人のうち、女性が154人(67.0%)、年齢では232人のうち、60歳以上が167人(71.9%)と大半を占めている。それを反映してか、職業では「専業主婦」、「無職」と回答した人が、合計で48.4%と約半数に上る(表2参照)。

表1. 性別・年齢(人)

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	合計
男	0	0	7	8	13	18	21	9	76
女	0	1	7	8	21	41	49	27	154
無回答	0	0	0	0	0	0	1	1	2
合計	0	1	14	16	34	59	71	37	232
割合	0.0%	0.4%	6.0%	6.9%	14.7%	25.4%	30.6%	15.9%	100.0%

表2. 職業(人)

会社員・公務員・団体職員	パート・アルバイト	専業主婦	自営業	農林業	学生	無職	その他	合計
35	15	42	60	1	0	69	7	229
15.3%	6.6%	18.3%	26.2%	0.4%	0.0%	30.1%	3.1%	100.0%

(無回答3人)

次に、商店街のコミュニティ機能についてみてみよう。もっともコミュニティ機能とは一体どのようなことを指すのかについては、明確な統一見解はないのだが、調査ではハード面、ソフト面に分けて次のような質問を行った。

ハード面に関しては、商店街の中に特にあればよいと思う施設は何かという質問をし、回答結果は「無料駐車場」98人(42.2%)、「娯楽施設」73人(31.5%)、「公衆トイレ」67人(28.9%)、公共機関の出先施設56人(24.1%)という順になった(表3)。

表3. 商店街の中に、あればよいと思う施設(人)

無料駐車場	娯楽施設	公衆トイレ	公共機関の出先施設	福祉・医療施設	安全・快適な歩行空間	無料休憩所
98	73	67	56	49	47	39
42.2%	31.5%	28.9%	24.1%	21.1%	20.3%	16.8%
住民の交流スペース	イベント・展示施設	社会教育施設	駐輪場	託児所・保育施設(一時預かり含む)	その他	
39	36	16	12	8	9	
16.8%	15.5%	6.9%	5.2%	3.4%	3.9%	

また、住民アンケート調査の回答者は50代以上の人が多いからか、福祉・医療施設に対するニーズも比較的高い回答であった。

ソフト面では、商店街の活動として、特に積極的に取り組んでほしいと思う地域活動はあるかという問いをして、結果は「祭り・イベント」86人(37.1%)、「健康増進活動」64人(27.6%)、「防犯・防災活動」59人(25.4%)、「高齢者の見守り」52人(22.4%)、「美化活動」49人(21.1%)、「交通安全」42人(18.1%)と続いた(表4)。

さらに、こうしたコミュニティにおける活動によって商店

街が地域社会と積極的に関わることを評価する人、すなわち「非常に評価する」と「ある程度評価する」と回答した人の合計は、165人(76.7%)にも上った(表5)。

表4. 商店街として積極的に取り組んでほしい地域活動(人)

祭り・イベント	健康増進活動	防犯・防災活動	高齢者の見守り	美化活動	交通安全	リサイクル活動
86	64	59	52	49	42	39
37.1%	27.6%	25.4%	22.4%	21.1%	18.1%	16.8%
世代間交流	社会教育活動	子供の見守り	その他	特いない	その他	
31	27	26	10	30	9	
13.4%	11.6%	11.2%	4.3%	12.9%	3.9%	

(3つぐらいまで複数回答可)

表5. 商店街の地域活動に対する評価

非常に評価する	ある程度評価する	どちらでもない	あまり評価しない	全く評価しない	合計
46	119	29	17	4	215
21.4%	55.3%	13.5%	7.9%	1.9%	100.0%

4. 若干の考察

商店街のコミュニティ機能に関する3つの質問結果からいえることは、ハード面、ソフト面とも、地域住民は商店街に対してまずは賑わいの創出、娯楽提供という役割を期待していることがわかる。

また、今回の調査が健康サポート施設に関するアンケートであったことも影響してか、福祉・医療も含め健康増進に関わることへの関心が高いこともわかった。

さらに注目したいのは、商店街のこうした活動への評価である。大半の人が商店街の地域コミュニティに関わる活動を好意的にとらえている。今回の城南商店街、津山街づくり株式会社が計画している地域コミュニティに貢献しなからの商店街再生は、概ね支持されていると判断できよう。

しかし、そのためには着実な事業進展が必要であると同時に、単に商店街関係者だけの事業とするのではなく、地域住民やその他様々な人や組織を巻き込んだ取り組みにできるかが、今後の展開において重要ではないだろうか。

5. おわりに

今回の調査分析結果を受けて、この事業に対する補助金交付が認められ、平成26年1月18日に健康サポート施設はオープンした。

当然のことながら、施設ができてだけでこの事業は終わりではなく、これをスタートとして当初の計画通り、城南商店街が「美容・健康ゾーン」として生まれ変わらなければならない。本学としても、引き続きこの事業に対する協力は惜しまない所存である。

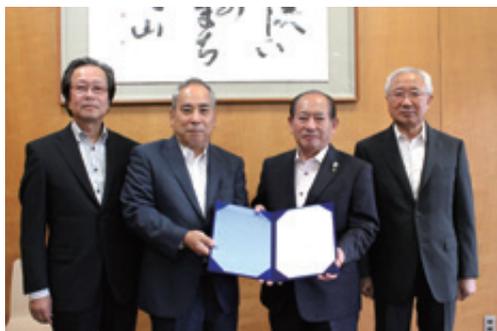
注：本稿は筆者が作成した「津山市城南商店街協同組合 津山街づくり株式会社 まちなか健康サポート施設整備調査分析事業報告書」の一部を加筆修正したものである。

2013年度包括協定

岡山市とのESDに関する 包括協定書調印について

平成25年9月18日に、岡山市との間で、「持続可能な開発のための教育:ESD」の環境、経済、社会及び教育に関する事項の推進等における協力をを行うための協定を結びました。

協定書では事業内容として、岡山ESDプロジェクトの実施に関する事業、持続可能な社会づくりに向けて、地域の社会・経済システムの継続・発展に繋がる人材の育成を図る事業、岡山市で開催される広域的なESD関連会議・イベントの運営支援に関する事業、岡山市のESD推進に関する学生・教員参加型社会・教育事業等を行うことを定めました。同日、第1回目となる「岡山商科大学と岡山市とのESD連携協定に基づく定例会議」を開催し、本学からは、大崎副学長と関係する教員が出席し、ESDの分野で大学と岡山市が協力していける分野や、ESD活動が盛んな地域、これから注力していくべき地域などについて意見交換を行いました。



2013.9.30 高谷前岡山市長を訪問



2013.11.24
ESDCafé国際塾



平成25年11月24日、こくさいこどもフォーラム岡山・インターキッズ国際塾(会長 今西通好氏、塾長 松畑熙一氏)による「ESD Café国際塾」が開催されました。この行事は、岡山市が提唱している「おかやまESDウイーク2013」参加事業の一環として、平成26年に開催される「ESD国際会議」のPRへの協力と、中学生・高校生の若い世代が世界と日本の現実を知ることを通じて、ESDの具体的な理解促進と将来「グローバル人材」として活躍する動機付けを行うことを目的に開催されました。

参加者は中学生・高校生、大学生など56名で、岡山商科大学からは、7名の学生と経済学部有利隆一教授が参加し、会場設営等の運営全体に関わるとともに、班別のワークショップでは、中学生・高校生による討議や作業、とりまとめの指導などの役割を果たしました。

主催者からは、商大生の参加に対して、感謝の言葉が述べられ、継続的な連携について期待が寄せられました。

平成26年1月25日・26日、岡山市立京山公民館で開催された「第9回岡山市北区京山地区ESDフェスティバル」に本学からボランティア学生と教職員が参加しました。中国からの留学生は「ワールドカフェ～世界の昼ご飯ってなあに?!～」の中で、中国の食文化についてクイズ形式などを通じて発表し、参加者の関心を集めました。また、小中学生を対象としてスタンプラリーを企画提案し、例年を大きく上回る大勢の子ども達に参加してもらうことが出来ました。スタンプラリー達成者は2日目の非常食(カレー)昼食会に無料で参加してもらいました。



2014.1.25・26
京山地区ESDフェスティバル



2014.1.25・26 京山地区ESDフェスティバル

新庄村との包括協定について

平成25年11月22日(金)、本学は新庄村との間で包括協定を締結しました。

岡山県真庭市新庄村とは、平成17年4月20日に岡山商科大学地域再生支援センターとの間で協定を結び、これまで「新庄村商大生フィールド調査」や「新庄村インターンシップ事業」など、多くの事業を実施してきました。

活動を進めていく中で、新庄村の地域特性プラットフォームの研究、新庄村の自然環境の保全活動など、地域再生支援センターの枠を超えた新たな活動が増えており、また年間を通じフィールドスタディを円滑に実施できる学内体制とするため、この度、新たに岡山商科大学と新庄村との協定を締結いたしました。

平成25年度から実施した新庄村との新たな取り組みとして、本学では、平成24年度文部科学省私立大学教育研究活性化設備整備事業に採択され、新庄村、瀬戸内市、津山商業高校にそれぞれ遠隔通信システムを導入しました。

遠隔通信システムを活用することで、地理的な制約を超え、それぞれ大学と役場に居ながらにして、連携事業に関する打ち合わせを、笹野村長や関係職員と行っています。また、経済学部多田憲一郎教授が毎年実施している商大生フィールド調査については、事前に参加学生からの質疑応答を同システムを利用して行うなど、これまでの連携事業に厚みを持たせることが可能となっています。

今回の包括協定の締結により、こうした設備の活用も今後ますます加速させていきます。



2013.11.22 協定書に調印する笹野村長(右)と井尻学長(左)



2013.11.22 協定書に調印する笹野村長(右)と井尻学長(左)



2013.11.22 協定内容について説明する大崎副学長

フィールドスタディの 取り組み

本学は、「地学地就」、つまり地域に関する知識を有する人材育成及び学生の現場力、地域力を高めることなど、実践教育活動を必要欠くべからざるものと考えています。こうした考えにもとづき地域実践活動を学生参画型で行うことにより、本学の学生の実践教育、教員の教育・研究活動をより多くの方に知っていただき、地域のみなさまとのさらなる連携を実現していきたいと思ひます。

韓国

22 講義「観光サービス実習」

2013.9.2~9 エルドラドリゾート(韓国・全羅南道新安郡)
授業科目「観光サービス実習」履修者 5名

- スバの受付、売店、HOUSEKEEPING部署での実習
- 経営学部 ソ ユンゾン 講師



西粟倉村

05 新しい金融システム (クラウドファンディング)を活用した 地域活性化についての実態調査

2013.8.5~6 英田郡西粟倉村
3年ゼミ生14名
(経営学部商学科FPコース)

- 西粟倉村役場および西粟倉・森の学校でのインタビュー、森林組合・林業現場の視察
- 経営学部 坂下 晃 教授



岡山県

20 講義「商学特殊講義Ⅱ(フィールドスタディⅡ)」

2014.2.10~21 アメリカ合衆国 グアム島
経営学部3、4年生4名

- 観光農園での観光客への実演
 - 観光農園の環境整備
 - 経営改善案の提言
 - マリネビジネスとアメリカ型量販店の視察
- 経営学部 岸田 芳朗 教授



グアム

01 刑務所見学

2014.2.4 岡山刑務所
3,4年ゼミ生8名(3年生4名,4年生4名)

目的:刑務所内で行われる処遇・更生活動を肌で感じ、行刑についての意識を向上させる。また、刑務官のお話などを通じて、刑務所および行刑に関する知識を習得させる。
法学部 小浦 美保 准教授

02 岡山県高等学校教育研究会 地理歴史・公民部会公民分科会参加

2013.11.14 岡山県立井原高等学校
教職課程科目「教職実践演習」履修の4年生8名
(法学部・経済学部)

●公開授業参観、高等学校教員による研究協議会に参加。
●後日、各人が作成した「参加記録」を持ち寄り、全員で反省会を実施した。
法学部 渡辺 渡 講師

03 新庄村商大生フィールド調査 「がいせん桜通りを活かすには？」

2013.11.8~10 新庄村
ゼミ学生22名(4年生13名,3年生9名)

●行政ヒアリング調査、住民アンケート調査、公共・産業施設などの現地調査を実施。
●最終日に報告会を開催し、地域住民と意見交換を行いました。
経済学部 多田憲一郎 教授



04 幸せなまち 牛窓 ~それぞれのふるさと~のテーマで作品づくり

2013.11.2, 11.16, 12.24 瀬戸内市牛窓町
2年ゼミ生7名(経営学部)

●現地住民等へのインタビューおよび写真撮影による情報収集。
●調査結果を取りまとめ、瀬戸内市へ提供した。
経営学部 馬淵 キエ 特任教授



06 日ようびこども大学 「キッズマネー教室」

2013.6.2 岡山県生涯学習センター
ゼミ生13名
(2年生8名,1年生5名)

●児童を対象に、購入計画の立案・判断、金銭的な知識・理解を身につけることができるゲームシナリオを制作し、予行演習を重ね、ゲームを実施。
経営学部 高林宏一 准教授



07 「『地域における子育て支援サービスの充実』活動」キッズマネー教室

2013.8.22 吉備信用金庫・本店
経営学部商学科FPコース生11名

●吉備信用金庫、総社市子ども課他主催の支援事業への参加。
●児童を対象に、購入計画の立案・判断、金銭的な知識・理解を身につけることができるゲームシナリオを制作し、予行演習を重ね、ゲームを実施。
経営学部 高林宏一 准教授



08 福岡の市と関連施設の視察

2013.5.26 瀬戸内市長船町
岸田ゼミ2,3年生3名

●備前福岡の市の視察
●国宝「一遍聖絵」デジタルミュージアム(備前福岡郷土資料館内)の視察と関係者交流
経営学部 岸田 芳朗 教授

09 露天風呂祭りの支援

2013.6.25~26 湯原温泉(真庭市)
岸田ゼミ2年生,経営学部・経済学部1,3年生有志5名

●露天風呂祭りの巫女役として行事の支援と準備
●露天風呂の掃除
経営学部 岸田 芳朗 教授

10 エコナイト「セタライトダウン in 岡山」

2013.7.7 岡山駅東口広場
学生有志24名

●エコキャンドル制作等のイベント参加。
●パネル展示、コンテナにアヒルを放飼し、市民が触れ合えるブースを設置。アヒル農法で作られた米の販売を行った。
経営学部 岸田 芳朗 教授



11 福岡の市の行事への出演

2013.7.28 瀬戸内市長船町
経営学部4年生1名

●日中文化交流で、日本語の歌詞を中国語に翻訳して紹介
経営学部 岸田 芳朗 教授



12 阿波納涼祭りの事前準備と支援

2013.8.12~14 津山市阿波
iSi部学生有志 3名

●祭りの事前準備
●当日はイベントスタッフとして参加
経営学部 岸田 芳朗 教授



13 講義「商学特殊講義I」(フィールドスタディ)

