

## 本研究科を誕生させた北山晴一先生を囲んで

研究科名に込めたメッセージ

The Birth of “Graduate School of Social Design Studies”:

A Memoir by Prof. KITAYAMA Seiichi

北山 晴一先生（語り）

長 有紀枝先生（司会・聞き手）

長 皆さまご存じのように、北山先生は、まず、21世紀社会デザイン研究科を立ち上げられる前に、1998年、文学部に（独立研究科ならぬ）独立専攻としての比較文学専攻を立ち上げられ、また、大学院改革の構想段階から21世紀社会デザイン研究科の企画段階まで、全てのレールを敷かれてこられました。それと同時に、社会デザイン学という概念もはじめて提唱されておられます。

来年度2024年度より、「21世紀社会デザイン研究科」は重要な名称変更を行います。具体的には、研究科名が「21世紀社会デザイン研究科（Graduate School of Social Design Studies）」から「社会デザイン研究科（Graduate School of Social Design Studies）」に、また専攻名が「比較組織ネットワーク学専攻（Business Administration in Network and Social Organization）」から「社会デザイン学専攻（Social Design Studies）」に、それぞれ変更になります。このような節目のときに、あらためて北山先生からこの研究科と専攻を立ち上げられたときの経緯や、研究科の企画や名称に含められたいろいろな思いや考え、それらを全部含めて、過去、現在、未来、好きなように先生に話していただければと思います。

北山 よろしくお願ひいたします。ご存じかと思いますが、大学院21世紀社会デザイン研究科出発の時点から、これまで繰り返し投げかけられてきた質問があります。「社会デザインとは何か」という質問がそれです。この問いが含み持つ学問論的意味については、後で詳しく触れたいと思いますが、こうした質問に答える代わりに、私自身はいつも別の問いかけ、すなわち「何ゆえの社会デザイン（学）なのか」という問いかけを対置してきました。すると今度は、さらに多くの人々から、「なぜ社会デザイン学の教科書を作らなかったのか」とか、「今からでも作ったらどうか」という誘いを受けることになりました。しかし、私自身は、教科書をつくることについてはずっと否定的な立場を維持してきました。その理由は、簡単です。教科書をつくるためには、「社会デザインとは何か」という質問に対して、それこそ十分に学問論的、かつ戦略的な対応を用意しておく必要があると感じていたからです。

したがって、私のきょうのお話は、立教大学の大学院改革と21世紀社会デザイン研究科の設置に携わってきた人間として、当時の立教大学において、何ゆえこのような

本研究科を誕生させた北山晴一先生を囲んで

名称をもつ大学院の設置を望んだのか、設置前後の大学内部の雰囲気をお話しながら、自分なりに考えていたこととお話したいと思っております。

## 「文明社会の危機管理」というミッション

ご存じのように、21世紀社会デザイン研究科は、設置の趣旨として「文明社会の危機管理」という目的を掲げています。なぜ文明社会の危機管理なのかについては、1999年に出された「新大学院構想ワーキンググループ」（座長：丸山恵也・経済学部教授。いわゆる丸山委員会）の答申では、おおむね、次のように説明していました。いわく、20世紀の終わりが近づき、世界的な規模で進展する科学技術の発達と経済活動の活発化と広域化、それにとまなう社会構造の著しい変化や地球環境の危機など、当時の誰もが「これまでのようにはいかない」という危惧をいだいていたにも関わらず、そうした問題意識や危機感を学問的に受け止め、かつ人材育成をも合わせて考える想像力が日本の大学には決定的に欠けていた、として、「社会デザイン研究科」設置の構想を打ち出しました。

じっさいに研究科が設置されたのは、世紀の替わった2002年のことですが、すでに1999年の時点で、「社会デザイン」の用語（表現）が登場し、しかも、設置時には、立教大学に固有の、つまりは大学のもつミッション性にも訴える大学院研究科が設置されるに至ったわけです。設置後の履修要項では、そのことについて明確に宣言しています。すなわち、研究科の設置理念の核をなすものとして、「人権意識に裏付けられた真に共生的な社会を創成するにはいかなる理念と知識と技術とが必要であるか」という問いを投げかけています。この問いは、21世紀社会デザイン研究科の中心理念でもあります。立教大学そのものの建学の精神を具体化したものに他ならないとも明言することができます。

