

ベンチャー企業の創出と起業家教育 － 崇城大学起業家育成プログラム －

崇城大学総合教育センター准教授

熊野正樹

要 旨

我が国の経済を活性化させるうえで、開業、中でもベンチャー企業¹の開業を促進することは重要な課題である。現在、起業家を志す人々の裾野を広げることを目的として、多くの大学で起業家教育が行われている。しかし、我が国の開業率は依然低調な水準で推移しており、必ずしも成果が上がっているとはいえない状態である。

そこで、本稿では、起業家教育の最適なあり方を探るため、崇城大学起業家育成プログラムの事例を通して、ベンチャー企業創出において起業家教育が果たすべき役割とは何か、起業家教育がベンチャー企業を創出するにはどういった内容が必要なのかを論じる。

本プログラムは、①講義（ベンチャー起業論Ⅰ・Ⅱ）、②部活動（崇城大学起業部）、③学生起業支援の3本柱で実施しており、学生のアントレプレナーシップの涵養はもとより、学生起業家の輩出と育成に注力し、学生ベンチャーによる地方創生を目標としている。熊本県では、若者の県外流出が深刻な課題になっており、本プログラムは、起業による若者の県内定着、地方の活性化をも目指している。これは、一地方私立大学のささやかな話ではあるが、この現実と活動を注意深く考察すると、我が国の起業家教育が抱えるいくつかの問題点とその打開策が浮き彫りになる。

起業家の輩出を前提とした大学における起業家教育で重要なことは、ベンチャービジネスとは何か、起業のタイプ、投資と融資の違い、ベンチャー型起業を選択する意義など、起業に関する基礎的知識を教育し、動機づけを行ったうえで、本当に起業したい学生に対しては、部活動等の課外活動の場を用意することである。さらに、外部の専門家やメンターによる支援や、ビジネスプランコンテスト参加のための交通費、試作品開発等の資金提供等、起業家育成のための資金を確保したうえで、起業家教育と起業支援を連動させる必要がある。

キーワード

起業家教育、起業支援、ベンチャー、学生起業、ビジネスプラン、起業部、地方創生

¹ 本稿における「ベンチャー企業」の定義は、第2章(2)①に記載のとおり。

1 はじめに

我が国の経済を活性化させるうえで、開業、中でもベンチャー企業の開業を促進することは重要な課題である。現在、起業家を志す人々の裾野を広げることを目的として、多くの大学で起業家教育が行われている。しかし、我が国の開業率は依然低調な水準で推移しており、必ずしも成果が上がっているとはいえない状態である。

日本政府は、開業率を現状の5%から10%に上げることを我が国の成長戦略に掲げている。日本において開業率が低い背景には、起業が職業の選択肢となっていないこと、起業が社会に浸透していないことが大きな要因といわれる。起業活動の国際比較をするGlobal Entrepreneurship Monitorの調査をもとにした分析でも、「身近に起業した人を知っているか」という起業活動の社会への浸透度が17%（先進国平均30%）、「起業の知識・能力・経験がある」という起業の知識・経験の保有率が13%（先進国平均41%）と諸外国と比べても低い状況にある。つまり、起業しようと思わない、起業が身近でない、起業に関する知識がないといった国民一般の意識・知識面での課題が明確になっている。

一方、近年、平成生まれの学生のベンチャー起業熱が急速に高まっている。個々はまだ無名だが、次々に生まれる「平成世代」のベンチャー起業家は、ひとつの集団としての存在感を増している。ビジネスのアイデアと行動力を武器に世界を舞台に事業を展開しようとする起業家が育ち始めているのである。米国のシリコンバレーにおける創業段階の有望なベンチャー企業に少額を投資するベンチャーキャピタル(以下、VC)の手法にならない、我が国においても、VCやエンジェル投資家、シー

ドアクセラレーターが、数百万円単位の出資案件を増やしている²。ベンチャー起業家の登竜門となるビジネスプランコンテストも活況を呈している。

この現状に対して我が国の起業家教育は十分な対応が出来ておらず、起業家育成に関する十分な知見が蓄積されたとは言い難い状況にある。起業家教育は、経営教育領域のみならず、ベンチャービジネス研究や中小企業研究の場においてもその検討の重要性が認識されながら、研究面においても、実践面においても、立ち遅れている。ベンチャー企業を取り巻く環境の変化に対して、ベンチャービジネス研究も、ベンチャー起業家教育も対応が不十分なのである。たとえば、ベンチャー企業の定義が研究者によって異なることに象徴されるように、ベンチャービジネスに対する共通理解がなされていない。そして、ベンチャービジネスに対する共通の理解がないままに、起業家教育が行われている。創業一般とベンチャー起業は別物であるにもかかわらず、明確に区別されていない。ベンチャー起業において、ファイナンスは極めて重要であるが、ベンチャーファイナンスの現状が、十分に教育現場に反映されていない。ファイナンスにおいて、ビジネスプランが果たす役割は大きい、その具体的な指導方法については、発展途上である。さらに、ベンチャー起業家が輩出された後、ベンチャー企業がどのような外部の協力者を得て成長していくかについても、ベンチャー起業家は知っておく必要があるし、そのような外部環境の構築についても、更なる議論が必要である。

これらの問題意識のもと、筆者は崇城大学（旧名：熊本工業大学）において、「起業家育成プログラム」を開発し、起業家教育を実践している。本学では、2014年度より「ベンチャー起業論」を開講し、日本初となる大学公認の起業家育成を目的とした部活動である「崇城大学起業部」を設立。

² 日経ビジネス、2012年4月2日号

2015年10月にはサンフランシスコに起業家育成のための海外拠点も設け、大学をあげて起業家教育に注力している。1年生向けの開講科目である「ベンチャー起業論」は、自由選択科目であるにもかかわらず、学年の約半数の学生が受講する盛況ぶりである。この講義に触発されて、起業部に入学して起業家を本気で目指す学生が多数あられ、ビジネスプランコンテスト等でも目覚ましい実績をあげている。「ゆとり教育世代」「内向き」「安定志向」等、平成生まれの若者に対する一般のイメージは必ずしも芳しいものばかりではないが、その一方で、我が国の新しい活力となる人材が確実に存在することを、大学教員としての日常を通して認識している。これは、一地方私立大学のささやかな話ではあるが、この現実と活動を注意深く考察すると、我が国の起業家教育が抱えるいくつかの問題点とその打開策が浮き彫りになる。

本稿では、起業家教育の最適なあり方を探るため、崇城大学起業家育成プログラムの事例を通して、ベンチャー企業創出において起業家教育が果たすべき役割とは何か、起業家教育がベンチャー企業を創出するにはどのような内容が必要なのかを論じる。

2 日本の起業家教育の現状と課題

(1) 先行研究のレビュー

そもそも、起業家教育とは何だろうか。大江(2004)は、起業家教育について、起業マインド(起業家精神)を育成することを広義の起業家教育、起業家を育成することを狭義の起業家教育と定義した。寺島(2013)によれば、現在、大学で行われている起業家教育は、広義の起業家教育が中心であり、起業家を育成しようとするものよりも、起業家精神と形容されるものを育成することに主眼を置かれる場合が多いという。一方で、

