

立命館大学 経営学振興会だより

Across

座談会

「経営学振興会の歩みとこれから」

出席者:橋本 輝彦氏/奥田 直幸氏/本津 絢子氏/松村 勝弘氏

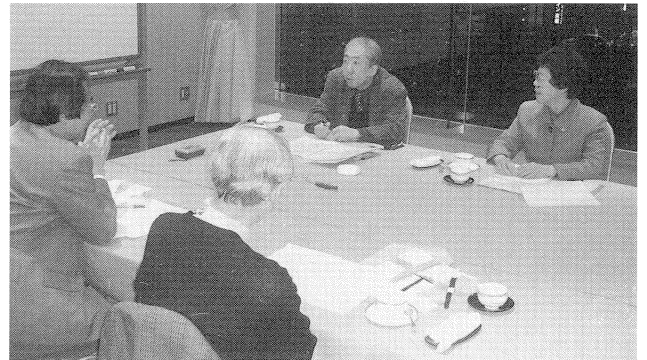
1 経営学振興会の活動を振り返って

松村: それでは本日の出席者を紹介します。この間、大学側として関わってきました橋本先生と、私、松村です。まずは私どもの方から大学側として関わってきた者でお話をさせていただきます。そして校友関係として、経営学振興会など、いろいろな形でこれまでお世話になっております奥田さんと本津さんご出席いただいています。これから1時間ばかりよろしく願います。

設立の経緯

橋本: 今日ご出席のみなさんは最初から関わっていただいていますからすでにお分かりかとは思いますが、一応設立の経緯をお話しさせていただきます。1997年頃からこの経営学振興会をつくろうという取り組みが始まりました。日本経済が長く低迷していた時期で、元気のある積極的な人材をつくっていかねばならない、もっと主体的に創造性、専門性を持った研究や教育を行っていかねばならないという思いがありました。また、その前後から産学の交流というのも具体的に始まっており、協定科目、寄附講座、インターンシップなどの形で年間10ぐらいありましたし、社会人の学生もかなり入学するようになりました。また、大学院についてもこれまでは研究者養成を目的としていたものを高度職業人の養成を考えていこうというようになりまして、社会的にもそのような需要が出てきていると思います。

その中で具体的に、継続的に、日常的に大学と社会の交流というものをやっていかねばならないという思いがありました。そこでもっとも身近な校友のみなさんに呼びかけて力をお借りし、学部と実業界の方々との交流をしていくということが、学部の教育研究にとっても新しいものが吹き込まれるきっかけになると考えたのです。それに、校友のみなさんも大学との交流というものを求めている時期になっているのかとも思います。そのような訳で経営学振興会をつくろうということになりました。つくる際には対象を必ずしも経営学部の卒業生に限らなくてもよいのではないかと、もっと広く対象を広げ、法人会員も組織してはどうかという非常に大き



な想いを持ってやってきたわけです。実際の運営では、私が当初思っていたよりも遙かに充実したものであったと思います。ただ一点、会員数の点では弱点があるのですが、実際の活動は非常にすばらしいものであったと思っています。

松村: 先ほど言われましたように卒業生のみに限らずに広くいろいろな人たちをお招きしてはどうか、誰でもメンバーになっていただければどうかという、かなり高邁な理想を持っていたと思います。そのターゲットが少し広すぎたのかもしれないですね、会員がなかなか集まらなかったというのは。それともう一つ、やっていることは良いことをやっているとは分かっているけれども実際には仕事をしておられる方は非常に多忙な方が多く、時間を割いていただくというのが非常に難しかったというのがあると思います。ここに過年度の報告書があります。膨大な量になっておりますが、それだけ多くのこと

経営学振興会第6回総会開催

日 時: 2003年6月7日(土)
場 所: ホテルグランヴィア京都
3階 源氏・ホワイエの間

I 第6回総会

時 間: 14時~15時

II 記念講演会

時 間: 16時~17時30分

講 師: 寺島実郎氏

(三井物産戦略研究所所長)

III 懇親交流会

時 間: 17時40分~19時

をやってきたのだと思います。奥田さんや本津さんとも一緒にやらせていただきました。いろいろとこれまでのことを振り返ってみていかがでしょうか。特に会員集めの点では多くのご努力を頂きましたが、さらなる発展のためのご指摘を仰っていただければと思います。

経営学振興会への当初の期待とその成果

奥田：私はこの経営学振興会に参加し、勉強することができて非常に光栄に思っております。1997年、1998年の頃を思い返したのですが、その当時はベンチャーやITという言葉が大流行しており学生のビジネスプランなどもすべてITがらみでした。しかし現在ではその影は潜めてITだけではやっていけないというようになったのだと思います。しかしそこから本当に必要なもの、役に立つものを求める動きが発生しましたし、それに学生の質も変わってきており非常に個性が出てきたと思います。この立命館の歩み、特にBKCの中でもそれが非常に出てきていると思います。それからがやはり大事で、つくったことから発展し事業の中身をもう一度原点に戻って、経営学振興会は校友会になりますので、その意義をもう一度深めるにはいい時期だと思います。

