

生産工学部による事業継承者・企業家育成プログラムの意義

日大生産工 豊谷 純

1. はじめに

日本大学には3つの工学部があるが、生産工学部は学部創設以来、経営・管理能力を有する技術者を育成してきた。従って日本大学の理系で経営学が学べる学科があるのは、生産工学部のみであり、また理系の強みである実習を通じて、活躍している経営者から直接活きた経営学を学び、新規事業のビジネスプランに対して実務家から評価やアドバイスを受けながらブラッシュアップできる環境は他に類を見ず、他大学との大きな差別化となっている。

その背景としてはIEによる生産性向上が望まれる中で、理工学部の工業経営学科が学部昇格し、それまで機械コース、建築コースなどのコースとして存在していたものが学科として設置された。

そして理系学部では日本初となるEntre-to-Beという事業継承者・企業家育成(理系経営者育成)プログラムがある。これは単位に関係する正課授業であるが、さらに学生が在籍中に起業するための支援プログラムもある。理系で経営が学べてさらに創業の支援も受けられる、これは他大学には無い生産工学部の大きな特徴といえる。本報告ではこのプログラムの内容や意義について述べる。

まず生産工学部には、Entre-to-Beを含めてグローバル人材やロボットエンジニア、モノづくり人材育成など全学科共通の選抜制スペシャルプログラムが4つ導入されている。これらは入学後に学生が申込後に学生たちは作文や面接等による選抜によって9つの異なる学科学科から選出される。そして1つのクラスで授業を行うために、通常は学科が異なると交流の場が殆どないため、異なる学科の垣根を超えたグループワークが可能である。そして機械や電気、土木、建築、化学、情報、マネジメント、環境、デザインなど分野の異なる学科の学生が1つのクラスに集まり、グループワークを交えて学ぶために、異なる分野の幅広い人脈が形成される。そのために様々な分野に関係する幅広い人脈が形成されることも、将来、経営者になる学生にとってはここで培われる人脈は特別な強みとなる。

さてEntre-to-Beであるが現在は1年生の後期

の1科目と、2年生の通年1科目を受講して、グループワークにより商品開発の実習や、新規事業のビジネスプランを最終成果報告会で発表してプログラムが修了する。これは2016年度から実施しているが、基本的には経営学をベースとしているが、理系学部の強みである実習や演習を通じて、商品開発や新規事業の立案に社会の第一線で活躍する社長や経営コンサルタント、税理士など現場で活躍している実務家の生講義が我々教員も同席のもとで実施するという特別な授業である。

基本的には学生が自ら志願をして、筆記や面接による選考を経て受講者が決定されるために、合格した受講者のモチベーションは高い。

2. 授業内容

新規事業や商品開発というものは単に講義を聞いているだけではなく、受け身では無く、自らが考えて新しいアイディアを出す必要がある。また複数名の意見をまとめるには、率先して行動をとったり、意見が衝突した際に、お互いに折り合いを見つめたりすることで、対人コミュニケーションも培われる。当然ながら新しいアイディアを出せる学生と、はじめは出せない学生がいる。そこで経営コンサルタントからコメントやアドバイスを受けながら、グループワークでお互いに意見交換をしながら、商品開発なり新規事業などを考案して、何らかの成果が出せるように運営をしている。

次に1年次と2年次のカリキュラムに関しては、基本的に経営学をベースにしながらも、受講者が社長になる事を前提に実際に現場に立つ人間を前提に、カリキュラムを組んでいる。

3. 教育効果

日本初の理系経営者プログラムの試みでもあり、このプログラムの効果検証を行なった。授業内容は毎回アンケートを取って内容の検討をしているが、プログラム実施による経営者マインド向上などの効果を確認する事は重要である。

このプログラムの受講前(2016年4月)とプログラム修了後(2018年1月)の効果について全出席者に独自調査¹⁾を行った。具体的には、

経営者に必要なコンピテンシーについてアンケートを行い、自分の意識として、1が「極めて低い」、5が「極めて高い」とした5段階設定をした。

結果について述べる。まず受講後に大きくポイントが伸びた項目を図1に示すが、これらは経営の知識が無かった受講前と比較して、経営学の基礎を身につけ、現場の様々な知識を身につけた後では、意思決定に自信が持てている事の表れと評価できる。ここでアンケートの回答としては自分の意識として、1が「極めて低い」、5が「極めて高い」を設定した。

図2は、例えば経営者になりたい学生を集めているので、企業家になる意思の強さは元々強く、受講後のモチベーションも維持できている事が示されている。他の項目は、そのような能力開発プログラムは実施しておらず、止むを得ないと思う。

