

# 地域経営論教育の発展

齊 藤 毅 憲

## 1. はじめに

わが国の大学における経営教育は、21世紀に入って、明らかに新たな胎動というべきものをみせている<sup>1)</sup>。具体的には、キャリア開発志向、「ケース学習」などの実践志向、インターンシップなどの体験学習の展開、起業家支援的な教育プログラムの実施、ビジネス・マナーと倫理教育の導入などが、その典型になると考えられる。当然のことながら、この胎動は経営学の研究とも密接に結びついている。

もっとも、これ以外にも注目すべきものがある。それは環境経営論、福祉マネジメント論、NPO マネジメント論などの教育があり、そして本稿で取り扱う地域経営（マネジメント）論の教育である。研究・教育分野としての国際経営論や経営情報論はすでに確立し、大学における経営教育にとって重要な構成要素になってきたが、地域経営論などはまさに発展途上にあるといつてよい。

そこで、本稿では、いくつかの大学の事例を見ながら、地域経営論教育の現状と課題を明らかにしたい。しかし、その前提として地域経営論を生みだしてきた背景をまず考えてみることにする。

## 2. 地域経営論の背景と「経営」の意味

企業経営を主な研究対象としてきた経営学は、20世紀の末葉から研究対象の拡大をはかり、行政のほかに、NPO、さらに地域などの経営（マネジメント）をも、とり扱いはじめている。これは経営、つまりマネジメントが企業だけの問題でないことを示している。つまり、現在の社会に顕著に現出している複雑な問題とその解決に経営学がコミットしなければならないことから、その対象を広げているのである。

これは、別の観点からいうと、企業経営を中心に発展してきた経営学の知見や考え方をそれらの問題の解決に役立てていこうということである。要するに、20世紀初頭に誕生した経営学への

---

1) 拙稿「経営教育の新たな胎動」、OA学会『OA』、第26巻第4号（2006年6月）、拙稿「インターンシップ」、『横浜市立大学論叢』、第56巻第3号（2005年3月）などを参照のこと。

期待は、2世紀目に入り、ますます大きくなっている。

本稿でとり扱う地域経営論<sup>2)</sup>についてみると、マチづくり、地域の振興・活性化、都市再生、空洞化する商店街（対策）などへのニーズが高まるなかで、研究だけでなく、教育分野としての開拓と発展が試みられている。全国的にみて、地域の衰退や停滞—地方だけでなく、人口が増加している大都市を含めて—は、顕在化している。そして、大学における経営教育においても、これへの対応がとられてきている。

しかし、企業経営の発展や産業振興をこえて地域全体の経営を考えていくという観点は、経営学のなかではまだ不十分であり、地域経営論といっても経営学だけでなく、他の関連諸科学との協同のもとで行われているというべきであろう。そして、現状では地域経営論といっても他の関連諸科学の果たしている役割のほうが大きく、経営学の位置は小さいといってよい。したがって、（企業）経営学と同じように、地域経営論も学際的なアプローチであり、総合科学的な性格もっているのである。

もっとも、筆者の考えている「経営」については、以下であることを述べておかなければならない。1995年の『革新する経営学』（同文館）で、経営とは日常的な用語でいうと、「つくる」とか、さらにいうと「作り直す」ことであるとした。

以下ではその部分を引用してみよう。「筆者の近年の考え方のひとつに経営とは『つくる』ことであるというものがある。個人や集団の活動によって、“いい企業をつくる”、“いいマチをつくる”、“いい人間をつくる”、“いいクラブをつくる”などといった場合の『つくる』という言葉が、それを示している」<sup>3)</sup>。

経営には、多様な意味が含まれているが、「つくる」も経営の意味にあるとした。経営学にとっては、“いい企業をつくる”ことがアカデミックな背景や経緯からすれば、当然のことであつたといえよう。しかし、「つくる」対象となるのは、企業だけでなく、人間のかかわる広範な活動に拡大されていくことは、ふしぎなことではない。むしろ、すでに述べたように、現代の社会に顕著に現出している複雑な問題とその解決に経営学はコミットしなければならないことを考えると、新たな対象をもとめることは、経営学の発展にもつながるのである。

