慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	ビジネススクールのマーケティング：日米ビジネススクールの考察
Sub Title	
Author	安藤, 里奈(Andō, Rina) 余田, 拓郎(Yoda, Takurō)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2017
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2017年度経営学 第3270号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002017-3270

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（　　2017　年度）

論文題名

ビジネススクールのマーケティング―日米ビジネススクールの考察―

主　査	余田　拓郎　教授
副　査	浅川 和宏　教授
副　査	坂下 玄哲　准教授
副　査	

氏　名	安藤　里奈

論 文 要 旨

所属ゼミ	余田　研究会	氏名	安藤里奈

（論文題名）

ビジネススクールのマーケティング―日米ビジネススクールの考察―

（内容の要旨）

The Financial Times や The Bloomberg Businessweek、The Economist などの媒体が毎年ビジネススクールのランキングを発表している。ビジネススクール進学を希望する、受験生が受験校を決定する際に、ランキングが重要となってくる。近年、ランキングの中で、中国やシンガポール、インドなど他のアジア諸国のビジネススクールが世界のビジネススクールのランキング、トップ 100 に続々とランクインしているのに対し、日本のビジネススクールはランキングにランクインしていない。今後世界のビジネススクールと競争し、優秀な人材を獲得していくためには、MBA 取得を目指す人々の受験校を決定する際の物差しの一つとなるランキングに入ることが重要であると考える。

実際に短期留学プログラムにて、アメリカの Kellogg School of Management に留学して感じたことは、自身の所属する慶應義塾大学大学院　経営管理研究科に所属していたときに履修した授業と学ぶ言語は違うが、学ぶことは基本的に大きな違いはないということである。それにも関わらず、Kellogg School of Management の正規生はもちろん、世界各国のビジネススクールから交換留学できている学生の中でも、日本のビジネススクールの知名度の低いことに愕然と焦りを覚えた。プログラムを履修する言語という要素を抜いて考えた際に、ランキングのトップに入るために、何が必要なのかと考えた結果、ビジネススクールに関わるステークホルダーに対するマーケティング活動が欠かせないと考えた。本稿では、ビジネススクールのランキングがどのように決定されているのか、日米のビジネススクールの歴史と学生のモチベーションの違い、そしてビジネススクール運営に関わるステークホルダーについて考え、今後日本のビジネススクールがどのようにプレゼンスを高めていけるかどうか考えていきたい。

研究方法は、先行研究やインタビューを通じて行う。

アジェンダ

第１章研究の背景と問題意識
第１節　問題意識・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4
第２節　ビジネススクールの現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4

第2章 日米ビジネススクール比較
第1節 ビジネススクールとは・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
第2節 ビジネススクールランキング・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
第3節 米国におけるビジネススクール・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・11
第３節－1　米国におけるビジネススクールの歴史
第３節－2　米国におけるビジネススクールの意義
第３節－3　米国のビジネススクールの種類
第4節 日本におけるビジネススクール・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・16
第４節－1　日本におけるビジネススクールの歴史
第４節－2　日本におけるビジネススクールの意義
第４節－3　日本のビジネススクールの種類

第３章　ビジネススクールのマーケティング・・・・・・・・・・・・・・・・・・19
第１節　ビジネススクールのステークホルダー
第２節　米国ビジネススクールのマーケティング
第３節　日本のビジネススクールのマーケティング

第４章　結論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・25

参考文献・参考資料・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・27

第１章　研究の背景と問題意識

第１節　問題意識

The Financial Times や The Bloomberg Businessweek、The Economist などの媒体が毎年ビジネススクールのランキングを発表している。世界ではビジネススクールを卒業し、MBA（Master of Business Administration）を取得する母数が多いことから、MBA を取得するだけではなく、ランキング上位の評価の高いビジネススクールを卒業することが就職に有利になるため、受験生が受験校を考える際に、ランキングが重要となってくる。近年、ランキングの中で、中国やシンガポール、インドなど他のアジア諸国のビジネススクールが世界のビジネススクールのランキング、トップ 100 に続々とランクインしているのに対し、日本のビジネススクールはランキングにすら入っていない。（第二節参照）ランキングの上位に入ることがビジネススクールとして最重要項目ではないが、今後世界のビジネススクールと競争し、優秀な人材を獲得していくためには、MBA 取得を目指す人々の受験校を決定する際の物差しの一つとなるランキングに入ることが重要であると考える。日本のビジネススクールの多くは、世界の MBA 教育で主な公用語とされる英語ではなく日本語で教育を行っていることが、ランキング上位に入ることが難しくなっているということは明らかである。しかし実際に短期留学プログラムにて、アメリカの Kellogg School of Management に留学して感じたことは、自身の所属する慶應義塾大学大学院　経営管理研究科に所属していたときに履修した授業と学ぶ言語は違うが、学ぶことは基本的に大きな違いはないということである。それにも関わらず、Kellogg School of Management の正規生はもちろん、世界各国のビジネススクールから交換留学できている学生の中でも、日本のビジネススクールの知名度の低いことに愕然と焦りを覚えた。プログラムを履修する言語という要素を抜いて考えた際に、ランキングのトップに入るために、何が必要なのかと考えた結果、ビジネススクールに関わるステークホルダーに対するマーケティング活動が欠かせないと考えた。本稿では、ビジネススクールのランキングがどのように決定されているのか、日米のビジネススクールの歴史と学生のモチベーションの違い、そしてビジネススクール運営に関わるステークホルダーについて考え、今後日本のビジネススクールがどのようにプレゼンスを高めていけるかどうか考えていきたい。

第２節　日本のビジネススクールのランキングの現状

第 1 節においても少し触れたが、世界のビジネススクールのランキングをみていきたい。今まで、ビジネススクールのランキングは米国、欧州のビジネススクールが中心にランクインしていたが、近年アジアのビジネススクールが

TOP100 に多くラインクインしてきている。資料 1 をもとに、主要な 5 媒体のランキングをみていきたい。各媒体が発表したランキングの中で、アジアのビジネススクールをピンク色でハイライトをした。The Financial Times に関してはアジアから 12 校（全 100 校)、The Bloomberg Businessweek に関しては米国を除く International のランキングにおいて 2 校（全 31 校)、The Economist に関しては 5 校（全 100 校)、The U.S. News は米国のビジネススクールのみのランキングなので除外し、The Forbes に関しては 1 校（全 17 校）と中国、シンガポール、インドのビジネススクールの躍進が目立つ。一方で、日本のビジネススクールは TOP100 にランクインしていないのが現状である。

第 2 章　日米ビジネススクール比較

第 1 節　ビジネススクールとは

日米のビジネススクールを比較する前に、ビジネススクールとは何かということについて簡単に触れたい。「ビジネススクールとは、一定の単位を履修することで MBA(Master of Business Administration)を取得できる世界各国のビジネス系大学院を指す。1819 年に世界で初の商業を学ぶ学校である ESCP Europe がフランスのパリで創立された。その後、ヨーロッパ各国を中心に商業に関する学校が次々と設立されていった。また、「19 世紀末の米国において、国内で産業化が進んでいること受け、経営を科学的にとらえようとする動きが生まれるようになった。その中で、今までとは違った経営手法のアプローチが注目されるようになり、1881 年に The Wharton School of the University of Pennsylvania にて最初のビジネススクールが誕生した。一番初めの MBA コースが開設されたのは、1908 年に 15 人の講師、33 人の学生でスタートしたハーバード・ビジネススクールが起源となっている。その後、アメリカ式 MBA プログラムを参考にし、1955 年に the University of Karachi in Pakistan がアジアにおいてはじめてのプログラムを提供し、1957 年には INSEAD において欧州においてはじめての MBA プログラムが開始された。現在、米国において国際認証を行っている機関は、ACBSP、AACSB そして IACBE であり、欧州においては EFMD が行っている EQUIS 認証が国際認証プログラムとして認定されている。」（※　MBA Central『The History Of The MBA』より引用。訳は引用者による）

第 2 節　ビジネススクールランキング

世界のビジネススクールのランキングを発表している主な媒体は、The Financial Times、The Bloomberg Businessweek、The Economist、The U.S. News、

