

平成 22 年度 経済産業省委託事業

平成 22 年度
「産業技術人材育成支援事業
(起業家人材育成事業)」
報 告 書

平成 23 年 3 月
株式会社大和総研

目次

1.	事業目的	1
2.	各プログラムの要旨	2
3.	「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」の運営と会員募集	5
3.1	「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」の運営	5
3.2	「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」の会員募集と実績	6
3.3	総合情報ウェブサイト「起業家教育ひろば」の運営実績	8
3.4	アドバイザーボード会合	10
4.	大学・大学院起業家教育講座データベース、アンケート集計結果	17
4.1	アンケート調査の実施概要及び回答実績	17
4.2	調査結果	18
5.	全国フォーラム・研修の開催	26
5.1	全国フォーラムの実施概要	26
5.2	ケース教授法セミナー概要	32
5.3	関西地域での起業家教育の発展に向けての座談会	38
5.4	起業家教育ケース教授法セミナー	40
6.	モデル講座育成プログラム	43
6.1	モデル講座育成プログラムの目的	43
6.2	実施概要	43
7.	先進校の授業見学会の開催	51
7.1	全体概要及び実績	51
7.2	各見学会の実施概要	52
7.3	授業見学会による成果	54
8.	ベストプラクティスの拡充及び発信	55
8.1	ベストプラクティス事例集の作成	55
9.	外部講師活用促進プログラム	57
9.1	外部講師活用促進プログラムの目的	57
9.2	実施概要	57
9.3	平成 22 年度の派遣実績	59
9.4	利用者アンケート結果	60
10.	ベンチャー企業へのインターンシップの推進	62
10.1	インターンシップ事例集の作成	62
11.	教材ケースの収集	63
11.1	教材・ケースプログラムの目的	63
11.2	実施概要 ケースの収集	63
11.3	実施概要 ケースの作成	69
12.	当事業以外の起業家教育に関するイベント等の情報共有、連携	70
13.	提言	71
13.1	起業家教育の普及に向けた提言	71

1. 事業目的

我が国産業のイノベーションを促進し、日本経済全体の成長と活性化を図るためには、新しい技術やビジネスモデルを有し、大きなビジネスリスクをとって新規事業に挑戦するベンチャー企業の創出・成長が不可欠である。創業を志す起業家なくして、ベンチャー企業は生まれない。特に創業初期においては、ベンチャー企業はすなわち創業者そのものであり、起業家人材がその後のベンチャー企業の誕生・成長の最大の鍵である。

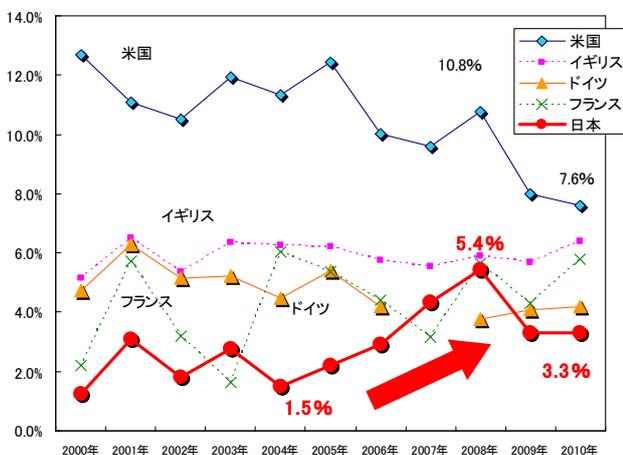
米国等比べて、ライフスタイルの一つとして起業が一般的ではない日本においては、現実に職業を選択する一歩手前の段階である高等教育の時期において、将来、「起業家」という選択肢が存在し、そのライフスタイルを選択するためにはどのような能力・準備が必要かということ学ぶ意義は大きく、これは潜在的な起業家の育成に繋がると考えられる。

また、起業家教育で学ぶ「新規事業の立ち上げ」にまつわる知識・能力・疑似体験は、決して起業するときだけに利用されるものではなく、あらゆる職業において「新規事業の立ち上げ」に従事する際に必要となるものである。また、起業家教育を通じて「新規事業立ち上げ」と「アントレプレナーシップ」（起業家精神）を一般教養として学ぶことも有益である。

その一方で、起業家教育・アントレプレナーシップ教育の受講者は、全学生数に比すれば少数に止まっている。また、全国規模で情報交換を行うような団体や組織は存在せず、他の大学・大学院での手法や情報等の共有がされにくい状況となっている。さらに、起業家教育を充実させるには、知識や理論等の学問的教育に加えて、産業界からの外部講師による講義や、ベンチャー企業へのインターンシップなど実践的教育が欠かせないが、このような取組を導入している大学・大学院は多くない。

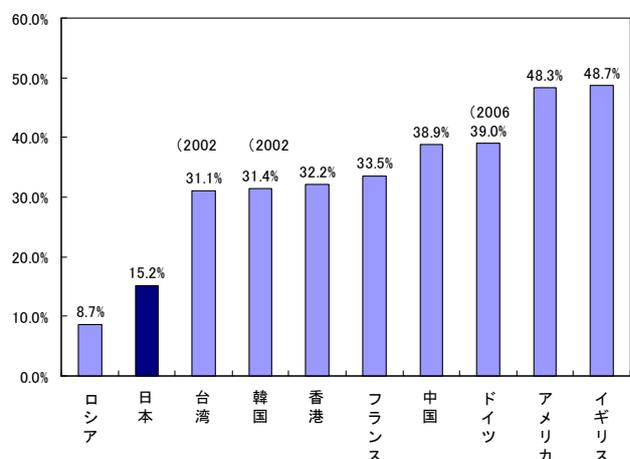
本事業は、そうした現状を打破するため、大学・大学院のネットワーク化を図り、教授法や教材の情報共有を図るだけでなく、大学・大学院と産業界（ベンチャー企業等）とを連携させて、実践的な起業家教育の充実を図るため、平成 21 年度より実施している。

図表 1 起業家活動指数



出所：Global Entrepreneurship Monitor 2010

図表 2 18-64 歳人口に占める起業スキルがあると考えている人の割合



出所：ベンチャー企業の創出・成長に関する研究会最終報告書 2008 年 4 月

2. 各プログラムの要旨

■「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」会員募集と実績

平成 23 年 3 月 31 日現在の会員総数は 719 名である。このうち、大学・大学院の教職員は 329 名で全体の 45.8%を占めている。

また、総合情報ウェブサイト「起業家教育ひろば」の運営を継続し、ネットワークの活動や、起業家教育に関わる有益な情報を広く一般に公開した。そして、同サイトを窓口として会員を募集し、会員に向けて各種プログラムのサービスを提供した。

■大学・大学院起業家教育講座データベースの作成・アンケート結果の集計

全国の大学・大学院 767 校（送付先：主に教務部）に起業家教育に関するアンケート調査を実施した結果、588 校から回答が得られた。アンケート調査の結果から、全国の大学・大学院 261 校にて、1,141 講座の起業家教育講座が実施されていることが分かった。実施校数で見れば、過去 10 年で 2 倍、講座数で見れば、3.5 倍に達している。

■全国フォーラム・関西座談会・ケース教授法セミナー（全 2 回）の開催

本事業の集大成として実施した「全国フォーラム～次代を担うベンチャー精神を学生の心に～」（平成 22 年 11 月 14 日（日）開催）には、85 名（内、大学教員 42 名）が参加した。フォーラムを起業家教育の対象・属性別に 3 部構成に分け、それぞれ 2 つの大学（大学院）での取組を取り上げ、各大学の教授が教育内容や教授手法について講演を行った。また、それぞれ講演の後には、起業家教育に十分な見識のあるモデレーターを招いてディスカッションを催し、起業家教育の実践や効用などについて活発な議論が行われた。

今年度の事業は地域展開についても注力する方針であった。そのため、首都圏地域以外での起業家教育についての実情を把握するために「関西地域での起業家教育の発展に向けた座談会（略称：関西座談会）」を平成 22 年 10 月 4 日（月）に関西学院大学梅田キャンパスにて開催した。関西地域において起業家教育に従事する 6 大学の教員を招き、忌憚のない意見交換が行われた。その模様はウェブサイト「起業家教育ひろば」にもアップされた。

また、ケース・教材ワーキンググループの事業の一環として以下の 2 つのイベントを開催した。

一つは「バイグレイブ名誉教授によるケース教授法セミナー」（平成 22 年 9 月 26 日（日））を開催。アメリカの起業家教育のメッカであるバブソン大学で長らく起業家教育に従事されており、起業家教育の泰斗とみなされているウィリアム D.バイグレイブ名誉教授により、バブソン大学で使われているケースを基に模擬講義が行われた。模擬講義の後には、バイグレイブ教授と会場の参加者を交えて教授法に関するディスカッションを行った。セミナーは、事前に英文のケースを読んでくる必要がある本格的なものであったが、多数の申し込みがあり、54 名（うち大学教員は 37 名）が参加した。

さらに「起業家教育ケース教授法セミナー」（平成 22 年 2 月 15 日（火））を開催した。起業家教育にケースをいかに活用していくか、実際の日本での教授事例を基に 2 事例の講演があり、その後「ケースを用いてアントレプレナーシップを普及させるためには」というテーマでケースについて十分な見識を持つ大学の教員を招き、ディスカッションを行った。申込多数のため、途中で申込を締め切らざるを得なかったが、95 名が参加（うち大学の教員は 55 名）、参加者の関心の

高さをうかがわせた。

■モデル講座育成プログラム

平成 22 年度のプログラムとして、全国の大学・大学院で実施される起業家教育講座から、主に前期授業を中心として 4 月に 5 講座、主に後期授業を中心として 7 月に 5 講座をモデル講座として指定した。うち、4 講座については、前述の授業見学会を実施し、本ネットワーク会員が各講義の運営方法や教授法、使用教材等について触れる機会を設けた。また、講義で使用した教材や資料については、「起業家教育ひろば」にて公開している。

■先進校の授業見学会の開催

平成 22 年度に選定されたモデル講座を中心に、会員を対象として、授業見学会を 4 回開催した。昨年ほどの回数ではないが、地域展開に注力する今年の方針を踏まえて、主に地域の大学を中心に対象校を選択した。昨年の傾向から首都圏以外の大学では、見学者数が落ち込む傾向にあることを鑑み、会員データやアンケートで地方の起業家教育従事者に積極的に周知し、一定の成果を収めた。参加者は、延べ 28 名で、そのうち大学の教職員は 17 名であった。授業後の担当教員による質疑応答はおおむね活発で、非常に有意義だったとの声が聞かれた。講義時間中、もしくは終了後には、担当教員への質疑応答、ディスカッションの時間を設けることで、起業家教育における課題や有効な教授法について意見交換の機会を提供することができた。

■ベストプラクティス事例集の編集・発行

定量的なアンケート結果を補完するべく、「起業家教育ベストプラクティス事例集」の更新を企図。まずは平成 21 年度のモデル講座に採択された 4 講座を元にパンフレットを作成し、全国フォーラムにて配布した。その後 40 頁の本編を作成。第 1 章は上記 4 講座を含む平成 21 年度にモデル講座として採択された 10 講座、第 2 章は起業家教育のために設けられている 7 コース、第 3 章は起業家教育を受けて起業した 3 人の起業家に焦点を当てた。3 人の起業家についてはインタビューを行い、各大学での起業家教育の実情をより定性的に分かりやすいものとするべく努めた。事例集はウェブサイトへアップすると共に、印刷物として刊行、会員や大学関係者に送付した。

■外部講師活用促進プログラム

本ワーキンググループ委員及びアドバイザーボード委員の推薦により、創業者や経営者、その他起業に関連する専門家 70 余名を外部講師として登録し、講師のプロフィール等を「起業家教育ひろば」に掲載し、自由に閲覧・検索できるようにした。

平成 22 年度の実績としては、40 件の申し込みがあり、38 件が成約に至った。

■ベンチャー企業へのインターンシップの推進

ベンチャー企業へのインターンシップを推進すべく、社団法人関東ニュービジネス協議会（関東 NBC）及び NPO 法人 ETIC の協力の下、「起業家教育インターンシップ事例集」を作成した。構成は 2 部に分かれ、関東 NBC は 3 つの企業でのインターンシップ事例を提供、また関東 NBC 自体の大学との取組をコラムとして紹介した。また ETIC から主に地域でのインターンシップ事例の提供を受け、それぞれ仙台市、三重県、横浜市での学生インターンの模様を掲載し、また全

国ベースで行っている「チャレンジ・コミュニティ・プロジェクト」の紹介を行った。完成後はウェブサイトアップすると共に、印刷物として刊行、会員や大学関係者に送付した。

■教材・ケースの収集・作成

ワーキンググループ委員及びアドバイザーボード委員より推薦された教材及びケースを、平成 21 年度に引き続き「起業家教育ひろば」を通じて合計 12 件紹介した。推薦された教材は 1 件、ケースは 11 件、また外部団体（日本ケースセンター）が紹介するケースは 5 件であった。

平成 22 年度は、新規事業として、ケース作成の補助を行った。具体的には、アドバイザーボード委員等の推薦を受けた教員等が、5 社のケースと「ケース作成の手引き」、「ティーチングノート」を作成し、その成果物をウェブサイトアップした。

■ビジネスプラン・コンテストの情報提供

各ビジネスプラン・コンテスト事務局から開催されるビジネスプラン・コンテストについての情報提供を受け、平成 22 年度 第 9 回学生起業家選手権（東京都主催）等、平成 22 年度は 9 件の案内を行った。また、連携プログラム・その他イベントとして、第 3 回「Technological Entrepreneurship Workshop」等、平成 22 年度は 10 件の案内を行い、一部はメールマガジンや、当ネットワークのイベントなどでも周知を図った。

3. 「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」の運営と会員募集

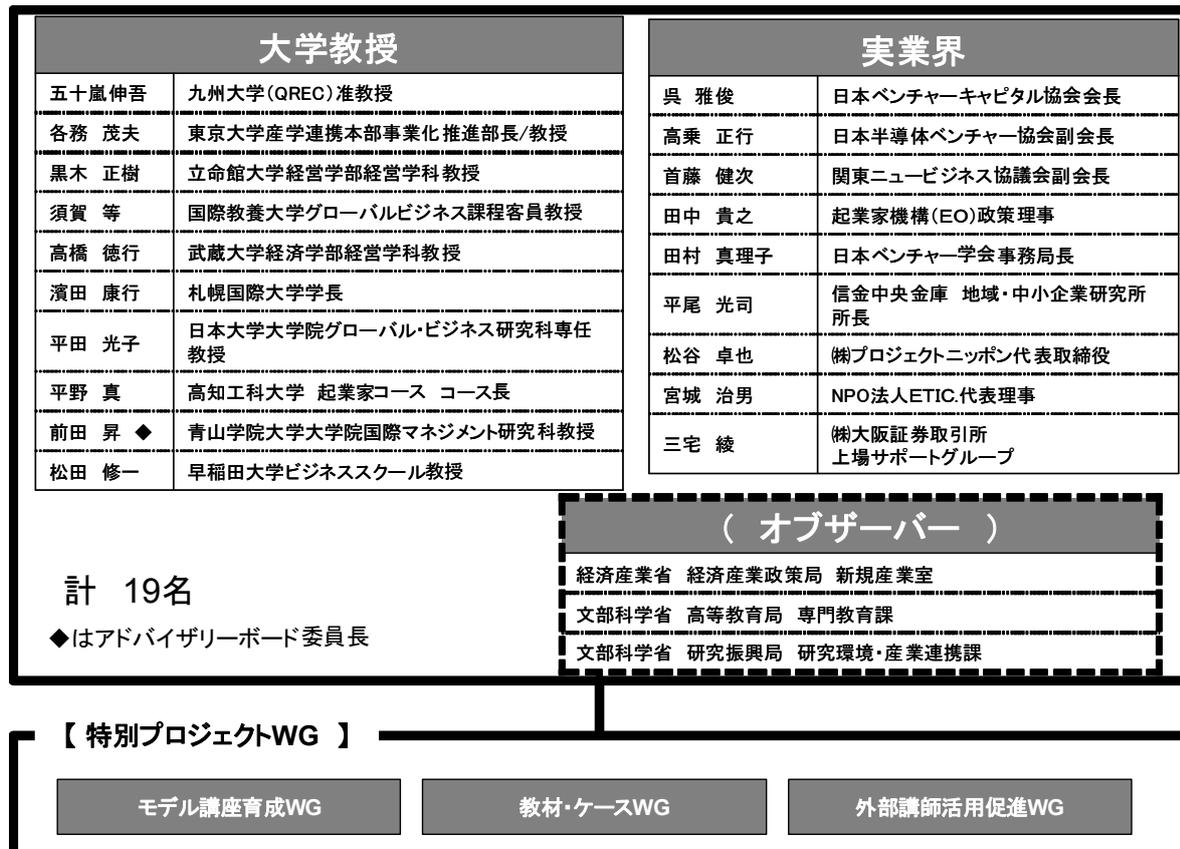
3.1 「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」の運営

起業家教育・アントレプレナーシップ教育の講座普及と教育内容の充実を目的に、起業家教育・アントレプレナーシップ教育にかかわる教員、外部講師、産学連携活動で起業家教育に関係している方、インターンシップに協力するベンチャー企業関係者、ベンチャーキャピタリスト等によるコミュニティ「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」を引き続き運営した。

ネットワークの運営に当たっては、図表3の起業家教育に関わる有識者19名によるアドバイザリーボードを発足させ、加えて、モデル講座育成、教材・ケース、外部講師活用促進の3つのワーキンググループ(WG)(メンバーは一部を除きアドバイザリーボード委員が兼任)を設け、その知見をネットワークの活動に反映させた。

また、総合情報ウェブサイト「起業家教育ひろば」を開設し、ネットワークの活動や、起業家教育に関わる有益な情報を広く一般に公開した。そして、同サイトを窓口として会員を募集し、会員に向けて3.2以下に挙げる各種プログラムのサービスを提供した。

図表 3 アドバイザリーボード体制図



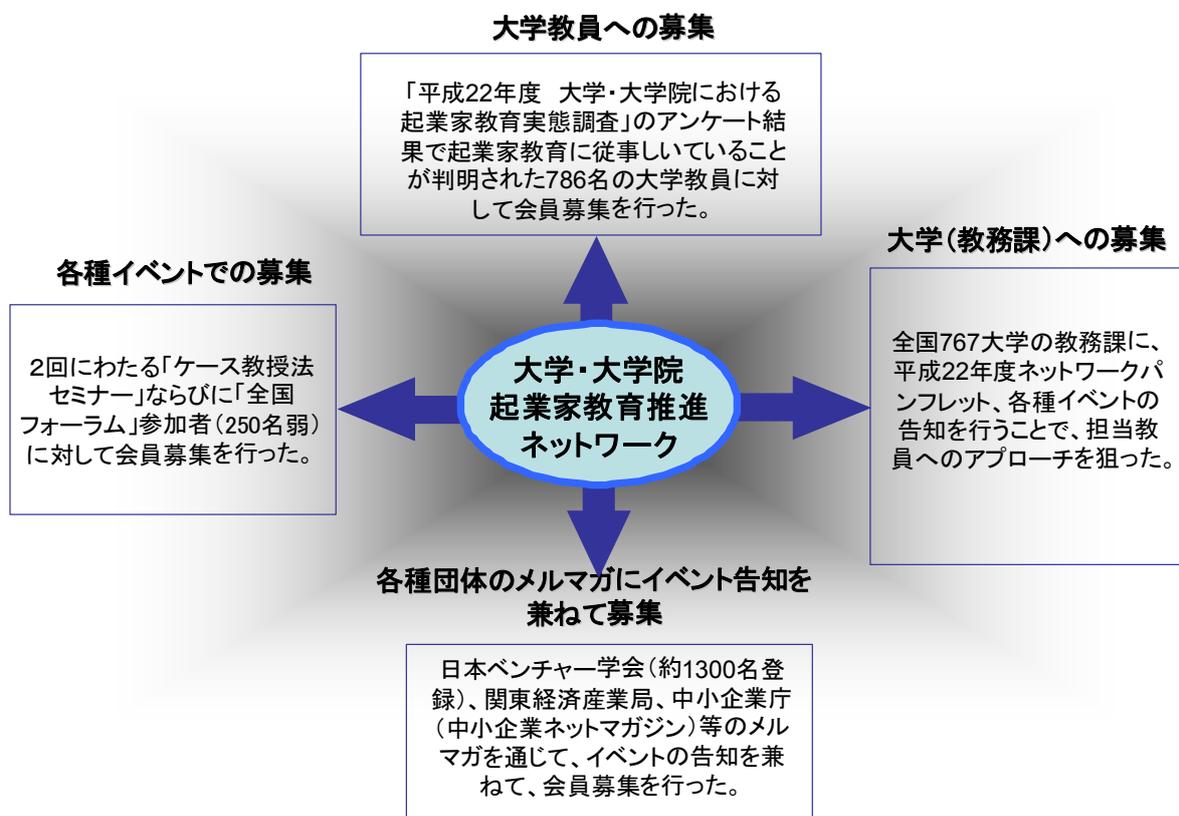
3.2 「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」の会員募集と実績

平成 21 年 7 月よりオープンした総合情報ウェブサイト「起業家教育ひろば」で引き続き会員募集を行った。

本年度は主にアンケート回答者を中心に案内を行い、結果 200 名弱の会員拡充に成功した。具体的には、平成 22 年度大学・大学院起業家教育実態調査において起業家教育に従事していると回答のあった 786 名の科目担当教員向けに、大学宛にネットワークパンフレットを送付し、会員の拡充を図った。

また、後述する「バイグレイブ名誉教授によるケース教授法セミナー」、「全国フォーラム～次代を担うベンチャー精神を学生の心に～」、「起業家教育ケース教授法セミナー」においても、配布資料の中に入会申込書を同封し、入会の呼びかけを行った。

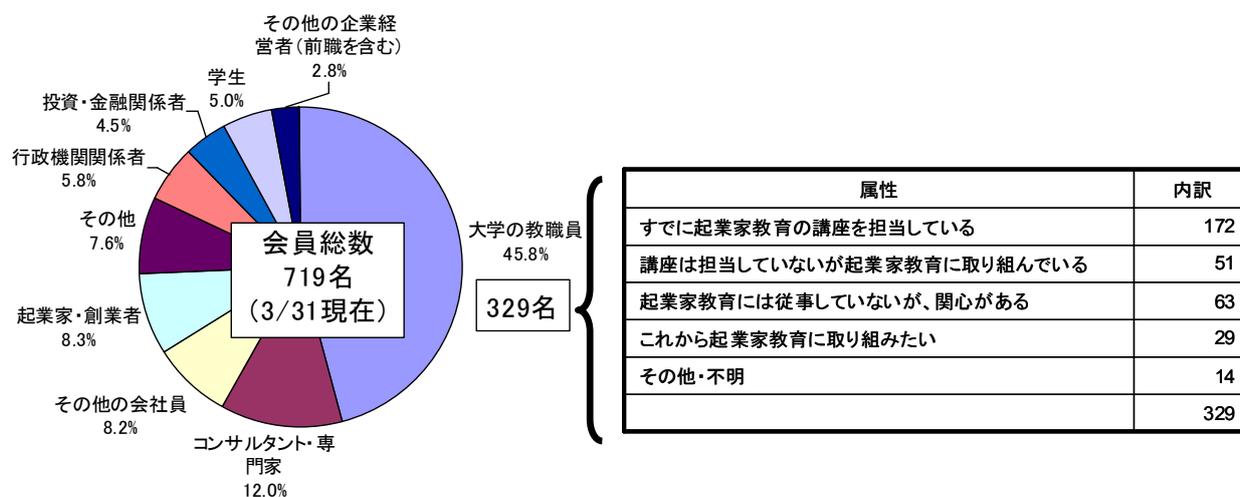
図表 4 会員募集の告知方法



平成 23 年 3 月 31 日現在の会員総数は 719 名である。このうち、会員として重視すべき「大学の教職員」は 329 名で、全体の 45.8%を占めている (図表 5)。

地域別にみた場合は、関東が 453 名と全体の 64%を占め、東京近郊に集中している。関東以外では、近畿 83 名、中部 67 名が多く、エリア内の大学数も反映されているといえる (図表 6)。

図表 5 会員構成（属性別） 平成 23 年 3 月 31 日現在



図表 6 会員構成（地域別） 平成 23 年 3 月 31 日現在

地域	人数(名)	構成比
北海道	22	3%
東北	24	3%
関東	453	63%
中部	67	9%
近畿	83	12%
中国	16	2%
四国	11	2%
九州	36	5%
沖縄	5	0.7%
海外	2	0.3%
計	719	100%

