

地域による起業家の輩出と課題

—群馬県における起業家、ベンチャー・ビジネスの創出・発展を事例に—

703-009 伏谷 貴純 指導教官 長谷川 秀男

Consideration to Create Entrepreneur by Region

Takazumi FUSHITANI

序章

今日、地域経済の持続可能な発展は、国から各地域への分権化が進められているわが国にとって重要な命題である。しかしこれまでの、政府による国土の均衡ある発展のための景気刺激と雇用維持を目的とした拡張的な財政支出は、累積債務を膨張させただけでなく地域経済の市場メカニズムを弱体化させた。さらに、昨今の産業の空洞化は、不況の長期化、少子高齢化、グローバル化といった変化と相まって更に激しくなり、結果として、地域を取り巻く環境は一層厳しくなっている。すなわち、東京一極集中や公共事業に頼る地域の構造を転換する必要に迫られているのである。

そこで、今日における地域の構造転換、閉塞的な地域経済を打開するために、新産業の創出や産業の活性化の担い手といわれる起業家、ベンチャー・ビジネス（Venture Business；以下、V B）を中心に、実証的な研究から探ることが、本論文の目的である。

だが、我が国における開業率は3.8%、廃業率は4.2%であり、廃業率が開業率を上回っている状況である¹⁾。その現状を打開し、地域による起業家の輩出のためには、「起業家の創出・発展という一連のサイクルが循環することにより、地域全体に起業家精神を涵養させることが重要である」と筆者は考え、以下において検証した。

Ⅰ章 起業家に関する基礎的考察

本章では、起業家論の代表的論者であるシュンペーター（Joseph A. Schumpeter）、起業家にとっ

て重要なイノベーションと起業家精神について論じたドラッカー（Peter F. Drucker）、日本において起業家となるための環境について論じた松田修一、以上3者について言及し、仮説が成り立つかどうかを探る意味で先行研究を行ない、手がかりを探った。

シュンペーターは、経済発展を、企業家²⁾行動による創造的破壊のプロセスとして明らかにしている。企業家によるイノベーション活動が新機軸を構築し、古い静態的均衡が壊れ、新しい経済発展の動態的過程がつくりだされるのである。つまり、経済が発展するためにはイノベーションが必要であり、その担い手こそ企業家なのである。

また、3者に共通の概念として、起業家が起業家として行動しイノベーションを行なうためには、起業家精神が必要であると指摘している。ただ起業をする者を指して、起業家としているわけではない。そこには起業家精神が存在する。起業家精神を持ってイノベーションを行なう者こそ起業家なのである。そして、ドラッカーによると、起業家精神は起業家だけのものではなく、あらゆる者にとって、更に日常的に必要なのである。

また、松田は、地域から起業家・V Bが輩出されることにより、その起業家・V Bに続けと起業家を目指す者が現れ、地域に好循環をもたらすと指摘している。それは、その成功物語が針小棒大に伝わり、地域全体の若者の起業に関する潜在的な意識を醸成し、挑戦意欲を駆り立てるからである。同時に、そのV Bに勤務していたが、挑戦したいと考える若者を起業へと駆り立てるのである。また、企業経営者や自営業者、さらに大企業であっても管理職の子弟からは起業家が輩出する割合が高いと指摘している。それは、家庭においてビジネスの話題が日常化し、自然と起業意識が醸成されるからである。つまり起業家が起業家として成長するためには、地域³⁾が重要な要素となるのである。

また、本論文における起業家とは、「起業家精神をもって起業する者・企業を率いる者」のことをいう。そして、起業家精神とは、「志高く、新しい領域に挑戦するスピリット」のことである。また、「挑戦し、挑戦することを称賛し、失敗を許す。そして、誰もが起業家精神を持ち、それを発揮する社会・風土」を起業家社会・風土とした。

II章 起業家を取り巻く環境

本章では起業家インフラについて述べた。まず、我が国における起業家・V B支援の状況と変化、次に、国、地域（地方公共団体）、大学（大学発V B）、民間、N P Oによる起業家支援、そして起業家支援の国際比較、我が国の開廃業率を探った。

その結果、我が国においては、起業家支援インフラは整っていないと言われてはいるが、起業家支援インフラは充実してきていると言える。また、先進諸国と比較しても、我が国の起業家支援インフラは決して劣っているわけではない（図表1）。しかし、それでも尚、我が国における開業率は僅少であると言わざるを得ない。

