

Title	欧米大学における学生ビジネスプランコンテストの調査：大学スピンオフベンチャー振興施策としての視点から
Author(s)	渡部, 俊也; 旭, 尚子
Citation	年次学術大会講演要旨集, 16: 408-411
Issue Date	2001-10-19
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/6650
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般論文

2A14 欧米大学における学生ビジネスプランコンテストの調査： 大学スピンオフベンチャー振興施策としての視点から

○渡部俊也，旭 尚子（東大先端研）

1. はじめに

ビジネスプランコンテストは、一般的にはベンチャー創業等を希望する参加者に、実際に起業する機会（ベンチャーキャピタリストからの認知と資金提供等）を具体的に与えるものと考えられるが、学生ビジネスプランコンテストにおいては多少意味合いが異なる。欧米特に米国では特にここ数年大学ごとに開催されるビジネスプランコンテストは増加の一途をたどり盛況であるといえるが、多くの大学でコンテストに参加すること自身が学生のアントレプレナー教育の一環として捉えられている点や、ビジネススクール内の教育プログラムという形態に加えて、工学部など理工系学生の関与した運営になっている場合も多いなどの点で特徴がある。

日本でもこのようなコンテストは小規模かつ散発的に行われていた例はあるが、大学との関係では一部のビジネススクールの教育プログラムとして実施されている例を除けば例外的である。一方ベンチャー創業促進施策としてこのような学生ビジネスプランコンテストを位置づけたいという動向も見られる。このような動きのひとつとして日本経済新聞とベンチャーエンタープライズセンター（VEC）主催の学生ビジネスプランコンテストが今年開催された。この企画には経済産業省が関与していたこともあり、産学連携・ベンチャー創業促進の施策として行われた側面が強い。

本発表では主に米国の学生ビジネスプランコンテストについて文献調査及びインタビュー調査を行った結果および、今年度日本で行われたコンテストの事例調査から、ビジネスプランコンテストの大学発スタートアップベンチャーの振興施策としての位置づけについて考察した結果を報告する。

2. 欧米大学の学生ビジネスプランコンテストの調査概要

学生ビジネスプランコンテストについては1980年代初頭からいくつかの大学で開催が始まった。最も初期のものとしてはテキサス大学のMoot Corp Contest, University of Texas(1983), Babson College Business Plan Competition(1984), Harvard Business School Business Plan Competition(1996)などであり、ビジネススクール主体で運営されているものが多い。これら10年以上継続して開催されているコンテスト（コンペティション）のスポンサーには、卒業生のネットワークにつながる企業や、かつてコンテストに出場して実際に起業した企業が名を連ねていることが多い。ベンチャーキャピタルやインキュベータも見られるが、最近開催が始まったコンテストと比較するとむしろ少ないといえる。MITの50Kも少し遅れて1990年に開催が始まっているが、これは前身のコンテスト（10K）があったので実際は数年早くスタートしている。スポンサーもMicrosoft, Motorola, Intelなどの大企業が目立つ。しかし特徴的なのはこの時期から大学主体での運営というより、学生のビジネスアソシエーションが運営するスタイルが始まった点である。50Kは学生の組織であるMIT Entrepreneurs Clubが運営している。

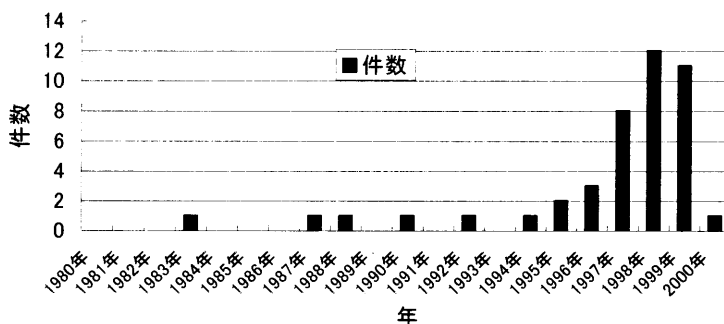


図1 ビジネスプランコンテストの開催件数の推移

コンテストの開催件数が著しく増加したのは、1990年代後半差し掛かってからで97年からは多くの大学で新たなコンテストの開催が始まっている。マイアミ大学、ノースイースタン大学、カリフォルニア大学、シカゴ大学、ペンシルバニア大学、ワシントン大学、エール大学などがこの時期からコンテストを開催始めている。また大学主催というより金融系の企業の主導で開催されているコンテストも見られる（Merrill Lynch Forum Innovation Grants Competition など）。Stanford Univ. もこの時期（95年）からビジネスプランコンテストの開催が始まっている。これについては後に詳しく述べる。

