

多摩大学におけるベンチャー教育の一つの試み

- カレッジ・イノベーション私論 -

望月照彦

An Attempt at "Venture Education" in TAMA UNIVERSITY

Teruhiko Motiduki

多摩大学は1990年(平成元年)に開校した。その開校時から、多摩大学はベンチャー型企業家を生み出す教育を進めていかなければならない運命にあった。なぜなら、開校に寄与した中心の二人、すなわち野田一夫学長は日本における「経営学」の開祖の一人であったし、中村秀一郎学部長は「ベンチャービジネス」という概念と言葉を日本国中に広めたまさにその人であったからである。無論この二人だけではなく、多摩大学の建学に馳せ参じた教授陣のほとんどが多かれ少なかれベンチャーやアントレプレナーという言葉に関係する研究者であり、また実際に社会でそういった仕事に携わっていた人々であったからでもある。

時代もまた、日本の産業社会を支えるのは古い形の巨大な企業ではなく、新しい哲学と新しい企業家精神を持った中小企業の担い手でなくてはならない、という思いを強めている。バブル型の経済が破綻して、今までの高度成長の論理が通用なくなると当然新たな小さくても活力のあるベンチャー型企業家が求められるのである。

経営学部を持つ大学は、多摩大学のようにその創設者の精神の息吹のなかに、ベンチャーやアントレプレナーへの志向がなくても、彼らを生み出すための教育を時代が求めるようになってきたのである。今や大学における「ベンチャー教育」は、社会ニーズとなっている。しかし、残念なことに日本の経営学部を持つ多くの大学では、これまでにベンチャー教育の講座もカリキュラムも持っていなかったし、当然その経験も存在しなかったのである。従って、まず最初にしなければならなかったことは、大学自体がベンチャーの精神を持つことであった。大学全体として、チャレンジすることができなかつたとしたら、その志を持つ少数の先生であってもベンチャー教育に取り組む必要があるのではないか。

アメリカのサンノゼのシリコンバレーを生み出した1つの苗床は、スタンフォード大学であるといわれているが、この大学でも組織的なベンチャー教育が行われていたのではなく、1930年代電子工学の先生だったターマン教授が二人の教え子ヒューレットとパッカーを支援したことからベンチャー企業集積が始まったという話は有名である。今でもコンピュータ業界では冠たる地位を確保しているこのヒューレット・パッカー社は車庫からスタートアップしたものであるが、私はそれをもじって「ガレージ・インダストリ」からカレッジ・インダストリへと呼んでいる。

そのカレッジ・インダストリへの挑戦が、この論文の主題となるものである。ささやかな試みであるが、日本のベンチャー教育の一つのモデルになれば、と念じている。そしてそれが大きな流れとなって、多摩大学が存在する多摩エリアが日本におけるシリコンバレーのような地域に発展することを、私は究極の望みとしているのである。

Tama University was established in 1989 and due to the significant contribution of Professors Kazuo Noda and Hideichiro Nakamura Tama University was destined to promote education for entrepreneurs

interested in new business ventures. Professor Noda is one of the foremost initiators of economics in Japan and Professor Nakamura Promoted the concept and phrase "venture business" throughout Japan. Indeed, the other professors at the time the university was founded, had studied the concept of entrepreneurial business and were engaged in their own business ventures.

Due to the collapse of the "bubble economy" many people now regard small and growing new businesses with new concepts as a necessity in supporting Japanese industry as oppose to the large conglomerates which flourished when the economic growth rate was high. It is clear that in this day and age our society requires a type of education which will encourage entrepreneurs and new business ventures. This educational stance should be adopted by universities even if they may not be as business orientated as Tama University and its founders.

Unfortunately, most universities and its departments of administration have had no training and experience in "business education". The universities themselves should create and cultivate a spirit and sense of enterprise. I think that if a university cannot offer such a comprehensive business education perhaps the professors of these establishments should individually attempt to offer this kind of education.

It is said that one of the catalysts in the establishing of Silicon Valley in San Jose, U.S.A. was Stanford University; although Stanford University did not offer any systematic education on establishing new business ventures at that time. As we now know the integration of new businesses began when Professor Tarman (professor of electronics) supported his two students, Hewlett and Packard. Hewlett-Packard, now one of the leading computer companies in the world, originated from a garage; that is why I say "FROM GARAGE INDUSTRY TO COLLEGE INDUSTRY."

The main subject of this thesis is an attempt to create a "college industry". It may be a modest attempt but I do hope that my thesis will inspire "venture education" and that the Tama area including Tama University will develop into a "Silicon Valley" in Japan.

ベンチャービジネス、アントレプレナー、ベンチャー教育、ベンチャーキャピタル、インキュベーション、イノキュレーション、カレッジ・インダストリー

Venture Business, Entrepreneurs, Venture Education, Venture Capital, Incubation, Inoculation, College Industry

1 はじめに

- 多摩大学の環境と発想 -

多摩大学は平成元年に開校した。その理念とするところは「国際、学際、実際」である。

これらの3つの考えは理念であるが、大学のスタート時から具体的にこれらを導入することを試みてきた。例えば教授陣であるがその6割は実業界から参加している。それまでに大学などで教えた経験のない人間でも、その人に担当科目の知識や能力や情熱があれば多摩大学でしっかり教鞭を取ってもらおうということである。これは文部省の規定を最大限に生かしたものであるが、日本の他大学に比べて希有な例で

あろう。

学科は「経営情報学部」という単科であるが、経営学も情報学も“現場”抜きには理論構築も、講義もできない。経営の現場も、情報の現場も目まぐるしく変化しているのであるから、研究室に閉じこもってはいはそれらの重大な動きを感知することができない。その意味で、私などは経営学も情報学も“フィールド科学”に属しているのではないかと考えているくらいである。そのフィールド体験を豊富に所有している先生が多数存在することは、比較優位性を求められる現代の大学経営にあたって多摩大学の大きい強みといわなければならない。

多摩大学のもう一つの大きな特徴は、その教

授陣が实际的であるばかりではなく、言葉を創るとすれば「ベンチャー学派」とでもいえそうな人々で占められていることである。大学創始者といってもいい両巨頭は野田一夫名誉学長と中村秀一郎名誉学長であるが、野田教授については日本における経営学の開祖であり、もう一方の中村教授は“ベンチャー・ビジネス”という概念の構想者でもある。この二人に続くパワフルな教授陣がひしめいているという条件をうまく活用して、新たな21世紀に向けての中小企業の存立理論や、ベンチャー企業育成の理論構築が、この大学の使命であり強みでもあるということがいえそうだ。

むろん、これからの大学は、理論構築だけではなくまさに実際にベンチャー企業家を生み出し、アントレプレナーシップに富んだ起業家も育てることが命題になりそうである。アメリカの産業活力再生の起点になったという視点でよく議論されるのは“シリコンバレー・モデル”と呼ばれるものであるが、その中核になった組織はJ V・S V N (ジョイントベンチャー・シリコンバレーネットワーク) や、スマートバレー公社などであるが、こういった組織に果たす大学の役割は大きい。この注目されているシリコンバレーの土壌を築いたのは1920年代から始まったスタンフォード大学の電子工学の教授だったフレッド・ターマンらの活躍である。彼が二人の学生、ビル・ヒューレットとデビット・パッカーを鼓舞して創設させた会社がHP (ヒューレット・パッカー) であるという話はいまやシリコンバレーを支える神話になっているが、やはりここでも大学が重要な若木を育てる苗床になっているのである。

