

2G12 多面的な「知」の結集で「社長を育てる」アントレプナー専攻

大中逸雄，田中武雄，山田 修（大阪産業大），○谷口邦彦（文科省）

1. はじめに

2001年の所謂「平沼プラン」による「大学発ベンチャー1000社計画」、2002年からは経済産業省で5カ年計画で推進されている技術経営（MOT）コースや専門職大学院プログラムの整備奨励を受けて、大学・高専などでは多様なプログラムが整備されてきた。

大阪産業大学では、これらの動きに先んじて、2000年12月に教員と大学共同出資による大学発ベンチャー(株)OSUを立ち上げ、学生にもアントレプレナー・スピリットの醸成に努めるとともに、起業教育・支援の体制を構築してきた。

そして、2004年4月には、それまでの実績を踏まえて「社長を育てる」（図. 1）を掲げて、工学研究科にアントレプレナー専攻を開講、このほど、第1期生を世に送り出した。

この報告では、本学ならびに本専攻の概要、本専攻の実践的な起業・起業企画を柱とする教育・指導の体制、および第1期生の中から発表者がビジネスコーチを務めた事例を報告する。

2. 大阪産業大学・アントレプレナー専攻の概要

（1）大阪産業大学

ものづくり産業集積として知られる東大阪の北部地区に位置する大東市に立地する本学は、1928年（昭和3年）瀬島源三郎氏によって将来の産業経済を考えると、交通と産業の併行的発展は不可欠として、産業の基盤を支える人材の育成を目指して「偉大な平凡人たれ」を建学の精神の下、大阪鉄道学校として創設され、1965年（昭和40年）大阪産業大学と改称、その後、工学分野のみならず、経済学部・研究科も充実が図られ、今日、教員285名、学生数11,000名、卒業生65,000名を擁する産業系総合大学へと発展している。

その発展の歴史から、工学部・交通機械工学科や大学院経営・流通学研究科などユニークな学科・研究科がある。

（2）工学研究科・アントレプレナー専攻（博士前期課程）

2004年発足、募集定員10名と、歴史も浅く小規模な専攻であるが、その特長は、本学の専攻担当は7名であるにも拘わらず、客員教授は産学官それぞれの分野で豊富な体験と識見を有する30名という教員構成にある。

これは、ベンチャー起業、または、起業企画を専攻課程修了の必須要件とする本専攻の実践的教育・指導を強力かつ円滑に推進するためには多様な視点からの教育・指導に対応が求められ、それを可能とする基盤である。

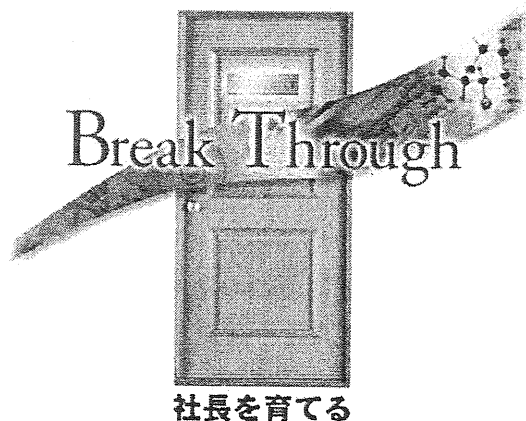


図. 1 アントレプレナー専攻のシンボル

客員教授の内訳は、次項で記述する一部の専任教員以外は、殆ど産業界の体験者、中小企業経営者、コンサルタント、公認会計士・税理士・弁理士などの専門家、ジャーナリストであり、行政関係では地元の商工会議所や公設試験研究機関の体験者である。

3. アントレプレナー専攻における実践的な教育・指導

当専攻では、一般的なMOT（技術経営）プログラムなどとは異なり、実学～実践、実業～実行を旨とした、実業界において活躍できる実践的なアントレプレナー育成教育・指導を推進するために、特長ある教育システムとしてPBLを、起業指導に関わる制度としてはビジネスコーチ制度を採り入れている。

(1) PBL(Problem Based Learning)

具体的な課題に取り組みながら知識とスキルを習得するために、PBL（課題設定型学習）システムを柱とするカリキュラムを設置して、講義（座学）を可能な限り絞り、「ものづくりの実学」と経営のわかる技術者を養成するための「マネジメントの実学」を提供している。