この時期米国外にも展開が始まり、ヨーロッパでは Munch Business Plan Competition(1996)、Cambridge University Entrepreneurs Cambridge 30K(1999) など、およそ16大学(地域)でコンテストが開催されている。98年には The Chinese University of Hong Kong 主催で Asian Moot Corp: Entrepreneur Business Plan Competition が開催され、香港、中国の他、インド、シンガポール、台湾、タイ、韓国、フィリピンなどから13チームの出場者があった(1999)。現在4カ国での開催が行われている。

日本では99年から2000年にかけて静岡大学（ビジネスプランコンテスト）、立命館大学（経営学振興会ビジネスプランコンテスト）などの大学および高知県（ヤングベンチャー、ビジネスプランコンテスト）、財団法人上月教育財団（学生ベンチャービジネスプランコンテスト）などが行われている。また2001年度には一橋大学のビジネススクールコース内でもビジネスプランコンテストが実施された。

3. 50K (MIT)、E-Challenge (Stanford Univ.) へのインタビュー調査の概要

米国のコンテストのうち、テクノロジーベンチャー志向の強いMIT（MIT自身は工科大学であるが、SLOANなどビジネススクールを擁し起業教育にも熱心）およびスタンフォード（工学部で起業教育に力を入れている）の2つのケースについてインタビューを行った。

調査1：50K (MIT)

インタビュー先	50K 代表 (Michael Parduyn)、アントレプレナーセンター (Prof. Kenneth Morse)、インキュベータ, Ink Tank (Karl Ruping 代表)、TL0 (Mr. Jack Turner)
運営組織	学生の組合が自主的に運営。大学と大学教官はアドバイザーの位置づけ。
コンテスト概要	1990年に前身の10Kと称されるコンテストが開催され、徐々に規模を増して50Kとなっている。前年のウォームアッププログラムからおよそ一年間の行事を経て、100以上のチームから選抜されて最終のコンテストが行われる。セミファイナリストで50チーム程度が選考に残る。
起業実績	60社ほどがこのコンテストから生まれた (Akamai 等)。学生が実際に中心的に起業にかかわる場合は、大学は辞める場合が多いとのこと。
大学のサポート	MITとしてはビジネススクールであるSLOANの中のEntrepreneur Centerが50Kの担当という形になっていて、センター内に50Kの事務所を設け、スペースのほか電話やFAX、コンピュータ等の什器の便宜を図っている。Prof. Kenneth Morseによれば、ビジネスに関しては教室で教えられることは限られており、コンテストもそれを補完する役割であるとしている。また学生に対しては起業を目指す望ましいキャリアプランとして、いったん既存の企業に入ってある期間経験をした後に起業をすることを進めている。
インキュベータ	コンテストに出たからといってすぐに起業できるものではないと考えている。コンテストは始まりで、実際に起業する場合でもこの後マネジメントチームの編成や事業計画の練り直しを1年ほどかけて行うのが通常であるとのこと。
TL0	大学帰属の技術を用いる場合でも実際に起業するかどうか分からないので出場時にはTL0の許可を事前に受けることはしない。TL0は特に積極的に関与しない。

調査2：E-Challenge 2001 (Stanford)

インタビュー先	BASESの幹部学生およびProf. Kosnik (Stanford, Technology Venture Program)、OTL (Director, Katharine Ku)
運営組織	BASES (Business Association for Stanford Students) は学生のアントレプレナー教育を実践する学生組織。1996年3月に工学部の5人の学生がentrepreneurshipを学ぶためにビジネス結成した。組織は会社組織のような構成となっており、幹部は大学教官を含むボードメンバーによって選任される。現在会員は3500名（全学生の15%程度）を超え、事業はビジネスプランコンテスト（スタンフォード内およびGlobal Competitionを2000年から開始）のほか、毎週の