(地域区分は経産局分類による)

3.3 総合情報ウェブサイト「起業家教育ひろば」の運営実績

「起業家教育ひろば」でのアクセス状況は図表7に示すとおりである。累積総ページビューは、361,762PV（平成21年5月～平成23年3月）となった。参考までに、昨年同時期の累積総ページビューは163,580PV（平成21年5月～平成22年3月）で、一年で約20万PVを獲得したことになる。

ホームページリニューアルやモデル講座（平成22年度後期）の始まった4月、起業家教育実態調査を開始した6月、大学・大学院起業家教育データベースを開設した12月等にとりわけアクセス数が増えている。開設以来、日次ユニークユーザー数（そのサイトにこれまでに初めて訪れるPCのIPアドレスの数÷ユーザーの数）は緩やかながら右肩上がり、認知度が向上しつつある。

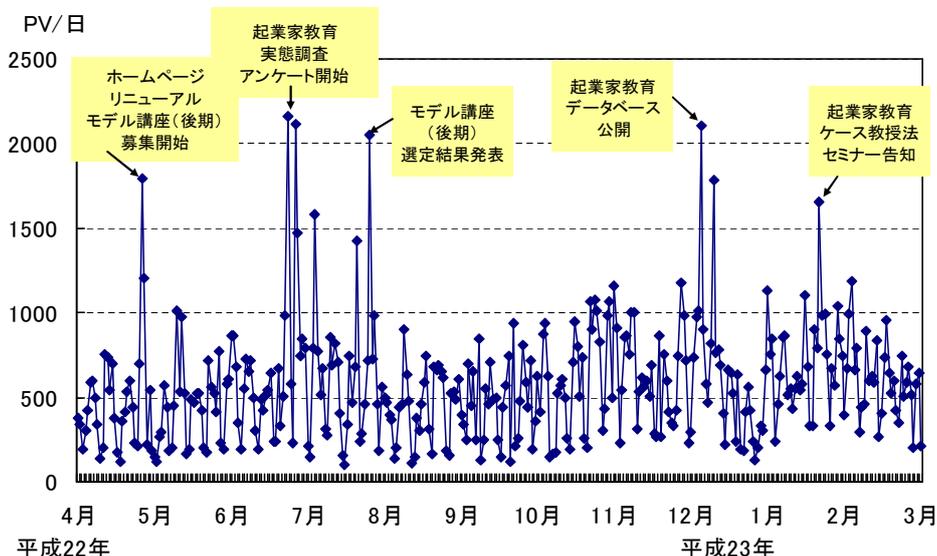
アクセス数が多かった順に、外部講師活用促進プログラム、起業家教育データベース（大学検索、トップページ）、モデル講座（平成22年度後期）、ビジネスプラン・コンテストと続いている（トップページは除く）。データベース要素の強いものが上位にきている。

図表7 総合情報ウェブサイト「起業家教育ひろば」

■ リニューアル後のホームページトップ

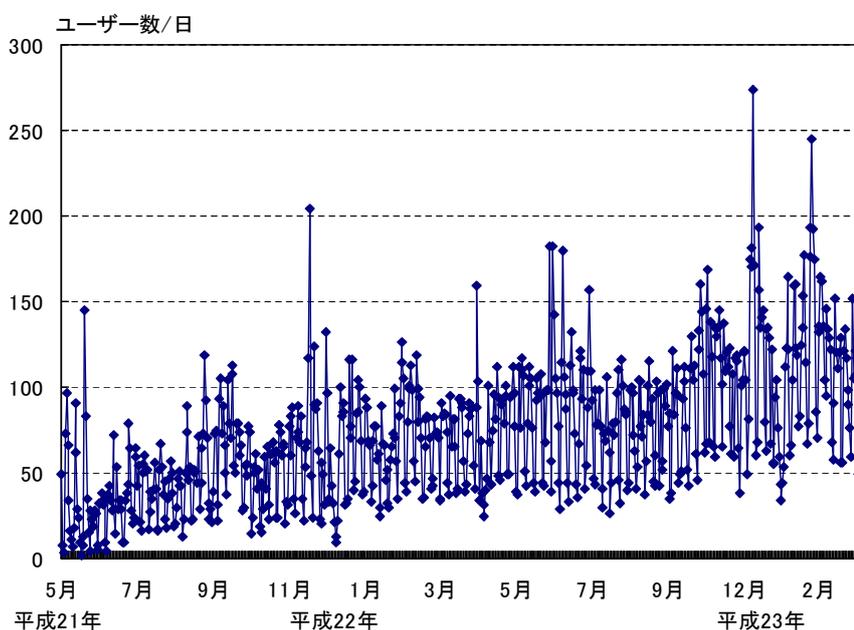


■ 日次ページビューの推移（平成22年度のみ）



■ 日次ユニークユーザー数の推移（開設より）

開設から今までのユニークユーザー（≒重複除いた訪問者数）36,056名
（昨年度同時期は11,084名）



■ 累積総ページビュー数ランキング（開設より）

（サブドメインは含まない）

	コンテンツ	累積PV
1	トップページ	41,794
2	外部講師活用促進プログラム	10,269
3	起業家教育データベース(大学検索)	9,549
4	起業家教育データベース(トップページ)	8,934
5	モデル講座(平成22年度後期)	7,856
6	ビジネスプラン・コンテスト	6,906
7	ケース・教材	6,871
8	起業家教育推進ネットワークについて	6,449
9	起業家教育データベース(外部講師検	5,494
10	全国フォーラム案内ページ	4,841
10位までの合計		108,963

3.4 アドバイザリーボード会合

アドバイザリーボード会合は、平成22年6月、10月、平成23年2月の計3回実施された（図表8）。第1回会合では、平成22年度の事業の計画概要と、本ネットワークを充実させて起業家教育の普及を進めるための討議を行った。第2回会合では、平成22年度事業の進捗状況と起業家を取り巻く最新トピックスを紹介した後に、起業家教育の普及に今求められるものを本アドバイザリーボードとして具体的な提言にまとめるための討議を行った。第3回会合では、アメリカの起業家支援財団カウフマン財団の「カウフマン・フェローズ・プログラム」の紹介の後に、2年次に渡る各ワーキンググループの報告とその他各種事業の結果報告を行った。その後本ネットワークの自立化と事業概要について説明があり、最後に起業家教育の普及に向けた提言として、3つの議題を中心に討議を行った。

図表 8 アドバイザリーボード会合（全3回）の審議項目

第1回会合 審議項目 （平成22年6月3日）	第2回会合 審議項目 （平成22年10月26日）	第3回会合 審議項目 （平成23年2月15日）
<ol style="list-style-type: none"> 1. 開会挨拶（経済産業省） 2. 平成22年度事業の概要 3. 新任委員の挨拶 4. 討議「ネットワークを充実させて起業家教育の普及を進めるには」 5. 閉会 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開会 2. 平成22年度事業の進捗報告 イベント報告 参1. 起業家教育ケース教授法セミナー 参2. 関西地域での起業家教育の発展に向けた座談会 3. 起業家を取り巻く最新トピックス (1) 新JASDAQ市場について (2) 九州大学アントレプレナーシップ・センターについて 4. 討議「起業家教育の普及に今求められるもの～具体的な提言に向けて」 5. 閉会 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開会 2. 報告「カウフマン・フェローズ・プログラムの活動について」 3. 平成22年度事業の成果報告 (1) モデル講座 ワーキンググループ 報告 (2) 外部講師招聘 ワーキンググループ 報告 (3) 教材・ケース ワーキンググループ 報告 (4) その他の事業に関する報告 4. 本ネットワーク自立化に向けた体制と事業概要について 5. 討議「起業家教育の普及に向けた提言」 (1) 起業家教育のすそ野をさらに広げるには (2) 起業家教育受講生（社会起業を含む）をレベルアップさせるには (3) 世界水準で活躍する起業家を輩出するには 6. 閉会

3.4.1 アドバイザリーボード第1回会合

日時	平成22年6月3日(木)15:30～17:30
場所	グラントウキョウ ノースタワー25階 セミナールーム
出席者 敬省略 五十音順	<p>【委員長】前田昇(青山学院大学)</p> <p>【委員】各務茂夫(東京大学)、黒木正樹(立命館大学)、呉雅俊(日本ベンチャーキャピタル協会)、高乗正行(日本半導体ベンチャー協会)、首藤健次(関東ニュービジネス協議会)、須賀等(国際教養大学)、高橋徳行(武蔵大学)、田中貴之(Entrepreneurs' Organization)、田村真理子(日本ベンチャー学会)、濱田康行(札幌国際大学)、平尾光司(信金中央金庫)、平田光子(日本大学)、平野真(高知工科大学)、松田修一(早稲田大学)、松谷卓也(プロジェクトニッポン)、【代理】伊藤淳司(ETIC.)、三宅綾(大阪証券取引所)</p> <p>【オブザーバー】小林浩(リクルート「カレッジマネジメント」)、神田忠雄(文部科学省)、八尋俊英(経済産業省)、北村敦司(同)</p> <p>【事務局】岡村公司(大和総研)、水上貴史(同)</p>

【主な討議内容】

(起業家教育の普及に向けた大学からの視点)

- 社会人大学院の起業家教育では、40代前後の管理職の意識を変えること、新たな挑戦に向かわせることなどを念頭に置いている。彼らは情報収集がとてもうまいが、一歩踏み出す動機付けには工夫が必要である。世界の競争に勝つためには、知力に加え、気力、体力が必要と考えている。また、技術とファイナンスを両輪で結ぶ教育が重要だ。技術者がマネジメントの仕組みを十分に理解すれば、ファイナンスの専門家に間違った方向に誘導される可能性が低くなる。
- 優秀な意識の高い学生の中には、本気でベンチャー経営のキャリアを考える者も少数ながら出始めているのを感じる。学生全体を対象とした教育も大切だが、やる気があり能力の高い学生に対して、自分で道を切り開き、成功するまでの実績作りを支援していくことも重要だろう。こうした成功事例が増えれば、さらに多くの学生全体の意識が変わるきっかけにもなると考える。
- 起業家教育において、押し並べて「底上げ」をするという発想は持っていない。ベンチャー企業を立ち上げることがその最優先事項ではないと考えている。起業に興味のある学生がいれば、それを支援するという意識でいる。新しい時代において日本のアントレプレナーが我々の日常を変えたという事実があるにもかかわらず、あまり尊敬されていないのが現状であろう。例えば、成功した起業家の事例集を作成し、小学校等に配る取組をしてはどうか。「カッコいい」ロールモデル(模範となる人物)に憧れて、学生自らが挑戦するきっかけになることも想定される。
- 企業での勤務経験や起業経験を踏まえ、学生には、「手と足と口を同時に動かすことができないと起業はできない」と教えてきた。学部生を対象にする場合には、卒業後すぐに起業ということではなく、いざというときに自分なりの生き方が考えられる人間を育成することが大切ではないか。起業することだけが起業家教育の成果ではないと考えている。
- OECD(経済協力開発機構)やAHELO(高等教育における学習成果の評価)の議論の中で、海外からの参加者が米国や英国などでは生涯にわたり10回以上職を変えると聞いた。それがいい

ことかどうかは別としても、学生時代から、身近に起業家・社会人の姿を見ることは大切である。

(起業家教育の普及に向けたベンチャー企業等からの視点)

● 関東 NBC (関東ニュービジネス協議会) が開催している経営者との交流会「寺子屋会議」に参加している学生に対するアンケートでは、「起業したい」と答える学生の割合は 15 年前の 12% から、全体として徐々に増えてきている。

● 新たなものを作る喜びが起業の動機になることが重要である。そうでなければ成功しないし、起業が定着せずロールモデルが生まれにくい。自らの責任で何ができるかを考え、自立した人材を育成することが重要だ。成功している起業家との交流などを通じて、教育の場で、「カッコいい」、「自分にも手が届く」と学生に思わせることが起業の動機につながると考えられる。

● 若者全体の意識を変えることや啓蒙することが重要である一方で、起業家になる素質のある学生に特化した教育も必要ではないか。起業して成功することは難しく、実際に成功者は限られる。能力やチャンスがある限られた人への教育も必要となる。この点も起業家教育での課題となると考えられる。

● 起業の前後に、経理等の起業・経営に必要な知識を自力で勉強した経験がある。初等、中等、高等教育における起業家教育のプログラム作成には賛成である。小学生への教育経験を通じて、その効果を肌で感じている。今後も、起業家として、起業家教育を通じて社会貢献したいと考えている。

● ゲストスピーカーとして学生に話をする機会があるが、学部生は起業家を遠い存在と捉えているようだ。もっと身近な存在であることを伝えるべきであろう。起業家教育では、知恵を絞って、人と協力し、自らの夢に向かって努力をするという、起業のわくわく感を伝えることが大切である。きっかけは人それぞれだが、重要な点は気づきを与え続ける教育である。その中で素質がある人には別プログラムを提供することもできる。リスクを強調し過ぎて、「やっぱり自分には無理だ」と思わせない必要もある。

● 成功した起業家のすべてに、特別なスキルが整っているわけではない。起業手続き、ビジネスプランの作成などについては周りが力添えをしている例が多い。夢を実現するための情熱が重要な成功要素であろう。自分が何を実現したいのかという強い想いを持った人が協力者からの支援を得ながら大きく成長している事例が多い。

3.4.2 アドバイザリーボード第2回会合

日時	平成22年10月26日(火) 15:30~17:30
場所	経済産業省 本館2階西会議室
出席者 敬省略 五十音順	<p>【委員長】前田昇(青山学院大学)</p> <p>【委員】五十嵐伸吾(九州大学)、各務茂夫(東京大学)、黒木正樹(立命館大学)、首藤健次(関東ニュービジネス協議会)、須賀等(国際教養大学)、高橋徳行(武蔵大学)、田中貴之(Entrepreneurs' Organization)、田村真理子(日本ベンチャー学会)、平尾光司(信金中央金庫)、平田光子(日本大学)、平野真(高知工科大学)、松田修一(早稲田大学)、松谷卓也(プロジェクトニッポン)、宮城治男(ETIC.)、三宅綾(大阪証券取引所)</p> <p>【発表者】飯田悠司(株式会社ist)</p> <p>【オブザーバー】神田忠雄(文部科学省)、柿原宏充(経済産業省)、宮下正己(同)</p> <p>【事務局】岡村公司(大和総研)、水上貴史(同)</p>

【主な討議内容】

(起業家教育のすそ野を広げるために)

- 日本人のうち、自営業者は全体の15%を占める。15%を対象とした教育にしては、現在の起業家教育は非常に薄いと思われる。起業家教育以外の教育の場であっても、起業家が登場する教材を作り、起業家をいろいろな場面でより身近なものにする取組が求められる。
- 起業家教育に対する学生の意識は地方と都市圏では相当異なるのではないか。地方では、急成長を志向するベンチャー企業に興味を持っている学生は少ない一方で、ソーシャルアントレプレナー(社会起業家)に対する関心は相対的に高い。
- マインドセットが重要。起業家が身近にいれば、起業に対する興味を持つ可能性が高まる。生の声を届ける機会を増やすことは、起業家というライフワークを身近なものとするためのきっかけ作りになる。
- 教育プログラムになじむものとしては、理系で、一度も起業家教育を受けたことがない学生への機会の提供が重要である。一方で、本格的な起業家教育については、押並べて皆を対象にすることでは決してなく、少なくとも起業家意識を持った学生を育成するという視点も重要と考える。

(プログラム内容をより充実させるために)

- 学内のビジネスプラン作成プログラムの成果として、ビジネスプランが改善されている印象を受ける。これは、これまでのメンターによる指導の蓄積が大きな役割を果たしている。同プログラム卒業生の中から数名の起業家が出ており、ロールモデルとして機能し始めている。
- 今の時代の学生に合った起業家教育プログラムを作ることが必要。チームで取り組むとやる気を見せる学生が多い。ものを作る楽しみに気付くためにも、起業家教育が大切であろう。外部

講師を招聘することは必須と考える。起業家教育の重要性を常に言い続けることが重要であることから、年に一度、イベントを実施してアピールしていくことも有効。教育内容については、日本特有のものがそろそろはっきりしてきているので、大学を集めた会合を実施し、教育すべきテーマなどを抽出できるとよいと考える。

● アジアなどからの留学生の反応がいいのに比べて、日本の学生は内向き志向の傾向がある。留学生と一緒に取り組むことで日本の学生に刺激を与えることが有効であろう。留学生の起業家のネットワークを構築し、日本のベンチャー企業と連携する取組を設けることも有効であろう。

● 起業家教育において、ビジネスプランを作れることが全てに共通して重要で、最低限学ぶべきことと考えている。本事業のアンケート結果によると、ビジネスプラン作成を行う講座はまだ少ないので、そのプログラムを充実させていく必要がある。これまでの経験から、学部生であっても立派なビジネスプランを書くことができると考えている。

● ビジネスプランの作成やゲスト講師の招聘が重要な要素と考える。その重要性を認識している教員が大半だろうが、講義中心の座学がまだ多い。起業家などのゲスト講師からの話を聞くことで、それまでは大企業志向であった学生であってもいつか起業してもよいというマインドセットになる可能性がある。

(長期的な普及に向けて)

● 米国と日本の違いで良く指摘されることだが、日本では義務教育でお金を稼ぐことに触れる機会が少ない。早い段階から起業家と触れる機会を与えるとよい。自己実現が多様化している現状に沿った教育内容が必要となっている。出る杭を打たない教育を行うべきであろう。

● 社会的、職業的自立が教育の課題になっている。教育と社会のつながりを密接にすること、産業界と教育界の接点を増やす取組が必要だ。企業がどういう人材が求めているのかを、抽象的でなく具体的にアドバイスすることが必要。学校では、教育の質の保証が必要。どのようなカリキュラムでどういう効果が出るのかを具体的に開示することを義務付けている。ニーズがあって、そのための教育があるという考えが基本だろう。

3.4.3 アドバイザリーボード第3回会合

日時	平成23年2月21日(月)13:30~16:00
場所	グラントウキョウ ノースタワー セミナールーム
出席者 敬省略 五十音順	<p>【委員長】前田昇(青山学院大学)</p> <p>【委員】五十嵐伸吾(九州大学)、各務茂夫(東京大学)、黒木正樹(立命館大学)、呉雅俊(日本ベンチャーキャピタル協会)、首藤健次(関東ニュービジネス協議会)、須賀等(国際教養大学)、高橋徳行(武蔵大学)、田中貴之(Entrepreneurs' Organization)、田村真理子(日本ベンチャー学会)、平尾光司(信金中央金庫)、平野真(高知工科大学)、松田修一(早稲田大学)、松谷卓也(プロジェクトニッポン)、三宅綾(大阪証券取引所)</p> <p>【発表者】中村幸一郎(三菱商事株式会社)</p> <p>【オブザーバー】柿原宏充(経済産業省)、宮下正己(同)、市川隆治(ベンチャーエンタープライズセンター)</p> <p>【事務局】岡村公司(大和総研)、水上貴史(同)</p>

【主な討議内容】

(起業家教育のすそ野を広げるために)

● 起業家教育というのを単にベンチャーを創成するための教育として捉えるのではなく、リーダーシップ教育や社会人としての基礎的な教育として位置づけて、産業界にとっても重要な教育を行っていることを周知することが有効ではないか。運営資金などについても、公的な予算だけに頼るのではなくて、産業界との連携のなかでも賄うことが望ましい。

● 本質的には、学生の社会的自立を促していくような形にしなければならないのではないかと。現状では大手企業に行きたいという学生が多いわけだが、その中で、仕事とは何かということを変更して問い直した結果、その選択の1つが起業であってもいいと思う。学生時代に起業するというよりも、ビジネス経験を積んで企業運営の基本を理解してから起業をするという過程の方がむしろ一般的だと思う。

(起業家教育受講生をレベルアップさせるには)

● 起業家の外部講師として招かれる立場から言えば、謝金や交通費の支給というよりは、受講生に対していかに前向きな影響を与えられるのか、教育現場において起業家の生の声をどのように活用するのかなどについて、起業家教育にどの程度貢献できるかということの方が重要だと感じている。

● 起業家教育を効果的に実践するためには、起業家を含めた経済界の協力が欠かせない。地域によっては、著名な創業経営者を外部講師として呼ぶのは難しい大学もあるだろう。しかしながら、地元の企業経営者であっても、実際の起業家と接点を持つことは、起業に対する学生の理解を深める効果が十分に見込める。また、各大学の卒業生も起業家教育の実践を支援する有力な候補となる。起業経験を持つ卒業生は、母校での授業など、講演依頼には快く了解するケースが多い。更に、卒業生ということで、学生がより身近に感じることも期待される。

(世界水準で活躍する企業家を輩出するには)

- 日本の優秀な学生を留学生と一緒に英語で起業家教育を行うことが有効だと考えている。実際に、留学生と組み合わせてグループワークなどを行った場合、語学面の不利を克服しながら、徐々に日本人学生の貢献度合いが高まってくる。
- 留学生が多く履修する科目において、ビジネスプランを作成するためのチームを構成する場合には、日本人学生だけが固まらないようにすることが重要である。留学生との混成チームにすると、異質な刺激を受けることで日本人学生も非常に成長することが多い。
- 国内市場だけではなくグローバルに事業展開するというビジネスマインドを早期に認識させることが重要だろう。例えば、世界市場で活躍する創業経営者を招いて、その生の声を日本の学生に聴かせる機会ができれば、起業やベンチャー経営に関する学生の意識を強く刺激すると考えられる。
- 世界水準を目指すためには、海外のビジネスプラン・コンテストに参加することも有効だろう。国内でも、学外のビジネスプラン・コンテストに参加して伸びる学生は数多く見かけられる。国際市場で競争することはそれ以上の効果が期待でき、本格的に起業する際に好影響を与えると考えられる。

4. 大学・大学院起業家教育講座データベース、アンケート集計結果

4.1 アンケート調査の実施概要及び回答実績

全国の大学・大学院 767 校（送付先：主に教務部）に起業家教育に関するアンケート調査を実施した結果、588 校から回答が得られた（図表 9）。

これらをまとめ、大学・大学院起業家教育講座データベースとして、「起業家教育ひろば」にて平成 22 年 12 月より公開した。

図表 9 アンケート調査の実績

■ アンケート調査(平成22年6月～10月)

	配布数	回収数	回答率
国立	86校	76校	88.4%
公立	81校	68校	84.0%
私立	600校	444校	74.0%
合計	767校	588校	76.7%



■ 起業家教育に関する講座の有無

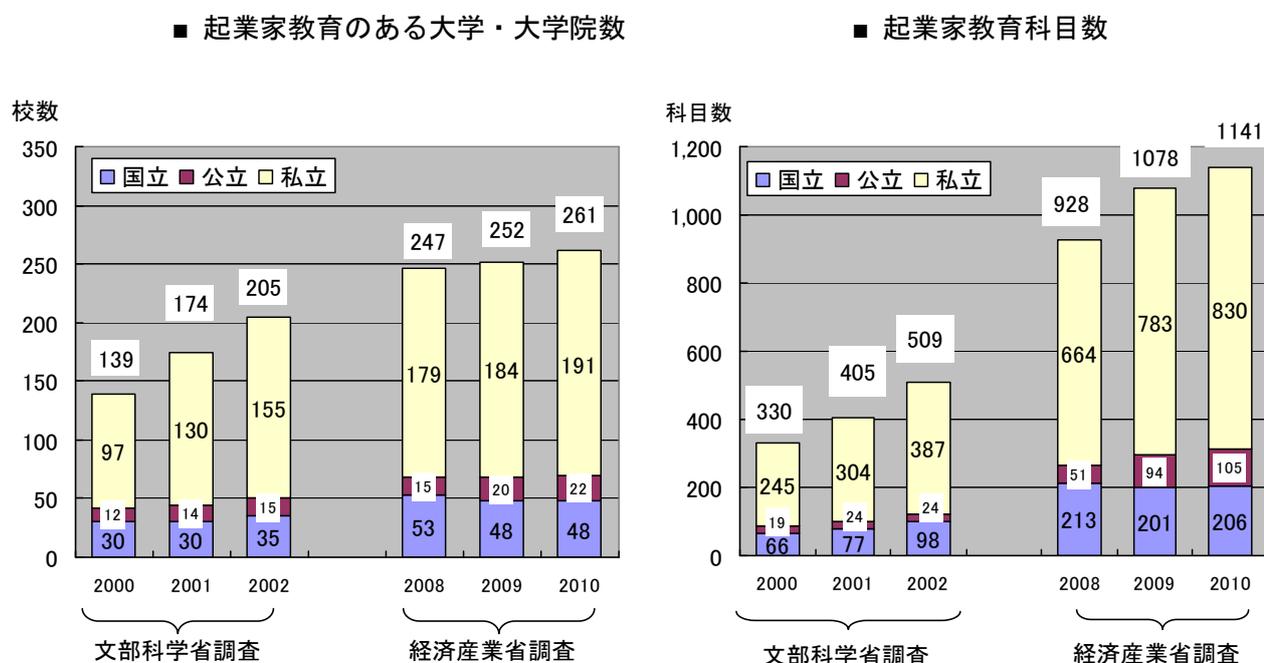
	校数	割合
大学のみ	136校	23.1%
大学院のみ	44校	7.5%
両方あり	81校	13.8%
講座なし	327校	55.6%
合計	588校	100%