The Forbes の 5 つであり、それぞれのランキングにおいてどのような調査項目で成り立っており、何が重視されているのか、詳細をみていきたい。

1. The Financial Times Global MBA Ranking

1－1：ランキング概要

「The Financial Times Global MBA Ranking は世界のフルタイムの上位 100 校の MBA ランキングを発表しており、キャリア・雇用主・勤務先・推薦、そして年収などにより決定される。ランキングの元となるデータは、卒業後約 10 年が経過したアルムナイ、そして学校のプログラム責任者による回答の 2 つの調査から集められる。調査は 20 個の基準によって行われ、8 つの基準はアルムナイ、11 個の基準はプログラム責任者、そして最後の 1 つの基準は公に入手可能な情報によって構成される。

アルムナイは 20 の基準のうち 8 つの基準について回答しているが、調査全体に与える影響は59%と 11 の基準に回答しているプログラム責任者の比重が 31%の重きを占めているのに対して、アルムナイの影響が大きくなっている。公に入手可能な情報が調査に与える影響は 10％となっている。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

アルムナイ、プログラム責任者がどのような基準に対して回答しているのか詳細をみてみる。

1－2：ランキングの調査項目

A:アルムナイ

「アルムナイは主に卒業後のキャリアに関しての基準、例えば入学前と入学後の収入の増加率や学費に対する価値は、入学前の目標の達成率、キャリアサービスなどについて回答する。収入に関しては、MBA ランキングを読む読者層にとって重要な役割を示しているため、MBA 卒業後の平均年収よりも相対的に年収が低くなる可能性の高い NPO 法人や学校法人に勤務する学生の年収は除外している。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

B:プログラム責任者

「プログラム責任者は、卒業後 3 年後の雇用状況や、学生内の女性や留学生の割合、ボーディングメンバーに卒業後の女性や留学生が就任している割合などダイバーシティーに関する質問を中心に回答している。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

C:その他

「The Financial Times Global MBA Ranking は、各学校がトップジャーナルにどれだけ寄稿しているかについても考慮している。その理由としては、教授陣のトップジャーナルに寄稿する数が増加することで、ビジネススクールの学生の学びに影響を与えると考えているからである。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

2. The Bloomberg Businessweek MBA Ranking

2-1:ランキング概要

「The Financial Times Global MBA Ranking は近年の卒業生、アルムナイ、ビジネススクールそして雇用主からの調査結果に基づき、決定される。データの構成比としては、近年の卒業生とアルムナイが合わせて 30%、雇用主が 35%、学校から提供されるデータが 15%、年収と仕事のプレイスメントがそれぞれ 10%となっている。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

2‐2：ランキングの調査項目

A:学生

「近年卒業した学生に対しての質問は全体の 30%の重きを占め、卒業後のキャリアについてどれくらい在学中に準備できたかということを中心に回答する。またランキングに加味される 27 個の質問に加え、でもグラフィックやキャリアパスなど追加の質問もある。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

B:アルムナイ

「アルムナイに対する調査は全体の 30%を占め、報酬の増加率、仕事に対する満足度などに加え、MBA プログラムに関する 16 個の質問に答える。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

C:雇用主

「雇用主に対する調査は全体の 35%を占め、キャンパスでのリクルーティング活動での経験に加え、MBA 取得者の採用数、またリクルーターからの推薦された頻度について回答する。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

D:その他
「その他の項目として、それぞれ内定率が 10%、入社時の収入が 10%の重きを占めており、これらのデータは学校側から提供される。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

3. The Economist MBA Ranking

3-1: ランキング概要
「The Economist MBA Ranking は世界の上位 100 校を取り上げ、ランキングを決定している。The Economist MBA Ranking は、2 つのデータから決定されており、1 つめは学校と現在の MBA Candidate, もう 1 つは近年の MBA 卒業生であり、雇用主や alumni は含まれない。現在の MBA Candidate と近年の MBA 卒業生の回答は 20%を占めており、学校からの回答は 80%の重きを占めるため、学校からの回答が重視される。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

3-2: ランキングの調査項目
ランキング結果は 4 つのカテゴリーにわたる 13 個の質問によって構成されている。

A:新しい雇用の機会
「全体の 35%の比重を占めており、リクルーターの多様性や学校のキャリアサービスを通じた内定獲得率などが含まれる。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

B:個人の成長・教育の質
「この項目も全体の 35%の割合を占めており、ファカルティ―の質や生徒の質などが含まれる。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

C:収入の増加
「収入の増加の項目は全体の 20%のウェイトを占め、卒業後の収入の増加率、退職時の収入などが含まれる。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

D:ネットワークの可能性

「この項目はランキングの 10%を占め、アルムナイネットワークの広がり方、アルムナイの国際性などを中心に構成されており、アルムナイをどれくらい活用できるかについて問われている。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

4. The U.S. News Graduate School Ranking

4-1: ランキング概要

「The U.S. News Graduate School Ranking は AACSB 認定されているビジネススクールすべてを対象に、各学校同士の評価を行う。「データはビジネススクールの学長とディレクター、リクルーター、卒業生そして学校のプログラム責任者からの回答をもとに構成される。学長やディレクターは、自身の所属する学校だけではなく、AACSB 認証された学校すべての評価を行う。またリクルーターも対象校すべての評価を行う。対照的に、卒業生やプログラム責任者は自身の学校またはプログラムの評価のみを行う。

学長とディレクターの評価がランキングスコアの 25%を占めており、リクルーターの評価は 15%の比重を占める。また卒業生に対しては就職率や入社時の収入、そしてボーナスの額などの回答項目が与えられ、ランキングの 35%と一番大きな影響を与えている。最後に、ビジネススクールから選ばれた学生からの回答が全体の 25%を占める。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳)

4-2: ランキングの調査項目

A: プログラムの評価

「プログラムに対しては、ビジネススクールの学長やディレクター、そしてリクルーターからの回答によって構成される。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

B:就職の成功

「卒業後の就職に関するデータは、入社時の収入やボーナス・就職率などが含まれており、全体の 14%にとどまっている。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

C:受験の難易度

「受験の難易度は、The U.S. News Graduate School Ranking のみに該当する項目で、GMAT や GRE、そして学部時代の GPA や受験の倍率などが含まれている。」(※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者

訳）

5. The Forbes Ranking

5-1: ランキング趣旨

「The Forbes Ranking の特徴として他のランキングと異なり、卒業後 5 年間の投資回収効果のみに注目していることが挙げられる。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

5-2: ランキングの調査項目

「調査の元となるデータは、卒業後 5 年経過したアルムナイから回収されるためランキングに影響を与えるのはアルムナイのみである。The Forbes Ranking は MBA プログラムと投資の一環として考えており、投資の回収効果についてのみ考慮している。その結果、ランキングの元となるデータは報酬、学費そして受験のためにかかった費用、そしてアルムナイの卒業後 5 年の収入によってのみ構成される。」（※Master of Business Administration COMPASS より引用。引用者訳）

以上のランキングの調査項目をまとめると下記の表のようになる。

＜図表 1：ランキング調査項目＞

Weighting Category	The Bloomberg Businessweek	The Economist	The Financial Times	The Forbes	The U.S. News
Admissions selectivity		8.75%			25%
Alumni opinion	10%				
Business school leader opinion					25%
Career progress	10%	10.5%	6%		
Career services rating		14%	2%		
Employer opinion	35%				15%
Employment rate	10%	10.5%	2%		21%
Faculty quality		8.75%	20%		
Gender parity		2.62%	5%		
Internationalization		8.75%	20%		
Network		10%			
Return on investment			3%	100%	
Salary	20%	20%	40%		14%
Student/recent graduate opinion	15%	6.13%			

（GMAT HP “Weighting Overview”を参考に作成）

雇用主からの回答を 35%と最重要視している The Economist を除く他のランキングは、卒業生・アルムナイからの回答を重視していることが上記の表 1 からわかる。また卒業生・アルムナイからの回答の中でも特に重きを置かれているのが、ビジネススクール入学前と入学後の収入の変化や投資回収効果についてである。例えば、The Economist のランキングにおいて収入が占める割合は 20%、The Financial Times に至っては 40%の比重を置いていることがわかる。米国の

雇用市場においては、ビジネススクールでビジネスに関する基本的な知識を身に着けた学生を、将来の幹部候補生として採用するというシステムが既に構築されており、ビジネススクール卒業後に、学生の収入がどれくらい増加するかという予想が、ある程度共通認識として、ビジネススクール受験生から現役の学生、企業のリクルーターまで出来上がっている。そのような米国の雇用市場とは異なり、日本の雇用市場は、新卒一括採用という採用方式が確立されており、収入も年功序列で上がっていく企業もあり、ビジネススクールを卒業しても企業の昇給システムに中途採用の枠としてあてはめられることが多いので、急激に給料があがることは米国と比較するとほぼないことが現状である。そのため、卒業後の収入の伸びに重きが置かれているランキングに収入の面においてもランクインすることが難しくなっていることが現状である。

