大阪商業大学学術情報リポジトリ

アクティブラーニングとしての起業体験教育プログラムの構築

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 大阪商業大学商経学会 公開日: 2020-12-22 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 林, 幸治, 柴田, 孝, 北室, 康一, 金, 度渕, HAYASHI, Koji, SHIBATA, Takashi, KITAMURO, Koichi, KIM, Doyon メールアドレス: 所属:
URL	https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/952

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.

アクティブラーニングとしての起業体験教育プログラムの構築

林　幸治
柴田　孝
北室康一
金　度渕

1．本活動の経緯
2．学生の起業意識に関する調査
3．研究調査の進め方
4．起業教育に関する先行事例
5．今後の本学の起業教育プログラムへの示唆

1．本活動の経緯

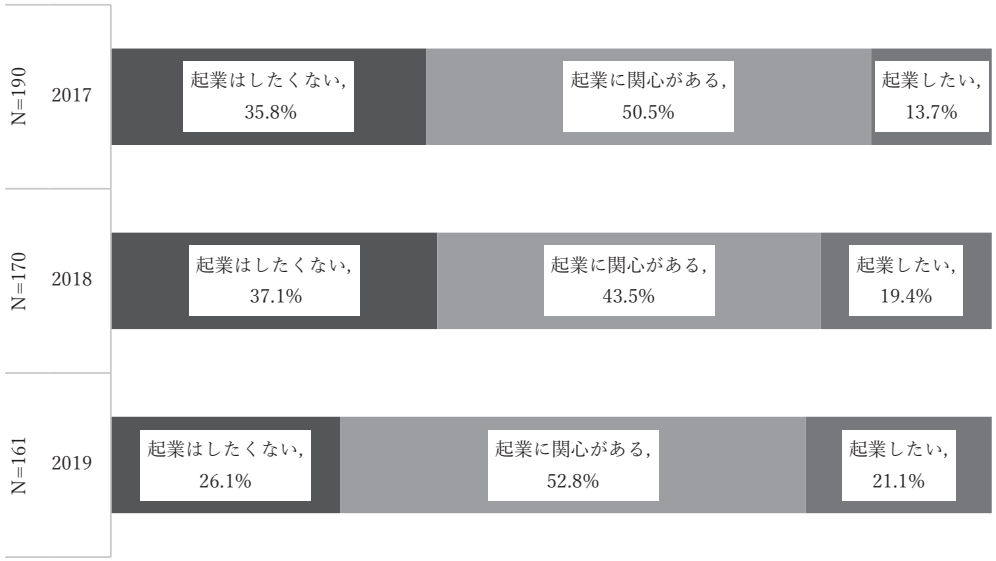
起業教育は本学の特色ある取組の一つとして位置付けられ、その活動は起業教育委員会による「ビジネス・アイディアコンテスト」の実施やアントレラボにおける活動によって、学生の起業に対する意識の育成を行ってきた。大阪商業大学の起業教育の目的は、「起業家精神と起業家的な資質・能力をもった人材、ビジネス社会において新規事業開発、新しい商品やサービス、新しいビジネスモデルの創造と継続的革新を担う人材の養成」と定義づけられいる[1)]。これまでの活動による起業教育の成果をさらに伸展させるために、新たな起業教育の方法、アプローチの開発が必要であると考え、本活動を行うきっかけとなった。

2．学生の起業意識に関する調査

林が担当する本学の講義（「経営財務管理各論」、2年生以上）において、履修している学生を対象とし、2017年度（2017年10月31日実施、有効回答数190人）、2018年度（2018年10月24日実施、有効回答数170人）、2019年度（2019年10月23日実施、有効回答数161人）の3年間に渡って起業への関心について「起業したい」、「起業に関心がある」、「起業はしたくない」の3件法で調査を行った。

1）南方建明（2017）「学習指導要領2020と「起業教育」「キャリア教育」」大阪商業大学『起業教育　9』、p. 7。

図表１　起業への関心度（３か年比較）



2017年度の調査では、「起業したい」26人（13.7%）、「起業に関心がある」96人（50.5%）、「起業はしたくない」68人（35.8%）であった。2018年度の調査では、「起業したい」33人（19.4%）、「起業に関心はある」74人（43.5%）、「起業はしたくない」63人（37.1%）であった。2019年度の調査では、「起業したい」34人（21.1%）、「起業に関心はある」85人（52.8%）、「起業はしたくない」42人（26.1%）であった。推移をみると学生の起業への関心度は年々増加しており、2019年度の調査では「起業したい」と「起業に関心がある」の数値を合算すると73.9%となった（図表１）。

続いて、2019年度の調査では起業に備えどんな学びをしたいかについて質問した。選択肢は「会社・お店の作り方」、「起業するための計画書の書き方」、「起業の事例について」、「ビジネスモデルについて」、「わからない」、「起業したくないので学びたくない」の６つを用意した（図表２）。最も多かった回答は「会社・お店の作り方」の44名（27.3%）となり、学年ごとに集計しても同様に回答数が最も多く、学年が進むにつれその値も大きくなった。続いて多かった回答は「わからない」と「起業したくないので学びたくない」の27名（16.8%）であり、起業に関心がない層が存在していることと同時に、起業というものが漠然としすぎてイメージができない層がいることが明らかとなった。