4.2 調査結果

過去に文部科学省が実施した調査実績と比較すると、起業家教育の実施校は、過去10年で約2倍に増加している（図表10、2000年：139校→2010年：261校）。また、起業家教育の講座数は、過去10年で3.5倍超に達している（図表10、2000年：330件→2010年：1,141件）。

しかしながら、起業家教育の浸透は進んでいるものの、日本で起業家教育を受けている大学生は0.8%（起業家教育1講座あたりの受講生を20人とし、全大学・大学院生を280万人として算定）とまだ比率は低い。一方、カウフマン財団¹の報告書²によると、米国では、起業家教育の講座数は、過去20年で20倍超に達している（1985年：約250件→現在：5,000件以上）。また、学部教育における起業家教育の専攻やコースについても、過去30年で4倍以上に増加しており（1975年：104件→2006年：500件以上）、日本は米国の起業家教育と比較しても到底及ばない。

図表 10 国内の大学・大学院での起業家教育の実施状況



出所:文部科学省「大学における教育内容等の改革状況（平成18年3月）」、経済産業省「大学・大学院における起業家教育に関する検討会報告書（平成21年2月）」「産学連携人材育成事業（起業家人材育成事業）報告書（平成22年3月）」

1 Ewing Marion Kauffman Foundation：アントレプレナーシップに関する世界最大の財団。資産総額が21億ドルで、年間支出額は9,000万ドルに達する。

2 "Entrepreneurship in American Higher Education"：「米国の高等教育におけるアントレプレナーシップ」。有力大学の副学長やビジネススクール校長など、8名の教授等による研究会の成果としてカウフマン財団が取りまとめた報告書。

国内の実施校における内訳をみると、学部においては217校で実施されており、大学院においては125校で実施されている。国立は大学院のみと両方ありの割合が高く、私立は学部のみでの割合が高い。

図表 11 大学・大学院別の構成

		平成21年度					平成22年度				
		総数	学部のみ	大学院のみ	両方あり	講座・科目なし	総数	学部のみ	大学院のみ	両方あり	講座・科目なし
総数		576	130	45	77	324	588	136	44	81	327
		100%	22.6	7.8	13.4	56.3	100%	23.1	7.5	13.8	55.6
大学種別	国立	74	7	19	22	26	76	9	20	19	28
		100%	9.4	25.7	29.7	35.1	100%	11.8	26.3	25.7	36.8
	公立	69	9	3	8	49	68	8	3	10	47
		100%	13.0	4.4	11.6	71.0	100%	11.8	4.4	14.7	69.1
	私立	433	114	23	47	249	444	119	21	52	252
		100%	26.3	5.3	10.9	57.5	100%	26.8	4.7	11.7	56.8

また、地域別に見ると格差が見られ、全国での実施率（44.4%）に及ばないのは近畿・中国・九州地域であることがわかる。

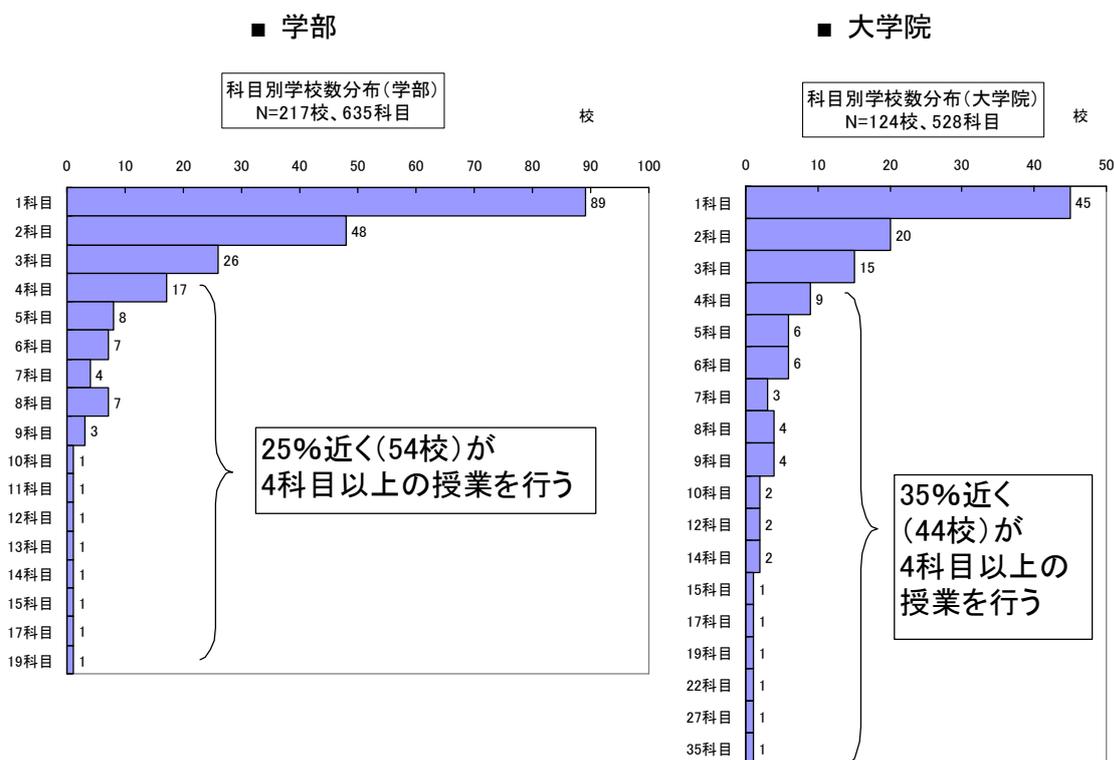
図表 12 地域別の実施率

地域	回答校数	起業家教育実施校数	割合
北海道	26	12	46.2%
東北	36	17	47.2%
関東	225	106	47.1%
中部	72	35	48.6%
近畿	114	46	40.4%
中国	38	13	34.2%
四国	13	7	53.8%
九州	58	22	37.9%
沖縄	6	3	50.0%
全国	588	261	44.4%

（地域分類は各地域経済産業局の管轄による）

学部における実施校 217 校のうち 25% 近く (54 校) が 4 科目以上の講座を行っている。大学院での 4 科目以上の講座の実施割合はそれを上回り、実施 124 校のうち、35% 近く (44 校) を占めている。起業家教育の専攻やコースについても、学部 31 校、大学院 33 校に設置されている国立大学回答校の 9.2% にコースが設置されている (図表 14)。

図表 13 国内の大学・大学院での起業家教育の科目分布状況



図表 14 国内の大学・大学院での起業家教育のコース設置状況

平成21年度				2009年度の集計基準を変えたため 昨年度報告書と一致しない。				平成22年度			
【学部】	有効回答数	コース設置校数	同比率	【学部】	有効回答数	コース設置校数	同比率	【学部】	有効回答数	コース設置校数	同比率
全体	576	29	5.0%	全体	588	31	5.3%	全体	576	30	5.2%
国立	74	1	1.4%	国立	76	0	0.0%	国立	74	7	9.5%
公立	69	2	2.9%	公立	68	4	5.9%	公立	69	4	5.8%
私立	433	26	6.0%	私立	444	27	6.1%	私立	433	19	3.3%

【大学院】	有効回答数	コース設置校数	同比率	【大学院】	有効回答数	コース設置校数	同比率
全体	576	30	5.2%	全体	588	33	5.6%
国立	74	7	9.5%	国立	76	7	9.2%
公立	69	4	5.8%	公立	68	3	4.4%
私立	433	19	3.3%	私立	444	23	5.2%

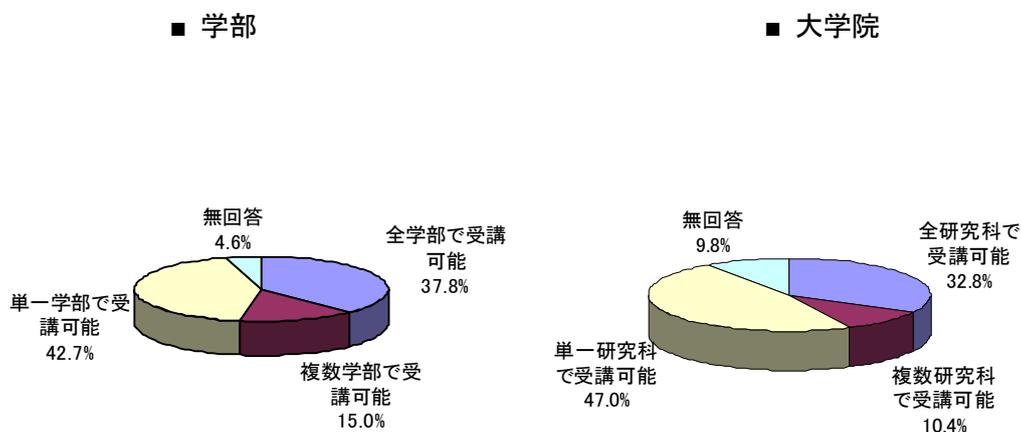
国立大学と私立大学を比較すると学部の方で平均実施科目数に開きがみられ、私立大学で積極的に起業家教育が実施されている傾向がみられる（図表 15 左：国立大学 1.7 科目、私立大学 3.2 科目）が、大学院ではその差は縮まっている（図表 15 右：国立大学 3.9 科目、私立大学 4.4 科目）。

図表 15 国内の大学・大学院での起業家教育の実施状況

■ 大学					■ 大学院						
学部 科目		有効 回答数	科目 設置校	科目 数	1 校平均	大学院 科目		有効 回答数	科目 設置校	科目 数	1 校平均
全体		588	217	635	2.9	全体		588	124	528	4.3
大学 種別	国立	76	29	48	1.7	大学 種別	国立	76	41	159	3.9
	公立	68	18	46	2.6		公立	68	12	59	4.9
	私立	444	170	541	3.2		私立	444	71	310	4.4

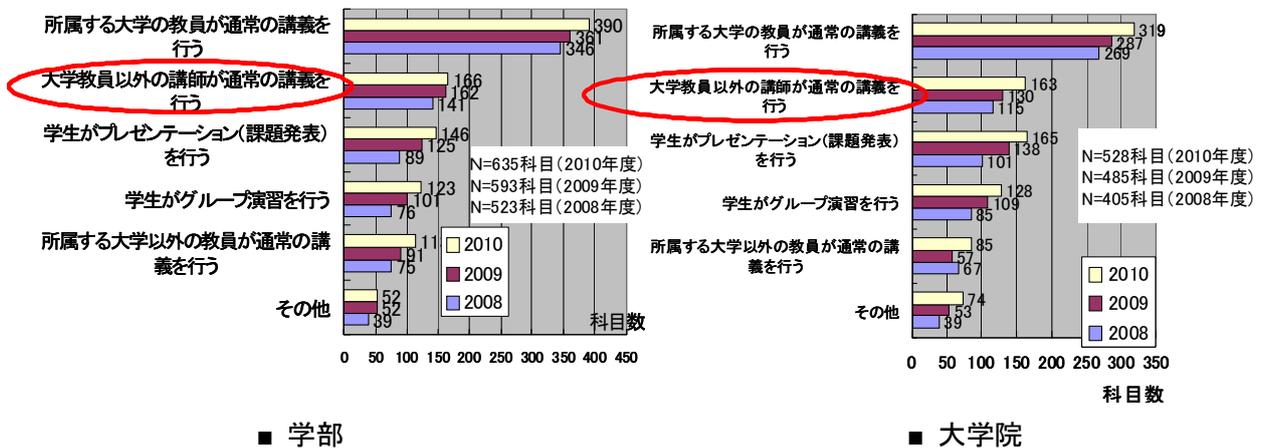
学部、大学院ともに、受講対象を1つの学部（研究科）に絞らず、広く募る講座が多い。実施されている講座のうち、学部では5割強、大学院では4割が全学部（研究科）または複数学部（研究科）を対象としている（図表 16）。特に学部の場合は、初学年で実施される一般教養科目の中に取り入れられることもあり、早期の段階からアントレプレナーシップ（起業家精神）を養う上で重要な役割を果たしているといえる。

図表 16 複数学部（研究科）での受講可否



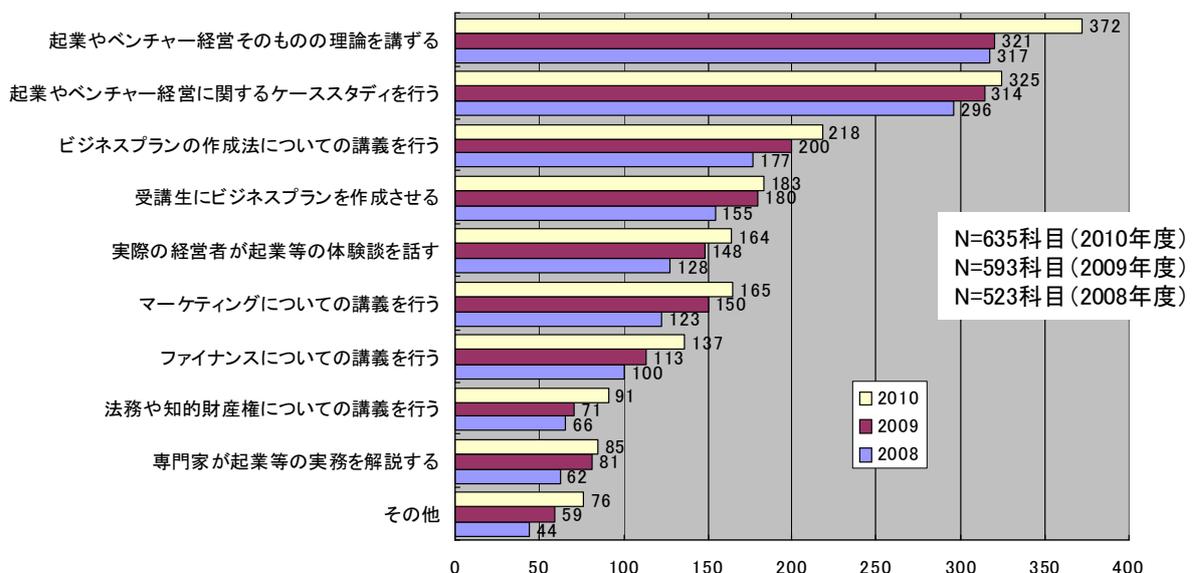
座学以外の特徴的な授業として外部講師の招聘がある。学部、大学院ともに3割弱の講座で取り入れられており（図表17）、授業カリキュラムの中で、起業経験や事業経営などについて関係者から直接話を聞く機会が設けられている。

図表 17 授業形式の比較



また、「学生がプレゼンテーション（課題発表）を行う」、「学生がグループ演習を行う」授業を「学生実践型授業」と定義し、集計したところ、学部での学生実践型授業は163科目（全体の25.7%）、大学院での学生実践型授業は189科目（全体の35.8%）となった。

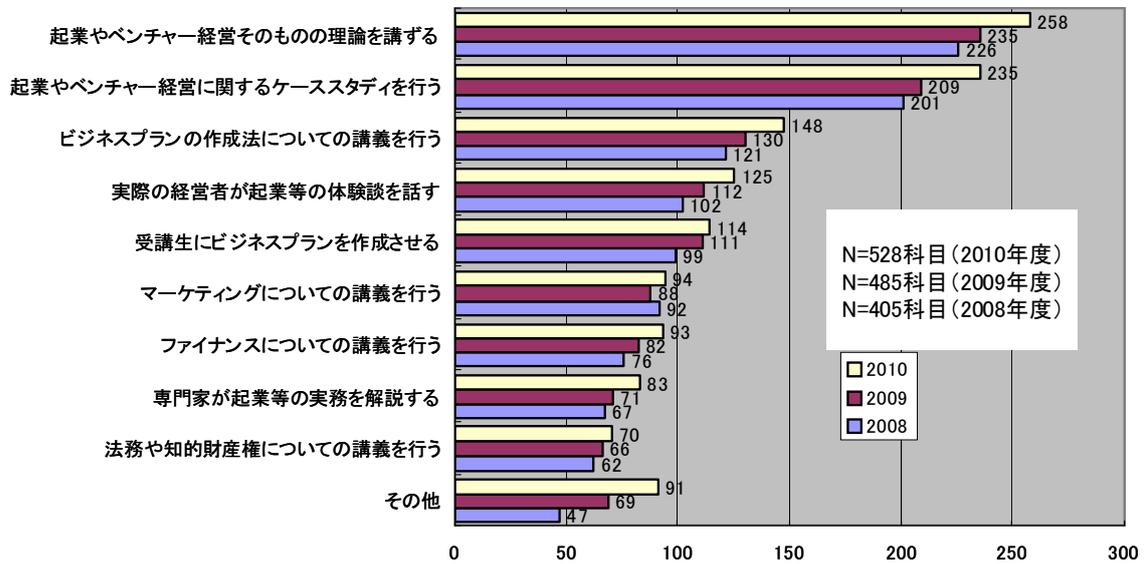
図表 18 授業内容の集計（学部）



授業内容に関しては、理論を講じる通常の授業に次いでケーススタディが広く普及し、学部ではおおそ半数の授業で導入されている。また学部レベルでもビジネスプランを作成させる授

業が3割近くある。

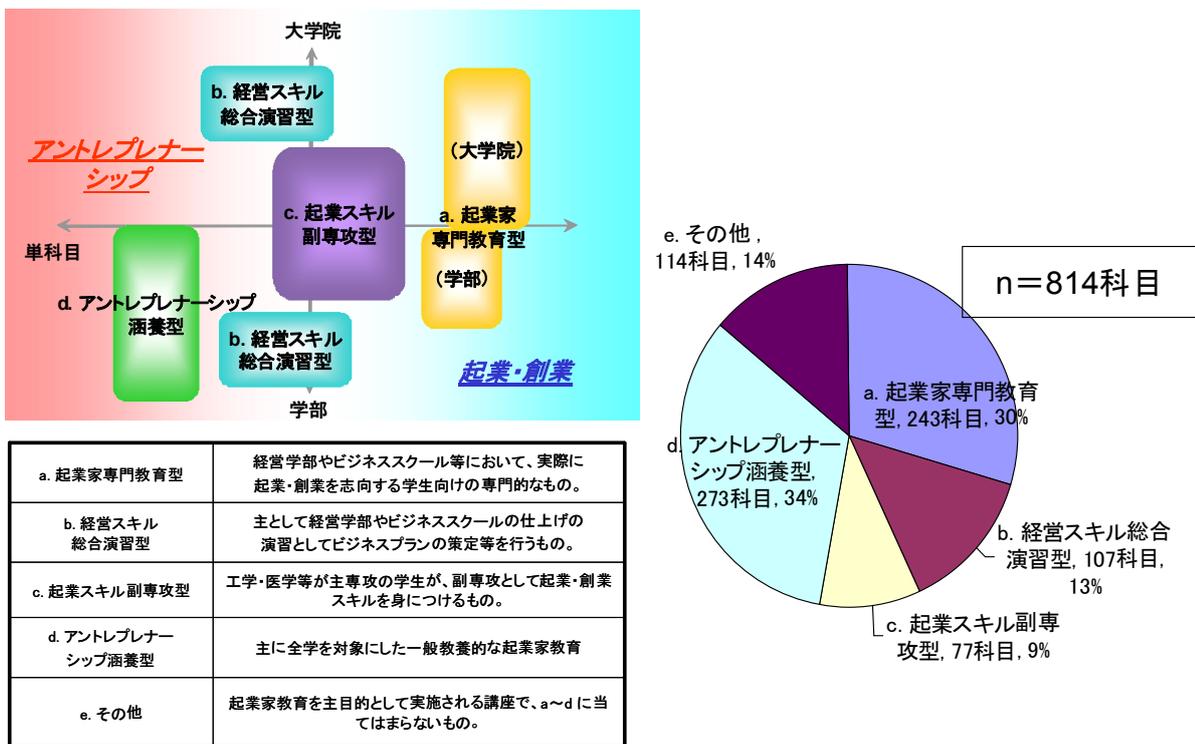
図表 19 授業内容の集計（大学院）



学部と比較すると、大学院は複数回答が少なく、各科目の専門性が高いことが伺える。

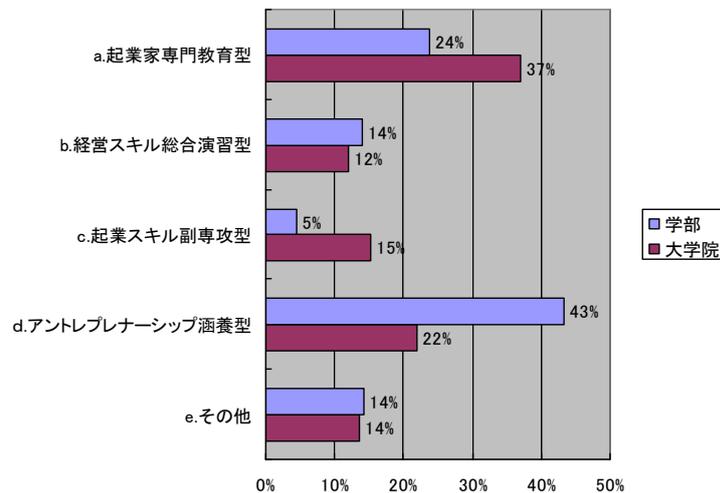
また、今回起業家教育推進ネットワークでは起業家教育のタイプを分類し、アンケートでも各回答者にそのタイプ別に科目を分類してもらった。

図表 20 起業家教育科目のタイプ別構成



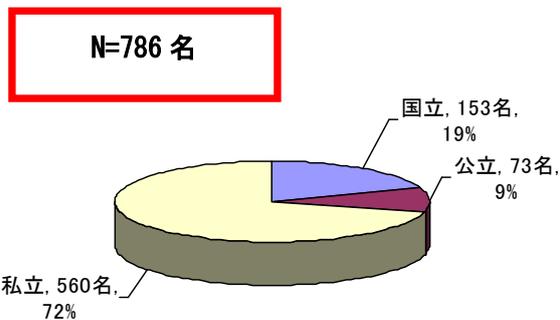
その結果、アントレプレナーシップ涵養型が34%と、全体の3分の1を占めたが、起業家専門教育型も30%と、実際の起業家育成を目的とした講座も多いことが判明した。また、学部と大学院とで分けると、アントレプレナーシップ涵養型は学部43%に対して大学院が22%と学部の割合が多く、起業家専門教育型は学部24%に対して大学院37%と大学院の割合が多くなっている。

