

博士号取得報告書

武田悠作

経営学部助教授

イリノイ大学アーバナ・シャンペーン校 ギース・カレッジ・オブ・ビジネス
(船井海外奨学金2016年奨学生、ハーバード大学留学)

"知るべきことの終わりに到達したとき、感じるべきことが始まる"

カーリル・ギブラン (Kahlil Gibran)

6年間にわたる研究とティーチングの後、この度ハーバード大学から博士号を取得した。これは、船井財団を含む無数の友人や団体の助けなしには達成できなかっただろう。2016年に博士課程を開始して以来多くのことがあった。この間に祖父や母を亡くしたが、婚約者のエリザベス・デイリーとの出会いなど、私にとって欠かせない人々やコミュニティーとの貴重な縁に恵まれた。

6年という月日はあっという間に流れたが、まだまだ学ぶべきこと、成長すべき点がたくさんあると以前にも増して感じる。次の目的地はイリノイ州だ。幸いなことにイリノイ大学アーバナ・シャンペーン校でテニュアトラックの経営学の助教授 (Assistant Professor) として教鞭をとることになった。



イリノイ州シャンペーン市に家を購入した。築100年を迎えるそうだ。

これからアカデミアの新メンバーとなるにあたり、経営管理・組織研究の世界に貢献しなければならないという強い使命感を抱いている。環境問題や経済的・

人種・ジェンダーの不平等など、多くの社会的な問題の根底には資本主義的経済活動がありながら、だからこそ、企業の経済的活動・経営管理がその解決策の一端を担うに違いないと考えている。社会における企業の重要な役割をめぐる根本的な問題に向き合うことが、新世代の経営・組織研究者の一員としての大きな使命だと考えている。



卒業式にて

2つの課題

大学教員として勤務を始めるにあたって、取り組みたい課題が2つある。

(1) 社会における企業の役割と、(2) 経営学の国際化だ。

ビジネスと社会

古くから、社会研究は、政治経済学的な、広義の社会的・政治的状況と経済活動との相互作用に関心があった（すなわち、ジョン・ロック、カール・マルクス、ジョン・スチュアート・ミル、エミール・デュルケーム、マックス・ウェーバー等々）。それにもかかわらず、現代の経営学者にとって、このテーマは比較的小さな関心事であるといえよう。この数十年間、研究者たちは、「市場戦略」（企業が競争上の優位性を獲得・維持するための経営戦略）や、企業の優れたパフォーマンスに関連する効果的な経営システム・慣行に焦点をあててきた。

企業が株主以外の多様なステークホルダー（規制当局、公共イメージ、評判など）をいかにマネジメントするかという研究から生まれた「非市場戦略」の研究が、政治経済的領域と経営学の接点であると一般に言われている。例えば、企業の社会的責任（CSR）活動は、組織が規制や規範の設定をより良く乗り切るために、パブリックイメージを向上させるための努力とみなすことができる。

私は2つの研究アプローチを通じてこのテーマに貢献したいと思っている。第一に、長期的な歴史観に立ち返り、過去の歴史的状況が現代の企業組織がとる戦

略をどのように制約し、あるいは可能にしたかをより理解することを研究している。例えば、ナショナリズム（国民のアイデンティティと幸福に関する観念的な考え）が、利益の最大化を目的とする企業の戦略的意思決定にどのような影響を及ぼすかを検証している。さらに、こうした影響が発展して、現状から大きく飛躍した戦略的選択肢を模索・発見する組織的な構造の発達につながる過程を考察している。もう一つのアプローチでは、新技術の導入がもたらす大規模な構造的・文化的変化が、通常非市場戦略とされる女性や人種的マイノリティの管理職の登用という、組織の努力の効果をいかに向上させるかについても研究している。

全体として、非市場戦略と市場戦略がどのように相互作用しているかを調査することは、これからの時代で大きな可能性を秘めていると感じる。逆説的に、非市場戦略は、イノベーションの採用や新市場への参入など、企業の市場戦略によって可能になったり妨げられたりすることがある。私は、この重要なテーマに対する認識を深め、社会における企業の役割を考えるために必要なスキルとフレームワークを身につけたいと考えている。



私のアカデミックファミリー

経営学の国際化

経営学分野ではエンピリカルな知識や理論が主に北米のデータを研究することによって形成されてきたという課題がある。これによって蓄積されてきた理論的知識を実践に移す幅が、大きく制限されてしまっているのではないかという議論

だ。さらに、制度的・文化的文脈を超えた経営現象の類似点と相違点についての理解不足は、理論の正確な「境界条件」を制限することにもなる。このような分野内の問題意識の高まり、さらには、近年のグローバリゼーションとその反発として激化する国家主義的な風潮を背景に、ヨーロッパをはじめ、中国、韓国、台湾などアジア各国から質の高い学会や学術誌への投稿が増え、研究の国際化が近年益々進んでいる。

