



東京大学におけるスタートアップへの取り組み

東京大学 産学協創推進本部 スタートアップ推進部長・特任教授

長谷川 克也

長谷川 克也（はせがわ かつや）

東京大学大学院工学系研究科物理工学専攻修士課程修了後、松下電器産業（現パナソニック）にて移动通信機向け GaAs IC の研究開発や画像圧縮伸張 LSI の開発・事業化に従事。1997 年から Panasonic Ventures（パナソニックのシリコンバレーでの CVC）にてベンチャー投資に従事。その後、Venture Connection, LLC、早稲田大学を経て、2009 年から特任教授として東京大学にてスタートアップ支援およびアントレプレナーシップ教育に従事。

1. はじめに

大学の使命は教育と研究にあります。近年は学術研究の成果から新しい産業を生み出すことも大学の第三の使命として期待されています。大学の研究成果が事業化され、その結果として富が生み出され、雇用が生み出され、税収が生み出される。このような過程を経て、大学の研究成果が経済発展に寄与することが社会から期待されるようになりました。しかしながら、非営利の教育研究機関である大学自身が自らの手で事業を営むことはできないので、産（企業）と学（大学）が連携しつつも最終的には営利企業に事業化を委ねることになります。その際、既存の企業が大学の研究成果を事業化してくれればいいのですが、様々な理由で既存企業での事業化が難しい場合、新たな企業を設立して事業化を目指す場合があります。これが、いわゆる大学発スタートアップ⁽¹⁾です。

東京大学において組織的に大学発スタートアップへの支援が行われるようになったのは、国立大学が法人化された 2004 年からです。それまで文部科学省の一部門、つまり日本の政府機関の一部門であった国立大学は、2004 年 4 月から法人格を持つようになり、法人化と共に、研究成果を社会に普及してその活用を促進することも大学の使命だと明文化されました。東京大学

(1) 我々は、大きく成長する（スケールする）事業を目指した新規企業を「スタートアップ」と呼び、新規企業全般を指す「ベンチャー」とは区別しています。このような定義の下では、必ずしもすべての起業がスタートアップであるわけではなく、スモール・ビジネスの起業も数多くあります。しかしながら、昨今、スタートアップという言葉はスモール・ビジネスをも含んだすべての起業を指すことが多くあり、旧来の「ベンチャー」という用語が単にスタートアップという言葉に置き換わっただけの場合も多いようです。本稿で言う「スタートアップ」は、そのような起業全般を指すものではなく、大きく成長する（スケールする）スタートアップ（さらに言えば high growth startup）を指しています。

また我が国では、大学生や大学院生が起業した場合も大学発スタートアップ（または大学発ベンチャー）と呼ぶことも多くあります。経産省や文科省の定義でも、必ずしも大学の研究成果を事業化するわけではない学生の起業を「大学発」に含めています。学生の起業も社会経済の発展に少なからぬ寄与をしており、その意味で学生ベンチャーを「大学発」に含めることには一定の合理性はありますが、本稿では、大学での学術研究成果をベースにした事業を指して「大学発」とする、グローバルにはより一般的な言葉の使い方をしています。

では、法人化と同時に設立された産学連携本部（その後、産学協創推進本部に名称変更）の中に事業化推進部という組織が設けられ、全学的なアントレプレナーシップ教育も含めたスタートアップ支援を担うことになりました。

事業化推進部は何度かの組織変更を経て現在はスタートアップ推進部という部署になっていますが、本稿ではこの部署が行っている活動を中心に東京大学におけるスタートアップ支援活動およびアントレプレナーシップ教育活動を紹介します。

なお、具体的な起業計画の相談や設立後の会社を対象とするスタートアップ支援活動と、必ずしも具体的に起業を考えているとは限らない学生や研究者も対象とするアントレプレナーシップ教育活動は、その背景や目的も異なるので、2章でスタートアップ支援、3章でアントレプレナーシップ教育について述べ、4章ではその中間に位置する活動「FoundX」について述べます。

