

# 地域連携による起業家教育プログラムの開発 —「社会起業家教育」としての「西千葉子ども起業塾」の試み—

藤川大祐<sup>1)</sup> 阿部 学<sup>2)</sup> 川瀬信一<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>千葉大学・教育学部 <sup>2)</sup>千葉大学大学院・人文社会科学研究科・博士後期課程  
<sup>3)</sup>千葉大学大学院・教育学研究科・修士課程

## Development of an Entrepreneurship Education Program Collaborated with a Local Community —“Nishi-Chiba Entrepreneur School” as an “Social Entrepreneurship Education Program”—

FUJIKAWA Daisuke<sup>1)</sup> ABE Manabu<sup>2)</sup> KAWASE Shin-ichi<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Faculty of Education, Chiba University, Japan

<sup>2)</sup>Graduate School of Humanities and Social Sciences, Chiba University, Japan: Graduate Student

<sup>3)</sup>Graduate School of Education, Chiba University, Japan: Graduate Student

千葉市は平成21年度から小・中学生を対象とした「キッズ・アントレプレナーシップ教育（起業家教育）」の推進に取り組んでいるが、子どもに起業のプロセスを体験させるプログラムの開発が課題となっている。この状況を受け、平成22年度、筆者らは千葉市・千葉大学連携研究事業の一環として、「西千葉子ども起業塾」というプログラムを開発、実施した。本プログラムは、従来の起業家教育にありがちな出店・商品販売型のプログラムではなく、B to Bのビジネス形態や社会起業家のあり方を取り入れたプログラムである。子どもたちが起業家を含む社会人の助言を受けて現実的な問題を解決する事業を行おうとする、いわば「社会起業家教育」としての起業家教育である。実践の記述から、実際の問題を解決する社会起業というあり方が子どもたちに受け入れられやすかったこと、実際の問題解決に貢献する事業を考えることの難しさと意義との両方があったことが示唆された。

Since 2009, Chiba city office has promoted “kids entrepreneurship education” programs for elementary and junior high school students. But among those programs, there were no programs in which children experienced processes of building businesses in several days. In 2010, as a collaboration project of Chiba city office and Chiba University, we developed an entrepreneurship education program “Nishi-Chiba (West Chiba) Entrepreneur School”. In this program, children experienced not B to C retail businesses but B to B social works. So this program is a “social entrepreneurship education program” in which children try to solve real local problems supported by adults in the local community. Through describing the process of the practice, we have found that the concept of “social entrepreneurship” was properly accepted by the children and that the efforts to build social works which can really contribute to the local community had both difficulties and importance.

キーワード：起業家教育 (Entrepreneurship Education) 社会起業家 (Social Entrepreneur)  
地域連携 (Collaboration with Local Communities)  
アントレプレナーシップ キャリア教育 (Career Education)

### 1. 千葉市における起業家教育の取り組み

千葉市は、将来の産業振興を担う人材を育成することを目的として、平成21年度から、小・中学生を対象とした「キッズ・アントレプレナーシップ教育（起業家教育）」の推進に取り組んでいる。「アントレプレナー (entrepreneur)」とは、「起業家」という意味である。子どもたちのアントレプレナーシップすなわち起業家精神を喚起・涵養することがねらいである。

平成21年度、千葉市は、関東経済産業局と連携し、

「原理から分かるカメラ・望遠鏡づくり」、「小4の時の工作で会社を設立！！小学生社長に！！」、「サイエンス演芸師・善ちゃんのサイエンスショー」と題した講座を実施した<sup>2)</sup>。これらの講座は、題目からも分かるように、ものづくりの楽しさを感じさせたり、起業するという選択肢を意識させたりといったことをねらいとしていた。工作や科学実験など体験的な要素が多かったためか、参加者の満足度は高く、一定の成果は得られたようである。

一方、課題もあげられる。これらの講座は、1から2時間程度の講座であった。また、工作、科学実験などが行われ、必ずしも起業家教育の観点が中心となっているわけではない。本来のねらいである起業家精神の喚起・

