

# 起業家精神の養成に向けた 「場」の開発に関する調査研究 —滝高等学校ビジネス部 2017年から2020年の事例より—

清水 敬介<sup>1</sup>・今永 典秀<sup>2</sup>

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

<sup>2</sup>正会員 名古屋産業大学（〒488-8711 愛知県尾張旭市新居町山の田3255-5）  
E-mail:n-imanaga@nagoya-su.ac.jp

起業家精神を養成する「場」の開発の要素を把握するため、滝高等学校のビジネス部の調査研究を実施する。週に1回の課外活動として、外部の主催するビジネスプランコンテストの全国大会の出場や入賞の実績を有し、商品開発やインターンシップによる企業や地域との連携を実現する先端事例である。調査研究を通じて、高校内に学生が安心して挑戦できる場を部活動として確保し、外部との連携や資源の活用により、学外に本気で挑戦する外部の刺激的な場を創出し、高校の教員が起業の知識や技能を教える役割ではなく「起業の支援者」として学生を応援する姿勢で取り組むことにより、場が開発される事例が確認できた。

**Key Words :** *Entrepreneurship education, Regional revitalization, Bussiness plan, Product development*

## 1. 序論

### (1) 問題の所在

地域創生の実現のためには、自ら主体的に行動し、地域の資源や人的資源を重ね合わせ、地域で新たな価値創造を生み出す人材こそ重要な存在である。少子高齢化社会の加速が予測される環境下においては、地域で活躍する若い人材に対する期待が大きい。そのためには、若年時からアンレプレナーシップ（起業家精神）を身につける機会を増やし、将来、地域においてイノベーションを創発する人材を養成することが重要である。

しかしながら、日本においては、世界 54 カ国が参加する GEM(Global Entrepreneurship Monitor)の 2018 年の調査結果では、起業活動に対するファイナンスや、起業活動にかかる政策は平均を上回る一方、起業家活動を実現するための政策プログラム、学校における起業家教育、学校外における起業家教育・訓練は、各国平均を下回っている。特に、起業活動を活発化する要因である「起業

活動に対する評価」は最下層である<sup>1)</sup>。高橋ら<sup>2)</sup>によると「日本の起業活動は低迷しているが、その大きな要因は起業態度を有している人が少ないからであり、起業態度を有している人、つまり起業家予備軍からの起業率は先進国の中でも最も高い部類に属する」ことから、起業に関心のある層を拡大する取り組みこそ重要である。日本で起業活動が低調な原因として、石黒<sup>3)</sup>は「起業家が尊敬されない社会である」ことを指摘している。起業社会の実現に向けた第一段階として「起業無縁層」を「起業理解者」へ転換することが重要であり、社会に対するアプローチと、若年層に対する起業への関心を創発させるアプローチが考えられる。創業活動が活発に行われる「起業社会」の実現のため、起業する創造者に加え、起業に導く支援者と起業理解者が一定数存在し、起業家を支える仕組みが必要である<sup>4)</sup>。芦塚<sup>5)</sup>は「環境面の整備の必要性が強調され、起業しやすい環境整備とともに、起業家が尊敬され、起業したくなる社会的土壌を培う」ことを重要だと述べ、各種施策が行われている。

他方、若年時へのアプローチとしては、起業とは何であるかを理解することも重要である。さらに、今後の日本社会の中では、起業せずとも事業で価値創造を生み出すことが重要で、企業内起業や外部と連携したオープンイノベーションや、社会課題を解決するソーシャルイノベーションが広く行われている状況を踏まえると起業家精神を養成する機会は重要である。このような中で、本研究では高校生が起業家精神を養成する「場」である滝高校のビジネス部の活動に着目する。

