

「経営学」とは

進学を考えるための 「文系」学問解説書



この冊子では、文系学問の中でも独自の特徴をもつ経営学が、
いったいどのような学問なのかを分かりやすく解説しています。
なんとなく文系を選ぶのではなく、大学の先の将来を見据えながら、
文系学問の魅力や強みを理解した上で、
積極的に文系、さらには文系の各学問分野を
選べるようになることを目論んでいます。

[対象]

- 大学や学部選びを進めている高校生
- 進路指導担当の先生
- 受験生を抱える保護者のみなさん

- 経営学が、他の文系科目と具体的にどう違うのか？
- 経営学部を含む文系に進学することが、
将来の仕事や社会に出てどんな役に立つのか？
- 文系に属する多様な学問分野は、
それぞれどんな特徴や魅力を持っているのか？

「〇〇学とは何か」という質問は、その分野の学者にとって最も答えにくい難題です。なぜならば、多様な考えを持つ多くの学者が同意するようなたった1つの答え（正解）をつくることは至難の業だからです。そのため、このような説明は（とても重要で必要にもかかわらず）進路を考える皆さんにあまり提供されてきませんでした。

この冊子では、進路を考えている高校生や、その先生、保護者のみなさんにとって重要だと思われる点に絞り、ある意味割り切った説明を試みています。もちろん、ここでの説明はあくまで1つの考え方に過ぎませんが、未知の世界を切り開いていこうとするみなさんの進路を考える上で、ささやかな一助として活用していただければ幸いです。

目標

経営学を学ぶ意味

アイデアを 生み出す学問

みなさんは「Instagram」を使っていますか。また、「じゃがりこ」を買うことはあるでしょうか。世の中にはたくさんの商品（製品・サービス・コンテンツ）があって、私たちは日常的にそれらを買って使いますし、欲しいと思うものもたくさんあります。一方で、企業の人たちは画期的で新しい商品を生み出そうと、日々努力をしています。企業が成功するかどうかのカギは、これらのような新しいアイデアを生み出すことができるかどうかにかかっているのです。

経営学は、このようにクリエイティブなアイデアをどうやって生み出し、それを製品やサービスなどとしてどう売ることができるのかを考える学問だということができます。

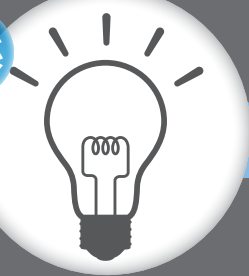


経営学はクリエイティブ！

本当に経営学はアイデアを生み出すのでしょうか？
ふつう、新しい商品を生み出すのは、もっぱら技術や専門知識を持った理系の仕事だと思われがちです。確かに彼らはアイデアを形にする仕事をしますが、もともとのアイデア創出自体はむしろ文系の仕事だといえます。

経営学を学び社会の中でビジネスに直接関わる文系の人々こそが、アイデアの種となる顧客のニーズや新しいニーズの種をつかむことができます。ビジネスのアイデアは、企業などの研究所にはなく、社会の中、ビジネスの現場にあるのです。

文系



経営学のしごと
アイデアを生み出す。

理系



技術系のしごと
アイデアを形にする。



— 経営学は何の役に立つのか —

イノベーションを扱う理論

例えば、アップルはiPhoneやiPadのような画期的な商品を生み出し、社会や市場に変革をもたらしました。これまで、いわゆる「ガラケー」しか存在しなかった携帯電話市場に、これまでにない全く新しいアイデアを吹き込んだのです。

画期的な商品などによって社会を飛躍的に代えていくことをイノベーションといいます。経営学の理論は、このようなイノベーションをどのようにして起こしていくかに注目します。つまり、経営学は社会を新しいアイデアで変えていくための学問ともいうことができるのです。



自分の日常に役立つ リアルな学問

一方で、経営学は私たちにとって毎日の生活や、身近な問題を解決するのに直接的に役立つ学問でもあります。

例えば、経営学で扱うテーマの1つに、「どうやって製品を顧客に売っていくか」というものがあります。経営学ではこの課題に対して、顧客をどう「理解」させ、買うという「行為」に促すかを考えることで解決を目指します。この理屈は、ビジネスシーンにかかわらず、相手を説得して、自分の思うように人を動かしたいシチュエーション一般で役立つものです。

