

## 野林晴彦氏 博士論文審査要旨

### I 論文の主題と構成

野林晴彦氏が提出した博士論文のタイトルは、『日本の経営理念の歴史の変遷-概念の誕生・変容と普及-』である。論文の具体的章立ては、以下の16章からなっている。

序章 問題提起とリサーチクエスチョン

第1部 経営理念という言葉の誕生から一般への普及('70年代初頭まで)

第1章 「理念」という言葉の誕生と普及(明治・大正時代)

第2章 「経営理念」という言葉の始まり(昭和初期～第二次大戦中)

第3章 経営理念という言葉の普及と一般化「新しい経営理念ブーム」

第4章 実業界における「経営理念ブーム」の影響

第5章 「新しい経営理念」ブームへの学会の対応

第6章 経済思想・経営思想としての経営理念

第7章 経営者の哲学、経営者理念としての経営理念

第8章 「新しい経営理念ブーム」による3つの経営理念概念

第2部 「企業組織の経営理念」の歴史の変遷(50年代～現在)

第9章 経営理念の成文化と公表－経営理念機能論の台頭

第10章 経営理念の構造論－経営理念内容の継承・変更のパターン

第11章 「企業組織の経営理念」がどのように変わっていったのか

第12章 企業組織の経営理念－トヨタ自動車の事例

第13章 「企業組織の経営理念」研究

第14章 経営理念の概念整理

終章 おわりに－本研究の成果・貢献と残された課題

### II 論文の概要

『日本の経営理念の歴史の変遷-概念の誕生・変容と普及-』は、経営理念という言葉と概念の変遷について歴史的に振り返り、経営理念概念の体系的な整理を行った研究である。経営理念という概念は広く認知されているが、その概念の捉え方は研究者によって相違している。そこで本研究では、そもそも経営理念という概念がいかなる過程で発展し、なぜ概念の捉え方が曖昧になってしまったのかという問題意識に基づいて、歴史の変遷を考察したうえで経営理念の概念整理を行っている。

本論文は2部構成となっていて、第1部では経営理念という言葉の誕生から普及までを歴史的に考察している。第2部では、現在において中心的に議論されている企業組織の経営理念について1970年代から現在に至るまでを歴史的に振り返り、概念整理がさなれている。

第1章から第8章が第1部であり、第1章では理念という言葉が生成する哲学上の歴史的過程を考察している。具体的には、理念にまつわる哲学的な意味の検討およびその概念が国内において普及・拡大していく経緯を探求している。

第2章では、経営理念という言葉が誕生した経緯について議論されている。学会での経営理念という言葉の誕生と、どのように使われていったのかについて歴史的な観点から考察している。当時論じられていた経営理念は、現在のような個々の企業を主体としたものではなく経営の在るべき姿を論じた思想的なものであったことが指摘されている。なお、ここで論じられている経営理念は、「経済思想・経営思想としての経営理念」《概念1》として類型化されている。

第3章では、第二次世界大戦後に経営理念という言葉が各企業に普及していった背景について論じられている。経営理念が普及していったきっかけとなった出来事が、1956年の経済同友会による「経営者の社会的責任の自覚と実践決議」であるとされている。さらに、その後、様々な議論を経て1965年に社会性と利潤性を盛り込んだ「新しい経営理念」が提示されることになった過程が述べられている。なお、ここで論じられている経営理念は、「経営者の哲学、経営者理念としての経営理念」《概念2》として類型化されている。

第4章では、経済同友会による「新しい経営理念」の提示によって注目されることとなった「経営者の哲学、経営者理念としての経営理念」《概念2》から企業組織が経営理念を設立する動きへ発展することが論じられている。なお、ここで論じられている企業組織が設立する経営理念は、「企業組織の経営理念」《概念3》として類型化されている。

第5章では、「新しい経営理念」に対する当時の学会の研究の動きについて論じられている。具体的なアプローチとして、「新しい経営理念」の重要性についての研究、日本の経営理念を確立すべきとする研究、それまで研究されてきた経済・経営思想および経営者思想を経営理念とする研究、経営理念の経営学上での位置づけを明確にしようとする研究という4つのアプローチが存在したことが指摘されている。

第6章から第8章までは、これまでの議論で導き出された経営理念の3つの概念について詳細な議論が展開されている。第6章は、「経済思想・経営思想としての経営理念《概念1》」について家業維持の理念(江戸時代)、実業の思想(明治初期から中期)、経営ナショナリズム(明治初期から中期)、経営家族主義(明治末期から大正期)、経済統制下における経営理念(第二次世界大戦期)、新しい経営理念(1950年代から60年代)という観点から論じられている。続く第7章では、「経営者の哲学、経営者理念としての経営理念」《概念2》について経営者の宗教的背景、活躍した時代の経済思想・経営思想、経営者の過去体験の観点から先行研究を検討し、経営者の経営理念に関する思考の源泉について考察している。第8章では、類型化された3つの経営理念概念について整理が行なわれている。そこでは、「経済思想・経営思想としての経営理念《概念1》」の終焉とその理由について述べられ、「経営者の哲学、経営者理念としての経営理念」《概念2》、「企業組織の経営理念」《概念3》への経営理念概念のパラダイムシフトがあると結論づけられている。

