

新しいビジネスモデルの台頭と起業家教育（1）

櫻 澤 仁

はじめに

これから数回にわたって、経営教育領域のみならず、中小企業研究やベンチャービジネス研究の場においても、その検討の重要性認識がなされつつも研究面でいささか立ち遅れ状況にあった『起業家教育』に焦点をあて、その経営教育のなかでの位置づけを明らかにするとともに、現状の問題点と今後の課題を問題提起的に明らかにしていく。ここではあらかじめ当方の問題意識を整理し、次いで経済産業省より「起業家教育モデル講座」に認定された本学の起業家教育の実態を提示し、あわせて国内の主要大学で展開されている起業家教育の現状を紹介する。そしてここ数年間の研究・活動蓄積をベースとしつつ、あわせてこれまでの大学・大学院レベルの起業家教育に関する詳細なレビューや最近のニュービジネス領域での起業動向等の分析を加味しつつ、さらに最近のユニークなビジネスモデルの構築動向を提示・分析しつつ、これからの起業家教育のあるべき姿を模索していきたいと考えている。

1. 問題意識の整理

ここ数年間、全国各地のベンチャー企業のみならずソーシャルビジネスやコミュニティ・ビジネスの創業とその事業展開・競争優位性構築の方法論等に関し、主として継続的なインタビュー調査を展開し、その比較考察を行ってきた。さらにこれらの分析対象企業等のなかで急成長を遂げた事業主体のビジネスモデルの分析作業を行ってきた。また、経済産業省が平成21年に設定した「ソーシャルビジネス55選」にも認定されたソーシャルビジネス系のベンチャー企業のマネジメントに自ら相談役として関与し、主としてコーポレート・ガバナンス構造の構築のサポート活動や新規事業探索を展開してきた。

その一方、この3年間にわたり経済産業省関東経済産業局と関東ニュービジネス協議会が共催する「起業家予備軍コミュニティ」及び「起業家応援コミュニティ」（これらは起業準備中の社会人や起業直後の経営者をサポートする組織である）に参画し、20～50代の起業家向けの指導を継続的に推進してきた。

そして本学で担当している実験主義的科目「起業と事業創造」は、平成21年度に経済産業省から「起業家教育モデル講座」（実質的に平成21年度からスタートした施策であり、初年度認定は全国の大学・大学院中10講座のみである）として認定され、産業界のみならずベンチャービジネス研究や中小企業論領域の学会関係者等から高い評価を受けることができた。

このような3項目のまったく異なる視点からの「起業と事業創造」領域への着目と実践活動

を、ほぼ同時並行的に展開していったのだが、この種の研究領域への着眼に面白味だけでなく、一種の社会的使命のようなものを感じている。

ここであらかじめ、現時点での起業家教育研究の問題意識と論点となる要素を箇条書的に整理しておくこととしたい。

- ① 民間企業と同様に、大学教育においてもビジネスモデルのイノベーションの推進が期待される時代である。本学においては数年前から起業家教育をオープンビジネスモデルの発想を活用しつつ、主として関東ニュービジネス協議会とのコラボレーションにより推進してきた。そこでは二つの冠講座（「ベンチャービジネス」「起業と事業創造」）が開講されているのみならず、長期・短期のインターンシップを加味し、さらに希望者には卒業後の「社長のカバン持ち型長期インターンシップ」や「ニューサービス・ベンチャー企業への就職支援」といったユニークなプログラムを設定している。この実験的試みは幸いにも経済産業省から「起業家教育モデル講座」に認定されたとともに、在学中に起業する学生（学生起業家）の出現を見た。本稿では本学の起業家教育プログラムの概要を提示するとともに、そこから浮き彫りにされた大学における経営（経営学）教育のなかでの起業家教育の現状と問題点を整理していくが、「ケーススタディとなる具体的事例の選定プロセスの重要性」「いくつかの段階に区分しつつ学生の起業マインドを高めていく方法論の設定の重要性」を強調するとともに、「起業活動のイメージに潜む若干の偏見の打破の方法」「起業家の父親というロールモデルを保有していない学生への指導の困難性」等の諸要素にも着目していく。

本学の場合、起業の可能性をキャリアデザインの選択肢の中に入れることなく、大学に（それも経営学部）入学してくる学生が大半であるが、2年生前期の頃から起業家教育プログラムに参画させると、若干の学生がベンチャー企業でのインターンシップを希望するようになるとともに、いったん社会に出た後の「25歳頃からの起業」についての可能性に着目するようになる。そして新しい起業の発想と方法論に関する情報やノウハウを積極的に吸収していこうとするスタンスを表出させるようになる。

- ② 起業の発想やその行動様式に、一種のパラダイム転換が生起しているように感じられる。我が国の起業家教育関連の図書の多くはアメリカ（バブソン大学やハーバード大学等）の起業家教育の影響を強く受けているのだが、その一方、我が国の伝統的な企業論・企業形態論・株式会社論をベースとしたものも多い。しかし、最近の若い起業家たちの戦略展開動向や経営観を分析していくと、彼らの多くが大手民間企業での就業体験を持っていることも影響してか、当初から「ブルーオーシャン型市場」での事業展開を模索したり、また「資金調達をほとんど必要としないビジネスモデルの構築」を念頭に置いていたり、また「事業規模の上限設定」や「売却を念頭に置いた事業の立ち上げ」を意識している事例すら散見される。要するにオーソドックスなテキストと矛盾するような企業行動が顕在化しつつあるのであり、このような企業行動への着目も起業家教育の重要な検討事項と考えてい

る。このことは新しいビジネスモデルの台頭に起業家教育の方法論が十分にキャッチアップできていないことを意味するのであり、さらに起業家教育従事者が自らの偏見を打破していく必要があることをも意味している。

- ③ ここ数年、数多くの若手起業家に接してきたが、総じてホリエモンのような急速膨張型の事業展開をイメージすることなく、志は大きく持つものの、事業展開の基本発想には「小さく産んで、大きく育てる」といった意識が強く感じられる。そして先人の起業の苦労話を正面から受け止めようとするのみならず、たとえば長寿企業の持続的競争優位の源泉に着目し、意外にも「社是社訓の制定」、「経営理念の明確化やその浸透」、「従業員提案制度の積極的活用」といったことにも、かなり配慮している起業家が多い。創業後5年を経ずして、一気に年商20億円の事業規模に到達し、持株会社化への移行を果たした若い経営者は、「急成長期にこそ地味で聞く耳を持つ経営が肝要」と語り、金融機関やベンチャーキャピタルとの関係構築にもかなり慎重な姿勢を見せている。彼らの多くは学生たちに意外にも「座布団型の安定的な収入構造の確保の重要性」を強く主張している。

これらの問題提起と論点を保有しつつも、ひとまず起業家教育をめぐる最近の論調から検討に着手して行くこととし、次いで本学の産学連携型の起業家教育のアウトラインを提示していく。

