

学部ゼミナールにおける経営学教育の方法と実践：工場見学・英語教育・論文作成とインターゼミナール(2)

HORAGUCHI, Haruo / 洞口, 治夫

(出版者 / Publisher)

法政大学経営学会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

経営志林 / The Hosei journal of business

(巻 / Volume)

43

(号 / Number)

4

(開始ページ / Start Page)

117

(終了ページ / End Page)

128

(発行年 / Year)

2007-01-30

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00007339>

〔資料〕

学部ゼミナールにおける経営学教育の方法と実践 —— 工場見学・英語教育・論文作成とインターゼミナール —— (2)

洞 口 治 夫

はじめに

1. ゼミナールの年間計画と意図
2. 専門英語教育
(以上, 第43巻第3号)
3. レポートと論文の添削
(以上, 本号)
4. インターゼミナール
結語と課題

3. レポートと論文の添削

論文を読むという指導方法

筆者は、ゼミナールでの教育において論文指導を重視している。工場見学、教科書の輪読、インターゼミナールといった活動は、すべて卒業論文に結実すべきものである、と考えている。論文作成のための指導方法には、数多くの工夫を重ねてきた。二年生には「進級レポート」、三年生には「進級論文」、四年生には「卒業論文」の提出を義務づけている。

筆者の発案した工夫として、もっとも強調されるべきなのは、「教科書ではなく論文を読ませてレポートをまとめさせること」である。ゼミに参加する学部学生が、論文作成の準備段階であるレポート作成の時点から、大学教員の発表した論文を探し、読む。この論文を中心とした学習法は、大学教育、とりわけ経営学教育における「コロンブスの卵」的な発想であるが、筆者が15年間の教育経験で学んだ極めて有効な教育方法である。

一般に、教科書、概説書、啓蒙書は学問の基礎を解説したものであり、論文は学問の先端について発表されたものであると理解される。したがって、大学においては学問の基礎を教科書によって学んでからのち、先端的な研究成果を論文によって学ぶべきである、と指導する場合が多い¹⁾。そ

の理解は間違いではない。とりわけ基礎的な概念の理解が困難であり、高度に抽象的な概念を用いた思考力を要求する学問の場合には、それが当てはまる。たとえば、マクロ経済学や国際金融論などでは抽象的思考の果たす役割が大きい。国民経済とその成長、所得分配と利子率、合理的期待形成とインフレーション、為替レートとリスクヘッジといった概念は、実態を視角的に観察できず、統計数値の意味を読み取ることから入門編が始まる。また、計量経済学では人工的な概念や数理統計学の基礎を理解することなしに論文を読み、理解することは不可能である。収穫逓減やトランスログ費用関数、最尤法といった概念がその例であろう。教科書を必要とする学問領域は、明らかに存在する。

筆者の学部ゼミナールにおいても、英語の教科書を利用する合間に日本語テキストを輪読してきた。第9表に掲げたように、経営戦略、国際金融といったテーマのテキストを輪読した。その経験が教えたのは、次のような傾向であった。すなわち、大滝・金井・山田・岩田 [1997] といった入門的な経営戦略論のテキストでは内容的に易しすぎるために、参考文献で引用されている論文を読む必要があった。「内容的に易しすぎる」ということの意味は、テキストの内容は学生が独習で理解しており、さらに議論を深めるには材料が不足であった、ということである。

逆に、学術論文と同じ程度に難解であるか、それ以上に読みづらいテキストもあった。論文よりも読みづらいテキストを読むのであれば、直接、論文を読むほうが教育的なメリットがある。それは、ゼミナールの学習における最終目的が論文を書くことにあり、知識の暗記ではないからである。

以上を要するに、易しすぎる教科書であっても、難しすぎる教科書であっても、引用されている論

文には目をとおす必要が生まれた。それならば、されるかもしれない。
最初から論文を読むことが、一つの試みとして許

第9表 ゼミナールで輪読した日本語テキスト

2002年度	石井淳蔵・奥村昭博・加護野忠男・野中郁次郎『経営戦略論』有斐閣, 2001年,
2001年度	須田美矢子『ゼミナール国際金融入門』日本経済新聞社, 1996年,
1998年度	大滝精一・金井一頼・山田英夫・岩田智『経営戦略—創造性と社会性の追及—』有斐閣, 1997年,
1997年度	チャールス・ベイドン・フラーニジョン・M. ストップフォード 『成熟企業の復活—ヨーロッパ企業はどう蘇ったか—』文真堂, 1996年,

(出所) 筆者作成。

論文作成の目的

学部ゼミナールにおいて学生に論文を作成させる目的は、研究者の養成ではない²。①論理的思考能力の育成, ②情報収集と整理の訓練, ③データ処理, ④教科書・論文の読解能力の向上, ⑤日本語作文能力の向上, ⑥インタビュー調査を通じた社会性の獲得, ⑦プレゼンテーション能力の育成, といった教育目的のためである。この教育目的は、大学教育においては伝統的なものであり、とりわけ目新しいものではない。

別の表現をすれば、リベラルアーツに必要な多くの要素が論文作成というプロセスに含まれている、と言ってもよい。短期的視野で実務に役立つ知識を教えたり、現実のビジネスで行われている活動を模倣させたりする教育方法とは異なって、論文作成は「なぜ」重要なのかを問いかける知的な作業であって、そこで身についた考え方、思考能力は、一生役立つ性格のものである。論文作成は、その作成時点ですぐに「役に立つ」ものではない。しかし、考える力の養成という課題が陳腐化することもない。