2. スタートアップ支援

2.1 なぜ大学がスタートアップ支援をするのか？

上述した経緯から明らかなように、大学が大学発スタートアップを支援する第一義的な目的は、大学の研究成果を事業化して新たな産業を生み出して経済発展に資することが大学の使命の一つだからです。一般に、新しい事業を興すことは簡単ではありません。特に大学の研究成果の事業化は、技術的にもマーケット的にもハードルが高い場合が多く、一般的な新規企業を興すよりも資金的にも時間的にも多大なリソースを要する場合が多いと言っていいでしょう。大学発スタートアップへの大学からの支援は、その敷居を少しでも低くするための仕組みや活動です。

大学の行うスタートアップ支援には、大学に対する財政的貢献への期待という副次的な側面もあります。大学の研究成果を活用する企業であれば、大学が取得した知財から生まれるライセンス収入が期待できますし、事業化までには技術の源となった研究室との共同研究による収入や、研究室との緊密な連携に必要となる施設を利用するための各種の利用料収入も期待できます。これらの様々な対価の一部は、キャッシュではなくエクイティー（株式やストック・オプション）で支払われる場合もあります。大学がエクイティーを取得したスタートアップがうまくいけば、大学は、スタートアップに財政的な負担をかけることなく大きな経済的な見返りを得ることができます。

2.2 支援する対象

大学が大学発スタートアップを支援する第一義的な目的は学術研究成果の事業化ですから、支援する対象は基本的には大学の研究成果を活用したスタートアップです。また、最終的には国の経済発展に寄与することが目標ですから、単に新しい会社を作るだけでなく、多くの富や雇用を生み出す（つまり、スケールする）可能性を秘めた事業であることが必要です。どんなに素晴らしい技術であっても、また、どんなに重要な社会課題の解決を目指していても、ビジネスとしてはスモール・ビジネスにしかならないことが明らかであれば、大学からの組織的な支援の優先度は低くならざるを得ません。

2.3 スタートアップ支援の内容

起業後のスタートアップ支援という意味では、東京大学協創プラットフォーム開発（株）（東大IPC）や（株）東京大学エッジキャピタルパートナーズ（UTEC）といった投資事業会社によ

る活動も大きな役割を果たしていますが、大学自体の取り組みとしてはインキュベーション施設における各種事業支援の提供が一番大きな支援活動です。

● インキュベーション施設の提供

インキュベーション施設は、2004 年の産学連携本部設置と同時に本郷キャンパス内にインキュベーションルームが設けられたのが最初ですが、2007 年に篤志家の支援を得て 58 m²の個室 30 室を備えた「アントレプレナープラザ」を開設してから本格的な運用が始まりました。アントレプレナープラザは満室状態が続いていたため、2018 年に築 90 年の建物を改装して 30 室ほどの貸室と共用のラボやオフィスを備えた「アントレプレナーラボ」を開設しました。

アントレプレナーラボの特徴は、複数のスタートアップが一つの大部屋を共有する共用バイオ実験室（シェアラボ）を設置したこと。バイオ系スタートアップの場合、インキュベーション施設の個室を借りても、実験環境を自前で揃えようとすると大きな初期投資が必要になります。そこで、専任のラボ・マネージャーの管理運営の下で、冷蔵庫、冷凍庫、純水装置、遠心分離機、電子天秤などの設備を複数社で共用し、各社は実験台一つだけを占有するような形式のシェアラボを設置しました。ボストン近郊などでは一般的なものですが、日本では今まであまりなかった形式のインキュベーション施設です。アントレプレナーラボはこの他にも、入居者が交流できるようなラウンジ、共用会議室、24 時間営業の無人コンビニなどを備えています。

東京大学には本郷キャンパス以外に駒場（目黒区）と柏（千葉県柏市）に大きなキャンパスがありますが、駒場地区には 2009 年から運用している小規模なインキュベーションルームがあり、また柏地区には 2019 年に約 65 m²の個室 14 室を備えたアントレプレナーハブを開設しました。表. 1 に現在（2023 年 8 月）産学協創推進本部が管理運営している学内インキュベーション施設を列挙します。