詳しく説明している余裕がないので強引にまとめてしまいましたが、立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科の基本的方向性は、以下のようなものになるかと思えます。

- ・ 文明社会の危機管理
- ・ 新時代の社会運営のための組織論研究
- ・ 新時代の社会的アクターとして重要性を増す非営利組織の経営理論
- ・ 社会人の再教育を重視する
- ・ 大学院の新しい運営形式としての独立研究科方式（学部と直結しない研究科）を採用する

ご覧のように、個々に挙げられた特色（とりわけ危機管理の学と非営利組織の経営理論）は、いずれも、当時の感覚としてはとてつもなく突飛なものであり、しかも独立研究科構想の持つ採算性への懸念が強くて、答申は出たものの、学内的にはむしろ否定的な雰囲気が支配的で、しばらくたなごらしにされました。しかし、立教大学は、やはりミッションスクールなのでした。ミッション性を正面に掲げた提案を無碍に否定するわけにはいかないのです。社会デザイン研究科は、丸山委員会の答申時においても、すでに研究教育の場であるばかりでなく、社会的なメッセージを掲げる運動体としての立場を明確にしていました。社会的なメッセージを出すことを謳う大学院なんていうのは、他の大学ではつくりにくい。ところが立教大学ではつくれる。立教大

学がミッションの学校だからです。これは非常に重要な点です。しかも、この新大学院は、当時の立教大学にまったく欠けていた大型ビジネススクール創設の提案でもあり、なおかつ非営利を専門とするビジネススクール（これこそミッションです）を目指していたわけですから、結局、大学として後押しせざるを得なかった。これが私の振り返りです。

## 「社会デザイン（学）」とは何かという問いかけを超える

次に、最初に触れた「社会デザイン（学）」とは何か、という問いかけに戻ってのお話です。「〇〇学とは何か」という問いかけは、歴史的にみると、じつは新しい学問的思考の試みに対する「いじめ」なんです。例えば、「心理学とは何か？」などと問われること、今日ではほとんどない。あるいは、「社会学とは何か？」などと問われることもいまありません。生理学とか医学も、ずっと昔から自明のものみなされ、それがどんな学問であるかなどと改めて問われることはないでしょう。ところが、100年前、社会学がまだ若かったころは、社会学者自身が自らのアイデンティティについて疑心暗鬼、自信をもっていませんでした。このように、「とは何か」と問われるのは、常に、新しく学問の世界に参入しようとする研究テーマや研究者の側だけ。入学前の、「いじめ」なのです。これが、いまなお社会デザイン（学）のおかれた客観状況であり、だからこそ、「社会デザインの理念や方法論について書かれた理論書がありますか」などといった愚問を平気で口にする輩が絶えないわけです。

そもそも学問論の地平から見れば、「とは何か」などという定義づけから始まる問いほど不毛な問いはありません。昔、フランツ・ファノンの『アフリカ革命に向けて』の改訳作業の際に、みずず書房の応接室でカール・シュミットの『政治的ロマン主義』という著作に遭遇し感動した日のことを思い出します。シュミットは、「政治的ロマン主義とは何か？」などという問いを立てても意味のある答えは出てこないこと、しかし、「〇〇は政治的ロマン主義だ」という陳述は可能だ、と書いていました。翻って見れば、「社会デザインとは何か？」という問いについても同様のことが言えます。問いへの答えが難しいのではなく、問いそのものが不毛なのです。いっぽうで、逆方向からの問い、すなわち「〇〇は社会デザインである」、あるいは「〇〇は社会デザイン学の実践である」といった言い方はつねに可能なのです。では、なぜいっぽうが不毛であり、他方は可能なのか。以下、考えてみましょう。

