

平成28年度 先導的経営人材養成機能強化促進委託事業

国内外の経営系大学院に関する実態調査及び
産業界の経営系大学院に対するニーズ
修了者に対する評価・処遇の実態等の調査

中間報告

2016年12月

株式会社 工業市場研究所

〒105-0003 東京都港区西新橋3-6-10 マストライフ西新橋ビル

TEL:03-6459-0165 FAX:03-5408-1584

調査概要	2
アンケート編	
国内外の経営系大学院に関する実態調査	6
国内外の経営系大学院修了生の実態調査	29
産業界の経営系大学院に対するニーズ等に関する調査	52
共通項目の比較	72
ヒアリング編	
ヒアリング実施状況	82
海外大学院ヒアリング項目	83
海外大学院ヒアリング結果	84

1.調査目的

社会（出口）との連携強化や、社会（出口）のニーズを踏まえた人材を養成するために、以下の調査を実施することで、経営系専門職大学院（ビジネス分野・MOT分野）におけるコアカリキュラムを策定する際の基礎資料や、コアカリキュラム策定以外の機能強化に資する取り組みを推進するための調査研究の基礎資料とすることを目的とする。

実態調査

1	国内外の経営系大学院に関する実態調査	目指している具体的人材像、教育課程、教員組織、企業等との連携状況等
2	国内外の経営系大学院修了生の実態調査	出身校に対する評価、就業先での評価の変化等
3	産業界の経営系大学院に対するニーズ等に関する調査	MBA取得者数、取得者に対する評価・処遇、経営系大学院に対するニーズ

データ提供

①ビジネス分野コアカリキュラム策定

②MOT分野コアカリキュラム策定

③経営系専門職大学院の機能強化に資する取組についての調査研究

④長期的視点からの経営系専門職大学院の在り方及び海外の認証評価に関する調査研究

2.調査方法・調査対象

調査対象		アンケート調査				ヒアリング調査
		対象数	回収数	回収率	調査方法	実施数
大学院	専門職大学院	32	21	65.6%	郵送調査 (大学院研究科長宛てに送付)	10校
	経営系大学院	108	72	66.7%	郵送調査 (研究科長宛てに送付)	
	海外経営系大学院 (ビジネススクール)	80	-	-	ビジネススクールランキング上位100位以内が対象 メールで依頼し、メールで回収	10校
修了生	海外経営系大学院 (ビジネススクール)	-	100	-	インターネットアンケート調査 (調査モニターから海外大学院修了生を抽出)	10名
	国内経営系大学院	-	1,067	-	各大学から修了生に対してメールでアンケート依頼 修了生は、インターネット画面にアクセスして回答 依頼する大学院のリストは文部科学省よりメールアドレス を提供	10名
産業界	外資系企業	1,000	115	11.5%	郵送調査 ※調査対象企業はTDB企業リストから無作為抽出	3社
	国内中小規模企業	1,000	167	16.7%	郵送調査 ※調査対象企業は従業員数300人未満の条件で、TDB企 業リストから無作為抽出	6社
	国内大規模企業	3,500	302	8.6%	郵送調査 ※調査対象企業は上場企業の中から無作為抽出	(+2名)*
	合計	5,500	584	10.6%		

*・・・ASEANや環太平洋諸国における生産拠点の長

※回収数は2016年12月2日現在

3.調査実施時期

◎アンケート調査

調査対象		実施時期	状況
大学院	専門職大学院	2016年10月19日～	継続中
	経営系大学院	※現在継続回収中	
	海外ビジネススクール	2016年12月7日～	継続中
修了生	海外ビジネススクール	2016年10月21日～10月27日	終了
	国内経営系大学院	2016年10月26日～ ※アンケート画面終了予定12/26	終了
産業界	外資系企業	2016年10月20日～ ※現在継続回収中	継続中
	国内中小規模企業		
	国内大規模企業		

◎報告書の記述に関する留意事項

- ・“n”は有効回答を指し、原則としてn数に対する比率を%表示（割合）で記している
- ・（SA）は単一回答（Single Answer）、（MA）は複数回答（Multiple Answer）、（FA）は自由回答（Free Answer）
- ・集計結果は、原則として小数点第2位以下を四捨五入して表記しているため、合計が100%にならない場合がある
- ・クロス集計において、サンプル数が30未満の項目については原則としてコメントしていない

アンケート編

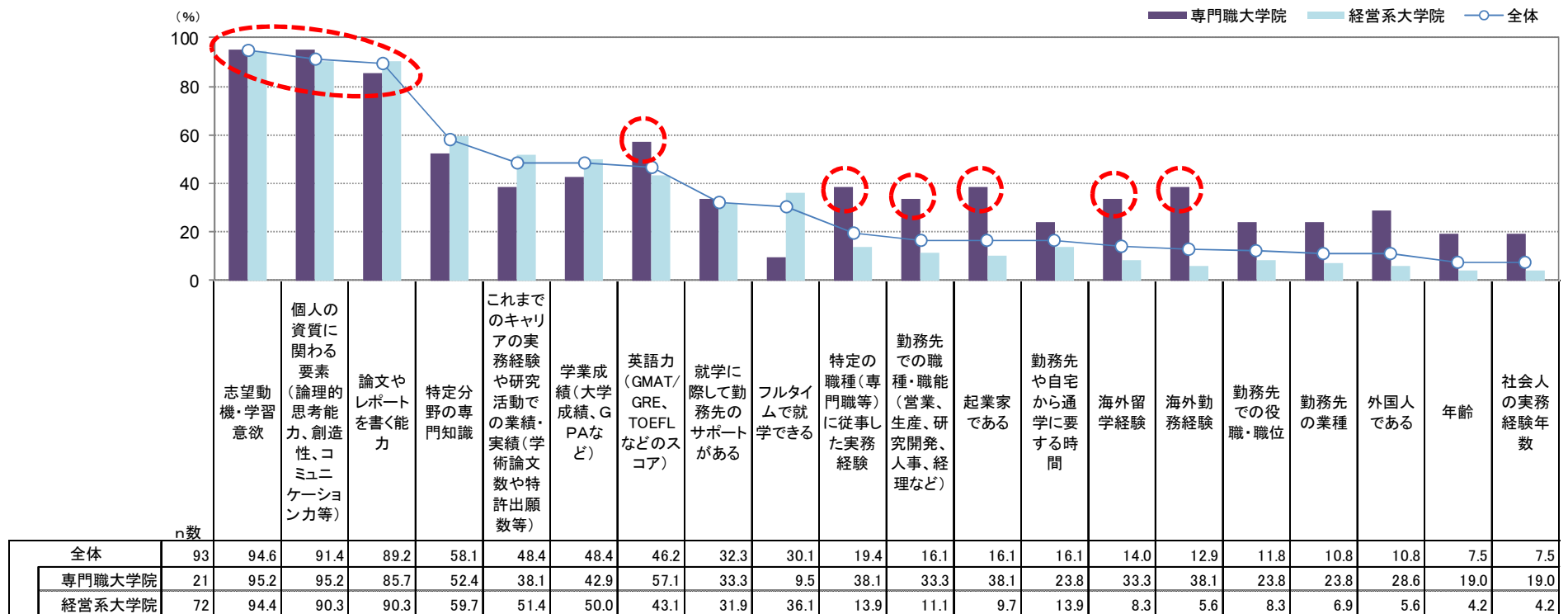
国内外の経営系大学院に関する実態調査

※サンプル数

専門職大学院 : 21
経営系大学院 : 72

大学院が入学要件（学生の選抜）で重視する点は、
 「志望動機・学習意欲」「個人の資質に関わる要素」「論文やレポートを書く能力」など。
 専門職大学院では57%が「英語力」を重視。

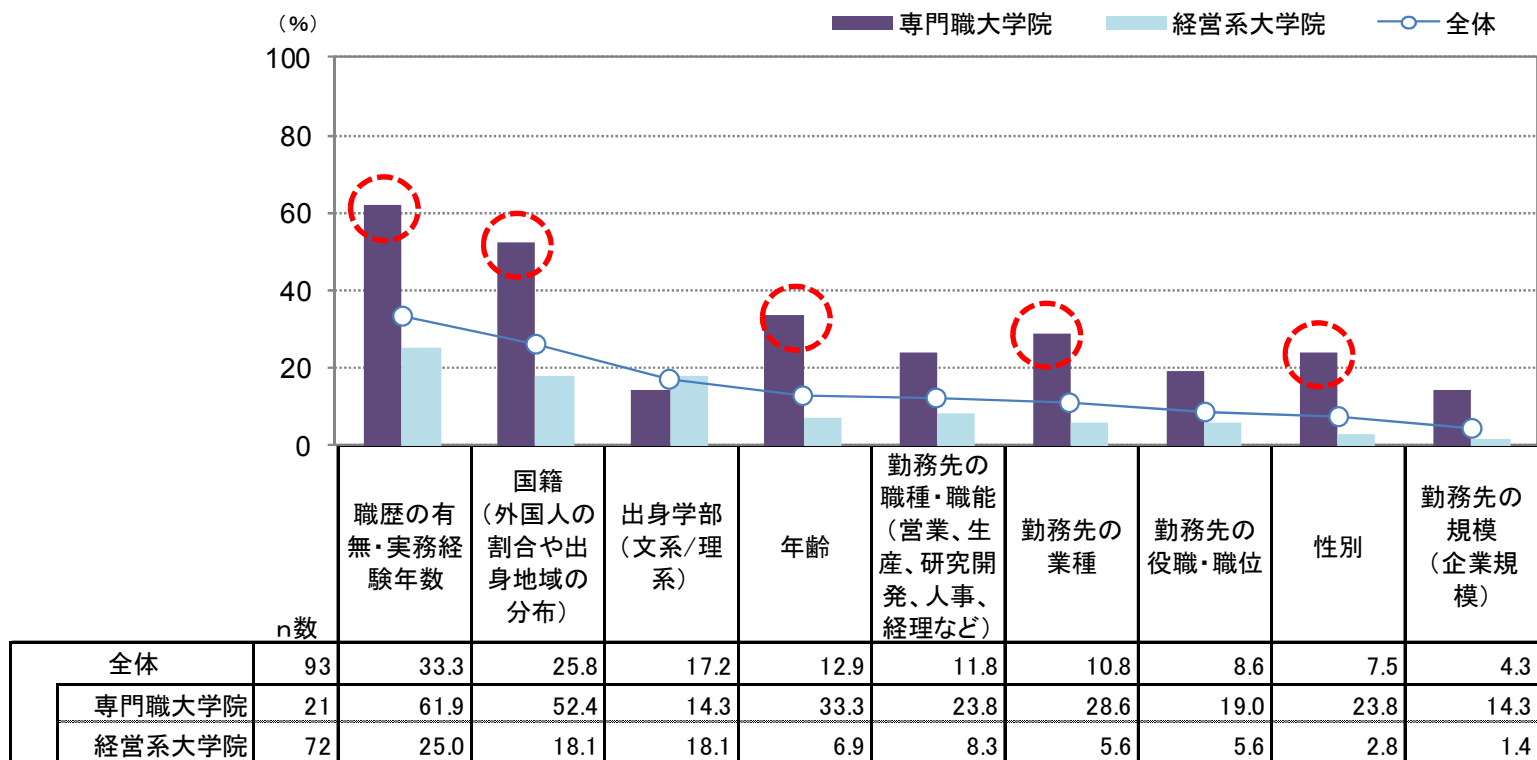
「重視する」+「まあ重視する」



専門職大学院では、「職歴の有無・実務経験年数」「国籍（外国人の割合や出身地域の分布）」などの構成を重視。

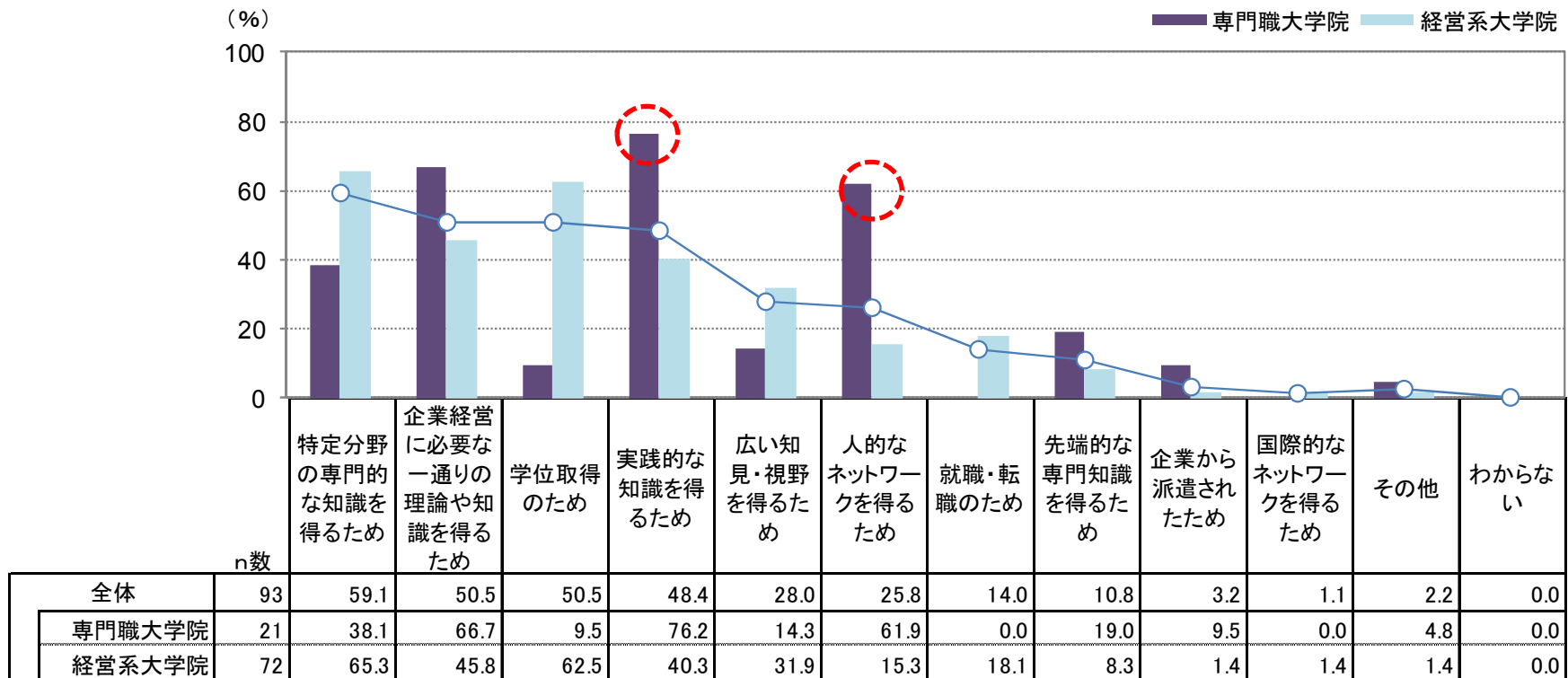
経営系大学院では、重視する・計で2割を超えるものは「職歴の有無・実務経験年数」のみ。

「重視する」+「まあ重視する」

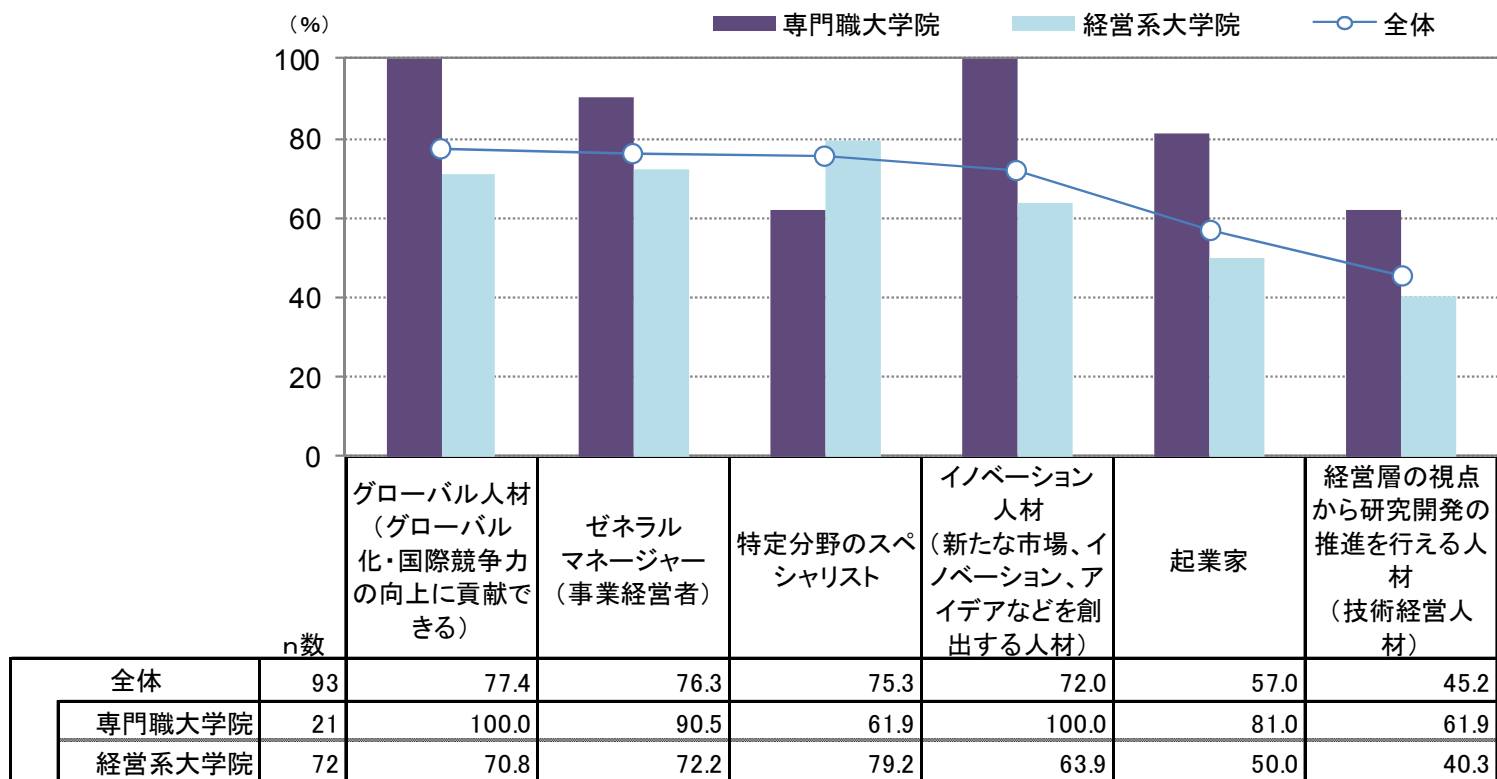


専門職大学院と経営系大学院では大学院側が考える志望動機は異なる傾向。

- ・ 特定分野の専門的な知識を得るため
- ・ 企業経営に必要な一通りの理論や知識を得るため (特に専門職大学院)
- ・ 学位取得のため
- ・ 実践的な知識を得るため (特に専門職大学院)
- ・ 広い知見・視野を得るため
- ・ 人的なネットワークを得るため (特に専門職大学院)



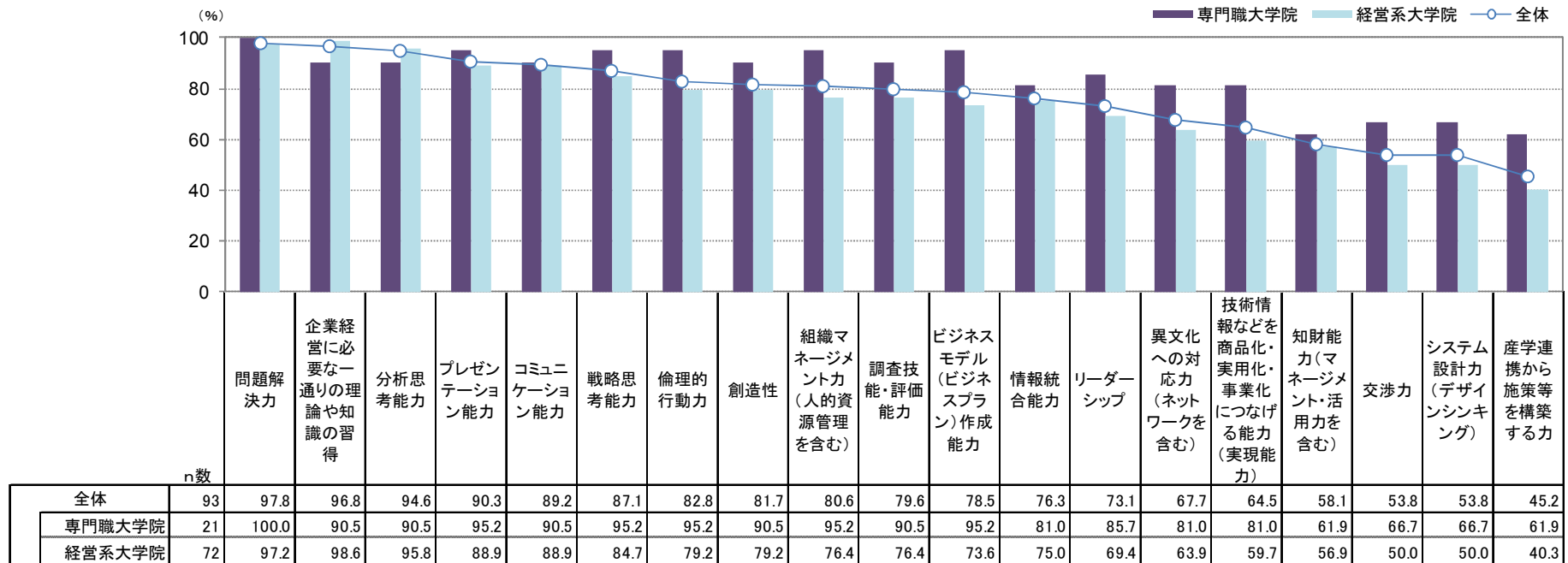
グローバル人材、ゼネラルマネージャー、特定分野のスペシャリスト、イノベーション人材などの養成を目指している。



9割以上の項目は以下の通り。

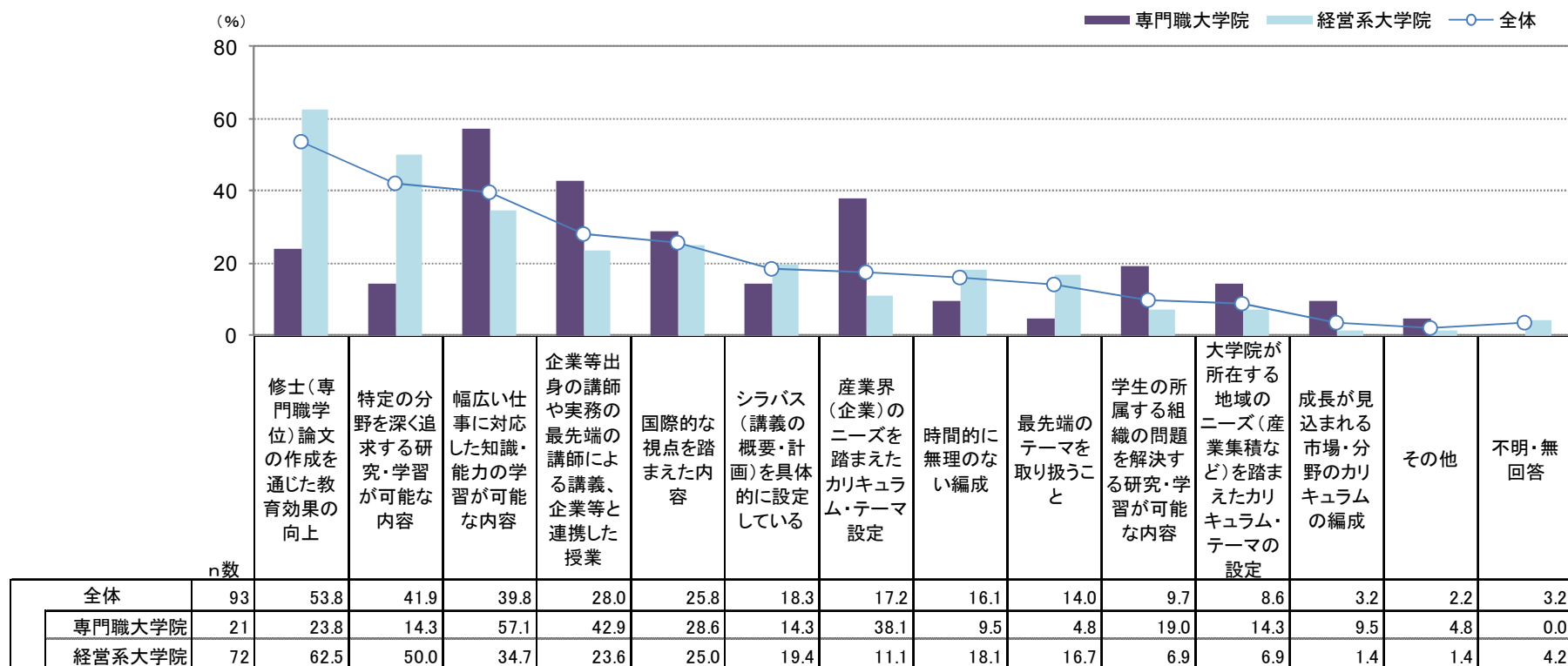
- ①問題解決力
- ②経営戦略や人的資源管理, 会計, ファイナンス, テクノロジー・マネジメントなど企業経営に必要な一通りの理論や知識の習得
- ③分析思考能力
- ④プレゼンテーション能力

「重視する」 + 「まあ重視する」

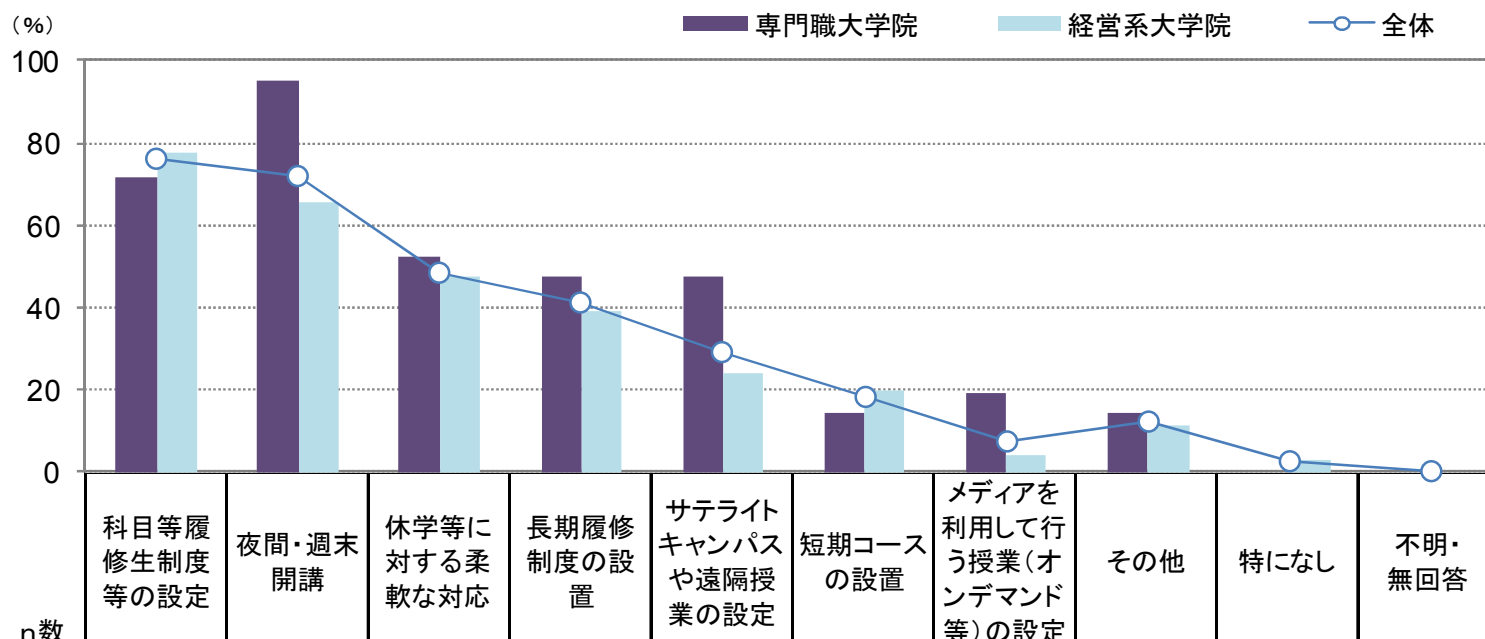


教育課程の編成で重視している点は、専門職大学院とその他の経営系大学院とでは大きな差が見られる。

専門職大学院は、企業ニーズに沿ったカリキュラム編成を重視している傾向。

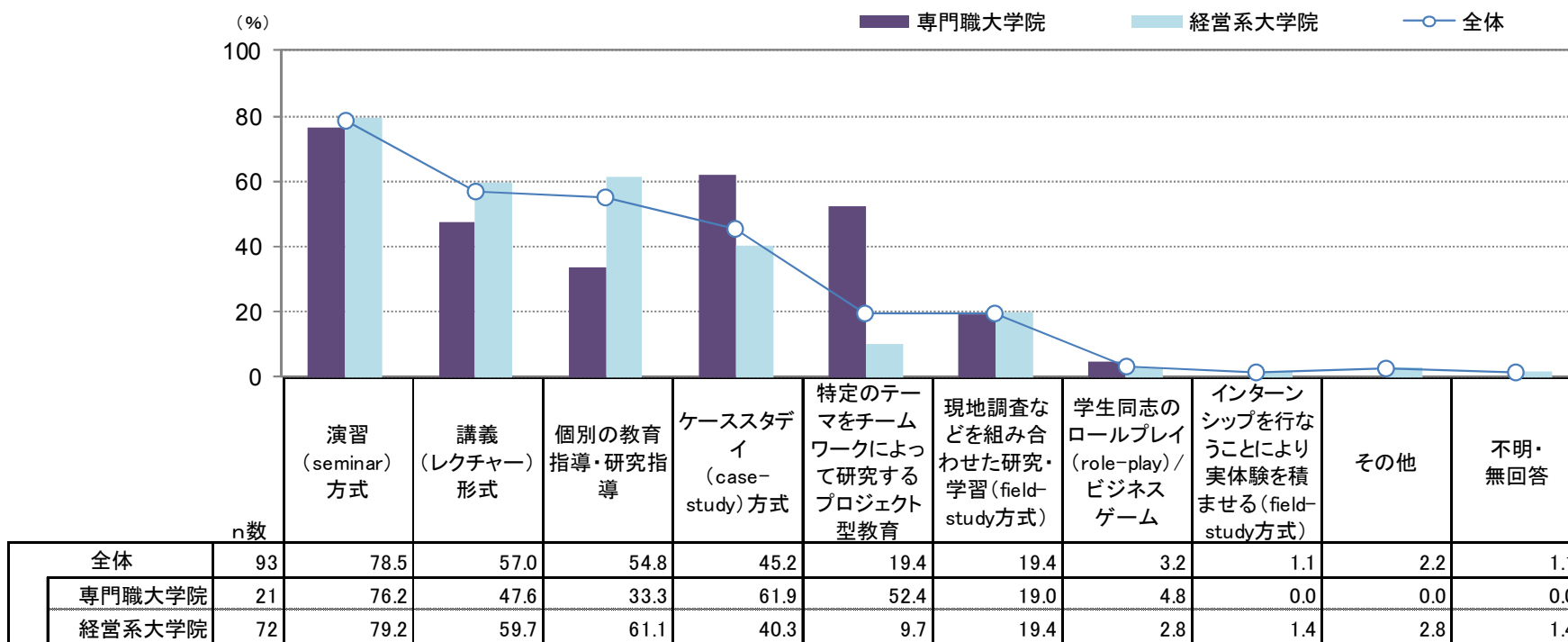


専門職大学院の95%が「夜間・週末開講」に配慮。




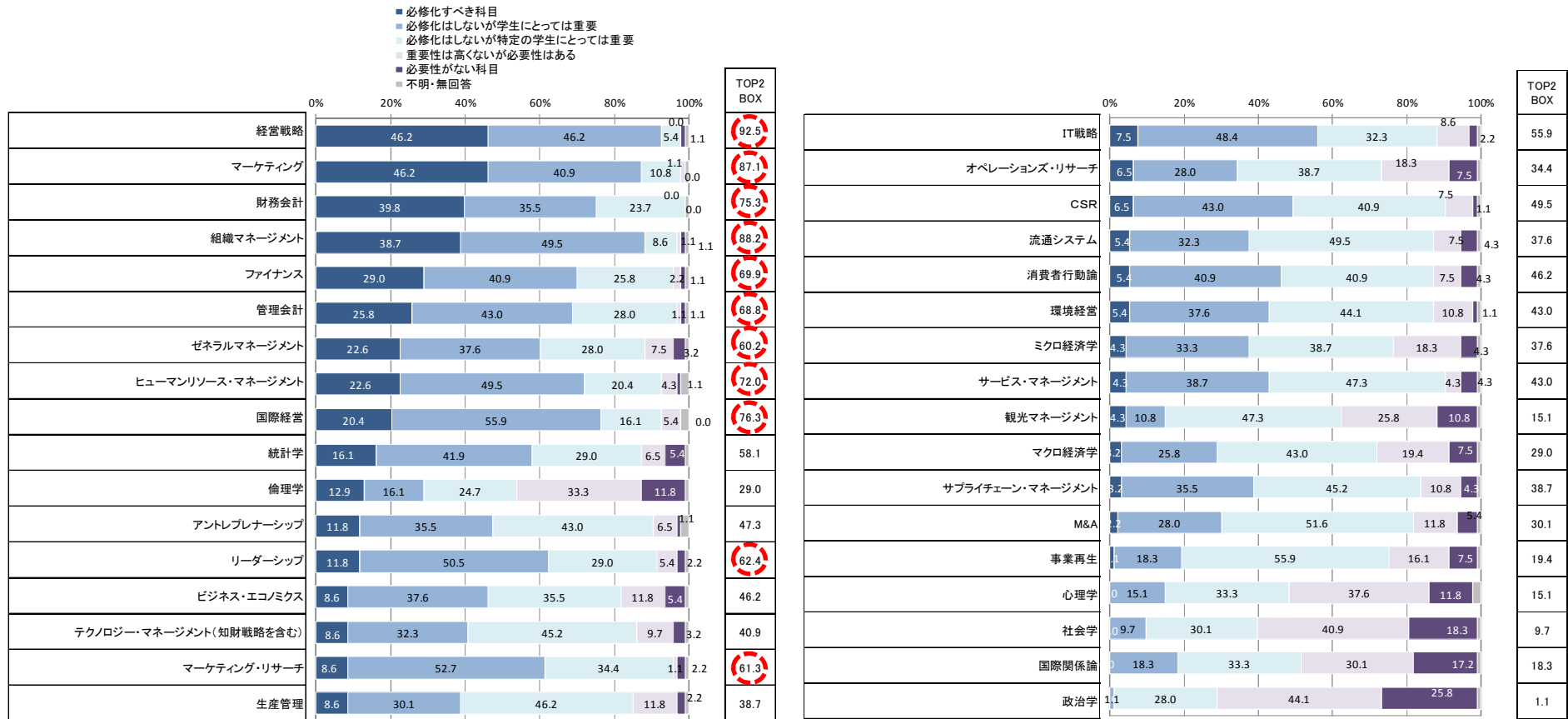
n数		科目等履修生制度等の設定	夜間・週末開講	休学等に対する柔軟な対応	長期履修制度の設置	サテライトキャンパスや遠隔授業の設定	短期コースの設置	メディアを利用して行う授業(オンデマンド等)の設定	その他	特になし	不明・無回答
全体	93	76.3	72.0	48.4	40.9	29.0	18.3	7.5	11.8	2.2	0.0
専門職大学院	21	71.4	95.2	52.4	47.6	47.6	14.3	19.0	14.3	0.0	0.0
経営系大学院	72	77.8	65.3	47.2	38.9	23.6	19.4	4.2	11.1	2.8	0.0

