

MBWA方式による経営学教育の試み（4） — 学習と卒業研究 —

西園英昭*

An Education of Business Administration
by MBWA Style (4)
— Study and Graduation Research —

Hideaki NISIZONO

1. はじめに — “考える” 学習の試み —

日本総合研究所フェローの田坂広志は“経営学理論”の意味について次のように述べている。

「“経営”における現実の世界は、“経営学”における理論とは異なっているのです。それは決して理論通りに動いているわけではないのです。では経営学における様々な“理論”の意味は何でしょうか。

経営学における“理論”というものは、ある意味で“補助線”のようなものです。まさに生命体のごとく複雑に入り組んだ経営の現実を、ある視点から切取ることによって、その生命体の一つの本質を見やすくするために用いられる“補助線”なのです。」⁽¹⁾

筆者は授業で、『経営学は“経験の科学”です。過去の経験から理論が生まれています。ところが経営の現場は時々刻々変化しています。特に、現在は経営環境が180度変わっています。過去の経験から生まれた理論はその有効性を失っているかも知れません。また、経営学は“実践の科学”です。実践からも理論の有効性が問われています。』と学生に説いている。

授業は“理論を伝える”ことが主体となる。そこで、学生には『“覚える”勉強でなく“考える”勉強』を説き、授業の教材にできるだけ具体的な事例を活用するMBWA (Management by Wandering Around: 徘徊方式の経営) スタイルを取っている。理論という“補助線”を用いて、具体事例の意味についての筆者の理解を伝える授業を試みている。

しかし、授業はどうしても教官の“考え”を学生に伝える“片方向”となる。そこで、卒業研究では、あるテーマについて学生と教官が“双方向”で考える学習を試みている。

卒業研究での教官の役割は“問題提起者”であり、“助言者”である。考える主体は学生である。したがって、テーマを決めるのも学生である。“どんな視点でテーマを決めるか”から学習が始まる。

(2001年12月 6日 受理)

* 宇部工業高等専門学校経営情報学科

2. 実施計画 — 仮説検証スタイルの卒業思考 —

(1) 卒業研究のスタイル

筆者は、筆者が属する経営情報学科の卒業研究には3つのスタイルがあると考えます。

- 卒業勉強: あるテーマ、理論について深く勉強するスタイル。
- 卒業製作: あるテーマに関する情報処理システムを製作するスタイル。
- 卒業思考: あるテーマについて、自分の意見・考えをまとめるスタイル。

筆者が志向しているのは“卒業思考”スタイルである。学生の主体性が弱いと“卒業思考”は“卒業遊び”になる危険がある。

(2) 参加学生の募集

制約条件の理論 (TOC: Theory of Constraints) の普及をめざして書かれた小説「ザ・ゴール」の中で、主人公がこんなことを語っている。

「科学者が、どのように課題にアプローチするか。僕たちが普通ビジネスでやっていることと、ずいぶん違うんだ。最初は、あまりデータの収集をしない。反対にまず、何か現象、つまり自然界の事実をランダムに取り上げる。そしてそれに関する仮説を立てるんだ。仮説とはその現象が存在する理由、もっともらしい理由を推測するものだ。ここからが面白い。『If (もし・・ならば)、Then (・・というようになる)』という考え方をするんだ。物事の関連性を説く、この考え方がすべての基本なのだ。立てた仮説から結果を論理的に導き出す。一番大変なのは、予想した事象が実際に存在するのかどうかを証明することだね。予想した結果が証明されればされるほど、根本にある仮説が正しいということになる。」⁽²⁾

筆者が志向する“卒業思考”を実現するための、卒業研究の実施スタイルは“仮説検証”スタイルをとっている。そこで、卒研学生の募集時に、次のように学生に呼びかけている。

『わたしの研究室の卒業研究では、授業で学習した

“経営理論” “経済理論” を使って、みなさんが“目にする”できごと、“関心を持つ”できごとについて“考えてもらう”ことを基本とします。したがって、こちらから“テーマを割りつける”ことはしません。自分でテーマをもって参加されることを歓迎します。もちろん“テーマのヒント”を示したり、“テーマを決める”相談にはのります。』

(3) 研究・指導のステップ

“卒業思考”の卒業研究とは学生主体の活動である。学生には、最初に表1のような研究ステップとチェックポイントを示している。各ステップと仮説検証サイクルの関連は次のようになる。

- 第1・2: テーマの確定とテーマについての仮説設定
- 第3 : 仮説を検証するデータの収集・作成
- 第4 : データによる仮説の検証
- 第5・6: 活動経過と結果のドキュメント化