第3節　米国におけるビジネススクール

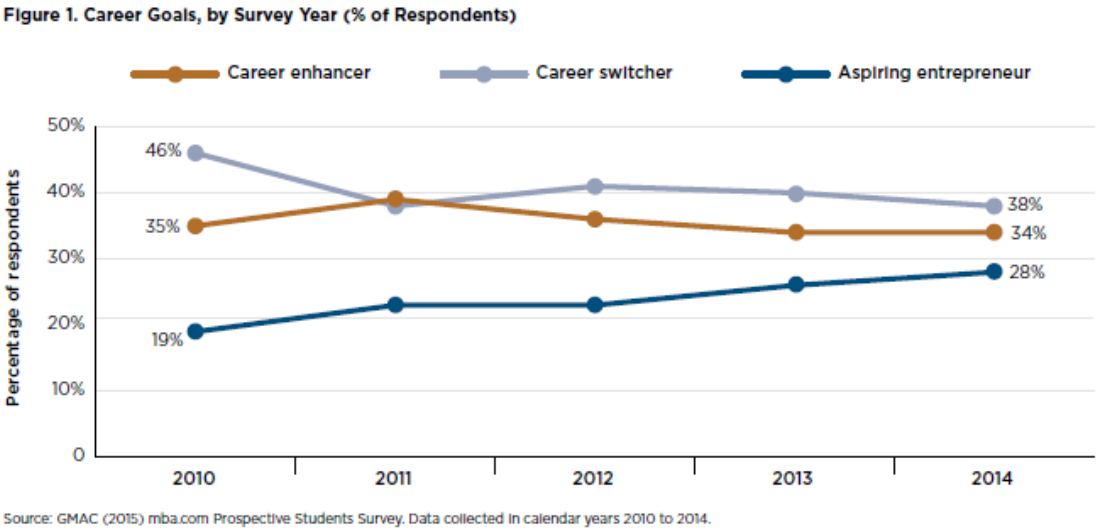
第3節－1：米国におけるビジネススクールの歴史

「米国においては、1818年にThe Wharton School in Pennsylvaniaが米国においてはじめてのビジネススクールを開設した。しかし当時は修士のプログラムは提供していなかった。また数年後にはThe Haas School of Business at the University of California も、西海外において The Wharton School in Pennsylvania が行っている教育と同じ教育を学ぶ機会を与えるために設立された。The Tuck School of Business at Dartmouth College はビジネススクールとして、修士課程を与えるプログラムを始めて開設し、MBA の先駆けとなった。MBAプログラムをプログラムとして、初めて提供した学校はHarvard University in Cambridge であり、1908 年に創立された。当時のプログラムには 15 人の教員と、33 人の学生が参加していた。この修士課程は、プログラムに参加する前に4年間の学士経験が要求されており、その後Harvard University in Cambridgeが始めた方式がスタンダートとなった。」(※　MBA Central『The History Of The MBA』より引用。訳は引用者による)

第3節 - 2：米国におけるビジネススクールの意義

米国においてビジネススクールに進学する人はどのような目的をもって、進学を決意するのか。下記＜図表2＞はGMACによる調査で2010年から2014年までの米国でのビジネススクールの進学の理由を調査したものである。

＜図表２：Career Goals, by Survey Year (% of Respondents)＞



（GMAC mba.com Prospective Students Survey p.5 から引用）

この調査において、米国においてビジネススクールへの進学を選択する人を、卒業後のキャリア選択の視点からカテゴリー分けすると、Career enhancer、Career switcher、Aspiring entrepreneur の 3 種類にできる。「Career enhancer は主に 24 歳以下の女性でアジア・欧州・米国に居住している。彼らはビジネスに関連する学部を卒業しており、昇進の機会を増やすためや、すでに保有している技術を強化するためにビジネススクールへの進学を考えている。このカテゴリーに所属する人は、教育に関連する費用が一番の懸念事項であり、他のカテゴリーと比較し卒業後の収入の伸びが不確実であり、学業に専念することでの雇用市場における機会損失が起きることを恐れている。Career switcher はカナダまたは米国に居住する 24 歳以上の男女で、学部において主に科学・人類学・社会科学・工学などを専攻している。このカテゴリーに所属する人はキャリアチェンジまたは自身のキャリア強化を目指している。彼らは MBA の学位の取得をキャリアの飛躍につながる機会として捉えており、他のカテゴリーに所属している人よりも教育関連費が進学を決定する重要な懸念事項となっている。ビジネススクールへの進学を希望している学生の中で 10%が Aspiring entrepreneurs のカテゴリーに分類される。このカテゴリーは、53%は企業に勤めており、32%は現在企業に所属しておらず、主に中東・アフリカ・中南米居住の男性が主である。彼らは起業の機会を求めているだけでなく、将来的に地域のコミュニティーに貢献することも視野にいれている。Aspiring entrepreneurs はビジネススクールを、リーダーシップ開発やマネジメントスキルの向上、ネットワークを形成するための場所だととらえている。彼らの大きな懸念は、ど

のように教育関連費を捻出するかである。」(GMAC mba.com Prospective Students Survey p.5, 訳は引用者による)
調査によると、Career enhancer に関しては 2010 年から約 34%とほぼ横ばいであるのに対し、Career switcher は 2010 年の 46%から 2014 年の 38%と減少傾向にあることがわかる。一方、Aspiring entrepreneur に関しては、2010 年の 19%と比較し、2014 年には 28%に増加し、キャリアを変更したいというよりも、起業したいという志を持ってビジネススクールを選択する人が増えてきている。

第 3 節－3：米国におけるビジネススクールの種類
米国内のビジネススクールは、実際に実地でクラスに参加することによって MBA の学位を取得できる従来の Full time MBA や Executive MBA に加え、Online で授業に参加することにより MBA の学位を取得できる Online MBA や MBA の学位は取得することはできないが、短期間で企業幹部候補者たちがビジネスを学ぶ Advanced Management Program など様々な種類のビジネススクールがある。米国においてどのような種類のビジネススクールが存在するのか紹介する。

A: Full time MBA
フルタイム MBA とは 1 年から 2 年の大学院プログラムである。学生はビジネススクールの平日のクラスに参加し、12 - 24 か月のプログラムに参加する必要がある。このプログラムでは、副業や旅行、そして休暇がほぼ取ることができないので、家族からのサポートが非常に重要になる。北米においては 2 年生のプログラムが主であり、学生は学業に没頭することが可能である。またインターンシップの経験をすることも可能である。一方、一部米国内のビジネススクールでも取り入れられている 1 年生のプログラムは欧州において盛んであり、すべてのプログラムを 1 年間で終了するため、過密なスケジュール構成となるが、実務から離れる期間が 1 年間のみというメリットもある。

B: Accelerated MBA
このプログラムは 2 年生のプログラムの 1 種であり、学生はさらに多くの授業を圧縮したスケジュールで受講することが可能である。学期間の期間が短く、夏休みも通常よりも短いため、1 年でプログラムを修了することが可能である。

C: Distance learning MBA
Distance learning MBA と Online MBA の主な違いは、Distance learning MBA

に関しては、学生がプログラム中に現地でクラスに参加することが義務付けられていることである。多くの場合、このプログラムの学生は、ビデオチャットや事前に録画されたビデオ、そしてオンライン・オフライン両方のコースに参加している。また学生は、休日などを中心に、プログラム参加中に“オンライン”の学友とディスカッションする機会が多くあり、モバイル機器やテクノロジーを駆使したプログラムとなっている。

D: Online MBA

多くのビジネススクールが学生の Online MBA へのニーズの高まりを受け、新たにコースを開設している。学生は、自宅から学習することができ、自身の実務にすぐ知識を活かすことが可能である。しかし、Online MBA で学ぶ際は、高い自己管理能力やタイムマネジメント能力が求められる。当初はオンキャンパスで学ぶ MBA とは同じプログラムとして考えられていなかったが、多くの企業が Online MBA もオンキャンパスのプログラムと同じようにコミットメントが求められるということを認識し、同等なプログラムとして認められつつある。