「演習方式」が中心。
 その他、「講義形式」「個別の教育・指導」「ケーススタディ方式」
 「特定のテーマをチームワークによって研究するプロジェクト型教育」など。




以下は「必修化すべき」と考える科目の比率が高い順に掲載。

「必修化はしないが学生にとっては重要」を加えた比率（TOP2BOX）で6割を超えるのは、下記の  の通り。



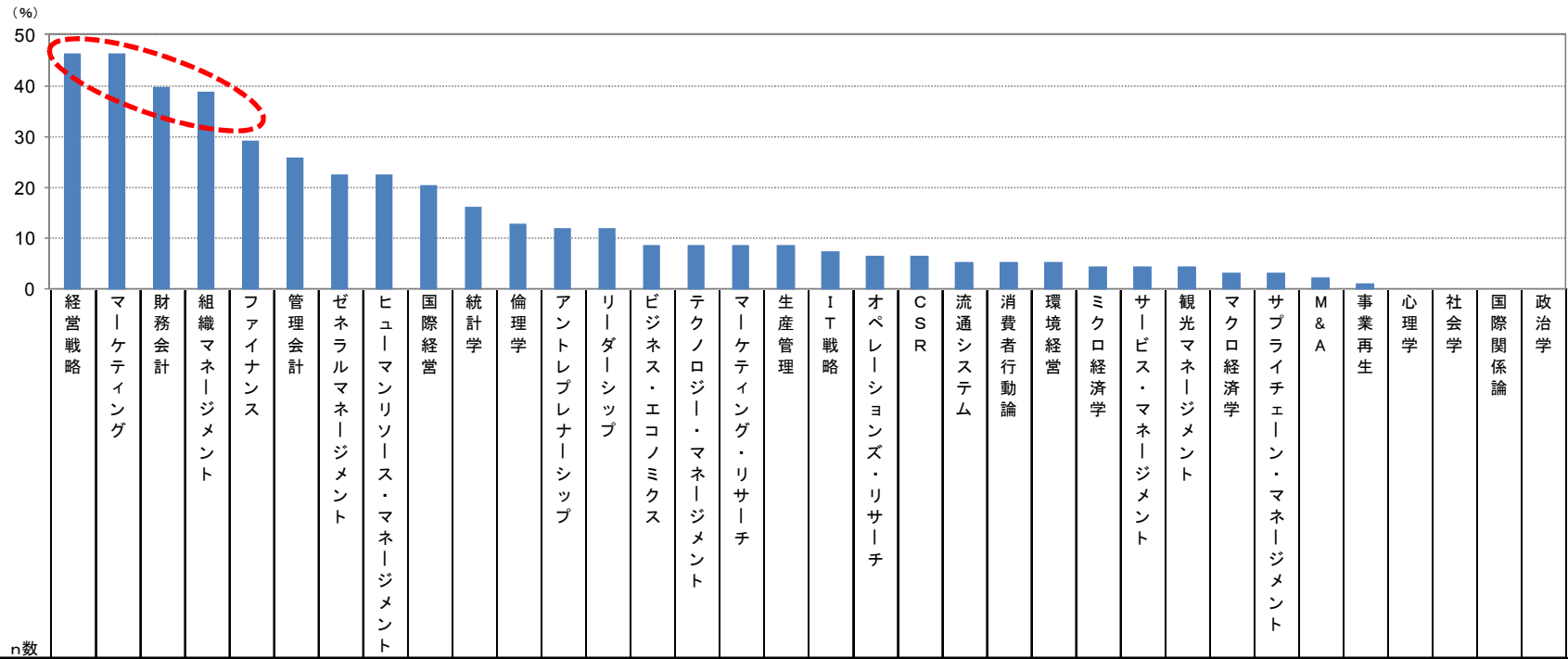
n = 93

 ... 60%以上

必修化すべきと考える科目は以下の通り。

- ①経営戦略 ②マーケティング ③財務会計 ④組織マネージメント
などが上位。

「必修化すべき科目」



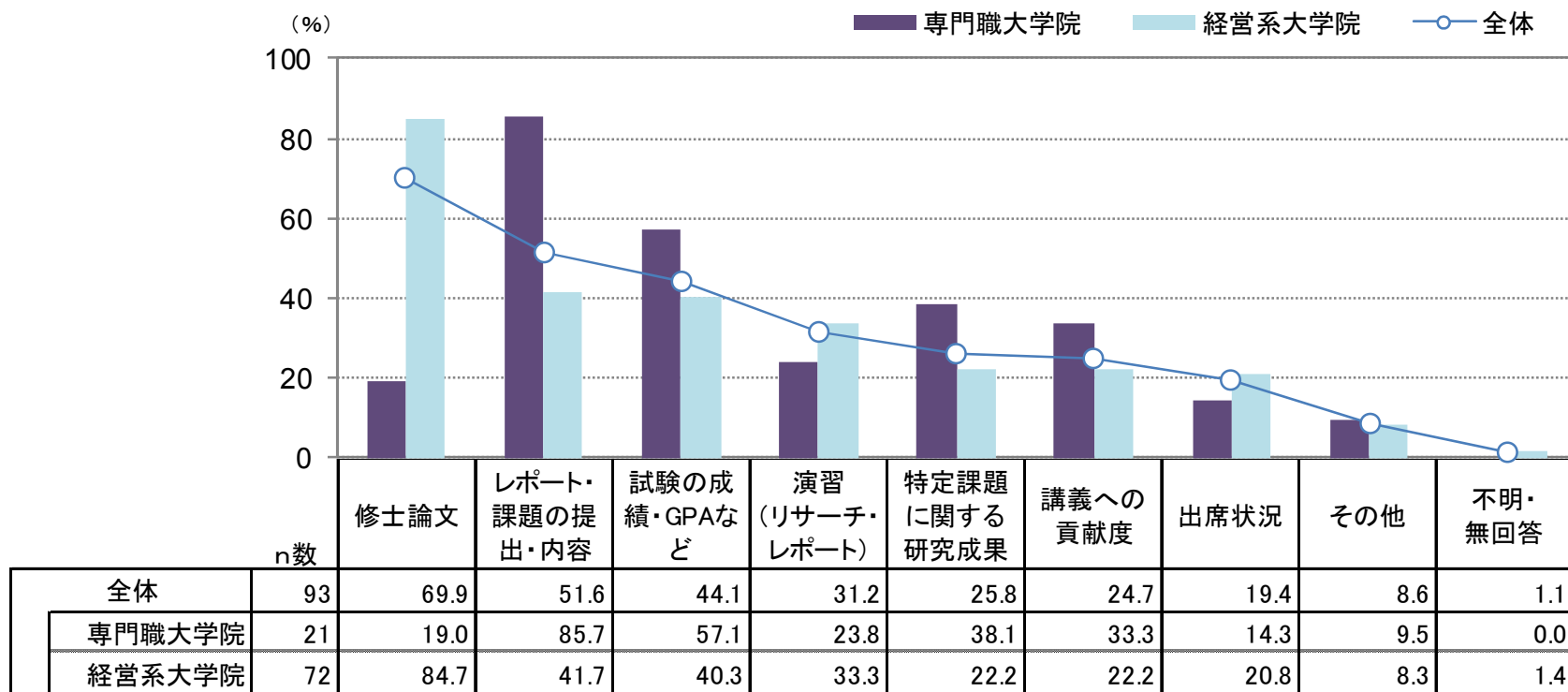
n数	割合 (%)																																		
	経営戦略	マーケティング	財務会計	組織マネージメント	ファイナンス	管理会計	ゼネラルマネージメント	ヒューマンリソース・マネージメント	国際経営	統計学	倫理学	アントレプレナーシップ	リーダーシップ	ビジネス・エコノミクス	テクノロジー・マネージメント	マーケティング・リサーチ	生産管理	IT戦略	オペレーションズ・リサーチ	CSR	流通システム	消費者行動論	環境経営	ミクロ経済学	サービスマネージメント	観光マネージメント	マクロ経済学	サプライチェーン・マネージメント	M & A	事業再生	心理学	社会学	国際関係論	政治学	
全体	93	46.2	46.2	39.8	38.7	29.0	25.8	22.6	22.6	20.4	16.1	12.9	11.8	11.8	8.6	8.6	8.6	8.6	7.5	6.5	6.5	5.4	5.4	5.4	4.3	4.3	4.3	3.2	3.2	2.2	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0
専門職大学院	21	57.1	61.9	52.4	52.4	52.4	28.6	33.3	28.6	14.3	23.8	33.3	9.5	14.3	9.5	4.8	0.0	0.0	14.3	4.8	9.5	0.0	0.0	4.8	4.8	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
経営系大学院	72	43.1	41.7	36.1	34.7	22.2	25.0	19.4	20.8	22.2	13.9	6.9	12.5	11.1	8.3	9.7	11.1	11.1	5.6	6.9	5.6	6.9	6.9	5.6	4.2	5.6	5.6	1.4	4.2	2.8	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0

学生の修了要件・評価

専門職大学院：「レポート・課題の提出・内容」「試験の成績・GPAなど」

経営系大学院：「修士論文」

※修士論文で大きな差が見られる



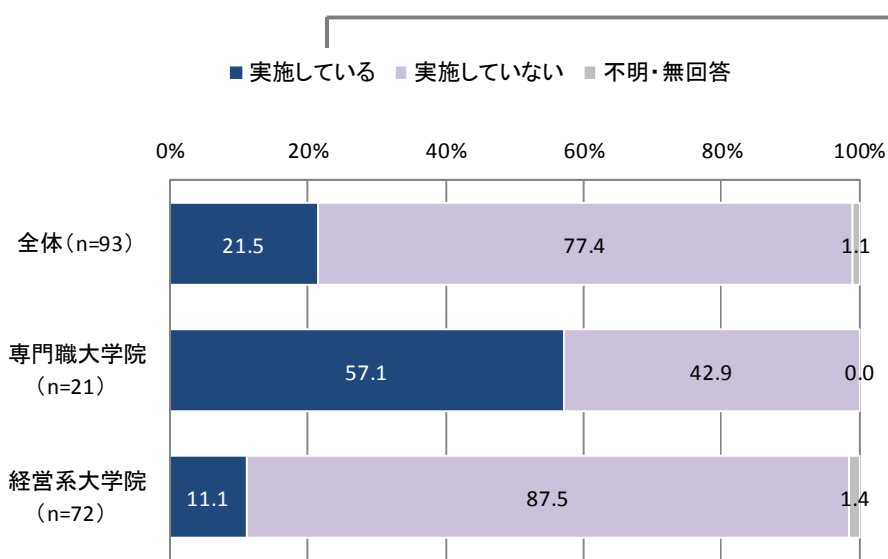
ノンディグリー・プログラムの実施状況

専門職大学院：57% 経営系大学院：11%

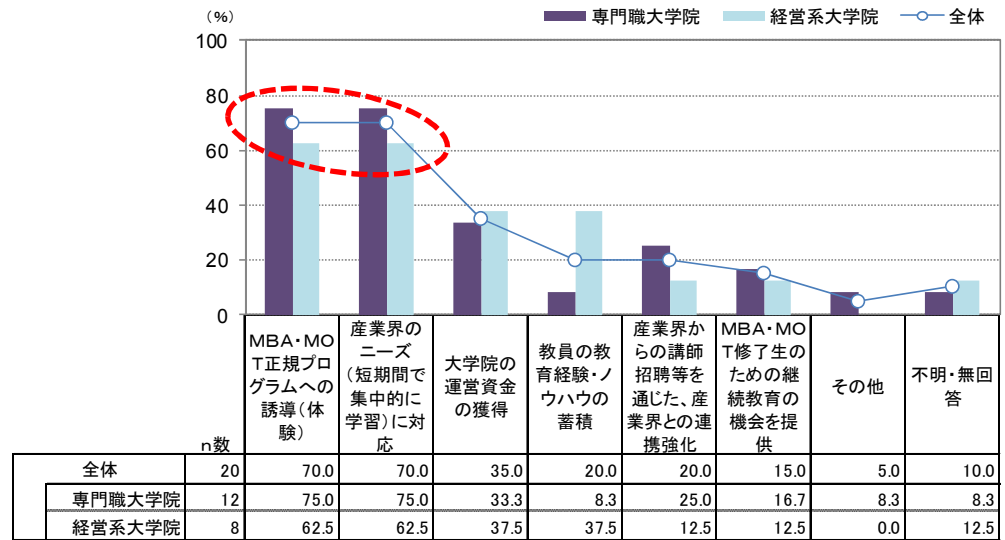
実施している理由・目的は

- ①MBA・MOT正規プログラムへの誘導
- ②産業界のニーズに対応

ノンディグリー・プログラムの実施状況



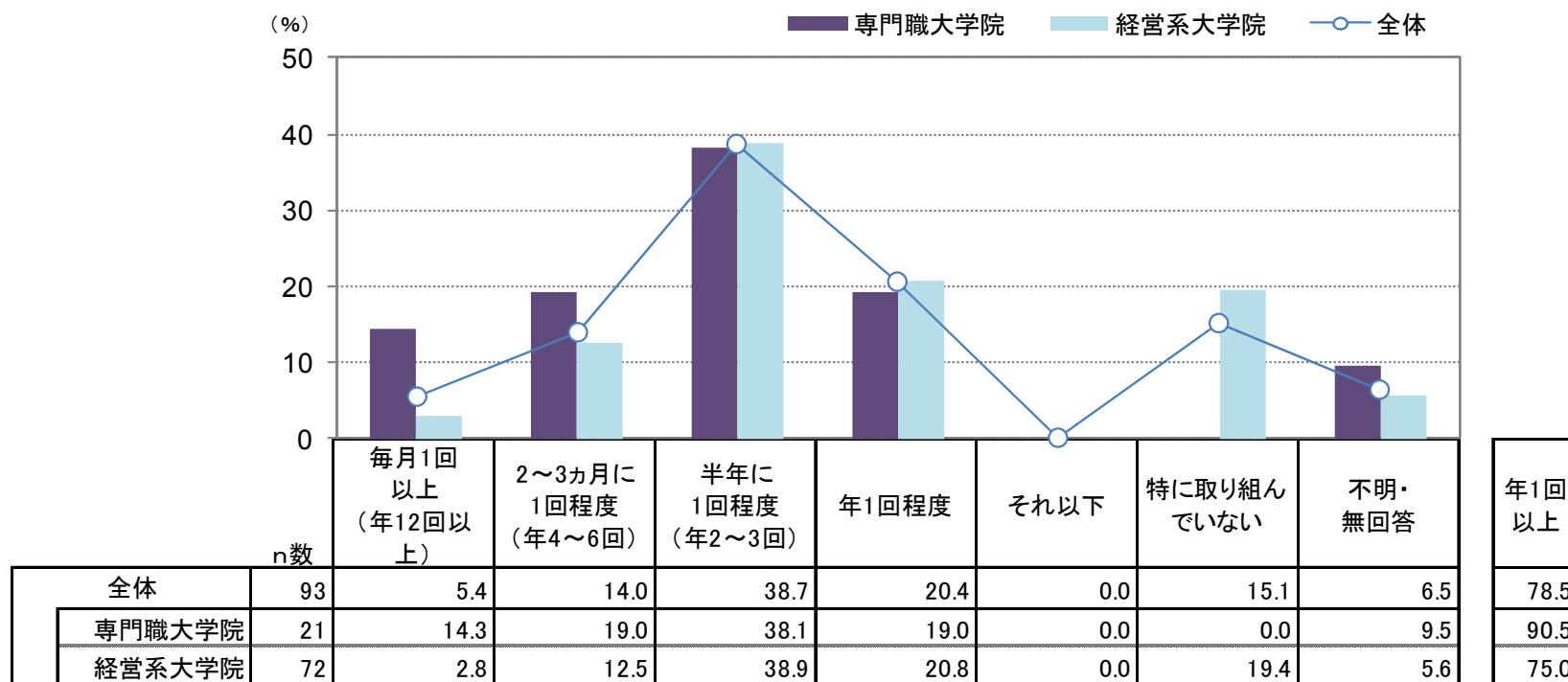
実施している理由・目的



ファカルティ・ディベロップメント

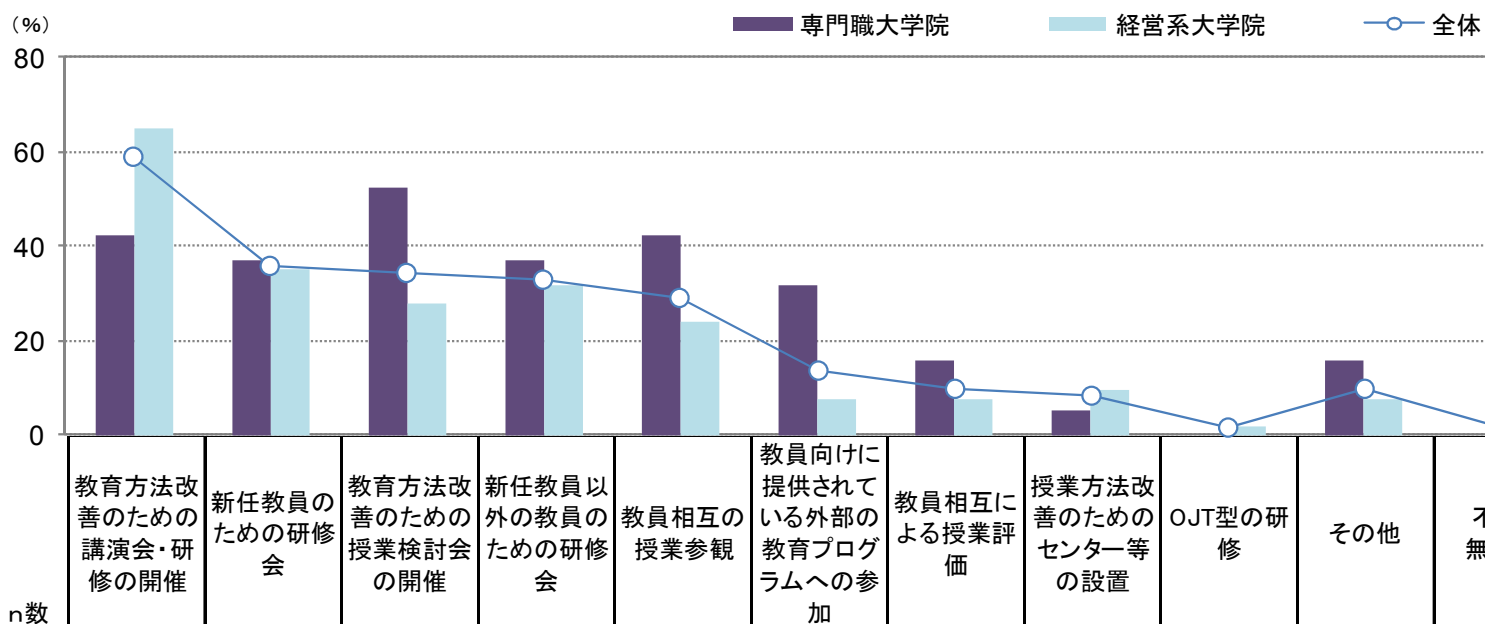
「半年に1回程度」が全体の4割弱を占めている。

「年1回以上」実施している大学院は、
 専門職大学院で91%、経営系大学院で75%。



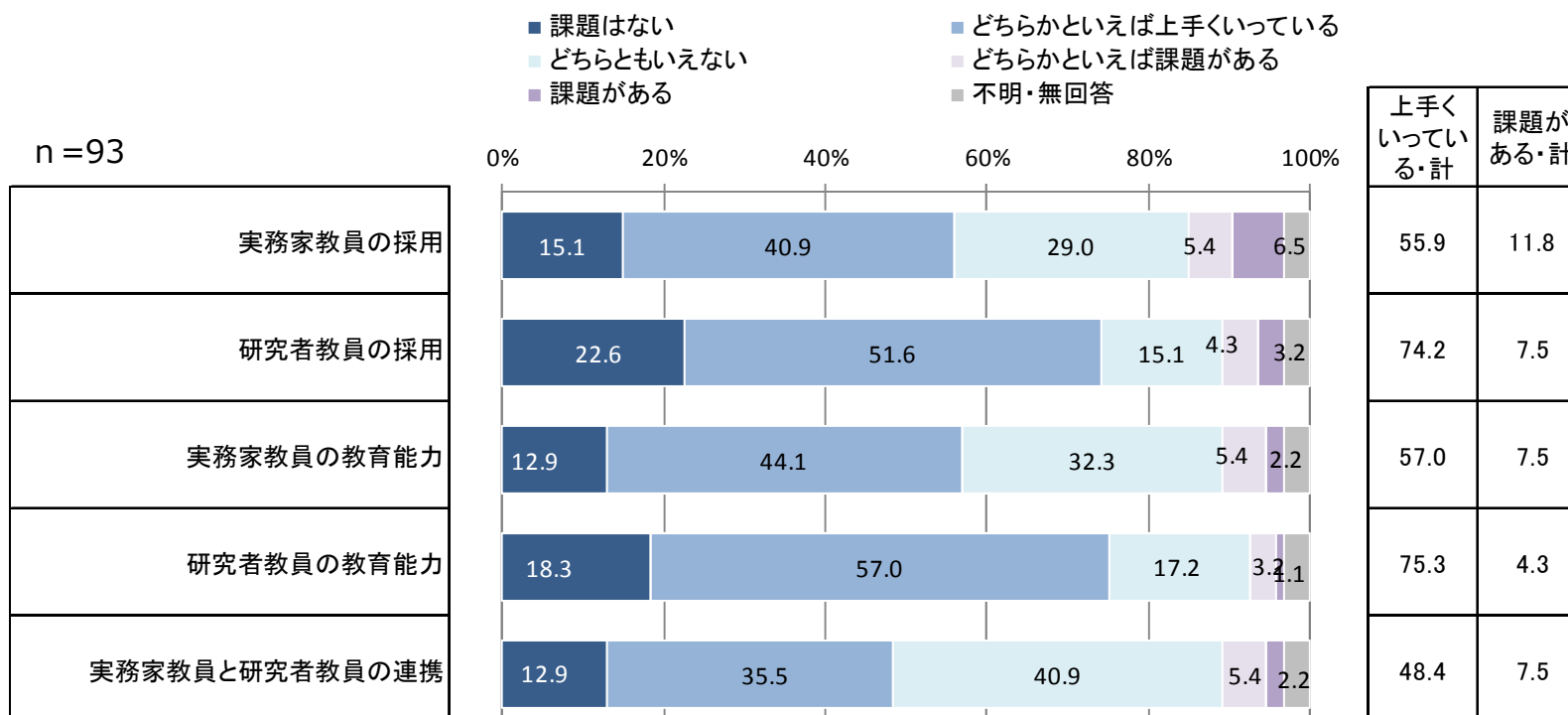
ファカルティ・ディベロップメントの内容

- ・ 教育方法改善のための講演会・研修会の開催
- ・ 新任教員のための研修会
- ・ 教育方法改善のための授業検討会
- ・ 新任教員以外の教員のための研修会
- ・ 教員相互の授業参観



n数	活動内容											
	教育方法改善のための講演会・研修会の開催	新任教員のための研修会	教育方法改善のための授業検討会の開催	新任教員以外の教員のための研修会	教員相互の授業参観	教員向けに提供されている外部の教育プログラムへの参加	教員相互による授業評価	授業方法改善のためのセンター等の設置	OJT型の研修	その他	不明・無回答	
全体	73	58.9	35.6	34.2	32.9	28.8	13.7	9.6	8.2	1.4	9.6	1.4
専門職大学院	19	42.1	36.8	52.6	36.8	42.1	31.6	15.8	5.3	0.0	15.8	0.0
経営系大学院	54	64.8	35.2	27.8	31.5	24.1	7.4	7.4	9.3	1.9	7.4	1.9

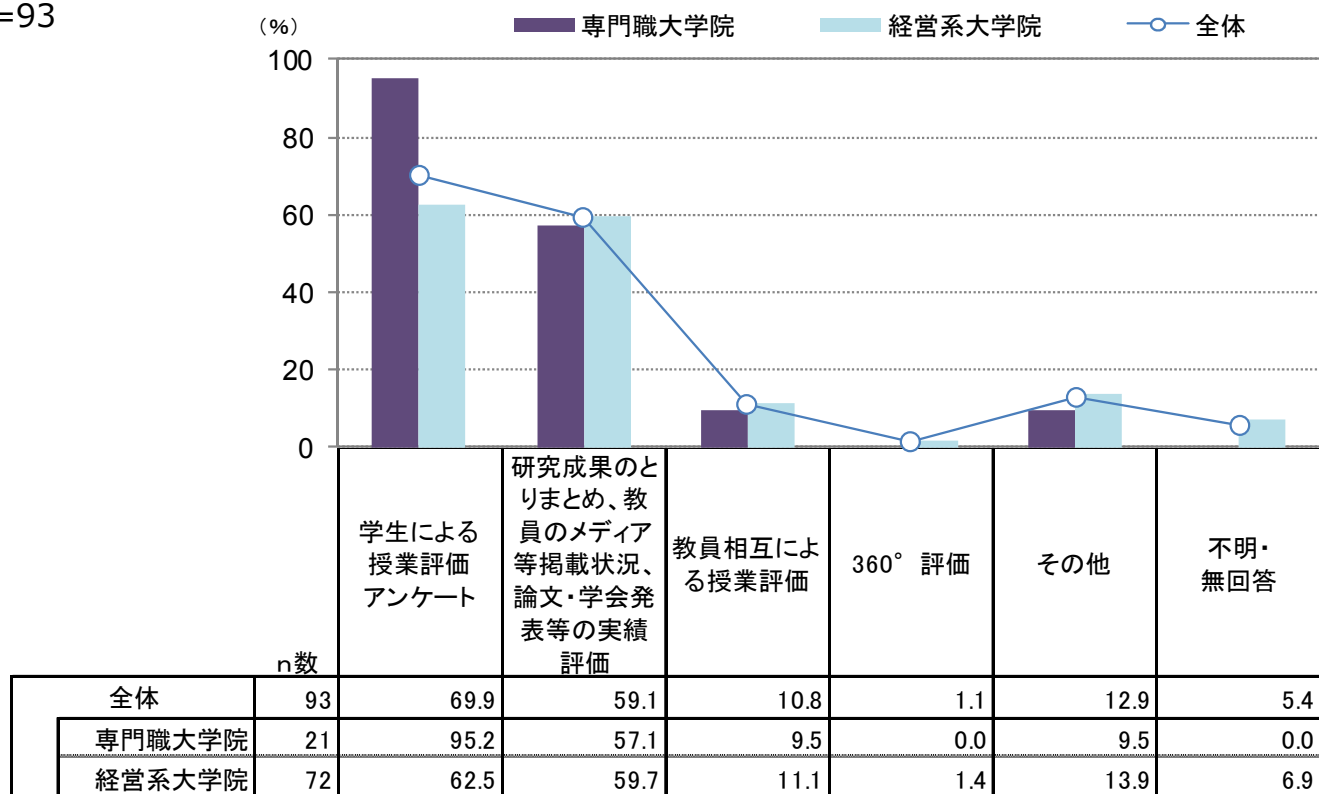
教員の質について、「課題がある」で1割を超えるのは「実務家教員の採用」



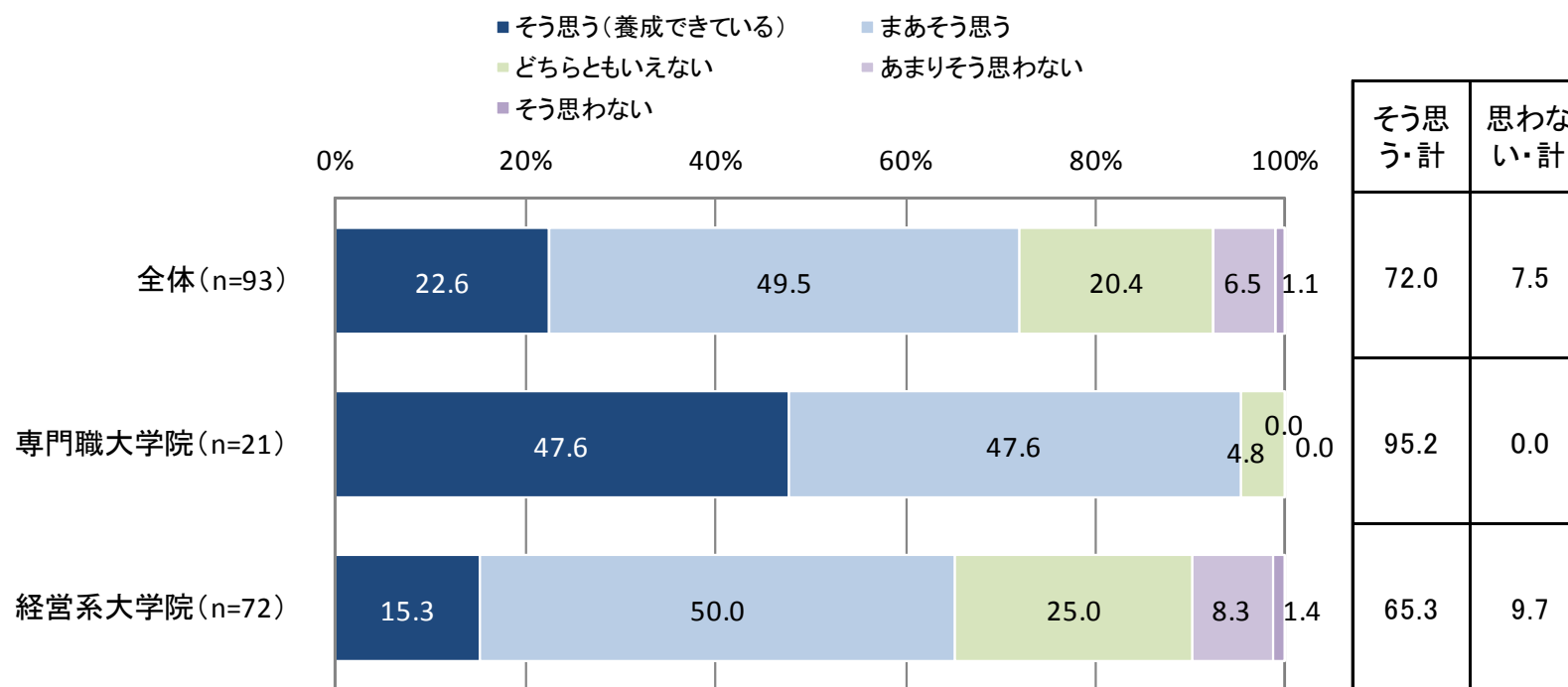
教員の評価方法

- ・ 学生による授業評価アンケート
- ・ 研究成果のとりまとめ、教員メディア等の掲載状況・論文・学会発表等の実績評価

n = 93



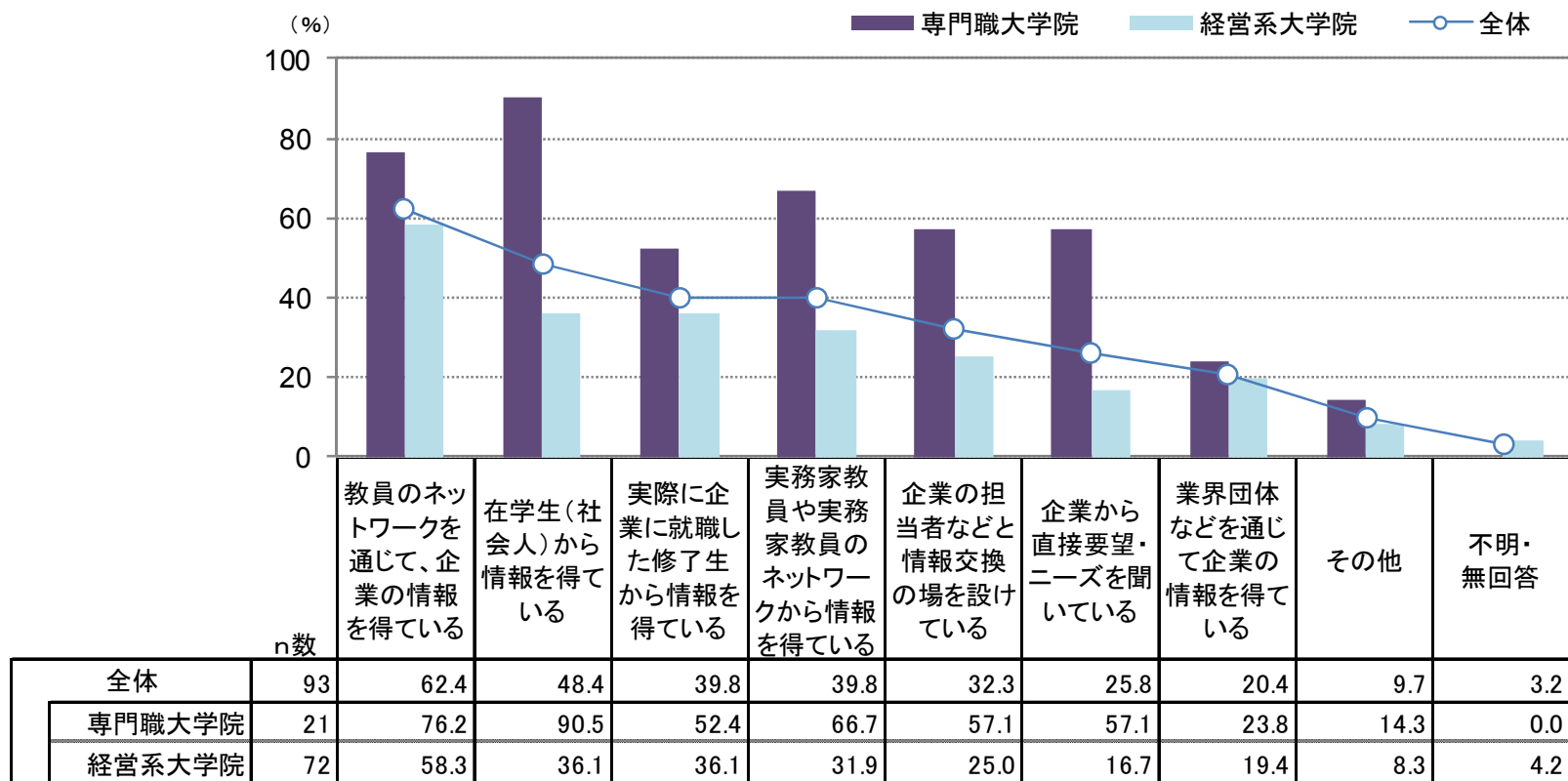
専門職大学院の95%が、「産業界の求める人材を養成できている」
 経営系大学院の65%が、「産業界の求める人材を養成できている」