表1 卒業研究のステップ

ステップ	作業内容		日限
第1	①仮テーマの設定	興味のあること 調べたいこと	4/末
	②仮テーマについて勉強	どんな課題があるか どんな議論があるか	5/末
第2	③テーマの絞り込み	対象範囲を絞りこむ どんな点でテーマアプローチか	6/初
	④研究計画の作成	調べること 使用する素材 作業項目・作業日程	6/初
第3	⑤基礎研究	計画に沿った作業	7/初
	⑥テーマ確定	テーマアプローチの確定	7/初
第4	⑦第2回研究計画の作成	夏休み中にすることを計画	7/初
	⑧応用研究	夏休み中の活動	9/初
第5	⑨論文目次の作成	どんなストーリーまとめか 今までに調べたこと 今から調べること	9/初
	⑩目次にそった研究	今調べたことの整理 調べたこと テーマの再確認	11/初
第6	⑪中間発表会	今までにやったことの発表 テーマについての自分の考えをまとめる	11/初
	⑫補充研究	中間発表まで残ったこと 指摘されたことの調査	1/末
第6	⑬発表会		2/初
	⑭論文提出		

3. テーマの設定 — 当事者意識のテーマづくり —

(1) 仮説検証のテーマづくり

“卒業思考”のテーマ・対象は、学生が日ごろ“目にする” “関心を持つ”できごとである。決してアカデミックなテーマではない。また、“卒業思考”を“仮説検証”スタイルにするために、“テーマは学生が決める”ということとともに、“テーマを取り上げた理由”と“テーマに対する自分なりの答え(仮説と呼ぶ)”を提示することを学生に求めている。卒業研究とはその仮説の有効性を検証するプロセスである。小説「ザ・ゴール」の主人公が言う“科学者”の課題アプローチ方式である。

(例)HRインスティテュート代表の野口吉昭は、仮説検証思考について次のように述べている。

「仮説検証サイクルは決して難しいものではない。難しいのは、その中身のほうだ。仮説検証サイクルは、①変化を把握する、②仮説を設定する、③情報を収集&分析する、④仮説を実行・精緻化・修正する、の4つのステップになる。①は、マクロ環境、業界&市場、自社内の変化を把握することだ。環境変化の把握と問題意識・危機意識・当事者意識の三つの意識で仮説は生まれえる。三つの意識がなければ、たとえ仮説が生まれたとしても決してまともなものではない。」⁽³⁾

野口が説く仮説検証サイクルに卒業思考のステップを当てはめると、“変化を把握する”とは“テーマの設定”であり、“情報の収集&分析”が卒業研究の主作業となる。卒業思考を充実するには“テーマの設定”が重要である。三つの意識のテーマ選びになるように、次のような指導を実施している。

- テーマの絞りこみ 当事者意識
- アプローチの視点づくり . . . 問題意識
- 現在を考えるテーマづくり . . 危機意識

次ページの表2に、1期生から6期生(現5年生)までの卒業論文のタイトルを示す。6期生は第2ステップの仮テーマである。あわせて、“テーマを取り上げた理由”と“テーマ選択の区分”を示す。テーマ選択の区分に示すように、31テーマのうち26テーマは、学生が自らテーマをもって参加してきたものである。

(2) 当事者意識のテーマづくり

表2に示すのは卒業研究の最後に提出する卒業論文のタイトルである。自らテーマをもって参加する学生が多数と言っても、最初に示すテーマは極めて抽象的であったり、表面的なものが多い。“卒業思考”の指導の第一歩は、当事者意識の持てる課題に、テーマを誘導することである。その第1の方法は、研究の対象・課題を絞り込み、具体的テーマにすることである。

“テーマの絞り込み”について2期生を例に紹介する。

2期生(1997年度)は全員自分のテーマをもって参加した。テーマに、丁度注目を集め始めていたインターネットをあげる学生が多かった。しかし学生の表現は、“インターネットについて” “ネットショッピングについて” という漠然としたものだった。そこで、学生に関心の対象について次のように問いかけた。

- インターネットの仕組みですか、ネットの活用ですか。
- 企業での活用ですか、家庭での活用ですか。
- ネットショッピングは売る立場ですか、買う立場ですか。

また、“自動車”とか“ゲーム機”という話題の製品を取り上げた学生には、

- 製品そのものを対象とするのですか、製品を製造・販売する企業を対象とするのですか。
- 企業を対象とする場合、業界という広い対象で考えますか、個別企業を対象とするのですか。
- 個別企業を対象とする場合、生産・販売などの特定機能を対象とするのですか、企業の総合的戦略を対象とするのですか。