2013.8.6~9 真庭市湯原
経営学部4年生3名

●ホテルで接客マナーの研修
●はんぎ祭りのスタッフとして参加
経営学部 岸田 芳朗 教授



14 第1回あばファンクラブ寄り合いへの参加

2013.8.22~23 津山市阿波
岸田ゼミ3年生1名, iSi部学生有志2名

●ファンクラブの規約制定
●今後の活動方針
●廃校になった小学校跡地の利用
経営学部 岸田 芳朗 教授



15 講義「商学特殊講義I」(フィールドスタディ)

2013.8.27~30 真庭郡新庄村
経営学部3,4年生3名

●道の駅における業務研修
●農地の管理作業と収穫作業
●谷田湿原の植生管理
経営学部 岸田 芳朗 教授



16 講義「商学特殊講義I」(フィールドスタディ)

2013.9.10~13 真庭郡新庄村
経営学部3,4年生3名

●福祉協議会での研修
●野菜の集荷・配送・データ入力
●農地の管理作業と収穫作業
経営学部 岸田 芳朗 教授



17 福岡の市の販売業務とイベントへの参加

2013.12.22 瀬戸内市長船町
岸田ゼミ3年生4名, 経営学部2年生有志 2名

●小豆飯の販売と会計処理
●もち投げ行事の投げ手として出演
経営学部 岸田 芳朗 教授



18 クリスマスカンドル in 砂湯

2013.12.24~25 真庭市湯原
iSi部学生有志 2名

●キャンドルの準備と点灯
●キャンドルの後片付け
経営学部 岸田 芳朗 教授



19 岡山まちの夢 学生冬フェスティバル 「つなおか 2014」

2014.2.8 下石井公園
岸田ゼミ3年生1名, 経営学部生有志2名

●包括協定を結んでいる真庭郡新庄村の名産もち米「ひめのもち」を調理し、販売。
●ブースを出展し、経営学科・商学科のフィールドスタディに関するパネルを展示。
経営学部 岸田 芳朗 教授



21 「第4回おかやまローカルアソシエイト in 岡山商大」

2014.3.15 岡山商科大学
岸田ゼミ3年生2名 高林ゼミ6名

●地域での取り組み成果を発表。
経営学部 岸田 芳朗 教授 高林 宏一 准教授



23 観光資源をもっと知ってみる

2014.1.18 オリープ園(瀬戸内市牛窓町)
授業科目「比較文化論」履修者 21名

●実際のエーゲ海は保養を行う場として認知されている。これを踏まえた観光企画提案を日本のエーゲ海と呼ばれていた牛窓町で学生視点を変えながら行う。
経営学部 ソ コンゾ 講師



24 岡山商工会議所・企画 「新商品・新サービスを発想するワークショップ」

2014.3.8 岡山商科大学アクティブラーニングルーム
経営学部商学科3年生2名,4年生2名

●岡山商科大学と岡山商工会議所が主催するワークショップに参加した。
●KJ法、ブレインストーミングを経験すると共に、まとめを発表した。
経営学部 馬淵 キエ 特任教授 三好 宏 教授 大東 正虎 准教授



25 第9回京山地区 ESD フェスティバル

2014.1.25~26 岡山市立京山公民館
25日学生4名(うち留学生3名) 26日学生1名

●プログラム「ワールドカフェ世界の昼ごはんってなに?」で中国人留学生が発表を行った。
経営学部 大崎 紘一 教授



岡山県・西栗倉村におけるフィールドスタディについて

経営学部 教授 坂下 晃

2013年8月5日～6日の2日間、FPコース3、4年生13名と教員2名で岡山県西栗倉村においてフィールドスタディを実施した。



西栗倉村は、林業による地域活性化に取り組んできたがその中心をなしたのは、森林整備に対する補助金に依存する事業だけでなく、村役場、美作東備森林組合および村のプレーンの役割と間伐材を使った商品の販売管理を行う(株)トビムシ(その子会社の森の学校を含む)の取り組みであり、ミュージックセキュリティーズ(株)を通じて得たクラウドファンディングによる全国400名以上の出資者からの4,940万円の資金であった。

西栗倉村の林業による地域活性化のこれまでの動きを要約すると次のとおりである。

- ①2004年以降の市町村合併の流れから離脱したが、村が独立していくために林業再生にかけることとした。
- ②戦後、植林されて50年が経過したが、植林後40～50年の木が多いことから森林の管理を諦めずに「村ぐるみであと50年がんばろう、そして美しい百年の森林に囲まれた上質な田舎を実現していこう」という村長の呼びかけに答えて「百年の森林構想」が生まれた。
- ③村が事業主体として森林経営計画を建てたが、森林管理・森林整備、作業道の開設等の必要な費用は基本的には「国庫補助事業」と「単県補助事業」および過疎債を含む「交付金」により賄うほか、村の一般会計からの繰入金、間伐材販売収入、共有の森ファンドの資金で対応している。
- ④それに加えて、ウェブを通じたクラウドファンディングによる資金を得ることで、森林組合が高性能林業機械を手



にして事業の効率化を達成した。

- ⑤従来の村内で完結する植林、育林・枝打・間伐、伐採から市場に原木(丸太)の供給という第一次産業としての林業に加えて付加価値が高い製材、合板、木工家具、建材流通、設計、施行という形で村の外を巻き込んだ六次産業化が達成できた。
- ⑥以上の相乗効果が村民の意識改革やIターンの若者増加につながってプラスの好循環が生じた。

将来の「豊かな地域社会」を考えると自助努力しかないという村の判断、そのため補助金の導入やクラウドファンディングというファイナンスを行うとともに、商社機能を持たせた森の学校によるマーケティングを実行し、六次産業化を達成したこと等、西栗倉村でのフィールドスタディにより得るものは大きいものがあつた。

(詳しくは、筆者他著「クラウドファンディングによる資金調達の実例研究」『商大論叢』第49巻第3号2014年3月発行を参照されたい。)



アメリカ合衆国グアム島で開講した「フィールドスタディⅡ」

経営学部 教授 岸田 芳朗



ビーチにて

平成24年から岡山商科大学経営学部では「フィールドスタディⅡ」(商学特殊講義Ⅱ)を開講し、アメリカ合衆国のグアム島を実践学習の場としている。実践学習の期間は12日間で、受講生は前半の5日間で農園に観光客を受け入れているハマモフルーツワールドで研修し、後半の5日間で観光街として有名なタモン地区でマリンビジネスとアメリカ型量販店の視察を行っている。

平成25年に開講したフィールドスタディの前半、受講生はハマモフルーツワールドの施設に宿泊しながら、園内で栽培しているバナナやマンゴーなどの果樹の手入れを行い、オーナーから与えられた農園の観光客の受け入れに関する経営改善の課題に取り組んだ。

そして、最終日に開催した報告会で受講生全員が資料を基に改善案を示し、無線でネットワークに接続するサービスの提供、それに、ヤシの葉を使ったお土産づくりや園内の景色を楽しむための散策路の設置など具体的な提



現地市場の視察



観光客相手に実演



現地スタッフと打ち合わせ

案を行い、園主から高い評価を受けた。帰国後に、受講生はアグリビジネスの経営改善に関する具体的な内容をレポートにまとめ、受け入れ先のハマモフルーツワールドに提出した。

一方、後半は常夏のグアムで多くの観光客を魅了しているマリンスポーツを経営の中心にしているマリンビジネスを視察し、実際に経験する機会を得た。さらに、アメリカ型量販店の視察で、受講生は岡山県内で見ることのできない商品の展示方法に驚き、消費大国の実態を膚で感じていた。

なお、今回、グアム大学生と商大生との交流会は日程の都合により実現できなかった。しかし、グアム大学マリ教授から、学生同士の交流会の開催に対し強い要請があり、次年度は計画設備から日程の中に組み入れることにした。

最後に、今年度の「フィールドスタディⅡ」において、受講生はハマモフルーツワールドにおける観光客の受け入れ体制に対し、現実に存在する現象や課題を学生自身の目で視察し、考えることができた。その上で、改善案を積極的に受け入れ先に情報発信したことにより、商大生が持つ課題解決にあたる潜在能力の高さを示した。この様に社会の教育力を活用するフィールドスタディは、学生の潜在能力を引き出す魅力に溢れた授業の一つになり得ると考える。



ハマモ農園にて



経営改善案の発表会



農園の整備



椰子の油を手で抽出

観光サービス実習

韓国にあるエルドラド・リゾートに行ってきました

経営学部 講師 ソ ユンゾン

経営学部商学科では、日本、中国、韓国の学生がお互いに協力しながら観光学を実地に体験できるように、毎年「観光サービス実習」を行っています。2013年度は韓国にあるエルドラド・リゾートで行いました。

エルドラド・リゾートは、韓国西南部の全羅南道新安郡曾島面にあります。全羅南道新安郡の中でも生態観光地として名高い曾島は、新安郡で7番目に大きな島です。また、環境や食べ物などの点でエコ生活を享受できる都市に対して「国際スローシティ連盟」が授与する、「スローシティ」にも指定された

曾島の最大の魅力は、陸地と海をつなぐきれいな干潟、そして美しい日没の風景です。製塩業で有名な曾島には、単一塩田として韓国国内最大規模を誇る太平塩田があり、入口にある塩博物館では塩の生産過程を一目で見ることができます。塩博物館は、塩田歴史の貴重な遺跡となっており、近代の石造建築としてその価値が認められ、太平塩田と共に近代文化遺産に登録されています。太平塩田の後方に設置されている展望台からは広い干潟や村を眺めることができます。



日没の風景

また、長さ4キロメートル、幅100メートルの白い砂浜が広がる羽田海水浴場は、砂浜の後方一杯に老松が植えられています。砂浜に沿って歩いていくと松林にたどり着き、山林浴が楽しめます。この森の道の端にある、エルドラド・リゾートは曾島の名物であり、韓国国内で最高級リゾートの一つです。

エルドラド・リゾートでの実習は、9月2日から9日まで行いました。宿泊は、「韓国のホテルを実際に体験してください」というリゾートの方のご厚意で、客室に泊まらせていただきました。

韓国からの女子留学生二人と中国からの女子留学生は、リゾートのスパの受付と売店で実習を行いました。スパに来られたお客様にサウナで着る専用の服を貸し出す仕事をしたり、売店でかき氷や飲み物を作ったり、接客をしたりしながら、サウナで着る服を、サイズ別に棚に片

づけたりする仕事でした。韓国語が話せない中国からの男子留学生二人は、言葉が分からなくてもできる仕事を行いました。リゾートでは毎日何百枚ものシーツやまくらカバーを洗濯します。それらにアイロンをかける仕事でした。



スパ実習の様子

仕事は毎日9時から18時までで、仕事の後は、ビーチを散策してカ



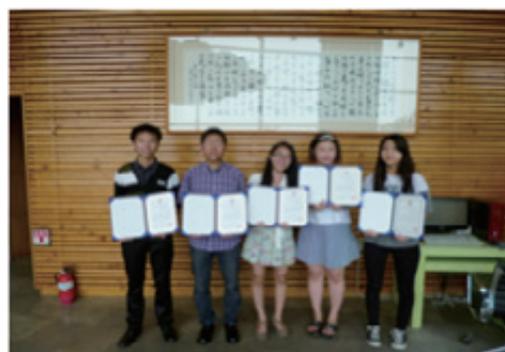
HOUSEKEEPING 実習の様子

ニや魚を捕ったりする自由時間も取れ、日本では珍しい海藻とアロマオイルを使ったサウナでスパを体験したりしました。また、夜は、韓国語を勉強したり、業務日誌を書いたり、みんなで楽しく過ごしました。実習の間に、1日お休みをもらい、リゾートの近くの海がとても美しい場所に観光にも行きました。

最終日には「実習修了証」をいただきました。これは、学生が観光業関連の就職を希望する際、有利になるものです。

今回の観光サービス実習という、現場に出るフィールドスタディの機会を得て、教室で勉強したことを再確認し、身につけることができたと思います。また、参加した学生もとてもすばらしい体験だったと感動していました。

最後に、比較的低価格で韓国の高級リゾート地を体験できるこの実習は、学生のモチベーションを高める上で大変有益であると改めて確認しました。



実習修了証授与

科学研究費補助金への取り組み

科学研究費補助金(科研費)は、わが国の学術振興を図るため、人文・社会科学から自然科学分野まで、あらゆる分野における独創的・先駆的研究の発展を目的とする文部科学省による研究助成費です。

大学等の研究者又は研究グループが自発的に計画する多様な学術研究のうち、学術の動向に即して、特に重要なものを取り上げて研究を助成するものです。学術研究を推進し、わが国の研究基盤を形成するための基幹的な経費として、その任を果たしています。(平成25年度予算額2,381億円)

科研費の制度について、基金化により研究費の年度繰り越し・前倒し使用が可能となり、預け金を防ぐと共に研究の進捗に応じた執行が可能となっています。

平成25年度には、全国から約10万2千件の新たな申請があり、約3万件(採択率29.1%)が採択されています。

本学からも、毎年多数の研究者が申請を行っており、平成25年度では以下のテーマで研究費の交付を受けています。研究分担者としての参画も増えており、研究活動の広がりが伺えます。

本学では、科研費の不正使用を防止する取り組みにも力を入れており、平成25年9月24日には科研費採択者向けの説明会を開催しました。



公的科研費不正使用防止説明会の様子

平成25年度採択中の科研費

研究種目・期間	研究課題	研究者(所属)
基盤研究(C) [研究代表者] H23~25	1関係子群と群環の原始性の研究	西中恒和 (経営学部・教授)
基盤研究(A) [研究分担者] H23~27	日本企業のコラボレーションと イノベーション:新製品開発のダイナミクス	川合 一央 (経営学部・講師)
基盤研究(C) [研究分担者] H23~26	小・中学生の社会的思考力・判断力の 発達に基づく社会授業モデルの開発研究	前田 健一 (経済学部・教授)
基盤研究(C) [研究代表者] H24~26	わが国企業の経営活動の中国展開と コスト・マネジメントのハイブリット化の実態と課題	井上 信一 (経営学部・教授)
基盤研究(C) [研究分担者] H24~26	わが国企業の経営活動の中国展開と コスト・マネジメントのハイブリット化の実態と課題	于 琳 (経営学部・准教授)
萌芽研究 [研究代表者] H24~26	戦後日本企業と技術的知識に関する実証研究	川合 一央 (経営学部・講師)
若手研究(B) [研究代表者] H24~26	株主権の本質と制約に関する 比較法研究とその実態調査	新津 和典 (法学部・准教授)
若手研究(B) [研究代表者] H24~25	マルチエージェント・シミュレーションによる 地下街における消費者行動の解明	大東 正虎 (経営学部・准教授)
基盤研究(C) [研究分担者] H24~26	地方のオンリーワン型中小企業の 企業家活動と競争力の源泉	于 琳 (経営学部・准教授)
基盤研究(B) [研究分担者] H25~27	科学技術政策と産業クラスターの存続に関する 国際比較研究:企業家再生産と産官学連携	于 琳 (経営学部・准教授)

平成25年度

私立大学等改革総合支援事業の採択

平成25年度から文部科学省の私立大学に対する補助金制度の一部が改正され、大学の教育、研究、社会貢献活動に関する評価項目を設定し、数量的に評価した後、申請内容により補助金を支給する形式に変更になった。そして、平成25年度「私立大学等改革総合支援事業」の3タイプについて以下の内容で申請し、3タイプとも平成25年度「私立大学等教育研究活性化施設設備事業」として採択されたのでその内容について示すことにする。

