

卓見 異見

東京農工大学
大学院教授
松下 博宣



まつした・ひろのぶ 81年(昭56)早大商卒、コーネル大院修了、米コンサルタント会社などを
経て97年ケアブレインズを創業しeラーニング事
業等を展開。07年に同社売却。東京農工大・産業
技術専攻で起業家・技術経営者の知見を伝える。

筆者は創業社長として、裸一貫
から企業を立ち上げ、成長させ、
とある上場企業に会社を売却して
イグジットを果たしたことがあ
る。その道すがら、いくつかの起
業家賞をとったり、ベンチャーキ
ャピタルからの出資を獲得したり
もした。人生とは不思議なもの
で、売り払ったはずの会社だが、
ベンチャーの起業や経営の経験
は、ずっとアタマの引き出しのよ
うなものになっていて、その後、
役に立つこと甚だしいのだ。

術、金、時間、空間などの経営資
源を引つ張りこみ、会社の成長ス
テージごとに戦略を描き替える
といった流れや、戦略、財務、マ
ケティング、MOT、知財、オペ
レーション、イノベーション論と
いったテーマは「知識」として体
得することはできる。しかしアタ
マでつかちだけでは、モノコトつ
くりを貫徹できないのだ。

起業家の黄金律

では、どのような人材がモノコ
トを起こし、イノベーションを体
現できるのだろうか。それは、知
的足腰が伴った創造的な奇人変人
だ。そのような人々は四つの階層

知識偏重ではダメ

例えば今は、いくつかの大学院
で起業家論、ベンチャービジネス

創造的奇人・変人のすすめ

論、技術経営(MOT)論などを
教えている。モノコトを起こすこ
と、つまり、自分でリスクを取っ
て事業を立ち上げる独立起業家
(アントレプレナー)、組織内で
新規事業や社内ベンチャーを立ち
上げる組織内起業家(イントレプ
レナー)、産学官など異なったセ
クターや組織間関係をデザインす
る人(トランスプレナー、私の造
語)、社会起業家(ソーシャルア
ントレプレナー)は、現在の日本
に最も求められる人材である。こ
のような人材づくりのため、つた
ない経験が役立っている。

なるほど、起業のアイデアを創
造し、人、モノ、コト、知識、技

構造を持つている。これを起業家
黄金律という。

(1)ゲシュタルト層。たくまし
く生きてゆくための力動、性根
だ。進化を推し進める力動。人間
の本質である魂が高い次元を目標
していることが大事だ。

(2)人間力。継続的安定的な動
機をもとに、能力や資質を伸ばし
て行動を通して成果を生み出す力
だ。心理学ではコンピテンシーと
呼ばれる。

(3)創造的習慣層。ネットワー
クとしてのいいアイデアや直感が
生まれる素地は①インスピレーシ
ョンに満ちた瞬間を豊かに持つ②
多様なアイデアをリラックスして

「出る杭」に起業家パワー

混交させる知的スペースを持つ③
長い時間かけてアイデアを煮詰め
ること、ゆっくりとした直感を醸成
する④モノコトの裏、秘められた
次元を深く洞察すること。

(4)インターフェース層。起業
行為は起業家とその周りとの自由
闊達な関係性によって成り立つ。

(1)～(2)は起業家個人に還元
できるが、(3)～(4)は社会との
関わり合いや関係性をビジネスモ
デルとしていかにデザインして創
り上げてゆくのかということだ。

知的に勃起しよう

そのような構えがあつてははじめ
て、人は知的に勃起し起業家たり
うる。このラジカルな勃起エネル
ギーこそがイノベーションのパワ
ーの源泉であり、創造的破壊の根
源をなす。勃起パワーはインタ
フェース層を介して周囲に伝わ
り、共創、共感、共鳴、共認の場
を創つてゆく。

「起業家社会の実現」とか「起業
立国」といったスローガンとは裏
腹に、何年も廃業率が開業率を大
幅に上回り、大企業や役所など「寄
らば大樹の陰」を目指す新卒者、
既卒者にあふれる日本は起業家衰
国である。確かに起業家やベンチ
ャー支援のための社会経済的な制
度は、10年前とは比較にならない
ほど充実してはいる。しかし、起
業家の行動様式が貧困な日本社会
の病理は、知的に勃起する人を
「出る杭」空気と異質な人「同調
しない人」と見なす傾向が強い。

そのような中で、受講者の過半
が起業家、起業家予備軍、社内起
業家、産学官コーディネータ、看
護師や助産師を中心とした社会起
業家になる筆者独自の「起業家寺
子屋」は高い生産性を誇ってい
る。ラジカル人材「奇人変人と一
緒にいたることが楽しい筆者にとつ
て、このような場は生きがいの場
でもある。類は友を呼ぶのか。

(次回)は神奈川県知事の黒岩祐
治氏です)