

【研究区分：先端的研究】

研究テーマ：広島発上場企業創出に繋がるアントレプレナーシップ人材育成プログラムの開発	
研究代表者：経営管理研究科 ビジネス・リーダーシップ専攻 教授 安達巧	連絡先：tadachi@pu-hiroshima.ac.jp
共同研究者：経営管理研究科 ビジネス・リーダーシップ専攻 修士課程2年 藤末匠吾	
【研究概要】 起業後に上場できる企業の大半は東京等の大都市に集中する。しかし、高質のアントレプレナーシップ教育を広島在住者に提供できれば、広島発の上場企業創出は十分に可能であると考えられる。そこで、広島で大志を抱き、果敢に挑戦して広島発上場企業創出に繋がるアントレプレナーシップ人材を育成するプログラム開発を本研究の目的とした。研究の結果、起業家が厳しい競争を勝ち抜いて上場を実現するためには、「商品・サービス市場」での革新性に加えて上場制度の理解と内部管理等の管理面の取り組みも重要であることがわかった。	

【研究内容・成果】

1. 研究内容

文献研究、種々の〔起業家を含む〕アントレプレナーシップ人材育成教育プログラムの比較検討、起業家等へのアンケート調査及びインタビュー調査等を実施した。上場を「めざす」アントレプレナー（起業家）育成に目的を限定すれば、既存の「商品・サービス市場」をテクノロジーで「破壊」し「置き換える」ためのプログラム提供で充分とも思われるが、上場企業創出、すなわち、スタートアップの上場「実現」のためには、上場制度の理解と上場準備への対応を見据えた管理面の取り組みが必須となる。したがって、上場企業創出（上場実現）というゴールを教育者側もしっかりと認識したうえで、管理面の教育プログラムについて、いつ、どの項目を、どこまで教えるのが効果的かを検討することが今後の課題といえる。

なお、当初は、令和2年度及び令和3年度に新規上場を果たした企業のうち、本社を8大都市圏（東京、大阪、名古屋、京都、福岡、神戸、札幌、仙台）以外に置く企業について、フィールドスタディーを実施予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大を受けて訪問してのフィールドスタディーは実施できなかった。

2. 研究成果

国内の多くの大学は起業教育に力を入れ始め、アントレプレナーシップ（起業家精神）涵養のため起業家による講演会をメインに位置付けたプログラムを提供しているケースが多い。しかし、起業家によるゲスト講義を中心とした〔起業家を含む〕アントレプレナーシップ人材育成プログラムの効果検証の結果、受講効果による起業意思と起業における自己肯定感の向上は確認されなかったばかりか、受講前に起業意思が高い学生ほど、受講後に起業意欲が低下していることが明らかになったという〔松井克文・牧野恵美・馬田隆明・菅原岳人・吉田壘・栗田佳代子・長谷川克也（2020）「起業家によるゲスト講義を中心とした起業家教育プログラムの効果」『ベンチャーレビュー』No. 36、日本ベンチャー学会〕。アントレプレナーシップ人材、とりわけ起業して株式上場を実現しようとの意欲を持ったアントレプレナーシップ人材を育成するためには、従来とは異なるアプローチでの教育が必要だと思われる。

創業した会社の株式上場を実現するためには、市場（マーケット）の選定が大切であり、まずは市場規模の算出が非常に重要である旨は起業家の一致した見解である。市場規模の算出は、TAM (Total Addressable Market)、SAM (Serviceable Available Market) 及び SOM (Serviceable Obtainable Market) の3つに分けて整理することにより、適切な市場分析と戦略構築を行うことが可能になる。少なくない起業家が「自分が得意な領域、かつ圧倒的に伸びる市場に張る」重要性を指摘し、「TAMが既に大きい領域では資金勝負になってしまうため、今はニッチだが将来伸びる可能性がある市場にかけることがスタートアップの肝」と述べる起業家も複数いた。

