

# 起業家育成を目指した地域との協創 -滝高校ビジネス部の事例より-

今永 典秀<sup>1</sup>  
清水 敬介<sup>2</sup>

<sup>1</sup>正会員 岐阜大学 地域協学センター(〒501-1193 岐阜県岐阜市柳戸1-1)E-mail:imanaga@gifu-u.ac.jp

<sup>1</sup>正会員 滝高校 (〒483-8418愛知県江南市東野町米野1)E-mail:shimizu@taki-hj.ac.jp

愛知県滝高校において正規の部活として取り組むビジネス部の事例を考察する。ビジネス部は2014年に同好会として発足し、2016年に正規の部活として認可された。「商品開発」と「ビジネスプラン」の二本柱とする活動である。高校生による起業家育成を目指した地域との協創事例より、将来の地域を担う起業家精神を有した人材育成と、地域活性化に向けた協働について考察する。

**Key Words :** *Regional activation, innovation, entrepreneurial education, business planning, product development, marketing*

## 1. はじめに

今後の日本は、生産年齢人口の減少、グローバル化の進展や絶え間ない技術革新等により、社会や職業の在り方そのものが大きく変化する可能性が指摘され、変化の激しい社会を生きるために、確かな学力、豊かな人間性、健康・体力の知・徳・体をバランスよく育てることが求められている。中学・高校の教育においては、自分らしい生き方を実現するためのキャリア教育や、学校支援地域本部やコーディネーターによる地域と連携した実践的な教育が注力されている。経済産業省(2015)<sup>1)</sup>による「初等中等教育段階における起業家教育の普及に関する検討会」では、「起業家教育」を「「生きる力」を育むこれらの取り組みとあわせて、チャレンジ精神、積極性を向上し、自己肯定感を高めるなどの効果が期待される教育手法」と述べている。

また、内閣府(2016)<sup>2)</sup>による政府の成長戦略である日本再興戦略においては「ベンチャー企業を支える国民的な意識改革のために、起業家教育の充実を掲げており、地域の担い手となる新しい企業の育成と日本経済を牽引し、新しい産業を創出するためには、起業家マインドを持った人材の育成が重要である」と述べている。

起業家教育に関して、大江(2004)<sup>3)</sup>は、起業家精神を育成する広義の教育と、起業家を育成する狭義の教育を定義した。起業家精神を養成するためには、起業経験も必要であるが、高校生が、いわゆる疑似体験の機会を通し

て、起業家教育を受ける機会を創出することを通じた学習は有意義であると考えられる。このような中で、日本における起業家教育プログラムとしては、日本テクノロジーベンチャーパートナーズが「ジュニアベンチャープログラム(少年少女起業体験プログラム)」を実施し、ベンチャーキャピタリストや司法書士や公認会計士等のサポートのもとで、実際に「会社設立」「ビジネスプラン作成」「資金調達」「販売活動」等を経験し実際の現金を使った体験をする取り組みが行なわれている。また、教育と探求社が、「クエスト」というプログラムを提供し、現代社会と連動しながら、実在の企業や先人を題材として自ら感じ・考え・表現することで、社会と連動した学びの体験を通して自ら学ぶ力を身につけ、年に一回「クエストカップ」という全国大会を実施するなど、中学・高校・大学向けに「生きる力」の養成をめざしキャリア教育プログラムを提供している。

このように起業家教育が行なわれている中で、本稿においては、高校生を対象とし正規の部活動としてビジネス部を設置し①商品開発と②ビジネスプランの策定に取り組む愛知県滝高校の事例をもとに、起業家教育の実践内容を分析し、その仕組みと効果・今後の課題について考察する。