表2 卒業研究テーマ一覧

学年年度 - No	卒業論文タイトル	テーマ選定の理由	記載	指摘
96-1	若い女性向け雑誌四誌の違いの研究	良く似た女性向け雑誌が多い	◎	
2	情報化社会におけるチラシの研究	チラシはどんな働きをするのか		◎
3	広告における販売促進活動の性格	チラシ配布に法則はないか		◎
4	化粧品業界における販路と競合の研究	低価格化粧品が増加している	◎	
5	人間関係の今日的再検討	人間関係は重視されないのか	◎	
6	媒体別広告の特色の研究	商品と広告媒体の関係は	◎	
97-1	家庭へのコンピュータ普及の現状と課題の研究	PCは一般家庭に普及するか	◎	
2	カタログ販売の現在の動向と将来性について	通信販売への参加が増加	◎	
3	インターネットショッピングに関する研究	インターネットが注目	◎	
4	テレワークの現状と課題についての研究	コミュニケーション手段が多様化	◎	
5	自動車業界の競争 - マツダとトヨタの例 -	経営戦略と企業ランクの関連は	◎	
6	アパレル業界における広告の効果についての研究	アパレルの広告は違うのか	◎	
7	次世代家庭用ゲーム機の販売戦略の研究	ゲーム機メーカーの競争が激化	◎	
98-1	二輪車の需要構造変化と二輪車メーカーの競争	原動機付自転車が増加	◎	
2	海外企業の人材募集内容と日本企業との競争	海外で働くのが夢	◎	
99-1	携帯電話の機能の変化	携帯電話が急増	◎	
2	地方の時代と市町村合併	あちこちで市町村合併が話題に	◎	
3	航空業界の販売チャネルの研究	チケット販売にインターネットが最適	◎	
4	低成長時代と年金会計	退職金・年金が話題に		◎
5	航空会社の価格戦略	航空運賃の低価格化は進むのか	◎	
6	高齢化社会と401(K)型年金制度	世代間相互扶助に賛成するか		◎
00-1	軽自動車の需要動向とメーカーの対応	軽自動車が再増加している	◎	
2	シングルCD売上げ減少の要因の研究	シングルCDの売上減の要因は	◎	
3	インターネット広告の可能性	広告の意味が変わっている	◎	
4	NPOのマネジメント	NPOって何だろう	◎	
5	退職給付会計への対応と企業経営の分析	退職給付会計の仕組みは		◎
01-1	退職金制度の将来	サービス業界の退職金が少ない訳は	◎	
2	銀行のM&A	M&Aって何だろう	◎	
3	消費者保護の法律について	私たちと法律の関係は	◎	
4	地方自治体の財務分析	地方自治体は破産するのか	◎	
5	ペイオフ凍結解除を巡る問題	ペイオフは私たちに関係あるのか	◎	

- 個別企業を対象とするとき、特定企業だけを調べるのですか、他社との比較という手法を取るのですか。いろいろと問いかけることにより、学生の問題意識が明確になり、テーマが絞られてくる。
- 次ページの表3に2期生のテーマの対象が研究ステップによって変化していった経過を示す。

表3 テーマの絞りこみ (第2期生-1997年度-の事例)

題No	最初のテーマ名(4/16)	第1次絞りこみ(5/22)	第2次絞りこみ(6/19)	卒業論文タイトル
97-1	インターネット	PCの使い易さ	ホームコンピュータの普及の可能性	家庭へのコンピュータ普及の現状と課題の研究
2	おもちゃ・通販	通信販売	カタログ販売の将来性	カタログ販売の競争と特長について
3	インターネット 通販	電子ショッピング	インターネットメールの特長	インターネットショッピングに関する研究
4	インターネット	SOHO	ビジネスにおけるコミュニケーションの役割	テレワークの現状と課題についての研究
5	自動車	マツダとトヨタ	マツダとトヨタの経営戦略の比較	自動車業の経営の特長 -マツダとトヨタの例-
6	広告	広告のデザイン	販売プロモーションにおける広告媒体の機能	アパレル業界における広告の効果についての研究
7	ゲーム機	任天堂とセガ	任天堂とセガエンタープライゼスの経営戦略比較	次世代家庭用ゲーム機の販売戦略

表4 テーマと授業科目との関連

(3) 問題意識のテーマづくり

学生が持ってくるテーマには、学生の興味・趣味にまつわるテーマが多い。こうしたテーマについては、授業科目と関連づけて考えるように誘導している。卒業思考と授業を“双方向”の学習とし、学生が理論という“補助線”の有効性を考える機会としている。