表. 1 産学協創推進本部の運用するインキュベーション施設

施設名	場所	施設概要	用途
アントレプレナープラザ	本郷キャンパス	約 58 m ² の個室 30 室	23 室はウェットラボ ^(注) 利用可能
アントレプレナーラボ (個室)	本郷キャンパス 南研究棟内	約 25-75 m ² の個室 32 室	24 室はウェットラボ ^(注) 利用可能
アントレプレナーラボ 共用バイオ実験室 (シェアラボ)	本郷キャンパス 南研究棟内	専用ベンチ 12 台	ベンチ（実験台） 単位での利用
アントレプレナーラボ 共用オフィス (シェアオフィス)	本郷キャンパス 南研究棟内	専用デスク 15 席 オープンデスク 22 席	デスク単位での利用
駒場連携研究棟 インキュベーションルーム	駒場Ⅱキャンパス 連携研究棟	約 54 m ² または 68 m ² の 個室 3 室	オフィス利用のみ
柏Ⅱ アントレプレナーハブ	柏Ⅱキャンパス	約 65 m ² の個室 14 室	全室ウェットラボ ^(注) として利用可能

(注) ウェットラボ：薬品などを使ってバイオ系や化学系の研究開発ができる部屋

● 様々な形の事業支援

インキュベーション施設の入居企業には、箱物を提供するだけでなく様々な形の支援を提供しています。インキュベーション施設の運営メンバーは皆民間企業出身なので、一定レベルの経営アドバイスを提供することができますし、投資家や学外支援者を紹介することもできます。また、運営メンバーだけで提供できる支援メニューは限られるので、様々な外部機関の協力を受けています。例えば入居企業は、大学が顧問契約を結んだ弁護士事務所から一定の範囲内で法務支援を無料で受けることができます。公認会計士による経営相談サービスやバックオフィス・サービス、クラウド・サービスなども提供しており、メディアへの紹介や営業支援を行うこともあります。

● 入居者のネットワークキング

インキュベーション施設では、入居者間の交流を促すようなネットワーキング・イベントを定期的に開催しています。同じような境遇に居るスタートアップ同士が情報共有、情報交換することで、独自のスタートアップ・コミュニティの形成を目指しています。

インキュベーション施設の利用社は累計 110 社にのぼり、この中から 7 社が上場し、成功裡に M&A で EXIT した会社も上場と同じ程度の数が出ています（2023 年 8 月現在）。時間軸の長いバイオ系の会社だとインキュベーション施設に 10 年近く居る場合もありますが、IT 系の会社だと 1,2 年で卒業する場合も多く、平均するとインキュベーション施設の入居期間は 4 年半ほどです。

2018 年以降に運用を開始した施設では、上記した様々な支援の対価として、大学が施設利用企業からストック・オプションを取得する制度を整備しました。それらの会社の中から EXIT する会社も出始めており、大学への財政的なリターンも生まれつつあります。

インキュベーション施設での支援以外にも、大学発スタートアップの起業の敷居を低くするために、大学では様々な仕組みを設けています。その枠組みや活動主体は多岐にわたっており、ここに詳細を記すことはできませんが、主なものを列挙します。

● （株）東京大学 TLO による知的財産面のサポート

東京大学での知的財産の活用は、主に管理面を担当する知的財産契約・管理部と、主に運用面を担当する（株）東京大学 TLO（大学の子会社）が一体となって担っており、特許出願を希望する研究者に対しては主に TLO のメンバーが権利化をサポートし、スタートアップを起業する場合には独占実施権を付与することが一般的です。ライセンスの対価として大学がストック・オプションを取得する仕組みは 2004 年の法人化直後に導入され、近年その利用頻度は高まっています。

大学における知財に関する仕組みは、元々は大企業へのライセンスを主な出口として想定した仕組みなので、大学発スタートアップにとって大学とのライセンス交渉は負担になる場合があります。スタートアップでの知財活用には、エクイティーを絡めたスタートアップ向けの新しい考え方を検討していく必要があるかもしれません。