1. タイプ1「建学の精神を生かした大学教育の質向上」

現在文部科学省が推進する教育活動における「学生の質の向上」に関する活動の評価と支援を対象としたものである。

1.1 教育への取り組みに関する評価項目

全学的な教学マネジメント体制の構築	:5項目
教育の質向上に関するPDCAサイクルの確立	:8項目
多様な取り組みに関する評価	:6項目
合計点	100点満点

1.2 「全学教学マネジメントシステム」の構築に関する申請内容

教育の質の向上・確保のために、本学では3つのポリシーを定め、全学的に改革を推進している。学生との伝達・受信システムとして、「講義案内システム」を構築し、大学、教員と学生との間の情報伝達を迅速に行えるようにしている。しかし、学生の行動・学習時間の把握については、前後期1回ずつ期間を限定した出席調査、他方授業評価アンケートでは、授業に取り組む姿勢を5段階で問い、集計結果から学生の動向を把握しているにすぎない。

本学の教育において、基本的な役割を果たしている「講義案内システム」にモバイル機能の強化と、学生の学修状況を把握できるシステムを付加し、教員の学生に対する学修指導の効果を上げることのできる「全学教学マネジメントシステム」を構築する。

また、学生のモバイル端末を入出力装置として、授業の開始、終了、必要と考えられる時点での学生の行動把握を可能にする「モバイル学生行動システム」を構築する。

そして、履修科目の登録・修正、出席管理、行動管理をするための「モバイルWEB履修申請システム」を講義案内システムへ追加することにより、学生の勉学に対する態度を常時観察し、また、全ての学生が必修で受講する「演習科目」の指導教員にその情報を提示することにより、学生指導を徹底できるようにする。

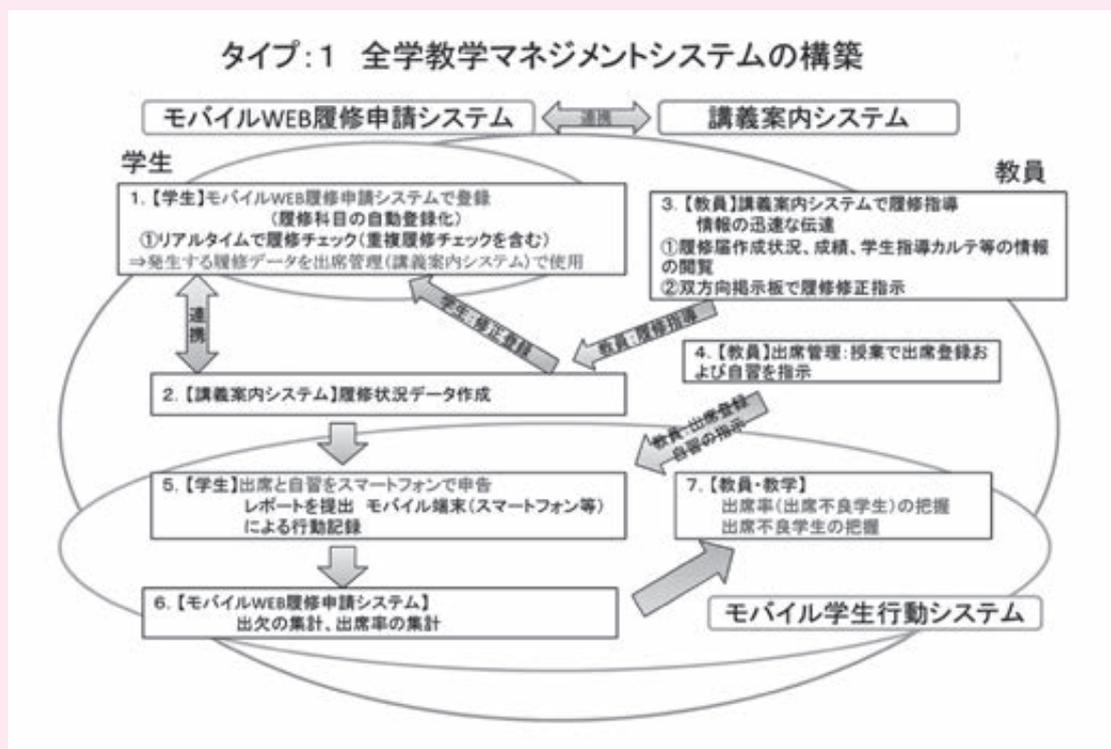


図1. 全学教学マネジメントシステムの構築を示す全体像 (タイプ1)

2. タイプ2「特色を発揮し、地域の発展を重層的に支える大学づくり」

大学で取組んでいる学生、教職員による特色ある教育活動の大学における実施体制と地域社会への貢献に関する活動内容の評価と支援を対象としたものである。

2.1 特色のある教育内容に関する評価項目

実施体制 : 3項目

貢献内容 : 14項目

合計点 60点満点

2.2 「アクティブラーニングルーム」の整備に関する申請内容

本学では、全学生が4年間、必修科目「演習」を履修し、自分で資料を集め、まとめ、自分の考え方を踏まえて、発表するという、少人数でのアクティブラーニングを「演習」のゼミ単位で、小教室で行っている。また、最近ではフィールドスタディとして実践活動を含む講義を行っているが、実践学習に出かける前の企画・立案・実施計画、実践学習後の資料の整理、まとめ、発表も小教室で行うのが現状である。

そこで、地域対象の課題解決学習やフィールドスタディ活動支援のために、本学学生、地域住民、教職員が参加して、1つ又は幾つかのテーマについて、多くの小グループに分かれて、議論し、問題解決策を提案し、相互に発表を聞いて、更に良い案にまとめていく場として、机・椅子のレイアウトが目的に合わせて自由に変更でき、「能動型の学習形式」のできる「アクティブラーニングルーム」を整備する。



アクティブラーニングルーム
設置場所：図書館棟7階（タイプ2）

3. タイプ3「産業界など多様な主体、国内外の大学等と連携した教育研究」

学外連携活動である、産学官連携、大学間連携、国際連携に関する活動内容の評価と支援を対象としたものである。

3.1 地域貢献、大学間連携、国際交流活動に関する評価項目

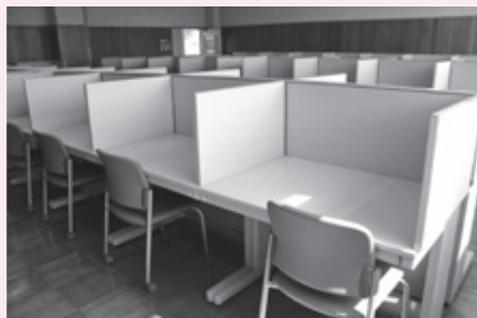
産学連携	：	7項目
他の国内大学等との連携	：	7項目
国際化に対応した入試・学事歴の設定	：	5項目
学生の留学促進	：	3項目
海外大学との交流	：	6項目
合計点		85点満点

3.2 「進学自習室」の整備に関する申請内容

本学は、1996年から主として中国、韓国の大学との間で、大学間交流協定（単位互換、ダブルディグリー、交換留学）を46大学と締結し、留学生の受け入れを行っている。

そして、2006年には岡山大学、2007年からは神戸大学等、他大学の大学院へ進学希望者を送り始めた。特に、経済学部では、大学院進学向けの特別演習（アドヴァンストクラス）を設置し、経済学部、経営学部所属の大学院進学希望の留学生を3年生後期から、4年生前期、後期と勉強させることにした。その結果、最近では年間50名前後の留学生が海外及び日本国内の国立大学を中心とした他大学の大学院博士前期課程、後期課程へ進学するようになった。

そこで、本学の国際交流の要として、今後もASEANを含めた国々の大学との間で交流協定を締結を推進し、優秀な留学生を確保し、本学学部授業の充実を図り、大学院への進学を支援する教育環境整備の一環として、「進学学習室」を整備する。



進学自習室
設置場所：6号館2階（タイプ3）

「日ようび子ども大学」

「日ようび子ども大学」が平成25年6月2日(日)、岡山市北区にある岡山県生涯学習センターにおいて開催されました。昨年度は10大学の参加により開催し、今年度は12大学までに規模が広がりました。県内の幼児・児童約1,500人が訪れ、科学実験や体を使った遊びなどを体験しました。本学からは、経営学部商学科ファイナンシャルプランニング(FP)コース所属の高林准教授、学生が中心となって「キッズマネー教室」を開催し、日頃から学んでいるFPの知識を活かし、お小遣い帳の付け方を指導しました。



「エコナイト」

平成25年7月7日(日)に、大学コンソーシアム岡山に加盟する9大学の学生教職員が集まり、岡山駅東口広場において、環境について考えるイベント「エコナイト 七夕ライトダウンin岡山」を開催しました。本学からは、市民の方に環境保護の大切さを伝えるために、岸田教授と学生による「アヒルによるお米の省エネ生産」を紹介するパネルを展示するとともに、バックルコンテナに水田を再現し、アヒルを放飼し家族連れが触れ合えるブースを設置し、好評を博しました。また、ブースではアヒル農法によりつくられた米の普及を目的として、味比べができるよう個包装したパックを販売しました。



他の8大学との共通イベントとして、キャンドルメッセージに火を灯した他、願いなどを込めた七夕飾り、うらじゃ踊りなどを行い、おおいに盛り上がりました。



2年目を迎えた商大塾を振り返り

社会総合研究所 次長
経営学部 講師 海宝 賢一郎

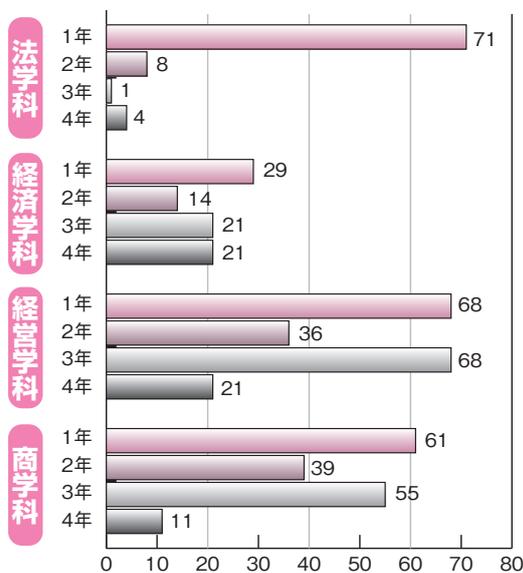
2012年4月に開設した「商大塾」は2年目を迎え、1年間で約550名(延べ人数)の学生が資格に関する相談に訪れました。この数は前年度よりも倍増しており、「資格取得に関することは商大塾へ行く」ことが学生の間に浸透してきた結果と捉えています。

◆「商大塾」の取り組み

本学では、「就職基礎力の向上、目標を持ち実現する力」を養い、「社会として必要とされる技能」を習得し、「社会に求められる人材」を育成することを目的として、「商大塾」を開設し、資格取得支援を行っております。

具体的には、学部およびキャリアセンターと連携して年間30講座余りの学内講座を企画しており、上級資格などについては資格専門学校との提携による学外講座や通信講座を割引価格で受講できるように体制を整えています。

また、個別相談も随時受け付けており、「どのような資格を取ればよいか」「どのように勉強すればよいか」といった相談をはじめ、学生生活4年間で戦略的に資格取得を目指すための学習プランを学生と一緒に立てることもしています。2013年度は、各学部ともに1年次生が入学当初から数多く相談に訪れ、全体の半数を占める結果となりました。(図表1参照)。

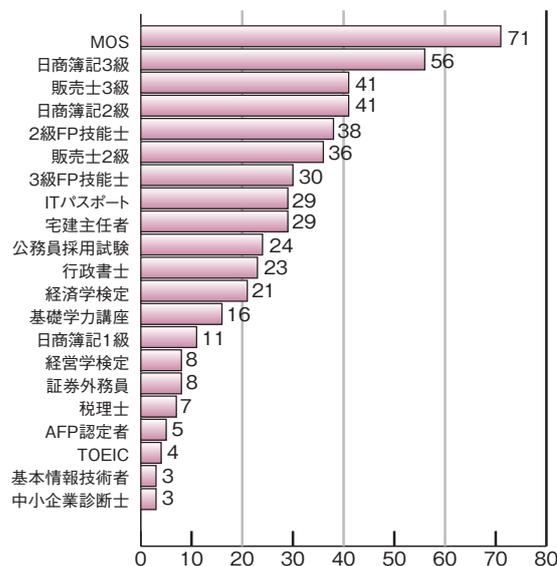


図表1 学科・学年別相談者数

一方、学年別でみた場合、MOS、日商簿記検定や販売士検定の3級についての相談は1年次生が多く、それぞれ2級になると3年次生が多くなっている点が特徴といえます(図表3参照)。このことから分かるように、1年次生が資格取得に対する意欲が強く、まずは基礎的な位置づけになる3級レベルの資格を取得し、3級取得者が2級へ進むといったステップアップの傾向が見られ、これは商大塾におけるアドバイスが反映されてきた結果と捉えています。

◆1年間を通じて相談が多かった資格

MOS(Microsoft Office Specialist)が71名と最も多く、中でもWordとExcelの技能を身につけたいという希望者が多かったのが印象的です。また、1年次生と3年次生が多かった点も特徴で、特に3年次生は“就活”や就職後に役立つスキルとしてMOSの取得を希望する学生が多かったです。MOSに続いて、日商簿記検定(3級・2級)、FP技能士(3級・2級)、販売士検定(3級・2級)などの資格についての相談者が多く、これは前年同様の結果となっています(図表2参照)。



図表2 資格別相談者数

◆資格説明会の開催

4月より随時、各種資格についての説明会を開催しました。毎年受験者が多い資格について、資格の概要や学習方法などの説明を行う場を設けた結果、1年次生を中心に多くの学生が参加しました。

実施した説明会	4月	資格選びのポイント 資格を活かす 基礎学力をアップさせる講座 日商簿記に合格する秘訣 MOSを1ヵ月で取得する 宅建に合格する秘訣	7月	就職に役立つ資格としての販売士検定 夏休み中にMOSを取得する 会計系の資格として日商簿記を取得する 初級コースから行政書士を目指す IT系の資格としてITパスポートを取得する
	5月	販売士合格を目指すための独学サポート ITパスポートを取得する	10月	行政書士の学内講座について 短期間でMOSを取得する

◆新しい講座の開講

●基礎学力養成講座(数学)

計算力の向上を図る目的で「基礎学力養成講座(数学)」を開講しました。受講者のほとんどが2年次以降に公務員基礎学力養成講座の受講を考えており、「数学が苦手」「高校で数学を学ぶ機会があまりなかった」という学生が「基礎学力アップ」を目指して講義を受けていました。全10回の講義のうち、回を重ねるごとに計算のスピードが上がっていき、担当講師も感心しておりました。

基礎学力養成講座は、公務員採用試験対策だけではなく、民間企業の採用試験(SPI)対策につながるものと考えており、次年度は国語力アップを図るための講座も併せて開講する予定です。