具体的な事物や理念を紋切り型の言葉で定義すること、そこにはつねに罣があります。例えば、あるものを「何かは〇〇である」という言葉で定義してしまうと、私たちは、その定義の規定する枠組に閉じ込められてしまい、定義の対象とされたものが内包する具体的な内実が目が届かなくなってしまう、そういう危険にさらされています。ちょっと抽象的な言い方をしますと、具体的な事物に名前をつけ分類することによって、私たちは概念（名前・普通名詞・言葉）の世界に閉じ込められ、具体の世界から遠ざかってしまうわけです。ところが「〇〇は社会デザインである」というような形で、述語の部分に、社会デザイン（学）とか、ロマン主義とかを置いてみることによって、私たちは、そうした言葉の指し示す内容物をいくらかでも膨らませていくことが可能になるのです。

本研究科を誕生させた北山晴一先生を囲んで

思えば、定義づけの罫に陥ったのが、社会学の創始者のひとりエミール・デュルケムでした。彼は「社会的事象 social facts」というものを定義して、その定義の中に入ってくるものだけを社会学で扱う対象としました。ですから内心では社会学と隣接すると感じていた生理学や心理学で扱いうるものは、社会学で扱うわけにはいかないと決めてしまいました。これは大変な誤りだったと私は考えます。例えば、私の研究分野の一つである食に関して言えば、デュルケムの社会学では、食という事象の中でも、社会からもっとも強く規定される部分、外部からもっとも強く強制される部分、要するにもっとも“社会学化”しやすい分野だけに絞ってしまった。その結果、味覚や栄養、料理技術といった他分野にもまたがる膨大な知識群が排除されてしまった。これは、社会学にとってたいへんな損失でした。

ところが、デュルケムの次の世代にマルセル・モースという文化人類学者が登場します。モースはじつはデュルケムの甥でしたが、彼の考え方は違っていました。モースは、科学の進歩は、各学問領域の境界が踵を接する空間をどう占拠するかによって決まると考えました。言い換えれば、境界領域にこそ面白い研究対象が埋まっていると考えていたのです。モースいわく「科学が進歩するとき、それは常に具体性に向けての進歩であり、必ず未知なるものに向かったの進歩である」。未知なる領域と具体性への注目、これこそが私たちの社会デザイン（学）の根本を成すところのもの、そういって間違いありません。

「社会デザイン（学）」という新しい未知な学問分野をつくろうとしているわけですから、それが傍から見て未完成（不完全ともいわれました）であるのは当たり前。それが完成されたものであったのなら、新しくつくる必要などないわけです。新しくつくるものが持っている非常に魅力的なところと、新しさが内包する決定的な攻撃されやすさ、これをヴァルネラビリティといいますけれども、それらは表裏一体のもので、このことを私たち自身がちゃんと自覚しておかないと、外からの攻撃に対して反論できないのです。

繰り返しますが、社会デザイン（学）は新しい学問的挑戦です。ですから、教員であろうと院生であろうと、それぞれの関係者が、自分たちの研究の実践を通して中身を埋めていくということが不可欠です。そうした日常的営為によってのみ社会デザイン（学）なるものは実体化されるのだと考えてきました。

## 境界領域だからこそ社会デザイン（学）はおもしろい

21世紀社会デザイン研究科——来年からは社会デザイン研究科ですけれども——に入ってくる院生のみなさんは、どういうことをやりたいのか、自分自身でよく分かっていると思います。院生のみなさんは、既存の分野でやれないことだから、この研究科に来るわけじゃないですか。既存の研究科でできることだったら、そちらに行けば済む。領域と領域の間に、分野と分野の間にあって、自分のやりたいことのできる場所がなかなか見つからない。そういう思いを抱えていた人たちが、21世紀社会デザイン研究科にやって来たんだと思います。

そういった人たちの心意気っていいですか、パッションを共有しているかぎり、社会デザイン（学）は学問的に未熟だ、などと言われる筋合いは全くありません。自信

を持っていい。だって、境界領域について学問的な定義なんてできるわけじゃないじゃないですか。境界領域は境界領域でしかない。でも、いっぽうで、私たちは、境界領域でしかない、などという言い方もしない。そこに社会デザイン（学）という新しい学問の重要な領域があるんだ、と自信をもって言い返すことが大切なのです。院生たちが求めているものは、これまでやれなかったこと、未知なるものの探究です。私たちは、そうした院生たちの意気込みに、正面から応えていく必要があります。