図表 1 先進 3 カ国における企業家支援インフラ

区分	ベンチャー支援インフラ	日	米	英
核となる施設	公的インキュベーター	中	中	中
	民間インキュベーター	低	中	低
	工業団地	高	高	高
ファイナンス	ベンチャーキャピタル	中	高	中
	政府系キャピタル	高	高	高
	中小企業向け金融機関	中	高	低
	政府調達	低	高	低
経営・技術支援	経営コンサルティング	中	高	高
	財務コンサルティング	高	高	高
	大学などからの技術移転	低	高	中
	雇用サービス	中	高	高
起業家と社会	起業家の社会的受容・発言力	中	高	中
	所得・相続税の低さ	低	高	中
	倒産の社会的受容	低	高	低

(出所) 松田修一著 (2001) 『ベンチャー企業』日本経済新聞社、182p より筆者作成

なぜ我が国においては、起業家・V Bの起業が僅少なのであろうか。図表 1 によると、唯一、「起業家と社会」という項目が見劣りする。すなわち、我が国においては、強い同質性志向、横並び志向などの日本的性格、失敗を許さない完全主義的風土などの日本の社会風土に問題があると言えるのである。つまり、「起業家と社会」における起業家支援インフラを構築し、起業家精神を涵養させることが重要なのである。では、いかにして「起業家と社会」において、起業家支援インフラを構築するのであろうか。

米国・英国においては、既に、幼少、小中学高校で起業家精神教育、大学で起業家教育が行われている⁴⁾。先進諸国では幼少の頃から、起業家精神を持つ環境が整えられている。我が国においても、起業家精神・起業家教育を行なうことによって、起業家と社会における起業家・V B支援インフラが構築されると考えられるのである。

そして、起業家精神教育で起業家社会の底辺を拡大しつつ、I 章で述べたように、地域から輩出された起業家・V Bが成長・存続・発展することにより、さらなる起業家が輩出される。すなわち、起業家・V Bの創出・発展という一連のサイクルが循環することにより、地域全体に起業家精神が涵養されるのである。

そこで、地域において起業家社会を構築するために、大学発V Bや起業家教育など、地域・起業家との役割が重要視されている「大学」を事例に挙げる⁵⁾。

III章 事例研究・課題

I、II章から、地域による起業家の輩出には、起業家精神の風土を構築することが重要であるといえる。そこで、起業家精神の風土を構築するために、本章においては、起業家の輩出を「創出」と「発展」の2つの段階にわけて、事例を用いる。

「創出」とは、起業意識を醸成・顕在化する段階。「発展」とは、起業意識を具現化し、起業後の支援をする段階のことである。それは、創出インフラがなく発展インフラを構築しても、起業意識の醸成・起業家予備軍が乏しいため、それを活かす起業家がない。また、創出インフラだけで発展インフラが構築されていない場合、起業意識・起業家精神はあるが、実際に起業をするというビッグバンをスムーズに行なうことが出来ない。また、いざ起業しても、存続・成長・発展をすることが困難である。すなわち、創出と発展の両段階において、インフラを構築する必要がある。また、そのためには、地域と大学が連携することが重要である。そこで、本章においては「創出」で高崎経済大学関根ゼミが設立したNPOである起業家育成支援事業『CEO（セオ）』、「発展」では、『群馬大学インキュベーション施設』を取り挙げる。

III-1. 事例

(1) 創出：高崎経済大学関根ゼミNPO『CEO』

CEOは日本経済の発展のため起業家を輩出しようと2001年10月に設立されたNPOである。CEOという名前の由来は『起業家を創造する組織：Creating Entrepreneur Organization』の頭文字を取ったものである。

理念は、①自らの意思で仕事を定めることが出来る人材を育成する、②創業意欲の強い受講者に経営者資質の向上を支援する、③日本社会の起業に対する意識を改革する、の3つに分類される。受講対象者は、①今すぐにも起業をしたい人（起業に興味のある人）、②本事業の趣旨を理解する者、に設定されている。起業したいという思い・興味には個人差があるが、年齢は問わず、市内の高校にも広告している。提供するサービスはおおまかに①セミナー、②カリキュラム、の2つに分類される。

