

公開シンポジウム 令和4年(2022年)11月27日(日)

「経営学分野における若手研究者の育成のために、今、何が求められているのか？  
－研究業績の評価と関連して－」

講演要旨 野口晃弘「報告『経営学分野における研究評価の現状と課題』の概要」

本シンポジウムは、報告「経営学分野における研究評価の現状と課題」(令和4年3月22日公表)の内容を研究評価に携わる関係者に直接伝えるとともに、経営学分野における若手研究者の育成という観点から議論を深めることを意図しています。そこで第一セッションの講演では、上記の報告の内容がまとめられています。

報告は第25期になって公表されたものですが、分科会は第23期から設置されており、第23期には経営学部等における研究評価基準及びその運用に関するアンケート調査、第24期には学術フォーラムの開催という積み重ねを経て、まとめられたものです。第24期には「経営学における若手研究者の育成に関する分科会」との合流もあり、その経緯から、本シンポジウムの第2セッションは人材育成に着目したものとなっています。

本報告の目的は、個々の研究者にとって重要な採用・昇進の際の研究評価に焦点を絞り、特に若手研究者の育成という視点から、海外で普及している外形的評価に含まれる危険性と、それらを日本で深刻な問題として顕在化させないための方策について、研究評価の担当者及び評価方針・評価体制を決定する組織に対して報告することにあります。

質問票調査では、日本における研究業績評価の現状について、公刊された著書や論文の本数が主として用いられており、全体としては、まだ海外ほど外形的評価に依存する割合は高くない段階にとどまっているものの、査読か否か、英文か否かという研究業績を集計する際の分類も、運用上は広く用いられるようになってきており、さらに、一部の大学においては、ジャーナル・リストやジャーナルのランキング、インパクトファクターといった論文の質を代替する数値も、採用や昇進を左右しはじめていることが明らかになりました。

本数という単純な量的基準だけではなく質に関する外形的評価も加えることによって、これまでは業績評価の客観性を高める効果というプラスの側面のほうが大きく、それが促進したと考えられる若手研究者の海外志向は、世界へ向けて自身の研究を発信しようとする姿勢を示すものであり、学術の最前線を自ら積極的に開拓しようとする点で、挑戦的で望ましい兆候といえます。

しかし、外形的評価が普及することに伴う副作用についても、海外では報告されるようになってきており、ジャーナルのランキングやインパクトファクターの活用が、結果的にいわゆる「多数派」に有利に働き、それ以外の研究方法・研究領域を淘汰してしまうこと、その帰結として、科目不適合の講義担当者による教育の質の低下(あるいは内容のミスマッチ)といった問題が引き起こされることも懸念されています。

さらに、失われるべきではないものとして、歴史性や体系性を志向した研究が挙げられますが、それには完成に多くの時間とエネルギーを要することから、短期的な成果を求められる若手研究者には取り組みにくい課題となり、長い時間軸を視野においたスケールの大きい研究の芽が育たなくなることさえ、懸念されます。

このような事態を顕在化させないため、(1) 中長期的な展望を視野に入れた研究評価、(2) 体系的研究を促進する必要性、(3) 研究領域・方法の多様性、(4) 研究機関協力の重要性について、報告しています。

## 経営学分野における若手研究者育成に関するパネルディスカッション

関西学院大学 森谷周一

若手研究者の人材育成・業績評価のあり方について、インパクトファクターや海外ジャーナルへの掲載など外形的な評価基準を採用することが、経営学領域における研究者の認識や行動にどのような影響をもたらされるのかを整理したい。

これまでわが国の多くの経営学者は、日本企業を対象とした研究に積極的に従事し、日本企業に特有のマネジメントのあり方を解明してきた。例えば、筆者の研究分野である人的資源管理論では、長年にわたって欧米諸国とは異なる人事システムを採用してきた日本企業の固有性とその理由について、多くの論及がなされてきた。しかしながら、このような研究に基づく発見事実からは、日本企業や日本の学会にとって意義のある理論的、実践的示唆が得られる可能性は高いものの、その研究成果をそのまま海外ジャーナルに投稿したとしても、高い評価が得られるとは考えにくい。加えて、海外で展開される議論を日本的な文脈に落とし込んで検討する形の研究も当該分野では散見されるものの、異なる文脈で生成・発展してきた理論を日本的な文脈に応用・適用することを通じて新たな発見を見出すことは容易ではなく、研究に時間を要する。