一方で、日本は国際化の流れに大きく遅れをとっていると言わざるをえない。2019年のアカデミー・オブ・マネジメント年次大会（経営学分野で最も権威のある学会）の国別参加者数を表Aにまとめた。見ての通り日本からの参加者は圧倒的に少ない。ジャーナルの出版状況はさらに芳しく無く、近年ではASQ、AMJ、OS、SMJなどの有名ジャーナルに、日本からの論文は片手で数えるほどしか掲載されていない。

表 A. 2019 年 AOM 年次大会の参加者数(国別)¹

国名	参加者数
米国	4179
英国	793
中国	552
ドイツ	527
カナダ	506
日本	44
合計 (82 カ国)	11161

私は日本の研究者コミュニティに属しているわけではなく、日本特有の制度的・文化的な原因を論じる資格はない。しかしながら、日本国内でも「世界標準の経営学」の採用、すなわち国際的なトップ誌での出版を推進することの是非について議論が高まっているようである。² 世界標準化に反対する主張として、日本の経営学が長年にわたって作り上げてきた独自のパラダイムが失われることになるというものもある。このような国家主義的な懸念は一見魅力的だ。一方で、世界の研究

¹ この表は、仲間大輔氏の学会レポート (https://www.recruit-ms.co.jp/research/conference_report/0000000798/) を元に作成した。

² 入山章栄氏の『世界標準の経営学』（ダイヤモンド社、2019年）での一連の議論（P.2～P.16）が参考になった。Twitter で毎日行われている各種議論も国内の経営学の様子がある程度読み取れて興味深い。

者コミュニティと積極的に関わらなければ、そのような独自の視点は認識されることもなければ評価されることもない。私の恩師である野中郁次郎教授は、1990年代、日本の実証的な文脈で培われた独自の視点をもって、世界的に当時盛んに研究されていた領域であるコンティンジェンシー理論に直接対話する形で発表し素晴らしい業績を残された。決定的だったのはトップ誌の一つ、Organization Science 誌に記載された知識創造理論の論文だろう。

結局のところ、経営学の世界標準化に対する制度的・文化的なハードル以上に、最大のボトルネックは世界標準を採用し一流の（世界的）学術誌で発表するための適切な経験と能力を備えた人材の不足ではないか。簡単に言えば、国際的なトップレベルの論文を発表できる研究者が少ない。このことは、北米のビジネススクールで経営学の博士号を取得する学生がわずか数名しかいないことから顕著だ。

この課題を解決し日本の経営学界の国際競争力を高めるために私は何ができるだろうか。一つには、北米の大学で経営学の博士号を取得するという選択肢を広く認知してもらう取り組みを行うことがある。経済学、政治学、社会学などの近隣の社会科学分野では、海外で博士号を取得することがあたりまえになりつつあるように見える。例えば、経済学の国内上位の学生は、北米の大学で博士号を取得することが多い。彼らは日本で学部を修了し、その過程で博士号を海外で取得するという選択肢を知り、国際的に競争力のある研究者になるために博士課程留学をするに至るといったステップを踏んでいる。

それに対して、組織・経営学専攻の学生には留学という選択肢はあまり知られていない。それ以前に、日本の経営学が人文色が強いからか経営現象を研究するという選択肢が知られていない。他の社会科学の分野に追いつき、ビジネススクールで学問を追求することが特に社会科学に興味のある人にとってやりがいのあるキャリアになるという認識を高めることが何よりも必要なことなのではないか。

おわりに

どんな学者になりたいかを考えるにあたり、過去に2人の恩師から助言をいただいた。ある恩師は、大学教授として「どこ」で自身を確立するのか、日本なのか米国なのかよく考えるようにと助言していただいた。2国間には文化的・構造的に多大な隔たりがあるため、どちらに根を下ろすかというのは意識的に決断すべきことだということだ。海外あるいは世界標準の経営学に精通しているというアイデンティティを持ちながら、日本国内に根をはりそこから世界と渡り合おうという戦略をとる研究者もいる。あるいは、日本国内に根を張り日本国内に特化したキャリア歩む大学教員もいる。日本に根を下ろすのなら、日本の学者やビジネスパーソン

とのネットワーク作りに専念したり、あるいはメディアへの露出を増やす必要があるかもしれない。一方で、米国を中心として世界的な経営学者のコミュニティーに根を下ろすことに重点を置くとしたら、日本国内のプレゼンスを上げることに時間とエネルギーを使うことは無駄な行為かもしれない。博士課程3年の頃に、私自身は後者―「米国に深く根を張り、そこから世界に挑む道」―を歩むという決断を意識的にした。

「コンテキストを限定した専門家となるのは避けた方がよい」と別の恩師がアドバイスしてくれた。「日本的経営や日本企業のエキスパートでもなく、研究手法で知られるのでもない、理論的な貢献を目指しなさい」といわれた。これは今でも適切なアドバイスであると思うし、私はこれからもその言葉に従うつもりだ。

教授としてのキャリアをスタートさせた今、私は自分の学問的、職業的、そして個人的なアイデンティティーを形成する岐路に立っていると感じる。これからもより一層精進していきたい。