さらに、2019年度の調査では起業に対する学生が抱くイメージを把握するために、「倒産のリスクがありそう」、「社長になって高収入を得られそう」、「自分の好きなことができそう」、「責任が重そう」、「夢が実現できそう」、「その他」を選択肢として設定し質問した（図表３）。総数で最も多かった回答は「倒産のリスクがありそう」の50人（31.1%）で、次に多かった回答が「責任が重そう」の44人（27.3%）であった。このことから、起業に関心があるなしにかかわらず、学生の抱く起業のイメージがネガティブなものであることが明らかとなっ

図表２　起業について学生の学びたい項目

学年				Q2						合計
				会社・お店の作り方	起業するための計画書の書き方	起業の事例について	ビジネスモデルについて	わからない	起業したくないので学びたくない	
2年	Q1	起業したい	度数	6	1	1	5	0	0	13
			%	8.2%	1.4%	1.4%	6.8%	0.0%	0.0%	17.8%
		起業に関心はある	度数	17	7	5	6	9	0	44
			%	23.3%	9.6%	6.8%	8.2%	12.3%	0.0%	60.3%
		起業したくない	度数	0	0	0	0	9	7	16
			%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.3%	9.6%	21.9%
	合計		度数	23	8	6	11	18	7	73
			%	31.5%	11.0%	8.2%	15.1%	24.7%	9.6%	100.0%
3年	Q1	起業したい	度数	6	4	1	1	1	0	13
			%	10.2%	6.8%	1.7%	1.7%	1.7%	0.0%	22.0%
		起業に関心はある	度数	8	3	7	8	1	0	27
			%	13.6%	5.1%	11.9%	13.6%	1.7%	0.0%	45.8%
		起業したくない	度数	0	0	0	0	4	15	19
			%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.8%	25.4%	32.2%
	合計		度数	14	7	8	9	6	15	59
			%	23.7%	11.9%	13.6%	15.3%	10.2%	25.4%	100.0%
4年	Q1	起業したい	度数	2	2	2	2	0	0	8
			%	6.9%	6.9%	6.9%	6.9%	0.0%	0.0%	27.6%
		起業に関心はある	度数	5	2	2	3	2	0	14
			%	17.2%	6.9%	6.9%	10.3%	6.9%	0.0%	48.3%
		起業したくない	度数	0	0	0	1	1	5	7
			%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	3.4%	17.2%	24.1%
	合計		度数	7	4	4	6	3	5	29
			%	24.1%	13.8%	13.8%	20.7%	10.3%	17.2%	100.0%
合計	Q1	起業したい	度数	14	7	4	8	1	0	34
			%	8.7%	4.3%	2.5%	5.0%	0.6%	0.0%	21.1%
		起業に関心はある	度数	30	12	14	17	12	0	85
			%	18.6%	7.5%	8.7%	10.6%	7.5%	0.0%	52.8%
		起業したくない	度数	0	0	0	1	14	27	42
			%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	8.7%	16.8%	26.1%
	合計		度数	44	19	18	26	27	27	161
			%	27.3%	11.8%	11.2%	16.1%	16.8%	16.8%	100.0%

た。また、「起業したい」を選んでいる学生は、「自分の好きなことができそう」と「夢が実現できそう」という選択肢を選んでおり、ポジティブなイメージを抱いていることわかった。

以上のように、今回の３年間の調査だけでも起業に関心や興味がある学生が６割以上いることから、本学におけるこれまでの起業教育のプログラムであるビジネス・アイディアコンテストやアントレラボの活動を通じた企業との連携、学生に対してアイディアの作り方やプレゼン方法の習得といった成果があがっていることが示唆される。しかし、起業に関心がある学生のニーズに応えるためには、ビジネスアイディアの創出方法だけではなく、そのアイ

図表３　起業に対する学生が抱くイメージ

Grade				Q3						合計
				倒産のリスクがありそう	社長になって高収入を得られそう	自分の好きなことができそう	4. 責任が重そう	5. 夢が実現できそう	その他	
2年	Q1	起業したい	度数	2	0	3	4	3	1	13
			%	2.7%	0.0%	4.1%	5.5%	4.1%	1.4%	17.8%
		起業に関心はある	度数	16	4	9	8	6	1	44
			%	21.9%	5.5%	12.3%	11.0%	8.2%	1.4%	60.3%
		起業したくない	度数	7	0	2	7	0	0	16
			%	9.6%	0.0%	2.7%	9.6%	0.0%	0.0%	21.9%
	合計		度数	25	4	14	19	9	2	73
			%	34.2%	5.5%	19.2%	26.0%	12.3%	2.7%	100.0%
3年	Q1	起業したい	度数	1	0	4	1	4	3	13
			%	1.7%	0.0%	6.8%	1.7%	6.8%	5.1%	22.0%
		起業に関心はある	度数	7	2	4	11	2	1	27
			%	11.9%	3.4%	6.8%	18.6%	3.4%	1.7%	45.8%
		起業したくない	度数	10	0	3	6	0	0	19
			%	16.9%	0.0%	5.1%	10.2%	0.0%	0.0%	32.2%
	合計		度数	18	2	11	18	6	4	59
			%	30.5%	3.4%	18.6%	30.5%	10.2%	6.8%	100.0%
4年	Q1	起業したい	度数	1	2	2	1	2	0	8
			%	3.4%	6.9%	6.9%	3.4%	6.9%	0.0%	27.6%
		起業に関心はある	度数	3	3	2	3	3	0	14
			%	10.3%	10.3%	6.9%	10.3%	10.3%	0.0%	48.3%
		起業したくない	度数	3	1	0	3	0	0	7
			%	10.3%	3.4%	0.0%	10.3%	0.0%	0.0%	24.1%
	合計		度数	7	6	4	7	5	0	29
			%	24.1%	20.7%	13.8%	24.1%	17.2%	0.0%	100.0%
合計	Q1	起業したい	度数	4	2	9	6	9	4	34
			%	2.5%	1.2%	5.6%	3.7%	5.6%	2.5%	21.1%
		起業に関心はある	度数	26	9	15	22	11	2	85
			%	16.1%	5.6%	9.3%	13.7%	6.8%	1.2%	52.8%
		起業したくない	度数	20	1	5	16	0	0	42
			%	12.4%	0.6%	3.1%	9.9%	0.0%	0.0%	26.1%
	合計		度数	50	12	29	44	20	6	161
			%	31.1%	7.5%	18.0%	27.3%	12.4%	3.7%	100.0%