●行政書士講座

行政書士講座については、基礎学力を確実に身につけたうえで試験対策を行っていきけるようカリキュラムの変更を行い、初級コース(初学者向け)と上級コース(既修者向け)を設けました。

初級コースには法学部1年次生が受講し、10月から翌年2月にかけて全26コマの日程で、憲法・民法・行政法等の基礎的な学習に取り組みました。来年度には上級コース(2014年度より「既修者コース」に名称を変更)へ進み、11月の本試験に望むこととなります。

また、上級コースでは2年次生が、5月から11月にかけて法学部教員による個別指導を受け、合格に向けた専門的な学習を深め、試験に臨みました。

●宅建講座

宅地建物取引主任者(宅建)講座については、建築・不動産関連の資格に強い専門学校との提携により、例年通りにe-ラーニング講座を開講しました。

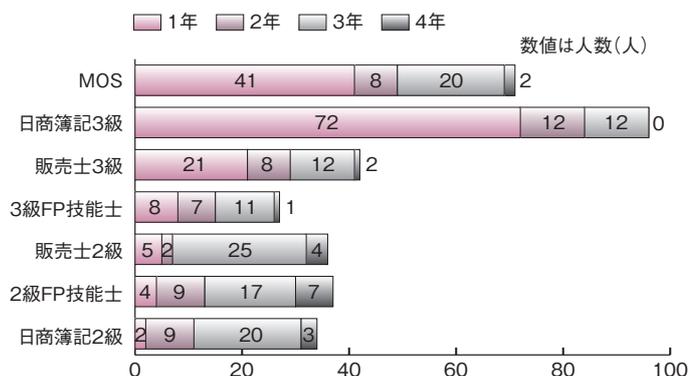
次年度に向けた新たな取り組みとして、通学講座も大幅な割引価格で受講できる体制を整え、2014年度合格を目指す学生が2月からの授業に出席し、早々に学習をスタートさせています。この通学講座は社会人と一緒になって勉強することにより、学生よりも限られた時間の中で効率的かつ積極的に学習している社会人の姿を見ることで、常に刺激を受けながら学習を進めることができるものと考え、「商大塾」では推奨しています。

●その他の講座

医療・介護系の事務関連の資格取得を目指す学生を増やすべく、新しい企画を考えていきます。本学の学生が在学中に取得できる資格として、医療事務や介護職員初任者研修(旧ホームヘルパー2級)といった資格・スキルを身につけるための講座を推奨していきます。

◆次年度に向けて

2014年度も引き続き、資格に関する説明会を積極的に行い、一人でも多くの学生が「商大塾」を訪れてくれるような体制を整えていきます。資格取得に関しては、個別相談によって常に学生と一緒に考えていくことが大切なことであり、「商大塾」のスタッフが良き相談者となるよう、親身の指導を心掛けていきたいと考えております。



図表3 主要資格における学年別相談者数

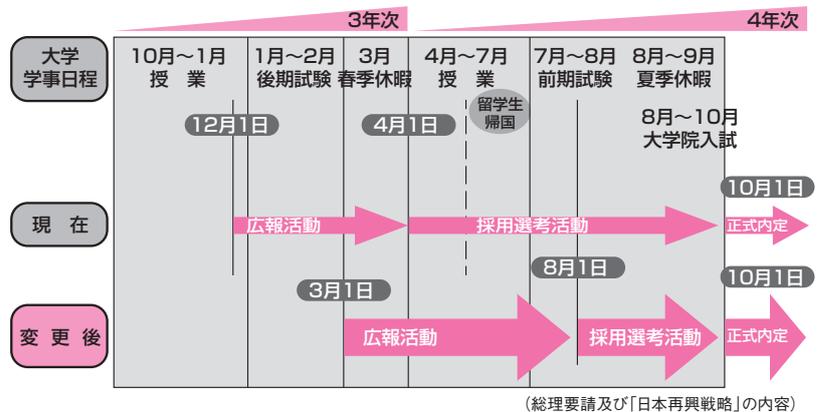
就職・採用活動時期の後ろ倒しに伴う 本学への影響

岡山商科大学キャリアセンター

2016年3月卒業予定者の就職解禁時期が12月から3月へ、企業の採用試験開始時期が4月から8月へ後ろ倒しされる。従来12月から1月に開催されていたリクルート等媒体企業主催の合同企業説明会が3月～4月に、企業の個別説明会（広報活動）が5月～7月に集中開催されるようになるであろう（これへの参加が採用試験を受験するための必修要件）。この日程では授業出席に障害の出る学生が増えてくるのは明らかである。これを回避するために企業は説明会を土・日開催や18時以降の開催を検討してくれているのだろうか。従来、4月から採用試験が実施され受験するも不合格となった学生でも卒業までの間は繰り返し採用試験が受験でき卒業と同時に就職することが可能であった。しかし8月以降に後ろ倒しとなれば採用試験受験チャンスが減り、新卒未内定者が続出するのではないかと不安を感じている。一般社会では就職活動を大学教育の一環として捉えられている（現実的な社会の仕組

みを学べる。不採用による反省は学生を成長させ、この繰り返しこそが人間成長の場となり、内定を獲得の道筋である）。社会が大学に期待していることと合致していないのではないかと。研究職系学生と留学経験学生を前提にした「就職・採用活動時期の変更」が適切であるのか否か今一度考える必要があるのではないかと。世界経済・日本経済を支えているのは営業マンであることを忘れないでほしい。

就職・採用活動開始時期変更



本学学生が合説バスで参加。マイナビ主催の合同企業説明会広島会場(2013年12月)

「就職協定」の廃止から 現在までの経緯

昭和29年3月卒業生～平成9年3月卒業生

…就職協定(紳士協定)

【平成9年3月卒業生】

- 採用選考開始日…卒業年次の8月1日前後(※1)
- 採用選考内定日…卒業年次の10月1日

平成10年3月卒業生～平成24年3月卒業生

…「申合せ」「倫理憲章」の相互尊重

【平成24年3月卒業生】

- ・申合せ
 - 学校推薦(※1)…卒業年次の7月1日以降
 - 正式内定日…卒業年次の10月1日以降
- ・倫理憲章
 - 広報活動開始日…明記なし(※2)
 - 正式内定日…卒業年次の10月1日以降

平成25年3月卒業生以降

…「倫理憲章」の大幅改正

- ・倫理憲章
 - 広報活動開始日…卒業前年次の12月1日以降(※3)
 - 採用選考開始日
 - …卒業年次の4月1日以降(※4)
 - 正式内定日…卒業年次の10月1日以降

(※1) 実態は開始日以前から採用選考活動が行われ、協定の形骸化

(※2) 慣例的に、就職情報サイト等への登録が卒業前年次10月1日より開始

(※3) 就職情報サイト等への登録が卒業前年次12月1日に後ろ倒し。企業説明会、エントリーシート登録等の開始→学生にとっては、この時点が実質的な就職活動の開始時期

(※4) 採用面接等の実質的な選考の開始

文部科学省「学生の就職・採用活動時期の変更に係る担当者説明会(H25/12/9)」資料から抜粋

「キャリア形成論」を 担当して



非常勤講師 長江 由美子

講義「キャリア形成論」を担当して、今年で5年目を迎えました。2年目に必修科目化されたことから、岡山商科大学のすべての学生と出会える機会をいただき、感謝しております。「キャリア形成論I」では、自己の特性と職業・働き方の理解を将来の目標につなげ、目的をもって学生生活を送れるようにすることを目的とし、「キャリア形成論III」では、自己の将来を模索するプロセスで、人と関わる力のベースとなるビジネスマナーの習得を目的としており、どちらもワークを多用した講義形態で実施しています。講義で出会う学生は、少しシャイな態度が見られるものの、総じて率直で好奇心が強い印象であり、それが岡山商科大学の学生ならではの魅力であると感じています。

「キャリア形成論I」で職業の志向性を探る講義を実施したところ、学科を問わず、公務員や専門性をいかした仕事への志向と、起業志向が高いことが分かってきました。就きたい職業のイメージを持っていないと答える学生が大半ではあるものの、岡山商科大学を選択する時点で、ある程度職業や学習の志向があることを感じています。そのような、言語化できていない学生の特性や興味を明確化できるよう、本講義で支援したいと思っています。またそのためには、普段の研究活動や大学生活が大切なヒントとなることから、各ゼミの先生方との連携を深め、情報交換の機会を持ちたいと考えております。



『岡山商科大学国際交流特別講義 —中国文化プログラム』を受講して

岡山県立津山商業高等学校 校長 吉田 信
教諭 大石智香子

1. はじめに

今年創立93年目を迎えた本校は、県北地域のビジネス教育を担う拠点校として、地域社会の発展に貢献する人材を輩出してきた。確かな学力および専門知識・技術・態度の育成を図ると同時に、教科や特別活動、部活動を通して、社会人基礎力と豊かな人間性を備えた職業人の育成に努めている。また、平成24年度より、「つしょう夢づくりプラン〜グローバル人材育成プログラム」プロジェクトを推進し、商業高校として時代の変化と要請に応えることのできる人材育成を目指している。

2. 岡山商科大学との連携と『岡山商科大学国際交流特別講義—中国文化プログラム』

平成24年4月、お互いの教育機能の強化を行うために高大包括連携協定が結ばれ、昨年度は、留学生の本校訪問や津山商業生の商科大学訪問、孔子学院を通して中国上海・無錫・蘇州を巡る中国文化体験ツアーが実施された。明治より産業教育を担い、中国や韓国などからの留学生も多く学ぶ岡山商科大学との連携は、本校におけるグローバル人材育成への強力な後押しとなっている。

平成25年度に入り、本校生徒が中国やその文化について10回に渡って学ぶ『岡山商科大学国際交流特別講義—中国文化プログラム』が5月に始まった。岡山商科大学の遠隔通信システムを利用し、毎回孔子学院副院長の黎曉妮先生の基調講義の後、生徒がテーマに関する疑問を答えていただくことで中国への理解を深めていった。以下は、各回のテーマである。

- 第1回：中国の民族と言語
- 第2回：中国の人口と行政区画体制
- 第3回：中国の観光資源と旅行
- 第4回：中国の年中行事
- 第5回：中国の伝統文化
- 第6回：中国料理
- 第7回：中国の人気スポーツ
- 第8回：一人っ子政策と学校教育
- 第9回：若者の恋愛観と家族観
- 第10回：若者の生活様式とファッション

毎回、隣国でありながら中国についてあまりにも知らないということに気付かされた。

さて、「交流講義」というスタイルはこのプログラムの重要な要素だったと考える。生徒たちが、ただ単に講義を「受ける」のではなく、プログラムに「参



山陽新聞 H25.6.9掲載記事





加する」ことにつながったからだ。遠隔通信システムによる音声や画像の送受信が一方通行で直線的なものではなく、お互いのやり取りが何重もの輪となっていた。そのような中で、生徒たちは素朴な疑問でも恥ずかしがることなく投げかけ、リラックスして毎回の交流講義を受けることができた。

そして、いつしか、各回のテーマにだけでなく、スクリーンの向こう側にいる留学生の方々への興味関心も強くなり、親しみを感じるようになっていった。海外の国や文化に興味があり、校内にいながらにしてそれらに触れられる機会だからという理由で参加を決めていた生徒も含め、プ

ログラムが終わりに近づくほど、スクリーン上ではあるが、全員が留学生の皆さんに会えるのを楽しみにするようになっていった。プログラムが残り数回となった時に、生徒たちから「何とかして直接会う機会は持てないか。」という声が上がりはじめた。その時、このプログラムが知識を増やすためのものではなく、人と人がつながる場となっていると感じ、とても温かい気持ちになった。

3. 餃子交流会

直接お会いする「初」対面の日が、12月14日（土）に決まり、留学生の皆さんと先生方が本校を訪問して下さることになった。生徒たちはわくわくしながらお迎えする準備を進めた。そして、当日は、お互いに緊張しながらも、「やっと」会えた喜びを感じた。一緒に餃子を作ったり、中国や日本の遊びを一緒に楽しんだりして、交流を深めることができ、生徒たちにとってプログラムを締め括る印象深い1日となった。



4. おわりに

中国という国に関しては、隣国であることもあり、私たちは様々な情報にさらされている。しかし、今回このプログラムに参加した生徒たちは、それらに惑わされず、中国という国を「国単位で見めるのではなく、人をしっかり見て判断すべきこと（生徒感想）」だと気付いたようだ。「国が違うだけで偏見を持ち、何も知らないくせに嫌っていました。今回の講座を通して、中国の文化について学び、また、異文化を受け入れることの大切さが分かった気がします。（生徒感想）」プログラムを通じて生徒が自分を省みることができるようになったのは、大きな成長であり、喜びである。

また、学校において求められていることのひとつは、生徒たちの異文化理解を進めることだが、いきなりそれを実現しようとするのは欲張りな考えだと改めて思うようになった。生徒たちの異文化理解は、学校や教職員が教えて身に付けさせるものではなく、生徒たち自身がじっくり時間をかけて深めていくものなのだ。学校は、異文化の背景を持つ「人」との関わる機会を積極的に作り、その関わりをサポートしていけばよいのだと、今は考えている。

最後に、このように生徒たちにとって大変貴重な機会を与えてくださった岡山商科大学、関わってくださった全ての先生方、留学生の皆さんに心より感謝を申し上げます。



▼教員免許状更新講習

教員免許更新制は、「その時々で教員として必要な資質能力が保持されるよう、定期的に最新の知識技能を身に付けることで、教員が自信と誇りを持って教壇に立ち、社会の尊敬と信頼を得ること」を目指し、平成21年4月1日から導入されました。

これに伴い、岡山商科大学におきましても、毎年度、選択領域2講座を開講してまいりました。今後も、“商大らしい・商大にしかできない”講義内容をご提供することにより、地域の教育力向上の一助に寄与してまいりたいと考えております。

平成24年度

○8月9日(木)

広告論・監査論の最新動向
(流通ビジネス・簿記会計)
岡本 輝代志・長谷川 博史

○8月10日(金)

生産マネジメント・国際経済論の最新動向
(経営情報・国際経済)
大崎 絃一・山下 賢二

平成25年度

○8月8日(木)

商品開発・管理会計の最新動向
(商品開発・管理会計)
三好 宏・井上 信一

○8月9日(金)

グローバル経済・情報管理の最新動向
(ビジネス経済・ビジネス情報管理)
田中 勝次・大東 正虎

平成25年度の講義風景



※平成26年度も選択領域2講座を開講する予定です。
詳細につきましては、本学HP(<http://www.osu.ac.jp>)をご覧ください。

教職課程を履修して [教師のたまごのタマゴ]

経営学部経営学科4年 柳川 和也

教職課程を履修して、人に教えること、伝えることの難しさを実感しました。

特に、教育実習を通し、生徒に授業する事はもちろん、授業以外にも様々な工夫や努力をしなければ、人に教えることはできないと感じました。私たちは、模擬授業などを学生同士でお互いに演じ合い、良い点、悪い点を率直な感想でぶつけあうことにより、自分を改めて見直し、悪い点を改善し、良い点を伸ばしその中で自分らしさを発見できたことに満足していました。しかし、それは授業内容をほぼ理解している学生相手であったからこそできたことと錯覚していたのです。教育実習は、さらに工夫や努力をしようと思うきっかけになりました。

