

# MBA 課程修了者のキャリアと職業意識に関する調査報告書

## 基礎集計編

立教大学ビジネスクリエーター創出センター

2009年3月

## 目次

はじめに

### I. 調査の概要と基礎集計結果

#### 1. 調査の目的と方法

- (1) 問題関心
- (2) 調査の目的
- (3) 調査の方法

#### 2. 基礎集計結果の分析

- (1) MBA 課程への入学動機とキャリア意識
- (2) MBA 課程における学習への取り組みと生活態度
- (3) MBA 課程修了の成果とキャリア意識の変化
- (4) MBA 課程修了者の職業経歴
- (5) 回答者の属性 (プロフィール)

### II. 資料 (調査票)

### III. 資料 (基礎集計表)

- (1) 基礎集計表
- (2) 基礎集計結果付表
- (3) 自由記述

## はじめに

立教大学ビジネスクリエーター創出センターは、ビジネスデザイン研究科を設置した1年後に、その教育と研究活動を補完し、発展させる目的で創設されました。センターの目的は、経済成長の源泉であるイノベティブな人材、すなわち、ビジネスクリエーターを創出する教育方法の開発です。このプログラム開発は、キャリア形成を軸とする詳細な調査・研究に基づくものであり、同時にイノベーションの要素とその原理を研究し、イノベーションが起こる制度設計と人材教育の関係、技術シーズと社会的ニーズを結合させる人材教育の開発が行われてきました。

イノベーションを創出する人材の輩出は、経済停滞にある日本経済の閉塞感を打破し、将来にわたる持続的な成長可能性を期待させます。したがって、ビジネスクリエーターを創出し得る社会・経済構造への転換は不可欠なのです。しかし、急激な環境変化の中で、人と社会の関係性も激変しており、人材開発プログラムも、社会の制度設計も、その構築のためには継続的なキャリア意識の調査と分析が必要とされています。

すでに、過去6年の研究成果が蓄積され、キャリア形成に関する研究も一定の成果を修めております。しかしながら、不断に変化する環境と統合的な人的資源の開発プログラムを構築するため、本センターは学部卒業生や大学院修了者のキャリア形成に関するアンケート調査を繰り返し実施し、社会環境に適したプログラムを開発したいと考えております。

今回の報告書は、立教大学大学院ビジネスデザイン研究科准教授の山中伸彦と元治恵子、そして経営学部助教の元山年弘の3名が、ビジネスデザイン研究科修了生のキャリアを追跡する目的で実施した「MBA 課程修了者のキャリアと職業意識に関する調査」の基礎資料編です。MBA 修了後のキャリア意識や仕事への取り組み姿勢、将来への展望などに関する調査が主目的になります。

わが国でも、多くの大学で MBA コースが設置され、多数の MBA ホルダーが社会に輩出されておりますが、その実情は明らかではありません。MBA の取得が個人のキャリアや職業生活に及ぼす影響、MBA に期待される能力やスキルなどを調査し、教育プログラムに生かすことが求められます。基礎資料としての本調査は、こうした諸問題に答えるために、更に詳細に分析し、より理論的な研究成果として発表いたします。

今後とも、ビジネスデザイン研究科をはじめ、国内における MBA コースの教育プログラムの質を向上させるため、キャリアに関する継続的な調査を行い、ビジネスクリエーターを創出するためのプログラムを開発に邁進する所存です。本調査アンケートのご協力いただいた修了生の皆様に感謝するとともに、今後の社会の発展のために、更なるご支援ご鞭撻をお願い申し上げます。

立教大学ビジネスクリエーター創出センター長

立教大学大学院ビジネスデザイン研究科教授 亀川雅人

## I. 調査の概要と基礎集計結果

### 1. 調査の目的と方法

#### (1) 問題関心

平成 20 年の学校基本調査によれば、大学院修士課程に在籍する「社会人」院生は 2 万人に上り、全大学院生の 12.1% を占める。こうした社会人大大学院生は、これまで年々増加しており、平成 16 年度文部科学白書の記載によれば、平成 8 年度に 5317 人であった社会人の大学院入学者数は、平成 12 年度には 9406 人、平成 15 年度には 1 万人を超え、11080 人に至った。