このPBLは、産業界からの客員教授と学内専任教員からなるPBLグループが担当し、修士課程がスタートするとまずPBLに関する集合教育、合宿教育を経て、それぞれが選択した課題へPBL的に取組つつ、また、次項の指導を受けつつ専攻で設定している10ヶの達成目標を身につけていく

(2) ビジネスコーチ制度

修士論文作成に替わって事業計画書を作成するプロジェクトを実施。このプロジェクトの中で、具体的にベンチャーを起こすプログラムにより、起業家としての実践力を磨いて行く。

修士1回生の時は、ほぼ毎月開催されるフリーディスカッションミーティングで自身の課題を紹介して、専攻および客員教授からグループ指導を受ける。

その間に、院生の課題に必要とされる指導事項に相応しい客員教授がビジネスコーチとして、概ね一人の院生に3名位選任され起業企画書の作成に向けて指導・支援する。なお、第5項・第6項の2例の第1期生の時期にはこの制度は確立されて無く、むしろ、彼らとの取組における試行錯誤の中でこの制度を創り上げて来たと言える。第3期生の一部には既にこの制度を適用して谷口も1名を担当している。

院生には日報の提出が課せられており、その内容は、「e-PBL」と称せられているウェブサイトを通じてビジネスコーチはどこに居ても日報を見てコメントを書き込み院生へのコーチングを行うことができる。

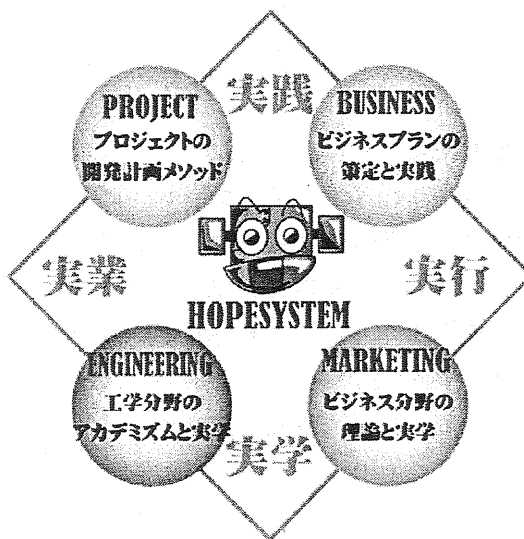


図. 2 実学～実践、実業～実行を柱に

表. 1 達成すべき10ヶの目標

1. 自主性・創造力
2. 倫理・責任感・ビジネスマナー
3. 論理的・創造的思考力
4. コミュニケーション力
5. 地球的視点からの考察力・異文化への対応力
6. チームワーク力
7. 自己学習力
8. 製品開発・デザイン力
9. 起業家としての知識・スキル
10. プロジェクトマネジメント

4. 大阪産大発ベンチャー：(株)OSU・☆☆☆☆☆☆

大阪産業大学では、アントレプレナー専攻を開講する前から、大学が認定したベンチャーには資本金を出資するとともに、大学の研究成果を活用した起業には(株)OSU・☆☆☆☆☆☆という社名の使用を許可する形で起業の促進を図ってきた。

その第1号は、アントレプレナー専攻教員の山田が自身の研究成果の商品化を目的に起こしたベンチャーであり、大阪産業大学第1号であるので、(株)OSUと称し、以降は、(株)OSU・☆☆☆☆☆☆という呼称の使用を許可している。

既に9社が認定を受けており、その内、アントレプレナー専攻からは2社が認定を受けている。

次には、谷口がビジネスコーチとして支援した二つの事例について報告する。

5. 事例1：(有)ライトクリエーション（H氏：72歳）

先ず、H氏がアントレプレナー専攻へ入学し、(有)ライトクリエーションの起業に至った背景・起業の構想・同社の事業、ならびに谷口ら客員教授のビジネスコーチング活動について報告する。

(1) H氏の経歴と起業の背景

H氏は、第二次世界大戦終了後、海外から引き揚げてきたが就職は厳しく18歳で活版工として就業。しかし、その厳しい職場の実態から23歳の時に「人に使われる身から一生の内には人を使う身に」と一念発起、教員免許を取得するため、教育大学へ入学、卒業後はしばらく教員の就職先も無かった。