## (2) 起業家精神

大江<sup>9)</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。狭義の起業家教育は、ベンチャー企業の創業者を育成するような起業のための教育である。広義の起業家教育は、起業家精神を育成するための教育で、起業に加え、起業や行政機関などの組織内の改革の担い手となるための教育である。起業家教育の典型的プログラムとしては「会社をつかって、商品・サービスを開発し、実社会で実際に販売実践を行う」<sup>7)</sup>ことが述べられる一方、プログラムの教育効果を扱った研究は少ない。数少ない研究成果の一つとして、兼本<sup>8)</sup>は、社会的課題解決をテーマに仮想企業を立ち上げ、地域企業の外部資源を活用し、調査・分析・新サービスの提案・運営・広報などに取り組み、学習モデル化をした。また、大学におけるアントレプレナーシップ教育の実践者である鶴飼<sup>9)</sup>は、場・参加者・教育者の協働関係が必要であり、以下の5点が重要であると主張する。1. 実際のビジネスにつながる小さな生活世界の実体験を積むこと。2. 多様なつながりを発見でき、無いものから発想できる思考様式になること。3. 何度でも満足がいくまで挑戦し続ける方法があること。4. 刺激を受ける場であること。5. 何にもまして支援者がいること。

大学のアントレプレナーシップやベンチャー起業論は、教科書による座学の講義、起業家の話を聞く内容、グループでビジネスプランを作成が中心である。企業の課題解決を実践する事例も増加している。大学における起業家教育には、様々な手法があるが、教育効果に関する研究は、ビジネスプランを作成しコンテストに出場するものや起業家によるゲストスピーチの効果が大きい<sup>8)</sup>。実践の「場」で、本気で挑戦し、事業創造に寄与することで起業家への一歩を踏み出すことにつながると筆者は考えるが、当該機会を学内の教室のみで実現するのは困難であり、外部との連携が必要で、鶴飼<sup>10)</sup>は「能力開発に主眼を置き、産学連携を通じた真剣勝負の場を用意し、目標を持って自主的な学びを促す仕掛け」が求められる。例えば、産学金でのモデルを構築し商談会の場で本気のビジネスの舞台での発表機会を促す仕掛け<sup>11)</sup>などがあげ

られる。上記は一例であるが、実務経験を有する実務家教員が、産業界と連携し、大学生に対する教育と産業界との連携の双方を担うことで実現する。

## (3) リサーチクエスト

本研究のリサーチクエストは「高校生が起業家精神を養成するためには、どのような場が実現可能なのか」を明らかにすることである。若年層からの起業家教育は必要だと主張され、様々な取り組みが行われている。大学では外部連携や、実務家教員の存在や、実務者が外部講師となる事例、あるいは企業が実際に講座を運営することも可能である。一方、高等学校では、高校の先生が起業に関する知識や経験を有することや、ビジネスの専門家であることは稀有である。高等学校のカリキュラムの状況や、高校生が自主的・主体的に学校の外に単独で飛び出す環境の構築は困難である。正課外の部活動が、起業家精神の養成の「場」として機能するかを明らかにすることは、高校生の起業家教育プログラム開発に関する学術的貢献に加え、今後の高等学校における起業家精神を醸成する教育プログラムの展開の可能性を示すことに繋がることを期待される。

## 2. 研究目的

滝高等学校のビジネス部は、愛知県内の私立の進学校における課外活動であり、2014年7月に同好会として発足し、2016年7月から部活として承認された。「これからの時代を生き抜くために、受験勉強を通じ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」を育てることを目指し立ち上げられた。部員数は、2020年度は20名超である。「商品開発」と「ビジネスプラン」の2つを中心に、2018年からは夏休みを中心に数日間企業の課題解決に取り組むインターンシップを実施している。愛知県内の普通科進学校の部活動の事例として、継続性と成果に関しては、少なくとも東海地域においては稀有な先端事例である。

表1 ビジネス部の部員の人数の推移 (名)

年度	合計	1年	2年	3年
2014年度	5	0	0	5
2015年度	5	5	0	0
2016年度	2	2	0	0
2017年度	8	5	3	0
2018年度	17	10	4	3
2019年度	22	7	11	4
2020年度	28	13	5	10

本研究は、滝高等学校のビジネス部の地域連携の仕組みと実践事例に関する調査研究を継続し<sup>10)</sup>、起業家精神を養成する「場」の要素を明らかにするものである。

2014年7月から2020年12月までの滝高等学校のビジネス部の活動をアクションラーニングによって、概要と成果を明らかにするとともに、高等学校における起業家教育の実践の「場」において、高校の教員が果たすべき役割と、外部との連携が必要な要素に分類し、当該活動との関連性を示すことを目的とする。

