事業創造大学院大学
Published by Graduate Institute for Entrepreneurial Studies
J Press
Vol.55
2019年4月発行
社会と大学院を結ぶ情報誌

contents | ❶トピックス ❷誌上講義 ❸演習行事 ❹インフォメーション

TOPICS
学長
メッセージ

That's interesting!：面白い、楽しい社会を目指して

学長・教授 仙石 正和

論文「That's interesting!」

半年ほど前に、本学にも来られて講演や講義をしていただいている東京大学教授の森川博之先生から「That's interesting!」という論文を紹介いただきました。森川博之先生はご存知のように日本を代表するICT（Information Communication Technology：情報通信技術）の研究者であり、かつICTの最先端の成果をビジネス化することにも興味を持って研究している第一人者です。「That's interesting!」の論文は1971年に米国のDavis, Murray S.という人によって書かれた30ページを超える論文で、私にとっては読み応えのある論文でした。文科系の社会科学の論文で、人間はどのようなことに「面白い」と感ずるかということを詳細に分析しているものです。分析といっても数式もなく、データなど数字も含まれないので私のような理科系の中の技術に興味を持つ人間にとってはなかなか理解しがたいものでしたが、深い内容と感じました。およそ50年も前の論文にもかかわらず、文科系の社会科学に関わりを持つ大変多くの人々に今でも読まれている優れた論文です。

第三次産業の増加

最近の産業構造は、IoT, ICT, ビッグデータ、AI、ブロックチェーンなど科学技術の進歩とそれをキーテクノロジーとしてビジネス化する方向と、従来の伝統的産業にこの最先端の科学技術を活用して生産効率を上げるとの両方の方向性を示しています。日本の70年前の第1次産業、第2次産業、第3次産業の割合は、45%、25%、30%でしたが、現在は4%、25%、71%となっています。第1次産業は農業、林業、漁業などで、第2次産業は製造業、建設業、工業など、第3次産業は商業、金融業、医療、福祉、外食産業などです。第3次産業はサービス産業と言われる部分ですが、この部分が大きく増加しています。この産業別の割合の変化は諸外国でも同様の傾向を示してきています。

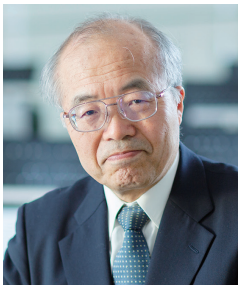
アントレデザイン塾

サービス産業の基本的部分には、サービスを供給する側とサービスを受ける側の間でのやり取りで価値を創造（価値共創）していくというプロセスがあります。この時、サービスを供給する側はサービスを受ける側に、そのサービスが「面白い」と思ってもらう必要があります。どのような点が「面白い」のか、どのようにすればもっと「面白い」くなるのか、受ける人の好みや経験、知識などによって違うでしょう。個々の人間の価値の判断が関係してきます。サービスの価値共創の測定はどのようにしたらよいでしょうか。このような問題に対して、今までの科学技術は対応できていません。文科系と理科系の協力が絶対に必要な部分です。サービスの価値共創には、人間の価値の考え方とテクノロジーとビジネスのマネジメントの協力が必要とのことが分かってきました。この人間とテクノロジーとビジネスの3つが関わる領域がデザインと呼ばれ、その中で新しいものを生み出そうとする考え方はデザイン思考と呼ばれています。デザイン思考はサービス産業だけでなくいろいろな分野のイノベーションに有効です。さらにIT技術を使って、急激な進歩に対応する拡張性を備えた事業モデルにも適用できるコンピュテーショナル・デザインもデザイン思考の延長線上にあります。本学は14年前に、独立または企業、自治体など組織の中で事業創造を興す人材育成を目指して設立されました。事業創造には、アントレプレナーシップ（起業家精神）と独創的なアイディアを考え実行する能力（イノベーションを興す能力）が必要であり、これらはともすると、天賦の才や資質によると考えられてきました。このような中で、事業創造を行う人材をどのようにに養成すべきかということを本学の教育研究を通じて継続して検討してきました。アントレプレナーシップの醸成と具体的なイノベーション創出に向けたコンセプト創り含めたデザイン思考を併せ持つ実践的な教育方法を実行する「アントレデザイン（EntreDesign）塾」（"EntreDesign"は商標登録の申請中）を本学付属の新潟地域活性化研究所で開始しています。このアントレデザイン塾の中でも、「That's interesting!」の考え方は有益なものとなることは間違いありません。