何をしていくかということは先生方や私たちが考えなければなりませんことですが、学校内だけのことや学問追求に関することだけではなくて、よりフレキシブルで社会に通じるものを産学でやるということが、校友のみなさんも「もう一度大学で学びたいな」と思うとき、あるいは年を取った後で立命館に学生として戻るときが来ると思います。そのときに勉強しやすい環境というものを我々もサポートしていかなければならないと思っております。そのためにも、より活発な事業運営を模索したいと思っております。

本津：いま、奥田さんが指摘されたとおりだと思います。歴史的にずっと見ていきますと、当初はBKC移転と言うことで理工学部に期待するところが多かったと思います。それはまだまだ本当の意味ではこれからの宿題だと思います。この5年の間に何か結果が出たかを問うのはまだ早く、結果を出す前段階として経営学振興会があり、いままで試行錯誤しながら進めてきたのだと思います。今、ちょうどいい時期になったのかなと思うのです。

その内容は後の話として、まずは形式、スタイルについて話をしますと、通常でしたらセミナーで1人の先生をお招きして講演をしていただくというのが多かったと思いますが、事業推進委員のみなさんと相談して、グループに分かれてフリートークをしたり、セッションのような形式をとったり、いろいろな形のスタイルを模索したと思います。せっかく参加した方に一言でもしゃべっていただこう、何を期待して参加されたのかという本音を聞き取ろうといういろいろと試行錯誤しましたよね。最近ではテレビ番組などでもフリートークのスタイルが多くなっておりますが、私たちが既にしたようなことをやっているなとも思いますし、私たちのしてきたことは先駆的なものであったと思います。そのような意味では、

いろいろなスタイルにしたということと卒業された校友、かつ今企業経営をなさっていて悩んでおられる方も多いでしょうから、そこに何かを求めて来られる、あるいは参考やヒントを求めて来られて、自分の職場へのフィードバックのようなものを構築するという投げかけがこれまでやってきた大きな要素ではないかなと思います。これは今までやってきたこと、これからやっていくことの両方に通じるものがあるかなと思います。形式的なスタイルの点ではそのようなことを思っております。

経営学振興会の活動内容

松村：結局、経営学振興会としてやっていることは何かといえば、まず総会をしてということになるのですが、総会の際にはいつも講演やシンポジウムという形で、たとえば第1回の時には企業家のシンポジウムをしました。それから回を重ねていろいろな形のものを進めてきたと思います。また、懇親交流会も必ず開催しております。実は当初は懇親交流会というのは異業種交流のようなものができれば良いのではないかなと思っていたのですが、これもなかなか難しいものであったと思います。通常、このような組織で懇親交流会があるとその時の話もさることながら、いろいろな人とお付き合いするきっかけにもなるというのもあるのですが、必ずしも広がりを持ち得なかったと思います。それは1つの壁であったと思います。もう少し組織的に大きくなってたくさんの人が参加していただければ、本来考えていたものも出てくるのかなと思います。懇親会はそれとしてやってきたという感じがあります。

セミナーについては、かなりやってきたと感じています。先ほど本津さんがおっしゃっていたようにいろいろな形をとってきました。いろいろな工夫があったと思います。そのような経験はストック、あるいはノウハウとして蓄積されてきたと思います。それは今後の活動にも活かされていくと思います。また、セミナー以外の活動としては、これは特定の方のみの参加でありましたが、パソコン講習会も企画しました。これは主に中高年向けでありましたがこれはこれで意味があったと思います。大学にリソースがある訳ですから、これを十分に活用しようということでやってみました。通常のパソコン講習会では受講生のスキルにばらつきがあってやりにくいので、初心者以外の講習については思案中です。



橋本氏・松村氏

機関紙「アクロス」では、企業インタビューや企業見学の記事を掲載するなどやってみました。

奥田：これは非常に評価が高いですね。

橋本：何回くらいやったでしょうか。

松村：3回ほど企画しました。インタビューを含めると4回ですね。これは非常に私たちも勉強をさせてもらったという面があると思います。

奥田：記事はわかりやすく、参加していない方にもわかって頂けたと思います。

松村：会員の企業の方にお話を伺うことは、会員企業のユニークな活躍を見る社会の目にもなったのではないかと思います。これは是非今後も続けていくべき課題ではないかと思います。最近は大学院でケーススタディーをやるようになり、その中には実際にインタビューをしてケースをつくっていくというものもあるのですが、私どもにとってはそのような訓練にもなったかと思います。機関紙は年2回四苦八苦で出しているという面もあるのですが、やはり機関紙にも意味があると思います。