ディアを用いてどのようにビジネスを始めるのかを学べるプログラムの構築が起業教育における喫緊の課題であることも示唆された。どのように「アイディアから起業へどう結び付けるか」、すなわち“起業体験教育プログラム”の構築が望まれているのである。

ゆえに、起業教育において、創業するために必要な事業計画、会計知識、資金調達、定款の作り方、労務管理の知識など幅広い知識を、学生自身が“創業”体験を通じて学べるようなプログラムの作成が必要となってくる。そこで起業教育に関する取り組みの先行事例を調査し、本プラグラムの参考となる事例を把握することを本研究の目的とした。これをもとに本学における起業体験教育プログラム構築を進めていく。

図表４　本研究の訪問先一覧

訪問日	訪問先	都道府県・国
2017年７月７日	Ａ大学Ｔゼミナール	福岡県
2018年３月18日	Ｂ高等学校	北海道
2018年３月22日	Ｃ高等学校	青森県
2018年６月８日	Ｄ高等学校	大阪府
2018年９月18日	Ｅ大学校	韓　国
2018年９月18日	Ｆ大学校	韓　国
2018年９月19日	Ｇ大学校	韓　国

３．研究調査の進め方

本研究の重点課題は創業体験や企業とのコラボレーションによる商品開発の実践事例の把握することである。そこで、教育機関等で実践されている起業教育に関する先行事例の把握および企業とコラボレーションを行っている事例の把握と整理を行った。その中から、起業・創業体験を実践している高等学校および大学の先行事例の現地調査およびヒアリングを行い、さらには韓国の起業教育の現状を調査し、プログラムの内容・進め方、企業へのアプローチの方法などを調査した（図表４）。

４．起業教育に関する先行事例

⑴　Ａ大学Ｔゼミナール

2017年７月７日にＡ大学のＴ先生のゼミナールの様子を視察するために訪問した。２年生から４年生が一緒にゼミナール活動を行う形式で、３限と４限の２コマ連続で行っている。学年を越えてグループワークや交流を行っていて、後輩が先輩のアドバイスを聞けるような工夫がされている。学年ごとに取り組むプログラムが分かれていて、２年生は創業体験プロジェクト、３年生は各自が設定したプロジェクト、４年生は卒論に取り組んでいた。３年生は各自が企業や団体とのコラボレーションを企画し、企業や団体に赴きプロジェクトを実践している。例えば、左利きの商品の開発や、図書館や介護施設、病院とのコラボ、女性用下着の開発など、学生主体で行っている点が特徴であった。

訪問した日は教員が呼んだ県内の企業の経営者の話を聞く講義であった。教員の方針として特に何を学ぶべきかを指示せず、講演の内容から学生が解釈し、自分のプロジェクトに参考になるものを取り入れるよう主体的な学びを行っていた。Ｔ先生は「我々は学生に役立つかを考える必要はない」と語っていた。ゼミ以外では、いわゆる「サブゼミ」と呼ばれるゼミナールに向けて準備や検討を行う自発的な学習を行い、サブゼミを行う教室は学生が申請すれば利用できる体制が整備されていた。

今回の視察で特に注目したプロジェクトが、２年生が取り組んでいる創業体験プロジェク

トである。このプロジェクトは、学生の模擬店を株式会社とみなして会社の設立、運営を疑似的に体験するプログラムである。外部の企業の経営者などを招いて、投資家説明会を開き、模擬店の内容（事業計画）を説明して出資を仰ぐところから始まる。定款の作成、開店の準備、店舗の運営、人員管理、財務報告書の作成、配当など実際の会社運営の流れを学べるプログラムである。このプログラムは日本テクノロジーベンチャーパートナーズ(NTVP)の村口和孝氏が考案したものであり、現在は日本取引所グループ（JPX）がこの教育プログラムを引き継いで社会貢献、投資教育の一環として全国各地の学校等で行われている（JPX起業体験プログラム。詳細は4(3)に)。この創業体験プログラムを本学の起業教育の場に取り入れられないかと調査に訪れた教員が抱くようになり、導入の可能性を模索する嚆矢となった。