表4に学生が取り上げたテーマと、筆者が担当している授業科目との関連を示す。

学習には“理論による学習”と“体験による学習”がある。経営学の勉強の最大の問題点は、学生が“経営”を“体験”することが難しいことである。経営活動のなかで学生が体験できるのに“消費者”としての体験がある。したがって、学生が提示するテーマには“マーケティング論”に関連するテーマが多い。

もう一つは、生活者としての体験・興味からある財をテーマに取り上げるケースが多い。

- オートバイが好き。原動機付自転車が増えている。オートバイはなくなるのか。
- 軽自動車を買う人があふえた。なぜ、今、軽自動車が増えるのか。
- 次世代の家庭用ゲーム機が一斉に開発されている。売れるのだろうか。
- シングルCDの売上げが減少している。シングルCDは衰退するのか。

といったテーマには、消費者の“購入動機”からアプローチするよう指導している。“購入動機”は自分や回りの人の視点から考え得る。学生には“購入動機の変化”を考え、購入動機の変化から“企業戦略の変化”を考えることを求めている。

“テーマは自分で”という指導方針から、最近では“市町村合併”“NPO”“消費者保護法”“自治体会計”といった筆者の知識外のテーマを取り上げるケースが増えている。こうした場合は、学生と一緒にテーマの課題を考えることにしている。“卒業思考”とは、指導教官も学習する場である。“学生と異なる”視点を持つことが指導教官の役割となる。

学年年度 -No	卒業論文のタイトル (略称)	マ ケ テ ィ ン グ	人 事 體	情 報 體	経 営 職	そ の 他
96-1	若い女性向け四誌比較	◎				
2	チラシの機能	◎				
3	販売促進とチラシ	◎				
4	化粧品の販売促進策	◎				
5	人間関係論の再検討		◎			
6	媒体別広告の特色	◎				
97-1	家庭へのPC普及			◎		
2	カタログ販売の将来	◎				
3	インターネットショッピング	◎		◎		
4	テレワーク普及の課題		◎	◎		
5	マツダとトヨタの比較				◎	
6	アパレル業界の広告	◎				
7	家庭用ゲーム機の販売戦略	◎			◎	
98-1	二輪車の需要構造の峻化	◎			◎	
2	日米の雇用政策の比較		◎			
99-1	携帯電話の機能変化				◎	
2	市町村合併					◎
3	航空チケットの競争力	◎		◎	◎	
4	低成長時代と年金会計		◎			◎
5	航空会社の価格戦略	◎			◎	
6	401(K)型年金制度		◎			◎
00-1	軽自動車の需要動向	◎			◎	
2	シングルCDの売上減少	◎		◎	◎	
3	インターネット広告	◎		◎		
4	NPOのマネジメント					◎
5	退職給付会計の導入と企業価値		◎			◎
01-1	退職金制度の将来		◎			
2	銀行のM&A				◎	
3	消費者保護の法律					◎
4	地方自治体の経営分析					◎
5	ペイオフ凍結の解禁					◎

(4) 危機意識のテーマづくり

“卒業思考”のテーマを“危機意識のテーマ”にするために、“自分の将来と関連づけ”たテーマづくりを指導している。

筆者は授業で、『現在のビジネス環境、広くは私たちの生活環境が大きく変革している。180度の意識変革が求められている。』と説いている。変革の要因として次の3つをあげている。

- 経済の成熟化。“豊かな社会”の実現。
- 少子・高齢化社会の到来。
- IT(情報通信技術)の発達。

学生が自己選択したテーマには“ITの発達”に関連するテーマが多い。生活者としての体験・趣味からある“財”をテーマとする学生には、“豊かな社会の実現”、そこから起こっている私たちの“購入動機の変化”について“考える”ことを求めている。

自らのテーマをもっていない学生には、“少子・高齢化社会の到来”を“自らのライフプランにまつわるテーマ”として考えるように問題提起している。

“少子・高齢化社会”の到来は“経済の成熟化”と重なって、老人医療制度・年金制度という社会保障制度の存続という課題を提起している。一方、企業経営では退職金・企業年金という退職給付制度の存続が問われている。それは“相互扶助”、なかでも“世代間の相互扶助”という、従来の社会保障制度の根底にある基本思想の転換を求めている。わたしたちは“自助努力・自己責任”への思想転換を求められている。

学生に

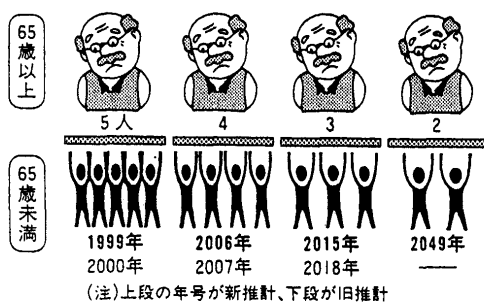
図1を示して、次のように問題提起している。

『日本の年金制度、退職金制度は

“世代間相互扶助”