これらの現状からは、インパクトファクターや海外ジャーナルの掲載に採用・評価上の主眼を置くことのメリット・デメリットが指摘できる。例えば、このような評価基準を前提にすると、日本人研究者は、日本企業を対象とした研究を全世界的な研究潮流の中に位置づける努力や、発見事実を敷衍して一般化する姿勢が促進され、日本における研究コミュニティのガラパゴス化（ヨソはヨソ、ウチはウチといった姿勢）が回避される一助となるだろう。一方で、海外ジャーナル掲載への傾倒は、日本企業にとっては重要な、しかし問題の特殊性ゆえに海外では議論の必要性がそもそも認識されていないような研究課題を、軽視ないし無視するといったケースの増加が懸念される。

以上の点を踏まえて筆者は、欧米諸国が主軸となって展開している経営学の最先端の議論に知見を加えられる点、および日本人研究者として日本企業の実務上の課題に寄り添うことができる点を両方満たすような、研究テーマの選定および研究活動を志向してきた。例えば人的資源管理における運用の問題は、職場でのマネジメントの複雑化を背景として日本企業での主要な課題として認識されている一方で、研究上の世界的な関心も高く、現在の筆者の主要な研究領域となっている。

総合すると、現代の経営学は研究分野の細分化が著しく、自身の研究に同様の関心をもつ研究者が身近に存在するとは限らない。その意味で、国際的な研究コミュニティの一員となることで、より専門分野に特化した議論が展開可能という点において、インパクトファクターや海外ジャーナルを重視する評価方法には共感する部分もある。しかし、日本企業の経営実践が抱える複雑な課題に寄り添う姿勢が失われれば、欧米発の理論と日本企業の実践の間で乖離が進む可能性が生じることを念頭に置く必要がある。

## 彩り豊かなキャリアを歩んだ若手からの見解

同志社大学商学部教授・ソーシャルマーケティング研究センター長

瓜生原 葉子

### 1. 研究者への道のり

私は、薬学部で免疫学を専攻し、20年間、外資系製薬企業において、研究開発、マーケティング、シニアマネジメントとして組織マネジメントの職責を担った。実務研究の学問分野も多様であるが、「困っている人を助けたい」という価値観はゆるぎなく不変であり、そのためにどのような立場でどう行動すべきかを考えキャリアを歩んできた。

研究者を志した理由はどうしても解決したい社会課題があったからであり、経営学を志した理由は、社会システム、組織変革、さらにはソーシャルマーケティング<sup>1</sup>による市民の態度・行動変容がその解決に寄与することを認識したためである。

研究をとおして目指しているのは「誰一人取り残さず well-being な社会」であり、様々な立場の人々が、「social good」な行動を起こすことの積み重ねが、社会課題の解決に貢献すると考えている。行動変容の促進の基盤となるのが、学際的な行動科学理論に基づくソーシャルマーケティングである。

### 2. 自身の研究領域に関する特徴

研究対象が企業や組織内に限らない、Social good を追求して社会実装を行っている、学際的な行動科学理論を応用している点が特徴である。これらは、ソーシャルマーケティングが、行動変容にこだわる、学際的な行動科学理論を基盤としている、市民の声に耳を傾け共創することを鍵としているからである。

特に、社会実装研究は、調査段階から市民（対象者）を巻き込む、調査結果から実証デザイン策定に労力と創造性を要する、実証（準備、集客、実施、測定、フォロー）に多くの時間・労力・資金と多様なステークホルダーとの関係構築が必要、などの特徴をもっているため、経営学の研究者からの理解も必要であると感じている。

### 3. 日頃の研究の「目的」とそのための活動

まず、最重要としている研究の目的は、社会実装によって、直接人々と関わり社会に貢献することである。その際、常に意識しているのは学術性と社会性の両立である。

次に、研究成果の多面的な還元、研究のアウトリーチまでを研究の目的としている。研究の成果については、学会での報告に留まらず、多様なステークホルダー（多分野の研究者、自治体、企業、市民など）を対象とした研究会を主催し、彼（女）らと共に結果を議論し、それらも含めた研究会誌も発刊している。

参画・議論する研究会を主催

社会的インパクトを鑑みアウトリーチに力をいれているが、取材依頼を可能な限り受けるに留まらず、自ら研究成果についてのプレスリリースを作成・発信し、メディア誘致することで、社会課題と研究内容を多くの人々に知っていただく取り組みをしている。