産業界のニーズ

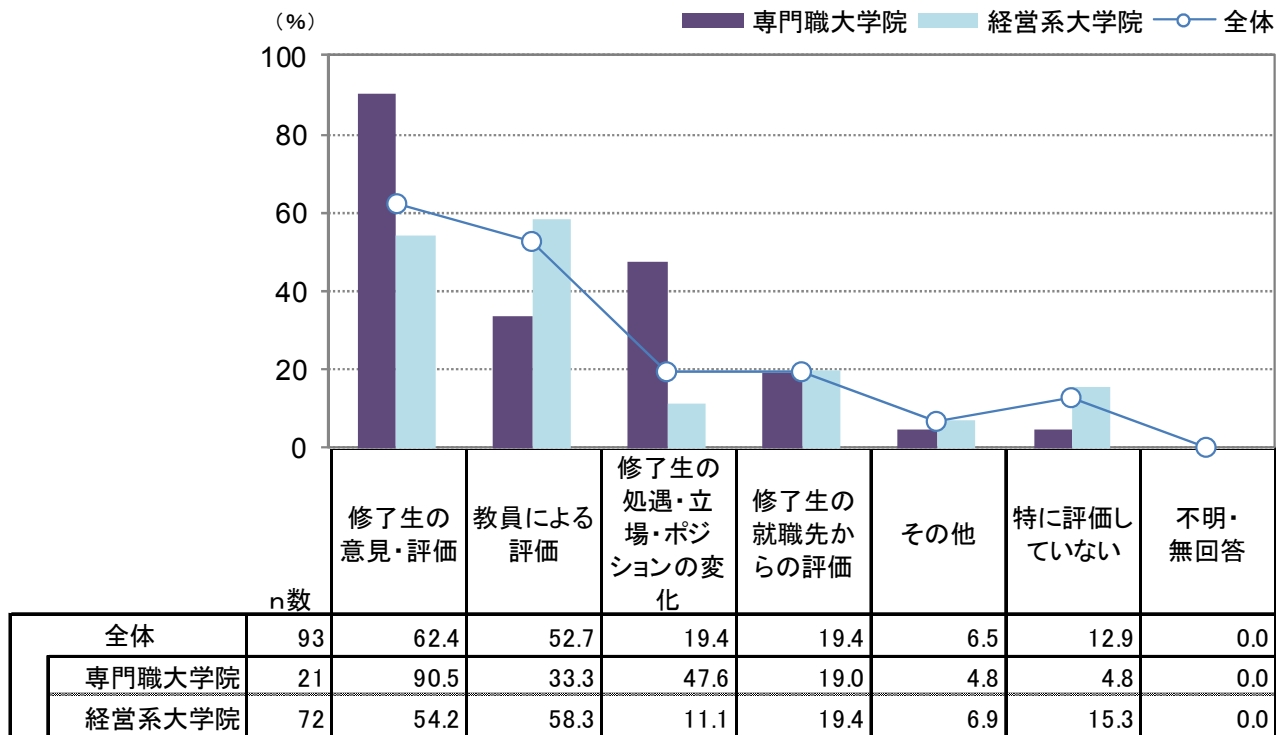
専門職大学院は、在學生や実務家教員、教員ネットワーク、企業担当者、企業から直接など

経営系大学院は、教員ネットワーク中心。



目標の人材像を養成できているかを評価する方法

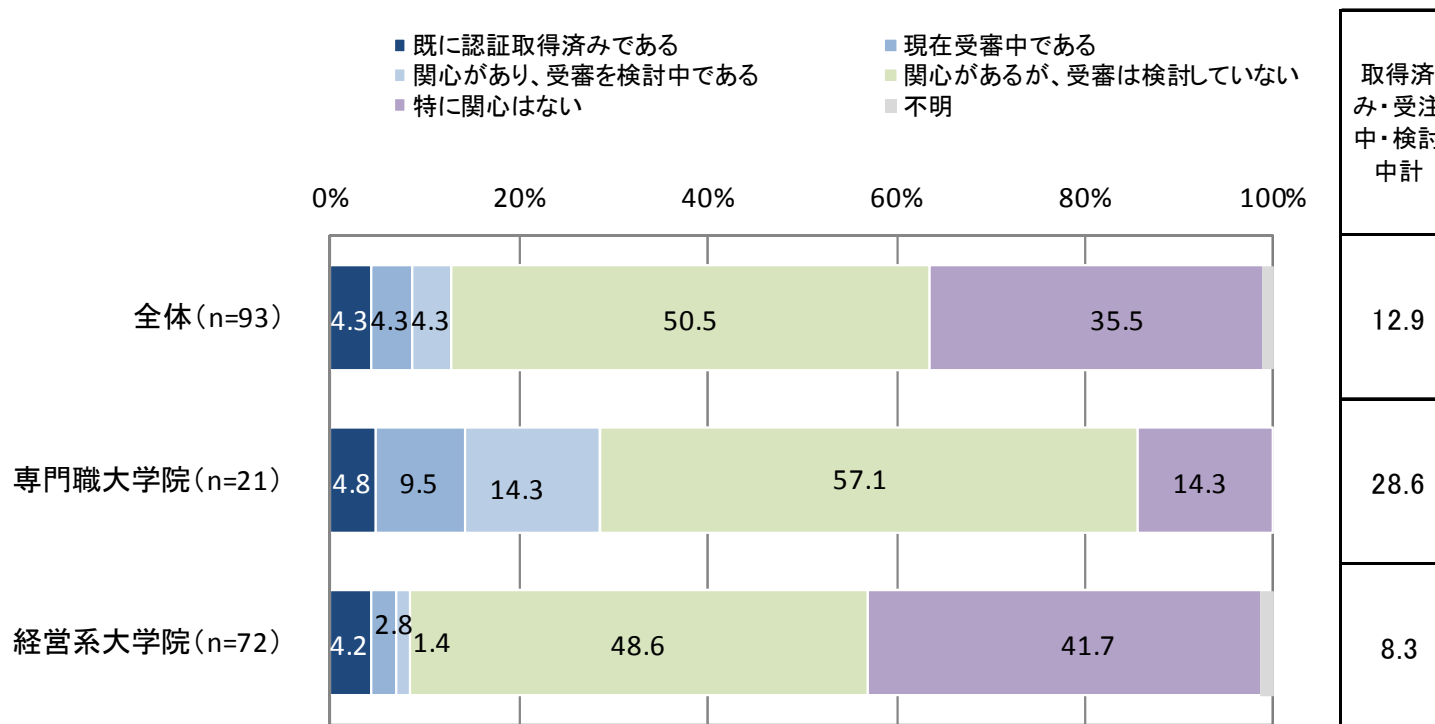
- 専門職大学院 ・ ・ 修了生の意見・評価、修了生の処遇・立場・ポジションの変化
- 経営系大学院 ・ ・ 教員による評価、修了生の意見・評価



国際的な評価機関からの認証取得についての関心

専門職大学院・・・29%

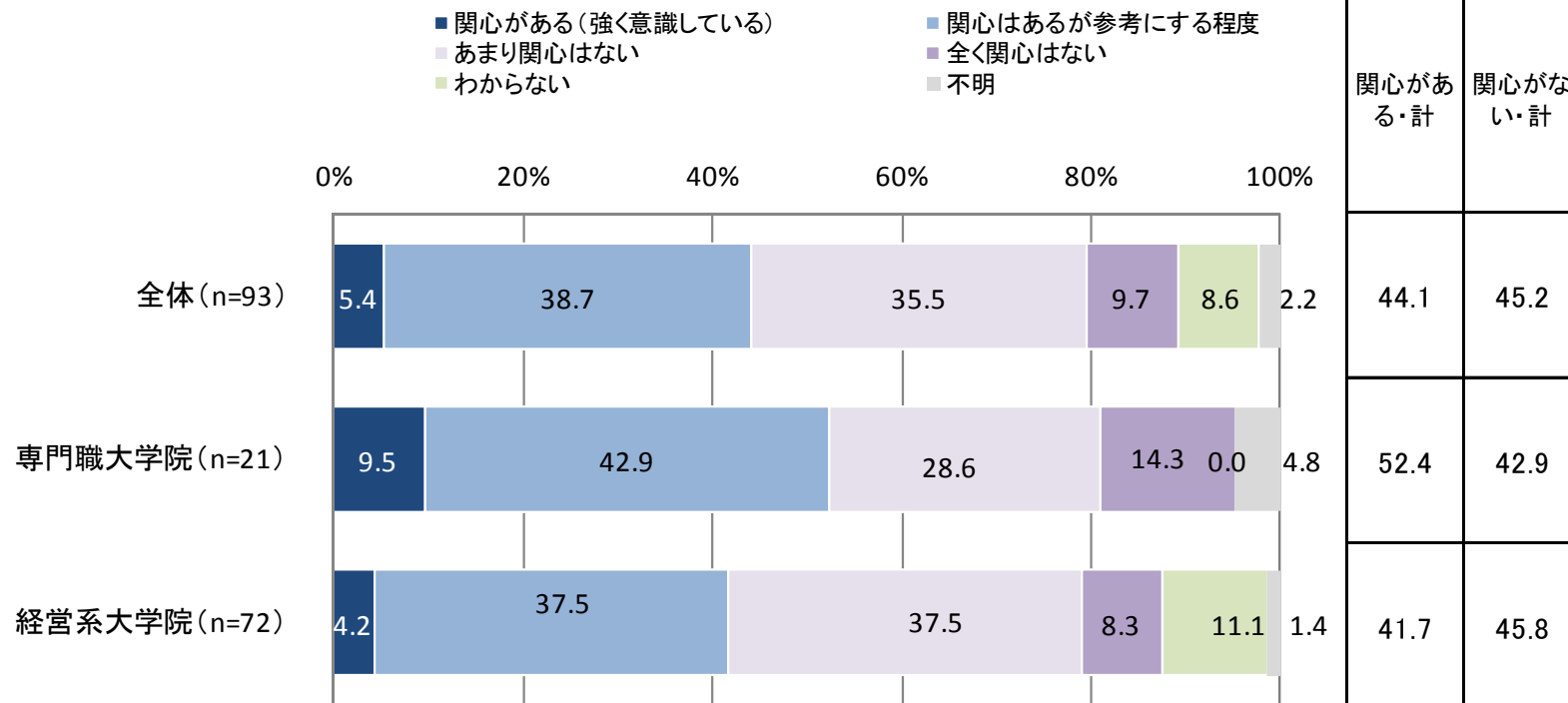
経営系大学院・・・8%



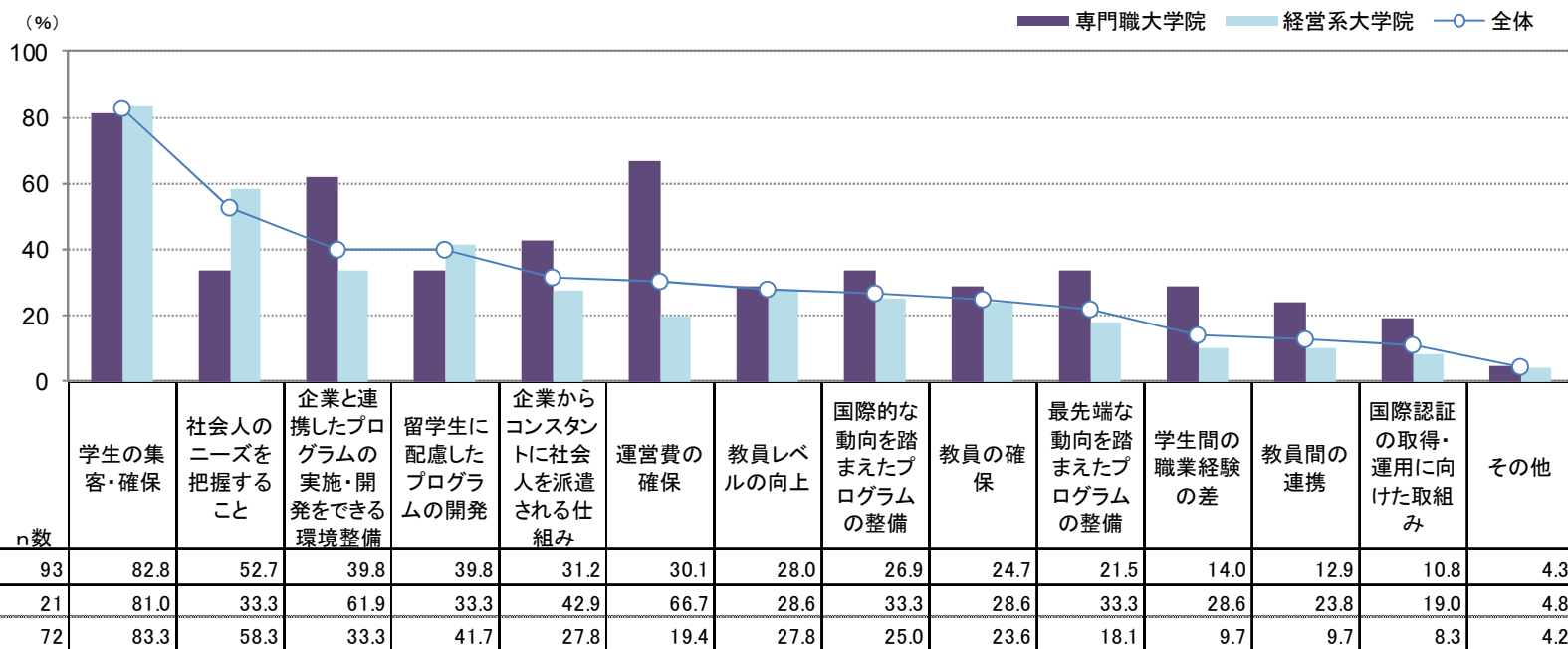
ビジネススクールランキングへの関心

専門職大学院・・・52%

経営系大学院・・・42%



学生の確保、社会人ニーズの把握、企業と連携したプログラムの実施・開発をできる環境整備、留学生に配慮したプログラム開発、運営費の確保、等



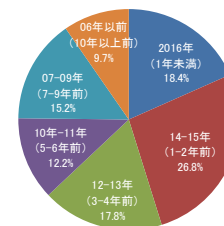
国内外の経営系大学院修了生の実態調査

※サンプル数

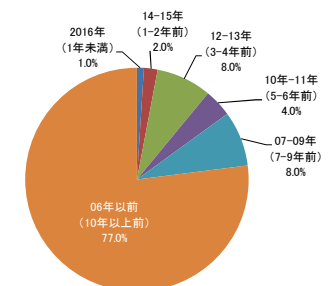
国内大修了生 : 1,067
海外大修了生 : 100

※国内大と海外大修了生調査は、修了年に違いがある点に留意が必要

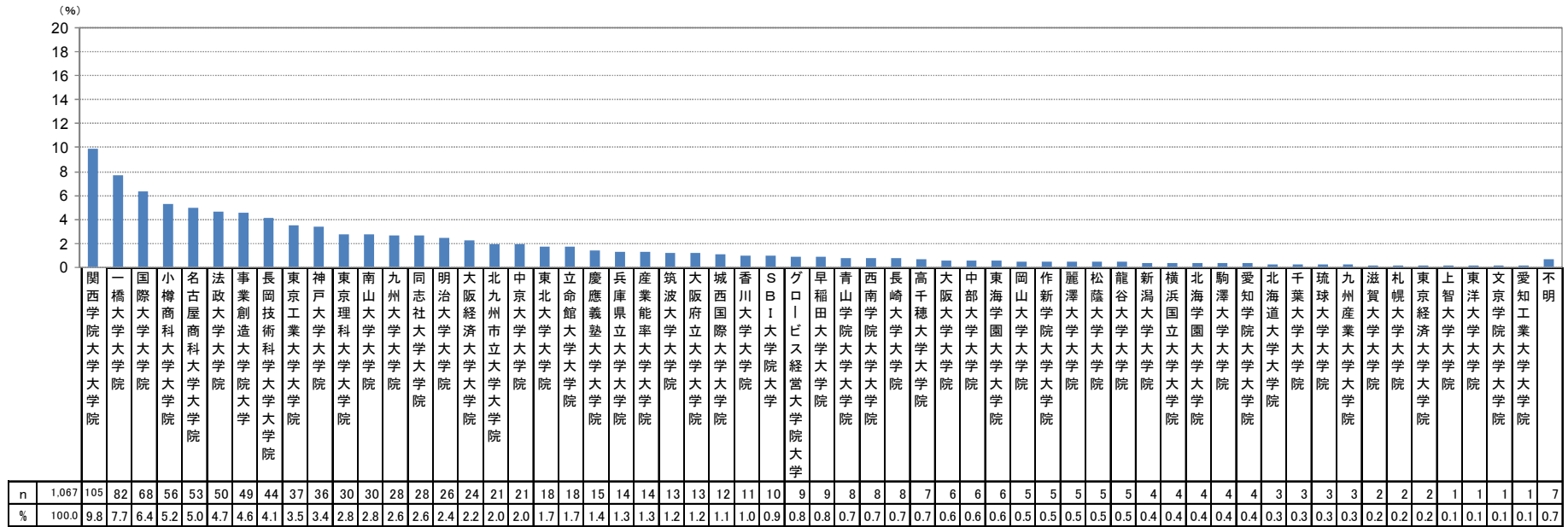
国内大



海外大



国内大学院

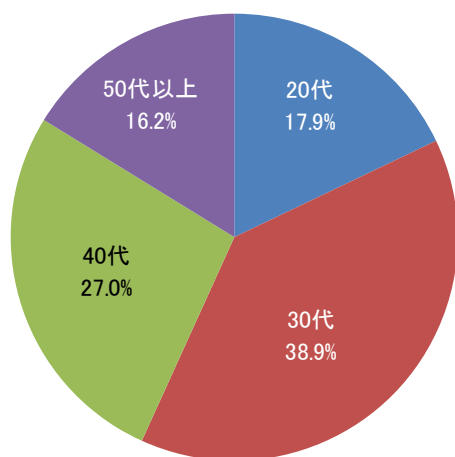


海外大学院

国	大学名	修了者数 (人)
アメリカ	University of California	6
アメリカ	Stanford University	5
アメリカ	University of Massachusetts	5
アメリカ	Harvard University	4
アメリカ	Massachusetts Institute of Technology	4
アメリカ	University of Cambridge	4
アメリカ	Columbia University	3
アメリカ	Northwestern University	3
アメリカ	University of Pennsylvania	3
アメリカ	University of Washington	3
アメリカ	Boston University	2
アメリカ	Cornell University	2
アメリカ	Purdue University	2
アメリカ	University of Chicago	2
アメリカ	University of Illinois	2
アメリカ	University of Southern California	2
アメリカ	Vanderbilt University	2
アメリカ	Arizona State University	1
アメリカ	Carnegie Mellon University	1
アメリカ	Chaminade University of Honolulu	1
アメリカ	Duke University	1
アメリカ	Georgetown University	1
アメリカ	Hofstra University	1
アメリカ	Hult International Business School	1
アメリカ	National University	1
アメリカ	New York University	1
アメリカ	Ohio University	1
アメリカ	Rushmore University	1
アメリカ	San Diego State University	1
アメリカ	Southeastern Louisiana University	1
アメリカ	Temple University	1
アメリカ	Thunderbird School of Global Management	1
アメリカ	Tufts University	1
アメリカ	University of Hawaii	1
アメリカ	University of Michigan	1
アメリカ	University of Montana	1
アメリカ	University of North Carolina at Chapel Hill	1
アメリカ	University of Texas at Austin	1
アメリカ	University of Wisconsin	1
アメリカ	Wake Forest University	1
アメリカ	Washington University in St. Louis	1
アメリカ	Webster University	1
イギリス	University of Oxford	2
イギリス	Imperial College London	1
イギリス	London Business School	1
イギリス	University of Leicester	1
イギリス	University of London	1
オーストラリア	University of Wales	1
オーストラリア	Bond University	1
オーストラリア	Griffith University	1
オーストラリア	University of Queensland	1
オーストラリア	University of Sydney	1
カナダ	McGill University	1
カナダ	University of British Columbia	1
カナダ	University of Toronto	1
カナダ	University of Western Ontario	1
ニュージーランド	IPU New Zealand Tertiary Institute	1
オランダ	TIAS School for Business and Society	1
フランス	パリ第1バンテオン・ソルボンヌ大学	1
フランス	パリ第6ピエール・エ・マリ・キュリー大学	1
タイ	ラムカムヘン大学	1
韓国	延世大学校	1
中国	北京大学	1

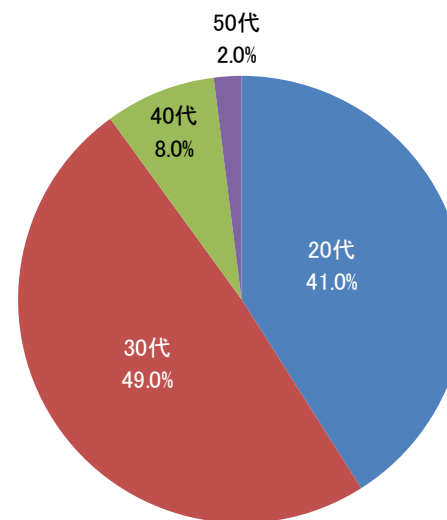
国内大は30～40代が中心 (67%を占める)
 海外大は20～30代が中心 (90%を占める)

国内大



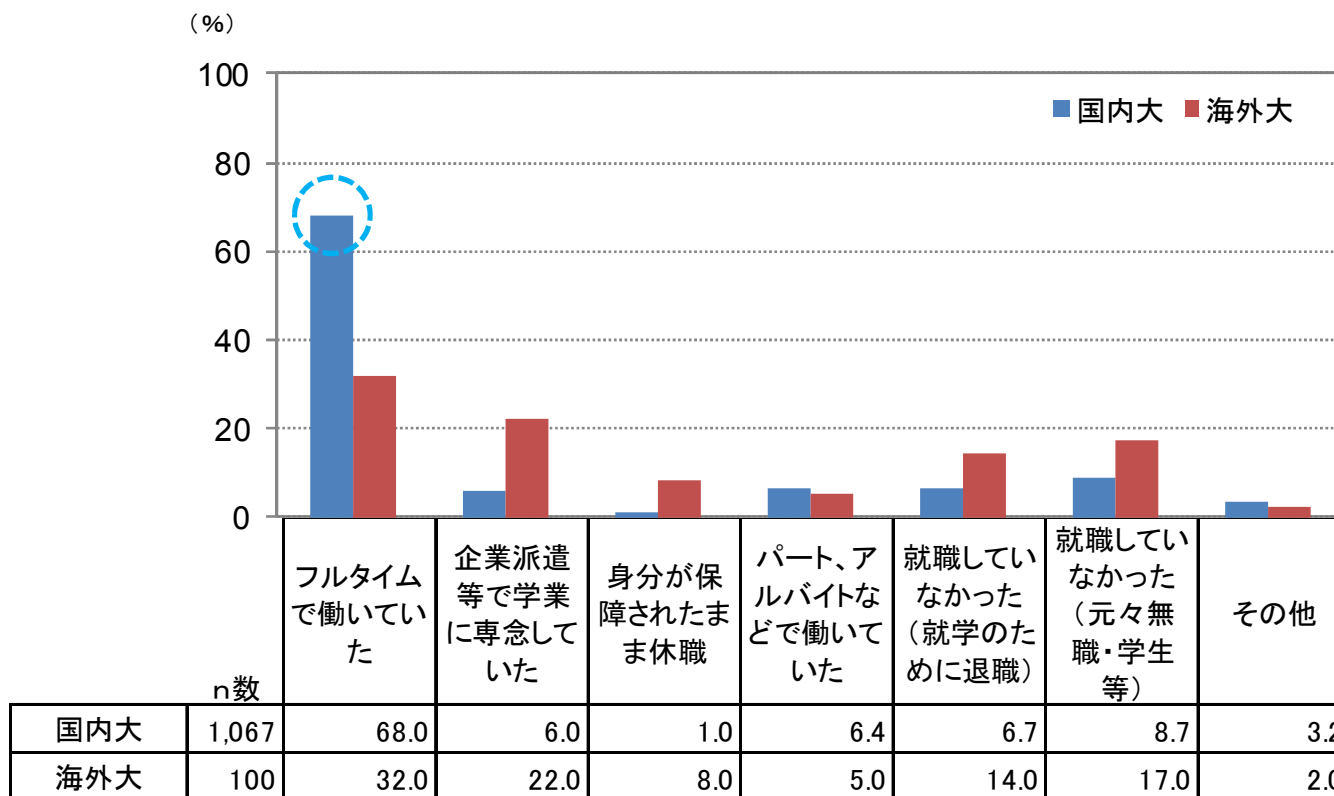
n = 1,067

海外大

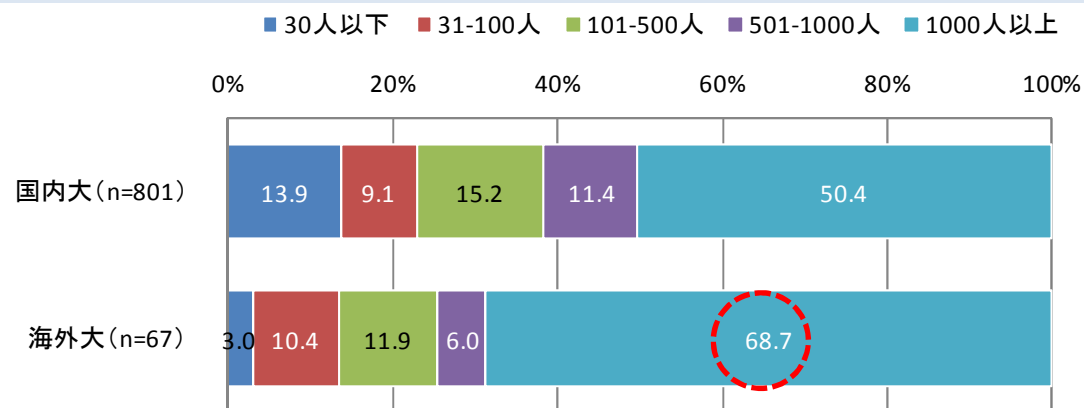


n = 100

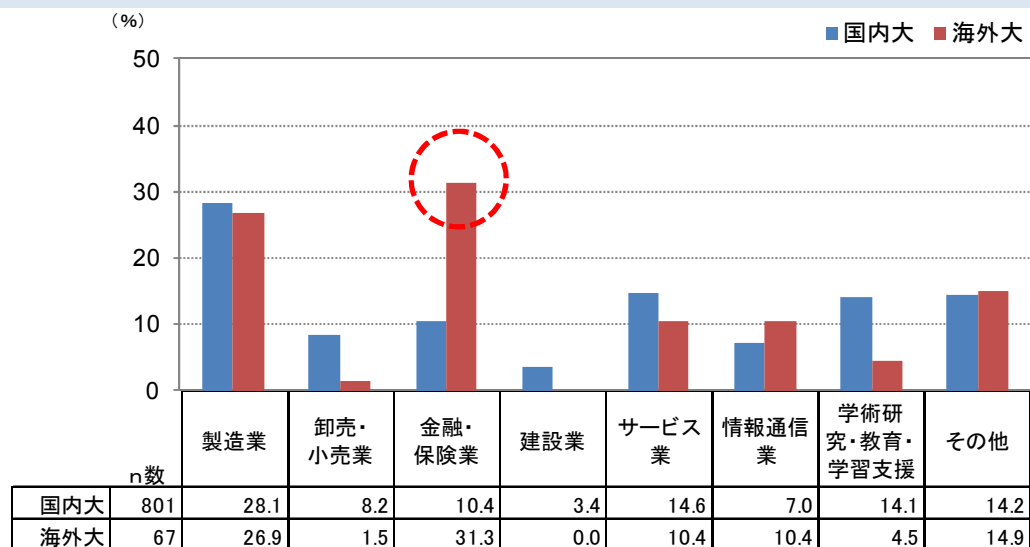
国内大は“フルタイムで働きながら就学”が68%。（海外大は32%）



就学時の勤務先の従業員数（勤務していた人）

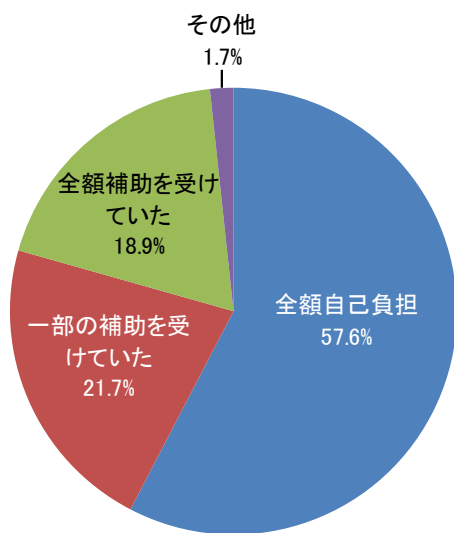


就学時の勤務先の業種（勤務していた人）



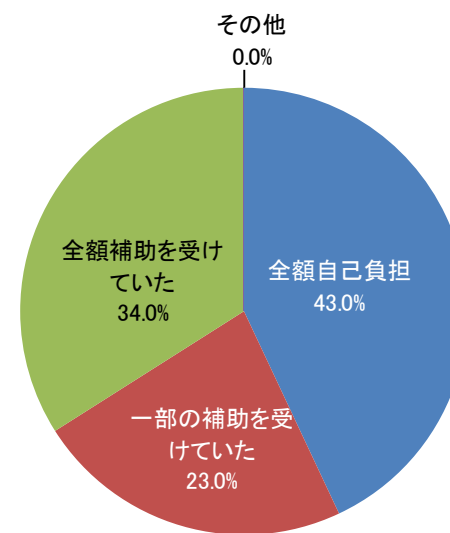
全額自己負担が、国内大が58%、海外大が43%。

国内大修了生



n = 1,067

海外大修了生



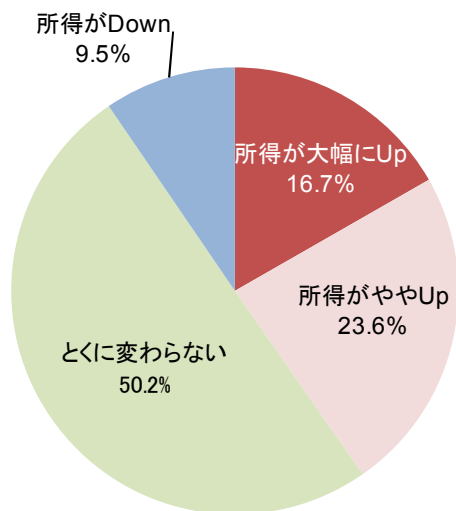
n = 100

国内大：所得UP・・・40%

海外大：所得UP・・・65%

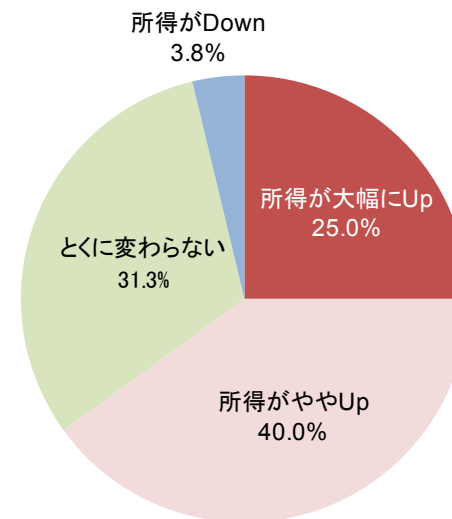
※就学前に就業していなかった人、現在就業していない人は除く
 ※大学院就学に影響しない定期昇給分については除いて回答

国内大修了生



n = 945

海外大修了生



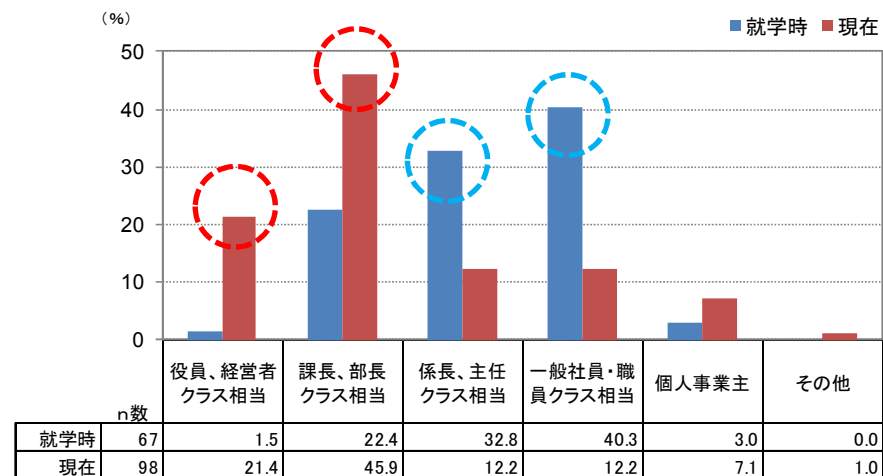
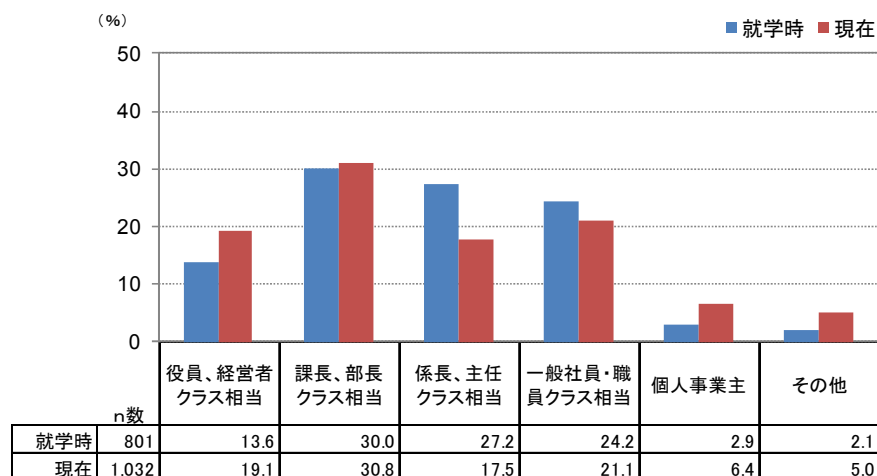
n = 80

10年以上前に修了した比率が国内大が10%、海外大が77%と差があるため参考ではあるものの、海外大修了生の「役員・経営者クラス」「課長・部長クラス」の比率が高い。