## 2. 事例紹介

### (1) 事例紹介

表-1 起業家教育で身につける能力について

	能力について	補足説明
1	挑戦する力	できない理由を言う前に、できる理由を考え、やっとなこと挑戦することができるか？
2	アイデアの創造力	多くのアイデアを発想することができるか？
3	アイデアを深める力	様々な技法を使いながら、アイデアを独創的なものにすることができるか？
4	目的・目標設定	活動の目的を理解して、難易度と時期が適切な目標を定めることができるか？
5	計画力	プロジェクトの全体像を設計することができるか？
6	スケジュール管理力	スケジュールを管理して、早めに行動することができるか？
7	情報調査能力	プロジェクトに関する情報を調べ、分かりやすく整理することができるか？
8	現状把握力	現在やっているプロジェクトの現状を把握できるか？
9	課題発見力	現状と目標を踏まえて、課題を明確にできるか？
10	伝達力	考えていることを分かりやすく伝えることができるか？
11	プレゼンテーション力	資料を作成し、人前でプレゼンテーションすることができるか？
12	傾聴力	他の人の話や意見を聞く姿勢があるか？
13	外部の人とコンタクトをとる力	学校外の人とコンタクトを取って、話を伺ったり、協力を依頼することができるか？
14	報告・連絡・相談する力	プロジェクトメンバーや顧問に報告・連絡・相談することができるか？
15	会計力	プロジェクト関わる費用を考え、計算することができるか？
16	最後までやり抜く力	うまくいかないこと・困難があっても、最後までやり抜くことができるか？
17	メタ認知力	自分が得意なこと、苦手なことが分かっているか？
18	将来のキャリア	卒業後の姿を考えたことがあるか？

高校生による起業家育成を目指した地域との協働教育の事例として、愛知県滝高校のビジネス部による地域活性化へむけた協働教育の取り組みを考察する。滝高校は、愛知県江南市に所在する中高一貫教育の私立高校である。1926年に滝信四郎により設立され、創立90年を超える県内で有数の進学校の一つである。建学の精神は「質実剛健、勤勉力、報恩感謝」であり、創立者の精神を自らの生活信条として生活できる人気を育てるため、「深める教育」「拓げる教育」「支える教育」の3つの教育目標を定めている。特に「拓げる教育」として、深い学力だけを求めるのではなく、人間的な幅(豊かさ)を備えた生徒を求めることに取り組んでいる。

部活動に対して積極的に取り組む風土があり、中学校は運動部が14、文化部が8、高校は運動部が14、文化部が19存在し、中学1年生と高校1年生は全員いずれかの部活に入ることが必須となっている。運動部は、陸上部が全国大会へ出場するなど地区大会に入賞し県大会に出場する部活動が多く存在するなど、積極的に活動が行なわれている。

滝高校ビジネス部は、2014年7月「経済・ビジネス同好会」の非正規の部活動として発足し、2016年7月に正規の部活に承認された。顧問は、清水敬介(以下「清水氏」)で、理科(物理)の専任教員である。清水氏は「これからの時代を生きぬくには、受験勉強を通した偏差値重視の人間ではなく、社会に価値を創造することができる人材である」との信念から、グローバル化時代の中で起業家教育を実践することを目指してビジネス部を

げた。活動内容は、実際にビジネスを行なう地域の企業と高校生が協働する①「商品開発」と、高校生がビジネスプランを創造する②「ビジネスプラン」の二本柱である。

社会で価値を創造する人材という観点では、社会で求められる能力に関連して、経済産業省(2006)<sup>4)</sup>が「職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力」として3つの能力と12の能力要素からなる「社会人基礎力」を定義している。ビジネス部では、将来のキャリアに関する項目を追記する形で、18の観点で学生の成長を測定している。「①挑戦する力、②アイデアの創造力、③アイデアを深める力、④目的・目標設定、⑤計画力、⑥スケジュール管理力、⑦情報調査能力、⑧現状把握力、⑨課題発見力、⑩伝達力、⑪プレゼンテーション力、⑫傾聴力、⑬外部の人とコンタクトをとる力、⑭報告・連絡・相談する力、⑮会計力、⑯最後までやり抜く力、⑰メタ認知力、⑱将来のキャリア」の18要素である。学生の能力を取り組みの前後における学生の自己評価と、清水氏による第三者評価を実施し、学生自身が現状の能力の認識や、活動による学生の成長を目指した取り組みが行なわれている。

