

立命館大学 経営学振興会だより

Across

振興会活動 4 年目を 迎え、更なる 産官学協同の連携を

立命館大学経営学部長 千代田邦夫

経営学振興会総会が第4回目を迎えます。そこで、この3年間の活動を振り返り、こらからの活動について考えてみたいと思います。

まず、経営学振興会設立にあたり、私たち経営学部がどう考えたかからお話しします。

立命館大学が産官学連携を強めようとする中で、私たちがまず最初に考える産官(とりわけ経営学部の場合「産」の部分が大いだと思います)の中核に、立命館大学を卒業された産業界の皆様が念頭にありました。もちろん、単純な同窓会組織としたくはない。経営学部としての産官学連携の中核として位置づけたい。そういう思いから「経営学部同窓会」ではなく、「立命館大学経営学振興会」と名付けたわけです。ですから、会員資格は必ずしも立命館大学卒業にこだわらず、立命館大学経営学部の産学連携の取り組みに賛同していただける方々であれば、誰でも会員となっていたらいい、という考え方で組織をつくりました。もちろん、その中核には立命館大学を、さらには経営学部、またその前身の経済学部を卒業された方々に座っていただく。そういった産業界の人々と経営学部の教員、とりわけ現実の経営に根ざした経営学研究を志向する教員とで、共同の取り組みができないか。これが本会設立のねらいであったわけです。

それで講演会、異業種交流会、セミナー等を中心に活動を続けてきたわけです。また、会員相互の啓発だけではなく、学生諸君との交流を望むという声を受けて、学生諸君に話しかけるシンポジウムなども行いました。そして、本当に事業を立ち上げるところまで視野に入れられないか、という考えから、昨年12月には学生によるビジネスプラン・コンテストを開き、優秀者を表彰するという取り組みをしました。さらに、単なるセミナーだけでは会員の皆様のご要望に応えきれないのではないかという思いから、パソコン講座を行い、好評でした。こうして振り返ってみますと、実に多彩な取り組みを行ってきました。よくやってきたと自負できるのではないのでしょうか。経営学部教員と産官側の会員、そして活動部隊である事業推進委員会の皆様方の熱意には頭が下がる思い

です。

ただ、4年目を迎え、一つの転機を迎えたのではないかと考えております。当初想定したほど産学協同の取り組みを進めることができませんでした。それは、それほどまでに産学協同、とりわけ社系産学協同の取り組みがこれまで日本で進んでいなかった、だからこそ先進的な取り組みであると同時に困難を伴うものであったと言えるからだと思いますが。産の側にも学の側にも不慣れがあった。もっと深いレベルでの産学協同を進める、これが今後の課題だと思っています。たとえば、この会から新たな企業を生みだせないか。コンサルティングなどが出来ないか。出前型のビジネス・スクールなどを提案できないか。私たち教員も模索してみたいと思っていますので、産官の側に身をおかれている皆様方のご意見をいただきたいと思います。そして、またお力添えの程よろしくお願い申し上げます。

2001.6.2

経営学振興会 第4回総会開催

I 第4回総会

日 時： 2001年6月2日(土)
13時30分～14時30分
場 所： BKCコアステーション2階
大会議室

II 記念講演会

時 間： 14時45分～16時30分
場 所： BKCコアステーション2階
大会議室
テーマ、講師は別紙を参照してください。

III 懇親交流会

時 間： 17時～18時30分
場 所： BKCリンクスクエア1階
カフェテリア
参加費： 3000円
(当日受付で申し受けます。)

笑いの経営学

2001年1月13日(土) 京都駅前「ばるるプラザ京都」において、2000年度第4回のセミナーが開かれました。吉本興業(株)の木村政雄常務取締役を講師に迎え、「笑いの経営学」と題して、楽しく且つ有意義なお話をうかがうことができました。会場には46名という大勢の参加を得ることができました。アクロス速報版でもお知らせしましたが、大変楽しく役立つ内容でしたので、少し細部を付け加えて、そのときの講演を再録しました。