※国内大と海外大は修了年に違いがあるため参考とする

国内大修了生

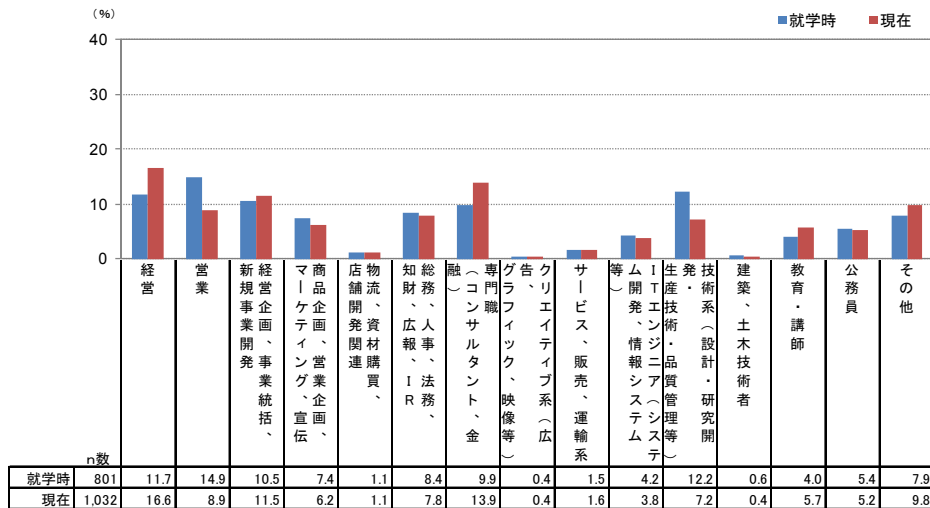
海外大修了生



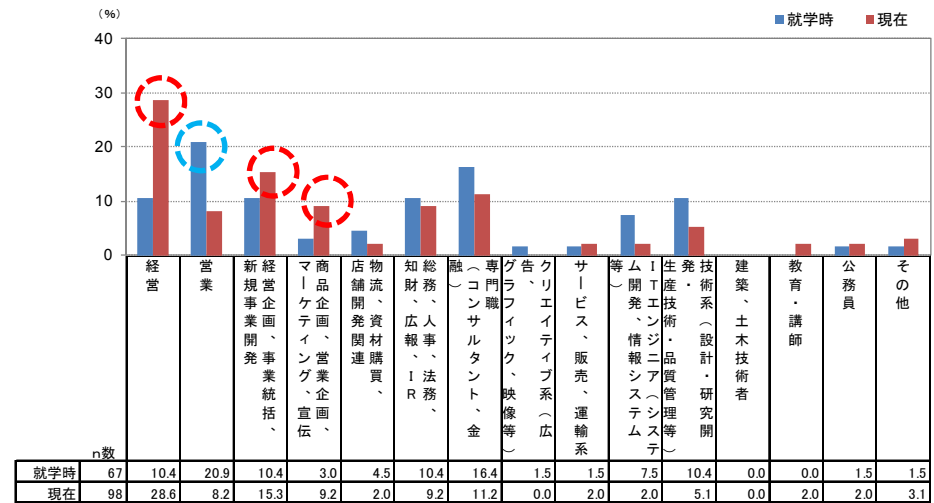
10年以上前に修了した比率が国内大が10%、海外大が77%と差があるため参考ではあるものの、海外大修了生の「経営」「経営企画・事業統括・新規事業開発」「商品企画・営業企画・マーケティング・宣伝」の比率が高い。

※国内大と海外大は修了年に違いがあるため参考とする

国内大修了生



海外大修了生

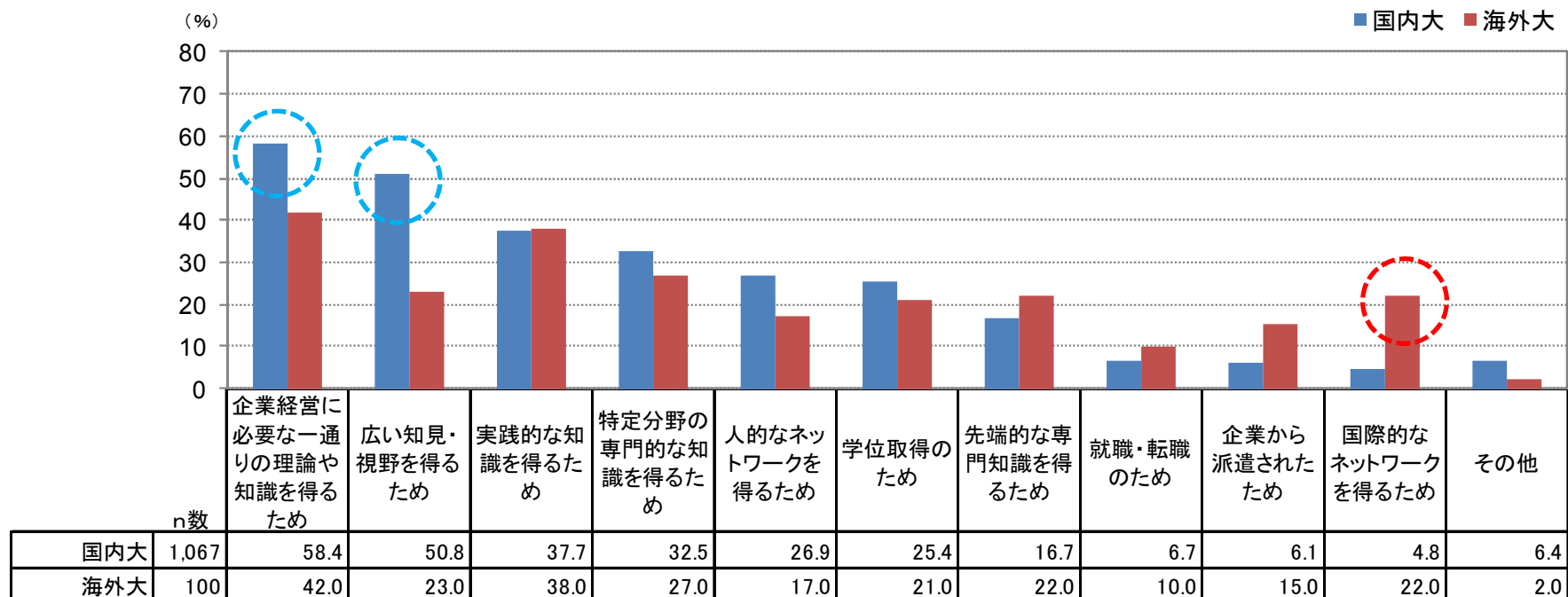


国内大

- ①企業経営に必要な一通りの理論や知識を得るため
- ②広い知見・視野を得るため
- ③実践的な知識を得るため

海外大

- ①企業経営に必要な一通りの理論や知識を得るため
- ②実践的な知識を得るため
- ③特定分野の専門的な知識を得るため

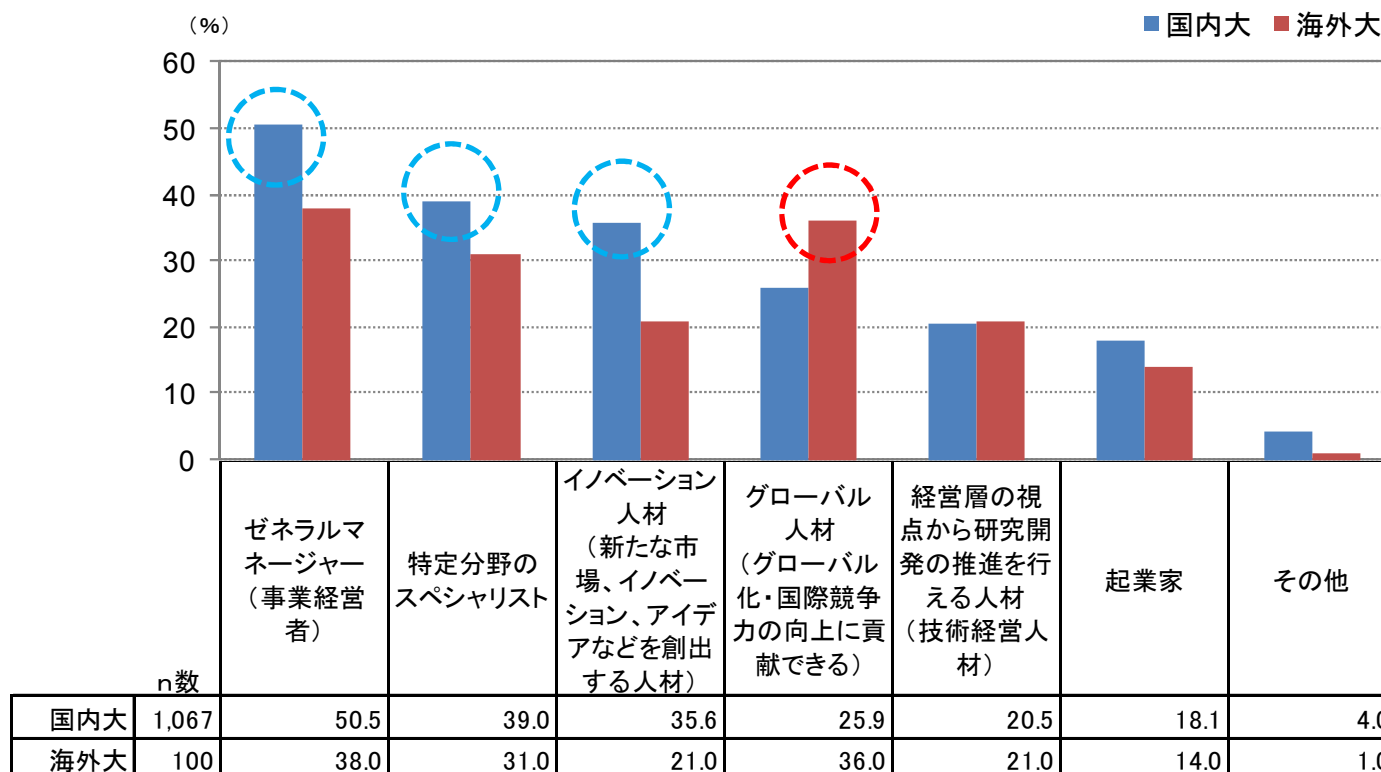


国内大

- ①ゼネラルマネージャー
- ②特定分野のスペシャリスト
- ③イノベーション人材

海外大

- ①ゼネラルマネージャー
- ②**グローバル人材**
- ③特定分野のスペシャリスト



国内大

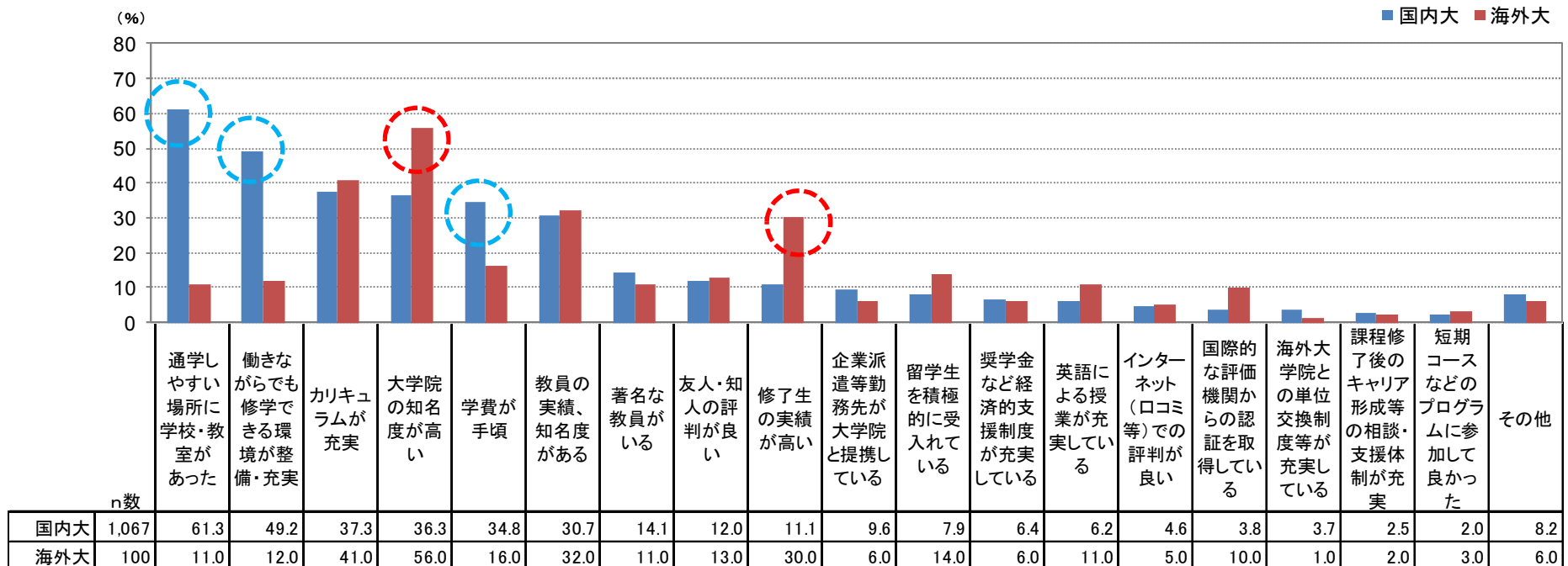
- ①通学しやすい場所
- ②働きながらでも修学できる
環境が整備・充実
- ③カリキュラムが充実
- ④大学院の知名度が高い
- ⑤学費が手頃

⇒ 環境重視

海外大

- ①大学院の知名度が高い
- ②カリキュラムが充実
- ③教員の実績、知名度がある
- ④修了生の実績が高い

⇒ 実績・知名度重視

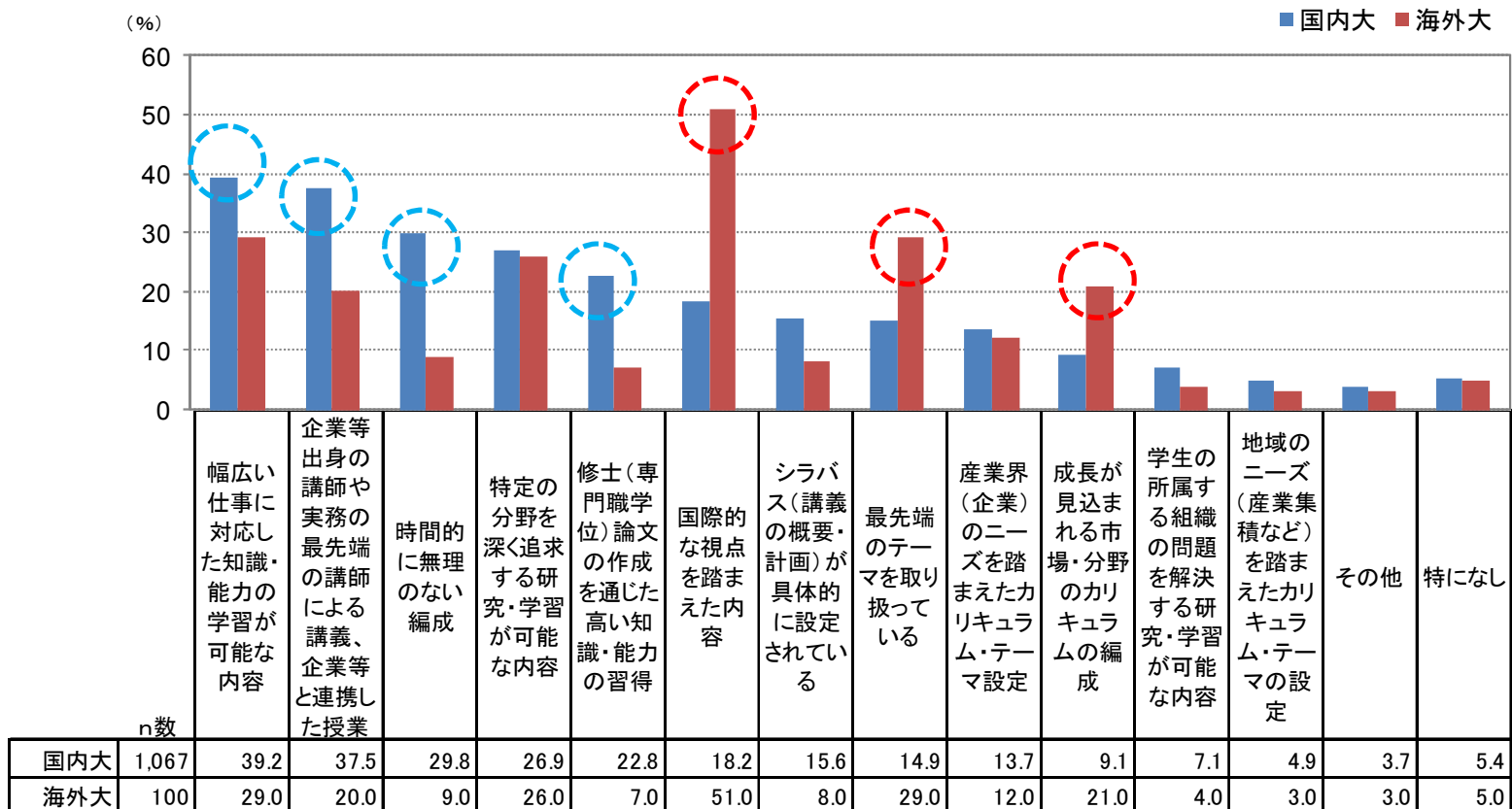


国内大

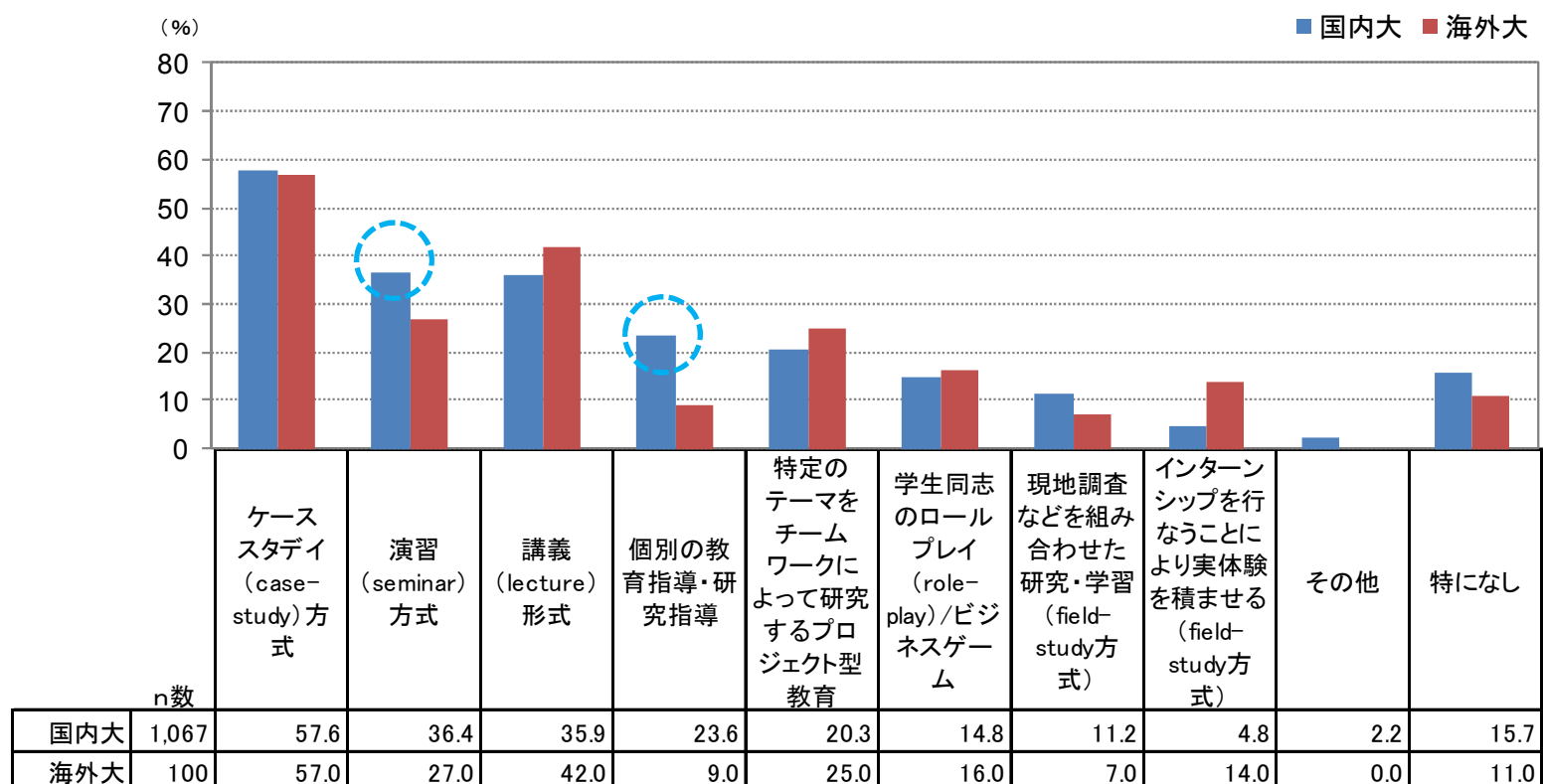
- ①幅広い仕事に対応した知識・能力の学習が可能な内容
- ②企業等出身の講師や実務の最先端の講師による講義、企業等と連携した授業
- ③時間的に無理のない編成
- ④特定の分野を深く追求する研究・学習が可能な内容

海外大

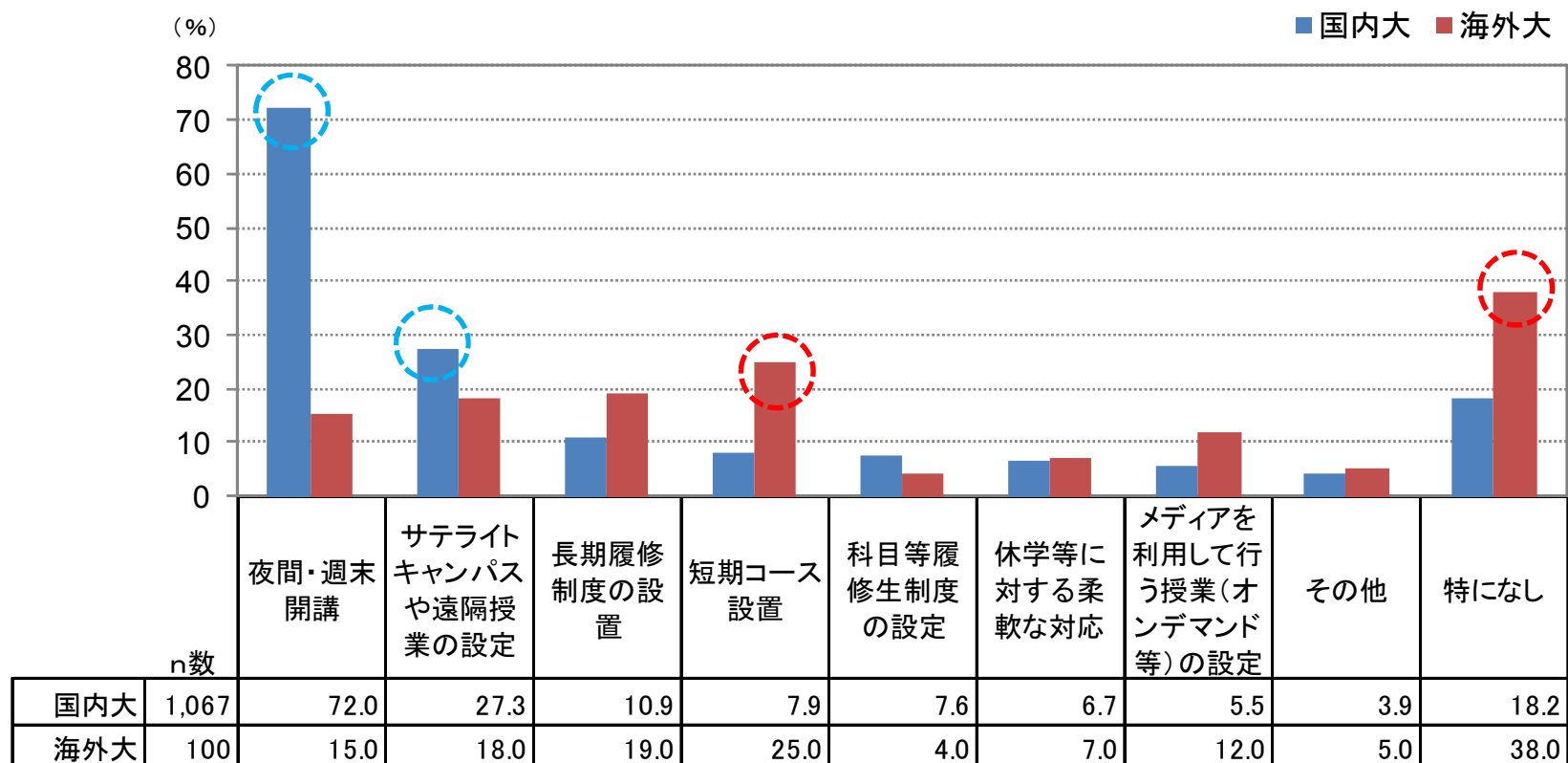
- ①国際的な視点を踏まえた内容
- ②最先端のテーマを取り扱っている
- ③幅広い仕事に対応した知識・能力の学習が可能な内容
- ④特定の分野を深く追求する研究・学習が可能な内容



国内大・海外大修了生とも「ケーススタディ方式」が最も高い。
国内大修了生と海外大修了生では、「演習方式」「個別の教育指導・研究指導」を重視する人の比率で差が見られる。

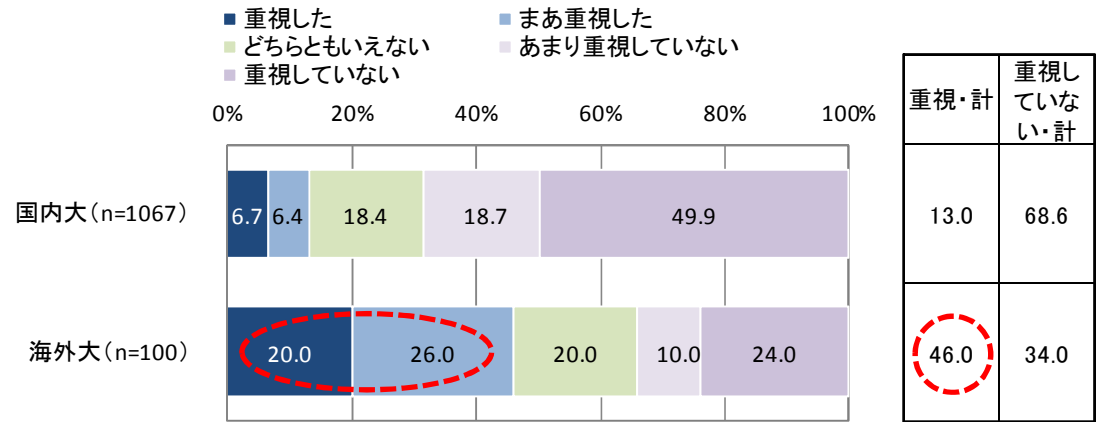


国内大は「夜間・週末開講」、海外大は、「特になし」が最も高い。
 海外大は、「特になし」以外では、「短期コース設置」を重視。

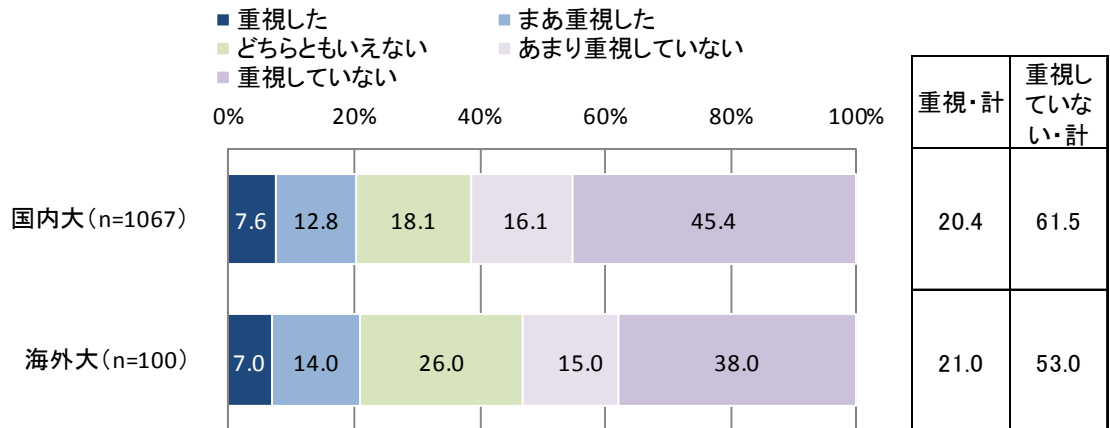


国際的な評価機関からの認証を重視：国内大13%、**海外大46%**
 国内の認証機関からの認証を重視：国内大20%、海外大21%

国際的な評価機関
からの認証
(AACSB、EFMDなど)



日本国内の認証機関
からの評価
(大学基準協会、ABEST21
など)

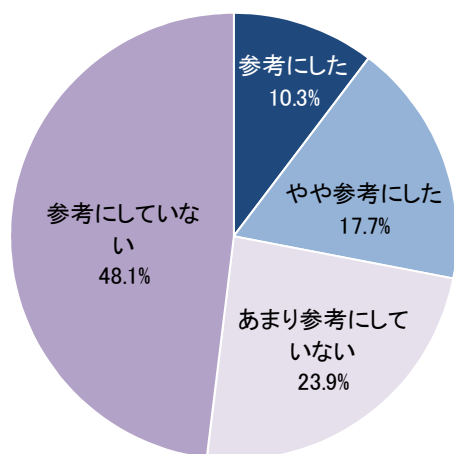


重視・参考にした比率

国内大修士生：28%

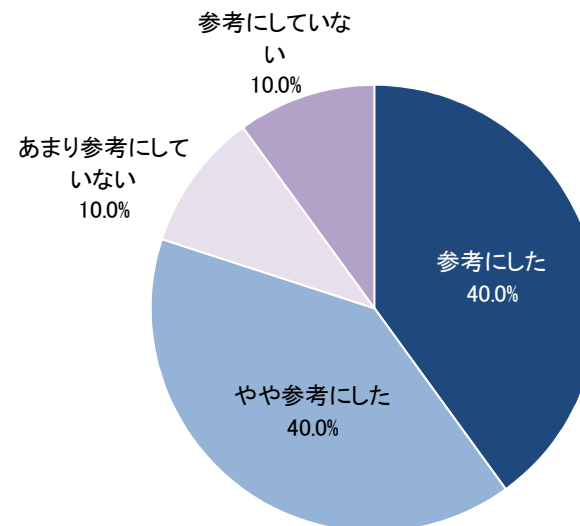
海外大修士生：80%

国内大修士生



n = 1,067

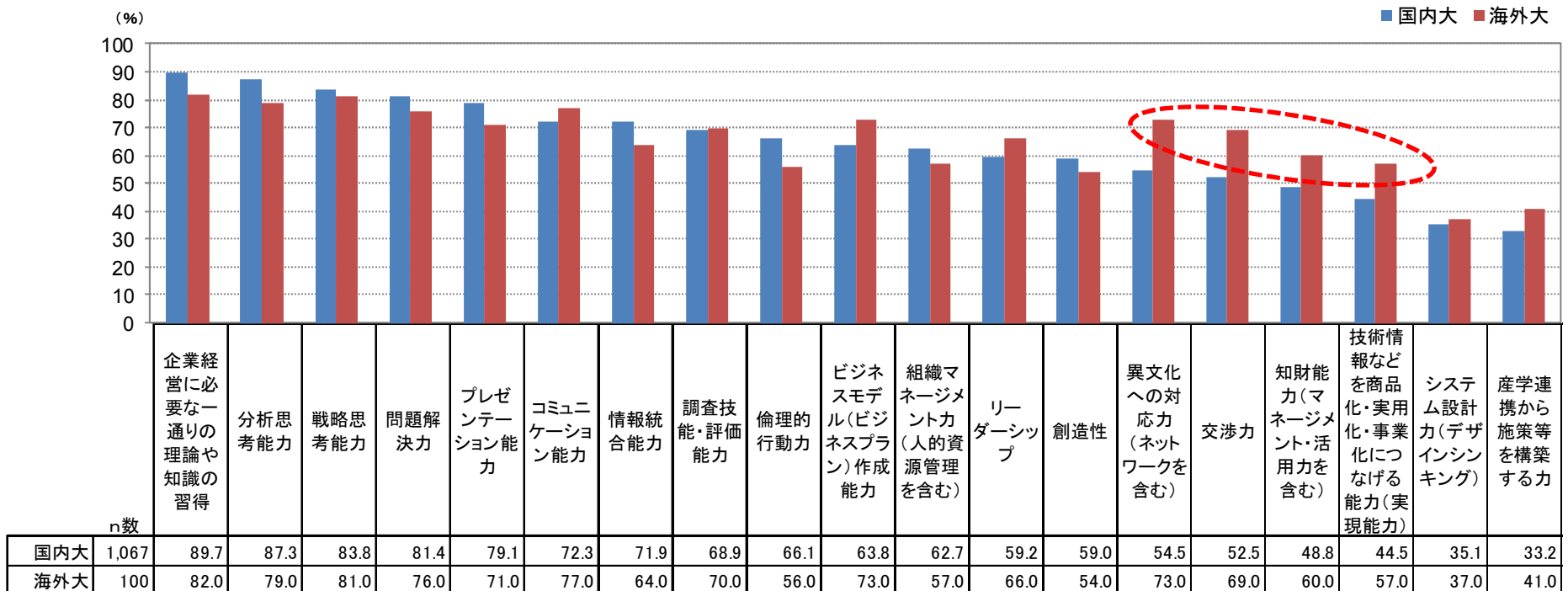
海外大修士生



n = 100

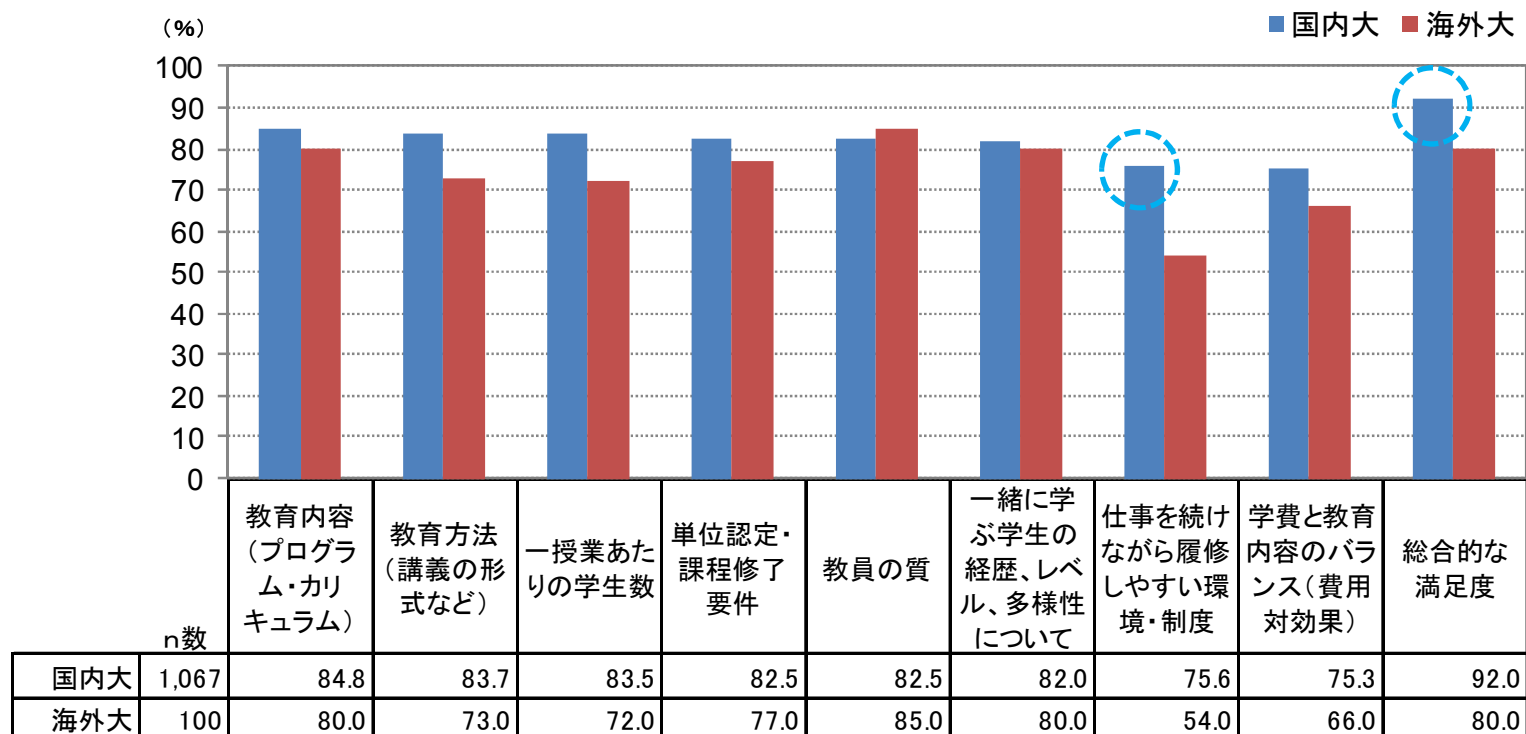
習得できた能力・知識は以下の通り。
 海外大修了生は、国内大修了生と比べて、「異文化への対応力」「交渉力」「知財能力」「技術情報などを商品化・実用化・事業化につなげる能力」などで習得できたとする比率が高い。