本津：「アクロス」の発刊が遅れたとしても必ず中身が良いものが出ていていると思います。

松村：苦勞の甲斐があったと思います。ホームページについては、今ならばもう少しまともなものができると思うのですが、当時は多忙でなかなか手が届かず、丸投げの部分もあったかと思います。そのため更新も滞りがちでした。

奥田：あの当時は、時間的にも業務的にも無理であったと思います。今の時期からコンセプトを明確にして始めればいい訳です。何も遅れている訳ではありません。また、他の校友会と違う点は、能動的な自主参加をする点だと思っています。ホームページをそのようにするには、チャットなどを設けて情報発信を一会員から出るようにするには今から行えば良いことであり、何も遅れている訳ではありません。

松村：後でも触れますが、やはり校友会の中心になるのはホームページではないかと思っています。私もゼミのホームページを作っていますが、毎日40～50のアクセスがあります。それはなぜかと言いますと、私が毎日日誌を書いているからです。新しいことが常にあるという状態にしておけば、常にアクセスがあるのです。管理者は大変かもしれませんが、チャットのようなもので会員の方からの情報発信ができればかなり有意義なものになるかなと思います。逆に新しいものがないと飽きられてしまいます。活動はこれだけしておりますからホームページが休眠状態になることはないと思いますし、これからの活動の根になっていくのかなと思います。

奥田：管理者を院生の方などに謝礼をお渡ししてやっていたくなどがなければ無理ですね。サービスでという問題ではないと思います。



初歩のインターネット講座にて

松村：後で橋本先生からお話させていただきますが、会員数が少ないということは事業費が少ないという問題と密接につながっておりまして、管理などにしてもアルバイトを雇う予算もないという状況でした。過去の事業は良い経験であったと思うのですが、やはり会員数と財政基盤の面で大きな問題がありました。経営学振興会の事業をもっと発展させていくためには、校友会を立ち上げ、それとドッキングしていくことが必要ではないかと思っています。それを経営学部40周年事業ということで実行されたわけです。

経営学部創立40周年記念事業を契機に

橋本：経営学振興会は、当初の目標として会員数を早く300名にしようという目標がありました。ところがなかなか200名を越えないという状況が続いており、やや停滞感を感じていたところもあると思います。メンバーが固定化してきて広がりがなく、特に若い人が入ってこないということを打開する必要性をみなさん感じておられたと思います。今年度が経営学部40周年ということで、2つの柱を立てました。1つは大学院のプロフェッショナル・コースの立ち上げで、今年の4月から大阪でも教室を持つということになりました。これは社会に広がりを求めているとできないということです。そしてもう1つは校友会を立ち上げようということです。すでに我々は経営学振興会という形で先駆的にやっているわけですが、振興会を発展させるようなものとして校友会を作る必要があります。そのような位置づけで校友会を今まで考えてきました。校友会は財政的な問題も解決されるということもありますが、それに加えて若い人材を学部や社会との交流の中に入れていくということも可能になります。幸いなことに、校友会を設立する段階で新しく卒業生との結びつきというものも出来てきました。校友会の幹事についても予想を超え100名くらいの幹事がおります。まずはこの人たちに経営学振興会に加わってもらいたいと思います。これらの人たちは何かやりたいという思いを持つ積極的な人たちですので、その人たちを経営学振興会に入れるということから始めればよいかと思っています。そうすると新しい知恵も出てくると思いますし、新しい提案も出てくるかと思っています。それを手がかりに経営学振興会をさらに発展できると期待しております。

経営学部校友会組織について

松村：組織的には校友会という形で昨年の11月30日に総会をして立ち上げてきたわけですが、来年4月に4回生になる学生については入会金を在学中に頂いて、これを終身会費とするという形で入会していただきます。また、既存の卒業生については経営学振興会にすでに入会している方にも終身会費として頂くということで校友会を発足させることになります。校友会という名前についてもいろいろ議論を重ねました。例えば経済学部は同窓会という名前にしていますが、同窓会という名前では経営学振興会の趣旨とは少しずれてくるのではないかということで、広い位置づけとして校友会としました。最近では他の学部でも校友会とするところが多いようです。校友会は同窓会組織としての面もありますが、それに限らずご援助していただける方も含めてメンバーになっていただけるのではということで、名称を経営学部校友会とした訳です。