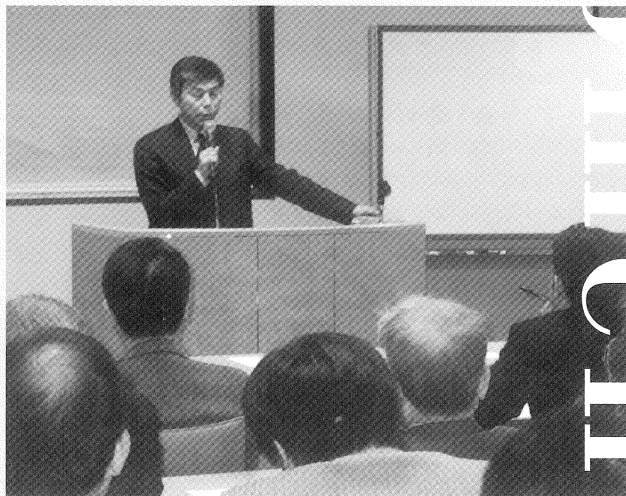


木村 政雄 氏
吉本興業(株) 常務取締役

私の履歴—やすし・きよしのマネージャーから出発—

父親は国家公務員でした。当時はやっていたテレビ番組「事件記者」で記者にあこがれ、同志社大学文学部で新聞学を専攻しましたが、新聞社への入社には失敗しました。それで当時は大企業とも言えなかった吉本興業に入りました。それが昨今では当社は「息子を入れたい会社」153位にまでランクされています。もっとも、「入れたくない会社」で30何位ではあります。それにしても昨年は20名募集に2,500人の応募がありました。3年前には6,000名の応募がありました。東大出身の人まで応募してきました。その人には丁重にお引き取り願いましたが。

私が就職したのは昭和44年でした。まず京都花月に1年勤務し、その後制作部に配属されました。そこでマネージャーとして、横山やすし・西川きよしという漫才コンビを担当しました。やすしさんは「大変な人」でした。ニュースステーションの前身番組で、これは生番組でしたが、やすしさんについては気を使わなければならないことがいっぱいありました。やすしさんは番組をすっばかすことがしばしばでした。だからまず、番組に来るかこないか、それから心配しなければなりません。次に飲んでいないかどうかを気遣わなければなりません。それから生番組ですから暴言がないかどうかを気にしなければなりません。それだけで終わりません。最後にホテルで寝ついたかどうかを気にしなければなりません。というのもホテルで寝るまで、喧嘩しないかどうか気にしなければなりません。表面で事件にならなくてもみ消したのも数知れずでした。それでもやすしさんには天賦の才能がありました。



発展した吉本興業 で、8年半マネージャーを務めました。狭い東京事務所で、漫才ブームのただなかで勤めました。大阪へ帰り8年になりますが、今年年商292億円、利益19億5千万円です。そのうち80%が制作部、つまりタレントで稼いでいます。年間19,969本放送しており、所属タレント440人から450人で、そのうち11人が1億円プレーヤーです。もっとも、年収5万円のタレントもざらですが。彼らは銀座7丁目劇場や大阪のベース吉本から出発します。ジミー大西などもそこからできたのです。もっとも、ジミー大西というタレントは「突っ込まれてナンボ」というタレントで彼一人では何もできません。で、絵の世界へ行ったわけです。それにしても小学生が学校で「戦後一番発達した工業は？」という質問に「吉本興業！」と答えたそうですが、それほど有名になりました。

暗い世の中ですが 世相はいまグロウミー(GLOOMY)で元気が無いし、アジア経済にも限りがあり、アメリカ経済も減速して、自分の将来に不安感を持つ人が70%を超えています。気分そのものが右肩下がりで。「混迷の時代」、「常識人にとって分かりにくい」そういう時代です。「常識」というのは過去から昨日までの価値観です。新しい方程式をたてるべきです。常識を捨て去って、「量的拡大」(growth)から「質的发展」(development)を目指すべきです。日本は西洋諸国に追いつくのを目標に発展してきましたが、今のように世界のフロンランナーになったとたんアイデンティティ喪失に陥ってしまいました。目的合理性を見失って何をして良いのか分からなくなっています。これまで日本は目標へ一致団結し、戦前は富国強兵、第2次大戦後は富国を目指してまっしぐらに進んできました。GNP1946年450億円から今日500兆円となっています。しかしがんばった分だけ幸せになっていません。高度成長を達成した後何をしたいのか、その答えを用意しないまま今日になったのです。何のための成長だったのでしょうか。日本人は悲観を楽しむ国民のようです。しかし、悲観からは何も生まれません。今や仕組みや意識を変えるチャンスと考えるべきです。