「習得できた」+「まあ習得できた」の割合



全般的に国内大修了生の満足度が高い。
 仕事を続けながら履修しやすい環境・制度の評価で海外大修了生と差。

「満足」 + 「やや満足」の割合

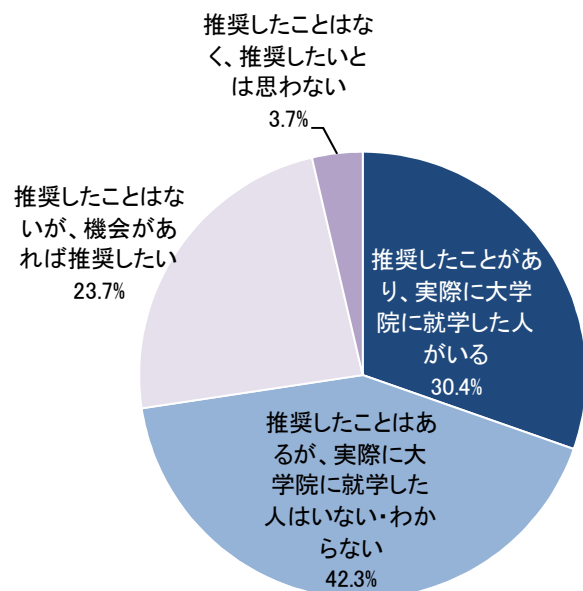


推奨したことがある人の比率

国内大修士生：73%

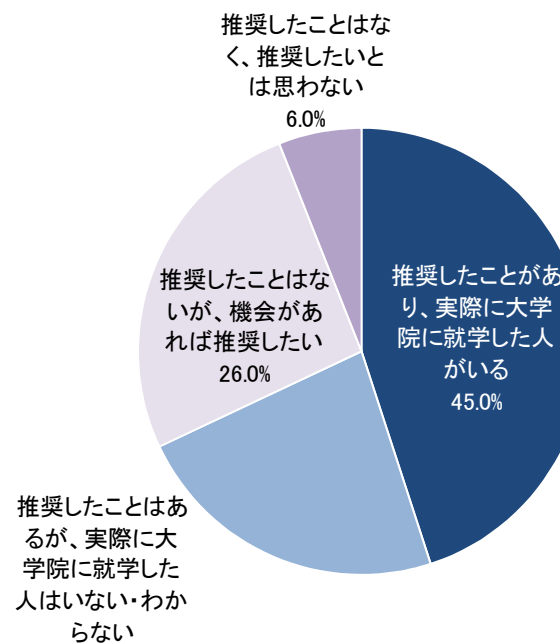
海外大修士生：68%

国内大修士生



n = 1,067

海外大修士生



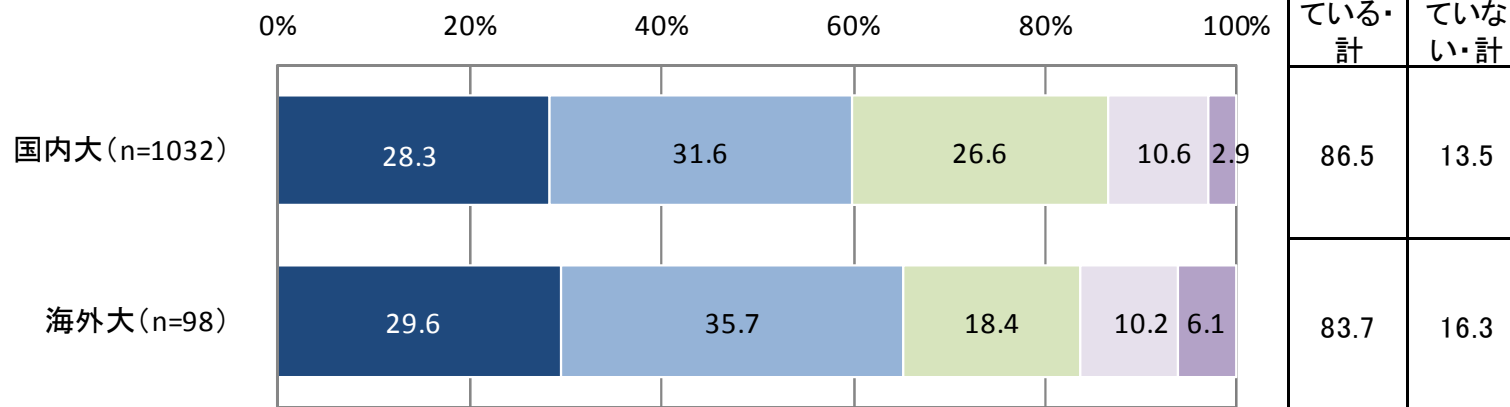
n = 100

大学で学んだことを勤務先で活かしている人の比率

国内大：87% 海外大84%

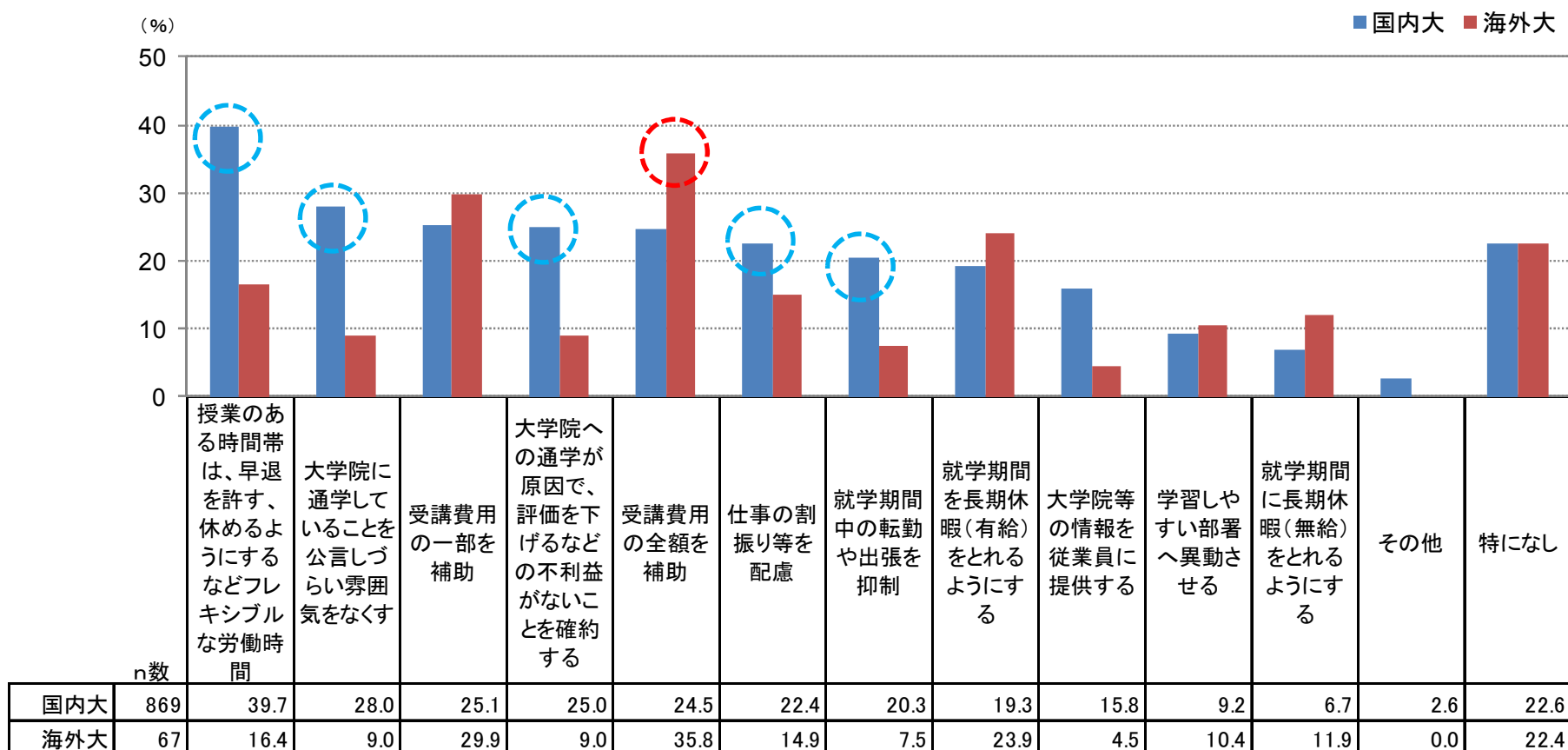
現在就業している人

- 習得した内容を活かせる部署・部門で働いている
- 習得した内容を活かせるポジション・役割で働いている
- 普段の業務で習得した内容・能力を活かしている
- あまり活かしていない
- 全く活かしていない

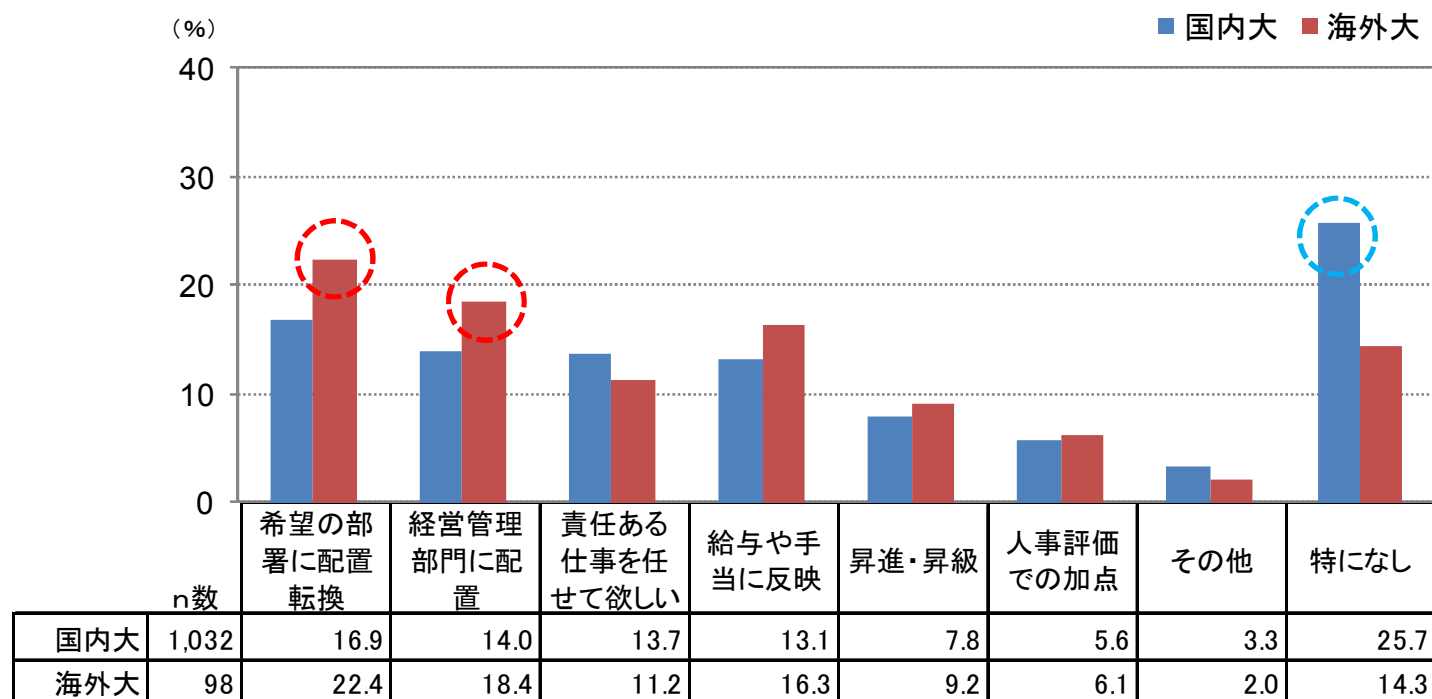


就業期間中の勤務先に対する要望

国内大は就学時の業務への配慮が中心。海外大は費用面での補助が多い。



修了後の就業先に対する希望は、
 「希望の部署」「経営管理部門への配置」など。
 国内大修了生は「特になし」も26%を占めている。



産業界の経営系大学院に対するニーズ等に関する調査

※サンプル数

大企業	303
中小企業	166
外資系企業	115
<hr/>	
合計	584

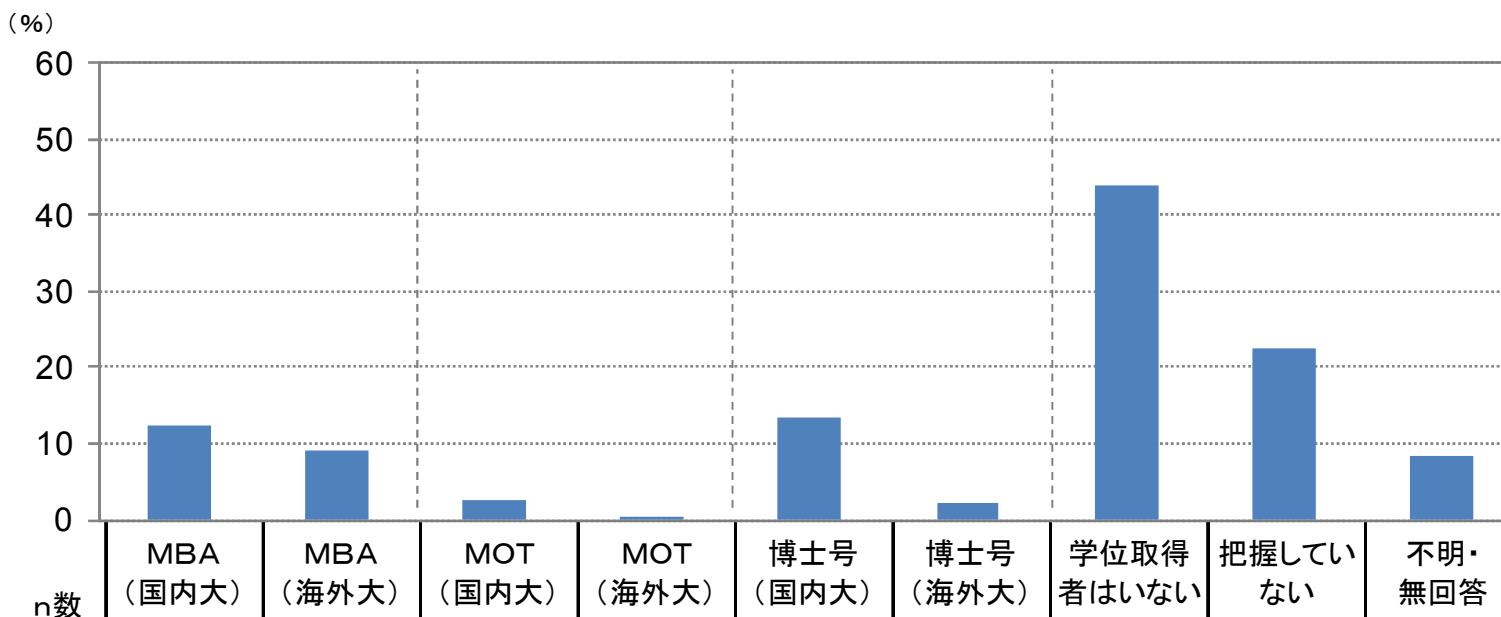
1人以上学位取得者がいる企業の割合

大企業（上場企業） **MBA** 国内：18% 海外：11%

MOT 国内：3% 海外：0.3%

博士号 国内：19% 海外：3%

※「いない」は3割。「把握していない」は3割。



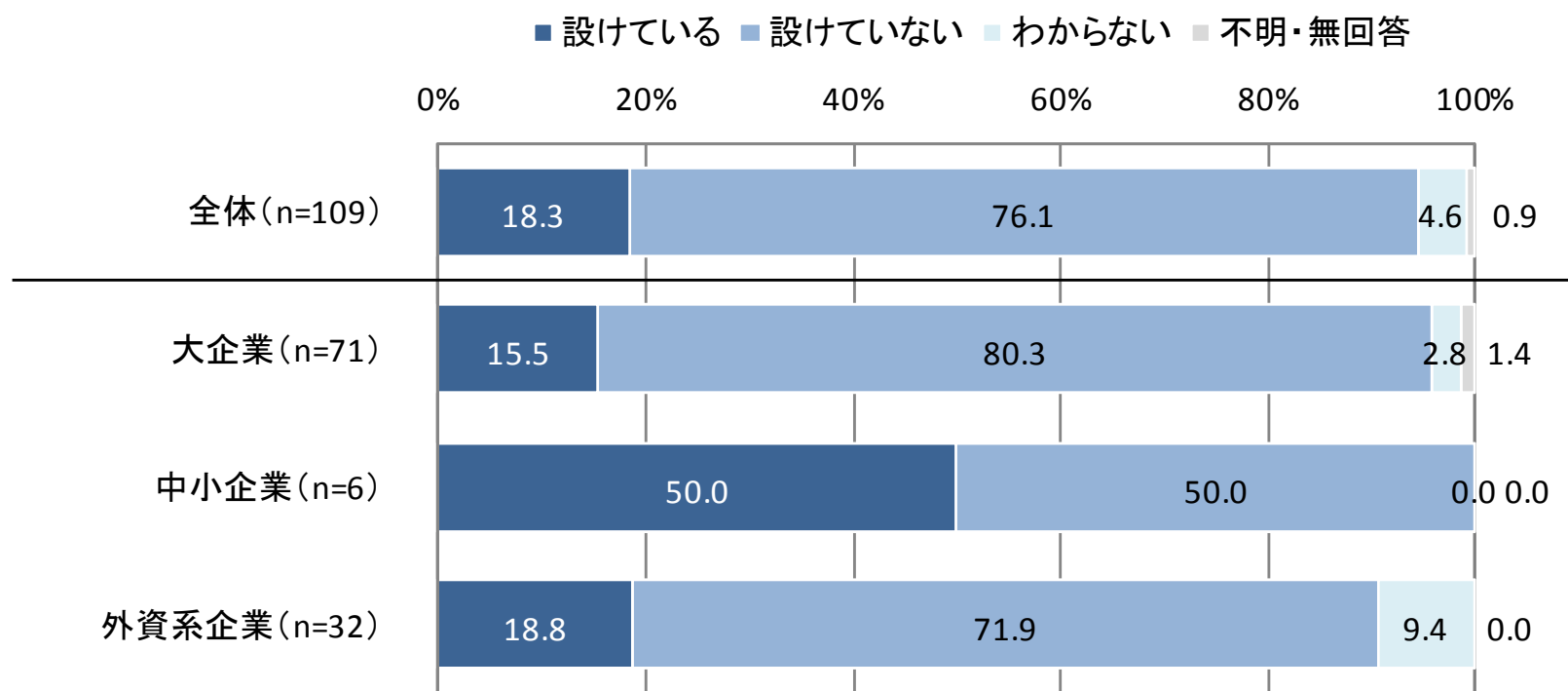
	n数	MBA (国内大)	MBA (海外大)	MOT (国内大)	MOT (海外大)	博士号 (国内大)	博士号 (海外大)	学位取得者はいない	把握していない	不明・無回答	学位取得者がいる
全体	584	12.5	9.1	2.6	0.5	13.4	2.2	43.8	22.6	8.4	25.2
大企業	303	17.5	11.2	3.3	0.3	18.8	3.0	31.0	29.7	6.6	32.7
中小企業	166	1.8	0.6	1.8	0.0	3.0	0.0	71.1	12.7	11.4	4.8
外資系企業	115	14.8	15.7	1.7	1.7	13.9	3.5	38.3	18.3	8.7	34.8

学部卒生と比較して処遇（給与や職位・配置）に差を設けている割合

大企業（上場企業）：16%

外資系企業：19%

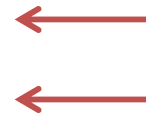
※ 1人以上学位取得者がいる企業



“国内”の経営系大学院修了生の能力 (同年齢・役職と比較した場合)

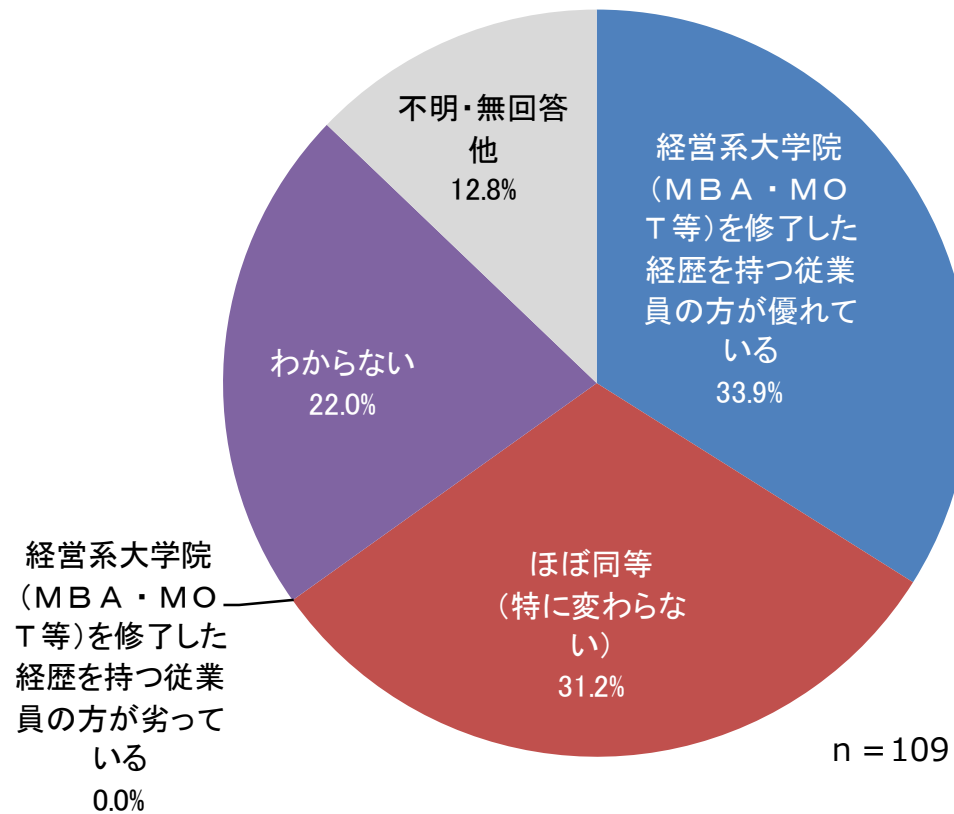
優れている : 34%

ほぼ同等 : 31%



評価がわかる

※ 1人以上学位取得者がいる企業

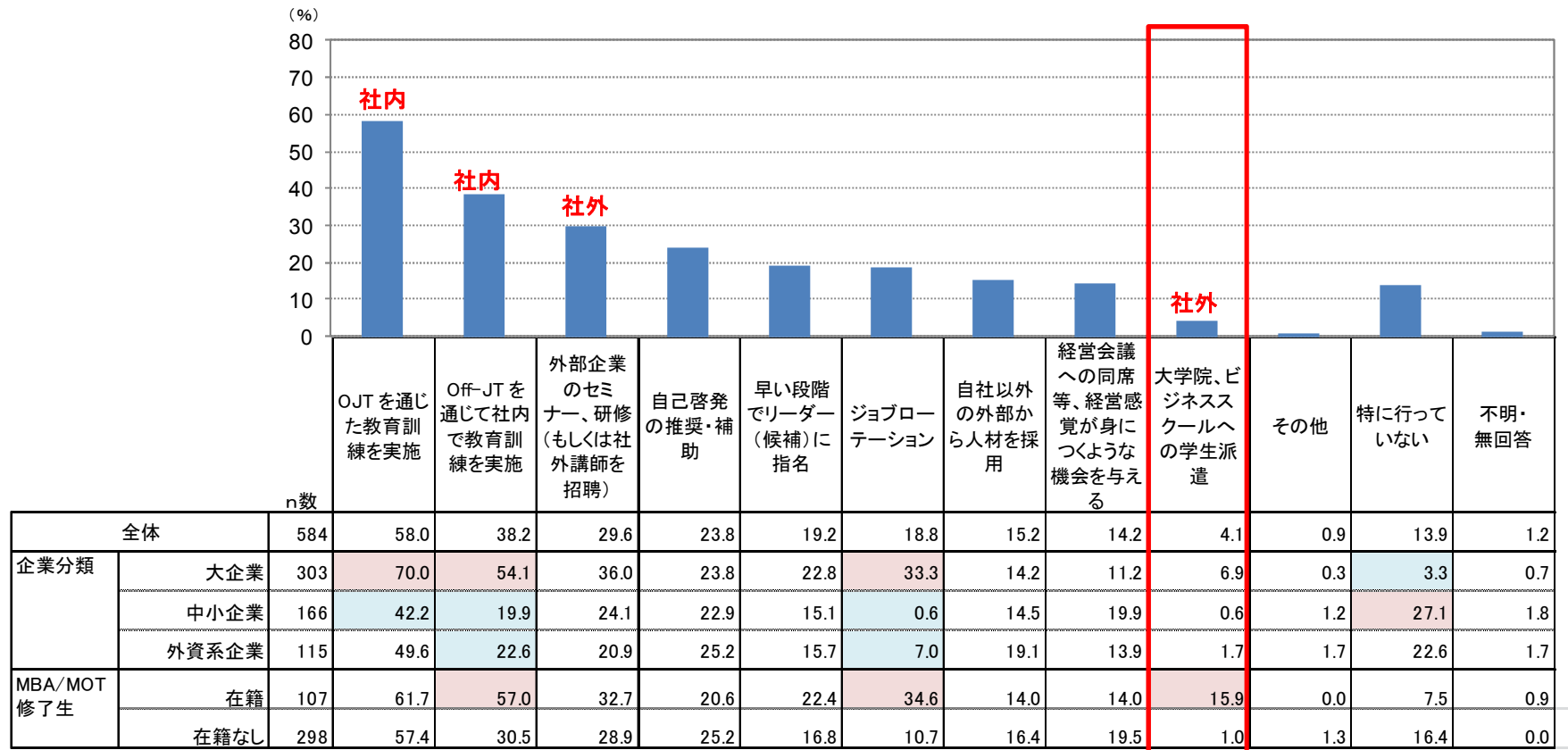


“中核人材”の能力開発は、OJT／Off-JTなど社内での教育訓練が中心。

大企業（上場企業）の能力開発で“外部”を利用しているのは、

- ・ 外部企業のセミナー・研修 : 36%
- ・ 大学院・ビジネススクールへの学生派遣 : 7%

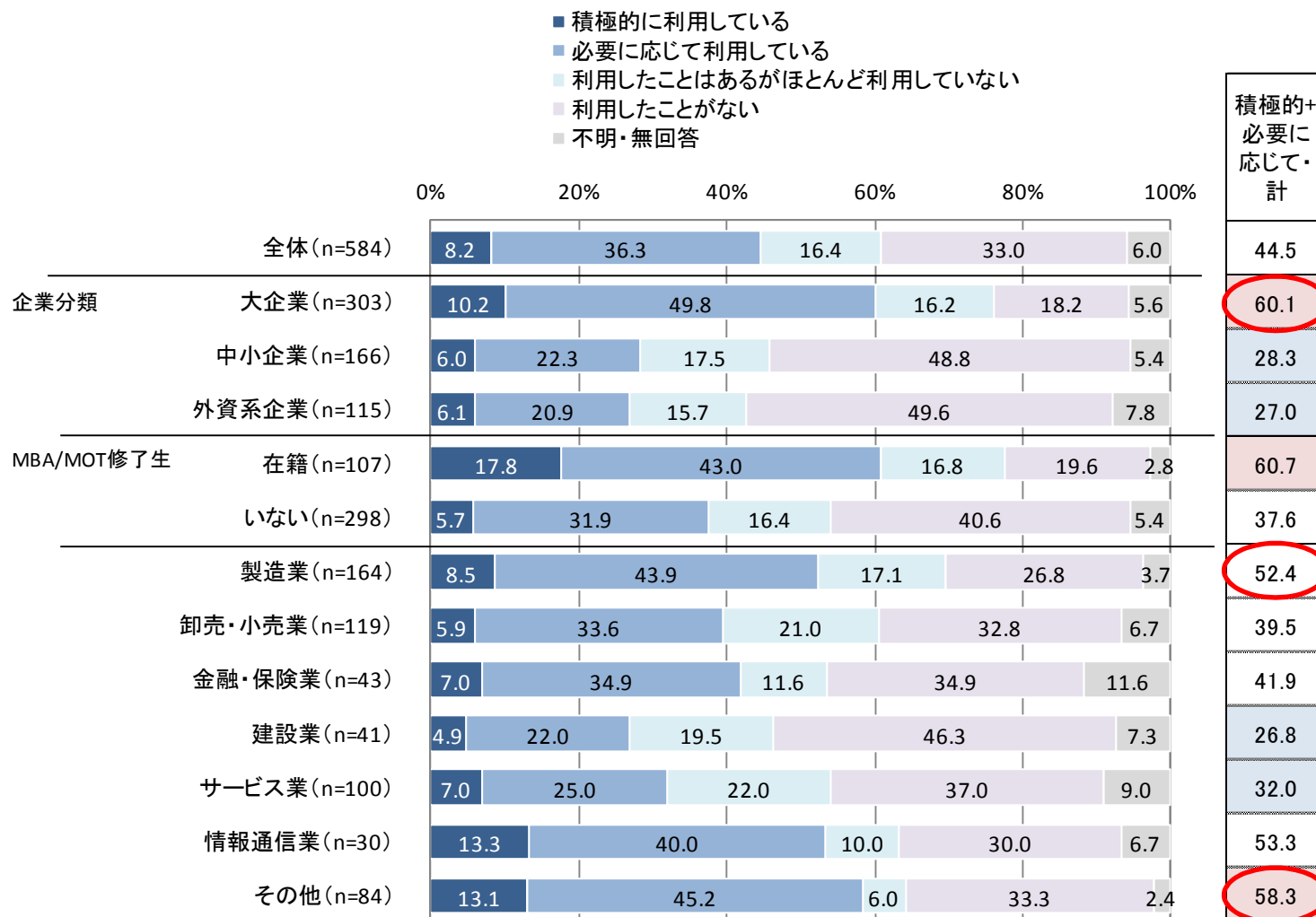
※MBA／MOT修了生がいる企業では、
大学院・ビジネススクールへの学生派遣を実施している比率が16%



