

MOT

Tokyo
University of
Science



東京理科大学

大学院 経営学研究科
技術経営専攻 (MOT)

2020年12月号 Vol.3

Management of Technology

Business
Magazine



特別座談会

時代が求める
ビジネス
スクールとは

MOTが担う明日

今日から明日へと続く、
継続した学びの
先にあるもの

時代が求める ビジネススクールとは

AI(人工知能)が人間を超えるシンギュラリティ時代が目前に迫り、人材の価値、企業のあり方に地殻変動が起きている。AIに雇用が奪われる仕事も出てくる中で、ビジネススクールの担うべき役割は大きい。にもかかわらず、日本のビジネススクールに対する企業の評価は高くない。——それはなぜか。MOT2.0として、新たなステージへと進むこの理科大MOTの価値を再考するとともに、日本のビジネススクールのあり方について、議論を試みた。

〈2020年1月28日収録〉

写真左から
若林 秀樹 教授 × 木村 眞琴 氏(株式会社ニコン 相談役) × 榎戸 教子 氏(ファシリテーター)

現状維持などありえない。 激変の時代に、ビジネススクールはどのような価値を提供できるか

榎戸 日本のビジネススクールは、現在進行形の社会ニーズに応えることができているのでしょうか。課題、問題点は、どのようなところにあるとお考えでしょうか。

若林 企業は常にマーケットと対峙し、顧客のニーズを反映しなければいけません。しかし、ビジネススクールの中には「社会ニーズを無視して」とまでは言いませんが、アカデミックの殻に閉じこもり、独自の方向性、理念で活動している場合もあるように思います。だから、私もさまざまな経営者の方々と議論をして、今のビジネススクールの何がダメで、何が良いのか、意見を求めています。ひとつ見えてきたのは、「一般解」と「特別解」というキーワードです。普遍的な真理である一般解を追求することは、学問のあり方として間違っはいいませんが、実際の現場では、企業ごとに境界条件が大きく異なります。一般解を理解したうえで、個々の条件に応じた特別解を提案することが必要なのです。重要なのは、知識の丸暗記ではなく、多様なセンス、コミュニケーション能力、考える力や生き抜く力。日本のビジネススクールには、それらが欠けているのでは。

榎戸 近年、専門職大学院の設置基準が改正され、教育課程連携協議会を設けることが義務付けられました。木村さんは、外部識者として理科大MOTの協議会に参画されていますが、どのようなご提言をされてきたのでしょうか。

木村 第4次産業革命が進行する現在、環境の変化に応じて、企業も大学も変わらなければいけません。高度成長時代には、均質な人材が集まり、同じベクトルを持って突き進んで

いくだけでよかった。しかし、今の時代では、均質な人材が集まるだけではダメですね。多様な意見を持った人たちが、侃々諤々、議論をぶつけ合いながら、新しい視点を見出していくことが必要になると思います。こうした今日的なニーズに、大学はどう応えていくのか、将来に向けてどういった教育をしていくのか。今と未来をしっかりと見据えることが、専門職大学院には必要だと申し上げました。

榎戸 木村さんは、ニコンの社長や会長を経験される中で、カメラの歴史を見てこられたと思います。フィルムの時代があって、デジカメになって、今はスマホが台頭して……。いつ収益構造がガラッと変わるかわからず、現状が安心なんていうことは、もはやありえないんでしょうね。

木村 まさにそのとおりで、今の時代では、安心できる事業というものはないですね。技術革新のスピードが非常に速くなっていると同時に、アプリケーションサイドからも、さまざまな技術が生まれていく。それに対応していると、事業はどんどん変化していく。これはもう当然のことです。

若林 理科大MOTのコンセプトは、CXO、例えば企業のCEOやCTOを生み出すこと、あるいは起業家を生み出すこと。これに対して、木村さんから「ただのCXOでは不十分」とご指摘を受けたことが、強く印象に残っています。「変化の時代に対応できるCXOをつくるのが肝要」。その助言には、大変な感銘を受けましたし、理科大MOTの目標を再考するうえで、大変貴重な指針となりました。



バージョンアップするカリキュラム。

時代の趨勢を先取りし、実践志向のさらなる充実を図る

若林 ビジネススクールの問題を検討するうえで、2つの論点があります。元ローランド・ベルガーの遠藤氏が問題点として挙げてもらったことですが、ひとつは、社会経験のないストレートマスターの入学を認めるスクールが多いこと。もうひとつは、グラデュエーション・ペーパーを書かせないこと。主に、その2点がダメではないかと指摘されています。

榎戸 逆に、理科大MOTは募集学生を社会人に限定し、また、伝統としてグラデュエーション・ペーパーにも取り組んでこられていますね。まさにそれが、理科大MOTだからこそ提供できる価値、その源泉になっているのでしょうか。

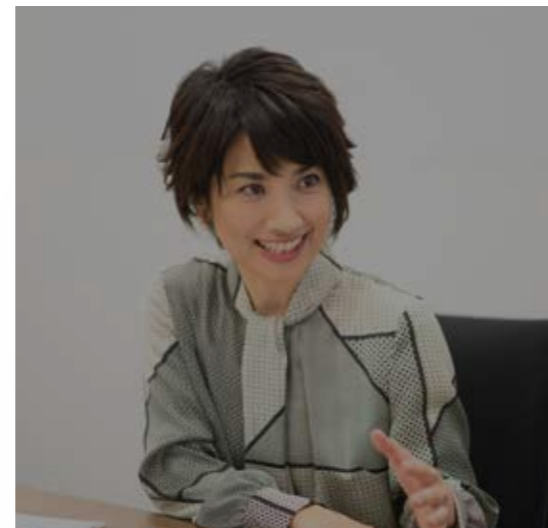
若林 グラデュエーション・ペーパーというものは、学生にとって、また教員にとっても、非常に大きなエネルギーを傾ける必要があります。しかし、決して手抜きをすることはできません。例えば、「ビジネス企画提案」に挑戦してもらおう。これはまさに学生自身が社長になったような思いで、自社の新規事業提案をしてもらいます。そして、学生・教員、はたまた学生の所属企業を巻き込み、みんなで提案を議論して、ブラッシュアップしていきます。中には実際にお客さんに持って行って、評価をもらうケースもありました。さまざまな経営戦略の理論も、実際に役立たなければ、机上の空論。企業の方にはご迷惑かもしれませんが、理科大MOTの理論をビジネスの場に持ち込んで、実践することに価値があると考えています。

木村 その取り組みは、非常に面白いと思いますね。変わらなければ生き残れない。企業においては、そう言い切っても過言でないくらい、「変化」が重要です。それに呼応して、大学

側も変わっていくんだと、その意気込みがあるだけで、私は理科大MOTの取り組みを高く評価できると思います。

榎戸 2020年の春からは、理科大MOTがさらに進化すると伺っています。具体的に、どのようにカリキュラムが変わるのでしょうか。

若林 “MOT2.0”と銘打ち、理科大MOTはバージョンアップします。具体的には、本学の学生は、概ね理系7割、文系3割の構成比になっているのですが、理系の人、大学時代はあまり経済やファイナンスを勉強する機会が少ないのです。また文系の人、物理や化学、数学を学んだという人も少ないでしょう。従って基礎からしっかり理解していただく。そのために、選択必修の「基礎科目」を用意しました。これが第1点です。2点目は、企業のリーダーを招いて議論するという「実践リーダーシップセミナー」という科目がありましたが、そのジュニア版を作りました。例えば、理科大MOTの修了生が教壇に立ち、実際に新規事業に取り組む中で、どのように苦しんでいるのか、はたして成功したのか失敗したのか、可能な範囲で発表してもらいます。学生と立場や年齢が近く、小さくとも成功を収めつつある、そういった人と議論することによって、事業提案や起業が他人事ではなくなることが、この科目のキモです。そして第3に、「妄想」という切り口です。アメリカでも、デザイン思考は古いと言われていて、むしろ妄想やアート、あるいは哲学が大事と言われていて、そういうことを取り込みながら、新しい科目にチャレンジしていきたいと思っています。



AIの奴隷か、それとも
イノベーションの担い手か。
次代を生き抜く力を手にせよ

榎戸 木村さんは、企業や教育機関に対して、変化の必要性を強調されていましたが、ビジネススクールの未来像を、どのようにお考えでしょうか。

若林 そう、例えば木村さんが、どこかの大学の学長に就任されたとしたら、どうでしょう。どのようなカリキュラムを編むのか、気になるところですね。

木村 考えたこともなかった、というのが正直なところですが……。企業のため、社会のために、いかに有為な人材を育て上げるか、そこに尽きると思いますね。経営においては、定量的な分析をもとに意思決定をすることがありますけれども、一方では、定性的、感覚的に決めるケースもあるんです。私の経験では、あるとき、



アメリカのベンチャー企業が提案したプロトタイプ製品に、大きな衝撃を受けたことがあります。しかし、クオリティ自体は稚拙なものでしたので、社内からは、猛烈な批判があるわけですが、にもかかわらず、私は自分の直感に従って、反対勢力を押し切り、商品化へと突き進みました。実際に、そういうこともあるのです。