友人との衝突を解決したいときや、部活の後輩に練習を促したいとき、自分が自ら進んで勉強に取り組めるようになりたい（その結果として成績を上げたい）ときなど、経営学はまさに私たちの“リアル”な課題に対処する現実的な方法を提案してくれる学問だということができるのです。



特徴

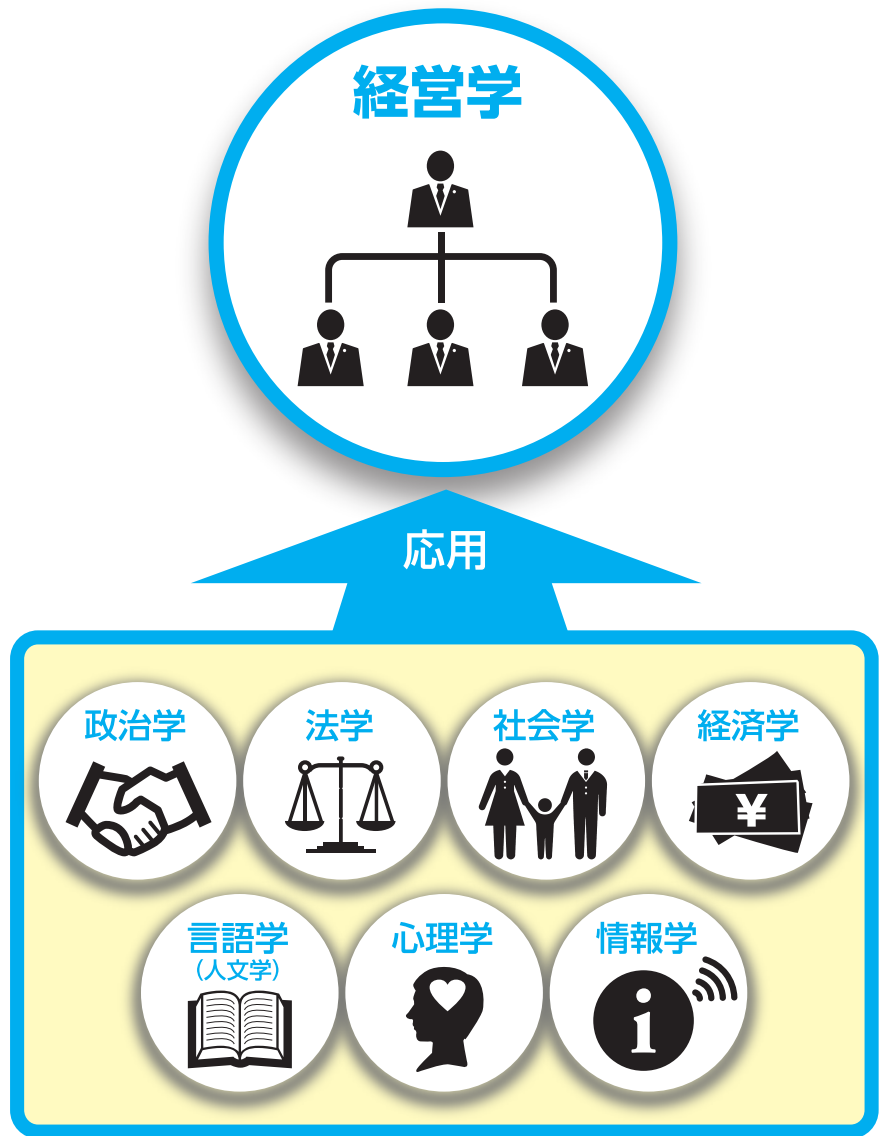
経営学の特徴

総合的な 応用学問分野

経営学は、多様な基礎理論を総合的に応用して問題を解決しようとする実際の学問分野（応用学問と呼んでおきます）です。

例えば、経営の実践では、従業員に一生懸命働いてもらうため、動機づけ（心理学や経済学を応用）に工夫が必要ですし、顧客に商品を買ってもらうためには優れた説明や言葉を発していかなければなりません（言語学や人文学を応用）。同時に、企業は、商法や会社法などのような法令を遵守する必要（法学を応用）があります。