このような社会人大大学院生増加に対して、直接的に作用していると考えられる要因としては、「高度専門職業人」養成を目的とする「専門大学院」並びにより実践的な「専門職大学院」の設置が指摘されるだろう。しかし、これに加えて文部科学省によって政策的に社会人の就学促進が推進されているという点が指摘できる。今日の教育政策の目標として「生涯学習社会の構築」に重点が置かれているが、社会人に対する高等教育機会の提供・確保は、その実現のための具体的な施策となる。「社会に開かれた高等教育」を実現すべく、大学・大学院の社会人受け入れを促進するような制度の弾力化が推進されてきたのである（平成 16 年度文部科学白書、第 2 部第 3 章）。

さらに、社会人に対する高等教育の提供は、日本の社会経済的変化への対応や国際競争力の強化という観点からも政策的に進められている。文部科学白書によれば、「近年の学術研究の進展、急速な技術革新、社会経済の高度化・複雑化」という「時代の要請」に対応するためには、「大学院の質・量両面にわたる飛躍的な充実を図ることが重要な課題」であり、「一層変化が激しく複雑化していく 21 世紀の社会を迎え、これからの大学院に求められることは、(1) 学術研究の高度化と優れた研究者の養成機能の強化、(2) 高度専門職業人の養成機能・社会人の再学習機能の強化、(3) 教育研究を通じた国際貢献の 3 点」であるとされる（平成 15 年度文部科学白書第 1 部第 1 章第 2 節 2）。ここで、高度専門職業人の養成か再教育かでその教育課程の目的とするところは異なるにせよ、社会人に対する高等教育は大学院教育充実化の政策的方向性の一つとして位置付けられているのである。

冒頭で言及したような社会人大大学院生の増加は、こうした政策的な意図の下に推進されてきたという側面があるが、それは文部科学省の言う「社会人ブラッシュアップ教育」を希望する社会人が増加しているということでもある。文部科学省によれば「社会人ブラッシュアップ教育」とは、「社会人が、急速な技術革新の進展や産業構造の変化などに伴い、自らの陳腐化した知識や技術の高度化・豊富化などを図るため、自らを磨き上げる（ブラッシュアップ）ような、大学・大学院などで専門分野などにおける再教育を受けること」であるが、こうした社会人のブラッシュアップ教育への需要の背後には「①労働力の企業外化、②処遇基準の企業外化、③コミットメントの企業外化、④能力開発の企業外化、⑤評価の企業外化」といった企業の職場の変化が存在していたという点を認識しておくこと

は重要である（本田、2003、p.15）。こうした企業社会や職場の変化が、社会人をして自らを「ブラッシュアップ」する必要性を感じさせることとなったと考えられる。このように、社会人大学院の拡大、社会人大学院生の増加は政策的に推進されるとともに、企業社会や職場の変化を背景とする社会人自身の大学院教育への需要の高まりによって促進されてきたものと考えられるのである。

それでは、増加しつつある社会人大学院生は具体的にどのような分野に進学しているのだろうか。再び学校基本調査に戻れば、大学院修士課程における専攻分野別構成比に関して、「工学」が最も多く 39.5%、次いで「社会科学」で 11.3%、「理学」が 8.3%となっている。このように大学院修士課程全体でみた場合は「工学」が最も多く見られるが、社会人大学院生についてみると構成比は大きく変化する。修士課程に在籍する社会人大学院生においては、「社会科学」が最も多く 35.6%を占め、次いで「教育」（29.7%）となっている。

こうした「社会科学」分野の具体的な研究科別、専攻別の構成比はここでは示されていないため、社会人大学院生が実際にどのような学問領域を学ぶために進学しているのか、どのような領域の知識の習得、「ブラッシュアップ」を期待しているのかという点は明らかにはならない。そこで別の調査結果からこの点をもう少し検討しておこう。

1995年に労働問題リサーチセンターが実施した調査によれば、社会人大学院生の専攻で最も多く見られたのは、「経営学」であり、対象の約半数強を占めており（51.8%）、次いで「心理学」（15.0%）となっている（労働問題リサーチセンター編『社会人大学院生の実像発見』、1996年、p.19）。また、東京大学社会科学研究所によって2002年に実施された調査によれば、社会人大学院生全体の66.5%が「経営学・商学」を専攻しており、次いで「法学」となっている（18.1%）。

