

地球貢献に資するひとづくりを、企業・大学と実践する

人材応援

2024.09

VOL. 25

社内ビジコンは、 新規事業創出に有効なのか？

関西電力株式会社
本田技研工業株式会社
パナソニック株式会社

次世代のアントレプレナーシップは、 いかにして育まれるのか

静岡大学
東京都立大学
奈良先端科学技術大学院大学

ひとと組織の研究開発
感謝と称賛が、パフォーマンスの高い組織づくりのペースになる

東京女子大学 准教授 正木 郁太郎 氏

■人材開発論

03 「わからないから、面白い」が、未知な世界と繋がる力になる

■2025年の分岐点

05 多様な価値観の中で、新たな価値を表現し仲間を集める
東京大学大学院 総合文化研究科 修士2年 前川 瑠里 氏
株式会社リバネス グループ開発事業本部部長 人材開発事業部
Leave a Nest Malaysia Sdn. Bhd. 取締役 上野 裕子

■特集1

次世代のアントレプレナーシップは、 いかにして育まれるのか

12 垣根の低い地域と育む「やらまいか」精神
静岡大学 イノベーション社会連携推進機構 産学連携推進部門
部門長 特任教授 コーディネータ 鈴木 俊充 氏

14 世界で通用するコミュニケーション力を研ぎ澄ます
東京都立大学 理学研究科 助教
株式会社サイエンスグルーヴ 取締役 立木 佑弥 氏

16 彩り豊かな人材の交わりが創造性を加速する
奈良先端科学技術大学院大学 学長 塩崎 一裕 氏

■私が海を渡った理由

20 日本発の技術で、東南アジアに宇宙産業をつくりだす
株式会社IDDK 取締役CFO 吉岡 康平 氏

■特集2

社内ビジコンは、新規事業創出に有効なのか？

22 26年間の取り組みに裏打ちされた独自路線
-かてん起業チャレンジ制度
関西電力株式会社 イノベーション推進本部
イノベーション推進グループ チーフマネジャー 四宮 雅也 氏
イノベーション推進グループ リーダー 大畑 智也 氏
イノベーション戦略グループ チーフマネジャー 市橋 公平 氏

24 チームで寄り添い続け、社員の想いを事業に変える伴走者
本田技研工業株式会社 IGNITIONプロジェクト統括 中原 大輔 氏

26 8年間の成果を活かし、「共創」で全社を変革する
パナソニック株式会社
CTRO(Chief Transformation Officer)兼CVC推進室長 郷原 邦男 氏

■ひとと組織の研究開発

30 感謝と称賛が、パフォーマンスの高い組織づくりのベースになる
東京女子大学 准教授 正木 郁太郎 氏

■リバネスユニバーシティ

33 新たな概念形成と実践が世界を変える人を育てる
リバネスユニバーシティ学長
株式会社リバネス 代表取締役社長 COO 高橋 修一郎

36 他流試合による「ひとづくり」で、変化し続ける組織をつくる
東武不動産株式会社 開発事業本部 街づくり推進部長 野田 和義 氏
artience株式会社 インキュベーションセンター 所長 高橋 隼人 氏
株式会社リバネスキャピタル 代表取締役社長 池上 昌弘 氏

40 カレッジ紹介

44 2024年度後期開講コース一覧

STAFF

人材応援 編集部

編集長 立花 智子

編集 上野 裕子、楠 晴奈、蔵本 育幸、
佐野 卓郎、森安 康雄

記者 塩川 雅貴、海浦 航平、重永 美由希、
伊達山 泉、
デューリヤ・イェブジエニ・アスター、
中島 翔太

発行人 丸 幸弘

発行元 リバネス出版(株式会社リバネス)
東京都新宿区下宮比町1番4号
飯田橋御幸ビル6階
TEL:03-5227-4198
FAX:03-5227-4199

表紙・DTP 高杉昭吾デザイン事務所

印刷 昭栄印刷株式会社



【表紙】

東京大学大学院 総合文化研究科 修士2年
前川 瑠里 氏

- 発刊に寄せて -

本誌は、リバネスの人材開発事業部とひとづくり研究センターのメンバーが、企画から編集まで一丸となって作っています。おのおのが自らの好奇心とミッションに従って、各ページに想いを込めています。興味の湧いた記事がありましたら、ぜひご連絡ください！私たちとディスカッションしましょう(リバネス 人材開発事業部 hd@Lnest.jp)。

編集長 立花 智子

人材開発論

誰もがコトを起こすリーダーになれる

「わからないから、面白い」が、
未知な世界と繋がる力になる



これから誰もが、新しいコトを起こすのが当たり前時代がやってきます。「本業が忙しい」「やり方がわからない」壁は色々あるかもしれませんが、まずは自分が当たり前だと思っている考え方やものの見方をちょっと変えるだけで始められることは意外とたくさんあります。

例えば、みなさんは、普段どういうことを「面白い」と感じますか？「よくわかった！面白い！」というのは多くの人を感じたことがあるかもしれません。では、「全然わからない！面白い！」はどうでしょうか。まったく未知の世界の知識を手に入れたり、これまで話したことのない世界の人と関係性を構築

するときは、後者の思考で乗り込んでいく方が絶対に得るものが多いです。わからないものに出会ったとき、どちらかというとながティブな思考で排除してしまうことが多いと思いますし、生き物としては自分の身を守る大事な思考です。一方、研究の世界では、「わからないから、面白い」が圧倒的に優位です。自分の想像を超えたものに出会えたとき、自分の研究の可能性が一気に広がるわけですから、「よくわからないものを見つけた、やった！！！」と小躍りしたくなるのが研究者です。企業の中で、新規事業の種や既存事業の新たな可能性を探るとき、ベンチャー企業の創業者や異業種のパートナーと話しているでしょうか。自分の想像も

つかないことを行っている人に出会ったとき、その場ですぐに分かった気になってしまったり、「よくわからないので話にならない」と諦めてしまったら、それ以上話すことはなくなってしまいます。わからないからこそ、真剣に相手と向き合うことができ、双方にとって未知の視点からディスカッションができる。「わかるから、面白い」ではなく「わからないから、面白い」その順番の転換が、新しいものと繋がる力になるのではないのでしょうか。

ブリッジコミュニケーションの教科書ができました！



『誰もが「地球貢献型リーダー」になれる思考法』

[出版社] リバネス出版(株式会社リバネス) [価格] 2,000円(税抜)
[著者] 楠 晴奈 [コラム] 西山 哲史・石澤 敏洋・藤田 大悟・岡崎 敬

- 第1章 地球貢献型リーダーは「サイエンスブリッジコミュニケーター」
- 第2章 さあ、はじめよう！トレーニングに必要な4つの心構え
- 第3章 自らコトを起こす考え方や行動を学ぶ—誰でもできる、5つの思考の変化—
- 第4章 仲間を集める方法を学ぶ—「話せる・書ける」を支える4つのスキル—
- 第5章 仲間を集める方法を学ぶ—「子ども」を仲間にする2つの挑戦—
- 第6章 リーダーとなって動き続けるテーマを決める—3人の仲間を集める旅—



人材応援プロジェクト

私たち株式会社リバネスは、知識を集め、コミュニケーションを行うことで新しい知識を生み出す、日本最大の「知識プラットフォーム」を構築しました。教育応援プロジェクト、人材応援プロジェクト、研究応援プロジェクト、創業応援プロジェクトに参加する多くの企業の皆様とともに、このプラットフォームを拡充させながら世界に貢献し続けます。

株式会社 ARK	株式会社 EAGLYS	オプティム・バイオテクノロジー株式会社	三和酒類株式会社	太陽誘電株式会社	株式会社 NEST RdLAB	マイキャン・テクノロジーズ株式会社
artience 株式会社	株式会社イノカ	株式会社ガルデア	株式会社ジャパンモスファクトリー	株式会社ダスキン	株式会社ノベルジェン	マイスターズグリット株式会社
aiwell 株式会社	株式会社エアロジーラボ	キオクシア株式会社	株式会社 Sydecas	株式会社中国銀行	長谷虎紡績株式会社	Mipox 株式会社
株式会社 IHI	株式会社 ACSL	キッコーマン株式会社	セイコーグループ株式会社	DIC 株式会社	東日本旅客鉄道株式会社	株式会社マテリアルゲート
株式会社 IDDK	株式会社 Eco-Pork	京セラ株式会社	株式会社 Soilook	THK株式会社	株式会社日立製作所	株式会社 MANN
アグリショット株式会社	エスター株式会社	キリンホールディングス株式会社	綜研化学株式会社	東武不動産株式会社	株式会社 PITTAN	明治ホールディングス株式会社
アサヒ飲料株式会社	株式会社エヌケービー	建ロボテック株式会社	ソミックグループ	東洋紡株式会社	BIPROGY 株式会社	株式会社メタジェン
アステラス製薬株式会社	株式会社 荏原製作所	幸福ホールディングス株式会社	ダイキン工業株式会社	西日本電信電話株式会社	株式会社ヒューマノーム研究所	モルミル株式会社
アメリエフ株式会社	大阪ヒートクール株式会社	株式会社サタケ	株式会社ダイセル	日鉄エンジニアリング株式会社	株式会社フォーカスシステムズ	株式会社吉野家
UntroD Capital Japan 株式会社	株式会社 AutoPhagyGO	サントリーホールディングス株式会社	大日本印刷株式会社	日本ハム株式会社	株式会社プランテックス	ロート製薬株式会社



社名の変更、感性と素材に向き合う覚悟

artience株式会社



artience株式会社
インキュベーションセンター 所長
高橋 隼人 氏

当社は2024年1月に、東洋インキからartienceに社名を変更しました。artienceという社名には、artとscienceの二つを融合させて、新しい価値を生み出していくという決意が込められています。今までは技術力で機能的な価値を提供してきましたが、これからは感性的な価値も届け、心の充足を実現したい。そしてそれには社内の力だけでは足りません。外の知恵も借りながら、みんなで考えていく「場」が必要だと考えています。自前主義から脱却す

るのは簡単ではありませんが、それをやらなければ新しいものは生まれてこないのです。「心の充足」とは抽象的で掴みどころがないかもしれません。でも、そこにこそビジネスチャンスがあると信じています。こんな想いをこめて、当社は9月より感性価値の創出を企業の柱をこえて実践する「感性と素材カレッジ」を始めます(43-44ページを参照)。ぜひ私たちと、心豊かな未来にともに挑みましょう。

2025年の分岐点

2025年は、日本の労働人口の過半数をミレニアム世代が占め、働く人の価値観が大きく変わる転換点でもあります。これからの社会の中核を担う若手人材がどのような価値観で行動し、どのような視点で世界を見ているのか。私たち企業は彼らから学べるが多くあるはずです。

本コーナーでは、独自の視点や情熱を持ち、自ら行動を起こして社会の中で活動をする学生を紹介します。彼らの活動を応援しながら、互いの価値観を共有し、共に未来の社会を構想していきます。



前川 瑠里 氏

東京大学大学院 総合文化研究科 修士2年

1999年生まれ、京都府出身。大阪府立大学工学部に所属中の2022年にMAKERS UNIVERSITY 第6期生として活動を開始し、研究コミュニティ ミツパチを設立。その運営を担う株式会社QueenBを立ち上げ、若手研究者の研究資金獲得イベントなどを多数実施。2023年リバネス奨学金第一期生に採択され、2023年10月に初の海外イベントAsia Science Hiveをマレーシアで開催。現在は活動を継続しながら大学院では人工臓器オルガノイドの研究に、会社ではアントレプレナーシップを持った博士コミュニティの創出と研究を自動化するロボット開発に東北大学と提携して取り組んでいる。

上野 裕子

株式会社リバネス グループ開発事業本部部長 人材開発事業部
Leave a Nest Malaysia Sdn. Bhd. 取締役

博士(理学)。在学中は米国留学経験を通じて、極限環境生物学にて生命の起源の探求を行う。2013年株式会社リバネス入社。人材開発事業部部長などを経て2021年10月より、グループ開発事業本部 部長、同年11月よりLeave a Nest Malaysia Sdn. Bhd. 取締役を務める。リバネスグループが拠点を持つアメリカ、イギリス、シンガポール、マレーシア、フィリピンのディープテックスタートアップの発掘育成を行うと同時に、スタートアップと協業した日本企業の新規事業のデザインを行う。

2025年の分岐点

多様な 価値観の中で、 新たな価値を表現し 仲間を集める

現在東京大学大学院で学びながら、株式会社QueenBの立ち上げメンバーとして研究コミュニティミツバチの運営などを通して、研究をやりたい誰もが研究できる社会を目指している前川瑠里さん。リバネス奨学金で第一期生として採択され、採択者の活動を支援するゼミ活動をきっかけに、若手研究者のための研究資金獲得イベント「Asia Science Hive」をマレーシアで実施、成功させた。今まさに成長途上の若手研究者でもある彼女をこのような活動に駆り立てるのはいったいどのような価値観なのだろうか。リバネスマレーシアの取締役でもあり、ゼミ活動の中で彼女の取り組みを支援した株式会社リバネス上野裕子と語る。

情報だけでなく 自分の目で確かめる

上野 高校1年生のときから研究が好きだったと聞いたのですが、「研究」がしたいと思えたのはなぜなのでしょう。中学高校で理科の授業はありますが、そこでやるのは「実験」ですよね。実験は、教科書で習う内容を体験する、いわばおいしい料理を作るための答えが書いてあるレシピ本のようなもの。でも、答えのない問題に取り組む研究は違います。どこで研究の楽しさを知ったんですか？

前川 高校生の頃はとにかく化学オタクで研究のことしか考えてなかったですね。研究を知ったきっかけは、グローバルサイエンスキャンパスという取り組みに参加したことでした。高校生が大学で研究ができ

るプログラムで、大阪大学、京都大学などに通い、新規の蛍光分子を合成して、構造による蛍光輝度の違いを調査していました。先生も結果が分からない。教科書にも載っていない未知のものを解き明かしていくことが、楽しかったですね。

上野 なるほど。でも、そもそもそういう取り組みに参加しようと思ったのはなぜなのでしょう？

前川 実は最初は進路選択のためでした。高校までは科学の教科書で、「数学」や「物理」という分類でした。でも大学受験の志望調査で急に「理学」とか「工学」が出てきて、ぜんぜん違う枠組みで捉えられてると思いました。それぞれがどのように違うのか分からなかったんです。その頃友達に「一緒に工学と理学の違いを確かめに行こう」と言われて、そ

れは意思決定に関わる良い経験ができそうと思い、プログラムに参加しました。

上野 自分が高校生の頃のことを考えると、例えば大学案内に書いてあることを確かめに行こうという発想はなくて、書かれている情報から判断していたように思います。今は当時よりももっと簡単にたくさんの情報が手に入るとは思いますが、それでもやっぱり「自分の目で見たい」と思うものですか？

前川 そうですね。百聞は一見にしかずといいますが、自分の体験が一番信じているのかもしれない。自分が面白いと思えるかや、向き不向きはネットは教えてくれないじゃないですか。もちろん、体験ができる恵まれた環境にいたというのも大きいと思います。

思い通りにいかない時間が 視野を広げる

前川 その後、研究がしたくて大学に入ったわけですが、どうやら学部1年生では研究はできないらしいということにはじめて気がついたんです。化学の研究がしたかったのですが、「危ないから1年生にはやらせられない」、「ちゃんと授業で学んでからね」と言われて。最初はそんな仕組みは変えられるはずだ、と思って、学部長にまで直談判に行ったんですが答えは同じでした。

そのうち化学もあまり好きではなくなっていました。研究で知りたいことを自分で調べていく能動的な学びに対して、授業のような偶発的な学びの両軸がある時間が自分はとても楽しくて。高校生の頃はその2つがリンクしていたんですが、それが片方になってしまったのが、大学1年生の頃でした。実は大学受験で第一志望校に落ちていたこともあり、その頃とても悲しくなっていました。でも、悲しいという感情の理由を考えたときに、高校生の頃から研究しかやってこなかったことで、自分が研究や学問の評価軸でしか自分を測れていないと気づきました。自分はまだしも、これから関わる人、世の中や時代を1つの価値観でしか測れないのは豊かでないと思い、それで、あえて研究以外のことをやってみることにしました。イベントで100人集客してみたり、起業関連の取り組みとか、そういうことに色々参加していました。

上野 なるほど。自分の視野を意図的に広げようとする時期も大切ですよ。

前川 イベント開催を通じて、自分の興味のなかった分野も含めてたくさんの人と話したのですが、結局自分が心惹かれるのは研究でした。これだけいろんなことを知っても、やっぱり研究が好きなら、もう一度この道で挑戦してみようと心が決まりました。そこで、日本では研究できないと見切りをつけ、海外留学プログラムに応募し、ジョージア工科大学への短期留学ができるようになったんです。ところが、ちょうど世界的な新型コロナウイルス感染症の拡大が始まってしまい、その年の留学は延期になってしまいました。

上野 2021年の冬頃だとちょうど大変な時期ですね。

前川 どうせ何もできないなら、

と、大学に入って自分が研究できなかった経験を元に、学部生でも研究できるようにする仕組みを作り始めました。活動しているうちに、学生の起業を支援するNPO法人ETIC、が運営するMAKERS UNIVERSITYの存在を知りました。最初は起業経験がないため躊躇していたのですが、受けて失うものを考えた時になかった、むしろ応募の過程で自分のやりたいことを内省できる良い機会だと考え挑戦してみようと参加しました。大学2年生の冬に活動が始まったのですが、ここで、「君たちは今日から起業家だ」といわれ、とにかくヒアリングの重要性や課題の解決を重視する新しい考えを叩き込まれていきました。