● 教員の取締役兼業や利益相反マネジメントのサポート

研究成果の事業化に際しては、核となる研究を行った研究者のコミットが会社設立後も必要となることが多くあります。東京大学の兼業規定では教職員が社長・代表取締役になることはできませんが、一定の条件を満たす場合には取締役兼業が認められています。

教員がスタートアップと兼業する場合、兼業先のスタートアップの一員として得ることになる利益や負うこととなる義務が、大学の利害や大学が教育研究機関として教職員に求める義務と衝突する可能性があります。このような利益相反状態をマネジメントするために、東京大学では利益相反マネジメントに関する組織を設け、規則やガイドラインを制定して、大学発スタートアップが社会からの一層の信頼や期待に応えるように努めています。

● 関連会社によるベンチャーキャピタル投資

2004年に設立された(株)東京大学エッジキャピタル(UTEC)(その後、東京大学エッジキャピタルパートナーズに組織変更)や2016年に設立された東京大学協創プラットフォーム開発(株)(東大IPC)は、投資のみならず様々な形で大学の行うスタートアップ支援活動と連携してスタートアップ支援を行っています。

● ギャップファンドの提供

一般に大学の研究成果はそのまま事業に使えません。事業化のためには実用性の検証や向上を目指した研究開発が必要になりますが、このような研究は必ずしも論文にはならないことも多いため、学術研究と事業化の間にギャップが生じがちです。このようなフェーズの研究開発に対する資金はギャップファンドと呼ばれますが、東京大学においてもギャップファンドを提供する学内助成制度を設けています。

● 起業相談

事業化についての知識が乏しい研究者や学生には、スタートアップ推進部のメンバーが起業相談に乗ります。相談内容は多岐にわたり、学生からの相談は後述する各種の教育プログラムに誘導する場合も多いですが、研究者からの相談の場合、現状ではスタートアップ推進部のメンバーが事業計画の策定や体制構築など個別案件の支援に深くコミットするリソースはないため、インキュベーション施設入居企業向けの支援メニューの一部(例えば、法務支援や公認会計士による経営相談会など)を起業相談に訪れる研究者や学生にも提供したり、UTECや東大IPCのメンバーに対応を依頼する等、外部のリソースも活用しながら起業相談に対応しています。

● uTIEメンバーシップ

産学協創推進本部では、スタートアップと大企業との連携を強化する取り組みとして、2020年からuTIE(ユータイ)メンバーシップ・プログラムを運営しています。

3. 起業家教育・アントレプレナーシップ教育

3.1 なぜ大学が起業家教育を行うのか？

大学が大学発スタートアップを支援する第一義的な目的は学術研究成果の事業化ですが、新たな企業を設立するには経営者が必要です。人材が大企業に集中する日本では、研究成果の事業化を担う人材を育てる役割も大学には期待されています。そのため、日本の多くの大学では産学連携を担当する部門がスタートアップ支援の一環として起業家教育も担っています。東京大学でも、2004年に産学連携本部が設置された際、学内に起業家教育を担当する講座も部署もなかったため、新設された事業化推進部が全学的な起業家教育を担うことになりました。

しかし、起業人材が少ないのは大学発スタートアップだけではなくありません。日本では起業家の

絶対数が少ないのが大きな課題であり、大学が起業家教育を行う目的は、研究成果の事業化という枠を超えて起業家全般を増やすことに拡大しています。

また、起業家を育成することは、長い目でみると大学の財政基盤の安定化にも繋がります。アメリカではどの大学に行っても、学内に起業家の名前を冠したビルが数多く存在します。しかも、ビルのように目に見える形で使われる寄附金は一部でしかなく、多くの寄附金は endowment（基金）として積み立てられ、その運用益が大学の最も大きな財源⁽²⁾になっています。アメリカの一流研究大学が中立性・独立性を持って自由な研究活動を行うことができるのは、起業家の寄附を基盤とする強固な自主財源を持つからであると言っても過言ではないでしょう。東京大学でも、近年新しく建てられたビルは、武田先端知ビル、福武ホール、伊藤国際学術研究センターなど、成功した経営者の寄附によるものが多くあります。起業家の育成は30年先、50年先に大学を支えてくれる人材を育てることに他なりません。