### 3. 研究方法

#### (1) 滝高等学校のビジネス部の活動の成果

「商品開発」は、地域の企業と高校生が協働し、学園祭や地域のお祭りなどへの出店を目指すものである。活動当初から開催され、学生が地域企業と直接交渉し、新商品を開発し、特定の場所で、一定期間実際に販売をする体験を行うものである(表2参照)。ビジネス部が創

設以来、毎年必ず定期的実施される。地域企業と連携し、実際に販売する場所や日付を特定し、特定の期間内、特定の場所での販売体験を通して、模擬起業体験の一部を実施することが特徴である。

2017年には2回、2019年には3回、2020年には2回外部の講師を招いてビジネス部の活動のために役立つ、社会で活躍する人のセミナーを実施した。その他、滝高等学校で実施される土曜講座において、外部の社会人の講演の機会を顧問が調整し、聞く機会を有している。

「ビジネスプラン」は、学生が自由にアイデアを生み出し、そのアイデアを具現化することが求められる。外部で開催されるビジネスプランコンテストの日程を顧問が学生に提示し、目標とするコンテストへの応募・出場・入賞を目指し、学生の中でグループ・チームを形成し、実践することが特徴である。5年間で36人がビジネスプランの作成に携わり、28チームの応募があり、全国大会への出場やコンテストの入賞を合わせて8件の実績がある(表3参照)。

表2 商品開発の活動成果・実績

年度・参加学生	商品	連携先	販売場所
2016年度 参加学生2名	自家製サツマイモマフィン (~2017年度)	パンパフィ (パン屋)	パンパフィ店舗
		JA	
		有機農家	
2017年度 参加学生5名	カフェメニュー開発	LOTUS (カフェ)	途中で終了
	バナナペーパー	稲沢バナナ園	途中で終了
	ケーキサレ (惣菜ケーキ)	パンパフィ (パン屋)	こどもフェスティバル
	お花畑クッキー	chardon (ケーキ屋)	こどもフェスティバル
	ひよこの森 (パウンドケーキ)	chardon (ケーキ屋)	こどもフェスティバル
	リンゴのマカロン	chardon (ケーキ屋)	文化祭
	OHAGI 3 コラボおかし	OHAGI 3	文化祭
2018年度 参加学生4名	ベジド (野菜ドーナッツ)	パンパフィ (パン屋)	こどもフェスティバル
	お花畑クッキー	chardon (ケーキ屋)	こどもフェスティバル
	偏差値おみくじ	OHAGI 3	文化祭
	宝石糖 (琥珀等)	大口屋 (和菓子屋)	文化祭
2019年度 参加学生9名	刀パン (刀の形を模したパン)	パンパフィ (パン屋)	こどもフェスティバル
	チュロス (長いチュロス)	パンパフィ (パン屋)	こどもフェスティバル
	子供豆くじ	オリジナル	こどもフェスティバル
	お花畑クッキー	chardon (ケーキ屋)	こどもフェスティバル
	肉パン (骨付き肉のパン)	パンパフィ (パン屋)	文化祭
	偏差値おみくじ	オリジナル	文化祭

表3 滝高等学校の「商品開発とビジネスプランコンテスト」の実績

	大会名	全国大会出場	受賞	補足	応募
2016	FEDEX 主催：英語でチャレンジビジネスアイデアコンテスト	○			1
	ヤマト運輸主催：第 11 回ヤマト運輸高校生経営セミナー	○			1
2017	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	○	○	原田産業賞(一般)	3
	FEDEX 主催：英語でチャレンジビジネスアイデアコンテスト				1
2018	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	○		高校・高等専門学校の部優秀賞	3
	アントレプレナーシップ開発センター主催：Global Enterprise Challenge (GEC)				1
	日本政策金融公庫主催：高校生ビジネスプラングランプリ				2
2019	岐阜共立大学主催：第 1 回高校生ビジネスアイデアコンテスト		○	最優秀賞・優秀賞	3
	アントレプレナーシップ開発センター主催：Global Enterprise Challenge (GEC)			7 位入賞	1
	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	○		高校・高専の部優秀賞	3
	日本政策金融公庫主催：高校生ビジネスプラングランプリ				1
	桜美林大学主催：まちだ未来高校生ビジネスアイデアコンテスト	○	○	優秀賞	1
2020	岐阜共立大学主催：第 2 回高校生ビジネスアイデアコンテスト				1
	FEDEX 主催：英語でチャレンジビジネスアイデアコンテスト	○			1
	ICT ビジネス研究会主催：ビジネスデザイン発見&発表会			審査中	4