\*連絡先著者：藤川大祐

涵養を達成するためには、より多くの時間をかけて起業のプロセスを体験させるなど、起業を中心的に扱うプログラムを開発・実施することが必要だと考えられる。

そうした背景を踏まえ、千葉市と千葉大学の連携研究事業の一環として、千葉大学教育学部授業実践開発研究室（担当：藤川）は千葉市（担当：経済企画課）とともにキッズ・アントレプレナーシップ教育プログラム「西千葉子ども起業塾」を実施した。この概要を、表1にまとめる。

表1 「西千葉子ども起業塾」概要

日程	平成22年8月19日（木）～21日（土） 各日9：00～17：00
場所	千葉大学西千葉キャンパス、ゆりの木商店街等
参加者	千葉市「市政だより」等によって小学校3年生から6年生を募集。定員25名に対して16名の応募があり、体調不良によって欠席した者1名を除く15名が参加。

本稿では、私たちがキッズ・アントレプレナーシップ教育プログラム「西千葉子ども起業塾」をどのように開発し、実践の過程では何が起こったのかを記述し、プログラムの成果と課題を示すことを目的とする。

## 2. プログラムの方向性についての検討

まず、キッズ・アントレプレナーシップ教育プログラム「西千葉子ども起業塾」の基本的な方向性をどのように検討したのかを述べる。

従来の体験的な起業家教育プログラムでは、子どもたちが、食べ物や小物の販売を行うことが多かった。たとえば、大阪府松原市立布忍小学校では、平成12年度に、5年生を対象に、「キッズマート」<sup>3)</sup>という実践を行った。これは全20時間の学習計画で、児童が商店街と協力して店を開き、商品の仕入れから、宣伝、販売、売上計算までを行うという実践である。実践の成果として、利益の計算方法や販売までの流れなど、店を運営する上での基本的な仕組みを理解できたことに加えて、事業主や客など多くの大人と接することで、コミュニケーション能力を高めることができたことなどが報告されている。

このような出店・商品販売型のプログラムでは、たしかに上に記したような成果をあげることが可能だと考えられるが、一方で課題はないのだろうか。

考えられうる課題として、以下の2点がある。

1点目は、子どもがつくった商品について、「子どもががんばっているのだから、商品を買ってあげよう」と、大人が甘い評価をしてしまう可能性があることである。子どもたちが「本格的な活動をしよう」と努力していても、大人の側が子どもを子ども扱いしてしまうことにより、本来自分たちで乗り越えるべき課題を乗り越えなくともよいと考えてしまうということが起こりうる。

2点目は、販売によってどれだけ利益が出たのかといったことが子どもたちの最大の関心事になってしまうことである。子どもたちが自分たちの利益のためだけに

利己的にふるまい、客に無理に物を売りつけてしまう恐れがある。自分が儲けることさえできれば働くことは楽しい、という認識を持たせてしまうことになりかねない。目先の利益だけに捉われず、他者の利益になることを地道に継続していくことが、持続可能な事業を行うためには重要であり、そうした価値観を伝える必要もあるだろう。

出店・商品販売型のプログラムには一定の成果が認められるが、これとは異なる角度から起業家教育を考えることも必要である。では、出店・商品販売型のプログラム以外に、どのような方法が考えられるだろうか。

ビジネスの形態から考えてみよう。出店・商品販売型の活動は、いわゆるB to C型の活動である。B to Cとは、Business to Consumer/Customerの略である。すなわち、会社と個人消費者との取引関係を指す。また別に、B to Bという形態もある。B to Bとは、Business to Businessの略である。すなわち、会社間で取引がされる関係を指す。B to Cの活動であれば、子どもが商品を客に売るというよくある構図になりがちである。しかし、B to Bの活動であれば、趣旨を理解して厳格に事業を評価してくれる事業者との関係を築くことができる。B to Cの活動ではなく、B to Bの活動に取り組みさせることが一案である。

