

Title	起業家教育による起業イメージの変容 高等学校におけるアクションリサーチ
Author(s)	石黒, 順子
Citation	
Issue Date	2016-12
Type	Thesis or Dissertation
Text version	ETD
URL	http://hdl.handle.net/10119/14047
Rights	
Description	Supervisor:伊藤 泰信, 知識科学研究科, 博士

博士論文

起業家教育による起業イメージの変容
—高等学校におけるアクションリサーチ—

石黒 順子

主指導教員：伊藤 泰信准教授

北陸先端科学技術大学院大学

知識科学研究科

平成 28 年 12 月

How Images of Entrepreneurs Change through an Entrepreneurship Education Program: Action Research at a Japanese High School

Junko Ishiguro

School of Knowledge Science

Japan Advanced Institute of Science and Technology

This study was designed to examine how the entrepreneur education model causes image transition of entrepreneurship and entrepreneurs amongst high school students and how they incorporate the ideas into their career choices. The major research question of this study (MRQ) is how high school students acquired, shared, and utilized knowledge obtained from the entrepreneurial education program.

Various statistical data show that entrepreneurial activities are slow in Japan. Thus, Japanese government established a policy to implement entrepreneurship education throughout primary and secondary schools. However, previous studies focus on university students; there are not many studies conducted to examine the effectiveness of entrepreneurship education for primary and secondary school students. This study is to reveal the learning process of high school students attending the program and to examine the significance and effectiveness of the entrepreneurial education program.

The targets of this study were 22 high school students participating in an entrepreneurial education program at a high school in Aomori prefecture in the academic year of 2013 to 2014.

The major categories of the findings of this study are: 1) understanding on the characteristics of entrepreneurs, 2) understanding on the entrepreneurial activities, and 3) impact on the students' perception of career goal.

Regarding the first category, students highly respected entrepreneurs and saw them as almighty beings even before the implementation of the program. Although the significant gap between the image of entrepreneurs and low self-affirmation level forced them to exclude becoming an entrepreneur from their career goal, students started to realize that entrepreneurs also have to go through self-betterment through experience after participating in quasi-entrepreneurial activities throughout the program. In terms of their understanding on the entrepreneurial activities, one of the top reasons that students were not seeing entrepreneurship as their career goal was the high risk associated with such activities. However, as they exchanged various opinions and looked for solutions to assignments, they learned that entrepreneurship does not always mean that they have to form a company alone or that some risks can be controlled with their own capabilities. Finally, regarding the impact on the students' perception of career goal, students enhanced their knowledge to overcome the obstacles they faced during activities and recognized their aptitude to become an entrepreneur. As a result, they started considering entrepreneurship as one option.

From these results, as a theoretical implication, the study constructs a "Knowledge Process Model for Entrepreneurship Education based on Active Learning Methodology." This model is consisted of the following 4 phases which explain how participants of the entrepreneurship education program acquire knowledge: "Classroom knowledge", "Knowledge of resource", "Actual experience-knowledge," and "Reflective experience-knowledge." "Classroom knowledge" is obtained when students learn entrepreneurship, entrepreneurial activities, existing managerial theories, and management activities in lecture style based on textbooks. During this phase, the style of education is such that teachers deliver codified knowledge to students. In the phase of "Knowledge of resource," students try to tackle assignments given to them as entrepreneurs through active learning. Students try to apply "Classroom knowledge" to the challenge they face; however, they realize that they do not possess enough knowledge or capabilities. Then, they utilize implicit knowledge that they gained through management activities that they see in everyday life as the source of ideas. Students bring such implicit knowledge to the classroom to tackle team assignments. This is the phase of "Actual experience-knowledge." Team actively exchange opinions, conduct aggressive discussions, and give each other feedback to generate optimal solutions by creating, sharing, and utilizing knowledge necessary to solve the assignment given to them. With this process, students undergo the acquisition of "actual experience-knowledge." Finally, when students reflect the series of activities they experienced in active learning process, they reach the phase of "Reflective experience-knowledge" where students turn the knowledge on entrepreneurship and entrepreneurial activities into "codified knowledge." After this point, they return to "Classroom knowledge" to put "experience-knowledge" straight and better understand in the classroom setting.

Keywords: Entrepreneurship Education, Career Goal, High School Students, Knowledge Process, Active Learning

目次

第1章	序論	1
1.1	研究の背景	1
1.2	起業家教育実施状況	4
1.3	研究の目的	9
1.4	研究の意義	10
1.5	研究の方法	11
1.6	論文の構成	17
第2章	文献レビュー	18
2.1	はじめに	18
2.2	起業家の特性	18
2.2.1	アントレプレナーとアントレプレナーシップ	18
2.2.2	起業家に共通する特性	19
2.2.3	チーム・アントレプレナーシップ	24
2.3	起業家教育	27
2.3.1	起業家育成をめぐる議論	27
2.3.2	起業家教育の定義・目的	28
2.3.3	起業家教育の実施時期	31
2.3.4	起業家教育プログラムの構築	35
2.3.5	起業家教育の効果測定	37
2.4	キャリア教育	38
2.4.1	日本におけるキャリアをとりまく環境の変化	38
2.4.2	わが国の学校でのキャリア教育の導入	40
2.4.3	日本のキャリア教育に対する批判と模索	41
2.5	教育現場における知識創造	43
2.6	アクティブ・ラーニング	48
2.7	おわりに	50
第3章	起業家教育の実施に向けた予備調査とプログラムの構築	52
3.1	はじめに	52

3.2	起業家度テスト	52
3.2.1	調査手法	52
3.2.2	調査結果	54
3.2.3	結果の考察.....	57
3.3	モデル校での事前調査	58
3.3.1	事前アンケート調査の実施内容	58
3.3.2	第1回インタビュー調査の実施内容	66
3.4	予備調査結果のまとめ	75
3.5	起業家教育プログラムの構築	76
3.6	おわりに	82
第4章	プログラムの実施と効果の分析	84
4.1	はじめに	84
4.2	起業家教育プログラムの実施	84
4.3	プログラムを通じた生徒の変容	87
4.3.1	アンケート調査および起業家度テストの結果	87
4.3.2	生徒の感想文、第2回インタビュー調査の分析	92
4.3.3	起業家教育プログラム実施による生徒の変容のまとめ	140
4.4	おわりに	143
第5章	結論	144
5.1	はじめに	144
5.2	発見事項のまとめ	144
5.2.1	SRQ1の答え	144
5.2.2	SRQ2の答え	146
5.2.3	SRQ3の答え	146
5.2.4	MRQの答え	147
5.3	理論的含意	149
5.4	実務的含意	151
5.5	将来研究への示唆	152
	参考文献一覧.....	154
	付録	166

1.ビジネスコース生徒の属性とインタビュー実施日時.....	167
2.起業家度テストの質問用紙	168
3.第1回、第2回アンケートの質問用紙	170
4.第3回アンケートの質問用紙	174
5.ビジネスモデル分析フォーム	178
謝辞	179

目次

図 1-1 主な国の TEA.....	2
図 1-2	
「会社で出世するよりも自分で起業・独立したい」と回答した新入社 員の比率の推移	3
図 2-1 企業形成プロセスモデル	26
図 2-2 ティモンズモデル	26
図 2-3 起業活動の推進とそのサポート体制ピラミッド	31
図 2-4 知識創造プロセスの EASI モデル.....	46
図 2-5 経験学習サイクルモデル	47
図 3-1 第 1 回インタビューの結果の整理.....	74
図 4-1 第 1 回販売活動（文化祭）	85
図 4-2 第 2 回販売活動（農林商工祭り）	86
図 4-3 第 3 回販売活動（空き店舗活用）	86
図 4-4 第 4 回販売活動（空き店舗活用）	87
図 4-5 コードの関連図.....	139
図 4-6 起業家教育受講による起業家イメージの変化	140
図 4-7 起業家教育受講による生徒の変化.....	142
図 4-8 起業家教育受講によるリスクの捉え方、希望する働き方の変化	143
図 5-1 アクティブ・ラーニングに基づく起業家教育の知識プロセス	150

表目次

表 1-1 プログラムの進行と調査活動	14
表 1-2 SCAT による分析手続の一部	17
表 2-1 座学型モデルと起業家教育モデルの対比.....	37
表 3-1 高校生の起業への「意欲」と「自信」	53
表 3-2 因子分析の結果	55
表 3-3 起業への「意欲」と「自信」に関する変数	57
表 3-4 モデル校の学年別、性別生徒数	58
表 3-5 モデル校生徒の起業への「意欲」と「自信」の状況.....	59
表 3-6 モデル校生徒の起業への「自信」と「意欲」	60
表 3-7 「起業家」「既存企業の経営者」「会社員」に対する高校生の イメージの平均スコア（5点満点）	62
表 3-8 「ベンチャー企業」「既存企業」に対する高校生のイメージの 平均スコア（5点満点）	63
表 3-9 起業への意欲・自信別、自己特性の認知状況	64
表 3-10 起業家の特性イメージと自己認識の発話内容	67
表 3-11 起業に関するリスクの考え方の発話内容	70
表 3-12 志向する働き方の発話内容	71
表 3-13 第1回販売活動に向けたプログラム内容	78
表 3-14 第2回販売活動に向けたプログラム内容	79
表 3-15 第3回販売活動に向けたプログラム内容	80
表 3-16 第4回販売活動に向けたプログラム内容	82
表 4-1 受講者の起業への意欲と自信の変化.....	88
表 4-2 社会人、企業に対する受講生徒のイメージの変容.....	90
表 4-3 起業家度テストのスコア平均値の推移	91
表 4-4 生徒<1>第1回販売活動に関連する感想文のコーディング	93
表 4-5 生徒<1>第2回販売活動に関連する感想文のコーディング	94
表 4-6 生徒<1>の第2回インタビュー調査の発話コーディング ..	96
表 4-7 生徒<1>の第3回販売活動に関連した感想文のコーディング	98
表 4-8 生徒<7>の第1回販売活動に関連する感想文のコーディング	

.....	99
表 4-9 生徒<7>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング	101
表 4-10 生徒<7>の第2回インタビュー調査の発話コーディング	102
表 4-11 生徒<7>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング	104
表 4-12 生徒<15>の第1回販売活動に関連する感想文のコーディング	106
表 4-13 生徒<15>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング	107
表 4-14 生徒<15>の第2回インタビュー調査の発話コーディング	108
表 4-15 生徒<15>の第3回、第4回の販売活動に関連する感想文のコーディング	110
表 4-16 生徒<19>の第1回販売活動に関連する感想文のコーディング	112
表 4-17 生徒<19>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング	113
表 4-18 生徒<19>の第2回インタビュー調査の発話コーディング	114
表 4-19 生徒<19>の第3回、第4回販売活動に関連する感想文のコーディング	116
表 4-20 生徒<22>第1回販売活動に関連する感想文のコーディング	118
表 4-21 生徒<22>第2回販売活動に関連する感想文のコーディング	119
表 4-22 生徒<22>の第2回インタビュー調査の発話コーディング	121
表 4-23 生徒<22>の第3回販売活動に関連する感想文のコーディング	124
表 4-24 生徒<5>第1回販売活動に関連する感想文のコーディング	126
表 4-25 生徒<5>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング	127
表 4-26 生徒<5>の第2回インタビュー調査の発話コーディング	128
表 4-27 生徒<5>の第3回、第4回販売活動に関連する感想文のコー	

コーディング	129
表 4-28 生徒<10>の第1回販売活動に関連する感想文のコーディング	132
表 4-29 生徒<10>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング	133
表 4-30 生徒<10>の第2回インタビュー調査の発話コーディング	134
表 4-31 生徒<10>の第3回、第4回販売活動に関連する感想文のコーディング	136
表 32 ビジネスコース生徒の属性	167

第1章 序論

1.1 研究の背景

各種の統計は、日本では起業家をキャリアの選択肢とする人が少ないことを示している。例えば、General Entrepreneurship Monitor (Singer et al., 2015)で示された日本の起業活動率(TEA: Total Entrepreneurial Activity)¹は3.8%であり、調査対象である69の国や地域のなかでスリナムに次ぎ2番目に低い水準となっている(図1-1)。

また、公益財団法人日本生産性本部が毎年実施している「新入社員春の意識調査」²によると、「将来への自分のキャリアプランを考える上では社内で出世するより自分で起業して独立したい」という質問に対して、「そう思う」と答えた者の割合は2015年度調査では13.0%となった。2003年にこの質問を始めた際には「そう思う」者は約3割にのぼったが、それ以降、減少傾向が続いている(図1-2)。

このような日本の低調な起業活動は、若者のキャリア志向にも表れている。日本青少年研究所(2013)が日本、米国、中国、韓国の高校生を対象に行った調査³では、「自分で起業する」ことを将来の希望として挙げた生徒は日本では6.0%であり、中国(31.9%)、米国(19.0%)、韓国(12.0%)のなかで最低の比率であった。また、「自分の会社や店を作りたい」ということに肯定感を示した(「とてもそう思う」と「まあそう思う」の合計)のは25.6%であり、これも調査対象である4カ国中もっとも低率であったことに加え、

¹ General Entrepreneurship Monitor 調査において、TEA(Total Entrepreneurial Activity)とは、18~64歳人口に占める起業活動をしている者の割合を指す。起業活動とは、以下の(1)と(2)の合計である。

(1)新しいビジネスを始めるための準備を行っており、かつまだ報酬を受け取っていないまたは受け取っているとしてもその期間が3か月未満である人

(2)既に会社を所有している経営者で、当該事業からの報酬を受け取っている期間が3か月以上、3.5年未満の人

² 公益財団法人日本生産性本部プレスリリース「2015年度 新入社員 春の意識調査」
<http://activity.jpc-net.jp/detail/mdd/activity001440/attached.pdf> (検索日:2016年2月22日)

³ 回答者数は、日本1,224人、米国1,024人、中国1,767人、韓国1,295人で、いずれも普通科の生徒である。

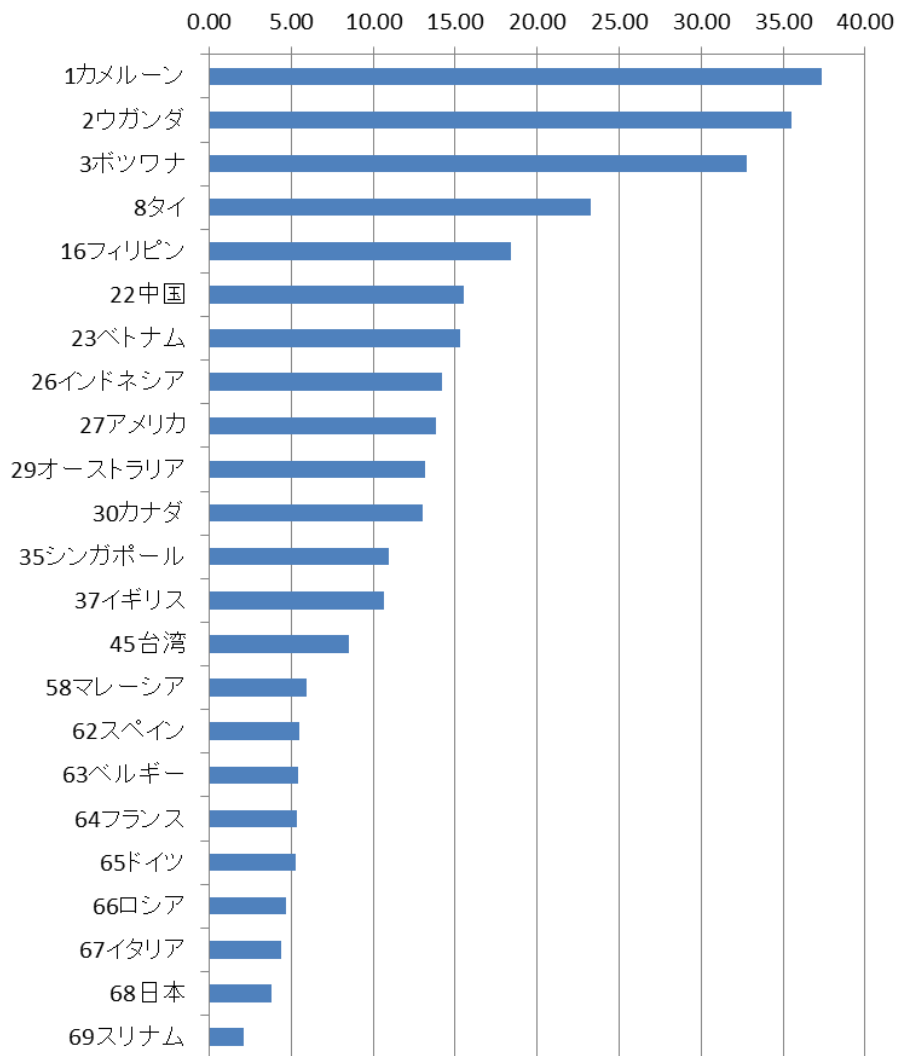


図 1-1 主な国の TEA

注：国の前の数字は、全体における順位を示す。

出所：General Entrepreneurship Monitor (Singer et al., 2015)

2006年の前回調査の33.4%よりも7.8ポイント低下している。日本の高校生が「将来就きたい仕事」(複数回答)として挙げたのは、公務員(20.0%)、小中高校の教師(18.2%)である。日本青少年研究所(2013)では、このような日本の高校生の職業意識の傾向を「全体的に、職業に付随する経済力や威信にはあまりこだわらずに安定性や現実性を重視するため、被雇用職を中心に志向する傾向が強い」(p.61)としている。

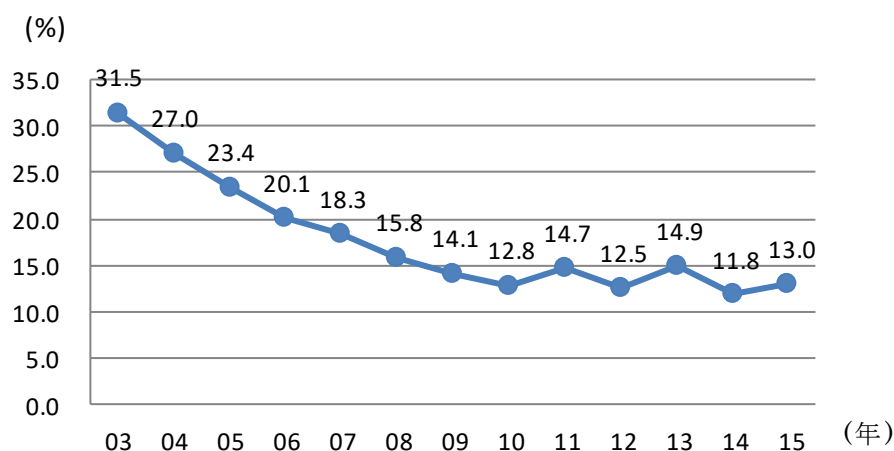


図 1-2 「会社で出世するよりも自分で起業・独立したい」と回答した新入社員の比率の推移

出所：日本生産性本部「2015年度 新入社員春の意識調査」

2014年版の中小企業白書（中小企業庁，2014）には、わが国の起業希望者数が1997年の166.5万人から2012年には83.9万人となっていることが示されている。わが国で開業率が低い背景には、教育制度が十分ではない、安定的な雇用を求める意識が高い、起業を職業として認識しない、という起業意識の問題、生活が不安定になる不安、セーフティネットがない、再就職が難しい、という起業後の生活・収入の不安定化の問題、起業に要する金銭的コストが高い、起業にかかる手続きが煩雑、という起業に伴うコストや手続きの問題という3つの問題があると指摘されている。こうしたことに対応するため、義務教育段階からの起業家教育と、起業に対する社会的評価の改革を行っていくことにより、起業意識の変革を促すという方針が掲げられている。これに呼応して、政府は「日本再興戦略改訂2014」で国民意識の改革と起業家教育を政策項目とし、初等中等教育機関での起業家教育の導入を掲げた⁴。具体的な施策のひとつに、専門高校での分野の

⁴ 内閣府「日本再興戦略改訂2014 ―未来への挑戦―」（2014年6月24日発表）
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/honbun2JP.pdf>（検索日：2016年1月28日）

垣根を越えたカリキュラムの編成による起業家育成プログラムを活用した初等中等教育からの起業家教育の推進を挙げている⁵。

低調な起業活動の打開策のひとつとして、起業家教育の必要性が注目されているわけであるが、次項でみるように既にわが国では起業家教育について 90 年代から議論されており、2000 年代には全国各地でモデル事業が行われている。しかし、今日まで、とくに初等中等教育での起業家教育は普及しておらず、近ごろ改めて政策化されたということになる。

当研究では、わが国の初等中等教育課程において起業家教育が普及しない背景には、児童・生徒への効果が明らかにされていないことがあると考える。そこで、高校生向けの起業家教育プログラムを研究対象とし、その効果を考察していく。

1.2 起業家教育実施状況

ここでは、わが国の起業家教育の現状についてみていく。わが国において起業家教育導入の動きを支えてきたのは、経済産業省である。まず、1997 年に、当時の通商産業省が、同年発表の「経済構造の変革と創造のための行動計画」を踏まえてアントレプレナー教育研究会を省内に発足させた。同研究会では、1998 年発表の報告書のなかで、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」(p.2) と定義づけた(通商産業省,1998)。さらに、このような資質は、単にベンチャー企業の経営者のみに必要とされるものではなく、既存企業で新規事業を展開する企業内起業家を含むあらゆる業種や職種に共通して必要とされるものであるとした。このような資質は、人々の意識・価値観や行動様式に深くかかわるものであり、初等・中等教育段階を含めた学校教育段階からの適切な対応が必要であるとしている。また、2000 年 3 月に当時の小渕恵三内閣総理大臣の私

⁵ 経済産業省「ベンチャーを支援する日本の産業政策」(2014 年 10 月発表)
<http://vbcc.jp/wp-content/uploads/2015/01/Industrial-Policy-ja.pdf>(検索日:2016 年 1 月 28 日)

的諮問機関として設置された教育改革国民会議は、同年 12 月に発表した「教育を変える 17 の提案」⁶のなかで、職業観・勤労観を育むための方策として、「中学、高校、高等専門学校、大学などでは（中略）職業能力の向上を図る観点から、ものづくり教育、職業教育や起業家精神の涵養のための教育内容を充実する」と提言している。また、多様な教育機会を提供するために新しいタイプの学校（コミュニティ・スクール等）の設置を促進し、そこに起業家精神を持った人を引き込むことにより、日本の教育界が活性化することの可能性も示唆した。

こうした潮流のなかで、経済産業省では 2000 年前後から起業家教育に取り組むようになった。まず、2000 年には起業家精神の発揮、高揚に向けた国民的議論の喚起、社会的諸制度の改革に向けての政策提言ならびに普及啓発活動を国民運動として展開していくという目的のもと、創業・ベンチャー国民フォーラムが発足⁷した。このフォーラムでは発足と同時に、当時進行中であった IT 革命などの環境変化に柔軟に対応できるチャレンジ精神を持ち、新たな事業、企業を生み出せる多くの起業家を輩出するための教育のあり方について調査・議論をし、次のような提言を行った。

1. 小学校・中学校・高校における職業観の醸成教育の重要性

- (1) 「生活」をベースにした小・中学校における「職業実体験」時間の拡充
- (2) 起業家大使⁸の小学校、中学校への派遣と副読本の配布
- (3) 職業観の醸成教育と現行実施されている社会実務教育との一貫性（学習時間の連続性）
- (4) 職業観の醸成教育の担い手の養成強化

2. 大学、大学院 MBA の教育等における、企業経営スキルの習得

⁶ 教育改革国民会議（2000）「教育を変える 17 の提案」

<http://www.kantei.go.jp/jp/kyouiku/houkoku/1222report.html>（検索日：2014 年 4 月 24 日）

⁷ 創業・ベンチャー国民フォーラム 2000 21 世紀を担う起業家輩出教育のありかたについて http://j-venture.smrj.go.jp/archive/2011/log/support_log/m040_00.html（検索日：2014 年 4 月 21 日）

⁸ 実際に起業し、成功した起業家のこと。

- (1) ビジネス専門大学院の量的拡大
- (2) ビジネス専門大学院の質的向上（講師養成のためのスキームの検討）
- (3) 起業家と学生の交流の拡大
- (4) 理系大学および大学院の起業家養成の充実
- (5) インターンシップ制度の質的・量的拡充（ベンチャーインターンシップ制度の導入）
- (6) ビジネス専門大学院における教育訓練給付金制度の積極的活用

これを受けて、経済産業省⁹による起業家教育関連の委託事業が始まった。本研究の対象は高等学校であるため、以下では、これらの事業のうち中等教育課程で実施されたものを中心に述べる。

小学生から高校生を対象として、1999年度から2006年度まで「起業家教育促進事業」が実施された。この事業では、最初の3年度間は「起業家精神涵養教材等開発普及事業」と「起業家教育交流促進事業」の2事業が行われた。前者は、起業家教育に関する小学校から高等学校向けの教材とその指導マニュアルを作成し、その普及を図るという内容で行われた。これにより、小学校、中学校、高等学校のそれぞれに対し各年度1種類ずつ、合計9種類の教材が作成された。一方、後者は、教育界と産業界の交流機会を拡充するための事業で、教員をベンチャー企業等に派遣し研修するプログラムと、ベンチャー企業経営者等を社会人特別講師として学校に派遣するプログラムで構成されていた。

