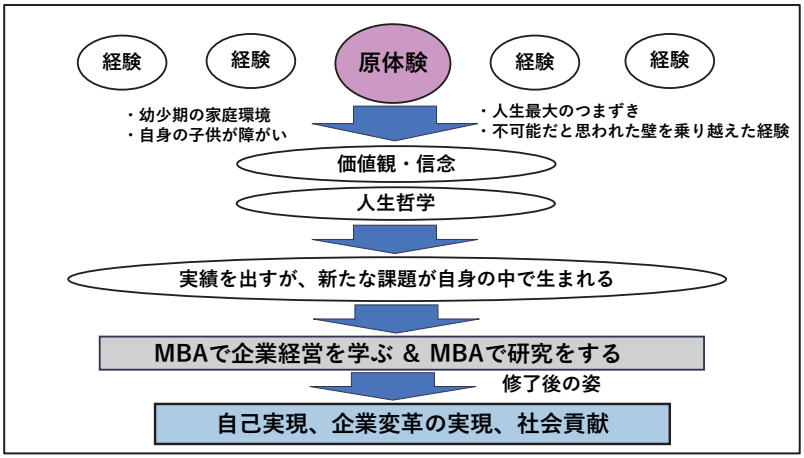
2　志望理由書・研究計画書作成時に必要な自己分析の考え方



志望理由書・研究計画書作成の出発点となるのが「原体験」である。価値観、信念など人が持つ人生観は生まれながらにして備わっているものではない。後天的な要素が強く、いろいろな経験を通じて徐々に形成されていく。人の人生に強く影響を及ぼした体験のうち最も古くその人を形作るきっかけになった体験を「原体験」という。この原体験は、その人の生き方に大きな影響を与え、その後の人生にまで影響が及ぶと言われている。原体験は人の思想や考えの原点となる思想を指す言葉で、一般的には幼少期の体験を指すが、歳を重ねてからある体験をきっかけに新しい思想に目覚めたり人生を見つめなおしたりした場合は、その体験が原体験に当たる。MBA 受験の場合は、目的が経営学を学ぶことなので、社会人になってからの経験が原体験になる場合が多い。

志望理由書・研究計画書作成の際には、経営学を学んだり研究したりすることの必要性を感じた原体験を振り返ることが必要である。幼少期の原体験には、貧しい家庭環境で育った、自身の子供が障がいを持って生まれたなどがある。大学生や社会人になってからの経験としては、人生最大のつまずきでもいいし、不可能だと思われた壁を乗り越えた経験でもいいし、起業した会社を清算することになってしまった経験でもかまわない。

このような原体験があると、原体験をもとにした価値観や信念が形成される。これが人生哲学といえるレベルまで高まると、ブレのない一貫した姿勢が形成される。人生哲学に基づいて仕事や学業を行うことによって、そうでない人と比較

すると、大きな成果を出すことができる。しかし、人生哲学に基づいて仕事や学業をおこなっている人は、成果を出しても満足することはない。現状からさらに課題を見出し、その課題解決に乗り出すことになる。

この課題解決の手段の１つがMBAである。企業経営に関することを学んだり研究したりすることが課題解決につながるから、MBAに進学するということである。修了後は、MBAでの学びを活かして、課題解決に乗り出すと同時に、自己実現や社会貢献などより高次の欲求を満たす人生のステージに移行する。

志望理由書・研究計画書作成時に必要な自己分析の考え方は、「原体験」→「価値観、信念」「人生哲学」→「成果と今後の課題」→「MBA進学」→「修了後の生き方」というステップで、自身の過去から将来までの流れを整理することである。特に、社会人としての実務上の原体験が基になって価値観や信念が形成され、その価値観等によって実務上の成果をあげてきた経験は大きな武器になる。

MBAの志望理由書や研究計画書では、過去の仕事（学業）での実績、志望動機、修了後のキャリア計画についての記述を求められているが、上記についての自己分析をおこなっておけば問題なく作成できる。