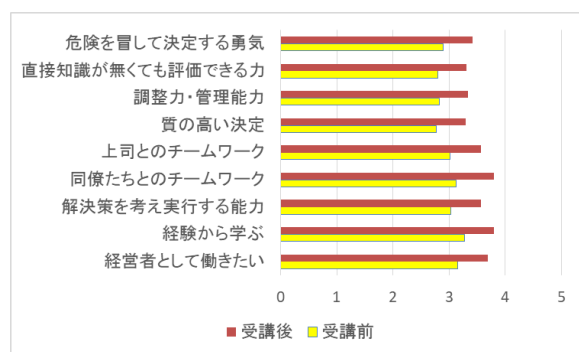


図1 受講後にポイントが伸びた項目

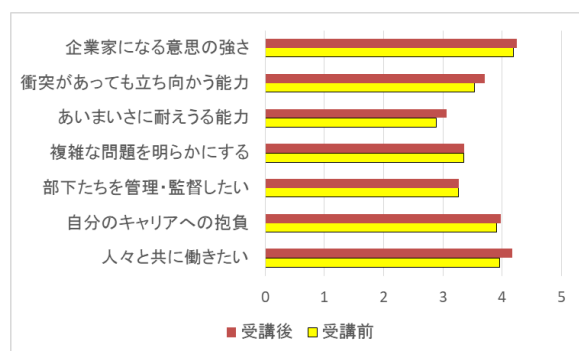


図2 受講後もポイントが伸びなかった項目

図3と図4には平均値が上がった項目が示されており、経営学の基礎を学んだ上で、商品開発実習などチームワークを通じて創造性や協調性を身につけている事が示されている。また当該技術に知識が無くても、それを調査して評価する力が身につけている。

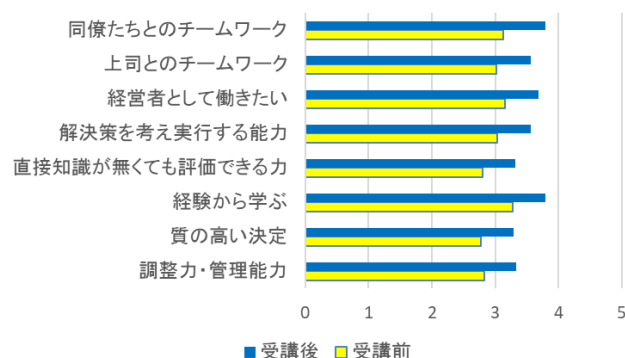


図3 平均値が上がった項目 (2年生, N=45)

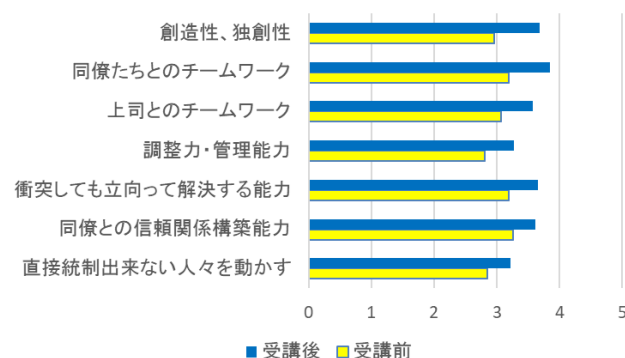


図4 平均値が上がった項目 (1年生, N=49)

4. おわりに

過去にも理系学部での経営者育成プログラムの必要性²⁾³⁾を述べて来たが、出身大学別社長数においてトップ⁴⁾を保持している日本大学において、理系経営者育成プログラムを実施することは、ブランディング効果があり、他大学との大きな差別化になっていると考える。

参考文献

- 1) 豊谷, 間田, 平塚, 平田, 角田, "成績優秀者向けの生産工学部スペシャルプログラム", 日本工学教育協会, 工学教育, Vol.67, p.44-49, 2019年
- 2) 豊谷, 水上, 安田, 中澤, 廣田, 澤野, "理系大学における経営学教育の取り組み", 日本工学教育協会, 第72回年次大会・工学教育研究講演会予稿集 3F15, p.410-411, 2024年
- 3) 水上, 平山, 豊谷, 細川, 廣田, 澤野, "理系大学における創業支援の取り組み", 日本工学教育協会, 第72回年次大会・工学教育研究講演会予稿集 3F16, p.412-413, 2024年
- 4) 2023年「全国社長の出身大学」調査, 東京商工リサーチ, https://www.tsr-net.co.jp/data/detail/1198172_1527.html