3.2 起業家教育からアントレプレナーシップ教育へ

前節では、大学が起業家教育を行う意味を論じましたが、現在、我々が行っている教育プログラムは起業家（経営者）を生み出す「起業家教育」よりも、より広い意味で起業家的な思考・行動様式・マインドセットを身につける「アントレプレナーシップ教育」にシフトしています。

一般には「起業家教育」と「アントレプレナーシップ教育」はあまり区別されず、ほとんど同義の言葉として使われていますが、我々はこの二つは分けて考えるべきだと考えています⁽³⁾。その詳細を述べる紙面はありませんが、簡単に説明したいと思います。

そもそも「アントレプレナーシップ」という言葉には、新規ビジネスを始めるために必要な知識・能力や思考形態・行動様式を指す場合と、ビジネスのみならず幅広い分野で何か新しい事を始めるために必要な知識・能力や思考形態・行動様式を指す場合があります。前者を「狭義のアントレプレナーシップ」、後者を「広義のアントレプレナーシップ」と呼ぶことにすると、狭義のアントレプレナーシップは、マーケティング、経営戦略、ファイナンス、マネジメント力など新規ビジネスを始める際に経営者が必要とする知識や能力であり、広義のアントレプレナーシップは、創造性、不確実性への対処、他者を巻き込む力、忍耐力、行動力など、先が見えず限られたリソースしかない中で何か新しい事を始める際には誰が必要とする思考形態や行動様式です。

起業家が新規ビジネスを始める際には広義のアントレプレナーシップも必要ですが、狭義のアントレプレナーシップを身につけることは必須です。狭義のアントレプレナーシップを学ぶ教育を「起業家教育」と呼ぶことにすると、その教育対象は新規事業の経営を目指す起業家です。教育コンテンツはビジネス知識の伝達が中心になり、教育方法も講義や演習の形態が多く職業教育に近いものになります。

一方、広義のアントレプレナーシップを学ぶ教育を「アントレプレナーシップ教育」と呼ぶことにすると、その対象はビジネスの経営者には限られません。社会起業家、政策起業家といったビジネス以外の様々な領域での「起業」はもちろんのこと、既存の会社や組織の中でも何か新し

(2) 数十年に渡って蓄積されてきたアメリカの一流研究大学の endowment（基金）は数兆円になります

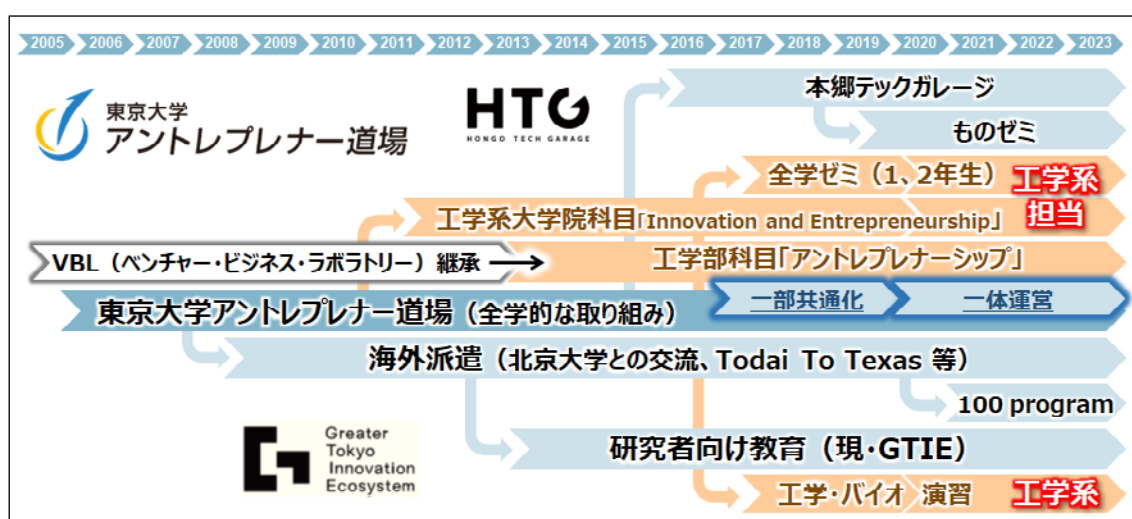
（Harvard:7兆円、Yale:6兆円、Stanford、Princeton:5兆円、MIT:3.5兆円、\$1=140円換算）。その運用益は毎年数千億円にのぼり、大学にとって最大の自主財源になります。

