



## 第6回 MBA キャリアデザインセミナー

日時：2008年6月21日（土）13：00～19：00

場所：東京都新宿区信濃町35番地 信濃町煉瓦館5階 会議室

プログラム：12：30～ 開場並びに受付

13：00～13：40 実態調査結果発表 「企業における国内MBAの評価とその課題」  
庄司 祐子 NPO法人MBAキャリアデザイン研究所代表

13：45～15：15 基調講演 「国内MBAへの今後の期待」  
伊藤 文雄 青山学院大学名誉教授 ABEST21 理事長

15：25～16：50 パネルディスカッション 「国内MBAに関する課題」

モデレーター：郡司 恭子 慶応大学大学院経営管理研究科修了（MBA）  
株式会社 フォーサイト21 マーケティングディレクター

パネリスト： 修行 憲一 日本大学大学院グローバルビジネス研究科修了（MBA）  
株式会社ジェイブレイン 代表取締役社長CEO <http://j-brain.jp/>  
島田 浩志 立教大学大学院ビジネスデザイン研究科修了（MBA）  
株式会社 OmtRaK 代表取締役社長 <http://www.omtrak.jp/index.html>  
澤 和宏 一橋大学大学院商学研究科経営学修士コース修了（MBA）  
株式会社 ベネッセコーポレーション 人財部人財開発セクション課長

### 【実態調査結果発表】

テーマ： 「企業における国内MBAの評価とその課題」

～国内MBAの活用に関する実態調査の結果から～

スピーカー： NPO法人MBAキャリアデザイン研究所 庄司 祐子

### 調査目的

企業における国内MBAの活用実態と課題を探る。

\* 「国内MBA」とは、文部科学省に認可されている日本の大学に付属するビジネス・スクール修了者のことを指す。

### 調査対象

一部上場企業並びに一般企業の人事部

### 調査の意義

企業における国内MBAの活用の実態調査の実施により、未だあまり明らかにされていない、

企業側からの国内 MBA に対する理解、認識、ホルダーへの処遇、人事制度、ビジネススクールへの派遣制度等に関する考え方を定量的に明らかにしたことである。

## 調査方法

調査時期：2007 年 1 月～7 月

・NPO 法人 MBA キャリアデザイン研究所の第 2 回目の実態調査として、一部上場企業並びに一般企業の人事部へアンケート調査票（用紙とウェブの両方を準備）への回答を依頼した結果、95 社からの回答を得ることができた。（1200 社送付 95 社回収 有効回収率 7.9%）

調査内容：企業における国内 MBA に関する認識・活用意識・処遇・スキルの理解等

質問項目の内容：

- ①国内 MBA に対する認識
- ②国内 MBA に対する活用並びに採用意識
- ③国内 MBA に対する処遇、スキルの理解
- ④国内 MBA 活用に関わる課題
- ⑤企業派遣制度について
- ⑥今後の方向性

## サンプルの属性

回答企業の属性：

（業界） 回答企業数 93 社

建設 3 社 (3.2%)	食料・医薬・化学 20 社 (21.5%)
金属・石油 6 社 (6.5%)	機械・機器 25 社 (26.9%)
商業・金融 16 社 (17.2%)	情報・通信・サービス 16 社 (17.2%)
コンサルティング 5 社 (5.4%)	
その他（教育、出版、団体・組合、農林水産、鉱業等） 2 社 (2.2%)	

（日系・外資系） 回答企業数 94 社

日本企業 87 社 (92.6%)	外資系企業 2 社 (2.1%)	
合弁企業 1 社 (1.1%)	自営業 3 社 (3.2%)	その他 1 社 (1.1%)

（国内外のグループ連結ベースでの経常利益） 回答企業数 92 社

黒字 83 社 (90.2%)	イーブン 5 社 (5.4%)	赤字 4 社 (4.3%)
-----------------	-----------------	---------------

回答者の属性：

（国内の従業員数） 回答企業数 93 社

1～10 人	5 社 (5.4%)	11～100 人	8 社 (8.6%)
101～500 人	8 社 (8.6%)	501～1000 人	12 社 (12.9%)
1001～5000 人	45 社 (48.4%)	5001～10000 人	12 社 (12.9%)
10000 人以上	3 社 (3.2%)		

(社員の平均勤続年数) 回答企業数 87社

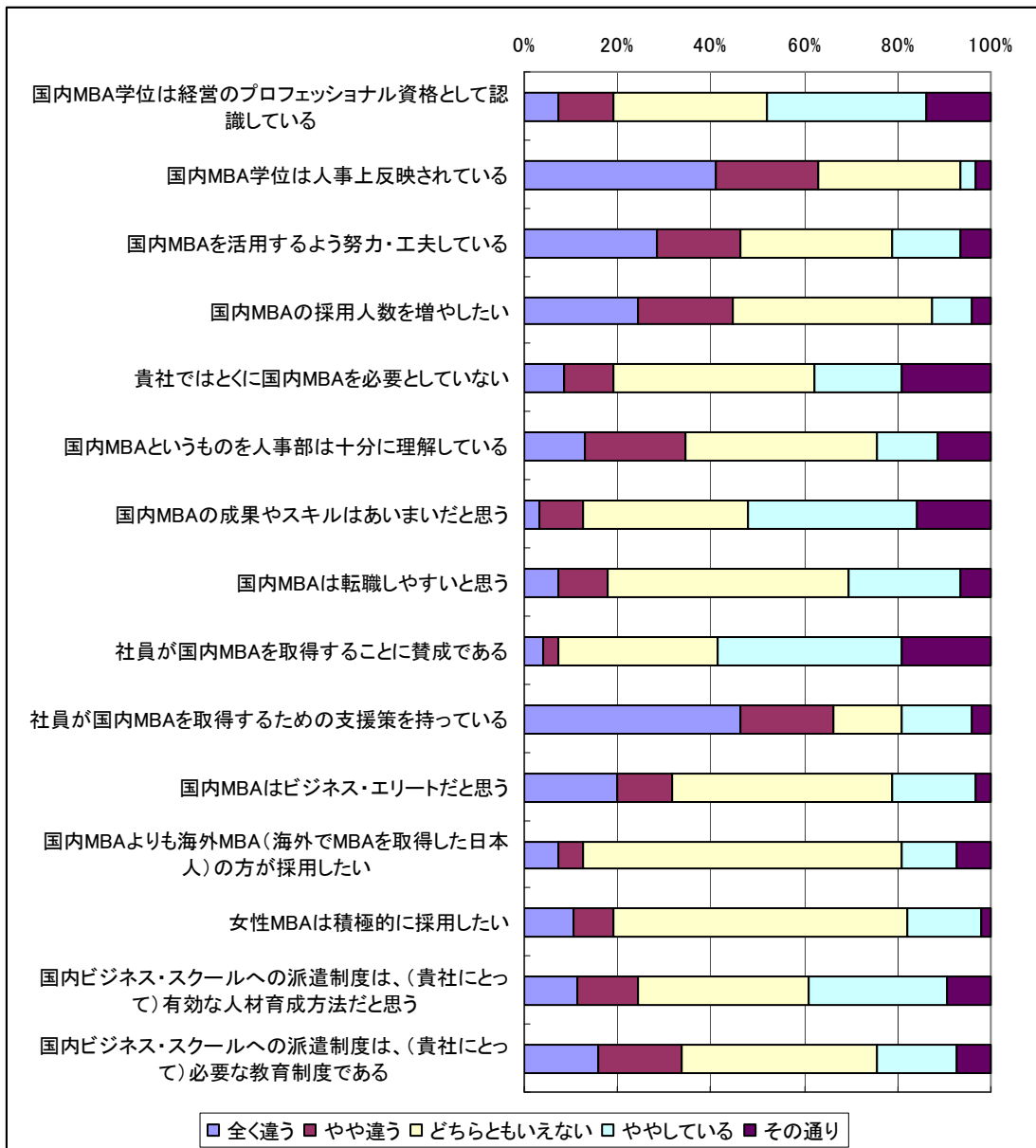
1年～5年	13社	6年～10年	11社
11年～15年	18社	16年～19年	17社
20年	14社	21年～30年	9社
31年～40年	4社	不明	1社