という思想にたっています。“年寄りへの給付は現役の若いものが負担する”という思想です。現在(1999年)、若者5人が年寄り1人への給付を負担しています。しかし、君たちが年寄りになる2049年には若者2人で年寄り1人への給付を負担することになります。年寄りへの給付水準が変わらないとすれば、若者の負担は現在の2.5倍になります。はたして、若者が納得すると思えますか。若者が“ノー”と言え、君たちは自分の老後の生活費は自分で稼ぐしかありません。』⁽⁴⁾

図1 新人口推計が描く超高齢化社会



(出典) 『2020年からの警鐘』(日本経済新聞・刊) P223

学生は年金問題、退職給付金問題を“自らの問題”として、次のようなテーマを設定した。テーマは企業経営の視点と自分の生活設計の視点に分かれる。

- 1999年度：年金会計制度・・・年金給付とどう関連するの
401(K)型年金制度・・・自己責任型年金制度とは
 - 2000年度：退職給付会計制度・・・退職給付の導入の影響
 - 2001年度：退職金制度の将来・・・退職金という給付はつづけるのか
- 表5に、学生にテーマと関連づけて考えるように指導した経営環境の変化を示す。

表5 テーマと経営環境との関連

課年度 -No	卒業論文のタイトル (略称)	市場成熟化	少子高齢化	ITの発達	その他の
96-1	若い女性向け四誌比較	◎			
2	チラシの機能	◎			
3	販売促進とチラシ	◎			
4	化粧品の販売促進	◎			
5	人間関係論の再検討				◎
6	媒体別広告の特徴	◎			
97-1	家庭へのPC普及			◎	
2	カタログ販売の将来	◎			
3	インターネットショッピング	◎		◎	
4	テレワーク普及の課題			◎	
5	マツダとトヨタの比較	◎			
6	アパレル業界の広告	◎			
7	家庭用ゲーム機の販売戦略	◎			
98-1	二輪車の需要構造の変化	◎			
2	日米の雇用政策の比較		◎		◎
99-1	携帯電話の機能変化			◎	
2	市町村合併				◎
3	航空機チケットの販売戦略			◎	
4	低成長時代と年金会計	◎	◎		
5	航空会社の価格戦略	◎			
6	401(K)型年金制度		◎		
00-1	軽自動車の需要動向	◎			◎
2	シングルCDの売上減少	◎			◎
3	インターネット広告			◎	
4	NPOのマネジメント	◎			◎
5	退職給付会計の導入と企業経営	◎	◎		
01-1	退職金制度の将来	◎	◎		
2	銀行のM&A	◎			◎
3	消費者保護の法律		◎		◎
4	地方自治体の経営分析	◎			◎
5	ペイオフ凍結の解除	◎			◎

4. 情報の収集 — データを“集める”情報を“作る”情報を“読む” —

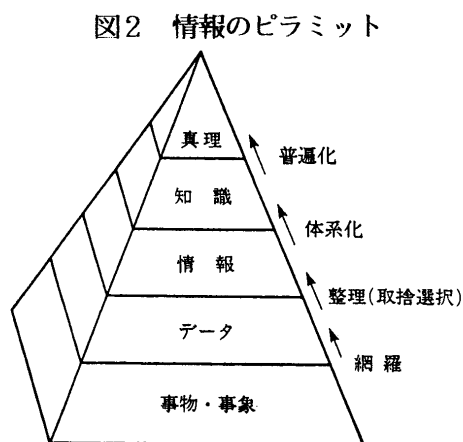
(1) 情報収集のパターン

テーマを決めると、次はテーマに関連する“情報を集める”というステップに移る。それから、テーマについて“考える”ステップにつながる。

“考える”方式には演繹的方式と帰納的方式がある。

“問題点を捜す”という活動では帰納的思考が主体となる。幅広い情報が活用される。しかし、仮説検証スタイルの“卒業思考”は演繹的思考である。テーマを決めることは、思考の課題を絞りこみ、課題に対する“仮説”を立てることまで含まれている。したがって、情報の収集は“仮説を検証する”情報の収集となる。

群馬大学の飯塚教授は、情報には図2のピラミットに示す事物・事象から真理までであると説いている。⁽⁵⁾



(出典)「データベース」(小嶋 啓蔵) P3

“卒業思考”で“情報”の収集とは、自らが立てた“仮説”という“知識”を検証するための情報を集めることである。その対象には“事物・事象”から“知識”まで含まれる。情報収集活動とはデータを“集める”活動であり、データを“作る”活動である。さらに、データ・情報を“読む”活動である。