こうした結果から、社会人大学院生の比較的多くが社会科学系を専攻しており、特に経営学や商学といった企業経営の実務に近い分野を専攻しているということが見て取られよう。こうした状況は、「高度専門職業人の養成・社会人の再学習」という文部科学省の大学院教育政策が社会人のこれらの専攻への進学を促進する方向で推進された結果というよりは、社会人が感じている「ブラッシュアップ」の必要性やそうした再教育への需要が、社会人の経営学・商学分野への大学院就学を促しているためと考えるほうが適切であろう。すなわち、先に指摘したような、企業における処遇基準や能力開発、評価の「企業外化」といった企業組織や職場の変化が、社会人をして自らの職務遂行や職業的キャリアに直接的に関連するような知識やスキルの習得という形でのブラッシュアップの必要性を感じさせるとともに、企業経営の専門知識やスキルを学び得る大学院への就学を促進していると考えられるのである。

さて、社会人大学院の現状をこのように捉えた時、今日重要な存在となりつつある大学院課程として指摘されるのが、多くの主要大学で設置されているMBA課程ないしビジネススクールである。こうしたMBA課程やビジネススクールが、より実践的かつ専門的な経営

知識やスキルを習得させることを目的とするものであるならば、それは今日大学院への進学を希望する社会人の多くが抱えているブラッシュアップのニーズを満たし得る教育課程に他ならないからである。従って、今日社会人大学院の在り方を問う際には、こうした MBA 課程やビジネススクールが、社会人のブラッシュアップのニーズに十分に対応できているのかどうか、高度な専門経営知識を備えた職業人や専門経営者を養成し得ているのかどうか、高等教育機関として期待される社会的成果上げているのかどうか、その意味で社会的責務を果たし得ているのかどうかという論点は重要な問題として設定される必要があると考えられるのである。

## (2) 調査の目的

さて、上に指摘したような問題に回答するためには、我が国において、MBA の取得がその後の個人のキャリアや職業生活に対してどのような影響を及ぼしているのか、ビジネススクールでの学習や MBA の取得はどのような能力やスキルの習得につながるのかといった点が明らかにされなければならない。しかし、既存の調査や研究を見る限り、こうした点を明らかにしたものは極めて少ない。

先に言及した労働問題リサーチセンターの調査は、社会人大学院生の実態について、在籍生ならびに修了生を対象として実施された調査であり、大学院での履修内容や就学コストの負担の状況、大学院に対する期待や評価、修了後の状況等の項目について詳細に明らかにしているが、その調査の重点は大学院における就学の実態に置かれており、修了後の状況、言い換えれば大学院教育の効果や影響については十分とは言い難い。さらに、調査の対象は社会人大学院全体であり、MBA 課程も含まれていることは想定できるものの、特にこれに注目した分析はされていない。

また、日本労働研究機構（現・労働政策研究・研修機構）が 1997 年に実施した調査は、全国の社会人大学院生 1113 名を対象として行われた包括的なものであり、結果の代表性という点でも注目に値する。しかし、その調査の焦点はもっぱら在籍大学院生の実態に置かれており、修了後の状況については検討されていない。社会人大学院の実情を知るうえで極めて重要な知見がそこには見られるが、そこでの教育がどのような効果や影響を社会人に及ぼすのかという点は明らかにされない（日本労働研究機構『大学院修士課程における社会人教育』、1997 年）。

我々の問題関心から先行研究として極めて重要な業績となるのは、先にも言及した東京大学社会科学研究所の調査である。本調査は、社会人大学院に関する既存の調査の限界を踏まえたうえで、「大学院における社会人教育の意義や効果、限界などをより実質的に把握するためには、大学院を修了して再び社会生活を経験した後の社会人に対する調査が不可欠である」（本田、2003、p.16）として、1990 年度から 98 年度の間に社会科学系の社会人大学院を修了した社会人を対象に調査を行っている。

社会科学研究所による本調査の目的は「修了後の具体的キャリア」を明らかにすること、

「職業的キャリアとして顕在化するいわば外的な効果とは別に、社会人大学院はその修了者の意識や行動にどのような変化を与えているのか」を明らかにすること、さらにそうした「職業キャリア面及び非キャリア面に関して大学院教育が一定の効果を持っているとして、そうした効果を生ぜしめているのは大学院教育を構成する様々な要素のうちどの部分なのか」を明らかにすることであるとされる（本田、2003、pp.17-18）。