このように、経営を考えるということは多様な知見を総合的に応用することだといえるのです。例えば、基本的に経済学は（当然ながら）、経済学だけでものごとを説明しようとしませんが、経営学は経済学も心理学も法学も、場合によっては工学なども使ってものごとを説明し、役立てようとしています。



「行為」の学問

例えば、経営学が取り扱う課題は、「企業の中で従業員の人たちをどうやって働かせるか」、「顧客にどうやって自社の製品やサービスを買ってもらうか」などのようなものです。従業員が働くことも、顧客が買うことも、場合によっては学生・生徒が勉強することも“行為”だといえます。

経営学は、このように身近な私たちの行為に焦点を当て、「人をどう動かすことができるのか」、「自分がどう動くことができるのか」などを探求する学問です。

そのため、ビジネスだけでなく、私たちの日常生活の中で他者を動かしたいとき、自分が自ら何かに行動を起こしたいとき、役に立つ学問が経営学なのです。



— 経営学はどんな学問なのか —

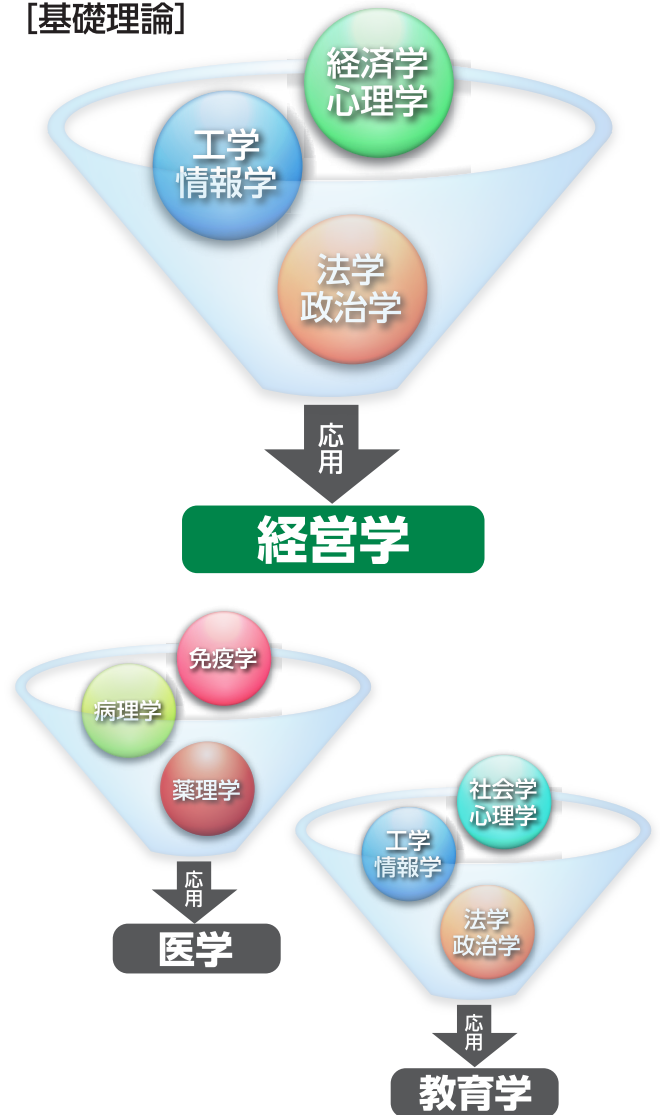
応用学問と基礎学問

経営学が多様な理論を応用する学問分野だということは、例えば教育学や医学などの特徴とよく似ています。経営学は、人の「行為」を研究するために、経済学や言語学、心理学などを応用して使います。同様に、教育学は人の「発達」を研究するために心理学などを応用しますし、医学は人の「病」を研究するために病理学をはじめとする幅広い理論を応用します。

