

・本ケースはケースワークによる学習を目的としたものであり、学習効果を高めるために事実とは異なる点があります。
・本ケースは上記目的以外の使用は一切できません。
・本資料はいかなる媒体へのコピーもこれを禁止します。
・他資料へ引用・転載は一切できません。

ケーススタディ：企業内起業

NECのベンチャー育成

NECでは1986年から社員による商品アイデア提案活動「新チャンピオン商品運動」が展開された。90年代に入って「NECスペース21」という全社経営革新運動で、社員に個性があふれ、それらが相互につながっていく「ホロニックコーポレーション」を目指すこととなった。1992年には「起業家募集」を導入し、1995年より「ベンチャー推進プログラム」へ移行した。ベンチャー推進プログラムは組織風土の活性化、起業家精神の醸成を目指して、新規事業分野の開拓、起業家人材の発掘・育成を図るものである。NECはベンチャーキャピタルとして事業のインキュベート・サポートを行うが、将来は一本立ちすることを前提としている。設立時には本人の出資を認め、株式上場を目指し、創業者利益のフィードバックを提供する。これを受け、音響関係のコンサルティング会社、CG（コンピュータグラフィック）のシステムインテグレーター、自己啓発用のWBTツール（インターネット上の教育）の3社が設立され、3人の従業員が社長になった。

NECの業績が悪化してきた1996年を最後にその設立は消滅した。21世紀に入った今も上記3社はNECの下請から脱しきれていない。

松下電器のベンチャー支援

2000年松下電器は社内ベンチャーを支援するために、100億円の基金を設けた。社内からベンチャーアイデアを求め、この基金から資金を投資し、その創業を支援することとした。これがパナソニック・スピニアップ・ファンド（PSUF）であり、その概要は以下の通りである。

後 略