2017年5月20日現在の部員数は13人(兼任は3人)であり、内訳は高校3年生が2人(兼任1人)、高校2年生が4人(兼任2人)、高校1年生が7人である。活動は週に1回実施されており、それぞれの商品開発とビジネスプランに3人から4人1組程度での少人数によるグルー

ブを形成して取り組んでいる。

## (2) 商品開発について

商品開発では、学生が地域の企業のニーズに応じて協働し、新商品を企画・開発する。その上で、実際に学園祭や地域のイベント等で販売する。現在は飲食関係(食品・商品開発)の企業との協働が実施されている。現状ではビジネス部の活動が初期段階でもあり、清水氏が地元企業への相談・交渉等を代行している。

商品開発では、全体を通して学生は、文化祭や地元のイベントの日程に向けて、全体のスケジュール計画を立て、商品のアイデアを具体化し、企業とアポイントを調整し、直接協議を実施する。このプロセスを通して、スケジュール管理力、プレゼンテーション、アイデアの構築、期限内に成果を出すこと等の要素が含まれており、経験することができる。

清水氏は企業との当初の調整が中心となり、その後は学生が、企業とのアポイント、協議等も含めて主体となって取り組むことが特徴である。

主な取り組み事例としては、「chardon」(江南駅前の洋菓子店)と協働し、野菜クッキーの開発を実施し、江南市こどもフェスティバル(2015年～2017年)と滝学園同窓会(2015年)で販売した。さらに2017年は新たに「野菜パウンドケーキ」を開発し、江南市こどもフェスティバルで販売した。また、「パン・パフィー」(江南市内のパン屋)協働し、ベーコンパンとミルクのパンの開発を実施し、滝学園文化祭(2016年)で販売した。2017年は新たにケーキサレ(野菜を使った総菜パン)を開発し、江南市こどもフェスティバルで販売した。これらの活動は、新聞で報道される等の影響が発生している。また、「商品開発」を通して学生が開発した新商品を理事会で試食され、理事会を通して理事等へビジネス部の活動が波及している。

表-2 商品開発 今後の予定 (平成29年6月)

- ・江南地元応援プロジェクト:「江南の農業を盛り上げる」ことを目的としたプロジェクト。本校所有の農地(耕作放棄地)を再生して作物を育て、11月の江南市農業祭りにて開発商品を販売。JAの協力、江南周辺の若手農家と連携。
- ・文化祭に向けた商品開発:「外来者向けに、滝学園らしさのある商品の開発をする」というテーマのもと商品を開発する予定。
- ・名古屋市南区のカフェ TALOS のメニュー開発:平成29年5月にオープンした名古屋市南区のカフェの新メニューを開発。

## (3) ビジネスプランについて

ビジネスプランコンテストへの出場を目指し、ビジネスプランを策定し応募する。学生がプランを作成し、

毎週一回の部活の時間において進捗報告を行い、学生同士でアドバイスを実施し改善を繰り返す。その他、滝高校のOB大学生や、有識者に対してアドバイスを求めてブラッシュアップする機会もある。その場合も、基本的には学生が主導的に行動している。ビジネスプランの作成を通して、学生は調査を実施し、ビジネスプランのアイデアを生み出し、事業収支を含めて企画資料を完成させることと、プレゼンテーションの機会により、該当する能力が身につくことが期待される。

また、名古屋を中心に活動する社会人と学生が協働する市民活動団体 NAGOYA×FOREVER(※1)において、当該学生が作成したビジネスプランを発表し、社会人に対してプレゼンテーションを実施する機会とフィードバックを得る機会を得ている。さらに、同団体が主催する「アイデアソン」(※2)にビジネス部の高校生が参加し、大学生や社会人と一緒になって協働してアイデアを具体的な形にする疑似体験の機会を得ている。

表-3 ビジネスプラン 主な実績

- ・FEDEX 主催:「英語でチャレンジビジネスアイデアコンテスト」2016年全国大会出場
- ・ヤマト運輸主催:「第11回ヤマト運輸高校生経営セミナー」(2016年)全国大会出場
- ・関西大学主催:「関西大学ビジネスプラン・コンペティション KUBIC 「学生の力」」(2016年)書類選考通過