しかも、この「つくる」という考え方は、いい企業ができたから、それで完成し、成功したということではできない。それは、一時的なものにすぎない。現代のように、環境の変化がはげしいなかでは、たえずいい企業になること、つまり“エクセレンス”をつねにもとめる姿勢と具体的な活動が必要なのである。

そこで、つぎのようにも述べた。「『つくる』とは、継続的な活動であり、一時的なものではない。それはとくに、立ちあがればよいといったスタート・アップとか、出発時だけのものではな

---

2) 筆者がかかわった地域経営論の成果には、以下などがある。『横浜新都市の未来』（1989年、文真堂、監修）、『都市経営の科学—未来都市ヨコハマからのメッセージ』（1996年、中央経済社、監修）、『大学は地域を活性化できるか』（2005年、中央経済社、共同監修）。

3) 拙編著『革新する経営学』、同文館、7頁。

い。経営学にとって“いい企業をつくる”ということは、最高の命題のひとつであると筆者は考えているが、環境変化のもとでのいい企業づくりへの活動の展開と努力は、持続的な性格をもつものである<sup>4)</sup>。

これによると、「つくる」はたえず行われる活動であり、環境変化のもとではそれにマッチすべく継続されるのであり、つくることのたえざる反復、つまり前述した「つくり直す」というべきものでもある。そして、このようなつくることの反復性、継続性を考えると、それは「作る」(make)だけではなく、「創る」(create) でなければならないとした。

かつての企業環境があまり変化しない状況下の経営は、あるきまった目的とか対象（製品やサービス）をすでに確立した方法やノウハウでつくるものであった。技術の進歩も漸進的であり、比較的その技術は長期にわたって使用できるものであったから、「これはこうしてつくるのだ」という信念が支配していた。これが、伝統的な「作る」というコンセプトである。もっとも、今日でも成熟期に入った主力製品の生産などは、このメイクの思想によるものである。

これに対して、現代は環境の変化がはげしく、既存の主力製品だけに依存できず、研究開発や外部からの情報収集を重視しなければならない。このような現代経営の中核的なコンセプトとしての「創る」は、目的や対象が明確なかたちでは決まっておらず、それ自体を模索し、決定していかなければならないものになっている。そして、目的や対象が決まっていないことから、それを実現するための方法や手続きも必ずしも明らかではなく、確立したものになっていない。したがって、具体化にあたっては、たえざる模索と実験、そしてその前提として広範な情報収集が必要となる。

要するに、変化の時代の経営とは、これらの双方をたえず考え、つくり直すことであり、まさに「革新」とか、「創造性」を重視しなければならない。企業には、どのような製品やサービスをどのようにつくり、消費者・顧客に奉仕していくのかをたえず考え、実践する経営がもてめられている。

このような（企業）経営学の考え方は、地域経営論にもあてはまると考える。それでは、以下ではいくつかの大学の事例をみていく。

### 3. 高崎経済大学と横浜市立大学における学部の事例

高崎経済大学は、公立の経済学部だけの単科大学であったが、1996年に地域政策学部地域政策学科を併設している。のちに、2003年には地域づくり学科、2006年に観光政策学科を開設している。

同大学の2007年向けの大学案内によると、「地域づくりができる人材育成」が設置の目的であるとしている。そして、地域づくり人材に必要なものは、熱意と高い能力であり、これを育成したいと表明している。

---

4) 注3) 書, 7頁

同学部の地域づくりについては、3つのポイントがあるとされている。

- ① 地域づくりの多様な担い手の協働が大切であり、地域住民をはじめとして、自治体、企業、団体、市民組織などが、その担い手になる。
- ② 循環・共生社会の形成がもめられており、自然環境に配慮した生産や生活のシステムづくりが大切である。あわせて、いろいろな人びとの共生社会づくりが重要である。
- ③ 地域特性に応じた独自の個性的な地域政策をつくるのが大切である。

3つの学科のうち、地域経営論にもっとも関与しているのは、「地域づくり学科」である。この学科は、地域ビジネス・地域開発、地球環境、地域福祉、地域文化、コミュニティ振興の5つの主要科目群からなっている。

