



# Biz Com

[ ビズコム : Vol.44 ]

<http://www.rikkyo.ac.jp/sindaigakuin/bizsite/bizcom/index.html>


## Contents

### RBS 10周年特集号

<i>BizCom Interview</i>	廣江教授、亀川教授	1-4
修了生インタビュー	アルゴジェシー株式会社代表取締役社長 林 勝氏	5
12期生のみなさん、ようこそRBSへ!		6

#### BizCom Interview

## 次の10年へ～ RBSの現在・過去・未来

2002年4月に設置された立教大学大学院ビジネスデザイン研究科(RBS)は、昨年10周年を迎えました。そこで今号のBizComは、特別版としてRBSが誕生した頃のことや、RBSのこれからについて、委員長の廣江教授と、前委員長の亀川教授にお話を伺いました。

**BD院生には、社会人と学部学生を繋ぐ役割を担ってほしい。**

立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科

委員長 **廣江 彰** 教授

はじめに、立教大学にビジネスデザイン研究科ができたきっかけを教えてください。

1998年に当時の大橋英五総長から「大学の使命として社会に開かれた大学院」の設置提案があり、紆余曲折はありましたが現在の「社会人対象・夜間開講の独立研究科」が2002年4月1日にスタートします。RBSは社会人を対象に、事業構想から計画の立案・実施・評価というビジネスプロセスを創造する能力の育成を目的に設立しました。機会あって、私は研究科の構想にかかりましたが、既存の社会人大学院に対して、独自性をどう織り込むかに腐心しました。いろいろな方々の意見を聴き、アントレプレナー教育で高い評価を得ているアメリカのバブソン大学からは多くのヒントを得ています。RBSは、狭い領域のスペシャリストではなく、広く俯瞰できるゼネラリストとしてのスペシャリスト育成を目指して出発しましたが、それは今も変わっていません。

立ち上げ時以来、「苦労」は尽きませんが、ことに私は経済学領域の中小機械工業が専門なので、経営学や簿記・会計の勉強もすることになり、RBS立ち上げ時にもかく睡眠不足が続いたことは、現役院生のみなさん



以上かも知れません。

そうそう、この「BizCom」も私が創刊にかかり、院生と一緒に取材もしていますよ。

**やはり当初から起業家を育てたいという考えがあったのでしょうか。**

起業家を育てたいというより、それは結果だと考えています。RBSから起業家が輩出するというのではなく、企業内でも、あるいはその外でもイノベーションを担える人材を育成することがまずは必要であって、やが

ては起業家となる、その苗床を創るという考えでした。だから、いわゆる「修士論文」をまとめることがRBSで期待されることではなく、ビジネスプランに力を入れてもらいたいと思っているのですが、ちょっと違うことになってしまったようです。しかし、実際に起業した修了者も多くいますし、現役経営者もいますから、これから期待しています。要はRBSで学んだことが、起業や転職など自分の人生を大きく変える、チャンスが巡って来たときそれに乗れる大きな手掛かりになる。そのために今「力」を蓄えておくということだと思います。

### 院生は大変多様ですが、これは思い描いていた通りでしょうか。

職業、年齢などバックグラウンドの多様性は思い描いていた以上ですね。実は、私は90名という定員が多すぎるという意見でしたが、でもこの10年間を振り返ると、この多様性に満ちた院生のバックグラウンドが社会人教育の真髄、RBSの資産だと認識しています。それをもっと活かし、社会人大学院生のいる大学の斬新さと意義とをアピールしたいですね。私自身も、職業・産業や年齢の違いなど様々なバックグラウンドの違いを講義に活用するようにしています。その効果はとても大きく、90名は必要な数と思っています。

### 社会人を教えるということについては、どうですか。

学部学生とは違う意味で講義は真剣勝負。まず自分で学費を負担している方がほとんどですから、意欲が違います。それに、院生は仕事を通じて、多くの知識と経験とを豊富に持っていますから、自信があります。学部学生でしたら、知らないことを知るが重点ですが、RBS院生は知っていることも深めるといふ点が必要になります。だから、私にとって講義は大変さと楽しみとが同居しています。社会人院生の知識や経験を引き出し、それをいわば「棚卸し」することで科学に置き換える、その作業が楽しくかつ難しいということです。