(2) M市立B高等学校

商業科のある高等学校をはじめ、起業教育に取り組んでいる高等学校は全国に数多くある。高等学校の起業教育としては、地元の名産を利用した商品開発や販売を行っている事例が多い。特に、販売については、学園祭での販売や、地元の道の駅やスーパーなどの商業施設において、一定期間ブースを設けて販売したり、委託販売するケースがほとんどである。ところが、M市立B高等学校は、高校生が運営する高校生レストランを実施しているが、運営までも高校生が担当していると知り、高校生レストランそのものを視察するだけでなく、高校生に運営させるにあたっての様々なノウハウなどを調査すべく、2018年3月18日に訪問した。

B高等学校は、以前は北海道立の普通科の高等学校であり、2010年より生徒募集を停止し、2012年3月に閉校となったが、2012年4月にM市に移管し、M市立の高等学校として開校した。開校したB高等学校は、食に特化した高等学校となっており、非常に独特なカリキュラムを組み、課外活動も独自色を打ち出している。

カリキュラムは、食物調理科のみの単科であり、商品開発、接客販売、店舗経営、食事マナーなど、食に関する幅広い知識を学修できるようになっている。食物調理科は、調理師コースと製菓コースに分かれており、各コース20人の生徒が学習している。調理師コースでは、高等学校での学習を通じて、卒業時には調理師免許を取得できるようになっている。製菓コースでは、高等学校での学習だけでなく、春・夏・冬の長期休暇を利用して、札幌市内の専門学校で製菓衛生師の通信教育を受講し、製菓衛生師国家試験への合格を目標としている。

課外活動は、調理部、製菓部、地域連携部の3つのクラブがあり、生徒はいずれかのクラブに所属している。調理部は、高校生レストランの運営や、料理教室の開催、商品開発、料理コンクールへの応募などの活動を行っている。製菓部は、高校生カフェの運営や、菓子コンクールへの応募、商品開発などの活動を行っている。地域連携部では、M市をPRする商品の開発、M市内外の企業との共同商品開発、これら商品の店舗での販売、店舗の運営、学校菜園の管理などの活動を行っている。これらの活動の拠点となる高校生レストラン・高校生カフェ・店舗は、2018年7月にオープンした研修施設内にある。

B高等学校では、授業を通じた知識と技術の学修、課外活動を通じた実践的経験の蓄積

と、まさに理論と実践の実学教育を行っている。視察に訪れた時には、研修施設はまだ建設途中であり、これらの活動はそれぞれ別の施設で行われていた。

高校生レストランは、視察当時は高校生食堂として、高等学校からほど近い民間の食堂を間借りし、休校日である日曜日を中心に日付を限定して営業していた（図表5）。営業時間は決まっているものの、当日の予定数量を売り切った場合はそこで営業終了となる。高校生食堂はクラブ活動の一環であるためクラブの顧問がおり、指導にあたっていた。顧問は、高等学校が招聘した大阪の調理師専門学校を卒業した料理人である。

高校生カフェも、高等学校近くの閉店した喫茶店を間借りする形で、日付・数量限定で営業していた。こちらも同じくプロのパティシエが顧問として指導にあたっていた。高校生カフェでは、高校生食堂と違いレジがないので、会計業務は、オーダーシートをベースに、現金箱を用意して手作業で現金出納を行っていた。オーダーシートはそのまま領収書兼レシートとなるようにデザインされており、オーダーシートをもとに、スマートフォン内の会計アプリを使って、請求金額の合計やお釣りを計算していた。その会計アプリは、そのまま販売管理ができるようになっており、だれもがダウンロードできる一般的なアプリである。

高校生食堂も高校生カフェでも、仕込み、調理といったキッチンでの業務だけでなく、オーダー取りや配膳、会計などの接客業務や、原料の仕入れから販売管理も含めた店舗の経営全般を、高校生が行っている。業務担当は事前に決められ、各自で研修を行ってから営業を迎えていた。業務担当は、数か月ごとに交代しており、年間の活動を通じて、すべての業務を担当するようになっているとのことであった。顧問は、営業中も店内で目を光らせ、適宜、高校生に指示を与え、注意を促していたが、高校生にかなりの部分を任せていた。

視察当日はTV局が取材に訪れており、評判を聞いた市外の客が来店するなど、高校生の家族や友人といった客も多かった一方で、一般客も少なくなかった。高校生食堂も高校生カフェも行列ができており、特に高校生カフェは昼過ぎの時点で焼き菓子の販売も終了間際となっていた。

B高等学校では、卒業後の進路として、店舗や工場への就職だけでなく、開業も視野に入

図表5　間借り営業する高校生食堂

れているのが特徴的である。有資格者として就職後の即戦力となるだけでなく、独立開業後の店舗運営をも高等学校で体験させることが、実学教育として非常に興味深い。

高校生による接客業務は、アルバイトと大きく変わることはなく、その視点からすると、高校生の業務はたどたどしく、不十分なサービスに見えた。だが、アルバイトと違い、店内すべての業務を担当することや、業務を長い間担当しノウハウが蓄積している先輩がいない状況で、一所懸命に不慣れな業務をこなし、少しでも学ぼうとしている姿勢が、高校生らしく、高等学校としての取り組みであることを感じさせた。また、顧問は決して表に出ないことも印象的であった。顧問は、客への対応は一切せず、あくまで高校生への指示に留まり、客へのフォローまでも高校生に自分たちでさせていた。また、会計アプリなど、新しい設備投資をすることなく、ある設備を工夫して使用している点に非常に感心した。こうした徹底した高校生による運営へのこだわりが随所に見られ、これが卒業後の進路を見据えた教育であることを感じさせた。