また、起業には、「自分にはやりたいことがあるからやってみよう」という新規提案型もあれば、「社会に問題があるから問題を解決しよう」という問題解決型もあるだろう。後者の問題解決型の起業には、社会起業が含まれる。社会起業を行う者は社会起業家と呼ばれるが、社会起業家とは、行政等が解決できないような社会問題を事業によって解決しようとする人のことである<sup>4)</sup>。

複数の子どもが共同で取り組むには、その場にある問題を見つけ、解決するための事業を考え、力を合わせ活動するという問題解決型が分かりやすいと思われる。社会的な問題に当事者意識を感じ、それを解決しようと動く社会起業家のあり方に学んだプログラムを構想することが一案である。

より具体的には、次のような方向性が考えられる。まず、起業のシミュレーションでなく、たとえささやかな活動であっても、実際に社会の問題の解決に寄与する現実的な社会起業をさせる。地域の人たち等と問題を共有し、地域を代表する事業者との間でB to Bの事業契約をする。こうした方向性であれば、共同的な意識で問題解決に向かうことができ、子どもも大人も、より現実的な活動をするのが期待されるようになる。子どもは大人に比べれば未熟であり、特にすぐれた技術や資源が使えるわけでもないが、まとまった人数の子どもが時間をかけて活動すれば、できることは決して少なくない。子どもだからこそできる、あるいは子どもにしかできない、小さな社会起業は十分可能である。また、このためには、実際の社会起業家の協力を得てプログラムを進める必要があると考えられる。ゼロから事業を始めることが難しくとも、実際の事業に子どもの力を足すという仕方でも、小さな社会起業が可能になるだろう。

### 3. 「西千葉子ども起業塾」プログラムの開発

以上の発想を基に、具体的にプログラムを検討する。

「西千葉子ども起業塾」のプログラム開発は、藤川の担当する千葉大学教育学部の演習科目「キャリア教育演習」(前期・15コマ)で行うこととした。大学の授業としてプログラム開発を行うことにより、ある程度の人数を運営スタッフとして確保することが可能となる。実際は、約20名の学生が受講し、8月の「西千葉子ども起業塾」実施へ向けて、企画段階から事業にかかわった。

起業体験の舞台として設定したのは、千葉大学西千葉キャンパスに隣接する、ゆりの木商店街である。「ゆりの木」とは、西千葉駅前から千葉都市モノレール作草部駅に向かうゆりの木通りのことであり、ゆりの木通りの片側は千葉大学や東京大学の敷地である。このため、ゆりの木商店街は、30店舗ほどのお店が並ぶ片側だけの商店街である。片側だけの商店街は発展しないという俗説があるが、地域通貨を導入するなど、地域活性化の取り組みを自ら積極的に行っている。千葉大学出身者が起業した会社とのかかわりや、筆者らの研究室とのかかわりも深い<sup>5</sup>という背景もある。前例のないプログラムの実施にあたっては地域との密接な連携が欠かせないことから、今回のプログラムは西千葉、ゆりの木商店街で実施することとした。

では、ゆりの木商店街を舞台に、いかにして社会起業家のあり方やB to Bのシステムを取り入れたプログラムを構成できるだろうか。

そのためには、前章で考察したように、実際の社会起業家との連携が必要になる。今回は、千葉大学の卒業生であり、西千葉で起業をした、株式会社プロシードジャパンの吉川亮に協力を依頼した。株式会社プロシードジャパンは、千葉大生に成長・挑戦できる環境を提供したいという理念の下、学生にワークショップ企画の機会等を提供する事業を行っている<sup>6</sup>。また、ゆりの木商店街との関係も深く、毎月第三土曜日に、商店街の一角にある「ふくろう広場」で行われている「第三土曜日」の運営も行っている。「第三土曜日」とは、商店街の人や千葉大生、あるいはそれ以外の人、出店したり、出し物をしたりして来場者と交流しようとする場である(図1)。