また、「考える力」を養いました。教育実習をはじめ、現役の先生方が参加されている研究会など、教職課程を履修したからこそできた体験、経験があり、数多くの先生方や生徒に出会うことができました。その中で、多くの考え方を知り、自分の意見を持つようになりました。

「考える力」は部活動(野球)でも生かされました。それまではただ練習を単純にこなすだけでしたが、教職課程で考える力を養ったことで、自分に何が足りないのか、どうやったらもっと上手になれるのかを日々考えるようになりました。

「自分を変える」という言葉は、口で言うのは簡単な事ですが、実行するのは多くの戸惑いや不安があります。しかし、実行してみれば、苦しみの中にたくさんの喜びが詰まっています。その喜びを味わえるのは実行した者だけなのです。教職課程は一步踏み出すきっかけを与えてくれました。

また、教職課程と一緒に学んだ仲間と、コンパ、レクレーションなど様々な体験を通し、絆を深めることができたのも大きな収穫でした。

私はこれらの体験を生かして、卒業後は教師を目指し、新たな一步を踏み出そうと思います。



企業の研修の場に、自己研鑽の場に。時代の“潮流と深層”を読み解く。

一流講師のビジネス講座を 東京から生中継

岡山商科大学と岡山県商工会議所連合会のタイアップにより社会人の自己啓発を支援するビジネススクールを開講しています。

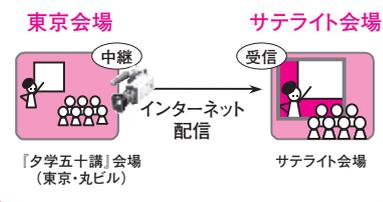
『夕学講座』とは

『夕学講座』は、慶應義塾の社会人教育機関である慶應丸の内シティキャンパスが『夕学五十講』として運営している講座を生中継する講座です。一流の学者や企業人・文化人・ジャーナリストの講演を、東京・丸の内(丸ビル)と同時に受講できます。

講演会『夕学(せきがく)五十講』(主催:慶應MCC)を、ネットワーク回線を利用して全国のサテライト会場で見られるサービスです。最先端の動画データ圧縮技術と安定した配信技術により、高精度の画質と迫力ある音声で受講していただけます。

*2009年度後期に衛星配信からネットワーク配信に変更しました。

【受講イメージ】



2014年度前期サテライト配信スケジュール

聞き逃せない、見逃せない、全てが1回だけの講義。
岡山では岡山商科大学でしかご覧いただけません。
2014年度前期は以下の5テーマに基づき、15講演を放映します。

- 気鋭の論客に聞く
- 時代の風を受けて
- 大人の教養
- 先が見えない時代の経営論
- 創造を育む方法論

4月11日(金) <大人の教養>

歌人
穂村 弘 (ほむら ひろし)
「言葉の正体」

4月14日(月) <時代の風を受けて>

元サッカー日本代表主将
宮本 恒靖 (みやもと つねやす)
「FIFAマスターで考えた日本サッカーの未来地図」

4月18日(金) <先が見えない時代の経営論>

慶應義塾大学大学院経営管理研究科 教授
井上 哲浩 (いのうえ あきひろ)
「ビッグデータ時代のマーケティング戦略」

5月14日(水) <気鋭の論客に聞く>

前高知県知事、
慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科 特別招聘教授
橋本 大二郎 (はしもと だいじろう)
慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科 教授、
外交ジャーナリスト・作家

手嶋 龍一 (てしま りゅういち)

「国と地方を分ける意味～分権はなぜ必要か～」
◎対談形式の講演です。

5月16日(金) <先が見えない時代の経営論>

WIN CONSULTANT株式会社 社長、
元エルピーダメモリ(株)社長
坂本 幸雄 (さかもと ゆきお)
「エルピーダの戦いを振り返って」

5月20日(火) <気鋭の論客に聞く>

東京大学大学院経済学研究科・経済学部 教授
柳川 範之 (やながわ のりゆき)
「40歳からの会社に頼らない働き方」

5月22日(木) <先が見えない時代の経営論>

神戸大学大学院経営学研究科 教授
小川 進 (おがわ すずむ)
「ユーザーイノベーション: 消費者からはじまるモノ作りの未来」

5月28日(水) <気鋭の論客に聞く>

株式会社日本総合研究所 調査部 主席研究員
藻谷 浩介 (もたに こうすけ)
「お金に換算できない価値が眠るところ」

6月5日(木) <時代の風を受けて>

帝京大学医学部外科 准教授
新見 正則 (にいみ まさのり)
「マウスが教えてくれた幸せな生き方論」

6月6日(金) <大人の教養>

国立科学博物館標本資料センター コレクションディレクター
窪寺 恒己 (くぼでら つねみ)
「深海の怪魔 ダイオウイカを追いかけて」

6月11日(水) <先が見えない時代の経営論>

慶應義塾大学商学部 教授
菊澤 研宗 (きくざわ けんしゅう)
「いまこそ経営に哲学を!」

6月20日(金) <大人の教養>

京都大学大学院教育学研究科 准教授
佐藤 卓己 (さとう たくみ)
「民意のリテラシーにむけて—「世論の輿論化」を考える」

7月4日(金) <創造を育む方法論>

横浜国立大学大学院国際社会科学研究院 准教授
服部 泰宏 (はっとり やすひろ)
「組織と個人の見えざる約束」

7月11日(金) <先が見えない時代の経営論>

株式会社良品計画 代表取締役会長
松井 忠三 (まつい ただみつ)
「シンプルな仕組みが会社を変え、人を育てる」

7月25日(金) <気鋭の論客に聞く>

東京大学大学院経済学研究科 教授、
東京大学ものづくり経営研究センター長
藤本 隆宏 (ふじもと たかひろ)
「日本のものづくりは「夜明け前」か」

2014年4月1日現在の予定です。都合により変更となる場合があります。

2013年度 前期 サテライト配信講演実績

テーマ 先が見えない時代の生き方/どっこい日本/人間通になりたい/
気鋭の論客に聞く/剛と大を制す方法論

4月9日(火) <気鋭の論客に聞く>
慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科 教授、
外交ジャーナリスト作家
手嶋 龍一 (てしま りゅういち)
「インテリジェンスで読み解くアジア半球」

4月16日(火) <気鋭の論客に聞く>
楽天証券経済研究所 客員研究員
山崎 元 (やまざき はじめ)
「アベノミクス第二幕を読む」

4月18日(木) <剛と大を制す方法論>
近畿大学経営学部教授、前北海道日本ハムファイターズ球団社長
藤井 純一 (ふじい じゅんいち)
「日本一のチームをつくる～組織改革と、
モチベーションアップによる～」

4月19日(金) <どっこい日本!>
LINE株式会社 代表取締役社長
森川 亮 (もりかわ あきら)
「日本発グローバルアプリLINEの挑戦」

5月17日(金) <先が見えない時代の生き方>
広島大学大学院生物園科学部 准教授
長沼 毅 (ながぬま たけし)
「辺境生物にみる環境適応力」

5月21日(火) <剛と大を制す方法論>
トレンダーズ株式会社 代表取締役
経沢 香保子 (つねざわ かほこ)
「トレンダーズ流「一流企業を目指す道」」
◎映像を含む講演75分・質疑応答45分の構成です。

5月30日(木) <どっこい日本!>
オイシックス株式会社 代表取締役社長
高島 宏平 (たかしま こうへい)
「食べる人 - 作る人 - つなぐ私たち」

6月4日(火) <剛と大を制す方法論>
ミシマ社 代表
三島 邦弘
「ミシマ社という名の冒険」

6月11日(火) <気鋭の論客に聞く>
防衛大学校 学校長
国分 良成 (くくぶん りょうせい)
「中国は、いま」

6月27日(木) <どっこい日本!>
東海大学政治経済学部経営学科 専任講師
三宅 秀道 (みやけ ひでみち)
「新しい市場のつくりかた」

7月5日(金) <剛と大を制す方法論>
演出家、神奈川芸術劇場初代芸術監督
宮本 亜門 (みやもと あもん)
「可能性を引き出すリーダーシップ」

7月12日(金) <人間通になりたい>
コラムニスト
小田嶋 隆 (おだじま たかし)
「コラムという生き方」

7月16日(火) <気鋭の論客に聞く>
津田塾大学 学芸学部国際関係学科 准教授
萱野 稔人 (かやの としひと)
「縮小社会の文明論」

7月18日(木) <先が見えない時代の生き方>
海陽学園 海陽中等教育学校 校長
中島 尚正 (なかじま なおまさ)
「次代のリーダー育成
～全寮制・海陽学園の取り組みから～」

7月26日(金) <先が見えない時代の生き方>
慶應義塾大学 環境情報学部 准教授
大木 聖子 (おおき さとこ)
「教養としての地震学」

2013年度 後期 サテライト配信講演実績

テーマ 先が見えない時代の経営論/市場をつくる、社会をつくる/
素晴らしき哉人生/気鋭の論客に聞く/文化の力を信じる

10月2日(水) <気鋭の論客に聞く>
作家・元外交官
佐藤 優 (さとう まさる)
「安倍外交は国益を体現できているか」

10月8日(火) <先が見えない時代の経営論>
一橋大学大学院国際企業戦略研究科 教授
楠木 建 (くすのき けん)
「経営センスの論理」

10月15日(火) <先が見えない時代の経営論>
ビジネスコンサルタント
細谷 功 (ほそや いさお)
「『組織の老化』のメカニズムと対処法」

10月16日(水) <文化の力を信じる>
ヴァイオリニスト
千住 真理子 (せんじゆ まりこ)
「生命の音、音の力」

10月29日(火) <先が見えない時代の経営論>
さわかみ投信株式会社 取締役会長
澤上 篤人 (さわかみ あつと)
「個人の長期投資が日本を育てる」

10月31日(木) <気鋭の論客に聞く>
社会学者
橋爪 大三郎 (はしづめ たいさぶろう)
「ビジネスパーソンよ、宗教を学べ」

11月7日(木) <素晴らしき哉人生>
プロスキーヤー、フラーフ記念国際高等学校校長
三浦 雄一郎 (みうら ゆういちろう)
「人生はいつも「今から」
～80歳エベレスト登頂を終えて～」

11月12日(火) <文化の力を信じる>
建築家・東京大学名誉教授
安藤 忠雄 (あんどう ただお)
「創造力を磨く」

11月21日(木) <市場をつくる、社会をつくる>
認定NPO法人 フローレンス 代表理事
駒崎 弘樹 (こまざき ひろき)
「社会を変えるを仕事にする!
～社会起業家という生き方～」

11月27日(水) <気鋭の論客に聞く>
総合研究大学院大学 理事・教授
池内 了 (いけうち さとる)
「科学は終焉するのか?
～「科学の限界」に直面して～」

12月5日(木) <気鋭の論客に聞く>
慶應義塾大学ビジネススクール 准教授
小幡 績 (おばた せき)
「アベノミクスとバブル」

1月9日(木) <市場をつくる、社会をつくる>
株式会社ユーレナ 代表取締役社長
出雲 充 (いずも みつと)
「ミドリムシが地球を救う」

1月21日(火) <市場をつくる、社会をつくる>
株式会社studio-L代表、京都造形芸術大学教授
山崎 亮 (やまざき りょう)
「問題解決メソッドとしてのコミュニティデザイン」

1月28日(火) <市場をつくる、社会をつくる>
慶應義塾大学総合政策学部教授、慶應義塾常任理事
國領 二郎 (くにりょう じろう)
「ソーシャルな資本主義」

1月31日(金) <素晴らしき哉人生>
国立科学博物館人類研究部人類学研究グループ長
篠田 謙一 (しのだ けんいち)
「人類20万年の旅と日本人の起源」

商大講座のご案内

～出前講義：講師がお近くまで伺います！～

★お申し込みができるのは？

30名程度の聴講者が見込める、岡山県内の公共・一般団体や企業です。

★講座のプログラムは？

次ページをご参照ください。

1講座1時間から2時間(質疑応答含む)の構成になっております。プログラムに掲載のないテーマにも対応させていただきますのでご相談ください。

★費用は？

講師料は無料です。ただし、会場の手配・設営及び案内発送に係わる事務作業や費用は主催者側でお願いします。

★申込手続は？

お電話、FAX、Eメールで下記までお問い合わせください。手続をさせていただきます。

★決定および通知

決定通知書を担当者あてに送付します。

★開講にあたっての注意

教員の都合等により、必ずしもご希望に添えないことがあります。

～お問合せ先～

岡山商科大学社会総合研究所
〒700-8601 岡山市北区津島京町2-10-1
TEL/FAX 086-256-6656[直通]
E-mail syaken@po.osu.ac.jp

2013年度実績

8/7(水)

おかやま信用金庫様のご依頼により実施

「おかやま信用金庫マネジメントサポーター養成塾」

「憲法改正問題を考える」

西浦 公(法学部 教授)

「後発醤油産地の発展史—戦前の小豆島の事例に学ぶ—」

天野 雅敏(大学院商学研究科 教授)

「農がきらめく21世紀と6次産業化」

岸田 芳朗(経営学部 教授)

3/8(土)

岡山商工会議所様のご依頼により実施

(会場：岡山商科大学)

「新商品・新サービスを発想するワークショップ」

馬淵 キノエ(経営学部 特任教授)

三好 宏(経営学部 教授)

大東 正虎(経営学部 准教授)

岡山県卸センター「岡山方谷塾ビジネススクール」様のご依頼により実施

10/17(木)

「松下幸之助と稲盛和夫の再来はあり得るか」

長田 貴仁(経営学部 特任教授)

11/7(木)

「消費生活と契約」

倉持 弘(法学部 講師)

12/19(木)

「マーケティング発想を学ぶ」

三好 宏(経営学部 教授)

2/22(土)

「夏目漱石『夢十夜』を読む」

越智 悦子(法学部 教授)

3/5(水)

「私たちの暮らしと金融」

井田 大輔(経済学部 講師)

9/13(金)

岡山商工会議所様のご依頼により実施

「新商品・新サービスを発想するワークショップ」

馬淵 キノエ(経営学部 特任教授)

三好 宏(経営学部 教授)

大東 正虎(経営学部 准教授)

1/18(土)

ケアハウスあかね様のご依頼により実施

「会議の持ち方」

高林 宏一(経営学部 准教授)