## (2) 起業家精神を養成する「場」の要素

起業家精神を養成する「場」の観点で、1. ビジネス部の活動の「場」と、2. ビジネス部で取り組む外部との協働の「場」（コンテンツである商品開発、ビジネスプランコンテスト、インターンシップ）、3. 教育手法の 3 つの観点から考察する。

表 4 起業家精神を養成する「場」の要素

学内の「場」	学外の実践の「場」	教育手法
安心安全な場	外部連携・協働	起業スキルより支援する姿勢
自主的に参加	企業・地域との連携	自主的に学習
顧問の存在	実践の機会	外部講師との連携
伴走支援	本気の挑戦	機会から学習する

### 1) 学内の「場」（週 1 回のビジネス部）

高校生の場合、学内に安心安全な「場」であることが重要である。高校生は、一般的に、社会経験が限定的で、自らの意思で社会の出来事の判断が困難であることを考慮する必要がある。滝高校の実践事例から、高校生は予定調整や、学外の社会人との交渉、スケジュール管理の経験は乏しく、サポートが必要であることが把握できた。学生がビジネス部の活動にのめり込みすぎ、勉強との両

立や体調管理が不可能になるリスクがある。高校教員は、学生の状況把握と、適切な支援が必要である。

また、高校の一般的な環境として、定期テストなども大学と比べ頻繁に行われ、大学受験などの状況を加味すると、学生一人一人が活動可能な時間を踏まえ、個々の学生の能力に応じた取り組みの舞台を調整する役割・機会が極めて重要なポイントとなる。この役割は、外部機関や外部の人が担うのは困難であり、毎日何かあったときに気軽に接して相談できる学校の内部に「場」と相談相手が存在することが重要である。つまり、高校・顧問の役割として、起業に関する知識の提供の前段階として、安心・安全な「場」を提供し、参加する学生の能力・やる気を把握し、挑戦をサポートするような環境の整備が重要である。

### 2) 学外の「実践」の「場」

滝高等学校のビジネス部は、週に一回の部活動が、「商品開発」「ビジネスプラン」「インターンシップ」など、外部の実践の「場」に向けて、学生同士でそれぞれの目標に向かって準備を行う機会となる。商品開発は、時期を定めた期間限定のビジネスのフィールドである。ビジネスプランは、自ら考えた創造的な事業計画・企画を披露し評価を受ける場である。インターンシップは、企業の課題に取り組む、自分たちが社会で働くのに必要なスキルを理解し・身につける機会が存在する。

共通するのは、本番の挑戦の舞台が、学外の「場」で

ある点が大きな特徴である。学生にとっての、本気の挑戦の舞台が外部に存在することが重要である。このことは、起業家精神は暗黙知であり、座学の講義で形式知として獲得するのは困難であり、「実践」を通じた学習によって獲得されることにつながる<sup>13)</sup>。

さらに、「商品開発」や「インターンシップ」を単独で実施することに加え、さらなる挑戦のステップとして「ビジネスプランコンテスト」への出場などの段階的な選択肢が存在する点も重要である。学生にとって選択肢が複数存在し、顧問が押し付けるのではなく、学生とコミュニケーションをとりながら、自らの挑戦の舞台を自ら設定し、それに向けてグループ複数で挑戦することが可能である。

### 3) 教育手法について

滝高等学校のビジネス部では、週に1回の活動であり、部活動の時間に、顧問が起業に関する知識を座学で教えるのではない。顧問の役割は、学生が目標とする「商品開発」の舞台や、「ビジネスプランコンテスト」の参加・応募、「インターンシップ」の案内などであり、それぞれの内容に関する情報収集や、外部との連携・調整により、学生が参加する「場」や機会を入手し、学生に対して情報を提供し、学生と調整する。