図1 普通の「第三土曜日」の様子

そこで、8月の「第三土曜日」を盛り上げる事業を吉川と契約して行うという起業体験を、プログラムの軸としようと考えた。実際に行われる「第三土曜日」を舞台とすることで、シミュレーションではない現実的な起業をすることが可能になる。吉川からすれば、子どもだからといって、あまりに自由な活動をされては、「第三土曜日」の運営者としては困ってしまう。逆に、子どもだからこそできる斬新な事業を考えてもらい、実際に場が盛り上がるようなことがあれば、吉川や「第三土曜日」の利益になるだろう。

また、子どもたちが吉川と事業契約を結ぶという形態をとることで、B to Bの形態での活動することが可能になる。子どもたちは、「第三土曜日」の主催者である吉川に納得してもらえる事業を考え、提案しなければならない。もちろん子どもながらの限界はあるだろうが、そのことを考慮した上で、子どもたちの提案を厳しく評価してもらうことが可能になる。

さらに、「第三土曜日」を盛り上げる事業を考える際、「第三土曜日」に足りないものは何か、現状の問題は何か、といったことを子どもたちなりに考える過程が生じる。これは、前章であげた問題解決型の社会起業と関連するものである。

以上のように、子どもが社会起業家として事業を行う基本的な枠組みを構想したが、限られた時間で成果をあげるためには、子どもに任せっきりにして、ただ闇雲に事業を考えさせればよいというわけではない。子どもが悩みつつもやりがいを感じて活動できるよう配慮し、ルールや体制をつくる必要がある。

子どもの活動を支えるために、次のような体制を考えた。まず、「キャリア教育演習」を受講する学生約20名が、塾のスタッフとして参加する。学生たちは、塾長役、グループに密着して活動を支える役、お金を管理する役、必要な物品を買い出しに行く役など、「西千葉子ども起業塾」運営の中心を担った。また、学生以外に、山梨で大学生を中心にした地域活性化の取り組みである「やまなしの翼プロジェクト」の代表をつとめる戸田達昭と千葉市内で働く社会人8名<sup>7</sup>にアドバイザーとして参加してもらった。アドバイザーには子どもたちの考えを実現するために、知識を授けたり、提案をしたり、懸念を表明したりしてもらうことを依頼した。子どもたちには、大人からアドバイスを積極的に聞くよう促すが、子どもたち自身の事業であるので、最後には自分たちで意思決定するように指導することとした。大学生も社会人も地域の方も本気で知恵を出し合うことで、本格的な事業を行うことができるはずだと考えた。

次に、設定したルールについて述べる。活動の際の細かいルールも多く設定したが、プログラム開発の理念にかかわるものとしては以下の2点がある。第一に、客にものを売ることは禁止とした。B to Cの事業ではなく、B to Bの事業を考えさせるためである。第二に、現金は使用しないこととした。その理由は、現金をいかに稼ぐかという点ではなく、「第三土曜日」をいかに盛り上げられるかという点の方に注目してほしいと考えたためである。物品の購入の仕方などを考えると、現金を使用した方がよいと思われたり、現金を使いながら問題解決の

方に注目させることも可能ではないかと思われたりもするが、今回は実験的な取り組みとして、現金は使用しないこととした。子どもたちには、内部では現金と同等の価値で使える「ペア」という名の模擬通貨を使用させた。もし物品を購入する必要が出た場合は、模擬通貨をもって学生スタッフに買い出しを依頼し、学生が現金を使い代理で購入してくるという方法をとった<sup>9</sup>。