表-4 ビジネスプラン 今後の予定 (平成29年6月)

- ・第五回高校生ビジネスプラン・グランプリ(平成29年9月締切)(日本政策金融公庫)
- ・全国高等学校ビジネスアイデア甲子園(平成29年9月締切)(大阪商業大学)
- ・日経 STOCK リーグ(日本経済新聞):株のポートフォリオを作成して仮想資金で運用する。テーマ設定、企業の選定の方法などを30枚以内のレポートにまとめるプロジェクト

この他に、「やったる!起業セミナー」と題した企画として、起業家とビジネス部の学生との座談会を以下のとおり4回実施し、ロールモデルとなりうる起業家を招いて実際の話聞く機会が提供されている。

表-5 「やったる!起業セミナー」の事例

時期	内容
平成29年1月	東京・名古屋在住の起業家を中心に5名による座談会
平成29年2月	東京のソーシャルベンチャー NPO 法人 very50 による座談会
平成29年3月	名古屋在住、滝高校 OB 起業家 株式会社クラッソーネによる座談会

### 3. 分析方法・その結果

滝高校のビジネス部の活動について(1)学生の教育効果(2)地域の企業との協働(3)その他の波及効果, 以下のとおり考察する.

#### (1) 学生の教育効果に関する考察

学生の事前事後の活動の効果に関して, 以下のアンケート調査と, 顧問の清水氏による第三者による評価を実施した.

<学生の活動結果分析>

調査時期: 2017 年 1 月(事前調査), 2017 年 6 月(事後調査).

調査対象: ビジネス部に所属する中学 3 年生~高 2 年生, 10 人を対象とした.

調査方法: アンケート質問紙による回答. また, 清水氏による第三者評価を実施.

質問内容: 18 の能力要素に関して 5 段階で質問した.

学生による自己評価においては, 情報調査能力, 伝達力, 最後までやり抜く力, メタ認知力に関しては, 事後の自己評価が下がっているが, このことは, 実際のプロジェクトの経験を通して, 自分自身の能力を正しく理解する力がついたことが要因だと推察されるが, 学生のサンプル数が多くないことも要因の一つであると推察されることから今後検証を重ねていくことと致したい. 清水氏による第三者評価では, 挑戦する力, 最後までやり抜く力に関しては平均値も高く, 事前事後の差も大きくなっている. また, 伝達力, プレゼンテーション能力, 傾聴力, 報告連絡相談する力について事前事後の伸びも大きいことがわかった.

「商品開発」「ビジネスプラン」ともに共通する要素として, アイデアを形にすること(創造力), プレゼンテーションの機会が得られることがあげられる.

今回のアンケート調査では, 「商品開発」と「ビジネスプラン」それぞれの取り組みによる差異の考察はできなかったが, それぞれの要素として「ビジネスプラン」は, プランを作成するにあたって, 各種取材・インタビューを実施することから, その機会を通して働くことについての理解も深まりやすいと推察される. また「商品開発」に関しては, 特に企業の協力者と日程等スケジュールを計画的進めることが求められることから計画する要素が深まり安いが推察される.

表-6 学生の能力 (事前・事後調査)