参加する目標が定まった後は、グループに分かれ、議論や準備を実施する。自ら全てを教えるのではなく、機会を設けて外部のアドバイザー、支援者の話を聞いたり、学生が考えるプランの助言を外部と連携して実現する。

表5 教育手法の特徴

	鶴飼(2007)	滝高校ビジネス部の要素
1	実際のビジネスにつながる小さな生活世界の実体験を積むこと	「商品開発」外部との協議・実践の場、「インターンシップ」企業での課題解決プログラム
2	多様なつながりを発見でき、無いものから発想できる思考様式になること	「商品開発」の企画創出、「ビジネスプランコンテスト」への参加機会
3	何度でも満足がいくまで挑戦し続ける方法があること	ビジネスコンテストや商品開発の場、部活で継続チャレンジできる
4	刺激を受ける場であること	学外の挑戦の機会、大学生や高校生、社会人と交わる刺激の機会がある
5	何にもまして支援者がいること	顧問、外部企業など、地域の様々な支援者

鶴飼<sup>9)</sup>を参考に筆者作成

滝高校のビジネス部では、外部連携や外部のビジネスプランコンテストの情報入手と提供を顧問が実施している。具体的なスキルのフォローではなく、学生の支援者としての役割や、スケジュール管理やチームビルディングのサポートなどを実施している。また、週に1回のビジネス部の活動では、学生は商品開発やインターンシップやビジネスプランの作成など、様々な取り組みを行っているが、それらをお互いに共有することで、刺激を受け合うような環境の「場」が生まれている。特に高校生が学年を超えて、クラスを超えて、商品開発やビジネスプランなどの取り組みの種類を超えて、お互いの取り組みや内容を共有できる点に特徴がある。さらに、ビジネス部では、商品開発の取り組みが外部のマスコミに取り上げられたり、ビジネスプランが全国大会の出場や入賞により、身近な存在の活躍に刺激される効果がある。このことにより外部の協力者・支援者の見学や、講演・助言の機会につながる相乗効果も生まれている。

## 4. インプリケーション

滝高校のビジネス部は、数年間継続し、外部の主催するビジネスプランコンテストへの出場・入賞の実績や、商品開発やインターンシップにおける企業や地域との連携により成果を実現する成功事例の一つである。高校において、主体的にやりたいことを自ら選んで本気で実践する機会や「場」を創出する一つ的手段として、部活動による起業家精神養成の場の開発可能性を示唆するものである。

特徴的な点は、安心安全な「場」で週に1回の活動によって、学外の実践の「場」での活躍が可能であり、成果を生み出すことが確認できた。学校の講義内での実施は、学生全員に対して、学外の「場」を提供する必要があり、クラスを超えて、均一的な知識のインプットが必要である場合、その方法や、教育者、外部連携先の確保などの障壁が高くなる。一方で、部活動によって、主体的に実施したい少数の学生の集団になれば、外部連携先や、外部の舞台の提供が容易になることで実現する。

学内のみでは安全すぎて挑戦・刺激の舞台が存在しないが、外部と連携し、学外の挑戦の舞台を用意することは起業家精神を養成する観点で有益である。高校の教員の役割として、起業の知識や技能を教える役割ではなく、「起業の支援者」として、学生を誰よりも何よりも応援するスタンスで、実現可能であることが確認できた点は、高校における起業家精神を養う場の開発可能性に寄与する示唆になる。