2. 起業家教育をめぐる二つの提言から

ここでは起業家教育をめぐる最近のふたつの議論を取り上げつつ、起業家教育の構成要素や留意点を検討していくこととしよう。

2-1. 経済産業省の最近の提言から

大学における起業家教育の位置づけとその望まれる姿に関しては、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）で詳細な検討がなされている。この報告書はベンチャー企業の創出・成長による日本経済の新たなイノベーション創出の方法を提起したものであり、大学発ベンチャーからベンチャー金融、そしてコーポレートベンチャリングに至るまで、かなり広範な領域を取り扱い、そしてイノベーション創出に向けての様々な課題を提起している。そしてこの報告書では、ここ10年間でインキュベーターの整備、ベンチャー企業向け人材市場の成長、最低資本金制度の撤廃、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。そしてそのような認識の上で、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⁽¹⁾。

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

の研究会の現状分析では、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。ここでいささか長文になるが、「実践的で実際のベンチャー創業に役立つ教育内容の充実化の方策」として提起されている方法論を紹介することとしよう。

『 起業家教育を扱う大学・大学院の数や講座の数など、量的な側面の拡大だけでなく、起業家教育の質を向上することも重要である。現状では、実際の創業を意識した実践的なコースからベンチャー企業を学術的に論じるコースなど、多様なコースが各大学で開設されているところであるが、特にベンチャー創業の拡大という観点からは、コースの中で具体的なビジネスプランを作成したり、実際の起業の手法を学んだりする実践的なコースの充実が望まれる。

こうした観点からは、起業家教育科目の講師として、ベンチャー創業経験者等の実務家を積極的に採用していくことも重要である。あるいは、学生がインターンの形でベンチャー企業の中で実務を経験することも、実践教育として有効な手段である。

また、実際に起業した、あるいは起業を検討している社会人に積極的に受講機会を与えることも重要である。こうした者がコースに参加することは、他の受講者にとっても実践的な手法・感覚を学習できるという観点で有益である。また、こうした者が同じコースに複数参加すれば、相互に学び合うことでさらに、実際のビジネスプランが磨かれる可能性を有している。

さらに、一つの大学では学生数や講師が不足する場合には、大学間で連携して、共同講座を開設することも考えられる。

加えて、質の高い大学・大学院での起業家教育を全国へ普及・展開していくためには、教授法や教材等について全国レベルでの情報交換を活発に行い、起業家教育のノウハウを我が国全体として共有・蓄積していくことが必要である。

こうした観点から、質の高い起業家教育をモデル事業として実施するとともに、全国の大学・大学院で起業家教育を行っている者間で情報交換・ティーチングスキルの共有等を行う仕組みを充実していくこと等を検討する必要がある。⁽²⁾』

おそらく、このような指摘・提言が我が国における起業家教育の現状を端的に示しているものと思われる。教授法研究や教材研究もまだ緒に就いたばかりであり、起業家教育の評価方法の開発も今後の大きな課題である。言い換えれば、起業家教育に風は吹き始めたが、詳細なフレームワーク作りはまだこれからなのであり、我が国らしい起業家教育のテキスト作りもまた、今後の検討課題として位置づけられているのである。

さて、上記の報告書では「講義+実演習+インターンシップ+産学連携」による起業家教育の推進を提起しているのだが、実はこの組み合わせをすべて実践しているのが、本学の起業家教育プログラムであり、そのような意味において、時代の要請にフィットした教育メニューが提供されているとともに、我が国の大学レベルの起業家教育の最先端に位置している

という認識を保有している。なお、起業家教育に関連したリカレント教育の意義についての言及には首肯できるものがあり、本学においても今後の検討課題のひとつとして位置づけている。

2-2. 三井逸友の見解

これに対し、全く異なる発想から起業家教育の方法に言及しているのが三井逸友である。中小企業研究の泰斗である三井は、日本経営教育学会第61回全国大会の統一論題報告要旨の中で、中小企業研究と中小企業政策の先進国であった日本が欧米等の諸外国にかえって遅れをとるような状況になり、特に開業率の低迷と中小企業の衰退の現実には深刻な問題があると警鐘を鳴らし、なかでも非常に遅れている起業家教育に関する検討と実践には焦眉のものがあるとし、具体的には次のように述べている。

『…これらのうちでも「起業家教育」(entrepreneurship education)は我が国での検討も実践も非常に遅れた分野となっている。ICSB(国際中小企業協議会)での研究発表や討論一つをとってみても、企業家教育の主題は最重要分野の扱いであるのが当然になっている。日本版「憲章」を求める運動のうちでも、中小企業家同友会は企業家教育推進を含めた学校教育の転換を求めているが、その反映は容易ではなく、全国的に見ても気運が高まっているとは言えない。むしろ、近年の調査では若い世代の「起業意欲」は低下の一途とも報告されている。この現実に変革を起こせるような「起業家教育」を日本の現実のもとでどこまで生かせるのか、これは研究者にも求められる重大課題であると言える。試行錯誤的な動きでは、「成功した起業家を招いて講演やセミナーを行う」「起業に必要な経営知識や事業化方法の教育を行う」「自分のアイデアなどで事業化計画を作らせ、発表やコンテストを行う」というようなものがみられるが、必ずしも期待通りの成果につながるものではなく、主体の問題意識や意欲、参加挑戦心と結びついた、より実践的で時間をかけたものである必要がある。また起業の可能性だけでなく、一方では社会的な課題やニーズへの強い関わりと探求、他方では職業観や人生観全体にも関わるキャリア教育としての活用が必要だろ⁽³⁾う。』

この三井の指摘は前述の経済産業省設置の研究会の提言内容と著しく相反するものではないが、上述の引用の後半部分への着目が肝要であろう。システムティックな教育体系の整備に追われることなく、主体(起業家予備軍とでも言うべきか)への着目と配慮が不可欠であり、時間をかけた実践的指導が求められるという主張には、十分に首肯できるものがある。また、個人的には社会的な課題やニーズへの強い関心と探求の重要性の指摘には、大いに共感できるものがある。事実、ソーシャルビジネス領域での起業に関心を持つ学生や社会人も数多くいるわけであり、既にこのような者向けのビジネススクール型の私塾も都心に出現している。起業家教育に携わる教員が、自らの得意とする事業領域のみをターゲット設定しつつ、学生に指導を行うのではなく、社会的課題やニーズへの着目を学生に促すような配慮こそ大切であろう。

これら二つの提言は、現時点での起業家教育の方向性と問題点を端的に浮き彫りにさせたものと言える。起業の少子化傾向に歯止めをかけるには、体系だった起業家教育の基盤整備とそ