このように校友会を立ち上げて、そしてこれまで経営学振興会としていろいろな事業に取り組んできたものを校友会の活動の中核に位置づけるということになります。メンバーシップは広がり求めつつ事業部門としての経営学振興会を活性化させていくということです。すでに事業を経営学振興会としてやってきているわけですから、他の校友会と比較して、それは誇ることでできる我々の財産であると思います。その財産をこれからどのように発展させていくのかということではないかと思います。しかもこの間、経営学振興会では蟹江会長にお世話になっており、一昨年にはカゴメの研究所を工場見学させていただきまして、これは経営学振興会の活動の一環となったかと思っています。

このように我々の大先輩にもいろいろとお世話になっておりますし、経済学部経営学科という経営学部の前身を出身としておられる人たちとのつながりも大切だと思っています。そのようなことも経営学振興会という名前にしたというのも関わりがあるのですが、我々の経営学部ができたのが1962年ですが、その前には経済学部経営学科というものが存在しました。経営学部の前身があるにも関わらず、同窓会としてしまうと前身の経営学科は含まれなくなってしまいますので、流れがあるという位置づけで広く加入者を募った経緯もあるのです。その象徴的存在が蟹江会長であったかなと思います。今後ともいろいろな形でサポートをしていただきたいと思いますし、それら全てを含めて一体感を持った組織として校友会や経営学振興会を並列的に進めていかなければならないと思います。アイディアとして、こうしたらもっと面白くなるのではないかとすることがあれば助言を頂ければと思います。

会員数拡大・事業内容と関わって

本津：300人を目標として、当初はずいぶんいろいろな方に声をおかけしましたが、会員が増えなかった原因を考えてもいいのかと思います。まず、年齢層を絞り込んで勧誘を行ったわけですが、その年齢層の方々が第一線で活躍する多忙な方々で、若い方々を外しましたね。それも1つにあるかと思



奥田氏・本津氏

います。また、次年度以降に会員を継続していただけなかった方々に話を聞いてみますと、テーマが堅苦しい、わざわざBKCまで行きにくい、いつも京都駅付近で定期的に開催されると行けるのだが場所がその都度変わるとややこしいなどいろいろな意見がありました。それはあくまで一つの参考意見であり、こうしなければならないというものではありませんが、多くの意見を集約しますとこのようところが問題かなと感じています。そうすると、もっとテーマを柔軟にしたいほうがよい。今現実には世の中ではそういうことが必要とされているのではないかと思います。

ホームページなどでQ&Aのようなことを企画したりするのもよい。ホームページ上で顔が見えずに名前のみを知っている方が実際にセミナーに参加してあの人がこの方なんだということを一致すると、そこでまた密度が濃くなることがあっていいのではないかなと思います。

企業家という方はいつも不安が多いと思います。他の企業はどうしているのか、自分の企業はこれで良いのかなどの不安を抱えておられます。また、経営者ではなくても自分のやり方はこれで正しいのかと思っておられる方も多いと思います。そのような方が大学の先生に相談し、チェックしてもらおうというのが産学連携の交流の良さかなと思います。そのような若干厚かましいことも含めてホームページ上で取り組んで行けたらと思います。そうすると、先生のお考えが理解できる一方、先生もまた現実社会の動きや傾向が分かるのではないかなと思います。その辺のところで発展させていくと有効なものとなるかと思っています。

新しい経営学の創造を目指して

松村：当初は高邁に新しい経営学を創造するんだという考えを持っており、また今でもそれは持っているのです。しかし、日本の学問というのは象牙の塔という形で固まっていたと思います。それでは駄目だというのは今では常識になっていますが、ではどうしていったらいいのかということについてはまだまだ手探りが続いている状況だと思います。その意味では、我々がこのように先行的にやってきたということは、打開の道筋ではなかったかと思っています。そのような意義を校友の方々にご理解いただいて、教えていただくという形にもなるかもしれませんが共同のプロジェクトを組んでいって新しい日本の経営を創造していけば、それは最善の理想とするところでもあります。

橋本：それは本当に大切だと思います。むしろ会員のみなさんから発言していただくという機会を今後増やしていけば良いと思います。この4月から大学院の大阪開講が始まりますが、入学者26名のうち、立命館出身者は多いのですが経営学部出身者はそれほど多くありません。しかし、そのような方々は企業では管理職など重要なポジションにある方が多く、そのような方々が大学に来たいということは大学に対する要求があるわけですね。この会（校友会や経営学振興会？）は月謝も取りませんし、もう少し緩やかなものであると思いますが、大いに学び合うという姿勢が大切ではないかなと思います。