上野 ここでの活動が今運営している研究コミュニティミツバチの立ち上げや会社設立につながっていったんですね。



2025年の分岐点

異なる価値観の二者択一から融合へ

前川 一方で、ジョージア工科大学に行く権利はまだ持っていたので3年生の夏に渡米しました。当時は昼間は大学で研究して、帰ってから明け方までオンラインでMAKERSのプログラムを受けていました。

上野 とても大変じゃないですか。なぜそんな生活を続けられたんでしょうか。どちらかを辞めるといふ選択肢もありましたよね？

前川 自分は起業家なのか研究者なのか、どちらを取るのか見定める期間にしようと思っていたからです。その時はすごく視野の狭い人間で、今の世の中にある生き方を見て、二者択一で自分をどちらかに当てはめようとしてたんだと思います。

上野 その時の起業家の定義は会社を作ることですか？

前川 そうですね、その時の起業家

の定義は、どっちかという、会社を作って、誰もが研究できるシステム自体を作っていき人、自分がプレイヤーというよりも、プレイヤーを支える基盤を作っていき人だと思っていました。

実は渡米直前は、研究をしていない時間が長すぎて、自分が研究が好きなかわからなくなっていました。でも、現地で聞いたハーバード大学の教授の講演がとても面白くて、感動したんです。結晶学の研究者だったのですが、誰かの役にたっているから、価値があるからではなく、シンプルに研究が好きでやってるんだろうなという印象でした。そのころは、働くというのは、例えば起業して、なにかの課題を解決して、その対価としてお金をもらうものだと考えていたんです。でも、ただ単に面白い、それを追求するというところに、心が動く自分がいるんだということに気づきましたね。そこでもうちょっと研究したいなと思ったのが、大学3年生の夏でした。

上野 私は生命の起源の研究をする

ために極限環境微生物の研究をしていたのですが、一人の人間が探究心を突き詰めるために、全エネルギーをかけることができる、そういう研究者にとっても憧れていました。

前川 そこから私自身にも少し変化があって、それまでは、私自身研究と解決したい世の中の課題が結びついてない人間だったのですが、自分が取り組んでいた研究テーマがどんな課題を解決するのか興味をもち始めました。今は科学的な現象としての面白さもあり、かつ課題を解決し、かつ世の中のためにもなる研究が私にとってのエキサイティングな研究です。

上野 両方同時にやったからこそ、価値観が融合してきたんですね。

新しい価値を表現できる人

上野 リバネス奨学金の活動中に取り組んだAsia Science Hiveでは何か良い発見はありましたか？

前川 英語を使いながら、多種多様な背景をもった国籍も違う人たちが集まり、かつみんなが納得できる意見のゴール、収束先を見つけていくという体験ができたのはすごくいい経験だったと思っています。今までは英語でのミーティングでは意見をいう一参加者で、収束先を見つけないといけない立場にいなかったのが新しい体験でした。

上野 私も海外子会社のメンバーと



前川さんが企画した若手研究者が研究資金獲得を目指すイベントAsia Science Hiveの様子。企業や個人スポンサーを集め、日本、マレーシア、インドネシアなどから多くの学生が参加した。



プロジェクトを行っているので、気持ちがよくわかります。より多様になればなるほど、相手の考えをリスペクトしている、というのをこまめに表現しながら議論する必要があると感じています。

前川 より多様性を受け入れようとすればするほど、あなたのその考え方には価値があると思います、それ分かってますよ、と伝えていくコミュニケーションの仕方が必要になりますね。以前何かの本で読んだ話なのですが、人間が進化できた理由は専門性と価値の交換ができたからだ、というのがありますが、私も専門性とその価値の交換で大きな革命や進化が生まれるんじゃないかと思っているんです。価値観が同じ人が集まっていれば、議論はもっと早く進められるけれど、多様になればなるほど、意思決定の速度は下がってしまうのかなと思います。どのフェーズではその多様性が重要で、どのフェーズでは少人数の意思決定がいいのかを見極めていきたいですね。

上野 逆に、日本と文化や背景が違う人同士が同じ組織にいる時に、多少けんかをしてでもゴールに向かって行こうと思えるのは、今やろうとしていることって価値があるよねっていうベースラインで同意し合え

ていないとできないですよ。

前川 価値があると両者が認識しないと交換できないですもんね。奨学金のゼミ活動の中でも最も難しかったのは、今はまだ価値がないものに、将来生まれる価値をどう相手に想像させ、かつ投資してもらうかと考えるところでした。

上野 昔は価値のものさしは、お金とか偏差値とかわかりやすかったけれど、今はものさしがたくさん出てきたと思うんですよ。今まだないものに、なぜ価値があるのかと表現する力の方がよっぽど重要な気がします。それこそ不安定で不確実な時代だからこそ、価値の表現力が問われている世代だと思います。

前川 今ないものに、どのような価値があるのかを見せて、しかもそれを発信して仲間を集めていくの

が大事ですね。

上野 今後はどのような活動をしていく予定ですか？

前川 大学院生になり、自分に近い博士学生に目が向いてきました。現在は学振(日本学術振興会の特別研究員)の採択者が若手研究者として評価されますが、採択されると制度の問題で起業が難しくなります。実用化に至れば世の中にインパクトを与える研究を行っている、やる気のある若手の研究者が多いのにも関わらずです。そんなふうな資格や条件によってやりたいことに挑戦できなくなる状況をなくせるような仕組みを作りたいと思っています。

上野 それもまた新しい価値の発信になりそうですね。これからも応援しています！

(構成・重永 美由希)

前川さんが参加した、熱意ある学生の活動を支援する「リバネス奨学金」の取り組みはこちらで紹介しています。

<https://lne.st/scholarship>

[お問合せ]

株式会社リバネス 人材開発事業部
リバネス奨学金担当(重永) Email: hd@lne.st.jp

リバネス奨学金で学生とともに企業内のアントレプレナーシップを醸成する

企業とアントレプレナー人材のミスマッチの解消

変化の大きな時代、企業の中の人にも適応していく力が求められています。このような時代には、既存事業にとどまらず、新たな事業への挑戦が必要であり、それを推し進めるアントレプレナーシップをもった社員の存在は企業にとって重要です。

一方で、大学や学生も変わってきています。昨今、大学の技術シーズの事業化が期待され、大学発ベンチャーはハイペースで数を増やしてきました。大学ベンチャーキャピタルも立ち上がり資金を提供し始めています。身近に事業化に取り組む教員が増えている他、カリキュラムとしてもアントレプレナーシップについて学べる機会が増えています。このような大学の教育環境の変化により、アントレプレナーシップを持つ、もしくは発揮する適正のある学生は増えていると考えられます。

しかし、このような学生は、既存の企業に入社することに多少なりとも疑問を持っています。それゆえ新卒採用することは一筋縄ではいかないでしょう。アントレプレナーシップを発揮している学生は既存の採用ルートでは力を発揮できないことが多く、その適性がある

学生も現在の評価基準の中では型にはまってしまいます。このような学生を採用するには、新たな採用方法が必要です。

この「既存の採用ルートと、アントレプレナーシップを鍛えた学生のミスマッチ」という大きな課題を解決すべく、リバネスが新たに考案したのがリバネス奨学金の取り組みです。実は、学生はアントレプレナーシップを学びながらも、それを発揮する行動にうつす機会はあまり多くありません。そこで、その機会を企業が支援することで、アントレプレナー育成を加速することと企業へのアントレプレナー人材の流入を両立出来ると考えました。

奨学金を「投資」に位置づける設計

多くの奨学金プログラムは、投資には位置づけられていません。給付型の場合は返済も求められません。リバネス奨学金は学生の「活動」を支援するためのプログラムです。そして金銭的な返済を期待するのではなく、ユニークな活動を通じて世の中に働きかけることを期待してお金を渡す、という設計にしています。自らも学生ベンチャーとして始まったリバネスは、多くのメンバーが学生だった事業立ち上

げ前に、周囲の人生の先輩たちから支えられて成長してきた経験があります。この経験から、大学の勉強でも、起業でもない、はじめて学外に目を向けた活動を支援することが、その後のアントレプレナーシップ発揮につながるのではないかと考えました。また、活動資金だけでなくリバネスのプラットフォーム、これまで社員が築いてきた知識や関係性も活用出来るようにすることを決めました。これは、2016年にリバネス代表の丸幸弘がNPO法人ETIC.の運営するMAKERS UNIVERSITYにメンターとして参画した経験が元になっています。丸ゼミからはサグリ株式会社の坪井氏や株式会社イノカの高倉氏など次世代の起業家が数多く生まれました。そして、リバネスとしても共に事業を作っていく大切なパートナーになりました。

これらを踏まえ、リバネス奨学金のプログラム設計が生まれました。給付する奨学金は10万円。それだけでなく、学生たちにはリバネスの持つ考え方、人間関係、その他活動を目的に向かって前進させるためのスキルやアセットをを惜しみなく提供することにしました。学生が「応援された」という実感を持つことを重要視した設計になっています。

新しい奨学金のしくみをつくる、企業パートナーを募集しています

[問い合わせ先] 株式会社リバネス 重永 hd@lnest.jp

リバネス奨学生の活動

リバネス奨学金では、「科学技術の発展と地球貢献を実現する」に資する社会実験的な活動を構想し、実現していく強い意思を持っている学生に向けて支援を行いました。学生一人ひとりのチャレンジから、様々な活動が生まれています！



リバネス奨学金 第一期奨学生(37名) ※写真は各ゼミ最終回にて撮影

動き出した活動

- 小学生向け自然教育活動(広島県でのゴミ生態調査)
- Science hive in Malaysia (マレーシアでの若手研究者向け研究費獲得イベントの実施)
- 拒食症メカニズム研究の立ち上げ
- 宇宙におけるCO₂からの糖生産システムの開発
- 熊大マウスバンクの事業化
- 未利用資源から創る新規バイオメテック材料の事業化
- プラズマ発生装置の学校向けキット化
- アボカドの栽培育種
- 学生が科学的思考力を養う新規ワークショップの開発
- 「ミミズで見つける探究心」ワークショップ実施@足立区
- 日本版、臨床宇宙専門医の研修プログラム開発
- 東南アジアでのベンチャーインタープラットフォーム@フィリピン
- 「良いグラフ」可視化手法の開発
- 中高生ワクワクキャンプ@山形庄内
- ものづくり駆動教育プロジェクト
- インタビュー記事連載プロジェクト ...etc.

第一期奨学金採択者に聞く リバネス奨学金活用の実態

Q.なぜリバネス奨学金に応募しましたか？

- 自分のための活動資金10万円が欲しかった 13人/17人
- リバネスのネットワークやアセットを活用したかった 8人/17人
- ゼミ活動に参加したかった 9人/17人

【その他の理由】

異分野の研究者、他大学の知り合いを増やしたかった
大学院生がどのような活動をしているのか興味があった
研究仲間をつくりたかった
人との繋がりが欲しかった。

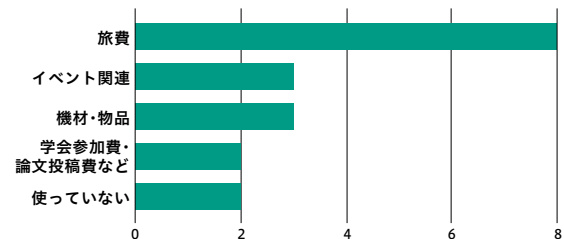
Q.リバネス奨学金に採択され、ゼミ活動を経てどんなことが得られましたか？

- ゼミが始まった当初は、自分のやりたいことが非常に幅広く、抽象的で、正直自分自身でも、「自分がなにをやりたいのか」あまり分かっていない状況だった。しかし、ゼミでのフィードバックや他のメンバーたちとの議論を通じて、自分は科学を通してどんな「世界」を実現したいのかが明確になり、活動の方向性もより具体化された。
- 今回のゼミ活動で心理的に大きく成長出来たと思います。私のコミュニティはこれまでほとんど研究室だけでした。しかし、全く知らない分野における最先端に行く人達と交流出来て、自分が如何に狭い世界しか知らないかということを知り、考え方が洗練された気がします。そこで得た人脈や考え、学術的知識は今でも自分の研究に繋がる部分もあり、本当に多くのことを得られたと思います。
- 研究等の自身の活動に熱心に取り組む同年代と交流する機会となり、自分も努力しようと思うモチベーションにつながった。
- 小さいものだが自分たちが1からプロジェクトを作った経験とビジネスについて学べた。
- 自身の研究の社会的意義について深く考える機会につながった。加えて、WS開催のための難点等について経験することができた。

Q.活動資金10万円は何に使いましたか？

(自由記述回答から分類して集計)

活動資金のため旅費としての利用が圧倒的。遠方から奨学金を利用してゼミに通った人も。今後の起業や活動のために貯蓄している人もいました。



次世代のアントレプレナーシップは いかにして育まれるのか

今、多くの企業でイノベーション人材が求められている。失敗を恐れずに新しいコトを仕掛けるような人材だ。こうした社会のニーズは大学教育にも波及している。イノベーション人材に求められる素養としてアントレプレナーシップがあるが、多くの大学が、社会課題の解決や価値創造をできる人材を育てようとアントレプレナーシップ教育に注力しており、成果も出始めているという。大学におけるアントレプレナーシップ育成とはどんなものなのか。企業での人材育成のヒントになりうるのか。本特集では3つの大学に取材し、イノベーション人材を育成するヒントを模索した。

垣根の低い地域と育む 「やらまいか」精神

静岡大学
イノベーション社会連携推進機構 産学連携推進部門 部門長 特任教授 コーディネータ
鈴木 俊充 氏



静岡市と浜松市にキャンパスを持つ静岡大学では、2017年より文部科学省の次世代アントレプレナー育成事業(EDGE-NEXT)、2021年度からはJSTスタートアップ・エコシステム形成支援にてアントレプレナーシップ教育に取り組んできた。参加者は文理関係なく学部生から大学院生まで幅広い。目標は潜在的な課題感を見出し、解決方法を考え、行動を起こす精神を養うことだ。そして、静岡大学のアントレプレナーシップ教育を下支えするのは地域コミュニティだった。静岡大学を中心に広がるアントレプレナーシップ教育はどのようなものなのだろうか。

やりたい仕事への挑戦を 後押しする環境

静岡大学は2017年よりEDGE-NEXTプログラムに参画し、大学生・大学院生を対象にアントレプレナーシップ教育を本格的にスタートさせた。現在は「MOVE ON」というプログラムを実施している。主催は静岡大学だが、県内の大学生・大学院生が学校の垣根を超え

て集まり、2ヶ月間で新たな事業を生み出すことに挑戦するプログラムだ。参加する学生の多くは、ゼロからイチを作りたいというモチベーションで集まる。このようなプログラムを続けるうちに、起業に関心を持つ学生が自ら鈴木氏のもとを訪れるようになってきた。事業開始当初から学生自身の意識にも変化を感じているが、親の意識にも変化があるという。今まで

は地元の大企業への就職を望むことも多かったが、最近ではやりたい仕事があるなら企業の規模は関係ない、「チャレンジしてみたら」と後押しする親も増えている。「昔は3回転職したら『社会に適應できない』と言われたが、今は何度転職してもマイナスイメージはない。親御さんの意識も明らかに変わってきました」と鈴木氏は話す。

俯瞰的に物事を見て 課題を見出す

静岡大学のアントレプレナーシップ育成プログラムで伝えているのはビジネスの根底にあるもの。つまり単なるお金儲けではなく、社会の見えていない課題を知ることの大切さだ。EDGE-NEXTを履修した学生のひとり、エシカル商品を提案するビジネスを立ち上げ、活動を拡大している。東京・有楽町のマルイに「エシカルな暮らし」という店舗も構え、全国のエシカル商品のマーケティング支援をしている。一方で大手コンビニエンスストアと連携し「ゲーム感覚ゴミ拾いイベント」なども企画する。鈴木氏はこの学生について「新しいビジネスを生み出すきっかけは、プログラムで養った俯瞰的に物事を見る視点だと話してくれました」と振り返った。「学生が社会課題を発見し、解決する力を身につけることが大学の役割。課題意識を持って、それに役立つ知識を見つける。それが将来、企業で働く上でも活きる力になります」。静岡大学が育もうとしているアントレプレナーシップ教育は、課題感を見出し、行動を起こせる学生の主体性を育むことにあるのだ。

垣根の低さが 次世代を育てる力

行動力のある学生を輩出している静岡大学のアントレプレナーシップ育成プログラムだが、実は、それを下支えしているのは大学を取り巻く地域コミュニティだ。特に浜松地域には「やらまいか」(＝「とに

かくやってみよう」という浜松地域の方言)の精神が根付いており、企業、金融機関、行政の垣根も低い。鈴木氏は「この地域は行政や支援機関、金融機関の垣根がなく、お互いの顔がよく見える関係なのです。ビジネスライクな話し合いではなく、いい意味で『おせっかい』な感覚で相談に乗ってくれるのです」と話した。「産業界とのつながりは地域に根差す大学にとっても重要」として、鈴木氏は以前、産業支援機関に勤めていた経験から大学を支援機関の一つと位置付け、企業との橋渡し役を担うことで大学の敷居を低くする取り組みを続けてきた。鈴木氏の努力もあってか、静岡大学は、多様な人々を惹きつける地域に開かれた大学になっている。静岡大学では、学生たちの多くが鈴木氏をはじめ大学コーディネータの紹介を経て、地元企業や金融機関に気軽にアクセスできる環境が整っているのだ。