若林 直感力というのでしょうか、これからの理科大MOTでは、まさにそこを鍛えたいと考えています。

榎戸 その直感力は、社会人になってからも磨かれるのでしょうか。

若林 そう思いますね。視野が広く、好奇心の

強い人は、これからの時代も生き抜ける、AIにも負けると考えています。

榎戸 理科大MOTに来れば、眠っていた“ワクワク感”を引き出すきっかけが得られるんじゃないか。

若林 そのとおりです。子ども心を取り戻す場と言えるかもしれませんね。平成までは欧米がイノベーションを主導し、キャッチアップ型の日本では、暗記や計算ができること＝頭の良さでした。令和になると、イノベーション層に中国が加わり、その下層に「AI」があって、さらに下に日本が位置することになります。下手をするとAIの部下にもなりかねません。だからこ

そ、考える力や生きる力、そして“答えは多様で特別解”だ、ということが次代の鍵になってくると思います。

木村 企業も教育機関も、いまだ高度成長期の成功体験を引きずっているのではないのでしょうか。直感力なんて不要、均質な人間たちが集まって、グループとして力を発揮すれば、上手くいくんだと。しかし、その後の失われた30年を考えれば、そうした姿勢は、もう通用しなくなっていることは明らか。新たな視点から、人間の力を引き出していくこと。それがビジネススクールの役割ではないかと思っています。

Profile



木村 眞琴 氏

株式会社ニコン 相談役
東京理科大学専門職大学院
教育課程連携協議会委員

早稲田大学大学院理工学研究所修了後、日本光学工業(現ニコン)入社。2010年、取締役社長兼社長執行役員に就任し、2014年からは取締役会長を務める。2017年以降は同社の相談役となる。



若林 秀樹 教授
MOT専攻主任(専攻長)

東京大学大学院工学系研究科修了。野村総合研究所入社。欧州系証券会社、JPモルガン証券で日本株部門を立上げ、マネージングディレクター・株式調査部長、みずほ証券ヘッドオブリサーチ・チーフアナリストを歴任。ヘッジファンドの共同創業、シンクタンクの創業を経て、2017年、東京理科大学専門職大学院イノベーション研究科に就任。2018年より現職。



アナウンサー(ファシリテーター)

榎戸 教子 氏

BSテレ東『日経プラス10』メインキャスター

大学時代にスペイン国立サラマンカ大学へ留学。さくらんぼテレビ、テレビ大阪のアナウンサーを経て2008年より経済キャスターに。BSテレ東『日経プラス10』のメインキャスターや『NIKKEI日曜サロン』のキャスターを務め、世界および日本経済、政治、マーケットに影響のあるニュースを伝えている。

『日経プラス10』 BSテレ東 毎週月曜～金曜 夜10時 <https://www.bs-tvtokyo.co.jp/plus10/>





■ 平野 健太郎 さん 2020年4月入学
 1年
 メルコインストメンツ株式会社/業務管理部 部長(出向元:株式会社(バッファロー))
 1992年に株式会社メルコ(現:株式会社(バッファロー))へ入社、商品開発、国内営業、マーケティングなどを担当。2016年4月に音響機器メーカー メルコシンプレックス株式会社へ出向。
 私の前担当である高級オーディオ機器の市場は縮小傾向にあり、高い技術力はあるもののどのように市場の変化に対応していくのか模索する日々でした。このような中で、技術と経営を理論と実践で学ぶ理科大学MOTこそ、変化のためのリーダーシップを学べる場と考えました。「科学技術基礎」では、単に科学技術のモデルを学ぶのではなく、モデルをフレームワークとして思考することを学びました。最終課題では自然科学・技術からビジネスモデルや理論を発表しましたが、他業界の学生の発表に刺激を受け、理科大学MOTでしか体験できない授業でした。学生それぞれが高い問題意識を持っており、他の学生から学ぶことがとても多くあります。社会人になってから再び学び舎で努力することで、自分自身への気づきも多くあります。共に学ぶ友達がこそが私の財産。授業を通して、学友と意見をぶつけ議論することで、私の身となり、今後会社での問題解決に役立つと考えています。

在学生Voice

伝播し、受け継がれる情熱



■ 小林 雄 さん 2020年9月入学
 株式会社バイオス/営業部 次長
 1年
 社会人として家電量販店、化学メーカー、照明メーカー、映像機器販売会社を経て2019年に株式会社バイオス入社、長年営業職でさまざまな経験を積み、理科大学MOTで「技術経営」のノウハウの習得を目指す。趣味は餃子作り、浅草サンパレードに楽器隊の一員として数多くの参加の過去を持つ。
 アフターコロナで社会のビジネス環境が大きく変わることが予想され、変化するリードユーザーのニーズを掴むため、また自社の課題や業界の問題点に対して仮説を立て解決する力を習得するために理科大学MOTに入学しました。理科大学MOTの最大の魅力は毎回新しい発見と出会うグループワークです。さまざまなバックボーンを持つ学生同士で意見を交わすことで新しい視点に出会うことができ、毎回驚きと成長を体感できます。ここで学んだ技術経営の高い専門知識を活用して自社の営業戦略を立案し、自ら先頭に立ち実行していきたいと考えております。また、本専攻での学びの心を持ち続け、好奇心、探求心を大事にさらに成長し続けたいと考えております。



■ 鈴木 勝幸 さん 2020年9月入学
 1年
 株式会社(バッファロー) / 事業戦略部 データ復旧課
 前職は派遣として電気機器メーカーや自動車関連メーカーなどに従事。2019年4月に株式会社(バッファロー)へ入社しデータ復旧課配属。データ復旧のエンジニア業務と、お客様対応のアシスタント業務を兼務している。

モノが売れない時代、データ復旧サービスをきっかけに販売後のサービスを充実させていくことでバリューチェーンの強化が求められております。そのため経営者としての知識だけでなく、視野を広げることが目的に進学を希望いたしました。授業では、課題の一端として複数人でプラットフォーム型の新企業を企画しましたが、最初はこんな企画があったらいいなというレベルのものが、互いに意見をぶつけながら、この企業は成功するのではないかと思えるレベルにまでなりました。企業、年齢も国籍も異なるメンバーが意見をぶつけ合うことで見つかる新しい視点には、いつもハッとさせられます。ここでの学びを通して、自分の仕事をうまく回すという視点だけではなく、仕事をやりやすくする組織の必要性や、それを理想に近づける方法を考えるようになりました。今後、販売後のサービスを充実させるために、互いの意見が出やすい組織体制を作っていくために考えています。

■ 網井 義人 さん 2020年9月入学
 1年
 CFD販売株式会社
 2000年10月株式会社アーベル入社(現:株式会社(バッファロー))、営業部配属、家電量販店を担当。07年8月(バッファロー)ブランドのサプライ品(マウス、キーボード等)の立上りに関与。20年10月CFD販売株式会社に出向。
 今後、AIや5Gの技術が進歩し、消費者の利便性が良くなり消費行動は激変します。メーカー営業として新たな市場に向けた提案力が求められるため、理科大学MOTでマーケティングを学び、現場での実践が必要と考えます。「デジタルトランスフォーメーション」の授業では、今も企業で働く先生から、経験した知識を学び、それをもとにビジネスを想定しグループで発表を行います。実践により近い授業のため、イメージがしやすく業務に活かされます。理科大学MOTの授業のほとんどは、グループワークやグループでの発表になり、授業時間以外にもグループで議論を重ねることが多くあります。多種多様な職種メンバーと議論することで新たな発見や気づきが生れます。国会議員、上場企業の社長、医者、元外交官などの講義が沢山あり、本専攻でなければ、これらの方のお話を聞く機会を得ることは難しいと考えられます。さまざまな経験談を聞き、質問をすることで自分の知識が増え、今の業務や将来の業務に活用できます。



■ 阿部 光弘 さん 2019年4月入学
 2年
 株式会社PXストア/取締役(出向元:株式会社(バッファロー))
 2011年に株式会社(バッファロー)へ入社。コンシューマ営業を担当し、17年には課長職に就き、販売チャネル向け戦略の企画立案に従事。現在は(20年より)株式会社PXストアへ出向し、アフターコロナの小売りの在り方を模索し、新たなビジネスモデルを展開。
 市場の変化が激しさを増すなか、多様な戦略を検討し行動することが今後求められます。また技術の進化も著しく、技術を理解した上での戦略の実践が必要と感じたため理科大学MOTへの参加を決めました。印象に残っている講義は「実践リーダーシップセミナー」、著名なゲストのリーダーシップやマネジメントはさまざまで、自身を俯瞰することができたことです。また講義では教員、学生の区別がなく、一人の社会人としての議論できる場が本専攻の特長。1年間行われるゼミは教員と学生の絆が生まれます。グラデュエーション・ペーパー作成に向けて多種多様なバックグラウンドを持つ学生がお互いを理解し、本音の議論が展開されます。この本音の議論が、各々のペーパーの深みを増すと感じます。経営に携わると、マーケティング、会計、組織、リーダーシップなど幅広い素養と視野が求められます。その点からまさに「学びこそが実践の礎」と感じます。実践の実現こそ企業に還元できると考えます。