その後、2002年度から2006年度にかけて実施された「起業家教育促進事業」は、「総合的な学習の時間」など通常の公立小中高等学校の授業のなかに体験・参加型の起業家教育プログラムを普及・定着させることを目標とした。具体的には、複数の全国のモデル自治体での実施プログラムの普及・自立・定着と、他の周辺自治体への影響・波及効果を得ることが試みられた。この時に選定された起業家教育プログラムは、最終年度の2006年には7業者から提供されている。各プログラムの内容は、ビジネスをパ

⁹ 2001年1月5日までは通商産業省である。

ソコンで疑似体験するものから、自分の夢を具体的に表現するもの、社会人にインタビューするものまで様々で、起業家教育という名の下に行われたとはいえ、必ずしも起業に焦点を当てたものばかりではなかった¹⁰。

2002年度からの5年度にわたっては、「起業家教育促進事業」と並行して、経済産業省の各地方局で「創業意識喚起活動事業」が展開された。この事業は、未来の担い手となるチャレンジ精神溢れる人材育成のため、学校のみならず自治体や地元企業などとも連携を図りつつ、地域一体となった「アントレプレナーシップ教育」を実施することを目的に実施された。内容については各地方局が所管地域の実態に即して立案し、それを元に運営事業者を企画公募する方式で行われた。このため、対象は、小学生から高校生への教育プログラムの実施、あるいは学校教諭向けの研修事業まで様々であった。また児童生徒を対象とするものについても、公募型で行うもの、学校授業の一環として行うものなど、事業ごとに多様な形態で行われた。

このような取り組みの影響もあり、経済産業省の活動の枠を外れ、小中学生に対する起業家教育を自治体や地方公共団体担う動きがでてきた。例えば、岐阜県商工会連合会では2003年から県内の商工会において、小学生を対象に公募型の事業を展開している。千葉県浦安市では、2004年度から2012年度まで「まちの起業家養成事業」と称し、市立中学校のモデル校において起業家教育を実施した。また、神奈川県相模原市の第三セクターであるさがみはら産業創造センターでは、2001年から小中学生対象のプログラムを大学生インターンが運営主体となり展開している。

高校に関しては、多くの商業高校で起業家教育の手法が採用されるようになった。2000年代には、少なくとも37の商業高校で生徒自身による実店舗経営をさせる活動が行われた。そのうちの多くは2015年までに閉鎖しているが、中部地方のA商業高校では複数店舗を運営しているのをはじめ、全国で少なくとも6校の商業高校が授業、あるいはクラブ活動の一環とし

¹⁰ 経済産業省（2006）「平成18年度 起業家教育促進事業 起業家教育促進事業の効果検証に関する調査」

<http://www.meti.go.jp/policy/newbusiness/houkokusyo/18fyeducation/18fykouka-juurai.pdf>、（最終検索日：2014年5月1日）

て常設店舗を構えている。また、期間限定での出店を行っている学校もあり、そのなかには、中国地方の B 高校のように 2006 年に NPO 法人をつくり、生徒による販売活動が継続的に行える体制を整えている学校もある。

同じころ、インターネットを利用したネット販売に取り組む学校も現れた。中部地方の私立高校では、ICT を専門とするコースの生徒が 2001 年度からオンラインショッピングモールを立ち上げている。生徒たちはこのショッピングモールに関してシステム構築から営業活動まで自ら行い、一般企業に出店をしてもらっている。2016 年 2 月の時点では、この仕組みを利用してネット販売活動に取り組む学校は全国の 13 校にのぼる。

また、企業が CSR の一環として学校の活動を支援する動きも出ている。楽天株式会社では、社会貢献活動の一環として、2009 年から高校生等に対して「楽天 IT 学校」と称したインターネットショッピングモールの実体験学習の指導を行っており、2016 年 1 月に開催された「楽天 IT 学校甲子園」には全国の 57 校が参加している¹¹。

岡山県立の商業高校では、2006 年の経済産業省中国経済産業局の創業意識喚起活動事業の一環として行われた「商業高校の各校一品運動」が岡山県高等学校商業教育協会に引き継がれており、授業の一部として商品開発を行っている。2013 年からは株式会社ファミリーマートの「ファミマものづくりアカデミー」と連携し、高校生が企画開発した商品のうち優れたものを地域限定商品として販売している¹²。

日本政策金融公庫は、2013 年度から高校生を対象としたビジネスプラン・グランプリを開催している¹³。開催の目的は、活力ある日本を創り地域を活性化するためには次世代を担う若者の力が必要であり、そのために、実社会で求められる「自ら考え、行動する力」を養うことのできる起業教

¹¹ 楽天株式会社ホームページ「楽天 IT 学校とは」
<http://corp.rakuten.co.jp/csr/activities/education/it-school/>（検索日：2016 年 1 月 8 日）

¹² 株式会社ファミリーマート 「岡山県ファミマものづくりアカデミー」ニュースリリース 2014 年 2 月 17 日発表 http://www.family.co.jp/topics/2014/140217_04.html（検索日：2016 年 1 月 8 日）

¹³ 日本政策金融公庫ニュースリリース 2013 年 4 月 30 日発表
http://www.jfc.go.jp/n/info/pdf/topics_130430.pdf（検索日：2016 年 1 月 8 日）

育を推進することにあるとしている。開始以来、エントリー校数、件数ともに増加傾向にあり、第3回の2015年度には246校、2,333件が応募したという¹⁴。

1.3 研究の目的

本章の冒頭で述べたように、わが国の人材のうち起業というキャリアの選択肢を持つ者の割合は諸外国に比べて非常に低く、そのうえ減少傾向がみられる。こうしたことに対する危機感から、改めて起業家教育の必要性が見直されるようになった(中小企業庁, 2014)。しかし、既にみてきたように、実はわが国では既に多くの起業家教育に関する施策が講じられてきている。問題は、普及・定着が進んでいないという点にあるといえる。

その背景には、教育の効果が明確に示されてこなかったことや、とくに初等中等教育段階では効果的な導入方法が明確でないことから、現場の教員にとって導入のハードルが高かったという点がある。今後、起業家教育の普及・定着を図っていくためには、これまでの反省を踏まえ、起業家教育による受講者への効果を把握するとともに、教育プログラムの内容や指導者の負担も考えあわせた起業家教育の効果的な導入方法を検討することが必要である。こうした問題意識から、本研究では、起業家教育を導入した公立高等学校をモデル校とし、研究対象である受講生徒が、起業家や起業活動に関して持っているイメージをどのように書き換え、どのように知識が創造・共有・活用したのかを明らかにする。このような研究目的を達成するために、以下のリサーチ・クエスチョンを設定する。

メジャー・リサーチ・クエスチョン(MRQ)：

起業家教育を受講した高校生は、どのような知識をいかに創造・共有・活用したのか？

¹⁴日本政策金融公庫ニュースリリース 2015年10月1日発表
https://www.jfc.go.jp/n/release/pdf/topics_151001a.pdf (検索日：2016年1月8日)

サブシディアリー・リサーチ・クエスチョン(SRQ)

SRQ1：高校生は起業家の特性をどのように理解したのか？

SRQ2：高校生は起業活動をどのように理解したのか？

SRQ3：高校生が起業家教育を通じて学んだことは、どのように彼らのキャリア観に影響したのか？

これらの問いに答えることにより、起業家教育プログラムの実施による受講高校生の知識創造過程を明らかにする。

1.4 研究の意義

筆者は、早稲田大学大学院アジア太平洋研究科に在籍中、同研究科の大江建研究室で実施していた小学生を対象とした実体験型の起業家教育に携わり、そのプログラムを継承する会社を同期生とともに2000年に設立した経歴を持つ。在職中には、初等教育から高等教育の児童・生徒・学生および社会人という幅広い年齢層や属性を対象とした起業家教育のプログラム作成や運営に取り組んできた。このような活動を続けるなか、わが国の学校教育が起業家教育プログラムの普及・定着という段階に入るためには、学術的に裏づけされた、わが国独自の起業家教育の方法論が必要であると思ふに至り、本研究に取り組むことにしたのである。本研究を通じ、受講者の学習プロセスを明らかにすることで、起業家教育の意義と有効性について学術的検証を施し、中等教育における起業家教育の方法論を示し、起業家教育の普及と発展のために貢献したい。

起業家教育に関する先行研究は高等教育に関するものが中心であり、初等中等教育を対象としたものは非常に少ない。そのなかで扱われている内容は、起業家教育による起業家育成の可能性や、起業家教育のプログラム構築の方法論などに限定される。起業家教育プログラムの実施により、生徒がどのように知識を構築したのかというプロセスの面から分析し、起業家や起業活動に対するイメージの変化を捉えることにより教育の効果を明らかにした研究は見あたらない。

また、先述のように日本の子供たちにキャリアの選択肢として起業が志向されることは少ないということは指摘されてはいても、子供たちが身につけている起業家的な資質からアプローチした議論はみられない。

初等中等教育のなかでも、本研究では高校生を対象としている。高校生に焦点をあてた理由としては、第2章で述べるように高校生の時期が将来のキャリアの選択肢を考えるうえで重要な時期であることに加え、インタビューや感想文などによる質的なデータを確保するうえで自分の意見や感想を言語化できる十分な能力を備えているからである。

本研究の新規性は、高校生向けの起業家教育を知識の視点から考究する点にある。起業家教育を受講する高校生が、その実施前後で起業家や起業活動に対するイメージをどのように変容させ、進路選択を含むキャリア形成にいかに関与するのかを捉える。高校生に対する起業家教育の特徴は、受講者に就労経験がなく、プログラム中の活動で経済社会において初めて供給者という役割を担い、理解していくという点にある。経験がない者が起業活動に疑似的に触れるなかで、教員や外部講師、地域協力者の手を借りつつ、起業に関する知識を創造する過程をみていく。

こうした研究活動を通じて、起業家教育の方法論が未確立とされるわが国（寺岡, 2007）において、方法論確立に向けた貢献をしたいと考える。

1.5 研究の方法

本研究は青森県立 X 高等学校をモデル校（2013 年度の在籍生徒数は、201 名。うち、男子生徒 69 名、女子生徒 132 名）として、高校 2 年生から 3 年生の時期に起業家教育を受講する生徒 22 名を調査対象として行う。研究方法としてアクションリサーチを採用し、起業家教育による生徒の変化を測定する。

X 高校は県東部の郡部に位置しており、地域の主要産業は葉タバコ・コメ・リンゴなどの農業やブロイラーを中心とした畜産業である。全校生徒の大半は郡内に居住している。卒業後の進路状況は、約半数の生徒が就職、約 1/4 が四年制大学または短期大学への進学、約 1/4 が専門学校への進学

となっている。

X 高校は、2013 年度にコース制を採用した。コース制とは、2 年次進級時に進学を重視した「人文コース」¹⁵、進学・就職に向けて基礎学力を身につけることに重点を置く「教養コース」、商業科目の学習を行いながら進学・就職を目指す「ビジネスコース」のいずれかのコースを生徒が自身の希望により選択するというものである。本研究では、2013 年度の 2 年生のうち「ビジネスコース」を履修した生徒 22 名（うち、男子 3 名、女子 19 名）を調査対象としている。つまり、このコースの第一期生に該当する学年である。

このビジネスコースの設置の背景には、前身である商業科は廃止されたものの、商業を学ぶ環境を残したいという地域の人々の署名活動などの支援があった。コース担当教諭は、新しくコースを設置するにあたっての背景と教諭自身の抱負を次のように語っている。

前校長から「商業科ではないことの優位さを活かして新しいコースを作ってほしい」と言われました。そこで、商業科の必修科目にとらわれず、生徒達の実践を重視して学習内容を考えました。体験から得るものは大きく、実際に見て感じることから多くのことを学べます。実践的な学習では、私たち教師が答えをつくらない、また見せないようにしています。生徒達には、自分達で話し合っただけの意見や考えを共有して、何をやるのか決めてほしい。間違ってもいいのです。一生懸命取り組んだことは自分に返ってきて今後のためになります（X 高校が所在する町の広報誌、2014 年 5 月号、p.4）。

このような背景には、青森県が抱える社会的な課題と、それに対応するための人材育成の指針がある。そこで、青森県を取り巻く状況をみよ。

総務省が 2015 年 7 月 1 日に発表した住民基本台帳(2015 年 1 月 1 日時点)

¹⁵ コース名はいずれも仮称である。

の人口調査¹⁶によると、青森県の人口増減率は前年比-1.06%となっている。この減少率は、秋田県の-1.28%に次いで、全国の都道府県で2番目に大きい。このような人口減少の進行に対して、県では、地域を支えていく人財の育成に重点的に取り組んでいくことを今後の重要施策の一つに掲げている。2014年3月に発表された2014年度からの5カ年計画である青森県基本計画（青森県, 2014）では、「地域が産み、地域が育てた人財が地域で活躍できる環境をつくる人財の「地産地活」」（p.57）を基本的な考え方として挙げている。「地域の生活面に着目した「生業（なりわい）」づくり」（p.57）をキーワードとし、その具体的な方策として「コミュニティビジネス」、「女性・若者の起業」などを後押ししていく方針を掲げた。こうした社会的な背景の下、起業家教育がX高校のビジネスコースの必須科目として導入されたのである。

実施にあたっては、担当教員に起業家教育の経験が乏しかったことから、東北地方で教育業・サービス業を中心に複数の企業の創業経験があり起業家教育にも精通するK氏を外部講師として招聘し、起業家教育を実施する運びとなった。筆者は以前から起業家教育の実施を通してK氏の知遇を得ており、K氏の紹介のお陰で筆者がオブザーバーとして当校における起業家教育の効果測定に関する調査研究を実施できる運びとなった。

具体的な調査活動は次のように行った（表1-1）。

まず、起業家教育の実施前に、未受講の状態での生徒の状態を把握するための調査を行った。調査手法としては、起業家度テストである **General Enterprising Tendency Test 2**¹⁷ (Caird, 2009)を、モデル校を含む青森県の商業高校ならびにそれに準じるコースの生徒2,000人余に実施し、当該地域の高校生の起業家としての資質を把握した。また、モデル校の全生徒を対象にアンケート調査を行った。併せて、起業家教育を受講する生徒に対し

¹⁶ 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(平成27年1月1日現在)」2015年7月1日報道発表資料。

http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei02_03000062.html (最終検索日: 2016年1月29日)

¹⁷ 1988年にDurham University Business SchoolのCaird, S.博士とJohnson, C氏によって開発されたものであり、Caird, S.博士に本研究での活用について許諾いただいている。<http://www.get2test.net> (検索日: 2015年1月18日)

て起業観やキャリア観、家庭環境等に関するインタビュー調査を行った。

起業家教育実施中には、生徒に随時感想文を書かせており、これを研究資料とする。また、起業家教育実施から1年経過した時点で、起業家教育受講生徒全員に同様にインタビュー調査を行った。それに加えて、モデル校の受講生徒、未受講生徒の全員にアンケート調査を行った。このことで、受講生徒の受講前後の変化とともに、同一校の生徒の受講・未受講による差を把握する。

ここで実施した各調査のうち、「起業家度テスト」については、起業家的な特性の状況と起業家としてのキャリア選択の意向を明らかにすることを目的に行うものである。このテストは、人の性格特性は教育によって変化するものであり、測定が可能であるという考えに基づいて開発されたものである。このテストでは、起業家の特性として指摘される「達成欲求」、「自律欲求」、「創造性」、「リスクテイキング」、「統制の所在」を測っている。

表 1-1 プログラムの進行と調査活動

実施時期	実施事項	内容
2013年5月下旬	第1回アンケート調査	モデル校X高校の生徒を対象に起業観・キャリア観に関するアンケート調査を実施。
2013年6月上旬	第1回起業家度テスト	青森県内商業高校生を対象に起業家度テストを実施。高校生が獲得している起業家的な資質の実態を明らかにする。
2013年6月10日 ～14日	第1回インタビュー調査	モデル校X高校のビジネスコース履修生徒を対象にインタビュー調査を実施。
2013年6月中旬	プログラム案構築	

2013年6月下旬 ～7月上旬	第1回販売活動準備	6月21日、7月5日の授業実施後、生徒に感想文を書かせる。
2013年7月11日 ～12日	第1回販売活動	X 高校文化祭に出店。
2013年8月30日	第1回販売活動の振り返りと 第2回販売活動に向けての準備	第1回販売活動の振り返りの感想文を生徒に書かせる。
2013年9月上旬 ～11月中旬	第2回販売活動準備	9月20日、10月18日、11月8日の授業実施後、生徒に感想文を書かせる。
2013年11月23日 ～24日	第2回販売活動	地元の農林商工祭に出店。
2013年12月12日、17日	第2回販売活動の振り返り	第2回販売活動の振り返りの感想文を生徒に書かせる。
2014年5月上旬 ～6月上旬	第3回販売活動準備	5月8日、7月3日の授業実施後、生徒に感想文を書かせる。
2014年6月上旬	第2回アンケート調査、起業家度調査	ビジネスコース生徒を対象に実施。
2014年6月12日 ～19日	第2回インタビュー調査	ビジネスコース生徒を対象に実施。
2014年7月25日 ～29日	第3回販売活動	地元商店街空き店舗に出店。
2014年8月29日	第3回販売活動の振り返り	第3回販売活動の振り返りの感想文を生徒に書かせる。
2014年9月中旬 ～10月中旬	第4回販売活動準備	10月3日の授業実施後、生徒に感想文を書かせる。

2014年10月17日～21日	第4回販売活動	地元商店街空き店舗に出店。
2014年10月30日	第4回販売活動の振り返り	第4回販売活動の振り返りの感想文を生徒に書かせる。
2015年2月下旬	第3回アンケート調査、起業家度調査	ビジネスコース生徒を対象に実施。

GET2は54の質問により構成される。達成欲求、内部統制、創造性、リスクテイキングはそれぞれ12の質問で測られ、自律性は6つの質問で測られる。いずれも、起業活動に正の影響を与える質問（「はい」と回答すれば起業家的）と負の影響を与える質問（「いいえ」と回答すれば起業家的）が半分ずつで構成されている。

第1回の起業家度テストは一般的な高校生の起業家特性獲得の状況とその起業というキャリア志向への相関性を明らかにするため、青森県立の商業高校生を対象として広く調査を行う。結果については因子分析を行って因子を発見するとともに、因子と質問項目間の関連を明らかにする。さらに、その結果に対してロジスティック回帰分析を行い、起業に対する「自信」と「意欲」の有無と各因子との関係を見ていく。起業に対して「自信」や「意欲」を持つ生徒がどのような資質を持っているのかを明らかにし、起業家教育プログラム構築にあたって強調すべき点を把握したい。

また、インタビュー調査や感想文などの質的データの分析には大谷(2008, 2011)が考案した4ステップコーディングによる質的分析手法「SCAT (Steps for Coding and Theorization)」を用いる。

この手法は、インタビュー記録などの言語データを化し、それぞれに①データの中の注目すべき語句、②それを言い換えるためのデータ外の語句、③それを説明するための語句、④そこから浮き上がるテーマ・構成概念、の順に4段階でコーディングを行い、⑤④をもとにストーリーラインの記述と理論記述を行うものである。表1-2は、その手法に則して今回行った分析の一部である。

表 1-2 SCAT による分析手続の一部

インタビュー発話	インタビュー発話	<1>テキスト中の注目すべき語句	<2>テキスト中の語句の言いかえ	<3>左を説明するようなテキスト外概念	<4>そこから浮き上がるテーマ・構成概念	<5>疑問、課題
将来の職業について基本的には会社に雇われるのか公務員になるのか、そういうことを考えているのかな。						
	になると思います。					
そういう公務員とか会社員のいいところはどんなところ。						
	いいところ…？まず、自分の力がそのまま成績につながるところ。	自分の力がそのまま成績につながる	能力の発揮	会社員はやるべきことをやればいい(条件)	会社員は人間関係がわずらわしい反面、結果の出し方がシンプル	自営業は能力が成績につながらないのか？
自分で会社やお店をつくって働こうとは思わないんだ。						

1.6 論文の構成

本論文の構成は次のとおりである。

まず、第1章である本章では、序論として研究の背景ならびに研究対象知己の概要説明、研究の目的・意義・方法について述べる。第2章では本研究関連領域の文献レビューを行う。第3章はプログラム構築のための予備調査とプログラムの構築として、起業家教育未受講の状態での一般的な高校生がどのように起業活動や起業家像を認識しているのか、また彼らがどのような起業家的特性を備えているのかを分析する。第4章では結果の分析として、起業家教育受講者に対しての調査結果をまとめる。第5章では結論として本研究の発見事項をまとめ、理論的含意を導出するとともに理論的モデルを提示し、さらにそこから得られる実務的含意を述べる。最後に本研究の限界と課題、将来研究の方向性を述べる。

第2章 文献レビュー

2.1 はじめに

第2章では、先行研究の文献をレビューする。ここでは次の4つのトピックを採りあげる。

まず、起業家の特性についてレビューする。当研究は起業家教育の効果を明らかにするものであり、そのためには、起業家がどのような特性を持つのかを明示することが重要であるからである。

次に、起業家教育について、その背景・定義・目的・必要性・プログラム構築法・実施時期・内容に関して先行研究をもとに整理する。

続いて、学校教育の現場で授業のなかで行われる知識創造について概観する。とくに、起業家教育で重視される体験学習を中心にみていく。

最後に、キャリア教育について整理する。起業家教育はキャリア教育と密接な関係にある。わが国では、経済環境の変化にともない1990年代からキャリアをとりまく環境も大きく変わるなか、キャリア教育が学校に導入されるようになった。キャリア教育が始まって十余年経つなかで、明確になった課題もみえてきている。

2.2 起業家の特性

2.2.1.アントレプレナーとアントレプレナーシップ

アントレプレナー(entrepreneur)という言葉は、「企業家」または「起業家」と訳される。Baumol(1993)は、“entrepreneur”という言葉が「firm-organizing entrepreneur」と「innovating entrepreneur」いう2つの意味を持つとした。これを受けて磯辺(1998)は、前者に「企業家」、後者に「起業家」という訳をあてている。

ドラッカー(1985)は、アントレプレナーシップを既存の資源を新しい富を生み出す機会に向けて配分することと捉えた。イノベーション創出の引き金は経済・社会における変化にあるとし、アントレプレナーを必ずしも

変化を起こす存在ではなく、その変化を機会として利用して、変化を当然かつ健全なものとする存在と捉えている。

組織をつくったか否かを定義に入れることについては、意見が分かれる。Olson and Bosserman (1984)は広義のアントレプレナーとして、ビジネスにおいてリスクの担い手であるか否かのみ注目し、実際に起業したのか、つくった組織規模が成長したのかという点は考慮すべきでないとして捉えている。一方で、Bygrave (2004)は、アントレプレナーとは事業機会を認識し、その実行のために組織を形成する人であると定義している。

Amit, Glosten and Muller (1993)は、アントレプレナーとアントレプレナーシップについての代表的な定義を紹介している。そこでは、アントレプレナーには、利潤を追求し自立してあるいは自らの組織を形成して働くというタイプのものだけでなく、利潤を目的しない慈善活動を含む行政機関や非営利団体で活動するものも含まれるとしている。

わが国では、清成 (1993)が、企業家の特徴としてリスクの引き受け手という役割を果たしているという点があることを挙げ、企業家を「創造的であって、想像の所産を企業化することに達成の意欲を有している人間。創造的な事業活動によって変化を引き起こし、積極的にリスクを引き受ける」としている。

このように諸説があるが、アントレプレナーシップに共通しているのは、不確実性のあるなかでリスクをとまなう新しいことに挑戦するという点であり、アントレプレナー(起業家)はその担い手と位置付けられている。

2.2.2. 起業家に共通する特性

特性理論とは、個人の行動特徴を、測定可能な特性によって記述しようとするアプローチである(渡辺ほか, 2007)。特性とは、さまざまな状況において共通して示される行動傾向、あるいはその一つのまとまりであり、どのような場面においてもその人らしさとして把握できる行動傾向を示す。

心理学的な見地から起業家に共通する特性を見つけようとする手法については、特に 1980 年代に盛んに研究され(Bygrave, 2004; Rauch and Frese, 2007)、その成果として多くの先行研究が存在する。

Brockhous and Horwitz (1986)は起業家の特性として、(1)高い達成欲求、(2)内的コントロールの強さ、(3)リスクの許容度、(4)あいまいさ許容度、を挙げている。とくにこの(1)から(3)の3点は、起業家特性の「ビッグ・スリー」(Chell, 2008)と称されるほど重視されている。このほか、90年代以降になって(5)自己効力感(Shane et al., 2003)も起業家の重要な資質として注目されている。以下では、その各項目についてみていく。