面白い、楽しい社会を目指して

先日（平成31年2月8日）、作家の堺屋太一さんがお亡くなりになりました。作家の他に官僚、評論家、経済企画庁長官などを歴任され、1970年の大阪万博の企画、実施に関わった方です。作家としては歴史小説などを書かれて未来を予測されていました。堺屋さんは、生前、日本は明治維新後「強い日本」を目指し、戦後は「豊かな日本」を目指してきたが、これからは「面白い、楽しい日本」を目指すことになると言っておられました。日本も諸外国でも、最初は「強さ」を求め、次に「豊かさ」を求めて、そして次は「面白い、楽しい」社会を目指すことになるのだろうと思います。

本学のアントレデザイン塾で、面白い、楽しい社会を目指して切磋琢磨いたしましょう。



学長・教授
仙石 正和
【担当科目】
IT基礎技術

北海道大学大学院工学研究科博士課程修了。工学博士。大学で教育研究、情報通信工学の人材育成に従事。大学院博士課程修了後、北海道大学助手、新潟大学助教授、教授、工学部長、理事・副学長などを歴任。電子情報通信学会論文賞4回、業績賞、功績賞を受賞、同学会フェロー、名誉員。IEEE ICNNSP Best Paper Award 受賞、IEEE Life Fellow. 国立大学教育研究評価委員会専門委員、大学機関別認証評価委員会の専門委員、日本学術会議連携会員など。地域では、新潟日報文化賞受賞、信越情報通信懇談会会長、新潟県IT&ITS推進協議会会長、新潟情報通信研究所理事長など歴任、関係分野で地域と深く関わる。

FACULTY
誌上講義

「なぜ」を解明し事業機会を創造する

教授　宮島 敏郎

事業機会についての論争

アントレプレナーシップ研究の論点の一つに事業機会の本質とはなにか?がある。それは「事業機会は発見するものか、それとも創造するものなのか」についての論争である。ジェイ・B・バーニーらは事業機会に対する考え方を二つに分類している。その一つは、事業機会とは外から見て客観的に存在するもので環境を分析することで見つけられるとする「事業機会の発見型」だ。もう一つは、事業機会とはまずは事業環境に自ら飛び込んで試行錯誤することで起業家がつくりだすものだとする「事業機会の創造型」である。

前者は企業家がなんらかの外的要因で発生した事業機会を発見するという立場であり、ビジネス環境の精緻な分析がその代表的な手段になる。対して後者は企業家が行動することで事業機会を浮かび上がらせるとするもので、企業家は事業の対象となる環境に飛び込み情報や人脈を得て事業機会を創造していく。どちらがより本質的な意味を持つのかについては合意を得られていない。

発見型アプローチの盲点

発見型アプローチの場合には、ビジネス環境の分析のために市場動向や販売実績に関する様々なデータが集められる。昨今注目を集めているビッグデータもしかりで、そこから事業機会を見出していくのだ。確かにこうしたやり方で市場の変化を察知し、新たな事業機会を発見することもあるだろう。ではデータを集めそれを分析するという手法に盲点はないのだろうか。

まず、データによる明確なエビデンスがなければ何も決められない、というスタンスに陥りがちになってしまうことがある。発想はデータを収集しやすい既存ビジネスを起点にしたものに偏り、新しくイノベーティブなチャレンジが生まれなくなる。さらにより根本的な問題は、データで分かるのは「What」や「When」や「Where」についての答えだということだ。本質に迫るための最も重要な問いは「Why」すなわち「なぜ」なのである。