商大講座のご案内

～出前講義：講師がお近くまで伺います!～

2013年度 『商大講座』 メニュー一覧

	テ ー マ	所属学部等	講師氏名	担当講義・専門分野
教 養	夏目漱石	法学部 教授	越智 悦子	近代日本文学 哲学
	現代科学と宮沢賢治	法学部 教授	九鬼 一人	論理学 倫理学
	・健康管理とセルフ・コントロール ・日常生活における生活習慣病の予防	経営学部 教授	岩橋 邦彦	健康教育 運動生理学
	戦後ドイツにおける「過去の克服」	経営学部 准教授	香月 恵里	ドイツ語 ドイツ文学
	・考える方法・考える楽しみ ・無限の世界（アキレスとカメ） ・偶然と必然	経営学部 教授	西中 恒和	数学
法 学	・シェイクスピア：その言葉への意識 ・言葉と社会：うつ病の隠喩象	経営学部 准教授	松浦 美佐子	英語学 英文学
	裁判員制度の現状	法学部 准教授	小浦 美保	刑事訴訟法 刑事政策
	消費生活と契約	法学部 講師	倉持 弘	民法 法学教育
	交通事故の賠償問題	法学部 准教授	下田 大介	民法
	ヨーロッパ（EU）会社法制概説	法学部 准教授	新津 和典	会社法 金融法 会社法概説
経 済 学	国際紛争の処理について	法学部 准教授	砂川 和泉	国際法
	中年男性の働き方の現状と課題	経済学部 教授	有利 隆一	労働経済学
	近年の日銀の金融政策	経済学部 講師	井田 大輔	金融論 計量経済学
	戦略的アプローチによる社会分析 ・地方分権時代の地方行政改革 ・住民協働と地域づくり	経済学部 准教授 経済学部 教授	小嶋 寿史 多田 憲一郎	ミクロ経済理論の応用 地方財政 地域経済
	岡山県における豊かさ	経済学部 教授	田中 勝次	国際金融論
経 営 ・ 商 学	経営活動のグローバル化とコストマネジメントの国際移転 中国企業の現状と課題	経営学部 教授 経営学部 准教授	井上 信一 于 琳	管理会計論 国際経営論 経営管理論
	・大学との連携について、高大連携について ・世界、日本における産学構造の変化について ・製造業における生産性について	経営学部 教授	大崎 紘一	産学官連携 経営工学
	・企業家（経営者）論 ・リーダー論（リーダーシップ） ・経営に関するテーマ全般	経営学部 特任教授	長田 貴仁	経営学
	・家計収支バランスの改善 ・住宅ローンの早期返済計画	経営学部 講師	海宝賢一郎	ファイナンシャルプランニング 不動産運用設計論
	写真とデータで見る中国の現在	経営学部 准教授	蒲 和重	流通システム論
	日本のスタートアップ企業	経営学部 講師	川合 一央	経営史
	・農と食による地域づくり 一人が地域で安心して暮らすために～ ・世界と日本の農と食を取り巻く環境 ・地域資源を眠らせない6次産業化	経営学部 教授	岸田 芳朗	地域づくり 農と食
	・教育工学とICTの利用 ・科学・ものづくり教育	経営学部 教授	小松原 実	情報技術論 マルチメディア表現・技術
	・インターネットと地域社会	経営学部 准教授	大東 正虎	経営情報
	・充実したライフデザインとキャリアプランシナリオの描き方 ・ファイナンシャルプランニングの基礎知識 財産戦略	経営学部 准教授	高林 宏一	ファイナンシャルプランニング
	・データを活かす企業の新技法 ・商学では何を学ぶのだろう？	経営学部 教授	田中 潔	計算機統計学 社会調査
	最近の中国経済事情	経営学部 教授	南部 稔	中国経済
	・サービサイジング ～モノを売らずにサービスを売る～ ・ワークショップの手法と実際	経営学部 特任教授	馬淵キノエ	観光資源論 消費者行動論
	・特産品の開発 ・観光ビジネスの振興	経営学部 教授	三ツ井光晴	商品開発 サービス経営
	マーケティング戦略	経営学部 教授	三好 宏	マーケティング 流通システム
・ビジネス・エコシステムのマネジメント ・不均衡と技術変化	経営学部 講師	横澤 幸宏	イノベーション・マネジメント 経営戦略論	

著書紹介

JBCCホールディングス Link 編集室 編著

『ビジネスに広がり！ 知恵のわ』

日経BPコンサルティング
(2013年6月)

経営学部 特任教授 長田 貴仁

本書は、最近話題の経営問題をテーマに、金井壽宏・神戸大学大学院教授や遠藤功・早稲田大学教授らとともに論述した共著(全228頁)です。このうち、長田は「競争力を高める『理念重視経営』—『ウェイ』こそ、ブラックボックス戦略の要—」(pp.33~45)を執筆しました。

「ウェイ」と名のついた本や経営計画を読んだり聞いたり人は少なくないでしょう。さて、カラオケで、おじさんが得意になって歌う曲の定番「マイ・ウェイ」のさびの部分である、信じたこの道を 私は行くだけ すべては心の決めたままに という部分に注目していただきたい。これです、「ウェイ」とは。人にぶれない生き方があるように、企業にもぶれない経営が求められるのです。



もちろん、企業は時代の流れ、顧客のニーズ、市場の変化に対して臨機応変に対応しなくてはなりません。戦術は朝令暮改どころか、朝令昼改であっても構わないのですが、中期、長期の経営計画は、3年、10年といったスパンで策定する必要があります。さらにその上に位置する最上位目的、つまり、この企業は何のために存在するのかを表す経営理念はぶれてはいけません。信じた道を行かなくてはならないのです。言い換えれば、経営理念は企業の憲法なのです。明文化された内容は簡単に換えられるものではありません。護憲か改憲かが延々と議論されていても簡単に結論が出ないように、経営理念は企業にとって非常に重い存在です。

学術論文を読んでいると、分かり易く書けばいいものを、わざわざ、読み難い硬い文章で書いているケースが少なくありません。学界では、そのような難解な文章がお作法になっています。しかし、そうであってはならないのが経営理念です。

揺るぎないしっかりした内容ながら、どのような階層の従業員でも理解できるように表現した経営理念は、表層的に理解されると、きれいごとのように捉えられますが、それが暗黙知になり企業文化として定着すれば、強い競争力になります。

経営に興味がある人であれば、野中郁次郎・一橋名誉教授の名前を世界的に有名にした竹内弘高・ハーバード大学教授との共著『知識創造企業』(東洋経済新報社、原著名“The Knowledge-Creating Company”)を読んだことがあるでしょう。両教授は、1970~80年代に日本企業が成功した最大の要因は、「安い労働力」「終身雇用」「年功序列」「ケイレツ」ではなく、「組織的知識創造」であると指摘しました。経験から生まれ、組織内では共有されていますが、言葉にしにくい「暗黙知」と、言語化され他の部署やチームにも水平展開可能な「形式知」という二つの知識を、日本企業はうまく昇華させている点に注目しました。具体的には、「暗黙知」をメタファーや標語を使って「形式知」に転換するだけでなく、個人やチームが自発的に改善を加えて「形式知」を「暗黙知」にも変えていく知のスパイラルが生じているというのです。トヨタ生産方式の代名詞であり英語として国際的に使われている「カンバン」や「カイゼン」はその一例と言えます。

知識創造経営は日本企業の現場に根差した経営組織論として一世を風靡しましたが、今、この理論を現代的に解釈し実践しなくてはならない時期に差し掛かっています。その理由は次の二つです。一つは、前述したとおり、職場のコミュニケーションが劣化してきていること。二点目は、急速なグローバル化や女性の積極的活用により、同じ文化的土壌で日本人同士、それも男同志が阿吽の呼吸により行われてきた知識創造が、ますます複雑化しているという現実です。ダイバーシティと一口にいっても、外国の宗教のイロハも知らない日本人が、宗教色の強い国でその国の従業員をマネジメントしたり、商売したりできるでしょうか。同じ日本人同士であっても、脳科学の観点から見れば、男性と女性はまったく異なる動物です。

加護野忠男・神戸大学名誉教授は、「経営学において実証主義が主流になるとともに、経営の目に見える側面や測定しやすい側面に目を奪われ、客観的には捉えがたい経営精神は軽視されるようになってしまった」ⁱと指摘しています。この反動からか、一方では、経営の精神を再認識する経営者も増えており、経営理念が存在感を強めています。京セラ創業者の稲盛和夫氏の本が再びブームになっていますが、実務的合理性と精神とのバランス感覚に関心が高まっている証拠と言えるでしょう。この本もそのようなニーズに応えています。

ⁱ 加護野忠男『経営の精神—我々が捨ててしまったものは何か』生産性出版、2010年3月、p.110

細谷克也[編著],岩崎日出男,今野勤,竹山象三,竹士伊知郎,西敏明[著]

『品質管理検定講座 QC検定2級 模擬問題集』

『品質管理検定講座 QC検定3級 模擬問題集』

株式会社日科技連出版社
(2013年)

経済学部 教授 西 敏明

本書*)は、QC検定の受検者向けに書かれた本である。本書の題名にも入っているQC検定は、正式名称は、「品質管理検定」である。これは日本の品質管理を様々な組織・地域へ普及するため、また組織の品質管理の向上・発展に資することを目的に創設された。この検定は、2005年12月に第1回目が始められ、現在、全国で年2回の試験が実施されており、2013年9月の第16回検定試験で、総申込者数が累計446,276人、総合合格者数が累計254,919人である。

このQC検定の認定は、品質管理、標準化の考え方や品質管理の手法（統計的方法など数理的な方法、考え方を含む）について、必要性の観点から、知識、能力に関するレベルを設定し、筆記試験により、知識レベルを評価するもので、1級、準1級、2級、3級、4級まで、4つの級（5つのレベル）が設定されている。

QC検定で合格することにより、受検者にとっては、自己の能力を客観的にアピールできることや、仕事の幅を広げるチャンスが拡大し、さらに就職における即戦力をアピールする強力な武器として評価されている、などのメリットがある。

本シリーズは、QC検定を受検希望する方々から、日科技連出版社に「受検対策の問題集やテキストがほしい」との声が多く寄せられた。さらに受検者からは、「受検勉強のために一つでも多くの問題をこなしたい」との強い要望を受けて、本シリーズ『品質管理検定講座』（QC検定2級模擬問題集、3級模擬問題集）を発売することとなった。本シリーズでは、過去問の傾向・レベルを研究して作成した模擬問題に解答と解説を加えてある。

本シリーズの特徴は、次の7つの点に集約される。

- (1)過去の出題された問題より、本番で想定される問題を精選し、出題範囲を広くカバーしている。
- (2)〇×式、記号選択式など、過去の問題形式に従っているため、問題の形に馴れることができ、知らず知らずのうちに本番での解答能力が身に付く。
- (3)過去問をよく研究して執筆してあるので、ポイントやキーワードがしっかり理解できる。
- (4)解説を読むことによって、詳細な知識が養成され、出題範囲を効率よく勉強できる。
- (5)QC手法については、受検者の多くが苦手とする分野に紙数を割き、具体的に、わかりやすく解説してある。
- (6)QC手法は、公式をきちんと示し、できるだけ例題で解くようにしてあるので、理解しやすい。
- (7)章末に、「本章で学ぶこと」、「理解しておくべきキーワード」がまとめられている。

本シリーズは、品質管理検定講座編集委員会が執筆したが、その委員会の各委員は、大学や実業界で品質管理を指導している。

本書は、ページ数の関係から、かなり濃い密度で書かれているが、すべての内容を詳しく記述できないので、足りないところは、他のテキストや演習・問題集などを併用してほしいと述べている。

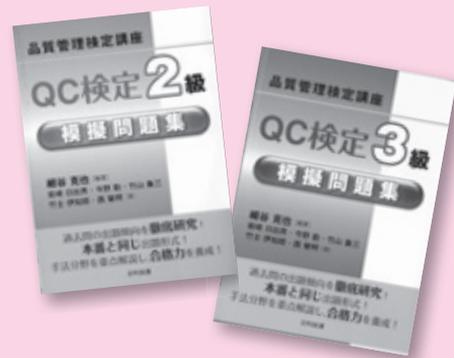
2級の本書は、2級の受検者を対象にしてある。2級を目指す人々に求められる知識と能力は、一般的な職場で発生する品質に関係した問題の多くをQC七つ道具および新QC七つ道具を含む統計的な手法も活用して、自らが中心となって解決や改善をしていくことができ、品質管理の実践についても、十分理解し、適切な活動ができるレベルである。すなわち、基本的な管理・改善活動を自立的に実施できるレベルである。

3級の本書は、3級の受検者を対象にしてある。3級を目指す人々に求められる知識と能力は、QC七つ道具については、作り方・使い方をほぼ理解しており、改善の進め方の支援・指導を受ければ、職場において発生する問題をQC的問題解決法により、解決していくことができ、品質管理の実践についても、知識としては理解しているレベルである。

受検前に自分の力を本模擬問題集で試してもらうとともに、解説で学習することにより、即戦力が養成できる。既に2、3級は発行済みであるが、残りの1級、4級についても、順次刊行の予定である。

本シリーズが、ひとりでも多くの合格者の輩出に役立つとともに、QC検定制度の普及、日本のモノづくりの強化と日本の国際競争力の向上に結びつくことを大変期待している。

*)：本書2冊の本文中の「はじめに」をもとに引用改変し、本ページを構成している。



著書紹介

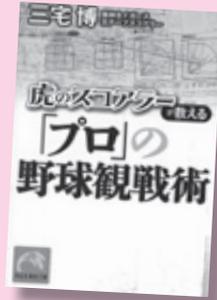
「虎のスコアラーが教える「プロ」の野球観戦術」

祥伝社（2013年4月）

岡山商科大学硬式野球部コーチ 三宅 博

私は、野球とデータの数字と睨めっこしながら半生を過ごした元阪神タイガースのチーフスコアラーである。阪神のスコアラーを25年間務め、2007年から約2年間は北京五輪の日本代表チームの専属スコアラーを任された。

1年のほとんどを野球場とスコアラー室で過ごした。ネット裏の特等席からプロ野球の裏も表も見てきた。当時、阪神のスコアラー陣はチーム付きが二人、映像担当が一人、先乗りスコアラーが3人の6人体制だった。先乗りスコアラーが、3カード先までの試合を見に行きスコアを付け、対戦相手のデータを集め、映像を撮影し球場で起きているあらゆる事象をチェックし、故障の有無や調子などを見極め、自らの所感（コメント）をつけてデータを集計しておく。試合前に別々に行なわれる野手と投手のミーティングで司会進行を務めて端的に迷いのない断定形でどう攻めるか、どう守るかの指示を出す。それがスコアラーの主な仕事である。



北京五輪の仕事が終わってからはプロ野球界からは離れた。しかし、大好きな野球とは簡単に縁が切れないようである。現在は、その余生を故郷の岡山・倉敷で、妻とワンコと一緒に送りながら岡山商科大学の野球部を特別コーチとして教えている。

近くにある倉敷のマスカットスタジアムでは、年に数回、プロ野球の試合が行なわれるので、その時は必ず球場に足を運ぶが、普段はもっぱらテレビ観戦である。やはり我が阪神タイガースは気になる。不肖の息子を見守る親の気分である。

打席には新井良太。

インコースを攻められ、カウントを稼がれた。

「次は外へスライダーや。クルッとバットが回りよるよ」

独り言を言った直後、ヤクルトの投手は、私の推測通りに攻めて結果は三振。横にいた妻は「あんた! なんでも、そんなこと予言できるの?」と驚いていたが、新井のデータを知っていれば、当然のセオリー通りの配球である。

私は、知らぬ間にスコアラーの視点で野球を見ていることに気がついた。スコアラーを辞めた後でも、もはや肉体に染み付いてしまっている職業病である。

球場で、お茶の間で時にはビアガーデンで生ビールのジョッキを片手に巨大な画面を見ながら、ああだ、こうだと、蘊蓄を語りながら見る野球は楽しい。そこに根拠に基づいた推理が加わると一層、野球の見方が奥深くなるだろう。投手心理や打者心理、ベンチの思惑などを探求者のように探るスコアラーそのものの作業である。

スコアラーは常に疑問を抱きながら試合を見ている。

どうして?