(回答者のポジション) 回答企業数 93社

取締役	9人 (9.7%)	役員	3人 (3.2%)
管理職	49人 (52.7%)	一般社員	28人 (30.1%)
その他	4人 (4.3%)		

### <国内MBAに対する認識・活用意識について>

#### ・MBAの価値を認めながらも処遇には反映していない現状



- Q 1. 国内 MBA 学位は経営のプロフェッショナル資格として認識している  
 48% : 認識                      33% : どちらともいえない              19% : 認識していない
- Q 2. 国内 MBA 学位は人事上反映されている  
 63% : 反映されていない      31% : どちらともいえない              6% : 反映
- Q 3. 国内 MBA を活用するよう努力・工夫している  
 46% : 努力・工夫されていない   33% : どちらともいえない   21% : 努力・工夫している
- Q 4. 国内 MBA の採用人数をふやしたい  
 44% : 特に増やすつもりはない   43% : どちらともいえない   13% : 増やしたい
- Q 5. 貴社ではとくに国内 MBA を必要としていない  
 19% : 必要としている              43% : どちらともいえない   38% : 特に必要としていない
- Q 6. 国内 MBA というものを人事部は十分に理解している  
 34% : 理解していない              41% : どちらともいえない   25% : 理解している
- Q 7. 国内 MBA の成果やスキルはあいまいだと思う  
 13% : あいまいでない              35% : どちらともいえない   52% : あいまいである
- Q 8. 国内 MBA は転職しやすいと思う  
 18% : 転職しやしくない              52% : どちらともいえない   30% : 転職しやすい
- Q 9. 社員が国内 MBA を取得することに賛成である  
 7% : 反対                              34% : どちらともいえない   59% : 賛成
- Q 10. 社員が国内 MBA を取得するための支援策を持っている  
 66% : 支援策を持っていない   15% : どちらともいえない              19% : 支援策を持っている
- Q 11. 国内 MBA はビジネスエリートだと思う  
 32% : そう思わない                  47% : どちらともいえない              21% : そう思う
- Q 12. 国内 MBA よりも海外 MBA (海外で MBA を取得した日本人の方) のほうが採用したい  
 12% : 採用に関して、海外 MBA と国内 MBA に差異は感じない  
 69% : どちらともいえない      19% : 国内 MBA より海外 MBA の方を採用したい
- Q 13. 女性 MBA は積極的に採用したい  
 19% : 女性 MBA を特には積極的に採用しようとは考えていない  
 63% : どちらともいえない      18% : 女性 MBA を積極的に採用したい

Q14. 国内ビジネススクールへの派遣制度は、(貴社にとって) 有効な人材育成方法だと思う  
25% : 有効とは思えない 37% : どちらともいえない 38% : 有効だと思う

Q15. 国内ビジネススクールへの派遣制度は、(貴社にとって) 必要な教育制度である  
34% : 特に必要とは思えない 42% : どちらともいえない 24% : 必要だと思う

#### Q1～15までのまとめ

1) 「全く違う」「やや違う」を Negative Score、  
「その通り」「ややそうである」を Positive Score とした場合、

##### Positive Score :

- Q1 プロフェッショナル資格として認識 (48%)
- Q9 国内MBAを取得することに賛成 (59%)

##### Negative Score :

- Q2 学位が人事上反映されていない (63%)
- Q3 活用するよう努力・工夫していない (46%)
- Q4 国内MBAの採用人数を増やすつもりはない (44%)
- Q7 国内MBAの成果やスキルはあいまいだと思う (52%)
- Q10 社員が国内MBAを取得するための支援策を持っていない (66%)

↓

以上の事から、MBAの価値を認めながらも処遇に反映していない現状が浮かび上がる。

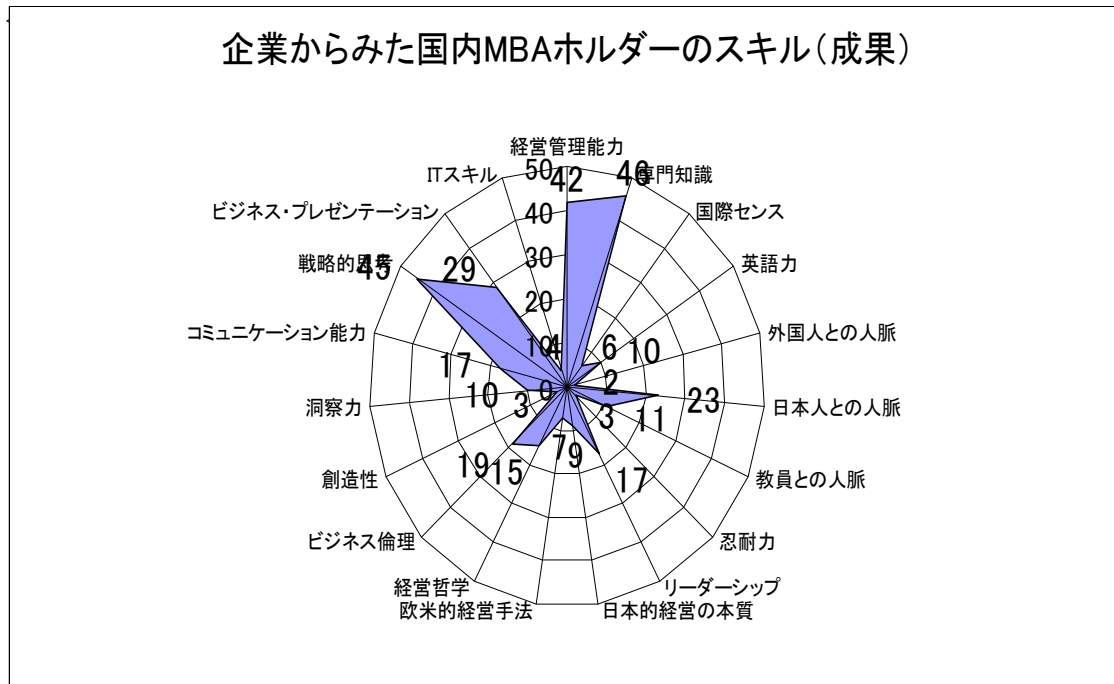
2) 認識・活用意識・理解度において「どちらともいえない」が過半数を占める回答が多い。

- Q4 国内MBAの採用人数を増やしたい (43%)
- Q5 国内MBAを必要としていない (43%)
- Q6 国内MBAというものを人事部は十分に理解している (41%)
- Q8 国内MBAは転職しやすい (52%)
- Q9 国内MBAはビジネスエリートだと思う (47%)
- Q12 国内MBAより海外MBAのほうが採用したい (69%)
- Q13 女性MBAは積極的に採用したい (63%)
- Q14 国内ビジネススクールへの派遣制度は、必要な教育制度である (42%)

