

オープン
カレッジ

アントレプレナーシップ
研究では、アントレプレナ
ーの誤語を巡る混乱、すな
わち「起業家」と「企業家」
のどちらに訳すかの議論が
たまに起こる。実際に米倉
誠一郎の論文「経営革命：
イノベーション遂行者とし
ての企業家（アントルプル
ヌア）」(2015年)では、
このような混乱の議論と共
に、起業家と訳すことで、
対象範囲が新しい企業の立
ち上げのフェイズに限定さ
れることを指摘している。
しかし、本来は、立ち上げ
後に持続的に企業を経営で
きる「企業家」を考へるこ

再考・アントレプレナーシップ教育③

んどは、事業の立ち上げに
重点が置かれる。例えば、
最低限のプロダクトを意味
する「MVP」の開発、顧
客の反応を得ながら短期間
で製品・サービスの開発を
試みる「リーンスタートア
ップ」といった手法がそう
である。これらは一から商
品やサービスを作るにはど
うしたら良いかを教えてく
れる。この教育そのものを
否定するつもりはない。初
期の段階において事業作り
が死活問題であることは間
違いないのだ。
しかし、先に述べたよう
な「企業家」の教育を目標
すのであれば、従来の教育
が事業の成立を目指して財
市場を重視してきたところ
から、労働市場と資本市場
も合わせた三つの市場に向
く。

では、企業家は何を担う
のかと言えは、三つの市場
に關係するステークホルダ
ー(利害關係者)の全てを
満足させられるように、企
業単位の価値を高めていく
ことである。事業、人材、
資金のそれぞれが自社の価
値基準に合っているか、三
つの市場との關係が自社の
望む方向性になっているか
を、企業家は判断しなければ
ならない。当然ながら、
そこには自身や自社の価値
基準を明確にすることも含
まれる。

「起業家」から

「企業家」へ

とこそ、私たちの社会が期
待することではないか。
一方で、現在のアントレ
プレナーシップ教育のほと



堀尾 証人
山形大学経済学部教授
堀尾 証人
山形大学経済学部教授

ほりお・まさと 専門はアン
トレプレナーシップ、組織論。
神戸大学大学院経営学研究科博
士後期課程修了。博士(経営学)。

き合う教育を目指さなけれ
ばならない。これが今回の
問題意識だ。
例えば労働市場に關して
は、事業の持続性を支える
人材の確保や組織の組成が
求められ、どのような人を
採用し、どのように参加を
促し、組織作りはどうか
かといったことがテーマに
なる。資本市場については、
自社の中長期の成長をどの
ように描き、資金の調達
の形とペースをどうするかが
いではないか。

従来の教育で重視された
事業の立ち上げは、到達す
る地点が見えやすく、それ
ゆえ教えやすいという利点
もあっただろう。一方で、
今回取り上げた企業家が目
指す企業単位の価値向上、
言い換えれば「良い企業を
作り続けること」は、道の
りの長い終わりのなき旅であ
る。教育する側にも長旅を
共にする覚悟が求められる
が、必ずしも一人で担う必
要はない。既存の経営学の
知識との接合が検討されて
も良いだろう。アフリカの
有名なことわざに「早く行
きたければ一人で行け、遠
くへ行きたければみんなで行
け」とある。そんな心構
えを持って臨んでみてもよ
いのではないか。