私は東京広域圏における多摩ゾーンは、一種のシリコンバレー的な性格を持つのではないかと仮説として考えている。そう仮定するとなれば、少々大胆に定義すれば、多摩大学はその多

摩ゾーンにおけるスタンフォード大学的な役割を持つと思うのであるがどうであろうか。少なくとも私は多摩大学が地域に対して日本の大学が自閉的で閉塞している状況を打ち破る役割を果たさなければならないと考えるのである。

アメリカでは、こういった地域社会や企業とのオープンな関係のなかで、大学がアントレプレナーやベンチャー企業のインキュベーターを果たすということが自明のこととして大学の経営目標にすらなっている。私の知る限りでは、極めて早い段階でベンチャー起業家育成に乗り出したのはジョージア工科大学であり、'80年代の初頭であるがその校内にあるインキュベーション・ユニットを視察した経験がある。むろん、スタンフォード大学では教授と学生が一緒になってベンチャーするのは当たり前の話で、有能な教授は自らが大学をスピンアウトして起業家となるケースも多いと聞く。こういった制度を戦略的に講座として運営しているのはマサチューセッツ州のバブソン大学である。この大学では起業家育成の系統的で包括的なカラキュラムを「起業学センター」が受け持っているのであるが、ここの教授陣も多摩大学と同じように多くがベンチャーの創始者や経営の現役から参加している。

こういった流れのなかから、多摩大学でも多摩大学総合研究所が中心になって「ベンチャー・アカデミー」という事業を'96年度から立ち上げたのである。ベンチャー・アカデミーでは、目下のところは既に成功している企業やVC (ベンチャー・キャピタル) のメンバーに学生を加えて事例研究などを軸にしたセミナーなどを開催しているが、近い将来にはビジネスプランから事業戦略、マーケティングなどの包括的で専門的なディレクションを行い、VC (ベンチャー・キャピタル) をジョイントさせて実際にベンチャー起業家を支援するシステムを始動

させたいものだと思う。

そして、こういった組織的インキュベーターの創造とあいまって、教授陣の個人的な可能性としては、一人一人がフレッド・ターマン的精神を目指す、ということではないだろうか。私はこれを、〈ガレージ・インダストリィからカレッジ・インダストリィへ〉と表現しているのである。すなわち、ターマン教授がヒューレットとパッカーを支援して車庫（ガレージ）からスタートさせたビジネスを、私はカレッジ（大学）そのものをガレージにしたいのである。

以下は、基礎演習と呼ばれる学部の2年生を対象にした講座をベースにして私が行っているささやかな試みについて論じていく。

2 教えられることと、教えること

- 基礎演習を实践するにあたって考えたこと -

多摩大学には基礎演習と呼ばれるユニークな講座がある。3年・4年の専門ゼミに対してブレゼミという位置付けでもある。その中身については基本的にその先生の意志にまかされている。経営学の基礎を学んでもいいし、原書講読に当ててもいい。私はこの講座において、長年暖めていた一種のアントレプレナー育成を行いたかった。そしてそれはインキュベーションと一般に呼ばれているものであるが、さらに本質的な〈イノキュレーション〉という段階の教育、というよりは環境づくりを行いたかったのである。そう表現すると大層大袈裟のようであるが、イノキュレーションとは三つの意味において使いたかったのである。3つの中身は 1つは、〈種付け〉ということである。学生たちに問題意識を植え付けるということである。 2つ目は〈動機付け〉であるが、彼らの具体的な行動の起点になることを考えたのである。 3つ目は〈土壌改良〉ということである。彼らの凝り固まった思考の土壌を抜本的に改良するというこ

とが目的となる。その為に何をしたらいいか。有り体にいえば、私が自分の考えを押し付けるのではなく、彼らが私に教えてくれたらいいのである。教壇に私が上るのではなく、彼らが上るのである。

私は教えられることと、教えることの意味の大切さをその出発点にしたのである。私が目指したイノキュレーションとしての授業は次のような考え方を背景にしている。

人間にとって教えるを受けることは、実に大切である。例えば物事を発想したり、構造化したり、情報化するようないわゆる知的生産といったものがその源泉を“知識”にのみたよっているとしたら、それは幾らでも独学できようが、“知恵”となると“知”の“恵み”が必要になる。“知”とは、多く恵まれるものなのである。

いや、私にはどうもその知恵をも超える“血恵（ちえ）”のようなものもあるのではないかと思える。天才といえども、その身体の中先に先達の血が流れ、人と人とのホットな血的コミュニケーションがあったはずである。そしてその血恵が、彼の天才を育んだのである。偉大な人間には偉大な先達が存在した。そういう意味での“先生”を自分で発見することの大切さを、私はこれまで多く体験している。自分にも振り返ってみれば何にも替え難い先生が少なくとも3人は存在している。その一人は私が大学院でアーバンデザイン論を学んでいたときの恩師・小林文史先生であり、もう一人は学問だけではない人生の師匠といってもいい、そして多摩大学で教鞭を取る切っ掛けをつくってくれた中村秀一郎先生である。

その3人めは評論家の草柳大蔵先生であるが、先生とはこんな思い出がある。随分以前のことであるが、講演会をご一緒したことがあった。さる地域づくりの研究組織が草柳先生を招いて講演会を開くことになり、仲介した私も前座で話

をすることになったのである。私の話を、草柳先生は最前列に座って聞いておられたが、時々うなずくものの、何となく腰の落ち着きが悪そうである。それもそのはずで、出来の悪い押しかけ弟子が拙い話をしているのである。私の後に、見事な立体的な草柳先生の講演が終わり、懇親会になった。先生は水割りのコップを片手に、私に近づいてきて、言った。「君の今日の話はまとまっていて、それなりだったが、話の語尾が上がるイントネーションに癖があってそれが聞きにくい。それを直すことと、テーブルの上の左手の所作に落ち着きがない。それも直したほうがいい。」とセッションしてくれた。私の話には一言も触れずに、イントネーションや所作に言及してくれたのだ。考えてみれば人前でプレゼンテーションすることの最も大切なフォームである。私は恐れ入り、また心から感謝した。話の内容だったら誰しものが批評しコメントをだす。しかし表現の基本フォームを正してくれたのは草柳先生が初めてだった。それがなかったら私は相変わらず、見苦しい講演を続けていたのかも知れない。血恵とはそういうものではなからうか。

人には教え甲斐のある人間とそうではない人間がいるのかもしれない。もし自分が教え甲斐がない人間に属しているとしたら、それは随分知的生産者としては損していると認識したほうがいいだろう。独学では決して身につかない発想や技術が、血恵のお陰で容易に自分のものになるからである。教えられること、教えを受けることの有り難さを理解することが知的生産者の大切な条件であるが、それが人間の生物としての35億年に亙る遺伝情報として遺伝子に組み込まれてきた偉大なる知のデータベースなるものである。考えてみると教えられることは教えることによって連綿と伝承されるのである。