- ① 地域ビジネス・地域開発—人材育成、地域マーケティング、地域ビジネス、地産地消
- ② 地域環境—循環型社会づくり、環境マネジメント、環境情報、環境経済
- ③ 地域福祉—福祉ネットワークづくり、地域保健福祉政策、児童福祉
- ④ 地域文化—地域史、日本地域文化、地域文化政策、西欧諸国の文化と地域づくり
- ⑤ コミュニティ振興—住民参加、NPO 育成、地域づくり教育、スポーツ行政

そして、地域政策学科については、都市地域、農村地域、地域産業・地域経済、地域政治・地域行政、国際関係、観光政策学科については、観光政策、観光経営、国際観光・国際文化、地域開発などの主要科目群からなっている。

なお、この学科のうえに、大学院地域政策研究科と地域政策研究センターを併設し、高度な研究と教育が推進される体制がつけられている。これに関連して、日本地域政策学会の創立と運営も支援している。

つぎに、横浜市立大学についてみると、2005年に公立大学法人化した際に、商学部、国際文化学部、理学部の3学部を国際総合科学部に統合し、7つのコースを設置している。従来の3学部がそれぞれ2コースをもち、3学部統合のメリットを生かすべく、融合コースとして「ヨコハマ起業戦略コース」を新たに開設している。

本コースは、横浜をはじめとした世界中の都市や地域が抱えているさまざまな問題に、グローバルで学際的な視点から統合的に応えることが可能な、「起業マインドをもつ人材」や「まちづくりができる人材」の育成を目的としている。

このコースは、さらに①グローバル地域戦略、②都市のガバナンスとまちづくり、③産業集積と起業の3つに分けられる。①は「グローバルな地域関係」という新たな視点から、地球社会の都市や地域の問題を検討するもので、②はボランティア、NPO/NGOなどの市民力と行政や民間のさまざまなアクターによる、新しい都市のガバナンスのあり方を追求することをねらいとしている。さらに、③は内外の産業集積の状況や新しい産業が生み出される仕組みを探求するものとされている。

図表1は、この3つの履修モデルに配置されている開設科目を示している。本コースも、地域経営論というべきものであり、経営学もコア科目であるが、他の関連諸科学との協同が行われて

いる。具体的に地理学，社会学，経済学，政治学，都市計画論，国際関係論などがこのコースに大きくかかわっている。

そして、横浜市立大学の経営科学系の政策経営コースをみると、①市民社会のガバナンス、②産業経済と地域社会の活性化、③都市環境整備と大都市経営の、3つの履修モデルに分けられている。そこで、地域経営論という観点からみると、このコースもまさしく地域経営論の性格を色濃く有していると考ええる。

なお、横浜市立大学のヨコハマ起業戦略コースに関連して、首都大学東京の都市教養学部も2007年度から、それまでの5学部統合の12コースに都市をキーワードにこれらのコース横断的に学習しうる「都市政策コース」を設置するという<sup>5)</sup>。

図表1 横浜市立大学ヨコハマ起業戦略コースの開設科目

<グローバル地域戦略>

グローバリゼーションと産業集積，地域開発論，国際産業立地論，国際労働力移動論，沿岸大都市と国際海洋法，都市政策論，都市観光と地域デザイン，国際交通と都市計画，都市の国際協力論，都市計画論，アジアの都市形成，ヨーロッパの都市と地域政策，アメリカの都市形成，地域調査実習，都市計画とGIS実習，都市デザイン実習，海外調査実習

<都市のガバナンスとまちづくり>

市民によるまちづくり，国際化と地方自治，市民活動と社会参加，民活論，都市生活の質，労働生活の質，豊かさ論，男女共同参画社会論，コミュニティビジネス論，地域教育とまちづくり，多文化共生のまちづくり，社会福祉のまちづくり，環境再生のまちづくり，サイバー空間とまちづくり，地域マーケティング，ISO基礎/実践（環境），ISO基礎/実践（品質），まちづくり体験実習