↓

以上の事から、国内MBAがよくわからない、理解不足、成果やスキルが曖昧、  
よって、活用の努力・工夫も無く、支援策も持たず、人事上反映もしないという傾向が見られる。

## Q16. 企業からみた国内MBAホルダーの修得スキル



(複数回答 回答企業数 83社)

1. 専門知識	46	14.5%
2. 戦略的思考	45	14.2%
3. 経営管理能力	42	13.2%
4. ビジネスプレゼンテーション	29	9.1%
5. 日本人との人脈	23	7.2%
6. ビジネス倫理	19	6.0%
7. コミュニケーション能力	17	5.3%
7. リーダーシップ	17	5.3%
9. 経営哲学	15	4.7%
10. 教員との人脈	11	3.5%
11. 洞察力	10	3.1%
11. 英語力	10	3.1%
13. 日本的経営の本質	9	2.8%

その他 欧米的経営手法、国際センス、ITスキル、創造性、忍耐力、外国人との人脈と続く。

### ・MBAに肯定的な企業とそうでない企業によって、修得していると考えるスキルに違いがある

Q2「学位を人事上、反映している」、Q3「MBAを活用するよう努力・工夫している」の設問を「やややっている」と「その通り」と答えた企業(24社)とそれ以外(71社)に分けて集計。

当然のことながら、MBAに肯定的な企業のほうが修得していると考えるスキルが多い。

MBA に肯定的な「戦略的思考」「日本人との人脈」「教員との人脈」「英語力」はそれぞれ、63%、42%、29%、29%の企業が修得していると考えているのに対し、肯定的でない企業はいずれも 20 ポイントの差がある。

↑  
黄色マーカー部分

・人脈は、実際にホルダーが社内にいると実感できるスキル。

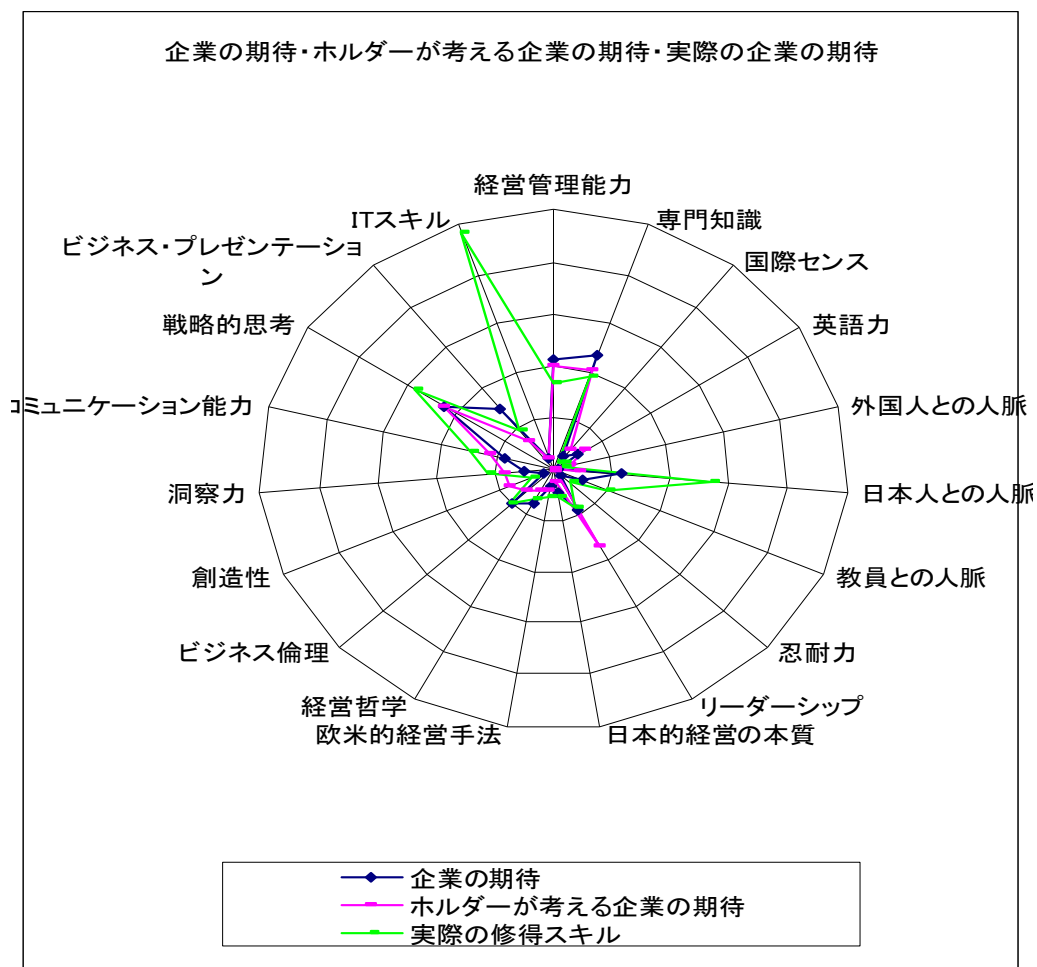
「コミュニケーション能力」「日本的経営の本質」「創造性」「洞察力」も MBA のとらえ方によって差があるスキル

↑  
緑マーカー部分

「戦略的思考」「専門知識」「経営管理能力」は肯定的でない企業においても修得していると考えているスキル

	肯定的な企業	肯定的でない企業	差
戦略的思考	0.63	0.44	0.19
専門知識	0.58	0.45	0.13
経営管理能力	0.54	0.41	0.13
日本人との人脈	0.42	0.18	0.23
ビジネス・プレゼンテーション	0.33	0.30	0.04
コミュニケーション能力	0.29	0.14	0.15
教員との人脈	0.29	0.06	0.24
英語力	0.29	0.04	0.25
リーダーシップ	0.25	0.15	0.10
ビジネス倫理	0.21	0.20	0.01
日本的経営の本質	0.21	0.06	0.15
洞察力	0.21	0.07	0.14
経営哲学	0.17	0.15	0.01
創造性	0.13	0.00	0.13
忍耐力	0.08	0.01	0.07
外国人との人脈	0.08	0.00	0.08
IT スキル	0.08	0.03	0.06
国際センス	0.04	0.07	-0.03
欧米的経営手法	0.00	0.10	-0.10

<企業の期待・ホルダーが考える企業の期待・実際の修得スキル>



	企業の期待	ホルダーが考える企業の期待	修得スキル
経営管理能力	42	40	33
専門知識	46	41	37
国際センス	6	9	3
英語力	10	13	4
外国人との人脈	2	6	3
日本人との人脈	23	9	54
教員との人脈	11	1	20
創造性	3	16	8
洞察力	10	16	22
コミュニケーション能力	17	22	29
戦略的思考	45	45	57
ビジネス・プレゼンテーション	29	14	19

