

専門



美術

展覧

2010年(平成22年)9月4日

土曜日



# be on Saturday

b2

beランキング 「退職後、挑戦したい習い事」  
菜園、料理、楽器、外国語、山登り……趣味  
三昧? いえ、実益もあります。1位は??



キミの名は 売れ筋拝見 知って安心

b3

サザエさんをさがして かっぽう着  
磯田道史この人その言葉 橋嶋観

b4

be report MBAの価値 柳井正コラム  
逆風満帆 キャシー中島上 mo@china

b5~7 (抜き取ってご利用ください)  
週間テレビ TOKIO/番組表

b9

家計診断 老後資金 山科まんが

# 問われるMBAの真価

経営の実践的な知識や思考法を習得するMBA（経営修士）。一昔前は発祥の地・米国で取得を目指す若者が多かつたが、いま、国内の大学院が提供するMBA「ースが人気を呼んでいる。た

だ、すでに供給過剰との指摘もあり、受け入れる企業の認知度も高くはない。受「日本版MBA」の真価とは――。学生たちが主催した「ケースコンペティション」の模様を見てきた。（立松真文）

めの米国留学がブームになつた。だが、生活費も含め數千円の費用がかかるため、近年人気おかげが見える。一方、国内の大学院で取得できる日本版MBAが台頭している。留学よりも費用が安

IGC学院の工藤美知尋学園長は「明らかに供給過剰。今後、質が担保できない大学院の淘汰が進む」と指摘する。

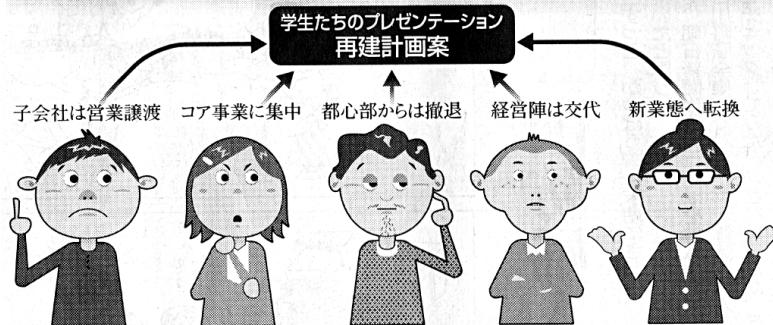
# 経営学修士 **MBAの実践的なケーススタディー**

架空の会社



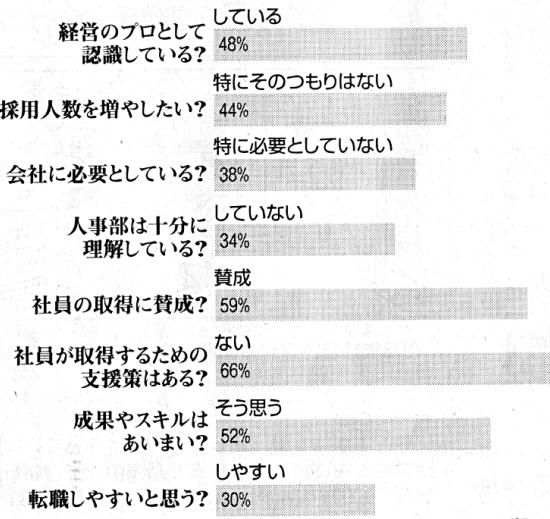
業績不振

- 1975年創業の郊外型ホームセンター
  - 計60店舗を展開。業界第8位
  - 関東近郊では抜群の知名度
  - 拡大戦略の失敗で近年は業績悪化
  - 2代目社長のワンマン経営、取締役の過半数が親族
  - 都心部へ進出するも不振
  - 取引先銀行は態度を硬化
  - 社員の士気は低下



## 企業からみた国内MBAは…

(MBAキャリアデザイン研究所の調査から作製。2007年、93社が回答。「どちらともいえない」は省略)



グラフィック・戸田 靖人 / The Asahi Shimbun

仮想した架空の会社、経営不振に陥り、決算が粉飾されているとの設定で、損益計算書など財務諸表を作成し、業界事情、創業以来の歩み、経営陣のお家事情までをA4判15ページにまとめている。