<産業集積と起業>

起業のマネジメント，都市の経済と産業，コンテンツ産業の集積と起業，事業創造論，ベンチャーファイナンス論，先端産業技術の基礎，循環社会と環境産業，大学ベンチャー論，ヨコハマの産業政策，企業間関係論，中小企業の革新と活性化，商店街の諸問題，中小企業金融論，中小企業の研究開発戦略，中小企業のIT化，地域ブランドの構築，キャンパス起業体験実習

(出所)：同大学『2007年大学案内』、25頁

#### 4. 大学院の事例—札幌学院大学と大阪市立大学

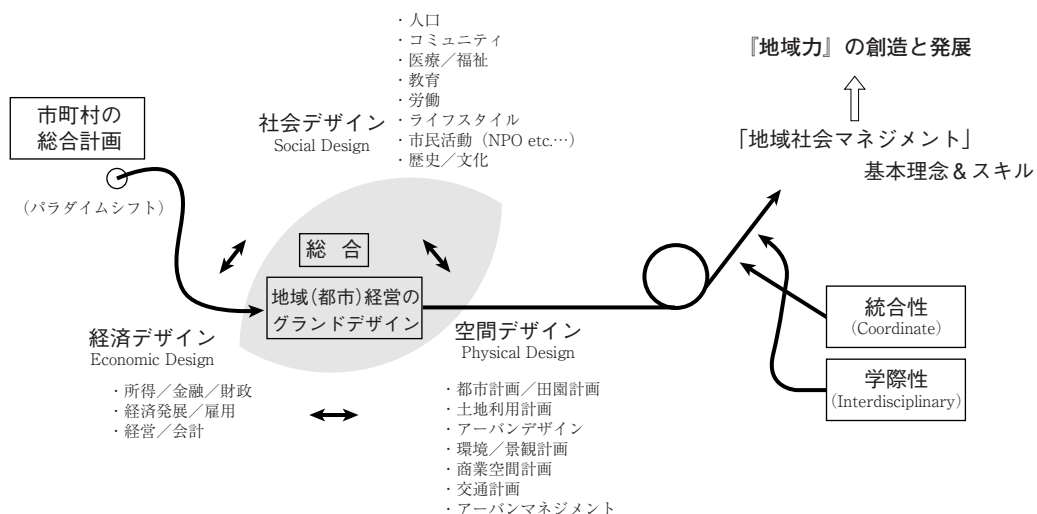
学部について、ふたつの事例をみてきたが、大学院についても、同じようにふたつをあげてみたい。

札幌学院大学大学院は、主に社会人対象の地域社会マネジメント研究科（修士課程）を設置している。2007年むけの案内パンフレットによると、地域社会の再生を目指して、これを可能にする、いわゆる「地域力」をつくる地域社会マネジメントをキーコンセプトにしている。

この地域社会のマネジメントとは、図表2に示されるように、経済デザイン（所得，金融，財政，経済発展，雇用，経営・会計），社会デザイン（人口，コミュニティ，医療・福祉，教育，労働，ライフスタイル，市民活動，歴史・文化），空間デザイン（都市計画・田園計画，土地利用計画，アーバン・デザイン，環境・景観計画，商業空間計画，交通計画，アーバン・マネジメ

5) 前田雅英稿「首都大学東京都市教養学部の取り組み」、『現代の高等教育』、2006年12月号、55-58頁。

図表2 地域力を形成する地域社会マネジメント



(出所)：同大学院『2007年案内』，1頁。

ント)の3つの総合された領域(総合性)に、統合性(コーディネート)と学際性(インターディシプリナリー)を付加して構築される新たなシステムであるという。

したがって、具体的なカリキュラムは、経営学、会計学をふくむ既存の関連諸科学の提携・協働(総合性と学際性)からなり、専門分野を進化させるとともに、地域のリーダーとしての統合性(コーディネート能力)のある人材教育が目標とされている。とくに「地域をデザインする能力」、「地域をマネジメントする能力」、「地域のマーケティングを展開する能力」という3つの能力の育成が重視されている。