我々の問題関心はこうした東大社会科学研究所の調査の問題関心と共通することが極めて大きい。従って、我々の調査が目的とするところも東大社会科学研究所調査とほぼ同じと考えてよい。

しかし、我々の調査は次の点において、社会科学研究所調査とは異なる。社会科学研究所調査は調査対象を「社会科学系」大学院に限定しているが、その理由は「社会人大学院の教育の実態や修了後のキャリアは専攻分野によって相当に異なっていると考えられるため、リアルな実態に迫るためには分野を限定した分析が必要」であり、「ビジネススクールを含む社会科学系社会科学系の大学院は…社会人の比率が最も高く、また社会的関心も大きいため、この分野に焦点を絞った分析は意義が大きい」ためであるとしている（本田、2003、p.19）。

我々は、社会科学研究所調査よりもさらに調査対象を限定し、MBA 課程・ビジネススクールの修了生とした。その理由は社会科学研究所と同様であるが、強調しておくべきは、先に言及した通り、社会人大学院生の比率が最も高いのは社会科学系のうちでも経営学分野であり、そうした経営学系大学院のうち、最も企業実務との結びつきが強く社会的関心が高まりつつある大学院課程はビジネススクールに他ならないと考えられるからである。従って、対象をこのように限定することで社会人大学院の教育の実態とその効果、個人のキャリアや社会生活に対する影響をより具体的かつリアルに把握することが出来ると考えられるのである。

社会科学研究所調査では、修了後の具体的キャリア、大学院教育が修了者の意識や行動に及ぼす影響と並んで、修了者に何らかの効果を及ぼすと考えられる大学院教育の構成要素を明らかにすることが目的とされている。我々の調査も、基本的には社会科学研究所調査と同様の目的を設定しているが、修了者のキャリアに効果をもたらすような大学院教育の構成要素について、単に社会科学調査において検討されたような「講義内容」や「ゼミ」、「個人指導」や「修士論文の執筆」、「学生間の交流」といった要素にとどまらず、社会人大学院生自身の学習に臨む姿勢や態度、大学院における生活の過ごし方といった要素を分析に加えた。すなわち、修了者が修了後どのようなキャリアや職業生活を送るのか、どのような意識の変化を経験するのかといった点には、大学院教育のプログラムの側面のみならず、修了者の取組姿勢や心的態度が影響していると想定されるのである。

従って、以上言及したような考慮から、本調査が目的とするところは以下の点である。

①MBA 課程への進学動機と入学前のキャリア意識を明らかにすること

②MBA 課程での履修行動や学習への取組姿勢、生活態度を明らかにすること

③MBA 教育に対する期待とその効果としての習得された能力とキャリア意識の変化を明らかにすること

④MBA 課程への進学前と修了後の客観的かつ具体的なキャリアの変化を明らかにすること

さらに、⑤進学前のキャリア意識や教育課程での学習姿勢、生活態度の在り方が修了後のキャリア意識や客観的な職業キャリアの変化とどのように関連しているのかを明らかにすること、である。

なお、本報告書では、まずは基礎集計編として、上記①～④について基礎集計の結果をもとに MBA 課程修了者全体の実態や傾向を記述しているにとどまる。⑤に示されるような MBA 課程への進学が個人の意識やキャリアに対してどのような影響を及ぼすのか、さらに、MBA 教育に対する個人の側の主体的な関与の在り方が MBA 教育の効果とどのように関連しているのかといった点についての検討は、稿を改めより精緻な分析を実施したうえで纏めることとする。

### (3) 調査の方法

本調査は調査対象を、都内私立大学の MBA 課程を 2004 年 3 月から 2008 年 3 月までの期間に修了した社会人としている。調査対象を一大学院の修了生に限定していることによってサンプルの代表性という点で問題があるが、より実態に即した調査が可能になると期待されたこと、また MBA 修了生を対象としたこの類の調査は現時点においては他に見られないということらを考慮すれば、一つの予備的な調査としての価値もあると考え、調査を実施した。

具体的な方法としては、当該大学の同窓会組織から提供された修了生名簿をもとに、2009 年 1 月から 2 月にかけて、調査票を郵送、回答の上返送してもらうという方法をとった。実送付数 349 通に対し、回収数 88 通、回収率 25.2%であった。

(山中伸彦)

