

2025年度 現代経営学応用研究（アントレプレナーシップ）

選択必修科目（2単位）

■ 基本情報

■ 開講科目名：現代経営学応用研究（アントレプレナーシップ）

■ 担当教員：佐藤 正和（さとう まさかず）

■ 開講形態：対面

■ 曜日・時限：土曜日 1, 2限

■ 単位数：2.0単位

■ 開講日：10月25日、11月1日、11月8日、11月15日、11月22日、11月29日、12月13日、12月20日

■ 教員連絡先：m.sato@people.kobe-u.ac.jp

◆講義設計・構成

本プログラムは、起業家の歩みを理解し実践するために、4つの考え方を組み合わせて構成されている。まず、すべての起業家が経験するとされる事業創造のプロセスを示すシリコンバレー方式（Entrepreneurial Journey）を基盤とする。これに、戦略論と組織論をかけ合わせて起業プロセスを体系的に位置づけるバブソン方式、さらに体系化されたスキルセットを習得するミシガン方式を加え、最後に起業家の羅針盤としてのEA（Effectual Art Thinking）を統合することで、起業家教育の枠組みを構築している。

従来の起業家教育は、成功事例の紹介にとどまり、理論的な理解や実践への応用を体系的に学ぶ機会が乏しいという課題がある。さらに、起業家の置かれる状況は多様であるにもかかわらず、画一的な教育プログラムが主流であったため、理論と実践を結びつけることが難しい状況を生んできた。これらの背景を踏まえて、本講義では、すべての起業家に共通する事業創造の基本プロセスである Entrepreneurial Journey を軸に据える。そのうえで、独立起業家と企業内起業家が直面する環境や制約の違いに焦点を当て、Entrepreneurial Journeyに企業内起業の要素を組み込むことで、幅広い理解と応用を可能にする。

講義の前半では、社内起業家が特に必要とする芸術家的マインドセットと起業家的スキルセットに焦点を当て、起業前フェーズにおける行動を実践的に解説する。後半では幅広い分

野のゲスト講師を招き、起業後に不可欠となる各論、すなわちブランディング、アカウントティング、クラウドファンディングやファイナンス、さらにはIPOやEXITに至るまでの実務的課題について深く学ぶ。このようにして、本プログラムは起業前から起業後までを一貫してカバーし、受講者が自らの起業家としての歩みを体系的に理解し、実践へとつなげていくことを目的としている。

第1週（10月25日）

- （0⇄1）夢と美意識のすり合わせ
- （1⇄2）制約下における資源の活用

- ・IV（Identity Verification）：なぜ自分は価値を感じるのか？（美意識：意思と能力）
- ・FMF（Founder-Market Fit）：なぜ原体験が重要だと言われるのか？
- ・企業と個人の分離

事前課題：Whittaker, A. (2020). *アートシンキング：未知の領域が生まれるビジネス思考術*（不二淑子, Trans.）. 電通京都ビジネスアクセラレーションセンター. （該当箇所についてBeef上でアナウンスする）https://www.dentsu.co.jp/knowledge/publish/concerned_creative/art_thinking.html

事後課題：授業後からの一週間について、自分のスケジュールを一時間単位で整理してください。また、授業内で実施した二分ピッチを振り返り、自分の発表内容や得られた気づきを文章にまとめてください。

第2週（11月1日）

- （2⇄3）制約の中での新たな資源の探究
- （3→4）新たな資源を活用した新結合
- （4→5）ユニーク性

事前課題：動画の視聴

事後課題：授業で解説された「余白」を踏まえて、新たな資源（特に「情報」と「人」）の探索活動を行ってください。その成果として、①どのような探索活動を行ったか、②その探索によって得られた新たな資源の内容、③それらの資源にどのような独自性があるかと考えるか、④なぜ自分の事業やアイデアに取り入れようと思ったのか、を整理し、文章にまとめてください。

第3週（11月8日）

- 独立起業家のジャーニー（FMF・FCF）と社内起業家のジャーニー（FMF・FCF※社内起業版では、特に初期は6をカンパニーと見做して置く。）の比較

- CPF (CustomerProblemFit) : 他者も同じ課題を感じているか？
- PSF (ProblemSolutionFit) : その課題は、自分の手段を活かしたらどのように解決されているのか？

(6⇄1) (6⇄7) (7⇄8) (8⇄9)

事前課題：事業が顧客に提供できる価値を明確にしてください。

事後課題：自分の事業やアイデアの現状について、把握している事実や数値データを用いて体系的に整理してください。その上で、まだ解明されていない課題を特定し、それらを明らかにするための調査計画と検証すべき仮説を具体的に提示し、文章にまとめてください。

第4週（11月15日）

プロトタイピング・ローンチなどを繰り返し、MVP化

単独起業：FM（マーケット）F・IV

共同起業：+FC（コレクティブ/コリーグ）

社内起業：+FC（カンパニー）

事後課題：最終課題に向けた準備

第5週（11月22日）

ゲスト講義①と対話（質疑応答）

起業家を予定

事後課題：最終課題に向けた準備

第6週（11月29日）

ゲスト講義②と対話（質疑応答）

ベンチャーキャピタル投資の実践、IPO実務の専門家を予定

事後課題：最終課題に向けた準備

第7週（12月13日）

ゲスト講義③と対話（質疑応答）

M&A実務・経営者によるM&A事例に詳しい専門家を予定

事後課題：最終課題に向けた準備

第8週（12月20日）

最終報告会

◆成績評価方法

ミニレポート50%、ゲスト講師に対するコメント20%、最終レポート 30%

本授業では、平常評価と期末評価によって成績評価を行います。平常評価は、授業の講義内容を踏まえたミニレポート（全 8 回）の提出、出席、ならびに授業中のグループディスカッション等への積極的な参加によって行われます。講義で学習したイノベーション創出や価値創造のためのアントプレナーシップおよびアントレプレナーファイナンスの理論を踏まえたレポートとなっているか。

◆参考文献

Whittaker, A. (2020). アートシンキング: 未知の領域が生まれるビジネス思考術 (不二淑子, Trans.). 電通京都ビジネスアクセラレーションセンター.

(原著 *Art thinking: How to carve out creative space in a world of schedules, budgets, and bosses* 出版年不明 → もしわかれば追記)

Christensen, C. M., Hall, T., Dillon, K., & Duncan, D. S. (依田光江, Trans.). (20XX). ジョブ理論: イノベーションを予測可能にする消費のメカニズム. ハーパーコリンズ・ジャパン.

(原著 *Competing against luck: The story of innovation and customer choice* 原著出版年を追記推奨 → 2016年)

Sarasvathy, S. D. (2015). エフェクチュエーション: 市場創造の実効理論 (加護野忠男, 高瀬進, 吉田満梨 他, Trans.). 碩学舎.

(原著 *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*, 2008年)