■ 佐久間 昭宏 さん 2020年4月入学
 CKD日機電装株式会社 / 技術部
 Profile
 2007年、日機電装株式会社へ入社。産業機械用モータ設計開発に従事。17年に事業統合したCKD株式会社と共同開発製品のプロジェクトリーダーとして活躍。現在もグループ企業におけるモータ開発の中核として活躍中。
 Message
 所属している部署はまさに「井の中の蛙大海を知らず」の状態。井の中から飛び出して広い世界を顔て、自身の頭脳をアップデートし、モータ事業のビジョンをアートに描ける人材を目指して入学を志願しました。「実践組織戦略」の講義では、複数の教員や学生同士のディスカッションを通して、さまざまな角度から刺激を受け、新たな発見、気づきから、課題意識を持った自社の組織構造について自ら構想した組織戦略案を描くことができました。
 【私が体験した「化学反応」】
 達成感と充実感に満ちたグループワーク
 グループワークでは業種も立場も異なる仲間との議論は盛り上がり、皆の独特な切り口には度肝を抜かれることが多くあります。皆の意見が融合された成果物には達成感と充実感があり、これこそが理科大学MOTの醍醐味と実感しました。理科大学MOTは自分にとって新世界であり、ここでの経験は必ず一生の財産になると思います。

■ 奥田 武夫 さん 2020年4月入学
 オムロン株式会社 / 技術・知財本部 企画室 企画室長
 Profile
 1993年オムロン株式会社にメカエンジニアとして入社し、設計開発業務に従事。その業務の中で知的財産の重要性を実感し、2001年から知的財産の業務に携わる。事業に関する特許等の出願・権利化業務の担当を経て、知的財産部門の責任者となり、コーポレート視点での知財戦略を担当。19年より本社R&D部門であるイノベーションセンター企画室長に就任。
 Message
 事業の成功は、究極的には何を重視するかでセンスに左右されることは否定できません。しかし、それ以前にやるべきこと、やらなければならないことがあると考えており、本当にセンスが重要と考えるまで詰めていくための学習を得たいと考え、理科大学MOTの門を叩きました。理論を学ぶ視点が多岐であることも嬉しく、著名な経営者や今迄さらなる飛躍が期待される本専攻卒業生をゲストに迎え、経営にまつわるリアルな話にふれることができる授業は、非常に意義があると感じています。また、そこで教員と学生がフラットな関係の中で議論し、教員の豊富な経験に裏打ちされた自分がない視点や指導等を得られるというのは、代えがたい価値です。
 【私が体験した「化学反応」】
 自らの観点や見方の偏りを実感
 多彩な講義の中で、多くのグループディスカッションやグループでのプレゼンの機会があります。そこでは濃密な議論とマテリアルへの落とし込みが必要であり、議論観点、指摘ポイント、その見せ方など、業種や立場による違いを感じさせられます。経験により培われてきた自らの観点や見方が、どれだけ偏っていたかを客観的に認識できるという意味において、非常に有意義な場です。また、通常の業務では出会えない異業種の方と「仲間になれる」という意味においても、大いに価値ある場だと感じています。



■ 平井 大之 さん 2018年4月入学
 株式会社バイオス(メルコグループ) / 代表取締役社長
 1998年4月株式会社メルコ(現在の株式会社(バッファロー))入社。国内営業、海外営業、マーケティングなどを経て2018年4月理科大学MOTに企業派遣で入学。在学中18年末にグループの株式会社バイオス 取締役就任。20年3月理科大学MOT修了。同年4月同社代表取締役社長就任。

修了生

特に印象に残った授業は、グラデュエーション・ペーパーの作成を視野において注力した「業界分析」。その結果は、自身のビッグエスチョンへの回答のひとつとなり、ペーパーに組み込むことができました。このことから、理科大学MOTの科目は、自身の事業課題に当てはめることでより実践性が得られることを示唆しています。また、「研究開発組織のマネジメント」から着想を得て、ゼミ仲間と相互に会社訪問を行いました。この経験から実践ケースは相互に内在しており、多様な集団を招き入れることでそれまでにない気づきがあることを実感しました。理科大学MOTでは、仲間、議論、理論、刺激、アウトプットを繰り返し実践する2年間でした。卒業に寄せた若林先生の言葉(※)にあるように、現実の事業課題に対して、これまで以上に真摯に向き合うことができていると感じております。ただし、この感覚は日々の業務に没頭することで徐々に薄れていくことも実感しており、卒業後も理科大学MOTのオープンイベントやゼミ合宿などに参加し、学びを継続していくことが重要なのだと考えます。
 (※) ホームページをご参照ください。

在学生Voice

多種多様な学生たちの化学反応

■ 手塚 洋二郎 さん 2020年4月入学
 株式会社ニコン / 研究開発本部 CIS開発センター 先行開発課 課長
 Profile
 2002年、株式会社ニコン入社。一貫してCMOSイメージセンサの研究開発に従事。自社デジタルカメラ向けセンサ開発では設計から、カメラ評価、量産サポートまでを経験。現在は将来技術の開発を推進。
 Message
 企業が持続的な成長を遂げるためにはイノベーションを起こし続ける必要があります。私は中核を担うべき研究開発の組織に属していますが、イノベーションを起こす取り組みのための戦略、組織、文化など、総合的な知見・感覚を身に付け、今後の自社の発展に貢献したいと思い、本学を選びました。いろんな視点での講義が多く、視野がどんどん広がっている実感があります。その中で「企業産業分析予測」では、世界の中の日本、日本の中の産業といった広い視点から議論しながら企業分析を行います。自社や自社の属する業界、さらには日本の業界を俯瞰的に捉えらる新たな発見が多くあり、面白くワクワクします。自身の成長を実感できる講義でした。
 【私が体験した「化学反応」】
 オンラインでも継続する刺激的な交流
 コロナ禍で残念ながら、オンライン講義が多いですが、モチベーションの高い仲間とのグループワークは活発で、多くの講義で講義後にディスカッションしています。会社では触れあうこともない他業種のメンバーのいるような視点の意見聞き、まともに喋る時間は本当に貴重です。たまには、そのままオンライン飲み会に突入しますが、これまた刺激的でやめられません(笑)。

今日から明日へと続く、

業種、職種を超えて多種多様な学生が集う理科大学MOT。高い問題意識を持って学び、論を交わす中で化学反応が生まれていく。その真価と可能性を、学生たちの声を通して明らかにする。

■ 海山 久備 さん 2020年4月入学
 みずほ証券株式会社 / 投資銀行本部 ディレクター
 Profile
 みずほ証券株式会社 投資銀行本部 テクノロジーオートモーティブセクター所属。役職はディレクター。主に、総合電機、半導体企業等を担当。大手総合電機企業の事業ポートフォリオ再編、大手半導体企業の買収案件、大型ファイナンス案件等、数多くの案件に従事。
 Message
 デジタル革新はいつそう進み、AIが人間を超えようとする激動の時代において、その変革をリードし、社会的な付加価値を保持し続けることが可能な「生き力」のある人材となることを目指し、理科大学MOTの門戸を叩きました。アカデミックですが社会の変化に合わせて進化すると、そんな本専攻の文化に惹かれました。特に印象が強いのは若林先生の「イノベーションを生む企業文化」。現在、多くの日本企業で失われたイノベーションを引き起こす力を、仕組みから分かりやすく解説していただきました。イノベーターをゲストに迎えての講義、グループ発表等、理科大学MOTらしい内容の授業であつたと感じています。
 【私が体験した「化学反応」】
 一流たちと行う唯一無二のディスカッション
 理科大学MOTの学生は現役として第一線で活躍している優秀な社会人です。その仲間との会話ですら必然的に授業内容、課題等のカリキュラム関連の話題に限らず、最新の技術動向、時事問題等多岐にわたります。また、超一流の教授陣やゲストスピーカーとディスカッションの機会が得られる環境は唯一無二で、これに類を見ないと考えています。

継

未来を見据えた強い志史が 今日から明日へと繋がっていく



Vol.1
2018

在学生Voice

問題意識を持ち、イノベーションの険しき坂を登る学生たちの志史

志



Vol.2
2019

Vol.3
2020

■ 海老沢 晃さん 2019年4月入学

TDK株式会社 / 技術本部

狭い分野で生きてきた自分を変えたいと思い、多様な実務経験を有する教員が多く、教科書にはない学びが可能な理科大MOTを選択しました。授業中の討論や課題は質量ともにハードであり、1年生後半には疲れ切っていました。2年生で改めてスイッチを入れ直したのは、やはりゼミのおかげです。新発見の連続で、不思議と疲れたと思ったことはありません。多彩で真摯な教員やゲストスピーカー、そして学生と過ごした2年間の経験を糧として、自信をもって今後の仕事に臨みたいと思います。

