

起業家教育の実践をどのように開発するか

— 「西千葉子ども起業塾」 開発過程をふまえて —

Development of an Entrepreneurship Education Program

-An Inquiry Based on the Process of

Development of "Nishi-Chiba Entrepreneurship School" -

藤川 大祐

千葉大学教育学部

要旨 本稿では、千葉市と千葉大学の連携事業として2010年8月に実施した小学生対象の起業家教育プログラム「西千葉子ども起業塾」開発の過程を振り返り、小学生を対象とした起業家教育プログラムの開発に何が必要かを考察する。従来は起業家教育は子どもにつけさせたい力の記述によって説明されることがあったが、教育内容を検討する必要があること、教育内容を検討した結果、小学生対象の起業家教育プログラムは実際の地域社会と関わる社会起業の疑似体験によって、人に喜ばれることの重要性や労働環境の重要性を学ばせることが適切であることが示された。具体的なプログラムの開発においては、プログラムをゲームとみなしてデザインすることの意義が示された。

キーワード： 起業家教育、アントレプレナーシップ、キャリア教育、社会起業、ゲームニクス

1. はじめに

本稿では、千葉市と千葉大学の連携事業として2010年8月に実施した小学生対象の起業家教育プログラム「西千葉子ども起業塾」¹開発の過程を振り返り、小学生を対象とした起業家教育プログラムの開発に何が必要かを考察する。

起業家教育は、「アントレプレナー教育」、「アントレプレナーシップ教育」、「起業家精神涵養教育」などとも呼ばれ、日本では安定した呼び方が定着しているとは言い難い。本稿では「起業家教育」を用いるが、そもそもの千葉市の事業では「キッズ・アントレプレナーシップ教育」という名称が使用されている。

日本でこの種の教育が本格的に議論され始めたのは、通商産業省（当時）が1997年に設置した「アントレプレナー教育研究会（座長：矢作恒雄 慶應義塾大学常任理事＝当時）」と言える。ここで

は、「『起業家精神を有する人材』の輩出・育成のための具体的方策」が議論され、1998年に報告書がまとめられている（通商産業省、1998）。この報告書では、「起業家精神を有する人材」を「新しい挑戦的な目標に対して、リスクを恐れず、積極果敢にチャレンジするアイデアや実行力を有する人材」と定義している。報告書では、日本における初等・中等教育段階における取り組みはまだ「揺籃期」であるが、「ジュニア・アチーブメント日本」²による取り組み等、一部の団体や民間企業等による積極的な取り組み例が見られるとしている。

欧米諸国においてはこの種の教育はさかに行われているとされるが、日本ではその後も活発に行われているとは言い難い。2002年度から小中学校に正式に導入された「総合的な学習の時間」での実施が期待されていたが、学習指導要領が「総合的な学習の時間」の項目として例示していたわ

けではなく、起業家教育が広く実施されているという状況は見られない。経済産業省の委託を受けた株式会社ウィル・シードによる調査(2006)でも、起業家教育自体に該当する取り組みが少ないせいか、「起業家教育、それに類する教育」を調査対象とし、キャリア教育、金融教育、消費者教育、シティズンシップ教育をも扱っている。

他方で、千葉市では2009年より、学校外の教育事業として、「キッズ・アントレプレナーシップ教育」の取り組みを進めている。千葉市では市長の方針で、子どもを「千葉市をつくる主役」ととらえ、「市内で子育てをしたい人を増やす」と考え、子ども向けの体験教育を強化しており、「キッズ・アントレプレナーシップ教育」を推進している³。2009年度には、「原理から分かるカメラ・望遠鏡づくり」等の単発の講座がいくつか開講されており、他団体主催の事業の後援も行っている⁴。

こうした状況において私たちが取り組んだ「西千葉子ども起業塾」開発の過程を振り返ることによって、小学生を対象とした起業家教育プログラムの開発に何が必要かを考察していこう。

2. 起業家教育概念をめぐって

新たな教育プログラムの開発に際しては、そのプログラムが何を指すのかについて、関係者の共通理解が必要である。たとえば、企業とNPOとで食育のプログラムを作るのであれば、食育をどのようにとらえ、実際のプログラムをどのような方針で作るのかについて、共通理解がなければまずい⁵。