の具体的展開が必要であることは言うまでもないが、そこにはスキル・ノウハウの教育のみならず、キャリア教育全般との整合性を図っていく必要もある。しかし、実際に起業家教育を展開していくと、数多くの指導上の問題点に直面していくこともまた事実である。

3. 起業家教育における指導上の問題点

本学で展開されている起業家教育の概要提示はひとまず後回しにし、前章で提示した起業家教育のあるべき姿と関連付けつつ、ここ4年間にわたり本学で展開してきた起業家教育に関し、現時点での指導上の問題点として位置づけている事項を整理しておくこととする。それらは大よそ、以下の3点に集約される。

- ①「父親のロールモデルの欠如」及び「幼少期における起業家擬似体験の欠如」
- ②学生の「産業事情」関連知識の希薄さ
- ③指導メニューのバリエーション追求

これらを順に見ていくこととする。

3-1. 「父親のロールモデルの欠如」及び「幼少期における起業家擬似体験の欠如」

一般的に起業家に関心を寄せる学生の多くは、「父親のロールモデル」としての起業家像に強い影響を受けているといわれているが、本学の起業家教育の受講学生には、そのようなロールモデルの保有者はほとんどいない様子であり、経営学部創設期に数多くみられた経営者の子女も、最近では影をひそめている。実際、本学に招聘された関東ニュービジネス協議会（NBC）の若手経営者のなかには、この種のロールモデルの保有者が多かったことは事実であり、2世経営者や事業継承者でない方も、このことに言及された方は多かった。学生たちも、この種の経営者の育った環境をうらやむような発言があったことは確かである。

また、ゆとり教育時代に脚光を浴びた「幼少期における起業家擬似体験」の経験者もほとんどいなかった。ここで「幼少期における起業家擬似体験」とは、経済産業省の各地の経済産業局等が経営者団体等とタイアップしつつ、主として中・高学生を対象としたビジネスゲームの実施やイベント開催、簡単なビジネスプラン作成実習等への参加を意味する。そして商業高校あたりになると、これが商店街での実験店舗運営を通じた商業実践活動にまで至るようになる。この種の試みは、ここ10年間、全国各地で展開されていたが、そこからの明確な成果の結実は見出されていないようである。商業学校における商店街での実験店舗運営も、(たとえば近隣店舗が営業していない土日のみの営業といったように、事業展開の環境にも問題があると同時に)人件費が適切に計上されず、また安価な原材料調達構造の設定等という「見かけの利益」が発生しやすい条件設定となりがちであった。とはいうものの、この種の活動実践で事業活動の面白さを感じ取った生徒たちが、大学入学後に起業家教育に関心を持つというのは当然の帰結なのかもしれない。

このような事項は必ずしも起業家教育における指導上の問題とは言いきれないかもしれないが、指導者側にしてみるならば、学生に対し、大学入学直後から類似の体験をビデオ教材等の

活用により展開していくことを要請され、また経営者との早期の出会いの機会の設定と演出を余儀なくされることを意味するものと考えられる。

3-2. 学生の「産業事情」関連知識の希薄さ

コンビニ、化粧品、アパレル、外食…、学生たちが容易にイメージできる業界は、さほど多くない。それらの多くは消費財であり、生産財への着目はほとんどなされないのが現状である。大学（特に文系の学生）における起業家教育の出発点は、起業に関する基礎知識の付与などではなく、実は「産業事情」の把握に関する知的好奇心を旺盛にさせることだと確信している。

本学で開講されているNBC冠講座に定期的に招聘される経営者は、なるべく事業領域が重複しないように配慮されているが、やはりITサポート、人材ビジネス等のニュービジネス・ニューサービス領域が目立つことは確かである。学生たちにしてみるならば、招聘講師が事業展開を行っている業種やサービス内容、そしてそのビジネスモデルについてはある程度理解できるのであるが、B to B ビジネスの顧客側の市場特性や業界構造が十分に見えていない様子である。たとえば、特定メーカーのなかで、なぜそのようなサービスニーズが生じるかについて、正確なイメージ把握は十分にできず、そのことがビジネスプラン作成演習時にも尾を引き、産業事情に関する知識の希薄さは、起業家教育推進にとっての大きな制約要因となるのである。カラオケに例えるならば、“聞いたことのない歌は決して歌えない”ということになる。

ビジネスプラン作成時にターゲットマーケットとして有望なフィールドを探索していくことは、産業事情に関する情報に乏しい学生たちにとっては、決して容易なことではない。日常的な指導の場で気づくことなのだが、ニッチ領域のB to C型のニュービジネスのビジネスモデルとその課金の仕組みを検討させることは可能なのであるが、MOTレベルの講義で展開されているようなB to B型の事業展開のイメージ設計はかなり困難である。この点に関しては、意欲ある学生（当方のゼミ所属学生）ならば、たとえば経済産業省編『産業構造ビジョン2010』あたりを手にとらせることにより、ある程度の打開策を見出すことができたが、まだ本質的な問題解決には至っていない。

3-3. 起業家教育の指導メニューのバリエーション追求

目下のところ、起業家教育の指導上の最大の課題は、指導体系そのものの高度化や充実化に向けての方策検討である。90分の講義時間内で展開される一連の講義と演習、そして定期的に招聘されるNBC経営者という外部講師の講義・Q&Aとビジネスプラン検討等であらかたのメニューがカバーされてしまうのであるが、いささかマンネリ傾向にあると反省しており、若干のメニュー変更をイメージしている。

その場合、最初にイメージしている追加手法は「ビジネスゲーム」の導入である。改めて指摘するまでもなく、ビジネスゲームは起業家教育の集合教育の場において展開される実験主義的な試みであり、おそらく今から30年以上前から、この種のメニューは（起業家教育としてではなく、むしろ管理者教育のなかで）経営教育に取り入れられていた。ただし、大学生向けの起業家教育のなかでの取り組み例としては横浜市大と東洋大が知られる程度であり、まだ体系

だった指導メニューには至っていない様子である。よく知られるように、ビジネスゲームそのものも、方法論や意図が多様であり、また企業内研修に用いられる方法論が大学の起業家教育にそのままフィットするはずはなく、たとえばゼミナール指導内にこの種の実験的な試みをいくつか導入し、学生たちの理解度や満足度等を分析しつつ、我々が意図する狙いにフィットする有益なゲーム手法の開発を念頭に置いていきたいと考えている。

さらに事例研究についても、再考の余地がありそうである。一般的には、楽天、ミクシー、グリー等の新興ベンチャー企業の生成発展プロセスを検討しつつ、起業と事業創造のプロセスに関する基礎的理解を求めていくのが、学部レベルの起業家教育における事例研究の典型的な方法論であるが、例えば洪沢栄一・安田善次郎・松下幸之助といった戦前期の企業者研究にも着目していく必要があると思われ、「経営史」や「経営者論」領域との融合を図りつつ事例研究素材の開発を行っていくことも、今後の重要課題と考えられる。

