

社会ニーズにマッチした変革

津田和彦

ビジネス科学研究科教授 企業科学専攻長

国立大学の独立行政法人化に伴い、大学が担う社会的役割も拡大させなければならぬと感じている。「何が出来るのか?」と考えると、やはり、企業より大学が優れた分野での社会貢献を考えるべきだろう。

大学の本業は、言うまでもなく「教育」と「研究」である。この2項についての社会貢献を、社会人と大学教員の双方を経験した私なりの解釈で、理想と現実を考えてみた。

ビジネス科学研究科の取り組み

ビジネス科学研究科は、旧経営・政策科学研究科の東京地区にあった経営システム科学専攻（修士課程）、企業法学専攻（修士課程）、企業科学専攻（博士課程）の3専攻が改組され設立された研究科である。

平成元年に日本初の社会人教育を目的として専ら夜間に講義を開講する修士課程として、「産業界における具体的な課題を解

決できる研究者を養成する」ことを目的とした大学院教育および研究を実施している。

前記3専攻では、入試において、社会人である志願者が直面している課題や問題点を、研究計画として出願時に提出していただき審査している。そして入学後は、基本的に研究計画で示したテーマで研究を進めている。産業界の研究テーマは、複数の学問領域にわたる複合的な課題であることが多々ある。この問題に対処するため、複数教員が指導体制を組むことで対処している。

社会人時代の私の印象では、とにかく大学で取り組む研究は専門性が高く「狭くて深い」という印象を持っていた。それ故、企業の直面する問題解決が出来る研究は少ないと感じていた。しかし、この複数教員による指導体制によって、見事に問題解決を成し遂げることを可能とした。

「狭くて深い」研究も重要であることは勿論であるが、ビジネス科学研究科の取り

組む「産業界における具体的な課題」をテーマとした研究も大きな社会貢献であると考えている。大学院としては異例とも言える高い入学倍率は、その証ではないであろうか。

また、平成 15 年度には、専門職大学院である国際経営プロフェッショナル専攻（専門職修士）と、法科大学院である法曹専攻（専門職博士）の 2 専攻を加え、更なる社会人教育に取り組んでいる。

魅力ある大学院イニシアティブ

ビジネス科学研究科は、平成 16 年度から 2 年間、「魅力ある大学院イニシアティブ」に採択され、社会人教育の更なる改革を実施している。具体的には、図1に示すとおり、「教育プログラム」、「研究指導」、「外部との連携」の3分野を中心に改革を実施している。

まず、教育プログラムであるが、図に示すように5プログラム制を確立した。

このプログラムは、社会人に大学院教育



図1 魅力ある大学院イニシアティブ取り組みの概要

を施すにあたり、幅広く体系的に関連知識を習得させることを目的として、実務課題の分類に近い形で履修体系を整理し、システムチックな学習支援を可能とした。

次に研究指導であるが、社会人である学生は、長期の海外出張や業務の多忙期など業務上の都合で、連続して在学期間を通して研究に取り組む時間を確保するのが困難な状況になる場合が多い。この問題点に対処するため、厳密な規定とそのプロセス管理により、学生を学位授与へとシステムチックに導く指導方針を確立した。具体的には、研究指導にステージ制を採用し、ステージ毎に目標を定め、進捗管理を行うとともに、多数回にわたる審査会を通過することで多くの目により研究の内容を審査する体制を確立している。

学位授与のプロセス管理について、博士の学位取得には査読付論文3本相当の業績とその公表、学外者1名以上を交えた論文審査にパスすることを義務付け、多忙な社会人といえども論文の質の低下を防ぐよう工夫している。到達目標に達していないと判断された場合には、サーベイ論文審査会、中間審査会などの途中ステージに差し戻しとなる。しかし、審査会を年4回開催することで再チャレンジの機会を与え、標準修業年限の3年間で公聴会にたどり着くことが可能となるシステムを構築している。

最後に、外部との連携であるが、国際ワークショップ・シンポジウムを開催することで、著名な研究者との交流や、学生に発表の機会を与える取り組みを行った。更には、多くの国際会議などで学生の発表の機会を与えた。

以上のように、魅力ある大学院イニシアティブに取り組むことにより、大きな成果を挙げている。詳しくはホームページに掲載しているので、ご確認頂ければ幸いです。<http://www.gssm.otsuka.tsukuba.ac.jp/initiative/index.html>

筑波EDP

ビジネス科学研究科では、平成17年度よりエクゼクティブディベロプメントプログラム(EDP)を立ち上げている。筑波大学EDPは、次世代トップエクゼクティブ候補に対し、広範でかつ専門性の高い知識を提供し、将来の企業戦略形成能力を育成することを目的とした階層的な教育プログラムを目指している。

平成18年度はエントリープログラムとして、「インターネットのビジネスインパクト(BI)」コースと、「マーケティングの最近の動向(MK)」コースの2つのコースを開講した。この2つのプログラムは、実際にビジネス科学研究科の講義内容をコンパクトにまとめたものを講演し、ビジネス

科学研究科で実施している講義の体験コースの意味合いも込めている。詳しくは、ホームページに掲載しているので、ご確認頂ければ幸いである。

<http://www.gsbs.tsukuba.ac.jp/entry07a.pdf>

社会ニーズと課題

ビジネス科学研究科は、平成元年に日本初の社会人教育を目的として専ら夜間に講義を開講する大学院として創設以来、社会ニーズを先取りする形で一步步変革を重ねてきた。その成果が認められると共に、今後に更なる期待を託され、これまで紹介したように、「魅力ある大学院イニシアティブ」や「筑波エクゼクティブディベロプメントプログラム」に採択された。

以上のように、ビジネス科学研究科では様々な取り組みを行っているが、課題がないわけではない。

現在、多くの企業はバブル崩壊後の暗黒の10年間から立ち直りつつある。しかし、この10年に行ったりスストラにより、研究開発や教育など、企業内ではコストであり、かつ、定常的な投資が不可欠な部分に大きな影響を残している。この研究と教育は大学の得意とする分野である。このような企業ニーズと大学の持つシーズを上手くマッチングする取組みなどに積極的になるべきであると考えている。

また、団塊の世代の大量退職時代を迎え、多くの企業では技能伝承という問題に直面している。また、バブル崩壊後に新卒者の採用を手控えた影響で、技能伝承の受け皿となる働き盛りの30代の社員が少ない社員年齢構成が飯櫃な企業が多々ある。このような情勢の中、団塊の世代が持つ技能を「経験と勘」から「定量化」して共有する取り組みなども、大学の得意とする分析力が役立つのではないかと考えている。

大学が企業と共同活動を実施する際、産学連携課など研究科の枠を超え、大学本部と密接な連携が不可欠である。しかし、つくば市と東京という物理的距離は如何ともし難い。また、東京地区には、産学連携をサポートする産学リエゾン共同研究センターのような組織や設備も手薄である。そのため、企業と何らかの活動を開始する場合、教員の負荷は大きくなりがちである。更に、東京教育大時代の施設を利用しているため、古さ故の課題と手狭感もある。

独法化と共に運営交付金が縮小される中、大学も様々な社会貢献を行いつつ、研究を進めるための資金獲得活動などにも積極的に取り組まなければならない状況にある。社会のニーズ、企業のニーズなどの情報を得るべくアンテナを張れば、大学が貢献できる分野は多々あるだろう。

(つだ かずひこ／情報検索)