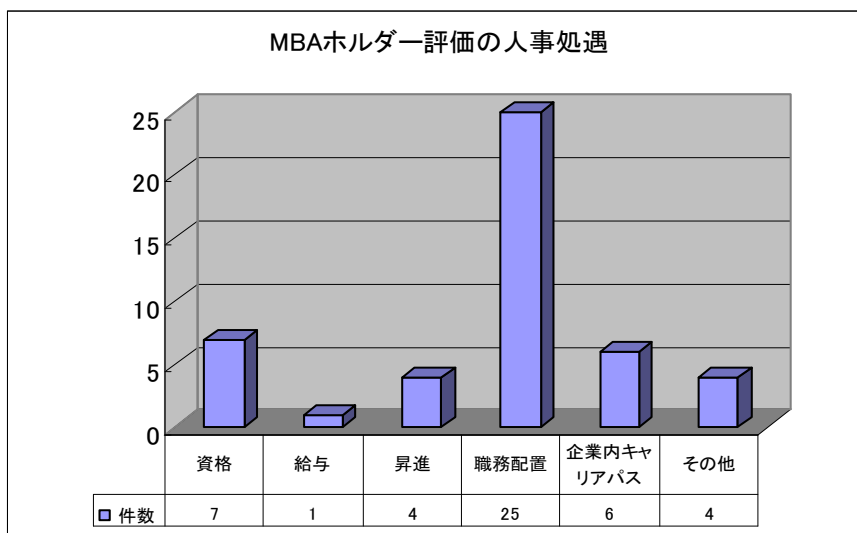


3年前に行ったホルダー側からの調査結果、ホルダーが考える企業の期待・実際の修得スキルと今回の企業側からの調査における企業側の期待では、若干のギャップが伺える。

企業側の期待と、ホルダーが実際に修得したと考えられるスキルで特徴的なものとして、「戦略的思考」「経営管理能力」「専門知識」が上げられる。「経営管理能力」「専門知識」では、企業の期待を下回っているが、「戦略的思考」においては、ホルダーは企業の期待以上のものを修得していると考えている。また、「日本人との人脈」「コミュニケーション能力」「洞察力」に関して、ホルダーは、企業の期待以上のスキルを修得してきていると考えているが、企業からはあまり認識されていないようである。

### Q.17 国内MBAに対する人事処遇

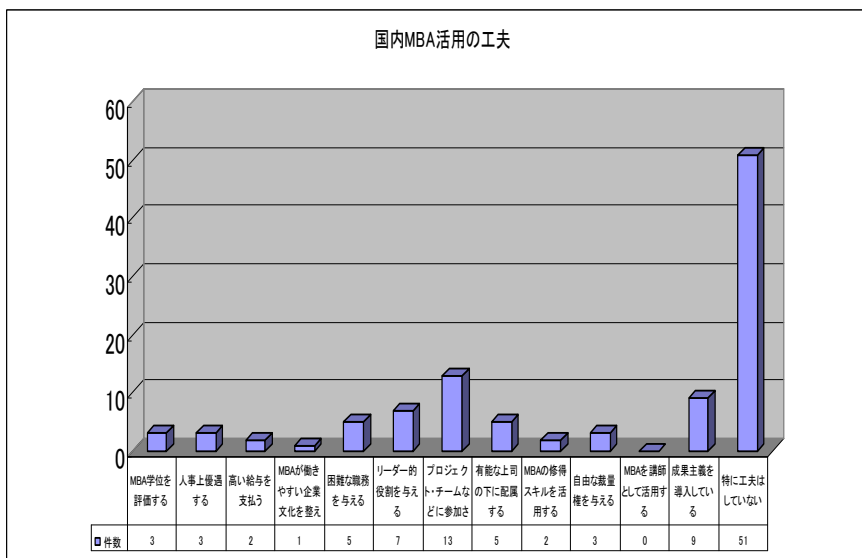
(国内MBAを評価している企業への質問 回答企業数：38社)



国内MBAを評価している企業においても、人事処遇は職務配置がメインで、給与・昇進にはあまり反映されていないようである。

### Q.18 国内MBAに対する活用工夫

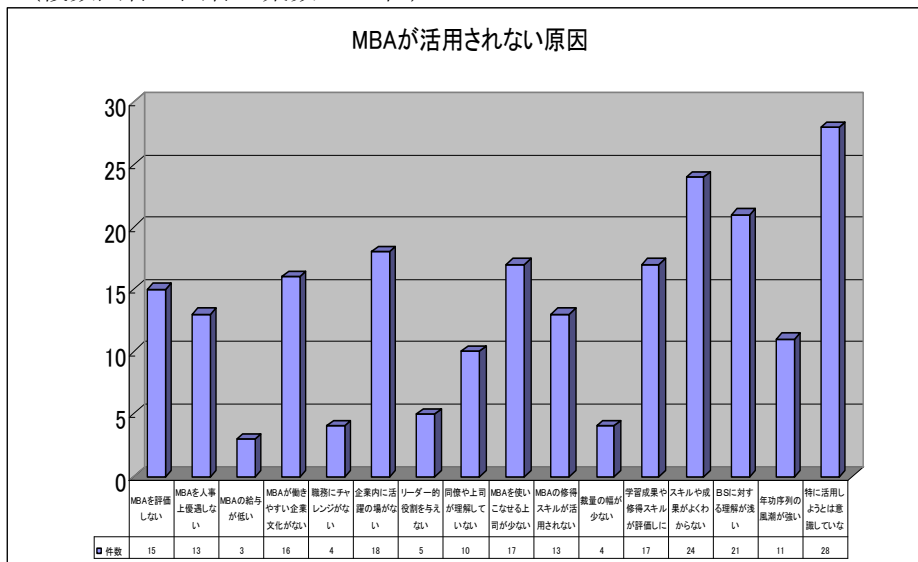
(複数回答 回答企業数 83社)



国内 MBA に対する活用工夫は、特に工夫をしていない（49%）がメジャーな意見であった。これは、3年前のホルダー側の調査結果内容とほぼ一致している。

### Q19. 国内 MBA の活用が十分にされない原因は？

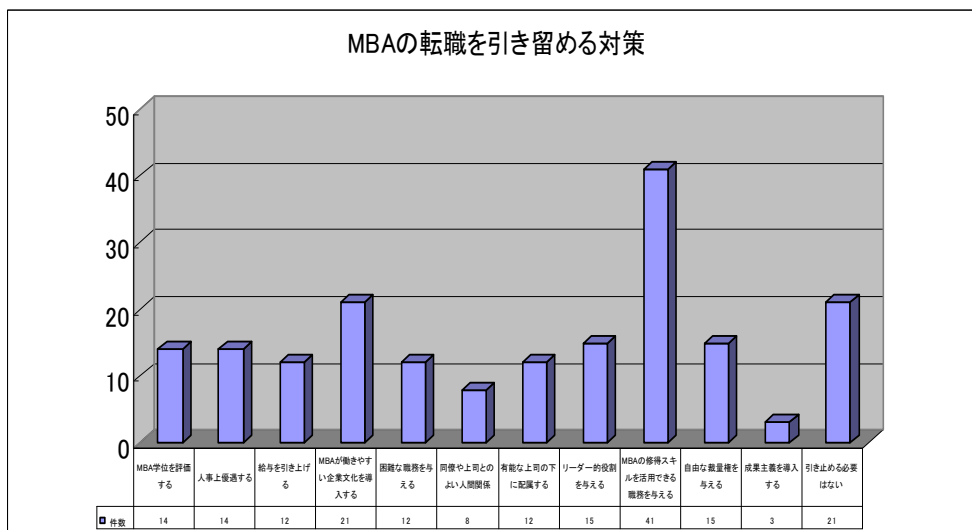
（複数回答 回答企業数 81 社）



活用できない原因に関しては、3年前のホルダー側からの調査結果からと意見を大きく異にする。ホルダー側は、その原因として、「MBA の給与が低い」（20%）、「MBA を優遇しない」（19%）、「MBA 学位を評価しない」（17%）が上位 3 位にあがっており、上記の企業からのアンケート結果から、「特に活用しようとは意識していない」（13%）、「スキルや成果がよくわからない」（11%）、「BS に対する理解が浅い」（10%）、「企業内に活躍の場がない」（8%）、「学習成果やスキルが評価しにくい」（8%）、「MBA を使いこなせる上司が少ない」（8%）と企業側の言い分が上がっており、ホルダー側とのギャップがみられる。