(1)高い達成欲求

McClelland (1961, 1962)は、成功した起業家には高い達成欲求があることを指摘した。このような欲求が高い人は、自分で責任をもって問題解決をしたいと望み、またそれゆえに、ギャンブルのように結果が自分の努力の成果によらない状況を好まない。適正に達成目標を設定し、そのために中程度のリスクを許容する。決して高すぎるリスクはとらず、また単純な定型的な業務に満足せず、適度に困難な目標を設定する。そして、結果についての関心が高く、それに対する迅速なフィードバックを得たいと願う。

O’Gorman and Cunningham (1997)は、McClelland の唱えた達成欲求を次の7点にまとめている。すなわち、①リスクが高すぎず、低すぎない意思決定を好む、②努力の結果は何らかのゴールに帰結するという信念を持つ、③フィードバックを求める、④先々に対する計画性がある、⑤自己責任の下での意思決定を好む、⑥人より秀でていることを重視する、⑦具体的な成果につながる意思決定を重視する、という点である。

このような McClelland の考えに対しては、起業家に対するテストの予測妥当性のあり方(Klinger, 1966)や、試験・再試験信頼度の低さ(Entwisle, 1972; Miner, 1980)などを根拠にした反論もある。しかし、Johnson (1990)は成功した起業家に、McClelland が指摘したような高い達成欲求があることを認めている。

もう一方の重要な議論として、達成欲求が起業家に特有なものであるのか、起業家を含む有能なビジネスパーソンに共通した特性なのかという点がある。これに対して、Sexton and Bowman (1985)はこのような高い達成欲求が起業家に固有のものではなく、一般企業のマネージャーにも共通して

みられることを指摘しており、起業家に必要な特性であることは確かだが、起業に踏み切る決意をもたらすのは別の要因にあるとしている。一方で、Begley and Boyd (1987)は、創業経営者(起業家)と非創業経営者を比較して、創業経営者に有意に高い達成要求があることを示した。また、Henry et al. (1996)は、高パフォーマンスの起業家は、高い達成欲求を示す一方で、権力欲求の度合いは低いとしている。

(2)内的コントロールの強さ

人生に起こることをどう捉えるかは、「内的コントロール」と「外的コントロール」の強さが大きく関わっている(Rotter, 1966)。つまり、内的コントロールが強い人は自分の意志や行動によって人生は変えられると信じており、人生が運命によって左右されるということはないか、あるとしても軽微な影響にとどまると考えている。一方で、外的コントロールが強い人というのは、物事がうまくいかないような場合、その原因を他人の行為や運に帰する傾向がある(Rotter, 1954; Kaufmann et al., 1995; Azim, 2011)。

起業行動との関連でみると、起業行動は内的コントロールの強さと相関することが指摘されている。つまり、内的コントロールが強ければ、起業活動を行なうという傾向がみられるという (Rotter, 1966; Berlew, 1975; Shapero, 1975; Brockhaus, 1982; Gartner, 1985; Shaver and Scott, 1991; Kropp et al., 2011)。その理由として、Kropp et al. (2011)は、強い内的コントロールを持つ人は、そうでない人に比べて、自分は周りの環境を望むように変えられるのだという自信を持っていること、そして、自分が能力を発揮して成功することに関心が向いていることを挙げる。一般に起業家と非起業家とを区分するような行動特性はないと主張する Bygrave (2004)でさえ、この内的コントロールについては例外として、起業家の自立心を決定づけるものとして認めている。

(3)リスクの許容度

McClelland (1961, 1962)は、達成欲求を持つ人は適度なリスクを許容するとしている。Caird (1991)は、リスクテイクを不十分な情報を取り入れ、不

確実性のある状況を受け容れる能力と定義し、目的を実現すべくチャレンジする力とした。

成功した起業家についてリスクの選好度をみてみると、引き受けるべきリスクを慎重に選び、大きな賭けをしないという (Osborne, 1995)。つまり、成功時に期待できる報酬や自分の手に負える不確実性の大きさを見極め、それに相応する大きさのリスクしか取らないのだという。同様に、Meredith et al. (1982)は、起業家というものは挑戦を好むが賭け事はしないと指摘している。挑戦意欲を掻き立てない低リスクなものや、成功に結びつかない高リスクなものは、いずれも避ける。克服できる適度なレベルのチャレンジを好むのだとしている。起業家自身が自分の経験や能力を客観的に把握し、それを元に自分のリスク許容度を測ることによって、成功確率を上げているということになる。

起業家と非起業家を対比してみると、Brockhaus (1980) は、起業家には中程度のリスクを好む傾向があることを認めただうえで、それが起業家に固有のものではなく非起業家層にも多く見られる傾向であることから、それにより起業家・非起業家を区別できるものではないと指摘した。

ところで、起業家が直面するリスクとは何なのか。Dermer (1977)は、起業活動に関わるリスクを次のような3つに分類した。すなわち、①考え方のリスク (conceptual risk)、②管理上のリスク (administrative risk)、③環境リスク (environmental risk)、である。

(4) あいまいさ許容度

80年代になると、起業家がどのようにあいまいさを受け容れるのか (Tolerance of Ambiguity) が注目されるようになった。Budner (1982)は、創業者は、既存企業の経営者よりより多くのあいまいさを取り込まねばならず、それを脅威ではなく魅力として許容できる力が創業者には求められるとした。起業家にとってあいまいさは、刺激的なことであり動機付けにさえなっているとも考えられる (Gasse, 1982)。

創業者は非創業者に比べて、あいまいさに関して有意に高い許容度を示すことが指摘されている (Schere, 1982; Begley and Boyd, 1987)。Begley and

Boyd (1987)は、147人の創業者を対象にした調査で、創業者の不確実性の許容度は、その人が経営する創業企業の業績とは相関性がないとしている。この調査対象となったのが、創業から数年が経ち、ベンチャー企業の初期段階をくぐりぬけた企業経営者であることから、このような起業家的資質が経営者に求められるのは企業の初期段階であり、それをくぐり抜けた経営者にとっては必要条件として備わっている資質なのであり、ベンチャー企業がその次に迎える成長期をうまく取り入れるには、経営者にそれとは違う資質や技能が求められるのではないかと指摘している。

(5)自己効力感

自己効力感をキャリア形成の領域に取り入れたのは Hackett and Betz (1981)である。高い自己効力感の持てる職業に人は関心を寄せ、将来の選択肢として考慮する一方で、自己効力感の持てない職業については、選択肢から外してしまうとしている。

自己効力感とは、ものごとを始動しそれを成功に向けて推進するのに必要な能力が備わっているという信念である(Bandura, 1997)。自己効力感は、起業家の特質のなかでも重要な要素のひとつである(Chen et al., 1998; Shane et al., 2003)。とくに起業家の特性として扱われる際には、イノベティブな研究開発、マーケティング活動、経営管理、リスクテイキング、財務管理といった起業家に求められる広範な諸活動を自分ならやり遂げられると確信する力である(Chen et al., 1998)。Chen et al. (1998)が大学生を対象に行なった調査では、起業コースの学生はその他の経営学部や心理学部の学生と比べて、有意に自己効力感が高かった。また、創業者と非創業者にも同様に有意な差がみられたことから、自己効力感は起業を志す者にみられる特性の一つであるとしている。このことから、起業意欲を持つ者を増やすためには、起業のスキルを身につけさせるよりも、この自己効力感を高めるほうが効果的であり、それが延いては設立した企業を成功させられる起業家の育成につながると指摘されている。

2.2.3. チーム・アントレプレナーシップ

1990年代になると、チームでの創業活動が注目されるようになった。急成長ベンチャー企業のなかに、創業チームがうまく機能したことが成功要因として指摘されるものが多くみられるようになったためである(Coony, 2005)。Reich(1987)は、創業活動の成功要因をチームとして捉えて称賛するという新しい見方を提唱した。Timmons et al. (2008)は、リーダー的な起業家個人が企業ビジョンを定め、そのビジョンを共有するものを集めて創業チームが成り立つとして、起業家個人と創業チームの位置づけを明確にした。同様に、Shaver and Scott (1991)はチームによる創業活動の重要性を認めたとうえで、それでもなお、イノベーションの成功を信じて事業の可能性をあらゆる側面から追及し、事業化を推進する一人の起業家が必要だとしている。

Kamm et al. (1993)は、①チームによる創業は先行研究ではあまり扱われてこなかったが現実には多く存在している、②チームで創業することで成功確率を高められる、という2点を指摘した。

Vesper(1990)は創業時にチームで立ち上げることのメリットとして、次の6点を挙げた。

- ① より多くの労働力が利用できる。
- ② 事業を開始するにあたり必要となるスキルやその他の経営資源をバランスよく確保できる。
- ③ 既存メンバーが離脱しても単独創業の時よりも痛手が少ない。
- ④ チームで活動することで、成長期に入っても新たな人材確保に経営資源を割くことなく対応できる。
- ⑤ チームのメンバーを募り協働することを重視する起業者の姿勢やそれを可能にする能力は、人を惹きつけ、その起業者の経営能力の高さを示す。反対に、チームで働くことができない、またはそれを志向しない経営者は企業を成長

に導く能力がないと、とくに投資家の投資判断時に、判断されてしまう。

- ⑥ 創業メンバーを募ることが事業アイデアを精査する第一段階となるということ。もしそのアイデアでチームメンバーとなることを決意してくれる人がいるのであれば、その人の動機が企業の強みとなる。

出所：Vesper（1990） p.47

チームによる創業活動については、Coony(2005)が図 2-1 のような企業形成プロセスモデルを示している。それによると、創業チームが形成され成熟していく過程には、3つの次元、すなわちアイデア、チーム、アイデアの実行が必要である。事業の創生は、個人またはチームによって発想されたアイデアによるものもあれば、あるイベントが契機となって個人もしくはチームに作用して発想されたアイデアによるものもある。こうして生まれたアイデアは評価され、必要な経営資源が明らかになり、チームが形成され、実行段階に入る。その際、外部環境は事業に影響するがその影響は限定的なものであり、基本的な枠組みは安定的である。

より実践的な議論として、Timmons et al. (2008)による起業プロセスのティモンズモデル(図 2-2)がある。このモデルの土台は創業者であり、そこに機会、経営資源、チームが新しい組織を立ち上げるために集結する。創業者は、想像力、リーダーシップ力、コミュニケーション力を発揮して、これら3つの要素をビジネスプランとの適合性やギャップをバランスさせるようマネジメントするということを示している。さらに、そこには、あいまいさや不確実性や資本市場の状況からの影響が加わる。

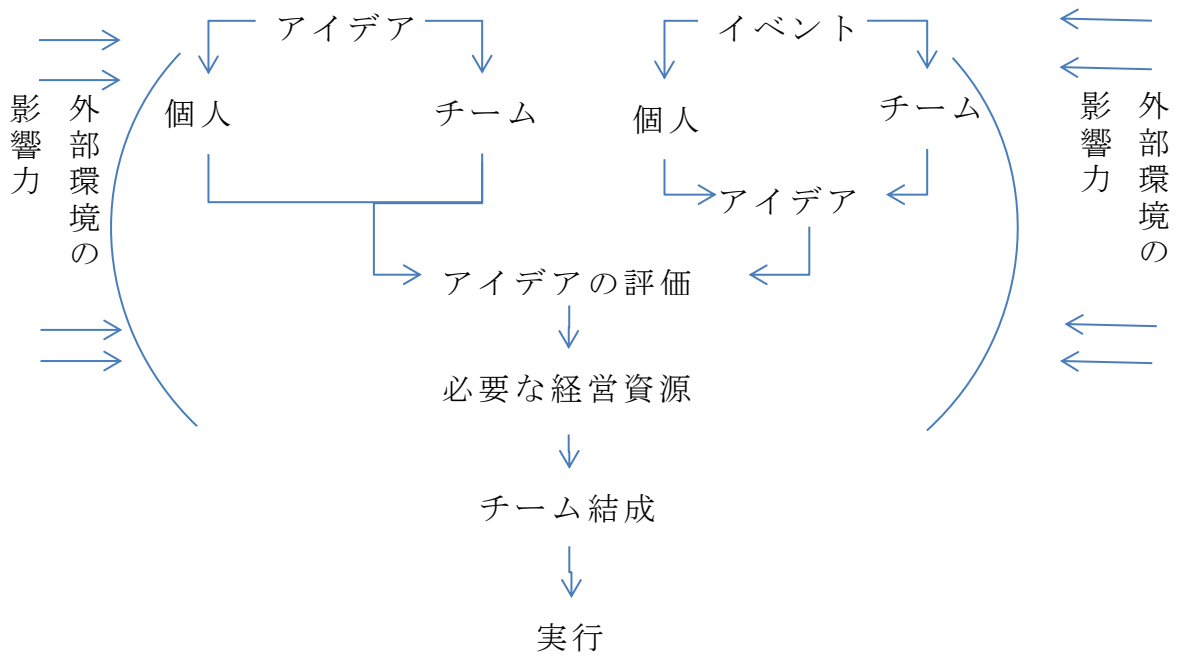


図 2-1 企業形成プロセスモデル

出所：Coony(2005) p.232

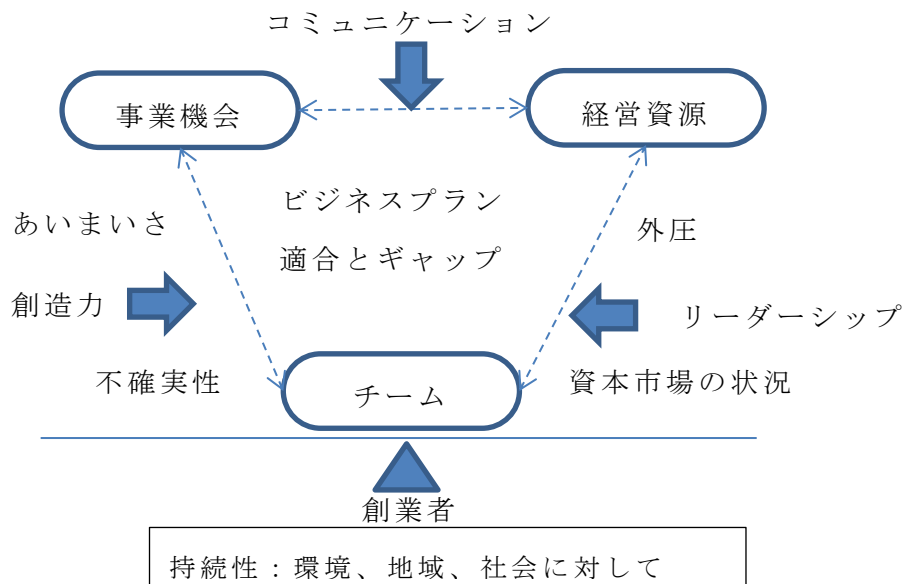


図 2-2 ティモンズモデル

出所：Timmons et al.(2008) p.110

2.3 起業家教育

2.3.1. 起業家育成をめぐる議論

起業家教育について論じるとき、「起業家は生まれながらに起業家の資質を備えているのか、それとも後天的に作られるものなのか？」という議論がついてまわる。

Shefsky (1994)は 200 人以上の起業家へのインタビューを通じて、起業家は普通の人たちで特別な存在ではなく、起業家が育成可能であると結論づけている。つまり、起業家になるためには特別な資質を生まれつき備えてなければいけないということではなく、必要な資質は後天的に身につけられるということである。また、Filion (1994)は、既存企業の経営者マネージャーが育成されるのと同様に、起業家もまた教育によって出現するのだとし、そのためには、起業家がどのような人たちであるのかを明らかにすることが大切であると主張した。ドラッカー(1985)は、起業家精神を神秘性や遺伝で語ることに異議を唱え、訓練により学べるものとした。また、人格は教育や就職、結婚など、生涯に起こるイベントや環境により常に変化する(マイヤース&マイヤース, 1980)ということを経験すれば、生来の特性が起業家というキャリア選択に影響することは否定できないものの、教育を含む環境要因の影響がより大きいといえる。このような「起業家は育成可能である」という見方は 80 年代から 90 年代にかけて優勢になり、この考えの下に北米を中心とした多くの大学において 80 年代後半から起業家教育が急速に導入された(Katz, 2003)。

一方で、起業家教育が普及した近年においても、起業家を教育によって育成するのは難しいという考え方も依然として残っている。Fisher and Koch (2008)は、起業家というものは生来的に他の人たちとは違う特性を備えており育成はされないとしており、起業の才は音楽家やアスリートの才に似て、環境の影響はあるものの、遺伝により引き継がれる資質のほうがより大きく影響するとしている。

さらに、2000 年代に入ると、遺伝子レベルでの起業家の資質の分析が試みられ、一卵性双生児の起業選択が研究されるようになった(Nicolaou et al.,

2008; Zhan et al., 2009)。それによると、遺伝子と家庭環境を同じくする一卵性双生児と家庭環境のみを同じくする二卵性双生児との間には、起業選択に関して有意な差異がみられた。このことから、起業家というキャリア選択には生来の資質が大きく影響すると結論づけられている。

2.3.2. 起業家教育の定義・目的

起業家教育の定義については、実のところ非常に曖昧である。Liñán (2007)は、アントレプレナーシップの定義さえ曖昧なのに、アントレプレナーシップ教育の定義などできない、としている。

European Commission (2002, 2004)は加盟各国の専門家を集めて起業家教育の各国の学校教育段階での導入に向けた議論を行った結果として、起業家教育について次のような定義をかかげている。まず、広義の起業家教育は、起業家的な思考法やスキルを身につけるものであり、直接的に創業活動を志向するものではないとした。一方で、狭義の起業家教育が創業活動に結びつくものを指すとしている。そのうえで、起業家教育の目的として次のような点を挙げている。

- 創造性や独創性、リスク許容度、責任感などの起業家精神を養い、個人としての資質を高める。
- 早い段階からビジネスについての知識を養うとともにその世界に触れ、社会における起業家精神や創業活動の役割について理解する。
- 生徒たちに自営業というキャリアの選択肢があることに気づかせる。会社員だけでなく起業家にもなれるのだというメッセージを生徒に送る。
- 実体験から学ぶという活動を基本に据える。たとえば、生徒たちが疑似企業を運営するというようなことを採り入れる。
- ビジネスをスタートさせるための教育を行う。これはとくに、専門学校や技術系大学などで重要である。

この European Commission (2002, 2004)の定義は、現在では起業教育の定

義として広まり、評価を受けている(Fayolle, 2006)。

日本の学校教育向けに用いられている定義を European Commission (2002, 2004)のものに当てはめると、広義のものに近い¹⁸。わが国では、起業家教育の普及推進の中心的な役割を担ってきた経済産業省の地方局の一つである中部経済産業局(2007)が、起業家教育について“起業家”を育てる教育ではなく、「起業家精神」と「起業家的資質・能力」を有する人材を育成する教育であると定義している。そして、「起業家精神」と「起業家的資質・能力」は、経営者のみならず、「サラリーマンであっても、家庭の主婦であっても、どのような職業・立場にあっても」(p.3)社会で生きていくうえで有益でありかつ必要な基礎的な力であるとしている。さらに、「起業家精神」は、難しいことにも果敢に取り組むチャレンジ精神に象徴されるとして、これが自らの能力を高め、夢をかなえる原動力となると指摘している。その他の起業家精神の要素としては、「新しいことにも物おじしない積極性、既成の概念にとらわれない新しい物の見方や考え方ができる創造性、物事を成し遂げた自らへの自信、未知のことに関心を持つ探求心」(p.2)を挙げている。また、ここでいう「起業家的資質・能力」とは、「情報を収集し、分析し、判断する力や、自らの考えを表現し、プレゼンテーションする力、自己責任で決断し、実行する力、仲間を説得し巻き込んでいくリーダーシップ、コミュニケーション力、協力し合うチームワーク力などの資質・能力を指す」(p.2)としている。

また、宮城県教育研修センター(2004)は、起業家教育を「生活の中から社会への自立を目指す学び」(p.3)と位置づけている。さらに、児童生徒が自らの将来を描くにあたって、既存の職業にのみ依拠するのではなく、自分の力で自分の将来を切り開くという意味で起業という切り口が重要な役割を果たしており、夢や希望をもった生き方を考えるうえで起業家教育が有効であるとしている。

¹⁸日本では、直接的に創業を目指す教育は日本商工会議所が中小企業庁の補助事業として行う創業塾などが担っており、社会人向けのものが中心である。その内容は、ビジネスプラン作成研修、融資制度や創業事例の紹介など、実際の創業に役立つ知識の習得が中心である。http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/g_book/h19/gb016.html (検索日: 2014年12月25日)

起業家教育の目的については、責任感、目標達成力、創造性、事業機会発見力を身につけることにあるとされる(Seikkula-Leino, 2008)。とくに、中等教育レベルにおいては、自己認識を確立し、生涯にわたる学習方法を獲得する時期であることから、この時期に起業という選択肢を生徒に植え付けるということは非常に重要な意味を持つ(Filion, 1994)。

起業家教育の目的について高橋(2014)は、日本では「起業家教育と言えば、起業家予備軍に働きかけて起業家を育成するものと思われがちである」(p.99)が、起業活動はプロセスとしていくつかの段階に分けられるものであり、それゆえに起業家教育の目的には幅があるとしている。その目的を大きく二つに分類すると、一つは起業家的な思考や行動すなわち「起業態度」を形成することを目的としたものであり、もう一つは起業態度を有する起業家予備軍に働きかけ起業活動を促したり支援したりすることを目的としたものである¹⁹。このうち、起業態度を有しない者の割合が圧倒的に多い日本では、前者の起業態度を形成させる教育がとくに重要であると指摘している。

Filion (1994)は学校教育としての起業家教育の必要性を、次のように述べている。今日の国際社会においては、ベンチャー企業が雇用の創出の源泉となっており、その中心となる起業家の存在はもはや軽視できない。近い将来社会に出て行く生徒達が、起業家にならないといっても、ベンチャー企業で働く、あるいはベンチャー企業と取引をするなど、あらゆる形でベンチャー企業と関係を持つことは十分に考えられ、ベンチャー企業や起業家がどのようなものであるかを理解していることは大変重要である。また、大企業に勤務したからといって、自立的に判断し、自分の意思で何かを成し遂げるといった姿勢が求められることは間違いなく、そのような力を養うことが起業家教育の狙いでもあることから、今日の若年者層に対してはこのような教育が重要になってきていると主張する。

また、Kourilsky (1995)は、多くの大企業が人員削減に踏み切った 80 年

¹⁹ 高橋(2014)は、起業態度を形成するための教育は欧州で多く展開されており、起業態度を持つ起業家予備軍を起業活動に導く教育は米国のバブソン大学の教育に代表されるとしている。

代後半から 90 年代前半の米国の経済状況を踏まえ、学校教育が生徒の社会との接点を「就職」とすることが、社会情勢に合わなくなっていると指摘した。第二次世界大戦後から 90 年代半ばまでの米国社会は、大企業が雇用の受け皿を供給することを当然としてきたが、そのシステムはもはや機能しなくなり、若者は自ら自分の仕事を作り出さなければならないという主張である。

こうしたことを踏まえ、Kourilsky (1995)は、創業活動が活発に行われる「起業社会」を図 2-3 のようなピラミッドで示した。つまり、起業に踏み切る創業者は頂点にいるが、彼らだけで起業が成功するわけではない。成功のためには、それを支え、成長に導く直接の支援者が必要である。さらに、その下には、起業活動には直接関与しない起業理解者がいる。彼らの役割は、主にステークホルダーとしてのものであり、起業活動の外にいながらそれを理解し、支持するのである。

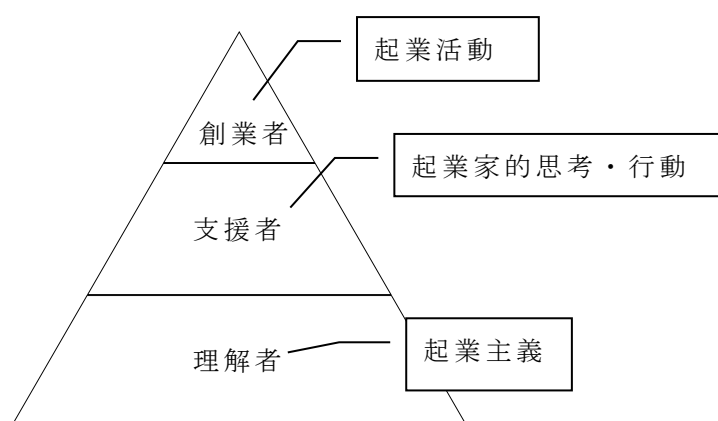


図 2-3 起業活動の推進とそのサポート体制ピラミッド

出所:Kourilsky, M. L. (1995) p.12

2.3.3. 起業家教育の実施時期

Liñán (2007)は、実際に起業家を輩出するためには、潜在的な起業家、つまり起業をキャリアの選択肢の一つと考える人材を育成しなければならないと指摘する。起業家教育の目的の一つに自営業者として働くことが選択肢に入るといふことがある(European Commission, 2004)のであれば、職業の

