



大学・大学院起業家教育推進ネットワーク』  
「全国フォーラム 2010資料」

# 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  
長谷川博和



## 青山学院大学国際マネジメント研究科 における起業家教育

- 起業関連授業
  - アントレプレナーシップ
  - 新規事業とベンチャー
  - リーダーシップ
  - ビジネス・プランニング
  - イノベーション・マネジメント
  - インターネット・マーケティング
- 関連授業
  - 競争戦略
  - ビジネスとネットワーク組織
  - プレゼンテーション・スキル
  - 消費者購買行動
  - マーケティング・リサーチ
  - インターネット・プロジェクト

## 1. 授業科目の概要

- 自ら考えた実現性の高い新規ビジネスの事業計画(約30-50ページ)を少人数のグループ(原則3人、4人も可)で練り上げ、ベンチャーキャピタルやエンジェルに提出可能なレベルまで完成度を上げることにより、近い将来社内起業も含めたベンチャービジネス起業実現をめざす能力を養成する。
- 前半は株式上場済み起業家や女性起業家等をゲスト講師に招き、後半は実社会で活躍中のエンジェルやベンチャーキャピタリストを招き実務的な評価を受ける機会を持つ。ソーシャルアントレプレナーや自営起業家から株式上場を目指す本格的起業まで幅広い分野の起業を対象とする。

## 2. 教員

- 前田昇教授(ソニー出身)
- 長谷川博和(野村総合研究所、ベンチャーキャピタリスト出身)

## 3. 授業日程

- 通年、土曜日午後2時50分より6時まで

## 4. 受講生

- 2年生92名中、34名が受講希望、レポートにより26名に選抜、7チームを編成
- 大企業社員1/2、中堅企業社員1/3、ベンチャー経営者数人(女性1/3)平均年齢33歳

# 内容、特徴(1)

## 5. 特徴・留意点

- チーム編成は初回に実施、自主的に組成
- 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
- 2人の教員は同じテーマについて、それぞれの考え方で意見を述べる(事前打合せなし)
- 毎回、各チームは前日深夜までに資料を送付、当日の発表は2チーム前後
- チーム毎の進捗を管理し、教員の個別指導時間を設定
- ゲストは多様性を持たせる
  - 公開企業社長(マクロミル杉本社長、メディネット木村社長、ネットイヤーグループ石黒社長)
  - 未公開企業社長(サキコーポレーション秋山社長、ライフネット証券岩瀬副社長)
  - 過去のMBA卒業生(チャイナプリンセス林社長、前年の6チーム)
  - ベンチャーキャピタリスト(イノベーションエンジン佐野社長、日本エンジェルズフォーラム井浦代表、ウィルキャピタルマネジメント古我社長)
  - 女性経営者も意識

## 5. 特徴・留意点

- 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(マクロミル、サキコーポレーション、クックパッド、ラティステクノロジー、アニコム損害保険、オイシックス、いんどり、メディネット)
- 昨年のビジネスプランなどは早期には見せない
- 卒業生の昨年度のプレゼンを秋に行う。同時にOB・現役交流会の開催
- HPに毎年の実績スケジュールを写真付きで報告
- 夏休みには市場調査の実施、ビジネスプランの修正や説得力アップに活用
- 外部ビジネスプランコンテストへの応募も推奨
- 懇親会の充実(特に初期の実施)



青学MBAで起業の熱き思いを講演中のメディアネット木村CEO



青学MBAで起業の熱き思いを学生に語るサキコーポレーション秋山社長



「1年間の結晶 完成した6社のビジネスプラン」(2009年)



講演後学生に囲まれるメディアネット木村CEO



青学MBA講演後学生に囲まれる秋山咲意社長

## 講義の流れ

### 6. 主なカリキュラム(前半)

- 第1回(4/17)講座のねらい、自己紹介、仮チーム結成、事例研究アサイン、ベンチャーとは、起業とは、起業家精神とは、新規事業との違いは？
- 第3回(5/1) 我がチームの新事業コンセプト-1、他チームからの自由な感想、提案、ビジネスプランとは。BP作成時の注意事項
- 第6回(5/22) 我がチームの商品・サービスのコンセプト、(何を誰にどう売る)、ターゲット顧客はだれか？ MKGのSTP、競争相手、戦略マップ
- 第12回(7/3) フィナンシャル・シミュレーターの使用法(卒業生による講義)最近の事例から学ぶ成功するベンチャーの秘密、BP中間発表-1
- 第14回(7/17) どぶ板市場調査をどう行うか(顧客ニーズ、値ごろ感をどうつかむか?)、BP(PPT)中間発表-3、前半の総括
- 夏休み(市場調査)

## 講義の流れ(2)

### 7. 主なカリキュラム(後半)

- 第15回(9/25) 市場調査結果をBPにどう反映させるか？フェイズ管理 中長期戦略
- 第16回(10/2) どう競合と差別化するか(本当に売れるのか)-1、2009年度6チームのBPLレポート(PPT、Ward)を参考閲覧
- 第18回(10/16) 財務諸表、損益分岐点、IRR、資本政策、リスク管理、ビジネスモデルの進化
- 第21回(11/6) ゲスト講演、BPプレゼンテーションの注意事項、BP個別教員レビュー
- 第25回(12/11) 外部エンジェル・VCレビュー(4チーム)以降3回
- 第28回(1/15 5時開始)最終回 午後6時半修了、その後 場所を変えて...提出物:①PPT ②事業計画書最終版 ③フィナンシャル・ケース分析 各2冊
- 卒業式懇親会: 最優秀BPチーム表彰

## 8. 課題

- 本気のビジネスプランにどのように持ってゆくのか？  
昨年1社、本年1社が実際の創業を実現
- 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が多い。工学部との連携などをどうするか？
- インターンシップの実施など、実務との連携をどのように図るか？
- インキュベーション施設、メンターとしての役割など、卒業後のサポートをどのように図るか、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、大学全体での議論が必要。