知的生産の技術とは、教えられることをペー

スとしているのであるが、それは教えることによって始めて可能になる。教える技術を開発してこそ知の生産性は高まるという当たり前のことを私は最近真剣に考えているのである。

3 基礎ゼミでの挑戦

- 演習を創造させる3つのコンセプト -

教えられることを“至福”としてとらえてきた私であるが、思い直すとすでに私自身始めて私淑した草柳先生の当時の年齢と同じぐらいの年齢を重ねているのである。教えられることから、教える場造りについて、知的生産の現場を担っている一人としては研究していかなければならないという思いがずっと私の課題としてあった。

私はその課題を、私の知的生産の現場である“多摩大学”で実践しようと思った。この世の中に存在している“仕組み”のなかで、数千年まったくといっていいほど変わっていないのが“大学”という教育の場であろう。あらゆるものがドラスティクに変化している時代に、ほとんど不変ということも逆に凄いことであるが、それは知的生産の現場としては、時代に対応していないということでもある。

多摩大学は平成元年にスタートした極めて新しい、そしてその意味で旧弊にとらわれない自由な大学でもある。授業の形態のなかに、教師の意志を尊重して思いのままに進めていい<基礎演習>という2年(多摩大学がスタートした数年は1・2年生を対象にしていた)を対象にした時間をなんとか利用できないかと思った。そして私はこの時間を大学の仕組みのイノベーションの実験に当てようと考えた。教えるということの新しい挑戦にしたかったのである。この基礎演習のことを学生達は“望月ゼミ”と呼んでいる。以下、通称で表現したい。

その演習を創造させるコンセプトは3つ。

すなわち、第1に「工房+考房づくりへ」で

あり、第2は「ガレージ・インダストリーからカレッジ・インダストリーへ」であり、そしてさらに第3として「夢の遺伝子創造」ということである。

工房＋考房づくりとは、大学の一つの原型には、あるいは教育の一つの原型には“工房”というものがあるのではないかと私は考えている。それはレオナルド・ダ・ビンチがヴェロッキオ親方の工房（プリコラージュとしてのアトリエ）で学んだように、現代においても徒弟制度的なもの、実際に“手を使う”という技術、技法が大切だという発想が込められている。そして手で思考するという意味において考房（思考のアトリエ）という発想も現代人に強く求められるものだ、という思念に基づいているのである。

ガレージ・インダストリーからカレッジ・インダストリーへ、というのはスタンフォード大学とシリコンバレーのイメージが私にあったからだ。先にも述べたが現在のシリコンバレーが存在するのは、スタンフォード大学のフレッド・ターマン教授に支援された2人の学生、ビル・ヒューレットとデビット・パッカードが1939年に自宅の車庫を試作工場にしてベンチャービジネスをスタートアップさせたことに始まる。すなわち今をときめくシリコンバレーはガレージ（車庫）・インダストリーとしてスタートしたのだ。私は多摩大学のある多摩丘陵は日本におけるシリコンバレーならぬシリコンヒルだ、と思っている。そのシリコンヒルを支えるのは、日本のスタンフォード大学である多摩大学であり、望月ゼミなどをガレージ（この場合は社庫といえるかもしれない）にした大学そのもの（カレッジ）が新しいビジネスや産業の苗床（シーズベット）になるわけである。すなわちカレッジ・インダストリーの誕生を志向する発想なのである。

もう一つが“夢の遺伝子”であるが、望月ゼ

ミの最大の眼目は未来への夢を一人一人のゼミ生が自分の遺伝子のなかに組み込んでいくことなのである。それらは人類の35億年の遺伝情報の一つとして、望月ゼミが永劫に伝えていくメッセージなのである。

この3つのコンセプトをベースにして望月ゼミは多摩大学の立ち上がりと同時にスタートしたのである。

4 望月ゼミの仕組み

- 会社を創らせる -

望月ゼミの最初のオリエンテーションがあった日、ゼミに入りたい学生たちが約70人ほど教室を埋めていた。どこでどう前評判が立ったのか分からないが、ゼミとしては70人ではいかにも多すぎる。彼らたちを前に、早速かねてからの私の考えを展開してみた。

私はまず、「このゼミは大学で一般に考えられているゼミの形式、原書講読やディスカッションのようなものは一切やりません。」と話した。さらに「私が研究指導することもほとんどやりません。」と続けると学生たちはさすがにザワめきだした。＜何のために俺たちは授業料を払っているのだ＞と思ったに違いない。

私はすかさず続けた。「私が教壇に立って教えることはありません。みなさんに教壇に立って頂いて、私や外の人々に教えてもらいたいのです。」私が教えるという構造を学生たちが教えるという構造に転換したのである。

「次に前後左右よく見てください。」何が始まったのか、学生たちはあっけにと取られていた。「前後左右にいる人間のなかで、この男なら気が合いそうだな、この女性だったらうまく意志の疎通が行えそうだという人を選んで、5人1チームになって“会社”を設立してもらいたい。その会社に私が仕事を発注いたしましょう。ソフトな企画やプランニング、あるいはコンサル

ティングといった業務が主なものになるでしょうから、創っていただく企業はシンクタンクとかマーケティング・カンパニーとかソフト・ファームになるでしょう。70人のゼミをやる訳にはいきませんから、せいぜい5社の企業、計25人を望月ゼミで採用いたしましょう。その選抜のために1週間の時間をあげますからその間に“会社設立起案書”をまとめてください。それを基に来週1社10分の時間でプレゼンテーションをしてもらって、その結果で5社を選抜したいと思います。」教室は蜂の巣を突っ突いたように大騒ぎになった。まだ多摩大学に入り立ての1年生の学生では、4月始めのオリエンテーションでは知り合いも少ないであろうし、第一会社とは何であるのか知ることも少ないし、起案書などという企画書など書いたことも、見たことすらもないであろう。私は畳み掛けた。「私は何も指示しませんから、全部自分たちの頭で考えてまとめてください。会社のネーミングは大切です。5人の役職、役割分担も大切です。企画書をまとめるに当たってタイトルやコピーも重要です。また10分のプレゼンテーションをきちっと行うことも高度な技術が要求されます。

それらを満足させた5社だけが栄光ある望月ゼミのメンバーになれるのです。」しばらく蜂の巣の騒ぎは収まらなかった。私はその騒ぎを残して教室から非情にも去っていった。

次の週、プレゼンテーションに参加した即席企業は14チームだった。多くが徹夜をして企画書をまとめたらしくクシャクシャな顔をしている。会社の代表者(社長)が集まってジャンケンでプレゼの順番を決めた。まずはプレゼのやり方が分からない。企画書は目茶苦茶なものもある。ほとんどがページネーションがない。それも止むを得ないであろう。受験勉強とは無縁の作業をやらせているのであるのだから。14チームが何とかやり終えた。ぶっ通しで3時間を越えて、私はくたくたになってしまった。しかしなかなかガンバッタ会社もあった。例えば<クランベーク>という会社があった。彼らは言った。「私たちは稲毛海岸の5つのハマグリ(クランベーク)である。波打ち際の堅いハマグリでも、波に洗われるうちにいい知恵も浮かんでくる、- という意味でこの名前にした。-」私はこの発表を絶賛した。特に“稲毛海岸”という点が鋭い。これが葉山海岸では迫力は半減



「環日本海文明をデザインせよ」というテーマで行われたプレゼ風景。この時の発注者は米子市のシンクタンク、テクネ研究所の長谷川康治社長である。1995年12月13日



望月ゼミには、学外のアドバイザーが存在しており、毎回学生たちの為に講評、指導してもらっている。左が、御船哲氏(多摩都市施設公社理事長)右が、山田剛義氏(戦略開発工房ライブ社長)



知人のベンチャー石塚昇一郎氏も望月ゼミの有力な支援者である。

したはずである。あまり明確な理由のある評価ではないが、褒めることが大切だ。

そのクランベークを始として5社が、見事とはいえないまでも、何とか望月ゼミに参加することが許されたのである。

こうやって、ほとんど雲を掴むような状態で、望月ゼミの〈知の考房づくり〉はスタートしたのであった。写真 . . .