小中高生にも広がる アントレプレナーシップ

そして今、アントレプレナーシップ教育の環が、静岡大学を中心にさらに若い世代にも広がりを見せている。2023年からは高校生向けのプログラムがスタート。今年も「しずおかスタートアップキャンプ」が開催中で県内全域から約30名の高校生が集まっている。このプログラムでは高校生たちが身近な課題感を持ち寄り、3ヶ月間で課題解決のアイデアを生み出す。昨年参加した高校生からは「オープンキャンパスなどで様々なノベルティーをもらうけど使わないものがほと

んど。それなら本当に必要としている人に届けたい」といったアイデアが飛び出した。確かに、机に眠っている使わない文房具は多いだろう。実際に物品を集め寄付先に提供するまでには、市役所にヒアリングに行ったり現場に足を運んだりした。そんな高校生たちの社会課題解決への熱量は大学生に負けていない。さらに今年は、小・中学生にまでそのを広げ、低学年からアントレプレナーシップマインドを楽しく学習できるイベントも予定している。このように、静岡大学は今、年齢を問わず、「やりたいことができる力を身につける場所」として、地域と協力しながら、次世代の挑戦を支援している。「目的意識もなく学生生活を送るのではなく、自分の課題感と向き合い、課題解決に足りていない専門知識を大学にて身につける。それが静岡大学のアントレプレナーシップ教育です」。地域に根差し、学生の主体性を育む。「やらまいか」の精神は、きっと日本の未来を切り拓く原動力となるだろう。

(文・伊達山 泉)

鈴木 俊充 氏

財団法人しずおか産業創造機構(現 静岡県産業振興財団)勤務を経て、2008年(平成20年)から静岡大学イノベーション社会連携推進機構のコーディネータ。技術相談や共同研究などをサポートする一方で、企業間の連携サポートや学学連携、県内支援機関や地域金融機関、公設試等との連携まで行う。

世界で通用する コミュニケーション力を 研ぎ澄ます

東京都立大学 理学研究科 助教
株式会社サイエンスグルーヴ 取締役
立木 佑弥 氏



2020年4月、首都大学東京から名称変更をして誕生した東京都立大学は、都市の未来を展望して設計された公立大学だ。大学院も7研究科11専攻17学域ある総合大学でもあり、都内各所にキャンパスを設け、多くの学生が通い学んでいる。本大学においてもまた、アントレプレナーシップを学ぶことができるカリキュラムが存在している。立木氏は、このカリキュラムを運用しているメンバーのひとりだ。東京都立大学ではどんな目的で、どんなプログラムを実践しているのか、立木氏に話を聞いた。

海外に飛び出し、 自発的活動を促す

東京都立大学では、17年前から大学院生向けの海外研修を行ってきている。参加者は修士過程を中心に博士過程までの学生が十数名程度、理学部や理工学研究科など複数の研究科から応募する。先輩から話を聞いてクチコミで応募する学生も多いようだ。本研修では、アメリカやシンガポール、マレーシアなど海外に実際に出向き、研究や自分が取り組んでみたいと思う科学技術をベースとした社会課題の解決策としてのビジネス提案など、自分自身の考えをプレゼンテーションする内容になっている。プレゼンテーションは事前研修を通して構築・練習を重ね、自分が会いたい人に対して自身でアポイントメントを取り付けてから渡航するためコミュニケーション力が求められるが、一方で、日本語は通じないことがほとんどのため、多くの学生が苦勞する。

立木氏は参加する学生について「多くの学生が真面目な一方保守的ですが、海外研修に踏み切る学生は、少しだけここから抜け出ているように思います。チャレンジしたい気持ちが強いのかもしれません」と話す。とはいえ、学生の経験は浅い。パスポートを持っていない学生もいる中で、皆で揃ってチケットの手配を進めていく。英語もうまく話せない中で、自分の考えをまとめてプレゼンテーションをつくっていく。「最初のプレゼンは本当にダメなのですが、皆、最終的にはうまく伝わるものに仕上がっているんです」と立木氏は回想した。「研修を経て、学生たちは語学力とプレゼンテーション能力は別のものだと、非言語的ではあるけど、理解するようです」。

学生の能動性を触発する

研修では海外の研究者らとディスカッションするために、自身の研

究テーマやその「目的」について事前にプレゼンテーションをまとめる必要がある。自分が何をしたいのか。研修のスタートは、良くも悪くもこうした曖昧なテーマから始まる。日頃の研究は何のためにやっているのか、社会のどんな課題にアプローチしているのか。自分の研究が世の中にとって必要なことはわかるが、具体的に誰のためになる、誰が喜ぶものなのかを再考するようになる。伝えるべき相手をしっかりと想定し、具体化していかなくてはいけない。こうした自身の考えをブラッシュアップしていくプロセスでの学びは多く、博士課程に進学したり、最適なキャリアパスを描くという点においても価値があるものになる。

実際に、研修を通して多くの学生に明らかな「変化」が生じている。ある学生は、応用化学分野で研究を重ねたが、最終的には商社に就職した。狭く深く探究するよりも、広く世界で活躍したいと考えたからだ。



この他にも自発的に社会活動に乗り出す学生は多い。与えられた進路候補から選ぶのではなく、自身の優先順位や価値基準をもとに自ら道を切り拓く力が身に付くという点でもこの研修は価値があると言えるだろう。

実は東京都立大学では、この研修を博士課程進学者数を増やすことを目的に実施してきた。博士課程に進学する意味を学生に伝えるとともに、博士号取得後のキャリアを考えさせるという点では、この研修をかなり重要なものとして位置付けているのだ。

「研究ばかりでない大学」へ

先進的とも思われるカリキュラムを実施している一方で、東京都立大学の体制や根幹を成すカリキュラムに大きな変化はないようだ。立木氏自身も、従来のカリキュラムの重要性を指摘し、基礎学力を高めサイエンスをとことん追求して欲しいと語っている。一方、今の学生には多様性があり、理学に進学したからといって生物が好きとは限らないとも話した。ベンチャー企業に興味を示し、あるいは企業のイン

ターンシップに意欲的な人も増えている印象があるという。スマホの普及やSNSなどにより手軽に情報を入手して社会への接点をつくっていく学生も増えているのだ。そして、しばしばこうした学生が立木氏を訪れる。

実は立木氏には、理学研究者とは別にもう一つの顔がある。ベンチャー企業の取締役という顔だ。その理由を尋ねると、立木氏は「人生のフェーズごとに理由があります」と語った。若い時はアカデミアでやっていくことだけが良いのかという迷いがあった。そもそも基礎研究はなかなか社会にリーチされない印象があったし、実際に理学部発ベンチャー企業はなかなか生まれないことから、まずは自分が始めてみたというのもある。今は、自身が取り組む理学の基礎研究をいかにして社会に繋いでいくかを考えながら事業を展開している。そして、事業で利益が生まれれば、科研費以外の自由に使える予算を手に入れることができると考えているのだ。そんな立木氏は、訪れた学生に対して「何でもやってみればいい」と背中を押している。そして、人の紹介を求める学生には「調べてあげるか

ら自分で行きなさい」と伝えている。東京都立大学の大学院を修了した学生の多くが今、自分の意志で進路を拓きアカデミアや企業など様々なフィールドに巣立っている。これは、海外研修など新しいプログラムを展開するだけでなく、環境の変化も影響しているようだ。それは、単にスマホなどの普及によるだけでない。大学内に起業しているアントレプレナー研究者がいて、身近にキャリアモデルのひとつを見ることが出来る。立木氏自身もそういった環境をつくる1人になっているのかもしれない。

(文・佐野 卓郎)

立木 佑弥 氏

2013年、九州大学大学院システム生命科学府一貫制博士課程修了。博士(理学)。日本学術振興会特別研究員、京都大学ウイルス・再生医科学研究所の博士研究員を経て、2018年4月より東京都立大学理学研究科助教。株式会社サイエンスグループの創業メンバー。

彩り豊かな人材の交わりが 創造性を加速する

奈良先端科学技術大学院大学 学長
塩崎 一裕 氏



奈良先端科学技術大学院大学(以下、奈良先端大)もまた、社会課題に挑む人材の育成を行っている。社会人学生にとって「アントレプレナー」という言葉は会社を辞めて起業するイメージもあるため、「イノベーション人材育成」と銘打った。学部のない大学院大学だからこそできる奈良先端大らしい人材育成と大学院大学の社会における役割とは。塩崎一裕氏に話を伺った。

変化に対応できる 強靱な人材を育てる

「コロナ禍において、世界中の研究者が『自分の研究が人類にどう役に立つのか』を自問しました。自分が職業を通してどのように社会に貢献していくか、なんのために働くのかを誰もが考えるようになったんじゃないでしょうか」と塩崎氏は話し始めた。奈良先端大は設立当初から社会や経済を支える高度な専門性を持った人材を養成することを理念として掲げてきた。そんな奈良先端大が目標とするのは環境変化が起きたときに対応できる強靱なイノベーション人材を育てることだ。「必要なのは既存の枠組みや仕組みに頼り切らないクリエイティビティ。専門の研究や技術に囚われすぎずに他の方法や他の人を巻き込んでいくことが新しい価値観を生み出す力に繋がる」と塩崎氏は考えている。研究者であれば、自分の研究成果をいかに発展させていくかを考える上で必要

な力だ。しかし、それは研究室の中だけで必要な力ではない。「研究の社会実装に取り組む場合、どんなにシンプルに見えても一つの専門分野内では収まりません。いろんな立場の人がアイデアを結集して、議論し、人と繋がりながら、課題を解決できる力が求められるのです」。

大学院の先に目指すキャリアも 多様で当たり前

大学院大学である奈良先端大の特徴は学生の多様性だ。大学、高専の出身者はもちろんのこと、社会人経験者や留学生も多い。大学院進学に際して奈良先端大を新たに選び、研究を始める行動力を持つという点でも活性の高い学生が集まっているとも言える。学生たちについて、「学歴的な多様性だけでなく、修了後のキャリア、研究の社会実装や起業への関心度にも多様性があって当たり前」と塩崎氏は考えている。そんな奈良先端大で始まったアントレプレ

ナーシッププログラムが「GEIOT (ガイオット)」だ。2015年に文科省のグローバルアントレプレナーシップ補助金に採択されてから情報科学研究科を中心に開始したプログラムである。分野の異なる学生が数名のチームを組み、1年近くかけて自身の研究シーズからプロトタイプやビジネスモデルを作る。起業経験のある人やスタートアップをしている人も講師やアドバイザーとして参加する。経験や専門性の異なる人たちと意見を交わし、プロジェクトを作り上げていく。最終回はビジネスコンテスト形式で賞を出し、次の一步を踏み出すための後押しをする。2018年に奈良先端大の情報、物質、バイオの全3研究科が統合されて以降、分野を問わず、参加する学生が増えてきている。「日本の大学院では学生や教員がそれぞれの研究室に閉じこもりがちでした。イノベーション教育やアントレプレナーシップ教育は、多様な分野の研究室から学生・教員を引っ張り出して、インタラク



ションする場ができるという意味で非常に面白い取り組みです」と塩崎氏はプログラムの意義を語った。

多彩な人材との議論が 新たな視点を加える

GEIOTに参加した学生の中には、その後も外部のビジネスコンテストに挑戦する者や実際に会社を立ち上げる者も出てきている。学外の他流試合に参加したり、違った分野や立場の人とチームを組むことで、研究室で取り組む学位論文研究を新たな視点で再考したり、自分の研究の意義を捉え直したりする学生も多いという。

奈良先端大では、異なる背景の人とのコミュニケーションの中で新しい考え方の幅を広げるプラットフォームをさらに拡大している。2022年、奈良先端大はKSAC(京阪神スタートアップアカデミア・コアリション)に参加し、GEIOTの経験を活かして「奈良先端アントレシリーズ」6科目を開発した。さらに、高校生向けにも「奈良先端ジュニア・アントレ講座」3科目を開発・実施している。2023年には新たに、中高生向けの理数探求の学びの場として

NAIST-STELLA(ナリスト-ステラ)プログラムを開始。高校で新設された理数探究科目は高校の先生にとっては挑戦的な取組だが、大学院の先生にとっては得意分野だ。解のないものを探求する研究者としての力を社会で活かせる絶好の場でもある。

社会との接点を持つことで 研究者も進化する

こうした活動の中で変化しているのは大学院生や高校生だけではない。「教員の中にもイニシアティブを発揮して挑戦しようという方が増えてきている」と塩崎氏。教育プログラムだけでなく、研究の社会実装に踏み出す教員も増えてきた。「今年はギャップファンドに応募する先生が二桁にまで増えました」。自分の研究シーズを社会に活かす方法としてこれまでも産学連携という選択肢はあった。しかし、シーズに興味を持つパートナーの企業を見つける必要があるということがボトルネックになる。企業の興味は早いペースで変わるため、ムービング・ターゲットになりがちで、研究者とマッチングしにくい。それなら自分の持っているシーズを自らビジネス化しよう

と考える研究者が増えてきたのだ。行政の支援も整いつつある中で、自ら研究を社会実装しようという教員も学生も育ちつつあり、多様な人材が集う奈良先端大の「共創」の理念が結実しつつある。

(文・伊達山 泉)

塩崎 一裕 氏

京都大学理学部を卒業、同大学院理学研究科生物物理学教室で理学博士号を取得後、渡米。スクリップス研究所研究員を経て、カリフォルニア大学デービス校微生物学科教授。2010年より奈良先端大教授。2021年、学長に就任。専門分野は、分子細胞生物学、酵母分子遺伝学。

今回、それぞれの大学の取材から見えてきたのは、どの大学にも「新しいことに挑戦してみたい」という人材がいるということだ。そして、各大学が行っているアントレプレナーシップ教育プログラムは、そんな学生たちを研究室から連れ出し、異なる知識や視野を持った人と関わりを持つ場を提供することで、新たな挑戦への一歩を踏み出せるよう後押しをしているのだ。プログラムに関わる人すべてが参加者とともに「どうすれば実現できるのか」を考え活動する中で、結果的にアントレプレナーシップを発揮できる人材が生まれてくるのではないだろうか。

共育プログラム

今、多くの企業が『子どもたちに自社を伝える活動』を始めています

「人材のサステナビリティ」の考え方にに基づき、自社の理念や技術を分かりやすく伝える世代研究者育成プログラムを導入する企業が増えています。プログラム開発の流れや企業視点のQ&Aから、共育の可能性をさらに紐解いていきます。

共育プログラムの概要

本プログラムでは、「未来の仲間づくり」をmissionに、貴社社員が子ども向け（主に中高生）の体験教室や、単発で終わらない次世代研究者育成のプログラムを実施します。子どもが本物を通じて学ぶ機会と、貴社社員が伝えることで学ぶ機会の両輪となっている点が特徴です。

自社の魅力やビジョンを伝え、
未来の仲間を集める

子どもの学び

多様な知識、キャリアに触れる機会
学ぶ「意欲」に繋ががる社会との接点

次世代の育成

「本物」に
触れて学ぶ



貴社の社員教育

伝える
ことで学ぶ

社員の学び

相手を理解する洞察力
ビジョンを明確にし、語る力

共育プログラムの流れ

1 教育プログラムのテーマ及び、 人材育成ポイントの設計

社内ヒアリングを元に、貴社の理念および技術と教育現場とのリンクを探求。また、人材育成の目標について決定します。方向性に基づいて、研修内容の設計や共通の体験部分などを企画します。

3 座学研修で 考え方を整理する

コミュニケーションやプレゼンテーションなど、専門外の相手に自分や自社の技術を伝えるために必要な考え方を、リバネスのコミュニケーターが伝えます。

5 子どもたちに伝える

社員の方がメインスタッフとして体験教室を実施します。子どもたちと向き合い、コミュニケーション、プレゼンテーションを通じて体験教室を成功に導きます。

2 教育プログラムの開発

教育プログラムの準備プロセスが、貴社社員にとって最も重要なトレーニングの場です。サイエンスブリッジリーダー®育成に長年従事する、リバネスのコミュニケーターとともに、目標設定、自身の深堀、伝える言葉の作りこみを行います。

4 学校の要望に合わせて カスタマイズする

2万人を超える株式会社リバネスの学校教員ネットワークの中から手を挙げてくれた学校とプログラム実施を行います。学校の生徒の様子や先生の要望に合わせ、企画をカスタマイズしていき、クライアントに求められる教室を作るという体験ができます。

6 振り返り

一連のプロセスを通じたフィードバック及び振り返りの場を用意します。参加社員はプログラムを通じて学んだことを棚卸し、自身の仕事に繋げるため、次の行動を決めます。

Q なぜ、子どもたちに伝えることが研修になるのか？

A 「伝える」ことが最も難しい相手だからです。

本研修では、社員が自社の技術や製品を使った体験型の教育プログラムを開発し、子どもたちに自社がどんな課題への貢献を目指して技術を磨いているのかを伝えます。その中で社員は密に子どもたちとコミュニケーションを取り、どのような思いで働いているか、どんな未来を創っていきたいのかを伝えます。

子どもに分かりやすく伝えるためには、専門用語をすべてかみ砕く必要があります。それは十分な理解がなければできません。また、子どもならではの「なぜその研究が必要なの？」「その仕事のどこが楽しいの？」という本質を突いた質問に答えるために、伝える内容を深く掘り下げ、根幹の理解が必要です。子どもに伝えることを通じて、社員は多くの事に気づき、学びます。

Q 何が鍛えられるのか？

A 未来を描き、ビジョンを語る力です。

株式会社リバネスでは、創業時から、研究の魅力を現場の研究者が伝える「実験教室」を実施してきました。子どもたちとのコミュニケーションを通じて分かったことは、「科学のおもしろトピックスで子どもの心が動くわけではない。子どもたちに響くのは研究者自身の情熱や研究に対する姿勢・ビジョン」だということです。