■ 利用率

大企業（上場企業） : 60%
 中小企業 : 28%
 外資系企業 : 27%

※情報通信業、製造業が比較的高い。



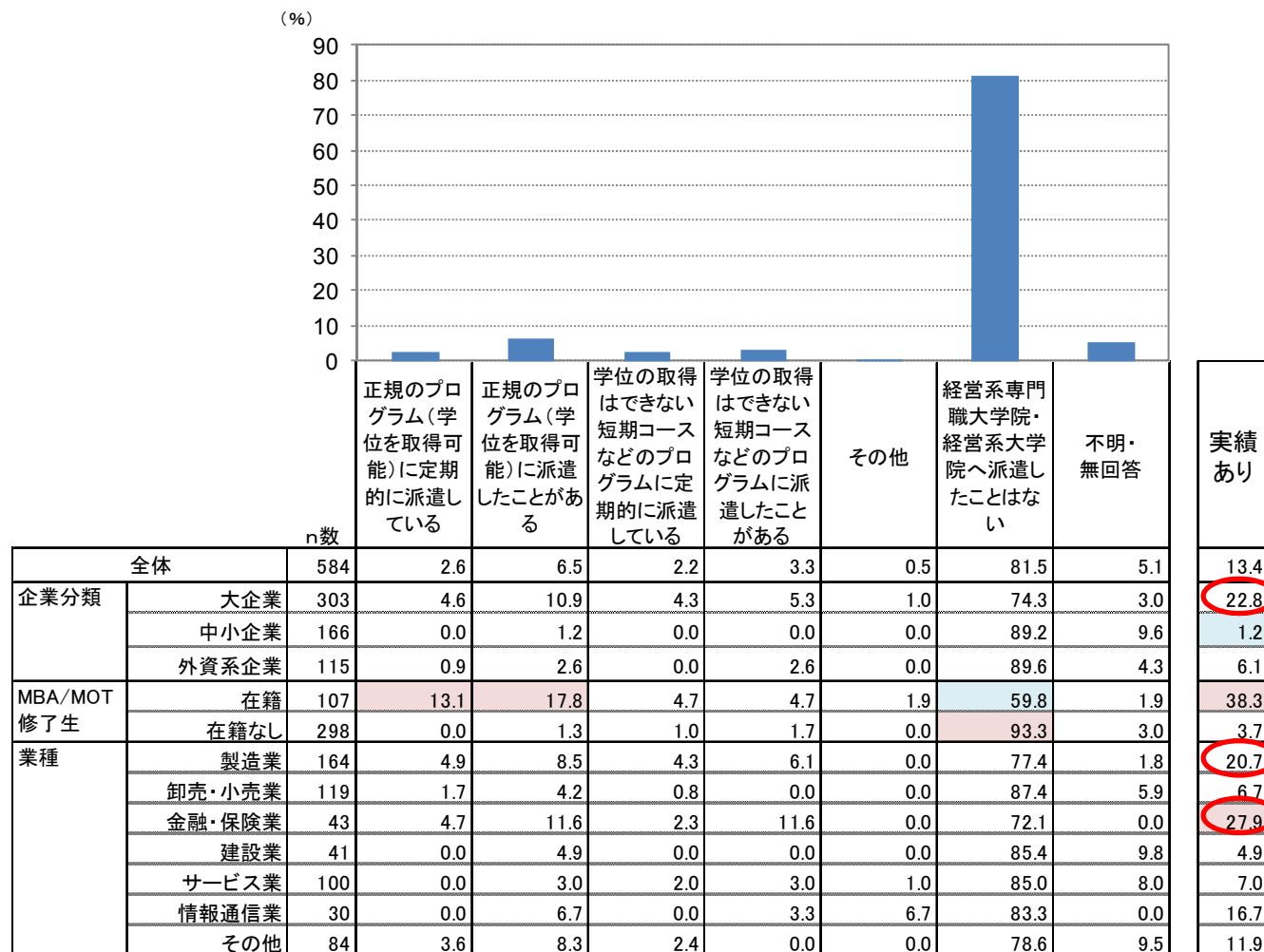
■大企業

派遣実績あり：23%（海外大：14%） ※次ページ

定期的に派遣 正規プログラム：5% 短期コース：4%

※中小企業は派遣実績ありで1%

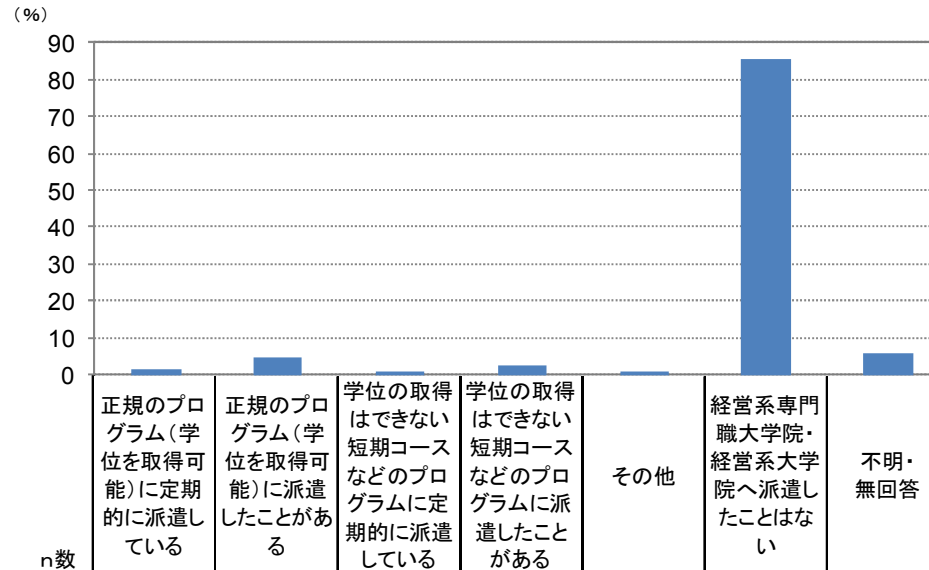
※金融・保険業、製造業などで高い



■大企業

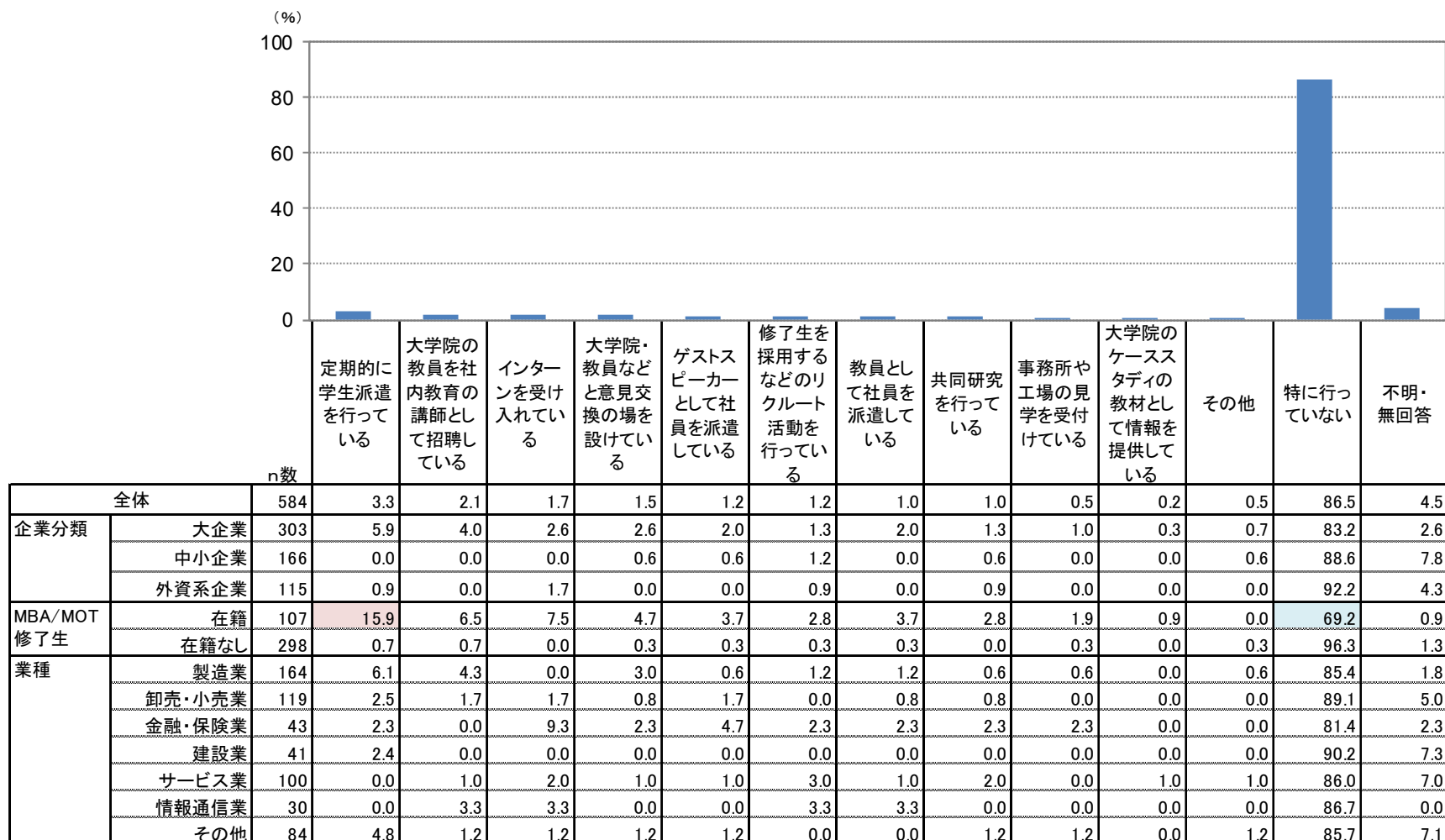
派遣実績あり：14%

定期的に派遣 正規プログラム：3% 短期コース：1%



		n数	正規のプログラム(学位を取得可能)に定期的に派遣している	正規のプログラム(学位を取得可能)に派遣したことがある	学位の取得はできない短期コースなどのプログラムに定期的に派遣している	学位の取得はできない短期コースなどのプログラムに派遣したことがある	その他	経営系専門職大学院・経営系大学院へ派遣したことはない	不明・無回答	実績あり
全体		584	1.5	4.5	1.0	2.4	0.7	85.6	6.0	8.4
企業分類	大企業	303	3.0	7.9	1.7	3.0	0.7	81.8	4.3	13.9
	中小企業	166	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	89.8	10.2	0.0
	外資系企業	115	0.0	1.7	0.9	4.3	1.7	89.6	4.3	6.1
MBA/MOT 修了生	在籍	107	4.7	15.0	0.9	1.9	0.0	75.7	3.7	20.6
	在籍なし	298	0.7	0.0	0.7	1.3	0.0	94.3	3.4	2.3
業種	製造業	164	2.4	6.1	2.4	3.0	0.0	85.4	2.4	12.2
	卸売・小売業	119	2.5	2.5	0.8	4.2	1.7	84.9	6.7	8.4
	金融・保険業	43	0.0	4.7	0.0	2.3	0.0	93.0	0.0	7.0
	建設業	41	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	87.8	9.8	2.4
	サービス業	100	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0	87.0	9.0	4.0
	情報通信業	30	0.0	13.3	3.3	3.3	3.3	83.3	0.0	16.7
	その他	84	1.2	6.0	0.0	1.2	0.0	81.0	11.9	7.1

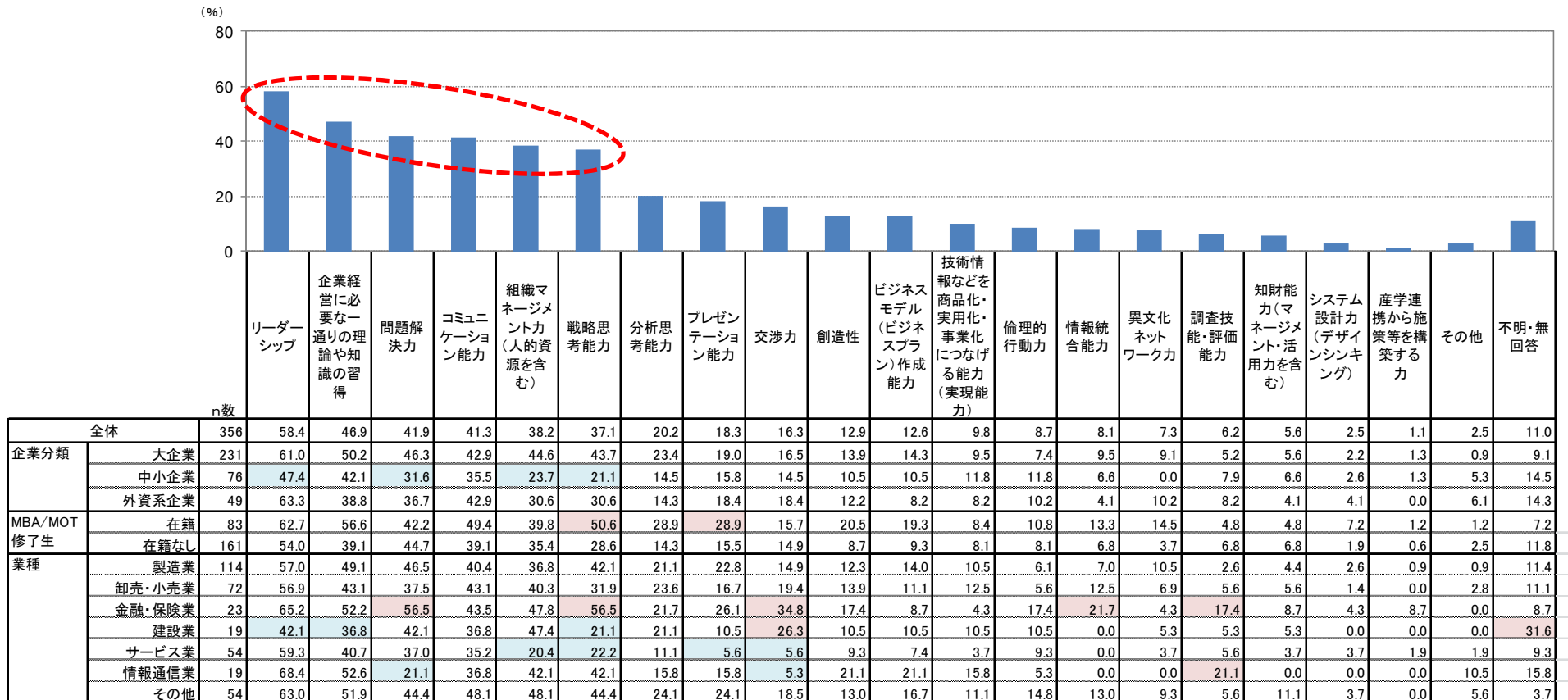
大企業においても、“特に連携していない”が87%を占める。



- ①リーダーシップ
- ②企業経営に必要な一通りの理論や知識の習得
- ③問題解決力
- ④コミュニケーション能力
- ⑤組織マネジメント力
- ⑥戦略思考能力

経営戦略や人的資源管理, 会計, ファイナンス, テクノロジー・マネジメントなど

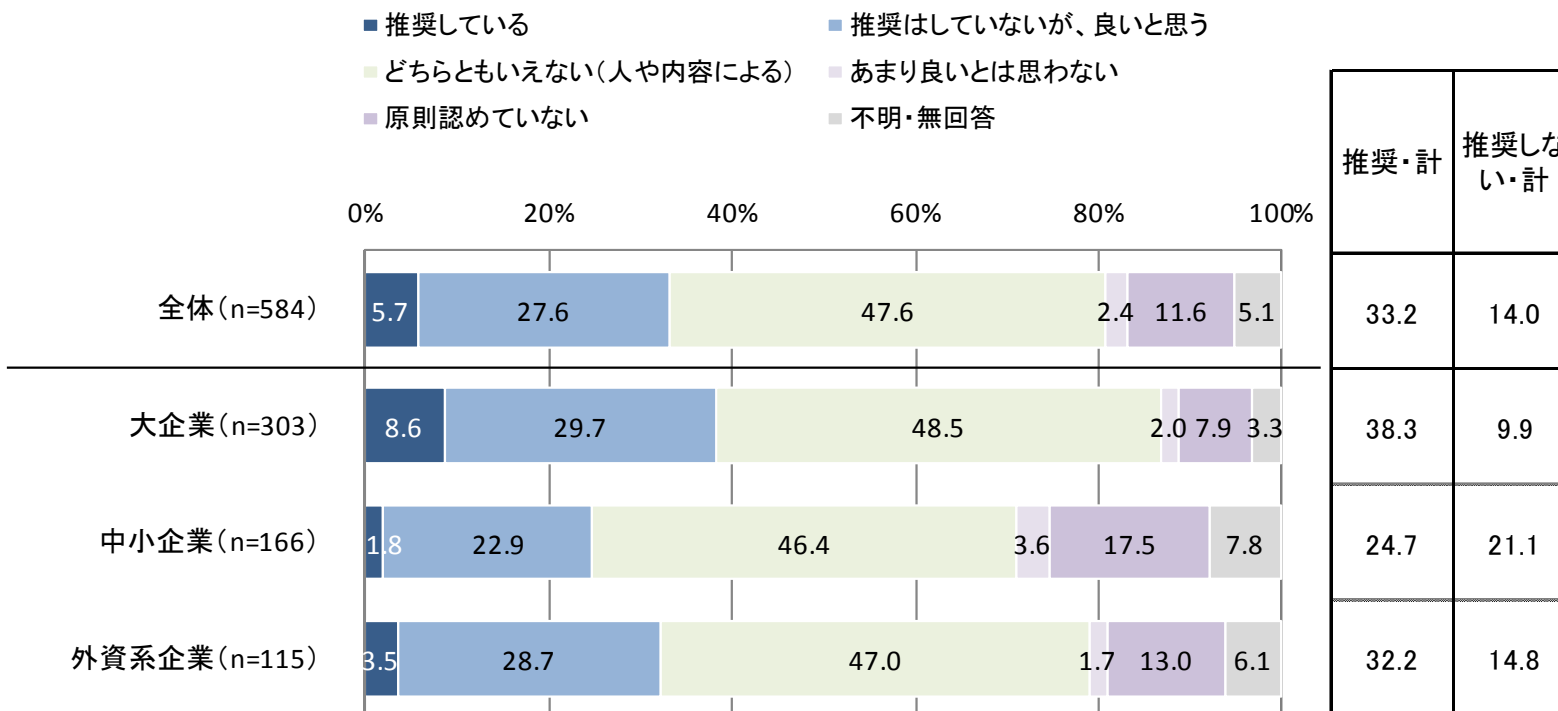
※中核人材の能力開発に当たって社外の人材育成機関を利用したことがある企業



経営系専門職大学院／経営系大学院で学ぶことを推奨しているか？

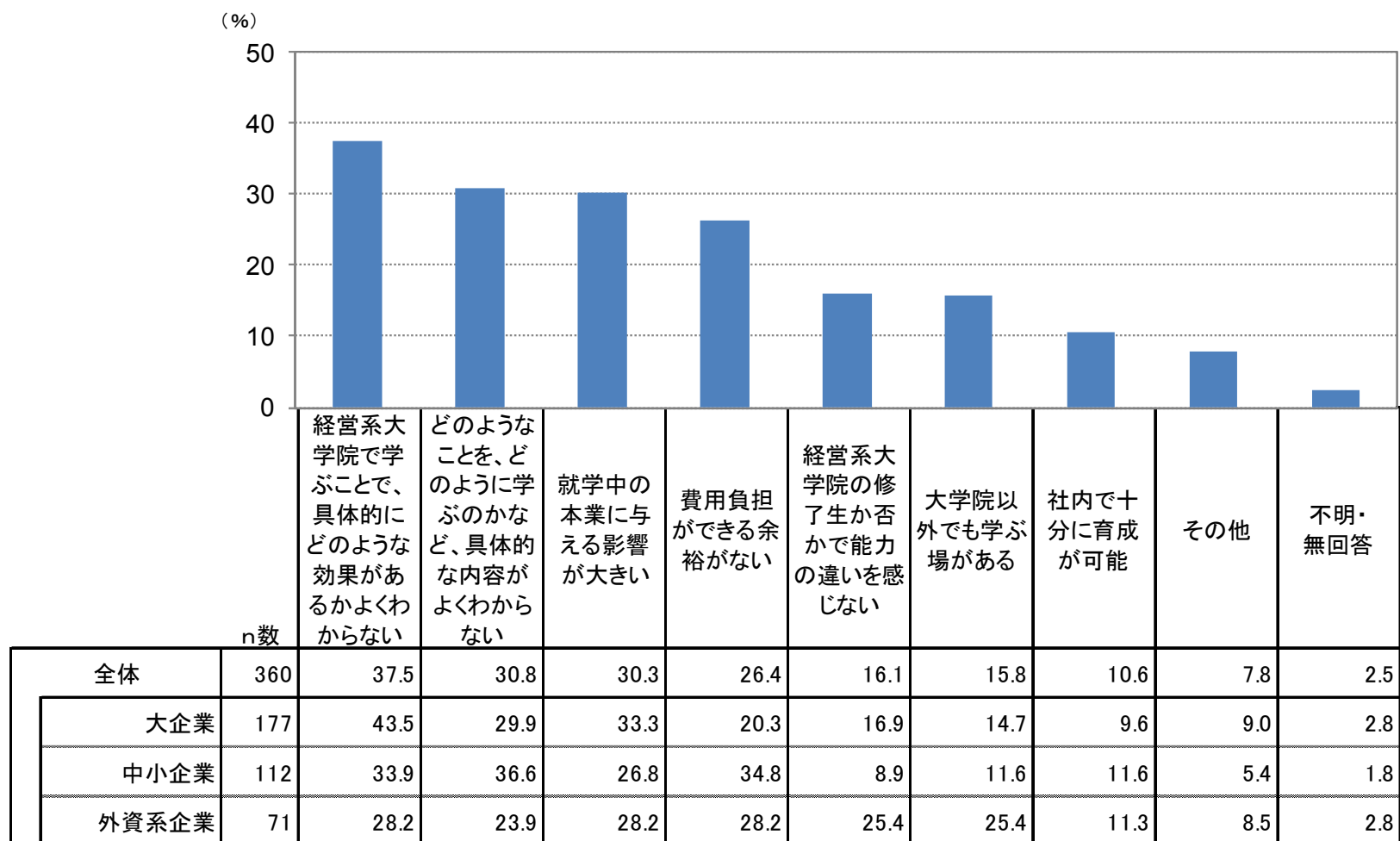
※推奨・良いなどポジティブな見解は33%。

※良いとは思わない、認めていないなどネガティブ評価は14%。



経営系専門職大学院／経営系大学院で学ぶことを推奨していない理由

※学ぶことの効果やどのようなことを学ぶかについて “よくわからない”



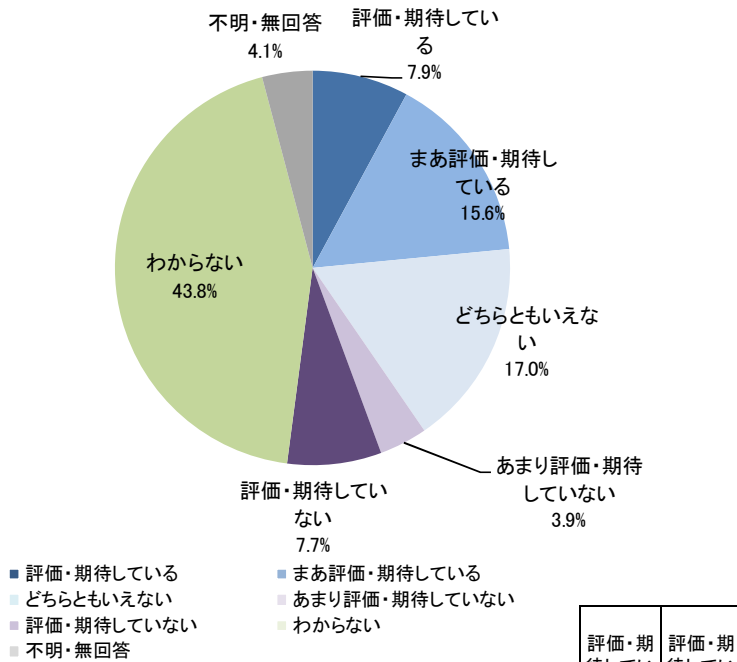
企業（貴社）の求める人材を養成できていると思うか？期待しているか？

※評価・期待している

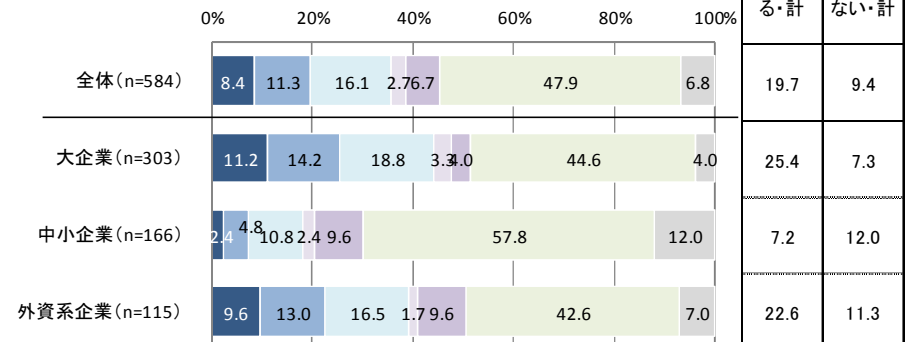
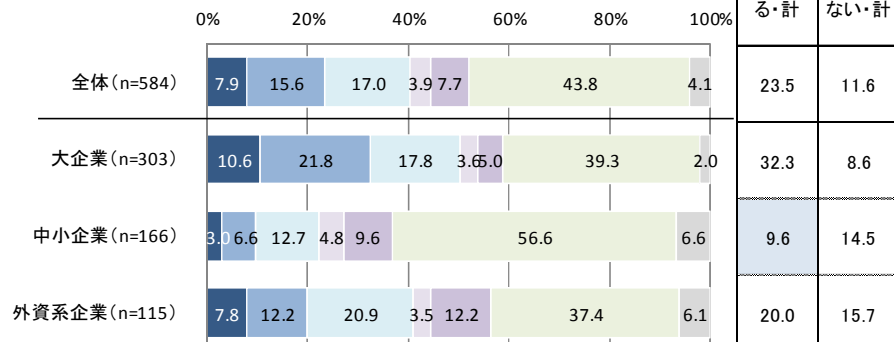
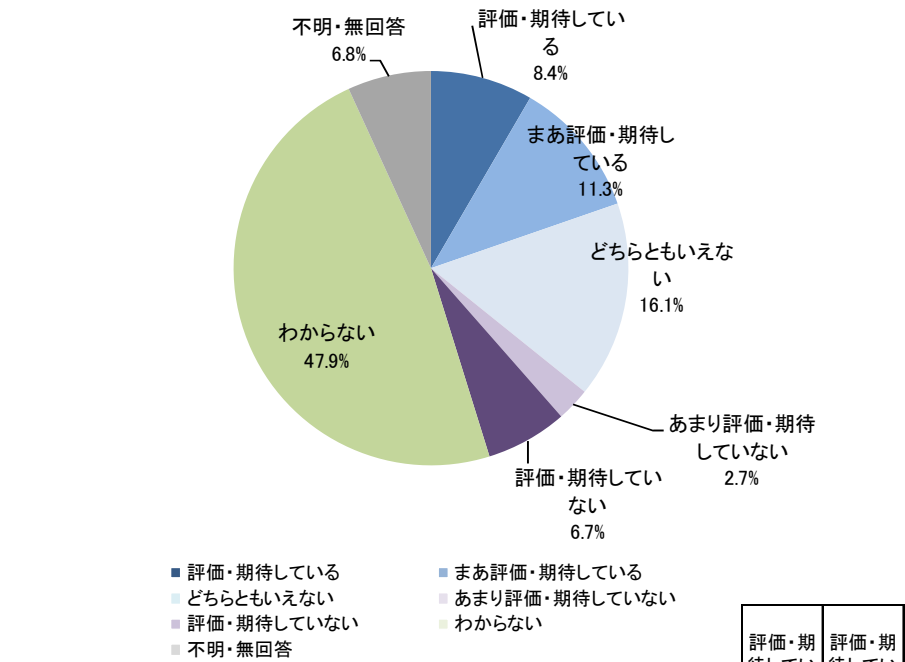
国内大：24% 海外大：20%

※“わからない”が大半を占める

国内大



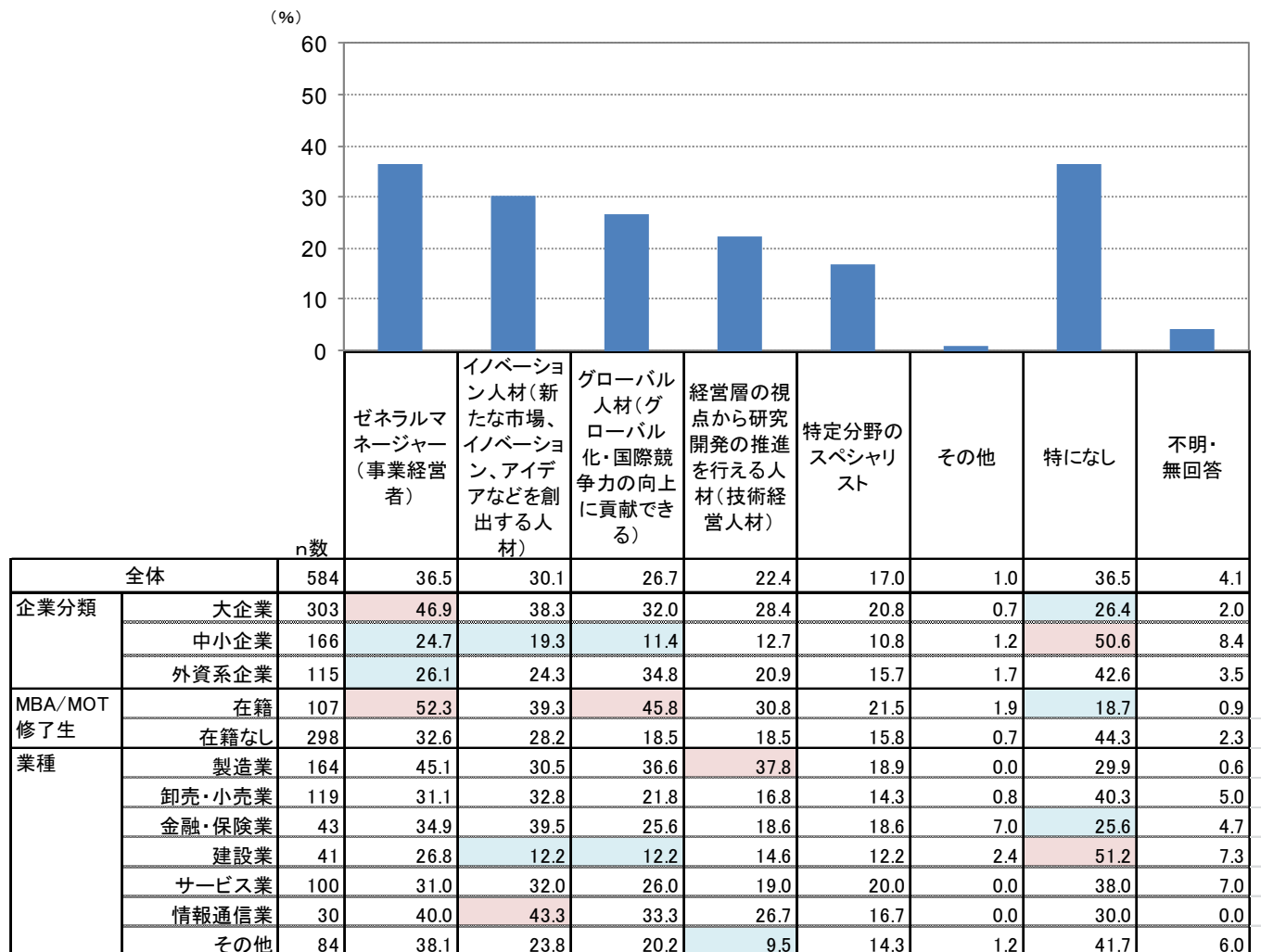
海外大



どのような人材を養成して欲しいか？

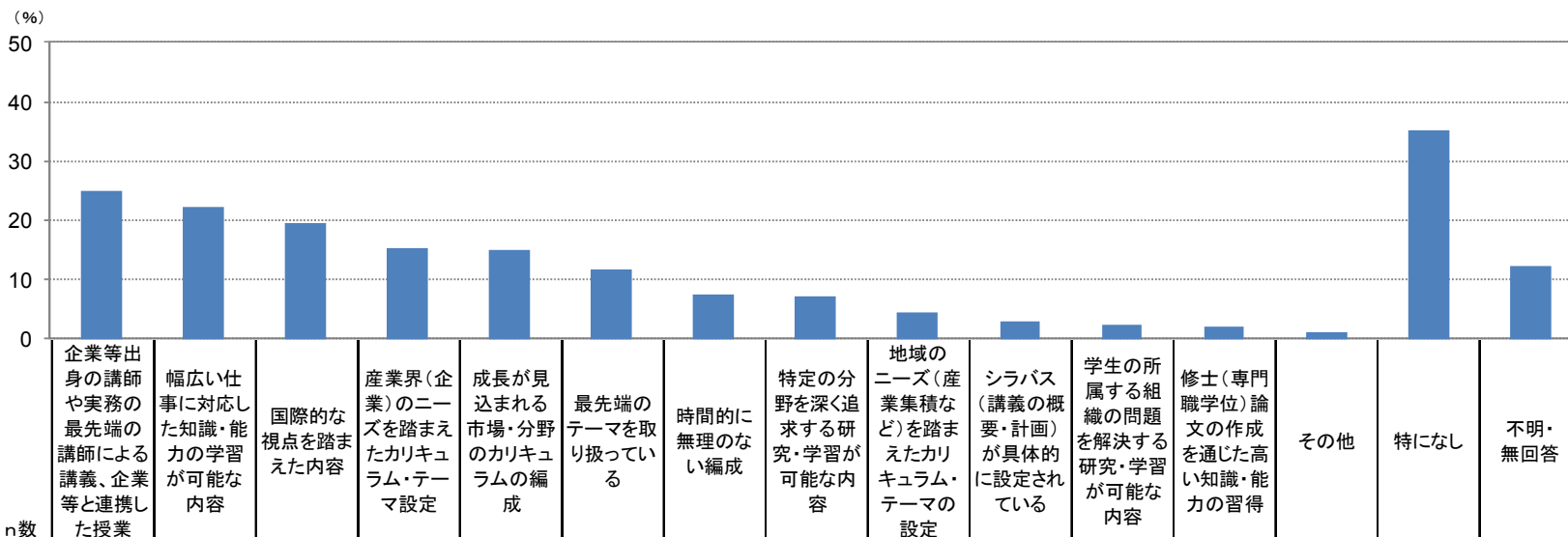
- ①ゼネラルマネージャー（事業経営者）
- ②イノベーション人材
- ③グローバル人材

大企業中心に期待



※特に期待する点

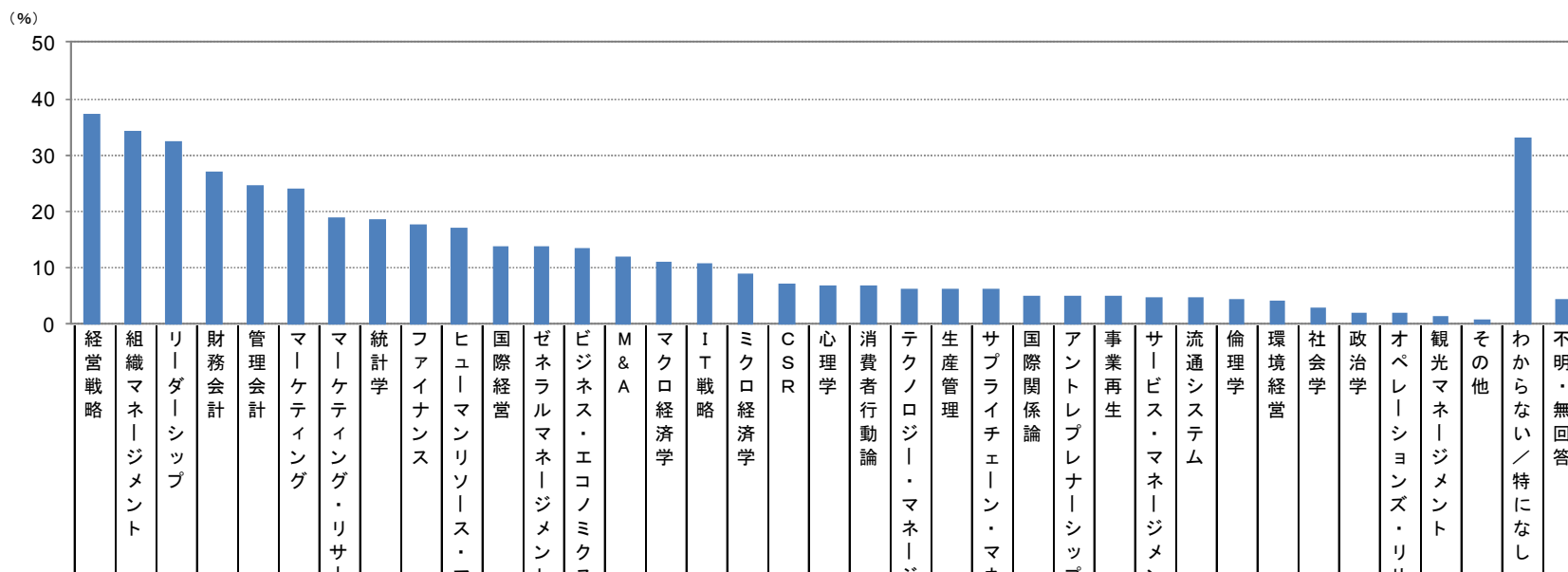
- ① 企業等出身の講師や実務の最先端の講師による講義、企業等と連携した授業
- ② 幅広い仕事に対応した知識・能力の学習が可能な内容
- ③ 国際的な視点を踏まえた内容



	n数	企業等出身の講師や実務の最先端の講師による講義、企業等と連携した授業	幅広い仕事に対応した知識・能力の学習が可能な内容	国際的な視点を踏まえた内容	産業界(企業)のニーズを踏まえたカリキュラム・テーマ設定	成長が見込まれる市場・分野のカリキュラムの編成	最先端のテーマを取り扱っている	時間的に無理のない編成	特定の分野を深く追求する研究・学習が可能な内容	地域のニーズ(産業界集積などを踏まえたカリキュラム・テーマの設定)	シラバス(講義の概要・計画)が具体的に設定されている	学生の所属する組織の問題を解決する研究・学習が可能な内容	修士(専門職学位)論文の作成を通じた高い知識・能力の習得	その他	特になし	不明・無回答
全体	584	24.8	22.1	19.3	15.2	14.9	11.6	7.5	7.0	4.5	2.7	2.4	1.9	1.0	35.1	12.3
大企業	303	31.7	24.8	21.8	19.8	18.5	15.2	9.6	8.3	4.3	3.6	4.3	1.7	1.3	28.4	9.2
中小企業	166	14.5	16.9	7.8	7.8	10.2	5.4	5.4	4.2	6.0	0.6	0.0	0.0	0.6	46.4	19.3
外資系企業	115	21.7	22.6	29.6	13.9	12.2	11.3	5.2	7.8	2.6	3.5	0.9	5.2	0.9	36.5	10.4