論文のテーマは企業経営から選択される。経営学部である以上、それが共通の問題意識である。その意味でリベラルアーツからは遠い問題設定がなされるようにも感じられるかもしれない。しかし、古典文学や科学史、美術史などだけがリベラルアーツなのではない。ある研究対象がリベラルアーツであるか否かは、その研究対象にアプローチする人の学問的態度によって定まる。ハウ・トゥー(how to)を問うという姿勢によって臨めば、古典文学や科学史、美術史ですら、単なる技術論になる。リベラルアーツが「教養」と訳されうるには、知性の働きかけが必要であろう。それは、

「なぜ」という問いに理論的仮説を持って向かう精神である。

経営学の論文については、専門用語自体が一般的な意味からさほど乖離していない場合も多い。製造コスト、企業の競争力、多角化、新製品開発などは、教科書を参照しなくとも、用語を調べる程度で意味を理解して大きな間違いをすることは少ない。コーポレート・ガバナンス、取引費用といった専門用語に出会った時点で、教科書・概説書を読めば概念の理解は比較的容易である。マーケティングをテーマにする場合には、実態的な財あるいはサービスを観察して議論を進めることができる。この意味で、経営学は初学者にとって「とっつきやすい」研究分野であると言える。

経営学の多くの分野では、論文を中心に、学生の選択したテーマに関連する文献を集め、読み進むことが可能である。アメリカの大学においては、学部教育のレベルから読みやすい論文を集めた「リーディングス」を与える場合があるが、日本の経営学研究者による研究論文の蓄積も、リーディングスを与える水準に到達している。その一方で、法政大学経営学部の学生について言えば、数式のない論文であれば、的確に理解する知的水準を備えている³。

論文検索

学生が自らの研究テーマに沿った先行研究を探すときには、経済学・経営学の論文データベースを利用するように指導する。大阪市立大学経済研究所による「OCU ERI-Biblio (経済学文献目録)へようこそ」⁴という検索サイトを利用するように学生に薦めている⁵。論文タイトル、著者名、キーワードから論文を検索できる。また、国立情

報学研究所のCiNi (サイニー)⁶も補助的に利用する。このサイトでは、直接にダウンロードできる論文があることがメリットであるが、データベースが大きいために検索にヒットする論文が多くなりすぎる傾向がある。

データベースのない時代には、教科書・概説書・啓蒙書を読み、その参考文献リストに掲げられた論文を探し、さらに、その論文に掲載された引用論文を読む、という過程が必要であった。データベースの登場によって、自分の関心のあるテーマについて、直接論文を探すことが可能になった。また、教科書が出版された時点から後に公表された論文を探すことも容易になった⁷。

大学教員にとって大切なのは、「学部学生には論文を理解する読解力がない」という思い込みを排除することであろう。法政大学の学部学生の中には、さしたる解説をしなくても、経営学に関する日本語学術論文を読む力のある学生がいる。かりに、そうした力のない学生であっても、論文を輪読することによって、読解力を養うことはできるであろう。教科書を輪読するか、論文を輪読するか、という指導方法の選択の問題がある。

2年生の時点では関心のあるテーマにしたがって論文を収集し、そのなかで、読める論文を読む。3年生では、それらの「面白い論文」を理解するために必要な概説書を改めて読む。その順番で学習することによって、学生の経営学に対する興味が主体的なものとなる。なぜなら、「面白い論文」には、謎解きがあり、発見があり、具体的な知的作業が見えるからである。教科書は、そうした論文作成の作業を土台とした概説であるがゆえに、謎解きの楽しさを伝えるものにはなりにくい。

筆者の教えてきた大学生には、日本の大学紀要に掲載された経営学論文を読破する力があつた⁸。彼らには批判能力も備わっており、コピーをとった何本かの論文のうち、「使い物にならない」大学教員の論文を指摘してくれた⁹。彼らが厳しい評価を下す論文に目を通すと、日本全国の商学・経営学関係の大学学部において、論理的構成能力が低く、一次データにもとづかず、持論を展開しただけの論文が大学教員によって発表されていることもわかる。

論文の書き方

論文の書き方についてのガイドブックは数多い。問題は、そうしたガイドブックの多くが冗長であつて、読み通すことに困難を感ずることである。すでに洞口 [1998] では、簡潔な「マニュアル」を準備し、大学院生、学部生に一読を薦めている。要点をまとめれば以下のとおりである。

第一は、論文を書く前に論文を読むことである。教科書、ビジネス書の類しか読まずに論文を書くことは愚かしい。一本でも多くの論文を読み、その形式を真似ることが作成の近道である。

第二は、論文が定型化された形式を持つことを理解することである。①課題の設定、②先行研究のサーベイ、③理論ないし実証研究、④結論、という4節だでの構成は、いかなる論文においても同様である。これに実証データを示す図表、注、参考文献が加わる。

第三は、回答が得られた問題が課題となる、という反復された思考回路を持つことである。誰にとっても解決不可能な問題を論文のテーマとして、「解決不可能であつた」と記しても貢献はない。ある一つの発見を中心として、なぜ、その発見に注目したのかを説明するプロセスが論文作成である。その発見をするための作業が必要とされることは言うまでもない。

第四は、論文作成にいくつかのルールがある、ということである。文体としては「である」調に統一するというルールがある。また、「近年」「最近」などの曖昧な表現は避けて研究対象とした年数を記入する、というルールもある。注をなぜつけるのか、参考文献リストをつける意味はなにか、等々についても学生に説明する必要がある。

2年生の進級レポートある種の限界—

第10表は2004年度の2年生の進級レポートのテーマ一覧である。これらの進級レポートの研究テーマは、学生が独自に設定する¹⁰。学生の問題発見の結果が掲げられているといってよい。しかし、ここには次のような問題が生じている。すなわち、第10表に現れた研究テーマのすべてが、なんらかの形で過去10年程度¹¹の間にゼミナール参加学生が選んだテーマと重なる、という事実である。学生が独自に設定する研究テーマの幅は、それほど