産学交流の必要性

奥田：私は今、大阪大学とジョイントしているのですが、大学を出て30歳くらいになった能力のある人材が大学の教員と組むというのが非常に多いですね。そして、50代くらいのひとからアドバイスを受けてプロジェクトを進めていくということがあります。これは産官学の交流の中でも、官を外してNPOなどのように今できることを考えようという、産と学が一緒に考えていこうという社会・企業間のやり方がイギリスなどでは多く見受けられます。これは社会の話ではなくて、経営の根幹が変わっているのだと思います。今までであれば“お上”から資金を助成してもらいNPOを立ち上げていましたので、NPOを立ち上げるのは文章を書くのが上手な人であったわけです。これからは、積極的に活動する人が中核を担い、活動しない人にはやめてもらうような制度が必要ではないかなと思います。そしてその活動をインターネットなどを通じて情報発信できればと考えています。そこからエンジェルと結びついたり、指導する人が現れたりするのです。

本津：例えば大学院の院生や教員の方々が何を研究テーマとしておられるのかが見えてくるとターゲットの絞り方も違うと思います。経営学振興会が発足した当初は教員や院生への研究支援も活動の視野に入れていたわけですが、これは予算の制約で実現できませんでした。しかし、実際にはやりたかったことはありますし、これから金銭的な課題が解決できるのであれば、いま仰られたような活動の広がりが出てくると思います。ですから、経営学部の学者、研究者たち各々の研究テーマをもっとピーアールしていただければと思います。

奥田：これまでの広報では分かりにくいのです。私たちは組織の中心的な立場におりましてそれなりにわかりやすいのですが、自分の出身となるゼミ以外のことについてはほとんど分かりませんので、何をやっているのかということが分かって、研究内容を知ることができればもっとフレキシブルに親しみのあるものになると思います。

松村：経営学振興会は日本経済が不況の中で立ち上がっていったということで、産学交流に対するニーズはあったと思います。転換期の時期において今何をすればよいのかという関心はあったと思います。今後、産学の交流はどのような形で進めていけばよいのかという点について何かご意見はありますか。

メーカーだけが交流の対象ではない

本津：“産”というどうしてもメーカーを想像してしまいがちですが、今後はサービス産業への広がりを持って行かなければならないと思います。この広がりを表す新しい言葉を経営学振興会で作り出しても良いかなと思います。産学交流をしようと思っても、私のところはメーカーではないからと考えておられる方もいるようです。

奥田：現在、アメリカから受けた経済学や経営学が全部傾いているのだと思います。今の行き詰まっている時期に私たちで何か新しいものを作り出していけたらますます立命館の人気はあがると思います。

松村：産官学の中でも官にはあまりこだわってはいないのですが、日本の場合の問題の多くは官主導でやってきた分野の行き詰まりにあると思います。銀行、ゼネコンなどはその代表ですが、実は大学もこれまでは官主導であった業界の一つであると思います。

橋本：今はだいぶ緩やかになってきましたね。

松村：はい、緩やかにはなってきましたが、大学の側でもどうしていいかわからないというのが実情ではないでしょうか。その意味では我々も何をしたいかわからないという面もあるかもしれません。しかし、これは自分の頭で考えていくきっかけになって行くと思います。

新しい企業経営を求めて

奥田：今は、何をするにしても思い通りにすることは難しい時代です。しかし、後発の人がトップに立つこともできるし、トップの人が倒産することもあります。つまり遅れていても諦めなくてもいい時代なのです。そのような考え方を経営学に取り入れていくことも出来るのではないのでしょうか。

松村：我々が創意工夫をして何をつくっていくかを議論することがとても大事なのでしょうね。

奥田：ビジネスモデルのようなものは私もやっていますし、本津さんもやっておられます。今までのやり方ではないものは失敗例でも構わないのでどんどん発表して交流を深めていければ良いかなと思います。

本津：先生方も一緒に企業を立ち上げて投資し利益を生むという経営をやってみても良いのではないのでしょうか。

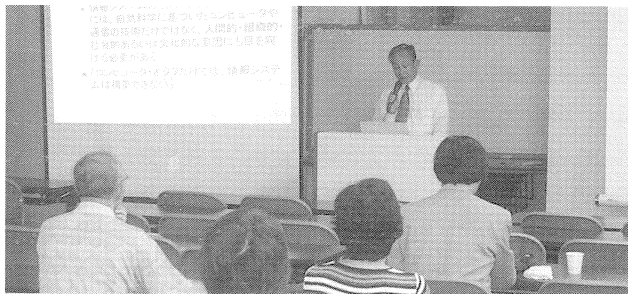
橋本：具体的なプロジェクトが出てくると良いですね。

本津：そしてエンジェルを求めていくというのも良いですね。

松村：そのような意味では、大学も株式会社化していく時代で



京都セミナーにて



大阪セミナーにて

すよね。

本津：以前から思っていたのですが、経営学振興会から事業を生み出し、世の中に売出した利益で、新しい活動資金源とすることもできるのではと思います。これからはその実現の可能性もできますし、学部では出来ないことを経営学振興会ではできると思います。