図表 21 起業家教育科目のタイプ別構成（学部・大学院別）

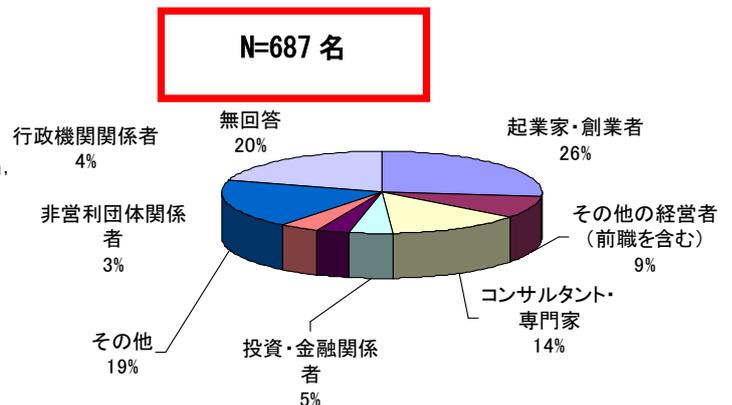


起業家教育を支える人に焦点を当てると、科目担当教員は261校で786名、教員一人当たりでは1.5科目を担当している計算になる。

図表 22 科目担当教員数（ネット）



図表 23 外部講師数（ネット）



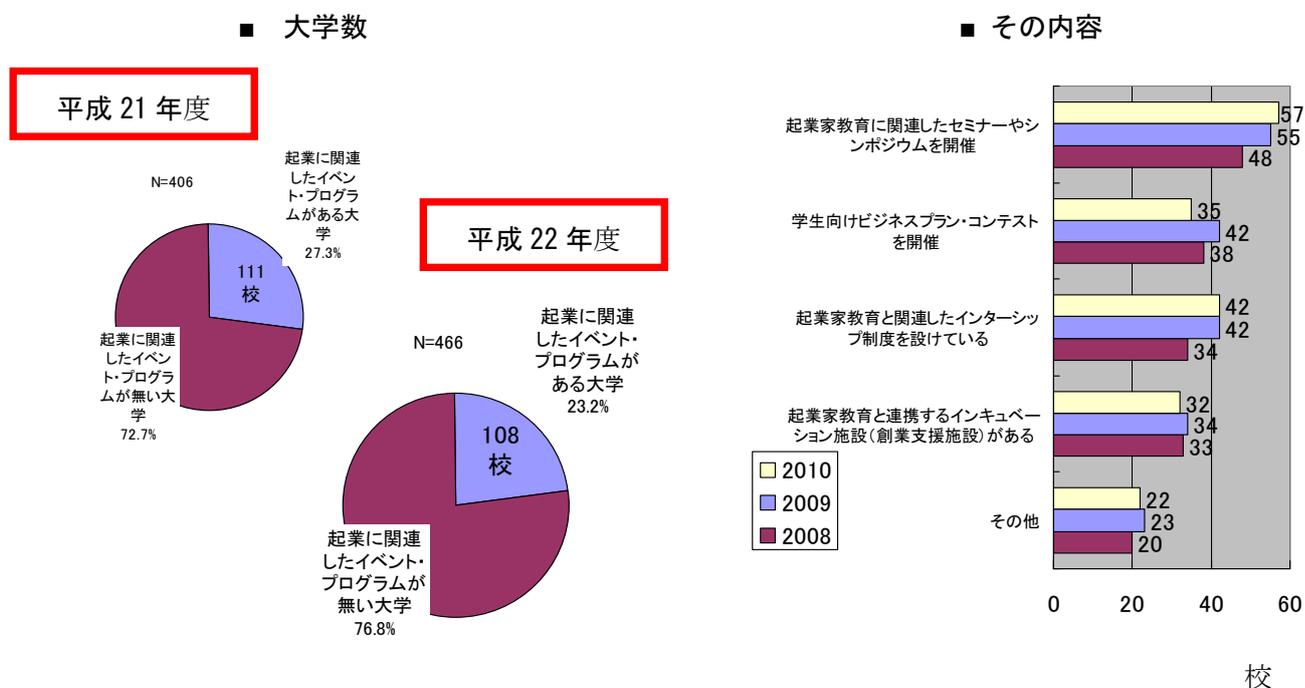
外部講師については、起業家・創業者が全体の26%を占め最も多いが、その他の経営者やコンサルタント・専門家、投資・金融業者、非営利団体関係者なども一定の割合を占めている（図表23）。これは、授業の内容や目的がそれぞれ異なり、多岐にわたっていることが反映されている。

なお、科目担当教員と外部講師数を合わせると、日本では1473名が起業家教育に従事していることになる。

また、授業（科目）以外にも、回答校のうち、約2割（108校）で起業家教育に関する独自のイベントやプログラムが展開されている（図表24）。具体的には、関連セミナー・シンポジウム

の開催、学生向けビジネスプラン・コンテストの開催のほか、起業家教育と関連したインターンシップ制度の設置、学内インキュベーション施設との連携等が含まれる。特に、学部と大学院の両方に起業家教育に関する科目を設置している学校では実施割合が高く、積極性がみられる。

図表 24 起業に関連したイベント・プログラムがある大学



5. 全国フォーラム・研修の開催

5.1 全国フォーラムの実施概要

- (1) フォーラム名：「全国フォーラム～次代を担うベンチャー精神を学生の心に～」
- (2) 日 時：平成22年11月14日（日）13:00-17:20（交流会：17:30-18:30）
- (3) 開催場所：グラントウキョウノースタワー17階 大和スカイホール
- (4) 主催機関等：（主催）大学・大学院起業家教育推進ネットワーク、日本ベンチャー学会、
経済産業省
（後援）文部科学省
- (5) 目的：近年、日本経済の低迷が多くとりざたされているが、このような時代にこそ、新しい産業を創造し、果敢に挑むベンチャースピリットが求められる。不況にも耐え、もっと活気のある姿に日本の社会を変えていかなければならない。そのために、ベンチャー育成の原点ともいえる起業家教育に立ち返り、その意義について考える必要があると思料する。本フォーラムはそのような機会として活かされ、他の大学・大学院での手法や情報等を参加者と共有し、相互に交流を深めることを目的とする。
- (6) プログラム：

13:00～13:05	開会挨拶 青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 前田昇 教授 (大学・大学院起業家教育推進ネットワーク・アドバイザーボード委員長)
13:05～13:10	来賓挨拶 文部科学省 高等教育局専門教育課 神田 忠雄 企画官
13:10～14:10	第1部:学部学生向けの起業家教育（アントレプレナーシップ涵養型を中心に） 『学部教育における起業家教育－松山大学』 松山大学 経済学部 松井名津 教授 『経営学の実践適応教育－その重要性と方法』 専修大学 商学部 高橋義仁 准教授 『ディスカッション、フロアーとの意見交換』 立命館大学 経営学部 黒木正樹 教授と上記発表者2名
14:10～15:10	第2部:大学院生向けの起業家教育（社会人大学院、理系、MOT等） 『青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 起業家教育の現状』 青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 長谷川博和 教授 『大阪市立大学大学院 創造都市研究科における起業教育』 大阪市立大学大学院 創造都市研究科 新藤晴臣 准教授 『ディスカッション、フロアーとの意見交換』 早稲田大学ビジネススクール 松田修一 教授と上記発表者2名
15:10～15:25	休憩
15:25～15:35	大学・大学院起業家教育アンケートの結果報告、 大学大学院起業家教育推進ネットワークの事業紹介等

	事務局（株式会社大和総研）
15:35～15:55	受講生・元受講生に対するインタビュー調査の結果報告 株式会社 ist 飯田悠司 代表取締役社長 星川高志クラウドキャスト 代表／青山学院大学院 国際マネジメント研究科 Flex-time MBA2 年
15:55～16:55	第3部：起業家教育に有用なツール（ビジネスプラン、外部講師活用、ケース・教材等） 『静岡大学 大学院 工学研究科「MOT ベンチャー戦略論」』 静岡大学 イノベーション共同研究センター 林正浩 教授 『NBC と連携する文京学院大学の起業家教育』 文京学院大学 経営学部 櫻澤仁 教授 『ディスカッション、フロアーとの意見交換』 東京大学 産学連携本部 各務茂夫 教授と上記発表者2名
16:55～17:00	閉会挨拶 経済産業省 経済産業政策局新規産業室 柿原宏充 企画官
17:00～18:30	交流会

（7）参加者の属性：

セミナーには、計105名が参加され、大学・大学院で起業家教育に従事される大学教員、その他起業家教育に関心がある方々が多く参加された（受講者の内訳は下図のとおり）。また、懇親会には、聴講者・講演者の58%にのぼる57名が参加した。

図表 25 「全国フォーラム～次代を担うベンチャー精神を学生の心に～」参加実績

	登録者	参加者	参加率
聴講者	132	85	64.3%
うち大学教職員	[60]	[42]	
講演者	13	13	
計(聴講者+講演者)	145	98	67.6%
事務局(アルバイトを除く)	7	7	
合計	152	105	69.0%

5.1.1 プレゼンテーション・議論の内容

第1部:学部学生向けの起業家教育（アントレプレナーシップ涵養型を中心に）

（1）松山大学 経済学部 松井名津教授

松山大学では、専門共通科目として2年次生より履修可能な授業として、『ベンチャービジネスと市場-理論と実践』を開講している。入門知識のみを前提とし、他学部生も受講可能である。発見した課題を解決する方策をプランに、持続可能な解決方法を見つけることがビジネスにつながるとの立場から、「思いつきをかたちに」すること、課題を与えられるのではなく、課題を発見することを目的としている。

（2）専修大学 商学部 高橋義仁准教授

専修大学では、以下のような概要で『企業・組織の経営戦略分析とビジネスプランニング』を開講しており、それぞれについて詳しく説明があった。

テーマ	企業・組織の経営戦略分析とビジネス・プランニング
講座類型	経営スキル総合演習型（ゼミナールでの履修）
目的	基本的な経営学/商学の学習項目に加え、実践的な知識を習得させることにより、社会で求められる経営学/商学を学ぶ
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社会を知り、社会人として必要とされる企画立案力を身につけさせる ・ 本講座で学ぶビジネスプランニングの基礎とグループ活動でのビジネスプラン作成を通じて、大学での学習と社会との関連性および重要性を強く意識させる ・ ビジネスプランに関わる内容を学習した後、数名のグループを構成し、実際にビジネスプランの企画・立案に取り組む
実施期間	2010年4月～11年1月（事業採択期間：2010年9月～11年1月）

（3）ディスカッション・フロアーとの意見交換

- 「学部生レベルだと、大学が求めるものと学生側が求めるものにギャップがあるのではないか」という懸念について、松山大学では、専門外の社会学系の学生が社会調査の手法を応用するなど、むしろ良い効果が生まれている。かえって経済学部の学生の方が問題意識に欠けるなど一種の逆転現象が発生することもある。
- 就職活動のゼミへの影響については、専修大学のゼミは2年生の後期から行うので大きな影響はない。これを受けて他大学からも就職活動の早期化・激化から、2年の前期よりゼミを始めようとしているとのコメントもあった。
- 外部講師の活用という面では、松山大学では地元の起業家・経営者が中心である。地元の人の方がのちのち質問に行くなどアクセスがしやすいとの利点もある。
- 実際の起業例は、松山大学でもわずかながら存在する。一方、これからは一般のビジネス

マンも「何かを企画する力」、「それを実行していく力」、「その前に何が問題なのかを自分で見つけ出してくる力」、が重要となってくると考えているので、あえて「起業」ではなく、「企業精神」の涵養を目的としている。そういう目的ではもっと拡大したいとのことだった。

- 専修大学では、各種のビジネスプラン・コンテストに出して高評価を得られている学生もいる。実際に起業を目指したいと言う学生も本ゼミには来るようになったが、いろいろプランを練る中でやはり現実とのギャップを強く感じるようになってきているようだ。しかし、むしろそういう機能を担うことが起業家教育の重要な役割だと感じている。

第二部：大学院生向けの起業家教育（社会人大学院、理系、MOT等）

（1） 青山学院大学 国際マネジメント研究科（ABS） 長谷川博和教授

起業関連で6科目を提供している。その中でもとりわけ起業家教育の色彩の強い『ビジネスプランニング』を取り上げた。チーム編成は初回に実施し、各回とも前半は教授やゲスト講師の講義、後半はチームによる発表を行う。チーム毎の進捗を管理し、教員の個別指導時間を設定している。ゲストは多様性を持たせ、公開企業社長、未公開企業社長、過去のMBA卒業生、ベンチャーキャピタリスト等を招聘。女性経営者も意識して必ず招くようにしている。

最初にベンチマークとなるベンチャー企業の競争力や差別化、ビジネスモデルについて分析させている。本気のビジネスプランにどのように持ってゆくのかに苦慮しているが、卒業生の中には起業例もある。学生は文系、技術系半々だが、ビジネスプランの素材は文系よりのシーズが多い。理工学部との連携などをどうするかが重要と考えている。

インターンシップの実施、インキュベーション施設やメンター機能の設置、他大学や大企業・ベンチャー企業との連携講義の実施など、起業家教育を拡充してするための課題について大学全体での議論が必要な時期だと考えている。

（2） 大阪市立大学大学院 創造都市研究科 アンタレプレナーシップ研究分野

新藤晴臣 准教授

大学全体としての商業教育の伝統を背景とし、社会人大学院（創造都市研究科）の一部にて実践的な起業教育に取り組んでいる。方向性として起業家精神の涵養を目指すのではなく、起業家（または予備軍）に、具体的なスキルを教えることを目的としている。何らかの起業経験を持ち、知識・スキルの必要性を意識している起業家が、学生の中心を構成している点が特徴である。

講義内容は経営学の体系を基本としつつ、課題研究やワークショップを通じて、ビジネスプラン構築に関するスキル獲得や、理論的裏づけを持つ経営ノウハウの獲得に取り組んでいる。担当教員については、志向性（理論型⇄実務型）と専門分野の面で、幅の確保と組合せを試みている。

（3） ディスカッション・フロアーとの意見交換

- 社会貢献として出したい教育的効果については、ABSでは数値目標はないが、作成したビ

ビジネスプランのうち 20%程度は修了後何年かのうちには実際の形になって欲しいと考えている。一方、大阪市立大学の創造都市研究科でも数値目標は同じくないが、起業家予備軍の中には一定割合が起業しているというのが実態である。起業経験者の受講生の口コミでさらに別の起業経験者が集るという良いサイクルが働いているので、効果に対するそれなりの実感はある。

- 「社内外問わず、ベンチャー・新規事業分野を興そうという場合、基本的な素養がかかっているとされる社会人を多く見るのではないか」との質問に対して、ABS では、大企業に属する受講生にビジネスプランを作らせてみると、最初から、大企業の看板を外しても成功するというプランが作れるものはあまりいない。そこから努力を重ねてプランを練り上げていく過程が非常に重要だと考えている。一方、大阪市立大学のコースには現役の経営者が多いものの、本格的に経営学のフレームワークを学んだものは 20%程度しかいない。実践で使っている言葉を、経営学の理論で裏打ちすることの重要性を学ばせている。
- 経営において、チーム・ビルディングというのは非常に重要な課題である。ABS では、実際に履修生のチームの中でそういう不和や行き違いが起きてもそれが一つの学習体験になるように考えさせている。大阪市立大学では、社会人はもともとコミュニケーション能力が高いということがあり、各チーム内の不和についてはさほど心配はしていない。

第三部：起業家教育に有用なツール(ビジネスプラン、外部講師活用、ケース・教材等)

(1) 静岡大学 イノベーション共同研究センター 林正浩 教授

静岡大学では大学院工学研究科「MOT ベンチャー戦略論Ⅰ、Ⅱ」を開講している。後半の「同戦略論Ⅱ」の狙いとして、企業内研究者・技術者としてのマネジメント知識の習得や、学生ベンチャー創出プログラムの展開(起業家マインド)・挑戦意欲を持ち果敢に取り組む姿勢の涵養が目的となっている。(A)与えられたプロジェクトを、チーム一丸となって取り組む能力、(B)プロジェクト推進における課題の明確化とチーム内知識(情報)の共有化、(C)自分の意見を分かり易く伝え、相手の意見や立場の違いを理解する能力、(D)社会ルール(規律)の理解(困難性)を乗り越える能力の育成に重点を置いている。

講義の最終回として、必ず事業プラン審査会を開催、審査会1週間前までに各審査員へ中期事業計画書を送付、審査委員による徹底的事前チェックを行い、実りのある成果を出すよう心がけている。審査委員には産(実用性)官(産業上)学(技術優位)の観点からチェックを行い、文部科学省・経済産業省・民間VC・監査法人等から審査員を招き、各チームのプレゼン(25分)+質疑応答(20分)の発表を通して、事業実現可能性、社会的必要性、収益・採算性、技術開発の方向性と成熟度、プレゼンテーション能力(伝える技術)等を審査する。

(2) 文京学院大学 経営学部 櫻澤仁 教授

産学連携型の短期・長期インターンシップ・プログラムの展開が、文京学院大学の起業家教育の原点であり、これに複数の講義科目を関連づけ、カリキュラム改訂や Semester 制導入等により、経営戦略領域の科目の一部をアントレプレナーシップ涵養型の起業家教育科目へと徐々に性格変更してきた。

「起業と事業創造」（3年後期開講科目）は4年前に開講。初年度は経営コンサルタントの協力を得ながら、クライアント企業2社向けの事業提案を実習メニューに盛り込んでスタート。翌年度からNBC（関東ニュービジネス協議会）の冠講座として本格化させた。

平成19年11月にはNBCと包括提携協定を結び、ニュービジネス育成やアントレプレナー養成及び主としてマネジメント領域の学術研究の発展を目指している。先述した経営学部開講科目の共同運営化に加えて、ニュービジネス育成、アントレプレナー養成等に関する共同事業・共同研究の推進、シンポジウム・セミナーの開催、講義録等の出版化推進、NBC加盟企業でのインターンシップ学生受け入れ、文京学院大学学生による業務受託型のインターンシップ・プログラム構築、「社長講演会」等への講師派遣等の試みを行っている。

（4） ディスカッション・フロアとの意見交換

- 起業家教育に有用なツールには、①ビジネスプランコンテスト、②インターンシップ、③ケーススタディ、④アクションラーニング型（PBL）、⑤シミュレーション・ゲームなどがある。静岡大学で①を科目の軸としている一方で、文京学院大学では④をうまく活用しているように思われる。
- 静岡大学では、知的財産権とビジネスとのかかわりに踏み込んでプランを立てる必要がある。客員教員のうちの1人が大手メーカーの知財法務の担当であったということに加えて、林教授が所属するイノベーション共同研究センターを通じて、弁護士、弁理士、中小企業診断士、公認会計士といった専門家のネットワークが活用できる。機密保持契約を結んで技術内容を相談するという場合もある。
- 文京学院大学では、実際に起業家の前でプレゼンテーションをさせて、直接的に感想や意見をもらうという形式を採用している。その提案がうまく取り上げられたときには相当自信がつくのではないかと考えている。
- インターンシップについて、文京学院大学では、成績が優秀な学生、将来のキャリアデザインのイメージがはっきりしている学生が中心になっている。大体、1学期間に限って、週2～3日は必ず大学に来るようにさせて、残りの3日はインターンシップに行く。大体それで12単位から14単位を付与する仕組みにしている。これは専門科目の自由選択科目の履修とする体系を大学で組み込んでいる。学生を選び、企業を選び、中身がちゃんと鮮明であれば、効果的なインターンシップになると考えている。

5.2 ケース教授法セミナー概要

- (1) セミナー名：「バイグレイブ名誉教授によるケース教授法セミナー」
～バブソン大学の起業家教育実践手法を学ぶ～
- (2) 日 時：平成22年9月26日（日）10:00-12:30（懇親会：12:40-13:40）
- (3) 開催場所：丸ビルホール&コンファレンススクエア Room4
- (4) 講師：Babson College 名誉教授 William D. Bygrave氏
武蔵大学経済学部教授 高橋 德行氏
- (5) 主催機関等：（主催）大学・大学院起業家教育推進ネットワーク、経済産業省
（後援）日本ベンチャー学会、日本ケースセンター（財団法人貿易研修センター内）
- (6) 使用言語：英語（同時通訳付）
- (7) 対象者：大学・大学院において、起業家教育に携わっている、または関心のある教員の方、及び、起業家教育に携わっている外部講師の方。
- (8) 目的：日本の大学・大学院において、起業家教育に携わる教員等を対象に、教授スキルの向上を目的に開催するセミナー。講師として、米国Babson Collegeにて長年にわたりアントレプレナーシップ教育に携わられているWilliam D. Bygrave名誉教授を招き、ケースを活用した教授方法について、体系的、実践的なプログラムを提供する。

(9) プログラム：

時間	内容
9:40	開場
9:40-10:00	受付
10:00-10:05	挨拶（経済産業省 新規産業室 新規事業調整官 柿原宏充氏）
10:05-11:35	Program1. 『バイグレイブ名誉教授による模擬講義』（ケース：Alison Barnard） 講師（William D. Bygrave 名誉教授）
11:35-11:45	休憩
11:45-12:30	Program2. 『ケース教授法に関するディスカッション』 講師（William D. Bygrave 名誉教授） モデレーター（武蔵大学経済学部 高橋德行教授）
12:40-13:40	懇親会（会費：1,500円）

5.2.2 受講者の属性

セミナーには、計54名が参加し、大学・大学院で起業家教育に従事する大学教員、外部講師の方々が多く参加された（受講者の内訳は次頁図表26のとおり）。また、懇親会にも、39名が参加し、バイグレイブ名誉教授と活発に交流されていた。

図表 26: 「バイグレイブ名誉教授によるケース教授法セミナー」参加実績

大学教授・講師	30
博士、修士課程	6
外部講師	7
起業家等	5
その他	6
計	54

5.2.3 授業・議論の内容

(1) Program1: 『バイグレイブ名誉教授による模擬講義』

①主な議論

〈起業家としての資質〉

Program1では、バイグレイブ教授より、ジーンズショップ経営者のAlison Barnardのケースを基にした授業が行われた。事前に配布したケースを読んだ上で参加することを条件としたため、当日は、ケースの中身について、バイグレイブ教授からさまざまな質問が受講者に投げかけられ、議論を中心とした授業となった。

使用したケース『Alison Barnard』は、「起業家精神、起業とは何か」を考えることに主眼を置いており、起業家教育の初期段階で主に使用されるケースである。

冒頭、Alison Barnardのケースで何を議論すべきかについて、問題提起された。次に、Alisonの性格、スキル、特徴（長所、短所）について受講者に挙げさせることで、起業人として必要な資質について分析がなされた。Alisonの長所として、事業への情熱があり、行動的で、人的なネットワークも豊富に持っている点が挙げられた一方で、財務面に十分気を配らない点が短所として指摘された。

〈財務諸表〉

次の議論の中で、バイグレイブ教授より、Alisonが掲げている5年目までの売上目標に達するために、1日当り、また1時間当り、いくら売り上げる必要があるかという投げかけがあった。財務諸表の分析は、Alison Barnardのビジネスに投資をする、投資家の視点を持つことであり、大変重要な要素となる。また、受講者からは、5年後の売上目標に沿った人材確保の計画が甘い点も指摘された。

〈人材育成〉

人材確保の点から、議論は次の段階に進む。本ケースの重要な鍵は、Alison自身が持っている資質を数量化できるか、それにより事業自体が拡大可能になるかという点である。起業家であるAlisonが持つジーンズの“フィット感”へのこだわり、この非常に抽象的な技術について、ノウハウのブレークダウン、モデル化（マニュアルの作成等）が必要になってくる点が活発に議論された。

バイグレイブ教授からは、アメリカでは2秒に一度起業が発生しているが、進化する企業になるためには、経営者からの委任が重要なポイントになる点が強調された。

《資金調達》

続いて、起業する上で必要なリソース、特に資金調達の方法、中でも、融資、債券、株式等、それぞれのメリット、デメリットについて検討した。また、家族から資金を調達する場合の留意点等について説明があった。資金調達に関する議論の最後には、受講者にAlisonのビジネスに投資する意思があるかについて問いかけがなされ、活発な議論が行われた。会場から挙げられた意見は以下のとおり。

- ◇ アイデアはいいが、投資機会としてよいかと言うと疑問。
- ◇ 株式27%の取得では、経営への関与が弱い。
- ◇ 上場された株式ではないので、売りたいときに売れない。
- ◇ 家族であれば、彼女を応援するために少額ずつ投資するが、ベンチャーキャピタルの立場であれば投資は難しい。

以上のように、受講者の投資評価は厳しいものが大半であったが、6ヶ月目である程度の売り上げを達成している会社であるが、今後さらに成長する企業であるか否かが問われる段階であることが示唆された。

《その他》

また、授業の終盤では、Alison Barnard氏が実際にバブソン大学で学生の質問等に答える場面がDVDで紹介された。また、バイグレイブ教授が実際に行っているカードを使ったクラスの実践的な管理手法について説明があった。

(2) Program2: 『ケース教授法に関するディスカッション』

Program2では、模擬講義の内容を踏まえ、ケース教材の選び方、授業の準備・実施方法等に関するバイグレイブ教授の説明及び受講者からの質疑応答が行われた。

① 「ケース教授法の重要性」

- ・ 起業家を理解するために必要（クリエイティブな感覚が必要、あいまいな状況にうまく対応しなくてはならない、直感や本能に基づいて決定する、など）。
- ・ 実体験の次にいい疑似体験になる。自分を起業家の立場に立たせて、自分にはそれができるのか、そのような能力があるのか自問自答させることができる。

② 「ケース選定の基準」

- ・ 概念が先にあり、そしてコンセプトを示すためのケースであること。
- ・ 過去5年のうちに起こったケースであること（今あるチャンスは10年前のものとは全く異なるため）。
- ・ 学部生、院生の両方に関心のあるケースであること（できれば若手の起業家のケースが好ましい）。
- ・ 非現実的でないもの、そして現場に基づいたものであること。
- ・

- ・ シンプルなケースから開始し、時間を経るにつれて複雑なものを取り上げること。
- ・ ケースは2つに大別され、「機会を創出するケース（数字が強調されないもの）」と「意思決定を伝えるためのケース（ロジックを使って分析していくもの）」に分けられる。