広くない。学生が自由に課題を設定した場合、彼らを取り巻く環境と経験に研究テーマの設定が制約される。こうした問題を解決するには、やや広いテーマを教員が設定する、という方法がある。後述するグループ研究という教育方法である。

論文作成の方法を身につけるには一年では十分ではないので、二年生からゼミナールへの参加を許可し、進級レポートの作成を指導する。二年生での指導の重点は、注の書き方、参考文献の記載における「」と『』の意味の違い、表につける出所の意味などを理解させる。いわば、論文作成の形式を先に教える。注のつけ方の甘い著作が剽窃となることを教え、先行研究における誤りを探してよいことを教えることは、高等学校までの教育と大学での教育の本質的な違いを教えることにつながる。

大学受験を前提とした高校までの教育には「正解」が存在し、その正解を暗記するという作業を満した者が高い得点を獲得する。教科書には正解に至る論理が記載されており、それを理解し、暗記するという作業が中心であって、高校生が自ら論理を創り上げる作業を行うことは稀であろう。大学において論文を読むこと、すなわち研究をすることは、高校までの作業とは全く異なる。理解すべき対象としての論文については参照と引用が許されており、暗記すべき対象ではない。

大学2年生の後半に作成する進級レポートは、ゼミ学生が日本語文章力についての高い潜在能力を開花させる場となっている。何回かの添削という作業が必要であるが、その際に文体の統一といった点に注意を喚起すれば、レポートとしては十分な文章力を身につけることができる。添削作業には時間が必要になるので、教員一人が指導可能な

学生数は限られてくる。しかし、その後、3年生での書き直しが繰り返されていけば、本稿の冒頭に紹介したように法政大学の学外の懸賞論文としても評価される文章になる。

筆者がゼミナールでこうした指導を行うのは、1月末の期末試験ののち、2月から3月という2ヶ月間である。つまり、すでに成績評価の終わった学生に対して、翌年のために指導をしていることになる。

法政大学をはじめとして私立大学では前期・後期各15週間程度を授業に割り当てている。法政大学の場合、1月には1週間の授業があるだけで期末定期試験が1月末から2月第1週まで続く。2月は入学試験のシーズンである。3月には卒業判定がある。この2ヶ月間、授業はない。期末試験が終了して新学期が始まる2月から3月までの2ヶ月間に、研究室に学生を訪ねさせて、添削指導を行う¹²。大学入学試験日には午後4時頃まで大学受験生以外の入校が禁止されているので、その時間以降にゼミ学生を研究室に呼ぶことになる。

2人から4人程度の学生をグループにして添削指導を行う。すでに述べたような注意点、すなわち、文体、注・参考文献、構成については共通した間違いをしている場合が多く、口頭でのコメントは共通するからである。また、グループでくることによって他の学生の進行状況がわかる、という効用もある。添削では文章ないし文節単位に校正することは稀であり、段落単位で「書き直し」を指示することが多い。短文で書くことを強調する程度で、学生は、その節全体を書きなおして良い文章をつくる。学生が自ら読み直し、磨き直す機会を与えると、より良い文章が生まれてくる。

第10表 2004年度洞口ゼミナール2年生進級レポート(15期生)タイトル

-
- 「スーパーにおけるIT投資とレジ業務の改善策
－電子棚札、セルフチェックアウト・システムの導入意義を考察する－」
 - 「ショッピング・センターの差別化戦略－シネマコンプレックスの有効性を探る－」
 - 「日米航空市場における新規参入をめぐる動向」
 - 「日本におけるルイ・ヴィトンのマーケティング戦略について
－なぜルイ・ヴィトンジャパンが成功できたのか－」
 - 「環境報告書に見る企業の環境マーケティング－環境報告書が読者に与える影響とは－」
 - 「ウォルマートの海外展開－日本市場における流通戦略の確立－」
 - 「農産物地域ブランド化戦略－中国販売を目指す静岡茶を事例に－」
 - 「なぜ中国進出において先発者である資生堂がロレアルに追い越されたのか
－国際経営戦略とブランド戦略を中心に－」
-

(出所) 筆者作成。

第11表 2004年度洞口ゼミナール3年生進級論文(14期生)タイトルと2年生の進級レポートでのタイトル

()内は2003年2年生時点での進級レポートのタイトル

()がないものは3年次よりゼミナールに参加ないしは留学による

- 「真価が問われる輸入住宅－住文化の輸入は日本で受け入れられるのか－」
 (「顧客獲得のための差別化戦略－輸入住宅はなぜ日本の住宅市場で確立できたのか－」)
 「通信販売の基本特性と流通システム－何故物流センターを本社に近接して集中立地させるのか－」
 (「通信販売における総合通販の転換期
 －1996年から2000年において何故総合通販三社の業績が急悪化したか－」)
 「RFIDの実用化の標準化－成田空港の事例－」
 「なぜジュニア服企業はローティーン雑誌に広告を載せないのか
 －ピチレモン、ニコラにおける広告特徴から検証する－」
 「外資系企業は、何を求めて本社を立地させるのか
 －産業クラスターにおけるディベロッパーの活動を通じて探る－」
 (「外資系企業の本社立地状況とディベロッパーの活動－外資系企業に好まれるオフィスを探る－」)
 「中小企業発展のためのアウトソーシング－なぜ費用よりも戦略を重視するのか－」
 「自動車産業におけるモジュール化に対する部品サプライヤーの動向
 －なぜ日本の自動車部品サプライヤーがモジュール生産を進めているのか－」
 「新市場創造におけるブランド構築と技術戦略
 －なぜ新規参入企業の花王が健康油市場で優位を保てるのか－」
 (「花王の特定保健用食品の成功に見る「ブランド」の有効性と重要性
 －信頼という「ブランド」は業界を超える－」)
 「成熟市場における自動車ディーラーの販売戦略
 －どのようにして顧客満足度を工場させ優位性を持つことができるのだろうか－」
 「航空業界のグローバル・アライアンス
 －なぜ各航空会社は調和のとれた意思決定をすることができるのだろうか－」
 (「航空業界のグローバル・アライアンス－競争優位のためのFFP－」)
 「日本企業における燃料電池自動車の技術開発－企業間関係の理論と産学連携の理論からの考察－」
 (「自動車業界における燃料電池技術がもたらす業界構造の転換－ホンダの企業間関係からの考察－」)
 「広告宣伝活動から見る資生堂のマーケティング－なぜ、資生堂は欧米諸国で知名度が低いのか－」
 (「広告宣伝に見る資生堂のマーケティング－外資系化粧品企業に対抗して－」)