「なぜ?」を解明することで得る事業機会

データで分かることの多くは相関関係であり、顧客の属性と購入する製品の相関が分かっても「それすなわち因果である」とはならない。顧客は「なぜ」ある商品やサービスを買うのか?その因果関係を解明したときに、新たな事業機会を創造するチャンスが生まれる。　つまり既存の製品やサービスを顧客が求める「なぜ」を解明すれば、既存製品やサービスとは違う形で顧客満足をもたらしうる事業とはどのようなものかを考察していけるのだ。そしてその製品やサービスは差別化されたものとなる。誰もが入手できるデータが示す相関よりも、自分だけが知り得た「なぜ」への答えの方が強い差別化を生むからである。

スティーブ・ジョブズは「人は形にして見せてもらうまで自分は何が欲しいのかわからない」と言っている。それはすでに顕在化しているデータを分析するよりも、消費者自身もまだわかっていない潜在的なものをいかに捉えるかが事業創造やイノベーションの要諦であるということを意味する。彼らの生活の裏側にある隠れた不満や解決したい不便をいかに見つけ出すか、そこにイノベーティブな事業を創造する機会があるのだ。イノベーションのジレンマを打ち出したクレイトン・M・クリステンセン教授は、それを「片づけるべきジョブの解決こそが事業創造やイノベーションをもたらす」と表現している。

そのために不可欠なのが優れた「問い」、創造的な「問い」をたて、その「なぜ」への答を見つけることである。「なぜ」の問題意識が優れているかどうかがまずもって大切なのだ。

「なぜ?」の解明のために求められること

では顧客が「なぜ」ある商品やサービスを買うのかについての因果関係の解明や、「片づけるべきジョブ」の解明はどうすればできるのか。例えばデザイン思考ではその有力な手段として顧客や市場の「観察」をあげている。

しかしセンスメイキング理論（センスメイキングの定義は多様であり「事象に対して意味を付与することで秩序を作り出すプロセス」「未知を構造化すること」などがある）の研究者からは、「観察」だけでは不十分だとする考え方が示されている。「なぜ」の解明には、その製品やサービスを使う顧客の価値観や顧客が暮らす社会の文化を深く理解することが必要だというのだ。

その姿勢は観察のみならずアンケートやインタビューなどにおいても求められ、製品やサービスをとりまく文脈を踏まえて行うことが肝要だとされている。それによって質問にも深みが出てより本質に迫ることができ、得られた答えを組み合わせることでイノベーティブな事業を生みだせる。対して文脈への意識が抜け落ちたスタンスで収集したデータは、無機質でどこかゆがんだものになりがちである。

日本企業経営学会で発表する筆者

AIには持てない「なぜ?」の問題意識

問題意識を持ち「なぜ」の問いをたてられるのは人間だけである。劇的に進歩したAIにもそれはできない。分析に終始するのではなく、まずはビジネスの対象となる環境に飛び込む。そして情報や人脈を得てその文脈を深く理解し「なぜ」を解明する。そのためには、社会科学のみならず人文科学や自然科学などの豊かな知識と、「人間」を知ろうとする好奇心や洞察力が求められる。

日本ではイノベーションや事業創造が停滞している。確かに世の中の変化をいち早く察知するためなどにデータ分析は有効であり、その手法による事業機会の発見もあるだろう。しかし分析に力点を置きそれに終始するだけでなく、「創造的な問い」を立て社会のあれこれを探索し「なぜ」を解明することで事業機会を創造していく。その姿勢がこの停滞を打破するために求められているのではないだろうか。

教授
宮島 敏郎

【担当科目】
事業戦略ケーススタディ
地域フィールドスタディ
演習Ⅰ・Ⅱ

事業創造大学院大学事業創造研究科修了。経営管理修士（専門職）。青山学院大学卒業後、新潟放送に入社。報道部記者およびデスクとしてニュース取材と硬派のドキュメンタリー制作にあたる。制作した番組は様々な番組コンクールで受賞作となり、うち3本は最優秀賞を受賞。2006年よりNSGグループの広報室長（現在顧問）に転じグループの経営戦略に携わる。日本ベンチャー学会、日本企業経営学会会員。