選択肢というものがいつ形成されるのかが起業家教育の実施時期を考えるうえで重要になってくる。

Super (1980)は、生涯を通じた一連のライフ・ステージをマキシ・サイクルと呼び成長段階に応じて5段階で構成されているとしている。すなわち、誕生から14歳の「成長段階」、15歳～24歳の「探索段階」、25歳～44歳の「確立段階」、45歳～64歳の「維持段階」、65歳以上の「解放段階」である。本研究の関心は、職業の選択肢の探索期にあることから、「成長段階」から「確立段階」の内容と発達段階について試みる。まず、「成長段階」では、自己概念は学校・家庭における主要人物との同一視を通じて発達する。興味と能力は社会参加と現実吟味の増大にともない、より重要となる。自助や社会とのやり取りや目標設定などの行動を学ぶ時期である。15～24歳の「探索段階」のなかでも初期の15～17歳の「暫定期」に職業的な好みが見現化される。欲求・興味・能力・価値観・雇用機会のすべてが考慮される。暫定的な選択がなされ、それが空想・討論・仕事などのなかで試みられる。その後、18～21歳の移行期に労働市場や専門訓練に入り、そこで自己概念を充足しようと試みる過程で、現実への配慮が重視されるようになり、職業的な好みが見特定化される。つまり、欲求・興味・能力・価値観・雇用機会を考慮対象とし、そのなかから暫定的な選択がなされる時期である「探索期」(15歳～24歳)の前期である「暫定期」(15～17歳)が、職業の選択肢を考えるうえで重要な時期であるといえる。

Gottfredson (1981)は、①3～5歳の大きさや力を志向する時期、②6～8歳の性役割を志向する時期、③9～13歳の社会的価値を志向する時期、④14歳以降の内的でユニークな自己を志向する時期、という4つの段階を設定した。この段階において、職業の性タイプとその社会的価値という2軸による考慮対象職業の制限は13歳までに概ね済んでおり、一度そこから外されると再考されることは難しいとしている。

Filion (1994)は、自己認識を確立し、その後の学習態度を形成する高校時代が起業家教育の実施に相応しい時期であるとしている。もちろん、学校卒業直後に起業するということは稀であっても、高校時代に起業家精神の“種まき”をしておけば後年“収穫する”ことができるとの意見である。

高校時代の起業家教育は、ビジネスプランの書き方を教えるものではなく、自らの力で社会に変化を起こすことができるのだというマインドの育成を主眼とする考えの下行われるべきだとする。大学で本格的な起業家教育を実施するためにも、高校までの間に、正答の無い問いに対して自立的に答えられる習慣を身につけさせることが大切であるとしている。

一方、日本の中学生、高校生、大学生を対象に自己意識の発達状況を明らかにした平石(1990)によると、自己受容、自己実現的態度、充実感、自己表明・対人的積極性のいずれについても、高校生の自己肯定意識は中学生、大学生のいずれよりも低い。一方で、自己閉鎖性・人間不信と被評価意識・対人緊張について、高校生は中学生や大学生よりも高い傾向を示したという。また、加藤(1973)は、高校生は中学生・大学生と比べて自己批判的、自己否定的な傾向が強い、としている。こうしたことから、自己肯定意識や自己受容性については、高校生を底とした U 字型の発達的变化が認められる。

Heckman らは、就業前の教育や幼少期の環境の人的資本形成への影響を明らかにした (Heckman and Scheinkman, 1987)。人的資本は、IQ などの認知能力 (Cognitive skills) と非認知能力 (Noncognitive skills) に分けられるが、近年の研究では、学歴や雇用形態、賃金などの労働市場における成果に対しては認知能力だけでなく非認知能力も影響を与えることが明らかになっている。そして、非認知能力の高さは、高校時代の宿題の遂行、スポーツ系の部活動への熱心な取り組み、無遅刻であることなどと有意な相関関係を示した (Lleras;2008、Cabane and Clark ;2011)。Kuhn and Weiberger (2005)は、米国の白人男性を対象にした調査で高校時代にリーダーとして活動した経験のある人は、社会に出てから得られる賃金が有意に約 4～33%ほど高いことを示し、青年期に獲得したリーダーシップと賃金との関連性を示した。こうした研究を踏まえて日本では、戸田ら(2014)が、勤勉性を表す高校時代の無遅刻が学歴、初職および現職の雇用形態に正の影響がみられること、内向性を示すと考えられる 15 歳時点での室内遊びが学歴には正の影響を与えるが、現職雇用形態には負の影響を与えていることを明らかにした。さらに、中学時代に運動系部活動、生徒会に所属した者

に就労後の賃金が高まる傾向があるとしている。こうしたことから、就業以降は、学歴に関連づけられる認知能力や勤勉性に加えて外向性が重要であり、協調性やリーダーシップを養うような部活動を通じた経験が将来の労働市場での成功に関係していると結論づけている。

高橋ほか(2013)は、「過去2年以内に新たにビジネスを始めた人を個人的に知っている」、「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験を持っている」のいずれにも「いいえ」とする層を「起業無縁層」と定義し、わが国の成人におけるその層の割合が70.9%と、他のG7各国のなかでも極めて高い比率であり、起業活動がごく一部の者に担われていることを指摘している。こうした「起業無縁層」の存在を解消していくためには、「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験」、「過去2年間に新たにビジネスを始めた人を個人的に知っている」ということを達成するような起業家教育が視野に入れられるべきで、この点について、小中高大の教育課程でそれを実行していくことが必要であるという政策提言をしている。

早い段階での起業家教育を考える際に、考慮しなければならないのが青年期の起業観の醸成状況である。青年期までの経験が起業の意欲や自信に与える影響については、いくつかの先行研究がある。Dyer (1992) は、起業家は親が自営業である家庭から有意に多く輩出されているとする。Drennan et al. (2005) は、1,000人以上の学生を対象とした調査により、起業家精神には、親が自営業者であることだけでなく、親との死別、親の離婚、経済的困窮、度重なる引っ越しなどが影響するとしている。

わが国では、Ohe and Ohe (1996)が、310人の起業家と334人の会社員とを比較して、起業家のイメージは、幼少期の躰と、子供時代の経験、そして就労経験によって形成されると指摘した。なかでも子供時代に、起業家としてのロールモデルとなる親が存在したこと、疑似的な起業体験をしていること、厳しい家庭環境を乗り越えた経験があることが、起業家のイメージの獲得に大きく影響するとしている。このうち、恣意的にコントロールできるのは疑似的な起業体験だけであることから、起業家のイメージを獲得するには、子供のうちに起業の疑似体験に接することが有効であり、

早い時期の起業家教育の必要性があると主張している。

2.3.4. 起業家教育プログラムの構築

Kourilsky and Carlson (1997)は、起業家教育のプログラムを構築するにあたっては、次のような起業活動に密接した3つの観点、すなわち、事業機会を見出してそれに適う財やサービスのビジネスアイデアを作り出す力を養成すること、その事業機会を追求するのに伴って負わなければならないリスクを理解し責任を負うこと、その事業機会から派生したビジネスアイデアを実行するための組織を作ること、が大事であるとした。そして、いくつかの例外はあるにしても、初等教育や中等教育向けの既存起業家教育プログラムの多くが、ビジネスマネジメント教育や経済教育の域を出ておらず、この3点のような起業活動の本質を捉えていないと批判している。つまり、職業体験は事業のオペレーションを学ばせることには有用だが、事業機会を発見することやリスクを負うこと、自分で事業を起こすことにはつながらないという指摘である。そして、Kourilsky and Carlson (1997)が認める本来の意味での起業家教育は、次のいずれかのステージに位置づけられるという。

- ① パイロット版：プログラムを詳細な記録をとりながら実行し、受講者の変化について効果測定をする。
- ② 修正版：パイロット版の効果をみて見直し、修正を図る。
- ③ 対象変更版：受講対象を変更して試験的に実施する。
- ④ 普及版：効果の裏づけのあるプログラムの指導者教育を受講した者が、そのプログラムを実施し、普及させていく。

Filion (1994)は、15カ国、100人の起業家に対するインタビューを通じて、起業家の育成のためには、年少期にモデルとなる起業家と最低1人は出会っていること、実体験を通してビジネスに触れたことがあること、などを挙げた。こうした起業家との接点を元に、起業家教育の教授法の要諦として次の10点を挙げた。

- ① 教師が、市場経済について多少なりとも理解していること。
- ② クリエーターや起業家のやっていることを生徒に理解させ、彼らの想像力を鍛えること。
- ③ 自立心に富み、想像力が豊かで、リーダーシップを発揮し、粘り強くものごとに取り組むこと。順応を拒む生徒を、教師が高く評価すること。
- ④ 生徒の自立心とリーダーシップを涵養すること。そのためには、生徒のモデルとなるような起業家との接点を設けことが有効である。
- ⑤ 生徒の自己形成のために、目標となるようなモデルを活用すること。起業家の講演会や、企業訪問などが有効である。
- ⑥ 生徒達に自らが置かれている環境や直面している問題に気づかせること。生徒がその解き方から考えるような問題に直面させる。
- ⑦ 生徒が関心領域や動機づけ要因を理解するように働きかけること。
- ⑧ 社会環境に対してオープンな姿勢をとること。
- ⑨ 生徒達が自分のアイデアを実践できる機会を作り出すこと。
- ⑩ 教師が、生徒の特性や資質に応じて柔軟に対応すること。

このような教育は、既存の教科学習を大幅に変更しなくても、生徒達が自立的に問いを持つように導くことで導入することが可能である。

また、Gibb (1993)は従来の座学型による教授法と起業家教育的な手法とを対比させている（表 2-1）。

Kruger(2003)は、伝統的な教育手法が「答えを覚える」のに対して、起業家教育は「問いを見つける」ためのものであるとした。起業家教育においては、社会環境のなかでトライ・アンド・エラーを繰り返しながら学んでいくことが重要なのである。起業家教育は、実体験をとおして学ぶ過程が重要なのであり、この分野において正答を導き出すための伝統的教育手法は意味をなさないと主張している。

表 2-1 座学型モデルと起業家教育モデルの対比

座学型モデル	起業家教育モデル
教師による一方通行の授業	双方向の議論による学習
受け身の生徒、聴講者	実体験からの学び
読書からの学び	人との交流、ディベート、ディスカッションによる学び
教師によるフィードバックからの学び	いろいろな属性の大勢の人によるフィードバックからの学び
計画された体系的な学び	不確実な環境下での非形式的な学び
目の前の現実的な課題解決をするというプレッシャーはない	目の前の課題解決に対峙するというプレッシャーがある
他人の学び自分には関係ない	他人の指摘を受け入れて学ぶ
明確な誤りや失敗がある	トライ・アンド・エラーから学ぶ
ノートに書きとることで学ぶ	問題解決から学ぶ
優れた教師のネットワークから学ぶ	発見から学ぶ

出所：Gibb (1993) p.26

2.3.5. 起業家教育の効果測定

起業家教育の効果測定に関しては、従来はあまり研究対象とされてこなかった(Gorman et al., 1997)。しかし、2000年代に入り、いくつかの起業家教育の効果に関する研究がみられるようになってきている。

そのうち、Peterman and Kennedy (2003)は、オーストラリアの高校で実施した起業家教育プログラム(Young Achievement Australia)を5ヵ月間にわたり受講した100名余の生徒は、受講していない生徒と比べて、有意に起業の意欲と起業の実現可能性への自信を高めることを明らかにした。とくに受講前に起業に対して関心の低い層ほど、その変化の度合いは大きいと指摘している。

このほかの研究は、大学生を対象とした教育プログラムの効果測定が中心である。Souitaris et al. (2007)は、ヨーロッパの理工系大学生向けの5ヵ

月間の起業家教育の受講者を対象とした調査で、教育プログラムの実施後に起業家をキャリアの選択肢にする人や、創造性を身につけた人が有意に増えたことを示した。一方、Oosterbeek et al. (2010)は、オランダの大学生向けの起業家教育による効果として、起業家に必要なスキルの獲得ができたという自覚を得た人が受講者に有意に多いという結果は得られず、また、起業意欲と受講の度合いには負の相関性があったとしている。von Graebenitz et al. (2010)は、従来の起業家教育の問題点として「起業家に向いていないものが起業家になる」という点と、「起業家に向いているものが起業家にならない」という点があったとし、その解決手段として、学生が自身の起業家適性を認識することを目的とした起業家教育を実施することが有効であると指摘している。起業家教育受講後には、起業スキルを身につけられたと考え、自分に起業家としての能力があるという自覚を持つようになるという学生と、自分は起業家には向かないという判断をする学生とに二極化すると指摘している。起業家を輩出するだけでなく、そのような向き不向きを学生時代に見極めることも起業家教育の役割の一つであるとしている。

2.4 キャリア教育

2.4.1. 日本におけるキャリアをとりまく環境の変化

渡辺ら(2007)は、西欧文化圏と対比した場合の日本の特殊性として、西欧では個別性という概念は人間観の根底にある思想であり、あえて表現されることがないのに対して、日本の従来の価値観のなかではこれが焦点化されてこなかったとしている。しかしながら、バブル崩壊とともにキャリアに対する認識が急務となり、個人にとっての働く意味や価値が問われだしたことで、キャリアの真の意味を明らかにする必要性が生まれた(今野, 2003)。こうしたことから、個別性を含んだキャリアの認識がわが国においても急務となったのである。今野(2003)のキャリアの捉え方は、バブル崩壊に伴う日本の社会人のキャリア環境の変化を指しているのであるが、この変化は学校教育にも大きな影響を与えた。教育課程で、それまでの進路

指導に代わる形でキャリア教育が導入されるようになったのである。

日本の若者を研究対象とする Brinton (2008)は、1960年代から1980年代までの日本では学校という「場」と会社という「場」のルールがしっかり結ばれており、この背景には、そのスムーズな移行が標準化されているという特殊な状況にあったと指摘する。ところが、1990年代に入るとその移行システムが、経済の脱工業化と企業のリストラにより崩壊し、それまでの世代において常識であった制度の恩恵を被ることのできない若者が教育レベルの低い層を中心に出現した。この状況に対処するためには、バブル崩壊前に当たり前とされたことを客観的に捉えなおすべきであると主張する²⁰。

現在我々が直面しているこのようなキャリア環境の変化を、高橋(2012)は想定外の変化によって生じる予期せぬキャリアチェンジと、専門性の細分化・深化の二つが同時進行している状況であると捉えている。そして、このような状況で個人が身につけておくべきものは、①自身の人生とキャリアを継続的に切り開くよい習慣や能力を身につけること、②深い学びをする習慣、③自分らしい幸せなキャリアに導く「仕事観」や働く意味を意識すること、であると指摘する。これらを身につけるには、学生時代から少しずつ時間をかけて積み重ねていくことが、今の時代に求められるキャリア教育であるとしている。こうしたことから、高橋(2012)は、従来のキャリア教育が多く職業に係る選択肢から絞り込み決断していくことを求めていたのに対して、これからのキャリア教育は将来の可能性を拡げるものでなければならないとする。前者のようなキャリア教育を行なった場合、選択した職業が技術革新などにより不要になった場合にキャリアチェンジが円滑にはいかず、職業選択のリスクを高めてしまうおそれがあると警告する。

²⁰ このように職業人として極めて未熟な状態で学校から企業に送り出され、実質的な職業能力形成は企業の側に委ねられてきた状況を、本田(2009)は「赤ちゃん受け渡しモデル」(p.187)と名付けている。

2.4.2. わが国の学校でのキャリア教育の導入

キャリアについて、文部科学省(2004)は、「個々人が生涯にわたって遂行する様々な立場や役割の連鎖及びその過程における自己と働くこととの関係づけや価値付けの累積」(p.7)と定義づけている。また、キャリア教育については、社会的自立に向けて、「児童生徒一人一人のキャリア発達を支援し、それぞれにふさわしいキャリアを形成していくために必要な意欲・態度や能力を育てる教育である」(p.7)としている(文部科学省, 2004)。わが国の教育課程では、1999年に中央教育審議会が答申として公表した「初等中等教育と高等教育との接続の改善について」(中央教育審議会, 1999)において、キャリア教育という言葉が正式に使われるようになった。そこで、初めて小学校段階からのキャリア教育の実施が求められたのである。

2008年には中央教育審議会より「幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善について(答申)」が発表された。そこには、社会の変化への対応の観点から強化等を横断して改善すべき事項として、キャリア教育が挙げられている。同じ2008年には、教育振興基本計画に基づきキャリア教育の推進が閣議決定され、今後5年間に総合的かつ計画的に取り組むべき施策として、小学校段階からのキャリア教育の推進が定められた。

ここで重視されるキャリア教育は、それぞれにふさわしいキャリアを形成していくために必要な意欲・態度や能力の発達を支援することを意味しており、「人間関係形成能力(自他の理解能力、コミュニケーション能力)」「情報活用能力(情報収集・探索能力、職業理解能力)」「将来設計能力(役割把握・認識能力、計画実行能力)」「意思決定能力(選択能力、課題解決能力)」の4能力領域・8能力²¹などと例示されるキャリア発達の支援であり、

²¹ 4能力領域・8能力とは、「児童生徒の職業観・勤労観を育む教育の推進について」(国立教育政策研究所, 2002)のなかで、キャリア教育の枠組みのモデル例の一つとして取り上げられたもので、各学校がこの枠組みを参考にしながら独自のプログラムを開発することが求められている。これらの能力が取り上げられるようになった背景には、「将来、自分の職業観・勤労観を獲得して、自立的に社会の中で生きていくために、今から育てなければならない能力や態度とは何か」について議論し、日本の学校で児童生徒のためにできることを検討したという経緯がある(文部科学省, 2011)。中央教育審議会は、「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について(答申)」(2011)のなか

社会的自立に向けた生きる力の育成である(菊池, 2008)。

村上(2011)は、学校種によるキャリア教育という概念について、「初等教育から高等教育までを一直線に貫けるもの」(p.69)とは言いきれないとし、初等中等教育でのキャリア教育と大学でのそれとの間に概念上の乖離があることを指摘した。つまり、大学生は専攻と関連して職業が選択されるという前提があるのに対して、高校生まででは、社会的に自立するために必要である人間関係形成力や自己理解、課題対応能力などが求められる。初等中等教育段階ではこのような基礎的・汎用的な部分を完成させ、高等教育ではそれを土台としてより具体的・実践的な取り組みがなされることが想定されていることをキャリア教育に関する各種の政策文書の分析を通じて明らかにした(村上, 2014)。

なお、キャリア教育と起業家教育とを関連づけて、宮城県教育研修センター(2004)は、起業家教育を活用することで、この文部科学省が重視する4能力領域・8能力を無理なく展開できるとしている。このことから、「起業家教育がキャリア教育の題材として優れたものである」(p.52)と指摘しており、キャリア教育の手段としての起業家教育の有効性を認めている。とくに、起業家教育が「社会に働きかける」立場からの学習(p.52)であることから、意思決定能力を育む点において優れていることを強調し、「調べ学習」とどまらない、優れて実践的な学習(p.52)であると指摘する。

2.4.3. 日本のキャリア教育に対する批判と模索

わが国のキャリア教育のプログラムについては、その内容をめぐりさまざまな批判がある。所管官庁である文部科学省(2011)でさえも、キャリア教育プログラムで採用されている職業調べは、既に職業名のついた仕事に限定されがちであるという懸念を示している。このことが、かえって、生徒達の職業界に対する理解を狭め、なりたい職業や、就きたい仕事が見つか

で、この4能力領域を包括的な能力概念とし、必要な要素をできる限り分かりやすく提示するという観点でまとめたものであると位置づけている。さらに、この4能力領域・8能力を元に、「基礎的・汎用的能力」という新しい概念が提唱されるようになった。とくに、注視されているのは、「課題対応能力」であり、「基礎的・汎用的能力」という新しい項目をたてて、強調するようになっている。

らないという袋小路に追い詰めてしまう可能性がある」と指摘する。そのため、生徒達にとって比較的身近な存在と思われる 会社員も“サラリーマン”という言葉で一括りにされてしまい、その実態が理解されにくいとされる。

また、本田(2009)は、わが国におけるキャリア教育は、政策的に推し進められたものであり、生徒に「勤労観・職業観」、「意思決定能力」、「将来設計能力」といった「よきもの」を持たねばならないと要求したのがその実際であるとしている。ところが、現行のキャリア教育は、これらの「よきもの」を持たねばならないという要請はあっても、それらを実際に持てることを保証しているわけではない。むしろ、手段・方法を欠いたまま要請のみが生徒たちに突きつけられることが若者の混乱と困惑を増大させていると、現行のキャリア教育の在り方を批判している。

児美川(2013)は、現在の中学生から大学生にかけてのキャリア教育が、正社員モデルを前提としていることを問題視している。フリーターとの対比で正社員の安定性を生徒・学生達に強調する手法は、彼らに正社員にさえなれば、大丈夫だという幻想を植え付ける。変化の激しい現代社会の環境において、どんな身分であれ、絶対的に頼れるという状況はないのであり、現実には合わない」と批判している。

そこで、講じられる方策として次のような指摘がある。まず、熊沢(2006)は、社会の階層化という現実を直視しつつ、すべての若者が地味な仕事に就いても人間として胸を張って生きていける、そんな展望をもてるような職業教育をどの学歴レベルでも意識的に追及しなければならないと訴える。本田(2009)は、現代の若者が学校で身につけておくべき職業能力として「柔軟な専門性」(p.198)を挙げている。柔軟な専門性とは、各自の持つ専門性を手掛かりにして新しいことを理解し身につけ、環境の変化にも柔軟に対応できる能力である。

また、児美川(2013)は、正社員モデルを前提としたキャリア教育を脱し、非正規雇用を見据えたキャリア教育が必要であると提唱する。そのうえで、学校卒業後も生涯学び続けていく姿勢を身につけることと、自分の人生を自分で設計し、必要に応じて修正し続けるキャリアデザインのマインドを学校時代に身につけることの必要性を訴えている。

社会問題を議論する米国のコミュニティメディアである非営利団体 KQED は、Davidson, C. N. の「現在(筆者注: 2011 年)の米国の小学生の 65% は“今はまだない”職業に就くだろう」(n.pag.) という発言を取り上げている²²。たしかに、ウェブデザイナーやデータサイエンティストなど、この数十年だけでも、新しい職業が次々と生まれているのが現実である。同様に、Frey and Osborne (2013) は、人工知能やロボットの発達の影響により、2010 年に米国の雇用者数の 47% に雇用機会を提供している職種について、2020 年までにコンピュータやロボットに置き換わる可能性が高いとしている。そして、そのとき必要となるのは、創造的で社会的スキルの高い人材であると指摘している。今後、急速に雇用や就業に関する環境が変わることが予想されるなか、次代を担う若年者層に柔軟なキャリア観を身につけさせることは重要な課題といえよう。

2.5 教育現場における知識創造

高橋 (2014) は、起業家教育が育成する知識について、起業態度の有無にかかわらず、「文脈 (コンテキスト) 依存性」が高く、「(吸収型でなく) 活用型」のものであることが重要と指摘している。つまり、「漠然とした状況だけが情報として与えられ、問題発見から問題解決までを学生に取り組ませる。その取り組みの中で得られる知識」(p.109) であり、「一度だけしか起きない現象、やり直しができない状況のもとで、今まで学んだ知識を最大限に活用して状況を把握し、最善の解決策を考え、実行するための知識」(p.109) である²³。

日本では 1999 年に学習指導要領が改訂され、初等中等教育課程に総合的

²² “What’s Your Major? Working Toward the Uninvented Job”

<http://blogs.kqed.org/mindshift/2011/12/17717/> (検索日: 2013 年 2 月 24 日)

²³ 高橋 (2014) は、2012 年の OECD の学習到達度調査 (PISA) と同年の GEM の起業態度指数のひとつである知識・能力・経験指数について、両方の調査に参加している 23 か国を比較して、両調査のデータの間に負の相関性があることを指摘している。日本を含む PISA の得点が高い国では吸収型の知識が重要視されており、活用型の知識が教えられる機会が少なくなっている可能性を示唆している。起業家教育の普及・定着には、その国がどのような知識に重点を置くかという点が大きく影響しているとして問題

な学習の時間が創設された。その目的は、児童・生徒が身の回りにある様々な問題状況について、自ら課題を見つけ、自ら学び、自ら考え、主体的に判断し、よりよく問題を解決していくことにあった（文部科学省，2013）。この総合的な学習の時間の目的をみると、前述の高橋(2014)の指摘する起業家教育との親和性は高い。

この総合的な学習の目的を果たすためには、「基礎・基本の確実な習得」と「自ら発見させる」、すなわち「教え」と「学び」という一見すると二項対立に似た二つの目標を共に達成する」（梅本・大串，2000；p.70）ことのできる新しい教師像が求められる。梅本・大串(2000)は、この新しい教師像を構築するのに、ナレッジ・マネジメントに含まれる「ナレッジ・マネージャー」のコンセプトを用いることの有用性を指摘している。つまり、総合的な学習を指導する教師を「生徒達が既存の（教科学習で学んだ）知識と新しく発見・獲得した情報・知識を総合して新しい体系知を創造するのを支援するナレッジ・マネージャー」（p.70）と位置づける考え方である。総合的な学習の時間は、これからの「知識基盤社会」²⁴に対応できる人材の育成のために生徒が探究的に学ぶ機会と位置づけられるようになっており（文部科学省，2013）、教師がナレッジ・マネージャーの役割を担うことの重要性は増してきている。