4. 大学における起業家教育の現状

大学の経営学教育・カリキュラムのなかに「起業」領域が本格的に入り始めてから、まだほんの5～6年といったところであろう。それ以前からグロービス等の一部のビジネススクールでは講義科目が設置され、事例研究を含むテキストも刊行されていた。しかし、MOT コースを保有する大学院や専門職大学院を含め、この種の領域に正面から光を当てた講義の開講はまだ緒に就いたばかりの状況にあることは確かである。それ以前の時期では、たとえば学部レベルでは「中小企業論」「ベンチャービジネス論」等の講義のなかで、部分的に取り扱われていたように思われる。

今から約30年前の「第二次ベンチャービジネスブーム」到来の時期を思い出しても、大学の経営学教育のなかで、当時の商法や株式会社法に見られる会社設立の厳しい要件設定等の影響を受け、「起業」を前面に出しつつ講じているような大学はほとんどなく、むしろ株は株式会社論の領域での取り扱いが見られていた様子である。それでもなお、その当時でも事業継承を予定している学生は存在し、周囲もそのような学生の存在を不思議に思うことはなかったが、起業を口に出す学生はほとんどいなかったようであるし、またそのようなムードにもなかった。むしろ、学生たちも「社内ベンチャー」「分社」「独立」のような当時のホット 이슈に関心を持っていたものと推測される。そのような時代でも商工会議所等では開業支援活動が展開されていたわけであるが、おそらくその後の1990年初めから2000年初頭にかけての「第三次ベンチャービジネスブーム」の到来が転機・契機となり、起業に対する若者の意識も大きく変わっていったものと考えられる。時期を同じくするかたちで、起業家教育に関する先行文献も相次いで出版され⁽⁴⁾、またベンチャーリンクのように起業支援やビジネスマッチング支援を主力事業とする企業も成長を遂げ始めた。そしてIT 景気を受け、この時期から20代の若い経営者が続々登場したとともに、ビジネスプランのコンペも登場し始めたのである。またこの頃から金融機関やベンチャーキャピタル等で起業に関する研究調査が活発化しているが、大学教育等に

において起業家教育が狙上に乗れ始めたのも、実はこのような環境変化を踏まえてのものであり、この10年間でかなり活発化している。

次に、経済産業省・大和総研の最近の研究調査結果に基づき、我が国の大学・大学院における起業家教育の現状を見ていくこととする。この「平成20年度 大学・大学院における起業家教育実態調査報告書」は平成20年7月から10月にかけて、大和総研が実施したアンケート調査結果の集約であり、全国の大学・大学院の教務部門（734校）と日本ベンチャー学会会員の大学教員（約300名）を対象として実施され、回収率は73%である。かなり膨大な調査なのだが、今回はアウトラインのみを提示することとしたい。まず、この調査結果の概要は以下のとおりである。

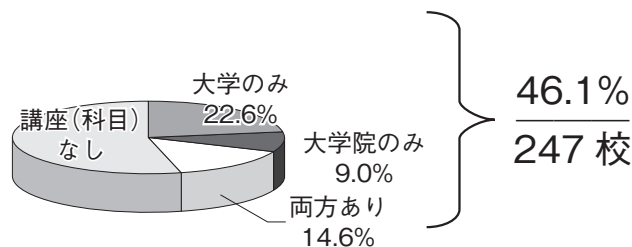
我が国の大学・大学院における起業家教育の現状

- ・全国の大学の46.1%にあたる247校に起業家教育の講座がある。
- ・起業家教育を実施する校数、関連する科目数は、先行調査と比較して増加傾向にあると推測される。
- ・起業家教育の実施校では、国立は大学院のみと両方ある割合が高く、私立は学部のみでの教育の割合が高い。国立ではMOT（技術経営）教育の充実がその背景にあると思われる。
- ・起業家教育を目的とするコース・専攻を設置している大学・大学院は、全体の約1割の55校であった。
- ・授業以外でも起業家教育に関連するプログラムやイベントを設けているのは約2割に達する。学部・大学院双方で起業家教育に熱心な大学は、単位外のプログラムやイベントも充実している傾向にある。
- ・学部での起業家教育は、4割が複数の学部で取得可能な授業として設置されている。大学院では3割が複数の研究科で受講可能である。
- ・科目数の分布を見ると、学部・大学院ともに全体の約4割が起業家教育の科目は一コマと回答している。ただし、学部に比べて、大学院の方が多数科目を開設している学校が多い。
- ・受講生によるプレゼンテーションやグループ演習と行う「生徒参加実践型授業」は、学部で約2割、大学院で約3割を占める。
- ・全体の約3割で外部講師を活用している。
- ・授業内容については学部と大学院では顕著といえる程の差異は見られなかった。学部と大学院においては求められるものが違うことから、それぞれに相応しい授業内容を開発することが今後重要な課題となってくるだろう。

（出典）「平成20年度 大学・大学院における起業家教育実態調査報告書（本編）」大和総研 2009.2 p.5

これらの概要整理のなかで、これから詳細に見ていく本学の起業家教育と関連する部分を、ごく簡単に個別にピックアップしつつ、現状を確認しておくことにしよう。図表-1 & 2 から明らかなように、母集団としている大学の約4割で何らかの形で起業家教育が展開されているのだが、実態をもう少し詳細に見ていくと、まだ緒に就いたばかりの状況にあることが見えてくる。図表-3に示したように開講講座も全体の41.5%が1講座のみなのだが、このなかで「起業論」のような形でストレートに起業を取り扱う科目の開講例はまだ少なく、「ベンチャービジネス」「経営学総論」「企業論」等の既存領域の中での起業の取り扱いが目立っている様子であるが、このことはこの報告書内の個別大学の開講科目一覧からも明らかである。次に授業形式を紹介しておこう。図表-4に示したように、オーソドックスな講義形式の中での起業を取り扱おうとする発想が支配的であり、学生参加型の実践型授業の展開事例はまだごくわずかにすぎない様子である。それでは具体的にどのような内容が講じられているかを見たのが図表-5である。この図表からも明から通り、また開講科目が1講座のみという大学が多いこともあり、広く浅く起業の問題を取り扱われがちであることが見て取れる。もしかすると、ビジネスプラン作成演習を行っているような大学が複数講座を開講し、起業家教育に積極的であるのかしれない。ただし、この見解は推測の域を出ない。

図表-1 起業家教育の実施校数 (単位: 校数)



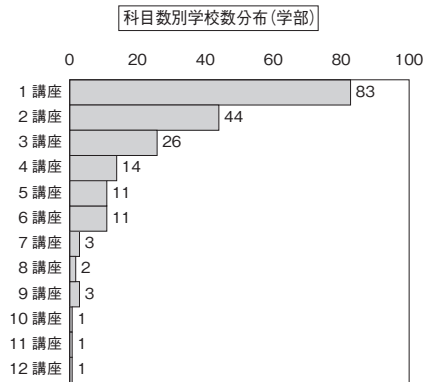
(出典: 上掲報告書 p.6)