なぜ?

こんな場面で?

疑問を抱きデータを集積して分析する。時間を費やした割には、役に立たずに捨て去ったデータは山ほどあるが、データを集めれば集めるほど、必ず傾向が炙り出され、そこに貴重な攻略のヒントが埋もれているのだ。我々、スコアラーは、その傾向から対策を練り出してきた。さながら謎解きゲームの探偵みたいなものである。

打者は投手が投げる前に球種やコースが判明していればヒットの確率はアップする。投手は打者の狙いが読めれば打ち取る可能性は高まる。守っている野手は、打者が打つ前に飛んでくる打球の方向がわかればスタートが早く切れ、守備範囲は広がる。走者は、投手の牽制のクセや巧拙がわかれば盗塁の成功率は高まる。監督は相手チームの作戦傾向が読めれば作戦を立てやすくなる。

スコアラーは、これらを「傾向と対策のデータ」としてシンプルにまとめる。それを監督、コーチ、選手に手渡すわけだが、それらの宝の山を勝利のために生かすも殺すも選手次第、コーチ次第である。データやクセの情報も使い方を誤れば単なる数字のゴミでしかない。

私くらいの年齢になるとメガホンを持ってハッピーを着て球場で騒げない。しかし、スコアラーになった気持ちで野球を見れば、「打った」、「投げた」、「捕った」、「走った」というプロ野球のダイナミックなプレーを4次元的に見ることができる。言わばスコアラー流の大人の野球観戦術である。

僭越ながら私のスコアラー人生で得た経験と知識を野球ファンの方に伝えることで、これまでなかったもうひとつの野球観戦の仕方を知ってもらいたいと、この本の執筆に及んだ。

本書では、私のしてきたスコアラーの仕事の今のプロ野球界に置き換えて説明しておいたので、これらを野球観戦の参考にしてもらいたい。ついつい阪神の話が多くなることは、ご勘弁を。

さあ、ペンとノートを持って、球場に出掛けてみませんか?

経済学部 ゼミ対抗プレゼンテーション大会

経済学部 講師 山下 賢二

経済学部では2012年度から、3年・4年ゼミによるゼミ対抗プレゼンテーション大会を開催しており、今年度は2回目です。所属ゼミへの学生の帰属意識を高め、先輩と後輩の交流・親睦を深めながら、協調性やプレゼン力などを磨くことを目的としています。

今年度は2013年11月28日に開催され、9つのゼミがプレゼンテーションを行いました。テーマは、地域から世界、生産現場や日常生活に関わるミクロの問題から国レベルのマクロの問題、理論的なものから実証的なもので、多様かつ広範囲にわたるものでした。プレゼン方法

やスライドの作成方法にもそれぞれ工夫が凝らされており、各ゼミともすばらしい発表でした。今年度の入賞上位3ゼミのテーマは上から「いつ脅すの?今でしょ!~瀬戸際戦略と脅しに関するゲーム理論的アプローチ~」(小嶋ゼミ)、「品質問題の周辺-組織とマネジメント関係?-」(西ゼミ)、「新庄村2013」(多田ゼミ)でした。表彰式では入賞ゼミの喜びようと入賞を逸したゼミの落胆振りのコントラストが際立ちましたが、これはどのゼミも真剣に取り組んだ証です。

また、企画・運営、そして、大会後の懇親会の準備に至るまで学生がすべて行いました。普段はおとなしく見える学生もこのような機会を得て潜在的な能力や気力が発揮できたことは上記の目的にかなうものです。このプレゼンテーション大会は来年度以降も続けていきます。



プレゼンテーション大会の風景



表彰式の様子

経済学部アドヴァンスト・クラス

経済学部 教授 田中 勝次

経済学部アドヴァンスト・クラスの特別演習は、平成15年4月に新設された上級クラスで、大学院への進学、将来の進路(公務員等)そして経済学検定試験を見据え、経済学のより深い学習を希望する意欲ある学生を対象に、その将来の志望の実現を強力にサポートするために設けられた、特別のカリキュラムです。

本年度は、50名の受講生が前期に入試対策講座(福田教授)、ミクロ経済学(小嶋准教授)、マクロ経済学(井田専任講師)、そして、後期にミクロ経済学(田中教授)、マクロ経済学(三谷教授)にチャレンジしています。

平成25(24)年度の大学院合格者は、神戸大学大学

院18名(10名)、大阪大学大学院9名(6名)、一橋大学大学院2名(4名)、名古屋大学大学院1名(1名)、広島大学大学院6名(7名)など、昨年度以上の成果(平成26年2月20日現在)を挙げています。本年度において特筆すべきことは、星野聡志君(経済学部4年生)が、神戸大学大学院と大阪大学大学院に合格され、金融分野を専攻するため神戸大学大学院に入学することになった点です。また、経済学検定試験も昨年度から本学での受験が可能となり、例年並みの受験者と成果をあげています。

経済学のより深い学習を希望する意欲ある学生を私たちは応援します。



(中央が星野聡志君)
(平成25年11月14日撮影)



平成25年度前期大学院合格者祝賀会(平成25年11月14日撮影)

▼キャンパスライフ

▼キャンパスライフ

2013年度

岡山商科大学 孔子学院活動報告

(1) 春節交流会



2013年2月9日、中国の年中行事である春節を中国語講座受講生や地域住民に体験してもらうため、「講演会・春節交流会」を開催した。交流会に先立って、孔子学院南

部稔学院長は「転換期の中国経済」と題して講演をし、その後参加者は孔子学院の教師や留学生達と共に餃子を作った。参加者は中国茶、書道、中国結びを体験しながら盛んな交流を行った。中国語講座受講生、地域住民と留学生を併せて約70名の参加者があった。



(2) 岡山商科大学孔子学院設立5周年記念



2013年3月31日、岡山商科大学孔子学院設立5周年記念式典を行った。岡山商科大学孔子学院副理事長・大連外国語大学学長孫玉華先生は「未来を担う若者への期待」と題して講演した。約70名の参加者があった。

(3) 第1回中国文化サロン



2013年5月26日、中国文化の普及を市民に図る事を目的として「第1回中国文化サロン」を開催した。

第1回中国文化サロンは中国茶の楽しむ方について詳しく紹介し、いろいろな種類の中国茶の入れ方を実演した。孔子学院受講生と近隣住民を併せて16名の参加者があった。



(4) 端午節交流会



2013年6月10日、中国の年中行事である端午節を中国語講座受講生や地域住民に体験してもらうため、「端午節交流会」を開催した。交流会に先立って、孔子学院黎曉妮副院長は端午節にまつわる伝説を紹介し、その後参加者は孔子学院の教師や留学生達と共にちまき作りなど体験した。最後は、孔子学院盛凱副院長は太極拳コースの受講生と共に太極拳の学習成果を披露した。中国語講座受講生、近隣住民と留学生を併せて約60名の参加者があった。

(5) 中国語スピーチコンテスト



孔子学院が設立されて6年目になり、これらの受講生に学習成果を発表し、他の中国語学習者と交流する機会を提供するため、2013年6月22日に第2回中国語スピーチコンテストを開催した。書類審査を通過した9名の選手(社会人5名、学生4名)が発表し、最優秀賞を獲得した2名の選手は「サマーキャンプ」に招待された。

(6) 料理教室



2013年7月6日、岡山市福祉交流プラザ富原の要請を受けて、中国餃子作り教室を開催した。孔子学院教師は丁寧に参加者に説明し、餃子作りを体験してもらった。そのほか、簡単な中国語漢字教室も行われた。近隣地域から15名の家庭主婦が教室に参加した。

(7) 青少年中国文化体験ツアーin旧閑谷学校



2013年7月27日、「青少年中国文化体験ツアーin旧閑谷学校」を実施した。留学生、小中学生と保護者を併せて約20名の参加者があった。参加者は講堂で論語を学習したり、史跡と資料館を見学したり、太極拳を体験したりして、楽しい一日を過ごした。

(8) 学生中国文化短期研修

2013年7月31日より8月3日まで4日間、学生中国文化短期研修を実施した。参加者(12名)は上海、蘇州、無錫へ行って、現地で中国文化に触れ、現地の人との交流等体験し、学ぶことができた。



(9) 太極拳教室



2013年8月19日、岡山市福祉交流プラザ富原の要請を受けて、太極拳教室を開催した。孔子学院副院長の盛凱は丁寧に参加者に太極拳の基本知識を説明し、太極拳を実践してもらった。近隣地域から15名が教室に参加した。



(10) 第2回中国文化サロン(書道教室)



招へい講師:張景業 大連外国語大学准教授、韓国仁川大学孔子学院教員
 2013年8月24日、「第2回中国文化サロン」を開催した。張先生は中国の書道について詳しく紹介し、いろいろな文字の各書体の書き方を実演した。孔子学院受講生と近隣住民を併せて約15名の参加者があった。

(11) サマーキャンプ



2013年9月1日より10日までの10日間、「サマーキャンプ」として提携校である大連外国語学院大学漢学院に10名を派遣した。

(12) 伝統芸術鑑賞会



2013年10月26日、中国文化の普及を市民に図る事を目的として「伝統芸術鑑賞会」を開催した。大連外国語大学民族楽団の教師及び学生による二胡、古箏、琵琶、笛の合奏や独奏などが披露され、約150名の参加者があった。

(13) 大学祭



2013年10月26日~27日の間、岡山商科大学大学祭に出店し、国家漢弁から送られてきた中国文化に関する資料を展示し、数多くの大学祭の来場者に孔子学院の活動をアピールした。

(15) 中医学健康法講座



2013年12月15日、「中医学健康法講座——ツボと養生」を開催した。学校法人兵庫医科大学 中医学孔子学院 副院長(北京中医学大学鍼灸推拿学部 教授) 郭継紅先生は健康にいいとされている6つのツボについて詳しく紹介し、参加者一人一人にこれらのツボの探し方を指導した。講座の後半、郭継紅先生は参加者の質問を詳しく説明した。約50名の参加者があった。

孔子学院2013年度教学及び文化活動状況

(日常教学業務)

番号	講義名称	講義の対象	クラス数	学生数
1	前期中国語講座(入門、初級、中級、上級)	社会人	9	49
	後期中国語講座(入門、初級、中級、上級)	社会人	9	45
2	長期生コース(前期・後期)	社会人	2	4
3	太極拳コース(前期・後期)	社会人	2	10
4	初級中国語	学部生	8	226
5	RSKラジオ講座	一般リスナー	50	約8万
合 計				334

(市場開拓及び文化推進業務)

番号	活動名称及び概略	対象とする人	参加者の延べ人数
1	春節交流会	社会人及び学生	約70
2	設立5周年記念	社会人及び学生	約70
3	第1回中国文化サロン(中国茶)	社会人及び学生	16
4	端午節交流会	社会人及び学生	約60
5	第2回中国語スピーチコンテスト	社会人及び学生	9
6	料理教室	社会人	15
7	青少年中国文化体験ツアー	小中学生及び保護者、大学生	20
8	学生中国文化短期研修	高校生、大学生、大学院生	12
9	太極拳教室	社会人	15
10	第2回中国文化サロン(書道)	社会人	15
11	サマーキャンプ	学生/スピーチコンテスト優勝者	10
12	伝統芸術鑑賞会	社会人及び学生	約150
13	大学祭	社会人及び学生	多数
14	小中高向け中国文化講座	高校生、高校教職員	約20
15	中国文化講座(講演会)	社会人及び学生	約50
16	高校長訪中団	高校長、教育関係者	8
合 計			約540

(14) 津山商業高校生との交流会



2013年12月14日、孔子学院のプロジェクト「小中高向け中国文化普及講座」として、岡山県立津山商業高校で中国文化交流会を開催した。高校生たちは孔子学院の教師や留学生達と共に餃子を作った。津山商業高校校長先生も含め、教職員6名は皆さんと一緒に水餃子を食べながら、中国の文化、生活習慣について話をした。その後、高校生たちは太極拳と中国の遊び「打口袋」、「踢毽子」を体験しながら盛んな交流を行った。約20名の参加者があった。

(16) 教育関係者訪中団



2013年12月25日より29日までの5日間、「教育関係者訪中団」として提携校である大連外国語大学に8名の高校校長、教頭、国際交流教育関係者を派遣した。

資格試験講座

本学は、実践的能力の取得や社会人としての教養を身につけ、早期から社会人となるための意識を高めるよう学生を指導しています。

そうした中で、国家資格や検定試験へのチャレンジを学生に促し、積極的に受験できるよう「岡山商科大学専門学校」ならびに「学校法人産業能率大学」と連携して、資格試験講座・通信教育講座等を実施しています。

また、国家資格試験等に合格した場合、お祝い金を支給する「岡山商科大学資格取得支援制度」を設けています。

本年度も多数の皆さんが、国家資格試験・公務員試験・検定試験に合格されました。

公務員試験合格者

○国家公務員

自衛官 5名
 刑務官 3名
 岡山地方裁判所事務官 1名

○地方公務員

伊方町役場(愛媛県) 1名

警察官 10名

香川県庁 1名
 教員 5名

岡山県 5 島根県 2 高知県 1
 兵庫県 1 鹿児島県 1

中学校 2 (大阪府泉大津市 1)
 (高知県安来市 1)
 高等学校 3 (岡山県 1)
 (玉野市 1)
 (高梁市 1)

※任期付の採用も含む。

資格試験合格者

○税理士試験

財務諸表論 1名

○日商簿記検定3級 7名

○日商簿記検定2級 1名

○FP技能検定3級 12名

○FP技能検定2級 5名

○AFP(アフェリエイテッド
 ファイナンシャルプランナー)
 1名

○販売士3級

4名

○販売士2級

1名

○経済学検定(ミクロ・マクロ2科目)

A+ランク 4名

A ランク 9名

○経営学検定 初級

3名

○MOS(マイクロソフト オフィス スペシャリスト)試験

・Excel2007 12名

・Word2007 11名

・PowerPoint2007 4名

・Access2007 3名

・Excel2010 1名

○HSK中国語検定5級 2名

○世界遺産検定3級 7名

(注)岡山商科大学資格取得支援制度の詳細については社会総合研究所までお問い合わせください。

資格試験講座一覧

日商簿記検定(3級)講座
 日商簿記検定(3級)直前対策講座
 日商簿記検定(2級)講座
 日商簿記検定(2級)直前対策講座
 ITパスポート試験講座
 行政書士試験講座(初級コース)
 行政書士試験講座(上級コース)

宅地建物取引主任者試験講座
 宅建eラーニング講座
 秘書検定講座
 販売士3級講座
 販売士2級講座
 MOS対策講座 9講座

独学サポート(オリジナルの試験対策問題・解説配付)