楽しさを軸に開放型へ 成長率は何ももたらさなかったようです。むしろ、楽しさを軸にしていくべきです。よく「失われた10年」といわれます。10年間で8%成長で、これは73年1年分の成長率でしかありません。しかし成長率が落ちたことを嘆かず、成長と一致しない豊かさを問題にすべきです。GNP、GDPから幸福度GHP、GNSを目指すべきです。富国楽

民を目指すべきです。上から下への成果配分が必要です。時代は変わってきているのに、なまじこれまでうまくいったので変われないように見えます。これまで誰と戦っていたのでしょうか。ライバルは誰だったのでしょうか。これまでは同質間の競争でした。これからは異質間の競争になるのでしょうか。吉本興業で言えば、ライバルは太田プロ、松竹ではなく、ジャーニーズ事務所やマツモトキヨシがライバルかもしれないのです。

これまで、「よりうまくやる」つまり"do(think) better"が必要でした。これからは"do(think) different"、違ったことをしなければなりません。これまでのような、会社の中の（同業の中の）私（わが社）から、世の中（世界）における私（わが社）となるべきです。分母を大きくとるべきです。比較優位性が小選挙区から大選挙区でのもことになるべきです。これまで、No.1（ナンバーワン）を目指していましたが、これからはオンリーワン(only one：共存、共生)を目指すべきです。これまで求められていた能力は、枠内の(domestic)でした。これからは、汎用性、開放型が求められています。

価値観が抑制型（らしく、ねば）から、開放型（ならでは）とならなければなりません。滅私奉公、他者依存型から自己依存型へ向かうべきです。受信機能から発信機能へ、耳8口2から耳10口10へ向かうべきです。柔軟でなければなりません。吉本のタレントで言えばオール阪神巨人型(漫才一筋)からダウントウン型(何でも型)が必要になっているのでしょうか。アイデア、言葉が大切です。既存の枠組みから脱却しなければなりません。これまでのような業界とか商圏がなくなるのでしょうか。プロとアマチュアの区別、公と私などの区別無くなるのでしょうか。リ・フレーミング(re-framing)が必要で、既存の事業領域に留まっていたは駄目です。

時代の変化に柔軟に対応する吉本興業へ 吉本興業は1978年、社員120人、年商40億円だったのですが、1980年の漫才ブームを経て2000年には社員230人年商292億円となりました。ここ4、5年のうちに年商500億円に伸ばそうとしています。これまでの枠にとらわれていてはそれは不可能でしょう。演芸から事業領域を拡大し、笑いを核にしたライフスタイル提案産業へ脱皮しようとしています。自らの定義を変えることによってこそそれは可能です。

個性、主体性、オリジナリティの時代です。「モノ、こと、人、知恵」から、あるいは「人に」から、「人と」へ、あるいは「共同」へと向かわなければなりません。私が大阪に戻ったとき、吉本新喜劇は沈滞していました。花紀京、岡八郎を筆頭に序列が出来あがってしまっていました。彼らは歳をとってきて動くのがしんどいので、どうしても動きの少ない芝居になっていました。そこで「吉本新喜劇やめよかなキャンペーン」を始めました。流動性が必要だったのです。そんな中から、チャーリー浜、池乃めだかななどが出てきました。新喜劇は活気を取り戻しました。

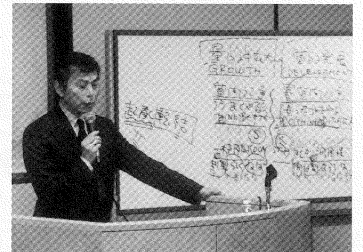
これからは提携、ネットワークの時代です。大学、立命館大学とのインターンシップに取り組んだり、伊藤忠、丸紅、藤田観光などと異業種とも協力しています。新しい価値をいっしょに作りだしていこうとしています。カテゴリー、領域を破壊しなければなりません。「立派」「優れている」「た