起業家精神という、理論化も客観化も出来ない教育者の信念を教授すること、すなわち、科学的手法とかけ離れた属人的手法が大学教育として相応しいのかという問題点に言及し、さらには、「ハンマーを一度も持ったことがない大工の下で、大工になれと勧められても現実感が湧かないのではないか」という例えをあげ、起業家教育に携わる教員についても問題提起的に述べている。我が国経済を活性化させるために、起業家の輩出が不可欠であるならば、広義の起業家教育だけでは不十分で、狭義の起業家教育を行うことが必要である。そもそも、起業家教育とは起業家を育成することが第一義であるべきであり、起業家精神など、起業家にならないと身につかないであろう。

藤沢(2002)は、ベンチャー起業家育成のための大学教育について考察している。その中で、我が国と米国のベンチャー起業家教育の相違に着目し、我が国のベンチャー起業家教育の目指すべき方向性を明らかにした。大学において、理論と実践を兼ねたベンチャービジネス教育を行うためには、ベンチャービジネス研究が学術性を増すことと理論的に発展することが不可欠であるとし、同時に、ベンチャービジネスを専門とする研究者の養成が急務であると指摘している。加えて、その研究者は、起業しているか、あるいは平素からベンチャービジネスに関わっていることが望ましいとし、現状では、ベンチャービジネス教育を行うのに適格な大学教員が不足していると主張した。

経済産業省が設置した「ベンチャー企業の創出・成長に関する研究会」の最終報告書(2008年4月刊)では、ここ10年間で新興株式市場の開設等、ベンチャー企業を取り巻く制度的・社会的枠組みが急速に整備されてきたことを肯定的に受け止めつつも、あわせて米国等においてベンチャー企業が国家の経済成長やイノベーションに大きな役割を果たしていることと比較すると、我が国のベンチャー企業にはまだ一層の発展・拡大の余地

があるとしている。そしてそのように認識した上で、諸外国に比べた我が国の開業率や起業活動率の低さ等を指摘し、起業家人材不足の打開策のひとつとしての起業家教育の重要性を提起しようとしている。この問題提起のユニークなところは、大学の起業家教育への言及に見出すことができる。この報告では、我が国の低い開業率の一因を大学・大学院での起業家教育の不足に求め、そして大学院だけではなく学部レベルでの起業家教育科目の受講機会の増大を求めている。

このような我が国の起業家教育の課題に対して、我が国の起業家教育の第一人者である各務(2011)は、大学におけるベンチャー育成の状況や起業家教育の方法論について詳述している。ベンチャー育成における産学連携の組織体制、学生起業家育成プログラム「東京大学アントレプレナー道場」、(株)東京大学エッジキャピタル(UTEC)との連携、ベンチャー起業支援外部プロフェッショナル組織である「東大メンターズ」の組織構築等、大学内外に対する環境整備の重要性の指摘と、何よりその実行力は、我が国の大学における起業家教育に対して大きな示唆を与えるものである。また、その中で各務は、起業家教育の拡充とロールモデルづくり、そしてその伝播が極めて重要であると強調する。起業家が、高校生や中学生にとって目指したいと思うロールモデルとなるようにすることが起業文化醸成の早道であり、ベンチャー育成に従事する者の大事な役割であるという指摘は、大学における起業家教育においても極めて重要である。

現在、我が国の起業環境は大きく改善されている。磯崎(2010)は、10年以上前とは異なり、日本の起業環境は整備されており、ベンチャー企業は資金調達しやすい環境にあると分析している。しかし、磯崎によれば、起業に対する情報が不足していることから、ベンチャービジネスに対するイメージや全体像がわからずに苦戦している起業家

が多い。磯崎は、ベンチャーファイナンスとビジネスプランに関する知識、情報の習得が極めて重要であることを詳細に説明した上で、「日本は起業家に冷たい国」「ベンチャー企業に資金がつかない」などの定説を疑問視する。磯崎によれば、我が国に足りないのは、ベンチャービジネスを志す起業家やベンチャー企業の絶対数である。同時に、ベンチャービジネスを育てるエコシステムをつくり、次々にベンチャー企業が現れる好循環を生み出すことの重要性についても強調している。これは、大学のみでなく社会全体として起業家教育の果たすべき役割の大きさを示すものである。

(2) ベンチャー起業家教育の盲点

①ベンチャー企業の共通理解

教育や人材育成において、その前提とする対象領域の活動モデルが異なれば、そのモデルにおいて活躍すべき、したがって育成すべき人材像が異なってくる。起業家教育について論じるときにも、どのような起業モデルを前提にするかによって、それを担う起業家像は違ってくるはずである。本稿の対象はベンチャー起業家であるため、ベンチャービジネスとは何か、ベンチャービジネスの意義は何処にあるのかを再確認した上で、起業一般とベンチャー起業について、明確に区別することが重要である。ベンチャービジネスに関する共通の理解がなされていないがために、起業家教育の現場では、混乱が生じている。

ベンチャー企業とは何であろうか。一般に、ベンチャー企業に対する共通の理解がなされていない。実際、何か起業をすればベンチャー企業だといわれることがあるが、起業することがベンチャー企業ということであれば、日本の中小企業のすべてがベンチャー企業ということになってしまう。ベンチャー企業は、法的あるいは学術的な定義が未だ確立されておらず、様々な定義が存在するが、アントレプレナーの存在、イノベーション

表-1 起業のタイプ

	ベンチャー型	中小企業型	自営業型
資金調達	投資	融資	融資
雇用	◎	○	×
成長性	急成長	低成長	低成長

資料：筆者作成

ンの創出が、その定義に含まれることが多い。また、VCに由来するとも、ベンチャー精神を重んじる企業とも解釈されている。本稿では、ベンチャー企業とは、米倉（2001）やGompers and Lerner（1994）が指摘するように、「VCが投資対象とする」という条件が合理的であると考え、「ベンチャー企業とは、アントレプレナー（起業家）を中心とした、イノベーションの創出、新規事業への挑戦を行う企業であり、VCを中心とした外部からの資金を積極的に受け入れて急成長を志向する企業」と定義する。

② 起業のタイプ

起業には、その成長の志向性によって、3つのタイプが存在する。それは、「ベンチャー型起業」、「中小企業型起業」、「自営業型起業」の3タイプである（表-1）。「ベンチャー型起業」は、VC投資を受け、かつ、雇用が伴うもの、「中小企業型起業」とは、VC投資は受けず、雇用が伴うもの、「自営業型」は、VC投資を受けず、雇用も伴わないものである。起業家教育においては、起業の3タイプを正しく教育したうえで、起業の志向性を選択させる必要がある。清成（2005）が、「創業一般とベンチャー企業の創業とは区別すべきである」と指摘するように、ベンチャー起業家教育においては、この点を強調しなくてはいけない。

ベンチャー型起業とは、起業初期の段階でVCからの投資を受け、人材を雇用して急成長を目指す

起業のあり方である³。我が国でも、ベンチャー企業向けの新興市場が誕生し、短期間で株式公開を実現することが可能となった。新興市場誕生前においては、設立から株式公開まで平均30年近い時間を要したために、アーリーステージでVCから資金調達することは非現実的であり、ここでいうベンチャー型起業という概念は成立しなかった。新興市場の誕生を機に、起業の段階、或いはアーリーステージにおいてVC投資を受け、優秀な人材を雇用して急成長を目指す手法が生まれたわけである。ベンチャー型起業とは、我が国においては新しい起業のスタイルなのである。

Timmons（1994）は、このタイプの企業を例外的なベンチャーとしながらも、「潜在能力の高いベンチャー」と呼んでいる。相当額のキャピタルゲインを獲得できる潜在能力を持ち、売上高が50万ドルから100万ドル以上で、最低でも10%の成長を遂げる企業をイメージしている。