(出所) 筆者作成。

3年生の進級論文

洞口ゼミナールの3年生は、すでに2年生の3月、あるいは、3年生の4月ごろまでの時間をかけて2年次の進級レポートを作成している。その後、3年生の夏休み期間には、後述するグループ研究に力を入れる。グループ研究の完成は10月頃である。その後、3年生としての進級論文の作成にはいる。すでにやるべき学習作業が十分に多いために、進級論文を廃止することもゼミ学生と話しあったことがあるが、四年生の卒論の準備として作成しておきたい、という学生の声が多かった¹³。

こうした状況を勘案して、3年生には「進級レポートに加えて1本の論文を読んで、進級論文に反映させること」を求めている。以下で詳述する

グループ研究が、十分に大きな作業を必要とするためである。

第11表には、3年次進級論文のタイトルを掲げた。3年生の提出する進級論文には、いくつかの種類が混ざる。

第1は、3年生からゼミに参加する学生がいるために、彼らに対して進級レポートと同じ指導を急速に行う必要がある。2年次にゼミナールの参加をしなかったのは、1年次に選考があることを知らなかった学生が多いためであり、ゼミナールへの参加が3年次からだと思い込んでいた学生が多いことによる。3年次からゼミナールに参加する学生のモチベーションは高く、彼ら・彼女らの能力は、2年次から参加している学生と比較して低くない。

第2の種類に進級論文は、2年次に作成した進級レポートをもとにして、さらにインタビュー調査を加えて、考察を深めたものである。彼ら・彼女らは、グループ研究の合間をぬって個人的にインタビューを積み重ねており、その結果を進級論文にまとめて提出してくる。

第3の種類は、2年次に提出した進級レポートから、ほとんどなんの変化もなく、指導教授の言ったとおりに「1本の論文を読んで、その内容をまとめて進級レポートに加える」タイプである。このタイプの論文を提出する学生のほうが、提出時期が遅くなる傾向があり、彼ら・彼女らが、それなりに悩んだ結果として、多くの作業を加えられなかったという結果を示していると考えられる。

第4の種類は、2年次の進級論文とは全く異なったテーマに変更して、新たに進級論文を作成してくる学生がいる。筆者は、進級レポートから進級論文には、なるべく連続性をもたせて関連する論文の読破を求めるので、こうした事例は多くはないが、2年次に選択したテーマから離れたテーマを新たに選択した学生は、それなりに情報と関連論文を読破して進級論文を提出する事例が多い。

3年次の進級論文をみると、専門課程の教科で学んだ専門用語が活かされていることがわかる。「産業クラスター」、「アウトソーシング」、「モジュール化」、「ブランド構築」、「顧客満足度」、「グローバル・アライアンス」、「産学連携」といった専門用語が、3年生の問題意識を構成する概念となっていることがわかる。2年次での問題意識は、消費財に引き寄せられた産業への関心に依存しており、広い意味でのマーケティングの領域に係わるものであるが、国際経営を学んだ3年生にとっては、そうした問題意識は、専門性をもった特殊ケースとして意識される。

2004年度4年生の卒業論文

4年生の卒業論文を特徴づけるのは、そのボリュームである。2005年度についてみると、2年生の作成した進級論文の最小枚数はA4で17枚、最大で37枚であり、平均は26.2枚であった。フォーマットはA4版、40字×36行である。4年生の卒業論文の場合、最短で29枚、最長56枚、平均38.6枚である。400字詰め原稿用紙に換算すると平均138.8

枚(約55,000文字分)という分量である。

4年生が卒業論文として提出してきた約55,000文字という分量には、図表、参考文献、写真も含まれる。しかし、概算で40,000文字を超える程度の思考を集約したという意味で、卒業論文の作成が知的な作業能力を押し上げるものであると言ってよいであろう。中学校・高等学校での「作文」が400字から4000字という分量を平均的な水準として前提していることに比較すれば、大学での卒業論文作成という作業は指数的な増加といってよい。4万字という文字数を使って思考した結果が卒業論文である。

第12表には2004年度、第13表には2005年度の卒業論文タイトルを掲げた。4年生の卒業論文では、経営学の理論と対話した研究が生まれる。EMSと取引費用、関係性マーケティングと納豆販売、快楽消費とおまけつきお菓子など、学生の関心の対象となった研究対象を説明する原理として経営学の学説が用いられる。また、そうした理論的な探求に到達している学生は、インタビュー調査やアンケート調査を行っていてもいる。

論文「ローティーンの購買行動に関するアンケート調査－ファッション誌と会話を重視したアパレルのマーケティング活動－」では、女子中学生の消費行動のインタビュー調査とアンケート調査を行った。論文「玩具菓子購入からみた快楽消費－チョコエッグとキンダーサプライズを事例として－」ではイギリスと日本の小学生に対するアンケート調査を行っている。

