

筑波大学の大学院教育 —2001年と2010年—

鈴木久敏

ビジネス科学研究科長 社会工学系教授

2001年ビジネス科学研究科の発足

新たな千年紀を迎えた2001年、この記念すべき年に、博士課程研究科「ビジネス科学研究科」が東京キャンパスでスタートした。ビジネス科学研究科は、修士と後期3年制博士の両課程が併置された本学では珍しい前後期制大学院である。

東京キャンパスには、1989年に夜間修士課程のカウンセリング専攻と経営システム科学専攻、翌年には企業法学専攻が設置された。さらに、1996年に後期3年制の夜間博士課程である企業科学専攻が併置された。いずれの専攻も、昼間に企業、官公庁、学校、施設等で働く有職社会人を対象に、専ら夜間において高度専門職業人を養成するリフレッシュ型の大学院教育を行っている。

その中で経営・政策科学研究科に属していた経営システム科学、企業法学、企業科学の3専攻を分離独立させたもの

が、ビジネス科学研究科である。

ビジネス科学研究科の目的と組織

今日、社会は「経済のグローバル化」と「個の多様化」が同時にかつ急速に進行するグローバルネットワーク時代に突入しつつある。熾烈な企業間競争がグローバルレベルで展開され、しかも「規模の力」による市場支配を追求した企業のM & A（合併・買収）が地球規模で進行し、国境を越えた巨大企業間の競争へと変化している。また、その一方で、「個の多様化」は、消費者の価値観を製品の性能・価格などの機能品質からデザイン・ブランド・好みなどの知覚品質へ転換させた。各企業は個々の消費者の嗜好ごとに異なる商品を提供する One-to-One マーケティングを指向せざるを得ず、市場は顧客セグメントごとに、より細分化している。この細分化された市場へ多数の中小ベンチャー企業が参入する

と共に、大企業も細分化された市場ごとに商品を提供すべく、社内ベンチャーの設立や分社化による対応を進めている。

情報通信技術や交通運輸の発展は企業の地理的活動範囲を飛躍的に拡大させ、小企業といえどもインターネットを通じて世界中を相手に、巨大企業と対等に涉り合える時代である。このため、ビジネス社会は、少数の巨大企業がグローバルに覇権を競い合うと同時に、他方で多様な個性豊かな小規模企業が巨大企業と対等に競い合う「大競争市場」(メガコンペティション市場)となっている。

この大競争市場を乗り切る企業経営は未知の世界である。これを解明するには、研究方法論の違いによって峻別された既存の学問領域別の大学院組織では不十分である。経済学、経営学、法学、情報工学、数理科学など、異なる研究方法論を横断的に組み合わせ、現代企業が直面する問題を包括的に把握し問題解決にあたる組織が必要となる。

ビジネス科学研究科(図1参照)は、ビジネススクールとロースクールの両機能を擁して、このような社会の要請に応え、ビジネス社会が必要とする即戦力の人材を供給することを目的としている。

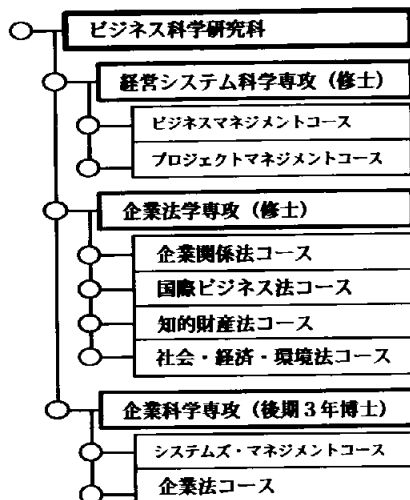


図1 ビジネス科学研究科の組織

東京キャンパスの大学院教育

東京キャンパスの大学院教育の特色は、何と言っても、①高度専門職業人養成に特化した実践的教育、②専ら夜間における教育(土曜は午後)、③学生全員が昼間に仕事をもつ有職社会人の3点に集約できる。既に professional として社会で日々活躍している人材(企業等の部課長、経営者、裁判官、弁護士、公認会計士、大学教授など)が、更なる職業上の能力を拡大させ、advanced professional となることを目指して、時間と費用を自ら負担して、先端知識の吸収と新たな知の創造のため研鑽している場である。

大学院市場マップと大学院の発展過程

大学審議会答申「21世紀の大学像と今後の改革方策について—競争的環境の中で個性が輝く大学—」(1998年10月26日)に至る審議会及び同大学院部会の議論は、大学院教育を顧客の視点から、目的・機能及び教育のレベル(学位)の2軸で捉えた市場マップ(図2参照)を作ると分かりやすい。

我が国の大学院は図3に示す変遷を辿り、その市場を拡大している。筑波大学の大学院は第4段階から第5段階へ至る途上にある。つくばキャンパスでは、本来、研究者養成を目的とした5年一貫制博士課程が高度専門職業人育成の需要にも対応するものとされたため、博士課程