### Q.20 企業が国内 MBA の転職を引き留めるための対策は？

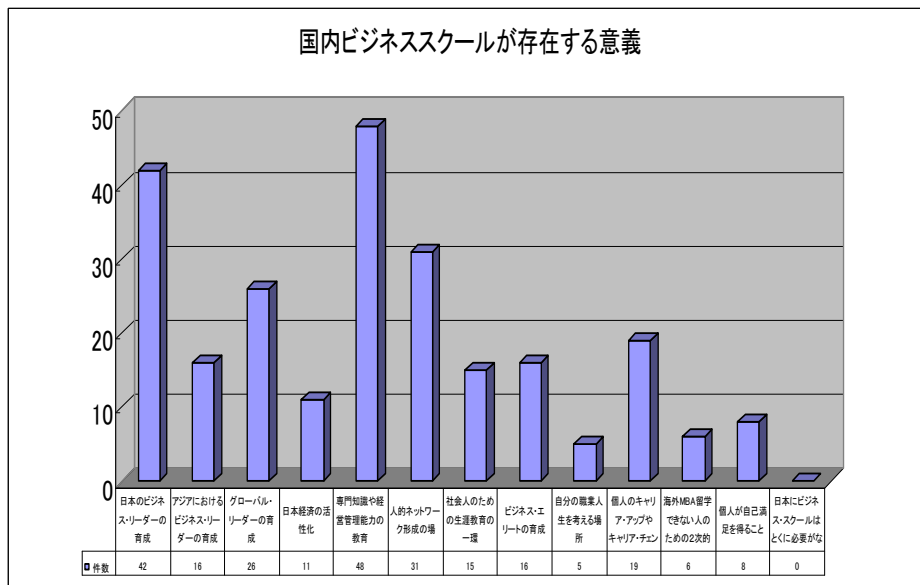
（複数回答 回答企業数 83 社）



企業が国内 MBA の転職を引き留める策として、最も多かったのが、「修得スキルを活用できる職務を与える」(22%) ということであったが、その一方で、「引き留める必要がない」(11%) という意見も 2 番目に多かった。

## Q21. 国内ビジネススクールの存在意義

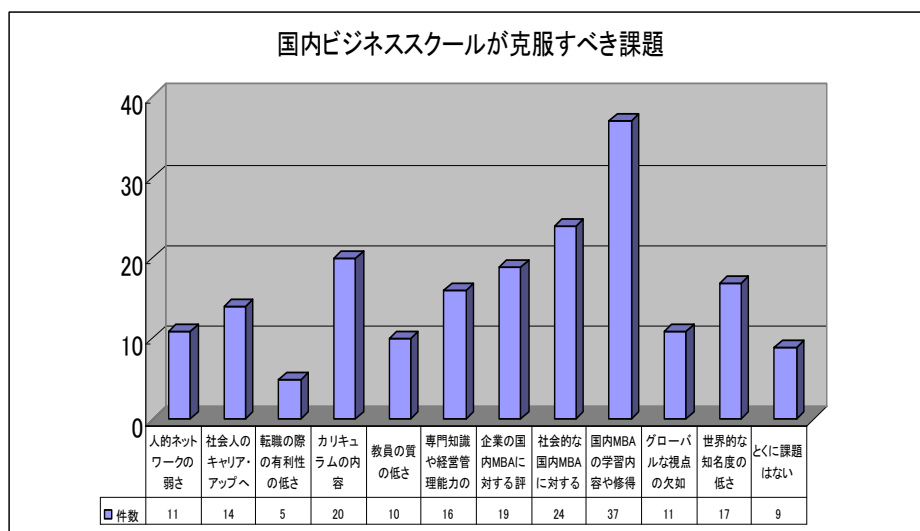
(複数回答 回答企業数 87 社)



国内 MBA のビジネス・スクールの意義に関しては、3 年前のホルダー側からの調査結果とほぼ一致している。最も多かったのが、「専門知識や経営管理能力の教育」(20%)、2 番目に「日本のビジネスリーダーの育成」(17%)、「人的ネットワーク形成の場」(13%) という意見も 3 番目に多かった。

## Q22. 国内ビジネススクールが克服すべき課題

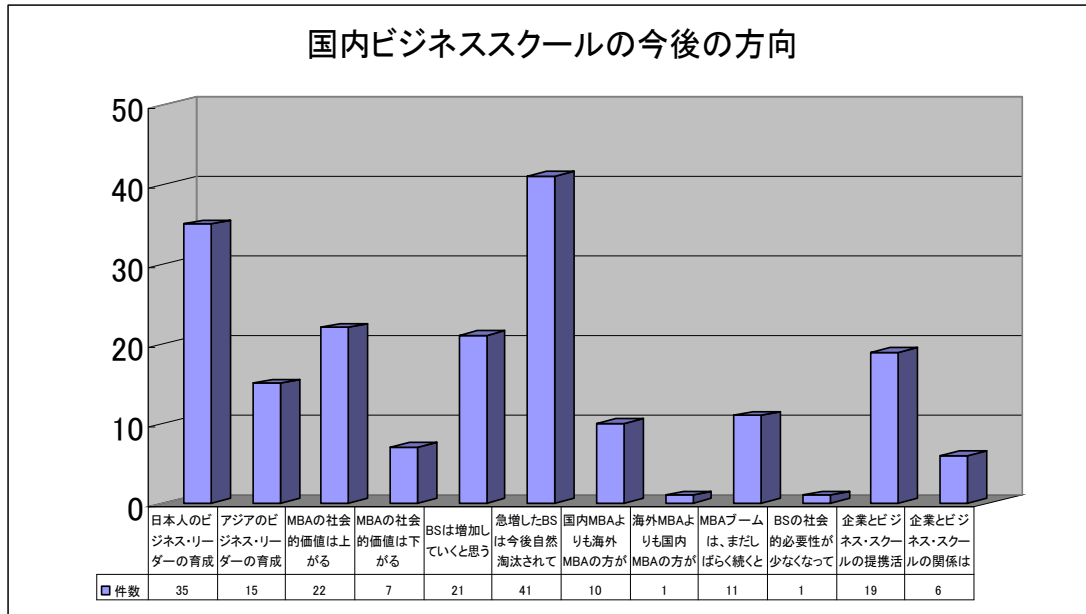
(複数回答 回答企業数 80 社)



国内ビジネススクールが克服すべき課題に関しては、「国内MBAの学習内容や修得スキルの不明確さ」(19%)、「社会的な国内MBAに対する評価の低さ」(12%)、「カリキュラムの内容」(10%)、「企業の国内MBAに対する評価の低さ」(10%)等が上がっており、学習内容、修得スキルの不明確さ、カリキュラム内容が改善されれば、多少なりとも評価が上がってくるということであろうか。