論文「国産チューリップ球根の生産プロセス－富山産球根はどのようにオランダ産球根と対抗するのか－」は、富山県のチューリップ栽培農家に2回、各1週間の住み込みを許されて、球根の収穫作業を手伝った参与観察記録である。富山のチューリップ栽培農家に導入されている球根収穫用機械は、それを利用してもかなりの程度に労働集約的であり、外国産チューリップとの競争上の優位を見つけることが困難なことが報告されている¹⁴⁾。

ここで強調すべき点は、学部学生の卒業論文として大学四年間の学習成果をこうした優れた論文の形式でまとめる学生がいる、という事実である。経営学の基礎的な文献を読み、研究テーマに関連する論文を読み、富山での現地調査と参与観察に

第12表 2004年度洞口ゼミナール4年生卒業論文(13期生) タイトル

-
- 「技術特許に関する知的財産権の係争
 - ーリスク・マネジメントへの取り組みが係争の動向にもたらす影響ー」
 - 「関係性マーケティングにみる納豆市場におけるイノベーションの必要性
 - ー業績を拡大しマーケットリーダーに勝つために必要な要素とは何かー」
 - 「国産チューリップ球根の生産プロセス
 - ー富山産球根はどのようにオランダ産球根と対抗するのかー」
 - 「ローンティーンズの購買行動に関するアンケート調査
 - ーファッション誌と会話を重視したアパレルのマーケティング活動ー」
 - 「玩具菓子購入からみた快楽消費ーチョコエッグとキンダーサプライズを事例としてー」
 - 「EMS 企業の日本における買収戦略
 - ーソレクトロン社は垂直統合的な買収戦略に移行していくのであろうかー」
 - 「小売業における SCM の展開ーイトーヨーカ堂のサプライ・チェーンは競争優位をもたらすかー」
 - 「中食市場におけるコンビニエンス・ストアの競争戦略ーおにぎりの新商品開発にみるー」
 - 「Afternoon Tea ブランドにみる範囲ブランドを利用した異業種事業展開の可能性
 - ーブランドにまつわる概念整理とアンケート調査を中心にー」
-

(出所) 筆者作成。

成功している。デジタル・カメラによる基本的な「農作業道具」の記録、時間を追ったフィールド・ノートの作成¹⁹など、社会科学の領域のみではなく、市場調査、コンサルティングにまで通用する基本的な調査技法を修得している。

参与観察に成功した研究者であれば理解可能なことであろうが、現場に受け入れられるためには、人間的な謙虚さを必要とする。高橋論文は、調査に成功しているがゆえに尊いが、それ以上に、調査に成功しうる人柄を備えた学生が育っていることが、大学という教育機関にとって尊いのである。

2005年度4年生の卒業論文

2005年度の卒業論文も力作が多かった。サブタイトルに掲げられている企業が示すとおり、インタビュー調査を行った事例研究が多く、論文「上海乗用車市場における消費者意識ー上海大衆汽車と第一汽車トヨタを事例としてー」では、中国と日本において消費者の購買動向調査を行い、フォルクスワーゲンの人気上海で落ち込んでいることを数量的に示した。論文「記事広告「特集」の役割を探るー2004年における『ピチレモン』、『ニコラ』を事例としてー」では、ティーンズ向け女性雑誌の特集記事がアパレル産業を特集することが多いことに着目し、『ピチレモン』と『ニコラ』の二誌において特集記事が組まれた回数とページ数を

丹念に調べたのち、雑誌社、アパレル会社にインタビュー調査を行い、双方の戦略的な依存関係を抽出した。

論文「外資系企業は何を求めて立地選択するかー産業クラスターとディベロッパーの活動を通じて探るー」では、東京の大手ディベロッパーによるオフィス・ビル開発が、外資系企業の立地動向に影響を与えていることを丹念に調べて地図上に示し、六本木を中心とする森ビルと丸の内を中心とする三菱地所の対抗関係を明らかにした。論文「日本企業における燃料電池自動車の技術開発の動向ー企業間提携の有効性と産学官連携の問題点を探るー」では、燃料電池開発にかかわっていることが研究論文から推定される大学研究者に対してインタビュー調査を試みた。

こうした卒業論文は修士論文と同じか、それを上回る水準に達していると評価できるものもある。しかしながら、それらは公表されることなく、筆者の研究室に保管されている。以下に述べる法政大学の懸賞論文制度の応募期間の後に論文が完成するからである。前述した高橋論文も、その完成が四年生の後期であったために、法政大学懸賞論文をはじめとする発表の機会をもつことはなかった。完成した各学年の論文は、CD-R に保存して翌年のゼミ学生に配布している。

第13表 2005年度洞口ゼミナール4年生卒業論文 (14期生) タイトル

-
- 「セシール、ムトウ、ペルーナにおける財務諸表分析
－延期と投機の原理を基に流通システムから優位性を探る－」
 - 「IC タグの研究開発戦略－ 大日本印刷の KIDS IN FEEL を事例として－」
 - 「記事広告「特集」の役割を探る－2004年における『ピチレモン』、『ニコラ』を事例として－」
 - 「外資系企業は何を求めて立地選択するのか
－産業クラスターとディベロッパーの活動を通じて探る－」
 - 「中小製造業発展のためのアウトソーシング活用
－成功事例から見る発展の条件とは－」
 - 「上海乗用車市場における消費者意識－上海大衆汽車と第一汽車トヨタを事例に－」
 - 「特定保健用食品の認証表示制度が商品ブランドと成分ブランドに与える影響
－健康油市場における花王の持続的競争優位の源泉を探る－」
 - 「LCC におけるマーケティングの必要性
－大手から新規へ顧客のスイッチングを図るために必要な要素とは何か－」
 - 「日本企業における燃料電池自動車の技術開発の動向
－企業間提携の有効性と産学官連携の問題点を探る－」
 - 「欧米諸国における資生堂の広告戦略
－アメリカ市場とフランス市場を事例として－」
-