ところが、すでに見たように、日本においては起業家教育に関して、確立した名称さえない状況であり、目指すものについての共通理解をはかることには困難が生じて当然と考えられる。

起業家教育とは何か。典型的な説明は、以下である(株式会社ウィル・シード、2006)。

起業家教育とは、

- ・チャレンジ精神などの「起業家マインド」を育む
- ・想像力、創造力、課題発見力、ポジティブ思考などの「起業家的能力」を身につける
- ・経済活動(実社会)の仕組み・考え方「起業家的スキル」を身につける(原文のまま)教育の総体をさす。その形式は職業訓練か

らゲーム的なものまで多岐にわたっている

この説明は、起業家教育として行われている教育活動を適切に説明したものとは言えるであろう。しかしながら、「起業家マインド」「起業家的能力」「起業家的スキル」といった表現における「起業家」を、「経済人」「社会人」「市民」といった言葉に置き換えても、ある程度は通じてしまうと感じられる。すなわち、上の説明では、起業家教育と、キャリア教育、経済教育、社会科教育、問題解決学習等々、似て非なるものとの違いが明確にならない。

このような疑問に対して、そうは言っても起業家教育は、最終的に「起業家」となるのに必要な能力を育てる教育であって、一般の企業人や市民を育てる教育とは区別されるのではないかと考えたくなるかもしれない。だが、起業家教育は、「起業家」を育てる教育とは区別される。株式会社ウィル・シード(2006)も、上記引用部に続いて、「こうした教育活動は、『起業家』の育成だけを目的とした教育というわけではない。」と述べている。「起業家」の育成だけを目的としないことは理解できるとしても、このように言ってしまうと、起業家教育がキャリア教育等とどのように区別されるのかがますます不明になってしまう。

そもそも起業家教育に対応する英語はentrepreneur educationでなくentrepreneurship educationであり、起業家教育というより起業家精神を育てる教育なのだという議論もある。この議論は、起業家教育が「起業家」育成とは区別されることと整合するとはいえ、ではここで言う起業家精神は他の種類の教育によって育成される能力と如何に異なるのかということまでを明らかにしてはいない。

起業家教育の概念のこうした曖昧さは、起業家教育が、子どもに育てようとする能力や態度において規定されていて、教育内容から規定されていないことによるものと考えられる。たとえば、チャレンジ精神は、何らかの困難を積極的に乗り越えようとする意欲と考えられ、困難の種類は問わずこの種の意欲が育てられるということが想定されていると言える。しかし、たとえば漢字を覚えることに積極的にチャレンジする子どもがマラソンの練習では意欲を発揮できないということがあるように、困難の種類を問わずに意欲を考えるこ

とには無理がある。もちろん、何らかの重要な課題を乗り越える経験をするのである種の自信が付き、さまざまな課題に対して高い意欲をもつようになるということはある。しかし、たとえそうであっても、どのような課題を乗り越えさせるのが問われる必要がある。

では、起業家教育で扱われるべき教育内容とは何か。それは少なくとも、起業家教育という名称からして、起業の過程に関わることからであるべきであろう。だが、ここでも注意が必要である。

起業とは何か。起業とは、新たに事業を始めることである。だが、この言葉の解釈は二通りに分かれるであろう。すなわち、新たな会社組織を作って新たな事業を始めることという解釈と、新たな会社を作るか否かにかかわらず新たな事業を始めることという解釈との二通りである。起業という言葉はどちらの意味にも使われており、曖昧さを避けるために、新たな会社組織を作る場合には「起業・開業」「独立起業」、既存の会社組織の中で新たな事業を始める場合には「社内起業」といった言葉が使われることもある。結局、起業とは、多くの場合には新たな会社組織（必ずしも株式会社とは限らないが）を作って新たな事業を行うことを意味するが、既存の会社組織において新たな事業を始めることも含まれると解すべきであろう。

具体的な起業家教育プログラムにおいて、どのような教育内容が扱われているかを見ていこう。大江・平井（2001）が紹介しているように、アメリカの子どもたちが自分で作ったレモネードを売るレモネード売りという伝統的な活動がある。このレモネード売りが子どもを対象とした起業家教育の一つのあり方として影響が大きいのか、子どもが商品を調達して売る活動が起業家教育として扱われることが多い。実際の子どもの商品販売活動だけでなく、そうした活動のシミュレーションがなされることもある。たとえば、経済産業省の平成 18 年度「起業家教育促進事業」で実施された株式会社 gusiness による授業（主に高校生を対象）では、縁日に屋台を出すという物語のシミュレーションゲームを行うことを通して、次のようなことがらを扱っている（株式会社 gusiness、2007）⁶。