販売士3級

通信教育講座一覽

資格講座

1. 中小企業診断士

- 1 2014年度試験対応・中小企業診断士合格総合
- 2 2014年度試験対応・中小企業診断士受験(1次試験)
- 3 2014年度試験対応・中小企業診断士受験(1次・2次試験)

2. 労務

- 4 社会保険労務士合格総合
- 5 社会保険労務士受験
- 6 メンタルヘルス・マネジメント検定Ⅲ種対策講座
- 7 メンタルヘルス・マネジメント検定Ⅱ種対策講座
- 8 メンタルヘルス・マネジメント検定Ⅰ種対策講座

3. ライフプラン (FP)

- 9 FP技能士3級試験対策
- 10 FP技能士2級試験対策
- 11 FP技能士2級・AFP試験対策

4. 財務・会計

- 12 日商簿記検定3級受験
- 13 日商簿記検定2級受験
- 14 日商簿記検定1級受験
- 15 2013年度試験対応・税理士本格受験(簿記論)
- 16 2013年度試験対応・税理士本格受験(財務諸表論)
- 17 2013年度試験対応・税理士本格受験(所得税法)
- 18 2013年度試験対応・税理士本格受験(法人税法)
- 19 2013年度試験対応・税理士本格受験(相続税法)

5. 建築・不動産・住まい

- 20 マンション管理士
- 21 管理業務主任者
- 22 マンション管理士・管理業務主任者総合
- 23 宅地建物取引主任者(DVD教材つき)
- 24 インテリアコーディネーター受験 総合
- 25 インテリアコーディネーター受験 1次試験
- 26 インテリアコーディネーター受験 実技対策

6. 消費者対応 小売・流通

- 27 消費生活アドバイザー通信講座総合
- 28 消費生活アドバイザー通信講座基礎

- 29 消費生活アドバイザー小論文集中講座 7月開講/8月開講

- 30 販売士検定3級
- 31 販売士検定2級
- 32 販売士検定1級
- 33 色彩検定受験3級
- 34 色彩検定受験2級
- 35 色彩検定受験2級/3級
- 36 色彩検定受験1級
- 37 総合旅行業務取扱管理者
- 38 国内旅行業務取扱管理者

7. 情報処理

- 39 ITパスポート試験対策
- 40 基本情報技術者試験対策
- 41 応用情報技術者試験対策

8. 医療・保険

- 42 サービス介助士準2級
- 43 サービス介助士2級受験基礎
- 44 医療保険事務
- 45 調剤報酬事務

9. 環境

- 46 eco検定短期集中マスター

10. 秘書

- 47 秘書検定3級受験
- 48 秘書検定2級受験
- 49 秘書検定準1級受験
- 50 秘書検定1級受験

11. 貿易

- 51 通関士受験通信講座

12. 法務

- 52 ビジネス実務法務検定試験3級通信講座
- 53 ビジネス実務法務検定試験2級通信講座
- 54 ビジネス実務法務検定試験1級通信講座
- 55 行政書士

実践専門講座

1. 営業

- 56 営業の仕事がわかる

2. 情報・事務管理系

- 57 事務の仕事がわかる ～「できる」と言われる仕事術～

3. 経理・財務系

- 58 経理の仕事がわかる
- 59 財務諸表基礎

4. 生産管理・管理技術など

- 60 工場の仕事がわかる
- 61 物流の仕事がわかる

合格者の声



税理士試験

『簿記論』

『財務諸表論』合格(2012年度)

経営学部経営学科4年
佐田 一紀



簿記論・財務諸表論の学習は大学に通いつつ、資格の受験予備校にも通って勉強をしていました。予備校では講師に教科書をわかりやすく解説してもらえるうえに、勉強方法も指導してもらえました。そのため自ら試行錯誤せずとも一定の勉強の質が確保できました。もちろん予備校で講義を受けるだけでは合格には程遠いため、自習時間も相当必要でした。私は少しでも勉強時間を確保するために、大学の講義がない時間や、

講義と講義の間の休憩時間も勉強していました。こうした隙間時間を有効に使うことで、かなりの勉強時間を確保できたと思います。

また、勉強時間の確保だけでなく勉強方法も工夫していました。試験日という締切がある以上、効率良く学習しなければ合格に届かないと感じていたからです。例えば暗記をするときは時間短縮のために文字を書かずに、暗唱して覚えていました。他にも本試験形式の問題を練習するときは、間違えた論点をノートにまとめていつでも再確認できるようにしていました。これらのように勉強方法を工夫することで隙間時間でも効率よく勉強することができました。

今回の試験の合格を通じて、資格の勉強は量と質のバランスが大事だと感じました。なかなか勉強の成果がでないときは、改めて自分の勉強の量と質のバランスが取れているかを確認することが大事なのではないでしょうか。私はこれから働きながらの試験勉強になるので、限られた時間で集中して勉強できるようにさらに努力していきます。

『財務諸表論』合格

経営学部経営学科3年
代々 成美



元々、簿記に興味があり、簿記を活かした仕事をしたと考えていました。そこから税理士という仕事に興味を持ち、日商簿記の勉強から始め、続けて税理士試験の勉強に入りました。

毎日欠かさず勉強するために、授業の空き時間や通学の電車の中では、必ずテキストを開くなど、細切れの時間を活用してきました。試験の勉強を最優先することで、最低限必要な時間を確保できるようにし、大学の無い日は1日のほとんどを勉強に

充て、まとまった時間を確保していました。また、単に暗記するだけではなく、その内容を自分でも調べるなど、イメージ付けながら学ぶことを心がけました。

税理士試験は独学では難しい試験ですので、専門学校に通い勉強しました。専門学校の講義では、講師が合格に必要な知識という点を意識しながら指導してくださったので、効率よく勉強ができました。また、講師からは合格させようという熱意が伝わってきて、講義を受けることがモチベーション維持につながりました。教材だけではわからない本試験の傾向、解答のテクニック、講師の受験時代の経験談、実務の経験なども交えた講義は大変ためになりました。受講生の理解を優先する講義のおかげで、膨大な試験範囲の中で、どのような勉強をすれば合格することができるかが明らかになり、試験当日も自信を持って臨めました。

税理士試験は、11科目のうち5科目を取得しなければなりません。試験の合格率は毎年10%前後であり、低めの合格率からもわかるとおり簡単な試験ではありません。私も1年間、勉強を続けてきましたが、その難しさに何度も挫折しそうになりました。ですが、「絶対税理士になる」という目標があったので、諦めるわけにはいかない、と努力を続けたからこそ、合格することができました。

税理士試験は難しい試験ですが、諦めずに努力を続ければその努力は裏切られず、必ず合格できる試験だと思います。最後まで諦めることなく、努力してほしいと思います。また、受験できる環境があるのは本当に素晴らしいことだと思いますので、周囲の方への感謝を忘れずに、合格に向けて頑張ってください。



販売士検定2級合格

経営学部商学科3年
山口 楓

私は広告代理店への就職を希望しており、何か少しでも役に立つ資格はないかと探していたところ、先生に勧めていただいたのが販売士検定2級でした。独学が苦手な私は、商大塾で募集していた学内講座を受講しました。

販売士2級は暗記する量が多いです。学内講座は9時から16時までの夏季集中講座で、集中力が続かない私にはとてもしんどかったです。しかし、講師の先生が、その量の多い中から重要なポイントの抜粋、対策プリントや過去問題の配布など、丁寧に解説していただき、そこを重点的に学習することで合格することができました。

検定試験の合格基準は5科目の平均70%以上で、なおかつ1科目ごとの得点が50%以上です。得意な科目が満点でも、苦手な科目で半分以上得点できなければ不合格になってしまいますので、まんべんなく学習しなければいけません。試験はマークシート方式による選択問題ですので、学内講座を受講して基礎的な学習をきちんとしておく

とで正解率を上げることができます。また、講座内で実施される予備試験に合格することで、試験科目が1科目免除される点もメリットです。販売士2級は持っていても損はない資格だと思っています。興味がある方や受験される方は頑張ってください。



司法試験合格

2011年3月
法学部法学科卒業
原田 優

原田さんは、本法学部で学んだ後、岡山大学法科大学院に進学し、司法試験合格を目指して勉学に励み、今回の合格となりました。

「後援会及び後援会役員会について」

社会総合研究所では、後援会を組織しています。県内外を問わず多くの個人・団体の方にご登録をいただき、会員の皆様には、各種公開事業にご参加いただくと共に、刊行資料の配布をしています。そうした活動を通じて、寄せられたご意見、ご感想は社会的な要請とも受け止め、展開する事業へ反映させています。

そうした私共を支えていただいている後援会会員の中から一部の方に、中長期的かつ戦略的なご意見をいただくために、役員としてご就任いただいています。2014年2月18日にはご意見をいただく場として「2013年度後援会理事・幹事合同役員会」を開催いたしました。

産業界などで活躍されている方々からのご意見は多くの示唆を含んでおり、これからの活動指針を定めていく上で、大変貴重な道標を示していただきました。

今後、こうしたご意見を無駄にすることなく、地域発展のため鋭意取り組んでいきたいと思っております。

岡山商科大学社会総合研究所後援会役員名簿（2014年3月）（敬称略）

代表理事	岡崎 彬	岡山ガス株式会社	代表取締役社長
理事	伊原木一衛	株式会社天満屋	代表取締役会長
理事	宮長 雅人	株式会社中国銀行	代表取締役頭取
理事	原 憲一	山陽放送株式会社	代表取締役社長
理事	小嶋 光信	両備ホールディングス株式会社	代表取締役会長兼CEO
理事	秋山 進彦	倉敷化工株式会社	相談役
代表幹事	武田 修一	株式会社廣榮堂	代表取締役会長
幹事	服部 弘平	服部興業株式会社	代表取締役会長
幹事	木谷 忠義	株式会社さえら	代表取締役社長
幹事	近藤弦之介	太陽綜合法律事務所	代表弁護士
幹事	松本 光雄	株式会社まつもとコーポレーション	代表取締役社長
幹事	永山 久人	下津井電鉄株式会社	代表取締役社長



〈2014年2月18日 於：岡山プラザホテル〉

所長挨拶

平成25年度 活動経緯

社会総合研究所 所長 大崎 紘一



平成25年度は、本学経営学部長田貴仁特任教授、上智大学経済学部山田幸三教授にご講演を頂き、学生、一般の方々の多数のご聴講を頂きました。

本研究所の代名詞ともなっている慶應MCCから配信される「夕学講座」は、受信開始から10年を迎えることができました。特に「岡山県商工会議所連合会」を中心として、経済6団体のご後援を頂き、前期15回、後期15回の講義に多くの方々のご参加を頂き、感謝いたしております。10年前に受信を決めましたのは前所長中井透教授(現京都産業大学教授)、本学井尻昭夫学長であり、先見の明であったと考えております。

現在は、通信回線の状況も良くなり、TV会議システムの運用も当たり前になりましたが、10年前は、通信衛星を使用していたので、このシステムを早くから導入し、ノウハウを蓄積しましたので、平成21年から東京サテライトから金融関係の講義をライブで実施、平成22年から15大学間にTV会議システムを導入し、双方向ライブ講義の開始、更に平成24年には、本学から岡山県情報ハイウェイを介して、新庄村、瀬戸内市、津山商業高等学校にTV会議システムを設置した商大サテライトを開設し、ライブ会議、講義等を実施しております。

夕学講座の毎年の講師陣の講義は、世界、日本の視点から考える示唆を与えられることが多く、本学にとっても有益な時間となっています。最近では、夕学講座を聴講する学生も毎期20人程度となり、一般の方々と一緒に受講させております。

この講座の岡山版として、一般社団法人岡山経済同友会のボランティアプロフェッサー制度による本学の「経営学特殊講義」を位置づけ、毎年テーマを決めて同友会会員の方々のご協力の下で講義を続けさせて頂いております。

本研究所にとりまして、新しい教育研究の方向性の一端になっているのが「夕学講座」であり、20周年に向けて今後も継続をまいりますので宜しくお願い致します。

～岡山商科大学社会総合研究所後援会について～

【趣 旨】

社会総合研究所は、地域社会の発展に寄与することを目的に設立された岡山商科大学の附属機関です。

【事 業】

社会総合研究所は「研究」、「資料収集」、「学生学習支援」の他に、対外的な3つの事業を遂行しています。

- 公開講演会・「慶應MCC夕学講座」サテライト講座・商大講座・通信教育講座
- 岡山県生涯学習大学(県委託事業)等 大学公開事業の開催
- 岡山商科大学学園誌「商大レビュー」の発行
- 地域社会の当研究所に対するニーズの把握

【後援会組織】

社会総合研究所設立趣旨の徹底を図るために後援会が設けられています。現在の後援会役員は次の通りです。

- 理事 岡崎彬(代表)、伊原木一衛、宮長雅人、原憲一、小嶋光信、秋山進彦
- 幹事 武田修一(代表)、服部弘平、木谷忠義、近藤弦之介、松本光雄、永山久人(敬称略)

【会 費】

無料です。

【会員の特典】

会員は、下記の特典が受けられます。

1. 『商大レビュー』等の希望者無料配布
2. 「岡山商科大学公開講演会」、「商大講座」や「慶應MCC夕学講座」等、大学公開活動の開催についてのご案内
3. 社会総合研究所および本学図書館の資料(雑誌、統計書類)のご利用

お問い合わせ 岡山商科大学社会総合研究所
〒700-8601 岡山市北区津島京町2-10-1 電話&FAX086-256-6656

編集後記

本年度も商大レビュー第23号を無事に刊行することができました。ご協力いただいた方々に改めて感謝を申し上げます。

今年はソチオリンピックが開催されましたが、スキージャンプの個人競技で2回目のジャンプを終えた葛西選手のところに若手選手が集まり抱き合って祝福したシーンは、過去の個人競技では見たことがない光景であり、そこに“チームワーク”というものを強く感じました。また、個人では涙を見せなかった葛西選手が団体でのメダル獲得で号泣したことも印象的で、苦境を乗り越えて出場した若手選手達に「メダルを取らせてあげたい」という、仲間を思いやる気持ちが強く伝わってきました。

“レジェンド”と呼ばれ信頼される人間性、経験豊富で牽引者としての魅力を兼ね備えた“リーダー”が存在し、各々の役割を理解している若手選手がついていく。この信頼関係に基づくチームワークはビジネスの世界にも共通するものがあり、会社や組織というチームがビジネスを成功に導くうえで必要となる要素の一つだと考えます。

企業や地方自治体、高等学校などの地域社会と大学を一つのチームとみた場合、本学が地域の皆様とのつながりを深め、地域に貢献できる新しい取り組みをリーダー的な存在で行っていけるよう、窓口である社会総合研究所も活動を続けてまいりたいと思っています。

(K)

商大レビュー 第23号

2014.3

掲載された記事へのご意見・ご感想等ございましたら
E-mail:syaken@po.osu.ac.jpまで。

発行／岡山商科大学
〒700-8601 岡山市北区津島京町2丁目10-1
Tel.(086)252-0642 (代)
Fax.(086)255-6947

ISSN 1340 2315

編集／岡山商科大学社会総合研究所
Tel.(086)256-6656

レイアウト・製作／山陽印刷株式会社