このことから、応用学問である経営学は、経済学などのような単一の理論に依拠する基礎学問とは全く異なる特質を持っていると説明できます。しかし、このことは「どちらの学問がより優れているのか」という議論とは全く関係ありません。より高度に精緻化された理論をつくりだす経済学のような基礎学問があるおかげで、応用学問としての経営学は、よりリアルな課題を的確に解決していくことができるのです。また、経済学などの基礎学問は、経営学のためだけに理論を提供しているのではなく、多様な応用科学分野の要求に応えられるだけの緻密な理論構築をつうじて、多様な学問分野に影響力を持っています。

他方で、経営学は、多様な基礎理論を応用することで、リアルな課題を統合的に解決することを可能にしています。医者が「診断（病理学など）はできるが薬は処方（薬理学）できない」では困るように、経営者が「人はうまく扱える（心理学など）が金勘定（経済学）は全くダメ」では困るのです。

[基礎理論]



基礎理論を応用して人を動かす

人を動かすためのアプローチには、基礎理論ごとに多様な考え方があります。経済学では報酬の与え方などのように損得勘定で合理的に人を動かそうとします。政治学は権力の分配構造で人を行為に促し、法学はルールづくりで人の行為に制約を加えようとしています。これらのアプローチは、いわば外からの影響力でこちらの思い通りに人を強制的に動かそうとする企みです。

一方で、その人自身が内から納得することで自ら行為をするよう促す、任意的なアプローチもあります。心理学（例えば学習の理論）は、行為の前提となる理解をどう実現するかを考えるのに役立ちますし、言語学や人文学は言葉を通じてどうやって人を説得するかを考えるのに役立ちます。



実践の中での「研究」に力を入れる経営学教育

実学としての経営学では、

- ①実際に役に立つように幅広く基礎理論を知っておくための「勉強」が必要です、
- ②新しいアイデアを生み出すために「研究」する力を高めることも重視されます。



応用

既にある基礎理論をそのまま正確に当てはめて使う

幅広い知識のインプット（勉強）



実践

理論に新しい自分なりの工夫を加えて対処する

新しい知識のアウトプット（研究）

学びの特徴 ①

幅広く基礎理論を「勉強」する

幅広い基礎理論を学ぶために、経営学部では様々な理論を幅広く紹介する講義が初年次にラインナップされることが一般的です。特定の知識だけを知っているのではなく、多様な知識を知っていることで、必要に応じて必要な理論を活用できる幅広い知識を習得するためです。

そのため、経営学部での学びの1つめの特徴は、広く「勉強」することとなります。いわば知識のインプットです。基礎学問を扱う学部の教育でも、このような「勉強」は必須で、理論を知ることによって与えられた問題を確実に、高い精度で解いていく力を身につけることができます。

ただ、医師が幅広い基礎理論を習得した上で、外科や内科などのような専門分野を決めているように、経営学部でもどのフィールド（経済学や心理学など）でのプロフェッショナルになるのかを決めて学ぶことが重要です。