知識創造とは、個人のもつ主観的な暗黙知を表出化し客観的な形式知にして共有することにより異なる視点を総合し、創造された新しい知をもう一度自分のなかに主観的な知として体化することにより、さらに個人の暗

提起している。

²⁴ 「知識基盤社会」とは、2005年の中央教育審議会答申「我が国の高等教育の将来像」で示された文言である。このなかで、21世紀は、「知識基盤社会（knowledge-based society）」の時代であり、「知識基盤社会」においては新たな知の創造・継承・活用が社会の発展の基盤となると述べられている

(http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/05013101.htm 検索日：2014年12月13日)。文部科学省では、社会の構造的な変化の中で大人自身が変化に対応する能力を求められるようになってきているということを踏まえ、そうした能力の育成が初等中等教育の段階から必要であるとしている。また、その力こそ1996年に中央教育審議会答申が提唱した「生きる力」であるとしている（2007年10月24日開催、第55回中央教育審議会・初等中等教育分科会資料、http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo3/siryu/07102505/003/003.htm 検索日：2014年12月27日）

黙知を豊かにしていくプロセスである（野中・遠山, 2006）。さらに、野中・竹内(1996)は、新たな知は暗黙知と形式知の相互作用プロセスから生まれるとし、その動態プロセスを SECI モデルとしてモデル化した。この SECI モデルは、「共同化(Socialization)」、「表出化(Externalization)」、「連結化(Combination)」、「内面化(Internalization)」の 4 つの変換モードからなる。

梅本(2006)は、この SECI モデルは起業の製品開発の事例研究をベースとして組織的知識創造を説明するモデルとして構築されており、個人による知識創造を説明できないとした。そこでこのモデルの問題点を修正し、「個人、組織、社会すべてのレベルにおける知識創造を理解・説明するため」(p.176)に EASI モデルを構築した(梅本, 2006)。この EASI モデルは「元来は政策という知の創造プロセスを説明するために開発されたが、総合的学習にも応用可能である」(梅本・大串, 2000; p.71)としており、総合的学習による知識創造について EASI モデル (図 2-4) により次のように説明している。

体験する (Experiencing) : 総合的学習の素材となる現象や出来事を体験する。あるいは、人、本、論文、記事などと出会い、それらに共感することによって、思いが生まれる。

表現する (Articulating) : 思いを議論し分析することを通じて、コンセプトや仮説 (情報) に表現する

総合する (Synthesizing) : 各自のコンセプトを総合し、知識 (価値ある情報体系) としてレポートなどの形にまとめ発表する。

実行する (Implementing) : 知識を実行し、ノウハウ (知恵) として体得、すなわち内面化する。

体験する (Experiencing) : 身につけた既存のノウハウでは対応できない出来事を体験する。この体験から新たな思いが生まれ、以上のプロセスが図に示すように、らせん的 (スパイラル) に繰り返される。この知識創造のスパイラルを通じて、個人や社会の知が豊かになっていくのである。

出所 : 梅本・大串(2000) p.71

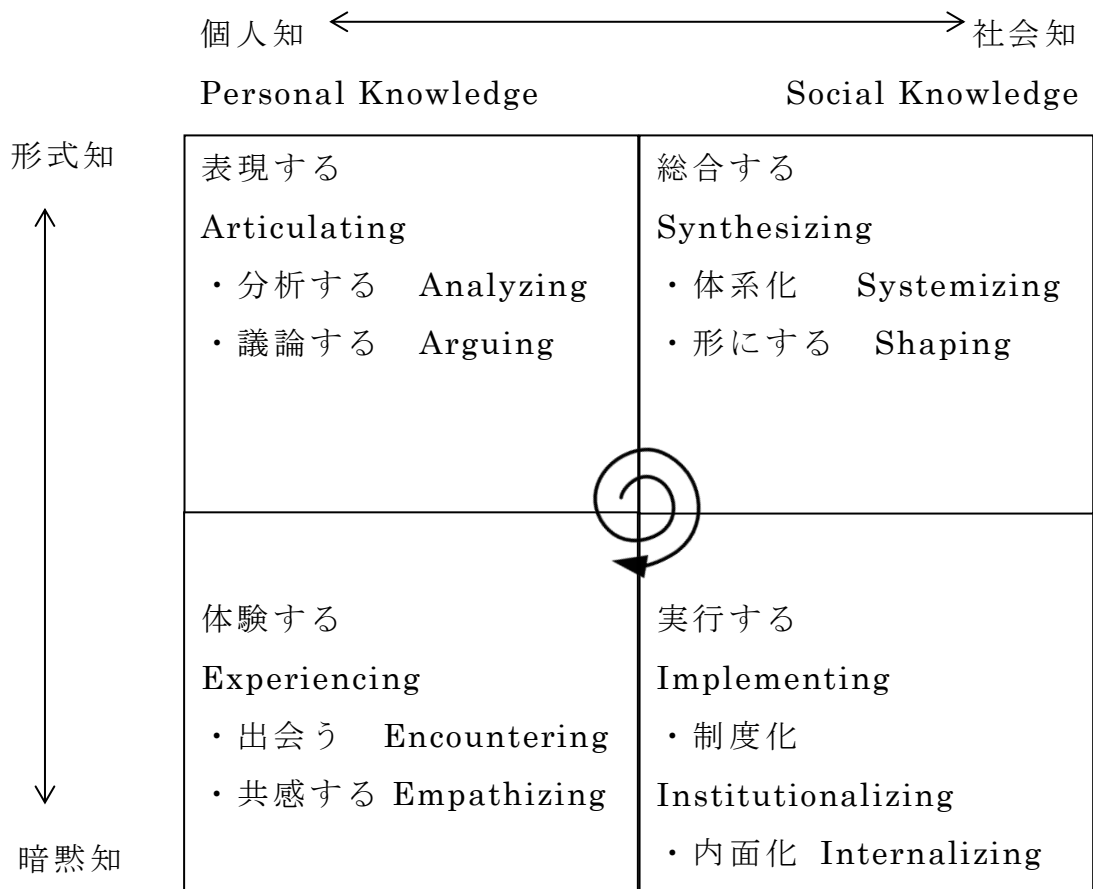


図 2-4 知識創造プロセスの EASI モデル

出所：梅本・大串 (2000) p.71

また、梅本・大串(2000)は、総合的学習が成功するためには、「暗黙知として体得した方法知(knowing how としての学び方)と基本的な(問われれば答えられる)教科書的な(knowing that としての)内容知の蓄積がなければ、総合的学習それ自体が成り立たない」(p.72)と主張している。総合的学習で採りいれられる体験学習が有効なものとなるためには、児童・生徒が方法知としての思考法を備えていなければ、その体験の意味を反省(reflection)によって捉えられないからである。また、「その体験から得た情報を、教科学習などから獲得した内容知と総合して、新しい知識を創造することも難しい」(p.72)としている。前節でみてきたように、起業家教育では起業活動を実際に体験することが重視されるようになってきており、この梅本・大

串(2000)の体験学習に対する指摘はそのまま当てはまると考えられる。

ところで、体験学習の類義語に経験学習という言葉がある。とくに日本での体験学習は、学校教育のなかで児童生徒が意図された内容を実地に直接的に経験できるように計画された教育活動としての学習を指すことが多く(瀬戸・加部, 1990)、体験学習は経験学習より狭義に用いられる。そこで、この体験学習を含む、経験学習について概観していく。

経験学習の基礎理論として重視されるのが Kolb の経験学習論である。Kolb (1984)は、経験学習について、具体的な経験が変容した結果、知識が創造されるプロセスであると定義づけている。学習には「具体的経験(CE)」、「反省的観察(RO)」、「抽象的概念化(AC)」、「能動の実験(AE)」の4つの要素が必要であるとし、それをサイクルとして辿ることで、どのような知識の獲得が可能なのか、また、個人のなかで知識がどのようなメカニズムで獲得されるかが明らかになると主張している。また、具体的な経験により学習された概念やアイデアは、また新たな経験によって学習することにより、再形成されたり修正されたりする(Kolb et al., 1971)。さらに、この経験学習サイクルモデルの各要素は、Kolb and Kolb (2005)によって図 2-5 のように改められている。

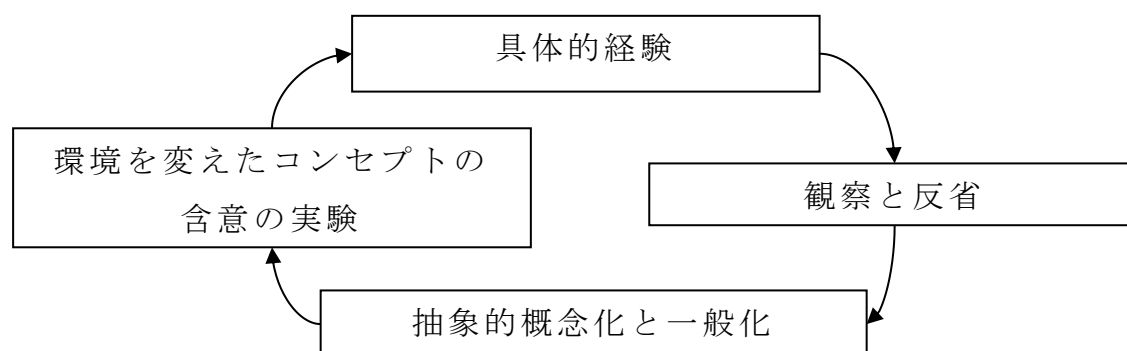


図 2-5 経験学習サイクルモデル

出所：Kolb, A. Y. and Kolb, D. A. (2005) p.3

寺西 (1991)は、体験学習での知識創造では、Kolb (1984)の経験学習サイクルモデルの4つの要素のなかでも、「反省」が重要であると指摘する。反

省こそが、「具体的体験から得られる〈知〉を論理的抽象的な〈知〉へと転換(transformation)していくにあたっての重要な契機」(p.61)であり、「反省のない体験は、ただの体験におわり、学習への可能性を失う」(p.61)としている。つまり、体験は反省という過程を経て、学習へと昇華するのだという主張である。そして寺西(1991)は反省を「自己の経験を対象化し、吟味、再評価する(reevaluating process)過程と活動を指す」と定義づけている。

2.6 アクティブ・ラーニング

中央教育審議会(2012)は、社会の環境や仕組みの急激な変化に対応する人材を育成するには、想定外の事態に遭遇したときにそこにある問題を発見し、解決するための道筋を見定める能力が求められるとした。そして、そのような能力を持った人材は学生からみて受動的な知識の伝達・注入を中心とした授業では育成できず、「教員と学生が意思疎通を図りつつ、一緒になって切磋琢磨し、相互に刺激を与えながら知的に成長する場を創り、学生が主体的に問題を発見し解を見いだしていく能動的学修(アクティブ・ラーニング)への転換が必要である」(p.9)とし、こうしたことを背景に、まずは大学教育の質的転換を促進するという観点からアクティブ・ラーニング導入の必要性を訴求した。その後、2014年11月に文部科学大臣から中央教育審議会に対して初等中等教育課程におけるアクティブ・ラーニングの具体的な導入のあり方等について諮問²⁵があり、大学のみならず、初等中等教育での学習方法論としてアクティブ・ラーニングが中心的課題として取り上げられるようになった。これにより、文部科学省で進められている学習指導要領の改訂²⁶では、小学校からアクティブ・ラーニングが導入される見通しである。

²⁵ 「初等中等教育における教育課程の基準等の在り方について(諮問)」(2014年11月20日発表)

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/1353440.htm (検索日:2016年9月12日)

²⁶ 学習指導要領の改訂は、周知、教科書の作成及び検定・採択等を経て、小学校は2020年度から、中学は2021年度から全面実施、高校は2022年度から年次進行により実施予定である。

Bonwell(2000)はアクティブ・ラーニングの特徴として次のことを挙げている。

- ① 学生は講義を受け身で聞くというよりも、主体的に参加する。
- ② 学生は具体的な活動を行う（例：読む、議論する、書く）。
- ③ 情報の伝達よりも、学生のスキルの向上に力点が置かれる。
- ④ 学生のモチベーションが上がる（とくに、学習者が成人である場合）。
- ⑤ 指導者からすぐにフィードバックが得られる。
- ⑥ 学生はより高次の思考（分析、総合、評価）を働かせる。

そのうえで、「アクティブ・ラーニングは学生を実際の活動やそれについて考えることに学生を巻き込むこと」(p.2)と定義している。

一方、中央教育審議会（2012）は、「教員による一方向的な講義形式の教育とは異なり、学修者の能動的な学修への参加を取り入れた教授・学習法の総称。学修者が能動的に学修することによって、認知的、倫理的、社会的能力、教養、知識、経験を含めた汎用的能力の育成を図る。発見学習、問題解決学習、体験学習、調査学習等が含まれるが、教室内でのグループ・ディスカッション、ディベート、グループ・ワーク等も有効なアクティブ・ラーニングの方法である」(p.37)としている。

山地(2014)はアクティブ・ラーニングの形態を構造の自由度の高低、活動の範囲の広狭という二軸により類別した。このうち構造の自由度が難易度により強く影響するという。構造の自由度の高い問題基盤型学習（Problem-Based Learning）や問題解決能力の育成を目指す学習（Project-Based Learning）²⁷は高度なアクティブ・ラーニングに含まれるが、それに取り組む前に、構造の自由度が低いとされる授業の振り返りシート作成、プレゼンテーション、レポート・ライティングなどを通じて「思考を活性化する」学習形態に十分馴染む必要がある」(p.3)としている。

²⁷ 大学の経営学部のビジネス実習は Project-Based Learning に類別されるという。

2.7 おわりに

本章では、「起業家の特性」、「起業家教育」、「教育現場における知識創造」、「キャリア教育」、「アクティブ・ラーニング」という5つのトピックについて、当研究に関連して文献レビューを行った。最後に、これらの先行研究から得られる重要な知見と研究課題をまとめる。

当研究の主テーマである起業家教育については、「起業家は教育によって育成され得るのか、否か」という議論が今なお続いている。しかし、人格は教育や就職、結婚など、生涯に起こるイベントや環境により常に変化する(マイヤース&マイヤース, 1980)ということ を考慮すれば、生来の特性が起業家というキャリア選択に影響することは否定できないものの、教育を含む環境要因の影響がより大きいといえる。起業家の輩出に向けては、こうした環境要因をどのように整備するかを論じていくことが不可欠である。

そもそも起業家教育が日本で議論されるようになった背景には、わが国の起業活動が1980年代のおわりから低迷を続けており、その対策の一環として導入されるようになったという点がある。しかし、現状では、次代を担う高校生の創業意識は低く、起業をキャリアの選択肢と考える生徒は少ない。このような日本の起業活動低迷の要因として、起業を称賛しない風土があることや、多くの人にとって起業との接点の少ないことなどが指摘されている。こうした問題点を踏まえたうえで、本研究では、こうした阻害要因が教育により低減されるのかをみていく。

それを論じるにあたり、起業家の特性についてレビューした。起業家精神を涵養することが起業家教育の目的のひとつであり、その起業家精神の源泉が起業家特性にあるからである。先行研究では、起業家特性としては、(1)高い達成欲求、(2)内的コントロールの強さ、(3)リスクの許容度、(4)不確実性許容度、(5)自己効力感、が挙げられている。

起業家教育には、このような起業家精神を持つ人材の育成という側面がある。しかしながら、現状では、起業家教育を受講する前に、そもそもどのような起業家特性や起業観が身につけられているのかについては、先行研究にはない。そこで本研究では、起業家教育を未受講の高校生に対して

予備調査を行い、その現状を把握する。その結果については、第3章で言及する。

また、それと同時に、起業家教育には創業活動をキャリアの選択肢として持つ人材の育成という側面もある。これについて議論するためには、キャリア発達との関連で考えなければならない。こうした観点で起業家教育の実施年齢を検討すると、Super (1980) や Gottfredson (1981)によるキャリア発達の見方から、十代後半は具体的な職業について暫定的な選択がなされ、それに対して想像や疑似体験を通じて考慮される時期とされる。つまり、中等教育の時期までに、将来の自分の職業として考慮の対象に入っていることが、のちの職業の選択肢となるのかどうかの境目となるのである。

こうしたことを踏まえると、高校生の段階では、Kourilsky (1995)が示す起業家社会のピラミッド（図 2-3）でいう「支援者」となるべく「起業家的思考・行動」を教育により身につけることが肝要であろう。つまり、創業者となることをその段階でキャリアに織り込んでいなくても、創業活動に理解を示し、例えば、将来の就職先にベンチャー企業で働くといったことが選択肢として入っているとということが求められる。この段階で、「支援者」というレイヤーにいれば、社会人になったあとでなんらかの事業機会を発見したときに、創業という選択肢が自分にあることに気づき「創業者」のレイヤーに移行していく者も出てこよう。

起業家教育の普及・定着に不可欠なこれらの情報について議論するためには、総合的学習の時間創設の前提ともなった「知識基盤社会」の到来を踏まえ、「知の創造・継承・活用」ができる人材の育成へという点を考慮すべきである。今後、本格導入が予想されるアクティブ・ラーニングもこの流れのなかに位置づけられる。単純に起業するか否かという問題だけでなく、アクティブ・ラーニングによりどのような知識創造が行われているかということも効果としてみていく必要がある。本研究では、高校生向けの起業家教育を行うなかで、どのような知識創造がなされたのかを本章でレビューした先行研究を踏まえてみていく。

第3章 起業家教育の実施に向けた予備調査とプログラムの構築

3.1 はじめに

第3章では、起業家教育を受講していない高校生の起業家や起業活動に対するイメージを明らかにする。ここでは、次の3つの調査の結果を分析する。

一つ目は高校生の身につけている起業家特性の状況を把握するための起業家度テストである。これにより、高校生の起業家としてのキャリア選択意向と、自己の特性理解の関係性を把握することを目的としている。二つ目は、モデル校 X 高校において実施した、起業家やベンチャー企業に対するイメージの形成状況等についてたずねたアンケート調査である。この二つの調査について、一般的な高校生の起業への考え方を把握することを目的に一定数の母数に基づき把握するため、一つ目の起業家度テストについては青森県の商業高校生全体で、二つ目のアンケート調査についてはモデル校の2013年度在校生全体を対象に行っている。モデル校の起業家教育受講者の変化については、第4章で分析する。三つ目の調査は、起業家教育の受講を予定する生徒たちにインタビュー調査である。以下では各調査の結果について述べる。

最後に、これらの結果を踏まえて、起業家教育プログラムを構築する。

3.2 起業家度テスト

3.2.1 調査手法

この調査は、第1章で述べた General Enterprising Tendency Test 2 (Caird, 2009)を起業家度テストとして利用し、2013年6月に青森県の商業高校生2,578人（うち、男子生徒は930人、女子生徒は1,609人、性別不明は39人）を対象に実施したものである。

この調査の目的は、一般的な商業高校生が起業家的な資質についてどのような自己認識を持っているのか、とくに「将来、起業家になりたい」あるいは「将来、起業家になれる」と思っている者は、その他の者と起業家的な資質についてどのように異なる自己認識を持っているのかを明らかにすることにある。この結果を、プログラムを構築する際の重点とする。

回答者は、筆者が和訳した GET2 の各質問項目に対して、(a)そう思う、(b)ややそう思う、(c)あまりそう思わない、(d)全くそう思わない、の 4 つの選択肢のうちから自分の意見に近いものを一つ選ぶ²⁸。

同時に、回答者には「将来、起業家になりたい（起業への意欲）」、「将来、起業家になれる（起業への自信）」という質問についても、同様にこの 4

表 3-1 高校生の起業への「意欲」と「自信」

			起業への自信		合計		
			あり	なし			
起業への意欲	あり	人数 %	347 13.5%	315 12.2%	662 25.7%		
	なし	人数 %	79 3.1%	1,837 71.3%	1,916 74.3%		
合計		人数 %	426 16.5%	2,152 83.5%	2,578 100.0%		
性別	起業への意欲	男子	あり	人数 %	173 18.6%	125 13.4%	298 32.0%
			なし	人数 %	48 5.2%	584 62.8%	632 68.0%
		男子計		人数 %	221 23.8%	709 76.2%	930 100.0%
		女子	あり	人数 %	158 9.8%	189 11.7%	347 21.6%
			なし	人数 %	27 1.7%	1,235 76.8%	1,262 78.4%
		女子計		人数 %	185 11.5%	1,424 88.5%	1,609 100.0%
		性別不明	あり	人数 %	16 41.0%	1 2.6%	17 43.6%
			なし	人数 %	4 10.3%	18 46.2%	22 56.4%
		性別不明計		人数 %	20 51.3%	19 48.7%	39 100.0%

²⁸Caird (2009)のオリジナルテストでは「そう思う」、「そう思わない」の 2 つの選択肢から回答することになっているが、因子分析を行うために 4 段階の選択肢とした。なお、起業家度テストの質問用紙は付録 2 に掲載している。

つの選択肢から回答するよう求めた。結果は表 3-1 のとおりであり、回答者のうち 7 割が起業家に「なれる」とも「なりたい」とも思っていない。

3.2.2 調査結果

(1) 因子分析

起業家度テストの回答結果について、因子分析を行う²⁹。

GET2 の 54 項目について得点分布を確認したところ、いくつかの質問項目で得点分布の偏りがみられた。得点分布の偏りがみられた項目を吟味したところ、起業家度を測定するうえで不可欠であること、また、今回の調査の目的の一つが高校生の起業家度の特性を把握するということから、ここでは項目を除外せずすべての質問項目を分析対象とした。

次にこれらの 54 項目について、主因子法による因子分析を行った。固有値の変化は、5.8、4.0、2.4、2.0、1.6…というものであり、それぞれ分散の 10.8%、7.5%、4.5%、3.6%、3.0% を説明している。そこで、5 因子構造が妥当であると考え、再度、5 因子を仮定して主因子法、promax 回転による因子分析を行った。最終的に十分な因子負荷量を示さなかった 15 項目を除外し、主因子法、promax 回転による主因子分析を再度行った。promax 回転後の因子パターンを表 3-2 に示す。回転前の 5 因子で 54 項目の全分散を説明する割合は 24.4%である。

第 1 因子は、「決まったやり方があればそれに従い、新しいやり方に挑戦することはない」、「まずまずのお金がもらえれば、やりがいの少ない仕事でもかまわない」、「得意か不得意かは、努力では変えられない」、「つらいことが起こるのは、運が悪いからだ」、「人生で起きることは運命で決まっている」などの 12 項目で構成される。そこでこの因子は「保守、安定志向」と名付けた。

第 2 因子は 5 項目からなる。「まわりからは、常に変化を起こし、新しいアイデアを出そうとしている人と思われている」、「周りの人から、ユニークなアイデアを出す人と思われている」、「アイデアが次々と浮かぶことが

²⁹ 以降の分析には SPSS (ver.22) を用いている。

表 3-2 因子分析の結果

I. 保守安定志向	
決まったやり方があればそれに従い、新しいやり方に挑戦することはない	-CR
まずまずのお金がもらえれば、やりがいの少ない仕事でもかまわない	-Nach
得意か不得意かは、努力では変えられない	-LOC
つらいことが起こるのは、運が悪いからだ	-LOC
人生で起きることは運命で決まっている	-LOC
失敗の可能性があることは、最初からやろうとしない	-RT
何らかの競技に出て賞金を得るよりは、宝くじを買ったほうがよい	-RT
目立つことや、人と違うことをするのが苦手だ	-AUT
チームの一員として働くほうが、一人で責任を負うよりもよい	-Nach
仕事ができないが自分の好きな人と一緒に働くほうが、仕事はできるが好きではない人と働くよりもよい	-Nach
やるべきことがうまくいかないときには、しばらく放っておいて、何か別のことをする	-Nach
能力があっても成功しなかった人は、チャンスをつかむのに失敗したのだ	+LOC
II. アイデアの発想と実行	
まわりからは、常に変化を起こし、新しいアイデアを出そうとしている人と思われる	+CR
周りの人から、ユニークなアイデアを出す人と思われる	+CR
アイデアが次々と浮かぶことがある	+CR
物事を進めるときには、その中心人物となって自分のやり方で進めたい。他の人がどう思うかは気にしない	+AUT
お金をかせげるアイデアがあったら、時間を費やしたり、お金を借りたりしてでも実行したい	+RT
III. 新しいことへの挑戦と結果の受け入れ	
良いことも悪いことも、起きたことは仕方がないと、受け入れようとする	-LOC
何かを実現したい時には、その成功確率が50%であっても、挑戦してみる	+RT
過去の経験から確実に楽しめると分かっていることよりも、もっと楽しいかもしれない（が、楽しくない可能性もある）新しいことをやってみたい	+RT
休日には、やるべきことを忘れてリラックスして過ごせる	-Nach
何かに挑戦するときには、失敗によるダメージより成功して得ることの大きさを考える	+Nach
考え方の違う人と一緒にいると楽しい	+CR
費やしたお金や時間がムダになる可能性があっても、興味がある企画は実行したい	+RT
IV. 慎重な計画立案と準備	
ひとつのことを考え始めると、何か別のことを思いつくまで、そのことが頭を離れないということが時々ある	+CR
やるべきことがあると、そのことが頭を離れず、気持ちの切り替えがうまくできない	+Nach
自分の将来が計画通りに進むように準備したい	-CR
何かを決心する前には、時間がかかってもできるだけ色々な情報を集めたい	-RT
毎週決まってやるのが、予定外に変更になるのは好きではない	-CR
何かの作業をするときには、完全にやり方が理解できるまで教えて欲しい	-AUT
人が時間通りに来ないとイライラする	+Nach
努力したら、見返りが欲しい	+LOC
V. 実行力と完遂力	
成功は努力の成果であり、運はあまり影響しない	+LOC
何か計画を立てたら、たいていやり遂げる	+LOC
努力すれば報われる	+LOC
空想にふけることはあまりない	-CR
今までの人生で欲しいものは、努力すれば、手に入れることができた	+LOC
やるべきことをきちんとやることは、誰かを喜ばせることより大事だ	+Nach
私たちは大抵のことを他のどの方法よりは良いやり方でやっている	-RT