中小企業型起業とは、VCからの投資を受けないものの、人材は雇用して成長を目指す起業のあり方である。資金調達は、銀行等からの融資によって行われる。新興市場誕生前はもちろんのこと、新興市場が存在する現在においても、我が国においては、一般的な起業のスタイルである。資金調達は、日本政策金融公庫の創業融資、信用保証協会による保証付きの銀行融資が中心となる。かつては、代表者個人による連帯保証を求められるケースが大半であった⁴。融資金額によっては、

³ 米国ではこのような企業をStartupという。

⁴ 2014年2月より「経営者保証に関するガイドライン」が適用されており、政府系金融機関による無保証による融資は、件数・金額ともに増加している。

代表者個人の自宅等を担保に差し出すケースもあった。起業の初期の段階では、特に経営は安定しないものであるが、資金繰りが悪化しても返済は継続しなくてはならない。返済不能になると、代表者が連帯保証人になっている場合には個人が代位弁済することになり、再起が困難になることもある。このような状況もあり、起業家個人としてのリスクはベンチャー型起業に比べて高いと考える。かくして、中小企業型の起業を選択した場合は、リスクの高い新規事業に挑戦したり、イノベーションにもとづいて急成長するベンチャー企業を目指すというよりも、経営を持続的に安定させることが重視される。

金井・角田(2002)では、「ベンチャー企業と中小企業を区別する大きなポイントは、アントレプレナーシップに基づく革新性にある」としているが、これは、資金調達の方法と密接に関連している。榊原・前田・小倉(2002)は、「ベンチャー企業」と「通常の中小企業」の比較・検討を行っており、比較構成要素として、「高い志」「挑戦」「実現」「社会性」といった抽象的な項目をあげて比較している。ただ、これらの先行研究に問題点があるとすれば、それは、資金調達先について重要視していない点である。VCからのリスクマネーがあるからこそ、アントレプレナーシップを発揮できるのである。これまでの我が国においては、VCが未整備で、短期間で公開しやすい株式上場マーケットもなかったために、ファイナンスと分離して「ベンチャー企業」を定義せざるをえず、このような抽象的な議論になっていたものと考えられる。

自営業型起業について、Timmons(1994)は次のように述べている。毎年開業するベンチャーの大多数は、自分のライフスタイルのためには取

入を犠牲にすることをいとわない、従業員1~2人の従来型の零細事業である。ティモンズはこれをパパママ・ベンチャー、限界的企業、あるいは生業ベンチャーと呼んでいる。しかし、アントレプレナーシップの定義には価値の創造と分配の概念が含まれなければならないので、生業ベンチャーはアントレプレナーシップではないとしている。一方、Shane(2008)は、米国の企業実態に関する興味深い研究を発表している。米国の起業家の典型は、自営業型であり、「誰かの下で働きたくないから自分でビジネスを始め、高成長の会社を創り出すというよりは、普通に日々のやりくりをしようとしているだけである」ことを各種統計から説明した。これは、米国における起業、あるいは、起業家に対して抱くイメージ(=神話)と現実とのギャップについて綿密に検討し、その実態について明らかにしたものである。我が国では、創業に関する規制が大幅に緩和され、株式会社は資本金は1円から、取締役も1人でよく、簡単に設立できて社長を名乗ることが出来るため、実態は、株式会社といえども個人事業主と変わらないケースも少なくない。しかし、自営業型の起業においても、起業という行為自体には大きな決断がいるものであるし、夢や希望を持って事業をはじめめる起業家が大半であろう。中には、いずれは株式公開を夢見る自営業者も存在する。しかし、Shane(2008)の「自営業型の起業は大きく成長しない」という指摘は、ベンチャー起業家教育においても大きな示唆を与えるものである。

③ベンチャー型起業を選択する意味

ベンチャー企業の定義のキーワードとして、「起業家による革新的な新規事業への挑戦」というものがあるが⁵、これを実践するためには、VCから

⁵ たとえば、柳(2004)では、「高い志と成功意欲の強いアントレプレナー(起業家)を中心とした、新規事業への挑戦を行う中小企業で、商品、サービス、あるいは経営システムにイノベーションに基づく新規性があり、さらに、社会性、独立性、普遍性をもち、矛盾のエネルギーにより常に進化し続ける企業」とある。

の資金調達が可能となる。新規事業は、キャッシュを生むまでに相当な時間を有することが珍しくない。VCからの投資がなければ、資金を繰り返すために創業融資を受けたり、日常の業務で日銭を稼ぐことが優先される。これは、中小企業型の起業方法であり、新規事業に挑戦するためのまとまった資金や時間を確保することは難しい。また、個人保証を伴う借入をしている場合には、返済不能となると、起業家個人としても再起が困難になることもある⁶。

新規事業に挑戦するベンチャービジネスのためには、起業後の早い段階で成長資金をVCから調達することを視野に入れる必要がある。その資金で、起業家自身の生活、すなわち給料もまかない、人材を雇い、サービスを開発することで、スピード感を持ってダイナミックな事業に挑戦することが可能になる。かつ、シリコンバレーがそうであるように、原則として、ベンチャー型の起業は、起業家個人のリスクは少ない。この事実は、起業家教育においてあまり強調されていない。また、我が国のVCについては、株式公開の目処が立っているレイターズステージでの投資が中心であり、アーリーステージでの投資は少ないといった、新興市場が誕生する以前の残像が強いが、VC投資の現実には、今やアーリーステージが中心であり、ベンチャー型起業は現実的な選択肢となっている。

ベンチャー企業を生み出すことは、経済成長のエンジンという視点からも、雇用創出という視点からも、我が国の喫緊の検討課題といえる。忽那(2011)が指摘するように、これまでの「小さく産んでゆっくりと大きく育てる」という姿勢では限界があり、「大きく産んで急いで大きく育てる」という姿勢に転換する必要がある。ここでいう「小さく産んで」とは、中小企業型起業のことである。創業者の自己資金で事業を立ち上げ、事業がある

程度順調にキャッシュフロー（現金収入）を生むようになると銀行借入を利用し、外部株主資本は基本的に利用せず、内部留保資金で地道に企業成長を達成するというのが、中小企業型起業の姿勢である。逆に、「大きく産んで」とは、ベンチャー型起業のことである。創業時から大規模な外部株主資本をVCなどから導入し、創業から成長初期段階において、グローバルな競争環境で圧倒的なポジションを築くように模索するというのがベンチャー型起業の姿勢である。

我が国のベンチャー企業がこうした姿勢に転換するためにはいくつかの課題がある。

第一に、起業の段階で起業のタイプを選択する必要がある。そのためには、エクイティファイナンス（新株発行を伴う資金調達）を利用するための知識を起業家が習得する必要がある。エクイティ資金の提供者はVCに代表されるプロの投資家である。外部投資家からの資金調達にあたってはビジネスプランが重要であり、その詳細や要諦について熟知する必要があるし、ベンチャーファイナンスの全体像についても理解しておく必要がある。ファイナンスの知識が欠如しては、投資のプロと対等に渡り合えない。ここで重要なのは、外部株主資本を導入することはリスクが高いと誤解しないことである。ベンチャー型起業は、起業家個人にとって、必ずしもハイリスクではない。そもそも、ベンチャー企業がハイリスクというのは、投資家からの視点である。VCからの資金調達が前提となるため、起業家個人のリスクは小さい。一方、中小企業型起業や自営業型起業で、銀行借入に伴う個人保証をする場合は、企業が倒産した際に、個人まで再起が困難になる可能性がある。これをもって、起業に失敗すると再起ができないとされ、ベンチャー型起業は危険な賭けであるとの誤解が広く一般に浸透している。これは、