(出所) 筆者作成。

法政大学懸賞論文

第14表は、洞口ゼミナールの在籍者が法政大学懸賞論文に入選してきた論文の一覧である。法政大学懸賞論文はすでに28回 (2005年度現在) を数える歴史を有し、最優秀賞、優秀賞、努力賞＝佳作、奨励賞＝入選という4段階の評価が加えられる。最優秀賞の基準は「学会の論文と同等である」というもので、大学学部生の懸賞論文の水準としては著しく高い¹⁶。筆者のゼミナールに所属した学生諸君も、努力賞＝佳作、奨励賞＝入選のいずれかの受賞であって、優秀賞には届いていない。

本稿冒頭 (第43巻第3号) で紹介したが、外部の懸賞論文に投稿し、それによって「最優秀賞」や「本賞」という最高の評価を得た論文も、法政大学の懸賞論文では入選ないし佳作であった¹⁷。法政大学の懸賞論文審査の水準は、誠に厳しい¹⁸。

2年生の進級レポートで書いた特徴は懸賞論文入選・佳作の論文タイトルを一瞥することによって確認できる。すなわち、学生の自主性にまかせた研究テーマの選択は、必ずしも独創的な視点を生み出すとは限らない。むしろ、10年程度にわたって「同じようなテーマ」が繰り返されているという印象を与えるものである。フランチャイズ・ビジネス、航空業界、プライベート・ブランドなど

のテーマは、何年かおきに繰り返して取り上げられる。入賞・入選に至らなかった論文を含めば、さらに多い。

学生の自主性にまかせる、という教育手法にも危険があることになる。学生の認知する世界に限界がある以上、新たな発見を促すには、たとえば、大ぐくりなテーマを与えて、そのなかで細分化されたテーマを探させる必要がある。筆者のゼミナールの場合であれば、それがグループ研究に該当する。学生をグループに分けて、大きなテーマを与え、そのなかに「金型」を含めることによって、はじめて金型研究へのオリエンテーションが可能になる。グループ研究は、慶應義塾大学とのインターゼミナールのために開始した試みである。以下では、インターゼミナールの経緯と効果について詳述したい。

(以上、本号)

第14表 洞口ゼミナール在籍者による法政大学懸賞論文入賞・入選論文
第20～27回 (1997～2005年度)

回(年度)	賞	学 年	氏 名	論 題
第20回 (1997)	努力賞	4	ホー・ライワー	さくら銀行の合併について
		4	嶋 田 憲 嗣	96年「キリンラガー」からみるブランド・エクイティの重要性
	奨励賞	4	陶 江	自動車産業発展の新契約ー環境にやさしい車づくりー
		4	西 山 久美子	フランチャイズ・ビジネスの変化に伴う法律面の整備の必要性 ーサンクスとニコマートの訴訟問題の判例研究ー
		4	梶 田 俊 之	大学の変わるべき姿ー学生が求める大学像とはー
第21回 (1998)	努力賞	4	田 辺 泰 樹	プロ野球とJリーグの比較研究 ー人気格差の原因と今後ー
	奨励賞	4	朴 敬 美	中堅企業の経営戦略による企業成長 ー「プラザクリエイト」と「ジーエルサイエンス」との比較ー
第22回 (1999)	努力賞	4	藤 田 聡	人事部門におけるアウトソーシング利用
	奨励賞	4	西 尾 幸 恵	ファッションビジネスにおけるサプライプロセス革新 ーユナイテッドアローズとシップスの事例研究ー
		4	酒 井 歩 子	消費者志向の市場開発に向けての小売業の政策 ープライベート・ブランドのありかたをさぐるー
		4	服 部 麻貴子	コーセーと資生堂のマルチブランド化戦略の比較 ーブランド・カテゴリー化の概念よりー
第23回 (2000)	努力賞	4	小 口 みずほ	ソフトドリンクのセールス・プロモーション ー缶コーヒーの懸賞キャンペーンー
	奨励賞	4	中 村 幸 恵	なぜ大久保通り周辺に外国人居住者は多いのか
		4	小 林 史 朋	ビール業界の環境保全活動の取り組み ーISO14001取得とゼロエミッションへのキリンビールとアサヒビールとの取り組み比較ー
		4	北 田 信 大	総合ディスカウント・ストアに競争優位性はあるのか ー(株) オリンピックの分析ー
		3	沖 田 篤 史	なぜリポビタンDが市場シェアトップを維持しているのか ー成分宣伝による販売促進効果を探るー
第24回 (2001)	佳 作	4	浦 野 哉 子	航空業界における運賃半額維持の経営戦略 ーなぜ経費削減を迫られているスカイマークのサービスに定評があるのかー
		3	弓 浩 一郎	「新規事業開発とリーダーシップ」 ーなぜプレーステーションはゲーム業界で生き残ることができたのかー
	入 選	4	岡 本 明 子	企業のデータベース・マーケティング ー事例：丸井と三越のカードを使った顧客データベース・マーケティングを探るー
		4	小 菅 鉄 平	情報システムの構築は何をもたらすのか ー法人向けコンピュータ販売企業のケーススタディー
		4	宮 本 真沙美	サウスウエスト航空のCEO、ハブ・ケルハーによるリーダーシップは文化の壁を打ち破れるか。
		4	岡 本 高 行	製造物責任における企業の対応の差異は何から生じるか。 ー特にスピードについて、2000年、食品会社のケースー
		3	荒 井 江梨子	宅配寿司業界のマーケティング比較研究 ー売れる店の儲かるしくみを探るー
		3	小 嶋 潤	小売業におけるプライベートブランド戦略
		3	福 江 弘 之	コンビニエンスストア・フランチャイズ戦略の比較研究 ーセブンイレブンとファミリーマート加盟するならどちらが得策かー
		3	小宮山 葵	生鮮野菜輸入増加の原因と国内産地の対応 ーカボチャの事例ー

