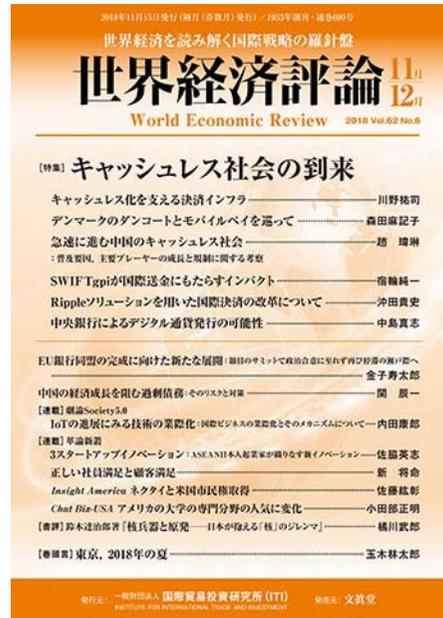


本論文は

世界経済評論 2018年11/12月号

(2018年11月発行)

掲載の記事です



世界経済評論 定期購読のご案内

年間購読料

1,320円×6冊=7,920円

6,600円

税込

17%

送料無料
OFF



定期購読
期間中

富士山マガジンサービス限定特典

※通巻682号以降

デジタル版バックナンバー 読み放題!!



世界経済評論 定期購読



☎0120-223-223

[24時間・年中無休]

お支払い方法

Webでお申込みの場合はクレジットカード・銀行振込・コンビニ払いからお選びいただけます。
お電話でお申込みの場合は銀行振込・コンビニ払いのみとなります。

Fujisan.co.jp
雑誌のオンライン書店

アメリカの大学の専門分野の人気に変化

小田部 正明

世界貿易投資の国際化が進展した1980年代以降、アメリカの大学というとビジネススクール（経営大学院：Master of Business Administration, 一般にMBA）とかロースクール（法学大学院：Juris Doctor, 一般にJD）の専門大学院が花形であった。一般に、大学を卒業してからビジネススクールでMBAを取得するためには2年かかり、ロースクールでJDを取得するには3年かかる。MBAとJDを両方取得する学生も多い。多くの法学部の大学生はそのままロースクールに進み、JDを取得するという狭き門のプログラムである。しかしビジネススクールに入るには大学卒業の条件は必要なものの、大学で経営学を専門にしている必要がなく、むしろ大学卒業後の仕事の経験を重視する。つまり、MBAの学生は大学時代に経済・経営学を専門にした学生ばかりでなく、文学、心理学、工学、化学、物理学等を専門にしていた仕事歴のある幅広い大学卒業生から成り立っている。MBA志願者の多くは、大学ばかりでなく既に色々な分野で大学院を卒業している者も多い。その為、ビジネススクールはロースクールと異なり、門の広いプログラムであると言える。また米企業の多くは経営の社内教育を提供しないことから、経営手腕を既にビジネススクールで学んできたMBA取得者を雇用するようになった。結果として、アメリカのビジネススクールの数もMBAの学生数もウナギ登りに成長してきた訳である。

その影響で、大学生の間でも経営学部の人気が著しく増加し、大学レベルでも経営学部が一番人気の高い専門になった。つまり、経営学を専門にして大学を卒業すれば、容易にビジネス関係の仕事につくことができた。しかも大学側としても、医学、化学、工学等の分野と比較すると教育・研究に多額の設備投資をしなくても授業料を簡単に

徴収することができる経営学部（ビジネススクールも含めて）がキャッシュ・カウ（Cash Cow）となり、大学運営のための資源上、必要不可欠になり益々経営学部を拡大させてしまった。その結果、経営学部で学士、修士（MBA）を取得した学生の供給過多になり、現在は経営学を専門にして卒業しても、必ずしも思ったような仕事につけない時代になってきている。アメリカ大学で花形であった経営学部・ビジネススクールに陰りが見え始めてきているのだ。