E: Executive MBA (EMBA)

Executive MBA (EMBA)プログラムは、キャリアから長い期間離れることが難しい実務経験の長いプロフェッショナルを対象に開設された。このプログラムは、パートタイム MBA と同じ形式で、12 か月から 24 か月に分けて構成されており、仕事をつづけながら MBA を取得することが可能である。

ビジネススクールは EMBA の学生として、最低 5 年、平均 10 年の勤続年数を持ち、マネジメント経験のある学生を求めているため、フルタイムの学生よりもビジネス経験豊富な学生が集まっている。EMBA の特性上、学生は所属する企業から財政的な援助や授業に参加することができるような仕事体制などのサポートが必要な場合が多い。EMBA の学生は様々なバックグラウンドを持った社会人が集まり、近年は働きつづけながら MBA を取得できるフレキシブルな特性から女性からも人気が高まっている。

F: Professional MBA (PMBA)

Professional MBA は part-time MBA と EMBA をかけわせたタイプの MBA であり、12 か月のうちに、夜間または休日にクラスに参加できるなど、他のプログラムよりもさらに柔軟なプログラムを提供している。 そのため、フルタイムで仕事をつづけながら、学業との両立が更に可能になる。また一部のプログラムは Full time MBA に移行することも可能である。

G: Global MBA (GEMBA)
Global MBA は EMBA の一種で、学生が違う国で授業を受けることができるため、クラスの環境だけではなく、海外の文化も同時に経験することができるプログラムである。Global EMBA プログラムは、通常、2 校以上の提携プログラムまたは 1 校で何か所かにキャンパスがある学校が提供している。Global MBA は、概して倍率が高く、授業料も高額である。学生は授業だけではなく、移動に関しても考慮してプログラムを選択する必要がある。

H: Joint EMBA
Joint MBA は Global MBA と同様に、異なった学校または joint MBA program として学生が複数のキャンパスにおいて様々なスタイルの教育を受けることが可能である。

I: Modular MBA
Modular EMBA は、他の EMBA とは異なり数か月毎に、特定の期間（通常 1～2 週間)、集中的に授業に参加することが求められる。そのため、学生は、仕事をある一定の期間、休む必要があるが、一部の学生は有給や休暇などを使うこともあるため、実際には全授業分仕事を休まなければならないという事態は少ない。各モジュールの負荷はとても高く、授業期間中は完全に EMBA の授業に集中することが求められる。さらに、学生の居住地にもよるが、授業に参加するために、遠くまで通学する必要性がある可能性もあり、期間は 1～2 年間であることが多い。

J: Part-time MBA
Part-time MBA は通常 3 年以上の期間をかけて MBA を取得するフルタイムのプログラムである。学生は、夜間や休日のクラスに参加することにより、仕事を続けることができることが特徴である。

H: Advanced Management Program
Advanced Management Program とは MBA の学位は取得できないが、20～25 年の社会人経験があり、世界の大企業の役員など企業における幹部となっているビジネスリーダーが集まり、現代の早い市場変化に合わせたリーダーシップの在り方などをディスカッションや講義を通じて学ぶことができる。Harvard Business School は 7 週間、Colombia Business School は 4 週間、Kellogg School of Management は 3 週間弱などビジネススクールによってプ

ログラムの期間はそれぞれ異なるが、プログラムの最終目的は同じである。

第 4 節　日本におけるビジネススクール

第 4 節-1：日本におけるビジネススクールの歴史

日本国内においては、1978 年に慶應義塾大学が経営学修士コースを社会人向けに 2 年生の修士課程を設けたのが最初のビジネススクールである。1988 年には国際大学が、英語ですべての授業を行う MBA コースを提供し、1990 年に筑波大学が日本国内で初の夜間で社会人向けに行う MBA コースを提供した。

第 4 節-2：日本におけるビジネススクールの意義

日本国内でビジネススクールに進学を決意する人は、ビジネススクールでの学びに対して何を期待しているのだろうか。

国内の経営学系大学院に、社会人経験を経て入学した人の意識調査を行った、兵藤郷による研究結果（図表 3）を引用すると、国内の経営系の大学院へ進学を決めた社会人の大学院での学びに対する期待は、基礎的なスキルの習得（69.2%）、論理的思考力の向上（76.0%）、専門的知識などの取得(71.2%)などと続き、日本国内においてビジネススクールへ進学する日本人の目的と、米国のビジネススクールに進学する学生の目的とが大きくことなっていることがわかる。

＜図表 3：専攻別の入学目的＞

図表 16　専攻別の入学目的

項目	経営系		財務・会計・金融系	
基礎的なスキルの習得	334	69.2%	137	58.8%
論理的思考力の向上	367	76.0%	111	47.6%
専門的知識等の習得	344	71.2%	195	83.7%
教養の深耕	257	53.2%	127	54.5%
仕事経験の理論的整理	294	60.9%	124	53.2%
人脈の充実	305	63.1%	133	57.1%
出身会社での処遇の向上	74	15.3%	41	17.6%
転職･独立開業	152	31.5%	74	31.8%
研究者になる	22	4.6%	12	5.2%
修士取得	155	32.1%	110	47.2%
資格取得	48	9.9%	37	15.9%
緊急避難	33	6.8%	18	7.7%
その他	32	6.6%	4	1.7%

（兵藤 郷 リクルートワークス研究所・研究員　『国内の経営学系大学院における社会人の学び直し―社会人入学した卒業生データより―』から引用）

また以前は、日本のビジネススクールに社会人経験を経て入学する人の多くは、企業からの社費の学生が中心となっており、日本におけるビジネススクールの位置づけは、大企業の幹部候補生の育成であった。しかし、現在は起業からの社費派遣の学生の数が緩やかに減少しており、会社を退職してビジネススクールにくる学生や社会人経験のない新卒の学生なども増え、ビジネススクールに対する期待などにも変化が表れてきているのではないかと考える。

第 4 節－3：日本におけるビジネススクールの種類

現在、日本においては社会人を対象としたプログラムは従来のフルタイム型 MBA に加え、学生が通学しやすくするために、土日または平日の夜間を利用したパートタイム型 MBA のカリキュラムを開講する学校や、ビジネス街を中心にサテライト教室を設ける大学院もある。日本のおけるビジネススクールの種類を記す。

A:フルタイム型 MBA
日本国内のビジネススクールのフルタイム型も米国のフルタイム型と大きな違いはなく、学生は 2 年間、学生が会社を退社または求職することを前提とし、平日の昼間に授業に参加し、一定の単位を修得することによって MBA の学位を習得する。

B:パートタイム型 MBA
パートタイム型 MBA も米国のビジネススクールと大きな変わりはなく、学生が仕事を続けながら平日の夜間または週末に、クラスに通い、一定の単位を取得することにより、MBA の学位を付与するプログラムである。

C: MBA の学位を付与しない短期集中のセミナー
近年、MBA の学位を付与しない代わりに、従来の MBA プログラムと比較し、短期間でビジネススクールにおいて学ぶことができるエッセンスを企業の幹部候補生や若手に教育する短期集中型のセミナーも増加してきている。

この中で、日本国内で短期集中セミナーを実施しているビジネススクールの例をいくつか挙げる。

＜慶應義塾大学大学院　経営管理研究科＞
A: エグゼクティブセミナー：短期間集中の全日制のプログラムであり、教育対象者によって期間の異なる以下の 3 つのプログラムが開講されている。

- 高等経営学講座：トップ・マネジメントの育成と再訓練を目的とした 9 日間のセミナー
- 経営幹部セミナー:ミドルマネージャーの経営管理能力の向上を目的とした 2 週間のセミナー
- マネジメント・ディベロップメント・プログラム（MDP）：短期集中でゼネラル・マネジメントの養成を行う 3 ヶ月間のプログラム

B: インテンシブセミナー:週末開講のプログラムであり、特定のイシューに集中した ISSUE セミナーと科目ごとの週末集中セミナーの 2 種類がある。週末集中セミナーでは、初受講年度から 4 年以内に基本 8 分野の全科目を履修した受講生に修了証が授与される。

＜早稲田大学 ビジネス・ファイナンス研究センター＞
- エグゼクティブプログラム:　ビジネスリーダーを育成することを目的とし

た 5 日間のセミナー

- トップマネジメント研修：　企業幹部の養成を目的とした 5 日間のセミナー
- MBA エッセンシャルズ：　若手～中堅層を対象に専門スキル・実務能力向上を目的としたセミナー