出店場所やターゲットの確認、競合店の把握、商品企画、お店の特徴づくり、売れ行きによ

って価格を変更、追加仕入の検討、予想と実績との差異

ここで扱われている主な教育内容は、事業性の評価（与えられた条件下でどのような商品が売れるか）、利益の出る事業計画のあり方、価格や販売量の調整の必要性といった点であると言える。もちろん、こういった点は起業家教育において重要な教育内容と考えられる。しかし、当然ながら、ここでは扱われていない教育内容もある。たとえば、自分たちの強みを事業に結びつけること、顧客以外の利害関係者との関係の重要性、事業を進める上でのチームワーク、従事者の労働環境、事業による社会への貢献といったことは扱われていない。高校生を対象としたこのプログラムで商品販売のシミュレーションをすることに意義はあろうが、小学生対象のプログラムでは求められることも異なるはずである。

小学生対象の教育プログラムに関しては、起業家教育、アントレプレナーシップ教育等をうたいながらも事業をつくるのが扱われず、キャリア教育と呼ぶべきものが多く見られる。事業を扱ったものとしては、実際に商品を販売するものが目立つ。たとえば、NPO 法人夢育ネットワークが東京都三鷹市立第四小学校と連携した「四小アントレプラン」として平成 21 年度に 5 年生を対象に行った授業「四小銀杏屋」では、校庭に落ちたいちょうの実を商品化し販売する活動を行っている⁷。

もちろん、起業に関するさまざまなことがらを網羅的に扱うことは不可能である。小学生対象のプログラムの場合には特に、起業に関わる内容の一部分を重点的に扱うことになろう。では、どのような内容を扱うべきであろうか。

3. 起業に関する検討事項

小学生を対象とした起業家教育プログラムのあり方を検討するために、起業をめぐるいくつかのことがらを検討しておきたい。

第一に、利益のあり方に関してである。利益の出る事業計画を立てることは、新しい事業を始める上で重要なことである。しかし、事業には初期費用が必要であり、初期費用までを短期間で回収できるほどの収入が得られるような事業を構想することは容易ではない。他の事業での利益を新規

事業の費用にまわしたり、事業をアピールして投資をしてもらったり、堅実な事業計画を立てて融資を受けたりといったことが必要となる。他方で、利益の見通しどなしにともかく会社を作って事業を始め、いくつかの幸運な出会いがあって事業が軌道に乗るといった話を聞くこともある。また、動画投稿サイト YouTube が Google に事業売却したように、インターネット関連の事業では、収益の上がない事業で多くの顧客を確保し、事業全体を売却することによって利益を得る事業者もいる。当初は利益の見通しが無いとしても、熱意をもって地域で認められることや、多くの人に受け入れられる商品やサービスを提供することができれば、事業を始めることが可能だとも言える。中学生、高校生対象であれば厳密な損益計算も必要であろうが、小学校段階においては人に求められる仕事、喜ばれる仕事をすることの重要性を理解させることのほうが重要とも考えられる。

第二に、企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility、以下 CSR とする) に関してである。CSR とは、企業が自らの利益のみを優先せず、顧客、株主、従業員、取引先、地域社会等の多様な利害関係者に対して果たすべき責任のことであり、2000 年以降、話題に上ることが多くなっている。良質の商品やサービスを提供することが CSR の基本と言われる一方で、法令遵守、働きやすい労働環境の構築、環境への貢献、地域社会活性化への貢献等、さまざまな取り組みが CSR として行われている。企業活動が利害関係者に支持されることによって、従業員は意義を感じて仕事をし、顧客や取引先は企業を信頼し応援することとなり、企業活動が安定的に持続することにつながりやすい。最近では、企業の本業と CSR を切り離すのではなく、本業を活かした CSR、さらには本業の利益につながる CSR が重要という議論もある。たとえば、環境によい製品を作ることが環境貢献にもなり利益にもつながるといったものだ。このように考えれば、多くの人に喜ばれるような事業の重要性を子どもたちに理解させることも検討される必要があると言える。