CEOは、セミナーを通して、起業家意識の醸成に努めている。起業家意識を醸成することにより、起業へと興味を持つ者が増える。そのようなCEOの取り組みが、必ずしも起業家を志すものを輩出しなくとも、起業意識・起業家精神を醸成することにより、起業家社会の底辺を構築していくのである。

(2) 発展：『群馬大学インキュベーション』

群馬大学インキュベーションは、2004年に地域共同研究センターと連携して、大学の研究成果

の社会還元をするため、また、大学の研究成果及び人的資源等を活用した起業家活動に必要な支援を行なうことを目的として設立された。インキュベーション施設が対象とする事業は、大学の研究成果を踏まえた実用化研究である。事業テーマはすべて教官の研究であるハイ・テクノロジーを出発点としている

また、群馬大学地域共同研究センターはインキュベーション施設入居者たち、桐生市インキュベーション・オフィス「WIND」入居者等に対し、「起業塾 in 桐生」も開催している。講義内容は、必要とされる企業会計、決算・財務、雇用、株式公開、マーケティングなど、一連の実践知識やノウハウ、創業者としてのものの見方・考え方までを短期に学習しようとするものである。

大学が中心となり、桐生市、金融機関やコンサルタント等各種専門家などが、地域性を活かした産官学連携の推進に取り組んでいる。そして、北関東を代表する新産業を創出し、起業家を輩出するのである。群馬大学はハード面だけでなく、ソフト面においても充実を図り、地域経済の発展に貢献しようとしている。

群馬大学インキュベーションは、大学発VBの輩出に取り組んでいる。ただ、空間を貸すだけでなく、起業塾などソフト面での充実もはかっている。群馬大学インキュベーションのような発展インフラが整うことにより、その起業家に続けと更なる起業家が輩出されるのである。

III-2. 課題

上述した2つの事例は、まだ設立して間もない組織であるため、起業家を実際に輩出しているわけではない。しかし、「地域と大学と起業家」という観点からすると、その存在意義は非常に大きい。

CEOは経営資源の不足から、創出と発展においてどっちつかずになっている。ヒアリング調査から、起業家創造組織となるべく、まずは起業意識の醸成に特化したNPOへと選択と集中を行なって欲しい。そのため、ターゲットの変更も必要である。

群馬大学インキュベーションは、ソフト面の更なる充実が必要である。すなわち、起業の際の知識だけでなく、起業した後の経営のマネジメント知識も教えていくべきである。企業にアウトソーシングをするという手段もあるが、文系大学とのコラボレーションも面白いと考える。起業をした後も、経営のアドバイス等、大学がメンターとしての役割を担っていけると良い。

それぞれ課題はあるが、それらを解決していくことにより、創出・発展インフラは充実していく。そして、地域の起業家風土が構築されていくのである。

IV章 おわりに

IV-1. 地域経済の発展・起業家の輩出

地域経済の成長とは、地域において雇用を創出し、市場経済のメカニズムが健全に働くことである。そして、地域経済の発展とは、その地域経済の循環から、新機軸を構築し（イノベーション）、

新しい循環を創り出すことである。そのイノベーションの担い手こそ起業家である。すなわち、地域には、起業家はその地域において、イノベーション活動をすることが重要なのである。問題は、いかにして当該地域において起業するのか。つまり、起業家はなぜその地域において起業をするのかということである。それには、いくつかの理由が考えられる。地元への愛着、生活・産業インフラの充実などがあり、そして起業家インフラの充実である。前述したように、日本における起業家インフラには、起業家社会の充実が必要であった。

IV-2. 地域全体に起業家風土を構築するために

地域全体に起業家風土を構築するためには、幼少の頃からの起業家精神教育に加えて、その地域において輩出した起業家・V Bが存続・成長・発展することが重要である。そのため、地域においては、その起業家・V Bを支援する必要がある。そして、その担い手は「地域の大学」と「地域メディア」である⁶⁾。

大学は大学発V Bを輩出してそれで終わりではない。大学に関わらず起業したV B・大学発V Bに対して、起業したあとも経営のアドバイスなどにより支援をする。それにより、そのV Bは存続・成長・発展するのである。その地域による成功体験が、その起業家・V Bに続けとばかりに更なる起業家を輩出するのである。

その際、地元新聞・雑誌やフリー・ペーパー、地元テレビなどの情報媒体により、地域に成功体験の情報を伝達する。そうすることにより、普段、起業・起業家精神に興味が無い人も、地元出身の起業家・V Bに対して興味を示すようになると考えられる。