学生は次のような方法でデータを収集し、情報を読んでいる。

仮説を検証するデータを“集める”方法には、

- アンケートの実施
- 企業でのヒアリング

データを“作る”方法には、

- 身近な資料のデータ化

データ・情報を“読む”方法には、

- 統計集の活用
- インターネットによるデータの収集
- 文献・雑誌・新聞・インターネットなどの記事収集

があげられる。表6に、テーマ別のデータ収集・作成方法を示す。

表6 テーマ別情報収集の手法

年度 -No	卒業論文のタイトル (略称)	アンケート	聞き取り	資料データ化	統計集の活用	記事・事例集
96-1	若い女性向け四誌比較			◎		
2	チラシの機能			◎		
3	販売促進とチラシ			◎		
4	化粧品の販売促進策	◎				
5	人間関係論の再検討	◎				
6	媒体別広告の特徴		◎			
97-1	家庭へのPC普及					◎
2	カタログ販売の将来				◎	◎
3	インターネットショッピング					◎
4	テレワーク普及の課題					◎
5	マツダとトヨタの比較				◎	◎
6	アパレル業界の広告		◎			◎
7	家庭用ゲーム機の脱離				◎	◎
98-1	二輪車の需要構造の虻				◎	◎
2	日米の雇用政策の比較					◎
99-1	携帯電話の機能変化					◎
2	市町村合併					◎
3	航空チケットの脱離					◎
4	低成長時代と年金会計					◎
5	航空会社の価格戦略					◎
6	401(K)型年金制度					◎
00-1	軽自動車の需要動向				◎	◎
2	シングルCDの売上減少	◎			◎	◎
3	インターネット広告		◎			◎
4	NPOのマネジメント				◎	◎
5	退職給付会計の導入と企業経営			◎	◎	◎
01-1	退職金制度の将来				◎	◎
2	銀行のM&A					◎
3	消費者保護の法律					◎
4	地方自治体の経営分析			◎		◎
5	ペイオフ凍結の解除					◎

(2) データを“集める”

① アンケートの実施

アンケート実施によるデータ収集の事例には3件がある。アンケートの目的は“仮説の検証”にある。学生には、テーマに対する自分の仮説に沿ったアンケート項目の設計を求めている。アンケートの対象者は学生の身近な人たちである。

- 96-4 化粧品の販売促進
 - ・対象：在校生、大学生、教職員
 - ・調査項目：化粧品購入時の意識
- 96-5 人間関係論の再検討
 - ・対象：卒業生
 - ・調査項目：就職前と就職後の人間関係への意識比較
- 00-2 シングルCDの売上減少
 - ・対象：在校生(1、3、5年生6クラス 240人)
 - ・調査項目：音楽鑑賞の手段、小遣い使用対象の変化

②聞き取り

データ収集の方法として学生が実行した第2の方法に企業を訪問しての聞き取りがある。この事例には下記の3例がある。3例とも、テーマについて文献などで勉強し、そこで得た知識を事例検証するスタイル。いうならば“事実・事象”いう“情報”の収集である。複数企業から聞き取りし、“データ”化するというレベルではない。

- 96-6 広告媒体の特徴・・・広告製作企業
- 97-2 アパレル業界の広告・・・アパレル企業
- 00-3 インターネット広告・・・インターネット販売実施企業とチラシ広告による店頭販売主体の企業

(2) データを“作る”

身近な資料を網羅的・時系列に集めたり、資料の中身を分類・層別化することにより“データ”を作成した事例。以下の事例がある。“考える”とは情報を“読む”ことである。情報を“読む”とは、データを“作る”ことから始まる。特に1期生には“データ”になる素材は身近にあると説き、学生は“データを集める”“データをつくり”ことから卒業研究が始めた。

- 96-1 若い女性向け四誌比較
 - ・四誌の8、10、12月号の記事、広告の掲載量の分析
- 96-2 チラシの機能
 - ・5、8月に配布されたチラシの商品別、業態別件数分析
- 96-3 販売促進とチラシ
 - ・複数家電量販店配布ちらしの、シーズン別デザイン・キャッチフレーズ比較
- 00-5 退職給付会計の導入と企業経営
 - ・00/9、01/3期の決算短信記事から業種別・企業別の退職給付決算処理比較
- 01-4 地方自治体の経営分析
 - ・全都道府県のホームページから、都道府県貸借対象表を検索・収集し財政状況分析

(4) 情報を“作る”