回(年度)	賞	学年	氏名	論 題
第25回 (2002)	入 選	4	荒井 江梨子	宅配サービス業界のマーケティング戦略研究 －競争優位性のためのマーケティングプロセスを探る－
		4	三枝木 圭祐	TSUTAYA とゲオにみる情報技術と組織形態
第26回 (2003)	入 選	4	鹿 島 桂 (他4名)	日本の中小金型製造業における営業活動の現状
		4	次呂久 博 幸	島嶼部における金融機関の果たす役割
第27回 (2004)	佳 作	4	飯 野 泰 弘 (他4名)	小規模旅館における競争優位性の構築 －澤の屋旅館が外国人客に支持される理由を探る－
		3	西 郷 英 文	食品リサイクルにおける中小企業の取り組み －新たにビジネスに取り組む際、どのような要素が必要か－
	入 選	3	石 大 為 (他2名)	中小金型企業の日本国内における新たな戦略の可能性を探る －ポーターの差別化戦略によって優位性を獲得することはできるのだろうか－
		4	付 尚 明	小売業における SCM の展開 －イトーヨーカ堂のサプライ・チェーンは競争優位性をもたらすか－
		3	福 島 和 弘 (他5名)	足利銀行によるリレーションシップ・バンキングの実践 －温泉旅館専担チーム先導による地域活性化に向けた連携強化－
		4	飯 野 泰 弘 (他8名)	中小宿泊施設みる顧客維持戦略 －日本とタイにおける外国人観光客に関する実地調査の比較－
		3	西 郷 英 文	外資系企業の本社立地状況とディベロッパーの活動 －外資系企業に好まれるオフィスを探る－
第28回 (2005)	佳 作	3	田 中 法 臣 (他11名)	中小企業の経営革新 －環境ビジネス市場への参入と法規制影響を探る－
		3	劉 麗 萍 (他8名)	高齢者主導のグリーンツーリズムによる地域活性化
	入 選	4	福 島 和 弘	日本企業における燃料電池自動車の開発 －戦略的提携と産学連携から技術力の源泉を探る－
		3	加 瀬 諒 輔 (他2名)	中小金型メーカーによる資金調達 －私募債発行は有効な資金調達手段となり得るか－

(出所) 法政大学の掲示をもとに筆者作成。

- 正確な統計データをとったわけではないが、ゼミナールの学生に論文を読ませる、という発想自体をもたないゼミナールのほうが多いのではないか。
- 大学院進学を希望する学生に相談を受けたときに筆者が答える基準は、TOEFL 550点程度の英語力と数学的思考能力である。現実的な問題としては、受験する大学院の入試問題が解ければよい。英語力は、学術論文の作成、国際学会での発表、海外現地調査でのインタビューなどに不可欠である。大学院入試において翻訳能力が求められるだけであることは、すでに述べた。数学的能力は、必ずしも経営学分野の大学院入試において不可欠ではないが、経済学・経営学における理論モデル、統計分析を理解するうえで必要となる。
- 数学的なアプローチをする論文を学生が探して

くるケースはなかった。この点は将来への課題であろう。なお、法政大学をはじめとして、多くの私立大学の入学試験は英語・国語・社会科の3科目で受験可能であり、英語・国語・数学の組み合わせで受験をする学生は少数派である。

- <http://rdbsv01.ipc.media.osaka-cu.ac.jp/eri/search/php3/top.php>
- 1997年前後にこのサイトの存在を最初に筆者に教えてくれたのは法政大学経営学部・林直嗣教授であった。記して感謝したい。それ以前は『経済学文献季報』をくまなく調べる必要があり、筆者が大学院の学生であった頃は、ひとつの大きな作業であった。検索サイトの存在によって、その手間が大幅に省けた。学部学生も手軽に論文を探ることができる。
- <http://ei.nii.ac.jp/cinii/servlet/CiNiiTop#>

- 7 毎年4月、法政大学図書館において、ゼミ単位でデータベースの講習会を受けている。法政大学図書館におけるサービスの向上も特筆すべき事実である。記して感謝したい。
- 8 これは過去形で記述されるべきであって、将来にわたって約束された事柄ではない。
- 9 筆者には、読みやすく、知的な興奮を与える論文をリーディングスとして編集してみたい、という気持ちもあるが、学生の側の心理を想像すれば、「与えられたもの」として存在する論文集は、教科書と同じように知的好奇心を半減してしまう効果を持つかもしれない。自分で論文を探す、というプロセスが、読みたいという気持ちを引き起こすものではないだろうか。
- 10 学部学生との共同作業を本にして出版するケースがあるが、その場合には、学生が主体的に研究テーマを発見しているか否かに疑問の余地がある。たとえば伊丹敬之・伊丹研究室『情報化はなぜ遅れたか』NTT出版、2001年をはじめとして、一連の研究が出版されているが、問題発見能力を養うためには、学生に独自の課題発見をさせて論文作成を行わせるべき、と考えることもできる。
- 11 筆者は1991年から学部ゼミナールを担当したが、1994年8月から96年8月まで、アメリカにおいて在外研究をした。卒業論文としては1992年度から2005年度までが、本稿執筆時点での指導学生の年次である。
- 12 本稿で紹介している学生の指導方法は、数ある方法のなかの一つの試みにすぎない。授業時間のみを「労働時間」と捉える教員からみれば、2月、3月に論文指導を行うことは、「学問ノススメ」というよりも「時間外労働ノススメ」として理解され、反発される可能性もあるかもしれない。授業のない期間に、毎日研究室に通ってこない研究者にとっては、学生の論文指導のためだけに大学に通うのは辛い「時間外労働」である、という可能性はある。しかし、毎日研究室に通う研究者からしてみれば、気分転換の時間に学部学生と話をするとともに、話題として論文のテーマが挙がる、という程度のことにすぎないかもしれない。筆者の場合、午後4時ごろに学生を呼ぶのは、そうした意味もある。朝の時間は貴重な研究のための時間である。たとえば、ウェーバー [1919] によれば、