FACULTY
演習行事

各学期末に全院生が事業計画・研究成果発表を開催

演習委員長　教授　岸田 伸幸

研究テーマを明確化するための「プレゼミナール発表会」

本学では、各学期末に必ず、全院生が各自の研究成果を学内で発表するイベントを、演習委員会が主催して開催している。

第1年次半期末には、各院生は「プレゼミナール発表会」で自分の研究テーマについてエレベーターピッチにより報告し、指定教員からの質疑を受ける。エレベーターピッチとは、起業家が自分のビジネスプランの魅力を30秒から数分程度の短時間でスピーチする口頭発表の方式である。僅かな時間で多忙な投資家やエグゼクティヴの興味を惹きつけ、有形無形の支援を引き出すために欠かせないスキルといえる。必ずしも全ての院生が事業計画を書くとは限らず、プロジェクト企画や学術研究など、自分の研究テーマの表出形式について、半年間考究した成果を全ての同級生とゼミ担任教員の前で、堂々と述べることが求められる。

「ビジネスプラン・研究成果発表会」の様子

新鮮な討議が体験できる「ポスターセッション」

次に、第1年次末には、各院生は自分が研究中の事業構想、リサーチクエスチョン、プロジェクト計画などに関する発表ポスターを制作し、「ポスターセッション」で全教員と任意参加の在学生の前で自らの研究を説明し討議を行う。ポスターセッションは多くの学会が採用している発表形式であり、ビジュアル且つ要領よくまとめた内容を、A0大の用紙に表記して、壁面に貼り出し、院生は自分のポスターの前で、文字通り参観者に囲まれて15分枠の発表と質疑応答を行う。普段の自ゼミ所属院生以外の、そのテーマに共通の関心を持つ、人々とざっくばらんな討議ができることは新鮮な体験になる。発表会終盤には教員採点による学術部門と将来性部門、学生投票による魅力部門の、3賞の表彰があり毎回大いに盛り上る。

「ポスターセッション」の様子

学位審査プロセス上極めて重要な「中間発表会」、「最終公開審査会」

続いて、第2年次半期末には「中間発表会」を行い、執筆中の専門職学位成果物の進捗状況を副査候補教員へ説明し研究指導を受ける。この研究指導は学位審査プロセス上極めて重要である。最終審査では中間発表の指摘事項をどう解決したかが問われるため、中間発表後の夏休み或いは春休みの研究を方向付けとなる。院生には休暇前の憂鬱な関門のようだ。

最後の第2年次末には、提出済みの専門職学位成果物（事業計画書、プロジェクト報告書、学術論文）について、学内の「最終公開審査会」で、主査および副査に対し発表して口頭試問を受ける。博士後期課程進学を前提とした前期課程修士と異なり、学位取得の最終関門として、修士（専門職）に相応しい学理・学識と実務的実践性を兼備した成果物を完成させたかどうかを厳しく審査している。

有識者・投資家の前で発表する「ビジネスプラン・研究成果発表会」

更に、例年2月末を目処に「ビジネスプラン・研究成果発表会」を開催し、教職員・在学生に加え発表内容に応じて招待した学外有識者・専門家・実務家・投資家などに対して、学内から選抜した若干名の院生が各自の研究内容を発表してより深い助言や事業機会を得る機会を設けている。

これらを通じ、主体的な演習推進と双方向的な研究指導を効果的に実施している。

「学位論文最終公開審査会」の様子

教授
岸田 伸幸

【担当科目】
アントレプレナーシップ論
コーポレートベンチャー論
演習Ⅰ・Ⅱ

早稲田大学大学院商学研究科修了。博士(商学)。学卒後、日本長期信用銀行系VCエヌイーディー㈱で主に中小企業PEとIT系VC投資に従事後、安田企業投資㈱でバイオ・医療系VC投資とファンド管理業務を経験。約15年で30社に投資し10社がEXITした。MBA取得の後、経営コンサルタントとして事業開発、戦略、幹部教育他で企業を支援。