(3) 例えば、馬田隆明（2023）「学生の起業家性の涵養へ教育機関に求められる学びの設計」月刊先端教育 2023年6月号、学校法人先端教育機構出版部、pp.36-38

いものを創造することが求められる人すべてが対象になります。「アントレプレナーシップ教育」の教育コンテンツは機会の認識、課題の発見、自己効力感の醸成、チームビルディングなど、「起業家教育」におけるビジネス知識とは異なる内容が中心になり、教える方法もより経験学習的な手法が中心になります。

このような視点から東京大学における教育プログラムを振り返ってみると、2004年に産学連携本部・事業化推進部（現在の産学協創推進本部・スタートアップ推進部）で開始された教育は、当初は「起業家教育」であったものが、教育対象の拡大に伴って「アントレプレナーシップ教育」にシフトしてきたと言えます。一方、この数年で工学部、特にAI領域を中心にして生まれている多くのプログラムは、どちらかと言えば「起業家教育」に近いもののようです。図. 1は産学連携推進本部の運営する各種プログラムの発展を模式化した図ですが、次節ではその中の主なプログラムについて簡単に解説します。

図. 1 産学協創推進本部が提供する教育プログラムの発展



3.3 各種教育プログラムの内容

● アントレプレナー道場

スタートアップ推進部の運営する教育プログラムの中で一番歴史があるのは2005年に開始した「アントレプレナー道場」です。起業やスタートアップについて体系的に学ぶプログラムで、4月から11月頃までの半年強の期間にわたって行われます。20年の歴史の中で、具体的なプログラム内容は大きく変遷してきましたが、4月から5月は大教室での講義形式（学内講師のレクチャー、ゲスト起業家の講演など）、6月から7月にかけては演習形式、その後にコンテスト形式で事業アイデアを競うプログラムを行うことは一貫しています。2005年の開始当初は課外活動として運営していましたが、2016年からは徐々に工学部の正課科目の授業と共通化しており、現在は単位を取得することもできます。20年近くの間累計5,000人を越える参加者を集め、120人以上の起業家が生まれています。

プログラムの開始当初は起業家を生むことを目標とする「起業家教育」の色彩が色濃いものでしたが、現在は、必ずしも学生の起業数を増やすことが目標ではなく、むしろ幅広い層の学生に広義のアントレプレナーシップを身につけてもらう「アントレプレナーシップ教育」に重きをおいています。道場に参加する学生の多くは起業に興味はあるものの具体的な起業アイデアがあ

るわけではなく、道場参加後も多くは普通の学生と同じように就職します。具体的な起業アイデアを持ち行動に移している学生にとっては、アントレプレナー道場の内容は「起業家教育」としては初歩的すぎるため、アントレプレナー道場に参加することはむしろ少ないのが実態です。しかしながら、アントレプレナー道場の参加者が、卒業後5～10年で起業するケースは少なくありません。一般的には、社会人経験を通してビジネスを学び、業界知識を身につけ、人的ネットワークも作った上で起業した方が成功確率も高くなると言っていいいでしょう。

● EDGE/EDGE-NEXT/GTIE プログラム

EDGE プログラムは、2014～2016 年にかけて行われた文科省事業で、その後、後継の EDGE-NEXT プログラム（2017～2022）を経て、現在は GTIE プログラム⁽⁴⁾として運営されています。研究成果の事業化を担う経営者の育成を目的とするという意味で「起業家教育」の範疇に入るプログラムですが、メンター制度などアントレプレナー道場の手法がベースになったプログラムです。

