

関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科 教授

研究科長 石原俊彦



日本経済はいま、アメリカ経済の金融危機からはじまった世界的な不況に、大きな影響を受けています。日本の代表的な企業も、経営成績の下方修正を余儀なくされ、大規模な人員整理が多くの企業で進められています。その結果、景気対策や失業対策、生活保護など、公的部門が果たさなければならぬ役割もますます大きくなります。今日の状況はまさに、企業経営の舵取りと、弱者対策としての公的部門のあり方が、真摯に議論されなければならない時代と言えるのではないのでしょうか。

こうした環境のなかで、関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科は、企業経営と企業会計・自治体会計に関する高度な専門的知識を涵養する大学院として、開学5年目を迎えました。これまで4年間の修了生は500名を超え、企業や自治体の経営と会計の分野で、数多くが活躍されています。

経営戦略専攻の修了生や現役学生は、不況の時代にも、企業が社会において高次のミッションを果たすことができるような舵取りのために、本研究科で学ばれた知見を活かされていると期待されます。2008年度の公認会計士試験では、会計専門職専攻の現役・OB学生の中から25名の合格者が誕生しました。この合格者数は、西日本のアカウンティング・スクールでは第1位の実績となります。自治体会計コースにも、自治体の特別職や議員が入学されるなど新しい流れが生まれました。

名実ともに相当の実績を積み上げてきた経営戦略研究科に昨年度は、博士課程後期課程が設置されました。わずか1年の間に、博士課程後期課程の在籍者数は8名となり、関西学院大学のなかでも中規模の博士後期課程となりました。専門職課程における専門教育と、博士後期課程における研究指導がリンクすることで、経営戦略研究科の専門教育・社会人教育は一層発展を続けると期待されています。

さて、今回の特集記事は、「超成熟市場でのマーケティング・チャレンジ」と「企業の組織再編をめぐる会計・会社法・経営上の問題点」です。新製品の開発やベンチャー企業の発展とともに重要なのが、成熟市場におけるマーケティング・戦略のあり方です。顧客のニーズを的確に把握し、不況の時代においても、一定の企業業績を実現するためには、超成熟市場でのマーケティング・チャレンジのあり方が問われています。また、経済不況の時代には、企業組織のあり方が絶えず見直される必要もあります。企業組織の再編という経営上の問題を解決するには、会計や会社法の専門的知識が不可欠になります。

経営戦略研究科とI B Aジャーナルとともに、時代のニーズを敏感に察知して、在学生を中心に入学希望者や修了生の期待に応えてゆかねばなりません。多くの皆さんからの「声」が、それを支えています。

2009年4月吉日