### Q23. 国内ビジネススクールの今後の方向性

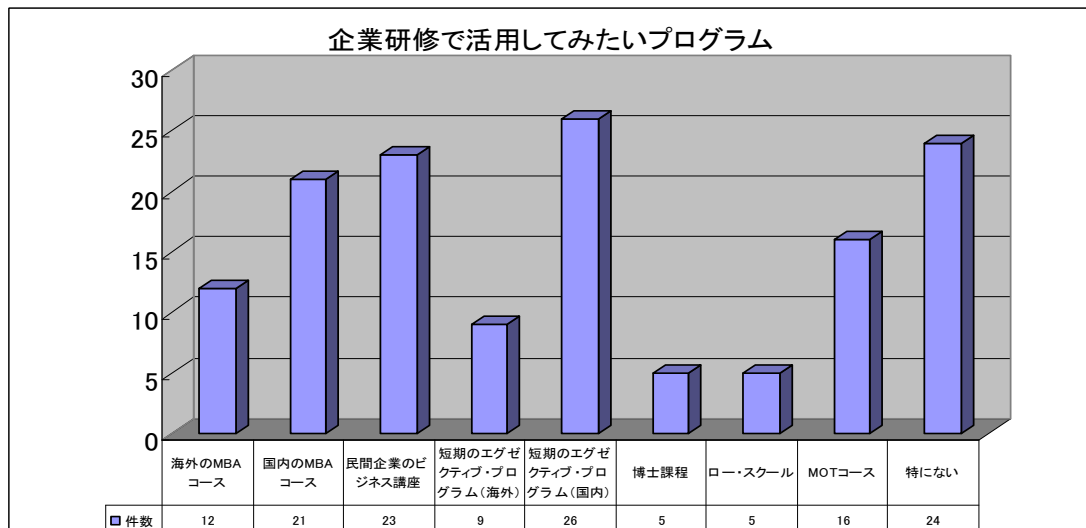
(複数回答 回答企業数 83社)



今後の方向性であるが、「急増したビジネス・スクールは自然淘汰されていく」(21%)、「日本人のビジネス・リーダーの育成に貢献する」(19%)、「MBAの社会的価値は上がっていくと思う」(12%)といったポジティブな意見も聞かれた。

### Q24. 今後、企業研修で活用してみたい大学院プログラムは？

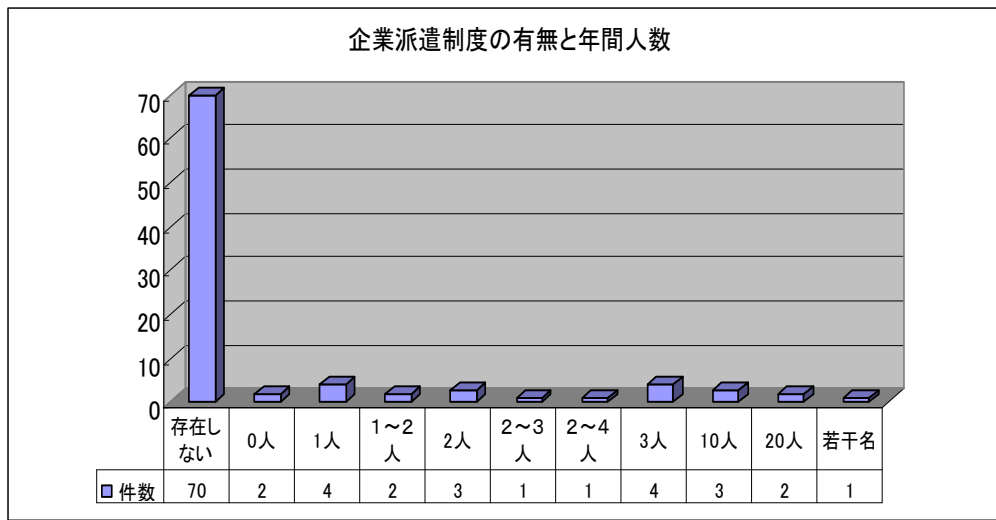
(複数回答 回答企業数 80社)



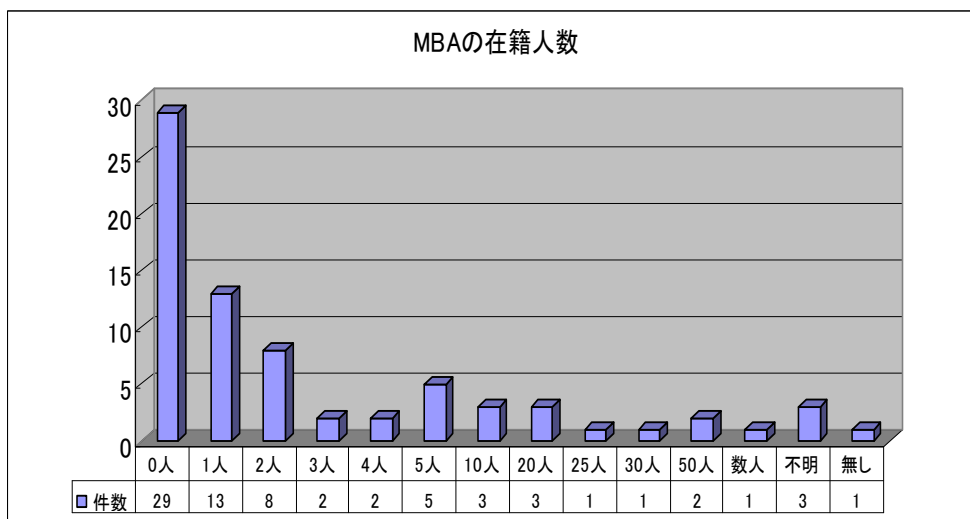
今後、企業研修で活用してみたい大学院プログラムであるが、「短期のエグゼクティブ・プログラム」（18.4%）、「民間企業のビジネス講座」（16.3%）、「国内のMBAコース」（12%）といった順位であった。