図表3は、同大学院のカリキュラム体系図になっているが、実際には科目の選択によって4つの履修モデルが考えられている。そのひとつは、地域社会で活躍する人材養成を目指すモデルであり、北海道という地域経済の再生、再活性化を担えることが大切にされている。第2は、まさしく地域の企業、公的事業組織のリーダー養成を目的とするモデルである。

そして、第3は、地域社会マネジメントに関する識見を有する職業会計人の育成をめざすものである。最後は、地域・まちづくり系の分野で活躍する人材を養成し、具体的にはアーバン・マネジメントを視点とする総合的コーディネート能力の開発が目標とされるモデルである。

以上のように、同大学院は北海道という地域社会の停滞や地域経済の低下という現実的な課題にこたえようとするものであり、地域経営論教育が行われているとみてよい。

もうひとつの大学院の事例は、大阪市立大学大学院創造都市研究科である。2003年に設立された同研究科は、社会人のためのものであり、学部はもたずに、専任教員40名以上、院生(修士、博士あわせて)が約300名の規模を誇っている。

都市は、新しい文化・芸術・学問などを生み出すだけでなく、新しいビジネスや新しい生活スタイルを生み出す中心であり、創造都市とはこのような創造機能を十全に発揮できる都市である

図表3 カリキュラム体系図

		科目名称	配当年次	単位数	科目名称	配当年次	単位数		
基本科目	地域社会研究科目	地域社会まちづくり論	1	2	展開科目	地域金融経済論演習	1～2	2	
		地域社会経営論	1	2		比較経営管理論演習	1～2	2	
		地域社会経済論	1	2		経営戦略論演習	1～2	2	
		地域社会会計論	1	2		起業家論演習	1～2	2	
		地域コミュニケーション論	1	2		マネジメント論演習	1～2	2	
展開科目	コミュニケーション科目	社会情報論演習	1～2	2		ビジネス科目	人的資源論演習	1～2	2
		家族社会学演習	1～2	2			リスクマネジメント論演習	1～2	2
		情報コミュニケーション論演習	1～2	2			ITシステム論演習	1～2	2
		地域環境論演習	1～2	2			地域マーケティング論演習	1～2	2
		地域行政論演習	1～2	2			金融論演習	1～2	2
		地域行政マネジメント論演習	1～2	2			財務会計論演習	1～2	2
		公共政策論演習	1～2	2			管理会計論演習	1～2	2
		地域経済事例研究演習	1～2	2			監査論演習	1～2	2
		地域財政論演習	1～2	2			税務会計論演習	1～2	2
		地域社会論演習	1～2	2			財務諸表論演習	1～2	2
		比較NPO論演習	1～2	2	課題研究科目		特別演習Ⅰ	1	2
		NPO事例研究演習	1～2	2			特別演習Ⅱ	2	4
				NPOマネジメント論演習	1～2		2	【履修について】	
			生活空間計画論演習	1～2	2	修了するためには、(イ)指導教授の指導を受け、修士論文または特定課題についての審査に合格、(ロ)			
			地域プロジェクト論演習	1～2	2	「基本科目」から3科目6単位以上、「展開科目」から9科目18単位以上、かつ「課題研究科目」(必修			
			コミュニティリーダー論演習	1～2	2	6単位)の合計30単位以上を修得することが必要となります。			
			観光地ブランド論演習	1～2	2				
			地域言語コミュニケーション論演習	1～2	2				
		異文化コミュニケーション論演習	1～2	2					

(出所)：同大学院『2007年案内』、2頁。

という。このような立場から、同研究科は、この都市の創造活動を担う人材と創造都市実現に必要な知識を生み出すセンターと位置づけている。

高度専門的な人材の育成をねらうために、実務経験豊富なエキスパートを講師陣に取り入れ、ワークショップなどの実践的な教育を行えるようにしている。そして、具体的には修士課程は、以下の3つの専攻からなっている。

- ① 都市ビジネス専攻
- ② 都市政策専攻
- ③ 都市情報学専攻

①の都市ビジネス専攻には、アントレプレナーシップ研究分野、システム・ソリューション研究分野、アジア・ビジネス研究分野、②の都市政策専攻は、都市経済政策研究分野、都市公共政

