

人気凋落？新展開を模索する
欧米ビジネススクール：
米国教育事情の一断面

2006年6月3日

@早稲田大学

小林規威

慶応義塾大学名誉教授

表1 アメリカにおけるMBA Programの問題

1. 高すぎて卒業後の収入と見合わぬ授業料
2. MBA卒業生受け入れ企業の要求の変化
3. Knowledgeの伝授よりもWisdomの育成がMBAの教授陣に期待されている
4. 不連続の時代には創造性と革新性を備えた新しいイノベイティブな人材の育成が望まれている

(続)

(続)

5. 政府の財政難がビジネススクール発の事業予算を制限
6. 不発に終わることが多いビジネススクール発のベンチャービジネス—学校経営と教育・研究目的の乖離
7. NYテロ発生以来のアメリカによるビザ発給制限の結果、多くのMBA受験者がINSEADなどヨーロッパのビジネススクールに流れる

表2 日本の多国籍企業のグローバル化 戦略コースの一試案

1. 日本の多国籍企業に見る基本的なアプローチと計画
2. 成熟した日本の多国籍企業における組織再編とリストラー小松製作所のグローバル化・プロジェクト
3. 米国市場への参入と現地生産能力の開発
4. 海外のライバル企業と競争する日本の多国籍企業のマーケティング戦略ー花王とP&G Japanケース
5. 経営管理スタイルの日本から米国への移転を本社派遣要員の現地人材による置き換えーサンヨーおよびマブチモーター・ケース

(続)

(続)

6. 研究活動の現地化

－NECプリンストン研究所およびヒューレット・パッ

カード・シンガポール・ケース

7. 乗っ取りとコーポレートガバナンス

－小糸製作所ケース

8. 戦略的同盟成功への秘訣

－ホンダ・ローバーおよび富士ゼロックス・ケース

9. 地域市場参入のための戦略的同盟

－GEのアジアにおける同盟関係・ケース

10. 地域調整のための地域本社の開発

－ヘンケル・アジア・パシフィック・ケース

表3 国際経営教育・研究への 5つのアプローチ

1. ビジネススクールのmission statementの中で国際経営教育・研究の重要性を強調
2. カリキュラムの中で国際経営コースをコア・コースとして認める
3. フュージョン・アプローチをとる
4. アドバンスト・フュージョン・アプローチを開発する
5. Holistic and Integrated を発展させる

表4 アンダーソン・スクール における研究

1. ビジネススクールにおける国際経営教育の歴史と展望の研究の継続
2. 多国籍企業に見る国際化の進捗度と経営成果の伸び率の相関の研究
3. インテグレートド・ネットワーク化時代における本社と海外拠点間の結びつけに関する研究