### <国内ビジネス・スクールへの派遣制度について>

企業派遣制度の有無と年間人数（複数回答 回答企業数 93社）



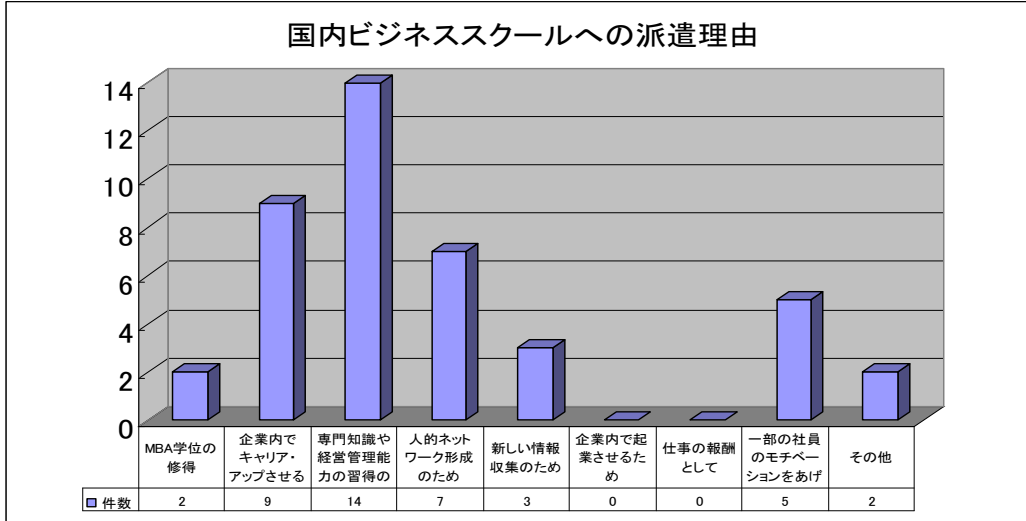
国内MBA在職者の人数（複数回答 回答企業数 74社）



Q25~28. 国内ビジネス・スクールへの派遣制度がある企業への質問

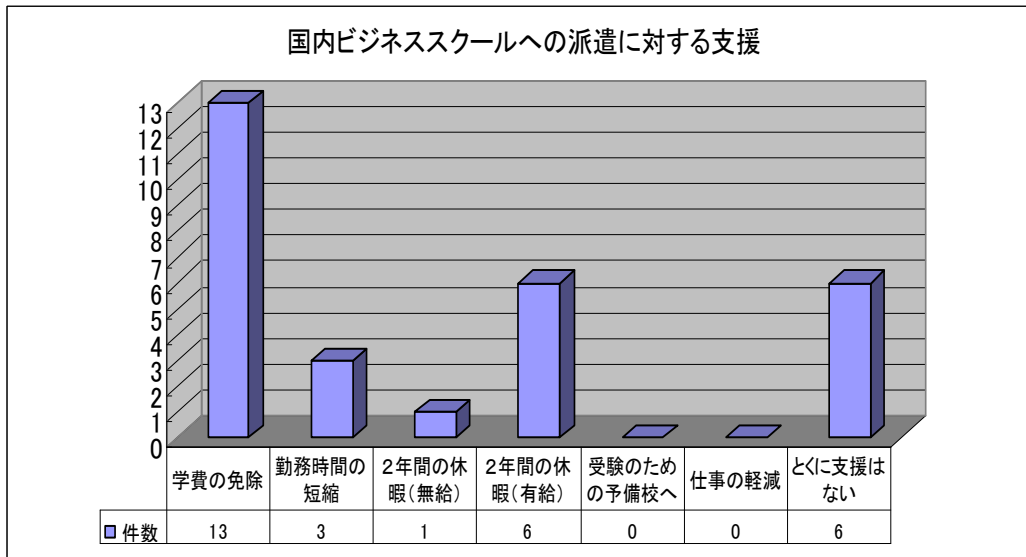
Q25. 国内ビジネス・スクールへの派遣理由

(複数回答 回答企業数 18社)

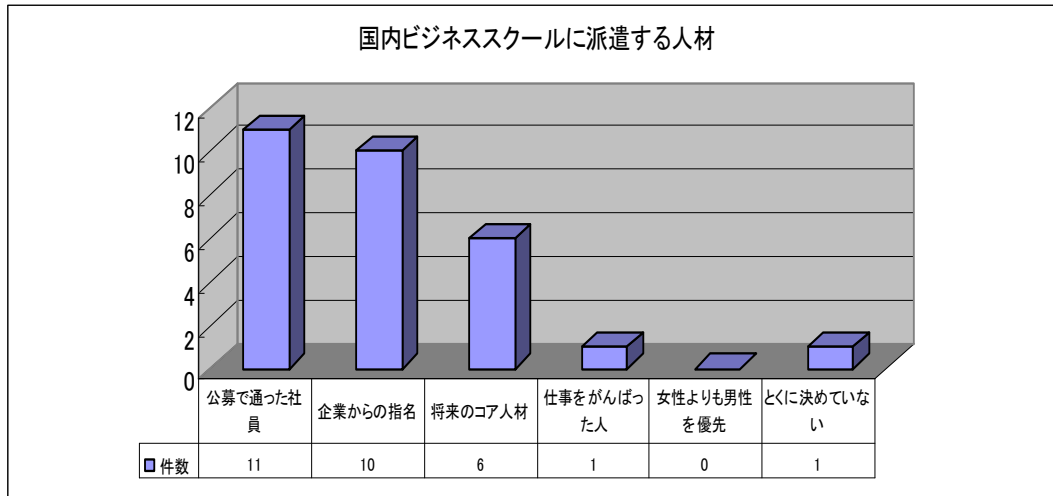


国内 BS への派遣理由として、「専門知識や経営管理能力の習得のため」(33.3%)、「企業内でキャリア・アップさせるため」(21.4%)、「人的ネットワーク形成のため」(16.7%) といった理由が上位を占めていた。

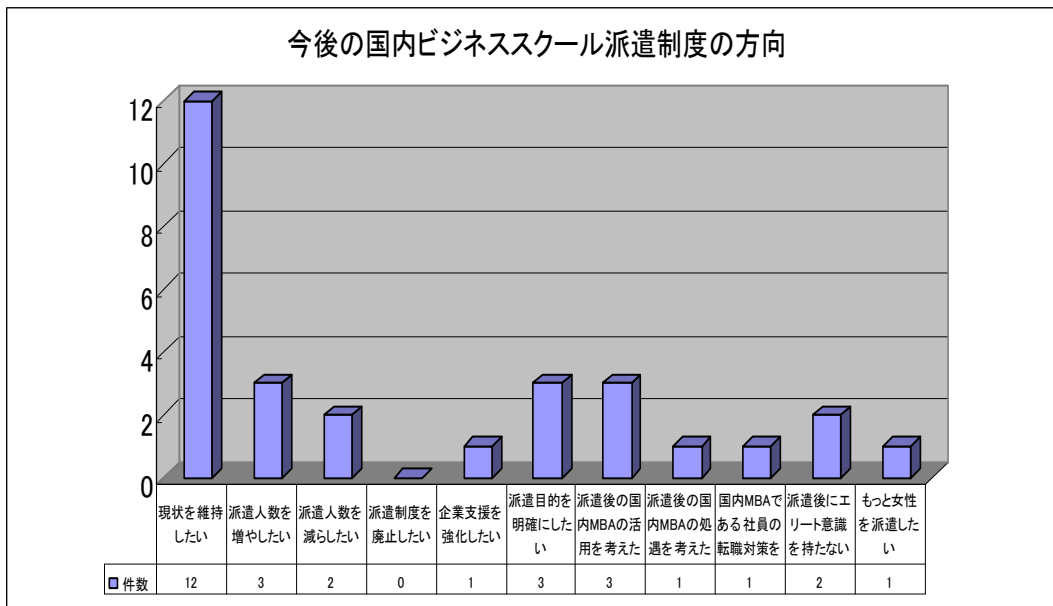
Q26. 国内ビジネス・スクールへの派遣に対する支援 (複数回答 回答企業数 20社)



Q27. 国内ビジネス・スクールへに派遣する人材（複数回答 回答企業数 19社）



Q28. 今後の国内ビジネス・スクール派遣制度の方向（複数回答 回答企業数 19社）



派遣制度の方向性として、「現状を維持したい」（41.4%）、「派遣後の国内 MBA の活用を考えた」（10.3%）といった企業も見られ、実際に派遣制度のある企業では、それなりの評価を得ていると考えられる。