■ 立山 忠生さん 2020年4月入学

コニカミノルタ株式会社 / 事業開発センター

市場と技術の繋ぎ役となり事業推進する「なりたい自分」を考えたととき、経営とイノベーションを両面で学べ、CXOを目指す社会人学生と経験豊富な教員陣から、視野と視座を高める訓練機会を獲得することのできる理科大MOTが最適と考えました。講義では、さまざまなビジネスキャリアの学生同士、多くの視点で議論します。さらに教員からは議論テーマに対する質問内容にも鋭い指摘を受けるので、講義が進むごとに「質問力」の向上を実感しています。社会環境も早く大きく変化するなか、理科大MOTで学ぶ「視野・視座・視点」の持ち方を活かして、未来を多く予測し、どの未来にも適合するサステナブルな新規事業提案を進めていきたいと考えています。



■ 井田 琢也さん 2019年4月入学

芝浦メカトロニクス株式会社 / メカトロニクスシステム事業部 統括副部長

技術者が経営を学ぶことで、ものづくり企業が強くなる。強いものづくり企業が増えれば、日本が元気になる。そのような想いで理科大MOTの門戸を叩きました。そして今現在、期待を超える手応えと自信を実感しています。理科大MOTの特色は、学生全員が社会人で、教員陣もABCの視点で構成された多彩さにあると思います。これにより日々の授業では、参加者全員が学びを共有し、知の融合が連綿的に起こります。それが理科大MOTの醍醐味のひとつです。ものづくりの現場で、「もの」や「こと」に宿る価値の本質を見極め、その価値を余すところなく社会に提供するために、これまで理科大MOTで培ってきた広い視野と深く深く考える力を大いに発揮していきたいと思っています。

■ 遠嶋 俊夫さん 2020年4月入学

電子部品メーカー

エンジニアがキャリアパスを描きにくいといわれる日本で、自分が望ましいバランスで成長できているか不安を抱えていました。能動的にキャリア構築をするには経営的な教養のボトムアップが不可欠との想いで理科大MOTへの進学を決めました。業界分析の第一線で活躍された証券会社やファンド出身の先生も多く、日本企業固有の性質を踏まえつつ、現場で培ったユニークな論理に触れる学習環境は大変貴重です。国内外のさまざまな企業事例やそれに携わる実務家の声などの豊富な情報を通じて、企業組織の課題をより客観的に認識できるようになりました。もちろんそれだけでは実務には不十分であり、望ましい姿とのギャップに対して「うまくやる」行動を必要とします。残りの在学期間ではその方法論についても深掘りして成長していければと考えています。



■ 恩えりかさん 2020年4月入学

総合商社

目まぐるしい変化を続ける社会の中で、どのような業種、職種においても、技術経営の視座が必要になると考え、理科大MOTの扉を叩きました。神奈坂という素晴らしい立地環境のもと、教員や学生同士の深い関係を築くことができそうな雰囲気を感じ、また専攻を選びました。最前線で活躍する多彩なゲストスピーカーのお話を聞く機会が多く、先生方も学生と一緒に質問し議論を進めていきます。その視野の広さや鋭い切り口に感嘆すると同時に学生側も鼓舞され、より深いディスカッションの場が醸成されていると感じます。多分野で活躍する優秀な学生との刺激的な交流は、自分自身の仕事の意義を見つめ直すきっかけとなり、また今後の人生において、困ったとき、悩んだときに頼りにしたい、かけがえのない仲間を得ることができました。



■ 井上和真さん 2019年4月入学

株式会社リクルートキャリア / エージェント事業部 製造業領域 コンサルタント

製造業の採用支援に長年携わってきました。製造業を取り巻く環境が変化していく中で、私自身が顧客により高い価値提供をしていくために、顧客を理解し、先を見据えた提案を行う必要を感じました。若林先生の「経営重心」を読んだことがきっかけで、理科大MOTに考えていませんでした。また年齢が近い技術者の方が多く、議論してみたいと考えました。少人数のクラスで教員と生徒の距離が近く、非常に個性的で専門性が高い教員、社会人経験が豊富な学生とのグループワークも多いため、多くの気づきを得られました。ファイナンス、知財など今まで知識がなかったことを学び、考え方が広がりました。そのことが成長に繋がり、自社や顧客、社会に今まで以上に価値提供できると考えています。日本の産業のために学び続けていきたいと思っています。



■ 藤成 俊さん 2019年4月入学

金属リサイクル事業会社 / 生産技術、工場長

自分現状への不満と将来への不安から「学び」の決意をしました。理科大MOTの公開講座に数回にわたって参加し、教員たちのバックグラウンドや、授業科目の設計と位置付けが、学び終わってからも実用性と実践性が高いと感じました。修士2年目には1年目に学んだ授業内容のもとに、論文、またはビジネス企画書をまとめることが必須になっています。それを通して自分自身に関心を持っているテーマを研究調査を行い、さらに研究中の悩みに関して、指導教員と異業界のゼミ生と議論します。議論の中で、多様な視点からの意見交換と知識をインプットできることが一番楽しかったです。ゼミ生との絆は私の今後の人生にも大きく影響を与えると思います。豊富な経験を持っている教授と社会人学生同士の意見交換や深い議論から、自分自身の能力を測る「尺」になります。見える「尺」が私の今後の目標との距離と人生の方向を導く「誘導灯」になりました。



■ 平川 仁士さん 2020年4月入学

三井住友建設株式会社 / 建築本部 設備設計ディビジョン

建築設備を専門としてきた中、より幅広い知識を得たいと考えようになりました。建築設備設計者の持つ専門的知識を、他の業種や建築にはないシステムと結びつけることにより新たな事業を創出するため、さまざまなバックグラウンドや経験を持つ学生が集まる理科大MOTを選択しました。業務を行う中での講義の準備や課への取り組みは厳しい日常にもなりますが、多種多様な経験を持つ教授陣や、共に学ぶ仲間からの新鮮で強烈な刺激は、学びが楽しいものであると実感できています。自分自身が思いもよらなかった発想や考え方があることを日々、学んでいます。理科大MOTでの学びを血肉とし、共に学んだ仲間とさらなる成長の上で、一緒にビジネスの機会を創出できれば良いと思います。



■ 白石 裕美さん 2020年4月入学

製薬メーカー

ひとつの会社しか経験のない自分ですが、他業界の最新技術や最先端の考え方を学び、取り入れることで、自分が目指す医療への貢献により近づくことができるとは、理科大MOTの門を叩きました。実務家・アカデミアの先生がいらっしゃいますが、授業はともに現場の臨場感があります。「こういうときあなたはどうする?」この問いに対して真剣に考え、皆で討論した時間は一番の宝です。多業界の教員・学生とディスカッションすることで、自分にはない視点・視座を発見できる瞬間がたくさんあります。思考の癖から抜け出すことはイノベーションへの第一歩ととらえています。



■ 福田 政紀さん 2019年4月入学

株式会社アスタラ 代表取締役

トップリーダーになるために理科大MOTに入学しました。今の時代に必要な経営スキルは、デジタルや知財など多様化していると感じており、より先進的、専門的、実践的な授業を受講できることと理由のひとつです。毎回一番前の席に座り、私からの答えがないような質問も真正面から受け止めて頂き、なぜそうなのか、何をすればいいのか、どうやるべきか、自分が答えを導き出すためのヒントを、議論を通じて多様な視点で学べました。これから志を共有する仲間たちと一緒に、ビジネスを通じて収益を上げながらも、ごく小さな社会課題を解決する事業をつくります。そして事業や組織を変革し続けることで顧客の一步先に新たな価値を創造し続けたいです。

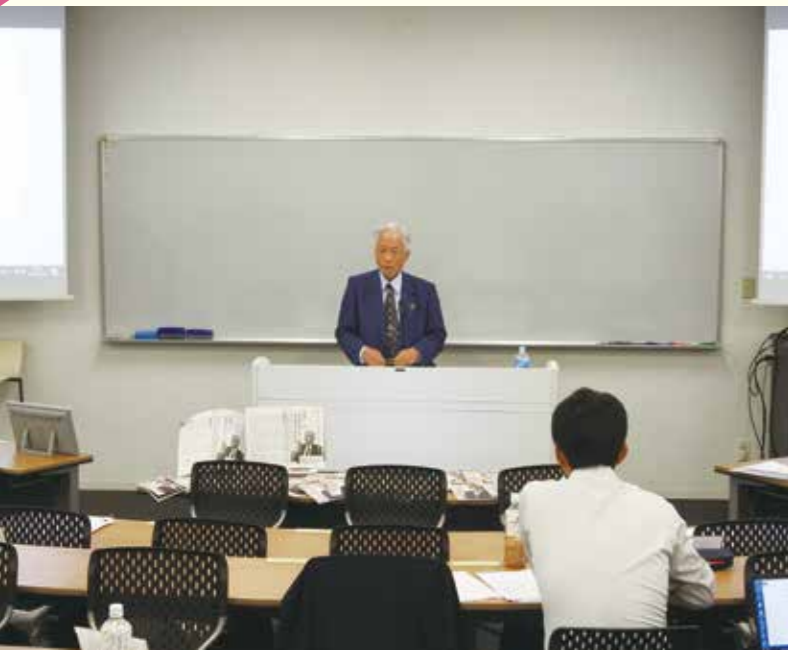


■ 小野塚 恵美さん 2020年4月入学

マネックスグループ株式会社 / カタリスト投資顧問

日本の豊かな未来に向けたイノベーションにビジネスを通じて貢献したいと考え、技術と経営の融合は必須と考えました。理科大MOTは、社会人を対象に効率よく理論と実践へのアプローチが学べる機会を提供していると感じます。「科学技術基礎」「科学技術論」は文系の私にとって衝撃的とも言える初めに出会う言葉やフレームワークの数々が、それを体感し、レポート課題やディスカッションを通じて繰り返し当てるはめることで会得していく過程こそ、本専攻に通う意義だと考えます。本専攻で科学技術や経営学の知識・理論の積み上げ、分析力、目利き力、コミュニケーション能力を培うことは、グローバルな課題解決、人々のウェルビーイングに貢献できる真のリーダーを目指す私にとって大きな資産となると確信しています。