第三に、CSR とも関わるが、働き方ややりがいの問題がある。事業を始めようとする際に、労働条件などかまわずに無報酬で長時間働くということはある。しかし、組織で継続的に事業を進めていくためには、労働条件を整え、ワークライフバランスに配慮し、やりがいをもって従事者が

働けるようにしていくことが必要である。実際には、人件費を削ればそれだけ経費が減り利益を生み出しやすい、あるいは同じ人件費で長時間サービス残業をさせれば (少なくとも短期的には) 生産性が上がるということもあるため、労働環境をよくすることと多くの利益を出すことはトレードオフの関係になりやすい。労働環境に配慮するという制約の下で事業を進めるという困難を知ること、起業者教育において必要ではないか。

以上の検討より、小学生を対象とした起業者教育プログラムの一つのあり方として、次のような教育内容を想定することができる。

- ・事業において人に受け入れられること、喜ばれることの重要性
- ・労働環境に配慮することの重要性

このような教育内容を限られた時間内で扱うとすると、どのようなプログラムが可能であろうか。

まず、人に受け入れられる、喜ばれるといった内容を扱うことを考えると、シミュレーションでなく実際に自分たち以外の人を相手にした事業活動を、たとえ擬似的なものであっても体験することが必要と考えられる。

では、どのような種類の事業がよいであろうか。基本的に事業はある程度継続してなされる必要があるが、起業者教育のプログラムに使える時間は限定される。たとえ事業の機会は 1 回であっても、必要な内容を学ばせることが必要である。ここでは、緑日に屋台を出すという設定が参考になる。緑日という場がすでに用意されて、その中で事業を展開するのである。単独で事業を行うのではなく、既存の事業に乗らせてもらう形の事業を考えれば、短期間でも無理のない事業が実施できるのではないか。

だとしても、小学生が屋台を出す等の物品販売をすることには問題がある。短期間の準備で小学生が一定水準以上の物品を準備することが難しい上、既存の販売業者と競合し、結局は周囲に迷惑をかけるばかりになる可能性がある。校庭に落ちていた銀杏を売る活動であっても、もともと公立学校の校庭に落ちていたものを売って収入を得ることはまずいとも考えられる。もちろん子どもが物品を販売すれば、子どもや学校に寄付するという意識で協力してくれる人は多いだろうが、人に喜ばれることとは区別して考えられる必要がある。

子どもが短期間で準備して事業活動を行うことを考えれば、既存の事業者と競合することは得策ではない。競争しても、他の事業者と比較した優位性を獲得することは困難であり、事業が成立しない。他の事業者と競合しない、いわゆるスキマの事業を見つけるのが得策である。大人は仕事としてやりたいと思わないことでも、子どもがやりたいと思えることはあると考えられる。あるいは、子どもだからこそ思いつくアイデアを事業に発展させることも可能であろう。

しかし、スキマの事業を見つけると考えると、一般の消費者から収入を得る事業を考えることは難しい。一定以上の水準の物やサービスを提供することがなければ、子どもや学校に対する寄付に近くなってしまい、事業とは言い難いものとなる。だが、既存の事業に乗ることを考えれば、その事業を運営している事業者から収入を得る形で事業を行うことも可能である。すなわち、BtoC (business to customers/consumers) 型の事業でなく、BtoB (business to business) 型の事業を行うのである。

このように考えると、小学生対象の起業家教育プログラムの実施にあたっては、地域活性化に関する事業を行っている事業者の協力を得ることが重要と考えられる。そうした事業者の協力を得て、その事業者との間で BtoB 型の事業を行うのである。

BtoB 型の事業は、小学生には理解しにくいという批判がありうる。たしかに、小学生には小売店等の BtoC 型の事業のほうがなじみはあるであろう。だが、実際に体験することを考えれば、特定の相手があらかじめ決まっている BtoB 型の事業のほうが相手のことを理解しやすく、交渉も容易である。適切な事業者の協力が得られれば、子どもは自らの事業について理解しやすいであろう。さらに、BtoB 型の事業もあるということを理解することも教育内容に含めて考えれば、あえてなじみのない形態の事業を扱う意義もある。