⁶ 近時、日本政策金融公庫では、新創業融資制度により、起業家本人の連帯保証を不要としている。また、5年1か月以上15年以内の期間で期限一括返済の挑戦支援資本強化特例制度（資本性ローン）が設けられている。

ベンチャー起業家教育において改善すべき重要なポイントであり、教育によって解決できる問題である。少なくとも、若い起業家の知識不足による五里霧中の試行錯誤を未然に防ぐことが出来る。

第二に、短期間で急成長を実現しようと思えば、ベンチャー起業家は、ベンチャー起業を取り巻く外部環境やベンチャー企業を育成する機能について理解しておく必要がある。たとえば、VCの機能はファイナンスだけにあるのではない。投資先企業に多額のリスク資金を提供し、企業が順調に成長するように監視するとともに、経営にも深く関与し価値を付与していく。ベンチャーキャピタリストの役割が世界的に注目される理由の一つが、この価値付与を可能とする彼らの能力、専門性、ネットワークである。

一方、同時に外部環境の整備は、我が国におけるベンチャー企業育成の大きな課題でもある。外部環境をエコシステムと捉えて、その基盤をなす政策、投資、人材の3つの側面を強化し機能するように構築していく必要がある。特に、日本のVCについては、グローバルなイノベーション企業の創出という視点からすれば、ベンチャーキャピタリストの投資先企業に対する価値付与はまだ不十分であり、能力向上が欠かせない。

このように、起業段階において、ベンチャー型起業を選択することは、大きく成長するための重要な意味を持つ。どのタイプの起業を志向するかによって、その後の経営のあり方は大きく変わってくる。ベンチャー起業家を志す若者は、一定数存在する。彼らが迷いなくベンチャー型起業を選択できるよう、ベンチャー型起業に対する知識を教え、外部環境を整備することが必要である。

(3) 大学におけるベンチャー起業家教育の意義

起業家の素質や能力は、教育（特に正規の教育課程）によって養えるものではないという意見が

ある。また、養えるとしても、むしろ初等・中等教育における創造力、企画力、決断力、忍耐力、実行力等の育成の方が重要であるとの意見もある。大学・大学院で起業家教育を施しても、卒業生の大部分は起業よりも就職を選択するので、無駄ではないか、という見方もある。しかし、本学の事例にも見られるように、起業を志す学生は一定数存在し、その数は決して無視できる数ではない。彼らと向かい合った時に、大学として何の手立ても打てないようであれば、教育機関としての存在が問われかねない。実現可能性とは無関係に将来の職業を夢見る初等・中等教育の時期ではなく、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、起業家という職業の選択肢を認識させることにより、実効性の高い教育プログラムになる。現状で起業し成功している者の多くは、そのような気づきの機会を得なくても創業できているが、大学・大学院における起業家教育を拡充することによって、さらに多くの潜在的な起業家を育成することができると考えられる。つまり、在学中や卒業直後に起業しようと考えている学生だけではなく、起業という生き方をほとんど知らない学生に対しても、起業家という職業の特徴や実例などを教えることで、潜在的な起業家予備軍が増加することになる。在学中に起業家という選択肢を認識させることで、卒業後企業等に就職したとしても、ビジネス経験を積んだ後に起業するという事例が増えたと期待される。むしろ、中長期的には、高等教育だけではなく、初等・中等教育段階における起業家教育を充実させることも重要である。

一方、学生時代に起業したいという学生も存在する。ここで決定的なことは、一般に大学生は、銀行から融資を受けることが極めて困難であるということである。これに対して、VCから投資を受けることについては可能性があり、本学の起業家教育においては、ベンチャー型起業を推奨して

図－1 崇城大学起業家育成プログラム



出所：崇城大学起業部ホームページ (<http://www.sojo-v.com>)

いる。いずれにしても、起業家教育において重要なことは、起業するとはどういうことか、という全体像を正しく教えることである。これは、とりわけ、ベンチャー起業においては重要である。ビジネスの経験がない学生にとって、そもそも起業に対するイメージが湧きにくく、全体像が見えにくい。これを解決するために、ベンチャー起業家教育は必要なのである。思い込みではなく、客観的な研究に基づいた組織的なベンチャー起業の基礎教育が必要である。

3 崇城大学起業家育成プログラム

(1) 崇城大学起業家育成プログラムの概要

崇城大学は、5学部10学科⁷の理工系の総合大学であり、2014年度より全学科に対して、起業家教育（起業家育成プログラム）を実施している。起業家教育は、教室の中でのみ行うものではなく、大学のキャンパス全体、そして、実社会との連携が不可欠と考え、本プログラムを開発した（図－1）。

本プログラムは、①講義（ベンチャー起業論Ⅰ・Ⅱ）、②部活動（崇城大学起業部）、③学生起業支

援の3本柱で実施しており、学生のアントレプレナーシップの涵養はもとより、学生起業家の輩出と育成に注力し、学生ベンチャーによる地方創生を目標としている。また、毎年1月に、1年間の集大成として④崇城大学ビジネスプランコンテストを実施している（図－2）。

熊本県では、若者の県外流出が深刻な課題になっており、本プログラムは、起業による若者の県内定着、地方の活性化をも目指している。

(2) 講義

ベンチャー起業論Ⅰ（前期）は、ベンチャービジネスに焦点をあて、中小企業との違いやファイナンス、マーケティング、経営戦略等の基本理論を教育するとともに、多くのベンチャー企業に関するケーススタディを用いて、起業を身近なものと感じるよう動機づけている。とりわけ、若者の起業の実態とその方法について具体的に教育している。

本講義では、まず、起業のメリットとデメリットについて、グループでディスカッションを行う。学生は、メリットとして、「若くしてお金持ちになれる」、「好きなことを仕事にできる」、「上司が

⁷ 薬学部薬学科、芸術学部（デザイン学科・美術学科）、生物生命学部（応用生命科学科・応用微生物工学科）、工学部（機械工学科・ナノサイエンス学科・建築学科・宇宙航空システム工学科）、情報学部情報学科

金のリスク」といったデメリットが、メリットを上回るために起業しないという結論に落ち着いてしまっている。

しかし、これらは、基本的な知識不足に起因する結果であり、教育によって回避できる。講義では、柔道を例に出して問いかける。柔道は非常に危険なスポーツかもしれないが、まず、初心者が習うのは受身である。受身を覚えて、攻の立技、寝技を練習して、試合に臨むわけである。受身の出来ない素人が試合に出場した場合、黒帯の猛者に投げ飛ばされて骨折し、柔道は危険だというであろう。受身が出来ない人間が柔道の試合に出場すると、致命傷になりかねない。この例は、起業家にもあてはまる。借金のリスクが起業を阻害する要因なのであれば、資金調達に関する知識を教育することによってそのリスクを回避することが可能である。起業家教育も、まずは受身という名の最低限の知識を教えることが不可欠である。受身を知らない起業家が多すぎるのである。受身が出来ない起業家が致命傷を負い、それが起業のイメージとして社会に浸透し、起業意欲を削いでいく、という悪循環をこの国では招いているのではないだろうか。この悪循環を断ち切るために、起業家に受身を教えること、すなわち、起業家教育が果たすべき役割は大きい。