結局、志望理由書や研究計画書で求められているのは、「受験者の原体験から生まれた人生哲学（価値観、信念）は何か、その人生哲学でどのような生き方をしようと考えているか」という点である。これに大学院側が共感し、人材としての価値を認めてくれたならば合格し、そうでなければ不合格になる、ということである。

過去の受講生を見ていると、上記を理解しておらず、「志望理由で書かなければならない必須の事項は何か」「その大学院を志望した理由として書かなければならない必須の事項は何か」といった表面的な点を気にする方が多い。このように大学院側のウケを狙うような忖度の姿勢は必要ない。繰り返しだが、「受験者の原体験から生まれた人生哲学（価値観、信念）は何か、その人生哲学でどのような生き方をしようと考えているか」を考えればいいのである。

ただ、新卒でMBAを受験する方や、社会人でも20代半ばで受験する方は、人生哲学の形成までに至っていない方もいる。このような若い方で人生哲学の形成ができていない場合は、筆記試験の出来であったり、大学時代に勉強した内容だったり、有名大学卒や有名企業所属といった点が人生哲学に代わる評価基準になることがある。実際、有名大学の学生で、大学時代に充実した学びをしてきた方の中には、人生哲学と呼べるようなものを持っていなくとも合格している方はいる。

⑴　原体験がベースとなった価値観や哲学を持つ人に共通のキャリア

ア　複数の業務、複数の部署の経験

営業部門と生産部門、マーケティングと物流管理など複数業務、複数職務

を経験すると、事業の一部の機能や工程からの見方ではなく、事業全体を見る目を養うことができる。そのため、現所属企業において、自身の価値観や哲学を実現できるかどうかを見極める目を持てる。

イ　自分の責任で意思決定せざるを得ないポジションの経験

新規ビジネスのリーダーや新組織の立ち上げの責任者などにアサインされると、自分の責任で意思決定せざるを得ない。反対意見を持つ人の説得や経営幹部との調整が求められ、リーダーとして組織を動かすノウハウ、メンバーを動機付けることの大切さを実感する。この経験が、リーダーとしての素養を伸ばし、大きな実績の達成につながる。

ウ　社外環境（出向、お客様サイド）での職務経験

子会社への出向やお客様とのジョイントベンチャーへ参加すると、既存の考えや文化とは異なる人々と、自分の価値観や哲学を理解してもらうために対話し、合意形成を図っていくコミュニケーション力、リーダーシップが必要となる。ゼロからの状態で自分の価値観や哲学を理解させ浸透させる経験は大きな実績を生み出す力を持つ。

エ　改革プロジェクトのメンバーとしての参画経験

社内改革プロジェクトや組織横断プロジェクトに参画すると、改革を進めるための社内政治力学を嫌でも実感する。改革プロジェクトを進めるにあたって、誰の了解をどう取っておくべきか、どのような順序で社内をまとめていくのがよいのかを実体験として理解できる。この経験が原体験になると、将来の改革者としての成功が見えてくる。

このような経験をすることになったキッカケには、会社から抜擢されたケースと、社内公募制などで自分から手を上げて選ばれたケースがある。後者の場合は、心理的安全性が欠ける環境に嫌気がさして、そこから抜け出すために社内公募に応募した方が多い。また、心理的安全性が欠けることに嫌気がさして転職をし、外資系企業やベンチャー企業に入社したために、いきなり上記の経験をすることになった方も多くいる。国内 MBA 受験生は、職場における心理的安全性の欠如、待遇の公正性の欠如などを経験している人が多い。

以上のように、第三者ではなく、当事者として真剣に取り組んだ経験が、価値観や哲学を形成・強化し、結果としてブレない姿勢を持つようになり、大きな実績につながる。国内 MBA 受験では、当事者として取り組んだ経験がなく、単に自分の頭の中で考えているだけの人の評価は低くなる。頭で考えると同時