---

<sup>1</sup> マーケティングの概念と様々な手法を結びつけることにより、「ソーシャルグッド」の実現に向け、個人やコミュニティー全体としての行動の変容を促すこと（ソーシャルマーケティングについての世界的コンセンサス定義より）。

#### 4. 研究業績評価の最終報告書に関する私見

多様な専門性を一律に評価するのは難しいため、現状を整理され、評価者を対象とした提言がなされていることに大変意義があると考えます。客観的・適切な評価がなされるためにも、他の研究機関からの評価担当者を受け入れる協力体制は、是非実現していただきたいと切に願う。

内容について、体系的な研究を促進する必要性について、若手の立場からも強く同意します。研究のから抽象度の高い理論やモデルを構築することで、そこから次の研究ストリームへと展開できる。例えば、私は、臓器提供意思表示行動についての5年間の研究から「向社会行動の行動変容促進モデル」を導出した。そこから感染症対策行動、企業における新規事業提案の促進行動などへと展開できている。

課題として挙げられることは、社会実装研究、トライアングレーションに対して適切に評価できる人材が不足していることである。経営学は「理論と実践の往還」が不可欠であり、その視座での研究評価が可能な人材の育成も必要と考える。

#### 5. 若手研究者として、これからの経営学（広義）を作っていくために

科学の発展に伴い、常に新しい「価値」が創造されている。研究者は、社会との対話を通して、経営学に求められていることを認識し、研究者自身が変化していくことも必要と考える。また、研究者は、自己のみならず他者（社会含む）と向き合い、既存の価値と新しく創出した価値のバランスをとりながら、研究者としてとるべき態度・行動を意思決定すべきではなかろうか。彩り豊かなキャリアを歩んだ立場から、このようなことを発信し、「学術性と社会性」の両立を実現していきたい。

## 経営学における研究（者）評価に関する1つの見解

神戸大学大学院経営学研究科・高田知実

### 報告要旨

本報告の目的は、「経営学分野における研究評価の現状と課題（報告）」の内容を参照しつつ、会計学分野における1人の中堅研究者として、研究あるいは研究評価に関する1つの見解を示すことである。

#### 1. 会計学会固有の研究領域的特徴について

会計学（財務会計・監査等の外部報告領域）における研究を取り巻く要素には、実務、教育、基準設定、制度設計等があり、基準設定や制度設計と研究との関わりが、他分野との相違をもたらしている。各研究者がこれらの要素に対するウェイトの置き方は、研究上の関心事や立場等によってさまざまに異なっている。

#### 2. 個人としてのこれまでの研究目的や重点の置き方、活動について

研究者としての人生が40年ほどとすると、報告者の現在の立場は、中間時期にあたる。研究者になって10年ほどの初期は、学術的な研究を実践することの悦びに浸り、知的生産活動に主体的に関わることを考えた時期を経験した。また、プライベートでの出産、在外研究を経験したことで、研究における重点の置き方や、研究対象の多様な見方、アプローチについて探求するようになった。その後現在に至るまでは、外部連携活動が増加する中で、社会や公益、研究、教育という要素の相互関係を意識するようになった。限りある活動時間の中でさまざまな活動を行うことを通じて、自分自身の研究の社会における意義やそのインパクトを意識するよう努めている。

#### 3. 経営学分野における研究業績に関する私見

経営に関連する現象の多様性や社会との対話の必要性などを考慮すると、「報告」において示されている多様な研究対象・手法・公表形態を積極的に評価しようとする姿勢、及びその重要性を強く支持する。その一方で、実践レベルで考えた場合に、関連したさまざまな要因を検討、対応しなければならないと感じている。中でも、研究の評価と研究者としての評価は、概念としては切り分けることができたとしても、実践ではそれらを分けることはできないと考えている。つまり、社会での実践的な活動や教育活動、さまざまなライフイベント等によって構成される研究者による活動の、「研究」だけを切り取って評価することは困難であると思われる。その意味で、研究業績の表出形態に重点を置くだけでなく、今後は、「研究者」の評価に軸足のある議論に発展させること期待している。なお、若手研究者をとりまく評価については、日本学術会議・若手アカデミーが多様な学術分野の若手研究者に対してアンケートを実施し、それに関する公開シンポジウムを2022年10月に開催している<sup>1</sup>ため、そこでの議論も参照してほしい。

---

<sup>1</sup> <https://www.scj.go.jp/ja/event/2022/330-s-1006.html>