● 本郷テックガレージ⁽⁵⁾

Google も Facebook も学生が作った会社ですが、最初は学生が面白がって何かを作っているうちに会社になり大化けしていったものです。日本にスタートアップが少ないのは学生が面白がってモノ（ハードウェアに限らず、ソフトウェアも含む）を作るプロジェクトが少ないからではないか？との仮説の下に2016年に大和証券グループの寄附をベースに設立したのが「本郷テックガレージ」です。東大生にはハードウェアにしろソフトウェアにしろ、モノを作る技術を持った人は多く、しかも自分の作ったものを誰かに使ってもらいたいと素直に思っています。本郷テックガレージは、3D プリンタ、レーザーカッター、基板加工機などのハードウェア製作設備や、GPU や大画面モニタなどのソフトウェア開発環境を用意し、技術を持つ学生がものづくりに挑戦することのできる「秘密基地」です。

本郷テックガレージのメインプログラムは春・夏の長期休暇に技術プロジェクトを行う「SFP（Spring/Summer Founders Program）」です。少額の支援金を学生チームに提供して、ものづくりと顧客インタビューを集中的に行います。

本郷テックガレージは、学生の技術プロジェクトを支援することを通して、学生の広義のアントレプレナーシップを醸成することを目指していますが、ビジネス教育すなわち狭義の起業家教育は行いません。にもかかわらず、結果的には SFP の卒業生から数億円の資金調達をするスタートアップがいくつも生まれていることは興味深い現象と言えます。

● Todai To Texas (TTT) プログラム⁽⁶⁾

South by Southwest という Texas で開催されるコンファレンスに東大チームを派遣するプログラムです。2014 年から毎年6～8 チームほどのチーム（学生プロジェクトの場合も、起業済みのスタートアップの場合もある）を派遣してプロダクトをブース展示しています。2020 年からはコロナ禍のため海外渡航はできない状況が続きましたが、来年からは新たな形での再開を検討しています。

(4) <https://gtie.jp/>

(5) <https://www.hongotechgarage.com/>

(6) <https://todaitotexas.com/>

● 100 Program ⁽⁷⁾

コロナ禍で本郷テックガレージや TTT の活動が制限されていた中の 2021 年に、「何か作ってみたいけど、アイデア・技術・チームの 3 要素のいずれか（または全て）が無い」という学生を支援するために立ち上げたオンラインの技術プロジェクト支援プログラムです。参加者は春・夏休み中の 7 週間で、アイデアを出し、チームを組んで、100 名が 100 時間のものづくりプロジェクトに取り組みます。作るものはウェブやモバイルアプリ、デバイスやロボット、ゲームなど、技術が使われていればハードウェアでもソフトウェアでも構いません。本プログラムは東大生でなくても日本の大学生・大学院生・高専生であれば参加可能です。

● 産学協創推進本部以外の教育プログラム

2005 年にアントレプレナー道場が開始した当時、東京大学の中で他に起業家教育・アントレプレナーシップ教育を担当する部署はありませんでしたが、近年は各部局でもアントレプレナーシップに関連するプログラムを開催するようになっていきます。特に AI 分野での起業が増えていく工学部は教育プログラムの整備に積極的で、企業からの寄付を集めた各種講座 ⁽⁸⁾ を 2021 年から展開しています。

4. FoundX ⁽⁹⁾

前章で述べた各種プログラムは学生や研究者の（広義の）アントレプレナーシップ醸成を目指しており、直接的に会社設立のサポートをするわけではありません。一方、2 章で述べたスタートアップ支援活動は主に設立された会社を対象としており、インキュベーション施設の利用にもそれなりの費用がかかりますので、これからスタートアップを始めようという段階の人にとっては敷居が高い内容が多くなります。そこで 2019 年に、ダイキン工業、UTEC、三菱地所などの民間企業からの寄附金を原資として、教育とインキュベーションの中間に位置するようなスタートアップ支援プログラム FoundX を立ち上げました。