注：表中の記号は、各質問文がオリジナルテストでどの特性を測るために置かれたものなのかを示す。Nach：「達成欲求」、AUT：「自律欲求」、CR：「創造性」、RT：「リスクテイキング」、LOC：「統制の所在」。各記号の冒頭の+または-の記号は、オリジナルテストで起業に正または負のいずれの影響を与えるものとして置かれた質問であることを示す。ただし、因子分析の結果は、全て正の相関性を示している。

ある」、「物事を進めるときには、その中心人物となって自分のやり方で進めたい」、「他の人がどう思うかは気にしない」、「お金をかせげるアイデアがあったら、時間を費やしたり、お金を借りたりしてでも実行したい」がこの5項目である。この第2因子は、「アイデアの発想と実行」とした。

第3因子は、「良いことも悪いことも、起きたことは仕方がないと、受け入れようとする」、「何かを実現したい時には、その成功確率が50%であっても、挑戦してみる」などの7項目で構成される。これを踏まえて、第3因子には「新しいことへの挑戦と結果の受け入れ」と名付けた。

第4因子は、8項目から成る。「ひとつのことを考え始めると、何か別のことを思いつくまで、そのことが頭を離れないということが時々ある」、「やるべきことがあると、そのことが頭を離れず、気持ちの切り替えがうまくできない」、「自分の将来が計画通りに進むように準備したい」などの各項目が該当する。この因子には「慎重な計画立案と準備」と名付けた。

第5因子は、「成功は努力の成果であり、運はあまり影響しない」、「何か計画を立てたら、たいていやり遂げる」、「努力すれば報われる」、「空想にふけることはあまりない」、「今までの人生で欲しいものは、努力すれば、手に入れることができた」など7項目が該当する。この因子は「実行力と完遂力」とした。

(2) ロジスティック回帰分析

次に、「起業家になれる」(以下、「自信あり」)あるいは「起業家になりたい」(以下、「意欲あり」)とする層と、それ以外の層とを比較し、ロジスティック回帰分析を用いてどの因子が「自信」や「意欲」に大きく影響しているかを測定した。その結果は、表3-3のとおりである。それによると、「アイデアの発想と実行」のオッズ比(Exp(B)欄)は、「意欲」で4.170、「自信」で5.817と各因子のなかで一番大きくなっている。「アイデアの発想と実行」に関する自信を持っていることが、高校生に起業に対する「意欲」と「自信」に対して最大の因子として作用している。

表 3-3 起業への「意欲」と「自信」に関する変数

		意欲						自信					
		B	標準偏差	Wald	自由度	有意確率	Exp(B)	B	標準偏差	Wald	自由度	有意確率	Exp(B)
投入された変数	保守安定志向	-.165	.139	1.402	1	.236	.848	-.156	.164	.896	1	.344	.856
	アイデアの発想と実行	1.428	.109	171.117	1	.000	4.170	1.761	.135	170.716	1	.000	5.817
	新しいことへの挑戦と結果の受け入れ	.315	.133	5.610	1	.018	1.370	.454	.164	7.680	1	.006	1.574
	慎重な計画立案と準備	.183	.134	1.862	1	.172	1.201	-.200	.166	1.441	1	.230	.819
	実行力と完遂力	.264	.128	4.271	1	.039	1.302	.644	.157	16.919	1	.000	1.904
	定数	-6.198	.589	110.844	1	.000	.002	-8.051	.699	132.470	1	.000	.000

3.2.3 結果の考察

今回の調査結果では、因子分析の結果は、Caird (2013)の設計どおり 5つの因子に分かれたが、各因子を構成する項目はオリジナル版とは異なっており、新しい因子を設定することとなった。この理由としては、このテストがそもそも英国を基準に作成されたものであり、個人のキャリアを取り巻く状況や産業構造がわが国と大きくことなっているという点が考えられる。また、今回の調査での回答者は高校生であり、アルバイトを除き就労経験はない。こうしたことがテストの作成者の想定と異なっており、新たな因子を導くことにつながったと考えられる。

新たに得た 5つの因子とは、すなわち、「保守、安定志向」、「アイデアの発想と実行」、「新しいことへの挑戦と結果の受け入れ」、「慎重な計画立案と準備」、「実行力と完遂力」である。これらの因子のうち、「保守、安定志向」は 12項目で構成されるが、そのうち 11項目は起業に対して“負”の影響を持つという内容で置かれているものである。したがって、起業について論じるには、「進取の気性」という言葉にすべきであるといえる。

この調査では、起業家になる自信や意欲のある生徒とそうでない生徒の違いを明確にし、起業家教育のプログラム構成への示唆を得ることも目的としていた。ロジスティック回帰分析の結果、起業志向に大きな影響を与えた因子は、「アイデアの発想と実行」であった。つまり、「私は、アイデアを発想したり、それを実行に移したりすることが得意だ」と自覚する生徒は、起業家になる自信や意欲を持つ傾向が有意に高い。高校生は、就労経験は不足しているが、学校行事などを通じてアイデアを発想したり、それを実行したりすることは経験している。このような実体験で成功や失敗

を繰り返しており、それに長けた生徒は自信を獲得する機会を多く持つ。このことはすなわち、起業への意欲や自信を有しない大半の生徒は、「アイデアの発想や実行」をする場面で、自分の不得手に気づき、自己肯定感を低めていることを示す。このことが、生徒の自己理解に影響し、起業家としてのキャリアが選択肢として考えられるのか否かを左右しているものと考えられる。

本調査では、生徒の特性と起業のキャリア選択との因果関係については考慮していないが、「アイデアの発想と実行」の自覚と起業のキャリア選択との間の相関性は確認できた。この点は、今後の起業家教育プログラムの構築において十分考慮されるべきであるといえよう。

3.3 モデル校での事前調査

3.3.1 事前アンケート調査の実施内容

起業家教育のプログラムを作成するにあたって生徒の起業に対する意識を把握することが必要であったことからモデル校の全校生徒に対して2013年6月にアンケート調査を実施した³⁰。対象となったモデル校生徒の状況は表3-4のとおりである。

表 3-4 モデル校の学年別、性別生徒数

	男子	女子	合計
1年生	26人	38人	64人
2年生	16人	43人	59人
3年生	27人	51人	78人
合計	69人	132人	201人

(1) 起業への自信と意欲の状況

生徒に対して、「あなたは、将来、起業家になれると思いますか」、「あな

³⁰ アンケートの質問用紙については付録3に掲載している。

たは、将来、起業家になりたいと思いますか」という質問をし、「とてもそう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「全くそう思わない」という5つの選択肢から自分の考えに近いものを1つ選択してもらった。

その結果は、表3-5のとおりである。「起業への意欲」を示している生徒は13.9%であるのに対して、実際に「起業への自信」を示している生徒は5.0%であった。 t 検定の結果、起業家に「意欲あり」と考える生徒の比率と、「自信あり」と思っている生徒の比率の間には有意な差がみられた($t=3.312, df=199, p<.01$)。「起業への意欲も自信もなし」と思っている生徒は47.8%(同)であった。一方で、「起業への意欲がある」が実際に「起業できる」と思っている生徒は、3.5%にすぎない。

表 3-5 モデル校生徒の起業への「意欲」と「自信」の状況

		起業家への意欲			合計	
		あり	どちらとも いえない	なし		
起業への 自信	あり	人数	7	2	1	10
		%	3.5%	1.0%	0.5%	5.0%
	どちらとも いえない	人数	14	43	11	68
		%	7.0%	21.4%	5.5%	33.8%
	なし	人数	7	20	96	123
		%	3.5%	10.0%	47.8%	61.2%
合計		人数	28	65	108	201
		%	13.9%	32.3%	53.7%	100.0%

さらに、回答の内訳を学年別、性別にみると表3-6のとおりである。 t 検定の結果、性別では「起業家になれる」という自信について有意差はなかったが($t=-1.284, df=117, p=.202, n.s.$)、「起業家になりたい」という意欲を示す生徒の比率は男子生徒のほうが女子生徒よりも有意に多かった($t=-2.286, df=198, p=.023, p<.05$)。

一方、学年別では、1年生と2年生(起業家になれる： $t=1.158, df=118, p=.249, n.s.$ 、起業家になりたい： $t=.299, df=120, p=.766, n.s.$)、1年生と3年生(起業家になれる： $t=.344, df=139, p=.731, n.s.$ 、起業家になりたい： $t=-.078, df=138, p=.938, n.s.$)、2年生と3年生(起業家になれる： $t=-.814,$

$df=128, p=.417, n.s.$ 、起業家になりたい： $t=-.375, df=133, p=.708, n.s.$) であり、いずれも有意差はみられなかった。

表 3-6 モデル校生徒の起業への「自信」と「意欲」

			起業家になれる			起業家になりたい			合計
			そう思う ¹	どちらとも いえない	そう思わない ²	そう思う ¹	どちらとも いえない	そう思わない ²	
1年生	男子	人数	0	9	17	5	10	11	26
		%	0.0%	34.6%	65.4%	19.2%	38.5%	42.3%	100.0%
	女子	人数	2	12	24	3	12	23	38
		%	5.3%	31.6%	63.2%	7.9%	31.6%	60.5%	100.0%
	1年生 合計	人数	2	21	41	8	22	34	64
		%	3.1%	32.8%	64.1%	12.5%	34.4%	53.1%	100.0%
2年生	男子	人数	2	5	9	3	6	7	16
		%	12.5%	31.3%	56.3%	18.8%	37.5%	43.8%	100.0%
	女子	人数	1	16	26	3	16	24	43
		%	2.3%	37.2%	60.5%	7.0%	37.2%	55.8%	100.0%
	2年生 合計	人数	3	21	35	6	22	31	59
		%	5.1%	35.6%	59.3%	10.2%	37.3%	52.5%	100.0%
3年生	男子	人数	4	9	14	7	6	14	27
		%	14.8%	33.3%	51.9%	25.9%	22.2%	51.9%	100.0%
	女子	人数	1	17	33	6	15	30	51
		%	2.0%	33.3%	64.7%	11.8%	29.4%	58.8%	100.0%
	3年生 合計	人数	5	26	47	13	21	44	77
		%	6.5%	33.8%	61.0%	16.9%	27.3%	57.1%	100.0%
保護者の 就業形態別	非自営業	人数	8	60	106	23	56	95	174
		%	4.6%	34.5%	60.9%	13.2%	32.2%	54.6%	100.0%
	自営業	人数	2	8	17	4	9	14	27
		%	7.4%	29.6%	63.0%	14.8%	33.3%	51.9%	100.0%
全体	男子	人数	6	23	40	15	22	32	69
		%	8.7%	33.3%	58.0%	21.7%	31.9%	46.4%	100.0%
	女子	人数	4	45	83	12	43	77	132
		%	3.0%	34.1%	62.9%	9.1%	32.6%	58.3%	100.0%
	合計	人数	10	68	123	27	65	109	201
		%	5.0%	33.8%	61.2%	13.4%	32.3%	54.2%	100.0%

注1:「そう思う」は「とてもそう思う」と「ややそう思う」の合計

注2:「そう思わない」は「あまりそう思わない」と「全くそう思わない」の合計

また、「保護者の就業形態別」の欄では、保護者に自営業者がいるかについてみている。調査対象となった高校生のうち、両親のうちの少なくとも1人が自営業者である者の比率は、全体の13.4%の27人であった。親の職業が起業という就業形態の選択に有意に影響することは多くの先行研究で指摘されていることである(Dyer, 1992; Drennan et al. 2005; Ohe and Ohe, 1996 ほか)。しかし、今回行った高校生の時点での起業への意欲や自信の有無については、親が自営業である群とそうでない群との間に有意な差はみられなかった(起業家になれる： $t=.063, df=199, p=.950, n.s.$ 、起業家になりたい： $t=.449, df=198, p=.654, n.s.$)。

(2) 高校生の持つ起業家のイメージ

アンケートでは、高校生が起業家やベンチャー企業に対してどのようなイメージを持っているのかを明らかにするために、次の調査を行った。

起業家については、個人の特性や社会での位置づけ、就労形態上の特徴などについて、当研究で新たに作成した20の質問で高校生がどのようなイメージを持っているのかを明らかにした。また、そのイメージが「働く人全般」、あるいは「経営者全般」に対するものと混同することを避けるために、「既存企業³¹の経営者」と「会社員」についてのイメージも同様にたずねた。同様に、ベンチャー企業と既存企業についてのイメージについてもたずねた。

回答は、「とてもあてはまる」5点、「ややあてはまる」4点、「どちらともいえない」3点、「あまりあてはまらない」2点、「全くあてはまらない」1点の5段階評定で求めた。

その結果は、表3-8と表3-9のとおりである。

まず、就労形態別のイメージであるが、起業家を既存企業の経営者と比較すると20項目のうち16項目で、会社員と比較すると20項目のうち19項目でスコアに有意差があり、有意差のある各項目はいずれも起業家のスコアが比較対象を上回っている。すなわち、起業家は会社員よりも「社会に貢献している」、「社会的な地位が高い」、「お金持ちである」、「一緒に働く仲間のよさを活かしている」の各項目でスコアが有意に高い。同時に、既存企業の経営者や会社員と比べて、世間の評価に関する項目では「尊敬されている」、「かっこいい」、「自立している」という点でスコアが高い。また、仕事の適性という観点では、「自分の好きなことをしている」、「夢を叶えている」、「自分の得意なことを活かしている」、「楽しく働いている」という各項目で有意にスコアが高くなっている。特性としては、「リーダーシップある」、「自分の能力に自信がある」、「自分の考えを相手に伝える能力が高い」、「相手の考えを理解する能力が高い」でも有意に高いスコアとなった。反面、「忙しい」、「苦勞が多い」、「責任が重い」という点でも既存

³¹ 創業者でなく、二代目以降の経営者によって経営されている会社と定義づけ、回答者には調査時に説明している。

企業の経営者や会社員に比べて高いスコアとなった。経済的には、既存企業の経営者よりは「不安定」のスコアが高いが、会社員のこの項目のスコアとは有意な差はなかった。

表 3-7 「起業家」「既存企業の経営者」「会社員」に対する高校生のイメージの平均スコア（5点満点）

項目	起業家	経営者		会社員	
			p		p
(1) 社会に貢献している	4.16	4.11		4.01	**
(2) 社会的な地位が高い	3.88	3.83		3.02	***
(3) 世間の人から尊敬されている	3.98	3.82	**	3.09	***
(4) 自分の好きなことをしている	4.27	3.67	***	3.11	***
(5) 忙しい	4.42	4.23	***	4.10	***
(6) リーダーシップのある	4.46	4.18	***	2.99	***
(7) お金持ちである	3.87	3.81		2.85	***
(8) 楽しく働いている	4.03	3.55	***	3.08	***
(9) カッコいい	3.94	3.68	***	3.23	***
(10) 苦勞が多い	4.41	4.13	***	4.07	***
(11) 夢を叶えている	4.46	3.66	***	3.04	***
(12) 経済的に不安定だ	3.20	3.01	**	3.23	
(13) 自分の能力に自信を持っている	4.19	3.70	***	3.09	***
(14) 自分が何が得意かをわかっている	4.26	3.78	***	3.33	***
(15) 自分の得意なことを活かしている	4.41	3.87	***	3.30	***
(16) 自分の考えを相手に伝える能力が高い	4.28	3.98	***	3.35	***
(17) 相手の考えを理解する能力が高い	4.10	3.92	**	3.48	***
(18) 自立している	4.44	3.96	***	3.57	***
(19) 一緒に働く仲間のよさを活かしている	3.98	3.89		3.79	**
(20) 責任が重い	4.52	4.35	**	3.41	***

*は、それぞれ経営者と起業家、会社員と起業家との有意差を表す。

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

次に「ベンチャー企業」と「既存企業」のイメージについてであるが（表 3-8）、8項目中5項目で有意な差がみられた。このうち、「社会に活力をもたらしている」、「世の中に新しい価値を提供している」、「成長している」、「楽しく働ける」の4項目については「ベンチャー企業」のスコアが有意に高かった。一方で「安定している」については、既存企業のスコアが有意に高かった。

これらの結果では、高校生が起業家やベンチャー企業に対して持つイメージは、既存企業の経営者や会社員、既存企業と比べても決して低いものではないことが示された。

表 3-8 「ベンチャー企業」「既存企業」に対する高校生のイメージの平均スコア（5点満点）

項目	ベンチャー企業	既存企業	p
(1) 社会に活力をもたらしている	3.22	2.80	***
(2) 世の中に新しい価値を提供している	3.25	2.57	***
(3) 悪いことをしている	1.51	1.54	
(4) 便利なモノやサービスを提供している	2.86	2.85	
(5) 安定している	2.14	2.71	***
(6) 成長している	2.84	2.45	***
(7) たくさんのお金を稼いでいる	2.53	2.53	
(8) 楽しく働ける	2.75	2.40	***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

この社会人や企業へのイメージが、起業への「自信」や「意欲」の状況とどのように関連しているかをみるべく両者の相関係数をみたところ、会社員について「リーダーシップがある」と「起業家になれる」との間に弱い相関性($r = .22$, $p < 0.01$)がみられたほかは、「起業家になれる」という自信についても、「起業家になりたい」という意欲についても $|r| > 0.2$ となる相関性はみられなかった。つまり起業家を格好い存在と思っていたとしても、憧れの対象となっているわけではないし、経済的な不安定さというネガティブな要素とも関連していないということになる。

一方、社会人や企業へのイメージを保護者の職業別にみると、有意な差がみられたのは「起業家は世間の人から尊敬されている」と「起業家は苦勞が多い」の2項目であり、いずれも自営業家庭の生徒の平均スコアが非自営業家庭の生徒の平均スコアを上回った。前者は自営業家庭の生徒のスコアが4.73であるのに対して非自営業家庭の生徒は4.36($t = 1.1845$, $df = 182$, $p = .049$, $p < 0.05$)であり、後者は自営業家庭の生徒のスコアが4.29であるのに対して非自営業家庭の生徒は3.93($t = 2.089$, $df = 185$, $p = .038$, $p < 0.05$)となっている。親が自営業者である生徒は、経営者を身近に感じてその苦勞する姿を知っており、それだけに強い敬意を抱く傾向がみられる。

(3) 自己特性の認知状況

自分自身の特性をどのように認知しているのかについて、11項目により

たずねた。回答については、「とてもあてはまる」「ややあてはまる」「あまりあてはまらない」「全くあてはまらない」の4段階評定とした。前項になり、「とてもあてはまる」が4点、「全くあてはまらない」が1点となるようにスコア化した（表 3-9）。

表 3-9 起業への意欲・自信別、自己特性の認知状況

	起業への自信				起業への意欲				合計 n=200
	あり n=10	どちらとも いえない n=68	なし n=122	p値	あり n=27	どちらとも いえない n=65	なし n=108	p値	
自分のよいところがわかっている	2.90	2.67	2.35	**	2.52	2.58	2.43		2.49
自分の不得意なことがわかっている	3.40	3.25	3.20		3.33	3.22	3.21		3.23
自分の考えを相手に上手に伝えることができる	3.20	2.40	2.15	***	2.37	2.36	2.22		2.29
相手の考えをきちんと理解することができる	3.30	2.87	2.65	*	2.78	2.73	2.76		2.75
リーダーシップがある	2.70	2.23	1.75	**	2.31	2.05	1.82	**	1.96
身の回りのことは家族に頼らず自分でできる	2.90	2.67	2.44		2.63	2.52	2.54		2.54
自分に関することで決断が必要なとき、最終決定は自分でしている	3.50	3.09	2.88	*	3.11	2.94	2.97		2.98
自分で決めたことが結果として失敗に終わっても、他人のせいにはしない	3.40	3.10	2.94		3.00	3.05	3.01		3.02
自分が身につけたい資質は、これから努力すれば獲得できる	3.50	3.09	2.84	*	3.22	3.02	2.86	**	2.96
自分は社会に役立つ存在だ	2.80	2.44	2.16		2.48	2.30	2.22		2.28

*p<.05, **p, .01, ***p<.001 表中のp値は起業への自信/意欲の「あり」と「なし」の比較。

結果をみると、全体では、「自分のよいところがわかっている」の平均スコアは 2.49 であるのに対して、「自分の不得意なことがわかっている」の平均スコアは 3.23 となっている。生徒たちは、自分の不得手なことに目がいきがちであるのに対して、自分の長所を理解することは難しいようだ。また、「リーダーシップがある」、「自分は社会に役立つ存在だ」、「自分の考えを相手に上手に伝えることができる」の各項目も比較的低いスコアとなっている。

また起業への自信や意欲の有無別にみると、まず、起業への自信については、「自分のよいところがわかっている」、「自分の考えを相手に上手に伝えることができる」、「リーダーシップがある」、「自分に関することで決断が必要なとき、最終決定は自分でしている」、「自分が身につけたい資質はこれから努力すれば獲得できる」の6項目で、「自信あり」とした者のスコ

アが「自信なし」とした者を有意に上回った。起業への意欲については、「リーダーシップがある」、「自分が身につけたい資質はこれから努力すれば獲得できる」の2項目で、「自信あり」とした者のスコアが「自信なし」とした者を有意に上回っている。

(4) アンケート調査の結果考察

多くの高校生は起業家やベンチャー企業について具体的な対象すら挙げられず、とくにベンチャー企業については過半の生徒が1社も挙げられない状態であった。高校生にとって起業活動との接点はマスメディアを通じたものであってさえ非常に少ないものであり、意識される対象となっていない。しかし、具体的な起業家やベンチャー企業を思い浮かべることができる生徒ほど「起業家になれる」という自信をもつ傾向がみられた。具体的な対象を知らなければ自信の持ちようもなく、このことは当然の結果といえる。同時にこのことは、具体的な起業活動やベンチャー企業を知るきっかけを与えることで、起業に関心を持ち、延いてはそこから起業への自信や意欲を持つ生徒が現れる可能性を示しているともいえる。

一方、高校生は、起業家やベンチャー企業に対して、高い評価をしている。起業家は非創業経営者や会社員に勝る点の多い有能な人たちであり、尊敬される存在であるとしている。同様に、ベンチャー企業についても社会に新しい価値をもたらす成長する存在と捉えている。しかし、このような価値を見出しているにもかかわらず、基本的に高校生にとっては無縁な存在であり、自分の延長線上にある憧れの対象とはなっていない。自分のキャリアと関連付けて考えられる生徒は少ない。

また高校生の自己認識については、自分の長所よりも不得手なことに目が行きがちである。ものごとを成功裏に収めたり、何かを自分の力でやって称賛されたりする機会が少ない反面、学校活動や友達との交流のなかで自分の苦手なことに直面することは多い。そのようなことから、長所よりも不得手なことを自覚しやすい環境にいる。なかでも「コミュニケーション力」や「リーダーシップ」など自己肯定感につながる要素に関して、低い評価がみられた。まだ高校生という若い年代であるにも関わらず、自分

が身につけたい資質をこれから獲得するのは難しいと考える生徒も全体の2割いた。こうしたことから、自分の長所に気づくような体験を積み、成長の可能性に気づいて自信を持たせることが有効である。起業への自信ありとした生徒は10人にとどまるが、「起業への自信あり」とした生徒ほど、自分の長所に気づき、自分のコミュニケーション力やリーダーシップを高く評価し、決断力があり、自分の望む資質の獲得にも前向きな傾向がみられた。

3.3.2 第1回インタビュー調査の実施内容

(1) 調査方法

ビジネスコースの生徒を対象として、起業家教育実施前の生徒の起業観・キャリア観およびそれに関連する事項を明らかにする目的で半構造化インタビューを行った。インタビューの実施時間は一人あたり約30分である。実施時期は2013年6月10日～6月14日の5日間であり、学校の授業終了後に会議室を借用して行った。インタビューの基本属性やインタビューの実施日時付録1のとおりである。

第1章で述べたとおり、インタビュー結果の質的データの分析には大谷(2008, 2011)が考案した4ステップコーディングによる質的分析手法「SCAT (Steps for Coding and Theorization)」を用いる。

(2) インタビュー調査内容

インタビューでは、起業家や起業活動に関するイメージや卒業後の進路等についてたずねた。ここではその内容について、本研究の関心分野である①起業家の特性イメージとそれに対する高校生の持つ能力の自己認識、②起業に関するリスクの考え方、③志望する働き方の観点から該当箇所を抽出している。