めになる」といった抑制型価値観から、「面白い」「分かりやすい」「魅力的」「楽しそう」といった開放型価値観、レゾナンス(resonance)の時代となっています。表現力が問われる時代です。いまマーケット自体が悩んでいます。だからマーケット自体を自分たちに引き寄せる必要があります。

言葉、コンセプトが大切です。固定は駄目です。あの歌舞伎でも、猿之助のスーパー歌舞伎で活性化したのではないのでしょうか。猿之助を見に来たお客が本格的な歌舞伎にも関心を持ち始めるという循環ができたのです。歌舞伎も復興したのです。

大学も、歴史がある、立派な教授がいるだけではだめで、山口大学が感性デザイン学科をつくったり、大阪大学が五段階評価を採り入れたりと変わろうとしています。そこでは顧客満足度が大切です。

吉本興業はまさにそれを提供しています。チャレンジ、元気、明るい、楽しそう、というのが大切です。corporate reputation（会社の評判）が問題です。社風が大切です。「大きい」「強い」「力がある」「長くやっている」ということがいいわけではないのです。「人と同じ」ではなく、「人と違う」ことが大切です。固定資本で付加価値を生み出すのではなく、ノウハウが価値を生むのです。今までではなく、現在使用価値が大事で、現役で戦うことで古いものも使えるようになるのです。会社は寄生する場所ではなく、また経営者は威張るのではなく、会社のアウトルックをポジティブに出すべきです。グッド・アジャストメント(good adjustment)がよいのです。



吉本興業は牧場型で、よい草を用意しています。よく吉本興業はギャラが安いといって、タレントがそれをネタにしていますが、それでもどうして吉本を辞めようとしないのでしょ。タレントは牧場へなぜ戻ってくるのでしょうか。それは、草(仕事、名誉)を失うことが惜しいからです。柵を高くして逃げ出さないようにするのはだめです。草を用意してやる必要があります。

流動性がある方が正しい方向です。それをどれだけ我慢できるかです。会社や個人にオリジナリティが必要です。ビジネス、会社個性があるかです。それぞれがタレントにならなければなりません。日本の国際競争力は世界4位から21位へと低下してきています。大学教育は世界47位、教育投資は39位ですし、労働生産性の地位も低下しています。まさに構造改革が求められています。環境が変わることをよしとしなければなりません。"what's new?"、「何か変わったこと無い?」という気持ちが必要です。創造性ある人間が求められています。

これからの日本のあり方 そこで、提案したいのです。第1。偏差値重視型の教育から多様な才能評価へ向かうべきです。第2。税制を変える、がんばった人が損をするのではない、インセンティブを与えるべきです。強い人間を育てなければなりません。サラリーマンの税金は源泉徴収から確定申告にすべきです。第3。規制緩和が必要です。本人に才

能さえあれば、成功できる。チャンスが平等でありさえすればよいのです。たとえば、落語で言えば、面白い落語家、面白くない落語家、しかいないと思います。何年やったから真打ちなどというのはおかしい。真打システムがいけないと思います。怪しげなものにこそ可能性があります。排除の体質は危険です。日本人に独創性が無いのではなく、独創性をつぶそうとすることが問題です。これはジェラシーです。日本人はまた、笑うのが不得意で、まじめです。一生懸命働くという東京システム、中央集権的な価値観から、価値観の多様性へ向かうべきです。地方が国から自立しなければなりません。京都、滋賀、熊本、それぞれの価値観があるはずです。これまでの鉄道モデル、すなわち線路に乗っていけば行く先が決まっているというモデルから、今後はタクシーモデル型、行き先の決まっていなモデルでなければなりません。"have your own opinion"、自分の意見をもつべきです。"I think"、私はこう考える、でなければなりません。何かといえば、「国が悪い」「上司が悪い」といいますが、「ではキミは何するのですか？」と問いたい。まさに、リスクを犯しても赤信号をわたらなければならぬときです。それにしても、希望を持たないと人間生きていけません。誰かが「明日」を明示すべきです。それが政治家の仕事のはずです。一人称で語る必要があります。(文責松村)