③「質問の重要性」

- ・ ケース教授法のエッセンスは、質問し、回答を聞き、それに対してまた質問をするというものである。このためには、あらかじめ多くの質問を用意しておく必要がある。
- ・ オープンエンドの質問（例：「Alison Barnard氏は必要な要素がそろっていますか」）
- ・ 診断型の質問（例：「Alison Barnard氏のデータを見てどのような結論に至りましたか」）
- ・ 情報を求める質問（例：「Alison Barnard氏はこの事業を行うためにどのくらい金銭が必要ですか、何本のジーンズを売る必要がありますか」）
- ・ チャレンジ型の質問（例：「どうしてそのように思ったのですか、どういうエビデンスがありますか」）

《質疑応答》

Q1. 「ケースを作成する際のコスト、時間、人数について教えてください。また、ケースを学生に書かせた場合の著作権の対処方法について教えてください。」

- ・ 1 ケースあたり 6,000 ドルの予算であり（ハーバードの場合は1 ケースあたり約 3 万ドル）、大部分がケースライターへの依頼費用である。全てプロのケースライターに依頼しているが、ほとんどがバブソン大学の MBA の卒業生である。
- ・ 最初のミーティングでは3時間確保してもらい、バイグレイブ氏と起業家とケースライターの3人で、バイグレイブ氏が方向付けしながら起業家に話をしてもらう。
- ・ グラウンドルールとして、財務諸表を開示してもらえるか確認し、断られた起業家に対しては依頼しない。
- ・ 著作権や開示情報に関するものは全て契約してもらう。成立できないのは全体の 15% ぐらいである。
- ・ ケースライターに対しては明確なガイドラインを設けて対処している。それを管理する教授に対してもガイドラインがある。

Q2. 「リソースの議論の際、ロケーション、マーケティング等の問題を全て列挙してから1つの問題にフォーカスするべきか、問題を区切ってそれぞれ対応していくべきか教えてください。」

- ・ いろいろ話をしたいことがあってもクラスが関心を示さなければ意味がないので、ある程度学生任せのところがある。教授というのはファシリテーター（促進者）であり、指導すること、リードすることはできない。

Q3. 「ケースを用いて学生にパッションを教えるのは非常に難しいと考えられますが、どのようにお考えでしょうか。」

- ・ 例えば、抱きしめるような感じを情熱と捉える人もいるが、静かで落ち着いた人が話しても情熱を感じてしまうこともあり、きちんと伝えることは難しい。このため、例えばビデオ録画で起業家の話を見せるといった方法がある。(⇒実際、模擬講義でも、DVD によるビデオ上映を行った)
- ・ ケースライターに上手く執筆してもらうことが必要であるが、一番よいのは本人を呼んで伝えることである。

Q4. 「アメリカに比べれば、日本やアジアではケースメソッドがまだ未発展といえますが、そのような国でどのようにケースメソッドを導入したらよいとお考えでしょうか。」

- ・ ケースメソッドが使われていないスコットランドで、同国の開発当局の依頼を受けてプロジェクトを実施したことがある。そのときは、学校のコンソーシアムをつくり、学校がケースをそれぞれに書いて共用することを行った。
- ・ ヨーロッパではアメリカと違って、学生が教師と話すことが禁じられているため、最初に講義をした後、あるコンセプトを説明するためにケースを使うという立ち位置になる。一方、バブソン大学の場合は、最初にケースを使ってから、後でコンセプトの説明をして一般化できるのかという方向に持っていく。模範解答を与えず、わからない場合は、そのまま放置した状態で次の授業に進んでいく。日本やアジアの場合、この 2 つの教授法を組み合わせると成功すると思われる。
- ・ ケースメソッドの場合、学生がしっかり準備をして授業に望むことが重要である。ハーバードの場合は事前にスタディグループが作られ、1つのケースの準備に3時間かけている。学生からそれを取り付けるのは大変であり、講義を少し組み合わせるケース教授法を使うことが必要である。

5.2.4 受講者の評価

アンケートの結果から、受講者のセミナーへの高い満足度が確認できる。多くの受講者にとって、ケースメソッド運用を学生の立場から実際に体験し、準備段階の留意点についても解説を得られたことが、大変参考になったものと思われる。また、ケース教授法を実践するには、事前の準備が重要である点や、ケース導入までのコース設計等を検討する必要性や、導入にあたっての課題についても、受講者に意識させる機会となった。

バイグレイブ教授の講義への高い評価がある一方で、ディスカッションが物足りない、受講者の準備不足等で盛り上がり欠けた等の意見もあった。受講者には、ケースを事前に配布し、読了した上での参加を呼び掛けたが、今後、さらに受講者側の貢献を引き出す工夫が必要となる。

5.2.5 総括

本セミナーを実施した結果、多くの起業家教育に携わる教員、及び外部講師の方々が、同様のセミナーを希望していることが確認できた。今回のセミナーは、日本中小企業学会及び、武蔵大

学の高橋教授のご厚意で、バイグレイブ名誉教授をお招きし実施することができた。次年度以降の起業家教育事業においても、ニーズが多い分野について継続して実施していくことが望ましい。

また、本セミナーの後援機関として協力いただいた、日本ケースセンター及び、日本ベンチャー学会等の関連機関との連携を通じて、引き続き、起業家教育の発展に資するプログラムの実施が求められる。

5.3 関西地域での起業家教育の発展に向けての座談会

座談会概要

- (1) 日 時：平成22年10月4日（月）15:00-17:00
- (2) 開催場所：関西学院大学 梅田キャンパス 1402教室（大阪市北区）
- (3) 参加者：同志社大学政策学部教授 今里 滋氏
京都大学産官学連携センター寄附研究部門教授 木谷 哲夫氏
立命館大学経営学部教授 黒木 正樹氏
関西学院大学副学長・経営戦略研究科教授 定藤 繁樹氏
大阪市立大学大学院 創造都市研究科准教授 新藤 晴臣氏
大阪商業大学 総合経営学部経営学科教授 古沢 昌之氏
(敬称略、五十音順)
- (4) オブザーバー：
経済産業省 経済産業政策局 新規産業室 山岡 由佳氏
近畿経済産業局 地域経済部 産業人材政策課長 内海 美保氏
同志社大学産官学連携支援ネットワーク事務局 武市 裕子氏
大学・大学院起業家教育推進ネットワーク事務局 水上・江藤

平成22年10月4日、関西学院大学 梅田キャンパスにおいて、関西地域の大学で起業家教育に携わる教員6名が集い、大学間での共同ビジネスプラン・コンテストの実施可能性や、ケースの作成・共有化の可能性など、大学の垣根を越えた関西における起業家教育活動の発展性に関して話し合いが行われた。

《1. ビジネスプランコンテストについて》

関西全体の大学が参加して他流試合が行われるようなビジネスプラン・コンテストは数少ないが行われている。例えば、毎年12月に、立命館大学、京都大学、龍谷大学、大阪府立大学にある政策系の学部・大学院で実施している「政策系大学・大学院 研究交流大会」が行われており、政策提案コンテストが実施されている。

このような共同開催の重要性を再確認する一方で、レベルの高い学生には、カリフォルニア大学バークレー校でインテルがスポンサーをしているビジネスプランコンテスト「IBTEC (Intel-Berkeley Technology Entrepreneurship)」のように、海外のビジネスプランコンテストに参加させるほうがやる気が出るのではないかという意見もあった。

《2. フィールドワークについて》

商店街の活性化プロジェクトや、企業の新商品開発などをテーマに取り上げ、フィールドワークを実施することは、リーダーシップやコミュニケーション能力、チームワークなどを養成するために重要とされている。しかし、担当教員にとって、このような案件を探すことが極めて難しい状況。大学の職員が案件探しを行うケースもあるが、職員交代によって、地域ネットワークを上手く構築しにくいなどの問題が生じている。このため、行政が中心になって、地域産業や地場企業などからの課題案件を吸い上げ、整理してもらえると有難いという意見があった。

《3. ケース作成について》

ケースを作成し、大学間で共有化を図れるかという議論では、難しいという意見が大半を占めた。現状では、各教員がバラバラにケースをつくっているため、各自の教え方にマッチしたケースになっており、他の教員がつくったケースを別の教員の授業で転用し難いという状況がある。

また、自前でケースをつくと労力がかかるので、慶應義塾大学で作っているケースを利用した方が効率的であるという意見や、アメリカのようにケース作成が教員の評価に繋がらないために、モチベーションが高まらないという問題点も指摘された。

《4. 学内連携について》

学部・研究科と専門職大学院であるビジネススクールの間では大分溝があり、教員も違う場合がある。また、大学の学部が縦割の運営であるために、起業家教育が行われている経営学部以外の学部（理工学部や情報学部など）との連携が十分に図られていないのが現状である。

《5. 学生支援について》

学生レベルでは、大学の枠を超えて、自由にアソシエーションなネットワークをつくってベンチャーに乗り出していくケースがあり、裏方になってサポートしてあげることが必要ではないかという意見が出た。ベンチャークラブといった学生組織の場合、具体的な案件や目指すべきコンテストなどの目標がないと、すぐに沈滞化してしまう傾向があり、サポートする必要がある。その点、立命館大学などでは、教員が主体となって、学生に商品開発などのテーマを与えて自主的な取り組みをサポートしている。

《6. ファンドについて》

やる気のある学生は、ビジネスプランコンテストに出て、コンテストで得た賞金を手元資金にして起業するケースが多い。このため、少なくとも登記費用ぐらいは出せられるようなファンド設立が望まれている。海外の場合は、OBの寄附金でつくったファンドがあり、日本よりも進んでいる傾向があることを互いに認識しあった。

《7. 外部講師について》

立命館大学では、大阪の財団法人のコネクションを通じて外部講師を招聘しているが、多くは教員の個人的なネットワークを通じて外部講師を招聘しているのが現状である。謝金の制限もあって、遠方から招聘する場合などは、関西への用事のついでに来てもらうなどの教員側のこまめな調整がなされている。

《8. 会社等の見学会について》

学会などでの教員間のネットワークがある場合は、教員同士がゼミや授業を合同で行おうということはあるようだ。しかし、関西同士、関東同士と一緒に何かをするというのはあまり効果があるとはいえず、むしろ、韓国などの海外の学生とジョイントする方が学生にとって刺激になるのではないかという意見が出た。

5.4 起業家教育ケース教授法セミナー

セミナー概要

- (1) 日時：平成23年2月15日（火）13：30-16：00
- (2) 場所：三菱ビルコンファレンススクエア エムプラス（サクセス）
- (3) 内容：講演1『ケースを用いた授業構築：一橋ICSにおける取り組み』
講演2『具体的な教授法事例：クオリティ・エレクトロダイナミクス（QED）社』
ディスカッション
『ケースを用いてアントレプレナーシップを普及させるためには』
- (4) 講師：一橋大学大学院国際企業戦略研究科（一橋ICS）藤川 佳則 氏
東京大学 教授／産学連携本部 事業化推進部長 各務 茂夫 氏
モデレーター：国際教養大学（AIU）グローバルビジネス課程 客員教授 須賀 等 氏
ディスカッション参加者：武蔵大学 経済学部 経営学科 教授 高橋 德行 氏
九州大学 経済学研究院 教授 星野 裕志 氏
- (5) 主催機関等：（主催）大学・大学院起業家教育推進ネットワーク、経済産業省
（後援）日本ベンチャー学会
- (6) 対象者： 起業家教育・アントレプレナーシップ教育に携わる、
または関心を有する方。
- (7) 目的：主に起業家教育に携わるまたは関心をお持ちの大学・大学院の教職員の方を対象にして、ケースを用いた起業家教育の教授法に関する見識を深めるとともに、
活発な情報交換を行う。
- (8) プログラム：

時間	内容
13:00	開場
13:00-13:30	受付
13:30-13:35	開会挨拶（経済産業省 新規産業室 新規事業調整官 柿原宏充氏）
13:35-14:05	講演「ケースを用いた授業構築：一橋ICSにおける取り組み」 ＜講演者＞一橋大学大学院 国際企業戦略研究科（一橋ICS）藤川 佳則 准教授
14:05-14:35	講演「具体的な教授法事例：クオリティ・エレクトロダイナミクス（QED）社」 ＜講演者＞ 東京大学 各務 茂夫 教授／産学連携本部 事業化推進部長
14:35-14:45	休憩
14:45-15:55	ディスカッション 「ケースを用いてアントレプレナーシップを普及させるためには」 ＜モデレーター＞国際教養大学 グローバルビジネス課程 須賀 等 客員教授 ＜参加者＞東京大学 各務 茂夫 教授／産学連携本部 事業化推進部長 武蔵大学 経済学部経営学科 高橋 德行 教授 九州大学大学院 経済学研究院 星野 裕志 教授
15:55-16:00	閉会挨拶（国際教養大学 グローバルビジネス課程 須賀 等 客員教授）

参加者概要

- (1) セミナー参加者：計95名
- (2) 属性：大学関係者：55名、大学関係者以外：40名

5.4.1 プレゼンテーション・議論の内容

(1) 講演「ケースを用いた授業構築：一橋 ICS における取組」

<講演者>一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 (一橋 ICS) 藤川 佳則 准教授

【講演概要】

一橋 ICS は国立大学初の専門職大学院の一つとして 2000 年に開校された。国際経営戦略(昼間・英語)、金融戦略、経営法務(夜間・日本語)に分かれ、担当している国際経営戦略コースには約 60 名の履修生がいる。うち外国人が 70-80%、日本人 20-30%程度である。履修生の平均年齢は実務経験を 7-8 年積んだ 30 歳程度である。

「Marketing」(必修科目、約 60 名履修、全 24 コマ,)「Service Management」(選択科目、約 30 名履修、全 12 コマ)、「Strategy Simulation Week」(必修科目、約 60 名履修、6 日間集中の講座)を担当している。

開講前には、担当する各科目全体の構成を踏まえ、その中で、幾つかのモジュールに分けている。その中にそれぞれのセッション(授業)があると位置づける。各モジュールの中に複数本のケースがそれぞれ入っている。その全体の構成の中で、各授業にケースを当てはめていく。

ケースの選択に当たっては、ケースを書く上で留意すべき 3 点に特に注目している。

- (i) Who - Protagonist (主人公)
- (ii) When/Where - Time/Situation (いつ/どこで、時間/状況)
- (iii) What - Issues
 - Surface level - Decisions/actions facing protagonist
(主人公が何をしなければならないか)
 - Underlying level - Teaching objectives
(講師がこのケースを使って何を教えたいか)

また、他科目とのコーディネーションに留意している。自分が担当する科目と他の担当者が行う科目との関連性を考慮したり、意図的に同じケースを重複させるということをやっている。担当する科目が終わった後、どうやって次につなげていくのかを考えていることも重要なポイントと考えている。

(2) 講演「具体的な教授法事例：クオリティ・エレクトロダイナミクス (QED) 社」

<講演者> 東京大学 各務 茂夫 教授/産学連携本部 事業化推進部長

【講演概要】

QED 社のケースについては、最近完成したもので「知的資産経営寄附講座」という社会人中心の授業が最初の使用になった。授業の初めには、前提となる物事の基本的な考え方を教示した。事前にケースは配付し、課題も出してあったので、その課題の意図というのを簡単に説明した上で、グループに分かれて議論を行った。社会人の受講生はものの見方がそれぞれ多岐に渡るため、その多様な見方を共有化し、グループ発表をしてもらった。

ケース作成に当たっては、基本的には起業家が社会をつくるという考え方を、ケースの中になるべく盛り込もうというスタンスをとっている。我が国に足りないものとして重視すべきなのは起業家そのものであって、制度や戦略ということだけではないのではないかという考え方である。そういう側面から人物としての起業家に注目している。

アントレプレナーシップというものの本質を考えると、志とかパッション(情熱)という

ことが重要であるとともに、インテリジェンス（知性）も欠かせないと考えている。

パッションというのは、もともと受難という意味で、実は受難を受け入れて、そしてそれを超える覚悟のエネルギーである。困難をかかえても、折れない心ということの重要性を指摘する。一方、インテリジェンスについては、変化というものをどう洞察するのかということである。科学技術の変化、規制緩和、消費者意識の変化、競争環境などを冷静に分析することが重要だと説明する。実際の起業は想像以上に困難な道のりであるから、したたかさや、複数の目的を同時に追求する効率性なども重要であるという話を行う場合もある。

今後も、起業家という人物が主題でありながらも、素材となる市場データや競争データというものがあって、戦略論としても定量的に議論ができるようなケースを作成することが望まれる。

（3）ディスカッション

【主な討議内容】

- ・ 武蔵大学の高橋ゼミでは、よりよい事業計画書を書くために、ポイントとなる項目をケースで補強するという姿勢で取り組んでいる。起業家教育の授業の中でケースを使う際には、授業全体との整合性のなかで各ケースが位置づけられないとならない。また、当初は、結論だけが示されて、その理由とか仮説の議論になかなか進んでいかないということもあったので、ティーチングノートを自作し、具体的な設問を学生に与えるような工夫も行っている。
- ・ 九州大学の星野教授が担当する科目では、15回の2単位の講義の中で4ないし5のケースを使っている。まず、ケースメソッドに受講者が当事者意識を持って参加できることということが非常に重要だと考えている。外国の知らない企業より地元のなじみのある企業のケースの方が当事者意識を持ちやすいようなこともある。また、ケースメソッドの初心者にはできるだけ多く発言し、質より量という姿勢で臨むように指導している。慣れるにつれて量から質に転換していくと考えている。
- ・ 東京大学で開催している「アントレプレナー道場」は正規科目ではないが、学生のやる気を出させる様々な工夫を行っている。しっかりとしたものを書いてくれれば、次のステージに行ける。次のステージに行けば、より学びがある。学ぶためにメンターもいるし、合宿も行う。最終的に優秀な成果を挙げれば、北京大学に行く機会もある。最近では、欧米の大学にも連れて行ったりすることで、学生のやる気を出すようにしている
- ・ 学部学生の場合、どのようにケースメソッドの準備をしていいのかわからない学生はいる。その場合は、具体的な設問を必ず設けて、その設問を考えてくるような課題を与える。場合によっては、その設問を考えるときの道筋みたいなヒントを用意することもある。また、あまり議論が進まないような場合には、10~20分のグループ討議で情報を整理する時間を設けて、90分という授業を有効に使っている。
- ・ 起業家教育の分野で日本語のケースが少ないというのは大きな課題である。ケースメソッドではできるだけ多くのケースを学んで、いろいろな状況で意思決定する場面を擬似的に経験することによって、自分なりの考え方や意思決定のパターンを、機能的に導くものである。ケースの少なさを補完する意味合いで、経済的な実際のトピックを紹介して、その背景や今後の展開などを考えさせるという課題を与えることもある。

6. モデル講座育成プログラム

6.1 モデル講座育成プログラムの目的

本プログラムの目的は、先駆的、特徴的な講座をモデル講座として指定し、当該講座への外部講師の招聘、イベント実施、フィールドワーク等の活動を支援することにより、各講座の質的な向上を促進することである。また、それに加え、それらの講座の教授方法、プログラム運営方法、使用教材等を「起業家教育ひろば」の会員や起業家教育関係者等に広く公開することにより、他大学への普及を図ることで、起業家教育全体の質的向上・量的拡大を目指すことにある。

6.2 実施概要

6.2.1 モデル講座ワーキンググループの運営

ワーキンググループ委員の活動内容は、全国からのモデル講座応募書類を審査し、ワーキンググループ会合における協議を経て、講座を選定することである。平成22年度は、二次募集の選定のため、ワーキンググループ会合を1回開催した。

その他、モデル講座の進捗状況の報告は、アドバイザリーボード会合（計3回実施）において報告を行った。

(1) モデル講座ワーキンググループ委員

黒木 正樹 立命館大学経営学部経営学科教授
呉 雅俊 日本ベンチャーキャピタル協会会長
平尾 光司 信金中央金庫総合研究所所長
平田 光子 日本大学大学院グローバル・ビジネス研究科教授
◎松田 修一 早稲田大学ビジネススクール教授

(敬称略、◎印：座長)

(2) 開催日程・議題

平成22年7月2日（金）10：00-12：30：平成22年度モデル講座（第二次）審査・講座の選定

6.2.2 モデル講座の運営

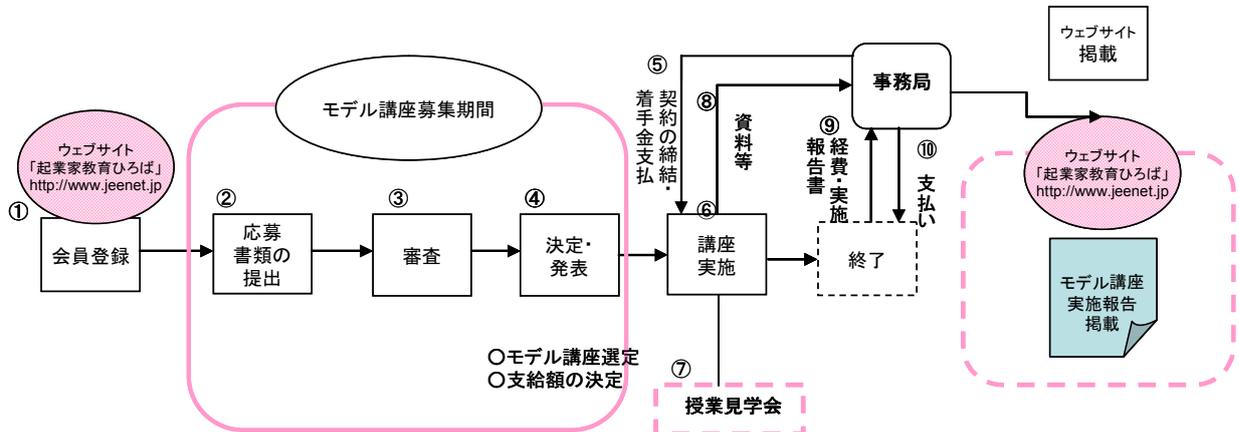
(1) モデル応募から実施までの流れ

モデル講座の応募・選定・運営の流れは以下のとおりである。

- ① 起業家教育を実施する大学・大学院の教職員が、「起業家教育ひろば」にて、会員登録を行う。
- ② ネットワーク会員（大学・大学院の教職員に限る）は、事務局に応募書類を提出する。
- ③ 審査基準に基づき、モデル講座育成ワーキンググループ委員が、提出された応募書類の審査を行い、モデル講座を選定する。
- ④ モデル講座の選定結果の発表。
- ⑤ 応募者の所属する大学・大学院と事務局との間で契約を締結。
- ⑥ 各大学・大学院が、選定されたモデル講座を実施する。
- ⑦ 授業見学会を実施（4講座で実施）。
- ⑧ 各講義の終了から2週間以内に当該講義で使用した配布資料等を可能な範囲で事務局に提出する。提出された資料等は、事務局が「起業家教育ひろば」に掲載し、会員と共有する。

- ⑨ 対象となる全ての講座が終了してから1カ月以内(または平成23年3月10日までのいずれか早い時期)に1)モデル講座実施報告書、及び2)所要経費報告書を事務局に提出する。
- ⑩ ⑨で提出された書類を、事務局が確認し、⑤の契約者である大学・大学院に対して支払う。

図表 27 モデル講座募集から実施までの流れ



6.2.3 平成22年度モデル講座実績

(1) 募集概要

平成22年度モデル講座の募集は、1次、2次の2回実施した。それぞれの概要は以下のとおり。

1) 一次募集：

- ①募集期間：平成21年8月31日～10月18日
- ②応募総数：13講座
- ③選定講座数：5講座

2) 二次募集：

- ①募集期間：平成22年4月26日～6月11日
- ②応募総数：9講座
- ③選定講座数：5講座

審査基準は、図表28のとおり。

図表 28 平成 22 年度モデル講座審査基準

審査項目・配点		審査内容
1	モデル講座としての妥当性 (25点)	モデル講座として選定するのに適当な目的(起業家人材の育成)が設定されており、目的を達成し得る内容、スケジュール、適切な対象者向けの講座となっているか。
2	講座内容等の有効性 (60点)	(A) 新規講座: ・科目構成、使用される教材・ケース等が適切であるか。 ・わが国における起業家教育のモデルとなり得る先駆的、特徴的な内容であるか。 ・他大学への波及効果が期待できるか。 ・当該講座を新規に設立する意義、期待できる効果。
		(B) 既存講座: ・科目構成、使用される教材・ケース等が適切であるか。 ・わが国における起業家教育のモデルとなり得る先駆的、特徴的な内容であるか。 ・他大学への波及効果が期待できるか。 ・講座内容の追加/改良を行う意義、期待できる効果。
3	申請金額の妥当性 (15点)	・講座が実現可能な資金計画となっているか。 ・費用対効果の観点から評価できるものか。 ・申請費用のバランスが適切か。