参加者は、この資料を読み込んで経営課題を探り、再建案を20分以内にプレゼンしなければいけない。

一橋大学大学院商学研究科の立松広成さん(23)は4人でチームを組み、仕上げ段階に

本戦で提示された再建方法は、自主再建や会社更生法適用などさまざま。粉飾決算を見落としたチームもあった。再建計画の「正解」はない。プレゼンの論理性、具体性に加え、現実に「使えるかどうか」が審査された。その結果、銀行出身者も加わった慶應大学院経営管理研究科（KBS）の2チームが1、2位を独占した。

正解ない提案  
完成度で評価

ていた。ホームセンターを運営する企業 ホーミー豊田の経営実態を分析し、再建築をよびみく説明していく。

7月24日、東京・三田の慶應義塾大学であった「ケースコンペティション」の本戦。

国内でMBAの取得をめざす学生が、企業再生をテーマに再建築の優劣を競う。この種のコンペは米国では頻繁に開かれているが、国内では珍しい試みだ。8校の20チームが参加し、書類審査で3校9

「実質的には債務超過に陥っています」

MBA「ースが人気を呼んでいる。た

ン」の模様を見てきた。

**米では登竜門  
国内評価低く**

米国発のMBAは、100

米では登竜門

「コンペ形式だと、お互いの  
好みや弱みが把握でき、参加  
者全員のレベルアップにもつ  
ながる。来年度以降も継続し  
たい」と話していた。

元CCC（最高執行責任者）の富山和彦氏は、自身が日本でMBAを取った経験に惚れ、「レベルの高さに驚いた」。私が20年前に同じ課題を

過剰との指摘もあり、受認知度も高くはない。の真偽とは——。学生「ケースコンペティショ

0年代前半、MBA取得のた  
河野宏和・慶大大学院経営  
管理研究科委員長の話  
米国と日本ではMBAをな  
ぐる環境に大きな差があるとい  
い。日本発のMBA教育とはど  
が、ただ嘆いても仕方がなか  
い。大学は真剣に考そ  
何なのか。大学はなぜ考そ  
なければならない。これまでの大学は、MBAへ  
社会にアピールする姿勢が少

めの米国留学がブームになつた。だが、生活費も含め數千円の費用がかかるため、近年は人気にかけが見える。

一方、国内の大学院で取得できる日本版MBAが台頭して、多くの大学院で取得でいる。留学よりも費用が安く、社会人に配慮したカリキュラムを組む大学院も多い。

日本語での講義が中心で、必要な知識が効率よく身につく点も人気の理由の一つだ。

日本版は、慶大が1978年にMBAコースを開設したのが始まり。文部科学省が2003年に修士論文作成を修了要件としない専門職大学院を制度化したのを機に、 MBAを取得できる大学院は急増。いま経営系の専門職大学院は30大学32コースにのぼり、既存の大学院の修士課程と合わせると、「MBAコース」は全国で60を超す。

ただ、学校ごとにカリキュラムや講義形態は様々。有名校に志願者が集まる一方、定員割れの学校もある。06年設立のLCA大学院大学（大阪市）は学生が集まらず、昨年

長は「明らかに供給過剉。今後、質が担保できない大学院の淘汰が進む」と指摘する。

人材を受け入れる企業側の視線も厳しい。米国のように経営のプロの転職市場が確立されておらず、日本企業には「自前養成主義」の考え方方が根強い。慶大が09年に公表した調査結果では、150社の人事担当者のうち、MBA取得者を経営幹部として中途採用することを「増やしていく」と答えたのは6%。「増やすつもりがない」は48%に達した。また、働きながら自費でMBAを取得しても、勤務先の昇級や昇格では必ずしも考慮されるわけではない。

NPO法人「MBAキャリアデザイン研究所」の庄司祐子代表はこう話す。「MBAで培われるリーダーシップや戦略的思考はすぐには見えにくいが、自分に投資する向上心も含め、企業はもつと積極的に評価していく。太字も、企業のニーズをしっかりと把握し、求められる人材を作る力