「西千葉子ども起業塾」は、以上のような考え方に基づいて、西千葉地域の商店街の協力を得て、商店街のイベントである「第三土曜日」というイベントに貢献する事業を子どもが行うことを核に行うこととした。このような方法が可能となったのは、西千葉では商店街関係者や起業家が地域活性化のために連携協力する取り組みをすでに精力的に進めていたこと、そして私たちの研究室との

関係も深く円滑な連携が可能な状況であったことが大きい。

4. 社会起業との関係

地域の取り組みに貢献する事業を始めることは、起業といっても社会起業と言えるものである。社会起業とは、利益でなく社会問題の解決を目的として事業を始めることを言う。NPO や NGO の形態でなされることもあれば、株式会社等の形態でなされることもある。世界的にはマイクロファイナンスという貧困層の人たちへの小規模の融資等の事業を世界に知らしめてノーベル平和賞を受賞したバングラデシュのムハマド・ユヌス、日本では病児保育の事業化に成功した NPO 法人フローレンス代表の駒崎弘樹といった人たちが、社会起業家として知られている⁸。

ここまで検討してきた小学生向け起業家教育プログラムのあり方は、小規模な社会起業の体験と考えることができる。地域活性化は、地域の人々のつながりの希薄化や地域経済の落ち込みといった地域社会の問題を解決しようとする営みである。一回限りとは言え、地域活性化を目指した事業を行うのであるから、子どもたちの活動は社会起業体験と言える。

しかし、社会起業と言うからには、一回限りの活動ではなく、ある程度の問題解決がなされるまで継続的に活動することが必要ではないかという批判がありうる。この批判は、半分は当たっており、半分は回避可能と考えられる。たしかに、子どもたちの活動は一回限りであって、そのことのみをもって地域活性化が可能になると考えるわけにはいかない。この意味で、一回限りでは社会起業と言えないという批判は、半分は当たっている。しかし、子どもたちの活動は継続的になされている地域活性化事業と連携して行われるものであり、もともとの地域活性化事業に貢献するものである。この意味では、子どもたちの活動は継続的な事業の一部と考えることができ、少なくとも社会起業の一部ととらえることは可能である。

そもそも社会問題の解決にあたって小学生の活動が中核を担わなければならないとしたら、より年長の世代の者たちが先にすべきことがあるはずである。小学生が社会問題の解決に関与することは歓迎されてよいが、年長者たちの活動に周皮的に参加する程度に関与することが妥当であろう。

わざわざ教育プログラムとして設定されることがなくとも、子どもたちが地域の事業に周道的に参加することが十分なされていることが理想なのかもしれない。しかし、教育プログラムとして意図的に構成することによって、参加する子どもに一定の内容を学ばせることがより確実になることが期待される。

米倉・竹井(2010)は、「社会起業家になる方法」として、ニーズの発見、事業コンセプトの明確化、差別性と優位性の検証、資金の調達、そして小さな成功例を多くつくることを挙げる。百世(2010)は、社会起業を始めるにあたって、事業ポイントの具体化、周辺にある社会資源の活用、「サービスの受け手」と「キャッシュの出し手」を別に考えること、熱意で仲間を集めること、ワークスタイルや報酬はスタッフと相談して決めること、「ハートをつかむ言葉」で共感を広げること等を挙げる。これらをふまえ、短期間のプログラムで小学生が学ぶべきことを検討しよう。

第一に、小さくても確実に社会に貢献できる事業を立案し、実際に成果を上げることが必要と考えられる。そのためには、短時間で的確にニーズを発見することが必要であり、そのニーズに対してたとえ小さな貢献でもできるような事業を立案することが必要となる。子どもたちがニーズを自分たちのみで調査するのではなく、ニーズについてはある程度の情報を与えた上で検討させることが妥当であろう。また、事業の立案においては、子どものアイデアを尊重しつつも、大人がアドバイスすることが必要となるであろう。百世の言う「周辺にある社会資源の活用」によって、子どものみでできないところを補う必要がある。

第二に、事業の立案にあたっては、すでにある事業との競合を避け、子どもが行うことの優位性を検討できるようにすることが求められる。子どもができることは大人が行うことより質が低いと思われるかもしれないが、子どもだからこそできること、あるいは子どもが興味を持ち喜んで行えることは少なくないと考えられる。単に子どもであることを利用せよということにとどまらず、たとえ自分たちが弱い立場に思えても差別性や優位性を意識して事業に取り組むべきことを学ばせる必要がある。子どもたちに、差別性や優位性を意識させるしくみをつくることが重要である。