社会の発展とともに、企業の社会的責任や期待は大きくなっています。多くの人が多様な考えを持ち、簡単に情報を入手できるようになった今、これからの社会で企業が社会に伝えていくべきは製品やサービスという外から見える自社の姿だけではなく、どのよ

うな思いで製品を作り、研究開発をし、仕事をしているのかのストーリーではないでしょうか。

一方、組織の中で自分のビジョンや思いを会社を代表して語る機会はなかなかありません。そのため、自社のビジョンの意味や自分のビジョンとどのように繋がるのかを1人1人が考える機会は組織の中であまりないのではないのでしょうか。リーダーシップを発揮できる人材の不足や離職の増加などにはそうした背景があるのかもしれませんが。

この活動を通じて、組織のビジョンを理解し、その一員として自分は何をしたいのかを考え、語る力を鍛えることができます。

以下のような課題感を持つ組織におすすめです。

- ・顧客への意識が若手社員にまで十分に育っていない
- ・訓示以外に自社理念を浸透させる機会を作りたい
- ・リーダーシップを発揮できる人材が不足している
- ・社員の離職率が気になっている

共育プログラムのお問い合わせ

株式会社リバネス 人材開発事業部・教育開発事業部
TEL 03-5227-4198 / Email hd@lnest.jp (担当: 立花・河嶋)

私が海を渡った理由

本コーナーでは、自国の外に出て海外で挑戦をする、様々なアントレプレナーを紹介し、彼らの体験談を通じて、自国にいるだけでは見られない世界の課題をお届けします。

日本発の技術で、東南アジアに宇宙産業をつくりだす

株式会社IDDK 取締役CFO 吉岡 康平 氏



元々は大学で応用化学を専攻としていた吉岡康平氏。しかし専門を突き詰めても、研究者が優遇されない日本の現状を悟り、あえて会計士の資格を獲得した。大学卒業後、ドイツに勤務しながら10年かけて日本・マニラ・ロサンゼルスと世界を渡り歩いてきた。そして今、日本発の宇宙バイオベンチャーIDDKのCFOとして新たな挑戦をしている。なぜあえてベンチャーという道を選んだのか？その真意に迫る。

ベンチャーの面白さに惹かれて キャリア転換

学生時代に旅行で行ったロサンゼルスでいつか働きたい、そう思ってから見事その夢を叶え、仕事の区切りがついた頃、また新しいことがやりたくなった。IDDKは転職エージェントから挙がった候補の一つだったという。「まだ売上がそこまでなかったし、一番不安定そうだったから」と笑いながらも、これまで会計士として携わっていた製造業に近い業種で、かつ日本の技術をもって海外に挑戦できるベンチャーという理由でIDDKを選んだ。日本発の技術であるMID (Micro Imaging Device) と呼ばれる、光学技術と半導体技術を融合した、レンズを使わない顕微鏡観察技術がIDDKのコア技術だ。視野と倍率にトレードオフが無く広い視野を高い解像度で観察することができること、ピント合わせなどの煩雑な操作を行うことなく顕微鏡を観察することができるという、従来の顕微鏡とは全く異なる原理特徴を持つ。

市場があるところには あえて行かない

設立当初は、顕微鏡ベンチャーとして始まったIDDKだったが、吉岡氏の加入後、宇宙バイオベンチャーへとピボットした。レンズがないという利点から、宇宙環境でも顕微鏡観察が容易にできること、また小型で軽量であることから人工衛星に搭載するバイオ実験プラットフォームでも活用できる可能性があることを見出したのだ。宇宙という微小重力環境でのバイオ実験は創薬や再生医療、特にオルガノイド製造での可能性が期待されている。顧客となりうる大手製薬企業の過半数はアメリカにあることはわかっていた。しかし、アメリカには国際宇宙ステーションで長年研究の支援をしてきた企業が、既に存在する。そこで、吉岡氏が最初に目をつけた海外展開先は、東南アジアだ。

「急がば回れ」という ベンチャーの戦い方

特にフィリピンに注目しているという。その理由は、まだ市場がないから。宇宙で実験したいと考える研究者はいるが、実際はまだ予算がつかないと言っても過言ではない。一方で、フィリピンの大手事業会社と話していると宇宙教育をしたいという声をもらったという。「既存ビジネスを回していれば確かに事業は成り立つ。でもフィリピンの20年後の発展を考えたら、国民に最先端の教育を届けることがフィリピンの国力をあげることに繋がる、そうしてくれる事業会社がフィリピンにあることを知った。こういうパートナーと共に子供の教育を通じて未来の市場を創っていきたいと感じた」。ディープテックの中でも特に時間がかかる宇宙産業。それを今産業がない東南アジアで教育から始める。日本由来の技術が、隣国の国力を変える。ベンチャー企業の挑戦が始まっている。(文・デューリヤ、イェブジェニ・アスター)

社内ビジコンは、 新規事業創出に 有効なのか？

事業会社が主催するビジネスプランコンテスト(以下、ビジコン)は2017年頃から増加をし始め、現在、約5社に1社は実施をしているという試算もある^{*}。他社に先駆けて初期から実施されているビジコンにおいては、事業化等の成果が公表され始めているものもある一方で、事務局の現場からは、受賞テーマからの事業化は難しく、計画倒れになってしまうという課題もよく聞く。そこで本特集では、ビジコンを起点として進化を続けている取り組みの好事例から新規事業創出に有効な要素を洗い出し、日本企業全体における新規事業創出の加速の一助とする。

※山崎 (2022), ビジネスコンテストからの事業化は成功するかーイノベーションと人材育成の両面からの考察ー
Japan Marketing Academy Conference Proceedings vol.11

26年間の取り組みに 裏打ちされた独自路線 - かんでん起業チャレンジ制度



関西電力株式会社 イノベーション推進本部

イノベーション推進グループチーフマネジャー 四宮 雅也 氏

イノベーション推進グループリーダー 大畑 智也 氏

イノベーション戦略グループチーフマネジャー 市橋 公平 氏

関西電力の「かんでん起業チャレンジ制度」が始まったのは、今から26年も前。今でこそ社内ビジコンは珍しくはないが、その頃、日本国内にはほとんど前例はなく、まさに先駆者的存在だった。その歴史をひもとくと、時代の変化や社員のニーズを捉え常に活動をアップデートし続ける26年であった。本稿では本制度を推進するイノベーション推進本部の市橋氏、四宮氏、大畑氏に、この歴史に裏打ちされた関西電力ならではの施策の特徴や担当者の想いを聞いた。

外部環境の大変革に試される チャレンジ精神

起業チャレンジ制度は1998年に開始された。きっかけは電力の小売自由化にむけた法律の改正。関西電力など一部の企業にのみ認められていた電力の小売に、他の企業も参入できるようになるという、主幹事業を揺るがす大改正だった。同社はこれまでも、世界屈指の難工事ともいわれた黒部ダムや日本初の商用原子力・美浜発電所など、過去の事業を通していち早く新規事業に取り組むチャレンジ精神がすでに根付いており、それを受け継いで生まれたのがこの制度だった。26年も前に同社で社内ビジコンが生まれた理由のひとつはここにある。

本制度では、社員みずからが事業プランを提案し、選考を通過すると新規会社を起業して事業化を目

指す。ここからかんでんエルファーム(流木をリサイクルし肥料や燃料として提供)、気象工学研究所(気象インフラ情報の提供)などが生まれた。しかし、初年度は200を超えた応募が年をおうごとに減少していき、最終的には10にも満たない応募数となった。そして、2011年の東日本大震災を機に一時的に休止状態となる。

現状や常識から “はみだしやすい”環境整備、 手厚いプログラムを開発

休止の間、震災に伴う発電所停止、節電の浸透等もあり電力事業以外の収益源を育てる必要性は高まり続けた。ここで、新規事業創出と既存事業の変革を目標に掲げて、2016年にイノベーション推進グループが発足。自律的・持続的なイノベーション創

出のため、社員からの自発的な提案を待つだけでなく、社員が現状や常識から”はみだしやすい”環境整備にむけて、人・風土づくり、場づくり、仕組みづくりを徹底することに。この仕組みづくりの施策の1つとして2018年、かんでん起業チャレンジ制度を再開させた。応募数が減っているという課題に対しては、まずは少しでもやりたいことがある社員が気軽に参加できるよう、最初のハードルを下げるため、アイデア創出チャレンジという段階を設け、アイデア段階での応募も受け付けるようにした。次に、アクセラレーションプログラムという段階を設け、外部専門家による支援を受けながら事業開発スキルを学び、自身のビジネスプランのブラッシュアップができるようにした。これらの取り組みにより、400件のアイデアが集まり、80件のビジネスプランが生まれ、さらにこのう



アイデア創出チャレンジ



アクセラレーションプログラム

ち40件程度が起業チャレンジ制度への応募に至るというサイクルを毎年繰り返せるようになった。このアイデア段階からビジネスモデルを鍛える仕組みによって、起業チャレンジ制度への応募数は近年安定している。

社員の情熱からの起業経験が主力事業でも活きる

累計での本制度への応募数は838件、このうち事業化されたのは10件、今も存続している会社は5社だ。「まさに、センミツの世界です」と四宮氏。1000のアイデアから実際に事業になるのは3つという新規事業創出の世界においては、アイデアの停滞、プロジェクトの断念、ビジネスの撤退が必ず起こる。このようなタフな現場において同部署では、応募者に対して丁寧な伴走支援を行いつつ、挑戦を一過性にせず、再チャレンジを促進する環境整備に努めている。例えば、選考で落選となった案件の応募者に対しては、1対1の面談でフィードバックを行うなど、手厚いフォローを実施している。また、社内コミュニティを立ち上げ、志を同じくする仲間との交流を促進。たとえ一度うまく行かなくとも、次もまたチャレンジしたいと思えるよう、社員の挑戦をリスペクトし、再チャレンジを後押ししている。

関西電力では、ソリューション本部、火力事業本部などの事業部門の他、関西電力送配電をはじめとしたグループ会社でも新規事業の創出に取り組んでいる。イノベーション推進本部が企画・運営しているかんでん起業チャレンジ制度では、個人の情熱から生まれたアイデアを広く集め、起業前・起業後のパイプラインを管理している。こちらは事業部門での新規事業に比べると規模は小さくなるが、社員1人1人の情熱とキラリと光るアイデアからビジネスを生み出し、会社がそれを後押しすることで社員の成長につなげていく。大畑氏は「起業チャレンジは、新規事業の創出もさることながら、挑戦する人材を発掘し、成長を後押しする効果も大きいと考えています。ゼロから事業を立ち上げる経験は、その後のキャリアにも大きな影響を与えるはずです」と説明する。起業チャレンジ制度に参加し、起業には至らなかった社員が事業部門に戻り、そこでの新規事業開発で活躍することも多くあるという。

他社への事業譲渡も。世界に広がるかんでんマインド

かんでん起業チャレンジからはこれまで、旅行者とローカルフレンドを繋ぐ旅行事業「TRAPOL」、産後家

族向け滞在サービス事業の「Yaala」が誕生し、30代の若手社長も輩出された。中には、がん経験者向けカトラリー製造販売「猫舌堂」のように、事業を軌道に乗せた後、他社に事業譲渡した例もある。社員の独立を伴う人材流出については一部に懸念の声もあるが、市橋氏は「かんでんの理念を体現する人材が、社会で活躍の場を広げることは喜ばしいこと。むしろ、積極的に後押ししたい」と前向きに捉えている。今後も、かんでん起業チャレンジ制度を通じて、社員のチャレンジ精神を育み、新たな事業創出と人材輩出を続けていく方針だ。新規事業の成否は、アイデアの質よりも、いかに優秀な事業リーダーを輩出できるかにかかっている。その意味で、かんでん起業チャレンジ制度は、他社の参考となる先進的な取り組みと言えるだろう。

(文・立花 智子)

関西電力のイノベーション推進と新規事業創出のあゆみ

1998年	かんでん起業チャレンジ制度発足
2000年	かんでんエルファーム設立
2004年	気象工学研究所設立
2011年	起業チャレンジ制度一時休止(2015年度を除く)
2016年	経営企画室にイノベーション推進グループを新設
2018年	かんでん起業チャレンジ制度をリニューアルして本格再開
2019年	経営企画室にイノベーションラボを新設
2019年	TRAPOL 設立
2020年	猫舌堂設立(2023年に小野薬品工業株の子会社へ事業譲渡)
2021年	Yaala 設立
2023年	イノベーション推進本部を新設(イノベーションラボを母体に体制強化)



チームで寄り添い続け、 社員の想いを事業に変える 伴走者

本田技研工業株式会社

IGNITION プロジェクト統括

中原 大輔 氏

HondaのIGNITIONは2017年に始まった新事業創出プログラムだ。すでにAshirase、Striemo、SmaChariといった革新的な新規事業を次々と輩出している。しかし、この取り組みも最初から順風満帆だったわけではなく、多くの試行錯誤を繰り返してきた。IGNITIONを立ち上げ、統括を担当する中原大輔氏に、現在のプログラムの仕組みと工夫がどのように生まれてきたのか、そして目指す将来の姿について伺った。

事業に繋がらない アイデアコンテスト、 チャレンジの機会の減少

Hondaには元々アイデアコンテストをやる文化があり、仕事時間の一部を活用し、そうしたアイデアを育めるカルチャーがある。そうしたことから研究所の中には面白いアイデアがたくさん眠っていたが、本社と研究所が別会社のため、アイデアコンテストだけで終わるケースが多く、事業化に至らないケースばかりだった。近年、品質管理がより重視されるようになると、新しいアイデアを創出するチャレンジの機会も減っていき、このままではいけないと考えた当時の研究所社長が2017年に立ち上げたのが新事業創出プログラム「IGNITION」である。その時に事業側の支援をしていたの

が中原氏だ。中原氏は不動産会社の営業を経て、1998年にHondaに入社。IT部門で二輪ドリーム店や中国ACURA事業の立ち上げに携わる。2011年からは新規事業を担当し、研究所の中でアイデアのまま終わっていた事業の原石を新規事業に繋げるべくIGNITIONプログラムを開始した。

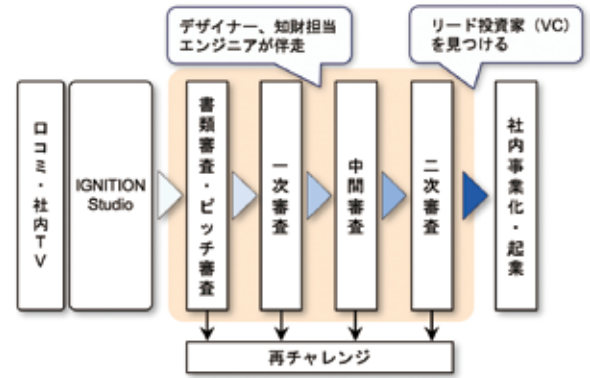
社員の 内発的動機を引き立て、 挑戦を支える工夫

IGNITIONはそれまでのアイデアコンテストとは違い、研究所と本社が一体となっていく。右図のように、複数の審査を経て事業化を認められれば、社内での事業化、または起業しベンチャーとして事業化できる仕組みだ。審査のスキームにベン

チャーキャピタル(VC)を組み込むことにより、出口を明確にした。また、運営として特に大切にしているのは、社員の内発的動機だ。たとえ審査に落ちてでも決してアイデアを否定せず、再びチャレンジできるようにサポートをする。中には5回応募してきた社員もいるという。IGNITIONで起業した株式会社Ashiraseも、3回目のチャレンジで事業化に至った。1つ成功事例があると、影響を受けた他の社員も成功を夢見てIGNITIONにチャレンジするため毎年安定した応募がある。一方で現在のIGNITION事務局メンバーのほとんどは、在籍期間が1年以内だ。それには理由がある。短期間で事業開発が学べるため、事務局に2-3年在籍し、他部署に異動後も学んだ知識を生かし活躍できる。メンバーの多くは自ら希望して事務



IGNITION Studioの様子



IGNITIONのスキーム

局に配属され、各事業領域の専門家ではないが、勉強しながら起案者と本気で伴走する。起案者が管理職の場合も、事務局の若手から管理職にアドバイスしなければいけないが、それも担当の成長に繋がる良い機会と捉えている。起業家、VC、町工場などの様々なパートナーとのコミュニケーションが生まれやすいように、赤坂のマンションの一室に事務局を構えているのも工夫の1つだ。

困難と試行錯誤の連続

IGNITION は最初から現在の体制だったわけではない。「立ち上げから大変なことばかりだったが、定期的に反省会を開き、体制を整えてきた」と中原氏。当初、IGNITIONには社内事業化という選択肢しかなかった。しかし、社内だと既存事業以外の事業化を判断するには時間がかかるケースが多く、2020年からは起業した会社で事業開発するという選択肢を追加した。社外で立ち上げてから、VCと一緒に育て、事業内容に親和性がある場合にはHondaとの協業や出資を得られるという方針に転換した。また、2023年からは、新たに「IGNITION Studio」を始めた。IGNITION Studioは、VCからの出資を得るといったハードルの高さから応募前に諦めてしまう

人を応援するための人材育成プログラムだ。ここでは、先輩起業家の話を聞いたり、ビジネスに必要な知識を学んだりすることができる。IGNITIONやIGNITION Studioへの参加は、業務として認められるのも特徴だ。こうした取り組みは社内のメディアであるHonda TVや経験者のロコミを通して広がっており、現在IGNITION Studioに参加する社員の6割は初参加だ。かつてはIGNITIONに懐疑的だった一部の起案者の上司たちも、審査会のプレゼンや参加後の社員の变化を見て驚き、今では参加を後押ししてくれるようになった。IGNITIONを通して、社内のチャレンジ精神に火がつき、内発的動機で仕事を進める人が増えているのだ。