以上の発想から考えたプログラムの進行案を、表2に示す。

表2 「西千葉子ども起業塾」進行案

時間	内 容
1日目	
9:15	・スタッフ紹介、子どもらの自己紹介等。 ・会社の仕組みや起業のルールについて説明。 ・導入映像を視聴する。
10:00	・「ふくろう広場」、ゆりの木商店街をフィールドワーク。
11:30	・フィールドワークで気付いたことの共有。
13:00	・それぞれ自分のやりたいことを考える。 ・それぞれのやりたいことを分類し、グループ(会社)に分かれる。
14:00	・会社内で事業計画書を作成する。 ・吉川の審査を受ける。 ・審査にとおった会社から、模擬貨幣の融資を受け、準備にとりかかる。(17:00終了)
2日目	
9:15	・継続して準備をする。(17:00終了)
3日目	
9:15	・継続して準備をする。準備ができ次第、「ふくろう広場」に移動する。
11:00	・「第三土曜日」開始。
15:00	・「第三土曜日」終了、片付け。
16:00	・吉川と清算。閉塾。(17:00終了)

進行案について説明を加える。

1日目にある導入映像とは、吉川、商店街の人、学生らが出演する4分程度のドラマ映像である。吉川と商店街の人が、「第三土曜日」をさらに盛り上げるためにはどうすればよいかと悩んでいるところに、塾長役の学生らが登場し、「西千葉子ども起業塾」に参加する子どもたちが「第三土曜日」を盛り上げる事業を提案します」と話を持ちかける内容だ。子どもたちの動機を高めるため、ところどころにコミカルな要素を取り入れて制作したものはあるが、吉川らが「第三土曜日」を盛り上げたいと思っているのは事実であり、現実的な内容だと言える。また、「第三土曜日」の実際の映像も盛り込んでいる。

起業の趣旨を理解した上で、ゆりの木商店街のフィールドワークを行う。実際に「ふくろう広場」を見て回り、商店街にいる人にインタビューをして、「第三土曜日」

にどのような課題があるのか、また、自分はその課題を受けて何をやりたいのかを考えさせる。

考えがまとまったら、それを全体で共有し、同様の課題を考えた者同士を集め、会社としてグループを再構成する。再構成は、子どもの課題を数種類に分類し、スタッフの側で子ども割り振るという仕方で行うこととした。子どもがどのような点を課題とするかは、当日まで分からないため、うまく割り振りができるか不安でもあったが、自分の感じた課題を明確に書いてもらうことで対応が可能になると考えた。

会社に分かれたら、「なぜこの会社を立ち上げるのか」「会社の目標は何か」「この会社で何をするのか」といった項目を明記する事業計画書を書き、吉川と交渉し、契約する。その際、物品購入などの経費なども考え、提出する。吉川には、経費や人件費の妥当性も考慮し、契約を結んでもらうよう期待した。

契約が結ばれたら、3日目に開催される「第三土曜日」へ向けて準備を進める。「第三土曜日」は、3日目11時に始まるので、それまでに準備をしなければならない。

「第三土曜日」が始まったら、実際に活動を行い、終了後は、吉川と契約にもとづき、清算をする。

#### 4. 「西千葉子ども起業塾」の実際

ここからは、「西千葉子ども起業塾」の実際の様子を記述する。ただし、分量の都合上、すべての観点を記述することはできない。ここでは、子どもの起業がいかにして社会起業として成立したのかという、本プログラムの独自性にかかわる点を中心に扱う。なお、記述の参考としたのは、活動中につけていたフィールドノート、3日間を録り続けた記録映像、子どもが書き残したワークシート類である。

##### 4.1 開塾からフィールドワークまで

子どもたちは、公募で集まったということもあり、最初は緊張していた様子であったが、学生の盛り上げなどもあってか、すぐにそうした様子はみられなくなった。むしろ、自ら応募してきただけあってか、少々難しいかとも思われた起業のルールの話などにも、飽きずに聞き続けていられる様子がみられ、意欲の高さを感じることができた。食べ物や小物の販売をするのではなく、「第三土曜日」を盛り上げる事業を行うという起業の形態も、みな理解できていたようである。

##### 4.2 子どもの考えた「第三土曜日」の課題とグループの割り振り

子どもの考えたやりたいことと、それをやりたいと思った理由を表3に記す。なお、理由が明記されていないものや、メモ程度のものは除いている。また、ひとりで複数あげている子もいる。