● Founders Program

FoundX のメインプログラムである Founders Program は、起業に役立つリソースや、事業の成長と起業家としての成長ができる環境を無償で提供し、有利な資金調達ができるようになるまでの道のりをサポートする起業支援プログラムです。また、FoundX ではプログラム参加者のコミュニティを重視しており、起業家同士の学び合いや助け合いを促進して起業家コミュニティを構築すると共に、各種の支援者、顧客候補、投資家などの紹介を通して東京大学卒業生ネットワークの活用も図ります。

Founders Program には学生や研究者も応募可能ですが、これからフルタイムでスタートアップにコミットしようというフェーズの起業家を対象なので、結果的には東京大学・大学院の卒業生が主な支援対象になっています。

(7) <https://100program.jp/>

(8) <https://entred.t.u-tokyo.ac.jp/>

(9) <https://foundx.jp/>、<https://entred.t.u-tokyo.ac.jp/>

● 起業家候補向けのプログラム

FoundX では、フルタイムで起業にコミットするには至っていない人向けのプログラムも用意しています。起業はしたいがスケールする起業アイデアがない人、起業アイデアはあるがアイデアの検証・調査・ブラッシュアップが必要な人、共同創業者を探している人など、多くの場合、前職を持ったまま起業準備を進めている人を対象にして、アイデアを見つけて深めるプロセスやスタートアップ初期の立ち上げ方の事例やノウハウなどを共有すると共に、アイデアの壁打ちや同じフェーズの起業家候補と繋がる場を提供しています。

● 学習コンテンツの公開

東京大学では Coursera および EdX の MOOC（Massive Open Online Course）プラットフォームに数十の講座を提供していますが、その一つとして FoundX Startup School Course⁽¹⁰⁾ を提供しており、このコースはオンラインで誰でも無料で受講することができます。この他にも、起業関連の翻訳記事⁽¹¹⁾ や起業に役立つ情報一覧など、FoundX で用いている学習コンテンツは様々な形で公開しています。

5. 今後の展開

本稿では東京大学におけるスタートアップ支援活動やアントレプレナーシップ教育について、主に大学の本部組織での活動を中心に述べてきましたが、スタートアップの創出および支援は大学として今後も一層拡充していくべき活動と位置づけられています。

研究成果の事業化による経済発展への貢献という本来の意味では、特許や教員兼業の仕組みなども今後は進化が必要になるかもしれません。研究成果を事業化する会社が増えればインキュベーション施設への需要も増しますが、企業が利用する不動産を大学が抱えることには限界があり、キャンパス外で如何に民間の協力を得られるかが鍵になるでしょう。大学発スタートアップにとって学術研究と事業化の間のギャップは常に大きな課題ですが、近年海外では、スタートアップになりそうな技術をベンチャーキャピタルが自ら担いで一定の研究開発まで行う形態も増えています。我が国ではギャップファンドと言うと公的資金を原資とするものが多いようですが、ここでもベンチャーキャピタルを中心とする民間の力が鍵になるのではないのでしょうか。

今後は、研究成果の事業化という本来の意味を越えたスタートアップ支援、起業家育成も必要になるかもしれません。社会を変革していくのは、必ずしもスタートアップ（high growth startup）ばかりではありません。大学全体としては社会起業家の育成やサポートも充実させていこうとしていますし、学生のキャリアパスという意味ではスモール・ビジネスの起業も必ずしも否定されるものではないでしょう。しかしながら、すべてを「起業」という言葉で一括りにしてしまうのは危険です。スモール・ビジネスの経営はスタートアップの経営とは異なりますし、社会起業家にはスタートアップとは違った視点が必要でしょう。経済発展に大きく寄与する起業はあくまでもスタートアップ（high growth startup）の起業であり、我が国には「大きな起業」を目指す人が圧倒的に少ないと感じています。スモール・ビジネスの起業家はある程度増えつつあるかもしれませんが、社会を牽引すべき立場にある大学における取り組みは、今後も high growth startup への取り組みが中心であるべきだと我々は考えています。

(10) <https://www.coursera.org/learn/foundx-course>

(11) <https://review.foundx.jp/>