トップランナーから知識を学び、智慧へと昇華する

演習科目 実践ケーススタディ

概要

イノベーションの担い手となる、CXOや起業家等を目指す学生が、イノベーションを実践している理科大MOTの修了生の中で、CXOや起業家として、活躍している方等から、60分程度のプレゼンを聞き、60分の質疑討論を行い、全教員参加のもと、60分の総括討論を行います。

本専攻が従来から開講してきた「実践CXO・起業家ケーススタディ」(旧実践リーダーシップセミナー)では大企業の名経営者等を招いて同様の授業を行ってまいりましたが、本科目はより学生にとって身近な存在の理科大MOTの先輩と議論することで、質問力や提言力を身に付け、理科大MOTでの学びの実践、修了後のキャリア形成を感じ取ってもらい、逆に修了生は、自らの実践の経験談を話すことでの学びや気づき、理科大MOT学修の振り返り、現役学生から社会人ならではの助言や意見を聞けることも狙いとしています。ゲストのプレゼンを聞いた後は、グループ討論や、グループ発表もあり、ディベートや、グループで議論をリードする能力も身に付けることも期待しています。

2020年度の科目紹介

開講初年度である今年度は経営学研究科技術経営専攻の開設年度に入学し2020年3月に修了した1期生から前身のイノベーション研究科技術経営専攻の修了生まで、子会社社長、大手執行役員など、多彩な顔ぶれの5名の方をゲストスピーカーとしてお招きしました。

第1回(週)のゲストスピーカーとして、本専攻の1期生として今年3月に修了し2020年4月にメルコHDの子会社であるバイオス代表取締役社長として、コロナ禍で奮闘・活躍している平井大之氏に登壇いただきました。コロナ禍でもあり、2号館の大階段教室で、オンライン(Zoom)と対面を併用したハイブリッド講義で、同氏は、バイオス社の経営戦略策定というグラデュエーション・ペーパーに基づいた経営を実践しており、また、理科大MOTでの学びや、同ペーパーの作成秘話などについても触れていただきました。そのリアルでダイナミックな内容に、質疑のセッションでは、学生から次々と手が上がり、先輩後輩ならではの、本音を交えた活発な議論となりました。最後に、時間切れで発言できなかった学生のコメントや

全教員からも有益なコメントがあり、熱気冷めやらぬまま、22時に終了となりました。

本授業は、第1週から5週の5人のゲストスピーカーによる講義の後、第6週にグループ発表を行い大いに盛り上がり、学生間の横の連携絆を深め、また、第7週～8週で全履修者個人発表を行い、切磋琢磨の道場となりました。



ゲストスピーカー	
氏名	所属・役職(肩書は当時) ※五十音順
宇佐美 直子氏	野村不動産株式会社 執行役員
更家 富美子氏	東京サラヤ株式会社 社長室長、社長補佐
下川 真人氏	パラマウントベッド株式会社
平井 大之氏	株式会社バイオス 代表取締役社長
八戸 俊晴氏	マグ・イソペール株式会社 製造部プロダクトマネージャー

双方向の議論からリーダーシップの真髓を学ぶ

社会連携科目 アドバンスドリーダーシップ

概要

21世紀の世界は、グローバル化の進展する中で、組織の巨大化から分散化、バーチャル化などの複雑な構造変化が起きています。日本では企業の国際競争力の低下が指摘され、組織の円滑な運営や活性化を図る上で、進化する組織をマネージできる「真のリーダー」の育成が急務となっています。

本講義では、将来CXOや起業家を目指す学生が、リーダーシップについて経済界や官界、政界などのトップから体験にもとづく講演を聞き、同時に双方向の議論を行い、リーダーシップとは何か、その思考法や行動力を学びます。

2020年度の科目紹介

本科目は、2019年度に組織を目的に向かって導くためのリーダーシップの重要性を理解し、具体的なリーダーシップとマネジメントの違い、人を動

かすパワーとしてのリーダーシップ、変革に向けたリーダーシップなどについて知見を得ることを目的に置かれた科目で、1回の講義は、ゲストスピーカーの講義60分、履修者からの質疑60分、講義内容のディスカッション60分で構成されています。

この2年間にお招きした多彩なゲストスピーカーは、2019年度は、元通産省事務次官、田中角栄内閣総理大臣秘書官等の要職を務められた小長啓一氏、ジョンソン・エンド・ジョンソン代表取締役社長やカルビー株式会社代表取締役会長の要職を務められラディクルジャパン株式会社社長である松本晃氏などの多彩な著名なリーダーにご講義いただきました。

今年度も多彩の著名なリーダーにご講義いただいております。12月3日には、ウエスタンデジタルジャパンプレジデントの小池淳義氏にご登壇いただきました。コロナ禍でもあり、ポルタ5階P51教室で、オン

ライン(Zoom)と対面を併用したハイブリッド講義で授業が、実施されました。

小池社長の講義内容は、ホロレンズによるVRで講義が行われ、経営者としての活動の他に、日本社会人アメリカンフットボール協会会長等、リーダーとしての多岐にわたる社会貢献の必要性をご講義いただきました。講義全体を通して「シンギュラリティ時代にどう生きるか」を深く考える貴重な機会となりました。



2019・2020年度の主なゲストスピーカー	
氏名	所属・役職(肩書は当時) ※五十音順
金子 弘氏	海上自衛隊潜水艦教育訓練隊 研究室長
久寿良木 健氏	アセントロボティクス株式会社CEO/サイバーアイ・エンタテインメント株式会社代表取締役社長CEO/元株式会社ソニーコンピュータ・エンタテインメント代表取締役会長兼Gp.CEO
小池 淳義氏	ウエスタンデジタルジャパン プレジデント
小長 啓一氏	島田法律事務所弁護士/元通産省事務次官
酒巻 久氏	キャノン電子株式会社代表取締役社長
中島 茂氏	中島経営法律事務所代表弁護士・弁理士
新美 潤氏	元外務省駐ポルトガル特命全権大使
丹羽 宇一郎氏	公益社団法人日本中国友好協会会長/元伊藤忠商事株式会社取締役会長/元中華人民共和国駐荷特命全権大使
藤末 健三氏	参議院議員
松本 晃氏	ラディクルジャパン株式会社代表取締役会長CEO/元ジョンソン・エンド・ジョンソン代表取締役社長/元カルビー株式会社代表取締役会長兼CEO

教員 の 志 史

教員たちは
いかにしてこの場に立ち、
何を想うのか？

課題意識を持って理科大MOTの門扉をたたく社会人学生たち。彼らを迎えるのは、深い実践知を有するダイバーシティに富んだ教員たちだ。アカデミック、アナリスト、ビジネス、ビューロクラット、コンサルタント、CXO—さまざまなキャリアパスを歩んで、ここ神楽坂に結集した彼らは、一人ひとりが強烈な個性と情熱を放つ。本稿では、次代のリーダーを育む教員の志にクローズアップする。

学問のための学問ではなく、実践のための学問。
理科大のDNAを色濃く反映するMOTの足跡。

榎戸 新しい時代を牽引する人材を輩出するために理科大MOTは誕生しました。誕生からの今日までの変化をお聞かせください。

若林 理科大の新しいMOTは2018年にスタートしました。そして、2020年3月に最初の修了生を出しました。いざ設計されたカリキュラムを実装すると、なかなか大変。まさに理論と実践の話ですね。無事に修了生が巣立ってくれて何より。皆さん活躍されています。特に、最後、グラデュエーション・ペーパーという修士論文のようなもの、これは皆さん面白いものを書いてくれました。本当にホッと安心したところです。カリキュラムが変わり、新しい試みづくし。時代の変化が激しいので、時代に合うようにカリキュラムを変えていかなければなりません。今回、青木先生にも入っていただいたように、教員の構成も大きく変わりました。変化に対応して、我々も変わらないといけない。それが大事なことです。