表にあげた「理由」は、すなわち、子どもが「第三土曜日」の課題として考えたものであり、「やりたいこと」は、その課題を解決する事業として考えたものだと思える。ここから理解できるのは、「第三土曜日」の課題を子どもなりに捉え、自分たちにできそうなことを考える

表3 子どもたちの考えた事業とその理由

やりたいこと	理由
掃除	・「ふくろう広場」がきたないから ・ごみがたまると狭いだらうから
花を植える	・花壇にもっと花を植えれば、きれいになって人が来る
うち水	・当日は暑いと思うから ・暑くなくなったら人が来る
宣伝	・何をやっているかをしっかり見せて人を呼びたい
看板づくり	・掃除などをするのはいいが、長続きしないと思うから
イベント	・人をたくさん呼んで盛り上げる
スポーツコーナー	・おもしろいことをしてもっと人に来てもらいたい



図2 吉川（左）と交渉をする子どもたち

も加えずに提案するだけでは吉川を納得させることができなかつたためである。以下、会社の様子をひとつずつ追う。

ことが可能だったということである。場の設定によっては、問題解決型の起業体験が可能だと言える。

では、このような「やりたいこと」をいかに割り振ったか。子どもたちが考えた「やりたいこと」の傾向を見て、スタッフが、(1)イベント、(2)広告、(3)美化・環境、という4つのグループを考えた。(1)は4名、(2)は4名、(3)は7名であった。やりたいことを複数あげている子どももいたので、最もやりたいことは何かと問いかげながら、割り振った。また、途中、(3)美化・環境のグループが、打ち水を考えている他の者3名とそれ以外の者に分けられそうだと判断し、そのように分けた。スタッフから子どもたちに、上記のように分けることを提案すると、子どもたちは異論を主張することなく決定にしたがった。その理由は、(1)から(4)のグループの名前が、自分のやりたいことと合致していたからだと考えられる。結果、計4つの「会社」ができあがった。

実施前は、子どもの発想が多様すぎたり、逆に一様であったりしたらどうすべきか、という懸念があったが、今回は偶然、人数も学年の偏りもなく、うまく分けることができた。割り振りにかかわったスタッフは、「子どもたちが問題意識を具体的にワークシートに書き込めていたので、スムーズに行うことができた。無理やり別の問題意識をもった班へ移動させられた子もいなかったもので、それぞれの当事者意識を持って取り組めたのではないかと思う。」と感想を述べている。人数に偏りがあった場合にどうするかは、今後の課題として残る。

#### 4.3 契約までの過程

4つの会社に分かれた後、それぞれの意見を持ち寄り、具体的に何をするかを話し合わせ、吉川との交渉にあたらせた。(図2)

その際、吉川と契約を結ぶことができるだけの事業計画を考えるのに、スタッフが想定していたより多くの時間がかかることとなった。事前には、1日目ですべての会社が契約に至ると想定していたが、実際はひとつの会社<sup>10</sup>しか契約を結ばなかつた。やりたいことに何の工夫

#### (1) イベントのグループ：会社名「イベントUSA」<sup>11</sup>

「イベントUSA」は、球を蹴ってボウリングのピンに見立てたものを倒す、サッカーボウリングをしようと考えた。しかし、吉川からは、それだけでは独自性がないので、もうひとアイデアほしいという指摘を受けた。そこで、ストライクを出した人には、他の店舗で使える割引券をプレゼントするというのを思い付いた。ただし、その案を思い付くだけでは事業計画書を仕上げられなかつた。割引額をいくらに設定すれば赤字にならないかといった金額の設定に関することや、どれくらいの球やピンを制作すればどれくらいストライクができるかといった難易度の設定に関することも提案しなければならなかつたからである。最終的には、割引額は50円とし、「イベントUSA」が負担する、また、サッカーボウリングの参加者ひとりにつき200ペアが吉川から報酬として支払われる、という条件で契約を結んだ。

