

経営学は実践にどのように役立つか（５）

社会科学における人間関係

前回まで、社会科学が人間と人間の間に織りなされる、何らかの関係性を分析する学問領域であることについて述べてきました。

法律学は秩序の関係、政治学では権力の関係、経済学では貨幣的关系に着目して、それぞれ社会を分析しようとしているのだ、ということについて見てきました。

では、肝心の「経営学」においては、いったいどういった関係で社会をとらえようとしているのでしょうか。

いろいろな関係

実は、経営学では「人間と人間の間関係を〇〇によって捉えている」というような形で、シンプルで明快に要約することはできません。経営現象に巻き起こる種々雑多な人間関係を、さまざまな観点からとらえようとするのが経営学です。

たとえば、会社に入れば上司の指揮命令の下で働くことになりますが、この場合、上司と部下の間には権限（authority）や権力関係が成り立っています。

また、ビジネスパーソンは、会社から働いた対価として当然に給料を受け取りますが、そこにはれっきとした経済的（貨幣的）な関係が成立していると見る事ができるわけです。

経営学における人間モデル

経営学には、人間を基本的にどういった存在として把握するかについての考え方（人間モデル）と呼ばれるものがあり、それが経済人モデル、社会人モデル、自己実現人モデルというように変遷してきたことについては、別の機会にこのコーナーでも少し触れたことがあります。

経営学で、ファイナンスの領域を学ぶときには経済学の基礎知識が必要となりますし（経済人モデル）、組織論やマーケティング論、消費者行動などについて学ぶ際には社会学や心理学の知識も必要となってくるでしょう。後者では、人間を基本的に社会人モデルや自己実現人モデルでとらえています。

経営に関する諸学

つまり、経営学では他の社会科学の領域とは違って、明確に「〇〇の関係」というように明言することができないのです。

このため、私が勤務する神戸大学の大先輩で、経営学を我が国にいち早く導入し体系化

された市原季一先生は、経営学を定義するにあたり、「経営学とは経営に関する諸学である」と言われたくらいです。いわば、心理学も、経済学も、社会学も、すべて経営現象の解明には有用であると主張されたのです。

経営学は学問か？

実は、このことは裏を返すと、経営学が学問として未成熟であり、その科学性や学問的な基軸が不明確であることをしめています。どのような学問領域であれ、およそ学問である以上、その学問固有の問題の構造やアプローチ、方法論があってしかるべきだからです。

このメルマガのコーナーでも、人文社会科学は自然科学よりも曖昧模糊としていて一生懸命勉強してもしっくりと腑に落ちる形で理解できたという感覚が得られにくいということを以前に書きましたが、その曖昧模糊とした人文社会科学の中でもひととき漠然としていて曖昧なのが経営学であると言わざるを得ません。

取っつきやすいが“難しい”経営学の勉強

これには、経営学がまだ生成してから僅か 100 年ほどしか経過していないという事情も関係しています。あるいは、経営学が（経済学より）「現場・実践に近い」ところから分析するという特性とも関連しているでしょう。

いずれにしても、経営学は他の学問領域と比べてあまりにも曖昧なので、一見、現実に近いことを扱っていて取っつきやすく感じられるのですが、深く学ぼうとすれば学問的基軸が不明で、非常に厄介なのです。

経営学の勉強は、ふにやふにやで何をどう勉強したらいいのかよくわからないという漠然とした印象をもつ初学者も多いのですが、それは至極まっとうで正しい感覚なのです。まじめに勉強しようとすればするほどわからなくなる…これが残念ながら経営学なのです。

では、この厄介な経営学という学問に、私たちはどのようにアプローチしていけば良いのでしょうか。

株式会社インソース <http://www.insource.co.jp>

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町 1-19-1 神田橋パークビル 5 階

TEL : 03-5259-0070 FAX : 03-5259-0075