学びの特徴 ②

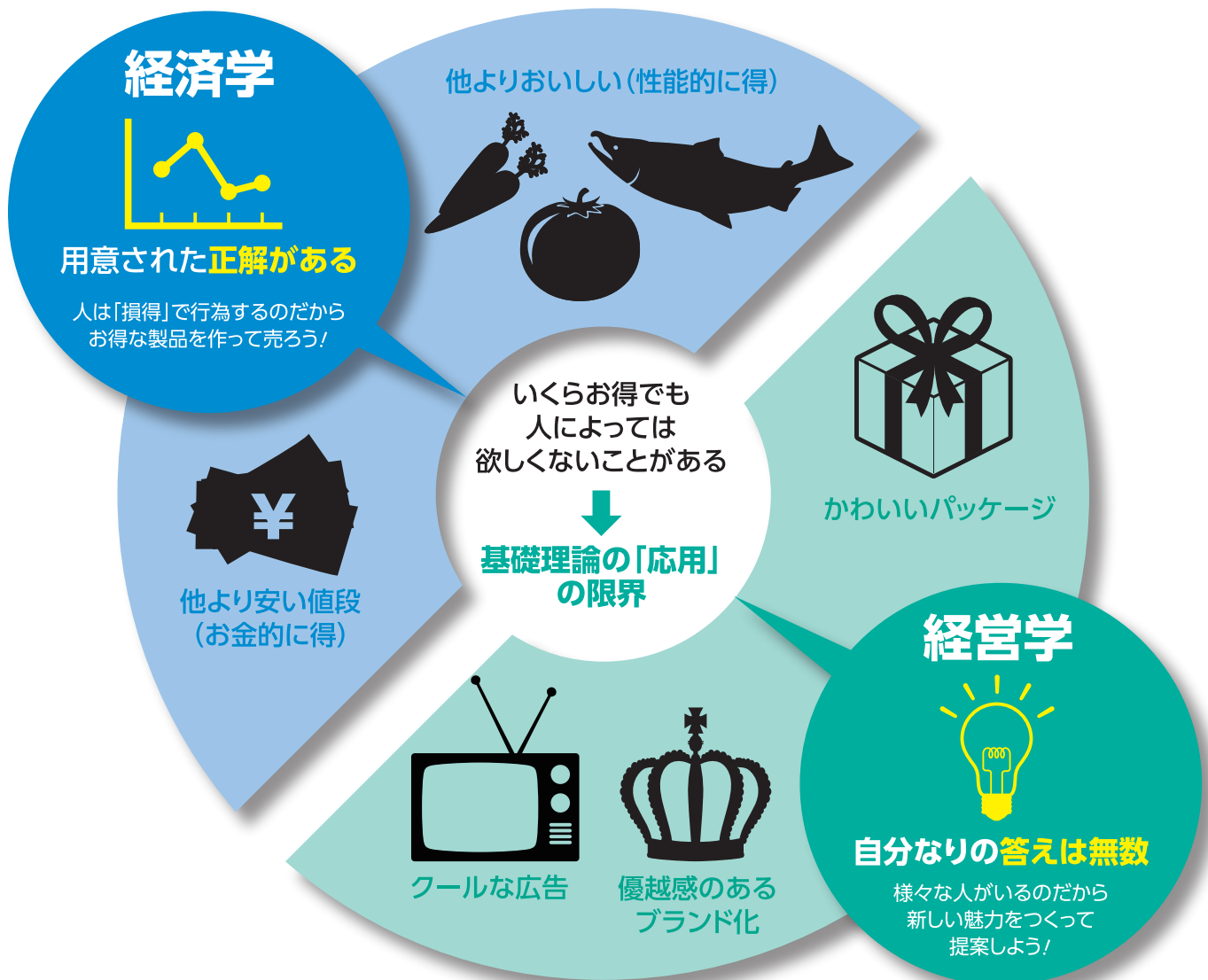
新しい知識を生むための「研究」

多様な知識を習得していても、実際には理論どおりに物事が進まないことがあります。そのため、実践の場で知識を使う場合には、自分なりの解決策をつくり出し、現実に役に立つように理論を保管していかなければなりません。

このような実践における知識のアウトプットには、与えられた問題に対して「勉強」した理論どおりの正解を導くこととは異なる、自ら問題を発見し、自分オリジナルの答え・アイデアを導き出す「研究」の取り組みが必要です。

経営学部での学びの2つめの特徴は、この実践の中で「研究」する力を高めるために、企業等の現場に出かけて学ぶインターンシップ制度や、その分野の専門家である教授から直接、専門的な研究の指導を受けるゼミナールなどに力が入れていることです。

— 他の学部とどう違うのか —



経営学と経済学の違い — 「応用」+「実践」の必然性

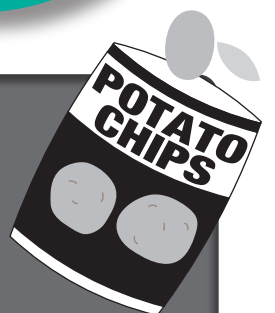
経営学と経済学の違いは、ただ単に経営学が多様な基礎理論（経済学を含む）を「応用」して使うという点だけではありません。もう1つ重要な違いとして、経営学が理論を「実践」する中で新しいアイデアを生み出す点をあげることができます。