起業に関する知識不足を認識させたいので、具体的な起業方法について講義していく。本講義では、①ベンチャー型起業、②中小企業型起業、③自営業型起業の違いを明らかにし、ベンチャー型起業に焦点を当てて教育している。どの起業モデルを前提にするかによって、それを担う起業家像や教育内容は異なってくるからである。

本講義では、ベンチャーのファイナンスを重視しており、「投資」と「融資」の違いについて教育することが最重要テーマである。「投資と融資の違い」について正しく説明できる学生は少ないが、これは、ベンチャー起業論の骨子となる。上

述のとおり、ベンチャービジネスとは、VCからの投資を受けて行うビジネスだからである。

一般の創業セミナーでは、1時間目にFacebookやTwitter等を例に出してベンチャーやイノベーションの重要性を講義し、2時間目に、創業融資の受け方講座を行う構成が散見されるが、これは由々しき事態である。ビジネスモデルによって資金調達の方法が異なるからである。間違った受身を教えていては、我が国にベンチャーなど根付かない。

一方、シリコンバレーはもとより、東京の渋谷区等の一部の地域では、大学生や20代の若者が起業家として活躍している。本学の学生にとって、そして、多くの地方の大学生にとっては、ベンチャー起業家など都市伝説である。周りに、そのようなロールモデルは皆無といってよい。そこで、本講義では、経験、人脈、資金に乏しい若者が、どのような方法で起業し、起業家として活躍しているのか、そのノウハウを具体的かつ豊富な事例を通して紹介するとともに、東京で活躍する若手のベンチャー起業家やベンチャーキャピタリストを招聘し、講演会を実施している。本当に実在することを示し、講演会後に交流会を開いて、都市伝説から身近な存在になるように努めている。

ベンチャー起業論Ⅱ（後期）は実践の場である。ビジネスプランの作成、コンテストへの応募という実践的な課題を通して、ベンチャー型起業を疑似体験させ、起業への興味・関心を高めている。また、講義と連動した学内でのビジネスプランコンテストを開催しており、副賞として、起業資金の提供やシリコンバレー研修も実施している。

特筆すべきは、ベンチャー起業論は必修科目ではなく、1年生向けの自由選択科目であるにも関わらず、多くの学生が受講しているという事実である。2015年度は、1年生の学生数856人に対して、397人が受講しており、実に46%に達している。大学入学時点で、起業やベンチャーに関心のある

図-3 崇城大学起業部



学生が少なからずいるということで、その数は無視できない。これは本学のみならず、熊野（2014）の同志社大学での経験とも一致している。つまり、国をあげて起業率を上げようとする中で、起業に関心のある学生が多数いるにもかかわらず、それが実現できていないとするならば、その原因の一端は大学における起業家教育にある。しかしながら、仮にどんなに素晴らしい講義を行ったところで、年間30回のベンチャー起業論という講義を聴いただけで、起業家になれるわけがない。体育の授業だけを受けてプロ野球選手になった事例はない。講義は、あくまでも起業への動機付けであり、起業家精神の涵養という広義の起業家教育としては一定の意義はあるが、これだけでは起業家輩出には不十分なのである。

(3) 部活動：崇城大学起業部

本学では、ベンチャー起業論で起業への関心を持ち、本気で起業したいという学生向けに、2014年10月に「崇城大学起業部」を設立した（図-3）。プロ野球選手になりたい学生が野球部で活動するがごとく、起業したい学生は起業部で毎日、起業を目指して活動している。起業部では、ビジネスプランを作成し、国内外のコンテストに応募しながら、ビジネスプランをブラッシュアップし、起業に向けてより実践的な活動を行っている。教員が監督として学生を指導する、起業家育成を目的

とした日本初の大学公認の部活動なのである。

わずか1年程の活動であるが、崇城大学起業部は順調に立ち上がり、大きな成果を出しつつある。一つの事例を紹介しよう。Hero Legという次世代型パーソナルモビリティを開発するチーム（チーム名はHero Egg）がある。彼らの構成は、芸術学部、情報学部、生物生命学部、薬学部の学生からなる5人チームである。芸術学部の学生はデザインを担当し、情報学部の学生はプログラミングを担当、生物生命学部の学生は、主にプロジェクトのマネジメントを担当。薬学部の学生は得意の英語を生かして、海外展開の担当を務めている。芸術学部の学生は、「デザインやものづくりによって表現をしたい」という、まさに芸術家肌の学生であったが、ベンチャービジネスによって自分の思想を表現できる可能性に気付いたという。また、情報学部の学生は、プログラミング等のITが専門である。ここに書類作りやマネジメント能力が高い学生がプロジェクトマネージャーを務めることによって、アーティストのアイデアがビジネスとして動き出すことを彼らは経験しつつある。国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（以下、NEDOという）が運営する起業家育成プログラムであるTCP（Technology Commercialization Program）には、国内版と海外版があり、本チームは両方に採択されることとなるが、海外版の採択によって、英語が得意な部員も参画し、今では、

表-2 崇城大学起業部のプロジェクト

	チーム	プラン名	主な実績
1	Hero Egg	次世代型パーソナルモビリティの開発販売事業	経済産業省主催コンテスト全国大会出場 NEDO (TCP) 採択2年連続。 TCP2015審査員奨励賞
2	FLAT	暗闇を明るい世界に変えるメガネの開発販売事業	経済産業省主催コンテスト全国大会出場 アントレプレナー賞受賞
3	UNIT	地方創生マーケティング事業	九州未来アワード大賞受賞
4	Good Morning	次世代型スマートエントランスシステムの開発販売事業	九州ICTビジネスモデル発表会最優秀賞 総務省主催ビジコン全国大会出場
5	Soy Deli	本物の豆乳スムージーの販売事業	九州ICTビジネスモデル発表会出場 熊本県主催コンテスト優勝
6	Aina	IoT対応型水耕栽培キットの開発販売事業	九州ICTビジネスモデル発表会出場 熊本県主催コンテスト決勝出場
7	ワンダフル	IoTドッグハウス開発販売事業 「ワンダフル」	九州ICTビジネスモデル発表会出場 熊本県主催コンテスト決勝出場
8	火の国 モーターズ	EVトライク開発販売事業	九州ニュービジネス協議会主催コンテスト 準決勝出場

資料：筆者作成

国内での起業から、アメリカ西海岸での起業とビジネス展開に舵を切っている。

2015年12月現在、起業部には部員30人が所属し、8チームに分かれてプロジェクトを進めている。夏合宿で各部員が50のビジネスアイデアを提出し、1,000以上のプランの中から8プランを厳選した。プランの選考とチーム編成は教員が行うことが特徴である。ビジネスプランが起業の専門家である教員の目に適うことと、学生の個性や能力に応じたチーム編成は極めて重要である。「何をビジネスにするのか」「誰とビジネスをするのか」といった問題は、起業家が最も苦心する問題である。この難題をクリアすれば、あとは行動に移すのみである。例年、ビジネスプランコンテストは秋から冬にかけて集中して開催される。9月にビジネスプランの選考とチーム編成を行い、10月は各コンテストの応募書類を作成して提出する。11月になると書類選考の結果が出て、11月と12月は毎週のようにコンテストの決勝大会でプレゼンテーションすることとなる。2015年度の起業部は、特定のチームのみが活躍するわけではなく、各コンテストで異なるチームが最優秀賞を受賞した。これは、どのプランが受賞してもおかしくない層の厚さとレベルを保持している証左であろう。