図表4 大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻修士課程のカリキュラム

	アントレプレナーシップ研究分野	システム・ソリューション研究分野	アジア・ビジネス研究分野
基礎科目		経営学総論 会計と財務 都市経済入門 日本経済事情	
中核科目	起業と経営理念 経営組織論 新事業構築論 ベンチャー・マーケティング論 ベンチャー財務論 ベンチャー支援論 アントレプレナーシップワークショップⅠ アントレプレナーシップワークショップⅡ アントレプレナーシップ課題研究Ⅲ アントレプレナーシップ課題研究Ⅰ アントレプレナーシップ課題研究Ⅱ	企業経営分析 管理会計 ビジネス・ソリューション 情報投資評価論 ビジネス・セキュリティ ビジネス・プロセス改革 システム・ソリューションワークショップⅠ システム・ソリューション課題研究Ⅰ システム・ソリューション課題研究Ⅱ	アジア企業経営論 日本企業論 東アジア企業論 ASEAN産業論 多国籍企業論 アジア・ビジネスワークショップⅠ アジア・ビジネスワークショップⅡ アジア・ビジネス課題研究Ⅰ アジア・ビジネス課題研究Ⅱ
探究科目	産業組織と競争戦略 技術経営論 ベンチャー資金政策論 ビジネス法務 知的財産権論 株式公開とM&A論 アントレプレナーシップ課題研究Ⅲ アントレプレナーシップ特別研究Ⅰ アントレプレナーシップ特別研究Ⅱ	ITマネジメント 電子取引論 情報経済論 知的財産権論 ビジネス・モデル設計 システム・ソリューション課題研究Ⅲ システム・ソリューション特別研究Ⅰ システム・ソリューション特別研究Ⅱ	中国経済論 東南アジア地域経済論 国際金融論 東アジア労働経済論 国際経済政策 国際経営論 アジア・ビジネス課題研究Ⅲ アジア・ビジネス特別研究Ⅰ アジア・ビジネス特別研究Ⅱ
展開科目		複雑系経済学 オープンリソース論 経営情報管理 社会安全システム論	(2006年6月現在)

(出所)：同大学院『2007年版案内』4頁

策分野、都市共生社会研究分野、③の都市情報学専攻は情報基盤研究分野、情報メディア環境研究分野からなり、全体で8つの研究分野が用意されている。

ここでは、とくに①の3つの研究分野についてみると、以下のように説明されている<sup>6)</sup>。

④アントレプレナーシップ研究分野—時代を切り開くベンチャー起業家・支援者・企業家の養成を目標としています。将来の株式公開を視野に入れた教育機会提供の場、企業の新規事業・社内ベンチャー推進者養成の場、社会的意義のある活動を行うソーシャル・アントレプレナー養成の場を創り出しています。

6) 大阪市立大学大学院創造都市研究科『2007年版案内』10-11頁。



⑥システム・ソリューション研究分野—システム・ソリューション研究分野の目標は、急速に発展するICT（情報通信技術）に関する基礎知識およびスキルを基盤として、組織内外の情報システムの企画・構想、構築、管理を推進していく指導的人材の育成です。加えて、それに理論的基盤を与え、持続的可能性を実現するための知識群、方法論、マネジメント手法などを学びます。

⑦アジア・ビジネス研究分野—アジアと日本の有機的連携の中、新たな事業を切り開く指導的人材の育成をめざします。今、アジアに大きなビジネス・チャンスが開かれています。次々に継起する変化の中で歴史の転換点を見極め、大局を見据えて変化を先導する企業を構築し、また既存企業において新たな事業展開を構想し、NPOなどを含む諸組織において経済協力・人材交流などを切り開く人材が今求められています。

図表4は、この3つの研究分野からなる都市ビジネス専攻分野（修士課程）のカリキュラム体系を示している。カリキュラム体系を基礎づける科目の分類は、基礎科目（各研究分野の学習の基礎となる科目）、中核科目（各研究分野の養成の中核となる科目）、探究科目（各研究分野の課題について、より深く研究するための科目）、展開科目（指導者に必要な視野と見識を身につけるための科目）の4つからなっており、それぞれに各科目名が位置づけられている。