榎戸 新陳代謝が激しいですね。この2、3年の間で教員も変わった、カリキュラムも変わったと。

Feldman 実際の世界と、我々大学にいる者の絡み合いをもっと徹底しなければいけない。学生たちがまさにそうですが、技術が非常に早く変化している中で、どのように技術を自社に生かすのか、加えて、自社に戻った後、そこでどうやってアイデアが広がるようにするのか。そういったことも勉強しています。すなわち、技術の経営だけでなく、組織の経営と技術の絡み合い。これが最近、ちょっと話題になっていて、学生たちが力を入れています。

榎戸 学生の方々は、もちろん、お仕事がありながら、この理科大MOTに通っている。その大変さ、面白さというのは、どういところでしょ。

若林 皆さん、平均年齢40代半ば。授業時間は、平日でいえば18時40分から22時くらいまで、

土曜日は朝8時50分からとなっていますが、皆さん本当によく頑張ってもらっていると思う。ただ、ここに来ると普段の仕事とは違う世界に入ることができる。通常であれば、同じようなモノカルチャーの中で、同じようにやっているけれども、ここではさまざまな業界の人がいる。若い人では30歳弱、シニアでは60歳くらいの方もいます。その中で多様性のなかで、いろいろな議論をして、大変だけれども楽しいと皆さんおっしゃっています。

グラデュエーション・ペーパーは大きく2種類に分かれ、ひとつは技術経営論文、もうひとつはビジネス企画提案。前者は論文として、より普遍的な理論を考えます。後者は理論をもとにして、自社に対して自分なりのビジネスを提案する。これはある種、会社の業務に直結する可能性があります。事実、グラデュエーション・ペーパーが会社で認められて、会社として実行している、というケースも増えてきています。そうすれば、当人もやりがいが出ます。会社の仕事と、自分のやりたいことのシナジーがあるといえますか。それがやりがいとして、とても大きいと感じています。

Feldman まさにそのとおりで、実は理科大のDNAはそこにあると思います。大昔の話、1880年代に理科大は創設されました。当時、ごく普通の企業に働いている人は、電気に興味を持ちました。電気に興味を持つけれども、海外の論文は読めないということがありました。そこで、理科大に来て、一緒に勉強してみないかとお願いました。物理学は、当時、東大ではフランス語で教えていましたが、当然フランス語では広がらないですよ。だから日本語で教えますと、それが理科大の原点。「その方」は理科大の教授とやり取りをして、働きながら勉強をして何を作ったか。世界初の乾電池です。「その方」は屋井先蔵さんといえます。神楽川で大きな工場を作って輸出しましたね。だから、産学協力が理科大のDNA。理科大MOTはまさに、いろいろなことをやろうと言っています。2種のグラデュエーション・ペーパー、両方とも屋井先蔵さんに原点があります。



若林 秀樹 教授
Hideki Wakabayashi

ロバート・アラン・フェルドマン 教授
Robert Alan Feldman

青木 英彦 教授
Hidehiko Aoki

榎戸 教子 氏(ファシリテーター)
Noriko Enokido



若林 初代学長(本多 光太郎)の言葉に、「産業は学問の道場なり」というものがあります。まさに実践してこそ学問に意味があるというのが理科大の伝統。そして、実力主義というのが大事。日頃から理科大MOTの学生は、学問を実践しており、実力主義でやっています。理科大のDNAを生かしているといえます。

Feldman 若林先生がお話しされた「パスツール象限」の話も面白いですね。

若林 ひとつの軸は、原理を追求するか、しないか。もうひとつの軸は応用がはっきりしているか、していないか。応用がはっきりしていて、原理を解明していないのが「エジソン象限」です。エジソンは発明したけれども、例えば、電球のフィラメントが京都の竹から出来たという話があるけれども、ではなぜ竹から? という点には注意しなかった。たくさん実験して、うまく発明できればOKというのが「エジソン象限」です。「パスツール象限」は、目的がはっきりしていて、なおかつ原理も追究しようというもの。そして、目的がはっきりしないけれども原理は追究しようというのが「ボア象限」。最後に、目的もなく原理も追究しないという(第4の象限)。

日米を比較した場合、アメリカの方がはるかに多く見られるのが「パスツール象限」です。それから、「エジソン象限」と「ボア象限」は日米ほぼ同じ。日本で多いのが、目的がはっきりしない、原理も追究しないという象限。これでは、何のため学問か。学問のための学問になっています。はっきりした目的を持ち、原理も解明する、それがこれからの日本には大事。アメリカではGAFA、またドイツではブラウンホーファー研究所など、海外では結構そういうことがありました。日本でも、戦前など、あるいは昔の電電公社には「パスツール象限」がりましたが、今はなくなってきています。これを経営の世界に持って来ると面白い。日本の経営者は実利を求め、理論の背景が分かりません。つまり「エジソン象限」的です。何か経営をしていたが、たまたま「当たった」。たまたま当たったからOKというケースが多い。逆に、実際のところは確認しないが、原理だけは追究する。それはウルトラアカデミックの世界ですね。理科大MOTは理論を追究し、さらに実際に役に立つということもやる。それがMOTやビジネス

クールの大事なポイントだと思っています。下手をすると、日本の大学は目的も分からないし役に立たない、ということが増えている気がします。日本の経営者が動と度胸と運でやってきて、結果

なぜ、東京と青森のスターバックスコーヒーは同じ価格か。プライシングの観点から、企業戦略を議論する。

榎戸 理科大MOTが時代に合わせて変化していく中、教える側の人材という点でも、新たな空気を入れ続けています。今回も青木先生を迎え入れました。どういった方が、若林先生からご紹介ください。

若林 イノベーション、これは理科大MOTの大きなテーマですけれども、最近注目されているイノベーションには、「ユーザーイノベーション」というものがあります。今までのイノベーションは、サイエンスやテクノロジーなど、サプライサイドから技術が発展してイノベーションに繋がるというものでした。ところが最近では、特にアメリカではユーザーがイノベーションを起こすという現象が起きています。まさにGAFAなどがそう。青木先生はそういった分野を、アナリストとしてリサーチされ、あるいは神戸大学大学院博士後期課程においても研究されていたので、まさにこれからの時代、新しいイノベーションという意味で、とても面白い知見を提供していただけるのではと考えています。

榎戸 期待されることが大きいですが、2020年9月に理科大MOTに入られて、青木先生としては、どんなことを提供できるとお考えですか。

青木 30年間、証券アナリストをやってきました。20年くらい前までは、経営者もこうすれば利益が出るだろうと、かなり自信を持ってやっていました。しかしながら、20年くらい前からあやしくなってきた。特にここ10年くらいは、ほとんどの経営者が本当にこれで正しいのか、どうすればいいんだろうと悩んでいます。その様をアナリストとしてみてきましたが、外から見ただけではなく、次世代の経営者の人たち、幹部候補生の人たちと一緒に考えて走りたいと思いました。もちろん、理論も一生懸命勉強してきましたが、理論を教えるというよりは、それを使いながら、事例もたくさんありますので、そうした事例も使いながら学生たちと一緒に走りたい。その結果として、卒業後、会社に戻って経営者になってもらって、成功してほしい、そうしたお手伝いがしたいと思っています。

Feldman 長く個別企業を見てきたということ

OK。これでは長続きしません。だから、ちゃんと理論を解明するのが、ビジネススクール、これからの大学のあり方だと思います。



ですから、その観点から、マクロ・ミクロ経済学との繋がりに期待しています。例えば、Amazonがどうしてあれだけ成功したのか、どういう特許のやり方をとったのか、膨張して今、独占になっているからダメなのか、といったことについて、いろいろと教えていただきたいですね。

青木 そうですね、ディスカッションしたいですよ。個別の事例を個別として見ていくだけでなく、フレームワークとか、一般的な知見を見出して、それを個別に当てはめていくとどうなるのだろう、と。個別から、いったん一般解、抽象に行って、それから具体へ。それがマクロに落ちるかもしれないし、個別企業の戦略に落ちるかもしれない、そういうプロセスをここでやりたいですね。

Feldman 今年の2月に青森に行きました。そこでコーヒーを買いましたが、東京で買ったものと青森で買ったもの、全く値段は同じです。これはおかしい。これは独占ではないかと思いましたが、青木先生はそうではない、とおっしゃるのですね。

青木 はい。もちろん東京の方が地価は高いですが、売上も多いですから、土地の値段、家賃というのは、商業的な価値を反映した価格です。一方で、商品の価値というのは、その商品が体現しているものがブランドによって規定されてきますので、モノと一緒にあれば、変えない方がよいと思います。例えば、スターバックスが提供して

いる価値は、東京であろうと青森であろうと同じだろうと考えています。

Feldman もうひとつ聞きたいことがあります。猫の餌。ペット屋さんで猫の餌を買くと、一缶88円です。全く同じ商品、同じブランド、同じ中身をデパートの地下で買くと131円です。300mと離れていないのに、これだけの差がある。これはどうしてでしょうか。