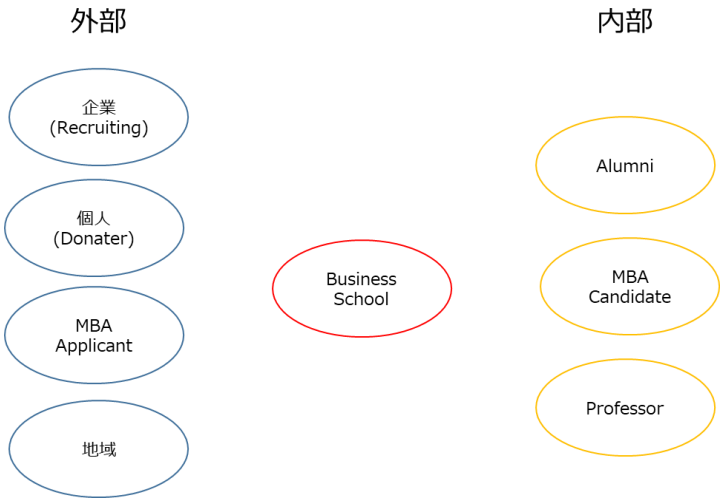
第3章 ビジネススクールのマーケティング

第 1 節　ビジネススクールのステークホルダー

ビジネススクールを運営していくために関係するステークホルダーは通常の学校法人を運営する場合とほぼ変わらない。例えば、MBA を取得した学生を雇用する学生・卒業生の集まりであるアルムナイ・現役学生などである。これらのビジネススクールの運営に関わるステークホルダーを、外部・内部に分けて分類する

と、外部には学生の雇用主となる企業・ビジネススクールを運営するための寄付者となる個人・MBA の取得を希望する志願者・ビジネススクールの所在する地域などが挙げられる。また内部には卒業生で構成されるアルムナイ・ビジネススクールの在学生・ビジネススクールで教鞭をとる教職や運営に関わる教職員が挙げられる。(図表 4 参照)

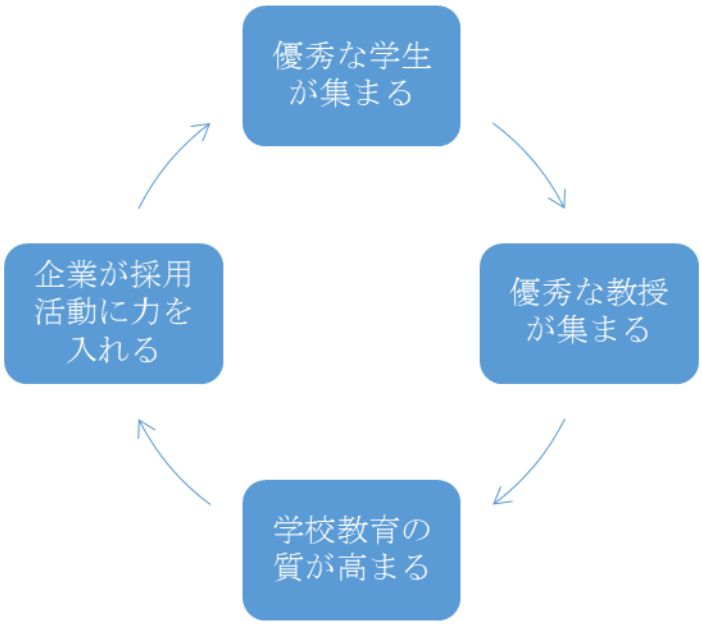
＜図表 4：ビジネススクールのステークホルダー＞



この中でもビジネススクールがランキングにランクインするという点において、大きな影響を与えるステークホルダーとして、重要な役割を果たしているのが、学生の雇用主となる企業、現役のビジネススクール生と卒業生である。その理由としては、ビジネススクールのランキングに大きな影響を与える調査項目として、第 2 章（第 2 節）で述べた卒業後の収入に関連する項目であり、該当項目に回答することができるのがビジネススクールの卒業生であり、卒業生に雇

用機会を提供するのが、雇用主となる企業だからである。また第 2 章（第 3 節—2）において述べたとおり、米国においてビジネススクールに進学する理由がキャリアの強化やキャリアチェンジなど、卒業後のキャリアに関連する理由が多くあるため、卒業後にできる限り、よいキャリアを進めるサポートを行う就職活動支援や、より魅力的な企業を誘致する活動が重要となってくる。

＜図表 5：マーケティング活動の結果による好循環＞



ビジネススクールのマーケティング活動の結果によって生まれる好循環を表したものが、上記図表 5 であり、この好循環を生むためには、MBA 志願者、そして MBA 現役学生の視点にたちマーケティングを行う必要がある。

第 2 節　米国ビジネススクールのマーケティング

下記の図表 6 は、GMAC(Graduate Management Admission Council)が行っている調査であり、ビジネススクールへの進学を検討している学生が、各ビジネススクールが行っているマーケティング活動からどのような影響を受け、受験校を決定しているか調査したものである。表中の Reach、Influence の定義は下記のとおりである。

「Reach：Reach とはビジネススクール受験を考えている受験生が各情報ソースをみた割合

Influence：Influence は各情報ソースをみたビジネススクール受験を考える受験生が受験校を決定する際に重要視した割合」（※Graduate Management Admission Council 『mba.com Prospective Students Survey』より引用。引用者訳）

上記の Reach と Influence の結果を考慮し、各マーケティングツールのインパクトが決定された。

＜図表 6：ビジネススクールのマーケティング＞

Table 5. Marketing Channels and Information Sources Prospective Students Use to Decide on Schools or Programs*

Resource	Reach	Influence	Impact Score
School websites	83%	53%	100
Friends and family	54%	51%	64
Published rankings	39%	64%	58
Current students and alumni	35%	62%	49
School admissions professionals	44%	48%	49
GMAT website (mba.com)	50%	37%	42
College/university professors	31%	58%	41
Coworkers/peers	34%	48%	37
Employer/supervisor	28%	52%	34
Information sessions	29%	49%	33
School brochures/publications	43%	33%	33
Career and school advisors	29%	48%	32
Online magazines/newspapers	34%	33%	26
Career fairs	26%	42%	25
Admissions consultants	22%	48%	24
Networking events	20%	45%	21
Official school blogs	26%	31%	19
Student ambassadors	17%	44%	17
Print magazines/newspapers	20%	32%	15
Professional associations	13%	50%	15
Test preparation company	16%	39%	15
Social networking sites	20%	29%	13
Virtual business school fairs	14%	36%	11
School-related websites	8%	48%	9
Official school videos	11%	28%	7
Official school microblogs	9%	24%	5
School-related guides	5%	39%	5
Other blogs	8%	26%	5
Job and career websites	4%	47%	4
Television advertisement	6%	28%	4
Other microblogs	4%	25%	2
Radio advertisements	4%	24%	2

*See text on page 17 for definitions of "reach," "influence," and "impact score."
Source: GMAC (2015) mba.com Prospective Students Survey. Data collected January to December 2014.

（GMAC mba.com Prospective Students Survey p.16 から引用）

受験生に 1 番影響を与えるマーケティングツールは、各ビジネススクールの HP という結果となっているが、そのあとに続くのは、友人や家族のアドバイスや一般的に公開されているランキング、そして学生やアルムナイからのアドバイスとなる。一般に公開されているランキングに関しては、第 2 章（第 2 節）で述べたとおり、就職活動の結果に関するアルムナイからの回答がランキング結果に大きな影響を与えることは明確である。また学生やアルムナイのビジネススクールでの主な目標は、ビジネススクールでの学びを通じて、その後のキャリアに良いインパクトを残すことであるため、ビジネススクールの進学を志す

人が誰かから、ビジネススクール進学に関するアドバイスを得たいと考える場合も、主にビジネススクールでの経験とキャリアに主眼が置かれることは明らかである。上記に述べて内容をもとに、各ビジネススクールが実際にどのようなマーケティングを行っているか具体的な事例を何例か紹介する。