以上のように、この研究科は、大都市・大阪の大学にふさわしい規模と内容のものであり、ここでも地域経営論教育が行われている。

## 5. 公立大学における研究所の事例

研究所も地域経営論教育にかかわってきた。ここでは公立大学について考えてみることにしよう。大阪市立大学の都市問題資料センターは、名称が示しているように、研究所よりも付属施設というべきものであるが、都市や地域に関する資料を長年にわたって収集してきたことでよく知られてきた。

そして、青森公立大学は、1998年に「地域研究センター」を設立し、研究、教育、コンサルティング、インキュベーションの4つを活動の軸にすえている。同センターは青森という地域社会と大学を結びつけるパイプ役としての役割を果たすことが期待されている。

研究員となる教員たちは、略歴や専門分野だけでなく、提供できる活動内容や実績を地域に公開し、上述の4つの活動を推進することを示している。

なお、同大学院経営経済研究科（修士課程）の2007年度の案内を見ると、経営専修分野（組織・戦略、会計・財務）、経済専修分野（公共経済、金融・ファイナンス）、地域専修分野（地域）の3本だてになっている。この中の地域専修分野は、まさに地域経営論に対応している。

そして、地域政策学部を設置している高崎経済大学は大学院地域政策研究科（修士、博士とも）を2000年に併設しているとともに、「地域政策研究センター」をそれ以前の1998年に発足させている。活動の内容は、①地域政策に関する学術調査・研究と好評、②政府（中央・地方）などからの受託調査研究、③関連する図書や資料の収集、④研究会・講演会などの開催、⑤地域政

策に関する研修講座の開学などになっている。

さらに、北九州市立大学の『2007大学案内』によると、2006年4月に「都市政策研究所」を設立したという。同大学の北九州産業社会研究所は1959年に設立され、地域研究センターとして実績をあげてきたが、財団法人北九州都市協会の研究部門と統合して、新発足している。

この研究所も地域社会と大学のパイプ役として、総合的なシンクタンク機能を発揮し、地域社会に貢献するとしている。なお、この研究所には資料室もあって、地域資料やアジア関係の図書が収集されている。これは、同大学の大学院には、社会システム研究科が設置されており、北九州とアジアの地域研究が推進されてきたことに対応している。

## 6. 事例研究から明らかになった主な特徴

今回の事例研究の対象となったのは、公立大学を中心としている。公立大学は設置者が地域の自治体になっているために、大学が設置している地域に対する責任が大きく、いわゆる「地域貢献」が大学にとっての至上命題になっている<sup>7)</sup>。しかし、地域貢献は、今回対象になった公立大学に限定されるものでないことはいうまでもない。

「地域貢献」は、典型的にはまさに公立大学にもとめられているといえるが、しかし今日の日本の大学は一国公立私立に関係なく一地域に貢献し、サービスすることが強く期待されている。かつては「研究」が、大学教師に課せられている任務と考えられ、「教育」を軽視するような雰囲気の一部ではみられたが、現在ではこの教育とならんで、地域貢献が重要になっている。

横浜国立大学の場合には、公立大学法人化と同時に、教育重視、学生中心とならんで、地域貢献を大学のモットーにしており、すでに述べたヨコハマ起業戦略コースはそのコアとなることが求められている。だが、地域よりも国とか、社会全体に貢献すると思われてきた国立大学でも地域貢献の視点が同じように強化されている。

横浜国立大学の場合をみると、平成17年度、18年度、文部科学省の「現代的教育ニーズ取組支援プログラム」の選定をうけて、「地域交流科目による学生参画型実践教育—都市再生をめざす地域連携—」を実施している。全学的な立場から地域に根ざした課題解決を担う人材を実践的に育成することを目標にしている。「地域連携と都市再生」というコア科目をベースに関連科目と地域課題プロジェクトに参加すると、修了証を取得できるものになっている。これも地域経営論教育であり、地域交流や地域貢献が重視されていることがわかる。

第2に、それぞれの大学は、もっている教師資源などにもとづきながら、特色のある地域経営論教育を展開しようとしている。しかも、今回の事例のなかでは、高崎経済大学の地域政策学部や大阪市立大学大学院の創造都市研究科は完全に独立した教育組織の典型といえる。また、札幌