青木 これを一言でお伝えするのは難しい。これは日本の流通の大きな問題だと思います。コストの差は、さほどないと思います。それでは、いったいどういルールで取引が行われているのか。小売のマージン、卸のマージン、メーカーのマージン、ここの取引のルールを透明化しないといけないと思います。



Feldman それは、供給サイドの考え方ですね。一方では需要サイドですね。131円出してもいいという人がいる。

榎戸 信用——。どこから買うか、誰から買うか、それが結構消費者にとって大事なことであったりするんですね。

青木 そうですね。そこはおっしゃるとおりだと思います。

若林 最近、ゼミでも議論しましたが、ダイナミックプライシングなどいいますが、季節によってホテルの値段が変わる。値段が時間軸に沿って上がるものもあれば下がるものもある。例えば、ワインは上がりますね、古いワインの方がいいねと。逆に生の肉や刺身は刻々と腐っていきます。あるいは金属などは、金属市場で変動します。だから、プライスの決まり方が上がるもの、変動するもの、変わらないもの、急

速に下がるもの、さらにその中にいろいろな変動費と固定費があって、そのへんで変わってくるわけですね。

これからのバリューの考え方というのは、新しい企業の戦略に影響してきます。日本の企業は値上げが下手なんです。とにかく安くすることしか考えない。しかし、本来でしたら需給のバランスで値上げしていいんです。海外の会社はちゃんと値上げします。日本は相手を気にして値上げしにくいんですね。これが、日本の電機産業や半導体産業が一番不得手なところ。値段が下がらなくても、2年くらい経った最後に踏ん張るか、諦めて安値をやるかで利益が違ってきます。マーケティングにも関係するし、マーケットの支配力も変わってきます。日本のこれまでの経営者はただ安く

教員は、演出家。学生をスターへと導き、企業という名の観客に、その活躍を見ていただく。

榎戸 例えばバリューの考え方ひとつとっても、この理科大MOTにはさまざまな人材が集まっているので、企業の垣根を超えて、またそれぞれが持っている垣根を超えて、人種の垣根を超えて議論できるのが理科大MOTの良さだと思います。2020年3月には最初の修生を輩出しました。理科大MOTだからこそ、こんな人材が出た! という実感は、どのようなものがありますか。

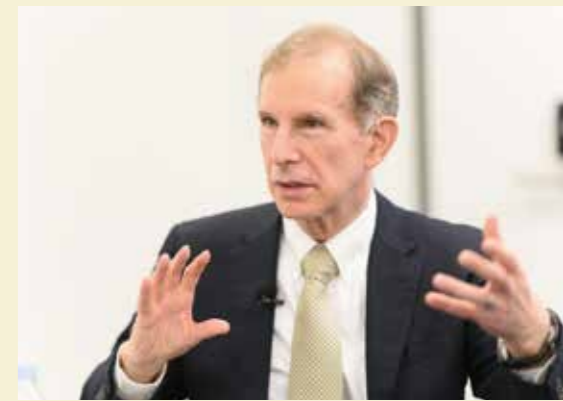
Feldman 私が指導したゼミの人たちのことを紹介します。一人は大きな飛行機をつくっている会社の方です。どのようにしてビジネスジェットをもっと使ってもらおうか、というテーマでグラデュエーション・ペーパーを書いたんですね。結論は、羽田空港がいっぱいということですから、新しい空港をつくらないといけないということですね。お台場沖に設置しようということ。今、航空業界は大変ですが、地方再生にとっては、こういうお台場の空港は絶対に必要と考えています。今年の学生の中では、Amazonなど大きなウェブに載せない中小企業がたくさんありますよね。ウェブに載せるなら、売上の2割3割を取られてしまいます。これはとてもできない、という中小企業がたくさんある。しかし、今の技術は発達しているから、小さい会社でも備かるようなシステムはないかと、自分で開発して自分で考えて会社を作ろうとしています。もう面白くて仕方ないですね。

榎戸 今聞いただけでも、本当に問題をくくれ

する。もっと言うと、これまでは成長経済ですから、価格の弾力が効くんですね。値段が下がれば必ず数量が増える。例えば、私の若い頃で言えば、牛丼大盛りが食べられるけれども、年を取るとそれほど食べられない。小さくてもいいから、ちゃんとしたものが欲しい。最近の小売や家電量販店が間違ってきたのは、その点です。急成長して人口が増えているときには、安くすることによって価格弾力が効いて数量が増えますけれども、こういう日本のように高齢化が進んで人口が増えないときには、値段を下げてでも価格弾性効果が効かない。そういうことが、大きな誤りにもなっているのではないかと思います。そういったことを考えるときに、プライシングのあり方がとても大事になってくると思います。

ないといいますが、実にさまざまなことに皆さん取り組んでらっしゃいますね。

Feldman そう、議論している中で、あ! ということを行っているのか、そういえばそうだ! ということです。まさに目から鱗が落ちるような体験です。



若林 理科大MOTの学生のテーマは広いですから、3つ言いますと、それに対応するために、上席特任教授というのを2年前から導入しました。本専攻だけの教員というのは人数が決まっています。当然ながら、世界全体の広いことは分からないわけです。外部のさまざまな知見が欲しいという中で、国際的に活躍されているような人を招いて、例えば元役所の次官級の方とか、例えば元大使とか、あるいは元社長の方とかですね、11名に上席特任教授をお願いしています。実は



で役に立っているのか立っていないのか、どのように成功したのかははっきり分かります。また、修了生の側も身近な方たちからアドバイスをもらうことができる。当然ながら、修了生と

9月にグラデュエーション・ペーパーの中間発表会を行いました。普通は、修士論文の発表会というのは学内だけで行います。我々は幅広いので、上席特任教授の先生だとか、他の大学の研究科長などもお越しいただいて、我々の中間発表を聞いていただいて、そこで議論してもらいました。多くの大学は、自分の大学だけで議論しますが、我々はそういった外部の意見を聞いて、結構厳しい意見もありましたが、学生はそれに耐えて、むしろ「何くそ!」と頑張ってもらう。あるいは理科大MOTだけでは聞けない貴重なアドバイス、そこにはファンドの方もいます、政府の方もいます。非常に役に立つアドバイス、そんなことを取り入れて、ペーパーはさらにレベルアップしています。

2つ目は、この後期から「実践ケーススタディ」という科目が出来ました。これまでは「実践リーダーシップセミナー」や「実践CXO・起業家ケーススタディ」という授業がありました。これはいわゆる、有名な経営者を招いて、60分話を聞いて、60分ディスカッションしてまとめると。これは新しいMOTが始まって以来ずっとありました。それに対して、この「実践ケーススタディ」という授業は、身近な修了生を招くのです。功成り名遂げた立派な経営者というより、去年までMOTにいた学生、2年前に卒業した学生に来てもらって、その人の話を聞いて質問する。今在籍している学生にとって、自分が1年後2年後にはどうなるというのが分かるわけですね。その人たちもペーパーを書いていますから、それが今、会社

在学生の年齢差もあまりありませんから、修了生がこんなことで苦労しているとプレゼンテーションされたときに、実は先輩こんなふうにしたらいんですよと、修了生にとっても後輩からアドバイスを受けるというメリットがある。さらに、今の学生たちもただ聞くだけでなく、自分から提案するという力、相手の話を理解して自分なりに分析しなければ、提案できません。そういう意味では、先輩方の話を深めることができる。今回、5人の修了生に話してもらいました。一人は去年の修了生、その人は子会社の社長になって、立て直しをしています。コロナ禍の中で大変なだけども、頑張ってもらっている。まさにその人の仕事は、グラデュエーション・ペーパーで書いたことを、そのまま実行している。もし彼が万一、上手くいかなければ、それは指導した私の理論が間違っているというわけです。それだけに、こちらやりがいがあるし、ストレスもあります。他にも2年前にベッドを開発した人や、10年前に卒業した人、3年前に卒業してオーナー会社の中で、発展途上国の衛生問題に取り組んでいる人などですね。バラエティに富んだ先輩方に来ていただいて、先輩の活躍を聞きながら、あるいは先輩の苦しみ、理科大MOTでどう過ごしてきたのか、そういったことを聞くという授業をしています。