奥田：校友会の立ち上げで資金は潤沢に思えるかもしれませんが、そう思っていると資金はすぐになくなってしまいます。合法的に事業化できてそれを発展させていけるようであれば面白いですね。

情報交流の重要性

松村：その柱となるのは、先ほども言っていた情報交流ですね。これは課題として残されると思いますが、校友会のホームページと経営学振興会のホームページをドッキングさせていかなければなりませんね。基本的には同一のサイト内に2つのページがあるのだと思いますが、校友会の部分では単純な広報活動や事業報告であり、経営学振興会の部分では事業の交流とするのがよいかなと考えています。

奥田：その原点となるのは先生方や学生の研究内容の紹介ですね。まずはそれを広報していただければと思います。特にゼミ出身者は今のゼミ生がこんなことをやっているというのを知ることが出来れば非常に親しみを持つし、先生との交流も盛んになると思います。また、違う先生のゼミの内容も知ることができます。

3 新しい経営学振興活動

松村：意外にいろいろな盲点があるのだらうと思います。そのようなものをお互いの交流の中で出てくると思います。経営学振興会との関係を含めながら校友会としてはどのように進んでいけばよいかという点でお話を頂けますでしょうか。

本津：新しいスタイルの経営学振興会を新しく立ち上げるにあたって、卒業生全員が参加ではなく希望者のみとするわけですが、それではどのように希望者に参加を促すようにアピールしていくのかということでお話を頂けますか。

校友会活動と振興会活動の違い

松村：経営学振興会ではセミナーなどを含め様々な活動をしています。経営学部を卒業後も、あるいは卒業に関わりなく、経営学部のリソースとの接点を継続的に求めたいという方に経営学振興会に入ってもらいたいと思います。断片的な情報でよい

というのであれば校友会に参加していただき、もっと積極的に参加したいと思われたときには振興会に入っていただくというのでもよいと思います。校友の中からアクティブな活動を継続的に続けたいという方には、別途2000円程度の入会金を頂いて、経営学振興会の機関紙などをお送りし、セミナーなどのご案内もホームページ上の告知以外に差し上げるということになります。あまりにも休眠的な方がおられればその場合はどうなるかというのは決めていませんが、定期的、継続的な活動を行う方は経営学振興会に再登録してもらい、つながりを持っておきたいという方には校友会のホームページで情報の確認をしていただきます。もちろんいずれの場合でも積極的な方には我々はお受けするという形になります。郵送費などもありますし全校友に郵送したとしても実効性がないということで、そのような棲み分けが必要であると思います。

積極的に活動をしていただける方に優先的に情報を差し上げるというのが筋であると思います。郵送の案内がダイレクトメールに紛れてしまうようでは無駄になってしまいます。経営学振興会は積極的に校友会活動をしたいという方の受け皿として存在し、ホームページを通じていつでも情報発信をしていただければと思います。時に応じて予算的な都合がつけば経営学振興会員以外の校友の方にもご案内を差し上げることができればと考えています。

奥田：ホームページをご覧になることができない方には、失礼にならないように郵送などでご案内を差し上げるべきでしょうね。

松村：そうですね。セミナーなどのご案内は振興会の会員になられた場合には定期的に差し上げるのですが、それ以外の場合は今後の課題としたいですね。

橋本：一般会費とは別に2000円というのは、毎年の支払いになるのですか。

松村：いえ、そうではありません。入会金として想定しています。

経営学振興会活動への参加登録料

橋本：では入会という言葉よりも参加登録料という名目の方がよいのではないのでしょうか。知的な交流に継続的に参加してもらおうという意味を表示してもらおうということにして、実際の運営上ではそのお金は郵送料などに用いますし。入会という言葉を使うと二重に入会するような表現になってしまいます。積極的に参加登録を呼びかけ、きっかけを与えることで若い人たちにも積極的な参加者が出てくると思います。自動的に校友会に参加するだけでは、なかなか積極的になることはできません。この3月に卒業した学生に対しても校友会の参加の呼びかけは行っていますし、遡って卒業生にも校友会参加の呼びかけを行います。そして同時に経営学振興会への参加も呼びかけも行います。ぜひ人のつながりを広げていきたいですね。現在の会員の方は非常に積極的な方が多いのですが、やや固定化されていると思います。その方々にはこれからも経営学振興会で積極的な発言を期待したいのですが、それ以外の特に30代、40代にも積極的な活動を期待したいと思います。そのような方が活動に参加すると広がりが出てくると思います。