ただし、留意点・特異点として考慮する点が複数存在する。1点目は、顧問の特異性である。顧問が学内の

「場」の運営に加え、外部連携の円滑なコーディネーターの役割を果たす。一般的には、企業や地域との連携に関しては、地域の企業や、地域に存在するコーディネーターの役割（団体・個人）、NPO 法人や行政などと連携して実施することの方が多くと考えられる。ただし、外部連携の実施の場合にも、高校内の関係者は必要であり、高校内の人間が兼ねた方が内情を理解し、高校側の状態や学生とのコミュニケーションや学生との信頼関係構築が容易であるというメリットは存在する。大学におけるインターンシップや産学連携における人材育成の観点とも同様であるが、高校において展開するためには、高校内での人材育成もしくは、高校と好連携が可能な外部機関が求められる。2 点目は、顧問が転勤がなく永続的に関与できる点である。公立の高校のように転勤が頻繁にあると、外部との連携や、中長期的な活動が困難であることが挙げられる。3 点目は、進学校であり、正課外の活動への自主参加であることが合わせる効果である。主体的に参加し、短期間で前提のビジネス知識・起業知識がなくとも、好奇心と集中力で、成果を実現することは、滝高校の特異な事例なのか、一般的に示されるものなのかについては、今後の研究課題として挙げられる。ただし、参加学生と非参加学生との比較や、ビジネス部が県内普通科進学校には少ないことから、比較検証ができていない点が課題として挙げられる。

表 6 ビジネス部の「場」の要素の特徴

	学内の「場」	学外の実践の「場」	教育手法
要素	安心安全な「場」が必要	学外の挑戦機会の存在	支援者
本事例	課外活動の部活動	顧問がコーディネーター	起業知識より機会提供
発展性	共通講義 学外の場	外部機関が担うのが一般的	知識提供の仕組み

## 参考文献

- [1] 経済産業省, 「平成 30 年度創業・起業支援事業（起業家精神に関する調査）」, 2019.
- [2] 高橋徳行, 「起業態度と起業活動」, *日本ベンチャー学会誌* 21, pp3-10, 2013.
- [3] 石黒順子, 「高校生の持つ起業家とベンチャー企業へのイメージ—起業家教育の効果測定—」, *日本ベンチャー学会誌* 26, pp43-57, 2015.
- [4] Kourilsky, Marilyn L., *Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum*, 1995.
- [5] 芦塚格, 「コミュニティと企業家」, 『企業家学のすすめ』有斐閣, 2014.
- [6] 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」, 2004.
- [7] 中部経済産業局, 「起業家教育導入実践の手引き：起業家的な資質・能力と精神を育む学び：未来を拓く子ども達を育むために」, *経済産業省中部経済産業局地域経済部新規事業課*, 2007.
- [8] 兼本雅章, 「産学連携による商品開発を通じた起業家教育とその効果—学習モデルの視点から—」, *日本情報経営学会誌* 36(4), pp68-79, 2016.
- [9] 鶴飼宏成, 「アントレプレナー育成の基盤—フレームワークとメソッド Fundamentals of entrepreneurship education: framework and methods」, *中小企業季報* 4, pp1-11, 大阪経済大学中小企業・経営研究所, 2007.
- [10] 鶴飼宏成, 「アントレプレナーシップ教育における支援者機能の一考察」, *中小商工研究*, 第 79 号, pp20-30, 2004.
- [11] 今永典秀, 松林康博, 益川浩一, 「産学金連携による地域創生の取り組みと地域デザインについて」, *地域デザイン学会誌* 13, pp193-213, 2019.
- [12] 今永典秀, 清水敬介, 「起業家育成を目指した地域との協創」, *グローバルビジネスジャーナル*, 3(1), pp14-19, 2017.
- [13] 古澤和行, 「起業家マインドの涵養に係る活動とその評価にまつわる諸問題に関する論攷」, *経営管理研究所紀要* 19, pp11-23, 2012.

2020年?月?日 受稿

2020年?月?日 受理

Research on the development of a place to foster Entrepreneurship  
- Case of Taki High School Business Department 2017-2020 -

Keisuke SHIMIZU, Norihide IMANAGA

Acquire a general idea about the elements in developing a field to foster entrepreneurship.

By winning a prize in a nationwide business plan contest and by developing products and doing internships while conducting research in weekly extracurricular activities on cutting-edge cases that realized regional cooperation, we secured a safe field for students to take on challenges in high school; Through external collaboration, we created an exciting external field to take on challenges outside high school; By supporting students as supporters of entrepreneurship rather than teaching entrepreneurship knowledge and skills as a high school teacher, we were able to observe the cases of field development.