例えば、お菓子メーカーがポテトチップスを売るシチュエーションを考えてみましょう。人は損得でものを買うはずだと考える経済学を「応用」すれば、ライバル商品よりも安い値段を設定したり、特別な原材料を使ってよりおいしいポテトチップスを作って売ろうということになります。

確かに、これはかなり効果的だと考えられますが、よく考えると、私たちは別に損得勘定だけで商品を買っているわけで

はありません。「パッケージ（袋）のデザインがかわいいから」、「その会社や製品名にブランドを感じるから」、「今やっているその商品のCM（広告）に出ているタレントが好きだから」など損得勘定を超えたりリアルな理由は、人によって千差万別です。

つまり、基本は経済学などの基礎理論を「応用」することから始めるけれど、それだけだと限界があるので、経営学では実践の中で繰り返し新しいアイデアを生み出すための「実践」が重視されます。そのため、経営学部に入ると「応用」するための幅広い基礎理論の勉強も行いますが、そこからさらに新しい知識を生みだしていく「実践」にも力が入られるのです。



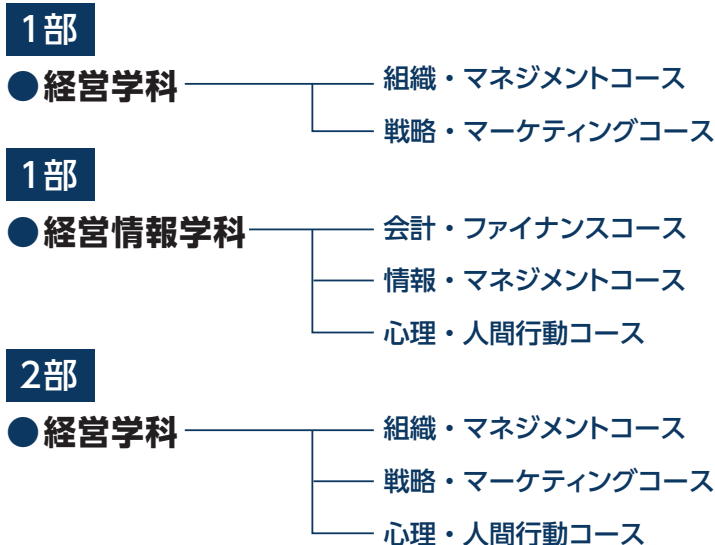
「リアル」

北海学園大学経営学部では「応用」と「実践」の機会を数多く用意し、エキサイティングな学生生活を応援しています。おそらく「ふつうの文系学部」のイメージとは大きくかけ離れた経営学部生の“リアル”な学生生活を紹介します。



- 1 ゼミナールでは企業などとのコラボやプロジェクトの実施も
- 2 専門分野のプロフェッショナルである教授から直接研究の指導を受けるゼミナール
- 3 研究するためのフィールドとしての実践の現場に出かけるインターンシップ
- 4 北海学園大学独自の就職支援システム「ミナコム」を導入し、企業との連携も密接
- 5 アジア、英語圏など海外の提携大学へ留学できるプログラムが多彩
- 6 パソコンを使用する授業や個人の自習用に多くのPC実習室がある

●北海学園大学経営学部のコース制



出前講義を ご活用下さい

この冊子でご紹介した、経営学の特徴、経営学部での学びの内容、文系や社会科学分野の学問どうしの違いなど、ご希望のテーマで北海学園大学経営学部の教員が高校などに向いてより分かりやすい講義やゼミナールを実施しています。必要に応じて、詳細を相談の上、内容を作成しますので、遠慮なくお問い合わせ下さい。



[出前講義テーマ]

- 経営学部での学びの特徴
- 経営学と経済学との違いとは
- 企業を成功に導くマネジメント
- 経営学を学ぶことと将来の仕事のつながりなど

■ 問い合わせ
北海学園大学経営学部
札幌市豊平区旭町4-1-40
経営学部事務室[直通]
電話 011-841-1247

ホームページで
最新情報をチェック!

北海学園大学 経営学部 🔍 検索

<http://ba.hgu.jp>