#### 参考文献

- 本田由紀編、2003 年、『社会人大学院修了者の職業キャリアと大学院教育のレリバンス—社会科学系修士課程（MBA を含む）に注目して—』、東京大学社会科学研究所  
文部科学省、2003 年、『平成 15 年度版文部科学白書』  
文部科学省、2004 年、『平成 16 年度版文部科学白書』  
日本労働研究機構、1997 年、『大学院修士課程における社会人教育』  
労働問題リサーチセンター編、1996 年、『社会人大学院生の実像発見』



## 2. 基礎集計結果の分析

### (1) MBA 課程への入学動機とキャリア意識

#### (1-1) MBA への入学動機 (Q1)

MBA への入学動機について、自分にとってより優先順位の高いものから順に3つ選択してもらった。以下は、優先度1位から3位までに挙げられた度数の多い順に5つ列挙したものである。この結果から、まず全体的な傾向として経営学的な専門知識へのニーズが高いことがうかがえる。また、将来的な転職やキャリアの停滞感の打破に役立てるためと回答した人も多く、MBAを自分のキャリアを転換させるための起爆剤として位置づけている人も多いことがうかがえる。

- ①経営学的な専門知識を補う 47人
- ②経営学への学問的関心 32人
- ③将来的な転職への備え 26人
- ④より高い専門性の追求 26人
- ⑤キャリアの停滞感打破 21人

次に優先順位ごとの集計結果を見ていくと、まず優先順位1位に挙げられた項目は、①経営学的専門知識を補う(20人・22.7%)、②将来的な転職への備え(14人・15.9%)、③経営学への学問的関心(10人・11.4%)の順番に度数が多く、前述の全体傾向と比べてさほど大きな差は見られない。また、優先順位2位に挙げられた項目は、①経営学的専門知識を補う(17人・19.3%)、②経営学への学問的関心(13人・14.8%)、③より高い専門性の追求(10人・11.4%)の順番に度数が高く、ここでも前述の全体傾向と比べて大きな差は見られない。しかし、優先順位3位に挙げられた項目は、①人的ネットワーク形成(12人・13.6%)、②何かにチャレンジしたい(11人・12.5%)といった項目が上位に並んでいる。この結果から、MBA志望者の多くは、経営学の専門知識の獲得を第一義的な目的としながら、副次的には、人的ネットワークの形成や自己の挑戦を目的としてMBAを志していることがうかがえる。

#### (1-2) キャリア志向 (Q2)

MBA志望者のキャリア志向は、専門職志向、起業家志向、管理職志向の3つで全体の8割以上を占めており、MBA志望者にはビジネスを創造したり、企業内で専門職や管理職として活躍することを望む人が多いことがうかがえる。

#### (1-3) 入学前のキャリア意識 (Q3)

##### a.職務満足

質問項目に対して肯定的な回答(あてはまる・ややあてはまる)をした人が36人

(40.9%)、否定的な回答(あてはまらない・あまりあてはまらない)をした人が38人(43.2%)であり、職務に満足している人とそうでない人の割合にそれほど大きな差は見られなかった。

#### b. キャリアについての情報収集への積極性

質問項目に対して8割以上が否定的な回答をしており、MBA志望者の多くが自らのキャリアに役立つ情報の収集に対してそれほど積極的でないか、あるいは、そのような情報収集を行なう必要がないことがうかがえる。

#### c. 仕事の目的意識

全体の約7割が自分が何のために働いているのかを明確に意識していないと回答しており、仕事面で特に目的意識をもたない状態にあるMBA志望者が多いことがうかがえる。

#### d. 自己の適性の認識

自己の仕事適性を理解している人は全体の2割にとどまり、約半数が自分の適性について明確に理解していないと回答している。すなわち、自己の仕事適性を模索している途上の人MBA志望者の大勢を占めていると考えられる。

#### e. キャリア目標の明確度

全体の6割強が自分のキャリア目標を明確に認識していないと回答しており、仕事の目的意識や適性の理解と同様に、キャリア目標についても模索中の状態の人が多いことがうかがえる。

#### f. 仕事内容の展望

全体の4割強の人が5年先の仕事内容についての展望をもっていると回答しているが、仕事内容の展望が見えないと回答している人も35%程度いることから、両者の間にそれほど大きな差があるとはいえない。

#### g. キャリアの充実への意欲

全体の8割強の人が自分のキャリアを充実させようとする意欲について否定的に回答している。おそらく質問項目中の「人一倍」という単語に対して否定的に反応したためと考えられるが、この結果は、MBA志望者の多くが自己のキャリアを充実させることに対して過度に意識しているわけではないことを示唆しているといえる。