97年度(2期生)以降、企業や業界、商品を対象とするテーマを取り上げる学生が増加した。こうしたテーマでは既存の統計を活用するように指導した。統計という“データ”を分析して“情報”を作成し、情報を“読む”活動が卒業研究となる。統計集の活用では『テーマに関連する統計の所在を探し、入手する』ことから卒業研究が始まる。“統計探し”が指導教官の指導テーマでもある。最近ではインターネットという手段が統計探しの有効な手段になっている。

学生が活用した統計・資料には、

- 業界団体発行の統計・パンフレット
 - 政府発行の各種「白書」
 - 企業・業界団体・地方自治体のホームページ
 - 大蔵省印刷局発行の「有価証券報告書総覧」
- などがある。

(4) 情報を“読む”

『テーマは自分で決めるように』という指導方針を反映して、1997年度(2期生)以降、現在進行中の時事問題をテーマにする学生が増加した。こうしたテーマでは、既成の資料や統計が見当たらない。こうしたテーマの指導では、『どんな視点からテーマに取り組むのか』と問題提起し、最初の“テーマの絞り込み”を重視した。取り上げる視点が絞られてくると、指導の重点はテーマに関連ありそうな、

- 書籍
 - 雑誌の記事
 - 新聞・雑誌のトピックス記事
- の収集に移る。

学生にはこう語っている。

『私は、テーマに関係ありそうな資料の収集に協力する。資料の中には皆さんの研究の視点に役立たないものもあるかもしれない。資料が“情報”になるか否か判断してください。役立つ“情報”を料理して自分の“知識”をつくりだし、その結果を論文に纏めて下さい。どう料理するか、和食にするか、中華にするか、あるいは洋食にするかは皆さんの腕の見せ所です。』

文献の内容を理解し、トピックス的“事象”から、その意義・背景を考え、自分の“仮説”を立て“検証”することが卒業研究の目玉である。学生には、

『自分が最初に立てた“仮説”を、自分なりに“検証”してください。仮説が“正しかった”と検証されるとは限りません。“仮説は間違っていた”でも結構です。さらに言えば“仮説が正しいか正しくないかわからない”も一つの検証です。』と説いている。“考える”というプロセスが卒業研究と位置づけている。

5. 卒業論文の作成 — 仮説検証の過程を語る —

(1) 論文目次の作成

データを“集め”“作り”、データ・情報を“読む”活動は、自分で立てた仮説について“考える”活動である。ここまでの活動は前期までにはほぼ終わることを学生に求めている。

後期の活動の主体は、それまでの“活動結果のまとめ”に移る。その手段として、“卒業論文という作品の完成”というゴール志向の活動スタイルをとっている。

後期の始めに、学生に表7に示すような内容の「卒業論文目次(案)」の提出を求めている。「卒業論文」という完成品をイメージすることにより、

- 卒業思考の思考の一貫性
- 今までにやってきたこと
- 今までの活動に欠けていること
- 今後やるべきこと

が明確となる。目次の内容を埋めていくことが、以降の“卒業思考”活動となる。

表7 卒業論文の目次(項目・様式)

1. はじめに	<ul style="list-style-type: none"> ・興味あるテーマ(“仮”テーマ)の設定
2. テーマの絞りこみ	<ul style="list-style-type: none"> ・仮テーマを取り上げた理由 ・仮テーマに関する課題の検討 ・仮テーマに取り組む視点, 課題, 対象領域の絞り込み ・“本”テーマの決定
3. 仮説の設定	<ul style="list-style-type: none"> ・本テーマの課題について想定した自分の考え(仮説)は
4. 情報の収集・分析	<ul style="list-style-type: none"> ・仮説を検証するために <ul style="list-style-type: none"> ・集めたデータ、資料、文献 ・作ったデータ ・分析したデータ ・読んだ文献
5. 仮説の検証	<ul style="list-style-type: none"> ・データの分析、文献の読みから感じたこと ・仮説は検証されたか ・仮説と異なる結論は
6. おわりに	<ul style="list-style-type: none"> ・1年間の研究活動で得たこと、感じたこと

(2) 発表会

筆者が属する学科では、中間発表会と本発表会という卒業研究の発表会が行われる。全教官、クラスメートの前で全員が発表する。

発表会とは短い時間に、学生が1年間の活動成果を多くの人にプレゼンテーションする場であり、機会である。学生には、

- 発表の主体は、論文目次の「4. 情報の収集・分析」におくこと。
- そのために、「3. 仮説の設定」と「5. 仮説の検証」を明確にすること。
- 質疑時間も含めて持ち時間を有効に活用すること。を指導している。

(3) 卒業論文

卒業思考の卒業論文は“学術論文”ではない。卒業思考の“活動経過報告書”である。内容は「表7 卒業論文目次(案)」に沿ったものになる。論文は活動の“経過報告”であり、“ドキュメント”なので、