5 望月ゼミの理念

- リベラル・アーツを大切にする -

厳しく、しかも貴重な青春の時代の犠牲を強いるような受験勉強を抜け出てきた若者たちにとって、大学での自由で希望に満ちた生活への期待はしばしば根底的に裏切られる。学術の学び舎であり、知の創造のセンターであり、また時代の最も先進的な情報センターでもあるはずの大学はかび臭く数千年の変わらない旧弊のなかにどっぷりと浸かった象亀のように動きの鈍い機構だからである。無論、情報時代の大転換する社会にしっかりと対応して、新たな次代の知のセンターの果たす役割に挑戦している大学も幾つかは存在する。私は多摩大学もその内の一つだと思っている。そう任じているからこそ旧態依然とした授業の形態に新しい、大袈裟に言えばニューパラダイムを導入したかったのである。

私は自分のゼミと呼ばれているものを、私が教壇に立つのではなく学生たちがそこに立ち、私が学生に教えるのではなく学生たちが私に教えてくれることを望んだ。最も進んだ厳しい情報は本や教室のなかにあるのではなく現場にあること、その意味において最大の教師は実践者であること、そして人の話を聞くことのできる人間になることは大切であるが、人に聞いてもらえる表現者になることが必要条件であること、そのためには借り物の“知”ではなく、自分の

頭そのものから生み出された“独創知”であることを学生たちに要求した。それらを満足させる仕組みは知的生産、知的創造のコンペティションという形になった。すなわち、学生たちに創造開発型の企業を創ってもらって、そこに私や先端的企業家から仕事を発注して、競争でかれらに解答や指針を創出してもらおうというシステムである。彼らから出された案や解答についても、私だけの評価ではなく学外からの仕事の発注者は勿論のこと先進的企業家、実践者あるいはアントレプレナーと目されている人々にも多く参加してもらいたいと考えた。

この私の実践した試みに対して、幾つかの意見もあった。大学に入ったばかりの学生たちに有無をいわず会社をつくらせ、彼らに模擬の仕事が発注してシミュレーションさせる。それはいわばハーバード・ビジネススクールなどでやっている“ビジネスゲーム”の亜流ではないか、という意見や批判である。その批判には、経営の基礎も何も知らない学生たちに遮二無二問題解決を強いる姿勢は、論理的な思考を構築するうえで害多くして何の利益も彼らに与えない、という意見が含まれているのかもしれない。大学とは、物事の基本や基礎をしっかりと勉強するところであって、薄っぺらな会社の真似事をやらせるところではないということでもあろう。私は実はこの考え方に大いに賛成である。生半可なハウツウなど指の先ほども学んでももらいたくない。リベラル・アーツこそ大学の最も大切な身につけるべき内容である。だからこそ望月ゼミという手法を採ったのである。

また、外部の企業家に発注課題を出してもらってそれを競い合うというのはまさにゲームの感覚である。遊び半分な教育は如何なものかという意見もあるかも知れない。

私には、確かに現代社会が孕んでいる多様な複雑な問題をしかつめらしく対応するのではな

く、一種遊びのように企業や社会や経営の問題に楽しんで当たらせるという意図は明確である。しかし経営学の基礎を持たない学生たちにビジネスゲームをやらせようという考えはない。むしろ彼らが社会や未来を真摯にとらえ、それらに対して本質的に役立つ人間として「知的創造・生産のための基本技術」を身につけさせるための、まさに基本トレーニングだと考えているのである。従って、望月ゼミとは専門教育ではない。美学や人類学と同じように、いやむしろメタ・リベラル・アーツ（原教養学）と呼んだ方がいいようなテリトリーだと私は考えているのである。

6 教育を成り立たせている基本フレーム - 野生の思考を求めろ -

望月ゼミの作業としてのビジネス・シミュレーションにおけるトレーニングには7つのしっかりと身につけるべきファクターがある、と私は考えている。これらは決してすぐに役立つハウトゥーではないし、今の大学での教育の仕組みではなかなか教えられるものではない。しかしゼミ生たちには是非とも若い時代に自分の物にしてもらいたい最もベーシックなノウハウなのである。

その第1には知のパフォーマンスを成立させる3つの基礎を身につけてもらうということである。またこれこそが教育の原点でもあろう。すなわちその1は「情報の源を知る」ということである。どんな問題解決にも基本的でありさらにオリジナルな情報が要求される。月並みな情報には月並みな問題解決しか用意されない。世の中には「データ」と呼ばれる物は驚くほど存在する。そしてそれらはインターネットの時代、実に容易に入手することができるようになった。それらから問題をどう読み取り解釈し、新たな切り口で組み立てるかは、むしろ知的生

産者の大切な能力である。これらは当たり前のことであるから、それ以上の創造性の差異は、オリジナルな情報を持つかどうかによる。そして真の情報は新聞やオンラインにではなく、オフラインの人間そのものの中にある。源は人間であり、その人間から多くを知るためには直接に会わなければ駄目である。情報は足で、というのがまさにこのことである。従って、望月ゼミでは、「健脚」であることが物をいう。その2は「情報の源を知る」を敷衍させれば「人を知る」ことが欠かせなくなる。沈黙考には、あるいはコンピューターを前にした「オタク」であることも現代は意味を持つが、やはり多くのキーマンと知り合うことが若い人々にはさらに大きな意味を持つと私は考える。デジタルだけではなく、アナログな情報収集が最後には強力な知恵をもたらすというのが私の教育発想なのである。もともと人間の脳の構造はアナログである。そしてむしろその思考の構造は非連続であり、非線形であるということも複雑系社会のなかでは認識しておかねばならない。私たちがそれを知るためには直接人間そのものから学ばなければならない。そしてその3としては、「役割を知る」ということである。自分を相対化して眺められる人間を私は欲している。時代がドラスティクに変容し、巷に情報が溢れているなかで、真の知的生産は存在を相対化させ得る人間から生まれる。よくインターネットは個人でも中心になれる、ということとその特徴として表現しているが、その中心性とは絶対的中心性ではなく、柔らかな中心性でなくてはならない。私はそれを個人主義といわずに「己人(こじん)主義」というように表現しているが、ある全体性のなかでの自分の位置、意味をとらまえることのできる人間のことである。コンピューター・ネットワークのなかでよくグループワークということがいわれているが、私はこのワークにも実は