寄付で成り立つ大学を目指して

奥田：これまで経営学振興会は蟹江会長から多くのご寄付を頂いておりますが、これからは息子や娘に資産を残すのではなく学校に寄付をしたいという方もおられると思います。ですから大学に寄付が入って来やすいような環境の整備も必要でしょうね。

松村：税制の部分かなり大きいと思うのですが、工夫できると思います。ただし、何もしていないと寄付は頂けないわけですし、我々の活動が評価されて寄付を頂けるわけ。これはこれからの学費に頼らない大学経営にも通じるものかもしれません。大学の存在は社会との接点を抜きにしてはありえないということは前々から思っておりましたが、経営学振興会がその広がりやのきっかけになることができればいいですね。

奥田：明治の頃の小学校や中学校は、全部寄付で運営していたのです。現在のNPOは国の助成に頼ったNPOですが、彼らは本当に自分たちで運営していました。その気概というのが現在でできていると思います。ですから我々の活動をしつかりして寄付が集まりやすい状態を作ればよいということであり、だからこそがんばらなければならないと思います。

本津：次世代を担っていく人に投資しよう、育てていこうという環境が出来つつある現在だからこそ、経営学振興会の活動目的の1つに、大学を含む社会全体で人材育成するようになるのではないかと考えます。

松村：それが戦後日本で失われてきたものですね。戦後日本の悪弊は自己中心主義に代表されるようなものであったと思います。ですので経営学振興会や校友会の活動が活性化することで、そういう点でも貢献できればと考えています。（了）



東京セミナーにて交流会

経営学部40周年 記念事業について

立命館大学経営学部は40周年記念事業として、2002年11月30日の記念講演会ならびに経営学部校友会設立総会、懇親交流会を最大のイベントとして、さまざまな取組を行いました。その取組をまとめておきたいと思います。

1 40周年記念事業（11月30日〈土〉）

- (1) 経営学部校友会設立総会
(於・キャンパスプラザ京都第1会議室)
- (2) 記念講演会「今、松下幸之助に学ぶ」
水野博之高知工科大学副学長
(於・キャンパスプラザ京都第3会議室)

松下幸之助談にかこつけて、現在の日本の閉塞状態打開策を話されました。健康、学歴、財産のいずれにも恵まれなかった松下幸之助がどうして成功したのか話されました。第1に、イノベーション（組み合わせ）が大事であること、第2に、断固としてやり抜くこと、第3に背水の陣をしいてやるべきこと、この3点が話されました。

- (3) 卒業生との「レセプション、懇親交流会」
(於・京都ホテルオークラ・暁雲の間)

経営学振興会としても、当日、午前中に役員会を開き、経営学部校友会との関係について検討しました。

2 連続講演会

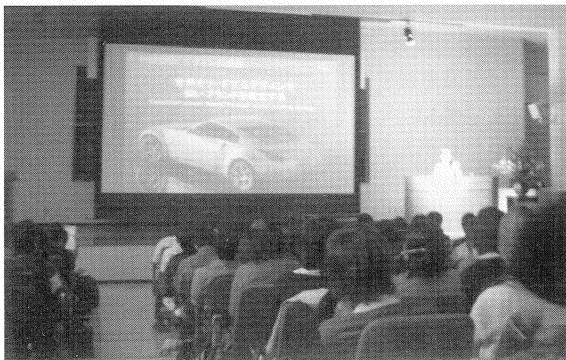
経営学部40周年を記念して連続講演会を行いました。

- (1) 日 時：6月17日（月）
場 所：びわこ・くさつキャンパス
ローム記念館大会議室4階
テーマ：『日産リバイバルプランと日産の変革』
講 師：Thierry Moulounguet氏
(ティエリー ムロンゲ氏)
(日産自動車株式会社 取締役副社長兼CFO)
コーディネーター：奥村 陽一教授

いま話題の日産自動車のカルロス・ゴーン氏を補佐して、日産自動車建て直しを主導したムロンゲ氏のお話でした。

- (2) 日 時：10月25日（金）
場 所：滋賀 BKC内 プリズムホール
テーマ：『ブランド構築におけるデザインの役割』
講 師：中村 史郎
(日産自動車常務デザイン本部長)
コーディネーター：経営学部学生委員会、
40周年記念事業と共催

1999年10月18日、日産自動車の再生計画「日産リバイバルプラン」が発表された前日に、中村史郎氏は日産自動車に入社し、約600人のデザイン部門のトップに就いた。以来どのような考え方、どのようなやり方で、「ゴーン改革」を支えてきたのか。いまやカルロス・ゴーン氏に次ぐ日産の顔となった中村氏が、日産ブランドの再生とデザイン戦略について語る。



中村史郎氏講演会

(3) 日 時:11月14日(木)