- 就職支援

先の複数の調査結果からも明らかなとおり、米国のビジネススクールに進学する人の多くは卒業後のキャリアにおいて、入学前よりも飛躍し大きなチャンスを得ることを目指している。それらの学生を学校側はどのようなサポートを行っているのだろか。今回は、米国のビジネススクールに通う 10 人の学生とキャリアセンター職員 1 人にインタビューした結果、キャリアセンターが実施しているサービスを A: ジェネラルサービス、B: オンキャンパスリクルーティング、C: オフキャンパスリクルーティングの 3 種に分けて、米国のビジネススクールが提供しているサービスについて記す。(学生のインタビューは参考資料 3 を参照) また学生が中心となって構成するクラブ活動に関しても、少しふれる。

まずキャリアセンターとはビジネススクール内において、就職支援を行う部署であり、学生が就職活動をスムーズかつストレスのないように行うことができるようにサポートをするサービスを提供している。主なサービス内容としては下記のとおりである。

A:ジェネラルなサービス

- ビジネススクール内の就職支援サイトポータルの使用方法説明
- 各産業・ファンクションごとの Resume / Cover letter サンプル提供
- Resume / Cover letter 添削
- 模擬面接の実施（コンサルティング志望のためのケースインタビュー練習含む)
- 就職活動中の学生の心のケア

B:オンキャンパスリクルーティング

オンキャンパスリクルーティングとは、企業がビジネススクール生を対象に採用を行い、企業のリクルーティング担当者やビジネススクールを卒業したアルムナイが各ビジネススクールを訪問し、採用説明会や面接を行うスタイルの採用活動である。

- 企業のリクルーティング担当者により企業説明会
- 企業のリクルーティング担当者・企業に勤務するアルムナイとのコーヒ

ーチャット
- キャンパス内での面接

C:オフキャンパスリクルーティング
- 企業説明会・ネットワーキングイベントの案内
- 企業からの求人の案内

これらに記載した通り、米国のキャリアセンターは多くのサービスを提供しており、ビジネススクールの学生は入学した直後から、このようなサービスを駆使し、卒業後のキャリアの目標を達成すべく就職活動に勤しんでいる。

その他:学生の活動

その他の活動として、学生のクラブ活動とキャリアセンターが協力している活動についても触れたい。米国のビジネススクールにおいて、“ヘルスケアマネジメント”や“コンサルティングクラブ”など業界や職種によって、学生が中心になって就職活動の情報共有や面接対策などを行っているプロフェッショナルクラブが存在する。これらは学生が主体ではあるものの、キャリアセンターとも共同し、各業界の著名な経営者を招いて講演会を催したり、直接企業を訪問し、学生たちが将来のキャリアパスとして見据えている業界・職種で働くひとから話を聞いたりする活動を行っている。

- Poets & Quants

  Poets & Quants は修士のビジネス教育に関する情報を提供しており、School のランキングやニュース、各学校の特徴やイベントなどの情報を提供することにより、ビジネススクール入学前から卒業後までの意思決定のサポートを目指しているサイトである。米国のビジネススクールに入学を希望する人の多くが Poets & Quants を参考に情報を探しており、各ビジネススクールも自身の学校のマーケティングのために、どのような学生が集まっているか特集を組みマーケティング活動の一環として使用している。

＜図表 7：POETS & QUANTS イメージ図＞

（POETS & QUANTS HP から抜粋）

例えば、各ビジネススクールの Class of 2019 として学校が選抜した学生の記事が掲載されると、各ビジネススクール内で情報が共有され、クラスメイトが記事として掲載されると、その他の学生にも刺激になり、更に自身の所属するビジネススクールへの帰属意識と愛校心が高まるという好循環が生まれる。

第 3 節：日本のビジネススクールのマーケティング

- 就職支援

  日本の就職支援は就職支援室などが行っている。米国のキャリアセンターの就職支援と同じ A: ジェネラルサービス、B: オンキャンパスリクルーティング、C: オフキャンパスリクルーティングの枠組みで、日本のビジネススクールの就職活動のサポートを見ていきたい。

  A:ジェネラルサービス
  - レジュメ添削
  - 転職エージェントの紹介
  - 修了生情報提供

  B:オンキャンパスリクルーティング
  - 企業のリクルーティング担当者・企業に勤務する修了生の説明会

  C:オフキャンパスリクルーティング
  - 企業からの求人・インターンシップ案内

第4章 結論

結論として3つの提案を行いたい。

① セミナー型のビジネススクールに力を入れる

現行の雇用制度を数年で大幅に変えることは難しく、米国のように現役学生の卒業後の収入の大幅アップは望むことができない。しかし日本のおけるビジネススクールの価値を中長期的に向上していくためには、ビジネススクールでの学びが実際にビジネスに携わるプロフェッショナルの意思決定に好影響を与えるということを示す必要がある。短期のビジネススクールの参加者を増やし、企業内でビジネススクールの価値の再認識を進めることによって、今後のビジネススクールへの需要が増加すると考える。

②現役のビジネススクール生が卒業後活躍できる就職先を斡旋し、ビジネススクールの価値を国内で高める

日本国内のビジネススクールへ進学する理由が、米国とは異なる面もあるものの、近年増加傾向にある会社を退職してフルタイムのMBAに通う学生は、卒業後のキャリアパスについて入学前から不安を抱えている場合が多い。そういった学生をサポートし、不安なくビジネススクール進学という選択肢を増やすために、1年次のインターンシップの機会の更なる斡旋やビジネススクール側からも企業に働きかけて就職の機会を作ることが必要ではないかと考える。また海外からの優秀な人材が将来的に日本で働くことができるという安心感をもって、留学するためにも就職活動をサポートすることが重要であると考えている。

② 英語での教育に力を入れる

最後に、ビジネススクールのランキングに入り、世界から優秀な学生を確保するためには、英語での教育を行っていくことが必要不可欠である。この場合、英語での教育を行うためには、言語を変えるのではなく、英語を使って日本語で行っているのと同様にディスカッションを行い、異なる文化を理解することも重要である。

謝辞

本研究論文の作成にあたり、数多くの方々からご支援をいただきました。
ここに、深く感謝の意を表したいと思います。

余田拓郎教授には、ゼミ活動を通じて更に物事を深い視点で考えることの重要性を教えていただきました。また至らない私に、手厚いご指導いただきました。

本当にありがとうございました。

お忙しい中副査を引き受けていただいた浅川和宏教授、坂下玄哲准教授にはプロポーザルを通じて、多くのアドバイスをいただきました。改めて、御礼申し上げます。

そしてKellogg School of Managementへの留学という貴重な機会を与えていただいたこと、わたしのインタビューにご協力いただいたKellogg School of Management, Chicago Boothのみなさまにも感謝を申し上げたいと思います。

最後にゼミ活動、そして交換留学中に私の至らなさで、ご迷惑をかけてしまいましたが、温かく見守っていただいたゼミのみなさま、ありがとうございました。

皆さまのおかげで、とても貴重で充実した日々を過ごすことができました。
本当にありがとうございました。

＜参考文献＞
- 遠藤功『結論を言おう、日本人にMBAはいらない』KADOKAWA, 2016年
- 金 雅美『研究プロジェクト：経済の「金融化」の進展と現代資本主義　日米ビジネススクールの現状と課題』

<https://www.wako.ac.jp/_static/uploads/contents/managed_html_file.name.ab33a3494ad27605.3134362d3136392de987912de69c80e7b582572e706466/146-169-%E9%87%91-%E6%9C%80%E7%B5%82W.pdf>（アクセス日：2017/12/28）
- 金 雅美『アメリカのビジネススクールの概要 ― AACSB と GMAC 調査を中心として―Trends in Business Schools in U.S.』,2011年

<file:///C:/Users/user/Downloads/wk201501-05.pdf>（アクセス日：2017/12/28）
- Stanford Graduate School of Business『The Business School "Business"：Some Lessons From The U.S. Experience』, 2004
- 本学術会議　経営学委員会　経営学大学院教育のあり方検討分科会

『わが国の経営学大学院教育のあり方について～高度専門職業人教育を中心にして～』,2017年

http://www.scj.go.jp/ja/info/kohyo/pdf/kohyo-23-h170509.pdf
- リタ・マグレイス著　鬼澤忍訳　『競争優位の終焉　市場の変化に合わせて、戦略を動かし続ける』　日本経済新聞出版社　2014年
- 兵藤 郷 リクルートワークス研究所・研究員　『国内の経営学系大学院における社会人の学び直し―社会人入学した卒業生データより―』

https://www.works-i.com/pdf/110601_WR06_12.pdf（アクセス日：2017/12/28）

＜参考URL＞

The Financial Times Global MBA Ranking

<http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/global-mba-ranking-2017>（アクセス日：2017/12/25）