そこで、教員・スタッフの皆さんに、私がいつも言ってきたことがあります。先生がたのご専門は、私もよく分かってます、と。でも、その専門の外延を、5ミリでも1センチでもいいから広げることを考えてほしい。そうしないと、多様な学生たちの関心に対応できない。「自分の専門はこれだから」といって、自分の専門から外れてしまったテーマや学生について、君の指導はできないなどといってしまったら、学生たちは路頭に迷ってしまう。これは非常に重要なところなんです。

自分自身についていえば、2002年に21世紀社会デザイン研究科をつくって、そこで10年近く研究・教育活動を行う中で、自分のやろうとしてたことの外延がものすごく広がりました。多分、私以上に勉強したのは、笠原（清志）先生だったと思います。ムハマド・ユヌスさん（ノーベル平和賞受賞者）のマイクロクレジット活動など、彼の専門領域はすごく広がった。広げることは可能だし、広げなきゃいけないわけです。自分の元々の専門領域だけでやっていたら、学生の指導はできないし、学生は来ない。学生のテーマに対して「どちらかといえば他に〇〇先生が私よりも向いてますよ」という理由で副指導にとどまるという対応はありかもしれない。けれども、そういう同僚がないのであれば、自分がやります、といて指導を引き受けてもらいたい、というふうに、当時はよく言っていました。

それは、学問論というか、研究指導論として望ましいあり方だったと思います。ご存じのように、院生のみなさんのすることは研究です。学部だったら、重要なのは知識を教わることです。しかし、大学院は、前期課程であろうと研究です。研究することとは、未知なるものを探究するから研究になるわけじゃないですか。単に教わるだけだったら、知識の伝授でしかない。伝授の先に行くためには、どうするか。例えば修士論文の中で5ページでもオリジナルのことが言われていたら、それは素晴らしいことです。その点をエンカレッジしてあげなければいけない。

ところで、さきほどモースの話の中で、学問の進歩は必ず具体性に向けての進歩であり、未知なるものに向かっての進歩だ、ということを行いました。ところが、ご存じのように、社会デザイン研究科は社会人学生を中心とした大学院であるあるところに、特色があります。では、社会人大学院生の特色とは、何でしょうか。多くの場合、彼ら彼女らは、すでに具体的な問題関心とテーマ、そしてしばしば研究の素材となるべき具体的な知識や経験をもって入学してきます。いっぽう、彼ら彼女らに決定的に不足しているものがあります。それは、方法論です。知識や経験を論文にまとめ上げていくためには、いったんはそれらを解体し、問題を整理し、仮説を組み立て、論証の順番を確認し、結論に導いていくという一連のプロセスに関するノウハウを学ばなければなりません。そこに指導する教員の役割があります。知識や経験、すなわち論文の素材においては、教員よりも院生のほうが優っていても何の不思議もありません。

本研究科を誕生させた北山晴一先生を囲んで

教員は全てについて知っている必要などなく、あくまでも主体は学生のほうだと思います。方法論の部分では、私たちのほうが長らく研究をやってきた分だけよく知っている。だから、学生が細かいところで行き詰まったら、「大きくパースペクティブを広げてもう1回、考えてみよう」というような、アドバイスをすることが可能なわけです。

### 「わかりやすすくない」という強さ

最後に、研究科名と専攻名の選択には研究科と専攻の運営に関する大事な戦略が隠されていたことをお伝えしておきたいと思います。一言で言えば、ある種のブランド戦略です。異化効果による差異化戦略だと考えてもらってもいいです。