第三に、子どもたちなりの適切な組織を構築させることが必要である。実際の社会起業において

も、利益が目的の企業とは異なる組織づくりが重要である。理念や方針を共有し、互いに異なる者どうしが協力して組織としての力を発揮できるようにしなければならない。子どもたちも複数名の集団で事業を行い、組織のあり方について学ばせることが適当であろう。その際に、それぞれの集団をスタッフが適切に支援する体制をとることが求められる。

第四に、資金の調達について、工夫が必要である。子どもたちに資金について学ばせることは必要であるが、子どもが自己資金を事業のために使うことも、自ら現金を集めてまわることも、非現実的である。このため、事業に必要な資金の調達については、一定の条件の下で擬似的に費用を貸し与える等の対応が必要であろう。この点で、子どもたちの行う事業には、どうしても擬似的な部分が残ることとなる。

「西千葉子ども起業塾」は、言わば「社会起業家教育」としてデザインされることとなった。3日間のプログラムの最終日に「第三土曜市」に貢献する事業を行うことを目指し、1日目にはニーズの把握と事業計画の策定、2日目には事業の準備を行うこととする。子どもたちが使用可能な通貨は擬似通貨とし、擬似通貨で必要な物品を調達できるよう調達担当者を置く。必要に応じて融資を受けられるよう、擬似的な銀行を設置し、事業計画を審査した上で融資を行うこととする。子どもたちが行う事業は、「第三土曜市」主催者を相手とする BtoB 型の事業に限定し、「第三土曜市」主催者が事業計画を評価し、契約を交わすことによって事業が可能となる。子どもたちがニーズを把握したり、事業計画を立てたり、組織を構築したりすることをサポートするために、スタッフやアドバイザーを設ける。このようにして、資金に関しては擬似的な部分があるものの、実際に地域に貢献することを目指して事業を行わせることが可能となる。

5. ゲームとしてのプログラム

以上の検討をふまえて小学生を対象とした起業家教育プログラムを構築するのであれば、このプログラムをある種のゲームとみなしてデザインすることが適切と考えられる。

人間のあらゆる営みをゲームとみなすことも可能であるが、ここで言うゲームとは、現実社会の

営みとはある程度距離を置き、一定の明示されたルールの下でなされる活動のことである。現実の利害関係から切り離された、一種の遊びとも言える。

以下、「西千葉子ども起業塾」の事例について、起業家教育プログラムをゲームとしてデザインすることがいかなることかを検討していこう。

まず必要なことは、このプログラムの名称を定めることである。私たちは比較的早い段階で、「西千葉子ども起業塾」という名称を用いることとした。ゲームに参加する子どもにとっても、関係するスタッフや協力者にとっても、プログラムが何であるのかを端的に示す名称は重要である。「西千葉子ども起業塾」の「塾」という表現は、学校とは違う学びの場ということであり、学習塾というより松下村塾等の私塾に近い印象を狙ったものである。西千葉という地域を舞台に、子どもたちが、起業について学ぶ私塾という意味合いを、端的に表現している。この名称であれば、どのようなプログラムかを適切に想像してもらうことが可能であろう。

次に、時間の枠組みである。「西千葉子ども起業塾」は3日間、しかも3日連続のプログラムとした。子どものたちの意欲の持続という観点から、短期集中型が望ましいと考えられる。2日間ではすぐに終わってしまうが、4日間以上では体力的におそらく厳しく、3日間が最善と考えられた。3日間であれば、子どもも終わりまでの見通しがある程度持てると考えられる。ただし、3日間でも子どもによっては体力的な負担がかなり大きいと考えられる。このため、「残業」の禁止と、時間外の体調管理の努力義務をルールに定めることが必要と考えられた。こうしたルールは、労働条件に関するルールともなっている。このルールを強調し、子どもたちが互いの違いを活かしつつ適切なペースで仕事を進めるよう考えさせることが、労働環境に配慮することの重要性を学ばせることにつながると考えられる。