図表-2 実施校数内訳 (単位: 校数、%)

	総数	講座の有無					
		大学のみ	大学院のみ	両方あり	講座(科目)なし	無回答	
総数	536	121	48	78	289	0	
	100.0	22.6	9.0	14.6	53.9	0.0	
大学種別	国立	76	7	24	22	23	0
		100.0	9.2	31.6	28.9	30.3	0.0
	公立	61	6	3	6	46	0
		100.0	9.8	4.9	9.8	75.4	0.0
	私立	399	108	21	50	220	0
	100.0	27.1	5.3	12.5	55.1	0.0	
無回答	0	0	0	0	0	0	
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

(出典: 上掲報告書 p.8)

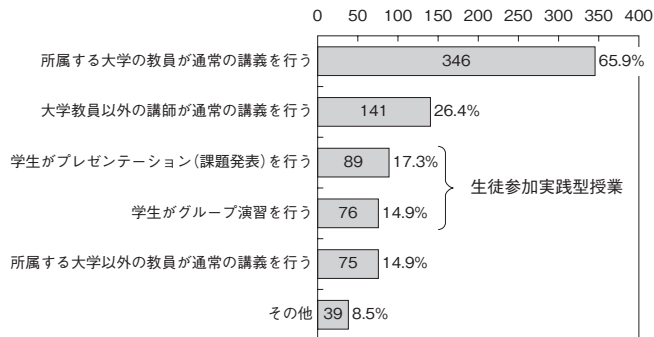
図表－3 科目数の内訳（学部）＜N＝523＞（単位：科目）



大学講座	有効回答数	講座設置校	講座数	1校平均	
全体	536	200	523	2.6	
大学種別	国立	76	29	55	1.9
	公立	61	12	30	2.5
	私立	399	159	438	2.8

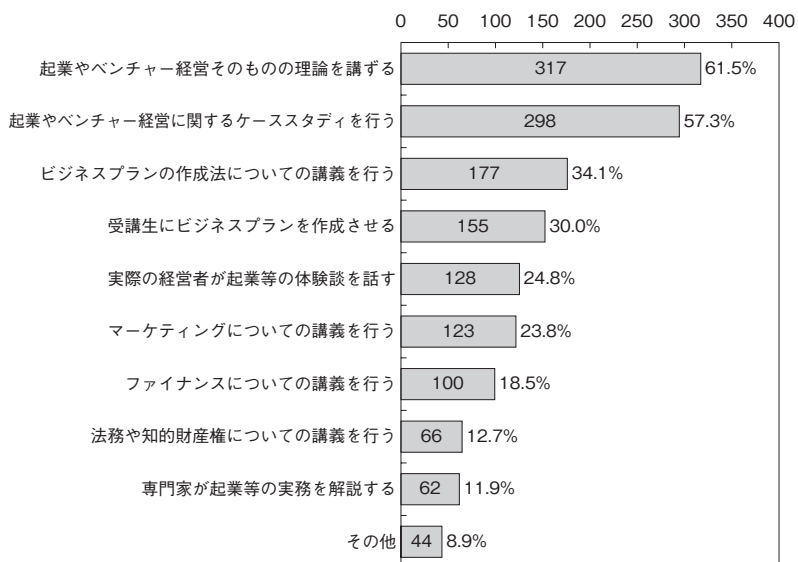
（出典：上掲報告書 p.10）

図表－4 授業形式（学部）＜N＝523＞（単位：科目）



（出典：上掲報告書 p.13）

図表－5 起業家教育の内容 (学部) <N = 523>



(出典：上掲報告書 p.14)

5. 本学経営学部で展開されている起業家教育の概要

ここでは本学で展開されている起業家教育の概要について、その経緯と発展過程、そして現状のプログラムを整理していくこととする。

5-1. 大学のポリシーのなかに見られる起業家教育に関する言及

本学ではアドミッションポリシー・カリキュラムポリシーそしてディプロマポリシーを学部学科別に明確に設定しているが、ここではあらかじめ、本学で設定しているアドミッションポリシーとカリキュラムポリシーのなかに見られる起業家教育に関する言及を整理しておくこととする。なお、これらのポリシーはここ数年間で体系化されたものであるが、後述するように、本学での起業家教育の進展に伴って、当該領域への言及がなされるようになったと思っている。

a) アドミッションポリシーとの関連性

まず、経営学部のアドミッションポリシーから見ていくこととする。その全文を紹介すると以下の通りである。

『 経営学部では、マネジメント・経営管理の分野、コンテンツ（デザイン・CG・映像）制作・企画管理の分野で活躍する意欲と資質を持つ人材を国際的に求めている。4年間の間に、的確な問題解決能力を身につけ、グローバルなビジネス社会の中で貢献できる有為な人材を育成している。

学生には、自分と社会との関係を様々な視点から考えようとする能力、リーダーシップを発揮してチーム活動に貢献しようとする能力、困難な問題に失敗を恐れずチャレンジする意欲、自分の考えを相手に伝えようとする意欲などが求められる。具体的には、次のよ

うな目標を持った学生を求めている。

1. グローバルな視野に立った企業管理職を目指す者
2. 店舗経営、自営業継承、ニュービジネス・ベンチャービジネスなどの起業家を目指す者
3. 情報システムやコンテンツを自ら創造したい者
4. コンピュータに関する専門知識や技能を活かして社会で活躍したい者
5. コンテンツを創造するクリエイティブワークと情報システム、さらにビジネスを独創的な企画によって繋ぐことを目指す者』

このうち、上記の2の項目への直接的な対応が、経営学部で展開されている起業家教育に他ならない。そしてこの種のニーズを保有する学生向けに、講義・ゼミナール・インターンシップ等の単位認定化される教育プログラムのほか、産学連携プログラムを活用した様々なイベント参加へのいざない、定期的開催される社長講座、そして外部のビジネスプランコンペへの応募支援、創業支援、創業後のサポート活動等が推進されている。この種の起業家教育プログラムは、ある程度体系だったものと言えるが、とりわけ起業支援領域においては、他大学と同様、個別指導プログラムの様相を呈しており、担当教員の人的ネットワークを活用しつつ、「社長のカバン持ち型のインターンシップ」の機会も設定されている。

b) カリキュラムポリシーの特徴

本学経営学部のカリキュラムポリシーのなかに、次のような言及が見られる。

『 経営学部カリキュラムの特徴は、専門演習での研究・学習が効果的に行えるための編成になっている点と、企業インターンシップや学内外でのプロジェクト型授業など従来の大学授業の枠にとらわれない科目を設置し、実社会とかかわった中から経営を学ぶという柔軟な仕組みが取り入れられている点である。』