### 10年の歴史を数えたわけですが、今後はどういった大学院にしていきたいというお考えでしょうか。

当初掲げた理念を着実に実現していけばいい。ただ、ビジネス界の実際に近づけるために、私は女性院生をもっと増やしたいと考えています。女性のビジネスパーソンにとって学ぶ価値のある大学院にしたい。そのためきっかけづくりになるようなプログラムも考えていきたいですね。ビジネスに男も女もありませんが、現実異なります。働く女性が社会から必要とされる、社会に役立つ仕事ができる、そのきっかけがRBSで

得られたらいいですね。そのためには、社会と会社とが変わるという働きかけもRBSの役割です。ともかく、ビジネスや自己啓発のセミナーを掛け持ちするのではなく、じっくり学び、議論の輪に加わって「自分の中で何かが変わった」という体験をしていただきたい。

また、RBSを修了したOBOGが、自分の同僚や後輩、知人に受験を薦めるという例も聞いています。ということは、私たちが院生の満足度をどう高めるかが問われています。

立教大学は学修環境の面でいうと、図書館などの施設や情報環境も利便性が高まっています。施設整備にも投資してきたので、キャンパスイメージも高まっています。昨年11月、RBS主催の講演会(※)で内田樹氏が「大学は美しくなければならない。立教は美しい」とおっしゃっていましたが、私もそう思います。繁華街のサテライト・キャンパスは便利ですが、立教のような、会社とはまったく違った環境に立ち入って、頭と気持とを切り替えて勉強モードに入る、といったことがひじょうに大切だと思っています。

### 今後の院生に期待することは何ですか？

RBS院生には、社会人と学部学生とを繋ぐ役割を担ってほしい。もちろん、院生の目的は自分の力を伸ばすことですが、そのためにも他者に働きかける、ことに若い学生たちとの接点を創ることが大いに役立ちます。院生の経験や知識と学部学生の意欲とが結合することで新しい何かが生まれる、そのことに期待しています。そういった大学はほとんどないはず。RBS誕生のきっかけになった当時の大橋総長がいう「社会に開かれた大学院」をRBSが率先して実現し、全国のビジネススクールのモデルになる。それもアントレプレナーシップの発現ですね。みなさんのご活躍に大いに期待しています。

※2012年11月13日開催「大学(ビジネススクール)と教育を論ずる」  
(平川克美特任教授・内田樹氏対論)



## ビジネス全体を構想できる 人材を育てたい

立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科

前委員長 **亀川 雅人** 教授

RBS設立当初は専攻が2つに分かれていたが、そのあたりの経緯を教えてください。

新しい社会人のための、ビジネススクール的な大学院を作ろうということで話を進めていたところ、観光学部でも社会人教育に積極的に取り組みたいという声があがりました。そこで、観光学部といっしょにビジネスデザイン研究科を作ろうということで、2002年に「ホスピタリティデザイン専攻」と「ビジネスデザイン専攻」の2専攻で立ち上げました。

ホスピタリティビジネスは立教が強みとする分野ですが、ふたを開けてみると、観光や飲食業、その他ホスピタリティ関連ビジネスに従事している人たちは、夜や土日が忙しくてなかなか計画的に通えない。一方、ビジネスをやっている人たちはホスピタリティという分野を学んでみたいとは思っているが、いざ専攻を選ぶとなると、どうしてもビジネスデザインを選んでしまう。しかも、専攻間の壁は高く、異なる専攻の科目は修了要件にカウントし難いという専攻の設置要件もあり、専攻からコースに変えていくことになりました。

現在は、モジュールとしてホスピタリティ関連の科目群がありますが、これは増やしていきたいと考えています。

実際に社会人向けの大学院を作ってみて、印象はいかがでしたか。

正直な話、大学の教員は社会人教育に消極的でしたね。僕も実務の経験があるわけでもないのに、実務家が何を期待している、何を学びたいのかまったくわからなかったし、最初にこの大学院を作ったときは僕も45歳くらいですから、入ってくる院生の年齢層もわからないし、正直いやでした(笑)。

大学院自体は2002年の設立ですが、準備は1990年代の後半から始めています。当時、30歳代の社会人にとっては、上の人たちはリストラされる、採用を控えているから下は入ってこない、自分たちの将来を不安視し、道しるべを見失っていた時代です。そんな時に、もう一度教育機関に何か期待しようというのはわかりますよね。我々にできるかどうかかわからないけど、とにかくやってみようという気持ちでした。