人員配置、ゲームらしく言えば登場人物の設定も重要である。もちろん、ゲームにおける主役は、参加者の小学生たちである（今回は15名）。この小学生たちが3名あるいは4名ずつの集団でそれぞれ「会社」を作り、各「会社」が事業を行うことをゲームの中心とする。塾自体を運営する「塾長」と塾の活動を支える「スタッフ」を学生が担い、専門的な立場から子どもにアドバイスする「社

会人アドバイザー」には実際に社会で活躍する方々に担当してもらった。そして、取引先であり交渉相手として、実際の「第三土曜市」を運営する起業家や商店街関係者にも協力してもらう。さらには、「銀行」役として実際の金融機関の方にも加わってもらった。それぞれが自己紹介をし、名札をつけて、ゲーム内の登場人物であるということを確認にした。山梨在住の起業家には、初日にはアドバイザーとして西千葉で子どもたちに助言してもらい、2日目には山梨に戻り地元の小学生たちとともにテレビ電話で状況報告を受けてもらい、3日目にも電話で結果報告を聞いてもらった。さらに、最終日には、千葉市の市長と千葉大学の学長が子どもたちの様子を見に「第三土曜市」を訪問することにもなった。このような特別な要素が入ったことは、言わばゲームの中に特別なキャラクターが設定されたこととなり、ゲームに豪華さを加え、子どもたちの意欲を高めることに寄与すると考えられる。なお、多くの方々の積極的なご協力が得られたことにはさまざまな要因があるが、端的に述べれば、私たちが起業家教育プログラムを始めること自体が一種の社会起業であり、私たちの志に多くの方々の共感が得られた点が大きかったと考えられる。

すでに述べたように、通貨の設定も必要であった。限りなく実際の通貨である「円」に近い機能を持たせた擬似通貨を設定した。この擬似通貨の扱いについては事前にある程度のルールを定めていたが、実際に活動が始まってみると不十分な点もあり、活動と並行して新たにルールを定めることも必要であった。具体的には、この通貨を最初に子どもたちにどのように持たせるか、資金が不足する場合にどのように融資を受けることを認めるか、通貨を使って物品を購入する場合にどうするかといった点についてのルールが必要であり、通貨を使って労働者（手のあいている学生スタッフ等）を雇うことを認めるルールを追加で設けることが必要となった。合わせて、「第三土曜市」側との契約のあり方の検討も必要であった。報酬はすべて事後に支払われることはあらかじめ決めていたが、商店街側の配慮で成果に応じて報酬を出す形の契約が認められるという点も実質的なルールとして機能した。最終的に利益や損失が生じた場合、そこに対応して何らかの賞罰を与えるかどうかについても検討し、結果を発表するのみで賞罰とは連動させないことも決めた。

事業の種類についてのルールも設ける必要があった。危険なことはしない、食べ物を扱わないといったことに加え、BtoB型の事業に限定するため、一般の人から収入を得てはいけないというルールも定めた。このルールによって、子どもたちは「第三土曜市」来場者に対して何らかのサービスを提供するとしても、サービスを無料で提供した上で事業としての利益を上げることを求められることとなった。

サイトウ (2007) によれば、テレビゲームのデザインにおいて重要な要素の一つに、ストレスと快感のコントロールや目標を見えやすくする等してプレイヤーの意欲を持続させることがある。遊び手に余計なストレスを与えない一方で、明確な目標設定のもと現在自分がどのあたりにいるのかという情報を与え、早めに快感を与える、大きなストレスのクリアには大きな快感を与える等、意欲を持続させることが重要だという。「西千葉子ども起業塾」においても、子どもたちは事業計画や事業の準備がうまく進まずにストレスが生じることはあるものの、事業計画が認められるという喜びや事業によって地域の方々に感謝されるという喜びが確実に得られるよう関係者が配慮している上、他の集団の活動の様子が見え、3日間全体の目標やその時間の目標が常に確認され、意欲が持続されるしくみができていたと言える。

6. おわりに

従来、起業家教育に関しては、子どもに育てたい能力を記述することによって説明されることがあった。しかし、能力で説明すると、起業家教育を他の種類のものと比較したときの差異が曖昧になってしまう。起業家教育を、その教育内容を中心に説明することが必要である。