“役割”の直感性を求めたいと思っている。既存の企業のようにすでに出来上がった組織に学生たちは入るのではない。自分たちで組織を生み出すとき、そこに役割の直感性が必要である。そして役割を演じることが意味を持つ。組織のイメージーションはそこから生まれるのであるが、既成の企業はその組織のイメージーションを疎外しているのである。

これらをまとめて私はレビー・ストロース的に表現すれば<野生の思考>を一人一人に身につけてもらいたい、ということになる。

この3つが望月ゼミの体得してもらいたい最大要諦であるがさらに6つの教育テーマがあるので全部で7つのテーマが望月ゼミには存在することになる。

7 望月ゼミを成立させるもの

- 7つの教育テーマをみざす -

第2の教育テーマとなるものは、カレッジ・インダストリーとしてのゼミを成立させるファクターであり、古臭い概念かも知れないが、<礼節を尊ぶ>ということである。要するに、礼儀正しくなければベンチャーではないという考え方である。

インターネット上での情報収集なら、誰でもお手軽にまさにサーファー気分で飛び回ることができるが、企業のトップに面談してその心の奥に仕舞われた秘密情報の箱の鍵を開けてもらうためにはそうはいかないであろう。まずもって会ってもらえるかどうかから問題である。忙しいトップにアポイントメントを取るのには並大抵の努力では無理である。そこをくぐり抜けて話を聞けるまでになるのには、やはり最大の武器は礼節である。組織のダイナミックな思考の躍動にも、実は慎重な礼節が意味を持つ。存在の相対化というのは、微妙な力学を感知できるセンスのことである。望月ゼミの企業のメン

バーは、私に会うのにもしっかりしたアポイントメントが必要である。何時に、どのくらいの時間で、どういう用件で、何人で会いたいという約束を私に取り付けないと会えないのである。しかし本来、大学の最も美点になるのは例えばケンブリッジのカレッジの教授たちがやってきたように学生たちと教授の部屋で膝を交えて議論できることではなかったか。大教室で何百人もの学生を相手に真の授業はできるものではない。

第3のテーマは、<授業にも競争原理を導入する>ということである。私がいっているのは試験の結果としての成績のことではない。日頃の教育のなかに競争というスタイルを導入することなのである。これが発注に基づいたプレゼンテーションによるコンペティションということなのである。一社基本的に20分というプレゼンテーションは、数名の審査員によって7つの項目で極めてシビアに審査される。その項目とはプレゼの全体的な印象点、コンセプトの強さ、マーケティングの周到さ、企画書の構成力・説得力などである。各企業のメンバーは、20分のプレゼンテーションのために平均50時間を調査やミーティングや編集やプレゼに費やす。1時間半の授業時間の20分も静かに聞いてもらえない学生たちが、である。あるゼミ生の母親が手紙を私にくれた。「高校時代、受験勉強をしていた息子が、大学に入るとその反動で遊びほうけるかと思いきや、その高校時代以上に大学に入ったら仲間と集まって何やら一生懸命議論したり、パソコンをたたいている。いったい多摩大学はどうなっているのかと息子に問いただして、望月ゼミを知り納得いたしました。 - 」という私信である。

第4のテーマは<時代のイノベーターやアントレプレナーたちとのネットワークづくり>ということである。私はゼミに課題の発注者とし

て、あるいは審査員として企業のトップやベンチャーをお招きし、また学生たちに今をときめくアントレプレナーたちを紹介してどんどん会いに行くことを勧めている。紹介されたトップの皆さんには申し訳無いが一種の日本の未来を支えるボランティアだと観念してもらってお付き合いしてもらっている。しかし先に述べたように礼節を欠いている人間はどんどん断ってもらってかまわないということにしている。普通、新入の社員ではなかなか会えない企業トップに会っていただけるのは学生である君たちの特権である、と鼓舞して彼らを行動させているのである。教育の三大要素として<人を知る>ことを挙げたが、企業の現場のリーダーと親しく情報交流できるのは最大のチャンスだし、またその機会を継続するネットワークにまで広げられる力を持った人間の未来は明るいはずである。逆に会ってもらった企業家に気に入られて新製品の開発のスタッフに登用された学生もいる。企業のトップにとっても今のヤング層が何を考え行動しているのかのマーケティングの素材にしてもらえば、と私は思っている。

第5のテーマは<思考の自立性>ということである。要するに自分の頭で考えられる人間を育てる、ということである。大学の教育としては当たり前のことのようであるが、それができていないのが問題なのである。私は発想のコピーや剽窃を駄目だとしているのではない。どんどん面白い発想やアイデアを盗み取っているのであるが、それをもう一度自分の脳味噌を器にして思考のミキサーに掛けて自分の物にしてしまうことが大切なのだ。従って、私は直ぐには教えない、直ぐには情報を検索しないという態度も重要だと考えている。いってみれば、すなわち<野生の思考づくり>ということになるのか。

学生たちだけでなしに、現代人全体にこの“野生の思考”が大きく欠如しているのである。

第6のテーマは<自己表現力>ということである。自分の考えや思想をどう相手に伝えるかはグローバル時代の日本人にとって重大な課題である。望月ゼミでプレゼンテーションを重要視しているのはそこにあるのである。ゼミでは、課題を数週間、調査・研究・編集させて最後に20分間でプレゼさせる。どんな素晴らしいコンセプトもアイデアもこのプレゼが悪ければ元の木阿弥になってしまう。最近ではプレゼのテクニックとしては随分うまくなってきた。審査員にお招きした先端企業の社長がびっくり仰天してしまうぐらいであるから、CGを駆使した技術力は大了たものであるが、しかしプレゼにはやはり“思想性”と“心”と“オリジナリティ”が大切である。いかに感動してもらえるか、そこにあらゆる意識を集中してプレゼを展開するように、私はいつでも指導しているのである。そして無論のこと、その思想性と心とオリジナリティを伝えるためには飽くなき練習が必要である。

最後の第7のテーマは<具体であること>だと、私は思っている。望月ゼミは「知の考房」であるのだから、物を考え出すことが第一義の作業テーマであるのだが、その底には“考房=工房”というテーマも確実に流れているのである。“工房”とは、エンジニアリング・スタジオである。エンジニアリングとは、具体的問題解決を意味する。“抽象”を“具体”にする思想や発想や技術や組織の在り方を私は望月ゼミの「考房」として考えているのである。

これらのテーゼを背景にして、一体どんな社会の企業からどのような中身の、そしてレベルの課題が出され、ゼミ生たちはどう立案しているのだろうか。

8 課題（発注書）の事例

- 下町の中小企業政策を立案する -

これまでに、望月ゼミがやっている〈知の創造〉、〈知者の育成〉について述べてきた。それは実にささやかな挑戦である。挑戦という言葉を使うには少しおこがましいのかも知れない。

いま世の中はベンチャー企業育成に世も日も明けぬ時代になっている。第二のビル・ゲイツや孫正義のような人間を求める英雄待望の時代でもある。しかし、例えば通産省が音頭を取って地方の行政が支援する“創造的企業育成事業”のようなものがはたして本当に実現可能であるのだろうか。そもそもそういった事業の対極にあるもの、すなわち最も非創造的存在が役所というものではあるまいか。そういう体質のところにリスクを背負ったベンチャー企業の発見や支援ができるというのは、まさに幻想である。日本のベンチャー・キャピタルにも、今のところは多くを期待できないというのが残念ながら私の実感である。なぜなら皮肉なことに現存するベンチャー・キャピタル以上にベンチャーが存在しないというのが日本の社会の現実なのではないだろうか。現代の日本の社会構造がベンチャーを目指す人間を生み出す土壌や仕掛けを