The Bloomberg Businessweek MBA Ranking

<https://www.bloomberg.com/features/2016-best-business-schools/>（アクセス日：2017/12/25）

The Economist MBA Ranking

<http://www.economist.com/whichmba/full-time-mba-ranking>（アクセス日：2017/12/25）

The U.S. News Graduate School Ranking

<https://www.usnews.com/best-graduate-schools/top-business-schools/mba-rankings>（アクセス日：2017/12/25）

The Forbes Ranking
<https://www.forbes.com/business-schools/#5a863d826d6d>（アクセス日：2017/12/25）
Business School Wikipedia
<https://en.wikipedia.org/wiki/Business_school#Notable_firsts>（アクセス日：2017/12/28）
MBA Central 『The History Of The MBA』
<https://www.mbacentral.org/history-of-the-mba/>（アクセス日：2017/12/28）
Graduate Management Admission Council 『mba.com Prospective Students Survey』
<file:///C:/Users/user/Downloads/2015-prospective-students-report-web.pdf>（アクセス日:2017/12/28）
Graduate Management Admission Council 『Understanding Underrepresented Populations in the Business School Pipeline』
<file:///C:/Users/user/Downloads/rr-16-02-underrepresented-populations.pdf>（アクセス日:2017/12/28）
Master of Business Administration COMPASS
<https://www.mba-compass.com/knowledge-mba-compass/global-mba-ranking-comparison-of-master-of-business-administration-rankings/>（アクセス日：2017/12/25）
U.S. News Data: A Portrait of the Typical MBA Student
<https://www.usnews.com/education/best-graduate-schools/top-business-schools/articles/2017-03-14/us-news-data-a-portrait-of-the-typical-mba-student>（アクセス日：2017/12/25）
Poets and Quants
<https://poetsandquants.com/>(アクセス日：2018/01/03)
Kellogg Career Management Center
<https://www.kellogg.northwestern.edu/career_student.aspx?>（アクセス日：2018/01/03）
Kellogg Career Management System
<https://gtscandidate.mbafocus.com/Kellogg/Candidates/Authenticated/Dashboard.aspx>（アクセス日：2018/01/03）
Harvard Business School
<https://www.exed.hbs.edu/programs/amp/Pages/default.aspx>（アクセス日：2018/01/03）

参考資料１：ビジネススクールランキング一覧

＜The Financial Times Global MBA ranking＞

1	Insead
2	Stanford Graduate School of Business
3	University of Pennsylvania: Wharton
4	Harvard Business School
5	University of Cambridge: Judge
6	London Business School
7	Columbia Business School
8	IE Business School
9	University of Chicago: Booth
10	Iese Business School
11	Ceibs
12	Northwestern University: Kellogg
13	MIT: Sloan
14	University of California at Berkeley: Haas
15	HKUST Business School
16	Yale School of Management
17	Esade Business School
18	Dartmouth College: Tuck
19	New York University: Stern
20	HEC Paris
21	IMD
22	SDA Bocconi
23	University of Michigan: Ross
24	Duke University: Fuqua
25	Nanyang Business School
26	National University of Singapore Business School
27	Cornell University: Johnson
28	Indian School of Business
29	Indian Institute of Management Ahmedabad
30	Alliance Manchester Business School
31	Rotterdam School of Management, Erasmus University
32	UCLA: Anderson
33	University of Oxford: Saïd
34	Shanghai Jiao Tong University: Antai
35	University of Virginia: Darden
36	CUHK Business School
37	City University: Cass
38	Carnegie Mellon: Tepper
39	University of Hong Kong
40	Georgetown University: McDonough
41	University of Washington: Foster
42	Lancaster University Management School
43	University of North Carolina: Kenan-Flagler
44	Warwick Business School
45	Imperial College Business School
46	University of Texas at Austin: McCombs
47	Indiana University: Kelley
48	University of Southern California: Marshall
49	Macquarie Graduate School of Management
50	Indian Institute of Management Bangalore
51	Emory University: Goizueta
52	University of Maryland: Smith
53	Cranfield School of Management
54	Mannheim Business School
55	Sungkyunkwan University GSB
56	AGSM at UNSW Business School
57	Arizona State University: Carey
58	Michigan State University: Broad
59	University of St Gallen
60	University of Notre Dame: Mendoza
61	Georgia Institute of Technology: Scheller
62	University of California at Irvine: Merage
63	Ohio State University: Fisher
64	Rice University: Jones
65	Brigham Young University: Marriott
66	University of Toronto: Rotman
67	Wisconsin School of Business
68	Washington University: Olin
69	Purdue University: Krannert
70	Rutgers Business School
71	The Lisbon MBA
72	ESMT Berlin
73	University College Dublin: Smurfit
74	Edhec Business School
75	Durham University Business School
76	Melbourne Business School
77	University of South Carolina: Moore
78	University of Rochester: Simon
79	Vanderbilt University: Owen
80	University of Strathclyde Business School
81	Boston College: Carroll
82	Boston University: Questrom
83	University of Illinois at Urbana-Champaign
84	University of Iowa: Tippie
85	University of Pittsburgh: Katz
86	George Washington University
87	Babson College: Olin
88	University of Minnesota: Carlson
89	Incae Business School
90	Pennsylvania State University: Smeal
91	University of Edinburgh Business School
92	Grenoble Ecole de Management
93	University of Texas at Dallas: Jindal
94	Western University: Ivey
95	Indian Institute of Management Calcutta
96	Temple University: Fox
97	Ipade Business School
98	Birmingham Business School
99	Vlerick Business School
100	Queen's University: Smith
Asian Country Total	12 Schools

<The Bloomberg Business MBA Ranking>

1	London Business School
2	INSEAD
3	Oxford(Said)
4	Cambridge(Judge)
5	IESE
6	IE
7	IMD
8	SDA Bocconi
9	Melbourne
10	Western(Ivey)
11	HEC Paris
12	ESADE
13	ESMT
14	Cranfield
15	Imperial College London
16	St.Gallen
17	Hult
18	Queen's
19	Manchester
20	Mannheim
21	National University of Sngapore
22	Warwick
23	Toronto(Rotman)
24	CEIBS
25	McGill(Desautles)
26	Erasmus (Rotterdam)
27	Copenhagen
28	ESIC
29	HKUST
30	Alberta
31	HEC Montreal