本稿での検討によって、小学生を対象とした起業家教育プログラムの教育内容に、以下のことを含めるべきことが示された。

- ・事業において人に受け入れられること、喜ばれることの重要性
- ・労働環境に配慮することの重要性

さらに、具体的なプログラムの検討を通して、小学生を対象とした起業家教育プログラムは、「社会起業家教育」としてとらえられることによって

上記の教育内容を扱うことが可能となることが示された。

もちろん、より多くの時間をかけて、子どもたちが社会で通用する商品やサービスを開発するなり調達したりして、利益を目的とする事業を体験する可能性が完全に否定されたわけではない。しかし、小学生が利益を追求するということが自体がなかなか容認されにくいことを考えると、実際に利益を目的とする事業を体験するのは、得意分野や専門性を活かすことが期待できる高校生くらいの段階まで待つことが適切であろう。

少なくとも、レモネード売りのような物品販売とは異なる、BtoB型で社会起業を扱う起業家教育プログラムの開発が可能であることが示されたことは、起業家教育研究に確実な貢献となったと考えられる。今後、「西千葉子ども起業塾」の継続や発展を通して、起業家教育プログラムのあり方をさらに検討していきたい。

¹ 「西千葉子ども起業塾」に関しては、本報告書のほか、藤川他 (2011) で基本的な内容について報告している。

² 公式ホームページ <http://www.ja-japan.org/> によれば、1919年に米国で発足した経済教育団体「ジュニア・アチーブメント ワールドワイド」の日本支部として1995年に設立された団体で、2010年7月より公益社団法人ジュニア・アチーブメント日本。(2011年2月11日閲覧)

³ 日本経済新聞千葉版、2010年8月21日「子供が体験する「千葉市」市長選仮想の街・起業塾……」

⁴ 千葉市公式ホームページによる。2011年2月11日閲覧。

<http://www.city.chiba.jp/keizainosei/keizai/kikaku/kidsentrepreneurship.html>

⁵ 私たちが関わった具体的な食育プログラム開発に関しては、藤川他 (2007) 参照。

⁶ 報告書では「情報検索力」「アイデアをプランにする力」等の「力」として整理されているが、ここでは内容を抽出した。

⁷ 夢育ネットワークのサイトより。2011年2月13日閲覧。

<http://www1.parkcity.ne.jp/muiku/entre1H21e5.html>

⁸ 社会起業家については、本文で引用したもののほか、谷本・唐木 (2007)、駒崎 (2007) 等を参照。

参考文献

- 藤川大祐・阿部学・川瀬信一 (2011) 「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—」、『千葉大学教育学部研究紀要』第59巻
- 藤川大祐 (編)、NPO法人企業教育研究会 (著) (2007) 『企業とつくる食育』教育同人社
- 株式会社 gusiness (2007) 「経済産業省 平成18年度『起業家教育促進事業』実施報告書」、2011年2月11日閲覧
- <http://www.meti.go.jp/policy/newbusiness/houk>

-
- okusyo/18fyeducation/18fygusiness.pdf
株式会社ウイル・シード (2006) 「平成 17 年度 経済産業省『全国新規事業発展基盤調査』(起業家教育の実施状況及び普及・定着に関する調査) 報告書」、2011 年 2 月 11 日閲覧、
<http://www.meti.go.jp/policy/newbusiness/downloadfiles/H17kigyokatyouusa.pdf>
駒崎弘樹 (2007) 『「社会を変える」を仕事にする 社会起業家という生き方』、英治出版
百世瑛衣乎 (2010) 『社会起業家スタートブック』、亜紀書房
大江建・平井由紀子 (2001) 『子どもを伸ばす 5 つの遊び 小学生からの「起業家教育」のすすめ』、青春出版社
サイトウ・アキヒロ (2007) 『ニンテンドーDS が売れる理由—ゲームニクスでインターフェースが変わる』、秀和システム
谷本寛治・唐木浩一・SIJ (2007) 『ソーシャル・アントレプレナーシップ 想いが社会を変える』、NTT 出版
通商産業省 (1998) 「アントレプレナー教育研究会 報告書 (要旨)」、2011 年 2 月 11 日閲覧
<http://www.meti.go.jp/press/olddate/industry/r80729b1.html>
米倉誠一郎 (監修)、竹井善昭 (著) (2010) 『社会貢献でメシを食う。』、ダイヤモンド社