当時の校長先生は、民間から登用された方で、協力してくれる個人や企業、団体を探し、交渉し、高等学校の取り組みを広く発信するなど、積極的に活動しておられた。視察当日は、校長先生自ら案内していただき、直接話をお伺いすることができた。校長先生からお聞きしていて、こうした実践的な取り組みが実現できているのも、民間でのキャリアがベースにあることが起因しており、校長先生の手腕による部分が大きいように感じた。中でも印象的だったのは、教育機関である以上、高校生レストランも年度ごとの予算に縛られてしまい、店舗の利益を数年分留保して大きな設備投資に使うことができないことが、大きな足かせになっていると話しておられ、民間でのキャリアで培ってきた手法とのギャップに頭を悩ませておられたことである。店舗運営における実践的学習には、収支にまつわる問題が避けられないので、大学での取り組みにも反映できるような手法を模索する必要がある。

⑶　JPX 起業体験プログラムの事例―青森県立 C 高等学校・大阪府私立 D 高等学校

JPX 起業体験プログラムとは、日本取引所グループが CSR として取り組む、学校対象のプログラムである。一言でいえば、模擬株式会社を運営することにより、企業の活動と株主出資との関係について理解を深めていくことを目指すプログラムである。筆者らはこのプログラムの存在を知り、理解を深めるために実際に取り組まれている学校への見学を依頼したところ許可された。本節では先方からの承諾を得た 2 校（C 高等学校・D 高等学校と記す）についての視察結果を報告する。視察日はそれぞれ、C 高等学校が2018年 3 月、D 高等学校が2018年 6 月である。視察内容の報告に先立ち、JPX 起業体験プログラムの概要について説明する。

起業体験プログラムとは、『「起業家」としてゼロからビジネスを立ち上げる経験を提供する体験型の教育プログラム』である[2)]。主に中学生・高校生を対象としたプログラムとなっているが、大学も複数校が取り組んでいる。

その起業体験プログラムの流れを引用して示す[3)]。

2）日本取引所グループ　JPX 起業体験プログラムウェブサイト（https://www.jpx.co.jp/learning/education/entrepreneur/program/index.html）、2020年 2 月13日閲覧。
3）引用元は脚注 2 と同じである。

1. 参加者は、チームでビジネスアイディアを考え、投資家（ベンチャーキャピタリスト）に対してプレゼンテーションを行い、投資家から出資を受けて株式会社を作ります。
2. 株式会社の経営者として、地域のお祭りや学園祭などを舞台に、本物のお客様に向けて、模擬店のビジネスを行います。
3. 販売活動の終了後は、決算書類（損益計算書と貸借対照表）を作成し、監査を受けます。会社が利益をあげた場合には税金を支払い、最後に株主総会を開催して経営の結果を株主に報告し、会社の全財産を株主に分配してプログラムを終了します。

1は会社登記などの株式会社を設立するプロセスを体験することに加えて、設立に先立って出資を株主から得るために、成功が期待できる事業計画を立案することが求められる。2は実際にビジネスを行う過程を通じて、計画とは異なる事態への臨機応変な対処や、競合店との競争などについて理解を深めていく。3は売上と費用と利益、利益に対する納税と税引き後利益の株主への配当などの関係について学ぶ。こうした一連の活動を通じて、企業の活動と株主出資の関係、正確な財務諸表の重要性について理解を深めていくことを目指すプログラムである。

続いて2校の視察内容について報告する。

視察①：C高等学校

2018年3月22日に県立高等学校であるC高等学校を訪問し、プレゼンテーションを視察した。C高等学校の学園祭において新3年生が模擬店、新2年生が販売体験を行うことになっており、そのための計画を各チームが発表する会であった。実際の学園祭が行われる前年度末であるため、4月から2年生となる1年生が12チーム、3年生となる2年生が6チームの計18チームによる発表が順次行われた。

事前に事業計画書のフォーマットが用意されており、①現状分析、②企業理念、③具体的な企画、の3点について検討することが求められている。また社名もこの段階で決定している。そして検討結果をもとに作成されたPPT資料を用いてプレゼンテーションが行われ、発表毎に審査員により審査意見が述べられていた。

C高等学校への視察では、共通のフォーマットを採用することにより、他チームとの比較がしやすくなること、クラス外の学生・教員の前で報告することでより真摯に向き合うことができているのではと感じることができた。C高等学校ではこの後、7月に模擬株式会社設立に向けての出資者説明会を実施するとのことであった。

視察②：D高等学校

2018年6月8日に私立D高等学校を訪問し、プレゼンテーションを視察した。D高等学校でも文化祭で模擬店等が運営されているとのことで、今回の視察では、文化祭での販売体験について、1年生6チームによる事業計画の発表が行われた。