創部1年目の2014年度は、僅か2か月ほどの活動で、経済産業省主催のビジネスプランコンテスト (UVGP2014) の全国大会に出場するとともに、NEDOのTCP (2014) に2チームが採択された。本来TCPは研究者の技術シーズを商業化するためのプログラムで、その対象は大学教授をはじめとした研究者である。ここに大学1年生のチームのHero Legが採択され、国内と海外での起業支援を受けている。2015年度は、米国大使館、NEDO、総務省九州総合通信局、九州ニュービジネス協議会、経済産業省、総務省等が主催する各ビジネスプランコンテストに出場し、各大会で受賞者が続出するなど前年度以上の実績を挙げている (表-2)。

(4) 起業支援

ビジネスプランコンテストで実績をあげる起業部であるが、コンテストへの出場が目的ではない。ビジネスプランコンテスト部であれば、ここで満足してもいいのかもしれないが、あくまでも起業部の目的は起業である。それも学生起業を目的とし、「学生ベンチャーによる地方創生」をテーマに日々活動しているのである。

本学は実学教育を志向しており、起業家教育を教育活動のみに終わらせず、起業支援と連動させ

て、学生起業家の輩出を目指している。学生起業に向けて、必要な支援は、「場所」「資金」「アドバイザー」であろう。これは、シードアクセラレーターが果たしている役割と一致している。大学が起業家教育を行うということは、大学がシードアクセラレーターの役割を果たすことであると考えている。

起業部の活動スペースは、2014年度は10人も入れれば一杯になる研究室での活動であったが、2015年度は100㎡の大教室の使用が認められ、最新の機材を完備した。さらに、2016年度からは400㎡の専用スペースに「SOJO Ventures Startup Lab」を開設し、移転することとなっている。

学生が起業するにあたって、当然ながら起業資金が必要となってくる。本学では、起業のための試作品開発等に関わる資金やビジネスプランコンテスト参加への旅費を提供している。アイデアを形にする際に必要な試作品開発費を提供することで、起業への大きな一歩を踏み出すことが出来る。今や、全国レベルのビジネスプランコンテストでは、試作品の有無は「実現可能性」を計るための審査基準として不可欠になっている。また、近い将来のVCからの資金調達においても重要である。ビジネスプランやアイデアレベルの「絵に描いた餅」では戦えないのが昨今のビジネスプランコンテスト事情であろう。

そして、地方の学生にとっては致命的な問題がある。それは、東京から遠く離れているという地理的条件である。まず、東京や大阪で開催されるビジネスプランコンテストへの交通費と宿泊費の負担が重い。これに対しては、交通費や宿泊費を提供している。

それでもなお、東京の地理的優位性にかなわないのが、起業家を育むエコシステム、とりわけ、メンターと呼ばれるアドバイザーが身近にいないことである。本学では、東京に集中するベンチャー関係者とネットワークを構築して対応している。

起業支援の専門家であるベンチャーキャピタリスト (Draper Nexus Ventures倉林氏等) や、サイバーエージェント・クラウドファンディング (坊垣氏)、米国btrax (Brandon氏)、日本総合研究所 (東氏) 等に起業家教育のアドバイザーとして就任してもらい、実践的な教育や支援を行っている。

本学では、2015年4月に(株)サイバーエージェント・クラウドファンディングと提携。10月には、米国btrax社と起業家教育に関する提携を行うとともに、同社の運営するコワーキングスペース (DHAUS) に崇城大学サンフランシスコオフィスを開設し、起業家教育の海外拠点を構えた。

(5) 崇城大学ビジネスプランコンテスト

本学では、年度の起業家育成プログラムの総決算として、「崇城大学ビジネスプランコンテスト」を実施している。第1回となる2014年度は、本学の学生を応募対象とし、61通の応募プランの中から、書類審査と面接審査を経て7チームを選抜して決勝大会を行った。優勝したのは、「南米コロンビアにおけるカレーチェーン店事業」を発表した4年生であり、崇城大学起業部の初代主将を務めた学生であった。彼は、卒業後、2015年5月にコロンビアに移住して起業し、フードトラックでのカレー事業を開始した。ベンチャー起業論で起業に興味を持ち、就職内定先を辞退して不転の決意で起業部に入部した。その8か月後には海外で起業したわけであるが、既に従業員を10人雇用し、連日大盛況の繁盛ぶりである。2016年には店舗を構えて、チェーン展開していく計画である。

2015年度は、本学のみならず、熊本県、NEDOの三者の主催で「第2回崇城大学ビジネスプランコンテスト」を開催する (図-4)。国立研究開発法人情報通信研究機構 (NICT) にも協力いただき、「起業家甲子園」という大学生のビジネスプランコンテストと連携している。また、Draper Nexus Ventures、btrax, Inc.、アマゾンデー

図-4 崇城大学ビジネスプランコンテスト



タサービスジャパン(株)、日本マイクロソフト(株)、(株)サイバーエージェント・クラウドファンディング、(株)ドーガン、ポート(株)、富士ゼロックス熊本(株)、(株)富士通九州システムズ、からの協賛を確保している。優勝賞金50万円(起業資金)のほかに、熊本県知事賞、NEDO理事長賞、シリコンバレー賞、協賛企業各賞等、起業に向けての様々な支援が用意されている。応募総数100通、審査員も、国内有数のベンチャー専門家が務め、1,500人収容のイベントホールで実施するなど、大学が実施するビジネスプランコンテストとしては、国内最大規模となっている。応募者を本学の学生のみならず、熊本県内の高専・大学にも門戸を広げ、「学生ベンチャーによる地方創生」をテーマに実施する。

なお、2015年度のコンテストにおいて、特筆すべきは、「くまもとシードアクセラレータープログラム」と連携したことである。シードアクセラレータープログラムとは、米国シリコンバレー発祥の起業家育成プログラムで、2010年頃より世界的に

普及しており、Yコンビネーター(米国)や500スタートアップス(米国)が有名である。このプログラムの特徴は、半年程度の徹底した起業家教育を行い、その修了生には500万円程の起業資金を提供するとともに、起業後も販路開拓や資金調達を起業家の伴走者となって支援していくものである。本コンテストの応募者の中から希望者を募り、選考の上、500万円を上限に起業資金を提供する。この資金をもとに、試作品等の製作・開発を行い本コンテストの最終審査に臨むという仕掛けである。コンテストでの優勝が目的ではなく、あくまでも起業家輩出を目指した本気のビジネスプランコンテストなのである。

また、シリコンバレー賞の受賞者は、スタンフォード大学での研修、Google等のシリコンバレー企業への訪問、VCでのビジネスプラン発表等からなるプログラムに派遣されることになっている。

4 ベンチャー企業の創出と起業家教育

(1) 場の提供

熊野(2014)で指摘したように、学生起業家予備軍は、一定数存在している。ただし、彼らが集う場がないために、大学教育においても手の施しように苦労している。課外活動として学生起業団体というものがあるが、その実態は、起業家予備軍が集まる学生起業団体というよりは、ビジネスプランコンテストを実施する学生起業支援団体というケースが多い。そこにおいては、コンテストに応募する学生が学生起業家予備軍であるのだが、彼らが集う場がない。大学の学内には起業仲間との出会いや切磋琢磨できる場がないのである。