能力について	自己評価					第三者評価 (清水氏)				
	事前		事後		差 (事後-事前)	事前		事後		差 (事後-事前)
	平均	標準偏差	平均	標準偏差		平均	標準偏差	平均	標準偏差	
1 挑戦する力	3.29	0.88	3.29	1.03	0.00	2.90	1.04	3.80	0.75	0.90
2 アイデアの創造力	2.86	0.83	3.43	1.29	0.57	3.00	0.77	3.30	0.78	0.30
3 アイデアを深める力	3.29	1.03	3.29	0.88	0.00	3.00	0.77	3.40	0.92	0.40
4 目的・目標設定	2.86	0.83	3.86	1.12	1.00	2.20	0.60	2.50	0.67	0.30
5 計画力	2.57	0.49	3.14	0.99	0.57	2.40	0.80	2.70	0.90	0.30
6 スケジュール管理力	2.14	1.12	3.14	0.99	1.00	2.50	0.67	3.00	0.77	0.50
7 情報調査能力	3.57	0.49	3.43	0.73	-0.14	2.70	0.64	3.30	0.64	0.60
8 現状把握力	3.57	1.05	3.86	0.83	0.29	2.90	0.30	2.90	0.30	0.00
9 課題発見力	2.57	1.18	3.43	0.73	0.86	2.60	0.49	2.90	0.70	0.30
10 伝達力	3.29	1.28	2.43	0.73	-0.86	2.50	0.81	3.40	0.66	0.90
11 プレゼンテーション力	3.14	1.46	3.86	0.99	0.71	2.50	0.81	3.40	0.66	0.90
12 傾聴力	3.43	0.90	3.86	0.64	0.43	2.50	0.50	3.40	0.66	0.90
13 外部の人とコンタクトをとる力	3.14	1.25	3.57	1.18	0.43	2.50	0.87	3.25	0.43	0.75
14 報告・連絡・相談する力	3.29	1.03	3.43	1.18	0.14	2.40	0.66	3.30	1.10	0.90
15 会計力	3.29	0.70	3.29	1.16	0.00	3.00	0.00	3.00	0.00	0.00
16 最後までやり抜く力	3.14	0.83	2.71	0.70	-0.43	2.70	0.78	3.80	0.98	1.10
17 メタ認知力	3.86	0.64	3.71	0.70	-0.14	2.80	0.40	3.20	0.60	0.40
18 将来のキャリア	3.29	0.70	3.86	0.83	0.57	2.80	0.60	3.10	0.70	0.30

## (2)地域の企業との協働について

「商品開発チーム」における地域の企業との協力体制について考察する。学生は、企業との協働する経験が少なく、それぞれの生徒のモチベーションや能力の違いも大きい。また、大人数によるグループでの活動は、足並みが揃わず、進捗が好ましくない傾向があることから、3人～4人少人数グループでの活動を推奨している。

高校の通常の講義では「地域」の企業と協働する機会は多くない。一方で、高校も地域に根付いた存在であることから、地域の企業と共存しながら協働することは、地域の企業や学生に加えて、高校にとっても意義のあることである。以下では、それぞれの関係者が得られる効果等について考察する。

企業にとっては、企業が有する資産を活用し、新たな商品を学生と協働で開発することになる。新商品のアイデアを高校生が考えて、具体化し、試作販売することは、テストマーケティングの機会と捉えることができる。また、高校生と協働した取り組み自体が CSR 活動の一貫として捉えることができ、自社のブランドイメージ向上に繋がる。さらには協働する人自体が、世代の離れた学生と協働する経験は、マネージメント能力など人材育成面の効果も期待できる。一方で、デメリットとしては、学生との打合せや準備等に一定の工数が割かれることがあげられる。費用面での負担に関しては、事前の指導に対する報酬は支払われておらず、開発後の商品はビジネス部が買い取り、販売している。

学校にとっては、普通の授業では提供することが困難な地域の企業との協働による「体験」学習を通して社会で働く際に求められる実践的な力を身につけることができる貴重な機会である。学生が地域の企業と触れることを通して、地域の魅力を再発見する効果も期待でき、波及効果として地域への愛着を感じると期待される。

学生にとっては、企業と協働して開発・販売を実施することにより、ビジネスの仕組みを理解することが期待できる。商品を作成するプロセスとして、企画、マーケティング・調査、商品案の作成、試作、改善、発表、商品販売等の体験を通して、通常の高校の授業では得難い経験を通して、ビジネスで必要となる能力を身につけることができる。また、地域の企業で働く人と触れることを通して「社会で働くこと」に関する理解が深まり、「将来のキャリア」を考えるきっかけが提供される。