場 所:大阪中央公会堂 中集会室

テーマ:『21世紀の構想力
～人材育成のシナリオ～』

講 師:谷口 正和氏

(ジャパンラインフデザインシステムズ
株式会社社長)

丹羽 健夫氏(河合塾顧問)

コーディネーター:平井 孝治教授

谷口氏はライフデザインプロデューサーであり、「ライフデザイン・メーカー」を基本コンセプトに、企業経営コンサルティングから企画までカバーされている。河合塾の丹羽氏とトークされた。

(4) 日 時:11月21日(木)

場 所:立命館大学BKCキャンパス
プリズムホール

テーマ:『ベンチャー・ビジネスの未来』

講 師:水野 博之氏

(高知工科大学副学長、
元松下電器産業副社長)

高須賀 宣氏

(サイボウズ株式会社 代表取締役社長)

コーディネーター:三浦 一郎教授

(5) 日 時:11月30日(土) 午後3時～4時30分

場 所:キャンパスプラザ京都

テーマ:『今、松下幸之助に学ぶ』

講 師:水野 博之氏

(高知工科大学副学長、元松下電器産業副社長)

(6) 日 時:12月6日(金) 午後6時30分～8時

場 所:大阪商工会議所 401号

テーマ:『中国における企業経営』

講 師:古田 茂美氏(香港貿易発展局 所長)
王 健氏(本学PhD、

中国福州大学公共管理学院 院長)

コーディネーター:田中 彰夫教授

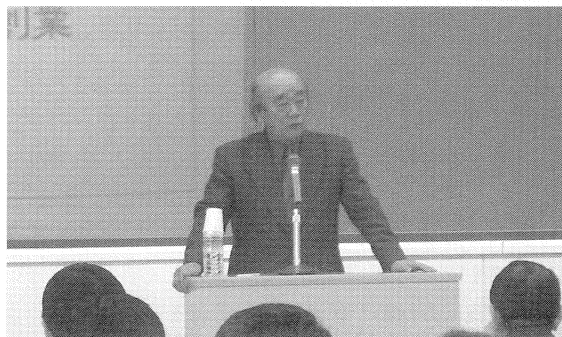
講師に古田茂美・香港貿易発展局大阪事務所長、本学卒業生の王健・中国福州大学公共管理学院院長を迎え、発展を続ける中国における企業の実態や、今後の中国市場を見越した経営能力を備えた人材育成の重要性などについて活発な議論が行われた。また、日本の企業や大学などの産学が連携し、中国といかなる関係を築くべきかという点も話し合われた。

3 『経営学会』40周年記念

(1) 記念特集号の発行「経営学の課題と大学院教育」『立命館経営学』第41巻第6号、2003年3月が、経営学部40周年記念論文集として、上記テーマの特集を論ずるものと多くの論説を掲載して、刊行されました。

(2) 学生委員会「40周年記念学内ゼミナール大会」
(2002年11月)

学生としても40周年記念と銘打ったゼミナール大会を開いた。



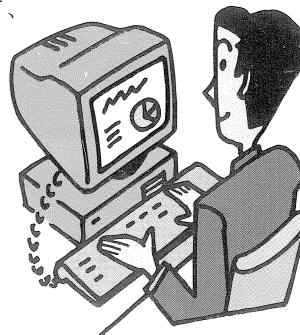
水野博之氏

大学間競争の激化

立命館大学で新学部が構想されている。同志社大学などでもそのようだ。大手私大がこのような拡大すると、中小私大が追いつめられる。何せ、18歳人口は急減中である。どうしても大学間競争は激しくなる。国立大学も独立行政法人化でシビアになる。そうすると、ますます競争が激しくなる。その背景に規制緩和がある。これを見ていると、90年代はじめに規制緩和で大手スーパーが競って出店した様子を思い出す。銀行も80年代に金融自由化が進んで競争が激化した。自由化が進むと、大手が競って規模を拡大する。そのあげくに過剰供給となり、当然破綻する企業がでてくる。大学はこれからそういう時代に間違いなく入る。この時代、差別化しないと生き残れないだろう。規模ではなく、差別化、競争優位が問われる時代になる。規制緩和と言うことは、当局も救いの手をさしのべないということだ。これは火を見るより明らか。われわれも心すべきだ。(M)

編集後記

今回は経営学部40周年記念事業の一環として、経営学部校友会が設立され、経営学振興会の発展が図られた。この問題について、経営学振興会設立当初から事業推進委員としてお骨折りを頂いた、奥田・本津両氏に熱く語っていただいた。これによって、振興会メンバーの皆様方にも、経営学部校友会設立の意義をご理解いただけたのではないかと思います。40周年を節目に立命館大学経営学部のなお一層の発展を期待したい(M)。



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