※ 2割以上は以下の通り。

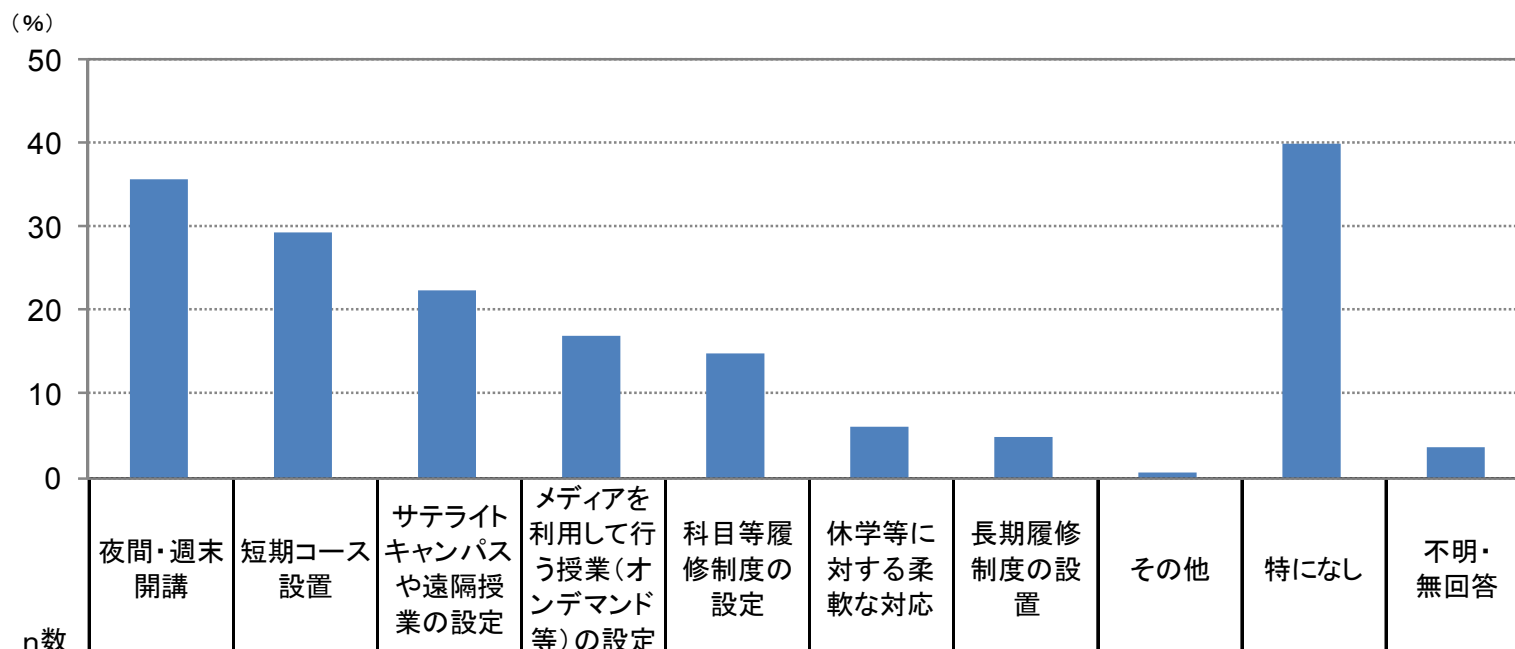
- ① 経営戦略
- ② 組織マネジメント
- ③ リーダーシップ
- ④ 財務会計管理会計
- ⑤ マーケティング



n数	科目																																					
	経営戦略	組織マネジメント	リーダーシップ	財務会計	管理会計	マーケティング	マーケティング・リサーチ	統計学	ファイナンス	ヒューマンリソース・マネジメント	国際経営	ゼネラルマネジメント	ビジネス・エコノミクス	M & A	マクロ経済学	IT戦略	ミクロ経済学	CSR	心理学	消費者行動論	テクノロジー・マネジメント	生産管理	サプライチェーン・マネジメント	国際関係論	アントレプレナーシップ	事業再生	サービス・マネジメント	流通システム	倫理学	環境経営	社会学	政治学	オペレーションズ・リサーチ	観光マネジメント	その他	わからない／特になし	不明・無回答	
全体	584	37.2	34.4	32.4	27.1	24.5	24.0	18.8	18.5	17.6	17.1	13.7	13.7	13.4	11.8	11.1	10.8	8.9	7.2	6.8	6.8	6.3	6.2	6.2	5.0	5.0	5.0	4.8	4.6	4.3	4.1	2.9	2.1	1.9	1.4	0.9	33.0	4.3
大企業	303	42.2	42.6	36.0	30.0	29.4	29.4	22.4	22.1	21.1	22.1	14.9	18.2	15.2	15.5	13.5	12.5	10.6	8.9	6.3	6.6	8.3	5.9	8.6	5.3	5.3	6.6	5.9	5.6	4.0	3.6	3.0	2.6	2.6	1.0	0.3	29.4	2.3
中小企業	166	24.1	18.1	23.5	19.3	14.5	13.9	12.7	12.7	6.0	5.4	6.6	10.2	5.4	6.6	7.2	5.4	5.4	4.8	4.2	7.2	2.4	4.8	1.2	3.0	3.6	2.4	3.6	3.6	4.2	5.4	1.2	1.2	1.2	1.8	1.2	43.4	8.4
外資系企業	115	42.6	36.5	35.7	30.4	26.1	24.3	18.3	17.4	25.2	20.9	20.9	7.0	20.0	9.6	10.4	13.9	9.6	6.1	12.2	7.0	7.0	8.7	7.0	7.0	6.1	4.3	3.5	3.5	5.2	3.5	5.2	1.7	0.9	1.7	1.7	27.8	3.5

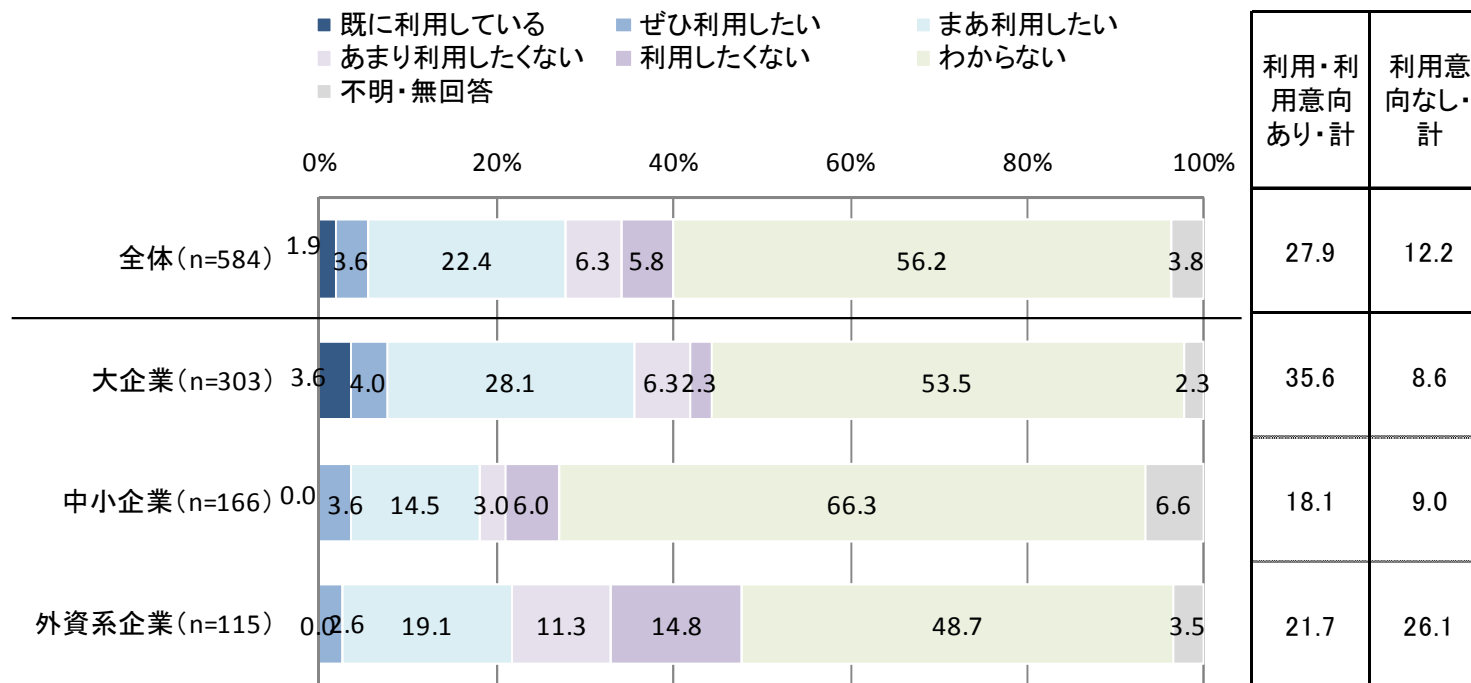
※ 2割以上は以下の通り。

- ①夜間・週末開講
- ②短期コース設置
- ③サテライトキャンパスや遠隔授業の設定



n数	期待される整備										
	夜間・週末開講	短期コース設置	サテライトキャンパスや遠隔授業の設定	メディアを利用して行う授業(オンデマンド等)の設定	科目等履修制度の設定	休学等に対する柔軟な対応	長期履修制度の設置	その他	特になし	不明・無回答	
全体	584	35.8	29.5	22.3	17.0	14.9	6.2	5.0	0.5	39.9	3.8
大企業	303	44.2	37.6	24.4	19.8	15.2	8.6	5.3	0.0	33.7	2.0
中小企業	166	23.5	19.9	17.5	12.0	12.0	3.0	1.8	0.6	48.8	7.2
外資系企業	115	31.3	21.7	23.5	16.5	18.3	4.3	8.7	1.7	43.5	3.5

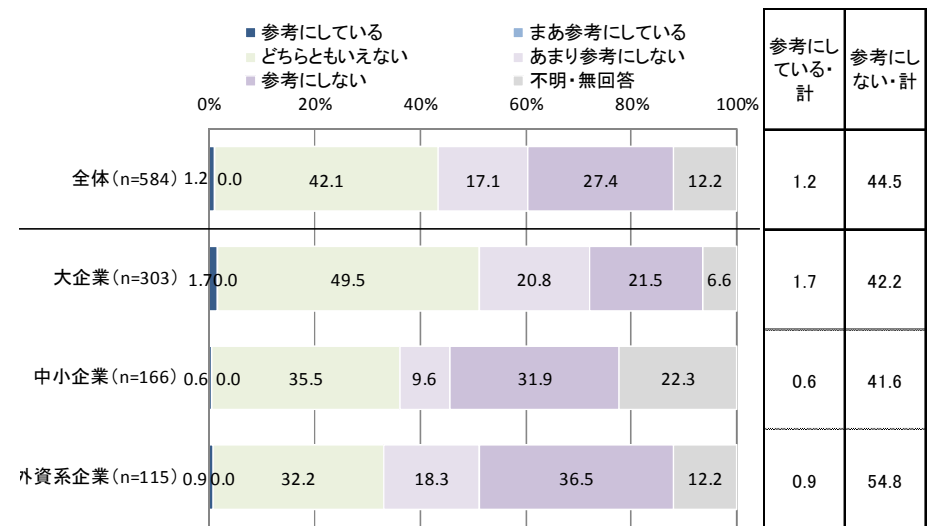
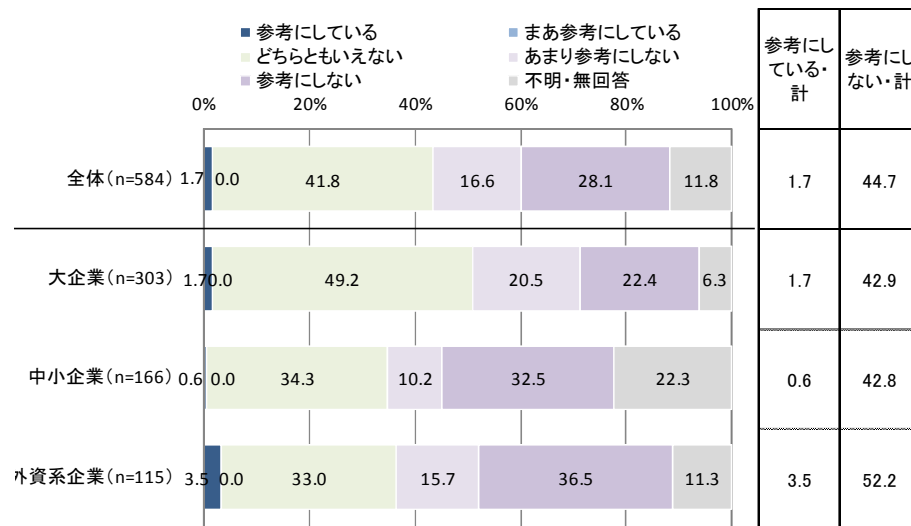
既に利用 + 利用意向あり : 28%
 利用意向なし : 12%
 わからない : 56%



大学院の評価にあたって、評価機関による認証を参考にする企業はごくわずか。

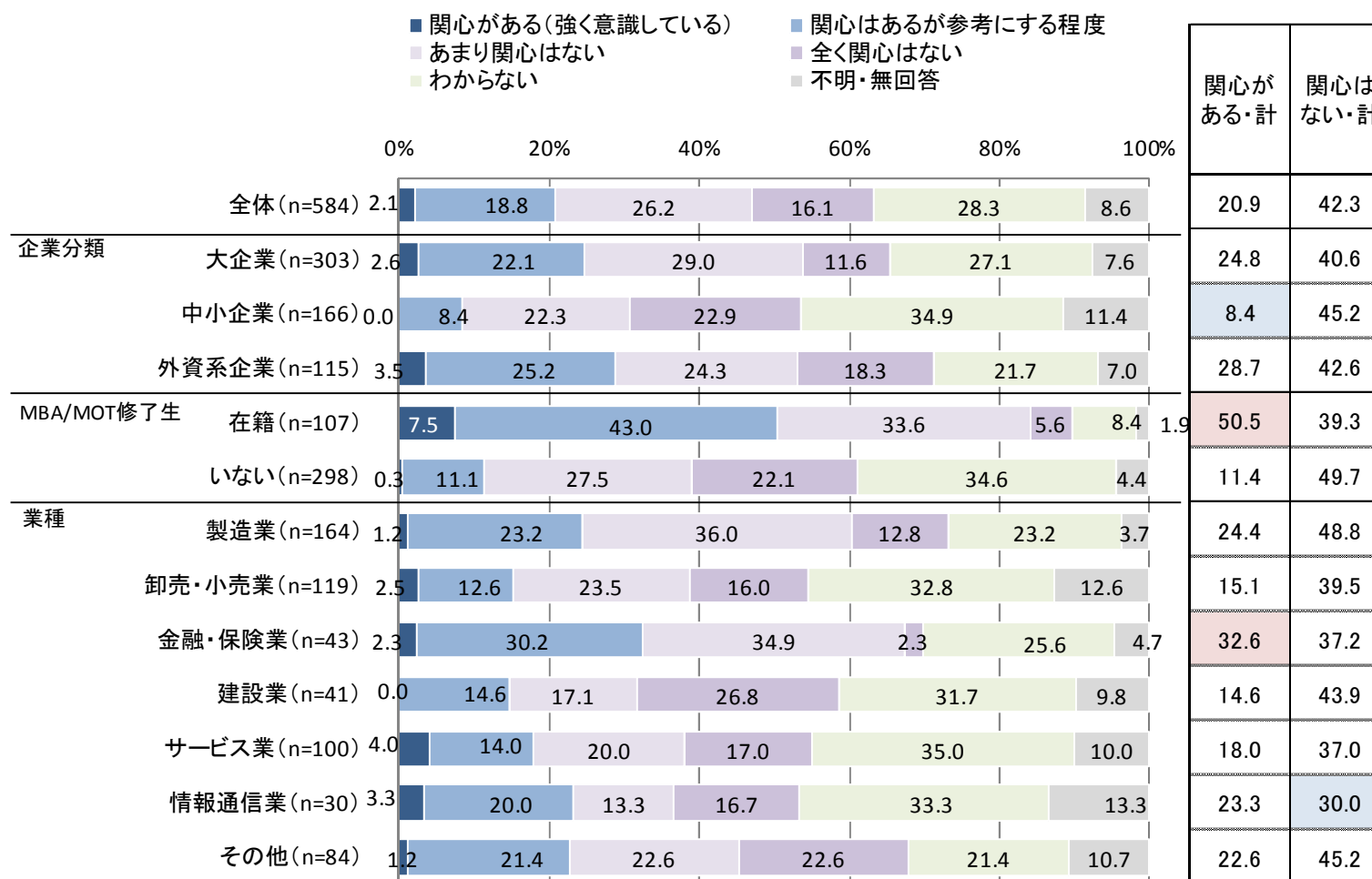
国際的な評価機関からの認証
(AACSB、EFMDなど)

日本国内の認証機関からの評価
(大学基準協会、ABEST21など)



関心あり：21% 関心なし：42%

※ 1名以上修了生が在籍している企業は51%が関心あり



共通項目の比較

	企業	修了生		大学院	大学院		
		国内大	海外大		専門職	大学院	
	584	1,063	100	93	21	72	
1	コミュニケーション能力	93.0	72.3	77.0	89.2	90.5	88.9
2	問題解決力	90.9	81.4	76.0	97.8	100.0	97.2
3	リーダーシップ	89.0	59.2	66.0	73.1	85.7	69.4
4	交渉力	85.4	52.5	69.0	53.8	66.7	50.0
5	実務経験・実績	84.4	-	-	-	-	-
6	分析思考能力	82.2	87.3	79.0	94.6	90.5	95.8
7	組織マネジメント力(人的資源管理を含む)	78.8	62.7	57.0	80.6	95.2	76.4
8	戦略思考能力	78.3	83.8	81.0	87.1	95.2	84.7
9	倫理的行動力	76.2	66.1	56.0	82.8	95.2	79.2
10	創造性	74.1	59.0	54.0	81.7	90.5	79.2
11	プレゼンテーション能力	71.2	79.1	71.0	90.3	95.2	88.9
12	情報統合能力	69.3	71.9	64.0	76.3	81.0	75.0
13	経営戦略や人的資源管理、会計、ファイナンス、テクノロジー・マネジメントなど企業経営に必要な一通りの理論や知識の習得	61.3	89.7	82.0	96.8	90.5	98.6
14	技術情報などを商品化・実用化・事業化につなげる能力(実現能力)	57.9	44.5	57.0	64.5	81.0	59.7
15	ビジネスモデル(ビジネスプラン)作成能力	56.8	63.8	73.0	78.5	95.2	73.6
16	知財能力(マネジメント・活用力を含む)	51.2	48.8	60.0	58.1	61.9	56.9
17	調査技能・評価能力	51.0	68.9	70.0	79.6	90.5	76.4
18	異文化への対応力(ネットワークを含む)	45.7	54.5	73.0	67.7	81.0	63.9
19	システム設計力(デザインシンキング)	32.4	35.1	37.0	53.8	66.7	50.0
20	産学連携から施策等を構築する力	25.0	33.2	41.0	45.2	61.9	40.3

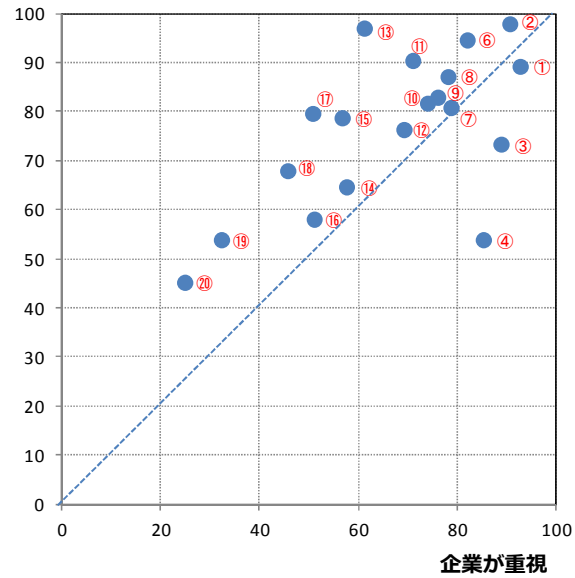
■企業 (SAMT) 重視+まあ重視
中核人材に対してどのような能力を重視しているか

■修了生 (SAMT) 習得できた+まあ習得できた
大学院で学んだ結果、習得できたと思うか

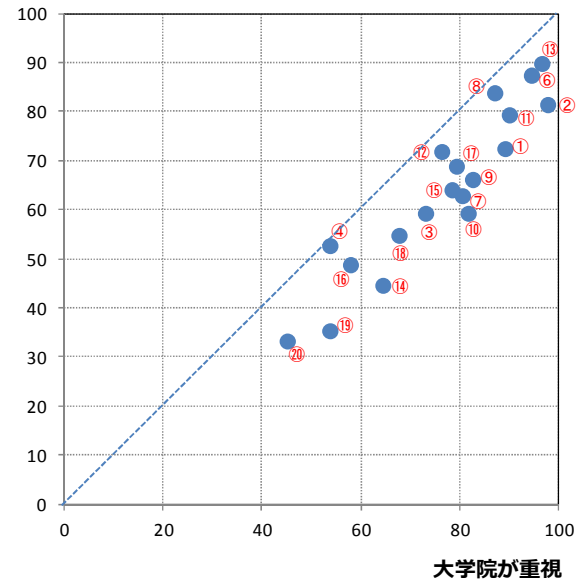
■大学院 (SAMT) 重視+まあ重視
どのような能力・スキルを養成することを重視しているか

リーダーシップ、交渉力は企業が中核人材に求める上位要素であるが、大学院が重視する割合と若干の差異。

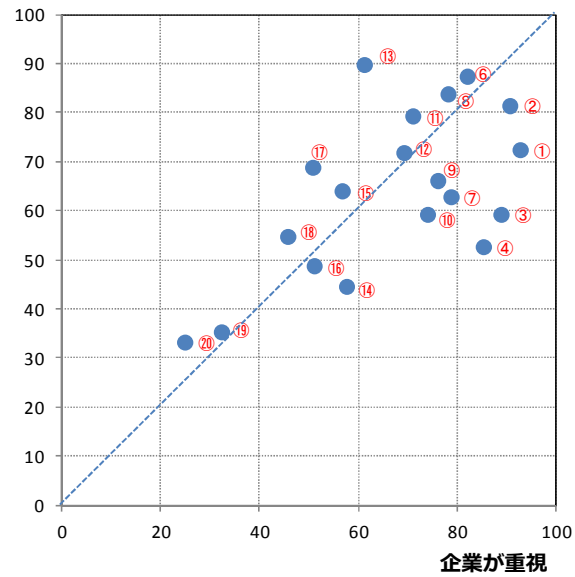
大学院が重視



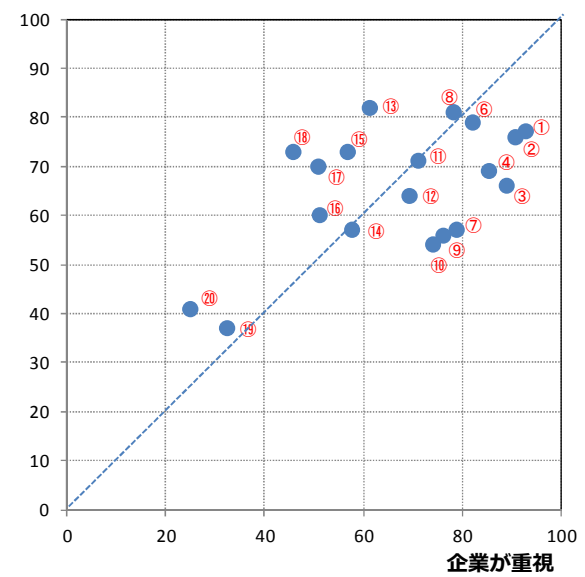
国内大修士が習得



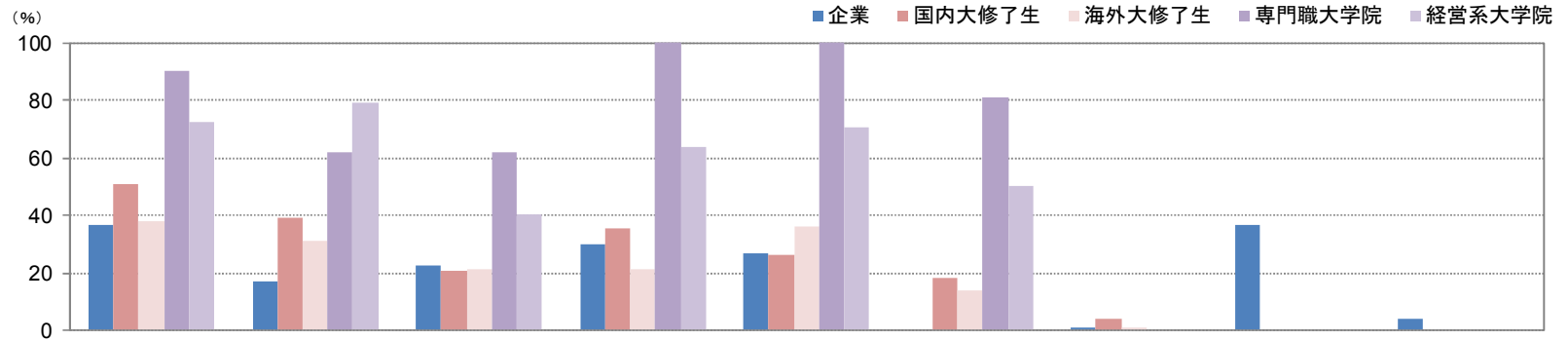
国内大修士が習得



海外大修士が習得



人材像について



企業（大学院にどのような人材を養成して欲しいと思うか）

n数	(MA)									
	ゼネラルマネージャー (事業経営者)	特定分野のスペシャリスト	経営層の視点から研究開発の推進を行える人材 (技術経営人材)	イノベーション人材 (新たな市場、イノベーション、アイデアなどを創出する人材)	グローバル人材 (グローバル化・国際競争力の向上に貢献できる)	起業家	その他	特になし	不明・無回答	
企業	584	36.5	17.0	22.4	30.1	26.7	-	1.0	36.5	4.1
大企業	303	46.9	20.8	28.4	38.3	32.0	-	0.7	26.4	2.0
中小企業	166	24.7	10.8	12.7	19.3	11.4	-	1.2	50.6	8.4
外資系企業	115	26.1	15.7	20.9	24.3	34.8	-	1.7	42.6	3.5

修士生（入学した際にどのような人材になることを目指したか）

n数	(MA)							
	ゼネラルマネージャー (事業経営者)	特定分野のスペシャリスト	経営層の視点から研究開発の推進を行える人材 (技術経営人材)	イノベーション人材 (新たな市場、イノベーション、アイデアなどを創出する人材)	グローバル人材 (グローバル化・国際競争力の向上に貢献できる)	起業家	その他	
国内大修士生	1,067	50.5	39.0	20.5	35.6	25.9	18.1	4.0
海外大修士生	100	38.0	31.0	21.0	21.0	36.0	14.0	1.0

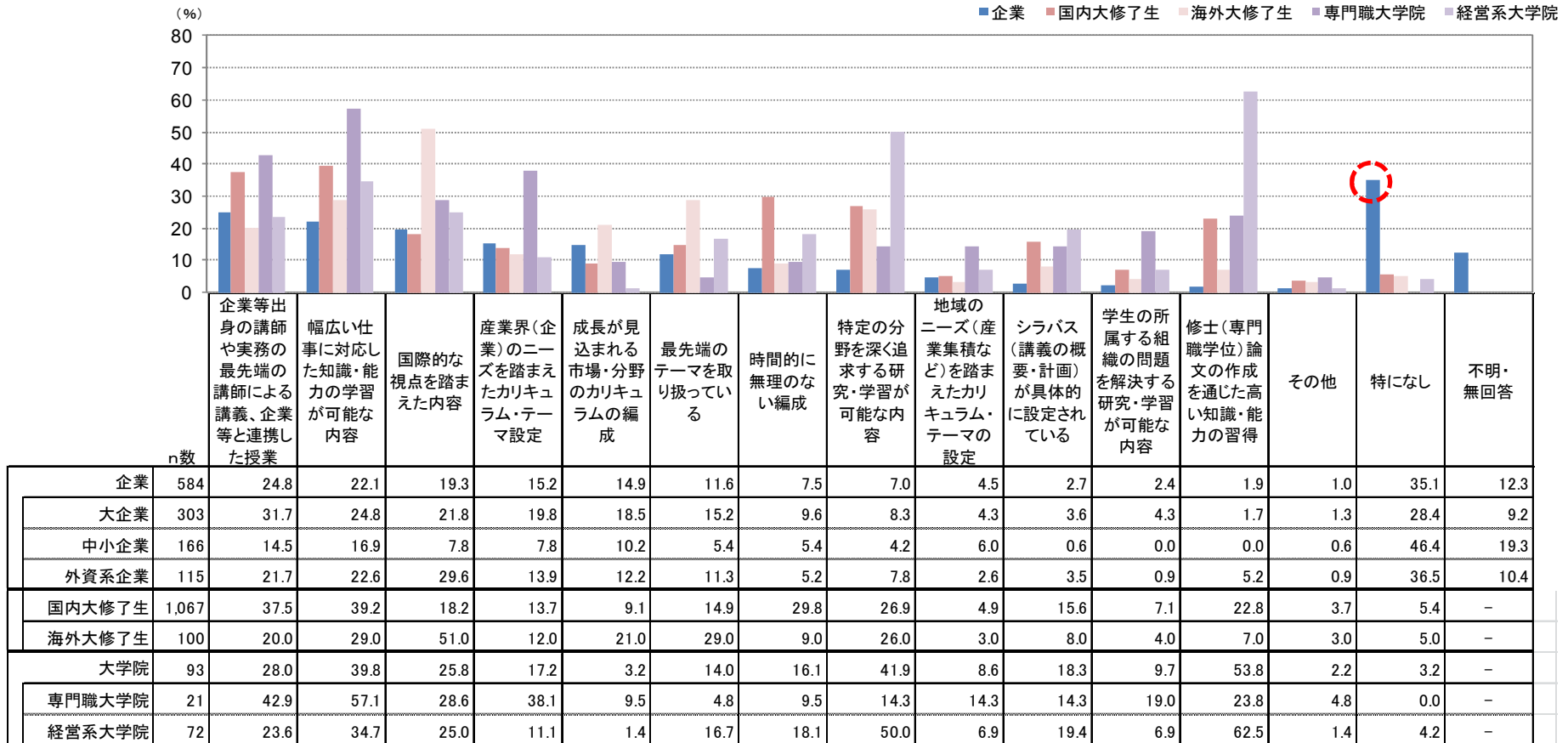
大学院（養成することを「目指している」+「どちらかといえば目指している」）

n数	(SAMT)					
	ゼネラルマネージャー (事業経営者)	特定分野のスペシャリスト	経営層の視点から研究開発の推進を行える人材 (技術経営人材)	イノベーション人材 (新たな市場、イノベーション、アイデアなどを創出する人材)	グローバル人材 (グローバル化・国際競争力の向上に貢献できる)	起業家
大学院	93	76.3	75.3	45.2	72.0	57.0
専門職大学院	21	90.5	61.9	61.9	100.0	81.0
経営系大学院	72	72.2	79.2	40.3	63.9	50.0

教育課程（プログラム）の編成について

教育課程（プログラム）の編成で、
産業界は、“実務の最先端”“幅広い仕事に対応”などを求めているが、
「特になし」も多い。

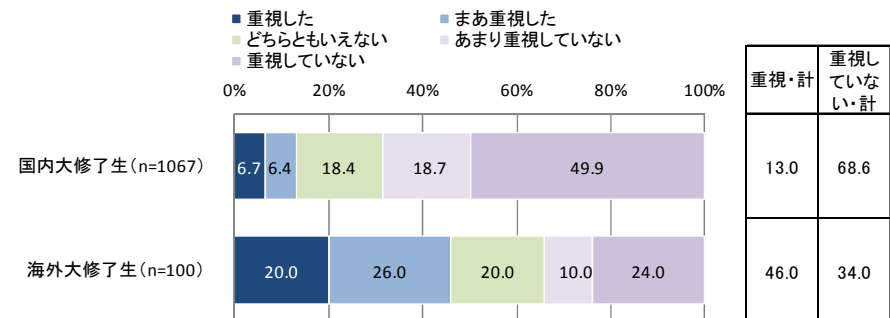
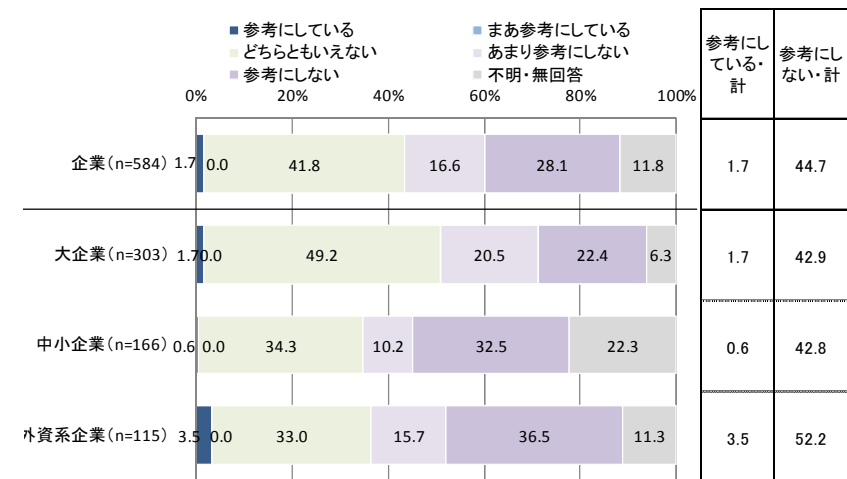
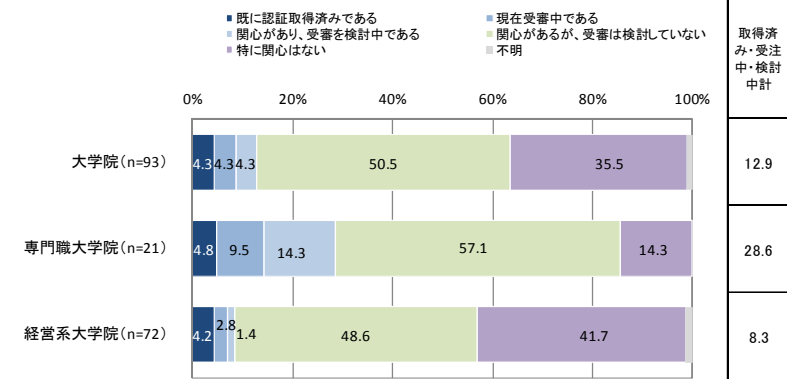
- 企業（MA）
国内の経営系大学院の教育課程の編成に対する期待
- 修了生（MA）
大学院を選定する際に教育課程で重視した点
- 大学院（MA）
教育課程の編成のうち、カリキュラム内容で重視している点