学生たちは1カ月から3カ月の期間をかけて、調査・分析・コンセプトづくり・編集などを経て、企画案をまとめる。結果は20分間のプレゼンテーションとして、図・グラフ・CGなどで大胆に表現される。

もっていないのである。

もっとも、大学という存在も、その体質なども実のところ役所とそう大差はない組織であって、創造的教育が大学で行われているという想いもまた幻想である。

しかし、私はその現実にごんじようとは断じて考えていないし、大学人としての役割の意味や認識を自分なりに問題意識として持ってきたつもりである。別に片意地を張っているわけではない。大学人として当たり前で、そして自分にとっても楽しいし教え甲斐のあることをしようとしたのである。元より私はいま流行の創造教育の専門家でも何でもない。自分だったらこんな教育やトレーニングを受けてみたかった、ということを実践しただけである。ところが面白いことに、私の教え子の中から実にユニークなビジネス・ベンチャーが生まれてきたのである。インターネットのプロバイダーのような当然のようなベンチャーから人の嫌がる便所掃除の組織的企業まで実に多彩なのである。

ここで彼らが受けてきた“課題（発注書）”の1つを提出してみたい。'96年の春に望月ゼミの



「東京下町の中小企業ルネッサンスを仕掛ける」の発注者は荒川区に本社を持つ小さな世界企業・折原製作所の折原征一社長である。現在でも望月ゼミ顧問として指導をしてもらっている。

2年生に出されたものである。読者の諸氏は、この課題にどう答えるのか。少々長い課題であるが真剣に取り組んでもらいたい。望月ゼミの5人からなる企業はこういった課題を年に3回から4回はこなしているのである。

この発注書は、荒川区に本社と工場を持つ折原征一社長にお願いして、私との共同作業で創りあげたものである。この発注課題の問題意識は幾つかあって、1つは学生たちに日本の中小企業問題を正面から考え意識してもらいたい、ということである。中小企業の活力なしに日本の産業の再生は考えにくい。この問題を、サニタリー関連製品の開発企業である折原製作所の実状を通して、理解し、問題解決へのステップをふんでもらいたいのである。従って発注書は物語的に展開しているが、その中身は真実であり、学生たちの提案が優れているものであれば、それはそのまま日本の中小企業政策や処方箋として使えるのである。写真

望月ゼミ 発注書

東京下町の中小企業ルネッサンスを仕掛ける

(1) はじめに

折原征一は下町が好きだった。無論、折原が東京の下町で生を受け、子供のころから暮らしてきた実体験がそうさせていたのであるが、やはり海外旅行から帰ってきて荒川の町並みに触れると深い安堵感が体の中によみがえってきた。商店街の雑踏に身を置き、軒を連ねた家々から夕餉の煮物の匂いが伝わってくると、“ああ故郷に帰ってきたな”という喜びが東京生まれの折原の心をも震わせる。折原の父親・辰雄は戦前から荒川区で木工所を営んでいた。工場では丸ノコのチェーンが一日中音高く鳴っていたし、そのチェーンが削り取った木屑の香が充満し、

母親も職人たちもそのなかで忙しく働いていた。学校から帰ってくると、そんな職人たちの姿を飽きずに眺めている幼い日もあった。

今、折原は父親の後を引き受けて、会社の名前も“折原製作所”とし、<人々の豊かで幸せな暮らし>をテーマにした多様な商品づくりの企業を営んでいる。それが先代である父親の意志であり、生活と仕事と文化が併存し、肩を寄せ合って暮らしている江戸の下町人の誇りでもあったからだ。

時々、折原は近い仕事仲間と街の飲み屋で一杯やりながら、情報交換することを楽しみにしている。その仲間は小学校で同級生だった人間もいるし、仕事で知り合った者もいる。しかしこれが、下町産業の、中小企業の宝であり財産なのだと思う。仲間の中で、競争があり、協力があり、そして今流行の“共生”という関係も存在しているのである。また単なる飲み会ではなしに、積極的なビジネス創造の場として“異業種交流”という組織も創り、チャレンジフルな環境を生み出そうとしている。その背景には、折原の心に下町を愛する気持ちの対極に大きな“危機感”が存在しているからである。

一言でいうと、「このまま手をこまねいていると、東京の下町産業は生き残ることができない」という危機感である。この激烈なメガコンペティションの時代に下町中小企業は生き残れるのか、これが仲間との一杯飲み屋での話であり、異業種交流の組織でのテーマであるのだ。

2月のある日、折原は東京のダウンタウン区である荒川、板橋、北、足立の4区が主催するさるシンポジュームのパネラーに招かれた。シンポジュームの主題はそのまま、「都市型工業は未来を開くか」というものである。折原のセッションに与えられた課題は『都市・工業・文化を結ぶもの』であり、まさにこれは折原の積年の課題でもあったのだ。シンポジュームのコー

ディネーターは多摩大学の望月教授であった。始めて出会った望月教授は大学の先生というよりは、パリのモンパルナスの売れない画家か、MITのメディアラボの狂人というイメージだった。しかし、そのシンポジウムにおけるコーディネートの温情に満ちた流麗な進行に折原は目を見張った。下町中小企業の未来を力を入れて話しながら、折原の頭の隅にこんな想いが湧き上がっていた。〈望月教授とそのゼミの若き企業集団と自分たちで、東京下町中小企業の未来を思う存分描いてみたらどうだろうか〉。そう思うと何か折原の体にむくむくと未来への希望が湧き上がってくるのを押さえることができないでいた。

(2) 発注課題

『存亡の危機に直面している“東京下町中小企業”の未来活性化戦略をデザインする』

(3) 解題

これまでの歴史のなかで、最大最強といわれてきた“東京産業”を支えている下町の中小ベンチャー型企業が、今そのレゾナードル（存在意味）と存亡を問われている。

例えば機械金属系の中小企業の群棲地であり、造れないものは無いといわれたナショナル・テクノポリスの大田区では、`83年のピーク時には9190工場あったものが`93年の工業統計では7160工場と激減し、`96年の現在、6000を割るのではないかとされている。大田区に対して、荒川を始とした4区、それに墨田区などの北東部のゾーンは生活関連型産業集積が多く、まだ急激な工業の減少は免れているがそれにしてもその存亡の基盤は危ういものがある。このまま手をこまねいていれば、中国、韓国、東南アジアなどの急進国の挑戦を受け、またアメリカの企業群の復活のなかで急速にその存立基盤を失いかねない。

そこで、日本産業の存亡の最大課題の一つで

ある東京下町企業群の再生と活性化戦略を望月ゼミのベンチャー・シンクタンク&コンサルティング・カンパニーに多面的に立案、デザインしてもらいたい。その対象は折原製作所のような具体的な業務内容を持った単体の企業戦略の立案でもよいし、荒川区や大田区のような地域全体の活性化戦略でもよい。