#### h. キャリアについての展望

自分のキャリアに霧がかかっていると感じる人は全体の約4割で、その逆の人は35%

程度であった。仕事内容の展望と同様に、ここでも両者の間に差があるとはいえない。しかし、5年先の仕事内容の展望については全体の4割がもっていると答えたのに対し、キャリアの展望については35%の人が見えていると回答するにとどまっていることから、より長期的な展望は見えていない人が多いことがうかがえる。

以上をふまえ、MBA志望者のキャリア意識の全体像としては、自己の適性やキャリア上の目標については模索途上の人が多いことが見て取れる。しかし、自分のキャリアをよりよいものにしたいという強い意欲があるわけではなく、さらに職務満足が低いわけでもないことから、自分のキャリアをどうにかしないといけない切迫した状況にあるわけでもないようである。

(元山年弘)

## (2) MBA 課程における学習への取り組みと生活態度

### (2-1) MBA 課程で習得した専門知識 (Q4)

MBA 課程に在学中、企業経営に関する個々の専門分野の知識について、どの程度習得できたかを尋ねたところ、習得できたと回答した者（「習得できた」、「やや習得できた」と回答した者の和）が習得できなかったと回答した者（「あまり習得できなかった」、「習得できなかった」と回答した者の和）を上回った専門領域は、「MOT」（53人・60.3%）、「生産管理」（51人・58.0%）、「ファイナンス」（36人・40.9%）であった。

これら以外の専門領域については習得できなかったとする回答が上回った。ただ、そのなかでも比較的習得できたとする回答が多く見られた領域は、「起業・ビジネスプラン」（31人・35.3%）、「会計」（29人・32.9%）であった。

### (2-2) MBA 課程における学習への取組姿勢 (Q5)

MBA 課程での科目履修の仕方やグループワークへの取組姿勢について尋ねたところ、肯定的な回答（「あてはまる」と「ややあてはまる」と回答した者）が最も多く見られた項目は「単位の取得が容易な科目を選択して履修した」（65人・73.9%）、次いで「学術的な知識を習得できるような科目を中心に履修した」（30人・34.1%）であった。その他の項目については、否定的な回答（「あてはまらない」と「あまりあてはまらない」と回答した者）が肯定的な回答を上回っている。こうした結果をそのまま単純に解釈すれば、単位取得の容易かどうかを重視しながら、学術的な興味に従って科目を選択しているといえるかもしれない。

その他の項目のうち、肯定的な回答が比較的多く見られたものとしては、「科目担当者の熱意を重視して科目を選択した」（29人・32.9%）、「科目担当者の人柄を重視して科目を選択した」（28人・31.8%）、「自分の得意分野の科目を中心に履修した」（25人・

28.4%)、「高度な経営能力を習得できるような科目を履修した」(24人・27.2%)であった。

#### (2-3) MBA 課程における生活態度 (Q6)

MBA 課程に在学中、授業やその他の授業以外の活動についてどのような過ごし方をしていたのかを尋ねたところ、肯定的な回答が最も多く見られた項目は「忙しさのあまり、授業を欠席することもしばしばだった」(63人・71.6%)であり、次いで「自主的な研究会や勉強会を企画、主催した」(51人・57.9%)、「院生の会合や活動では主導的役割を担っていた」(38人・43.2%)であった。欠席がしばしばであったというのは社会人で仕事を持っているという事情を考慮すれば止むを得ないといえよう。また、こうした結果からは授業以外の自主的な活動を活発に行っている姿がうかがえる。

その他の項目については否定的な回答が肯定的な回答を上回っている。

#### (2-4) MBA 課程に対する評価 (Q7)

MBA 課程の教育内容や指導の在り方に対してどのように感じているのかを尋ねたところ、すべての項目について、「あてはまる」「ややあてはまる」とする肯定的な回答が否定的な回答を上回った。そのなかで、肯定的な回答が最も多く見られた項目は、「教育内容が高度すぎてついていくのが難しい」(59人・67.1%)、次いで「科目選択の幅が狭すぎる」(43人・48.9%)、「基礎知識を補うための補習教育をしてほしい」(42人・47.7%)、「科目配置に偏りがある」(37人・42.1%)であった。こうした結果を解釈すれば、MBA 課程に対しては教育内容が高度であるため補完的な基礎教育が必要であり、一方その科目配置については偏りがあるという評価がされているといえよう。