それに並行して、大学教育研究に関していくつかの新たな環境の変化が起こっている。ここでは3つの関連した大きな流れをかい摘んで紹介してみよう。

第一に、学生の質に大きな変化が起きている。現在の学生は所謂、ミレニアル世代（1980年代から2000年代初頭に生まれた人々）に属している。ミレニアル世代は、ベビーブーマー（日本の団塊の世代に匹敵する）と呼ばれる戦後1946-1964年頃生まれのアメリカ人のように大きな家を買ひ、大きな車に乗り大量消費をし「ストック富」を蓄えるような生活を好まず、むしろ友人と良質の食事をするとかエコツアーをするとか「フロー富」にお金を使い、物質的満足より精神的満足を志向する若者達である（拙著、『日本』型化するアメリカミレニアル世代の消費経済』本誌2017年、9/10月号、pp. 75-76参照）。アメリカのミレニアル世代の若者の間では、大学で私利目的の実践的な技術を身につけるよりも自己啓蒙になるような、また利他的な他人の手助けになるような分野に関心が移り始めている。その証拠の1つとして、2017年のアメリカの大学の卒業生の数を専門別に見てみると、人文科学（心理学を含める）が一番目で74万人、経営学が二番目で43万人、看護が三番目で31万人、ヘルスケア・プ

ロフェッショナルが四番目で19万人、そして生物学が五番目で15万人となっている。経営学卒業生の数は既に二番目に落ちてしまった。

第二の流れは、今まで学術研究の理論的背景は経済社会現象を合理的に説明することであったが、21世紀に入って人間の行動の非合理性の現実と重要性に目を向け始めたことである。その切っ掛けになったのは、2002年にアメリカの心理学者ダニエル・カーネマン（Daniel Kahneman）が経済学のノーベル賞を受賞したことである。これは、心理学に経済学者ばかりでなく企業の人々の注目を集め、行動経済学の発展の草分け的な出来事であった。また更に2017年にアメリカの行動経済学者リチャード・セイラー（Richard Thaler）が経済学のノーベル賞を受賞した。その結果、アメリカでは心理学の有用性にもっと関心を示すようになり、大学でも自己啓蒙に関心の高いミレニアル世代の学生が心理学やその他の文系の分野に益々関心が移ってきている。

第三の流れは、アメリカのハイテクの企業の間では、単に実践的な専門技術を持った学生だけではなく、人間の非合理性を説明できる行動心理学を専門にした大学生、また人間の非合理性をうまく観察する方法を学んだ文化人類学専門の大学生などへの関心が高まっていることである。その傾向がITやインターネット上での仕事が多くなってきている企業の間で顕著であり、またそのような仕事への俸給が経営学卒業の学生よりも高くなってきていることも指摘しておこう。

アメリカでは学問の研究は世界最先端を行っている。またアメリカも日本も同じようなミレニア

ル世代の若者が今後の社会を担っていくことになる。もしアメリカの企業での雇用トレンドも同じようにその先端を行っているとしたら、日本でも合理的・技術的な経営教育から人間の非合理性に対する観察・洞察力をつけるようなソフトな学問（心理学、文化人類学）といったものが同じように重要視されるようになることだろう。

この3つの変遷が起こっているアメリカの大学での状況を踏まえて、日本の大学での経営教育に関して私の感想を記してみよう。日本の著名な大学での経営学研究が、かなり遅れてアメリカ型化してきているのがうかがえる。つまり、合理的な理論をもとに、定量的データを多変量統計分析手法を使って実証研究する方法である。ところがこのアメリカの大学の経営研究者はこのような実証研究方法の限界を既に認識し始めている。むしろいくつかの事例を使って、定量化できないような（必ずしも合理的でもないような）経営者、消費者の行動を深く研究するケースベースの文化人類学的方法に関心が高まっている。私から見れば、アメリカの研究方法がむしろかつての日本型の研究方法に近づいてきているように見える。日本の経営研究では以前神戸大学に在籍した石井淳蔵先生（マーケティング模索論）とか一橋名誉教授の野中郁次郎先生（知識経営学）が事例をもとに経営の理論づくりに貢献してきている。日本の若い経営学研究者に、その日本特有の研究方法の良さを忘れてもらいたくない。

こたべ・まさあき テンプル大学フォックス経営大学院教授