一番の動機は「社会課題の解決」

様々な試行錯誤を経て進化してきたIGNITION。立ち上げ当初に入っていたコンサルティング会社からは「この仕組みはうまくいかない」と断言されたそう。しかし中原氏はHondaの文化ならできると信じ、今の形を創ってきた。立ち上げ時から最も大事にしているのは、「社会課題の解決」を目的にしていることだ。昨年からは社外からの公募を

受け付けている。「世の中が複雑になり社内に閉じて行うだけでは新しい事業を創るのが難しくなっており、より積極的に社外のアイデアと掛け合わせることで社会課題を解決したい」という思いで推進している。Honda社内の応募者数に関しては「我々は応募者数をKPIとしていない。むしろ(社内からの)応募者は減った方が良い」と話す中原氏。「IGNITIONは既存事業では挑戦できないアイデアを応募者が持ち寄る場なので、いつかはHondaの中で本業として挑戦できるようになれば、必然的に社内の応募者数は減っていく」と考えている。また新事業を進める上でIGNITIONには一つの行動指針がある。それは「早く動いて、早く失敗して、早く改善する」だ。「企業の規模が大きくなると、失敗しにくい風潮が出てくるが、新事業においてはそこを変えていかなければいけない。チャレンジ精神を持った人が諦めずに何度も挑戦できるようにしていく必要がある。IGNITIONで学んだ人が、リーダーシップを発揮して、Hondaを引っ張って行ってほしい」。今後もIGNITIONは進化を遂げ、社会課題解決の起点になると同時に、Hondaを内側から変革していく原動力になっていこう。(文・塩川 雅貴)

8年間の成果を活かし、 「共創」で 全社を変革する



パナソニック株式会社

CTRO(Chief Transformation Officer)兼CVC推進室長

郷原 邦男 氏

Panasonicは、2016年から社内公募型の事業創出活動(Game Changer Catapult = GCC)を続けてきた。しかし2024年、これを発展的に解消し、スタートアップとの連携で新規事業を創出する「Panasonic Kurashi Visionary Colab」をスタートさせた。どのような経緯でこの大きな決断を下し、何を目指すのか。本取り組みを牽引するCTRO(Chief Transformation Officer)兼CVC推進室長の郷原邦男氏に伺った。

アイデアコンテストから スタートアップとの共創へ

GCCは、新規事業を創出するとともに社員のチャレンジ精神を育てる目的で、当時の家電部門で始まった新規事業創出プログラムだ。それ以前には、部門内に新規事業を担う組織は存在しなかった。2010年代初頭は白物家電の売り上げが順調に伸びていたこともあり、新規事業といっても家電に付加価値機能をつける程度で、イノベーションを起こせているとは言えなかった。一方で、IoTの広がりとともに、IT企業などの異業種から家電業界への進出も増え、全社的に新規事業の重要性が認識されるようになる。そこで生まれたのがPanasonicにとって新規事業創出のスタートラインとなったGCC

である。Panasonicの社員は、もとも新しいものを作りたいという意欲が強いため、GCCが社員の熱量の受け皿になった。結果として、GCCを通して8年間で約4000人の社員が関わり、生まれたプロダクトは50を超えるという。社員の姿勢の変化も生まれ、社内外からも評価されている。しかし、個人からのボトムアップ型の事業は、事業戦略と必ずしも合致しないため、規模とスピードの両面で課題があった。そこで、スタートアップと連携し、既存事業の強みを生かしながら、隣接領域に新たな市場を開拓する方針に転換した。こうしてPanasonic Kurashi Visionary Colabが誕生した。郷原氏はCTRO兼CVC推進室長として、この体制の転換を主導している。

お互いの強みを活かし、 新たな事業の柱を創る

Panasonic Kurashi Visionary Colabは、SBIインベストメントと共同で設立したCVCを中心に活動している。ファンド規模は10年間で80億円の予定で、エネルギー、食品インフラ、空間インフラなど、くらしに関わる事業領域のスタートアップへ投資していく。これまで、新規事業領域への挑戦は思い通りに進められないことも多かった。例えば、食にまつわる機器を手掛ける会社として、食品を扱いたいという想いは長年持っているが、異なる事業領域への進出は難しい。これは、事業部門内にフードバリューチェーンの生産者と繋がり、開拓していける人材がいなかったからだ。スタートアップは新しい領域での現場課題を知っ



くらしビジョナリーコラボ | スタートアップと、くらしでつながり新しい価値や事業を創出するオープンイノベーション活動 (panasonic.jp)

ているため、大企業の手が届かないところを補える。逆に、スタートアップ側も大企業のアセットを活用できる利点がある。だからこそ、連携することでスピード感を持って事業をスケールできる可能性があるのだ。CVC推進室は、SBIと連携することで、そのための目利きをしながら、事業部とスタートアップをブリッジする役割を担っている。

ゼロイチの形を変え、社員の熱量の新たな受け皿に

CVC推進室には、各事業部で経験を積んだ社員が在籍している。全社的に新規事業創出の動きを創っていくためには、出身事業部での経験や中期計画を基に経営企画や部課長層に働きかけ、事業部ごと新規事業へ向かわせる力が求められるからだ。またCVC推進室の他に、CTRO傘下には、日本とインド、二拠点の事業開発部門があり、パナソニック株式会社全体の新規事業の動きを支えている。国内の事業開発部門にはGCCを通して育った社員もいるという。現在は各事業部にも新規事業を担う組織があり、社員は手をあげれば異

動できるケースも増えている。「GCCがなくなったことで、ゼロイチを創る能力が失われるのではないかと言う社員もいるが、そうではない。スタートアップと組んで、その領域でPanasonicとしてのゼロイチを創ることが必要になるので、そこでGCCで培った能力を発揮してもらおう」と郷原氏。さらに、スタートアップとの連携の意図をグループ全体に共有するため、「GO!GO!スタートアップ」と言うオンラインイベントを2ヶ月に1回開催している。出資先のスタートアップの創業者や、連携している事業部の社員などがゲストとして登壇する。参加する社員は毎回400人にも及ぶ。これまで、GCCに向いていた社員の熱量が、スタートアップとの連携で生まれる新規事業に向いているのだ。

事業部が乗って行きたいと思う船を創る

始まったばかりのPanasonic Kurashi Visionary Colab。今後のミッションは「事業部が乗って行きたいと思う船を創ること」だと郷原

氏は話す。スタートアップと組んでも、既存領域で事業をしていっては何も変わらない。既存領域の強みを活かしながら、新たな領域を開拓していかなければいけない。また、大企業はスタートアップと比較すると意思決定に時間がかかる。しかし、新しい領域でスピード感を持って進めなければ、スタートアップは先に行ってしまう。

これまで、パナソニック全体で見るとスタートアップと接点のある社員も多いそうだ。しかし、最終的に協業に至ったケースは少ないという。出資の形式をとることで、お互いに内部事情も分かりやすくなり、スピード感を持って連携を進められる。そしてその中で、8年間続けてきたGCCで育った社員が活躍している。新規事業を自分ごととして捉えられる社員が育っているからこそ、この取り組みを加速していくことができる。8年間の着実な積み重ねと強い意志があるからこそ、体制の変更という大きな決断ができ、大企業を全社ごとに変革することができるのだろう。

(文・塩川 雅貴)

社内ビジコンは、新規事業創出に有効なのか？

組織全体にチャレンジ精神を根付かせていくことが、 新たな事業を生み出す土壌となる

企業文化に応じた 三社三様の進化

今回紹介した3つの事例は、すべて社内公募型の事業創出プログラムとしてスタートしたが、時間の経過とともに、三社三様の形態に進化していった。関西電力では、新規事業創出に挑戦する人材の発掘とその人の成長を後押しするという人材育成の目的をぶらさずに、当初の社内公募型のプログラムの形を保っている。Hondaでは、社会課題の解決を第一の目的に掲げ、それが一番早く進む方策として、社外からリード投資家を見つけるステップや、社外からの応募も受け付けることを始めた。Panasonicは新たな事業の柱を創ることを目的とし、社内公募型のプログラムを大きく変更、社外のスタートアップと連携することを前提とし、既存事業の隣接領域に新たな市場をつくるという方針に転換した。どの取組も、4回、5回と繰り返すうちに目的が明確になり、それが達成できるような一番効果的なやりかたは何かを考え続け、試行錯誤してきた。この進化のプロセスには、各社の事業領域や企業文化、事業開発の目標の違いなどが色濃く反映されているといえよう。

挑戦者への リスペクトと仕組み化

しかしすべてに共通する点がある。それは、方法は違えど、事業創

出に挑戦したいと思う社員を生み出し続ける仕組みがある点だ。関西電力では「アイデア創出チャレンジ」、Hondaでは「IGNITION Studio」、Panasonicでは「GO！GO！スタートアップ」に代表されるように、多くの社員がまずは気軽に参加でき経験者から話を聞ける機会をつくる、先輩の成果を見せて自分もできそうと感じさせる、結果的に事業創出につながらなくとも参加者のチャレンジを認めて丁寧にケアをする、参加者を別の事業開発チームに参加させ学習の転移を起し活躍の場をつくるなど、3社には様々な取り組み、大小の工夫が組み合わされていた。こういう仕組みがあるからこそ、新たな社員が流入し続け、事業創出マインドを持った人が累積して会社を変えていくことに繋がる。

社内ビジコンが長続きしない、成果が現れないという課題は、社内ビジコンをある一定期間のみ行われるイベントのように捉え、それを通して人や事業をどう育てるかの大きな仕組みがないことで生まれるのではないだろうか。コンテストで賞を逃した社員のケアがなければ、もうその人はチャレンジしようとはしない、受賞した社員のビジネスプランを前に進める仕組みがなければその社員は本業との間で孤立する…。社内ビジコンのやりっぱなしからは、「どうせ参加してもうまく行かない」という諦めや、生まれた事業シーズを

育てようとするのではなく「お手並み拝見」というような傍観者を増やしてしまう。

事業創出の土壌を作る存在と、 数年にわたる 活動の積み重ねが重要

つまり事業創出は、当該部署の一握りの社員が行うことではなく、多くの社員が身近なものとして捉え、自らが次の挑戦者になる覚悟、または、社内の挑戦者をおおいに応援する雰囲気醸成し、組織全体にチャレンジ精神を根付かせていくことが、新たな事業を生み出す土壌となる。今回、目的の異なる3つの取組みから見えたことは、この土壌づくりを行う強力な存在こそが、新たな事業を生み出そうとする企業には必要なのではないかということだ。それは一朝一夕ではなし得ない、少なくとも効果が見えるまで5-6年はじっくりと腰をすえて辛抱強く試行錯誤しながら取り組む、そして挑戦者1人1人に向き合い対話を重ねる、そんな地道な努力が必要なのではないだろうか。

(文・立花 智子)



Add Venture Forum

2024秋 参加企業 募集!

「ベンチャーで働く」を博士の 新たなキャリアの選択肢にする

アド・ベンチャーフォーラムとは?

アド・ベンチャーフォーラムは「研究者の新たな活躍の場を発見する」をテーマに、修士・博士を取得した若手研究人材とベンチャー企業が出会う場です。ベンチャーとは誰も正解を知らない冒険的な事業を行う企業のこと。未踏の知の開拓に取り組む研究者とは冒険仲間になれるはず。アド・ベンチャーフォーラムでは固定概念にとらわれない研究を活かす方法、新しい働き方、新しい生き方を作り出し、多様な若手人材がベンチャー企業で活躍できる仕組みを開発していきます。



研究経験を活かしたい学生が参加

本イベントには自らの研究経験や専門知識を社会のために活かしたい、誰もやったことがないことに挑戦してみたいという意欲のある学生が集まります。参加者は、企業の歴史や規模にかかわらずビジョンを持ち、挑戦的な事業に取り組もうとする企業と新たなキャリアをこの場で共創できることを期待しています。自身の研究ややりたいことと、企業の目指す世界との接点を自ら見つけ出し、次の一步を積極的に作ろうとする人に出会えます。また、キャリアに対しても固定概念にとらわれない柔軟な人材が多く、長期的な採用候補にもなりえます。在学中から活動を共にすることで、貴社を深く理解し、即戦力として、入社したり、アカデミアで研究パートナーとなれる人材を自社のネットワークに入れることができます。

大阪大会概要

[日時] 2024年11月2日(土) 13:00-17:30
[場所] 大阪科学技術センター
(〒550-0004 大阪市西区鞆本町1-8-4)
[参加対象] 院生、ポスドク・若手研究者

当日タイムスケジュール例

13:00-13:30	オープニングセッション
13:30-14:00	1min QPプレゼン
14:15-15:00	ブースセッション1
15:00-15:45	ブースセッション2
15:45-16:30	ブースセッション3
16:30-16:45	閉会式
16:45-17:30	交流会

東京大会概要

[日時] 2024年11月10日(日) 13:00-17:30
[場所] センターオブガレージ
(〒130-0003 東京都墨田区横川1-16-3)
[参加対象] 院生、ポスドク・若手研究者

1min QPプレゼン



各参加企業が1分間で自社で挑戦することや参加者と議論したいことを伝える。

ブースセッション



①双方の自己紹介
②ブース毎でのテーマの紹介を実施
様々な人材との出会いとディスカッションを生む。

参画費用

45万円/回(税別) コミュニケーターが学生への発信の仕方を一緒に考えます。

本フォーラムへの参加企業・参加者を募集しています

アド・ベンチャーフォーラム [お問合せ] 株式会社リバネス 人材開発事業部 (担当:海浦・重永)
<https://hd.lne.st/forum/> [Email] hd@lne.jp



『地球貢献型』のひとと組織を研究開発するべく、多様な分野の研究者と議論する。
 (聞き手:株式会社リバネス ひとづくり研究センター 中島 翔太)

感謝と称賛が、 パフォーマンスの高い 組織づくりのベースになる

東京女子大学 准教授 正木 郁太郎 氏



新型コロナ禍をきっかけに完全に普及したテレワーク。現代の企業の必須要素となったダイバーシティ&インクルージョン。大企業を中心に導入が進む人的資本経営。組織を取り巻く環境が急速に変化する中で、企業現場にはさまざまな新しい対応が求められている。では、そもそも組織の理想的なあり方とは何なのか。正木先生は社会心理学の立場から、その本質を解き明かす研究に取り組んでいる。

なぜ人は集団になると うまくいかないのか

中島 正木先生のご専門は社会心理学です。具体的にはどのような対象について研究されているのでしょうか。

正木 平易に表現すると「組織の中で人が関わる現象いろいろ」ということになります。社会心理学を大きく分類すると、「個人の認知」が主な関心の分野と、「人と人の相互作用」が主な関心の分野がありますが、私が関心を持っているのは後者です。「いろいろな人たちが集団生活の中で相互にやりとりをすると何が起こるのか。どうすればチームワークがよくなるのか」といったテーマのもとで、企業組織を主なフィールドとして研究を進めています。

中島 組織の中で生じる相互作用に関心を持たれたきっかけは何だったのでしょうか。

正木 原体験は高校時代ですね。縁があったというか、周囲から役割を振られたというか、体育祭や生徒会で役員の立場を何度か経験したんです。そ

うすると自分が集団をまとめなければならぬことや、同級生がまとめる場面を見ることも多かったのですが、これが全くうまくいかなかった(笑)。もちろん自分のリーダーシップ不足もあるのですが、それ以上に強烈に感じたのが「一人一人は悪い人ではないのに、なぜ集団になるとうまくいかないのだろうか」という疑問でした。

また、私が大学に進学した2008年頃の日本はたしか非常に景気が悪く、世間的には「日本的な組織に問題があるのではないか」という主張もありました。その二つが私の中で重なって、組織における集団心理を研究すれば社会に少しは貢献できるのではないか、と思ったんです。

中島 なるほど。ちなみに企業組織を研究対象とする分野としては経営学も該当すると思うのですが、先生が社会心理学を選んだ理由を教えてくださいませんか。

正木 当時の私の理解では、経営学では組織の現象を「仕組み」や「構造」として捉えますが、私はもっと「人」に焦点を当てたかった、というところでは

うか。組織の問題は、客観的な観点や合理的なロジックだけで説明できるものではないはずだ、というのが私のこだわりでもあります。例えば近年非常に重要視されているダイバーシティ&インクルージョンも、多くの人は大筋では反対はしていないはずなのに、いざ組織に導入しようとするとなかなかうまく進みません。その一筋縄ではいかないところが、集団の難しさであり、面白さでもあると思います。

組織づくりのポイントは 個人をいかに「つなぐ」か

中島 すばりお聞きしたいのですが、正木先生にとっての「理想の組織」を教えてください。

正木 「みんなが前向きに働いている組織」です。ポイントは「一人一人が前向きな組織」ではない、という点にあります。つまり、あくまで集団として前向きであることが重要です。

中島 なるほど。社会心理学において「集団」はどのように成立するものだと捉えられているのでしょうか。

正木 ある研究では、「2つのタイプ」があるとされています。一つは common bond group と呼ばれるもので、グループとして一つの方向を向いているわけではないけれども、「あの人は仲が良い」「あの人のことはよく知っている」という形で、1人1人が何かしらの絆でつながっていることで集団として機能するタイプ。もう一つは common identity group というもので、「みんなが同じ目標を持って一致団結している」「ミッションやパーパスなど同じ特徴を共有する」ことで集団が成立しているタイプです。傾向としては東アジア圏は common bond group、欧米では common identity group のことを集団として捉えがちだという話もあります。