C高等学校のプレゼンテーションが学園祭の半年以上前とまだ計画段階であったのに対して、D高等学校でのプレゼンテーションは3か月前と時期が近づいていたためか、試作品等、実際に販売する商品を準備しているチームもあった。

D高等学校への視察では、高校1年生の1学期とは思えない発表の質の高さに驚きを感じた。また、近隣の事業者との連携についても高校生の意欲的な取り組みを支えるものとなっていると感じた。

⑷　韓国の大学における起業教育の実態調査

われわれが先行研究として訪問した韓国の3つの大学について、インタビュー内容を中心にまとめた。補足として、韓国では「起業」を「創業」としているので、以下では同義語として示し、併用する。また、大学や政府の具体的な予算金額については省略する。

①　E大学校

E大学校は2013年度～2015年度に、日本の文部科学省にあたる韓国教育部から起業教育の優秀大学として認められた大学である。E大学校で実施する起業支援システムは、一般的な教科だけでなく、非教科領域の教育の強化を通じて創業を支援する活動をしており、その一つが他大学と同様の「学生ドンアリ（グループ活動、サークルのような活動である、以下、ドンアリ）」である。創業教育および創業文化活動については「創業教育センター」で対応し、それ以外の支援活動については「創業支援団」にて対応している。また、大学内でのインキュベーション施設として3Dプリンターを常設し、セミナールームを完備した「i.space」を新設し、1日60人近くの学生が訪れているという。

E大学校の創業教育の方向性としては、以前は学生中心の活動や教育が一般的であったものが、最近では地域との連携が不可欠となっているという。地域との連携事業としては、「職業を作る」コンテストの開催や学外でのアントレラボの設立（24時間オープン）などがあげられる。

学生の教育ステージについては、基礎、基本、実践、進化の4段階で進められている。まず、「基礎」については、1年生にとっての基本的な科目、とくにグローバル、ソーシャル、テクノロジーに関するアントレプレナー論やリーダーシップ論を必修科目として教育している。つぎに「基本」については、2年生たちに起業家精神・革新を中心に教育をしている。また、「実践」については創業デザイン、技術事業化、ソーシャルベンチャーのような科目を履修させている。最後の「進化」は、大学院（修士、博士を含む）の進学を念頭においた授業を進めている。

さらに、非教科領域についてであるが、授業にて教育できなかった、もしくは必要と判断した際に、例えば、ビジネス開発、アプリ開発などの指導をしている。既述のように、2017年から1年生にて学ぶ強化科目においては、グローバル、ソーシャル、テクノロジーに関するアントレプレナー論やリーダーシップ論を指導しているが、最初は700名程度だった履修者が急激に伸び、調査時点では2,500人ほどが履修しており、それらは基本的にはサイバー講座（ネット配信など）にて教育がなされている。

学士の制度にかかわる事柄については、2年間の休学期間を有効に活用してもらいつつ、

離学率を低減するための措置として、創業休学制度を設けて取り入れている。また、「創業学部」という学部は設けていないので、創業連携専攻という制度を強化し、副専攻として学生には活用してもらっている。

創業の文化活動については、第1に「ハンマダンツアー」として、10月から11月にかけて学生が主導して行事を行う活動がある。第2に、ユニバーシティ・ユース・アントレプレナーシップ・アワードという12月末に優秀な学生を表彰するイベントが開催される。また、毎月最終週の水曜日には、アントレプレナーシップ・デイとして、創業をする学生のネットワーキング・デイが開催され、特別講義やセミナーを開催して教育を補っており、年間25事業がスタートアップしている。

② F大学校

2015年より創業教育を実践し、国内だけでなく海外とも積極的に大会を通じた交流を続けている大学である。特徴としてはE大学校のように、ステージごとに明確に分けた教育を行っている。中でも単位がない科目、単位がある科目、そして就職活動に関わる科目とが分けられており、インタビューによれば、特に就職活動と関わる科目に関しては、学生たちの取組み姿勢によって対応を変えているとのことであった。また、起業に興味がある学生は自らが率先して起業を進めていくので、そのような学生には就職先との連携を通じて支援を行っている。さらに、そこまで起業に興味がない学生は、起業に到達するまでがかなり大変で、自主的に準備がなされていないままに進んできてしまうので、面談を通じて「起業を先にやってほしい」、もしくは「スタートアップ企業への就職を先にしてみてほしい」などと提案して、結果として就職と創業をつなげる活動を前提として行っているという。

起業に関わる授業への参加人数は調査時点で1,000人近くにのぼり、そのうち起業活動に参加・実践・到達するのは個人での活動者で30～50人程度になる。これは韓国の大学の平均に比べて若干高い水準である。また、創業の前段階としてドンアリ活動をする学生は、200～300人程度にのぼり、それらの学生たちはドンアリをまたいだり、重複して参加したりするケースが多い。

学生だけでなく、外部のベンチャー企業が大学に支援を求めてきた場合は、政府からの依頼により、積極的に大学が支援する制度がある。また、2015年開始以来、成功事例については多く実績があり、学生の場合で約5億ウォン～10億ウォン（約5000万～1億円）の支援を受けている団体もあり、学生以外の一般団体の場合でも100億ウォン程度の支援を受けている団体もあるという。つまり、創業市場に対して大学が支援をしてほしい、というのが政府の指針としてあるので、有望な企業の支援が行えれば、色々な意味で高評価を受けるようである。