このような柔軟な仕組みの臨機応変な創造とその発揮が最も期待しやすい領域が、起業家教育であるのかもしれない。そしてそれが有効に機能していくに際し、決定的な役割を果たしてきたのが、本学の産学連携推進であると考えられる。

5-2. 産学連携と起業家教育

起業家教育の推進に際し、何らかのかたちで産業界との連携を図ることは、極めて自然な行為であると考えられる。その連携は情報交換のレベルから共同事業推進やエンジェルファンドの共同運営に至るまで多種多様であるが、一般的には次のように区分できる。

①学外での連携活動

- ・ 実験店舗の運営、・社長のカバン持ち型のインターンシップ 等

②学内での連携活動

- ・ 社長等の外部講師による講義、ベンチャーキャピタリスト等の専門家による起業関連実務の解説、
- ・ 経営者等によるビジネスプラン作成指導と講評 等

このうち、実験店舗の運営はもっぱら商工会議所や市役所の商工部門等とのコラボレーションのなかで、中心市街地活性化やまちづくり施策等と関連付けられて、そして大学の地域連携戦略等とも関連付けて展開されたものが多かった。しかし、最近では地域商業活力の低迷にも影響され、そして学生の自由時間のフル活用（アルバイト・サークル等）の流れを受け、この種の試みはすっかり影をひそめてしまった。最近の学生たちも、ネットショッピングに対する強い関心はさておき、この種のリアルの商行為にはあまり興味を示さなくなっている。

その一方、ここ数年、急速な増加傾向にあるのが、産業界からの講師招聘である。事例研究の前提条件となる起業プロセスのイメージ付与・共有や、創業1～3年後の“死の谷”の乗り越え方、そして外部経営資源の有効活用や資金調達の方法等の解説を念頭に置いた外部講師（主として創業経営者）の招聘は、学生にとって人気のあるメニューである。この種の講師招聘は大学OBの有効活用といった方法論が一般的だが、担当教員の個人的なネットワークに依存する傾向もある。最近では経済産業省の肝いりでスタートした「大学・大学院起業家教育推進ネットワーク」の講師派遣制度の導入といったような試行的な基盤整備も進行しつつある。

このような産学連携を通じた起業家教育に関し、本学は関東ニュービジネス協議会（NBC）と2007年11月に包括提携協定を締結するかたちで積極的に推進している。これはNBC副会長首藤健二氏と当方の雑談が発端となって協議が開始され、交渉期間はわずか3カ月程度で協定締結に至っている。NBC・本学間の包括提携協定の内容は以下の通りである。

NBC・本学間の包括提携協定締結の内容 <2007.11 締結>

(目 的)

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、さらに関連する施策の推進のため相互協力を図り、産業界における新たな人材の育成と地域社会の発展に寄与することを目的とする

(共同事業推進の領域と具体的な内容)

- ・領域：主として「ニュービジネス育成」「アントレプレナー養成」「ビジネス・インキュベーション推進」等の諸領域での共同事業の推進
- ・具体的内容：
 - ①経営学部開講科目の共同運営化（NBCの冠講座化）
 - ②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
 - ③NBC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

なお、この包括提携協定締結に合わせて、本学はNBCに正会員登録している。この提携に基づく具体的なアクションと評価については後章に譲るが、NBCとのコラボレーションのなかで、学生たちは大きく成長していった。それらの成果の代表的なものを指摘すると、以下の通

りである。

- ・ 大学2年後期時に起業マネジメントの勘所を理解できるようになる
- ・ 大学2年後期時に簡単なビジネスプラン作成ができるようになる
- ・ 大学3年前期に起業に関する様々なノウハウの取り込みや先端的なビジネスモデルの取り込みができるようになる
- ・ 起業希望者が起業に関する意識を固め、先行事例の模倣から自己革新への昇華へのアクションがとれるようになる
- ・ 学生起業家の輩出
- ・ 我が国の代表的な学生向けビジネスプランコンペでの予選通過者の続出

産学連携とは泥臭い行為もしくは人間臭い行為であり、決してキレイごとでは進行しない。NBCとの円滑な関係推進も同様であり、双方の担当者間の献身的な努力と緊密な連携を欠いては、おそらく何も動かないはずである。そしてギブアンドテイクの精神も大切である。なお、担当者間の頻繁な協議のみならず、NBC・本学間では年に一度の頻度で、当該年度の活動のレビューと次年度活動内容の確認に関する協議の場を持っている。

5-3. 本学における起業家教育の体系

次に本学における起業家教育の生成発展の経緯を整理しておくこととする。よくよく振り返ってみると、それらはいくつかのステップを踏みつつ、徐々に体系化されていったものである。

a) 発展段階

<生成期>

- ・ 我が国初の女子大経営学部として20年前に学部創設（今から5年前に共学化）したが、すでに1期生に学生起業家（生花店経営）が出現している。そしてこの卒業生の存在が、本学の経営学教育のなかで、「自立と共生」という本学の理念と合わせて、一定のロールモデルを提供した。
- ・ 12年前から経営学部内にインターンシップを単位認定化する科目を設置している。これは3年時の夏休みに約2週間のインターンシップ活動を行うものであるが、これが産学連携の端緒となったことは確かである。そして地域連携・産学連携を意識しつつ、長期フィールドワーク実践（具体例：商店街内実験店舗運営、上福岡・所沢の2ヶ所で実施）を奨励し、その単位認定化にも着手した。また、企業派遣型の長期インターンシップ・プログラムも6年前に導入している。
- ・ 2003年及び2004年に、長期インターンシップ・プログラムとして、学外での実験店舗運営をおこなったが、これは「経営実践」と「地域活性化支援」の統合を意図したものであり、大学の地域連携を強く志向したのもであった（結果として「現代GP」に結びつく）。具体的には、既存商品（サービス）に付加価値を付けて差別化を図り、新しいスタイルの複合性と価格を打ち出すことに注力させ、市場調査及び販路開拓までを一元的検討できるツールの確立を目標とした。事業内容は学生たちが自主的に企画立案し、事業運営資金等は大学から

支給した。「起業」に関する基礎知識を学内で学んだ後、詳細な企画書を学生たちが作成した。その検討を踏まえた上で、10月から12月の週末に本格的な営業活動を上福岡と所沢の商店街内で展開した。

- ・これら産学連携型の短期・長期インターンシップ・プログラムの展開が本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ていったと見ることができる。