「いやしくも学問を自分の転職と考える青年は、かれの使命が一種の二重性をもつことを知っているべきである。というのは、かれは学者としての資格ばかりでなく、教師としての資格をもつべきだからである。このふたつの資格は、けっしてつねに合致するものではない。非常にすぐれた学者でありながら、教師としてはまったくだめな人もありうるのである。たとえば、ヘルムホルツやランケのような人がそうであった。しかも、このような人々はけっして特別な例外ではないのである」(邦訳、18ページ)。ウェーバーは、同世代の学者を、名指して無能な教師として認定している。ファカルティ・ディベロプメントの有効性を信ずる立場からすれば、今、「まったくだめな」教師であっても、将来においては優れた教師になりうる可能性があることを信じたい。
- 13 学習意欲の乏しい大学での勤務経験が長い教員には信じがたいことかもしれないが、洞口ゼミナールの学生諸君は、自ら指導を受けたいという意思表示をしたのである。相談の相手は2006年度に四年生に在籍していた学生諸君であった。もちろん、学年が異なれば、楽な方法で単位を取得したいと考える学生諸君が多い年もあるかもしれない。インターゼミナールで優れたプレゼンテーションをする先輩、就職活動に成功した先輩、そうした先輩を間近にみた学生は、指導の効果を知っている。野球、バスケット、バレーなど、高校時代に運動系の活動を続けた学生が多く、コーチによる課外活動での指導を受けてきた学生が多いことも、理由の一つかもしれない。
- 14 この論文の著者である高橋美映子さん御本人の許可を得て、筆者のホームページ、<http://www.i.hosei.ac.jp/~horaguch/index.html>の「リンク集」に掲載したので参照されたい。なお、以上に紹介した三論文はいずれも女子学生による研究であり、小学生、女子中学生、チューリップ栽培農家など、被調査者との距離を縮めることに成功している。この点は、以下で述べる東京大学経済学部とのインターゼミナールにおいて、藤本隆宏教授から頂いたコメントであって、学生への褒め言葉を頂いたことに感謝したい。ファカルティ・ディベロプメントに必要なのは、適切なときに、適切な「褒め言葉」を学生に与える能力であるのかも

しれない、と感じさせるものがあつたことを記録しておきたい。

- 15 洞口(2002)第6章では、マレーシアの電器メーカーに2週間参与観察をした結果をまとめているが、高橋論文は洞口(2002)で行った作業工程の観察方法を理解し、農作業に応用して実行している。
- 16 経営学部から優秀賞が出ることも稀であつて、第14表と同じ期間に限ってみると、神谷健司教授のゼミナールから1件の優秀賞がでたのみである。神谷教授のゼミナールにおいて法政大学懸賞論文への投稿が薦められていたことは、筆者のゼミナール学生にも投稿を薦めるきっかけとなつた。記して感謝したい。なお、ゼミナール学生全員に提出を義務づけたことはない。「自信のある人は提出してみるように」と指導すると、たいていの場合、投下した労働時間の長い学生たち数名が応募することになる。
- 17 こうした論文を思い起こして「もつたいない」と筆者が思うのは、これらの論文を作成した学生が研究者としては大学院に進学を希望してこなかつたという理由があるかもしれない。懸賞論文で入賞したのち、大学院に進学した学生には、一橋大学大学院、上智大学大学院、海外留学といった例があるが、大学院修了後、いずれもビジネスの世界で活躍している。
- 18 懸賞論文の審査には、法政大学の専任教員があたる。審査に際しては、自分のゼミの学生は除外するという内規がある。筆者以外の同僚の教授・助教授によって審査が行われてきたのであり、そのご努力に御礼と感謝を記しておきたい。

<参考文献>

- 石井淳蔵・奥村昭博・加護野忠男・野中郁次郎 [2001] 『経営戦略論(新版)』有斐閣。
- 伊丹敬之・伊丹研究室 [2001] 『情報化はなぜ遅れたか』NTT出版。
- 大滝精一・金井一頼・山田英夫・岩田智 [1997] 『経営戦略－創造性と社会性の追及－』有斐閣。
- 須田美矢子 [1996] 『ゼミナール国際金融入門』日本経済新聞社。
- 高橋美映子 [2005] 「国産チューリップ球根の生産プ

ロセス－富山産球根はどのようにオランダ産球根と対抗するか」法政大学経営学部経営学科・2004年度卒業論文。

- チャールズ・ベイドン－フラー・ジョン・M. ストッフフォード [1996] 『成熟企業の復活－ヨーロッパ企業はどう蘇つたか－』文真堂。
- 洞口治夫 [1998] 「経営学研究のための論文作成マニュアル」法政大学産業情報センター(法政大学イノベーション・マネジメント研究センター)ワーキングペーパー, No.75, 1998年4月23日。
- 洞口治夫 [2002] 「マレーシアのローカル電機メーカーにおける工場管理－加工組立型産業における作業組織の観察－」『グローバリズムと日本企業－組織としての多国籍企業－』第6章, 東京大学出版会。
- マックス・ウェーバー [1919] 『職業としての学問』尾高邦雄訳, 岩波文庫, 1936年。