オリジナリティに溢れた、またはっと驚くような奇想天外な提言を期待する。

(4) 研究・分析の視点

なぜ、都市型産業として絶大な力を持ってきた“東京産業”が疲弊の淵にあるのか。鋭く分析してもらいたい。

一般的には

- a 3K（きつい、きたない、きけん）というようなイメージの劣化
- b それによる後継者難
- c バブル経済による工場土地価格の上昇による設備の拡大・改良難
- d 工場3法と呼ばれる法律によって大都市立地が抑制された
- e 研究開発投資規模の拡大
- f 開発途上国やアメリカなどの先進国の追い上げ
- g 情報化とネットワーク型産業形態への乗り遅れ
- h 産業のグローバル化への対応不足

そして何よりも

- iアントレプレナー、ベンチャースピリットへの充電不足

などが挙げられよう。これらをどう克服するか。

しかし、一方では東京下町産業のパワー、メリットもまだまだ多く残されている。その視点も見逃してもらいたくない。

例えば

- a 下町における伝統技術、文化の膨大な

- ストック
- b ヒューマン・ネットワークによる、あるいは企業ネットワークによる市場や技術の開発機会の存在
 - c 生活密着による商品開発の創造力
 - d 人間的技術とコンピュータとの融合による新技術と新市場の創出
 - e サイバージェネレーションの誕生によるニューベンチャーへの期待
 - f ビジネス・シーズベット(苗床)としての下町環境の見直し
 - g 行政の支援と、NPO的新時代支援母体の出現
- そして何よりも
- h まだまだ、折原征一氏のようなネイティブな、あるいは新しいビジネス・ベンチャーやベンチャー・キャピタリストの登場の可能性がある

といったことが挙げられよう。これらの可能性を十分に吟味してもらいたい。

また、企業戦略や地場産業戦略におけるコンセプト創造には新商品開発戦略や新市場創造戦略などの常套的手法からサイバー・カンパニーやエレクトロニック・コマースなどのニューコンセプトが生まれている。当然、インターネット時代のネットワーク戦略やグローバル戦略をも射程にいれておかねばならないであろう。デジタル社会時代のデジタル・ビジネスはその対極であるアナログ・ビジネスをどう組み込むかも重要な課題になるであろう。この最も現代的で同時に未来的なテーマに正面から取り組んでもらいたい。

(5) タイム・スケジュール

- 1ステップ 5月8日 オリエンテーション
(折原社長から直接のオリエンテーション予定)

- 2ステップ 15日 調査・研究・分析
22日
29日 コンセプト・ワーク
6月5日
12日 戦略プランニング作業
19日
26日 報告書・ツール編集作業

3ステップ 7月3日 プレゼンテーション

(6) プレゼンテーション

- a 表現自由(CG、パントマイム等奇抜なアイデアを期待する)
- b ただし、A4判のレポートは必ず用意し審査の先生方の手元に行き渡るようにすること
- c 各企業プレゼ時間は20分以内、時間を厳守しないと減点の対象となる

(7) 審査員

- 審査委員長 折原征一社長
審査委員長 藤江俊彦(淑徳大学教授)
審査員 松浦利幸(ベンチャー・ジャーナリスト)
審査員 鈴木崇(クランパーク代表・望月ゼミOB)
審査員 望月照彦教授

(8) 評価と景品

選考評価は望月ゼミ方式の7項目戦略評価システムで行う。

景品予定として

- 1位企業 荒川区下町の飲み屋で一晩飲み放題招待(ホスト折原社長)
- 2位企業 荒川区下町の駄菓子屋のオミヤゲセッター式
- 3位企業 豊島区巣鴨のおばーちゃんの前宿特製デリカセッター式

9 プレゼンテーションのダイナミズム - イノベーションの現場 -

7月3日、発注日から8週間、いよいよ望月ゼミ各企業のプレゼンテーションの日である。4時限目の“都市論”の授業が終わると、企業のメンバーが101教室に集まってくる。そのほとんどが寝不足の顔をしている。ここ数日はろくに睡眠を取っていないに違いない。プレゼがスタートする間のわずかな時間に、それぞれの企業がパソコンを繋いで苦労して作り上げた企画書やCGやBGMのチェックを行っている。少し緊迫した、しかしなんとか間に合わせた安堵感もどこかあって、この時間と空間に不思議な充実した雰囲気溢れる。

20分のプレゼ持ち時間に50時間以上は掛けたであろう調査やコンセプトづくりやアイデア出しやCG、BGMや企画書などのプレゼ・ツールへの評価が問われるのである。審査員のメンバーも教室に揃う。出題者（発注者）であり審査委員長である折原社長、淑徳大学教授であり多摩大総研客員でもある藤江先生、ベンチャー・ジャーナリストの松浦先生、それに望月ゼミ1回生でベンチャー企業・クランベークを起こした鈴木崇君にも審査員として加わってもらった。面白いことに、鈴木君以外にも望月ゼミOBが続々と詰め掛けてくる。先輩の伝統や数が少ない多摩大学にとっては、その少ない彼らがこういう機会にわざわざやってきてくれて、アドバイスや激励をしてくれることは嬉しいことだ。そのOBが後輩たちを叱咤激励するという望月ゼミの伝統を私は誇りに思っている。

企業のトップが前に集まってジャンケンで発表の順番を決める。この順番を決めるのも慎重にしなければならない。最初のプレゼと最後のとは審査員の印象も違ってくる。審査員の評価の基準であるが、何年かの試行錯誤の結果7

つの評価ポイントで1ポイント100点で満点が700点となる方法がどうにか定着した。

その7ポイントとは、もう一度整理すると第1に、＜全体の印象＞ということであるが、最初のインプレッションとかプレゼ全体の流れから受けるイメージ点である。第2は＜コンセプト力＞であるが、しっかりした核となり基本となる考えを生み出しているかということになるが、いいかえれば“インパクト力”ということでもある。第3は＜企画力＞である。これもいいかえれば“オリジナリティ”や“構想力”ともなるだろうか。第4は＜構成力＞であるが、これは主に企画書やプレゼの“編集力”を見るものである。第5は、＜マーケティング力＞である。また大切な“説得力”ということになるであろう。第6は＜データ収集力＞であるが、“調査力”や資料の“分析力”である。最後の第7が＜プレゼンテーション力＞ということで、これは“表現力”ということになる。そのプレゼ力で中身の価値が倍加したり半減したりする。



「多摩丘陵都市におけるサステナブル・コミュニティの未来を描く」というテーマでは、多摩センターに本社のあるベネッセの山崎光雄会長に発注者になっていただき、審査委員長としても鋭い講評をいただいた。

以上を総合して審査員に評価してもらおうのであるが、発注課題の審査の結果が整合する場合もあるがまたまったく逆の評価になったりして、面白いのであるがそこに例えばベンチャー起業家に対する評価の難しさがあるような気がする。この7つのポイントが必ずしも上手い評価基準になっているかどうかは難しいし、まだ優れた評価の方法がありそうにも思える。'96年度の大学祭に参加したプレゼ大会で、「多摩の21世紀をデザインする」という発注課題を出してもらったのは多摩市に東京本社を持つベネッセの山崎光雄会長であるが、写真 彼のアドバイスは<もっとオリジナリティを大切に作る視点が必要だ>ということでこの指摘は貴重である。私自身、さらに<組織力>への評価が重要に思っている。新しい選定評価の仕組みを創る時期にきているのだと考えている。

