

## 会員の広場



### 企業人から見た大学開放への期待

株式会社オリエンタルランド特別顧問 福島 祥郎

#### 1. はじめに

人類にある目的は、生物の命が持っている「生物の2大基本欲求」、つまり、「自己保存の欲求」と「種族保存の欲求」である。人間は理性を持っているから、自己保存の欲求が「意志」となり、種族保存の欲求が「愛」となる。人のために創造、貢献することで「意志の実現」を達成し、良い人間関係づくりをして、「愛の実現」とする。この両面が具体的に調和を保っているのが本来の正しい姿であり、この人間性分の本質を実現してこそ幸福になる。他の生命体よりもこれほど発展した能力を与えられた人類には、使命といってよいほど、生きている間に成し遂げなくてはならないことが多くある。それは自我（エゴ）を超えたものであり、他人の幸せが自分の幸せとなる他利の心構えによって達成される本質である。

しかしながら、明治維新、敗戦、高度経済成長というパラダイムの大転換を幾度となく経験してきた現代の我々日本人においては、この本質が深層に潜り込んでおり、表層的な欲望に駆られがちである。そうしている間に我欲が強くなり、相対的価値を求めるあまり、武士道精神をはじめとした日本の伝統的な「道の精神」の良さが社会全体においても消失されていった。「誰かのために」ではなく、「自分のために」という意識が駆り立てる社会では、創造性が次第に希薄となり、手段の目的化が横行し、内向き志向が強くなったように思う。

未来のために、企業からみて必要な学習とは、もちろん現実的には、グローバルイゼーション、イマジネーションをはじめとした内外環境の変化に対応できる力を養っておくことである。一方で、これら変化への対応の土台となるものが、「社会の一員としての企業」という視座である。企業が社会へ大きな影響力を有するのであれば、「企業とは何のために存在するのか」という質問に胸を張って答えられることが必要だ。それは、体得、あるいは、感じる感性の領域のことかもしれないが、学習を通してある程度、カバーできることであるとも思う。

その意味で大学開放が担う役割は重要である。大学開放は、その参画者間の垣根を低くし、学問間の交流・交錯を促す機会を提供することで、今までにはないことを想像・創造する機会を提供できる。これらのことは、企業側からみても大変貴重な「場」であろう。社会の一員である企業が、実際に社会の構成メンバーと交流を行い、そこから未来を共に創っていくのである。異なる者同士が出会うことで生まれる新しい価値は、大学開放だからこそ可能なものであり、上述の学習を共に推進していく

ことは、新しい世界を形成していく上で大変有益なことである。本稿では、これからの企業人に求められるもの、および、大学開放が担うであろう役割に対して、私の意見を記述していきたいと思う。

## 2. これからの企業人に求められるもの

これからの企業人にとって、必要とされるものは何か、ということ突き詰めて考えてみると、次の三点にまとめることができる。第一は、次の文章である。

“時と空間を超える新しい創造をめざして” われわれは、常に探究し続ける。  
未知の世界に乗り出しさまざまな文化を吸収しひとびとの心に輝きをもたらす真理を発掘する。  
われわれは、常に挑戦し続ける。自己の能力を最高度に発揮し、磨き、前進する。  
それが、企業のエネルギー、新たなる事業の源泉となる。われわれが情熱を傾け創り出すものは、すべてのひとの幸福のために、捧げられる。それは愛とやすらぎに満ち活力を再生させる。  
ここに生きる歓びは、心という広大な宇宙を開拓し想像と創造を繰り返しながら美しい人間の進化に寄与することにある。

これは、私が長年勤務している株式会社オリエンタルランドの理念の中にある一部である。私はこの理念に立ち返ることができれば、企業は何のためという存在意義をしっかりと腹に据えて仕事ができると考えている。昨今、「社会貢献」という言葉を、多くの場面で目にするが、企業そのものは企業活動を通じて社会へ貢献をしているわけであり、そこを切り離れた社会貢献「活動」という表面的な行動のことではない。企業はこのような目的のために存在しているのである。利益や売り上げというものは、このような目的を達成するための手段であり、このもっとも根源的な事実をしっかりと体得できる学習が、今、再度、求められている。

例えば、会計粉飾などの事件が頻発するのは、目的と手段を見誤ってしまったからであり、いくら「会計学」を学べども、その使い道を誤れば元も子もないのである。同様に、「マーケティング」、「戦略」、「ファイナンス」、「組織論」など、すべて企業からみた必要な学習には、この「社会の一員としての企業」という視座が第一に求められる。

第二に、企業からみて必要だと思われる学習は、「イマジネーション」である。この世界にある人間が創り出したすべてのものは、ある人のイマジネーション、想像力の中ではじめに存在した。それが現実世界に創造されてきたわけであるが、始点であるイマジネーションがしっかりと開花する機会の提供が、現在の学習に求められる。多くのインプットをしたのであれば、クリエイティブに想像し、現実世界でアウトプットとして創造していかなければならない。イマジネーションは、今までの世界にないものを生み出す爆発的な力を持っているが、日本人は総じてイマジネーションが弱い。

一部の天才という人は存在するのだろうが、「想像力がある人」ではなく、「想像力を開花できる環境にある人、環境を求める人」なのではないだろうか。自分と異なるものに接触することを臆せず、常に進化を野心的にめざし、新しい考え方や発想、アイデアを量産していく姿勢を是とする、評価する学習風土が必要であろう。それは教える側も答えがないわけであるから不安はあるだろうし、学習者が指導者を凌駕するケースも出てくるに違いない。それが良いのだ。 さ