第9章から第13章までが第2部であり、第9章では「企業組織の経営理念」《概念3》の歴史の変遷について論じられている。1950年代半ばから各企業が経営理念を成文化して公開するようになり、経営理念がテキスト化されるようになったとされている。経営理念がテキスト化されたことによって、企業経営におけるその役割を問う視点が強まった。その結果として、経営理念を経営戦略や経営組織に関わる要因として機能するものとする経営理念機能論と経営理念は企業経営にとって普遍的な核心部分であるとする経営理念本質論という2つの視座が導き出されるとしている。

第10章では、経営理念機能論の観点から、経営理念の概念としての構造とその内容の変更パターンについて論じられている。本研究においては、社是・社訓や綱領、ミッション、ビジョン、スローガン、行動指針という形で成文化され、社外に公表された類似概念すべてを捉えて広義の経営理念とし、成文化され、社外に公表された経営理念の中核的な理念を狭義の経営理念として区別している。広義の経営理念は、歴史とともに内容が継承され、変更されることが多く、本章においては複数の企業の事例間比較に基づいて経営理念内容の継承・変更のパターンが整理されている。

第11章から第13章では、「企業組織の経営理念」《概念3》の歴史の変遷について論じられている。具体的には、企業の社会的責任に関する概念の追加(1950年代から70年代)、戦略概念の導入-戦略の上位概念としての経営理念-(1980年代から90年代)、「社会性(CSR・サステナビリティ)のさらなる強調」(2000年代以降)という観点から議論されている。次の、第12章では、トヨタ自動車の事例研究を通じて「企業組織の経営理念」《概念3》の歴史の変遷についてより詳細に考察されている。そして、第13章では、「企業組織の経営理念」《概念3》にまつわる既存研究の分析がなされている。

第14章では、総括として経営理念の歴史の変遷を振り返り、導き出された3つの経営理念概念および2つの視座に基づいて経営理念の概念整理が行われている。経営理念の概念整理を通じて、経営理念が曖昧で広範な概念になった理由が考察されている。

終章では、本研究の成果と貢献、そして、残された課題について述べられている。

### III 論文の評価

本研究は、一般に広く認知され重要性も認められている一方で非常に広範で曖昧な概念である経営理念について、徹底的な文献調査、関連資料の分析、事例研究を通じて概念の整理を試みた既存の経営理念研究では成しえなかった重要かつ意義のある研究である。

既存の経営理念研究においては、研究者によってその概念の捉え方が異なり、そもそも経営理念とはいかなる概念なのかについて統一された見解がなかった。そのような現状の経営理念研究において本研究は、既存研究とは一線を画す独自性を持っている。

本研究の独自性の1つは、経営理念という言葉の意味に着目し、その概念の発展過程を詳細に記述している点である。本研究では、理念という言葉の起源から経営理念という概念が誕生した背景、そして、現在議論されている経営理念にいたるまでの変容と普及の経

緯の歴史的な検証を通じて、なぜ経営理念という概念が広範で曖昧なものになったのかについて明らかにしている。このような言葉のルーツに着目して、その言葉の用いられ方が変遷する過程を詳細に記述した研究はこれまでになく、歴史的事実の検証によって明らかになった発見事実は今後の経営理念研究において少なからず影響を与えるものと思われる。

もう 1 つの本研究の独自性は、広範で曖昧な概念である経営理念について、概念が発展していく過程の分析を通じて概念整理を行っている点である。概念整理によって経営理念の概念がより明確になり、誤解をなくして理解を深めることに本研究は貢献している。また、今後の経営理念研究が、研究の視点を事前に明示化できることに本研究の成果は貢献できるとと思われる。

独自性を追求した野心的な研究ゆえに、いくつかの課題が残る。初めに、導き出された経営理念に関する諸概念を操作化するにあたって、それらをどのように規定するのかについては今後更なる検討が必要となる。次に、理念の在り方とリーダーの在り方の関係性、理念と組織論の諸研究との関係性など、関係する諸概念とのつながりについては十分に考察されていないので、今後の研究課題となろう。最後に、ここで提示された概念の類型化に関して、実務家がどのような反応を示すのかについても今回の研究では触れられていないので、引き続き調査研究する必要がある。

#### IV 結論

本研究は、既存研究では曖昧なままであった経営理念の言葉の定義や概念整理に関して、真正面から取り組んだ大変真摯な研究である。研究から得られた独自性あふれる発見事実は、今後の経営理念研究に多くの示唆を与えるものである。そして、結論として提示された経営理念の概念整理によって、経営理念を研究するにあたってその立ち位置を明示化でき、今後の経営理念研究の発展に大きく寄与するものである。

研究上の課題はいくつかあるものの、決して克服することが不可能な課題ではなく、今後なお一層の研究の進展が期待されるものである。

以上の点から、野林晴彦氏が提出した『日本の経営理念の歴史的変遷-概念の誕生・変容と普及-』は、研究論文として高く評価できるものであり博士論文として認定する。

審査委員主査 小野 善生  
審査委員 三崎 秀央  
伊藤 博之  
澤木 聖子