近年においてはアイディアによるアプリの開発を進める学生が多いのだが、しかしモノづくりとして直接自らが商品を製造する学生も決して少なくないという。また最近はAIに関わる事業を多方面で考える学生が増えているそうで、時代の流れに乗っている学生たちの活動が推察される。ただ、学生としては、就職を意識した活動が主になっているようであった。

F大学校は過去、政府が創業に関わる計画を国策として示す前から総長自らが創業を重視することを掲げ、「創業先導（中心）大学」を訴えてきた経緯がある。その時期に米ハーバー

ド大学の創業教育を学び、外部の専門家を招きつつ、これまで実験と調査を重ねてきた。そこで明らかになったのが創業をしたい学生がかなりいる、ということであったため、その学生たちを支援していこうという試みがスタートしたとされる。当時、その学生たちはとても積極的で、その後学生からの要求も増え、段階的に今の形となったという経緯がある。

ドンアリについては、学生同士自らがグルーピングして事業宣伝をし、優秀で支援が許可された場合は現金支給（300万ウォン～500万ウォン、30万～50万円程度）で支援を進めてきている（年２回）。学部学科の違いは関係なく、様々な学部学科をまたいでお互いが連携しているのが特徴的であった。１人で取り組む学生はあまりおらず、学生にドンアリを勧めるわけではないが、ある意味、勝手に形成しており、今では約200チームを有するという。ドンアリの条件としては、グループ内に１人でもＦ大学校の学生がいることを必要条件としているが、他大学の学生とドンアリを構成してもよいというのは興味深い。また、学生のドンアリには、支給される現金は教職員を通じて厳しくチェックを受ける体制が整っている。

起業教育のプログラムは大学の教員が基本的には制作しているが、教員の中には創業経験がない教員もいるのでそれに対しての不満はあるようだが、実際には創業経験者を当てたり、外部の専門家を招いたりして補っている。大学側としては、実務経験の豊富な教員を兼任講師で招くことや、大学院にも創業大学院があるので、その教員を積極的に活用しているという。

既述のように創業教育に関わり、政府とベンチャー企業をつなげているのが大学となるため、外部企業が起業支援を求めてきた場合には、監査を受ける仕組みとなっている。企業には、事業計画書をまず提出してもらい、試作品を製作する検証を行い、そして支援を受ける期間内に必ず創業を達成しなければならない決まりがある。それらをのちに報告などを通じて大学側が検証を行いつつ、支援終了後、１年間は追跡調査も行う。報告内容は主に、売上、雇用、投資（他の組織からあったかどうか）、輸出金額（輸出できる企業に限るが外国に売れたのかどうか）を、学生、企業の場合もそれぞれ同じく適用する。

学生が作り上げた商品やアイディアの特許については、それを管理する専門スタッフを通して特許の取得や管理を行っている。場合によっては外部の専門家を入れる場合もある。法的なトラブルがもし、発生した場合には、基本的には大学が責任を持つことはないため、トラブル解決のための弁護士をつなぐ制度を設けていたり、学生には専門スタッフを通じて的確にアドバイスがいきわたるように指導したりしている。

大学内では多くのコンペティションが開かれ、２泊３日のキャンプ形式のコンペティション、アイディアだけを３～５分で発表しあうコンペティション、そして授業では１学期（半期）で準備させて課題として発表させている。また、外国の学生たちとともに１か月の住みこみ活動を通じたキャンプも行われ、英語が主となる大会であるため、英語授業を担当する教員も参加しつつ、学生同士は寮で同居してもらって互いにコンペティションを盛り上げている。さらに、一部の学生を外国のコンペティションへ送り込むこともある。もちろん、学生たちがその成果を就職活動につなげるかどうかについては、以前は「起業教育に参加していた」というだけで就職に有利に働いてきたようだが、最近では「具体的にどんな起業活動をしてきたのか」を問われているのが実情であるという。

③　G 大学校

1995年、韓国の大学ではじめて「新技術創業保育センター」を設立した大学で、現在の創業支援組織は2011年にスタートした。韓国ではＧ大学校だけのベンチャー大学院の新設などを通して創業支援活動を拡大させてきた。また、政府が求める「自由改善大学」に選定されたことで、政府支援金の自由な編成や大学定員の柔軟化を認められ、創業支援活動はますます進化している。さらに、「青年商人モール」と呼ばれる学生や企業たちの商品を展示して販売できるモールを大学の資金で設立するほど、積極的に創業支援を行っている大学でもある。最近ではインターネットを活用して、学生の管理や支援金の額、創業支援の状況などの膨大なデータを管理しており、そのシステムさえも独自で開発した。

また、創業教育についても、創業そのものでの失敗を防ぐために力を入れており、講座数も現在29講座、クラス数は80クラスにのぼっている。専門分野を教えられる教員がいるとともに、外部講師も積極的に採用している。また、それぞれの分野にわかれて、年間10回近くのコンペティションが開催されている。

ドンアリについては、調査時点で39ドンアリを確保しており、会員数は268人である。アイディアチーム（市場調査、試作品作りなど）、ウェイティングチーム（顧客ニーズをベースにした製作など）、スタートアップチーム（創業事業化、創業実務など）に分かれて活動している。創業支援センターとともに、創業教育センターも備えている。