榎戸 先生方が教える立場というよりも、一緒に苦しみ、一緒に生み出していき、並走していく仲間のような存在なんです。

若林 通常の大学では、先生が上から目線で知識を教える。その知識というのは、標準化されたパッケージ知識なんです。我々教員は若干シニアですが、学生はそう年齢差はないですし、それぞれの分野では専門家です。その分野では彼らの方が我々よりも圧倒的に詳しい。だから、上から目線で知識を与えるのではなく、むしろ面白い素材を提供して、皆さんに議論してもらおう。だから、我々はファシリテーター。間違った発想は、大学の先生をスターだと考えること。事務のスタッフが芸能スタッフで、では観客は誰か。観客は学生だと。観客に対して、スターである教員のいろいろな演技を見てもらう。これが通常の考え方。これは間違っていると思います。実はスターは学生なんです。観客は社会や企業です。我々教員はスターになるのではなく、学生がスターになるようコーチングする。あるいは、役者と言えば演出家。それが教員の役割だと思っています。この精神がビジネススクールで成功する大きなコツだと思っています。例えば、すでにスターでいらっしゃるFeldman先生がスターになっても、観客は喜ばないですね(笑)。分かっているから。我々もペーパーを書けます、同じように。しかし書いても別に、またFeldman先生が良い本を書いたと、それだけなんです(笑)。それに対して、学生が書くというのが大事。自分の会社の学生が良いペーパーを書く、良いレポートを書くとなると、企業の見目が変わってくるんです。それがすごく大事なことです。つまりプロセスです。学生が苦しみながら成果物を出すというのが大事。学生がスターになって、社会で活躍するというのが大事、それが意外に簡単なようで分かっていない人が多い。ここにビジネスチャンス、重要なチャンスがあると思っています。我々はファシリテーターであり、コーチ、演出家。スターは学生だということです。



この続きは、<https://youtu.be/KCMTPBXejIY> でご覧いただけます。
先生方による企業分析、妄想力とビジョナリーの意義など、縦横無尽に展開する議論はさらに盛り上がりを見せます。
▶ 入学検討者に向けて、メッセージもございますので、ぜひご確認ください。



学外有識者から助言を受け、学びを修める

グラデュエーション・ペーパー進捗(中間)発表会

理科大MOTでは、2年生になると演習科目「プロジェクト」を履修し、1年をかけて本専攻の学修生活の最終成果物である『グラデュエーション・ペーパー』を執筆します。

『グラデュエーション・ペーパー』とは、学生が個別に課題を設定し、調査研究、フィールドワーク、ディスカッションなどの手法や学生個々が持つ実践知を踏まえ、プロジェクトの各履修教員のもとで、学生個々が学目的に合わせて作成することで、本専攻の学修成果により、社会要請等に応えることを到達目標としています。今年度の発表会は、2020年9月12日・13日の両日で開催されました。今年度の発表会の開催方法は、2年前から構想し、準備期間に1~2か月をかけた取り組みでしたが、成功裡に無事終了することができ、学外の著名な有識者、学識者の助言委員から直接のご助言、ご指導に多くの学生が感激し感謝の意を口にしていました。今回の中間発表会では、以下の二つのチャレンジを同時に行いました。

第一は、助言委員会の導入です。産官学の著名な有識者・学識者(「産」では、内外の一流企業の代表取締役経験者や現役の代表取締役社長、有名ファンドの経営者等、「官」では、経産省で元次官級、局長、審議官経験者や外務省特命全権大使経験者、「学」では、他大学のビジネススクール研究科長や名誉教授など、バランスをとり、かつ広範なペーパーのテーマや専門性に対応するように配慮)、計14名を助言委員として招聘いたしました。このような学内発表会への多数の学外有識者の積極的な招聘は、他に類を見ない取り組みでしょう。

こうした外部の一流な著名な方からの大所高所、社会ニーズを踏まえた専門的な助言・意見・苦言(アドバイス)は、学生及び指導教員にとっては大いに勉強になると同時に、助言委員の方々に本専攻の取り組みを理解していただく貴重な機会となりました。第二は、コロナ禍ゆえの、ハイブリッドでの発表形式を採用した点です。教員は対面、助言委員は半数が対面で一部の方はZoomによる参加で、発表者は対面での発表が数人であり1年生も含めZoom参加という体制で遂行しました。ハウリング対策、Alカメラ導入によるホワイトボードの視認性向上策など、技術面での課題は大きかったですが、学生や事務方の協力のもと、6月以降、10回以上の実験、試行錯誤を繰り返して実現した取り組みです。まさに専攻が一体となって取り組んだ成果と言えるでしょう。2年生はこの後、「プロジェクト」での活動をベースにグラデュエーション・ペーパーの執筆を進め、2021年2月上旬に予定されている最終発表会で成果を発表します。発表した学生の中から、厳密な審査を経て最優秀ペーパー賞、優秀ペーパー賞が選ばれる予定です。



MOTの 社会への発信



学びの成果を確認する他流試合の場

研究・イノベーション学会

2020年10月31日、11月1日に、東京工業大学(Zoom開催)で、研究・イノベーション学会(この分野では国内最大で35年の歴史があります)が開催され、理科大MOTからは、若林教授が3件(うち、単著2)、若林教授のプロジェクト指導学生5件(学生と若林教授の共著)、他1件の合計9件の発表を行い、学会全体では約100件の研究発表がありました。

学会発表は、コロナ問題等のホット 이슈と、科学技術の経営や政策に関わる課題の他、研究・開発の計画・立案・調査・管理・評価等、および関連する人材・組織・社会等に関する研究報告、事例報告など恒常的なテーマがあります。具体的には、①技術経営(戦略・R&Dマネジメント)、②技術経営(教育・育成)、③技術経営(事例・ビジネスモデル・事業化)、④知的財産、⑤産官学連携・地域、⑥研究・イノベーション政策、⑦イノベーション・起業、⑧国際(競争と協調)、⑨人材、⑩分析と評価、⑪科学と社会、⑫その他に分かれています。当日は、「R&D費の適正水準〜日米テック企業比較」、「アーキテクチャー摺合せ・モジュラー論と経営重心の関係」、「製造装置業界の垂直水平競争力分析」の3件、「特許共著者ネットワーク分析による企業ノーベル賞受賞者とその組織分析」、「半導体と装置の価値は競争が共創か〜パッケージとチップボンダーのケース」、「リードコアにおけるものづくり企業の雇用制度についての考察」、「日米産業比較による参入障壁とイノベーションの相関についての検証」など共著9件の発表を行いました。参加したセッションでは、理科大MOTからの発表に対しては約30名が聴講するなど盛況であり、質疑も多く、大きな盛り上がりを見せました。後日、座長や参加者から、理科大MOTの発表内容に関して、質が高くエキサイティングであったとのこと意見(コメント)をいただきました。

発表した学生は、一部の自身の理系専門分野の場合を除くと、このような学会での発表、いわゆる「他流試合」は初めてであり、いい経験になったようです。学内での発表は「校内試合」ですが、学会発表は「全国大会」であり、この舞台で得られた確かな手応えは、理科大MOTでの研究成果が非常に高いレベルにあることの証左であり、発表後の学生の表情は、理科大MOTでの学びに対する「自信」と「確信」にあふれていました。



社会知を結集し、「示代」のニーズに応えていく

教育課程連携協議会

東京理科大学は、法令を遵守し「東京理科大学専門職大学院教育課程連携協議会」を置いています。同協議会委員は、著名な有識者、専門職大学院に精通する学識者で構成され、社会のニーズに応える教育課程を編成するためにご助言をいただいています。

同協議会設置初年度の2019年度は、本専攻を設置し2020年3月で完成年度を迎えることから、2020年度からの教育課程「MOT2.0」の編成を検討するにあたり、多彩で幅広い知見から助言・意見を頂戴し、MOT2.0の教育課程等の編成や中長期計画策定に反映しました。その過程においては、本専攻に所属する専任教員のうち、2020年度の授業を担当する教員に対して、ファカルティ・ディベロップメント活動(以下「FD活動」という。)の要素を含めた「授業方法及び内容」に関するヒアリングが行われ、同協議会委員から個々の教員に対して担当授業科目の授業内容に対して助言・意見をいただきました。

2020年度には、2020年10月に開催された協議会で、2020年4月以降の教育活動状況として、新型コロナウイルス感染症の感染防止対応による授業実施に関する、グラデュエーション・ペーパーの質向上を図る目的として、中間発表会に学生・指導教員に対して助言を行う助言委員会を設置し発表会を実施したこと等が報告され、それに基づいた意見交換が行われました。その結果、授業内容の検証・助言を行うための授業参観の実施、FD活動の一環としてグラデュエーション・ペーパーの質向上のため中間発表会の具体的な発表内容や教員の指導方法に対して意見交換会を行う活動が決定され、2020年12月16日、12月22日、12月23日に、中間発表会に関する意見交換会が実施されました。

教育課程連携協議会メンバー (2020年4月)

- 木村 眞琴氏**
株式会社ニコン 相談役
- 肥塚 浩氏**
立命館大学大学院経営管理研究科教授・同研究科研究科長、同大医療介護経営研究センター長
- 藤末 健三氏**
参議院議員
- 茂浦口 明雄氏**
新日本無線株式会社 電子デバイス事業部 開発本部 プロセス技術部長
- 坂本 正典**
東京理科大学 経営学部経営学科 教授

神楽坂...この坂が経営者の道へ繋がる
異業種の化学反応が新たな光と志を創る



MOT Business Magazine

Vol.3 | 発行元：東京理科大学 大学院 経営学研究科 技術経営専攻 (MOT) | 発行：2020年12月1日

【お問い合わせ】

〒162-8601 東京都新宿区神楽坂1-3 東京理科大学 経営学研究科 技術経営専攻
E-mail mot-tus@rs.tus.ac.jp

<https://most.tus.ac.jp/>