また、「教育内容に比べて学費が高すぎる」という項目についても肯定的な回答が多く見られたことは、社会人によって MBA 課程の「適正」な学費がどの程度であると受け止められているのか、他の MBA 課程の学費及び教育内容と比較して相対的にこうした評価がされているのかといった点について改めて検討されなければならないが、いずれにせよ継続的に教育内容をより充実・向上させる必要性を示唆しているといえよう。

#### (2-5) MBA 課程に対する価値意識 (Q8)

就学していた MBA 課程に対して、誇りやブランド価値などについて、どのように感じていたのかについて尋ねたところ、肯定的な回答が最も多く見られた項目は「授業以外で個人的な時間を費やしたくない」(62人・70.4%)であった。一方「就学していたビジネススクールに誇りを感じていた」(56人・63.6%)という項目や「ビジネススクールのネームバリューを高めるために協力することは重要だ」(77人・87.5%)といった項目は否定的な回答が多く見られた。

しかし、「ビジネススクールのブランド価値よりも自分の価値をいかに高めるかが重要

だ」(71人・80.7%)といった項目や「ビジネススクールにおいてどのようなことを学んだかが重要だ」(84人・95.4%)といった項目についても否定的な回答が見られた。従って、MBA課程には誇りやコミットメントを感じておらず、もっぱら個人主義的に自分の価値や能力を高めることに専心しているとは必ずしも言えない。あまり質問項目に記された内容について在学中に意識することは少ないということかもしれない。いずれにせよ質問項目の再検討が必要であると思われる。

(山中伸彦)

### (3) MBA 課程修了の成果とキャリア意識の変化

#### (3-1) MBA での能力習得の期待と成果 (Q9)

まず入学前にどのような能力を習得したいと期待していたかについて見ると、18項目のほとんどについて、習得を期待していなかったか、どちらともいえないと回答している人が大勢を占めている。つまり、MBA志望者の多くは、習得すべき能力について具体的なイメージを抱いていないということを示唆している。その中で、「ストレスに耐える強さ」については4割近くの人が習得を期待していたと回答しており、MBAを精神修養の場と位置づけている人が一定数存在していることが明らかになった。この結果については、MBA志望者の多くが、MBAに対してストレスフルな環境を予期しており、そこをくぐり抜けた結果、ストレスに耐える強靭さを身につけられると期待しているのかもしれない。

次に、MBA修了後の能力習得成果について見ると、ほとんどの項目において中立(どちらでもない)か否定的な回答が大勢を占めている。つまり、MBA修了者の多くが、修了後についての自己の成長を実感できていないことがうかがえる。

#### (3-2) MBA 修了後のキャリア意識や状況 (Q10)

まず問a~bの結果から、職務満足の上昇やキャリアのデザインの意識については、それほど大きな変化をもたらしていないようである。

注目すべきは、修了後にキャリアをどのように歩めばよいのか分からなくなったと回答した人が全体の6割強も存在していることである(問d)。この結果の解釈には2通りの見方がある。ひとつは、ビジネススクールが受講生に対してMBAで獲得したはずの知識の活用方法やキャリアの展望を示せていないという見方である。もうひとつは、MBAによって今後のキャリアの可能性が広がり、どの選択肢をとるべきか悩んでいるという見方である。いずれの見方が適切かはさらなる議論が必要であるが、いずれにせよ非常に興味深い発見事実である。

また、転職や起業についても比較的多くの人が意識するようになったと回答している(問e~f)。特に、起業については5割以上の人が意識するようになったと回答しており、MBAによって事業創造への関心やそれを成し遂げる自信を醸成されていることがうかがえる。

収入の増加、昇進・昇格、希望職種への転属など、客観的なキャリア成果についても、4割から5割程度の人が肯定的な見方を示しており、MBAの取得がこれらの収入や昇進といった点で目に見える成果につながっていることがうかがえる（問 h～j）。

最後に、人的ネットワークについては否定的な回答が大勢を占めており、MBAにおいて有意義な人的ネットワークが形成されているとはいえないようである。

（元山年弘）

#### （4）MBA 課程修了者の職業経歴

##### （4-1）就業経験（Q11）

就業経験についてみると、「仕事に就いたことがある」と回答した人は、52人（59.1%）で、残りは、無回答になっている。しかし、続く、職業経歴についての質問に対する回答状況から、ほぼすべての人が就業経験があると考えられる。

