

## 日本経営診断学会「第 55 回 全国大会」統一論題 趣意書

### 統一論題テーマ『ウェルビーイング時代の経営診断』

---

「経営診断」の機能には、経営を評価するのみではなく、改善の勧告ならびに指導を行うところまで含まれるとされています。そのため、改善の勧告や指導を行うには、経営の目的、あるいは目指すべき経営の姿が明確にされている必要があります。

しかし、それらは、一定不変のものではなく、時代や環境によって、影響を受けることとなります。あらためて、経営診断の基軸となっている現在のわが国における「経営の目的、目指すべき経営の姿」とはどのようなものなのかといった疑問が改めて浮かび上がってきます。

第二次世界大戦以降のわが国の高度経済成長期においては、目指すべき経営のあるべき姿として、米国を目標にして、売上額や利益、あるいは企業規模の成長など、いわゆる「経済付加価値」の側面が重視されていました。その後、バブル経済が崩壊し、失われた 20 年、30 年と言われる時代を経るなかで、2000 年ごろから、社員などの「幸せ付加価値」が、理想の経営の姿を考える際の視点として加えられるようになり、今では、一つの潮流になったように感じられます。

経済付加価値に加えて、幸せ付加価値が重要であるとの認識は、欧米でも広がっているようです。また、2016 年、米国経営学会（Academy of Management : AOM）において、「経営の目的」に関するセッションが設けられ、その際、経営の目的として合意されたものが「ウェルビーイング」であったとのことです。ウェルビーイングとは、幸福で肉体的、精神的、社会的すべてにおいて満たされた状態を意味します。経営に関わる全てのステークホルダーのウェルビーイングを高めることが、経営の目指すべき姿、経営の目的であると言えるでしょう。

今回の統一論題として『ウェルビーイング時代の経営診断』を掲げたいと思います。そして、「経営の目的、目指すべき経営の姿」を深め、「経営診断」を掛け合わせて議論をしてみることによって、経営診断に新たな視座が拓かれることを期待します。

例えば、「各ステークホルダーのウェルビーイングはなにから構成されていて、どのように測定できるか」。「それらの適切性をどう診断するか」。「それに基づく助言をどのように活用すれば、各ステークホルダーからなる経営のウェルビーイングを高め、経営の目的や目指すべき経営に近づくようにすることができるか」。これらは、ほんの一例にすぎません。このような検討を通して、ウェルビーイング時代の経営診断の意義と役割に関して新たな知見を付け加えることができれば幸甚です。

日本経営診断学会所属の先生方は、日ごろから、経営診断の向上に役立つ多様な研究や診断実践を行われています。そのような多様な研究や実践を、上述のような、「ウェルビーイング×経営診断」の枠組みに透かしていただき、そこに見えてくる姿や知見を、ぜひ、この統一論題においてご披露いただきたいと思います。複数のご発表はもとより、それらがフロアの質疑も含めて相互に刺激しあい化学反応を生み、ウェルビーイング時代の新たな経営診断の進化を生み出すことに繋がることを期待しています。