---

7) たとえば、矢野眞和稿「研究の地域貢献から大学と地域の関係を築く（高崎経済大学の挑戦）」『カレッジマネジメント』2004年7、8号、矢田俊文稿「北九州市立大学の地域貢献」『現代の高等教育』2006年11月号、などを参照されたい。大阪市立大学の2007年大学案内をみると、「大学は地域とともに、地域は大学とともに」をキャッチフレーズにしているが、これも地域貢献の重要性を示している。

学院大学大学院地域社会マネジメント研究科も、研究科の名称に地域経営論教育を担うことが示されている。

これに対して、横浜市立大学のヨコハマ起業戦略コースは、学部のなかのひとつのコースにすぎないものになっている。そして、同じことは、青森公立大学大学院経営経済研究科についてもいえる。同大学院の地域専修分野は、経営、経済という2大分野につづく第3のものとして識別されている。このいずれの事例の場合には、既存のコースや分野との関係からみると、その位置づけは相対的に小さく、地域の重要性が認識されたといっても、その地域経営論教育は発展途上にあるかもしれない。

第3にいえることは、研究所や情報センターなどといった関連施設が地域経営論教育にはセットになっていることである。前述の学部や大学院は正規に入学している学生を対象にしているのに対し、これらの施設はこれを除く多機能的な役割をはたすものとして期待されている。

具体的にこれらの施設は、情報収集、調査研究とその公表、コンサルティング、インキュベーション、研修・講演会などの各種の活動を行っている。それは、学部や大学院の教育の充実と発展にもかかわっている。往々にして、社会・人文系の研究所には、悪い方をする、研究費の配分と論文の雑多の寄せ集めを感じる共同研究報告書の作成といったイメージがかつてはあったが、それを克服し、各種の活動を展開し、地域のシンクタンクの機能を担うことがもたらされている。

要するに、それは地域社会と大学を結びつけなければならないものになっている。したがって、研究所などは学部・大学院と両輪になる必要がある。

最後に、もうひとつ指摘しておかなければならないのは、地域経営論教育の対象がきわめて複雑多岐な内容をかかえていることである。企業を中心とする経営学の対象も同じような特徴を有しているが、経営学者にとって地域経営論がチャレンジングな分野であることを確認することができた。今回の事例研究の対象となったなかでカリキュラム体系の充実度が目立ったところをみると、この感を深くすることができる。

これは、2.でも述べたように、地域経営論の教育が経営学だけでなく、他の関連諸科学との協同のもとに行われていることを示している。そして、他の関連諸科学の果たしている役割のほうがむしろ大きく、経営学の位置はまだ低いことがわかる。

その意味では、経営学者による地域経営論の研究と教育の双方へのいっそうの貢献がもたらされている。そして、「つくる」とか「つくり直す」科学としての経営学は、地域経営論において、リーダーシップを発揮できるようにならなければならない。

経営学は、企業から組織体の経営の科学へと対象を拡張してきた。しかし、経営を「つくる」とか「つくり直す」と定義づけることで、地域にまで研究の対象をさらに広げ、地域経営論を確立することが必要になっている。

## 7. おわりに

学部、大学院、研究所などについて、いくつかの事例をあげることで地域経営論教育の現在の発展状況を見てきた。経営学以外の多様な科学がかかわっている地域という研究・教育分野を「地域経営論」と名づけることには確実に異論がでることであろう。しかし、「つくる」とか、「つくり直す」という言葉が経営という私の観点から見ると、これらの事例は、地域経営論の教育にみえてくるのである。

もっとも、経営学からの地域経営論の構築には、かなりの道のりを要することになる。そして、一步一步これにむかって歩むほかないと考える。筆者が長年関与してきた全国四系列教育会議は注の2)で示した『大学は地域を活性化できるか』を刊行した。これは経営学の立場からのアプローチの成果のひとつになるであろう。この著書で筆者は「大学が変われば、地域が変わる」と書いたが、この命題の実現のために歩みを進めていかなければならないと思っている。

(2006. 12.)