研究科名と専攻名を考えるときに（文部科学省への設置申請の書類を準備していたころですが）、学内ではさまざまな異論がありました。そのころ、縁あって、（株）資生堂名誉会長の福原義春さん（1931-2023年）に会って話を聞いてもらいました。福原さんは、研究科の理念も形式もすぐに理解され、こう加えたのです。「学内で異論があるものは、絶対、素晴らしいはず。だから、やりなさい」、と（笑）。あの人は本当に素晴らしい人で、私にとってかけがえのないメンターとなりました。彼自身が企画部長だった時期にやりたいと思っていた商品企画が社内で徹底的に反対された。それが少なくとも2回はあったと思います。MG5（1963年）とサンオイル（1965年）が、それでした。しかし、いずれの商品も爆発的なヒットをとばしたのです。だから、信念があるなら、反対されても徹底的に主張すべきだ、それが福原さんの考えのようでした。学内で「あんなどこといっしょにやりたくない」、などと徹底的に反対されているときに、福原さんのような学外の人に励まされたら、勇気百倍です。「学内で分かってももらえなくても、学外で分かってももらえるということは、つまり大学院を受験しようとする人々にも分かってもらえるということではないか」という確信に近いものを得ることができました。ちなみに、ほぼ孤立無援で始めた文学研究科比較文明学専攻立ち上げ（1998年）のときにも同じような感覚「学外の方は分かってくれる」を味わいました。20名の募集に対して110名もの応募があったのです。

私はブランド論の研究者でもあります。ブランド論でいうと、ブランド商品の中心核はその差別化（差異化）機能にあります。ですから、耳目に膾炙して「普通商品」化してしまった商品は、その価値も魅力も普通化してしまい（つまり他の商品群に埋没してしまい）、注目されなくなってしまう。大学院や専攻の名称についても例外ではありません。埋没しないための戦略をどう考えるか。それがまず重要です。

研究科の設置申請書類を完成させる中で、お仕着せの受験マーケット調査を余儀なくされましたが、担当したコンサル会社が提案してきた研究科名が「総合政策研究科」。しかも「〇〇大学ではこれを使っているのです、どうか」というもの。無知に対して、怒りに体が震えました。こんな研究科名では、立教大学に学生は来てくれない。ミッション性も何もあったものではありません。科目群の1つに社会組織理論を設けてあることの意味を考えてほしいと思いました。組織理論を教える研究科としては、ちゃんと自信を持って提案できるような組織の形態と名称にすべきだということです。

開設当時の、信号としての「社会デザイン」。しかも「21世紀」などという屋上屋的な冠言葉。おまけに、長ったらしい、比較組織ネットワーク学などという専攻名を

つけたのはなぜなのか、ということ。つまり、簡単に説明できない用語や事柄をあえて選択したことの意味は、どこにあったのかということですね。

さきほどちょっと触れましたが、大学院設置の準備段階で開かれた政策会議の場で、複数の委員から、21世紀社会デザイン研究科のような「こんなへんてこな名前の、訳の分からないところとはいっしょにやりたくない」と言われました。要するに、手に負えない、ということですが、じつは、これは天祐でした。なぜなら、見方を換えれば「手に負えない」ということは、すなわち、他の研究科への同化とか学部への吸収とかのリスクを最小化できるということ。こちらとしては、「いっしょにやれない」というのであれば、「ひとりで勝手にやりましょう…」ということになります。21世紀社会デザイン研究科が「独立研究科」であることの意義もそこにあります。

研究科名にせよ専攻名にせよ説明するのが大変だというのは、じつは重要な事柄なのです。「説明するのが大変だ」ということは、「説明する努力をしなさい」という意味。他人に説明するためには、自分で考え自分の言葉で説明しなきゃ説明できない。すごく大変だけれど、すごく大事な思考訓練の営みだと思います。

要するに、思考のプロセスが重要だということなのです。大学院に入ってくるんだしたら、自分がやろうとしていることが何かということを感じて考えるためにも、まずは研究科の名称や専攻の名称がどういう経緯でできてきたものか、そして、なぜ、こんな七面倒くさい名称になっていたのかを、ときどき考えてほしいと思うわけです。知らない、分からないことを聞くのが恥ずかしいと思う人は、大学院に来る資格がないですね。そのように思います。

長 北山先生、貴重なお話ありがとうございました。本当に心から御礼申し上げたいと思います。