

第 3 回 経営系大学院機能強化検討協力者会議における委員の主な御意見

【我が国の経営系大学院教育の在り方について】

- 学生にアンケートを取ると、対面とオンラインのクラスとで学習効果にほとんど変わらないという結果が出ており、教員もそれを実感している。通学時間が省略でき、遠隔地でも学べる一方、オンラインで学ぶと飽きる面もあるので、オンラインの中でセクションを作り、同期意識を醸成している。
- テクノロジーへの投資が主戦場になってくると思うので、スマートフォンを使った教育、オンライン教育、AI を使った教育など、教育に関するテクノロジーへの投資を行うには規模が無ければいけない。そうした投資を行わなければ、世界で勝てないと思う。
- ビジネススクール自体が社会から取り残されるのではないかということに一番危機意識を持っている。今、MBA を取るよりも、フェイスブックやグーグルで働いたり、起業したりした方がいいという傾向がシリコンバレーにある。
- 日本にいながら経営系大学院の世界で戦っていくために、経営の自由度を持ちながら、ユニークさをアピールしていきたいと考えている。
- ファミリービジネスの学位プログラムを提供する欧米のビジネススクールが増えている。アジアの学生がファミリービジネスを研究して母国に戻ると、当然欧米型のスクールで教えられた価値観でファミリービジネスを考える。そういった方々にもアジアのファミリービジネスの理解に基づいて、アジアのファミリービジネスを経営してほしいと考える。
- 日本のビジネススクールの問題点は、日本語で教育が行われていることだと思う。国際マーケットを考えると、日本語だけで教育が行われているのではなかなか国際競争の中には入っていけないと思う。
- 国際的に活躍しようとか、社会に大きく貢献しようといった志が無い中では、問題意識があまり醸成されない。また、様々な科目を用意しても、その中からどう学ぶかに繋がっていかない。知識や技能だけでなく人間教育の側面に、ビジネススクールも真剣に取り組まないといけない。
- そもそも経営人材とは何かという共通認識を持つ必要があるのではないか。
- 教育プログラムを提供するための基礎研究や、社会に貢献する研究の観点が抜け落ちていると感じる。日々入って来る新しい 이슈を研究してカリキュラムに落とし込むこと、教育方法を双方向型に変えていくといったことに取り組まなければならない。

【経営人材のグローバル化について】

- 留学生を呼ぶために、海外に向けて徹底的にマーケティングを行っている。英語 MBA プログラムは民間的な発想で言うと赤字であるが、将来的に多くの優秀な学生が口コミで集まってくるための投資であると考えている。
- グローバルなマーケットは最終的には目指すが、そのためにローカルにおける発想でユニークさというものを常に考えなければならない。
- 修了生がグローバルに展開する時にどうサポートできるか、というのが一つのグローバルに関する視点と認識する。また、在学生にグローバルな現象を伝える方法として、海外から先生を招き集中講義等行ったり、学生が海外へ研修に行きグローバルな視点を持ったりすることが重要という意見もある。
- 研究、教育など全てがインターナショナルでなければならないというのが、ヨーロッパ的なグローバルの捉え方かと思う。日本におけるナショナルをどう位置付けるか。日本の良さなど忘れてはいけないという観点と、グローバルに対応できる人材をどう育成していくかという観点の両方を考えなければならないが、そのバランスが非常に難しい。
- グローバル経営人材について定義をより明確にしないと、教育プログラムを作る上では難しいだろう。国際的なチームで、国際的なテーマを扱い、そういう場で十分コミュニケーションやリーダーシップがとれる等々のコンピテンシーこそが、グローバル経営人材には求められるだろう。
- 日本の良さや価値観、その上にアジア、インターナショナルないしグローバルがある。グローバルは変化し、アジアも発展していくので、定義をきちんとしていかないと行動範囲が狭くなると感じる。

【国際認証評価について】

- ビジネススクール全体として考えなければならないのは、今の社会の変革にどのように追い付き、その先端に行くかだと思う。機関別認証評価、分野別認証評価に加えて国際認証評価となると、膨大な資料が必要で、本当にそれが社会の変革に結びつき、受講生、社会人が望んでいるものなのかについては疑問を持っている。企業が気にするのは、社会の変革と、取り残されるという危機意識、お客様のニーズではないか。

【その他】

- グロービスの成功は卒業生数や規模ではなく、社会の変革に寄与する「創造と変革の志士」を生み出すことだと考える。企業を強くするために人材を育成し、その企業が世界で勝っていけるこ

とを目的としている。

- どんな組織でも経営があり、自己完結的でサステナビリティが無ければならない。
- 日本では経営系修士課程といえば MBA という認識があるが、海外では MIM (Master's International Management)、MS (Master of Science) など多様である。AIM の一つの強みは、多様な学位の中でファミリービジネスの教育が位置付けられている点であると認識する。
- AIM では多くが欧米型のケースによる教育であったが、卒業生はアジアでビジネスを行うため、できるだけアジアの事例を取り上げる形に移行してきた。
- アジアには中小企業が多いものの、従来型のビジネススクールではグローバル企業における欧米型の理論やケースばかりが取り上げられるという実態があり、アジア志向のプログラムを設けた。
- 資金面あるいは教授陣一つとっても、欧米の有名ビジネススクールと真正面からの競合は考えられないので、常にユニークな存在であろうと努めている。