まだ、文科省が専門職大学院を作っていない時代で、社会人が通えるように、夜間主大学院という形で作ることになるのですが、大学としても初めての試みですからニーズや採算性を判断できない。教育機関ですから、設置した以上は簡単に募集を停止したり、整理統合することはできない。冒険はできないわけです。投資を控えながら学内資源を有効活用して設置するという戦略を選択したわけです。そこで経済学部、社会学部、観光学部の3学部で協力して教員も出し合って作ろうということになったわけです。とはいえ、実務を知らない教員だけだと実務家の学生の要望に応えられないということで、特任という形で実務家の先生にも来ていただくことになりました。認可が下りたときは、ほっとしましたね。当時の総長は「小さく作って大きく育てる」と言っていましたよ。

ビジネスデザイン研究科がこれまでの一般的な大学院と異なるのは、2年間の社会人経験をしていることが入学条件になっていることです。従来の大学院は、学部を卒業し22~23歳で入学して、社会科学でありながら何が社会に必要なのかを経験することなく修士論文や博士論文を書くわけです。指導する教員も社会科学の研究者でありながら社会経験がない。ところがビジネススクールで教えていると、我々も社会人の感覚に近づいていく。これをそのまま学部の教育に下ろしていけば、就職する学部生のためにもなる。専門職大学院だと学部とは完全に切り離れた形になるので、こうした連携教育はできない。僕は大学院でやっている「コンサルティング・メソッド」みたいなことを学部のゼミでもやっていますよ。

## 「ゼネラリストのスペシャリスト」は最初からお考えだったのでしょうか。

これは最初から考えていました。社会人の人は当然のことながらどんどん蛸壺に入っていきませんか。自分の専門を身につければ身につけるほど、自分がちょっと横道に入ると使い道がなくなると思うわけですね。専門家になることが最後の到達点だったりする。ちょっと前だったら「なんでも屋（ゼネラリスト）っていうのはなんにもできない」と揶揄される存在でした。

ところが専門家になればなるほどまわりが見えなくなってきました。自分の専門分野を特化しながら、かつまわりが見えるようにしておかないと専門が活かないなという意識があったので、我々は視野を広げるために、基礎・入門をきっちりやる。自分の知らない分野に関心を持つきっかけを与えたいと思っています。専門の分野は自分で本を読んだりすれば、いくらでも勉強できるわけですから。

## 「ビジネスデザイン研究科」という名前には、どんな意味がこめられているのでしょうか。

デザインは、思考をデザインするという意味で使っているのだから、ビジネスデザインとは、必ずしも起業するという意味だけではないのです。ビジネスという全

体を構築していけるような思考を構想できるような人材を育てたいという意味ですね。全体が把握できないとビジネスは上手くいきませんから、そういう意識を持っています。

そもそも、僕は安直に起業家になることは勧めません。プロジェクト・リーダーになることだって立派な起業家ですから。日本の仕組みでは、会社を辞めて起業して失敗したら会社に戻れる保証はありませんよね。良い会社に入っている人ほど、機会費用が高いですから。例えば今 800 万円の年収の人が起業すると、800 万円以上稼ごうとするでしょ。だからハードルは高くなるわけです。失うものはないという人はどんどんやればいい。でも、今第一線で働いていて、もしかしたら自分自身で会社を変えられるかもしれないという人に、「独立しなさい」なんていう必要はないですよ。企業内起業家でもいいし、会社の再建でもよい。いろんな意味でリーダーシップを取れるようなビジネスの全体像を構築できるデザイン力を有する人を育成したいですね。

## 設立から10年たちましたが、RBSは常に進化していると思うのですが。

常にカリキュラムの改革をしているので、かなり流動的といえますね。さらに今年度からは、ゼミを複数履修することができるようにしました。ビジネスプランも論文も選択可能になったわけです。

これまでは2年生になると、残念なことに、蛸壺に入っちゃう院生が多かったようです。一人の先生につきっきりで、その他の授業に出なくなり、論文やプランだけに専念する。もったいないですよ。授業感覚で2つ3つのゼミに出ながら、違った視点でのアイデアを掘ってほしいわけです。専門分野を探究する修士論文も、多様な意見を戦わせる複眼的な思考を育てていただきたいと思います。

社会が必要とする知は常に変化していますから、RBSは止まることができないと思います。完成したカリキュラムができたと思ったら、RBSは終わりかもしれませんね。



取材・文 / 平松恵一郎  
取材・撮影 / 神野尚、岡村こはる