	entrepreneurship セミナー (The Industry Thought Leaders Speaker Series)、ビジネス界のエグゼクティブとの夕食会 (The Interact Forum/Dinner Series) などの行事をこなしている。
コンテスト概要	前年からワークショップなどを通じてコンテストの認知活動を行い、チーム結成を呼びかけ秋に応募する。この時点で1Kの賞金(Warm Up Prize)の出る選抜がある。冬に詳細なビジネスプランを提出、翌年最終選考。最高賞金5万ドル。100チーム以上が参加する。最低チームの半分以上がスタンフォードに所属していることが出場資格となる。2000年に行われたグローバルチャレンジには欧州アジア含む海外21大学から応募があった(2001年は開催なし)。
起業実績	数十社程度
大学のサポート	大学のTechnology Venture Programの一環として位置づけており、この活動に対して数名以上の教官がほぼ専任でかわり、単位も出している。大学内の事務所等は便宜を図っているが、資金は基本的にはBASES自身が調達する。
TL0	大学帰属の技術を用いる場合でも実際に起業するかどうか分からないので出場時にはTL0の許可を事前に受けることはしない。TL0は特に関与しない。

4. 日経・VEC ビジネスプランコンテストの実施状況

日本でも大学内で行われるものや、地域で開催されるビジネスプランコンテストは従来から少なくとも数例はあったが、規模は欧米の学生ビジネスプランコンテストに比べれば極めて小規模なものであった。

これに比べて2001年に日本経済新聞社および財団法人ベンチャーエンタープライズセンター(VEC)の共催で学生ビジネスプランコンテスト2001が開催された。優勝者には50万円とスタンフォード大学の主催する世界学生ビジネスプランコンテスト(Global E-Challenge2001)の参加費・渡航費が支給されるという条件であった。2000年11月17日付で日本経済新聞朝刊、日経産業新聞各一面での社告および日経とVECのホームページで募集をするという従来にない大規模な告知を行った。また同時に本企画の推進に関与した経済産業省の関係者から産学連携に関係する大学教官には直接メール等で開催を知らせるなどの連絡も行われた。出場要件も社会人であっても学費を払っている場合は学生と認めること、学生が含まれていれば社会人が含まれていてもよいこと、企業のサポートするプログラムでも可とするなど緩和されたものであった。

しかし結果的には応募総数は全国から28件にとどまった。この応募について書類選考した結果7件をプレゼンテーション(英語)により選考し、優秀作として1チーム、佳作として2チームを選定した。優秀作の特典であるGlobal E-Challenge2001への派遣は、スタンフォード側のスポンサーが集まらなかったことからコンテスト自身が中止になり、代わりに米国のビジネスプランコンテストの主催学生グループとの交流などに当てられた。出場者全般に対する審査員の評価は、全般にビジネスプランとしての完成度が低く単なるビジネスのアイデアレベルのものが殆どであったとのこと。以下に優秀作チームのプロファイルを記載する。

テーマ	インテリジェント撥水機能コーティングによる次世代雪害防止ビジネス
チーム	東京大学大学院博士課程(社会人)のリーダーに東京大学大学院学部学生1名、東京大学研究員で民間インキュベーターに所属している研究者1名、および東京大学教官1名の4名(全員理工系)
応募経緯	大学教官からの情報で、チーム結成して応募。インキュベーター、教官の紹介でベンチャーキャピタリストやマーケティングの専門家などから指導を受けてビジネスプランを作成。
受賞後	応募テーマに関してはその後インキュベーターとの話し合いの中で、方向を見直してインキュベーションプロジェクトとしての立ち上げを検討中。
その他	理工系学生だけのネットワークでは十分なビジネスプランの作成や実際に起業する場合のマネジメントチームの結成は困難で、文系学生や社会人のネットワークを利用できる環境は不可欠。またコンテスト出場即起業とは捉えておらず、インキュベーションの初期過程という認識。

また他のチームに関してもインタビューを行った結果、コンテスト参加の意義として起業に必要なネットワークの樹立にもっとも価値を感じているとする回答が目立った。このことは、上記の日経・VEC主催の優勝チームの感想「文系の学生とのネットワークの欠如」ということと密接にかかわる。一橋大学のビジネススクールのコンテスト優勝者からも逆に「テクノロジーベースのビジネスプランを目指すために必要な理系の学生やテクノロジーシーズへのアクセスが困難であった」とのコメントがあり、このようなネットワーク作りがコンテスト参加の過程でできる(できた)ことに価値を感じているケースが多かった。

実際に優勝または佳作となったチームでは、ビジネスプランについて相談したり指導をうけることのできるベン

チャーキャピタルなどのネットワークがあり、このような指導を受けてブラッシュアップされている。予選で落選したチームではこのような機会が乏しいということも見出された。また優勝や佳作となったチームでは教官の強いサポートがあったケースが見られた。

