

社会マネジメント学の対象と方法

社会マネジメント学科長 金 森 剛

学問もしくは科学には固有の対象と方法がなければならない、と広く信じられている。そのため多くの科学、特に社会諸科学においてアイデンティティを求めて定義論争が長く続けられているが、その論争から新しい知見が豊かに得られているというわけでもない。しかし、対象や方法がある程度特定して専門家が集うことにより科学の発展が加速されるとすれば、ここで試論として社会マネジメント学について検討する価値はあるだろう。

1. 社会マネジメント学の対象

図1は米国の社会学者Talcott ParsonsのAGIL理論に基づき、社会マネジメント学の専任教員の専門分野の分類を試みたものである。社会マネジメント学の対象は、ここに挙げた経済学、経営学、行政学、法学、社会学、民族学、民俗学、社会心理学、情報科学等が対象としている社会現象であることは間違いない。しかしそうであるならば、こうした社会諸科学があれば十分であり、わざわざ社会マネジメント学を構築する必要はなくなる。

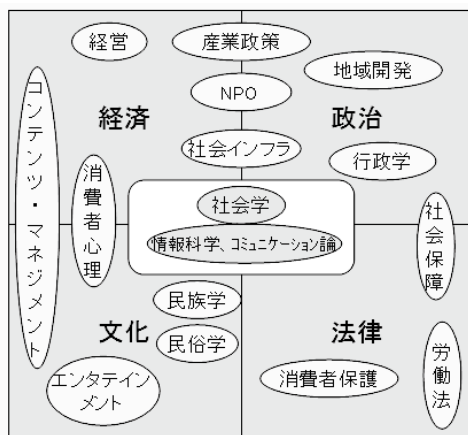


図1 社会マネジメント学科の専任教員の専門分野

社会マネジメント学の目的は社会問題の解決方法の研究である、という認識についてはおそらくあまり異論はないだろう。地球環境の破壊と自然災害、技術革新の停滞、経済成長の鈍化、テロや地域紛争の多発、超高齢化社会の到来、地域社会の崩壊といった社会問題は、従来の社会科学のそれぞれに任せていてはなかなか解決が図られなかった。それならば学際的研究を行えばよいと言われて久しいが、異なる学問分野間での共通基盤がないために協働が進んでこなかった。諸科学の研究対象である社会問題を共通する視点でとらえ、異分野の研究者が協働できる基盤が必要である。

ここで國領（2011）を参考にしたい。國領は「社会は設計できないが、協働の場（プラットフォーム）は設計できる」と言った。社会問題の解決にあたって、ステイタックな視点を持つ研究者は、複雑・多様で変化の激しい社会の構造と機能を緻密に設計しようとするが、それはおそらく不可能である。社会問題の解決のためには、関係する実践者が協働できるような場や制度を設計し、効果的な解決策を自律的に創造していくためのプラットフォームを開発する方が近道である。こうしたダイナミックなプロセスを前提とした総合的な社会科学として社会マネジメント学の実存意義がある。

國領（2011）によればプラットフォーム設計の主要変数は、参加する関係主体の①コミュニケーションのパターンの設計、②役割の設計、③インセンティブの設計、④信頼をはじめとする、人間が協働する際に必要な心理状態を形成するメカニズムの設計、⑤参加者の内部変化のマネジメント、であるとしている。

このように、社会問題解決のための協働の場の設計の5つの変数が、社会諸科学が協働して社会問題の解決策を研究する「社会マネジメント学」の対象である。たとえば「地域の特産品の販促」という問題を解決しようとする時、経済合理性だけに注目した経営的視点だけでは有効でなく、また逆に地域活性化だけに重点を置いた運動論でも有効な解決策は見いだせない。我々社会マネジメント学者は、当事者であるメーカー、産地の農協、都市部の消費者が、どのように役割を分担してコミュニケーションを行い、どうしたら相互にメリットのあるシステムを自発的に構築していけるかを研究しようとする。