- 「5. 仮説の検証」では、必ずしも明快な結論は必要ない。“結論を出せなかった”場合も明記すること。
- データを“集め”“作り”“読む”活動を示す資料も論文に入れること。もちろん、生データも入れること。
- 最後の結論に参考になったか否かに拘らず、卒業研究の過程で目を通したり、参考にした文献・資料を巻末にリストアップすること。を指導している。

6. おわりに — 卒業思考を共有するために —

学生は卒業論文を提出すると“卒業研究”という授業は終わったと考える。しかし、“卒業思考”が卒業論文の提出で終わらないように、筆者のゼミに参加した学生全員の論文を一つの冊子にして、卒業式までに学生に配布することにしている。

筆者には、論文集の配布に2つの思いがある。

その第1は『卒業後も卒業思考を続けて欲しい。』という思いである。2000年度ゼミ生に配布した論文集に、学生あてのこんなメッセージを載せた。

『1年間の卒業研究、ご苦労さんでした。論文を提出しときの感想はどうでしたか? “終わった”という解放感でしたか、“できた”という達成観でしたか。

わたしのゼミは、1期生から“卒業研究は自分でするものです”という理由のもとに、“テーマは自分で決めてください”というスタイルで進めています。したがって、指導のやりかたは“教える”というより、

みなさんが研究を進める“手助け”をするスタイルにしています。

わたしがこうした卒業研究スタイルを取るのには2つのねらいがあります。

その1つは、みなさんに“企業”“経営”に関心を持ってもらいたいからです。みなさんにとって“企業”“経営”は、決して単なる“勉強”の対象ではありません。“生活”“人生設計”の対象なのです。学校を出ると否応なしに“企業”“経営”とつきあわねばなりません。その時に備えて、“企業”“経営”について自分の視点で“考え”てもらいたいからです。ねらいの2つ目は、勉強を“楽しい”ものにしてもらいたいからです。“楽しい”ものにするポイントは、やった後に“達成感”“充実感”が味わえるかどうかです。4月から社会に出ると生きていくために“働く”ことが要求されます。しかし、“働く”ことが“苦痛”であり、“飯を食う”だけの手段であったら、こんな惨めな“人生”はありません。みなさんには“仕事”を“楽しい”ものにしてもらいたいのです。学生の仕事は“勉強”です。“勉強”を卒業証書をもらうための“手段”でなく、“楽しい”活動、“充実感”“達成感”を味わえる活動にしてもらいたいのです。卒業研究で“勉強”することの“充実感”“達成感”を味わってもらいたいのです。そのために、テーマは“自分が関心のあるもの”“自分で決めたもの”としているのです。』

卒業論文集配布の第2の思いは、『卒業論文で自分の成長を確認してもらいたい。』ということがある。

毎年配布する論文集のメッセージ欄の最後にはこんなことを述べている。

『今年もみなさんの論文集を配布します。機会があったらめくってみて、“学生時代にどんなことを考えていたか”思い出し、学生時代の自分とその時の自分と比較して、自分の成長を確認してください。その時

“学生時代は幼稚なことを考えていたんだな”と思えば、それはみなさんが成長した証拠です。しかし、“卒業論文はいいことを書いてるな”と感じたら、学生時代から成長がストップしているのかもしれませんが、奮起してください。』

また、“思考”という活動を学生だけの活動としないために、卒業論文集には筆者の雑文を載せることを自らの課題としている。内容は“学術論文”でなく、その時々に関した出来事について、筆者が“思考”したことを述べたものである。雑文のタイトルは以下の通りである。

1996年度：西園ゼミがめざしたもの

1997年度：“学ぶ”ということ

1998年度：“生きる力”と“考える勉強”

1999年度：選択・自己責任時代の教授責任

2000年度：自分の人生への自己責任

2001年度：“井の中のお玉じゃくし”（仮題：2001年度の卒業研究は進行中）

引用文献・参考文献

- (1)田坂広志「まず、戦略思考を変えよ」ダイヤモンド社 190頁 2001年 3月刊
- (2)エリヤフ・ゴールドラット著 三本木亮訳「ザ・ゴール—企業の究極の目的は—」ダイヤモンド社 490頁 2001年 5月刊
- (3)野口吉昭編 HRインスティテュート著「戦略経営に生かす仮説検証のノウハウ・ドウハウ」PHP研究所 30頁 2001年 3月刊
- (4)日本経済新聞社編「2020年からの警鐘—日本が消える—」日本経済新聞社 222頁 1997年 6月刊
- (5)小碓暉雄「情報処理入門シリーズ データベース」啓学出版 3頁 1990年10月刊