

経営学の研究者は日本企業をどうみているのか。そんな興味深いアンケート調査を、国内59の経営学関連学会が参加する経営関連学会協議会がまとめた。

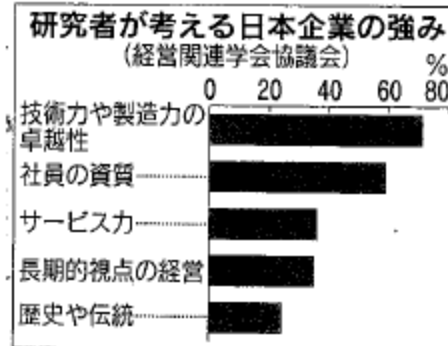
回答は各学会に所属する313人。日本企業の強みを尋ねると、多い順に「技術力や製造力の卓越性」「社員の資質」



「サービス力」だった。弱みは「グローバル化の力」「経営トップの資質」「マーケティング力」と続く。

ものづくりとサービスに秀でて、社員も優れているが、トップの資質には疑問符が付き、商品政策や海外展開は遅れている。何度となく指摘されたことがこのアンケートでも浮かび上がった。

他団体が経営者や企業



経営学者と企業 見方にズレ

を対象に手掛けた調査と同じ質問もがっつけている。今後、企業が確保すべき人材(複数回答)では研究者の64%が「自社にない新しい発想を持った人材」、40%が「自社にない経験を有する人材」をあげたが、労働政策研究・研修機構の企業に聞いたアンケートだとそれぞれ10%以上低い。

「職場でチームワークを尊重することのできる人材」は企業が52%あるが、研究者は35%にとどまる。調査を企画担当した高橋誠・日本教育大学院大学特任教授は「研究者は新規性や創造性が重要と考えるが、企業はチームワークやコミュニケーション能力を重視している」と分析する。

海外事業を拡大すべき先でも研究者は将来を見据えインド、企業人は足元を考え中国と、差が表れた。経営学は実際のビジネスにつながっていないと批判が上がるのは、こんな考え方の違いも影響しているのだろう。

ちなみに、研究者として何をすべきかとの質問への回答で最も多かったのは「企業の経営実態を理解する」だった。

(企業報道部 湯沢維久)