また、Ｇ大学校の大きな特徴としては、いわゆるベンチャー企業がすぐれたアイディアを開発できるように充実した試作室なども多数設置し、地元企業らも積極的に利用・活用できる環境が整っているという点である。文系の学生の創業教育への参加率は20％程度ではあるものの、商品サンプルをいつでも試作できる施設が完備されているところが強みであるといえる。また、「学生時代に起業をしよう」というスローガンを掲げ、起業教育に関わる授業の必修化により、学生のモチベーションを維持している。

その成果もあってか、在学生や卒業生から多くのベンチャー企業を輩出した大学でもある。とりわけ、アニメキャラクターを制作し売却して大成功を収めたベンチャーや、著名なキャラクターの版権を持つアメリカ企業と契約をして人気キャラクターのペーパークラフトを製作することに成功したベンチャーなどを輩出している。

Ｇ大学校は、韓国国内ではどこよりも早い段階で起業教育の基礎を準備した大学であり、地方大学であるにもかかわらず、首都であるソウル市内にもベンチャーセンターを設立するなど、その起業教育の目標の高さをうかがうことができる大学であった。

５．今後の本学の起業教育プログラムへの示唆

今回の２年間にわたる国内外の調査によって、高等学校や大学において多種多様な起業教育のための実践的なプログラムが取り入れられていることが把握できた。

Ａ大学Ｔゼミナールでは実務家の講演や企業とのコラボレーションなど外部の資源を活用して学生たちの起業マインドを醸成していた。学生主体のプロジェクトではあるが、その準備段階として教員がいかに外部の企業などと交流し、起業教育のサポートを受けられるた

めの環境の醸成が重要であることがわかった。

B高等学校では高校生が教育対象のため部活動の一環として取り組んでおり、大学生以上に校長先生をはじめ教員の事前準備から当日のサポート、各機関との調整および連携が重要であることがわかった。また、SNSを活用して学校の活動を積極的に発信し、住民や関係機関に理解をもらうことも必要だとわかった。

JPX起業体験プログラムを導入している2つの高等学校への視察より、学園祭等で何に・何のために取り組むか、対象は誰か、そしてどのように利益を生むか、といったことを試行錯誤しながら取り組む生徒の姿に感心した。高校生でもここまでできるのかと驚くとともに、起業体験プログラムを通じて、ビジネスの仕組みや会計の仕組みについて体験から理解を得ていくことの大切さを改めて認識することができた。大学生ならば、正規の課程での学修を通じて仕組みや大切さについてある程度理解しているものとは思うが、それを実践できるかについては、やはり体験して確認する必要がある。本学の学生にもぜひ導入してみたいと実感したところである。

韓国の3大学への視察から、日本と経済環境や背景などが異なっていることが前提ではあるが、起業教育に対しての意識やそれに対する設備などが充実していることがわかった。また、起業に関するクラブ活動のような正規の課程外の活動も行っているが、起業教育に特化した正規の講座を設け、外部講師といった外部の資源を活用していることも特徴であった。学生が自発的に起業に関する学びに取り組んでいる姿勢は本学の学生への刺激になるであろう。

以上のことから、本学で実践されている起業教育のプログラムに加えて、①企業や実務家など外部の賛同を得ながらの起業教育における連携、②起業体験プログラムの導入による創業の実践的教育を導入することが示唆された。こういった取り組みのスタートとして、本学のアントレラボで行っている「ラボカフェ」において、企業とのコラボを2019年度より実験的に開始した。また、本調査に携わった教員のゼミナールにおいて、JPXの協力のもと起業体験プログラムを学祭の模擬店を利用して2019年度より開始した。

今後の課題として、本調査によって、起業教育を進めていくうえで外部との連携が不可欠であることや既存の外部リソースの積極的な活用が有用であることも確認できた。こうした示唆からも、起業教育に携わる教員が企業家とのネットワーク構築に向けて一層活動していくことが必要である。

また、家森・上山・柳原（2019）は学校現場における起業教育の受容について「次期の学習指導要領で示された公民科や家庭科の教育のあり方に対する共感度を尋ねてみた。（中略）逆に（相対的に）違和感が多かったのは、「起業（事業を興すこと）について教えるべきである」や「企業会計の役割について教育をすべきである」であった。起業教育については、丁寧に進めていかないと学校現場での理解を得にくい」と指摘されている[4)]。よって、本学の起業教育は『起業教育≠事業を興す人をつくる』であるが、起業教育という言葉に対する一般の認識と差異が存在していることが示されているので、本学の起業教育の理念や意義をさら

4）家森信善、上山仁恵、柳原光芳「わが国の高等学校における金融・証券教育の現状と課題―高等学校教員に対する調査結果の概要―」神戸大学経済経営研究所ディスカッションペーパー DP2019-J02、2019年3月18日、p.51

に積極的に発信すべきであろう。

〈謝辞〉

今回の調査は平成29年度および30年度大阪商業大学教育活動奨励制度を利用して行ったものである。また、調査および視察を快諾してくださった高等学校、大学、日本取引所グループに対して、この場を借りて御礼を申し上げる。