(2) 平成 22 年度選定モデル講座

平成 22 年度のモデル講座として選定された講座は、図表 29 に示す 10 講座である。

図表 29 平成 22 年度モデル講座 (平成 22 年 4 月～平成 23 年 2 月実施)

平成22年度モデル講座	
一次募集	二次募集
●岐阜大学 産官学融合本部(野田誠一 教授) 『起業家精神のイノベーション概論』(大学院)	静岡大学 工学研究科(林正浩 専任教授) 『MOTベンチャー戦略論 II』(大学院)
○国際教養大学 国際教養学部(須賀等 客員教授) 『Entrepreneurship(起業家精神)』	●北海商科大学 商学部(堤悦子 准教授) 『アントレプレナーシップ論』
●名古屋大学 医学部(立川幸治 教授) 『ソーシャルムーバー養成講座』	立命館大学 経営学部(嶋内秀之 講師) 『事業計画論』
●フェリス女学院大学 国際交流学部(春木良且 教授) 『社会的起業と女性』	専修大学 商学部(高橋義仁 准教授) 『企業・組織の経営戦略分析とビジネス・プランニング』
法政大学 経営学部(田路則子 教授、児玉靖司 教授) 『ハイテク・ベンチャーの経営戦略』	東北大学大学院 情報科学研究科(浜田良樹 講師) 『BASE CAMP 2010』(大学院)

●：授業見学会対象校。○：聴講者募集対象校

上記のうち、4 講座では、授業見学会を実施し、ネットワーク会員が各講義の運営方法や教授法、使用教材等について触れる機会を設けた。また、授業見学会とは別に、聴講者募集対象講座として希望者を募った。担当教員への質疑応答、ディスカッションの時間を設けることで、起業家教育における課題や有効な教授法について意見交換する機会を提供することができた。「起業家教育ひろば」の講義報告では、担当教員の所感も記載し、具体的な講義の進行方法や、学生の反応、成果についても公開している。また、可能な範囲で使用した教材・資料も掲載している。

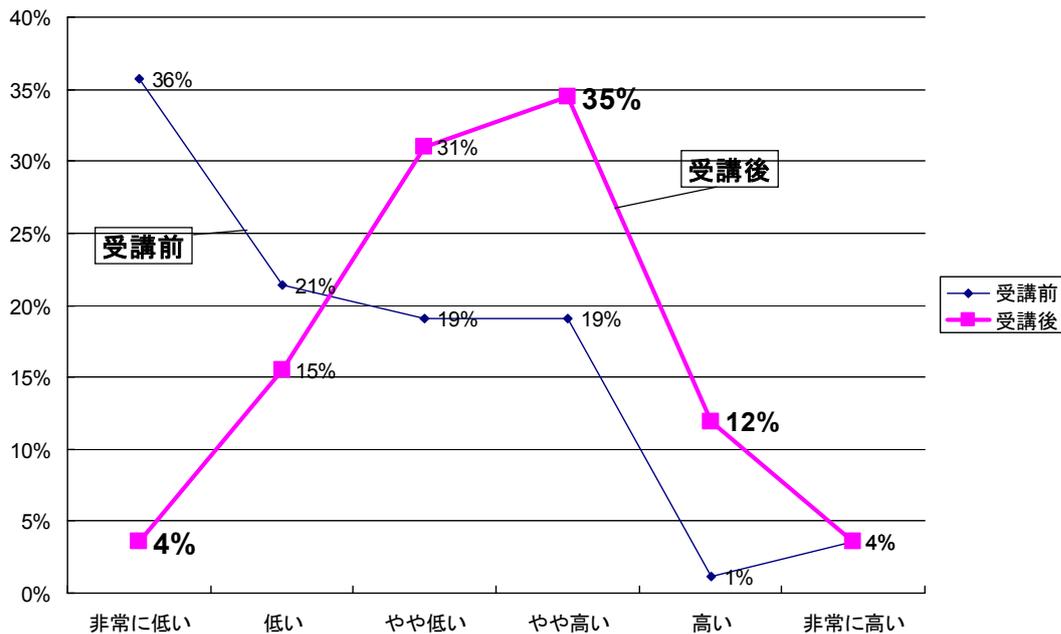
(3) アンケート結果

講座の最終講義においては、学生向けのアンケート調査を実施した(調査票は事務局・担当教

員で作成)。調査の結果、4つの講座類型別で以下のような結果となった³。講座類型別のモデル講座の内訳は以下のとおり。なお回答数からは、無回答を除外している。

- ①アントレプレナーシップ涵養型：北海商科大学、名古屋大学、法政大学、フェリス女学院大学
- ②起業家専門教育型：国際教養大学、立命館大学
- ③起業スキル副専攻型：静岡大学、岐阜大学
- ④経営スキル総合演習型：専修大学

図表 30 起業の可能性に関する意識の変化：①アントレプレナーシップ涵養型
 (回答数：北海商科大学(9)、名古屋大学(17)、法政大学(47)、フェリス女学院大学(11))

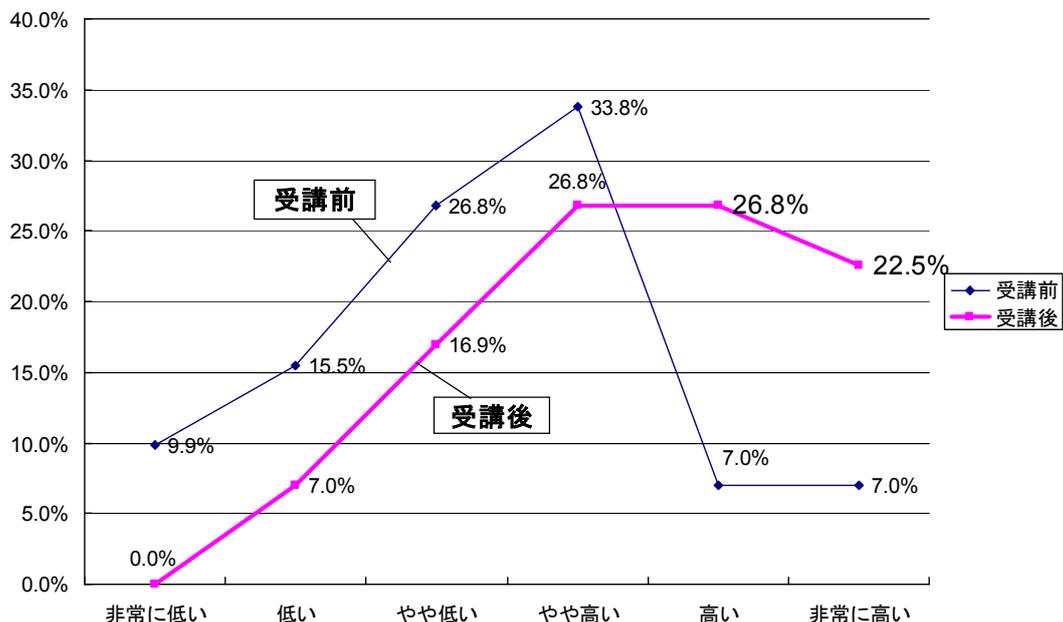


アントレプレナーシップ涵養型の講座では、広く起業家精神の醸成を目的に実施される講座であるため、対象となる学生も、学部生が中心となる他、起業活動・経営に馴染みが薄いケースも多い。講義実施前の回答を見ると、起業の可能性が非常に低い～やや低いとする学生の割合が圧倒的に高くなっている(計76%)。受講後の変化を見ると、非常に低いと回答した学生の割合が大きく減少(36%→4%)している点が見て取れる。非常に高いと回答する学生の割合に変化はないものの、高い、やや高いとする学生が増えた結果、半数の学生が起業の可能性が高い方向に回答しており、起業、ベンチャー企業に対する意識の変化を見ることができる。

³ 東北大学は担当教員が独自に質問票を作成したため本集計からは除外している。

図表 31 起業の可能性に関する意識の変化：②起業家専門教育型

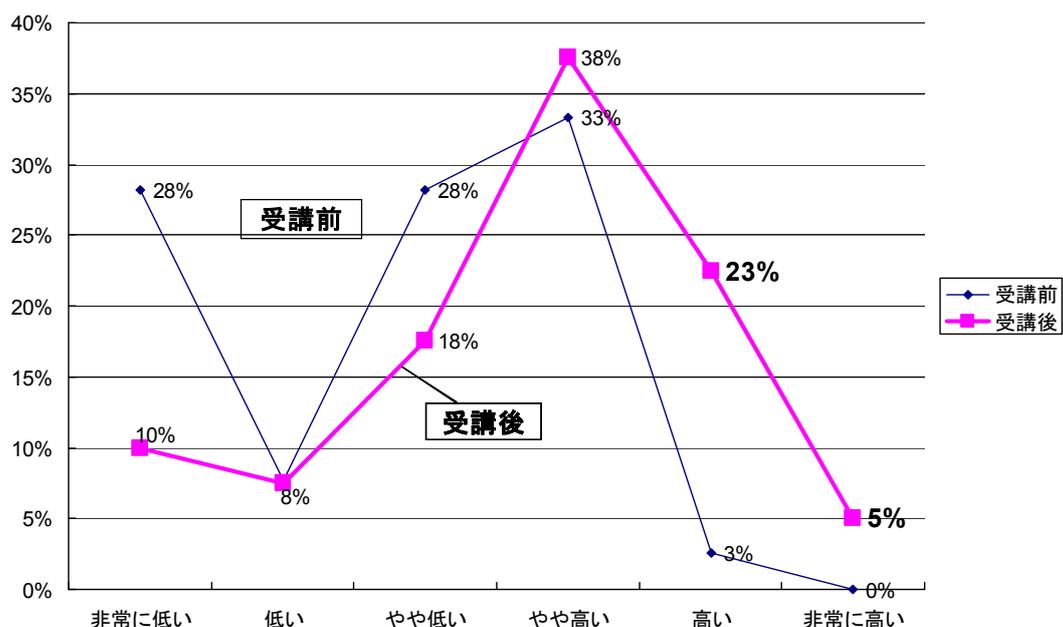
(回答数：国際教養大学（11）、立命館大学（64）)



起業家専門教育型では、受講前より起業の可能性について、非常に高い～やや高いの割合が5割程度と、学生の起業に対する意識が高い点が特徴的である。受講後の変化を見ると、非常に高い、高いと回答する割合が大きく上昇し、やや高いも含めると76%となっている。一方、非常に低いと回答した学生は0%になるなど、効果の大きさが見てとれる。

図表 32 起業の可能性に関する意識の変化：③起業スキル副専攻型

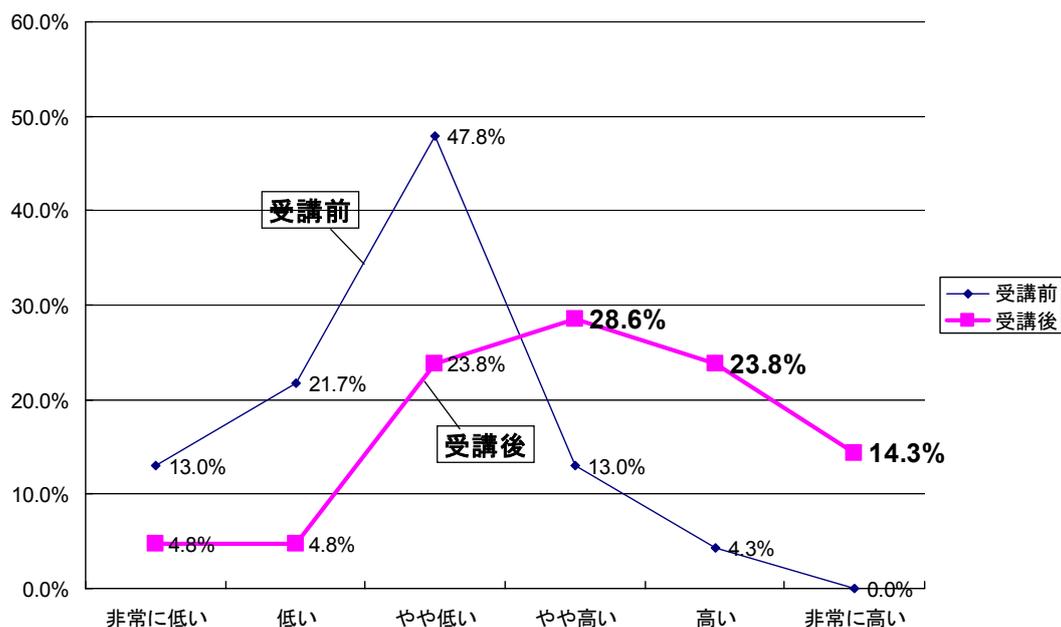
(回答数：静岡大学（15）、岐阜大学（実施前24、実施後25）)



起業スキル副専攻型は、技術系の学生を対象とする講座であり、企業の技術者として新製品開

発等を手掛ける人材に対し経営・ビジネスの基礎及び、各シーズをニーズにマッチングさせるための教育を行うことを目的としている。そのため、受講前は起業への関心は低くないものの、3割強にとどまっている。しかしながら、受講後には、非常に低いと回答する学生も1割に減少し、66%の学生が起業に対する高い関心を示す結果となった。記述回答の中にも、受講前には、起業という選択肢は全くなかったが、起業に就職して数年の経験を積んだ後に起業をする選択肢も可能性として考えるようになったとの回答もみられた。

図表 33 起業の可能性に関する意識の変化：④経営スキル総合演習
(回答数：専修大学（実施前 23、実施後 21）)



経営スキル総合演習では、経済・経営学部生を対象にビジネスプランの作成を主眼とする教育プログラムが組まれている。受講前には、非常に高い～やや高いと回答する学生の割合が、17.4%にとどまっていたが、実施後には66.7%にまで上昇し、実践的なプログラムを通じた効果が表れている。

また、類型ごとに、講義に追加してほしい項目について、以下の回答があった（抜粋）。

<起業家専門教育型>

- ・ビジネスプランを作成する時間を増やしてほしい。

<起業スキル副専攻型>

- ・起業の失敗例のプレゼンがあってもよい。
- ・技術者が苦手とするコミュニケーション能力の養成、プレゼンテーションする機会の提供。
- ・経済学の知識を深める講義（e.g. 新聞で公表される数値の背景等）。

<経営スキル総合演習型>

- ・国際企業についてもう少し学びたい。

- ・実地見学

<アントレプレナーシップ涵養型>

- ・ビジネスプランの作成方法について、もう少し時間を割いてほしい。
- ・ベンチャーに向く人と向かない人がいる。ベンチャーのメリットだけでなくデメリットも含めて伝えるべき。

<共通>

- ・起業する際の具体的なステップの説明（e.g. 登記の方法）
- ・もっと多くの外部講師の講義が聴きたい。

6.2.4 平成22年度モデル講座実施による成果

本プログラムの実施による成果として、以下の点が挙げられる。

(1) 外部講師の充実：

担当教員の多くが、モデル講座に選定されたことで、各界で活躍する一流の起業家を外部講師として招聘することができたことと成果を述べている。モデル講座として、起業家教育の普及に資する活動である点が講師に理解され、協力を得られたものとする。講師のラインナップの充実のみならず、従来、講座の経費だけでは十分でなかった謝礼、交通費についても本事業から支給されたことで、より多くの講師を招聘できた点も挙げられる。

充実した起業家による指導等の効果もあり、講座の中には自治体を実施するビジネスプランニングにおいて、学生が最優秀賞を受賞した講座があった。また、モデル講座の支援金で招聘した外部講師と密接な関係を築き、その後の講座実施への協力を得ることができた講座もあった。

(2) 海外事例研究の提供・企業調査の実施：

座学による学習に加え、他地域のベンチャー企業、店舗視察を取り入れた講座や、近隣に限られていた視察（企業訪問による市場調査）先を東京にまで拡充した講座もあり、担当教員は高い学習効果を実感している。また、米国シリコンバレーへの視察、米国で活躍する日本人起業家を招聘した講座があったが、シリコンバレーと日本の起業環境の違いの背景にある起業支援、法制度等の観点から議論する機会を得るなど、新たな取組を実施する可能性を提供できた。担当教員も、視察を通じて、英語力の必要性の認識やグローバル経営への関心が高まった点を成果として感じている。

(3) 関係機関との連携の可能性：

モデル講座の中には、地域の行政機関が講座を見学し、起業家教育を推進するために、学生・社会人を対象とした講演会の企画、寄附講座の設置について積極的な意向がみられる等、行政への働きかけとしても効果が出たものもあった。教育は息の長い取組であるため、一過性のものではなく、継続して実施していることが重要である。そのような意識を行政や関係機関と共有できた点は意義があると思われる。

(4) 学内での評価と講座の拡充：

技術系学生のための講座として、新規の起業家教育講座を開設した講座があった。モデル講座に選定されたことで、大学内での認知が得られやすくなったものもある。具体的には、学内に新

たな起業家講座が設置されたり、予算が増加された大学もある。。

6.2.5 今後に向けた提言

他大学への普及

平成 22 年度事業では、平成 21 年度に引き続き、特徴的な講座、今後必要となる分野における起業家教育を支援する取組が実施できた。また、平成 22 年度は、各講座の特徴、独自の取組や成果についてベストプラクティス集を作成した。これは、現在起業家教育実施を検討している大学に加え、今後起業家教育を創設する計画を持っている大学にとっても非常に有効な情報になるものと思われる。今後もグッドプラクティスを普及していく取組がより一層求められる。

7. 先進校の授業見学会の開催

7.1 全体概要及び実績

本プログラムは、「大学・大学院起業家教育推進ネットワークの会員」を対象に、先進的・特徴的な授業を行っている大学・大学院の授業見学会を開催するものである。主に、アドバイザリーボード委員が担当する講座や平成22年度に選定されたモデル講座を中心に、授業見学会を4回開催した（図表34）。延べ28名参加し、そのうち大学の教職員は17名であった。

昨年の傾向から首都圏以外の大学では、見学者数が落ち込む傾向にあることを鑑み、会員データやアンケートで地方の起業家教育従事者に積極的に周知し、一定の成果を収めた。

授業後の担当教員による質疑応答はおおむね活発で、非常に有意義だったとの声が聞かれた。講義時間中、もしくは終了後には、担当教員への質疑応答、ディスカッションの時間を設けることで、起業家教育における課題や有効な教授法について意見交換する機会を提供することができた。

また、国際教養大学の教員である須賀等客員教授の厚意により、同大グローバルビジネス課程「Entrepreneurship」の聴講が認められ、「起業家教育ひろば」ならびにメールマガジンで告知を行った。

図表 34 授業見学会の実施結果

開催校	対象	開催日・時間	講義形式	申込者	参加者 (教職員)
岐阜大学 『起業家精神とイノベーション概論』	学部	2010年5月26日(水) 16:10～19:00 岐阜県岐阜市	外部講師講義 +グループ討議	7名	7名(4名)
北海商科大学 『アントレプレナーシップ論』	学部	2010年11月2日(火) 10:10～12:00 北海道札幌市	外部講師講義	7名	4名(3名)
フェリス女子学院大学 『社会的起業と女性』	学部	2010年12月10日(金) 14:50～16:20 神奈川県横浜市	担当教員講義 +ビジネスプラン発表	8名	8名(4名)
名古屋大学 『ソーシャルムーバー養成講座』	学部	2011年1月20日(木) 13:00～16:10 愛知県名古屋市	担当教員講義 +外部講師講義	9名	9名(6名)
合計(延べ人数)				31名	28名(17名)

7.2 各見学会の実施概要

■第1回授業見学会（岐阜大学大学院）

日時	平成22年5月26日(水)16:10～19:00
場所	岐阜大学キャンパス内(岐阜市柳戸1-1)
対象	岐阜大学大学院 「起業家精神とイノベーション概論」
講師	野田 誠一 教授、速水 悟 教授、山縣 裕 教授

本講座は、工学研究科博士前期課程の学生約 30 名を対象としたものであり、全体プログラムは、(1) 企業概括する「企業を知る」(5 コマ)、(2) イノベーションを追求する企業活動分野である「事業を知る」(5 コマ)、(3)アントレプレナー精神の理解を図る「事業を創る」(5 コマ)の3部で構成されている。

第5回目の講義は(1)の最終コマにあたり、〈起業家精神の醸成〉について学んだ。株式会社INB プランニングの稲葉芳久代表取締役社長を招聘し、ベンチャー企業を設立した経緯と、その後のビジネス展開、さらには起業することの意義について説明があった。特に、大企業の縛りでは実施できなかったビジネスプランを起業により実現させたことに対する価値について、学生に強く訴えかけられた。

後半はそれを踏まえて、座談会(トワイライトセミナー)によりフリーディスカッションを行った。学生及び教官、産官学融合本部の関係者、稲葉社長が5つの班に分かれて、稲葉社長がなぜ成功したのか、工学部の学生自身が自らの研究テーマでもって起業することができるのか、などを議論し、各班の代表者が総括した内容で発表を行った。

■第2回授業見学会（北海商科大学）

日時	平成22年11月2日(火)10:10～12:00
場所	北海商科大学 キャンパス内（北海道札幌市豊平区豊平6条6-10）
対象	商学部 「アントレプレナーシップ論」
講師	堤 悦子 准教授

本講座は商学部の学生(約 20 名)を対象としたもの。北海道は行政依存性が高く、他の地域に比べて起業家になじみにくい状況にありますが、実際は優秀な企業が道内を拠点に活動し、全国展開している。そのような成長を遂げた企業に焦点を当ててアントレプレナーについて学習する。

第6回にあたる今回は、ルスツリゾート、サホロリゾート、登別クマ牧場など、北海道エリアを中心に日本各地の観光施設、ホテル等の運営を手掛ける観光会社「加森観光株式会社」を例に学んだ。前半に担当教員から会社についての解説があり、その後、講師として招聘した加森観光の加森公人代表取締役社長の講義があった。

加森観光の原点は、登別のクマ牧場からであった。何でも No.1 になれば覚えてもらいやすいと

ということで、当時珍しかった熊の人工飼育や芸の習得などを手がけた。事業方針は手堅く、原則的に中古の設備を購入し、取引では絶対手形を扱わない等の方針を取っていた。牧場での事業に併せてスキー場等も購入し、夏と冬の両方で収益を生むよう心がけた。地方の雇用創出にも貢献し、事業再生ビジネスの成功を買われて、地方自治体から再建依頼がくるようになった。

加森社長は合理的な発想で事業を進め、その過程で検証を怠らず、先々を見据えて手を打って来た。そのような事業に対する真摯な考え方に学生は感銘を受けたようだった。

■第3回授業見学会（フェリス女学院大学）

日時	平成22年12月10日(金)14:50~16:20
場所	フェリス女学院大学 緑園キャンパス内（神奈川県横浜市泉区緑園4-5-3）
対象	「他者との共生・社会的起業と女性」
講師	春木 良且 教授

本講座は、社会的問題の解決を事業とする社会企業について取り上げ、特に女性による起業をテーマとしている。これは、本学がキリスト教教育に根ざした文科系女子大であり、「他社のために・For Others」という校是を推進するための一つのアプローチの仕方として捉えられている。20名程度の履修者制限科目として運営し、演習とフィードバックの形態で運営している。

授業見学会ではまず、担当教員からこれまでの授業で学習した内容の総論的な説明があった。一般的に社会起業というと、資金繰りをどのようにして事業の持続性を保つかについて議論されがちであるが、本講座では、現代社会に対する問題点を捉え、それをどのようなビジネスモデルを構築することによって解決できるのかを思考することに意義があることを強調していた。いわゆる社会問題に対する「気づき」と、それに対するアクションに重点が置かれていた。

授業の後半は、2つのグループによるビジネスアイデアの発表が行われた。一つは高齢者支援に対する事業であり、もう一つは障害児支援に対する事業であった。収益構造については議論されず、注目した社会問題の実情と、その課題解決方法についての発表であった。質疑応答では、全く異なる顧客層へ同様なアプローチをすればどうか、など、担当教員から発想の転換について指摘があった。

■第4回授業見学会（名古屋大学）

日時	平成23年1月20日(木)13:00~16:10
場所	名古屋大学医学部 鶴舞キャンパス内（名古屋市昭和区鶴舞65）
対象	「ソーシャルムーバー育成講座」
講師	立川 幸治 教授