10 おわりに

- 飽くなき継続こそを -

さて、いよいよ折原製作所の折原社長が出してくれた「東京下町・中小企業のルネッサンスをデザインする」のプレゼがスタートする。101教室はすでに熱気でむんむんしている。20分というプレゼ時間は実に短い。この所要時間をオーバーすると各企業は大幅に減点されるからタイムコントロールも慎重にしなければならない。

開学以来8年間、望月ゼミをやっていると学生企業のプレゼの手法や技法がドラスティックに変化してきているのがよく分かる。演習が始まった当時は、各企業はペラペラの企画書だけで勝負していた。しかもその企画書のまとめ方も分からずにおそまつなものだった。しかし年々企画書も立派にまとめることができるようになってきた。先輩たちに教えてもらったり、話題になった企画書の海賊版も手に入るように

なったのだ。さらに年代を経るごとにAV(オーディオ・ビジュアル)の技術は格段に進歩した。かつてはVTRを編集して101教室の大スクリーンに映像を写してびっくり仰天させ、それが望月ゼミの技術革新を革命的に推し進めた。今では各企業、平気でパソコンを駆使してCGを製作し大胆で美しいプレゼを展開している。大手の広告宣伝のプレゼ専門家が見て驚いていたが、さる企画専門会社の社長も「うちでも真似のできないテクニックを使っている。このソフトをそのまま買いたい。」と少々オーバーに評価してくれていた。確かにかれらのプレゼ技術は大学生のなかでは抜きん出ているであろう。一つには多摩大学のコンピュータ教育が確実に成果を挙げているということでもであろう。しかし、望月ゼミのOBにいわせれば、プレゼの技術が進むと、それだけその技術に頼って中身(コンテンツ)がお粗末になってきた、と嘆く向きもある。それも一つの事実であろう。しかしそうやって学生企業は試行錯誤しながら進展していくのであろう。

学生企業が発注課題にたいしてどのような提言を創りあげたのか、ここで詳しく報告したいのであるが、すでに紙面と時間がなくなった。次のテーマとしたい。

このささやかな望月ゼミ(基礎演習)での試みが少しづつではあるが実を結び始めていることは嬉しいことだ。何人かがベンチャーに挑戦し、僅かではあるが確かな手ごたえを生み出しつつある。ベンチャー・シンク・タンクを創った“クランベーク”(この名前は、望月ゼミで使ったものをそのまま踏襲している)の鈴木崇君、テレビや何やらですっかり有名人になってしまったトイレのニュービジネスを目指す“アン・トイレ・プランナー”(アントレプレナーをもじったもの)を立ち上げた白倉正子君、コンピュータのソフト・メーカーなど現代のサイ

バー・ビジネスの最先端を行き着実に実績を生み出している“チャンネルナンバー5”(この名前も望月ゼミ以来のもの)の奥村泰夫君などである。彼らがひょっとすると次代のアップルやマイクロソフトやソフトバンクやH I Sを創り上げてくれるのかも知れない。むろん、望月ゼミを出た学生のなかには大手の情報会社や建設会社やシンクタンクに入って活躍している人間も多くいる。ベンチャーだけが人生でないことは当然である。写真 . .

ゼミのプレゼを通して喜ばしいことも起こる。「東京・下町の中小企業のルネッサンスをデザインする」を見に来てくれた荒川区の地域振興担当の山形担当官や折原社長の手引きで、荒川区で実際に中小企業を営んでいる若手の企業家たちへ、望月ゼミの企業が新たにプレゼをする機会を与えられたのだ。'96年12月13日、荒川区のプレゼホールで学生たちのプレゼが行われたが、経営者や役所からも大好評であった。私

は学生たちにとってこそこのプレゼは意味があったと評価している。写真 .

これからさらに望月ゼミを活力あるものとしてどう展開していくのか、課題もいろいろとある。学内での専門ゼミ(3年、4年生のゼミ)とうまくリンクしていくこと、学外の同じ様な試みともネットワークしていきたい。企業家の多くの方々とこのさらに強力な繋がりや、応援団もほしい。VC(ベンチャーキャピタル)との密接な情報支援もしたい。これらの夢はつきることではない。

多摩大学のモットーである「国際、学際、実際」がまさに学生たちの手で実践されたのである。私はこの多摩大学創設以来情熱を注いできた試みを、これからもイノベートさせながら続けていくつもりである。そして、最後に夢を語れば株式公開した教え子の株を買って悠々自適な生活をしてみたいものだ、大きな希望を持っているのである。写真

著者プロフィール

1943年静岡県生まれ。1967年日本大学理工学部建築学科卒。1969年日本大学理工学部大学院修了。1977年日本大学理工学部講師に就任。1989年多摩大学教授に就任。1990年望月照彦研究所設立。現在、多摩大学経営情報学部教授、望月照彦研究所代表。都市創造、まちづくり、産業振興、商店街開発、ウォーターフロント等、行政・民間のプロジェクトを多く手がける。神奈川県商業ルネッサンス推進委員会座長を皮切りに商業集積研究会・コーディネーター(通産省)、東京国際フォーラムサービス施設整備推進委員会・委員長(東京都)、ジャパンエクスポ調査研究会・委員長(通産省)等多くの委員会活動に携わる。専門分野はハイテクノロジー・パーク、コンベンション・インダストリー、アーバン・リゾート、ビジネス・インキュベーター、21世紀型商業等多面的に研究開発を行っている。

著書

『マキノロジー 街の文化学』創世記。『商業ルネッサンスの時代』ダイヤモンド社。『地域創造と文化政策』ぎょうせい。『都市民俗学講座 全五巻』(未来社)等多数。



望月ゼミのOBは、実に良く後輩の面倒をみ、また後輩は先輩を頼りにする。第1回生鈴木崇君はソフト・プランニングのベンチャータンクをやっているが、毎回のプレゼに参加し、アドバイスしている。



3回生の白倉正子さんは望月ゼミ当初から、その元気で注目されていた。卒業後トイレ・ビジネスの新分野を旨とし、自ら「アン・トイレ・プランナー(アントレプレナー)」として活躍している。



3回生の奥村泰史君は望月ゼミ当時からのchnnel 5という会社名で独立。学生ベンチャー出身でコンピューターソフト会社の有力企業として注目され大活躍している。朝日新聞'96年5月18日号より掲載。



「東京下町の中小企業ルネッサンスを仕掛ける」というテーマでは荒川区から、ぜひその同じテーマで区内の中小企業者の前でプレゼを！という要請があり1996年12月に実現した。学外との実際的な交流がこうやって着実に進められている。むろん学生たちにとっても大いに刺激になることでもある。



荒川区の若手の中小企業トップとのプレゼ大会で集まった面々。学生たちの提案に感動と同時に厳しい意見も次々に飛び出す。



1995年7月に行われた「超パチンコ産業をデザインする」のプレゼ終了後の望月ゼミ全員。発注者のピーアーク社長庄孝輝氏は、この賞品として1位チーム全員をアメリカの見本市視察に派遣してくれた。おかげで望月ゼミの活動と視野もグローバルになってきている。