中島 それは感覚的にわかる気がします。ちなみに、どちらのタイプの集団のほうが効果を発揮できるか、という答えは出ているのでしょうか。

正木 いえ、残念ながらこの研究はタイプ分けの先までは発展せず、組織にどう応用できるかもよくわかっていません。ただ、実際に企業の経営者の方にお話を伺うと、結局は両方を掛け合わせた組織づくりが必要だ、という議論もありました。絆だけでは単なる仲良しグループになりがちだし、ただミッションやパーパスがあっても組織としては機能しない、ということかもしれません。

中島 組織づくりという点では、最近「人的資本経営」に注目が集まっています。正木先生はこれをどのように捉えていますか。

正木 率直に言わせていただくと、「50%は合っているけど、もう50%が

欠けている」という認識です。というのも、人的資本経営では「エンゲージメント向上」「育児休業の取得促進」「健康経営」といったワードが掲げられますが、これらはいずれも「個人を強くする」という観点の施策です。確かに1人1人が健康で前向きに働いていれば、ある程度は組織もポジティブな状態になるでしょう。ただ、例えばスター選手ばかりを集めたスポーツチームが毎年優勝するかといえばそうではありませんよね。そもそもの話として、「いかに組織を強くするか」が目的なはずなのに、どうして組織ではなく個人ばかりにフォーカスしてしまうんだろう、と思うんです。

中島 そう言われると、確かに……。

正木 一步前進ではあることは間違いありません。ですが、本当に組織のパフォーマンスを上げるためには「強くなった個人をいかにつなぐか」という視点も必要で、そこに社会心理学が活きる余地もあるのではと考えています。

意図的な「ありがとう」が現代の組織には不可欠

中島 最近著書として『感謝と称賛』を発売されましたね。正木先生としてはこの「感謝と称賛」こそが組織内の個人をつなぐキーになる、というお考えでしょうか。

正木 おっしゃる通りです。組織においては、大前提としてポジティブな関係性がなければその先の信頼関係をつくることができません。感謝と称賛こそが組織をつなぐ第一歩であり、同時に誰もがすぐに実践できる第一歩でもあります。

中島 つまり「ありがとう」と「いいね」ですね。ただ、これらがコミュニケーションにおいて大事であることは誰もが理解しているはずで、今あえてフォーカスする理由を教えてください。

正木 実は今だからこそ重要であり、組織にとって効果があることが調査で明らかになったんです。理由の一つは、先ほども言及したダイバーシティ&インクルージョンです。多様なバックグラウンドを持つメンバーを組織の仲間として受け入れるためには、感謝と称賛を「はっきりと」伝えることが重要だという結果が出てきました。もう一つは、新型コロナ禍をきっかけに急速に広がったテレワークです。テレワークによって明らかに組織内のコミュニケーションが減少すると同時に、感謝や称賛を相手に伝える回数が激減しています。特に致命的なのが、新型コロナ禍に入社した新入社員です。こうした中で、著書でも触れたある企業では、アプリを使って感謝と称賛を促すことが新入社員の対人関係を広げ、深める結果も得られました。

中島 なるほど。現代だからこそ、感謝と称賛を「意図的に」行うことが組織にとって重要であるということですね。今日は組織づくりの大きなヒントをいただきました。ありがとうございました。

正木 郁太郎氏

博士(社会心理学)。東京大学大学院人文社会系研究科博士後期課程修了後、同研究員などを経て、2021年4月より東京女子大学専任講師、2024年4月より現職。専門は社会心理学で、組織のダイバーシティ&インクルージョンや、オフィス環境・働き方が働き手の心理・行動に与える効果などを研究している。主な著書に『職場における性別ダイバーシティの心理的影響』、『感謝と称賛：人と組織をつなぐ関係性の科学』など(順に2019年と2024年に東京大学出版会より出版)。

人材育成のオープンイノベーションを起こし、
地球貢献型リーダーを育成する



リバネスユニバーシティー

「個人の成長のため」「会社の成長のため」といった個人や組織に閉じた目的ではなく、分断した視点から一旦距離を置き、広い視野を備えた地球貢献型リーダーを育成すること。それがリバネスユニバーシティーの最終的な目的です。そのためには、これからの地球に必要な人材について考えながら、多様な企業の人材育成の概念を混ぜ合わせて組織も業界も年代も関係なくオープンに学び合う場が必要だと考えました。

全く異なる価値観、思考、専門性を持った人同士が熱を持ってぶつかり合い、化学反応が起こる。それによって新しい化合物が生まれエントロピーが増大するのではないのでしょうか。それこそが、大規模で複雑な課題を解決する突破口になるはずです。

新たな概念形成と実践が 世界を変える人を育てる

リバネスユニバーシティ学長
株式会社リバネス 代表取締役社長 COO
高橋 修一郎



科学技術の力で 世界の課題を解決する

科学技術には世界の課題を解決する力があります。科学技術の発展と地球貢献を実現するためのリサーチインスティテュートを創ろう、そう考えて私たちは22年前にリバネスを立ち上げました。当時は研究者が起業する事例はまだ少なく、産業界においてもオープンイノベーションの概念は生まれていませんでした。しかし、地道に異分野融合の研究開発や事業化への挑戦を仕掛け続ける中で、私たちの周りには多くのアントレプレナーが集まり、その結果、課題解決を志向するテックベンチャーが次々と生まれてきました。

昨今、地球規模の課題解決への関心の高まりにより、かつてない勢いでアカデミアと産業界の融合の機運が高まっています。実際、企業や大学では盛んに、新技術を学ぶ勉強会や研修、アイデアコンテストが数多く開催されています。しかし、このような活動から、真の社会課題を解決する事業がどれほど生まれているかというと、まだまだ少ないのが現状でしょう。それはなぜかと考えると、生まれている連携の多くが自社と他社の1対1の組み合わせに留まっており、さらに、連携のプロセスがクローズドな場で行われていることが原因なのではないかという考えに行きつきました。

1対1のマッチングではなく、 多対多の連携へ

複雑化した世の課題を解決する事業を生み出すためには、もはや1対1の組み合わせでは難しくなっています。世の中ではビジネスプランコンテストが盛況ですが、コンペティションから生み出される連携はやはり限定的なものになるでしょう。例えばヘルスケア領域で私たちの身体を診る事業を生み出そうと考えたとします。あるベンチャーは血液、別のチームは便、あるいは毛髪や汗など多様な対象で健康を測ろうと提案します。プレゼンテーションを聞いて、「どの技術が当たりだろう?」「ライバル企業はあそこ組んだから、自社は違うところと組もう」といった選別的な視点で連携を考えてしまうと、大きな事業は生み出せません。言うまでもなく、すべての技術を取り込んで大きなひとつの事業を組み上げることができれば、より多くの人の健康を守る事業が生み出せるはずです。つまり、今私たちに求められていることは、出会い方・議論の仕方をアップデートして、連携を生み出す新しい手法を発明する事なのです。

そのような場はどうすれば作れるだろうか。原体験として思い出したのは、リバネス立ち上げ当初から仲間と日々繰り広げていた超異分野の

議論でした。核となるテーマに対して、立場や分野を超えて主体的にアイデアを足して新しい仕掛けを考える。短期的な利益や競争を超えて、研究的な思考でチーム形成とプロジェクト創出ができるような場を作ろうと考えたのです。

共通概念を形成し、 具体的な一歩をつくる

リバネスユニバーシティは、プロジェクトを生み出す人を育む場です。多様な業界・立場の参加者が集まり、「地球の持続的な発展を起点に考える」「競争ではなく共生」といった共通概念をつくり、互いに学び合うという、これまでにない「概念教育」の場を開発しています。経験豊富な講師が専門知識を伝授するといった座学講座ではなく、数か月の短期プログラムの中で、一人一人の経験や知識、自社のアセットも接続してプロジェクトを推進していきます。

設立以来、多くのプロジェクトが立ち上がりました。そして、受講期間を終えた現在も活発に活動を続けています。課題解決に向けたプロジェクトを真剣に議論をし続ける仲間を得られることも、リバネスユニバーシティの一つの価値です。世界の課題を解決する事業を共に生み出していきましょう。

スキルアップではなく 概念シフトを起こす

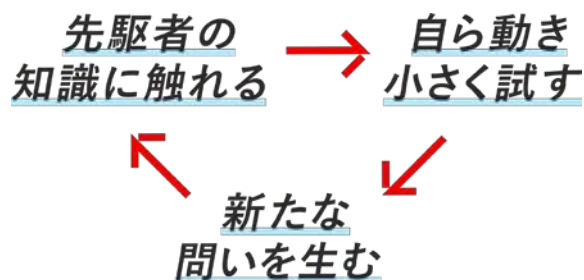
リバネスユニバーシティ

「地球貢献型リーダーを育成する」をビジョンに掲げ、多様な組織の人材が集まり、学び合いながら、越境的なプロジェクトを生み出す場としてリバネスユニバーシティは多様なコースを開発・運営しています。

特徴 1

「先生」はいない、自ら思考し、実践して知識を創る

リバネスユニバーシティには「先生」は存在しません。教えてもらうのではなく、自分で考えてやってみる。質問に答えるのではなく自ら問いを発する。これがリバネスユニバーシティでの学び方です。



特徴 2

ビジネスを共生型へシフトさせる「ブリッジコミュニケーション」の概念

市場を1から作っていくような活動においては、「伝える」ことができなければ、その価値は認められず、仲間を集めることもできません。分断した向こう岸へ「橋」をかける強力な概念が必要です。



特徴 3

多様性のある学びを実現する「カレッジ制」

核となるカリキュラムと「地球貢献型リーダーの育成」という共通のゴールをベースとして、そこに各カレッジ主催企業のアセットを組み合わせることによって、多様性のある学びを実現します。



リバネスユニバーティーのコースの基本型

すべてのプログラムは「座学」ではなく、他流試合でチームを作り、地球貢献につながるプロジェクトを構想します。

講義

講師やゲストスピーカーとのケーススタディやディスカッションを通じて、自分の価値観、マインド、行動を変化させる考え・行動を身につけます。

ゼミ

共に地球の課題を解決する事業(活動)をつくる！というパッションを持ったプロデューサーと、実現に向けてスピード感を持って仮説検証を繰り返す次の一歩を決めていきます。

個別活動

自身も新規テーマ創出に取り組み、多様な個のネットワークを持ったコミュニケーターと、次の一歩を実行します。さらに必要な知識のインプットも行います。

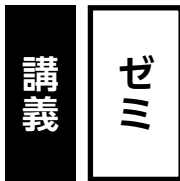
1回目



個別活動

個を瞬発的に
チームに
していきます

2回目



個別活動

今すぐに
できることを
その場で
決めます

3回目



個別活動

徹底的に
削ぎ落とし
本質を
見極めます

4回目



本気で応援
できる
チームと
次を仕掛けます

参加者が得られるもの

自分の常識を変える

組織や肩書きを取り払い、異分野・異業種・異世代の全く異なる価値観・思考を持った人材が集まり、100年先の未来に思考を飛ばして「地球貢献」を本気で考え実践しながら自分の価値観、マインド、行動を変化させる。それがリバネスユニバーシティが開発・実施するコースです。

自社に「異分子」の思考を持ち帰る

「アジア最大級の中高生との研究プロジェクト」「超異分野学会」「テックベンチャーのエコシステムの開発」など、年間200以上のプロジェクトを創出する研究者集団リバネスが20年かけて蓄積した「ブリッジコミュニケーション」「QPMIサイクル」といった独自の概念を学びます。

新たに仕掛ける テーマに初速をつける

3~4ヶ月という短期間の中で、「仮説を立てて小さく試す」を繰り返し、具体的なプロジェクトを構想・実践するという実践型のプログラムです。コース受講は始まりであり、受講後に仕掛け続ける初速をつくる場です。そのプロセスの中で結果的に成長していきます。

リバネスユニバーシティが運営するコースの詳細はこちら <https://univ.lne.st/>



他流試合による「ひとづくり」で、 変化し続ける組織をつくる



リバネスユニバーシティは、多様な企業パートナーとともにカレッジを立ち上げ、未来のビジョンや事業に繋がる概念形成の場を開発しています。2021年に、最初のカレッジであるJRE Stationカレッジを東日本旅客鉄道株式会社とともに開始しました。それから3年、新たに3つのカレッジが誕生し、多様な仕掛けが始まっています。2024年7月、リバネスユニバーシティオープンキャンパスでは、新たに始まったカレッジを仕掛けるパートナー企業3社と、「他流試合による人づくりで変化し続ける組織をつくる」をテーマに、パネルセッションを行いました。



モデレーター

株式会社リバネス
代表取締役社長 COO
高橋 修一郎 (本文中:高橋修)

設立時からリバネスに参画し、リバネスの研究開発事業の基盤を構築。研究現場に対する圧倒的な課題発掘力を持ち、独自の研究助成「リバネス研究費」や未活用研究アイデアのデータベース「L-RAD」等のビジネスモデルを考案し、産業界・アカデミア・教育界を巻き込んだプロジェクトを数多く仕掛ける。2010年より代表取締役社長 COO。



ことまちカレッジ

東武不動産株式会社
開発事業本部 街づくり推進部長
野田 和義氏 (本文中:野田)

建築学科卒業後大手ゼネコンに在籍。計画、開発、金融分野に従事し、様々なプロジェクトに携わる。実プロジェクトを通じて、都市計画、制度設計、土地利用計画提案、埋立事業、区画整理事業、再開発事業、PFI事業等の実務を経験し、広くまちづくりに係る。2022年10月より、現職の東武不動産街づくり推進部にて押上・業平エリアの賑わいづくり、エリア価値の創造を目指した「ことまちプロジェクト」を推進中。



感性と素材 カレッジ

artience株式会社
インキュベーションセンター 所長
高橋 隼人氏 (本文中:高橋隼)

大学修士では無機化学・物理化学専攻。2003年に東洋インキ製造(株)に入社。研究所にてUV硬化型機能性ハードコート剤の開発に従事し、社内の新規事業として立ち上げ成功。プラント立ち上げ・製品開発・海外マーケティングを経験。2023年より社長直轄組織としてインキュベーションセンターが新設され、所長として新規事業創出に向け試行錯誤中。



ジャーミネーションカレッジ

株式会社リバネスキャピタル
代表取締役 社長
池上 昌弘氏 (本文中:池上)

2002年6月に株式会社リバネスを立ち上げ、取締役CFOに就任。リバネス創業期の財務・経理・労務などコーポレート業務を一手に引き受け、経営の土台構築に貢献しながら、これまでに70社以上の研究開発型ベンチャー企業のコーポレート・ファイナンス面を支援。2020年1月リバネスの子会社として株式会社リバネスキャピタルを会社分割により設立し、代表取締役に就任。

高橋修 新事業というベンチャーに注目が集まりがちですが、会社の規模に関係なく新しいことは仕掛けられます。リバネスユニバーシティーは、変化を本気で考える企業とともに、組織の外に異質な文化を持った場をつくり、社員の概念シフトを起こす「企業カレッジ」の開発に取り組んでいます。今日はカレッジを設立し、新たな仕掛けに挑む3社のパートナーに集まってお話をいただきました。まずはこれからどんな取り組みをしていくのか、お話をいただくところから始めたいと思います。

高橋隼 今年「感性と素材カレッジ」を設立します、artienceの高橋です。よろしくお願いします。実は今まさにカレッジを設計しているところですので、今日は是非皆さんからもヒントを頂ければと思っています。私たちは今年1月に社名変更しました。これまで印刷インキを主軸とした化学素材メーカーとして素材の機能的価値を皆様に届けてきましたが、サイエンスに加えてアート、つまり感性的価値を届けていく会社になろう、という意味が社名のartience(アーティエンス)に込められています。「感性に響く価値を作り出す」というビジョンを体現するには、自社内に閉じこもるのではなく、多様な視点、知識を取り入れ、皆でその意味を考え、創ることが必要だと考えています。カレッジ設立はその1つの仕掛けになると期待しています。

野田 弊社は昨年、リバネスさんからラーニングクリエイターという「学びをつくる人」を育てる取り組みを一緒にやらないか、とお話をいただき、リバネスユニバーシティーとのコラボレーションを開始しました。まさに

コロナ禍の最中で、リアルな場所に人が集まらなくなったら、我々の商売はなくなるぞという危機感の中で、不動産会社としてエリアに特化したまちづくりに挑戦したいと考えていた時でした。オンライン化が一気に進み、多くのことがデジタルで完結するようになった今、その場所に何かしらの価値がなければ人は集まらない。その価値は何かというのを突き詰めていくと、やはり人は人に会いに行くんじゃないかな、というという仮説にたどり着いたんです。こういう仮説から、面白い人が集まり街の中にコトを生み出すということで「ことまち」というプロジェクトを開始しました。リバネスユニバーシティーとのコラボレーションもその一つで、様々な知識や情熱を持った人が集まり、街の中に新しい人と人の繋がりをつくるような仕掛けと一緒に作る仲間を増やしたい。そんな思いで「ことまちカレッジ」を立ち上げ、ラーニングクリエイターコースを開催しています。

池上 私たちは昨年、「真の伴走者を輩出する」というミッションを掲げ、「ジャーミネーションカレッジ」を立ち上げました。あまり聞き慣れない言葉かもしれませんが、ジャーミネーションは「芽出し」という意味です。ビジネスの種になる研究を研究シーズといいます。植物の成長において、一番大事な最初のステップって、発芽ですよ。私たちは研究開発型ベンチャー(ディープテックベンチャー)に特化してサポートをしているのですが、彼らのジャーミネーション(発芽)のフェーズって、まだビジネスモデルも見えてなくて、当然マーケットも全然分かってなくて、でもやりたいことは明確で、そのための基盤技術はある、