と独立修士課程の機能分化、棲み分けが不鮮明となってしまった。先述したように、21世紀のビジネス社会では、消費者(学生)の嗜好に合わせて、市場セグメントごとに消費者に好まれる商品(教育サービス)を提供しなければ生き残って行けない状況である。大学審議会大学院部会内の議論でも、研究者養成と高度専

		研究者養成	高度専門職業人養成	
			職業人育成	社会人再学習
博士	市場(2)	市場(4)	市場(6)	
修士	市場(1)	市場(3)	市場(5)	

図2 大学院市場マップ

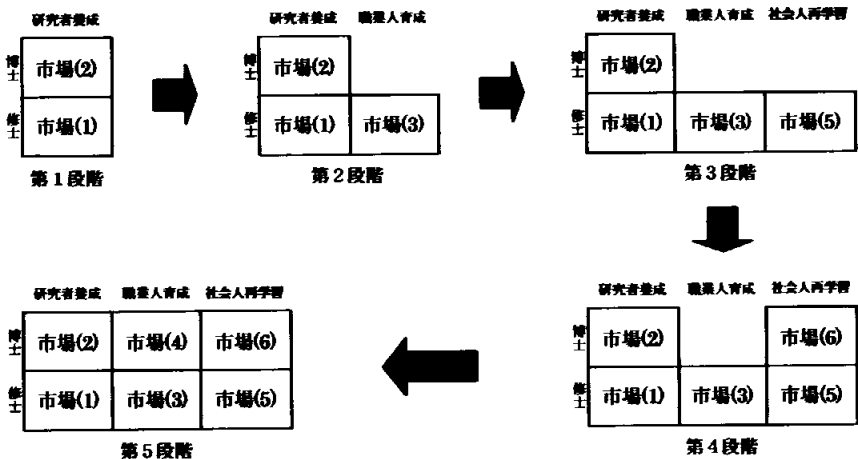


図3 大学院教育の目的の変遷

門職業人養成を一つのプログラムで行うことの無理が指摘されている（議事録を文部科学省のWebページで閲覧できる）。本学としては、この部分の整理が喫緊の課題である。

2010年における筑波大学の大学院

本学の大学院は、その創立時において先駆的なものであり、当時の社会的要請に的確にマッチしていたものの、その後30年近くの歴史の中で、博士課程、独立修士課程の目的が相互に絡み合ってしまうのが現状であろう。

北原学長は、この絡み合った複雑な糸を解きほぐすために、まず博士課程研究科の再編に手を付けられた。さらに、独立修士課程の再編へと進めようとしている。独立修士課程の再編において避けて通れないのが、図2の市場(4)、すなわち学部・学群の新卒者を高度専門職業人へと育成する機能、特に博士課程レベルの教育を担うのは、5年一貫制博士課程か独立修士課程かという問題であろう。

本学の基本構想を記した青表紙や赤表紙を見ても、創立時において、「まず博士課程と修士課程があり、…」からスタートしたのではなく、「研究者養成と高度職業人養成のそれぞれの大学院が必

要」との上位目的が根底にあり、それを実現する手段として5年制博士課程と独立2年修士課程が形作られたことが読み取れる。

本学はまもなく創立30周年を迎える。この間に高度専門職業人を必要とするビジネス社会は大きく変化している。本学大学院の次なる改革の方向性は、基本に立ち戻り、大学院をその目的（研究者養成、高度専門職業人育成、社会人再学習の3つ）に沿って、大学院課程の再編を目指すことであろう。図4に示すように、いずれの大学院も博士と修士の教育を合わせ行う博士課程研究科とし、教員は全員、博士課程を担当できる者を揃える。これこそが、北原学長の言う「大学

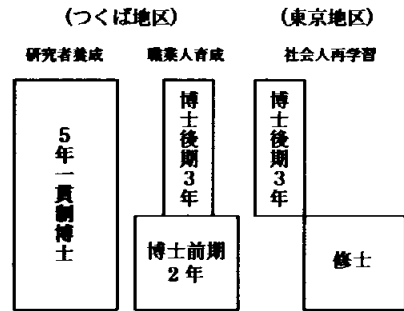


図4 2010年の筑波大学大学院

院を中心とした大学」の一つの姿であろう。

この将来像は、現在の5年一貫制の博

士課程研究科を、研究者養成を目的に真理の追求を目指す研究科と、高度専門職業人育成を目的にプラグマティズムの観点から価値創造を目指す研究科に分割して、後者の博士課程研究科と独立修士課程が一体となって拡充し、高度専門職業

人育成を行う実務型大学院へ再編することを想定している。こうすることで、本学の修士在学者数を飛躍的に増やすことが可能となり、質量ともに大学院大学としての体制が整うものと思われる。

(すずきひさとし 経営科学)