専門職大学院の29%が関心あり。

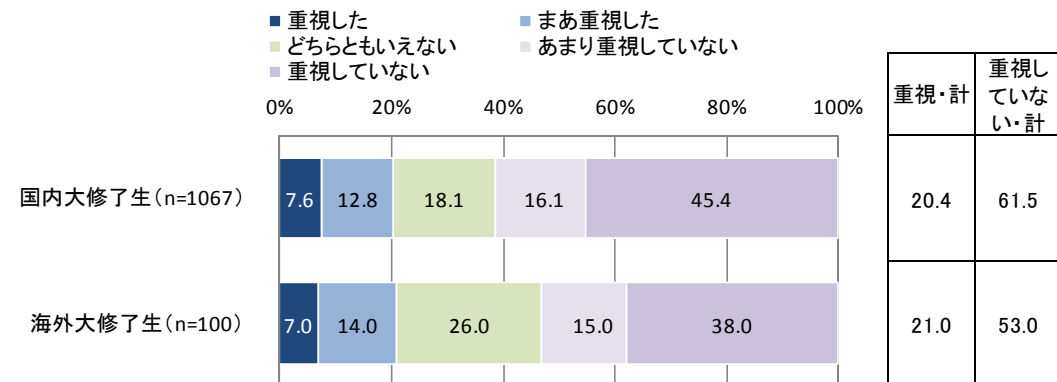
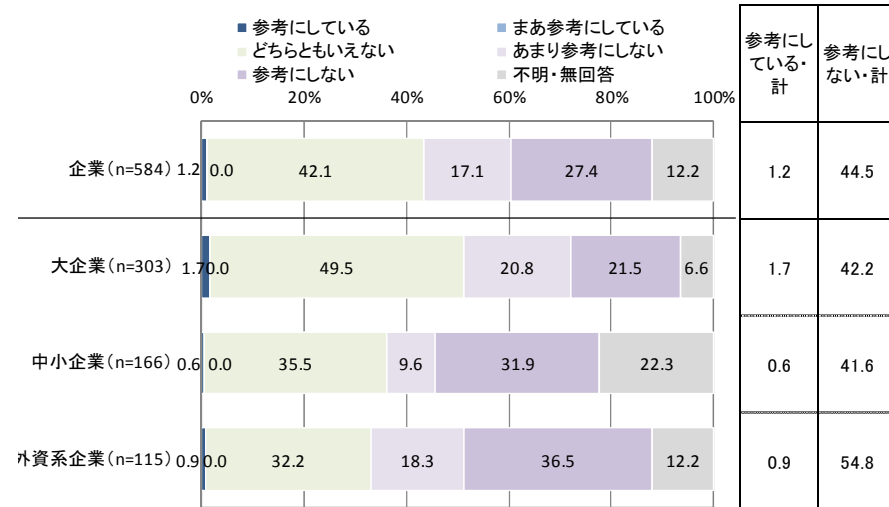
産業界は、国際的な評価機関からの認証（AACSB、EFMDなど）に対してほとんど参考にしていない。

国内大修士生もあまり重視していないが、海外大修士生は46%が重視。



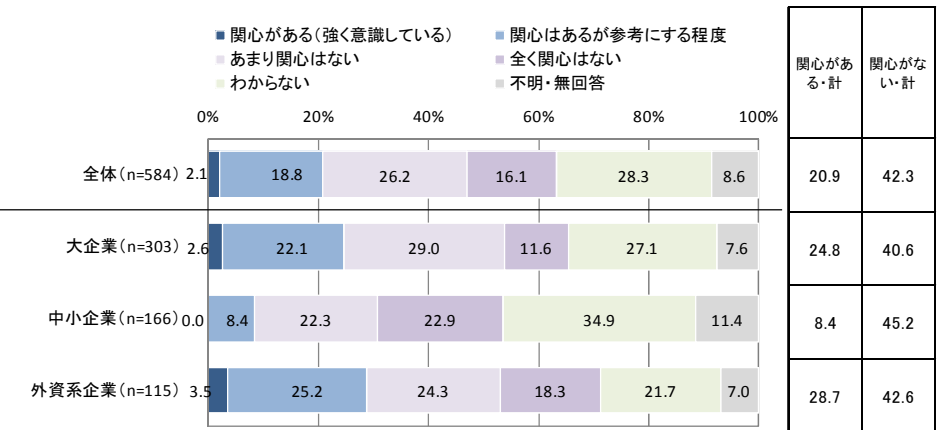
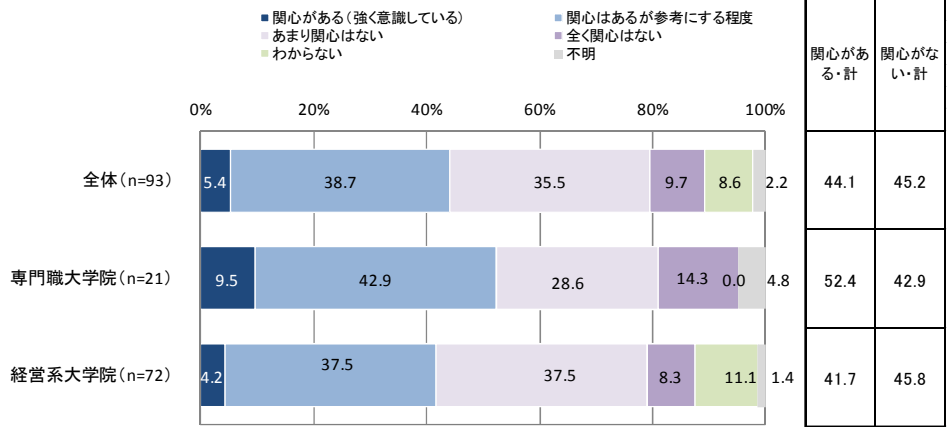
日本国内の認証機関からの評価について、産業界はほとんど参考にしていない。

国内大修士生、海外大修士生は重視した人の比率が約2割。



ビジネススクールランキングは、

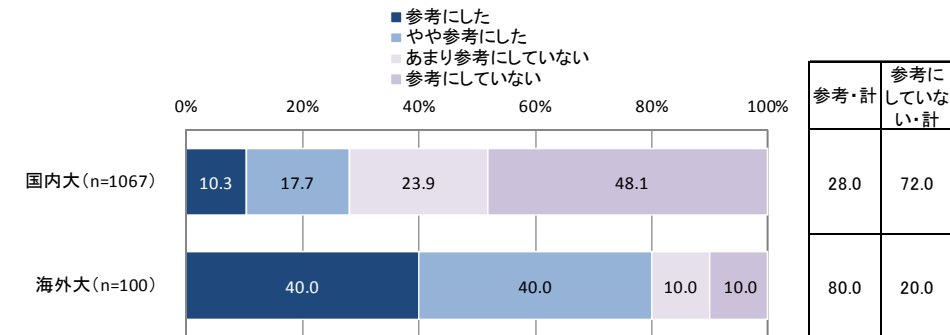
- 専門職大学院の52%が関しあり。
- 産業界は21%が関心あり。
- 国内大修士生は28%、海外大修士生は80%が大学選定時に参考にしてしている。



	n数	関心がある(強く意識している)	関心はあるが参考にする程度	あまり関心はない	全く関心はない	わからない	不明・無回答	関心がある・計
企業	584	2.1	18.8	26.2	16.1	28.3	8.6	20.9
大企業	303	2.6	22.1	29.0	11.6	27.1	7.6	24.8
中小企業	166	0.0	8.4	22.3	22.9	34.9	11.4	8.4
外資系企業	115	3.5	25.2	24.3	18.3	21.7	7.0	28.7

	n数	関心がある(強く意識している)	関心はあるが参考にする程度	あまり関心はない	全く関心はない	わからない	不明・無回答	関心がある・計
大学院	93	5.4	38.7	35.5	9.7	8.6	2.2	44.1
専門職大学院	21	9.5	42.9	28.6	14.3	0.0	4.8	52.4
経営系大学院	72	4.2	37.5	37.5	8.3	11.1	1.4	41.7

	n数	参考にした	やや参考にした	あまり参考にしていない	参考にしていない	参考にした・計
国内大修士生	1,067	10.3	17.7	23.9	48.1	28.0
海外大修士生	100	40.0	40.0	10.0	10.0	80.0



ヒアリング編

ヒアリング実施状況

- ヒアリングは、基本のご回答頂いたアンケート内容に基づいて実施するため、現在関係各所に協力をお願いしている状況である。
- ヒアリングは、12月～1月に実施予定である。
- 海外大学院は、アンケート回収率が低い可能性が想定されたため、ヒアリングを中心に情報収集を進めている。

対象	状況
国内大学院	現在ヒアリング協力を依頼中
海外大学院	<p>12月9日時点で、以下の通り、ヒアリングを実施済である。 アメリカ:2件 中国:1件 スペイン:1件 フランス:1件 シンガポール:2件</p> <p>アポイントメント取得済の大学院は以下の通りであり、最終報告までにさらに情報収集を進める。 中国:1件 タイ:2件</p> <p>なお、ヒアリングは、Financial Times Global MBA Ranking 2016にランキングしているビジネススクールを対象とした。 タイについては、Financial Times Global MBA Ranking 2016にランキングしているビジネススクールがなかったため、国際認証の取得状況や政治・経済分野でのリーダーの輩出状況、MBAプログラムの歴史を鑑みて、対象を絞った。</p>
修了生(国内大学院)	現在ヒアリング協力を依頼中(2名実施済)
修了生(海外大学院)	現在ヒアリング協力を依頼中(2名実施済)
企業	現在ヒアリング協力を依頼中(2社実施済)
ASEANや環太平洋諸国における生産拠点の長のニーズ	現在ヒアリング協力を依頼中(1名実施済)

- ヒアリングは、仕様書記載項目を中心に実施した。
 - 目指している具体的人材像、教育課程、教員組織
 - 企業等との連携状況
 - 学生の属性、志望動機
 - 教育環境(ICTの利活用状況を含む)
 - グローバル化の状況(国際連携に関する取組の実態、英語で行う授業科目の比率、自国の学生の受講比率、外国人教員比率、留学生比率等)
 - ビジネススクールランキングに対する関心・問題意識
 - ファカルティ・ディベロップメント(FD)の実施状況や教員評価の実態

海外大学院ヒアリング結果（アメリカ）（1/3）

項目	アメリカ①	アメリカ②
<p>目指している具体的人材像、教育課程、教員組織</p>	<p>産業界でインパクトを与えられるようなリーダーの育成を目指している。そのようなリーダーには、困難に打ち勝つ力や考える力、タスクを素早く処理する能力が必要であり、学生に身に着けて欲しいと考えている能力でもある。</p> <p>教育課程では、60%程度は企業での実例を用いたケーススタディやプロジェクトベースの授業を行っている。授業の形態に捉われず、学生同士が意見や知識をシェアする機会を重要視している。</p> <p>同校の教員は100%研究者教員であるが、ほとんどの教員が企業との強い結びつきを持っており、教員が企業と連携して授業を作るケースもある。教員採用時には、指導科目での造詣が深いことや、教員としての能力(学生を巻き込む力など)を重要視している。どれほど素晴らしい業績を持っている専門家だったとしても、教員として教える技能や資質が足りなければ採用はしない。</p>	<p>人材像において、明確なイメージを持っているわけではない。学生は、それぞれのキャリアプランを持って入学してくるため、学生がどのようなキャリアを描こうと、それに対応できるような能力を育成することを重要視している。重要視している能力としては、分析力、データに基づき考察する力、何事に対しても好奇心を持ち続ける資質である。</p> <p>プレゼンは授業外でも重要になってくるのでその機会は多くある。</p> <p>教育方法としては、ケースメソッドが中心である。企業との意見交換により、教育内容は柔軟に変えている。近年、ヘルスケアに関するニーズが高まっていると感じているため、ヘルスケアストラテジーを題材にした授業も設けている。</p> <p>現在、産業界で起こっている問題を取り上げて、問題そのものを議論するような授業は行わない。そのような授業は、一時点で起こっている問題に対して、時事的な知識を身に着けるだけで、ビジネススクールで身に着けるべき能力を習得するには不十分である。ビジネススクールの修了生には、将来的に起こり得る問題や課題に対応する力が求められる。</p> <p>同校の教員組織において、実務家教員は10%にも満たないが、実務家教員の50%はPh.D取得者である。教員採用においては、リサーチスキルを重視しており、ティーチングスキルはその次に来る。実務家教員においてもリサーチスキルが重要である。しかし、実務家教員でPh.Dを持ち、リサーチスキルに富んでいる人材を探すことは難しい。</p>

海外大学院ヒアリング結果（アメリカ）（2/3）

項目	アメリカ①	アメリカ②
企業等との連携状況	<p>企業のニーズは非常に重要視しており、企業との連携はMBAプログラム設立時より意識的に行っている。具体的に行っている活動としては、以下の4つである。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教員の他にもキャリアアドバイザーが、学生の修了後にも連絡を取り、修了生から逐次情報収集している。キャリアアドバイザーは学生とのコネクションを維持できるようなコミュニケーション能力を備えた人物が担当している。 2. 応募者のキャンパスビジット時にインタビューを行っており、応募者が所属している企業のニーズや、応募者自身が考える企業ニーズなどを聞いている。 3. ランキングに参加すると、ランキング実施機関からも情報をシェアしてもらえ、ランキング実施機関からももらえる情報も非常に参考になる情報源である。 4. アルムナイは非常に重要であり、アルムナイの会員が企業の事例を提供してくれたり、学生との相談役になっている。 	<p>産業からのニーズを把握するために、企業と共同で、カンファレンスやイベントを多く開催している。</p> <p>週に1回は、学生が企業担当者とディスカッションする機会を学生自らがオーガナイズして開催している。この会では、毎週異なる産業の企業とミーティングを行っている。</p> <p>同校の教育に賛同する企業からの献金も多い。企業は、同校の修了生を採用したいと考えているため、学生とのイベントの機会や献金は、企業にとってもメリットが多い状況となっている。</p> <p>同校では、設立当初から企業連携を重視したわけではなく、1970年代から開始した企業連携プロジェクトで本格的に企業連携の在り方を模索した。当初は、修了生とのコネクションを通じて、企業との連携を図った。現在でも、アルムナイは非常に重要な存在である。</p> <p>修了生は、修了後に産業界へ戻るが、その際にビジネススクールの評判を伝播する役割を持っている。質の良い教育を提供し、その結果、修了生が企業に戻った時にビジネススクールの重要性を伝え、新たな学生が学びくるという好循環を創り出している。</p>
学生の属性、志望動機	<p>3-5年程度の実務経験を有する学生が多い。</p> <p>学生の志望動機は明確で、キャリアアップ（転職）を求めている学生が主である。企業派遣の学生は10%も満たない。ローンを組んでビジネススクールに通う学生が多いが、同校では、その後の就業で学費を取り戻せるような人材を育成できている自信を持っている。</p> <p>MBAランキングを重要視しているため、ランキングに影響を与えるような要件は選考時に重視しており、GMATスコアは重要視している。年齢は大して重要ではないと考えている。</p>	<p>企業での就業経験は5年程度の学生が多い。</p> <p>企業派遣の学生は1%程度であり、アメリカのトップビジネススクールに比べて少ないと考えている。</p> <p>ダイバーシティは重要であり、様々な指標でのダイバーシティを考慮している。国籍や、国籍に捉われない地理的な居住地、肌の色や宗教などである。年齢については、離れすぎている年齢は問題と感じているため、年齢層はある程度限定している。</p> <p>選考の要件としては、GMATスコアや企業経験を重視している。企業経験において、在籍企業の産業区分は重視していない。</p> <p>同校では、倫理観を重視しており、倫理的な思考能力を持っていることも入学時の要件として重視している。</p>

海外大学院ヒアリング結果（アメリカ）（3/3）

項目	アメリカ①	アメリカ②
教育環境（ICTの利活用状況を含む）	学生時代に企業との関係を多く持つことは非常に重要であるため、学生に企業訪問や企業担当者とディスカッションできる機会を持たせるために、金曜日はオフにしている。学生は、企業を訪問したり、就職活動をするために使っている。アルムナイとのネットワーキングパーティが開催されることも多い。	---
グローバル化の状況（国際連携に関する取組の実態、英語で行う授業科目の比率、自国の学生の受講比率、外国人教員比率、留学生比率等）	60%は自国の学生で、40%は外国人である。ダイバーシティを訴求しているため、世界各国で説明会を開いている。オンラインプログラムも提供しており、CourseraやMOOCでも一部授業を公開している。オンライン上で授業を提供することにより、より多くの国の学生の注目を集めることができる。	自国の学生は65%で、35%は外国人である。世界各国で説明会を開き、各国の学生を集めようとしている。
ビジネススクールランキングに対する関心・問題意識	AACSBを取得することにより、質の高さを対外的にアピールすることができるため、AACSBは最重要視している。認証そのものの他、AACSBの発行物がとても有益である。国内認証はそれほど重要ではない。なぜならその国独自のものであり、国際的な基準を意識して策定されているケースが少ないからである。認証を取るなら国際認証が重要である。 同校はランキングを重視している。ビジネススクールへの入学を考える応募者は、国際認証やランキングを一度は目にするので、同校も重要視せざるを得ないと考えている。	認証は価値のあるものであり、認証団体を通して得られる情報も価値のあるものである。認証やランキングによって、より多くの優秀な学生の注目度を集めることができるため、重要と考えている。
ファカルティ・ディベロップメント（FD）の実施状況や教員評価の実態	FDはとても重要視しており、教員は外部の研修会に参加して、Teaching Skillを学んでいる。MBAプログラムは全て録画されているため、他の教員がビデオ見て学ぶこともある。 評価においては、リーダークラスが教員の授業を見て、評価している。授業を見る際には、学生がクラスに意欲的に参加しているかどうかを確認している。 評価では、学生からの評価も重要である。学生にアンケートを取り、クラスの満足度をランキング化している。リーダークラスは、その結果を見て改善策を話あっている。また、学生を集めて議論する機会を設けている。 ランキングを重要視しており、ランキングの指標にもなる学生の満足度や評判に影響力の高い教員面については気を遣っており、常に教員が能力を磨き続けられるように配慮している。	教員自身が研究を行うことがとても大事である。そのため、教員が研究を深められるよう、研修に参加させたり、カンファレンスに派遣したりしている。同校では、教員が授業を受け持つ時間は、1年間52週のうち、12週である。その他の40週は、その他は研究活動やカンファレンスの参加に充てている。同校では、学部課程があるため、学部と連携した研究活動も盛んである。 評価としては、学生の評価を重要視している。学生には、定期的アンケートを取っており、以下のような評価項目を設けている。 ・授業に対する印象 ・価値があったか、学ぶことはあったか ・推奨したいか 「価値があったか」という質問項目は大事している。授業は録画しており、評価の際に利用している。座席の埋まり具合も重要である。授業が求められているかどうかを表す良い指標である。

海外大学院ヒアリング結果（シンガポール）（1/3）

項目	シンガポール①	シンガポール②
目指している具体的人材像、教育課程、教員組織	アジアで活躍できる人材の輩出に重点を置いている。特にリーダーシップを発揮できる人材の育成に注力している。ビジネス分野だけでなく、色々な社会で活躍できるリーダーの育成を目標としている。ビジネス分野では、特定の産業に特化せず、様々な業界で活躍できる人材の育成を目標としている。	同校には世界から優れた研究者が集まっている。卒業生の多くは、アジアを中心にグローバルでビジネスや政府機関で活躍している。専門性の高い産業や社会のトップに立つリーダーの育成と、ビジネス、技術、コミュニケーションなど様々な分野の研究開発の促進を目指している。
企業等との連携状況	企業とのコミュニケーションは重視しており、どのような人材(例: スキル、出身エリア、卒業後の勤務地、他)を求めているのかについて情報収集を行っている。企業とコミュニケーションをとる1つの方法として、“キャリアサービスオフィス”を設けている。	企業のコンサルティングに参画するなどビジネス現場での実戦を重視している。そのため、企業との連携は積極的に行っており、企業からの要望やニーズの収集に取り組んでいる(世界的な企業との共同リサーチを挙げている。)
学生の属性、志望動機	学生の大半が社会人である 主な志望動機としては、①国際色が豊かな環境で勉強できること、②地理(アジアのどの国から来やすい)および言語(公用語が英語)などで利便性がよいこと、③授業では数多くのインターナショナルな事例研究を取り上げること等を挙げている。	学生の大半は社会人である。 世界20か国から学生が集まり、平均実務経験期間は6年程度としている。 学生の男女比率は男性70%、女性30%となっている。
教育環境(ICTの利活用状況を含む)	シンガポールのビジネススクール(MBA)では、フルタイムとパートタイムの両方のコースが設置されている。 同校でもフルタイム(17ヵ月)、パートタイム(24ヵ月、30ヵ月)を設けている。	フルタイム(12ヵ月)、パートタイム(18ヵ月～24ヵ月)を設けている。 世界トップクラスのビジネススクールと提携しており、学生が国際的な環境に接することができる大事な機会を提供している。 ビジネススクールの修士課程では、経営学(MBA)、金融工学(MSc Financial Engineering)、マーケティング(MSc Marketing)に加えダブルディグリーも提供している。 同校のMBAでは、“General Management”、“Strategy & Innovation”、“Banking & Finance”の中から1つを選んで、専門的に学ぶプログラムとなっている。

海外大学院ヒアリング結果（シンガポール）（2/3）

項目	シンガポール①	シンガポール②
<p>グローバル化の状況(国際連携に関する取組の実態、英語で行う授業科目の比率、自国の学生の受講比率、外国人教員比率、留学生比率等)</p>	<p>現在までのところ、世界60の協定校との交換留学制度を設けている。例えば、ハーバードやスタンフォードのビジネススクールと短期の交換留学(1週間程度)を実施している。 学生の大半(90%程度)が海外からの留学生である。 シンガポール人は、海外のビジネススクールに留学してしまう傾向が強いようである。 卒業生の多くが、シンガポールを含む東南アジアで仕事に就くことが多い。 教員は世界25か国から来ており、国際色が豊かな組織構成となっている。またバックグラウンドとしては、欧米の大学院やビジネススクールで研究されて方が多く、またアジアの専門家として活躍されている人も多い。 学生の約80%は、他国のビジネススクールに行き勉強している。期間としては、1semester(3~4か月)程度である。 学生に国際的な知識や事例を学んで欲しい観点から上記の取り組みを勧めている。 世界的にビジネススクールのプログラム構成や講義内容で差別化が難しくなっている側面もあり、学生達が海外で学んだ内容をフィードバックされることは情報やノウハウの蓄積につながり、大きなメリットと考えている。</p>	<p>グローバル化には積極的に取り組んでいる。具体的には、フィールドトリップ、交換留学、サマープログラム制度を世界のビジネススクール(60程度)と提携している。 シンガポール人は約30%、海外からの留学生は約70%となっている。 インターナショナルな事例や授業内容を重視していることから、世界中から教員を採用している。現在、専任教員陣が150名程おり、経営、会計、ファイナンス、IT、マーケティングなどで研究面および実践面で活躍している人達である。</p>
<p>ビジネススクールランキングに対する関心・問題意識</p>	<p>顧客となる学生を獲得する上で、国際的なビジネススクールランキングを大変重要視している。学生はまず“ビジネススクールランキング”を重視し、その次に国際認証の獲得状況を見ています。 国際認証は初めの手間暇や多額の費用が必要となるが、ビジネススクールの価値向上、カリキュラムの改善、世界的なビジネススクールとの連携等では必要不可欠と考えている。 仮に日本のビジネススクールが世界から学生を集めたいのなら、ビジネススクールのランキングを重視すべきであり、また国際認証を取得することが必要としている。</p>	<p>ビジネススクールランキングを強く意識している。同校のMBAプログラムには世界的に高い評価を得ており、国際的なビジネススクールランキングに入っている。 同校は、EQUISとAACSBの両方から認証を受けている。</p>
<p>ファカルティ・ディベロップメント(FD)の実施状況や教員評価の実態</p>	<p><確認中></p>	<p><確認中></p>

海外大学院ヒアリング結果（シンガポール）（3/3）

項目	シンガポール①	シンガポール②
グローバル化の状況(国際連携に関する取組の実態、英語で行う授業科目の比率、自国の学生の受講比率、外国人教員比率、留学生比率等)	<p>現在までのところ、世界60の協定校との交換留学制度を設けている。例えば、ハーバードやスタンフォードのビジネススクールと短期の交換留学(1週間程度)を実施している。</p> <p>学生の大半(90%程度)が海外からの留学生である。</p> <p>シンガポール人は、海外のビジネススクールに留学してしまう傾向が強いようである。</p> <p>卒業生の多くが、シンガポールを含む東南アジアで仕事に就くことが多い。</p> <p>教員は世界25か国から来ており、国際色が豊かな組織構成となっている。またバックグラウンドとしては、欧米の大学院やビジネススクールで研究されて方が多く、またアジアの専門家として活躍されている人も多い。</p> <p>学生の約80%は、他国のビジネススクールに行き勉強している。期間としては、1semester(3~4か月)程度である。</p> <p>学生に国際的な知識や事例を学んで欲しい観点から上記の取り組みを勧めている。</p> <p>世界的にビジネススクールのプログラム構成や講義内容で差別化が難しくなっている側面もあり、学生達が海外で学んだ内容をフィードバックされることは情報やノウハウの蓄積につながり、大きなメリットと考えている。</p>	<p>グローバル化には積極的に取り組んでいる。具体的には、国際フィールドトリップ(Business Study Mission)、交換留学、サマープログラム制度を世界60の大学との協定を結んでいる。シンガポール人は約30%、海外からの留学生は約70%となっている。</p> <p>インターナショナルな事例や授業内容を重視していることから、世界中から教員を採用している。現在、専任教員陣が150名程おり、会計、財政、IT、マーケティング、経営などで研究面および実践面で活躍している人達である。</p>
ビジネススクールランキングに対する関心・問題意識	<p>顧客となる学生を獲得する上で、国際的なビジネススクールランキングを大変重要視している。学生はまず“ビジネススクールランキング”を重視し、その次に国際認証の獲得状況を見ています。</p> <p>国際認証は初めの手間暇や多額の費用が必要となるが、ビジネススクールの価値向上、カリキュラムの改善、世界的なビジネススクールとの連携等では必要不可欠と考えている。</p> <p>仮に日本のビジネススクールが世界から学生を集めたいのなら、ビジネススクールのランキングを重視すべきであり、また国際認証を取得することが必要としている。</p>	<p>ビジネススクールランキングを強く意識している。同校のMBAプログラムには世界的に高い評価を得ており、国際的なビジネススクールランキングに入っている。</p> <p>同校は、EQUISとAACSBの両方から認証を受けている。</p>
ファカルティ・ディベロップメント(FD)の実施状況や教員評価の実態	<p><確認中></p>	<p><確認中></p>

海外大学院ヒアリング結果（中国）

項目	中国
目指している具体的人材像、教育課程、教員組織	<p>国際的な視野を持ちながらも中国の経済状況を理解でき、本国の発展に貢献できるような人材の育成を目指している。現在の教員構成は、研究者教員が8割、実務家教員が2割となっている。なお、教員の数として充足している分野は、会計学、企業管理などが挙げられる。不足している分野は、産業経済、統計学などである。今後、実務家教員の割合を3割前後まで拡大する方針となっている。しかし、現状では、中国において指導能力を有する実務家が少ないため、目標達成するまでは時間を要する見込みである。</p>
企業等との連携状況	<p>企業ニーズに対応した人材の育成は不十分と認識しており、現状模索している段階である。企業ニーズを把握するためにも企業連携を強化しており、世界大手と提携し、定期的に外部講師による特別講座を実施している。また、提携企業に定期的にインターンを派遣し、実際の企業プロジェクトに参加させることによって、より実務的な教育を提供している。</p>
学生の属性、志望動機	<p>応募には就業経験が必要であり、社会人が主体である。志望動機に関しては、人的なネットワークの形成、学位取得を目的とする学生が多い。</p>
教育環境（ICTの利活用状況を含む）	<p>社会人学生に配慮して、パートタイムMBAを設けている。</p>
グローバル化の状況（国際連携に関する取組の実態、英語で行う授業科目の比率、自国の学生の受講比率、外国人教員比率、留学生比率等）	<p>現状、自国の学生は90%前後であるが、今後の国際連携の強化に伴い、外国籍の学生の受講率を拡大する見込みである。中国の大学は世界での知名度が低いため、外国籍の学生が少ない。</p>
ビジネススクールランキングに対する関心・問題意識	<p>国際認証の取得には、手間や費用がかかるものの、国際連携の強化、グローバル教育の促進などに役立つため、積極的に実施したいと考えている。同校では、世界的な知名度の低さを課題と捉えており、課題解決のために、ビジネススクールランキングにランキングされることを重要視している。</p>
ファカルティ・ディベロップメント（FD）の実施状況や教員評価の実態	<p>FDとして、先輩教員より新任教員に対する教育研修を行っている。なお、このような研修は年数回程度実施され、若手教員の教育レベル向上を目的としている。教員評価は採用時だけでなく、採用後でも同校内の学術委員会によって評価される。主な評価項目としては、論文評価（論文の数や影響力など）、学生評価（主にアンケート）などが挙げられる。教員のプライドや個性を尊重するために、教員同士の評価は実施していない。</p>

海外大学院ヒアリング結果（スペイン）

項目	スペイン
<p>目指している具体的人材像、教育課程、教員組織</p>	<p>単にビジネスで成功するだけでなく、世界に貢献できる人材、世界に変革をもたらす人材の育成を目指している。このような高度な人材を育成するには、学生が多くのチャレンジを経験する必要があると考えており、ハードかつチャレンジングな教育内容を実施している。</p> <p>学生を実際のビジネスに参加させながら学ばせることが重要であると考えている。同校では、ケース・スタディに重点を置いたプログラムを行っている。学生には一日に4～5テーマという多くのケース課題を与えている。ケース・スタディから多くの学びを得ることができると考えている。</p>
<p>企業等との連携状況</p>	<p>世界的企業の取締役がメンバーであるアドバイザリーボードを設けており、大学のプログラムや企業連携に関するアドバイスなどをもらっている。実際のプログラムにおいても、民間企業からゲストスピーカーとして講義に参加してもらうことがある。同校の教員が企業のコンサルタントとして関わることもあり、企業担当者と密に関わっている。</p>
<p>学生の属性、志望動機</p>	<p>学生の年齢や国籍が重要であると考えている。MBAに関しては20代後半が中心となっている。</p>
<p>教育環境（ICTの活用状況を含む）</p>	<p>IT技術を用いたオンラインコースの開発を行っている。</p>
<p>グローバル化の状況（国際連携に関する取組の実態、英語で行う授業科目の比率、自国の学生の受講比率、外国人教員比率、留学生比率等）</p>	<p>スペイン出身の学生は全体の15%程度であり、85%程度は外国籍の学生である。MBAプログラムはスペインのキャンパスが中心であるが、大学としては、スペイン以外の5か国にキャンパスを有している。</p> <p>世界各国の30以上のトップビジネススクールと提携しており、これらの大学への交換留学制度を設けている。交換留学制度には学生の30%～40%程度が参加している。同校のような規模でグローバルにキャンパスを設立したり、提携校を多く持つことは簡単ではなく、世界のビジネススクールの中でもグローバル展開に最も成功している大学と言える。</p> <p>国際連携を重視する理由としては、高度人材育成のためである。他のトップスクール及びその学生との関わりから学ぶことは多く、グローバルでのコネクションも修了後のビジネスに大きな利点をもたらす。</p>
<p>ビジネススクールランキングに対する関心・問題意識</p>	<p>ビジネススクールランキングは、大学の位置づけや評価を知る上で参考になる指標である。また、能力の高い学生の入学を増やすためにも高いランキングを維持することが重要である。</p>
<p>ファカルティ・ディベロップメント（FD）の実施状況や教員評価の実態</p>	<p>新規採用の場合、10年間のプロセス、評価を経た上で正規採用となる。このプロセスにおいては“Research”“Teaching”“development of courses”“Institutional services”の4つの区分において、トレーニング及び評価を行っている。最初の5年間は特にResearchとTeachingに重点が置かれており、これらのトレーニングを中心に行っている。なお、これらのプロセスにおいて、定められた基準を満たさない教員に対しては、不採用としている。</p> <p>新規に採用した教員には指導担当の教員を配置し、日頃の指導や評価などを行っている。</p> <p>教員評価は教員同士の評価、学生による評価を実施している。</p>

海外大学院ヒアリング結果（フランス）（1/2）

項目	フランス
目指している具体的人材像、教育課程、教員組織	マネージング能力、イノベティブな視点、グローバルな視点を備えた人材の育成を目指している。入学希望者の選考に関しては、第一にポテンシャルの高い学生を迎え入れたいと考えている。そのための指標としては、GMATのスコアが最も適切であると考えている。
企業等との連携状況	<p>企業との連携は非常に重要である。実際の企業と近い立場でビジネスを学ぶことができるかが学生の学びを大きく左右すると考えている。</p> <p>なお、企業がビジネススクールと連携する理由は大きく3つあると考えている。</p> <p>①企業が優れたビジネススクールと関係を持つことによって、優れた人材を採用することができる。</p> <p>②企業が教員との関係を持つことによって、優れた研究や理論などを学ぶことができ、それを企業の経営に活かすことができる。特に、世界的なトップビジネススクールには著名な教員が多く集まっているため、それをメリットと考える企業も多いのではないかと考えている。</p> <p>③CSRとして学生の教育に貢献できる。</p> <p>③には資金の提供なども含まれている。</p> <p>ビジネススクールに限らず、同校では、日本の社会・産業界は閉鎖的であり、国際的な連携が弱いと感じている。優れたビジネススクールとなるには、国際的な連携が不可欠であり、それができないとグローバルな視点を持った人材を育成することができない。そのため、日本のビジネススクールは海外との連携をさらに強め、外国人の学生や教員を増やす努力をすべきと考えている。</p> <p>日本では、ビジネススクールの学位に対する評価を更に高めるべきであると考えている。フランスでは、ビジネススクールの学位取得（大学名の方がより重要であるが）は誇りと名声であり、処遇の優劣が発生する。</p>
学生の属性、志望動機	国際的な環境を作るためにも国籍のバランスは非常に重要である。そのため、同じ国や地域の学生に偏ることがないように配慮している。
教育環境（ICTの利活用状況を含む）	国際的な経験を積むことができる環境が重要だと考えており、学生および教員の出身地域に配慮し、そのための環境づくりを行っている。
グローバル化の状況（国際連携に関する取組の実態、英語で行う授業科目の比率、自国の学生の受講比率、外国人教員比率、留学生比率等）	<p>学生の出身地域、国は様々であり、90%以上が外国籍である。地域別では欧州出身者が最も多いが、アジアやアメリカ大陸をはじめとする様々な地域の出身者が入学している。</p> <p>外国籍の教員比率は70%である。同校は、学生にグローバル視点を身に付けてもらいたいと考えており、そのためにも学生だけでなく教員においても外国人比率を高めている。</p> <p>Double Degree Programsの制度を有しており、学生は、提携している世界のトップスクールの学位を取得することができる。ビジネススクール修了後に両校のAlumniネットワークに加わることができ、学生にとってメリットが大きい。</p>

海外大学院ヒアリング結果（フランス）（2/2）

項目	フランス
ビジネススクールランキングに対する関心・問題意識	<p>ビジネススクールランキングは非常に重要であると考えており、certificationの取得も含めてランキングの向上に努めている。ランキングはビジネススクールの評価を表す指標であり、高いランキングを獲得することによって優れた学生や教員を採用することができる。また、企業もランキング上位校の学生を採用したいと考えている。</p> <p>一方で、ランキングの多くはアメリカの基準で考えられていることが多く、特に欧州の大学については、ランキングが大学の優劣の全てを表しているとは言えないと考えている。</p> <p>また、アメリカでは「ビジネススクール＝MBA」といった考え方が一般的であるが、欧州ではMBAだけではなくMIM(Master in Management)も主流になってきている。そのため、MIMも含めたビジネスランキングがより一般的になることで、ビジネススクールの評価を正確に判断することができると考えている。</p> <p>なお、アメリカのMBAは教育プログラム自体によって学生に価値を与えるというより、「良い仕事を見つけるためのdegree」という位置づけが強くなり過ぎていると捉えている。学生にとってより良いキャリアを得ることは当然、大事な目的であるが、MBAプログラムによって学生の能力を伸ばすことがビジネススクールの本来的な役割だと考えている。</p>
ファカルティ・ディベロップメント(FD)の実施状況や教員評価の実態	<p>Faculty development自体は行っているが、授業内容に関する情報交換等がメインであり、指導法に関するトレーニングを定期的には行っていない。教員が優先すべきは、授業の内容そのものである。</p> <p>ただし、新任の教員に対する指導法トレーニングなど最低限のプログラムは存在する。</p>