そんな状態です。ずっと研究をしてきた研究者がビジネスを作るってかなり難しいことで、しっかり伴走する人がいないと、果実は実らない。しかしディープテックベンチャーの特徴を理解して伴走できる人材が非常に少ないというのが私たちが感じている課題です。

高橋修 みなさんありがとうございます。まず高橋さんにお聞きしたいのが、今日の会場にもなっている場所で「他流試合」にこれから挑戦されるわけですが、特に堅実な業界の企業の場合、他流試合ってどちらかと言うとネガティブなイメージを持たれているのではと思うのですが、社内からの抵抗はなかったんでしょうか。

高橋隼 そうですね、まさに抵抗感バリバリでした(笑)。我々のインキュベーションセンターは去年の1月に生まれました。新しいことを起こそうと、社内で活動を始めて強く感じたのは、我々の中には自前主義が深く根付いているということです。長年、いかに社内にブラックボックスをつくり、競合に勝つかという勝負をしてきたわけです。感性といった新しい価値に手を伸ばし、挑戦をするためには、いくらいいアイデアがあっても、これまでとは全く違うマインドセットがないと、イノベーションは起きないんじゃないかと思います。私自身、社内の中ではアグレッシブにやってきた方だと思っていたのですが、活動を始めてみてやはりちょっと保身があったなと感じています。今は周りから何やってんだっていう目で見られていると思いますが、ここまで来たら、リスクとってとにかくとことんやってみようという気持ちになっています。

高橋修 野田さんのいらっしゃる不動産業界でも、今高橋さんがおっしゃっていた課題感や、大手の中で起こる変化の難しさという課題は同じでしょうか？

野田 実は私自身は、以前は大手ゼネコンにおりまして、今日の会場のような大きな建物をぼんぼん作っていました。経済合理性を突き詰めていくと、アクセスのいい場所に高層高密度のビルを建て、足元に全国チェーンの商業施設、その上にオフィス、その上にホテル、みたいにしたい同じ形になるんです。そうすると、もうどの場所でも良くなっちゃうんですよね。

そんな背景の中、その場所でしか味わえないものがあって、シェフやお客さんがいて、会話してというのが価値なんじゃないかなと。ゼネコンと違うところの領域に来ているな、というのをすごく感じますね。artienceさんも「アート」とおっしゃってましたが、やっぱりこれから大事なものは、ハードだけじゃなくて、人がそこにいかに気持ちよくいてくれるかなと。そんな世界の中で、全く違う世界にいた人の考えや知識が受け入れられて生きてくる気がしています。

高橋修 お話を聞いていて、このユニバーシティの取り組みというのは、

例えば「感性」「にぎわい」「伴走」「サステナブル」といった、今までの常識からしたら「なにやってるの？」というテーマを掲げて異業種が集まり、これまでの経済合理性とは違う、新しいアプローチで次のビジネスをつくる挑戦なんだ、という見方もできるなと思いました。

野田 そうですね。昨年やらせていただいたラーニングクリエイターコースでは、いろんな分野の方が集まり、子どもたちを巻き込んだ春休みイベントを作ろうというお題で、考えていただいたんですけど、これまでの私たちの常識とは違う視点やアイデアが出てきて驚きました。

高橋修 池上さんに伺いたいんですが、ジャーミネーションカレッジでは、数ある業種の中でも非常に堅実なキャピタル関係の人材がたくさん集まり、全く違う考えで「スタートアップ支援」を実践する取り組みをされていますが、マインドセットをいかに変えるかという点で、何かヒントがありそうな経験はありますか？

池上 まず昨年実施したコースで何やったかという、銀行の方に、現実にいるジャーミネーション期のベンチャー創業者とチームを組んでもらい、その会社のCFOになりきって経

営課題に向き合っていました。「他流試合」というキーワードが出ていますが、自分の立ち位置を180度変えて活動するという、まさに「他流」をやってもらったんです。例えば、ある研究者が「すごく面白い技術があるんだ、私は創業するぞ」って言ってプレゼンをしたとします。ただ、よく話を聞いたら事業計画がボロボロだぞと。おそらく大半の人がこれでは銀行はリスク取れないなと思うんですよ。実際コースに来た方もそういう方ばかりです。このコースではそこから一歩踏み込んで、今ベンチャー自身が抱えてる課題が何かを丁寧に引き出すところから始めます。課題が明確になると、実は金融機関が持っている多様な取引先と繋がることで解決できる事が色々あるのが見えてくる。

私は、ベンチャーのCFOになりきって考えるという、普段の立場を変えたことが、自分たちの隠れた資本に気づくポイントになっていると思っています。あとは何か面白いこと言っているベンチャーと出会ったときの好奇心だとかワクワクだとか、そういうものが散らばっている場が作れると、なにか通常起きにくい化学反応が起きるんだらうなと思って2人のお話を聞いていました。

高橋隼 現業が強いほど、新しいことが起きにくい。物理でいうと、慣性の法則みたいな感じですよ。そのままずっと行くのが一番楽なんです。先程の銀行の方が普段と真逆の立場で新たな銀行の価値に気づいたように、「感性と素材」など誰も答えを持っていないテーマを起点に動くことで、自社の隠れた価値に気づけるのかもしれないと改めて思いました。



高橋修 例えば大手企業の優れた品質管理のノウハウがベンチャーにとって大きな価値になるように、メインストリームの技術で新しい価値を生むというシンプルなコースじゃなくて、実は、当たり前過ぎて価値に見えていないものが、他流試合によって再発見されるなんてこともあります。そこが面白いと思います。

高橋隼 我々はまだそこまで思考が至っていませんが、今の組織状態で何かやっても多分続かない。じゃあ、何が足りないかって考えると、やっぱりそれは風土であり文化であり、一人ひとりのマインドだと思うんですね。だから、これからは他流試合はやっていかないと生き残っていけないとか、そういう風に考える人が少しでも増えていけば、たとえ一度無くなったとしても、また次の人が始めると思うんですよ。ですから、とにかく今は風土を作っていくことですかね。10人、100人と増やせば、継続性は生まれると考えています。

野田 今年、押上で「ことまち」を体現する住民参加型のコミュニティ施設を立ち上げました。冒頭お話しした通り、高層高密度で人が集められる人気店舗を入れたほうが短期的には全然儲かります。でも新しい価値が生まれることで、その地域のポテンシャルが上がってくれば、結果として資産に跳ね返ってくる。そう考えれば実利はあると考えています。まだまだやり始めたばかりなので、続けてみないとわからないですが、「自分もやってみたい」という方がどんどん現れてきて、だんだん協働、共創の取組みになることで、単純にお金を掛けて進める活動ではなくなると



思います。そんなサイクルを生む最初のエンジンを作っているんだと考えています。

高橋修 artienceさんの社名にも入っている「アート」の世界のコミュニティは、ことまちカレッジの動きとも親和性がありそうですね。アートのコミュニティの中にサイエンスに切り口を入れていくような視点で設計していても面白いかもしれないですね。

野田 そうですね、アートもそうですし、他のカレッジにいるベンチャーが、コミュニティづくりを各地域で一緒に始めてもいいかもしれません。私たちも押上以外にも、動物園や農地など特徴的なアセットを持っていますので。

高橋隼 各カレッジの価値観ややりたいと思っていることってお互いに重なりがあるなと感じます。サイエンスを軸にするのか、思い切ってアートを軸にするのか、私たちにアートができるのか、など本当に試行錯誤の真っ最中なんですけど、感性価値って、例えば、ワクワクだったり、ドキドキだったりとかそういう情緒的な価値だと思うんですね。

高橋修 お互いのコースに別のカレッジの受講生が参加したり、生まれた

プロジェクト同士でコラボレーションしたり、カレッジ同士の他流試合も生まれそうですね。最後に一言、未来の受講生に向けて、メッセージをお願いします。

野田 今年もラーニングクリエイターコースを10月から開催します。一緒に多くの人達が集まる居心地の良い場所とは何かを考え、新しいコトを作りたいという方とぜひ一緒にできたらなと思います。

池上 受講する企業側も、自社や社員自身の新しい価値に気づくことで人的資本経営で注目されているエンゲージメントにも良い影響が出ると考えています。そんな視点からでもいいので、ぜひベンチャーとの対話にチャレンジしてもらえたらと思っています。

高橋隼 この場所が感性価値の発信源になるような、そんな感じにしたいと思います。ちょっとでも、なんかちょっと面白そうだな、気になるなっていう人がいれば、ぜひ参加いただければ嬉しいです。

高橋修 ぜひ一緒にやりましょう！
本日はありがとうございました。

(構成・文:楠 晴奈)

アセットをフル活用し、 プロジェクトを生み出す「カレッジ」

JRE Station カレッジ

[Webサイト] <https://jre-station-college.jp/>



主催

東日本旅客鉄道株式会社

ミッション

異業種・異分野の社会人が集い、
サステナブルビジネスをつくりだす

設立の思い

これからの日本が世界をリードしていくためには、やはり「世のため人のため」をしっかりとやり続けることが大切だと私は感じています。そうした中で、JR東日本としても、どうすれば持続可能な社会の実現に向けて役に立つことができるだろうかということを考えて企画したのが、今回のJRE Station カレッジです。JRE Station カレッジは、地域の拠点である駅をキャンパスとして、課題発掘型のリーダー人財を育成し、サステナブルビジネスを生み出すための学び場です。年齢、業種、立場を超えて、誰もが知識をアップデートし続け、課題意識と情熱でつながる人財のネットワークを増幅させ、地域の課題を持続可能な形で解決するエコシステムの構築を目指します。

JRE Station カレッジは東京駅キャンパスからスタートします。東京駅は、当時の人々の「世界に誇れる駅をつくるんだ」という高い志と多大な努力によって、1914年に創建されました。その記録を読むと、身震いするような感動を覚えます。まさに今こそ、我々自身も、次の100年後の人々にそのように感じてもらえるような仕事をしていく必要があります。その象徴的な存在である東京駅をキャンパスとして、次の100年、200年先の未来につながるサステナブルなビジネスをクリエイトしていきたいと思っています。

(JR 東日本 常務執行役員 表 輝幸 氏 ※2021年10月 JRE Station カレッジ開校時時点 2021年10月エコテックコース初回講義より)

※2024年度は全コースステーションコンファレンス万世橋で開催予定

3つの特徴

多様なメンバー

多種多様なバックグラウンドをもつメンバーが集まり、異なる考え方に触れながら個人のネットワークを形成し、仕事の枠にとらわれずコトを仕掛けるマインドを学びます。

サステナブル

これからの時代のビジネスに不可欠な「サステナブル」の考え方と同時に、ゲストスピーカーとして登壇するディープテックベンチャーから最先端の知見を学びます。

ビジネス創出

単にプロジェクトのプランを構想するだけでなく、JR東日本のアセット（駅・まち・フィールド）を実践・実証の場として活用するチャンスもあります。

実施コース

エコテックコース / フードテックコース / ライフテックコース

どんな参加者が集まる？

新規事業創出を担う部門、研究所の新テーマ創出を目指すチーム等、大手企業の若手から中堅社員が多く参加しています。その他、中小企業の次のマネージャー・経営者候補の方が「サステナブルビジネス」の概念を学びに参加する事例もあります。毎回の講義には、新進気鋭のディープテックベンチャーの創業メンバーがゲストスピーカーとして登壇し、受講者チームの一員となって議論していきます。

リバネスユニバーシティーは、変化を本気で考える企業とともに、参加者の概念シフトを起こす「カレッジ」の開発に取り組んでいます。カレッジには多種多様な企業の人材が参加し、4ヶ月間、全く違う文化の中で、地球の課題解決に繋がるビジネス・プロジェクトの創出に取り組みます。核となるカリキュラムと「地球貢献型リーダーの育成」という共通のゴールをベースとして、そこに各カレッジ主催企業のアセットを組み合わせることによって、多様性のある学びを実現します。今後も新たなカレッジを設立してまいります。

ジャーミネーションカレッジ

[Webサイト] <https://univ.lne.st/college/germination-college/>



主催

株式会社リバネスキャピタル

ミッション

ベンチャー伴走の本質を追究し、
社会実装を先導する

設立の思い

ベンチャーは新しい概念と技術によって課題解決に挑むという特性から、多くの場合既存市場はなく、ある程度実証が進まないとビジネスモデルやマーケットを見出すのが困難です。しかし、一般的に投資起案や融資稟議を通すには、蓋然性が高い事業計画があることが大前提であり、このギャップが投資家や金融機関のリスクテイクを難しくしています。ベンチャーの成功確率は創業者のリスクテイク度と、投資家をはじめとする伴走者のリスクテイク度との掛け算であると言えます。創業者のリスクテイク度が100%であるとする、伴走者のリスクテイク度がそのままベンチャーの成功確率に反映されると言っても過言ではないでしょう。ベンチャーの創業期においては、資金以外にも経営人

材や管理リソースなど不足している要素は多くあります。例えば、投資家や金融機関、事業会社が主体的にベンチャーを巻き込みビジネスモデルやマーケットを共創する、その上で様々な資本(キャピタル)を投下し長期的に伴走し続ける。ベンチャーの中にも、外にも、経営者と同じビジョンを共有し、主体的に伴走できる人材をどんどん輩出しようと構想したのが、「ジャーミネーションカレッジ」です。本カレッジでは、ベンチャー経営上の課題解決という観点で伴走に必要な考え方を共有し、実践する場を通じて、受講者それぞれがベンチャーに対して主体的な伴走者として動き出すことを目指しています。

(リバネスキャピタル 代表取締役社長 池上昌弘 ※2023年10月ジャーミネーションカレッジ設立講演より。一部追記。)

3つの特徴

ブリッジコミュニケーション

伴走に必要な考え方を共有し、実践する場を通じて、受講者それぞれがベンチャーに対して主体的な伴走者として動き出すことを目指します。

越境経験

ベンチャーのCFOまたはCSOになりきり、主体性をもってベンチャーの課題解決を促す連携仮説を創出することで、擬似的な越境経験を積むことができます。

アントレプレナーシップ

ベンチャーが抱える課題の本質を見極め、創出した連携仮説に対し具体的なアクションを起こします。その過程で自身のアントレプレナーシップを醸成します。

実施コース

キャピタルブリッジコミュニケーションコース

どんな参加者が集まる？

金融機関のベンチャー支援部門、投資機関のキャピタリスト、大手・中堅・中小の事業会社の研究開発部門、新規事業開発部門などに所属する若手または中堅の方々を主に想定しています。これまで具体的な伴走をイメージしにくかった創業期のディープテックベンチャーを題材としてグループワークを実施するため、彼らとのブリッジコミュニケーションの概念を修得し、世界を変える挑戦に「主体的に伴走する力」を実践的に身につけます。

ことまちカレッジ

[Webサイト] <https://univ.lne.st/college/koto-machi-college/>



主催

東武不動産株式会社

ミッション

人と人、人と自然の新たな繋がりを創造する

設立の思い

街づくりはハードをつくって終わりではなく、そこからいかに「街の賑わい」をつくるかが重要です。これまでは自治体や町内会がその機能を担っていましたが、その地域を拠点にしている私達のような企業がもっとそこにコミットしなければいけないのではないかと。そんな思いから、街に根ざした「コトづくり」をするプロジェクトを立ち上げました。その1つが、リバネスユニバーシティの中に立ち上げたことまちカレッジです。ことまちカレッジは、人と人、人と自然の新たな関係性を創造する実践場です。多様なバックグラウンドをもった人が出会い、多様な視点を調和・統合させることを通じて、そのまちに根づく「こと」を生み出すことができるリーダー人材を育成し

ます。2023年にスタートした「ラーニングクリエイターコース」では、多様な視点を持った人と人が互いに学び合う「豊かな学びの場」をクリエイイトできる人材が集い、育つ場です。街の賑わいとは、人と人の繋がりが生まれ、その街に愛着や故郷意識が生まれることではないかと考えています。本コースでは街のアセットとコース参加者の専門性を組み合わせ、街に多様な人が集まるきっかけとなるような、新しい「学び」のコンテンツを開発します。研究者やベンチャー、学校の先生、子どもなど、これまであまりコラボレーションしたことがない人たちとの化学反応に期待しています。

(東武不動産株式会社 代表取締役社長 田中 浩 氏)

3つの特徴

共創の仕掛けづくり

箱作りだけではコトは生まれません。目的を体現するプロジェクト・プログラムを創出できる人材を育成します。

ブリッジコミュニケーション

「学び合い」を通じて未知の相手と情熱や経験に基づく知識を共有し、強固な関係性を構築してコラボレーションする方法を徹底的に学び、実践します。

街

墨田区の「ことまちラボ」を実践フィールドとし、具体的なMissionを設定して、コトづくりに挑む、他にはない実践的なコースです。

実施コース

ラーニングクリエイターコース

どんな参加者が集まる？

「共創」による価値創出を目指す企業内のコミュニケーション施設や、地域のインキュベーション施設の企画担当者等、場づくりではなく「コトづくり」をミッションに新たなチャレンジを始める方がメインターゲットです。その他、社会の課題解決に挑むテクノロジーベンチャーの社員や、探究的な学びづくりに取り組む学校教員等、多様な情熱を持った参加者が集まります。

感性と素材カレッジ

[Webサイト] <https://univ.lne.st/college/artience/>



主催

artience 株式会社

ミッション

「心の充足」の実現によるビジネスを創出する

設立の思い

現代社会において、単なる機能や利便性を越えた「感性価値」が注目されています。本カレッジでは、この「感性価値」を五感への刺激により直接想起される感情に留まらない「心の充足」と捉え、artienceグループが持つ素材や技術等のアセットと受講生のアセット、価値観を繋げ、新しい事業を生み出すことを目指します。

