

I. 研究テーマ

専門職学位論文の作成に向けた研究指導を行います。マーケティング論に関連する分野が、指導領域です。

市場の創造と維持。組織が事業を存続させていく上で、この問題を避けて通ることはできません。マーケティング論は、この市場の創造と維持にあたって必要となる、顧客との対話、そして競争への対応を、企業が効果・効率的に実現するためのマネジメント枠組みを研究対象とします。より具体的には、新製品・サービス開発、ブランド構築、価格政策、収益モデル、販売網構築、営業・販売管理、プロモーション戦略、顧客関係管理、ビジネス・モデルといった幅広い問題が、マーケティング研究の対象となります。近年では、市場の成熟化、競争圧力の増大、経済のサービス化、IT の発展、情報の氾濫、社会の持続可能性への関心の高まり、自然災害や国際紛争によるサプライチェーンの混乱などにより、これらの問題はより複雑かつ高度な判断が求められるようになっていきます。

この演習では、これらの現代のマーケティング問題の構造や秩序を踏まえた、新しいマネジメントや行動の枠組みを構想したり、検証したりするための研究および論文作成の指導を行います。演習の参加者各人が、現場で直面している問題の意味を考え抜き、しつこく検証を重ね、解釈の行き届いた専門職学位論文を書き上げることが最終目標です。

II. 今期の目標

この現代経営学演習は、2026 年度後期から 2027 年度前期にわたって開講されます。最終目標は、専門職学位論文を完成することですが、このうち 2026 年度後期には、以下の作業と学習を完了しておくことを共通の目標とします。

1. リサーチ・デザインの確定

皆さんは、すでに暖めている研究計画（リサーチ・デザイン）があると思います。しかし、熱意をもって取り組める、本当に興味深い研究計画を確立できているでしょうか？論文の最終的な出来の善し悪しは、選んだ研究テーマに大きく依存します。2026年度後期の現代経営学演習は、参加者各人が取り組もうとしている研究テーマの意義を問い直し、方法論的な実行可能性や妥当性を繰り返し検討し、問うべき課題を練り上げていくための場と位置づけています。このプロセスを通じて、各人が納得して取り組めるテーマを見いだし、リサーチ・デザインを固めていくことが目標です。

2. 研究の方法の理解

研究には試行錯誤がつきものですが、これを行き当たりばったりで行っていると、前進なき迷走となってしまいます。研究を上手く進めていくためには、どのような資料やデータをどのような手続きで入手し、どのように整理や分析を行い、どのように組み立ててい

けばよいかの見通しを確立しておく必要があります。研究にはさまざまな方法やスタイルがあり、興味や関心に応じてアプローチを変える必要があります。2026年度後期の現代経営学演習では、こうした研究の方法論の理解に努め、各人がリサーチ・デザインを的確に行うことができるように学習を進めます。

3. 予備調査の実施

研究にかかわる行動を迷走させないためには、計画やデザインが必要です。しかし地に足のついた現実感のある計画やデザインを導くには、行動から生まれる手がかりを活用する必要があります。社会人学生が研究にかかわる際のアドバンテージは、研究テーマの実際につながるネットワークの渦中にある、あるいはつながっていることです。問題意識をもって小さな行動を起こせば、高度で充実した計画やデザインにつながる気づきを得ることができます。ちょっと周囲に聞いて回る、すでに手元にあるデータや資料を調べてみる行動を欠かさないようにしながら、各人がリサーチ・デザインを練り上げていきます。

4. 先行研究の動向の把握

自らの研究テーマに関連して、どのような先行研究が行われているのか？ その基本動向を把握することによって、研究を導く問いの焦点や、調査や分析のデザインをよりの確に見定めることができるようになります。各人の研究テーマに関連する先行研究の動向の把握に取り組みます。

Ⅲ. 授業内容の要旨と授業計画

以下のようなスケジュールを考えていますが、参加者の興味や関心、あるいは研究の進行度合いをみながら、変更を行うこともあり得ます。

第1回（9月12日）：リサーチ・デザインの基本枠組みを理解する

午前には、今後のゼミの進め方を確認し、研究計画（リサーチ・デザイン）の基本枠組みを理解します。午後には、M2生の研究成果の発表会（ポスターセッション）に参加し、多様なテーマのもとで、経営上のどのような問題に、どのような方法で、どのような解が提示されているかを、議論に参加しながら見て回ります。

第2回（10月10日）：リサーチ・デザインと向き合う

午前には、各人が取り組んでみたいと考えている研究について、テーマ、問題、意義のミニ発表を行います。午後には、田村正紀著『リサーチ・デザイン』（白桃書房、2006年）の輪読会を行い、リサーチ・デザインに対する理解を深めます。

第3回（12月5日）：リサーチ・デザインに磨きをかける

1日をかけて各人の研究のリサーチ・デザイン（テーマ、問題、方法、意義、（先行研究））の発表と討議を行います。

第4回（2月13日）：リサーチ・デザインを確定する

1日をかけて各人の研究のリサーチ・デザイン（テーマ、問題、方法、意義、先行研究）の発表と討議を行い、リサーチ・デザインを確定します。

IV. 成績評価の方法

現代経営学演習の成績評価は、基本的には専門職学位論文の審査結果にもとづくものとなります。しかし参加者が、他のメンバーとの議論を通じて、相互に学びあうことも大切です。したがって成績評価にあたっては、各回の出席状況や議論への参加状況も加味します。

V. 受講生へのメッセージ

研究能力の向上は、一般的な情報収集能力、そして問題に対する診断・解決提案力の向上にもつながります。仲間との学びは、事業観、人間観、洞察力、行動力、企業家精神の研鑽にもつながります。この機会に腰を据えてじっくりと取り組みましょう。