そこへ、某聾学校で印刷技術に詳しい教員を求めているとの教育大学からの紹介で、その学校に着任。出向いて見ると、実習用の印刷工場はあるが、教科書が整備されていないと判り、A4サイズ150頁におよぶ印刷技術授業用の指導書を作成した。それは、手書きガリ版ではあるが、産業界に居る時から情報管理・組合活動などで印刷に関連した知識を有する谷口が見ても系統的にまとめられており、修士論文の付随資料として収載することを推奨した。

聾学校を皮切りに、爾後、教育畑一筋、最後に勤務した県教育委員会を70歳で退職、折しも、目に止まった「アントレプレナー専攻」の募集広告に「どのような教育をするところか？」と強い関心から受験したと、1回生の時に自己紹介していたが、2回生になると(有)ライトクリエーションを起業、関係者のみならず学長・大学幹部も感激、第9番目のOSUに認定された。

(2) H氏の起業構想

H氏は、印刷技術・編集、教育分野で培われた識見から、学校や教育分野の各種刊行物が読者にとって魅力に乏しいものが多い、との思いで次の構想を実現すべく起業に踏み切った。

- ① 供給者の視点から作成される刊行物が多い中、受け手の視点から企画するひと味違う企画会社。
- ② 大学・学校・塾が企画する案内・要覧類から手がけて、最終的には参考書の企画を目指す。
- ③ 娘婿T氏が優秀なデザイナーであるので、制作はT氏と組むこととする。所謂、H氏がCEOで、T氏がCTOのような役割分担と言える。

(3) ビジネスコーチング

第3項でも記述したように、H氏など第1期生の頃にはビジネスコーチ制度は確立していなかったが、もう一人の客員教授で経営コンサルタントであるB氏との連携の下、主に、次のようなコーチング活動を行った。

① H氏は好奇心旺盛で、商業向け「チラシ」、塾の案内、アントレプレナー専攻の参考書、学校案内・要覧など関心事は広かったが、先ず、競争が激しく無い大阪産業大学の案内書類の企画からスタートし、事業の安定化を計る。

② T氏のデザイン力をフルに引き出すために、企画提案には当面二人で顧客と対応する。

そして、実受注の一つとして、谷口が設立を支援し開校を控えていた「ヨーガのインストラクター養成学校」の案内書の企画を紹介し、図. 3のような仕上がりで発注側も満足で、双方から喜ばれた。

この受注に当たっては、発注者とH氏・T氏との引き合わせを兼ねて、企画打ち合わせに立ち会い、この案内書も研究成果の一つとして修士論文に収載することを奨めた。



図. 3 ヨーガ養成学校の案内書

6. 事例2：(株)ティ・アイ・オー（O氏：55歳）

O氏がアントレプレナー専攻へ入学し、(株)ティ・アイ・オーの起業に至った背景を報告し同社の事業について報告する。

(1) O氏の経歴、起業の背景・構想

産業中間財の営業マンであったO氏は、ユーザーのニーズに基づく商品の開発を会社に提案するなど精力的な活動を続けてきたが、環境に優しい商品の開発に関心が強く第4項で紹介した大阪産大発第1号のベンチャー(株)OSUの山田が開発した消臭除菌用銀分散セラミックペレットとの出会いからこれを的確なユーザーに届けたいとの熱い想いから脱サラをして専攻に飛び込んできた熱血漢である。

(2) ビジネスコーチング

この案件もB氏とのタッグで主に次のような支援を行った。

- ① O氏が院生として約10ヶ月間に銀イオン水「シナジーウォーター」（登録商標）を試供に奔走してきた約30件・2000本の試供先の反応とその理由を一覧表に整理する。
- ② 市場量が多く見込める試供先の市場は競争激化の虞があるので、繰り返し使用可、諸法適合の特長を活かした市場における実力・実績を蓄積しつつ大市場へ進出するビジネスプランの作成。

7. 今後の展開と課題

専攻3年目を迎え2期生・3期生との取組の途上であるが、今後、次の諸項の強化が必要と考えている。

- ① 専攻としてのビジネスモデル：学部から専攻に移行した院生と社会人院生に対するPBL授業・演習とビジネスプラン作成との時間配分・指導方策。
- ② メソドロロジー（方法論）：W客員教授の手になる「Wメソッド」を基盤として方法論の確立と啓発。
- ③ 院生の起業の多様性：院生、とりわけ、社会人院生のビジネスプランは多様であり、本学の教員や客員教授の専門分野を超えた指導が求められ、修士研究のテーマに応じた他大学・他機関との連。

—以 上—