起業家育成強化プロジェクトが始動

新潟地域活性化研究所

女性起業家育成塾

本学では、女性の新しいキャリア・ステージの形である起業支援を強化すべく「女性起業家」の育成を目的に「女性起業家育成塾」を開講しています。起業家志望者、あるいは将来新潟と諸外国との国際的な事業や各種取組みに貢献することが期待される学生を対象とし、実現可能な事業計画書を作成すること、新潟と世界との国際的な事業展開のための関係を構築することを到達目標としています。

2019年3月26日には第2回女性起業家育成塾が開講され、3名の学生が発表しました。

・「新潟における行政書士業を中心とした外国人材支援事業」
チャン・ティ・タムさん（ベトナム／学習院女子大学卒業）

・「社会福祉法人愛宕福祉会 障がい者向け学習・生活サービスサポート事業の新規立ち上げ」
樋口 督水さん（日本／社会福祉法人愛宕福祉会／2019年3月本学修了）

・「新潟市におけるモンゴル畜産品貿易会社の起業 ～MONSOD社での山羊ミルク商品開発・販売促進～」
ソド・チャンドマニチメグさん（モンゴル／モンゴル財務経済大学卒業）

チャン・ティ・タムさん

樋口 督水さん

ソド・チャンドマニチメグさん

アントレデザイン塾

本学では、起業意欲が極めて旺盛で、魅力的かつ実現可能性の高いビジネスモデルを検討している学生を対象に「アントレデザイン塾」を開講しています。「アントレプレナーシップ」の醸成と、具体的なイノベーション創出に向けたコンセプト創りを含めた「戦略的デザイン思考を併せ持つ人材」を育成するため、本学担当教員の他にも、投資家・経営者・コンサルタント等の外部支援者による指導体制により、実践的な訓練機能を提供する場として活用できます。

李京坤さん

～発表事例～
・「新潟市における株式会社FIGHTの起業 ～介護人材の育成と福祉器具の貿易+医療ツーリズム事業～」
李 京坤さん（中国／2019年3月本学修了／事業創造アウォード最優秀賞受賞）

INFORMATION

オープンキャンパス

参加対象：入学を検討されている方

本学では、入学を希望・検討されている方を対象に、オープンキャンパスを開催いたします。ぜひこの機会にお気軽にご参加ください。（参加無料・要予約）

2019年 6月22日㊏ 13:30～15:40

MBA特別授業

再生の切り札、
デジタルトランスフォーメーションに向けて
～テクノロジー、アート、ビジネスの文理融合の人材育成～

担当教員
仙石 正和 学長
（担当科目:IT基礎技術）

特別講義

参加対象：在学生、修了生、一般の方

本学の教育理念に賛同する著名な学識者、起業家、経営者の方々から客員教授に就任いただき、年間を通じて特別講義を行っております。一般の方々にも受講いただけるよう広く公開しておりますので、皆様のご参加をお待ちしております。（参加無料・要予約）

2019年 5月25日㊏ 10:30～12:00

カレーの力で地方を元気にする!
「ご当地カレー地域振興論」
～カレーはまちおこしの有力なコンテンツである～

株式会社カレー総合研究所
代表取締役
井上 岳久 客員教授

2019年 6月22日㊏ 10:30～12:00

※テーマは決まり次第、本学ホームページにてお知らせいたします。

早稲田大学大学院
スポーツ科学研究科
教授
平田 竹男 客員教授

※お申込み、お問合わせ、詳しい大学院情報をご希望の方は、下記までご連絡ください。大学院のパンフレット及び募集要項等をご希望の方へ無料でご送付致します。

事業創造大学院大学

JPress 編集・発行／事業創造大学院大学 広報委員会
〒950-0916 新潟市中央区米山3-1-46
TEL 025-255-1250 FAX 025-255-1251
URL http://www.jigyo.ac.jp/
e-mail info@jigyo.ac.jp