ベンチャーのアイデアで入学 — 2001年度入学試験 —

人気ミュージシャン倉木麻衣さんが産業社会学部へ入学しマスコミを賑わせましたが、経営学部では860名の新入生が入学、BKキャンパスで大学生活をスタートしました。

今年度の入学試験では、立命館大学全体で受験者が10万名突破、18歳人口減少期に異彩を放っています。経営学部は13,000名余が受験しました。高校生の間での経営学部の人気は年々高まっています。それは附属校からの経営学部志願の増加傾向にも見られ、一般入試での経営学部の人気とも密接に関係しているといえます。これは学部の教学実践が受験生から高い評価を得ているからだと自負しております。

今年度入試の特徴は、起業家育成の観点から推薦入試として「ビジネスプラン・レポート・プレゼンテーション方式」という新たな選抜方式を実施しました。起業アイデアを持つ高校生に「ビジネスプラン」を提出してもらい、書類選考を経た2次面接試験では、教員を相手にプレゼンテーションを行い、質疑応答も含めて可否を判断するものです。全国でも初めての試みであり、一部のマスコミにも取り上げられました。起業家顔負けのプランも発掘でき、この方式で合格した10名の学生が今後どのように育っていくか楽しみです。

ご入会のお申し込み、振興会の活動の内容等のお問い合わせは下記へ

立命館大学経営学振興会事務局(教務センター・経営学部内)
keieigaku@hotmail.com Tel.077-561-3941
http://www.ritsume.ac.jp/ba/shinkoukai
最新情報はホームページをご覧ください。

新任教員紹介

事業計画論担当の 服部吉伸です！



「事業計画論」の講座担当者が立命館大学のホームページで公募され、それに応募して経営学部の教授として採用されました。

私の簡単な経歴を述べますと

①立命館大学経営学部を卒業、②サラリーマンを12年間、③経営コンサルタントを20年間、④様々な業種・業界の仕事をやらせてもらった、⑤人事労務、経営戦略、マーケティング、マーチャンダイジング、商品開発、ベンチャー企業支援、経営幹部教育、果てはQC、システムまで様々な分野をやってきた、ということです。

この間に、「流通・サービス業のTQC」「日本の商取引が変わる・・・独禁法」「POSが活きるストア・マーケティング」「流通業破壊の構図」「マーチャンダイジングが分かる事典」「経営コンサルタントになって成功する方法」など20冊程度の本を書き、書いて、喋れて、現場に強いという経営コンサルタントを目指していました。

しかし、65歳まで、もう10年強しかないという現実、日本の経済の回復には起業が必要であるという現状を踏まえると、何でもやコンサルタントではなく、起業のサポート一本に絞って仕事を行うのが、最も、自分を生かすことになるのではないかと考え、「事業計画論=ビジネスプラン論」に応募しました。

思えば、1998年の校友大会が開催された日に、都ホテルで、「儲けなくて経営といえるか!」というタイトルで講演をさせていただいたのが、「経営学振興会」とのかかわりの最初でした。その後、ご相談を受け、2、3人の講師を紹介させていただいたこともありました。

今後は外部の人間ではなく内部の人間になったわけですから、経営学振興会の発展・成長により一層協力していきたいと考えています。

よろしくお願いいたします。

編集後記

「失われた10年」が「10年」で終わるのだろうかという不安感が頭をもたげる昨今です。ITネットバブルも崩壊し、日米の株価もさえません。でも最近のセミナーで東大阪の元気企業「シナガワ」代表取締役社長 品川隆幸氏のお話をうかがうと、まだまだ日本も捨てたものではないと思います。●経営学振興会も、はや4年目を迎え、よくやってきたと思う反面、まだまだやり足りない、そういう気持ちです。●「アクロス」、今回は経営学振興会の今後に向けて経営学部としての考え方、それに好評であった吉本興業の木村政雄常務の講演内容を、速報版よりやや詳細にしたものを「永久保存版」として掲載させていただきました。(K.M.)