本来、起業家教育とは、起業家を輩出する場そのものである。そのためには、実効力のある起業家育成プログラム及びマネジメント手法の開発は、我が国の喫緊の課題ともいえる。日本の大学でも起業家教育は行われているが、専門知識の提供が中心となっている。また、起業論を専門とする教員が少なく、起業の制度や法律論、起業家経営史論といった具合に、在籍する教員の専門分野に合わせた科目構成がなされることも少なくない。一方、米国の場合、起業や実務経験豊富な教員が、自らの経験や人的ネットワークを駆使して、専任教員として指導にあたり、実践的な起業家教育を行う。また、日本では、講義の中でどのような知識を提供するかといった議論が中心であるが、米国の起業家教育は、講義のみならず、キャンパスライフそのものが教育の場となっており、さらには社会そのものを教室と捉えた実践的な起業家教育が行われ、次々に起業家を輩出している。我が国において実践型の起業家教育が有効に機能するためのプログラムとマネジメント手法につい

て検討を行うことは喫緊の課題なのである。

これらの課題に対して、本学では、2014年度より「ベンチャー起業論」を開講し、同年10月には日本初となる大学公認の起業部を設立した。ベンチャー起業論は、いふなれば、広義の起業家教育の場で、起業家精神の涵養に重きを置いている。つまり、ベンチャーや起業に対する動機づけを行う場でもある。この講義を受けて、本当に起業家を目指す学生に対しては、起業部という部活動の場を用意した。1、2年生を中心に30人の学生が、部室であるスタートアップラボに集まり、毎日遅くまで活動している。この不夜城には若いエネルギーが充満し、切磋琢磨している光景がそこにある。潜在する学生起業家予備軍を顕在化させる場が、大学において必要である。2015年1月には、「第1回崇城大学ビジネスプランコンテスト」を実施した。さらに、起業家、ベンチャーキャピタリスト、公認会計士等の専門家によって構成された起業支援の「アドバイザーチーム」が結成され、「教室」「キャンパス」「社会」という3つの教育フィールドを視野に入れて起業家教育の場の基礎環境が整ったところである。

本プログラムは、緒についたばかりであるが、我が国の大学、社会事情に合った起業家教育プログラム及びマネジメント手法の構築を目指すものである。

(2) 課外活動への着目と外部メンターの存在

起業家予備軍が集う場は、崇城大学起業部のような課外活動に求めることができる。しかし、ベンチャー起業家の輩出や教育の充実を目指すとき、大学のリソースだけで起業家を養成することには限界がある。その打開策として、課外活動の充実がひとつの解決策になると考える。たとえば、体育会に所属する学生がその分野でプロスポーツ選手を目指すような育成システムを参考にし、起業家教育においても実践すればよい。そこには、

切磋琢磨できる仲間がおり、指導者は、技術指導はもちろん、メンターの役割も果たす。正規科目の体育の授業だけでプロスポーツ選手は生まれなわけであり、ベンチャー起業家の輩出についても同様であろう。

課外活動のメリットは「横のつながり」と「縦のつながり」が創りだされる点にもある。通常の講義は、学部や学科ごとに行われるため、事業創出の観点からすれば広がりには欠ける。本学起業部は5学部10学科の学生が所属しており、ビジネスプランの作成においても専門分野を生かした事業創造が可能である。たとえば、薬学部の学生が薬に関する情報サービスを計画した場合、情報学部の学生がプログラミングを担当し、デザイン学科の学生がデザインを担当するというチーム編成が可能となる。つまり、各学生の専門分野や得意分野を活かした事業展開が可能である。

また、「縦のつながり」も重要である。現在、起業部は創部2年目であり、学部の1年生から3年生が所属している。2年目の部活動運営において、驚くべき効果があったのは、1年目を経験した上級生の存在であった。2015年度は、各ビジネスプランコンテストで1年生が大活躍することになるが、その背景には上級生の存在がある。上級生が下級生を指導する光景や、上級生が下級生のお手本や目標になっている状況を創れたことが、今後の起業部を発展させるための礎になったと確信している。この「縦のつながり」が継続的に循環するようになり、ひいては伝統というものが構築できる日が来ることを願っているが、そのためにも設立初期段階の活動は、その後の組織の発展を占う意味でも重要である。

一方、課外活動で重要な役割を果たしているのが外部メンターの存在である。崇城大学起業部が招聘する若手起業家は、学生のロールモデルにもなっている。目標とすべきロールモデルの存在は、起業家の輩出においてきわめて重要であり、現状、

地方にいないければ東京から招聘してでも、彼らにその存在を示す必要がある。近い将来、起業部の卒業生が、あるいは、起業部の学生が起業家として活躍してロールモデルとなれば、起業部の学生のみならず、本学の学生、地元の高校生、ひいては地域の社会においても起業への関心が高まり、起業家輩出への機運が高まってくるものと思われる。ロールモデルが身近にいることは、起業家輩出の要諦であり、その存在が身近であればあるほどよい。これは、日本社会全体にも言える問題である。経済産業省では、「日本ベンチャー大賞」（内閣総理大臣賞）を創設し、起業家やベンチャーを表彰している。これは、若者などのロールモデルとなるような、インパクトのある新事業を創出した起業家やベンチャー企業、企業内での新規事業創造を表彰し称える制度である。起業や新規事業創造を志す人々や社会に対し、積極的に挑戦することの重要性や起業家一般の社会的な評価を浸透させ、もって社会全体の起業に対する意識の高揚を図ることを目的として創設されたものである。

(3) 起業家教育と起業支援の連動

課外活動においても、大学関係者が起業に関する正しい知識を得てベンチャー起業家教育を実践していくためには、起業家教育と起業支援活動の連動、すなわち、学生、教員、外部ネットワークが有機的に機能する必要がある。

2014年4月に開始した本プログラムは、概ね順調な立ち上がりを見せているが、試行錯誤の連続であった。とりわけ、地方にはベンチャーのロールモデルが不在であるという現状と、予算の確保は大きな課題であった。本プログラム運営上の課題と解決方法について例示するが、これは起業家教育と起業支援の連動を強く意識するものである。

まず、地方にはベンチャーのロールモデルが不在であるという現実がある。学生ベンチャーによる地方創生を目標に掲げる本プログラムである

が、熊本には、そのロールモデルもいなければ、ベンチャーのエコシステムもない。ベンチャー起業家やベンチャーキャピタルなど、熊本の学生にとっては都市伝説なのである。この課題を解決するために、東京やサンフランシスコ・シリコンバレーのネットワークを活用している。具体的には、毎月、東京を中心に海外からも含めて講師を招いて、ベンチャー起業論の中で講演会やセミナーを開催し、その後、交流会まで実施することで、都会で活躍するベンチャー起業家等を身近に感じさせ、ロールモデルとなるように工夫している。学生は、Facebook等によりその後も交流を深めており、身近に感じるようになっている。

次に、資金的課題は極めて大きな課題であった。東京や海外から起業家やベンチャー関係者を招聘するためには、当然、予算を確保しておく必要がある。また、学生を東京や大阪のコンテストに派遣したり、さらにいえば、シリコンバレー等の海外にも派遣するための交通費、試作品開発等の開発資金等、ある程度の資金がないと前に進まない。起業家輩出を目指した起業家教育を大学で実践する場合において、これは決定的な問題になってくる。もちろん、本プログラムにおいても切実な課題である。これを解決するために、大学当局との間で密なコミュニケーションを図って理解を求めながら交渉し、予算確保している。また、内部資金だけでは限界があり、外部資金の獲得も積極的に行っている。2015年度は、熊本県の地方創生予算を「起業家教育による地方創生（ワサモンのまちづくり）受託事業」として本学単独で受注した。さらに県やNEDOにも本学のビジネスプランコンテストの主催に入ってもらい、金銭のみならず、講師の派遣費用の負担などの協力を頂いている。また、企業から協賛金を確保していることは非常に大きい。外部資金の確保はベンチャーでいうところの資金調達であり、これを教員が実践して「やればできる」ということを学生に示している。こ