<展開過程>

- ・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いった。
- ・「起業と事業創造」(3年後期開講科目)は4年前に開講。初年度は当方の知人の経営コンサルタントとタイアップしつつ、彼のクライアント企業2社(SE系・韓流音楽系)向けの事業提案を実習メニューに盛り込む。この科目は翌年度からNBCの冠講座化した。

b) 本学における起業家教育の体系

現在の本学の起業家教育の体系を整理すると以下のとおりである。

<p>本学における起業家教育の体系</p> <p>基本的性格：アントレプレナーシップ涵養型＋起業家育成型</p> <p>形式：「講義」＋「ゼミナール教育」</p> <p>陣容：担当教員(1名)と学部全体のサポート</p> <p>開講科目：</p> <ul style="list-style-type: none">・1年次前後期「経営学Ⅰ&Ⅱ」(2回分の講義で「起業」を取り扱う)・2年次前期「ベンチャービジネス」(NBC冠講座、5名のゲスト経営者登場)・3年次後期「起業と事業創造」(NBC冠講座、1～2名のゲスト経営者登場) <p><平成23年度から新カリキュラム導入></p> <ul style="list-style-type: none">・1年次「経営学Ⅰ&Ⅱ」(2回分の講義で「起業」を取り扱う)・2年次後期「起業と事業創造」(NBC冠講座、コース必修科目化)・3年次後期「ビジネスモデルと事業戦略」(NBC冠講座予定) <p>インターンシップ体系：</p> <ul style="list-style-type: none">・短期(主として3年生の夏休みに2～3週間)・長期(随時、3カ月以上、社長のカバン持ち型あり、卒業後サポートあり)

c) 開講科目の概要

①「ベンチャービジネス」・・・2年前期開講

- ・経営学の基礎知識の修得が終了した時点での、最初の実践教育、起業家教育としての位置づけを保有している。
- ・ベンチャービジネスに関する基礎的な講義の間に、ニュービジネス・ニューサービス領域の5人の経営者による特別講義を入れている。

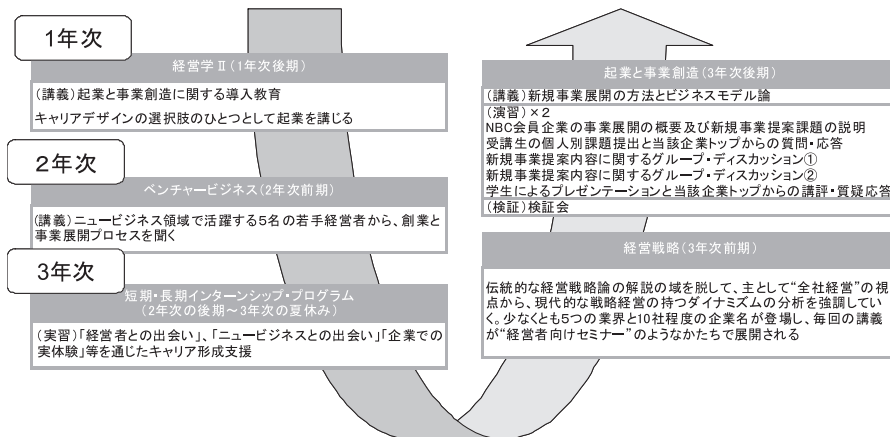
- ・講義内容は＜自社の事業展開概要、創業の経緯と発展プロセス、社長の仕事、起業の意義、ニュービジネス論＞等が中心だが、事前訪問時に講義していただきたい内容の詳細説明と協議を行っており、当方設定のシナリオに則した特別講義となっている。
- ・5人の配置には、ストーリー性を持たせつつ、起業のビジネスモデルが平易なものや学生にとって身近な商品サービスの提供主体を、早めに登場させるよう配慮している。
- ・創業経営者だけでなく事業継承者、女性経営者、メーカーの経営者、民間企業等での就労後に起業した方を必ずラインナップのなかに組み込むようにしている。
- ・特別講義の時間は60分、その後に当方とのディスカッションが10分、受講学生とのQ&Aが20分という時間配分である。

②「起業と事業創造」・・・3年後期開講

- ・3年前期の「経営戦略」の受講生であることが履修の前提条件であり、履修学生数はかなり絞り込んでいる。
- ・あらかじめビジネスプランの作成方法等に関し、数回にわたって詳細な講義を実施。その上で実践課題の提示を行っている。
- ・この講座の招聘講師の選定には、かなり腐心している。先方の理解があつて、さらに事業内容やコアコンピタンスが学生に理解可能である企業をお願いしている。当然のごとく、詳細な事前打ち合わせを実施した上で、学生向けの事業展開課題を設定している。プラン作成前に該当企業の工場見学を行ったケースもあった。
- ・社長登場の2～3週間前に、会社概要を説明しておくようにしている（会社から提供される資料も配布）。その上で、当日に社長より自社概要の詳細な説明と課題の意図・背景の説明を行い、その後に学生とのQ&A実施している。翌週から3週間にわたり、講義時間等を利用して実習課題の検討を実施。このプロセスのなかで、社長との協議を加味しつつ、提案内容の絞り込みやグループ化を実施。そして最終提案時にあわせて社長が再登場し、各々のプランについて詳細にコメントと社長・学生間のディスカッションを行っている。
- ・昨年度までは、これを半期講座のなかで2プログラム組み込んでいたが、今年から1つのみにした。理由は学内行事との重複回避やビジネスプランコンペの応募への配慮である。

上述したような本学の起業家教育の体系を整理したものが図表－6であるが、複数の講義科目間にインターンシップを挟み込み、少しずつ起業に関する知識の充実化を図り、さらに実践活動を通じて起業意識の涵養を図っているところに、その特徴を見出すことができる。

図表－6 本学における起業家教育の体系図



5-4. 過去三年間のNBCとのコラボレーション実績

ここではNBCとの包括提携協定締結後のコラボレーション実績を整理しておくこととする。そのすべてにつき、詳細な講義録と学生の感想等が残されており、その分析を通じて本学の起業家教育の現状分析が可能なのであるが、紙幅の関係から、詳細は次号で論じることとする。⁽⁵⁾

a) 冠講座の開講状況

『ベンチャービジネス』

< 2008年度前期 >

- ・2008年4月28日 (株)ナバ 代表取締役社長 高田容治氏
- ・2008年5月19日 (株)メイン 代表取締役 山尾百合子氏
- ・2008年6月2日 (株)リューノス 代表取締役 野元千也氏
- ・2008年6月16日 (株)ガイアックス 代表執行役 CEO 上田祐司氏
- ・2008年6月30日 松下運輸(株) 代表取締役社長 坂田生子氏

< 2009年度前期 >

- ・2009年4月27日 (株)トリリオン 代表取締役社長 木地本朋奈氏
- ・2009年5月18日 アテナイオス(株) 代表取締役 横井裕之氏
- ・2009年6月1日 (株)フタバファー 代表取締役社長 今井千晶氏
- ・2009年6月15日 (株)セルシス 代表取締役会長 川上陽介氏
- ・2009年6月29日 (株)ソリスト 代表取締役社長 西川貴生氏