## <その他、国内 MBA に関する意見>

1. 一橋・慶応のようなビジネススクールでも、最近は入学門戸が低すぎるような気がしています。
2. 自己啓発の一環として、活用するに留まっています。国内 MBA の取得が企業経営を良くするとは思えず、特に社会人大学院は、質に不安が多いです。
3. 教員のキャリア不足が問題、実質的な事業との格差を無くさなくては学生レベルは向上しない。できるだけ多く企業戦士を経験した教師からの学習を求めなくては、デスクワークだけでは日本の MBA は向上しない。
4. もっと活発且つ、肩肘張らずに気軽に交流できる環境が必要と考える
5. 国内 MBA はビジネススキルも必要だが、人間力やリーダーシップの教育に力を入れるべきだと思う。ヘリクツを言う、つまらない、人間的に魅力の低い人間が目につく。
6. 日系企業では声の大きい人間には居場所がない。
7. 国内 MBA のレベルはとても低い。スキル、能力、専門知識など、仕事で通用するレベルではない。大学間の差が激しい。専門大学院の方が良いように思える。質の向上を願いたい。仕事で通用できるだけの能力はつけてもらいたい。
8. MBA 修了者というとまだまだ「頭でっかち」と評価する者が多数を占めているというのが現状です。幹部候補者に対して経営を学ばせる機会はこれから増やしていくことになると思いますが、修士課程修了まで全面的に支援することは難しいと考えています。国内 MBA については、米国 MBA のような「ブランド価値」が確立されていないというのが現状ではないでしょうか？大学院の「経営」ということを考えるとなかなか難しいのかもしれませんが、安定的に高いレベルの修了者を輩出していく（簡単には修了させない）ことが重要と考えます。
9. 私の仕事は国内 MBA が活かされますが、日本の企業では中々活かさない人が多いと感じる。上司の問題もあり、MBA 経験のある上司、役員、社長が増えてくればこの状況も変わるものと思っている。
10. 海外と比較すると、日本ではスクールが FUND を立ち上げたり、企業やベンチャーキャピタルが出資したりしながら、実際起業する土壌があまりないのが残念です。また、人材の流動性も、まだまだ US や欧州に比べると、業界経験や年齢制限が条件に設けられ、非常に限定的です。ボンドを始め E-Learning で海外 MBA を取得する機会も増えており、相対的な MBA という資格の価値が下がることが予想される中で卒業後スキルを実際にどう活かしていけるか（起業するか？派遣元の経営メンバーまで昇進するか？企業に就職するか？）が MBA ホルダーにとって大変重要だと思います



- 1 1. ①各大学の特徴を出す ②経営とは何かのコモディティーの？をはっきりする ③やさしく分かりやすく、具体的に教える工夫がある ④目的をはっきりさせる (①予備校か ②起業家用か ③サラリーマン出世のためか ④学者のためか ⑤NPO、政治・・・含むか?)
- 1 2. 国内 MBA の最大の弱点は語学力、特に英語力が育たない点にあると考えています。海外 MBA のように英語で活発に議論するレベルまでは求めないにせよ、英語による海外拠点とのコミュニケーションが取れる程度の英語力は身につけていなければならないと考えます。また、一般的なセミナーや研修、講座で、英語による海外拠点とのコミュニケーションが取れる程度の英語力は身につけていなければならないと考えます。また、一般的なセミナーや研修、講座で、MBA レベルの知識を取得することは可能になってきている現状において、それらと MBA の明確な違いを産業界で認識されるように、各校には努力してもらいたい。
13. 「国内 MBA だから」「国内 MBA を取得したから」といった効果は MBA にはありません。これは、海外 MBA でも同じことが言えます。MBA は単なる教育カリキュラムですので、通学しただけでは、何も変わりません。そこからなにを学び取るか？が必要であり、継続的な学習の一環であるとも言えます。国内 MBA の欠点は、入学させて、卒業させて終わりだということです。ホルダーになって以降のフォローや調査をしていないため、就学効果が誰にもわかりません。今後必要なことは、卒業後のネットワークや、継続的な学習を行うための制度作りだと思います。
14. 活用する企業の側にも問題は多いが、入社してくる MBA 学生側もあまりに短期の成果やキャリアアップを求めすぎている気がする。
- 1 5. 自分の会社や仕事と強い関わりのある研究テーマを選んで、実証的に、深く研究することで、MBA 卒業生の企業での成果は高くなると思います。そのためには、海外のように若いファースト・トラック候補者よりも、仕事が良くわかっている中堅層に、知識の再構築の機会を提供するのが良いと思います。そこに、日本企業の人事制度と連携した国内 MBA の姿勢があるのではないのでしょうか。
16. 大学院によっても差があると思いますが、アカデミックな教育を行いたいのか、高度なビジネススキルを持ったビジネスパーソンを育成したいのか、不明確だと感じています。

## まとめ

### 国内 MBA の課題

100年の歴史をもつ米国 BS、かたや日本では、1978年に慶応ビジネススクールが初めて開講され、その歴史の幕が開け、その後2003年4月に専門職大学院制度が始動し、BS等のプロフェッショナルスクールの設立が相次ぎ、国内 MBA の数が増えつつあるが、国内 BS の歴史は未だ浅い。米国 BS は米国企業や社会との関係を継続的に強化・調整しながら、世界に確固たる地位を築いてきた歴史がある。それは、歴史と米国的伝統の重みに加え、生き残りをかけた戦いが常に行われてきた結果でもある。MBA 活用の構築システムは、米国企業、米国 BS、米国 MBA ホルダーという三者の関係性のなかで生じてきた。企業は、MBA に対して即戦力や高度な専門組織を持ったプロフェッショナルな人材としての高い期待を抱くと共に、BS に対しては厳しい批判も浴びせてきた。相互に切磋琢磨しながら、世界のビジネススクールのグローバルスタンダードとしての地位を保守するという使命を遂行するため、三者間の関係も進化している。米国 BS はビジネス界の厳しい批判や要請に対して、プログラムの改革や調査・研究を繰り返しながら、ビジネス界に上手に対応する戦略を身につけてきた。また、外国人留学生の人数を常に一定に保ち、入学を厳しくするなどして、米国企業や米国人 MBA の要請に応えるカリキュラムや大学運営を保守してきている。

それは、米国経済活性化の為に米国人のための経営者教育という、BS が創立された当初の目的を忠実に守り抜いてきた結果だとも言われている。

100年という長い歴史の中で育まれてきた米国 MBA に比べて、日本の MBA は、まだ始まったばかり、これからの国内 MBA の発展のためにも、産学連携の強化を図り、企業側と BS 側の更なる歩み寄りが重要になってくるであろう。

BS は国内 MBA の期待や不満をしっかり受け止めた上で、質の向上を目指し、企業ニーズにあわせたカリキュラムの開発、多様なニーズに応えられる教育プログラムの改善が求められる。また、MBA ホルダーは、修得したスキルを実践で活用する工夫、また継続的な学習という自助努力、そこから自らが結果を出すことによって、徐々に評価につながっていくことを自覚することも必要であろう。更に、企業側もアンケート結果にもあった様に、MBA を上手く使いこなしている企業はその価値を認めている傾向も強く、まずは国内 MBA の成果や修得スキル、また企業内における活躍を見極める努力をして頂く事も大切だと思われる。

今後、国内 MBA が、日本の企業・国内 BS・国内 MBA ホルダーという3者の関係性のなかで進化・発展していくことによって、明日の日本の経済を支える人材育成に寄与していくものと考えられる。

また、多様化・複雑化・進化しているアジアを中心としたグローバル化の波は、MBA プログラムにも影響を与えつつあり、アジアを中心としたグローバルスタンダードの認証評価制度において、日本 MBA の今後の評価にも注目される場所である。

以上