なお各表中では、SCATによる「<1>テキストの中の注目される語句」について、「インタビュー어의発話」のなかの下線に代えて示した。また、抽出されたコードである「<4>浮き上がるテーマ・構成概念」についてのみ掲載している。

① 起業家の特性イメージとそれに対する高校生の持つ能力の自己認識

高校生は起業家の特性をどのようにイメージしているのか、またそのイメージする特性を自分が有しているか否かについてたずねた。その内容を表 3-10 にまとめる。

表 3-10 起業家の特性イメージと自己認識の発話内容

発話者	テキスト	<4>テーマ・構成概念
1、男子	どっちかっていうと、(会社を立ち上げるのは) <u>自分に合っていないんじゃないかなって思うから。</u>	起業家に向かない自分
	(起業に向くのは) とりあえず、 <u>リーダーシップがあるとか、自分の考えをバンバン言える人</u> とか。そういう人。	起業家の高い能力
	(自分は) どっちかっていうと <u>そういうタイプではない</u> と思います。	起業家の資質を持たない自分
	一応はちょっと父親にも <u>消極的すぎるからもっと積極的にやれとか言われ続けている</u> ので、ちょっとずつ直していきたいと思います。	自覚する自分の消極性 性格を直す意欲
3、女子	(起業しようと思わない理由は) <u>経営ってむずかしそう。企画から、全体を考えないといけないし。社員ひっばっていくとか、大変そう。</u>	大変なことに挑戦したくない 苦勞を避けたい
	(起業に向く人の特徴は)、 <u>自分でなんでもできたり、リーダーシップがあったり。あと、頭よかったり。</u>	起業家の高い能力
	(それに対して私は) <u>全然だめです</u> 。自分から発言みたいな、そういうことが苦手なので。あと、リーダーシップ。人をまとめるようなことが <u>苦手</u> 。	低い自己肯定感

	でも、そういうのを身につけたいっていう気持ちはあります。 <u>リーダーシップのある友達はいっぱいいるので、お手本として、頑張っ</u> て行きたいなって思います。	起業家的能力獲得の意欲
9、女子	友達の親が自営業みたいなことをやっていて、 <u>すごいな</u> あって思ったときはあります。	実際の自営業者に接することで生まれる敬意
	(その人は) <u>すべて自分でやっているから、何でもできる人</u> みたいだなって思ってすごいなって思いました。	ひとりであらゆる仕事をこなす自営業者
	(それを見て、自分で独立して仕事をするのは) <u>難しい</u> かなって思ったり。(難しいと考える理由は) まず、何をしたいかから始まるから。本当に毎日いろんなことを考えたりして、自由にやるっていうことは、客こなかったらもうお金も入ってこないし、パートとかで働いているのとは全然ちがうし。 <u>難しいな。全部難しいかな</u> あって思って。	起業への自信のなさの表れ 起業の難しさ
11、男子	企業を立ち上げたいとは、思わないです。起業は、 <u>苦勞</u> することがありすぎそうな気がします。最初のほうとか、たぶん、一緒に働く人も少なくて大変だろうし、みんなもまとめなきゃいけないし。 <u>すごく大変だ</u> と思います。	苦勞を引き受けたくないという思い
	起業するには、 <u>みんなをまとめられて、自分から何でもしようとするような姿勢</u> っていうのかな。それが大事だと思う。	高い起業家の能力
	(それに対して今の自分は) <u>全然だ</u> と思います。	低い自己肯定感
15、女子	(起業に) <u>興味がない</u> わけではないですけど、 <u>自分には向いていない</u> かなって。	起業に向かない自分
	はじめての人に笑顔を見せることができないし。接客って言うか、人と目をあんまり合わせられないし、たぶん明るく接することができないから向いてないのかなって。人に、あれやれ、これやってくださいみたいなこと言うのが苦手。迷惑かけそうだし。	認識する起業家像と自己認識の乖離

	だから、 <u>上から指示されているほうが、まだまし</u> 。「これやっておきます」みたいな感じのほうが、いいです。	仕事への受け身な姿勢
	何か、リーダーみたいな、ドンと構えているような、 <u>肝が据わっているような人</u> じゃないと、なよなよしていそうで起業家にはなれないかなと思います。	起業家の落ち着いた感
	(イメージとしては) 孫社長とか。もう何か、 <u>自分で伝えることはちゃんと伝えられるし、創造力もすごいし。人前にもハキハキと喋るところ</u> とか、そういう人たちが起業家になれるのかなって。	起業家のコミュニケーション力、プレゼンテーション力、創造力の高さ

注：発話者の番号は付録1の「ビジネスコース生徒の属性」の一覧表に付した個人を識別する番号である。

【起業家の特性イメージと高校生の自己認識の状況】

高校生は起業家を一人でなんでもこなしリーダーシップのある非常に能力が高い人物と捉えている。一方で、自分自身をそのような資質を備えていないと認識しており、起業家の高い能力と生徒自身の低い自己肯定感の間に大きなギャップがあり、起業するという事はキャリアの選択肢から外されて考えられている。

「普段の授業のなかで意見を求めても積極的に発言しない」(担当教諭の発話、2013年6月10日)という普段のクラスの状況があり、人前で積極性をみせることを恥ずかしく思う雰囲気クラス内で醸成されている。そうした環境にいることが、生徒が想定する起業家的な資質を養う機会を奪い、自己肯定感を低めているものと考えられる。

② 起業に関するリスクの考え方

インタビューでは、インタビューが起業を志向しないという内容の流れの中でその理由をたずねた。その回答のなかで、起業に関するリスクについて言及された。そこで、起業のリスクについての捉え方を次で述べる。

表 3-11 起業に関するリスクの考え方の発話内容

発話者	テキスト	<4>テーマ・構成概念
16、女子	<p>(起業しようと思わない理由は) <u>失敗したとき、なんか怖そうじゃないですか。全部なくなるっていう感じ</u>しません?何か、自分でやって、作り上げてきたけど、失敗して。失敗したら何か会社も倒産的な言葉で。</p>	事業失敗への恐れ
	<p><u>借金がいっぱいあるみたいな想像</u>があって。何かもう <u>人生終わった</u>ぐらいかな、借金の大きさで。</p>	借金と起業の結びつけ
	<p><u>怖い</u>じゃないですか、<u>失敗したとき</u>。だから、あんまりやりたくない。</p>	事業失敗への恐れ
22、女子	<p>起業家は、<u>かなり失敗のリスクも大きい</u>ので。<u>自分はあんまり挑戦していくタイプではない</u>ので。そういうところで、たぶん<u>自分には無理</u>だと思っているんだと思います。</p>	事業失敗への恐れ 挑戦を拒む
	<p>(一番のリスクは) <u>親に迷惑</u>がかかることだと思います。お金とか。倒産のこととか、<u>すごく大きい</u>と思うんですね。</p>	失敗の周りへの影響
	<p><u>自分にかかるプレッシャー</u>って、<u>計り知れない</u>と思うんです、自営業は。</p>	会社員に比べてプレッシャーの大きい自営業者
	<p>やっぱりなんていうか、(会社員が)何も考えないというのとは違うとは思いますが、<u>自分の仕事に精一杯になれる</u>ほうがいいなって思って、秘書がいいなと思います。</p>	経営上のプレッシャーなく、仕事に打ち込める会社員

【起業に関するリスクの考え方の状況】

起業に関して成功イメージを描ける生徒はおらず、ここに挙げたように、失敗のイメージを先行させる生徒がみられた。起業は大きなリスクを抱える怖いものというイメージが強く、それゆえに起業を避ける傾向があった。

実際の起業活動では、綿密な戦略の構築や起業をサポートしてくれるネ

ットワークの存在により、コントロールされ得るリスクもある。また最近では、資金調達方法の多様化や初期投資の低額化、情報の受発信の高度化や低額化などにより、リスクが低減されてきている。こうした実態を知らないままに、起業に伴うリスクを過大に評価して、起業をキャリアの選択肢から外す傾向がみられる。

③ 志向する働き方

ほとんどの生徒が会社に雇われて働くことを志向している。そのような働き方を志向する理由や会社員の良さについては、次のことが挙げられた。

表 3-12 志向する働き方の発話内容

発話者	テキスト	<4>テーマ・構成概念
7、女子	何か、社会に出るとたぶん全部そうだと思うんですけど、 <u>自分の店だとその店の責任を全部負わないといけないので。</u>	起業家の責任の重さ
	<u>責任が重過ぎるのには弱いので。</u>	責任を負いたくない
	人に指示するよりも、 <u>「これやって、これやって」みたいなことを言われるほうがいい。人に指示するのがあんまり好きじゃないので、上に立つのがあんまり好きじゃない。</u>	仕事への受け身の姿勢
	会社員のいいところ…。いろいろ挑戦できて、 <u>ダメなところは上司が指摘してくれたり、いいところは褒めてくれたりして、いろいろ学べる</u> ところです。	指導を受けられる会社員
	自分で積極的に考えて行動してみて、それが <u>合っていたらいいし、間違っていたらこれはこうしたほうが良い</u> というような <u>指摘を上司がしてくれて、それを聞いたら、自分のためになる</u> と思うし、 <u>自分のスキルアップができる</u> と思うところは会社で働くことのメリットかなと思います。	正解・不正解のある仕事 学べることへの期待

16、女子	会社員のいいところはわからないけど、会社員だと <u>仕事が決まっている</u> んですかね。仕事があって、「 <u>これやってください</u> 」って言われる感じ。だから、 <u>言われてやるの</u> がいいのかな。	仕事への受け身な姿勢
21、女子	会社に勤めるっていうほうがいい気がするんですけど。 <u>(起業したら) 責任を負わなきゃいけない</u> じゃないですか、自分で。それがちょっと心配だなんて。	責任を負いたくない
	(会社員のいいところは) <u>上のほうが責任をとってくれる</u> から、気が楽。	気楽な仕事に就きたい 苦勞したくない

【志向する働き方の状況】

会社員を志望する理由として、会社員が指示に従う受け身の存在であり、責任が軽いというイメージが持たれている。現実社会では、企業に務めていれば、昇進し部下を指導したり、責任を負ったりすることが期待されるわけであるが、そうした入社した以降のことまでは想像が及んでいない。

生徒は学校という環境のなかで、教師から教えられる存在であり、自分で責任を負って何かを遂行するという経験に乏しい。また、学校で教えられることには正解・不正解があり、生徒達は唯一解を探すことに慣れている。就労もそのような環境の延長線上で捉えられており、「誰かの指示に従っていれば認められる」、「正解を出すことが期待されている」という状況がイメージされやすい。

(3) 事前インタビューの考察

生徒達のインタビューから、対象の生徒たちが持つ起業活動や起業家に対する印象として次のことがいえる。

生徒たちにとって起業家は、「リーダーシップがある」、「自分の考えを言える」、「行動力がある」、「責任感がある」というように捉えられており、

「一人でなんでもできる」という全能的な人物として捉えられている。日本で起業活動が低調である背景として、起業家が尊敬されない社会であることが指摘されているが (Singer et al., 2015)、今回の高校生を対象とした調査からは、高校生が想像する起業家の能力は非常に高い。

一方で、高校生自身のこうした能力に対する自己肯定感は低い。そのように高い能力の起業家像を描く一方で、自己肯定感が低いというギャップが、生徒にとって起業がキャリアの選択肢とならない要因のひとつとなっている。

同時に、生徒たちは起業に伴うリスクを、「多額の借金を背負う」、「失敗したら周りに迷惑をかける」というように、極めて大きなものと捉えている。自分自身の就労にあたっては、「重い責任を負いたくない」、「上司の指示を受けてそれに従いたい」という苦勞を避けたいという意向が強くみられ、相対的に安定しており苦勞が少ないという印象のある会社員を志向している。

つまり、高校生は、「能力の高い起業家」と「そうした能力を持ちあわせない自分」、「リスクや苦勞の多い起業家」と「指示に従えばよく苦勞の少ない会社員」という2つの対比を持っており、その結果として、起業活動がキャリアの選択肢から外されている (図 3-1)。

しかし、当然、高校生の挙げた起業家的な資質、すなわち、リーダーシップや自分の意見を言える力などは、起業家のみに求められるものではない。また会社員が指示に従うだけではないし、リーダーシップや責任感のない人材は会社員にもなれない。

高校生はあくまでも自分の身の周りの狭い範囲から限られた情報を得、そこからの推測に基づいて起業活動のみならず、自分のキャリアについてまでも考慮しており、その根拠が正しいのか否かを検証しているわけではない。

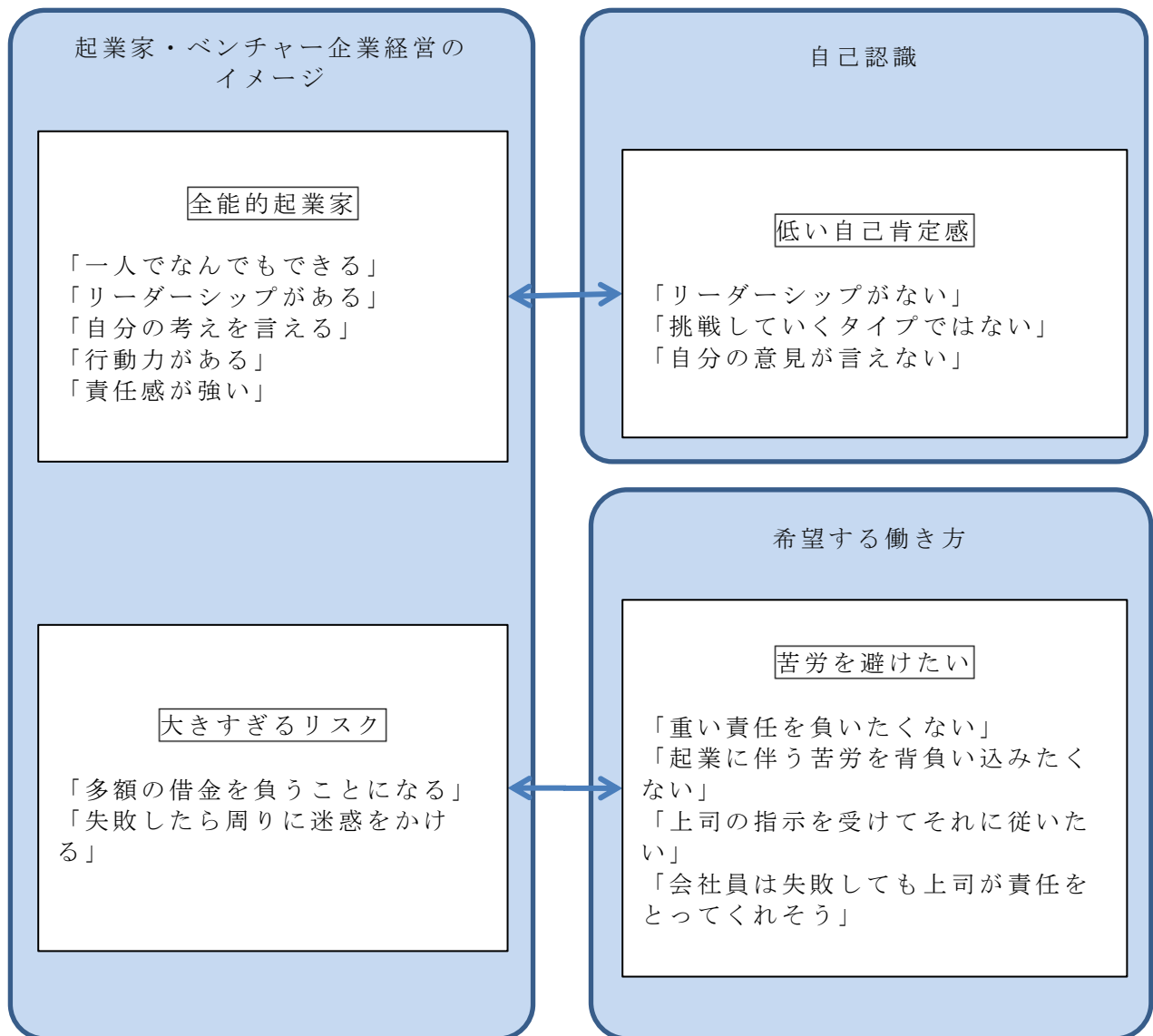


図 3-1 第 1 回インタビューの結果の整理

3.4 予備調査結果のまとめ

ここまで見てきたように、予備調査として起業家度テスト、モデル校でのアンケート調査とインタビュー調査の3種類の調査を行った。これらの調査での発見事項は次のとおりである。

- ① 起業に対して「自信」や「意欲」がある高校生は、「アイデアの発想と実行」に自信を持っている。

「起業家度テスト」の結果の因子分析により、起業に対する「自信」や「意欲」と相関する因子として「アイデアの発想と実行」に自信を持っていることが明らかになった。

- ② 高校生は起業家に対して敬意を持っており、非常に能力が高いというイメージを有している。

モデル校でのアンケート調査から、起業家に対して、非創業経営者や会社員と比べポジティブなイメージを持っている。同時に、インタビュー調査からは起業家のイメージとして「リーダーシップがある」、「一人でなんでもできる」といった高い能力を示す言葉が挙げられた。

- ③ 高校生が起業に必要と考えている能力に対する自己肯定感は低い。

②で挙げられたような起業家の能力に対して、高校生たちがもつ自己肯定感は低い。起業家に求められる能力は非常に高いものというイメージと、自分の能力の評価の間の差が大きく、それが起業をキャリアの選択肢から外す要因のひとつとなっている。

アンケート調査からも、自分の長所よりも短所に目がいく傾向がみられた。また、高校生という若い世代であるにも関わらず、獲得したい資質を獲得できないと考える生徒は約2割にのぼる。生徒たちが自らの長所に気づき、それを伸ばす機会の提供が求められる。

④ 起業に関するリスクを過大に捉えており、起業による失敗イメージが成功イメージに先行する。

高校生は起業して失敗したときのリスクを大きく捉えており、起業して成功するイメージよりは失敗して全てを失うイメージのほうを強く持っている。一方で、会社員に対しては、指示に従っていれば評価され、責任が軽い仕事をしているという印象を持っており、相対的に楽で責任が軽いと思われている。

②で示されたような高い敬意を起業家に対して持っていて、その敬意は自分のキャリア選択に結びついているものではない。むしろ、自分には無縁の世界で過大なリスクを負うことに対して敬意が払われているといえる。

本研究では、高校生の起業観の現状をこのように捉え、プログラム構築上の資料とする。

3.5 起業家教育プログラムの構築

これらの発見事項を踏まえて、実施する起業家教育プログラムを構築する。構築にあたっては、次のような点を重視する。

まず、生徒自身が発想力を発揮し、アイデアを創造する場面をできる限り多くつくるよう配慮するということである。そのうえで、創造されたアイデアが一般社会で評価される機会をつくる。自分のアイデアが実社会で評価されることで、発想力に対する自信を持たせる。

起業家や自営業者、起業活動との接点が少ないことから、起業家や起業家像を描けない生徒がいたことを考慮して、起業家や自営業者との接点をプログラムに織り込むよう配慮する。このプログラムを運営するのはモデル校の商業担当の2名の教員であるが、複数の企業を立ち上げた経営者であるK氏を外部講師として招くほか、地域の商店街などの自営業者、起業支援者としての金融機関などとの接点を随時設け、このことにより独立して働くことの実態に触れられるようにする。

具体的には、生徒に疑似的な会社をつくらせ、自分達の事業アイデアを活かして、製造・販売活動を行うことを軸にプログラムを構成することとした。疑似的な経営のなかで、事業にともなうリスクを織り込み、それを乗り越える経験を積ませる。

販売活動の機会は、2013年度から2014年度の2年間のうちに合計4回設ける。回を経るごとに活動の難易度をあげていき、徐々によりリアルな創業活動につなげていくようにする。この4回の販売活動をマイルストーンとした起業家教育プログラムを構築する。

(1) 第1回販売活動

第1回の販売活動は、X高校で開催される文化祭を販売の機会として活用することで行う。商品は、地域の商店街からの仕入れることとするが、オリジナル商品の製造の委託や卸値の価格、仕入数、搬入方法等に関して教員は一切関わらず、生徒たち自身に商店主と交渉させる。生徒達は4~5人のグループをつくり、各グループで一社として活動する。活動資金については、生徒会から融資してもらう。

商店の経営者である自営業者と接点を設け会社に雇われる以外の働き方を理解すること、経営者にビジネス上の交渉をすることで自分の考えを相手に伝えることの大切さを理解すること、自分たちのアイデアで商品を選定することやその商品が実際に売れることを体験することでアイデアを出すことへの自信を身につけ商売の楽しさを知ることなどを、学習上のねらいとする。

この活動に照準を合わせ、前後の実施内容を構成した。その内容は表3-13のとおりである。

表 3-13 第 1 回販売活動に向けたプログラム内容

形式	項目	内容
講義	企業の仕組みの理解	社会における企業の役割の理解。ビジネスの流れとビジネスモデル ³² の理解。
講義	起業の役割の理解	起業活動の意義。起業家に必要な力。社会に求められる人材像とその能力の獲得方法。
講義 ワーク	ビジネスマナー研修	ビジネスの現場で必要となるマナーの獲得と、それを通じた各生徒の目指す人物像の設定。
ワーク	ビジネスモデル分析	地域の商店のビジネスモデルを分析。顧客分析、顧客の想像、顧客ニーズ、地元企業との連携について学習。
実践	会社づくり	疑似会社をつくり、販売商品を検討。決定後、事業計画書、行動計画書を作成。
講義	企業の情報発信	チラシやポスターの作り方。
実践	販売活動準備	仕入交渉、チラシ・ポスター作成、会場設営、物品準備。
実践	販売活動	文化祭への出店。（2日間、初日は生徒・教員のみを対象）
講義 実践	販売活動の振り返り	決算。経営活動の分析。次回に向けての反省。

（注）形式のうち、「実践」は販売活動に直結したものをいい、「ワーク」は販売活動に直接はつながらないが生徒の参加型の学習を多く取り入れた内容のものを指す。

（2）第 2 回販売活動

2013 年度 2 学期に地域で開催される商工祭に特設ブースを借り受けて出店する。過去の商工祭のデータ等を活用したマーケットリサーチを行い、その情報に基づいて販売商品を決定し、販売戦略を構築する。販売商品に

³² ビジネスモデルの分析にはビジネスモデルキャンパス（オスターワルダー&ピニユール, 2012）を活用した。ビジネスモデルキャンパスのフォームについては付録 5 を参考のこと。

ついでに制限はとくに設けず、生徒らがグループ毎に発案し、メーカーや卸元に自ら交渉する、あるいは、生徒自身が製造を手掛ける（保健所への手続が必要な場合には、生徒自身が行う）。

資金調達に関しては、地元の金融機関の協力を仰ぎ、銀行から融資を受けるような形式とする。金融機関職員に融資審査のため、事業計画書を精査し、事業性に乏しいプランに対しては助言していただく。

今回は金融機関からの資金調達という場面を設け、自分のビジネスを具現化するために交渉するというハードルを乗り越えさせる。このことで、生徒の真剣な取り組みを促し、生徒が自信を獲得する機会とするというのが大きなねらいである。同時に、金融機関のビジネスの支援者という側面に触れたり、経営者として自社の弱みの克服法を考えたりすることで、生徒が最も恐れる起業にともなうリスクのなかには低減可能なものがあることを理解する。こうした活動について、表 3-14 のように構成した。

表 3-14 第 2 回販売活動に向けたプログラム内容

形式	項目	内容
実践	販売場所の理解と商品の検討	次回の販売活動の出店条件を理解し、競合を分析。それを踏まえて販売商品を検討。
実践	計画づくり	販売商品について、商品の調達方法（製造の場合は原材料手配、製造方法、法令の確認などを含む）の明確化。事業計画書、行動計画書の作成。
講義 実践	事業戦略の構築	SWOT 分析の手法の理解。 SWOT 分析の自分達の活動への応用。
講義 実践	金融機関の役割の理解と融資交渉の資料作成	事業資金を銀行から借り入れるにあたり、企業活動と金融機関の関係を理解する。 融資交渉のための資料を作成する。
実践	融資交渉	銀行への融資交渉、質疑応答、約束手形の発行体験。

講義 ワーク	ビジネスマナー研修	接客用語、クッション言葉の理解。表情、身だしなみ、立ち振る舞いなど接客マナーの学習と実技演習。
実践	販売活動準備	仕入活動、製造活動、ポスター・チラシの作成、必要な物品や釣り銭の準備など。
実践	販売活動	農林商工祭りへの出店（2日間）
講義 実践	販売活動の振り返り	決算。経営活動の分析。次回に向けての反省。

（注）表 3-13 に同じ。

（3）第 3 回販売活動

販売場所として空き店舗等活用する。イベントに出店するのではなく、自らの店舗を構えることで、店舗までの集客も生徒自身の責任で行うこととなる。5 日間という長さで販売活動を継続的に行うことで、より実際の事業活動に近い取り組みとする。