## (3) その他の波及効果について

清水氏は、ビジネス部を立ち上げて軌道にのせるために、協力企業との連携に加え、人脈を構築し、各種情報収集実施するために精力的に活動している。例えばビジネスプランに関して以下の代表的な協力者によりビジネ

スプランの助言等を得られるなど、学生の学習機会を充実させる取り組みができています。

表-7 ビジネスプラン協力者

協力者	所属	経験
住田	岐阜大学(学生) (滝高校 OB)	長期インターンシップ における新規事業開発 経験
三塩	NPO 法人コラボキャンパス三河	NPO 法人での事業計画、 インターンシップ の新規事業開発
杉山	名古屋市立大学経済学部(博士課程)	マーケティング専攻
光本	株式会社 K&L	起業経験、ビジネス実務面からの助言
向井	M 社 (東証 1 部上場企業)	エンジニア、技術営業

その他、波及効果を生み出した事例としては以下の点があげられる。社会人と大学生が中心となって名古屋地区を中心に活動する NAGOYA×FOREVER(※1)に、清水氏が参加し中心スタッフとの間で「ビジネス部」の活動について、想いを語り共感し合うことを通して、学生の発表の機会や、「アイデアソン」の参加の機会の創出など協力体制が構築された。

さらに、「Edcamp×NAGOYA」(※3)を、志を共にする仲間と協働で実施し、約 60 人の教育関係者を中心とした未来の教育のあり方を考える会を東海地区で初めて実施した。この「Edcamp×NAGOYA」では滝高校のビジネス部の活動を紹介するとともに、滝高校の教員も 10 名前後参加することに繋がっている。

## 4. 事業評価と課題について

ビジネス部は活動開始し年月が経過しておらず、活動の初期・立ち上げ段階である。したがって、体制の整備も含め、軌道に乗せるまでの助走期間は、教員の関与が行なわれている。その中で、現時点におけるビジネス部の活動を評価し、今後の課題について考察する。

### (1) 商品開発(地域との連携)について

商品開発に関しては、学外の企業と協働し、実際商品の企画に向けたマーケティング、企画立案・販売等のプロセスを体験することができ、ビジネスの仕組みの理解に繋がっている。商品を開発するために用いるステップ、スケジュール等に関しては、一部マニュアル化が図られており、学生が自主的・主体的に取り組める仕組みが構築されつつ有る。また、提携企業は清水氏が選定してい

るものの、その後の企業との連絡・提案の実施等は学生が主体的に行なう形となっている点は、学生が実際のビジネスを体験するという観点で評価に値する。

企業との連携については、清水氏が直接地域の企業との接点を構築している。今後、企業との連携を強化するためには、協力企業の更なる開拓が必要となるが、この点に関しては今後課題となる可能性が考えられる。

事業費に関しては、企業の支援のもとで行なわれており、実際に企業への謝金等は支払われていない状況である。交通費、試作するための費用、調査費用、宣伝費用等の負担が発生する。一部高校からの援助はあるものの、今後スケールした場合に問題になる可能性もある。外部からの資金援助に関しては、クラウドファンディング等を活用した資金調達の可能性を模索することも解決策として想定される。

## (2) ビジネスプランについて

ビジネスプランの策定に関しては、高校生や大学生を対象としたビジネスプランコンテストへの出場を目指し、ビジネスプランを策定し、応募することに取り組んでいる。設立間もないにも関わらず、数件のビジネスプランを応募することができ、全国大会に出場することができている点は評価出来る点である。商品開発と同様に、思考すべきプロセスについては、一部マニュアル化されつつあるが、一方で実際の調査・分析等に関しては学生が主体的に取り組む形になっている点は評価できる。

一般的に、高校の教員は、実務家経験を有する場合を除いて、実際に社会人として働いた経験を有するケースは多くない。したがって、学生が作成したビジネスプランをブラッシュアップするための業界知識・経験等を有しないケースが多い。その場合、自ら学習を通して学ぶことも必要だが、外部の有識者であるベンチャーキャピタルや専門家とのパイプを有し、協力を仰ぐことが必要である。滝高校のOB起業家の協力や、知見を有したアドバイザーとなりうる協力者とのパイプを有している点は評価できる。ただし、実務的な内容に偏り過ぎて、知識や情報等を詰め込みすぎることにより傾斜しすぎず、高校生の学習環境を過度に妨害しない配慮をした上で、学生が主体的に取り組めるサポート環境を提供する必要がある。