このように成果に応じて報酬があがるという契約内容としたことにより、がんばれば赤字を回避でき、がんばっただけ黒字を増やすことができるという仕組みになった。成果報酬の仕組みを取り入れたのは、吉川の判断による。

#### (2) 広告：会社名「UCHIWA・JAPAN」

「UCHIWA・JAPAN」は、広告の載ったうちわを配布しようと考えた。実施期間が真夏の8月ということもあり、うちわを配るというアイデアは吉川に評価され、1日目のうちに契約に至った。うちわを配るだけで終わりではなく、うちわを持って「第三土曜日」に来場してくれた人ひとりにつき1,000ペアという条件で契約を結んだ。吉川からは、来場人数を把握するために、来場者に声をかけて名前を書いてもらうよう指示があった。

#### (3) 美化：会社名「ふくろうクリーン隊」

「ふくろうクリーン隊」は、最初は「ふくろう広場」の清掃をするなどして、美化を図ろうと考えていたが、やはり吉川から独自性についての指摘を受けた。

そこで、ある子が花を植えたいと考えていたところから発想を膨らませ、来場者に花を植える体験をしてもら

うということ考えた。花が植えられることで、「ふくろう広場」の見た目が美しくなることに加え、花を植えた来場者が、自分の植えた花に愛着を感じ、今後も継続して「第三土曜日」に来てくれるだろうという発想である。

以上の事業内容で、花ひとつ植えられる毎に、800ペアという条件で契約を結んだ。

#### (4) 環境：会社名「小倉JAPAN」

「小倉JAPAN」は、最初は、会場が屋外であり、非常に暑いであろうことをふまえ、自分たちが打ち水をしてまわることを考えた。しかし、他の会社と同様、吉川から、「もうひとアイデア」がほしいという指摘を受けた。たしかに、ただ打ち水をしてまわるだけでは、ボランティアとして誰かがやってくれる程度の内容である。

そこで、水鉄砲で射的をするというイベントを考え、来場者に遊んでもらうこととした。来場者が射的で遊ぶほどに、そのまわりに水がまかれる。来場者に楽しんでもらいながら、打ち水の効果も得られるという発想である。

吉川とは、参加者ひとりあたり500ペアという条件で契約を結んだ。

以上が、各会社の契約までの流れである。「UCHIWA・JAPAN」以外の会社は、自分たちがすぐにやれそうなことから、吉川が納得してくれるレベルまで発想を広げるのに苦労があったことが分かる。3日目に「第三土曜日」が行われることを考えると、なかなか契約に至らないのは、子どもにとってもスタッフにとっても、歯がゆいものだったと思われる。しかし、社会起業の要素を含んだ事業を実現させるには、多くの場合、子どものやりたいことをそのままやらせるわけにはいかない。大人の側で、子どもの事業を支えながらも厳しく評価していくことが必要になる。今回は、吉川が、相手が子どもだからと甘く妥協して契約を結ぶことをせず、粘り強く交渉にあたった。この過程は、計画通りには進んでいなかったが、大人からも必要とされる事業を行うためには、必要な過程であった。今後は、この過程を必要な過程と捉え、プログラムの内容の取捨選択をしてゆくべきである。



図3 当日の様子（小倉JAPAN）

#### 4.4 「第三土曜日」の様子と清算

契約まで時間がかかったため、準備が間に合わないのではという懸念もあったが、最終的には、すべての会社が「第三土曜日」開催までに準備を終えることができ、それぞれの契約にもとづいて活動をした。（図3）

すべての会社が成果報酬型の契約を結んだため、場合によっては赤字となる可能性もあったが、幸い、すべての会社が、黒字で事業を終えることができた。

### 5. 成果と課題

「西千葉子ども起業塾」では、B to Bの形態や、社会起業家のあり方に学んだかたちでの起業家教育プログラムを開発・実施した。その際、既存の起業家の協力を得ながら、できるだけ現実的な事業を行えるよう留意した。この取り組みは、従来の出店・商品販売型の起業家教育とは異なる方向性の取り組みであった。