2024年1月、東洋インキホールディングスはartienceに社名変更しました。これまで印刷インキを主軸とした化学素材メーカーとして素材の機能的価値を皆様に届けてきましたが、サイエンスに加えてアート、つまり感性的価値を届けていく会社になろう、という意味が社名のartience(アーティエンス)に込められています。「感

性に響く価値を作り出す」というビジョンを体現するには、自社内に閉じこめるのではなく、多様な視点、知識を取り入れ、皆でその意味を考え、創ることが必要だと考えています。カレッジ設立はその1つの仕掛けになると期待しています。

感性と素材カレッジは、異業種・異世代との共創で新たな価値を創出する事を目的に立ち上げた、「incubation CANVAS」で開催します。改装はまだこれからですので、本カレッジを通じて、組織の枠にとらわれない価値共創の場の設計も、皆さんとしていきたいと考えています。(artience 株式会社 インキュベーションセンター 所長 高橋 隼人 氏)

3つの特徴

アート×サイエンス

機能的価値を追求してきたメーカーの知識と、感性という人らしさをかけ合わせて、モノだけでは生み出せない価値を追究します。

既存組織の中でのビジネス創出

新しいことを起こしにくい大きな組織の中で新規事業を立ち上げる方法を学び、実践していきます。

アセットの融合

単にプロジェクトのプランを構想するだけでなく、主催企業の技術やノウハウ、場所、さらにはゲストも巻き込み、実践・実証を具体的に進めていきます。

実施コース

感性イントレプレナーコース

どんな参加者が集まる？

近年着目される「感性」に関わる新規事業の立ち上げを目指す、事業会社やベンチャー企業等に所属する方がメインターゲットです。本カレッジではartienceグループの社員も受講生として参加し、他の受講者との間で互いのアセットを活用した感性ビジネスの創出を目指します。

2024年度後期開講コース一覧



リバネスユニバーシティは各カレッジがコースを開発し、実施しています。

※リバネスユニバーシティは、学校教育法上で認められた正規の大学ではありません。

※各コースのプロデューサー・日程・会場は変更となる場合があります。最新情報はWebページをご覧ください。

※金額は全て税込です。

コース詳細はこちら

<https://univ.lne.st/courses/>

ジャーネーションカレッジ開講コース

キャピタルブリッジコミュニケーションコース

〔主催〕株式会社リバネスキャピタル

実施期間

2025年1月24日～2月21日(17:00-19:00・全4回)

※2/20は午後、2/21は午前開催

実施日

1/24、2/6、2/13、2/20-2/21

※1/24は対面開催(東京都内)

※2/6、2/13はオンライン開催

※2/20-2/21は合宿形式で対面開催(東京都内)

概要

受講者はベンチャーの経営チームの一員となりきり、ベンチャーの課題の本質を見極め、解決するための連携仮説の提案と実践を行います。所属組織の様々な資本(キャピタル)を活用し、ベンチャーの事業計画の蓋然性を高めるアイデアを主体的に創出することで、世界を変える挑戦を加速する真の伴走者となるための概念を実践的に学びます。

最終プレゼン課題

CFO/CSOになりきって立案したベンチャーとの連携仮説とその実践

参加費

495,000円

実施形式

対面・オンライン

プロデューサー

池上 昌弘

株式会社リバネスキャピタル 代表取締役社長

光合成細菌の研究で大学院に進学後、丸・井上と出会い2人の熱に巻き込まれるようにしてリバネス創業に関わり、出前実験教室の初代講師を務める。創業後大学院を中退し初の常勤役員となり、経理・財務などコーポレート部門を一手に引き受ける。リバネスの知識製造業を絶対に止めないファイナンスを実現しつつ、この20年間で70社超の創業期ベンチャーに対し経営の土台作りの伴走も行ってきた。この経験を活かし、子会社のリバネスキャピタルを設立し組織的なベンチャー伴走体制を構築中。

ことまちカレッジ開講コース

ラーニングクリエイターコース

〔主催〕東武不動産株式会社

実施期間

2024年10月25日～2025年1月31日(金曜開催:17:30-20:00・全7回)

実施日

10/25、11/8、11/22、11/29、12/13、1/10、1/31

概要

「ラーニングクリエイター」は多様な視点を持った人と人が互いに学び合う「豊かな学びの場」を創造できる人材です。今回は、墨田区・押上を実践フィールドとして「墨田区の街のにぎわいづくり」につながる「学びの場づくり」に挑む、実践的なコースとなっています。

最終プレゼン課題

大人と子どもを巻き込み「まちのにぎわいづくり」に繋がる教育プログラムの企画提案

参加費

495,000円

実施形式

対面 ことまちラボ(東京都墨田区)

プロデューサー

前田 里美

株式会社リバネス 教育総合研究センター長

高校を卒業後渡米。Wright State Universityで人間工学心理学の修士、博士号を取得。2010年にリバネスに入社。若手研究者向け研修、教員研修、中高生の国際教育企画の開発に従事。2018年4月から、リバネス教育総合研究センターのセンター長として、非認知能力の評価系と育成の研究を、学校現場の先生方と一緒に取り組む。

感性と素材カレッジ開講コース

感性イントレプレナーコース

〔主催〕artience株式会社

実施期間

2024年9月5日～12月19日(木曜開催:15:00-17:00・全8回)

実施日

9/5、9/19、10/3、10/17、10/31、11/21、12/5、12/19

概要

「感性価値」を五感への刺激により直接想起される感情に留まらない「心の充足」と捉え、それを実現するためのものづくり・サービスによる新規事業開発を目指します。多様な素材および周辺技術を持つartienceグループ、感性に響く事業を立ち上げたベンチャー企業、その他企業が集まり、所属組織の中で新規事業を立ち上げる方法を学び、実践していきます。

最終プレゼン課題

「感性価値」をテーマとした新規事業仮説プレゼン

参加費

495,000円

実施形式

対面 京橋エドグラン(29F Incubation CANVAS)

プロデューサー

長谷川 和宏

株式会社リバネス 執行役員CHO

修士1年よりリバネスに参加し、その後リバネス初の新入社員として入社。人材開発事業部を立ち上げ、2012年より執行役員に就任。TECHPLANTER事業やリアルテックファンドの立ち上げ、スタートアップと町工場の連携事例構築、インキュベーション施設「センターオブガレージ」の開設や中堅中小企業の新規事業創出支援などを主導。【兼務】リアルテックホールディングス 取締役副社長、株式会社グローバルリンク 取締役、株式会社NEST iPLAB 取締役、株式会社木幡計器製作所 取締役

JRE Station カレッジ開講コース ※掲載内容は変更の可能性あり

エコテックコース [主催] 東日本旅客鉄道株式会社

実施期間 2024年9月4日～12月11日(水曜開催:18:00-21:00・全8回)

実施日 9/4、9/18、10/2、10/16、10/30、11/13、11/27、12/11

概要 既存の産業は資源が維持されることを前提としており、崩壊がすでに始まっています。このコースでは、現状を打開し、水質浄化や廃棄物循環、災害対策といったサステナブルな地球環境の実現を目指します。

最終プレゼン課題

サステナブルな世界に繋がるビジネスモデルプレゼンテーション

参加費 495,000円 実施形式 対面 ステーションコンファレンス万世橋

プロデューサー

楠 晴奈

株式会社リバネス ひとつづくり研究センター長

2003年よりリバネスに参加。教材開発事業部、教育開発事業部、人材開発事業部の部長を経て2016年研究キャリアセンター長に就任。リバネスの教育応援プロジェクトの立ち上げ、企業の教育参加を加速する教育CSR事業の創出に関わる。また、リバネスの人材開発の根幹となるサイエンスブリッジコミュニケーター育成を主軸とした企業・大学の人材育成プログラムの開発・実施経験を豊富に持つ。著書「誰もが「地球貢献型リーダー」になれる思考法」(リバネス出版)

フードテックコース [主催] 東日本旅客鉄道株式会社

実施期間 2024年9月4日～12月11日(水曜開催:18:00-21:00・全8回)

実施日 9/4、9/18、10/2、10/16、10/30、11/13、11/27、12/11

概要 食べることは人が必ず必要とする行為。人類の歴史の中で食を起点にさまざまな文化や価値が生まれてきました。しかし、いま食料資源の枯渇、フードロスなど食の問題が数多く存在しています。このコースでは「新しい食の循環」をテーマに、ビジネスを生み出します。

最終プレゼン課題

サステナブルな世界に繋がるビジネスモデルプレゼンテーション

参加費 495,000円 実施形式 対面 ステーションコンファレンス万世橋

プロデューサー

塚田 周平

株式会社リバネス 執行役員

東京大学大学院農学生命科学研究科応用生命工学専攻博士課程修了。博士(農学)。設立初期の2003年よりリバネスの運営に参画。実験教室、各種ライティングの実践を積んだ後、アグリ分野の先進技術開発・導入、地域創業エコシステム構築事業の立ち上げを行う。大手・中堅企業やベンチャー、研究者等との連携による技術開発、事業開発に現場主義でコミットしている。

ライフテックコース [主催] 東日本旅客鉄道株式会社

実施期間 2024年9月4日～12月11日(水曜開催:18:00-21:00・全8回)

実施日 9/4、9/18、10/2、10/16、10/30、11/13、11/27、12/11

概要 生活スタイルや考え方の変化に伴い、性別、世代、国籍などの垣根を超え多様性を受け入れながら、個々の豊かな人生について考えることが重要になっています。ここでは医療、福祉、教育、働き方などの視点から、これからの人の暮らしにまつわる事業を構想します。

最終プレゼン課題

サステナブルな世界に繋がるビジネスモデルプレゼンテーション

参加費 495,000円 実施形式 対面 ステーションコンファレンス万世橋

プロデューサー

篠澤 裕介

株式会社リバネス 執行役員

東京大学大学院農学生命科学研究科修了(農学修士)。PR会社を経て2009年よりリバネスに入社。2013年より、シードアクセラレーション事業「TECH PLANTER」を立ち上げる。日本国内外における大企業とスタートアップの連携構築の仕組みを構築し、新規事業創出や産学連携事業などを行う。2015年より投資育成研究センターを立ち上げ、リアルテックファンドでグロースマネージャーに着任。2018年より、創業開発事業部長として、起業でなく「創業」をテーマに活動を開始。2021年より執行役員。

自らの軸に気づかせる

越境経験に送り出そう！

越境経験には2つの重要なポイントがある。ひとつ目は環境と共に仕掛ける周囲の人。特にリバネスが事を仕掛ける上で重要視しているのは研究者的思考を鍛えることだ。研究者的思考とは、①疑問をもち、②仮説を立て、③実験を行って仮説を検証し、④得られた結果から学ぶこと、の4つを主体的に繰り返す思考である。仮説を検証し、結果が予想とは異なっても、なぜそうなったのかを考えさせる。もしかしたら実験条件が合わなかったのかもしれない。そもそも、仮説とは異なる結果自体に意味があることもある。新しいビジネスを生み出す上でも、「失敗という結果」ではなく、そこから学べることを導き出すことが重要なのだ。

2つ目のポイントは越境経験の中で対象者の好奇心に従って行動させること。行動を起こすうちに、知識や情報だけでなく、自ら体験し、感じる経験を積み重ね、「自分が動かなければ」という個人の情熱を起点とした機動力(パッション)に突き動かされるようになる。これまでの人材育成は、個人の関心よりも、組織として大きなプロジェクトを動かせることが大切だった。しかし、価値観が多様化し、社会課題も複雑化するこの時代だからこそ、個人の好奇心を起点に、研究者的思考の身につく越境経験が必要となる。

これら2つのポイントをおさえ、送り出す社員ごとに生み出される研究結果を受け止められるようになることもまた企業に求められていることなのかもしれない。長期の経験には送り出す側、送り出される側の双方にかなりの勇気が必要だが、目的に合わせ、越境経験を実験的に取り入れてみてはどうだろうか。

「外部と連携し、新しい価値を生む力」を育てる

3つの短期越境プログラム



[プログラムの詳細]
<https://lne.st/8cjk>

社内に閉じず社会の変化に目を向け自ら活動を起こすことが求められる中で必要なのは内向きのマインドから外向きのマインドに変化させること。私たちはそのような外向きのマインドを「越境マインド」と位置づけています。実際に外の世界と新しい仕掛けをしている「現場」の肌感に触れた経験や、価値観や常識の違う世界に触れ、「結果的に成長する」「新しい発想が得られる」という実感を持つことで、越境マインドを強化します。外に出るマインドや文化醸成ができていない、社員に異分野融合や外との連携強化の価値が伝わらない、外に出ても名刺交換で終わってしまう事が多いといった企業におすすめです。

[お問い合わせ]

株式会社リバネス 人材開発事業部 (担当: 上野・重永)

TEL: 03-5227-4198 / Email: hd@lne.jp

1 未来共創マインド強化合宿 (1日間)

実践の場はアジア最大級の中高生のための学会、サイエンスキャッスル。民間企業、大学、研究者が応援し、「世界中の中高生が研究する文化・環境をつくる」ことを目指すこの場で、自ら問いを立て、研究開発を行う次世代のプレゼンテーションを大量に浴び、さらに研究を一歩進めるディスカッションを行い、「次世代の発想をリスペクトし、自身の学びに変える」越境マインドを醸成します。



リバネスの長期越境プログラムの流れ

5月
～
7月

ビジネスになぜ相互理解と自分軸が必要なのかを学ぶ

研修を通して、自分軸を持つ意義と研究思考の基本を学ぶ。

例)コミュニケーション研修 / プレゼンテーション研修 / リーダーシップ研修など



8月
～
10月

実践① 相互理解の一步目、相手を知る

実験教室の実施を通して

- ・異なる相手に橋を架ける
- ・異なる分野の研究・業界の知識を理解し、自分事として橋をかける
- ・異なる背景を持つ相手に自分の言葉で知識を伝える



11月
～
1月

実践② 自分軸を持って行動を起こす

超異分野学会参加・海外渡航を通して

- ・自分の目で一次情報を集める
- ・異なる分野の専門家と自社のアセットをつなぐ
- ・自社のビジョンと自分自身のパッションの重なり気づく



2月
～
4月

経験から得た学びを他者に伝わるように言語化する

知識や経験、思考したことを異なる背景を持つ相手にも伝わるように表現し、活動を広げられる力をつける。

[記事制作・発表]

自らの学びを言語化し、他者に伝える、宣言する / 今後やることを企画・提案する



2 超異分野マインド強化合宿 (2日間)

研究者、大企業、町工場、ベンチャーといった分野や業種の違いにとらわれずに、議論を通じて互いの持っている知識や技術を融合させ、人類が向き合うべき新たな研究テーマや課題を捉え、共に研究を推進するための場です。異分野・異業種の参加者が多数集まり、これまでにない研究テーマの創出、課題解決のアプローチを建設的に議論し、垣根を超えて共に最先端の研究開発を仕掛け続けています。ポスターセッション、口頭セッションに参加する超異分野の参加者とその場で連携アイデアを考え発表する「知識製造イグニッション」の企画に挑戦いただけます。



3 グローバルマインド強化合宿 (3日間)

東南アジア各国のディープテック分野を超えて俯瞰することで、現地の課題やトレンドを理解するビジネスツアーです。2023年は、マレーシア、シンガポール、フィリピン、インドネシア、そしてタイの東南アジア5カ国で開催。現地のキーパーソン面談や訪問先をリバネスがアレンジします。単なる訪問ではなく、自己紹介プレゼンの機会を提供し、自社の強みや東南アジアで実現したいことを伝える機会が多数あります。海外進出を目指すベンチャーや大手企業の新規事業担当者が参加するツアーに同行することで、外の世界で新しいことを起こす現場の熱を体感していただけます。



オープンキャンパス開催！

10/16(水)15:00-17:00(予定)

[申込]<https://lne.st/jresc202410oc>真のサステナブルビジネスを
学び、つくりだす

JRE Station カレッジは「真のサステナブルビジネスを学び、つくりだす」をテーマに4ヶ月でサステナブルビジネスの創出にチャレンジしています。これまでの3年間で現在100名以上の受講生を迎え、その実践の場ではすでに25のプロジェクトが生まれました。2024年度は「エコ・フード・ライフ」の3つのテーマでコースを展開しています。

来たるオープンキャンパスでは、本カレッジへの想いに加え、各コースを修了し、その後も活動を続けている受講経験者のプレゼンテーションが行われます。修了生のプレゼンテーションでは、JRE Station カレッジの特徴の1つでもある「ゼミ」で実際に行われるプロデューサーとの議論が展開され、新規プロジェクトが育つ瞬間を見ることができます。奮ってご参加ください！



こんな方にオススメ！

自ら新規テーマを創出するメンバーが少ないことを課題に感じている新規事業開発部門

異分野・異業種の方々、ベンチャー企業等とのコミュニケーション方法を知りたい研究開発部門

リスクをとって新たなことに挑戦する人が増え、新事業が生まれ続ける組織をつくりたい経営企画部門

実践的に社員のチャレンジ精神を高められる研修を探している人事部門

タイムライン

14:30	開場
15:00	各コースの概要説明
15:30	修了生によるプレゼンテーション
16:30	交流会
17:00	終了

実施概要

日程	2024年10月16日(水)15:00-17:00(予定)
会場	ステーションコンファレンス万世橋
住所	〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1-25 JR神田万世橋ビル3・4F
アクセス	JR秋葉原駅 徒歩4分 / 東京メトロ 神田駅 徒歩3分
参加費	無料

お問合せ

株式会社リバネス
JRE Station カレッジ運営事務局 (担当:立花、海浦)
[E-mail] jresc@jreast.co.jp

申込

<https://lne.st/jresc202410oc>