れもまた教育的効果が高い。起業資金の調達方法を教える先生が、満足な資金調達が出来なければ、その教育に説得力がないからである。これらにより、2015年度に本講義（プログラム）が獲得した資金は4千万円を超える。この資金があつてこそ、起業家教育と起業支援が連動し、起業家輩出の好循環を創出することができると考えている。

なお、本プログラムは、初年度は筆者が立ち上げ、2015年度からは二人の専任教員で実施している。二人とも起業や企業経営の実務経験があり、ベンチャー業界における幅広いネットワークを有していることが奏功しているが、なにより、大学内外における多くの理解と協力をいただいていることは大きい。とりわけ、本学の中山峰男理事長・学長の起業家教育への理解は絶大であり、本プログラムは、その強力なリーダーシップの上に成立している。

5 おわりに

本稿では、起業家教育の最適なあり方を探るため、崇城大学起業家育成プログラムの事例を通して、ベンチャー企業創出において起業家教育が果たすべき役割とは何か、起業家教育がベンチャー企業を創出するにはどのような内容が必要なのかを論じてきた。

本学が所在する熊本県は、若者の県外流出が激しく、これが少子化を招き地方経済が停滞するという悪循環に陥っており、県の深刻な課題になっている。この主たる原因は、既存の地元企業では、十分な若者の雇用を生み出せていない点にある。若者にとっても魅力ある企業は、東京や大阪、福岡に集中し、都市部へと就職していくこととなる。本学の学生は熊本県を中心に九州出身の学生が93%を占める地方大学であるが、県内企業への就職は27%に留まっている。一方で、学生の「地元愛」は強く、都市部の企業への就職内定者の中に

は、本来は地元企業に就職を志望しており、都市部での就職が本意ではないという声も少なくない。このような現状を解決するには、若者が魅力ある仕事を県内に創っていくしかない。本学の起業家育成プログラムは、この地域経済の課題を解決することを社会に対する使命として、「学生ベンチャーによる地方創生」を掲げて活動している。

政府の方針である「地方創生」「ベンチャーの創出」を体現する存在として、本学では、地方創生を牽引する起業家やベンチャーの創出を目指していく。とりわけ、起業部の活動は大きな潜在能力を秘めており、地元のメディアからの関心も高い。テレビ、新聞、雑誌、インターネット等各種メディアに起業部や本プログラムが取り上げられることが増えてきた。これは、当事者である起業部の部員のみならず、このような起業文化を醸成していくためにも効果的であり、メディアとの関係性を強化し、社会に発信していくことも重要であると考えている。

大学という教育現場において、学生起業家の輩出を目指した時に、父兄の意見も気になる場所である。一般に、自分の子供が起業するといえば反対するという親も少なくない。本稿ではベンチャー起業に焦点をあてているが、この手法は、第二創業の手法とも親和性が高い。起業部の学生の親の約半分は、経営者や自営業者である。「起業するなら崇城大学」というキャッチフレーズを定着させたいところであるが、同時に、「崇城大学で事業継承」という新機軸を打ち出すことも地

域経済においては効果的であり、検討の必要性を感じている。社会一般として、起業や起業家への理解はまだ十分とは言えない。起業することだけが全てではないが、就職することが絶対的な正解だとも思わない。社会はもっと夢を描ける舞台である。そのような夢の描き方を教えることは、起業家教育に留まらず、我が国の社会にとって、とりわけ地方創生という課題に対しては、今、最も求められていることではないだろうか。

本学の起業家育成プログラムは、開始して1年9か月（2015年12月末日現在）と、まだ緒についたばかりである。このプログラム自体がスタートアップそのものであり、ヒト・モノ・カネ、といった経営資源に大きな制約がある中で実施している。2015年12月。経済産業省主催のUniversity Venture Grand Prix 2015において、筆者は最優秀教員賞を受賞した。起業家教育を実施する大学・大学院の教員の中から、優秀な取り組みに対して表彰する制度である。本プログラムが、経済産業省によって表彰されたことを考えれば、社会的意義も大きいものと考えられる。ベンチャー起業を教える教員が、このスタートアップともいえる起業家育成プログラムを成功させることは、学生のよきお手本にもなるであろう。教員のアントレプレナーシップも問われているのである。これらのことを肝に銘じ、学生ベンチャーによる地方創生を実現していきたい。学生と共に未来を創っていききたい。

<参考文献>

- 磯崎哲也 (2010) 『起業のファイナンスーベンチャーにとって一番大切なこと』 日本実業出版社
- 大江健 (2004) 「地域と一体となった、明日の日本を担う「生きる力」を育む起業家教育」 中小商工業研究所 『中小商工業研究』 第79号、pp.20-30
- 各務茂夫 (2011) 「大学発ベンチャーとイノベーション」 渡辺俊也編 『イノベーションシステムとしての大学と人材』 白桃書房
- 金井一頼・角田隆太郎 (2002) 『ベンチャー企業経営論』 有斐閣、P.4
- 清成忠男 (2005) 「ベンチャー企業総論」 『一橋ビジネスレビュー』 第53巻第1号、東洋経済新報社、P.9
- 忽那憲治 (2011) 「新産業創造におけるベンチャーキャピタルの役割と課題」 『ベンチャーキャピタルによる新産業創造』 中央経済社
- 熊野正樹 (2014) 『ベンチャー起業家社会の実現ー起業家教育とエコシステムの構築ー』 ナカニシヤ出版
- 経済産業省 (2008) 「ベンチャー企業の創出・成長に関する研究会・最終報告書」
- 榊原清則・前田昇・小倉都 (2002) 「ベンチャー企業の育成と経営管理」 野中郁次郎編著 『イノベーションとベンチャー企業』 八千代出版
- 寺島雅隆 (2013) 『起業家育成論ー育成のための理論とモデル』 唯学書房
- 日経ビジネス、2012年 4月 2日号、pp.26-44
- 藤沢武史 (2002) 「日本の大学におけるベンチャービジネス教育」 土井教之、西田稔編著 『ベンチャービジネスと起業家教育』 御茶の水書房、pp.222-225
- 柳孝一 (2004) 『ベンチャー経営論ー創造的破壊と矛盾のマネジメントー』 日本経済新聞社
- 米倉誠一郎 (2001) 「ベンチャー・ビジネスと制度としてのベンチャー・キャピタル」 一橋大学イノベーション研究センター編 『イノベーション・マネジメント入門』 日本経済新聞社、pp.360-388
- Gompers, Paul and Josh Lerner (1999) *The Venture Capital Cycle*, MIT Press. (吉田和男監訳 (2002) 『ベンチャーキャピタル・サイクルーファンド設立から投資回収までの本質的理解ー』 シュプリンガー・フェアラーク 東京)
- Shane, Scott A. (2008) *THE ILLUSIONS OF ENTREPRENEURSHIP: The Costly Myths That Entrepreneurs, Investors, and Policy Makers Live By*, Yale University Press. (谷口功一・中野剛志・柴山桂太訳 (2011) 『<起業>という幻想ーアメリカン・ドリームの実現』 白水社、PP.13-26)
- Timmons, Jeffrey A. (1994) *New Venture Creation, 4th edition*, Richard D. Irwin. (千本倅生・金井信次訳 (1997) 『ベンチャー創造の理論と戦略ー起業機会探索から資金調達までの実践的方法論』 ダイアモンド社、PP.18-19)