実際の活動をしてみると、問題を発見し、それを解決するという問題解決型の社会起業体験は、子どもたちに難く受け入れられていた。単にやりたいことを考えるだけでなく、吉川ら商店街関係者の話を聞き、「第三土曜日」を盛り上げてほしいという依頼を受け、実際にフィールドワークを行い、どのような課題があるのかを探すという流れが、子どもたちには分かりやすく、またやりがいを感じられるものだったと考えられる。

問題を解決するというかたちでの活動の仕方が子どもたちに理解されやすかった反面、子どもたちは吉川が納得するレベルでの事業を考え出すのに苦労していた。この過程は、一見無駄に時間がかかっているようにも思えるが、子どもたちが現実的に「第三土曜日」に貢献できるだけの活動を行うためには、必要な過程であったと言える。子どもの活動に、大人も本気で向かい合うという姿勢が重要だということが示唆される。これは、B to Bの形態をとった特徴であり、利点であると考えられる。

以上、いわば「社会起業家教育」としての起業家教育が、起業家との連携や、ビジネス形態の設定、ルールの設定、子どもを支える体制づくりなどから、成立し得ることが示された。

最後に、今後の課題を2点あげる。まず、西千葉という地区固有の文脈で可能となった今回プログラムについて、汎用性をいかに高めるかという課題がある。今回の実践のどういった要素があれば、他の地区でも実践が可能になるのかを検討してゆく必要がある。また、今回のプログラムの成果と課題をより多面的に分析するという課題がある。本稿で扱わなかった、子どものアンケートの分析、社会人ボランティアの方のかかわり方、準備から実施までの学生にとっての学びなどについては別の機会に検討する予定である。

#### 脚 注

- 1 千葉市の「キッズ・アントレプレナーシップ教育」については、以下を参照。（2010年9月22日閲覧）  
<http://www.city.chiba.jp/keizainosei/keizai/kikaku/kidsentrepreneurship.html>

- 2 それぞれの事業について、詳しくは以下を参照。  
(2010年9月22日閲覧)  
<http://www.city.chiba.jp/keizainosei/keizai/kikaku/kidsentrepreneur-main.html>
- 3 「キッズマート」については以下を参照。(2010年9月22日閲覧) <http://www.e-kokoro.ed.jp/matsubara/nunose/kidsmart/kids/kidsmart.htm>
- 4 社会起業家の実際については、たとえばフリーライターの今が著書にまとめている。今一生(2008)『社会起業家に学べ!』, アスキー新書
- 5 小学校での授業や、藤川の担当する授業「メディアリテラシー教育演習」などで連携をしている。
- 6 プロシードジャパンの理念や活動については、以下を参照。吉川亮(2008)「未来を生きる人を創る—千葉大ネットワークPro-SeeDの挑戦」, 『公共研究』4(4), 千葉大学公共研究センター, pp. 221-234
- 7 アドバイザーの方々の勤め先を順不同であげる。千葉銀行経営企画部兼CSR推進室, 千葉銀行広報室兼CSR推進室, 放射線医学総合研究所, 千葉市産業振興財団, 有限責任監査法人トーマツ千葉事務所, 千葉市役所産業支援課, 千葉市産業振興財団新事業創出班。
- 8 その他のルールを以下に記す。「残業・持ち帰り仕事禁止」「昼休み1時間の確保」「外出は許可を得てスタッフ同伴のもと」「危険な行動禁止」「学生をアルバイトとして雇ってもよい。ただし人件費を支給」「物品購入は学生に依頼する。ただし時間が遅くなると手数料が増える」
- 9 子どもの活動の予算は、千葉市による事業の予算から出している。
- 10 後述の「UCHIWA・JAPAN」。
- 11 会社名は子どもたちが考えた。