また、起業家のインタビューからは、起業前後に共同創業者や投資家、先輩起業家等を相手に「壁打ち」をひたすら繰り返したことが明らかになった。良質な壁打ちを繰り返し行うためには良い聞き手（メンター）が必要不可欠である。ただ、真に貴重な知見を有しているメンターほど多忙であるため、良いメンターや仲間とは不定期であっても継続的なコミュニケーションを取っておくことが大切である。

さらに、「東京大学 FoundX」ディレクターの馬田は、「もし起業して成功したいのであれば、最適な場所（Place）と人（People）を選び、正しく訓練（Practice）をしながらその実践プロセス（Process）も整備しよう」と指摘する〔馬田隆明（2019）『成功する起業家は「居場所」を選ぶ』p.12、日経BP〕。

上記を踏まえ、令和5年3月25日及び3月26日には、東京から3名の実務家講師を招いて、広島発上場企業創出に繋がるアントレプレナーシップ人材育成プログラムのうち、既存の「商品・サービス市場」をテクノロジーで「破壊」し「置き換える」ためのビジネスモデルと戦略の部分を試行した。東京から講師を招いたのは、上場を実現させた複数の起業家のメンターを含む高い実績の講師陣から「正しく訓練（Practice）」してもらうためである。

プログラムは、マインドセット、課題（ペイン）の種類、アイデア発想のポイント、法律の大切さ、様々なビジネスモデルとその詳細、効果的なユーザーヒアリング、競合優位性、ピッチ資料の構成・作成と投資家目線からのアドバイス、市場規模（算出方法を含む）、アクセラレーションプログラム、MVP（Minimum Viable Product）の活用、ノーコードによる MVP 作成、ビジネスアイデア相談タイム（メンターによる「壁打ち」）で構成されたが、時間の制約もありピッチの実践はできなかった。

試行プログラムの満足度については、「とても満足」75%及び「ある程度満足」25%で100%となり、「どちらともいえない」・「やや不満」・「とても不満」は0%であった。

ところで、営業成績（売上数値）に気を取られて内部管理等の管理面を疎かにしてしまい、予定していた上場ができなかったという起業家の声も少なくない。加えて、そもそも上場準備において不可欠となる監査法人による監査が受けられない（監査法人を見つけられない）

「監査難民」問題や、主幹事証券を見つけられない「主幹事証券難民」問題が株式上場実現の障害になっているとの指摘も起業家等からなされている。「監査難民」問題については、株式会社ネオマーケティングが株式上場を目指すN-3期～N期の経営者・役員500名に対して2022年7月12日～2022年7月18日に実施した調査で、「困った（困っている）」54名、「やや困った（やや困っている）」162名、「どちらともいえない」134名、「あまり困らなかった（あまり困っていない）」73名、「困らなかった（困っていない）」77名、との結果が出ており、現状を放置することはできない。同様に、「主幹事証券難民」問題についても、株式会社ネオマーケティングが株式上場を目指すN-3期～N期の経営者・役員500名に対して2022年7月12日～2022年7月18日に実施した調査で、「困った（困っている）」55名、「やや困った（やや困っている）」130名、「どちらともいえない」155名、「あまり困らなかった（あまり困っていない）」75名、「困らなかった（困っていない）」85名、との結果が出ており、やはり看過できない状況にある。

わが国に4,000社ほど在るといわれるスタートアップのうち毎年100社前後しか上場できない現実を踏まえると、スタートアップが厳しい競争を勝ち抜いて上場を実現するためには、上場制度の理解と上場準備への対応を見据えた管理面（コーポレートガバナンス及び内部管理）の取り組みも必須となる。今後は、上場制度の理解と上場準備への対応を見据えた管理面の大切さを理解し実践できる人材育成を図り、広島発上場企業創出に繋がるプログラムへと内容を充実させる必要がある。上場企業創出（上場実現）というゴールを教育者（プログラム提供者）側もしっかりと認識したうえで、管理面の教育プログラムについて、いつ、どの項目を、どこまで教えるのが効果的かを検討することが今後の課題といえる。