2. 社会マネジメント学の方法

それでは以上のような対象を研究する社会マネジメント学の「方法」は何だろうか。近年、教育学、心理学や看護研究の分野で注目されている研究方法として「アクションリサーチ」がある。その淵源はゲシュタルト心理学で有名なKurt Lewinにある（筒井 2010）。Lewinは行動変容のためには集団の意思決定への参加が必要であること

に注目し、それが今日のアクションリサーチのバックボーンになっている。

矢守（2010）によれば、アクションリサーチとは、『『こんな社会にしたい』という思いを共有する研究者と研究対象者とが展開する共同的な社会的実践』であり、その特徴は「①目標とする社会的状態の実現へ向けた変化を志向した広義の工学的・価値懐胎的な研究であり、②上記に言う目標状態を共有する研究対象者と研究者（双方含めて当事者）による共同実践的な研究」である。「正解はなく成解がある」としているように、研究対象者（実践者）と研究者とが協働して問題解決にあたるための手法である。

また内山（2007）によれば、従来の方法では、研究者による分析を経てあるべき姿を提示し、現実とのギャップを解消する代替案を客観的に評価し、目標達成のためのアクションプランを作成するという手順をたどった。つまり研究と実践とは異なる活動として、はっきりと区分されてた。しかしそうした方法をとると、実践者は問題解決のための意思決定に参加しておらず、押し付けられた解決策では実践者が主体的に工夫して問題解決にあたるのが期待できなかった。そこで研究者は現場の実践者を巻き込んで、一緒に問題の発見と定義を行い、実践者の知見を活用して一緒に分析モデルを構築し、実践者と共に仮説検証の実践を行うことで組織学習が進展する。

こうした方法は教育学や看護の現場ではアクションリサーチと呼ばれているが、その他の複数の社会科学においても同時多発的に主張されはじめている。例えば、組織論における野中郁次郎のSECIモデルなどの「組織学習」、法学や経営学の教育現場での「ケースメソッド」、リーダーシップ論における「ファシリテーター」への注目、地域問題に対する「ワークショップ」の活用、企業と顧客との協働に着目したPrahalad & Ramaswamyの「価値共創戦略」といった主張は、実践者の「参加と協働」が今日の手法であることを示している（矢島・金森 2012）。

このように社会マネジメント学の方法は、我々研究者と地域や企業内の実践者が、社会問題解決のために協働して社会問題を分析し実践する、という「アクションリサーチ」の方法に近似できる。たとえば先の例のように、我々がプロジェクト・チームを組織して「地域の特産品の販促」という問題に対面したとき、研究者、学生、メーカー、農協、消費者が問題を共有し、協働して問題解決を実践することが必要である。そのために我々は通常、新商品コンセプトを開発するだけでなく、学園祭（相生祭）で地域物産展を開催したり、百貨店で特設会場を設けたりして、産地・研究者・学生が共同で消費者と対話し、産地の方々が主体的に解決策の創造を持続できるような方法をとるのである。このような方法をとる場合、学生は研究者でもあり将来の実践者

でもあるため、研究と教育の合一が図られることにもなる。

【参考文献】

- 内山研一『現場の学としてのアクションリサーチ：ソフトシステム方法論の日本的再構築』白桃書房，2007.
- 國領二郎「プラットフォームとその設計」国領二郎・プラットフォームデザイン・ラボ編『創発経営のプラットフォーム』日本経済新聞出版社，2011，pp13-33.
- 筒井真優美『研究と実践とつなぐアクションリサーチ入門：看護研究の新たなステージへ』ライフサポート社，2010.
- 矢島邦昭・金森剛『マーケティングの理論と実際：基礎理論から参加型マーケティング構築まで』晃洋書房，2012.
- 矢守克也『アクションリサーチ：実践する人間科学』新曜社，2010.