< 2010年度前期 >

- ・2010年4月26日 LMN ホールディングス(株) 代表取締役社長兼 CEO 近藤 浩氏
- ・2010年5月17日 (株)メディカルプラットフォーム 代表取締役社長 東野 徹氏
- ・2010年5月31日 (株)山之内製作所 代表取締役 山内慶次郎氏

- ・2010年6月14日 (株)シェイプアップハウス 代表取締役 下村朱美氏
- ・2010年6月28日 (株)虎の穴 代表取締役 吉田博高氏

『起業と事業創造』

< 2007年度後期 >

- ・2007年10月31日／11月21日 (株)ワイエムジーワン 代表取締役社長 山家一繁氏
- ・2007年12月5日／2008年1月9日 アートグリーン(株) 代表取締役社長 田中 豊氏

< 2008年度後期 >

- ・2008年10月22日／11月19日 (株)ベアーズ 専務取締役 高橋ゆき氏
- ・2008年12月3日／2009年1月14日 (株)OMG 代表取締役社長 大平雄伸氏

< 2009年度後期 >

- ・2009年10月7日／10月28日 (株)メイン 代表取締役 山尾百合子氏
- ・2009年11月18日／12月9日 (株)光彩工芸 代表取締役社長 深沢栄治氏

< 2010年度後期 >

- ・2010年11月17日／2011年1月12日 (株)トランスフォーマー 代表取締役 坂田生子氏

b) 冠講座以外の科目での講師招聘

- ・2008年12月1日 (株)ビジネスサポート 代表取締役社長 与謝野 肇氏
『櫻澤ゼミナール (2年ゼミ生向け)』での特別講義
- ・2008年12月4日 (株)マザーズシステム・ジャパン 代表取締役社長 首藤健次氏
『経営学Ⅱ (1年在学生対象必修科目)』での特別講義
- ・2009年12月24日 (株)グローバル524 代表取締役社長 小西國義氏
『経営学Ⅱ (1年在学生対象必修科目)』での特別講義

c) 経営学部入学式における特別講演

- ・2008年4月6日 アートグリーン(株) 代表取締役社長 田中 豊氏
- ・2009年4月5日 (株)ガイアックス 代表執行役 CEO 上田祐司氏

d) インターンシップ学生派遣

< 2008年度短期インターンシップ学生派遣企業 >

- ・日本プロバスケットボールリーグ・・・4名 (男3、女1)
- ・日本体育施設運営・・・・・・・・・・1名 (男1)
- ・ソリスト・・・・・・・・・・1名 (男1)
- ・アテナイオス・・・・・・・・・・3名 (女3)
- ・センサップ・・・・・・・・・・1名 (女1)
- ・アドバネクス・・・・・・・・・・1名 (女1)

< 2009 年度短期インターンシップ学生派遣企業 >

- ・アテナイオス(株) 2 名 (女 2)
- ・(株)エックスグラビティ 1 名 (女 1)
- ・(株)ゼウス・エンタープライズ 3 名 (男 1、女 2)
- ・(株)ベアーズ 1 名 (女 1)
- ・(株)OMG 1 名 (女 1)
- ・(株)山之内製作所 / JASPA (株) 1 名 (女 1)
- ・(株)フォーバル 2 名 (男 2)

(本学卒業生の長期インターンシップ扱いでの企業派遣)

- ・(株)OMG (2009.4~2010.3) 1 名 (男 1)

< 2010 年度短期インターンシップ学生派遣企業 >

- ・(株)山之内製作所 / JASPA (株) 1 名 (女 1)
- ・(株)フォーバル 1 名 (男 1)
- ・(株)ベアーズ 1 名 (女 1)
- ・(株)ジーピーアイ 1 名 (女 1)
- ・(有)アースライト 1 名 (男 1)

(長期インターンシップ学生派遣企業)

- ・(株)エックスグラビティ 1 名 (男 1)
- ・(株)リソウル 1 名 (男 1)

(以下次号)

(注)

- (1) 「ベンチャー企業の創出・成長に関する研究会最終報告書」ベンチャー企業の創出・成長に関する研究会、経済産業省 p.14 2008.4
- (2) 上掲報告書 p.21
- (3) 三井逸友「中小企業研究のグローバリゼーションと今日的課題」日本経営教育学会第 61 回全国研究大会研究報告書所収 p.13 2010.6
- (4) そのような代表的な文献には、次のようなものがある。(年代順に掲載)
 - ・早稲田大学アントレプレヌール研究会編「ベンチャー企業の経営と支援」日本経済新聞社 1994.10&2002.5
 - ・グロービス編「ケースで学ぶ起業戦略」日経 BP 社 1994.12
 - ・大江建「起業戦略」講談社現代新書 2002.7
 - ・藤井孝一「週末起業」ちくま新書 2003.8
 - ・高橋徳行「起業学の基礎」勁草書房 2005.3
- (5) 以下の整理には、本学経営学部講師の福島聖美さんのサポートを得ている。

参考文献

- 三井逸友「中小企業研究のグローバリゼーションと今日的課題」日本経営教育学会第61回全国研究大会研究報告書所収 2010.6
- 櫻澤仁「新しいビジネスモデルの台頭と起業家教育－起業家教育の伝統と革新－」日本経営教育学会第62回全国研究大会研究報告書所収 2010.10
- 藤井孝一「週末起業」ちくま新書 2003.8
- グロービス編「ケースで学ぶ起業戦略」日経BP社 1994.12
- 早稲田大学アントレプレヌール研究会編「ベンチャー企業の経営と支援」日本経済新聞社 1994.10&2002.5
- 大和総研編「ベンチャー起業家入門」丸善プラネット 2009.9
- 高橋徳行「新・起業学入門」経済産業調査会 2008.3
- 高橋徳行「起業学の基礎」勁草書房 2005.3
- 大江建「起業戦略」講談社現代新書 2002.7
- 日本経営教育学会第61回全国研究大会研究報告書（立正大学）2010.6
- 日本経営教育学会第62回全国研究大会研究報告書（東海学園大学）2010.10
- 文京学院大学・文京学院短期大学 Official Guide Book 2011
- 「ベンチャー企業の創出・成長に関する研究会最終報告書」ベンチャー企業の創出・成長に関する研究会、経済産業省 2008.4
- 「平成20年度 大学・大学院における起業家教育実態調査報告書（本編）」大和総研 2009.2
- 「平成21年度 産業連携人材育成事業（起業家人材育成事業）報告書（本編及び別添）」大和総研 2010.3
- 「平成20年度創業・起業支援事業（起業家精神に関する調査）報告書」ベンチャーエンタープライズセンター 2009.3
- 経済産業省編『産業構造ビジョン2010』経済産業調査会 2010.7