5. 大学スピンオフベンチャーの振興施策としてのビジネスプランコンテストのあり方

学生ビジネスプランコンテストの位置づけは、大きく分けて2つの観点がある。第一は大学発のスタートアップベンチャー創生の促進施策としての面であり、第二は学生の起業教育の一環としての位置付けである。特に後者の観点は大学在学の学生を大勝とするものである以上決して無視してコンテストを企画するべきものではなく、その意味で大学の教育プログラムの中に位置づけがあることが望ましいと思われる。日経・VEC 主催のコンテストの際に、出場者の学生にインタビューした内容の中に、「ベンチャーをやるなら学業とは両立できないので大学をすぐやめるべきである。」と投資家から意見されて困惑したという場面もあったというコメントもあったが、教育との兼ね合いをどのように考えるかについては大学側としてポリシーが必要であると考えられる。

前述したようにMITでもスタンフォードでもコンテストの位置づけを起業教育の一環としてとらえている。また起業を目指すキャリアプランとしても社会経験の乏しい学生がいきなり起業することを善しとしているわけではない。MITの場合ビジネススクールを中心に既に企業経験がある学生も多く、コンテスト応募チームにこのようなメンバーが混ざっている場合が多い。また実際にビジネスプランコンテストに出場して後の経緯を見ると、インキュベータや投資家のネットワークで企業経験のある経営者が加わるケースも多く、この場合は学生はアルバイト的な役割で残る場合も見られた。

スタンフォードでは更に教育プログラムとしての位置づけは明確で、BASESの活動を行うことに対して大学側は単位を認めている。またBASESはMITと異なり大学の関連組織として会社組織に近い形態をとっており、代表は大学教官を含むボードメンバーによって選任される。インタビューした学生の中には、週20時間をBASESの活動に割いているという学生もいた。このような大学のサポートと2000年までのシリコンバレーの好景気のため95年の設立にもかかわらずBASESは急成長して、現在会員は4千人を超える規模となり、海外とのネットワーク作りにも積極的である。

米国の特にテクノロジーベンチャー志向のコンテストの場合、学生の自主的な運営を大学側が教育面を配慮しながらサポートする形態をとっているといえる。サポートの内容は大学内の事務所の提供などの物理的な面と、スポンサー集めやセミナーの講師招聘、運営方法など全般にわたってアドバイザーとしてかわかる形態が通常である。またMIT、スタンフォードともコンテストを含めた起業プログラム全般について、海外とのネットワーク作りに大変熱心であり、MITもスタンフォードも日本からの留学生も多いにもかかわらず、日本でのパートナーリングは成功していない。要因としては日本の大学側にこのようなプログラムを理解するパートナーが少ないこと、日本側に学生主体の運営のパートナーとなるべき組織が見当たらないことなどがあったと思われる。

実際現在日本で開催されているビジネスプランコンテストに関しては、テクノロジーベンチャー志向が必ずしも強くなく、教育面の配慮や種々のサポート面での大学のコミットが弱いこと、更にはこれらのことが影響して学生の自主的なコンテストの運営というような動きが見られないなどの点で大きな違いがある。

様々な社会経験の後大学に入ってくる学生も多い米国とは異なり、日本の学生にはほとんど社会経験がない点は配慮すべきである。その意味では日本ではアントレプレナーシップ教育を行う際、より教育的な配慮が求められる。このような差異をふまえ、学生ビジネスプランコンテストに対しても、大学側として第一に起業教育の一環として積極的に取り組むべきであろう。特に理工系の学生に対するテクノロジーマネジメント教育の位置づけは今後のテクノロジーベンチャーの増加を担う人材育成の面で重要であると思われる。この場合大学外の団体等が独立に直接運営するコンテストは望ましくなく、大学などの教育機関が介在するべきである。運営組織は教育的な配慮が可能な環境の中で、学生が自主的に運営することが望ましく、その運営経験自身が効果的な教育になりえる。大学側及び投資家も含めた産業界は、このような位置づけを配慮しながら、「コンテストから直ちにベンチャーが生まれる。」という認識ではなく、コンテストを通じた人材育成とネットワークおよび技術シーズの発掘などの機会が生まれるという認識をするべきであろう。この機会をビジネスプランに結実させる役割は学生側にのみもとめるのではなく、大学のインキュベーション機能と産業界の役割であると考えべきである。