<The Economist MBA Ranking>

1	Northwestern University – Kellogg School of Management
2	University of Chicago – Booth School of Business
3	Harvard Business School
4	University of Pennsylvania – Wharton School
5	Stanford University – Graduate School of Business
6	UCLA – UCLA Anderson School of Management
7	University of California at Berkeley – Haas School of Business
8	Dartmouth College – Tuck School of Business
9	Columbia Business School
10	University of Virginia – Darden School of Business
11	Yale School of Management
12	University of Michigan – Stephen M. Ross School of Business
13	Duke University – Fuqua School of Business
14	New York University – Leonard N Stern School of Business
15	HEC School of Management, Paris
16	The University of Queensland Business School
17	University of Navarra – IESE Business School
18	University of Warwick – Warwick Business School
19	Massachusetts Institute of Technology – MIT Sloan School of Management
20	University of Florida – Hough Graduate School of Business
21	INSEAD
22	Indiana University – Kelley School of Business
23	Vanderbilt University – Owen Graduate School of Management
24	University of North Carolina at Chapel Hill – Kenan-Flagler Business School
25	University of Hong Kong – Faculty of Business and Economics
26	Cornell University – Samuel Curtis Johnson Graduate School of Management
27	University of Melbourne – Melbourne Business School
28	SDA Bocconi – School of Management
29	IMD - International Institute for Management Development
30	Carnegie Mellon University – The Tepper School of Business
31	London Business School
32	University of Minnesota – Carlson School of Management
33	Emory University – Goizueta Business School
34	IE University – IE Business School
35	University of Texas at Austin – McCombs School of Business
36	University of Washington – Foster School of Business
37	Georgia Institute of Technology – Scheller College of Business
38	Georgetown University – Robert Emmett McDonough School of Business
39	University of Mannheim – Mannheim Business School
40	University of Southern California – Marshall School of Business
41	European School of Management and Technology – ESMT Berlin
42	Rice University – Jesse H Jones Graduate School of Business
43	Washington University in St Louis – Olin Business School
44	EDHEC Business School
45	Arizona State University – W. P. Carey School of Business
46	Michigan State University – Eli Broad College of Business
47	University of Notre Dame – Mendoza College of Business
48	ESADE Business School
49	Macquarie Graduate School of Management
50	University of Pittsburgh – Katz Graduate School of Business
51	Boston University – Questrom School of Business
52	The Ohio State University – Fisher College of Business
53	Southern Methodist University – Cox School of Business
54	Hult International Business School
55	University of Cambridge – Judge Business School
56	University of California at Irvine – Paul Merage School of Business
57	Durham University – Durham University Business School
58	University of Rochester – Simon Business School
59	Western University – Ivey Business School
60	University of Wisconsin-Madison – Wisconsin School of Business
61	Henley Business School
62	Cranfield School of Management
63	Audencia Business School
64	University of Georgia – Terry College of Business
65	City University – Cass Business School
66	Pennsylvania State University – Smeal College of Business
67	University of Bath – School of Management
68	University of Maryland – Robert H Smith School of Business
69	York University – Schulich School of Business
70	University of Iowa – Henry B Tippie School of Management
71	Temple University – Fox School of Business
72	University of Strathclyde – Strathclyde Business School
73	Texas Christian University – Neeley School of Business
74	Lancaster University – Lancaster University Management School
75	University of Oxford – Saïd Business School
76	University of Birmingham – Birmingham Business School
77	University of Edinburgh Business School
78	Nanyang Technological University – Nanyang Business School
79	University of Miami – School of Business Administration
80	Grenoble Ecole de Management
81	EMLYON – EMLYON Business School
82	International University of Monaco
83	University of California at Davis – Graduate School of Management
84	University of Nottingham – Nottingham University Business School
85	Imperial College Business School
86	Purdue University – Krannert Graduate School of Management
87	Sun Yat-sen University – Sun Yat-sen Business School
88	Copenhagen Business School
89	HHL Leipzig Graduate School of Management
90	George Washington University – School of Business
91	Erasmus University – Rotterdam School of Management
92	Fordham University – Gabelli School of Business
93	Queen's University – Smith School of Business
94	Leeds University Business School
95	WHU – Otto Beisheim School of Management
96	The University of Liverpool – The University of Liverpool Management School
97	Hong Kong University of Science and Technology – HKUST Business School
98	Trinity College Dublin – School of Business
99	National University of Singapore – The NUS Business School
100	University College Dublin – Michael Smurfit Graduate School of Business

<The U.S News Graduate School Ranking>

	The U.S. News Graduate School Ranking
1	Harvard University
2	University of Pennsylvania (Wharton)
3	University of Chicago (Booth)
4	Massachusetts Institute of Technology (Sloan)
5	Northwestern University (Kellogg)
6	Stanford University
7	University of California—Berkeley (Haas)
8	Dartmouth College (Tuck)
9	Columbia University
10	Yale University
11	University of Michigan—Ann Arbor (Ross)
12	Duke University (Fuqua)
13	New York University (Stern)
14	University of Virginia (Darden)
15	University of California—Los Angeles (Anderson)
16	Cornell University (Johnson)
17	University of Texas—Austin (McCombs)
18	University of North Carolina—Chapel Hill (Kenan-Flagler)
19	Carnegie Mellon University (Tepper)
20	Emory University (Goizueta)
21	Georgetown University (McDonough)
22	Indiana University (Kelley)
23	Washington University in St. Louis (Olin)
24	University of Southern California (Marshall)
25	Arizona State University (Carey)
26	Vanderbilt University (Owen)
27	Ohio State University (Fisher)
28	University of Washington (Foster)
29	Georgia Institute of Technology (Scheller)
30	Rice University (Jones)
31	University of Notre Dame (Mendoza)
32	Temple University (Fox)
33	University of Minnesota—Twin Cities (Carlson)
34	Brigham Young University (Marriott)
35	University of Wisconsin—Madison
36	Pennsylvania State University—University Park (Smeal)
37	Michigan State University (Broad)
38	Texas A&M University—College Station (Mays)
39	University of Texas—Dallas
40	University of Florida (Hough)
41	University of Illinois—Urbana-Champaign
42	University of California—Davis
43	University of Rochester (Simon)
44	Boston College (Carroll)
45	Boston University (Questrom)
46	University of California—Irvine (Merage)
47	University of Maryland—College Park (Smith)
48	University of Georgia (Terry)
49	University of Maryland—College Park (Smith)
50	University of Arizona (Eller)
51	Purdue University—West Lafayette (Krannert)
52	Rutgers, The State University of New Jersey—Newark and New
53	Southern Methodist University (Cox)
54	University of Pittsburgh (Katz)
55	Northeastern University
56	University of Alabama (Manderson)
57	University of Tennessee—Knoxville (Haslam)
58	College of William and Mary (Mason)
59	CUNY Bernard M. Baruch College (Zicklin)
60	North Carolina State University (Jenkins)
61	University of Massachusetts—Amherst (Isenberg)
62	University of Miami
63	University of Utah (Eccles)
64	University of Iowa (Tippie)
65	Baylor University (Hankamer)
66	Iowa State University
67	Pepperdine University (Graziadio)
68	University of Connecticut
69	Babson College (Olin)
70	University of Missouri (Trulaske)
71	Texas Christian University (Neeley)
72	University of South Carolina (Moore)
73	Fordham University (Gabelli)
74	Tulane University (Freeman)
75	University at Buffalo—SUNY
76	University of Arkansas—Fayetteville (Walton)
77	Binghamton University—SUNY
78	Case Western Reserve University (Weatherhead)
79	Louisiana State University—Baton Rouge (Ourso)
80	University of Cincinnati (Lindner)
81	University of Colorado—Boulder (Leeds)
82	University of California—San Diego (Rady)
83	Auburn University (Harbert)
84	Stevens Institute of Technology
85	University of Oklahoma (Price)
86	University of Kentucky (Gatton)
87	University of Louisville
88	Drexel University (LeBow)
89	Syracuse University (Whitman)
90	Thunderbird School of Global Management
91	Rochester Institute of Technology (Saunders)
92	University at Albany—SUNY
93	DePaul University (Kellstadt)
94	University of California—Riverside (Anderson)
95	University of Houston (Bauer)

<The Forbes Ranking>

1	IMD
2	Insead
3	IE Business School
4	Cambridge (Judge)
5	SDA Bocconi
6	Oxford (Said)
7	Hong Kong
8	Mannheim
9	Erasmus (Rotterdam)
10	Cranfield
11	LancasterCity U (Cass)
12	City U
13	Imperial
14	Warwick
15	Hult
16	S P Jain
17	HEC Montreal

参考資料２：Kellogg School of Management Career Center HP イメージ図

参考資料 3:米国ビジネススクール生キャリアセンター利用状況インタビュー結果

サンプル数：10 名
インタビュー形式：電話でのインタビュー

性別	年代	国籍	ビジネススクール進学理由	キャリアパス		使用している就職サービス		
				Before	After	ジェネラルサービス	オンキャンパス	オフキャンパス
女性	30代前半	韓国	Career switcher	Construction	Real Estate	レジュメ 模擬面接	企業説明会 コーヒーチャット 面接	企業説明会
男性	20代前半	中国	Career switcher	Consumer Product	Consulting	レジュメ 模擬面接	企業説明会 コーヒーチャット 面接	企業説明会
男性	30代後半	韓国	Career switcher	Consumer Product	Consulting	レジュメ 模擬面接	企業説明会 コーヒーチャット 面接	企業説明会
女性	20代後半	インド	Career switcher	NPO	Consulting	レジュメ 模擬面接	企業説明会 コーヒーチャット 面接	企業説明会 求人案内
男性	30代前半	米国	Career switcher	Consumer Product	Laywer(Low+MBA)	レジュメ 模擬面接	企業説明会	企業説明会
女性	20代後半	タイ	Career enhancer	Accounting	Finance	-	-	-
女性	20代後半	米国	Career enhancer	Consumer Product	Consumer Product	レジュメ 模擬面接	企業説明会 コーヒーチャット 面接	企業説明会
女性	20代後半	日本	Career enhancer	Consulting	Consulting	レジュメ		企業説明会
男性	30代後半	日本	Career enhancer	Financial	Financial	-	-	-
女性	20代前半	カナダ	Career enhancer	Consulting	Consulting	レジュメ 模擬面接	企業説明会 コーヒーチャット 面接	企業説明会