前半の内容は、京都大学物質-細胞統合システム拠点（iCEMS）准教授 イノベーションマネジメントグループ代表 仙石慎太郎氏により、iCeMSの取組について講義があった。iCeMSでは学際的な研究拠点であることに加えて、産業化やPRについて遅れているわが国の反省を踏まえて強力な陣容を整えているという内容であった。また事業化に関連して、成功の確度を高めたベン

チャー企業の運営やNPO法人の設立等を企図しており、スキームとして研究成果を機能させる事に配慮されている点が印象的であった。仙石氏自身医師でありながら、戦略コンサルタントの経歴を持ち、キャリアを限定せずに様々な取組が可能であると言う話に学生もかなり啓発されたようであった。

後半は京都大学出身のNPO法人の代表者柴田有三氏より活動報告があった。相互に共通して医学部で医師を前提とした教育課程にありながらキャリアを複眼的な視点で見ることに重点が置かれた授業であった。

7.3 授業見学会による成果

授業見学会実施については、教員については特に他の大学での授業を見学する機会に乏しいことから、おおむね好意的な評価が聞かれた。特に、今回は MOT を実践している工学研究科、商科大学の学部、女子大学の学部、国立大学の医学部と特徴的な大学の授業を中心に見学会を設定したことにより、それぞれの問題意識（例えば女子大学ならではの授業とはどうあるべきか）を強く持った見学者が集った。そのことにより、各授業見学会が、担当教員含めたより深い相互交流の契機につながったことが有意義であった模様だ。また、大学教員以外の参加者からは主に、様々なキャリアパスを念頭において、社会に対する前向きな姿勢を貪欲に持つ学生の授業態度に対して評価する声が聞かれた。

8. ベストプラクティスの拡充及び発信

8.1 ベストプラクティス事例集の作成

「起業家教育ベストプラクティス事例集」を編集・発行した。全体を3部構成に分け、平成21年度モデル講座で採択された10大学の講義内容をまとめたものを「講座編」、起業家教育をコース（専攻）・プログラムで提供している6大学の取材結果をまとめたものを「コース・プログラム編」、実際に起業家教育を受けて起業した起業家3人の事例をまとめたものを「起業家編」として掲載した。作成した「起業家教育ベストプラクティス事例集」は、ウェブサイトにアップすると共に、後述の「起業家教育インターンシップ事例集」と共に会員等に送付した。

図表 35 ベストプラクティスの掲載事例



図表 36 「起業家教育ベストプラクティス事例集」概要（全 39 頁）

<p>第1章 講座編</p>	<p>文京学院大学（東京） 静岡大学（静岡） 早稲田大学（東京） 光産業創生大学院大学（静岡） 弘前大学（青森） 松山大学（愛媛） 東京農工大学（東京） 九州大学（九州） 法政大学（東京）</p>
<p>第2章 コース・ プログラム 編</p>	<p>小樽商科大学（北海道） 高知工科大学（高知） 愛知学院大学（愛知） 関西学院大学（兵庫） 明星大学（東京） 立命館大学（滋賀） 九州大学(福岡)</p>
<p>第3章 起業家編</p>	<p>浜野勇介 氏（㈱ファインダウェイ代表） 林 昭儀 氏（㈱チャイナプリンセス代表） 星川高志 氏（クラウドキャスト㈱代表）</p>

9. 外部講師活用促進プログラム

9.1 外部講師活用促進プログラムの目的

本プログラムの目的は、ベンチャー起業家やその他起業に関連する専門家を、大学・大学院の起業家教育講座に招聘する機会の増大を図るとともに、外部講師の講義実績を会員や「起業家教育ひろば」の閲覧者に広く公開することにより、外部講師による講義の有用性の認識を高め、起業家教育の質的な向上を図ることである。

9.2 実施概要

9.2.1 外部講師活用促進ワーキンググループの運営

平成 22 年度事業においては、平成 21 年度にワーキンググループ委員に議論・助言いただいた内容を踏まえて、派遣数を 30 件とする目標に向けてプログラムの運用を中心に事業を行った。そのため、21 年度同様にワーキンググループを設置したが、個別のワーキンググループ会合は開催せず、アドバイザリーボード会合の中で、プログラムの実績・進捗報告を行った。

外部講師活用促進ワーキンググループ委員は、以下のとおりである。

首藤 健次	関東ニュービジネス協議会 副会長
高乗 正行	社団法人日本半導体ベンチャー協会副会長
田中 貴之	起業家機構 (EO) 政策理事
◎田村真理子	日本ベンチャー学会事務局長
松谷 卓也	(株)プロジェクトニッポン代表取締役
三宅 綾	(株)ジャスダック証券取引所 市場マーケティング室次長

(敬称略、◎印：座長)

9.2.2 派遣の仕組みと運用方法

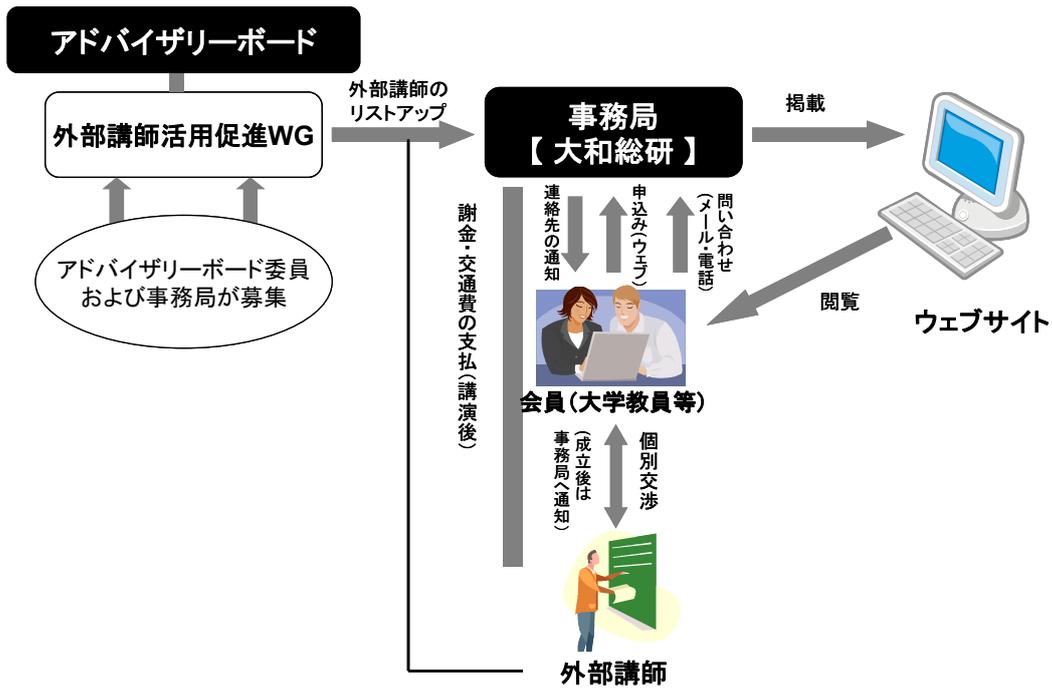
平成 21 年度に本ワーキンググループ委員及びアドバイザリーボード委員の推薦に基づき構築した専門家 81 名の外部講師データベースを引き続き活用し、当該外部講師の情報を「起業家教育ひろば」に掲載し、申込を受け付けた。派遣の仕組みと運用方法は以下のとおりである。

- 会員である大学・大学院の教職員は「起業家教育ひろば」で登録された外部講師の情報（所属情報、業種や講演内容等）を閲覧・検索し、事務局に派遣を依頼。
- 事務局は、会員から起業家教育講座への外部講師の派遣申込みを受け付け、外部講師に依頼。
- 外部講師が承諾すれば、会員と外部講師で直接詳細を調整し、講義を行う。
- 講義後は、会員は講義の内容をまとめた終了通知書を提出し、講師には謝金及び旅費を支払う。

また、本プログラムの会員への周知及び利用促進策として、講義内容や学生へのアンケート結果を実績として「起業家教育ひろば」に掲載した。

図表 37 は、ベンチャー起業家等の起業家教育講座への派遣スキームを表した図である。また、図表 38 は「起業家教育ひろば」の外部講師活用促進プログラムのページを示したものである。

図表 37 ベンチャー起業家等の起業家教育講座への派遣スキーム



図表 38 「起業家教育ひろば」外部講師活用促進プログラム ページ

The screenshot shows the '外部講師活用促進プログラム' (External Lecturer Utilization Promotion Program) page. The page includes a search bar for '外部講師検索' (External Lecturer Search) and a list of search items. The '講義実績の紹介ページ' (Lecture Performance Introduction Page) is also visible, featuring a detailed profile of an external lecturer, 株式会社フォーバル 代表取締役会長兼社長 (Representative Director, Chairman, and CEO of Foval Co., Ltd.). The profile includes the lecturer's name, date of the lecture (2009年12月2日), time (14:40-16:10), and a list of topics such as '起業家としてのライフスタイル' (Lifestyle as an Entrepreneur) and 'ベンチャー支援の実践' (Practical Experience of Venture Support). The page also lists various themes and subjects related to entrepreneurship education.

9.3 平成 22 年度の派遣実績

平成 21 年度の外部講師の派遣実績は 14 件と、登録外部講師のラインナップに見合うだけの実績を出せなかったことが反省点となった。そのため、本年度には、授業見学会、各大学への取材機会やその他イベント開催時に、本プログラムの宣伝活動を積極的に実施した。「起業家教育ひろば」においても、会員が本プログラムに容易にアクセスができるよう、掲載方法を工夫する等の改善を施した。その結果、平成 22 年度は、計 40 件の申し込みを受注。うち、38 件を実施（2 件は不成立）、目標であった 30 件を達成することができた。

派遣を依頼した大学・大学院は、私立が 16 校、国公立・県立が 4 校であった（短期大学 1 校、大学 17 校、大学院 3 校、その他 1）。関東地方では 10 校（東京 4 校、神奈川 3 校、埼玉 1 校、千葉 2 校）、関東地方以外では 11 校（愛知 4 校、福岡 2 校、石川、京都、高知、広島、宮城が各 1 校）であった。また、22 年度に複数の講師派遣の申込みを行った学校は 9 校あった。派遣件数ベースで見ると、件数順に、東京 7 件、高知 6 件、千葉、神奈川、愛知（各 5 件）、宮城 3 件、福岡、埼玉（各 2 件）、広島、京都、石川（各 1 件）であった。22 年度の特徴としては、関東地方以外の地方大学の派遣件数が、合計 19 件で、全体の半数に上った点である。地方大学への派遣の場合には、首都圏から講師を派遣する場合と比べ、謝礼の他に交通費の負担があるため、特に本プログラムの有効性が高いと思われる。また、先にも述べたように、本プログラムを複数回利用した教員も多く、プログラムを継続的に利用していただくメリットが理解いただけた結果と思われる。

登録されている外部講師の属性は、次のように分類される：起業家 67 名、経営者 78 名、ベンチャーキャピタリスト 1 名、弁護士 1 名（起業家及び経営者は重複あり）。講師への依頼テーマとしては、起業体験 21 件、女性起業家 5 件、経営戦略 4 件、ベンチャーキャピタル（ベンチャー支援含む）3 件等で、起業に至るまでの背景、ビジョン、経営戦略、人材育成等の起業体験全般に関する講義の希望が特に多かった。また、経営環境に応じた経営戦略の在り方、女性としての人生の選択肢を含めた女性起業家への講義依頼や、ベンチャー支援者からの視点に立った、ベンチャー企業の成功要因等についての講義依頼もあった。

また、派遣依頼を受けた会社の所在地は東京 18 社、神奈川 5 社、その他 5 社と、首都圏が中心であった。業種は IT（半導体）4 社、IT（システム開発）3 社、IT（インターネット）2 社、IT（通信）1 社、その他サービス業 9 社、小売 2 社等となっており、IT 関連、その他サービス業の講義実績が多くなっている。また、複数大学に対して講義を行った講師は 6 名（最大 4 回）であった。

平成 21 年度の提言内容を踏まえ、各プログラムのシナジー効果を高める関連から、モデル講座を対象に本プログラムの利用を働きかける等の工夫も行った。その結果、モデル講座（フェリス女学院大学、春木教授）において、2 件の招聘が行われた。以下に本プログラムで派遣された外部講師の一覧を示す。

図表 39 外部講師活用促進プログラム（平成 22 年度事業）実施結果

No.	企業名	講師	大学
1	エン・ジャパン(株)	越智通勝 代表取締役会長	高知工科大学大
2	(株)チップワンストップ	高乗正行 代表取締役社長	青山学院大学
3	(株)メディネット	木村佳司 代表取締役CEO	青山学院大学
4	(株)サキコーポレーション	秋山咲恵 代表取締役社長	青山学院大学
5	(株)エムビーエス	山本貴士 代表取締役	九州産業大学
6	(株)アスカネット	福田幸雄 代表取締役CEO	県立広島大学
7	ザインエレクトロニクス(株)	飯塚哲哉 代表取締役	高知工科大学
8	ネットイヤーグループ(株)	石黒不二代 代表取締役社長 兼 CEO	城西国際大学
9	(株)浜野製作所	浜野慶一 代表取締役	明海大学
10	(株)プラスゲート	大谷真司 代表取締役CEO	京都学園大学
11	(株)フォーバル	大久保秀夫 代表取締役会長兼社長	獨協大学
12	(株)アクセル	佐々木謙 代表取締役社長	高知工科大学
13	(株)セルフウィング	平井由紀子 代表取締役社長	明海大学
14	(株)ダイヤモンドダイニング	松村厚久 代表取締役社長	高知工科大学
15	(株)浜野製作所	浜野慶一 代表取締役	国士舘大学
16	(株)ナビット	福井泰代 代表取締役	和光大学
17	(株)ヘルシービット	杉本恵子 代表取締役	和光大学
18	(株)浜野製作所	浜野慶一 代表取締役	名古屋工業大学
19	(株)くつろぎ宿	深田智之 代表取締役社長	尚網学院大学
20	(株)アドバンス・メディア	鈴木清幸 代表取締役会長	金沢大学
21	デジット(株)	松川治郎 代表取締役社長	尚網学院大学
22	(株)オウケイウェイヴ	兼元 謙任 代表取締役社長	愛知学泉短期大学
23	(株)フェリシモ	矢崎和彦 代表取締役社長	高知工科大学
24	(株)チップワンストップ	高乗正行 代表取締役社長	早稲田大学
25	ネットイヤーグループ(株)	石黒不二代 代表取締役社長 兼 CEO	青山学院大学
26	(株)TSUNAMIネットワークパートナーズ	呉 雅俊 代表取締役社長	愛知学院大学
27	三菱UFJキャピタル(株)	篠原浩 投資企画部長	星城大学
28	(株)ナビット	福井泰代 代表取締役	文教大学
29	ネットイヤーグループ(株)	石黒不二代 代表取締役社長 兼 CEO	フェリス学院大学
30	(株)キッズコーポレーション	大塚雅斗 代表取締役	流通経済大学
31	(株)TSUNAMIネットワークパートナーズ	呉 雅俊 代表取締役社長	フェリス学院大学
32	ネットイヤーグループ(株)	石黒不二代 代表取締役社長 兼 CEO	高知工科大学
33	(株)メイン	山尾百合子 代表取締役	愛知学泉短期大学
34	(株)浜野製作所	浜野慶一 代表取締役	尚網学院大学
35	(株)大淵村あきたごまち生産者協会	浦井徹 代表取締役社長	流通経済大学
36	(株)エス・エス・ジー	こもたたかこ 代表取締役社長	明海大学
37	三菱UFJキャピタル(株)	篠原浩 投資企画部長	獨協大学
38	有限会社アースライト	岡本貴史 代表取締役社長	大学発ベンチャー・ビジネスプラン・コンテスト 実行委員会／九州NBC

9.4 利用者アンケート結果

9.4.1 次年度以降のプログラム継続性について

本プログラムについて、利用者向けのアンケートを実施した。利用者 24 名中、19 名から回答があった。本事業が、仮に有料化されても利用したいかについて伺ったところ、利用したいと回答した教員は 9 名、利用が難しいと回答した教員は 9 名、どちらともいえないが 1 名と、回答が二分する結果となった。有料化された場合に利用が難しい理由としては、謝礼・交通費の予算確保が難しい、支払い手続き等の事務処理が課題となる等の回答があった。また、利用したいとした教員においても、予算的に可能な範囲となるため、招聘人数を減らさざるをえないとする意見があった。

また、大学が支払うことのできる謝礼・旅費の上限額についての質問では、3 万円以上が 6 名（ただし、3 万～5 万と回答した中には交通費を含むものあり）、2 万～3 万未満 5 名、1 万円～2 万円未満が 2 名、1 万円未満が 1 名、支払い不可 4 名、前年度の申請が必要が 3 名であった。なお、支払い不可の理由としては、非常勤講師のため招聘予算がない教員があるためである。

上記、9.3 平成 22 年度の派遣実績でも述べた点であるが、平成 22 年度の実績から、地方大学の利用が多い点が特徴的に表れているが、アンケート結果を見ても、有料化した際には、地方大学による利用の件数が減少することも予想される。

9.4.2 プログラムに対するご意見、要望・課題

また、アンケートの中で、本プログラムに対するご意見をうかがったところ、以下のようなご

意見が寄せられた。

【有用な点】

- ウェブサイトに掲載された外部講師データベースで講師の情報収集が可能となり企画が立てやすく大変便利である。
- 講演に積極的な講師を招聘出来る点、自身の人脈によらない新たな起業家を全国から招聘出来る点が大変有用である。
- 大学単独で起業家を招聘することは難しい。学生に対し起業・起業家に対する関心を喚起する上で非常に有用なプログラムである。継続を希望する。
- 講師への依頼から派遣にかかる手続き全般を事務局が担っているため、手続き面での負担が軽減された。

【要望・課題】

- スケジュール調整が困難：①講師とのスケジュール調整が難しかった。②日程が決まった後の急なキャンセルは講義スケジュールに影響があるため、避けてほしい。
- 講師のラインアップを充実してほしい：IT、サービス系の講師が多いが、製造業、技術系の講師を増やすべき。
- 事前打合せの重要性：①事前打合せをどこまですべきかをフォーマットすべき。②遠方の講師の場合交通費を負担できないため事前打合せができない。本番前に講義の相談できないと依頼側にも不安が残る。対策として地域ごとに講師をプールする仕組み等が有効ではないか。
- 手続き面：①日程調整の際、紹介機関とのやり取りは時間がかかるため、省略すべき。依頼者と講師が直接やり取りの方が効率的である。②提出書類を簡素化してほしい。

以上の点から、特に平成22年度の事業においては、外部講師活用促進プログラムの有効性をより多くの起業家教育従事者に周知することができ、利用者から大変多くの反響をいただいた。利用者の多くからプログラムの継続を希望する声が聞かれた。プログラムを有料化する場合には、料金設定が引き続きの課題となる他、講師のラインナップを充実する点については同様の意見が複数寄せられているため、検討を要する。より幅広い業種に拡充することとあわせて、首都圏以外の地域の起業家の発掘も必要となるであろう。起業家による講義が学生に与えるインパクトの大きさは多くの教員が認識している点である。、本事業で構築したデータベースを活用したプログラムのさらなる改善は、本事業において確立した外部講師派遣による、産学連携の取組を継続させていくためにも有効であり、また、起業家教育の促進に与えるインパクトも大きいと思われる。

10. ベンチャー企業へのインターンシップの推進

10.1 インターンシップ事例集の作成

「起業家教育インターンシップ事例集」を編集・発行した。全体を2部構成に分け、関東ニュービジネス協議会（NBC）が会員企業に派遣したインターンの3事例をまとめたものを「短期インターンシップ事例」、NPO 法人 ETIC.ならびにその協力団体が派遣したインターンの3事例をまとめたものを「長期インターンシップ事例」として掲載した。また「短期インターンシップ事例」の末尾に「関東ニュービジネス協議会（NBC）のインターンシップ支援事業」の紹介コラムを、「長期インターンシップ事例」の末尾に「実践的な起業家教育カリキュラムに関心のある方々へ～ソーシャルビジネスインターンシップ事業のご紹介～」を掲載した。作成した「起業家教育インターンシップ事例集」はウェブサイトアップすると共に、前述の「起業家教育ベストプラクティス事例集」と一緒に会員等に送付した。

図表 40 インターンシップの掲載事例（全19頁）

第1章 短期編	(株)ネクスト (東京) (株)ベアーズ (東京) リソウル(株) (東京)
第2章 長期編	津田鮮魚店 (仙台) 民宿 紀伊の松島(三重) (株)大川印刷 (横浜)



11. 教材ケースの収集

11.1 教材・ケースプログラムの目的

本プログラムの目的は、現在日本において、起業家教育に携わる大学・大学院教員が講座で活用できる有用な教材やケースが不足している状況を鑑み、ワーキンググループが良質な教材・ケースを収集または作成し、「起業家教育ひろば」に掲載することでそれらの活用促進を図ることである。

11.2 実施概要 ケースの収集

11.2.1 教材・ケースの収集

本ネットワークアドバイザリーボードの下に教材・ケースワーキンググループを設け、本ワーキンググループ委員やアドバイザリーボード委員が推奨する「教材・ケース」を紹介した。「起業家教育ひろば」にて教材を 23 件、ケースを 66 件公開している。

(1) 教材・ケースワーキンググループ委員

各務 茂夫	東京大学教授	産学連携本部事業化推進部長
◎須賀 等	国際教養大学	グローバルビジネス課程 客員教授
高橋 徳行	武蔵大学	経済学部 経営学科 教授
濱田 康行	北海道大学大学院	経済学研究科教授
堀 義人	グロービス経営大学院	学長

(敬称略、◎印：座長)

(2) 開催日程等

第 1 回：平成 22 年 6 月 3 日（木）14：00～15：00 第 1 回教材・ケースワーキンググループ
第 2 回：平成 22 年 9 月 26 日（日）14：00～16：00 ケース教授法セミナー
第 3 回：平成 23 年 2 月 15 日（月）13：30～16：00 ケース教授法セミナー
第 4 回：平成 23 年 2 月 21 日（月）13：30～16：00 進捗報告

11.2.2 収集手順と開示方法

ワーキンググループ委員及びアドバイザリーボード委員より推薦された、起業家教育において重要と考えられる教材及びケースは、「起業家教育ひろば」を通じて合計 88 件紹介した（2009 年度 73 件）。平成 22 年度において推薦された教材は 23 件、ケースは 66 件（2009 年度 51 件）に達した。ケース 66 件のうち、ワーキンググループ委員及びアドバイザリーボード委員より推薦された推薦ケースは 36 件、外部団体（日本ケースセンター）が紹介するケースは 30 件（2009 年度 19 件）、となった（図表 41）。詳細は後掲のリスト（p.51-53）を参照。

図表 41 教材・ケースの紹介（平成 22 年度事業）実施結果

	使用言語	委員・団体分類	推薦者(五十音順)
教材 23件	日本語 16件 英語 4件 両方 3件	アドバイザーボード委員 22件	五十嵐委員(8)、須賀委員(5)、高橋委員(3)、濱田委員(1)、前田委員(6)
		外部団体 1件	大和総研(1)
ケース 66件	日本語 56件 英語 10件	アドバイザーボード委員 36件 (そのうち3件:無料)	五十嵐委員(2)、各務委員(2)、須賀委員(3)、高橋委員(3)、堀委員(12)、松田委員(13)、黒木(1)
		外部団体 30件 (そのうち6件:無料)	日本ケースセンター(30)

※上記図表中のデータは 2009 年度からの累積件数。

11.2.3 推薦及び紹介された教材・ケースの分類

推薦・紹介された教材・ケースは、「起業家教育ひろば」上で「使用言語」、「分野」、「対象レベル」、「有料・無料」、「業種」、「成長段階」、「ケースの用途」で分類され、検索できるようになっている(図表 42)。

図表 42 「起業家教育ひろば」教材・ケースの紹介 ページ

The screenshot shows a search result page for 'Cases' on the 'Entrepreneur Education Hiroba' website. The page is titled '【ケース】Trolltech (Norway)・Will Cenapio Steal Christmas?' and includes a 'Recommendation Comment' section. A sidebar on the right lists various filters for the search results, such as 'Language', 'Field', 'Target Level', 'Cost', 'Industry', 'Growth Stage', and 'Case Usage'. Callouts from the text above point to specific elements: '教材・ケース紹介プログラム: 推薦教材・ケースリスト' points to the 'Recommended Case List' section, and '教材・ケース 検索項目' points to the search filters sidebar.