##### （4-2）職業経歴（Q12）

職業経歴について、①MBA 課程入学直前の仕事、②MBA 課程入学前にもっとも長く経験した仕事、③現在の仕事について、項目ごとにまとめた結果からみていこう。ただし、ここでの分析は、個人レベルの変化をみるのではなく、あくまで、集団レベルでの分布の変化をみていくことにする（基礎集計結果付表\_Q12）。

##### （a）就業形態

正社員・正職員が、どの時点においてももっとも多かった（①72人・81.8%、②73人・83.0%、③63人・71.6%）。入学前と現在の仕事では、経営者・役員が、9人（10.2%）から15人（17.0%）に増加している一方で、正社員・正職員は、72人（81.8%）から63人（71.6%）に減少している。

##### （b）業種

どの時点においても、サービス業（個人サービス業＋情報サービスなどのサービス業＋医療などのサービス業＋その他のサービス業）がもっとも多く（①30人・34.1%、②27人・30.7%、③24人・27.3%）、ついで製造業（機械器具製造業＋その他の製造業）となっている（①22人・25.0%、②24人・27.3%、③20人・21.6%）。農林漁業や電気・ガス・熱供給・水道業などに従事している人は、いなかった。また、入学前と現在では、勤務先企業の全体的な分布の傾向に大きな変化はみられなかった。

##### （c）企業規模

どの時点においても1000人以上の企業に勤めている人が多かった（①40人・45.5%、

②45人・51.1%、③32人・36.4%）。入学前と現在の仕事では、1000人以上の企業に勤めている人の割合が減少（40人・45.5%→32人・36.4%）した一方で、29人以下の企業に勤めている人が増加（40人・45.5%→32人・36.4%）している。就業形態で、経営者・役員が増加していたが、入学前に大企業に勤めていたが、修了後に起業し、現在は29人以下の企業であるという人がいるのかもしれない。

#### (d)職種

入学前にも管理的職業は、もっとも多く33人（37.5%）であったが、現在では、さらに増加し、39人（44.3%）いる。一方で、事務的職業は、入学前24人（27.3%）から、現在17人（19.3%）に減少している。管理的職業への昇進は、加齢の効果もあるものの、MBA取得が管理職への昇進に何らかの影響を与えた可能性も考えられる。ここでは、詳細な分析はしないが、興味深いところである。

#### (f)年収（税込）

入学前も現在も1000万円以上の方がもっとも多く、順に18人（20.5%）、30人（34.1%）である。全体的な分布をみると、金額が上昇する方向へシフトしている傾向がみられる。参考までに、それぞれの階級値（1000万円以上は、1000万円とする）により、無回答を除き平均値を算出すると、入学前は717万円、現在は796万円となり、80万円程度アップしている。

（元治恵子）

### (5) 回答者の属性（プロフィール）（F1～F3）

#### (5-1) 性別、年齢（F1）

回答者の性別は、男性66人（75.0%）、女性20人（22.7%）、無回答2人（2.3%）である。また、年齢は（無回答が2割程度いるものの）、35歳以上40歳未満がもっとも多く22人（25.0%）、ついで40歳以上45歳未満が17人（19.3%）、30歳以上35歳未満が13人（14.8%）となっている。30歳未満は1人（1.1%）だけで、ある程度職業経験を積んだからの入学が多いといえる。

#### (5-2) 入学以前の最終学歴（F2）

4年制大学卒がほぼ9割を占めているが、大学院卒も3人（3.4%）おり、以前に取得した修士号に加え、MBAを取得している。また、短大卒は3人（3.4%）である。専攻をみると、社会科学系が59人（67.0%）ともっとも多い。しかし、人文科学系12人（13.6%）、理工系9人（10.2%）とMBAとは専攻がやはずれる分野を専攻していた人も2割強いる。仕事をしていく過程で、自分が大学などで学んだ知識とは別の知識の必要性が生じたと考えら

れる。

(5-3) 入学年、修了年 (F3)

入学年や修了年が早いほど、回答者が少ない傾向がみられる。調査内容が在学時のことについての質問も多く、回答しにくかったことが影響を与えた可能性も否定できない。

(元治恵子)