## (3) 学生の教育効果の測定について

学生の取り組みの教育効果に関しては、アンケートが設計されており、学生自身による自己評価と、清水氏による他者評価を組み合わせる仕組みが構築されている。また、プロジェクトの事後には学生とのヒアリングが実施されており、取り組み内容を振り返り、さらに今後の目標を設定するPDCAサイクルの構築ができ始めてい

る。一方で、今後も継続的に取得することを通して、更なる効果の分析を検証していく必要がある。

さらには、今後の学習効果の変容が大学進学後・就職選択時にどのように効果が現れるかについても継続的にモニタリングを継続することが課題である。

## 5. おわりに

本稿においては、滝高校のビジネス部の事例をとおし、高校生と地域の企業との協働教育における協働体制や課題等について考察した。本事例においては、進学校でありながら正課の部活として「ビジネス部」が、実践されている点は特徴である。また、教員のサポートも一定程度は存在するが、高校生が主体的に地域と協働しながら部活動として実施されている点は、今後地域と共存しながら起業家教育に関する協働教育を実施するモデルケースとなりうる事例と考えられる。特にユニークな点としては、ビジネス部の中に、商品開発、ビジネスプランを二本柱として、その上で少人数のグループを形成し、協力し合いながら取り組んでいることが特徴である。

活動して間もないことから、今後持続的な展開を目指した取り組みが求められるが、運営内容のマニュアル化も進み、外部の協力者との連携も進み始めている。今後はさらに学内外における協力の増加とともに、各地において「高校におけるビジネス部」が広まることを通じて、今後グローバルで活躍する人材の育成や、グローバルで活躍する起業家の輩出に繋がることを期待される。

<注>

- ※1 NAGOYA×FOREVER とは、2012年12月に発足した。「社会人(ロールモデル)と学生の交流の機会」「参加者の融合により、皆が成長する空間を創出する」をコンセプトとし、「名古屋を盛り上げる」ことを目指した取り組みである。主な活動は「座談会」「アイデアソン」「ビジネスプラン発表会」の実施である。
- ※2 アイデアソンとは、idea(アイデア)+marathon(マラソン)からの造語で、一定期間、特定のテーマについてチームごとにアイデアを出し合い、共同作業で問題解決を図る。
- ※3 Edcamp とは、2010年にフィラデルフィアで行なわれ、全世界で80以上の国と地域に拡大し、10万人以上の教育関係者が参加した教育関係者を中心としたカンファレンス。特徴は、当日参加者が自分たちでセッション内容を定めて実施された点である。名古屋では、2017年6月4日に実施され、教育関係者や企業の人事担当者等を中心に約60名が参加した。

参考文献

- [1] 経済産業省：“小学校・中学校・高等学校における実践的な教育の導入例”，初等中等教育段階における起業家教育の普及に関する検討会, pp. 3, 2015.
- [2] 内閣府：“日本復興戦略”，pp.22-24, 2016,
- [3] 大江健：“地域と一体となった，明日の日本を担う「生きる力」を育む起業家教育” 『中小商工業研究』第 79 号, pp.20-30, 2014.
- [4] 経済産業省：“企業の「求める人物像」調査 2007～社会人基礎力との関係～”，pp. 1-29.

(??.?.? 受付)

## Collaboration with the area aiming for entrepreneurs

### -Case of Taki High School Club activities-

Consider a case of a business department that tackles as a club activity in regular school at Aichi Prefecture Taki High School. It was established as a club in 2014 and was established as a formal club activity in 2016. It is an activity of two pillars of "product development" and "business plan".

From the case of collaboration with the community that aims to train entrepreneurs by high school students, we will consider human resource development with entrepreneurial spirit who will play a region in the future and cooperation towards regional revitalization.