推薦された教材やケースは日本語のものが多く、英語や日本語・英語の翻訳版もある。分野の項目は、多い順番からアントレプレナーシップ全般、成長戦略、起業戦略、起業プロセス、経営全般、VC 出資受入である。ケースで取り上げられた業種は IT 系が最も多く、紹介ケース全体の半分程度となった。対象レベルは大学院が最も多い。ケースが焦点を当てている成長段階は、成長期と創業期が最も多い。ケースの用途は、事例研究の数よりも、討議用、特に分析ケースと意思決定ケースの推薦・紹介の数の方が多い（図表 43）。

図表 43 教材・ケースの分類

教材・ケースの分類		業種		有料・無料	
ケース・教材		業種		有料・無料	
ケース	66	IT(インターネット関連)	7	有料	57
教材	23	IT(ソフトウェア・システム開発)	14	無料	9
使用言語		IT(コンピュータ・ハードウェア)		段階	
日本語	71	IT(半導体・その他電子製品)	5	起業準備	7
英語	14	IT(ゲーム分野)	1	創業期	33
分野		創業・バイオテクノロジー	5	Mezzanine期	4
起業プロセス	18	医療・ヘルスケア	2	成長期	34
アントレプレナーシップ全般	35	化学・素材	1	出口期	9
起業戦略	26	環境・リサイクル	1	その他	9
成長戦略	28	金融・保険	1	用途	
起業財務	14	飲食業	2	事例研究	18
VC出資受入	15	小売・卸売業	8	研究ケース	10
ビジネスプラン関連	9	その他製造業	4	情報ケース	18
法務・知的財産	5	その他サービス業	9	討議用	45
マーケティング	12	その他	4	理論適用ケース	5
人事労務	3	対象レベル		分析ケース	28
技術・税増プロセス	7	一般教養	12	意思決定ケース	25
IPO	9	学部	39		
経営全般	16	大学院	60		
その他	13				

それぞれの教材・ケースの紹介ページには販売者・入手先の情報を記載し、ウェブサイトのリンクを貼付することで、より詳細な情報を閲覧できるようになっている。

11.2.4 外部団体が販売・提供するケース

日本ケースセンター（外部団体）が販売・提供する起業に関するケース 30 件を「起業家教育ひろば」で紹介した。これらのケースは日本ケースセンターのウェブサイトから直接入手することが可能である（ケースの紹介ページには、日本ケースセンターのウェブサイトのリンクを貼付した。そのうち、無料のケースは 6 件である。）紹介されたケースの作成者は、ハーバードビジネススクール、バージニア州立大学、ウェスタンオンタリオ大学、及び奈良先端科学技術大学院大学である。なお、英語のケースは日本語に翻訳され、掲載されている。

11.2.5 モデル講座で使用されている教材・ケース

モデル講座に選定された起業家教育講座で使われた教材やケースについても「起業家教育ひろば」で掲載している。

図表 44 推薦・紹介された教材・ケースのリスト

①推薦教材		
タイトル	著者	出版社
すべては一杯のコーヒーから	松田公太	新潮文庫
日本人が知らない「儲かる国」ニッポン (英語原版 "Saying Yes to Japan")	Tim Clark/Carl Kay 武井揚一 訳	日本経済新聞社(日本語訳)、Vertical(英語版)
経営の才覚	ノーム・ブロードスキー・ポー・バーリンガム 上原 裕美子 訳	アメリカン・ブック&シネマ
「ICTベンチャー・リーダーシップ・プログラム」	総務省情報通信政策局 情報通信政策課	総務省情報通信政策局 情報通信政策課
イノベーションとベンチャー企業	野中郁次郎 編著	八千代出版
成功した起業家が毎日考えていること	レオナルド・ローディシュ他 笠原英一 訳	中経出版
強い会社をつくる失敗学	畑村洋太郎	日本実業出版社
事業計画がしっかりつくれる本	竹内裕明	かんき出版
自分の会社をつくるということ	経沢香保子	ダイヤモンド社
Entrepreneurship(アントレプレナーシップ:日本語 翻訳版)	William Bygrave, Andrew Zachakis 高橋徳行、田代泰久、鈴木正明 訳	John Wiley & Sons(日経BP社)
起業学の基礎	高橋徳行	勁草書房
スタートアップ(ザ・起業物語)	ジェリー・カブラン 仁平和夫 訳	Penguin Books(日経BP社)
地域再生と大学	濱田康行、佐藤孝一、吉田典之	中央公論新社
Entrepreneurship(英語版)	William Bygrave, Andrew Zachakis	John Wiley & Sons
New Venture Creation :Entrepreneurship for the 21st Century	Jeffry A. Timmons, Stephen Spinelli	McGraw Hill Higher Education; 8th Revised edition版
アントレプレナー・ファイナンス:ベンチャー企業の 価値評価とディール・ストラクチャー	リチャード・L・スミス、ジャネット・K・スミス 山本一彦総監訳、岸本光永、忽那憲治 訳	中央経済社
プライベート・エクイティ:価値創造の投資手法	マイケル・J・コーバー	東洋経済新報社
Essentials of Entrepreneurship : What It Takes to Create Successful Enterprises	The Indus Entrepreneurs(T.I.E)	John Wiley & Sons Inc
Entrepreneurship : A Process Perspective	Robert A. Baron, Scott A. Shane	South-Western, Div of Thomson Learning; International ed版
アントレプレナーの教科書:新規事業を成功させ る4つのステップ(原題:The Four Steps to the Epiphany)	スティーブン・G・ブランク 堤 孝志、渡邊 哲 訳	翔泳社
ベンチャー起業家入門	[監修]早稲田大学 大江建/並木秀男 [編集]大和総研 東英治/鈴江栄二	丸善プラネット
ケースで学ぶ 実戦・起業塾	木谷 哲夫 編著(共著)	日本経済新聞出版社

②推薦ケース		
タイトル	作成者	販売者・入手先
Lotus Development Corporation	William Sahlman (Harvard Business School)	HBSP(Harvard Business School Publishing) ／日本ケースセンター
Takahiko Naraki, The ¥ 3 mil. Entrepreneur	Jason Inch, Eric Morse (Univervisty of Western Ontario)	HBSP(Harvard Business School Publishing) ／日本ケースセンター
Trolltech (Norway) - Will Cenapio Steal Christmas?	Daniel Isenberg (Harvard Business School)	HBSP(Harvard Business School Publishing) ／日本ケースセンター
21LADY株式会社	高橋徳行、笠原一絵	中小企業基盤整備機構
ジョン・ハーシュティックの新規事業（高橋徳行他翻訳「アントレプレナーシップ」(2009)収録）	Dab D'Heilly, Tricia Jecle	日経BP社
バーチャル・ヴィンヤード	Thomas A. Gerace, Lisa R. Klein	慶應義塾大学ビジネス・スクール
アドバンスト・ソフトマテリアルズ株式会社 (ASM)	各務茂夫（東京大学）	東京大学
株式会社 ミクシィ (1) 2008年3月期	各務茂夫、白石敬仁(以上東京大学)、大和総研	東京大学／大和総研
カルチュア・コンビニエンス・クラブ(A)、(B)、増田社長へのインタビュー	(株)グロービス	(株)グロービス
ゴンゾ・ディジメーション(A)、(B)、(C)	(株)グロービス	(株)グロービス
ソフトバンク株式会社：1995年、2006年	(株)グロービス	(株)グロービス
ネミック・ラムダ(A)、(B)、後日談：ケース以降のネミック・ラムダと斑目氏	(株)グロービス	(株)グロービス
ベーグル&ベーグル：起業から成長期の資金調達	(株)グロービス	(株)グロービス
ベーグル&ベーグル：新市場におけるマーケティング	(株)グロービス	(株)グロービス
ヘルスケア・コミッティ(HCC) (A)、(B)	(株)グロービス	(株)グロービス
星野リゾート	(株)グロービス	(株)グロービス
ヤフー株式会社 2000年	(株)グロービス	(株)グロービス
ユニバーサル・ソリューション・システムズ(USS) (A)、(B)	(株)グロービス	(株)グロービス
ワークス・アプリケーションズ(A)、(B)、(C)	(株)グロービス	(株)グロービス
ワークス・アプリケーションズのIPO(A)、(B)	(株)グロービス	(株)グロービス
(株) インデックス：ベンチャー企業の終わりなき挑戦 (No.105)	松田修一	早稲田大学
加賀電子：顧客との協創を通じた事業創造 (No.143)	松田修一	早稲田大学
技術ベンチャー：小さな国際企業オプトラン社 (No.121)	松田修一	早稲田大学
逆転のイノベータ コメリ強さの核心 (No.95)	松田修一	早稲田大学
究極の高収益モデルを実現した技術開発型企業 キーエンス (No.132)	松田修一	早稲田大学
新業態で躍進するドン・キホーテ (No.130)	松田修一	早稲田大学
太陽光発電製造装置のトップメーカー エヌ・ピー・シー (No.177)	松田修一	早稲田大学
中国校弁企業：清華同方有限公司～創業から上場ドラマ (No.123)	松田修一	早稲田大学
日本電産：進化するM&A戦略 (No.96)	松田修一	早稲田大学
LAN活用のワークフロービジネスに挑戦したL社の軌道 (No.104)	松田修一	早稲田大学
Cases in Entrepreneurship : Venture Creation Process	Eric A..Morse, Ronald K.Michell	Sage Publications

③外部団体が提供・販売するケース		
タイトル	作成者	販売者・入手先
雲南白薬:伝統的な漢方薬が製品・市場多角化の機会に触れる	James M. Hagen (Richard Ivey School of Business)	日本ケースセンター
キャリアックス&カローラ	Walter J. Salmon, David Wylie (Harvard Business School)	日本ケースセンター
(株)クレディアジャパン	本橋健、松田公彦、戸所義博 (奈良先端科学技術大学院大学)	日本ケースセンター
サイワールド:ソーシャルネットワークにおける価値の創造と獲得	Sunil Gupta, Sangman Han, 他 (Harvard Business School)	日本ケースセンター
株式会社ジャフコと日本のベンチャーキャピタル業界	桐畑哲也 (奈良先端科学技術大学院大学)	日本ケースセンター
スリーエム:革新する企業の横顔	Christopher A. Bartlett, Afroze Mohammed (Harvard Business School)	日本ケースセンター
ドキュメンタム Inc.	Lal Rajiv (Harvard Business School)	日本ケースセンター
ドラッグストア・ドットコム	Richard L. Nolan (Harvard Business School)	日本ケースセンター
バイオマグネ社物語(上) - 起業決断から事業計画作成まで -	川嶋正章、東秀彦、末永京子 (奈良先端科学技術大学院大学)	日本ケースセンター
バイオマグネ社物語(下) - 設立から株式公開まで -	川嶋正章、東秀彦、末永京子 (奈良先端科学技術大学院大学)	日本ケースセンター
バックチャンネルメディア: テレビを「クリック可能」にする	Sunil Gupta, Kavita Shukla, Zach Clayton (Harvard Business School)	日本ケースセンター
ベン&ジェリーズ - 日本	James M. Hagen (Richard Ivey School of Business)	日本ケースセンター
ベンチャーの再出発	田畑友啓、本橋健 (奈良先端科学技術大学院大学)	日本ケースセンター
ボディショップ・インターナショナル	Christopher A. Bartlett, Kenton Elderkin, 他 (Harvard Business School)	日本ケースセンター
マイクロストラテジー社: PIPE	Richard Crawford, Susan Chaplinsky (University of Virginia Darden School)	日本ケースセンター
ランガー研究所: 科学の商業化	H. Kent Bowen, Alex Kazaks, 他 (Harvard Business School)	日本ケースセンター
ワタベウェディング株式会社 - 成長戦略と海外展開 -	Richard Crawford, Susan Chaplinsky (University of Virginia Darden School)	日本ケースセンター
My Saga in Silicon Valley	中村孝一郎 (奈良先端科学技術大学院大学)	日本ケースセンター
Zipcar: ビジネスモデルの改良	Myra Hart, Micheal J. Roberts, Julia D. Stevens (Harvard Business School)	日本ケースセンター
ジョン・ハーシュティックの新しいベンチャー	Bygrave, W., D'Heilly, Jaeckle, T.	日本ケースセンター
心拍数に挑む破壊的技術: エクトン	Christensen, Clayton M., Cape, Edward G.	日本ケースセンター
ルーセント・テクノロジー: ニュー・ベンチャー・グループの未来	Henry W. Chesbrough, Anthony Massaro	日本ケースセンター
カラーキネティクス社(A)	Narayandas, Das, Caravella, Mary Neuner	日本ケースセンター
ノット(The Knot)	William A. Sahlman, Michael J. Roberts & Matthew C. Lieb	日本ケースセンター
Managing Segway's Early Development	Managing Segway's Early Development	日本ケースセンター
Lucent Technologies New Ventures Group	Rosabeth Moss Kanter & Michelle A. Heskett	日本ケースセンター
Frank Addante, Serial Entrepreneur	Norm Wasserman & Antony Uy	日本ケースセンター
Ruth M. Owades	R. O. Von Werssowetz & R. W. Kent	日本ケースセンター
トロールテック(ノルウェー)—セナビオはクリスマスを奪い去るのか	Daniel Isenberg (Harvard Business School HBS9-806-090)	日本ケースセンター
榎木隆彦—300万円の起業家	Jason Inch, Eric Morse (Richard Ivey School of Business, University of Western Ontario)	日本ケースセンター

11.3 実施概要 ケースの作成

11.3.1 収集手順

ワーキンググループ委員及びアドバイザーボード委員から推薦を受けた方々にケース教材の作成を依頼し、「ケース作成プロセスにかかる手引き」を執筆していただき、実践的に活用できる教材として5社のケース教材を作成した。ケース収集の手順は、以下の手順で行なった。

- 1) 推薦を受けた方々に「執筆依頼書（対象企業も提示）」及び「承諾書」を送付
- 2) 承諾書を受領
- 3) 「ケース作成プロセスにかかる手引き」の雛形を送付
- 4) 執筆者より「ケース作成プロセスにかかる手引き」を受領

11.3.2 開示方法

ケース教材の開発が活性化することを念頭に、5社の「ケース作成プロセスにかかる手引き」をウェブサイト「起業家教育ひろば」上で公開している。ケース本文とティーチングノートに関しては、著作権者である執筆者に許諾を得て一部公開しており、当該サイトの登録会員のみが閲覧することができる。公開状況は以下のとおりである。

図表 45 作成したケース教材の一覧と公開状況

No.	企業名	概要	プロセス手引	ケース本文	ティーチングノート	推薦者
1	テラ(株)	独自のガンの免疫細胞療法を開発するバイオベンチャー。外科医から起業家に転換し、ビジネスモデルを創造した経緯を紹介。	公開	非公開	非公開	各務委員
2	Quality Electrodynamics (QED)	日本人起業家の米国における起業事例。MRI装置に使用するRFコイルのOEM事業をグローバル企業を顧客先として展開。起業家の“人となり”にも着目する。	公開	公開	非公開	各務委員
3	(仮名) (株)バイオティシュー	エクイティ他で約26億円を調達し、IPOを目指した、複合型培養皮膚開発のバイオベンチャー。その破綻の訳とは？	公開	公開	非公開	高橋委員
4	クリプトン・フューチャー・メディア(株)	「音」で発想し、「音」を商品化することで独自ビジネスモデルを確立して、「初音ミク」というバーチャルアイドルを創造した独創的な企業の事例である。	公開	公開	公開	濱田委員
5	(株)ウェザーニューズ	気象情報ビジネスにおいて、顧客との価値共創型のサービスイノベーション(桜開花予想、花粉情報、ゲリラ雷雨防衛隊など)を創出した事例。	公開	非公開	非公開	藤川委員

11.3.3 ケース教授法セミナーの開催

平成22年度はケース教授法セミナーを2回開催し、先進的な教材の開発手法や効率的な作成のポイントなどを紹介する講演を行なった。

第1回：平成22年9月26日（日）14：00～16：00 第1回ケース教授法セミナー

第2回：平成23年2月15日（月）13：30～16：00 第2回ケース教授法セミナー

第1回目のセミナーでは、アントレプレナーシップ分野で世界的に高い評価を得ているバブソン大学のバイグレイブ名誉教授をお招きした。第2回のセミナーでは、藤川委員と各務委員による実践的なケース作成手法や講義での活用などをご講演いただいた。

12. 当事業以外の起業家教育に関するイベント等の情報共有、連携

ホームページで情報提供を募集した結果、述べ10件のビジネスプラン・コンテストの案内を行った(図表46)。

「大学生を対象とするビジネスプラン・コンテスト」のほか、「各大学で実施されているビジネスプラン・コンテスト」(在籍する大学生・大学院生等を募集対象にしているもの)についても取り上げ、ビジネスプラン・コンテストを通じて積極的に起業家教育に取り組む大学・公共機関をPRした。

また、当時業以外の起業家教育関連のイベントに関しても随時、掲載募集を行い、8件をホームページに掲載、一部はメールマガジンにて告知を行った。

図表 46 平成 22 年度事業において案内したビジネスプラン・コンテスト

掲載ビジネスプラン名	主催者属性
第2回SBIビジネスプラン・コンテスト2011	大学
アイデア&事業化プランコンテスト「テクノ愛2010」	大学
第9回SOHOしずおかビジネスプランコンテスト	公共
横浜ビジネスグランプリ2011	公共
横浜ビジネスグランプリ2011(アンダー22部門)	公共
第10回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト(九州NBC)	公共
平成22年度 第9回学生起業家選手権(東京都主催)	公共
Global Entrepreneurship Week 2010 Kyoto Session イノベーション・ワークショップ	NPO
バーチャル・カンパニー トレードフェア2010	NPO
i believe (アイ ビリーヴ)あなたの夢をかなえるプロジェクト	民間

図表 47 平成 22 年度事業において案内した連携プログラム・その他イベント

掲載イベント名	主催者属性
日米遠隔セミナー「日本とシリコンバレーをつなぐプロフェッショナル」(法政大学)	大学
国立大学法人静岡大学 第9回アントレプレナー講演会	大学
東京大学における起業家教育の振り返りと将来への課題	大学
第3回「Technological Entrepreneurship Workshop」	大学
企業人と学生との大交流会～第16回「寺子屋かいぎ」(NBC)	公共
Asian VC Network Forum 2010	公共
大企業とベンチャーを結びつける Open Innovation Network「Connect!」	公共
全国5地域 起業家型人材育成のためのインターンシップフェアのご案内	NPO

13. 提言

13.1 起業家教育の普及に向けた提言

大学・大学院起業家教育推進ネットワークのアドバイザリーボード会合の第2回（平成22年10月26日開催）及び第3回（平成23年2月21日開催）において、「起業家教育の普及に向けた提言」が討議された。その討議結果をもとにして、以下のとおり提言を取りまとめる。

(1) リーダーシップ教育やキャリア教育の一環として、起業家教育の更なる普及を図るべき。

新しい事業を創出し、会社を起業することは起業家教育の重要な目的である。しかし、①将来的な目標を実現するために主体的に挑戦する、②企画・生産・営業など、実際の事業活動を理解する、③課題解決に向けて独創的なアイデアを発案し、その実効性を検証する、④目標実現に向けて定量的な計画を作成するなど、起業家教育で教えられる要素は汎用性が高く、幅広い分野で活用できる。

例えば、①や④は、様々な分野の先導者（リーダー）を養成する「リーダーシップ教育」で欠かせない項目であり、②や③は、将来のキャリア形成に対する認識を高める「キャリア教育」で必要とされる要素と考えられる。一方、起業家教育をリーダーシップ教育やキャリア教育と融合すれば、実業界からの協力が得られやすいという利点も想定される。

また、受講生を起業志向の高い学生だけに限定する必要はない。社会的な課題の解決を目指すソーシャル・アントレプレナーシップ（社会起業）に興味を持つ学生も多い。起業家教育の受講生はビジネスに対する感度が高く、就職活動でも人気が高いという意見も聞かれる。

起業家教育をリーダーシップ教育やキャリア教育の一環をして位置付けることで、より多くの学生を対象にして起業家教育の普及がさらに進むことが期待される。

(2) モデル講座の選定などを通じて、大学内外での起業家教育の認知度を高めるべき。

本事業では、2年間でのべ20件のモデル講座を選定し、その実施を資金的に支援してきた。その結果として、科目内容が拡充されるとともに、大学内での評価が高まり予算が増額されるなど、別の関連科目が新設されるなど追加的な支援を促す呼び水効果もたらされた。また、モデル講座の授業見学会を開催するとともに、先進的なベストプラクティス事例を紹介することで、その成果の共有にも努めた。

起業家教育は比較的新しい教育分野だけに、大学内外での認知度については依然として改善の余地がある。今後も、モデル講座の選定や先進的な講座の紹介などを通じて、学内外での認知度を継続的に高めていくことが重要である。

(3) 外部講師の活用などを通じて、実際の起業家をより広く紹介することが望まれる。

不況が長期化し、就職市場が低迷していることもあって、大学・大学院の学生の職業観は保守的になっている。民間企業や官公庁などに就職するのが大半で、将来的に転職することはあっても、起業という選択をするのは少数派であろう。この要因として、学生の多くが起業家という職業やそのライフスタイルをほとんど認識していないことがあげられるのではないか。一方、起業家には、両親や親族のなかに企業経営者がいて、その実態を見ながら育ったという経歴が多いとされ

ている。

については、実際の起業家を外部講師として大学の授業に招き、直接的に接する機会を与えることで、起業家をより身近に理解する学生を増やすことが重要である。

本事業では2年間で約52件の外部講師の招聘を支援してきた。在学時に起業家の実態をより正確に理解しておくことで、いったんは企業等に就職しても、ビジネス経験を積んだ後に起業するという事例が増えることが期待される。

(4) 効果的な起業家教育を実践するため、地域との連携を深め、起業経験を持つ卒業生などを活用すべき。

起業家教育を効果的に実践するためには、起業家を含めた経済界の協力が欠かせない。地域によっては、著名な創業経営者を外部講師として呼ぶのは難しい大学もあると推測される。しかしながら、地元の企業経営者であっても、実際の起業家と接点を持つことは、起業に対する学生の理解を深める効果が十分に見込める。例えば、地元の商店街などと連携して、起業家教育のプログラムを展開することも有効である。

また、各大学の卒業生も起業家教育の実践を支援する有力な候補となる。起業経験を持つ卒業生は、母校での授業など、講演依頼には快く了解するケースが多い。更に、卒業生ということで、学生がより身近に感じることも期待される。

限られた予算の中で実際のビジネスを体感するためには、地域との連携を深め、起業経験を持つ卒業生などを活用することが有効である。

(5) ロールモデルとなる成功事例が継続的に創出されることが望まれる。

起業家教育に限ったわけではないが、憧れるロールモデル（模範となる人物）の影響を受けて、次世代の人材が育っていった事例が数多く見られる。著名な起業家を持続的に輩出している米国では、成功した創業経営者に憧れて自らも将来的に起業しようとする学生が多いといわれる。

米国のハーバード大学でビジネスを学んだ後に起業し、成功している楽天の三木谷浩史会長兼社長やDeNAの南場智子社長などの事例はあるものの、日本の大学・大学院で起業家教育を受けた後に起業し、自社を世界市場で活躍するような企業に成長させた事例はまだほとんどない。

日本の大学・大学院の起業家教育からも、ロールモデルとなるような成功事例が継続的に創出されることが望まれる。

(6) 起業前から世界市場を意識するような教育プログラムを充実させることが望まれる。

起業家が世界水準で活躍するようになるには、起業前から世界市場を意識することが重要である。例えば、ビジネスプランを作成する際にも、国内市場だけではなく、海外進出を見据えた計画を立てる必要がある。

また、アップルのスティーブ・ジョブズ CEO やフェイスブックのマーク・ザッカーバーグ CEO など世界的に成功している起業家の経験談を見聞きすることは、起業を目指す学生を強く刺激すると考えられる。

海外からの留学生が参加しやすい科目や課外活動を設定することも、日本人学生に世界を意識させる意味合いで効果的である。英語での講義やビジネスプランの作成などを留学生とともに体

験することで、コミュニケーション能力の向上とともに、出身国による考え方の違いなどを認識する機会が得られると考えられる。

大学院の学生などについては、海外のビジネスプラン・コンテストに参加し、世界レベルでの競争を体験することも、世界市場に対する意識を向上させることに役立つと期待される。

近年、日本出身の世界水準で活躍するような起業家は限られている。世界レベルの起業家を継続的に日本から輩出するためには、大学・大学院の起業家教育においても、世界市場を意識するようなプログラムを充実させることが望まれる。

本年度のアドバイザリーボードでの議論から導き出された提言は前述のとおりであるが、今後も大学・大学院起業家教育推進ネットワーク事業が継続される中で、よりよい起業家教育の姿を目指し、継続的な提言がなされることを期待している。