すなわち、幼少からの起業家精神教育により、起業家風土の底辺を拡大する。そして同時進行で、V Bに対して大学が支援を行なうことにより、V Bが存続・成長・発展をし、追随する起業家たちが現れる。そして、地域から輩出された起業家・V Bを地元メディアで取り挙げることにより、地域においてまた起業家・起業家精神に興味をもつ者が現れる。そして、地域において起業家輩出のサイクルが構築されることにより、他地域からその地域において起業をしようとするものも現れるのである。

それは、起業家にとって、高い志を持ち、挑戦をし・挑戦を称賛する起業家精神に溢れた地域・風土・労働市場はあまりにも魅力的だからである。また、地域内既存企業において、社内起業家も創出し、企業内だけでなく地域の活性化をも行なうようになる。

すなわち、起業家・V Bの創出・発展という一連のサイクルが循環することによって、地域全体が起業家精神を持ち、地域経済の持続可能な発展につながるのである。

注

- 1) 中小企業庁編（2003）『中小企業白書』ぎょうせい、85 pより
- 2) 本論文においては「起業家」を用いるが、シュンペーターは「起業家」を「企業家」としているの、シュンペーターの文においては「企業家」を使用する。
- 3) 家庭環境も含めて地域とする。
- 4) 筆者は起業家精神教育の重要性を認識している。しかし、起業家精神教育に関しては、既に論者も多く、その意義は既知である。そのため、本論文においてはその必要性を指摘するに止める。詳しくは、アントレプレナー教育研究会〔1998〕『アントレプレナー教育研究会報告書』を参照されたい。
- 5) 勿論、起業家・ベンチャー企業の支援インフラには、地域や大学だけでなく、国、民間、NPOなども入る。また、その支援インフラは重要であると言える。しかし、本論文においては、起業家の輩出における地域と大学の重要性から、地域と大学の事例を用いることとする。
- 6) 地域において起業家を支援する主体は、地域を構成する、地方公共団体（官）、学校（学）、民間企業（産）、NPO、地域住民を含めた全員である。起業家の輩出のためには、地域全体が同時進行で起業家支援を行なう必要がある。

参考文献

- ・大滝精一・金井一頼・山田英夫・岩田智〔1997〕『経営戦略』有斐閣
- ・岡田知弘・川瀬光義・鈴木誠・富樫幸一〔2002〕『国際化時代の地域経済学』有斐閣
- ・金井一頼・角田隆太郎〔2002〕『ベンチャー企業経営論』有斐閣
- ・清成忠男〔1998〕『企業家とは何か』東洋経済新聞社
- ・経済産業省〔2001〕『新市場・雇用創出に向けた重点プラン』
- ・経済産業省〔2004〕『平成15年度大学発ベンチャーに関する基礎調査』
- ・中小企業庁〔2003〕『中小企業白書』ぎょうせい
- ・土井教之・西田稔〔2002〕『ベンチャービジネスと起業家教育』御茶の水書房
- ・長谷川秀男〔2001〕『地域経済論—パラダイムの転換と中小企業・地場産業』日本経済評論社
- ・松田修一・大江健〔1996〕『起業家の輩出』日本経済新聞社
- ・松田修一〔2000〕『ベンチャー企業の経営と支援』日本経済新聞社
- ・松田修一〔2001〕『ベンチャー企業』日本経済新聞社
- ・和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦〔2000〕『マーケティング戦略』有斐閣
- ・Joseph A. Schumpeter〔1926〕Theorie Der Wirtschaftlichen Entwicklung/
塩野谷裕一・中山伊知郎・東畑精一〔1977〕『経済発展の理論（上）』岩波書店
- ・Joseph A. Schumpeter〔1926〕Theorie Der Wirtschaftlichen Entwicklung/
塩野谷裕一・中山伊知郎・東畑精一〔1977〕『経済発展の理論（下）』岩波書店
- ・Peter F. Drucker〔1985〕Innovation And Entrepreneurship / 上田惇生訳〔1997〕
『イノベーションと起業家精神（上）』ダイヤモンド社
- ・Peter F. Drucker〔1985〕Innovation And Entrepreneurship / 上田惇生訳〔1997〕
『イノベーションと起業家精神（下）』ダイヤモンド社