らに、イマジネーションは、世界共通語なのである。アップル社の 아이폰 は、国境の違いなどまったく関係なく、世界中に普及している。東京ディズニーランドも老若男女、万人に受け入れられる場所となっている。

第三に、企業人に求められる学習は、「グローバルイゼーションへの対応」能力である。対応というよりも、こちらから仕掛けていくくらいの心でないといけないかもしれない。我々の生活レベルでも、グローバル化に関する多くの変化が 2011 年に起こった。日本には LCC (ローコストキャリア、低運賃航空会社) が多数参入し、国内旅行並みの価格で海外へ手軽に移動することが現実となった。我々が海外へ行くということは、その分海外からも日本に多くの人が来日するということである。また、日本企業はその生産地と消費地を日本国外に移転することを当然のように実施している。多くの企業で、例えばその売り上げ比率を国内 : 海外で表示することが実施されている。法人税率や政府規制などを鑑み本社所在地を他国へ移動したり、海外支社の管理職を日本から派遣するのではなく現地採用の人を据えたり、さらには本社という概念を捨てすべてを平等の支社として扱う企業も存在している。

そのような中で大切なことは、武士道精神、伝統美、チームワークといった日本古来から受け継がれてきた日本の・日本人としての強みをしっかりと学習し直し、日本精神をグローバルイゼーションに活用することだ。我々は、これほど細部まで留意できるからこそ、多くの伝統美を輩出してきたし、例えばオペレーションにおける繊細な動作設計、ハイテク分野における最先端技術の発明、サービス産業における高度なホスピタリティー、日本料理における出汁・世界の言葉となった「旨み」などを実現し、日本人の繊細な感性で世界に貢献してきたわけである。このポイントが差別化のポイントであり、学習し認識すべき強みである。これを証明するかのように、世界で一番多くミシュランスターを獲得したレストランが多い都市は東京だそうだ。いくらグローバルイゼーションが進行したといえど、弱腰にならず、日本・日本人としての強みを理解し世界に打ち出していける学習である。

### 3. 大学開放が担う役割

このように、今後のビジネスに求められる 3 つのことには、欧米に学ぶというよりも、むしろ日本を自省して獲得できる学習要素が多い。世の中を変えるために、大学のみならずすべてにおいて新しい試みが必要であるが、大学開放が担う役割は、大きく 3 つの垣根を取り除くことにあると考える。第一に、「大学の学問間の垣根」、第二に「参画者の垣根」、第三に、「現在と未来の垣根」、である。

第一に、「大学の学問間の垣根」であるが、多くのイマジネーションは、領域が融合する過程で勃発するため、一つの学習領域だけでなく複数の学習分野の教員が連携し、学習機会を提供することが必要である。例えば、レオナルド・ダ・ヴィンチは、芸術だけでなく科学の才能に長けていた人物であり、多くの作品において科学的手法をデザインに落とし込んだことは周知の事実である。力のない学問は本物ではない。考え方ではなく、総合した感じ方なのである。

第二に、「市民・企業・大学をはじめとした参画者の垣根」である。「ステークホルダー」という概念が企業にはあるが、ここには企業を取り囲むように、一步距離を置いた存在という意味が漂う。しかしながら、BtoCビジネスを行う企業にとって市民は大切な消費者に他ならず、また、大学は大きな知恵とイマジネーション機会を創造するパートナーであろう。大学開放という「場」が、多くの参画者の交差点となり、企業を巻き込んだ大きなうねりを社会に起こす発火点たることを期待したい。

第三に、「現在と未来の垣根」であるが、申している通り、グローバルイゼーションなど多くの変化が待ち受ける中で、常に実験の場、社会の変化のその先を創る場が必要だ。現在の延長線上ではなく、飛び越えた未来をしっかりと見据えた大学開放は、どの参画者にとっても未来に挑戦する場であってほしい。例えばオックスフォード大学は、大学自体が街と一体化し、新しい領域が伝統的な領域同士の融合により誕生し、企業が多く講座を支援することで実学につなげ、さらに教員や学生が実際に起業を行い、市民と効果の反復検証を行っている。伝統をしっかりと見据えているからこそ、できる革新であろう。

#### 4. おわりに

以上のように今回貴重な場を頂き私の意見を述べたが、これは、「継続性」をもって「実践」し続けることが重要である。大学開放という概念は、社会にとって欠いてはならないものである。企業が社会に大きな影響力を持つのであれば、企業をしっかりとその動きの中に取り込み、想像と創造を繰り返しながら社会の発展に寄与することができるはずだ。初めから理想的な大学開放を求めるのは難しい。最初は、企業が従業員教育や幹部社員教育をすべて企業内教育で行うというものを、部分的に地域の大学開放で代替するという発想があれば、大学開放も広がり、企業のコストも軽減する。大学開放というものは手段であり、その目的化や自己満足は避けなければならない。一過性ではない継続的な手段の実践により、我々の時代からさらに発展した世界を、次の世代に引き継ぐことができるのではないだろうか。

---

#### 福島 祥郎 (ふくしま・よしろう)

1946年、千葉県生まれ。現在は、株式会社オリエンタルランドにて特別顧問を務める。1969年、株式会社オリエンタルランド入社。1991年広報室長、1995年取締役経営企画室長、1999年常務取締役営業本部長、2004年代表取締役専務取締役テーマパーク統括本部長、2005年代表取締役社長(兼)COO社長執行役員を歴任。趣味は、版画・陶芸・読書。全日本大学開放推進機構法人会員(人間禅)。