集客から自らの力で行うということは、顧客をつかむところから事業を興す創業活動に近い。どのように自分達の活動を地域住民に知ってもらい、店舗まで足を運んでもらうのかを生徒たちに考えさせる。また、5 日間という期間販売活動を体験することにより、売れ行きに応じて仕入を適宜コントロールするなど、より現実のビジネスに近い形での判断が求められることも予想される。このようなハードルに直面することで、実際の起業活動の理解が促進されるとともに、それを乗り越えた時に自信が醸成されるものと期待される。このような活動を、表 3-15 のような構成で行う。

表 3-15 第 3 回販売活動に向けたプログラム内容

形式	項目	内容
実践	販売場所の理解と商品の検討	次回の販売活動の出店条件を理解し、集客方法や販売商品を検討。

講義 実践	売り場づくり	店舗内の客の動線と売上の関係の理解。 実際の店舗設営の検討。
実践	計画づくり	販売商品について、商品の調達方法（製造の場合は原材料手配、製造方法、法令の確認などを含む）の明確化。事業計画書、行動計画書の作成。 販売計画の実現に向けた広告宣伝活動、サービスについても実施計画を提示。 融資交渉のプレゼンテーション資料作成
実践	資金調達	銀行への融資交渉、質疑応答。
実践	販売活動準備	仕入活動、製造活動、ポスター・チラシの作成、必要な物品や釣り銭の準備、販売活動の事前告知、会場設営など。
実践	販売活動	チャレンジショップでの出店（5日間）
講義 実践	販売活動の振り返り	決算。経営活動の分析。次回に向けての反省。

（４）第４回販売活動

第３回同様に地域の空き店舗を利用して５日間という長さで行う。第３回までは４～５人ずつの小グループでの活動とするが、今回はクラス全体を一つの組織とし部署を設けて役割分担をする。そのことで、組織運営の実態にも触れる。

基本的には第３回の流れを踏襲するが、活動の集大成として原則として生徒による自主的な取り組みとし、次のように構成する。

表 3-16 第 4 回販売活動に向けたプログラム内容

形式	項目	内容
講義 実践	事業に必要な組織	企業内の各部門ではどのような役割を担い、相互にどのように関連しあって事業を運営しているのかを理解する。 そのうえで、自分達の活動に必要な部門を決める。
実践	商品の検討	前回の反省を踏まえて、集客方法や販売商品を検討。
実践	計画づくり	販売商品について、商品の調達方法の明確化。事業計画書、行動計画書の作成。 販売計画の実現に向けた広告宣伝活動、サービスについても実施計画を提示。
実践	売り場づくり	実際の店舗設営の検討。
実践	資金調達	融資交渉、質疑応答。
実践	販売活動準備	仕入活動、製造活動、ポスター・チラシの作成、必要な物品や釣り銭の準備、販売活動の事前告知、会場設営など。
実践	販売活動	チャレンジショップでの出店（5日間）
講義 実践	販売活動の振り返り	決算。経営活動の分析。2年間の活動の振り返り。

3.6 おわりに

第 3 章では、一般的な高校生が起業家や起業活動に対してどのようなイメージを形成しているかを明らかにし、そこで得られた知見に基づいて、今回実施する起業家教育プログラムを構築した。

その結果、まず、高校生の起業家的な動機づけに大きな影響を与える因子として、「アイデアの発想と実行」が抽出された。また、高校生が起業活動や起業家をどうみているのかをみると、起業家は会社員よりも「社会

に貢献している」、「社会的な地位が高い」、「お金持ちである」、「一緒に働く仲間のよさを活かしている」の各項目でスコアが有意に高い。同様にモデル校生徒へのインタビュー調査の結果をみても、高校生たちは起業家を非常に能力の高い人物とみており、そのような人物しか起業できないとさえ捉えている。第2章の文献レビューでみてきたように、日本では起業家が尊敬されない社会であることが起業家輩出の阻害要因となっていると指摘される。しかし、今回の調査では、調査対象となった高校生は起業家に対して、会社員と同等かそれ以上の敬意を抱いていた。しかし、起業家に対して敬意を持ってはいても、高校生のキャリアの選択肢とつながっているわけではない。起業家に敬意を抱いていることと、自分がそのキャリアを選択するかということは別の次元なのである。

「起業家に対する敬意」と「起業家としてのキャリア選択」がつながっていない理由をインタビュー調査に求めたところ、高校生が想定する起業家の資質に対する自己肯定感が低いということ、また起業にともなうリスクを過大に評価しているということがあり、それゆえに将来のキャリアの選択肢から除外しているという傾向がみられた。

このような生徒の状況を踏まえて、起業家や自営業者との接点を設け組織に雇われる以外のキャリアの選択肢もあること、また、実際に自分のアイデアをビジネスとして具現化させるプロセスを体験し、実社会との接点のなかで成功体験を積み自己肯定感を高めていくことを盛り込んだ起業家教育プログラムを構築した。具体的には、実際に商品の企画や仕入、製造、販売を実経験し、そのなかで、資金提供、商品仕入、接客などで実社会との接点をハードルとして設けるというものであり、段階を経て、実社会のビジネスに近づけていくよう配慮する。

次章では、構築したプログラムを実施し、受講後の生徒の変化についてみていき、その効果を検証する。

第4章 プログラムの実施と効果の分析

4.1 はじめに

第4章では、起業家教育の実施により、受講した生徒がどのように起業家や起業活動に関するイメージを修正したのか、その効果をみていく。

まず、実行した起業家教育プログラムの内容について述べる。次に、第3章でも述べた起業家度テストおよびアンケート調査への生徒の回答状況からプログラムの実施前後での生徒の変化を把握する。そのうえで、各授業後に提出された感想文やプログラム実施途中で行った第2回インタビューの結果を分析して、アンケートやテストに現れた生徒の変化の背景を明らかにする。

4.2 起業家教育プログラムの実施

第3章で既述した起業家プログラムについて、2013年度から2014年度にかけて実行した。実施内容は次のとおりである。

(1) 第1回販売活動

第1回の販売活動は、自校の文化祭に模擬店を出店することで行った。

準備に先立つ事前学習では、仕入交渉先となる商店を分析対象としてビジネスモデルキャンパス（オスターワルダー&ピニュール, 2012）を作成した。このフレームワークに基づき、顧客、地域性、企業間の連携、仕入活動、販売活動について学習し、商店（製造小売業）の事業構造について理解した。

生徒たちの販売商品については、地域の商店に交渉をして、生徒自身のアイデアを反映したオリジナル商品の製造を委託するという条件を付した。アイデアの具現化を生徒たちに体験させるとともに、地元商店の経営者に対して交渉する経験を積ませることを狙った。仕入数については生徒が自分達で決めて、依頼するというようにした。必要な経費については、生徒

会の予算から借用した。



図 4-1 第 1 回販売活動（文化祭）

（2）第 2 回販売活動の内容

第 2 回販売活動は、地元の農林商工祭りに出店するという形で行った。

事前学習では、商業高校のマーケティングの授業での学習内容を活用し、前年までの農林商工祭りのデータを元に、顧客セグメントや競合店を分析した。また、一般客への接客の準備として、外部の研修会社から講師を招き、接客マナーを学習する機会を設けた。

生徒達の実践学習では、仕入に関する制限をなくし、生徒の交渉次第で全国のどこから仕入れてもよいこととした。必要な手続きをとったうえで生徒自身が製造したものを販売することも可能とした。

必要資金は融資することとし、地域の金融機関の協力のもと職員を派遣していただき、事業計画書の審査を依頼した。この金融機関へのプレゼンテーションは、生徒たちにとって大きなプレッシャーを与えた。ほとんどの生徒にとっては、学外の人にプレゼンテーションを行うのは初めての経験であったうえ、この融資審査に合格しなければ融資が受けられず、活動が前に進まないという設定となっていたからである。協力者である地域の金融機関職員からは、その商品が売れると考える理由や、価格設定、仕入個数の根拠などについての質問が生徒達に投げかけられた。こうした質問に的確に答え、審査する金融機関職員の納得を得ることを融資の条件とし

た。

今回の販売活動の舞台となるイベントには、多くの地元商工関係者が出店することから、生徒たちはこれらの店を競合として理解した。前回の文化祭での活動では、顧客の大半が生徒や教員などの学校関係者であったが、今回は一般来場者を顧客として販売する点も前回との違いである。



図 4-2 第 2 回販売活動（農林商工祭り）

（3）第 3 回販売活動の内容

第 3 回の販売活動は、町内商店街の空き店舗を借りて行った。これまでの活動は 2 回ともイベントの中で行われており、生徒たちはそのイベント自体への集客を行ったわけではなかった。それに対して、今回は店舗への来客を促すところから生徒自身で行う必要があり、集客のための戦略を構



図 4-3 第 3 回販売活動（空き店舗活用）

築する必要があった。販売日数は5日間と、過去2回が2日間の販売活動であったのに比べれば長いものとなり、その分、リピーターを確保することや仕入のタイミングを判断することも生徒たちにとって課題となった。

このほかの資金の調達や仕入については前回と同様にした。

(4) 第4回販売活動の内容

第4回目の販売活動は、第3回と同じ地域の空き店舗を借りて5日間の日程で行った。組織を学ぶ機会を設けるといふねらいがあったことに加え、生徒の進学・就職活動の時期と重なることからグループ活動が難しいことを背景として、クラス全体をひとつの会社として扱うこととした。このため、総務、販売、企画、仕入の各部署に分かれて活動した。



図 4-4 第4回販売活動（空き店舗活用）

4.3 プログラムを通じた生徒の変容

4.3.1 アンケート調査および起業家度テストの結果

本研究では、受講者の変化を把握する目的で、アンケート調査と Caird (2009) の起業家度テストを実施した。起業家教育プログラム受講者である X 高校ビジネスコースの生徒(n=22)に対して、プログラムの実施前の2013年6月、プログラムを開始して1年経った2014年6月、そして卒業

直前の 2015 年 2 月の合計 3 回、同一内容でアンケートとテストを行った。

(1) アンケート調査による効果測定結果

まず、アンケート調査への回答がどのように変わったのかを。

①受講生の起業への意欲と自信の変容

受講生について起業に対する自信や意欲の状況を示したのが表 4-1 である。これによると、起業家教育開講前に行った第 1 回調査では、受講生徒のうち「意欲」も「自信」も示さなかった生徒は全体の約 1/3 に過ぎなかった。ところが、起業家教育を進めるうちに、起業への「意欲」も「自信」も示さない生徒は増え、卒業前の時点では 8 割近い生徒が「意欲」や「自信」について「ない」とするようになっており、起業への意欲 ($p < .01$)、自信 ($p < .05$) とともに有意に低下した。

表 4-1 受講者の起業への意欲と自信の変化

(n=22)

		起業家になりたい(意欲)								
		第1回			第2回			第3回		
		そう思う	どちらともいえない	そう思わない	そう思う	どちらともいえない	そう思わない	そう思う	どちらともいえない	そう思わない
起業家になれる(自信)	そう思う	1	0	0	1	0	0	0	0	0
		4.5%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	どちらともいえない	1	7	3	0	3	2	2	1	2
		4.5%	31.8%	13.6%	0.0%	13.6%	9.1%	9.1%	4.5%	9.1%
	そう思わない	0	3	7	0	2	14	0	0	17
		0.0%	13.6%	31.8%	0.0%	9.1%	63.6%	0.0%	0.0%	77.3%

注：表 3-5 の注に同じ。上段は人数を表す

生徒の変化の内訳をみると、まず、第 1 回調査で「意欲」も「自信」もなしとした 7 人について、第 3 回調査で別の回答を行った者（「意欲」また

は「自信」のいずれかが「そう思う」となったもの)は1名のみで、それ以外の者は「意欲」または「自信」がない状況のままであった。また、第1回調査で意欲・自信の有無について「どちらともいえない」とした7人のうち、第3回調査で「意欲も自信もない」とした者は4人になった。この点について、どのような要因が起業の意欲や自信を低下させたのか、後述するインタビューや感想文から探ってみたい。

②社会人、企業へのイメージの変容

一方、3章でみてきた「起業家」、「既存企業経営者」、「会社員」のイメージと、「ベンチャー企業」、「既存企業」のイメージについて、受講生徒の見方がどのように変容したのかを示したのが表4-2である。

その結果について、受講生徒の1回目調査と3回目調査を比較すると、「既存企業経営者は社会的な地位が高い」、「起業家は自分の好きなことをしている」、「既存企業経営者は苦勞が多い」、「会社員は責任が重い」、「ベンチャー企業は世の中に新しい価値を提供している」、「既存企業は世の中に新しい価値を提供している」の各項目で有意に肯定的な意見が多くなった(いずれも $p < .05$)。

まず、既存企業の経営者については、「社会的地位の高さ」、「苦勞の多さ」についてはいずれも起業家については第1回調査から比較的高い値を示していた。創業したか否かに関わらず、経営者全般に対して、苦勞は多いが、社会的な地位が高いと捉えるようになったといえよう。次項以降でみていくように、生徒たちは起業家教育プログラムを実践していくなかで、様々な困難に対峙する。そのなかには必ずしも創業者に固有の苦勞ではなく、経営全般に係るものもある。こうしたことから、経営者の苦勞を理解していったものと思われる。同時に、プログラム中、指導者として参加した外部講師のほか、地元の商工関係者や他地域の菓子メーカーなど様々な経営者に出会った。地元のイベントで活躍し地域から敬意を払われている経営者に接することにより、経営者の社会的地位の高さを理解していったものと思われる。

表 4-2 社会人、企業に対する受講生徒のイメージの変容

(5点満点)

		第1回		第2回		第3回		p ²⁾
			p ¹⁾		p ¹⁾		p ¹⁾	
(2) 社会的な地位が高い	起	4.05	-	3.86	-	3.95	-	
	経	3.73		3.86		4.32		*
	会	3.09	**	2.82	**	2.73	**	
(4) 自分の好きなことをしている	起	4.00	-	4.59	-	4.59	-	*
	経	3.64		3.45	**	3.82	**	
	会	3.23	*	2.86	**	3.00	**	
(10) 苦勞が多い	起	4.41	-	4.59	-	4.77	-	
	経	4.18		4.41		4.73		*
	会	4.23		4.05	*	4.41	*	
(20) 責任が重い	起	4.64	-	4.45	-	4.77	-	
	経	4.50		4.64		4.64		
	会	3.45	**	3.50	**	3.91	**	*
(22) 世の中に新しい価値を提供している	ベ	3.82	-	3.86	-	4.41	-	*
	既	3.32		3.36		3.95	**	*

注: 「起」は起業家、「経」は非創業経営者、「会」は会社員、「ベ」はベンチャー企業、「既」は既存企業をそれぞれ表す。

p¹⁾ (1)~(20)は「既存企業の経営者」もしくは「会社員」と「起業家」との有意確率、(21)~(28)は「既存企業」と「ベンチャー企業」との有意確率。

p²⁾ 各コースの第1回と第3回調査間の有意確率

また、起業家が「好きなことをしている」という点については、生徒たちが起業家教育プログラムのなかで自分のアイデアを実現したということ投影している。後述する第2回インタビューでも、「起業すれば自分の好きなことができる」という発言は多くの生徒から聞かれた。

一方、会社員のイメージであるが、第3章3項でみてきたように、生徒たちの多くは起業家の責任を重すぎると捉える反面、会社員は責任を負わない気楽な立場という見方をした。しかし、起業家教育プログラムを体験してみて多くの生徒が働くことの印象を書き替えた。組織で役割を分担し、その担った役割のなかで責任を果たしたことで、生徒達は課題を乗り越え

るといふ成功体験をした。このことで、ポジションに関わらず働くことには責任が伴うことを理解したのである。

企業のイメージについては、ベンチャー企業であっても既存企業であっても、「世の中に新しい価値を提供している」という印象が変わった。生徒たち自身が4回の販売活動を通じて、地域に新しい価値を提供しようと腐心してきた。また、地元の商店や全国の仕入先と接点を持ったことで、企業が商品を企画・製造する際の新しい価値創造を具体的に知ることとなった。こうした自身の経験が、事業活動のイメージを変え、いかなる企業も新しい価値の提供という役割を担っているという理解をするようになったのであろう。

(2) 起業家度テストの結果

第3章で述べてきた起業家度テストを再度利用して、生徒の変化をみてる。第3章でみてきた県内商業高校生ならびにX高校のビジネスコース生徒に対するテストのスコアをオリジナルの集計法に沿って得点化したのが表4-3である。県内商業高校生については2,000人を超す十分な母数があることからこれを高校生の基準値のスコアとして採用する。

表 4-3 起業家度テストのスコア平均値の推移

		達成欲求		自律性		創造性		リスクテイク ^a		統制の所在		合計 (100点満点)	
			p		p		p		p		p		p
基準値 (県内商業高校生平均) (n=2,578)		10.35	-	4.51	-	10.10	-	11.87	-	12.21	-	49.03	-
X高校 受講生徒 (n=22)	第1回平均	10.94		3.54	*	9.34		11.36		13.22		48.40	
	第2回平均	11.03		4.21		10.77		11.11		12.71		49.83	
	第3回平均	12.54	**	7.58	**	12.79	**	12.04		10.86		55.81	**

pは基準値との有意確率。

** : p<0.01, * : p<0.05

注：このテストは54点満点となっているのを100点満点に換算した。

X校生徒への調査は、第1回は2013年6月、第2回は2014年6月、第3回は2015年2月にそれぞれ実施している。

その結果をみると、まず、X高校の生徒の受講前の状況は、「自立欲求」スコアが有意に基準点を下回ったほかは、いずれの項目も基準点との有意

差は認められなかった。しかし「達成欲求」、「自立性」、「創造性」の各項目についていずれも回を追うごとにスコアを伸ばし、第3回調査では基準点を有意に上回っている。そのほかの、「リスクテイキング」については概ね横ばい、「統制の所在」についてはスコアを下げる傾向がみられた。合計点でみると、第3回のX高校の生徒のスコアは基準点スコアを有意に上回っている。

これらのアンケート調査やテスト結果を踏まえて、次項では感想文とインタビューから、個々の生徒の変化の様子をみていく。

4.3.2 生徒の感想文、第2回インタビュー調査の分析

ここでは、プログラムを通じてどのように生徒が変化したのかを、彼らが授業終了後に書いた感想文と中間時点（2014年6月）で行ったインタビューから捕捉し、生徒の変化を分析する。

以下では、この生徒の感想文での表記内容およびインタビューでの発話内容について第1回から時系列で分析していく。分析にあたっては、第3章同様に大谷(2008, 2011)の質的分析手法「SCAT (Steps for Coding and Theorization)」を用いる。各表中では、SCATによる「<1>テキストの中の注目される語句」について、「インタビュアーの発話」のなかの下線に代えて示した。さらに、「<4>浮き上がるテーマ・構成概念」と、それを元にしたコードを記す。

(1) 事例1：<1、男子生徒>

第3章で言及した事前インタビューで、起業家の高い能力を指摘し、それに対して自分はそのような能力を有していないため起業をキャリアの選択肢としないとした男子生徒である。

①第1回販売活動

第1回の販売活動の準備から反省に至る感想文の内容は次の表4-4のとおりである。

表 4-4 生徒<1>第1回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
6/21 (準備)	最初は、去年まで先輩たちがやってきた模擬店と同じような感じでやれば良いと思っていたが、実際は、どうすればお客が買ってくれるのかというものだったので、 <u>段違いに難しくなった</u> と思う。	課題の予想外な難しさ	不足する知識・能力の気づき
	事前に地元の商店のことについて分析したが、その商店とコラボレーションして商品を作って売るということを考えるのは、思ったよりも大変だ。商品決定にとっても時間がかかった。 <u>売れる商品を考えるのは思った以上に大変だ。</u>	広がらない発想	不足する知識・能力の気づき
7/5 (準備)	事業計画書づくりを実際にやってみて、少なくとも <u>今の自分では絶対に一人で作ることにはできないだろう</u> と思うくらい難しかった。	不足する力を補いあつての課題クリア	チームの協力による成功体験
8/30 (反省)	文化祭で初めて自分の店で商品の販売をした。自分で一から考えるものだったので、 <u>たくさん時間をかけてもなかなか進まないことがあり大変だった。</u>	進まない議論	不足する知識・能力の気づき
	文化祭を終えてみて、 <u>事前に習ったことを活かしていれば計画書はもっと確かなものを作れたのではないか</u> と思っている。	今後の改善への自信	理論の有用性の気づき

以上のことから、第1回販売活動の事前準備から振り返りまでの期間で、生徒<1>について次のような変化がみられた。

【第1回販売活動での生徒の変化】

- 学習内容を実社会で応用することの難しさに接し、自分の知識や能力の不足に気づいた。

- チームのメンバーと協力することで足りない情報を補いあい一人では解決できない課題に対応できることを理解した。
- 販売活動後の振り返りで、事前学習の有用性に気づいた。

②第2回販売活動

次に、第2回販売活動に関する一連の活動の感想文をみていく。

表 4-5 生徒<1>第2回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
9/20 (準備)	何を売るかを班で考えたが、 <u>予想以上にアイデアにつまってしまった</u> 。班で話しているも、 <u>たびたび会話が止まってしまい思うように進まない</u> 。先生にとりあえず会話しろといわれてやってみたが、やっぱり思うように会話を続けることができなかった。	発想することの難しさへの直面 停滞する議論	不足する知識・能力の気づき
	これほどまでに何を売るのかを決められないと、 <u>まだまだ自分にはマネジメント基礎の力がついていない</u> と実感した。	不足する力への理解	不足する知識・能力の気づき
11/22 (反省)	販売活動をしてみて、 <u>始まる前はわかっていなかったことがわかってきて、実際にやってみないとわからないことが多いんだ</u> と思った。	体験からの学び	体験による知識の獲得
	最後には、自分達の班が売れ残ってしまったが、そのとき、 <u>他の班の人たちが手伝ってくれて本当に助かった</u> 。	協力の大切さの理解	チームの協力による成功体験

	最初はよくわからないことばかりだったけれど、 <u>いろいろな経験を通じてわかるようになってきた。</u>	活動を通じた成長の理解	体験による知識の獲得
	<u>先生から出される課題は、本当にできるのかわからない。</u> 実際にやってみると大変だし難しいこともたくさんあるけれど、 <u>終わってみると達成感がある。</u>	課されたハードルをクリアすることで得られる達成感	成功体験による自己肯定感の獲得
12/17 (決算)	帳簿上での計算と、実際に残っているお金が一致しなかったので、原因を考えた。結局、一致させることはできなかったが、 <u>管理の大切さを身に染みて感じる</u> ことができた。今回はこれでも良かったのかもしれないが、社会に出たらそのような甘いことは言っていられないということを心に刻んでおきたい。	失敗を通じた学び	不足する知識・能力の気づき
	農林商工祭りでは、文化祭とは違う改善点が見つかった。 <u>経験を積むたびに新しい発見がある。</u>	繰り返すことでの新たな知識の獲得	体験による知識の獲得
1/31 (キャリア指導)	今回の授業では一人一人が発表する機会がたくさんあった。以前の自分なら緊張してうまくしゃべれなかったが、 <u>なぜだか今回は緊張することもなく、うまくやる</u> ことができた。このことから自分は以前より成長できたと思った。 <u>販売活動で鍛えられた</u> のかもしれない。	人前で堂々と話すことでの成長の実感	成功体験による自己肯定感の獲得

以上のことから、第2回の販売活動での生徒<1>の変化は次のとおりである。

【第2回販売活動での生徒の変化】

- 課題に対応するために議論してもアイデアが出ず、自分の能力不足を痛感した。
- チームで協力することで、課題をクリアできることに気づいた。

- 困難な課題をクリアすることで、成功体験を得て、自己肯定感を獲得した。
- 苦手意識を持っていた人前で上手に話すことの上達に気づき、成長を実感した。

③第2回インタビュー調査

3 学年のはじめには、1 年間の活動を振り返ってのインタビューを行った。そのインタビューの内容は表 4-6 のとおりである。

表 4-6 生徒<1>の第2回インタビュー調査の発話コーディング

テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
戦略みたいなことを考えることがやっぱり厳しい。計画書つくるのが難しいですね。予想がつかないですね。 <u>先のことを考えるのが大変</u> でしたね。	予測することの難しさ	不足する知識・能力の気づき
楽しいっていうか、やっていてよかったなっていうのは、そういう <u>全部終わってやりきった時の達成感</u> は、 <u>すごかったです</u> 。売り切れたとき、全部終わった達成感。完売した時は嬉しかったです。	チャレンジすることで得られる達成感	成功体験による自己肯定感の獲得
発言すること、話し合いに参加することはできるようになったかなって思います。 前は考えているけれど、指されるまで言わないみたいな、あんまりちょっと、一歩ひいたようなところにいた感じでしたけど。今は、結構、 <u>自分から言える</u> ようになりました。	自分の意見を言うことに対する自信の獲得	活発な意見交換 チームへの貢献
(変わったのは、自分の)気持ちですかね。 <u>言わなきゃ、って思う</u> ようにもなったし、もうずっとやってきているので、 <u>言いやすい</u> って気持ちもある。	発言しやすい雰囲気醸成	活発な意見交換 チーム内の雰囲気の変化

間違ってもいいやと思っています。それだったら、自分で考えて言わないより、 <u>間違っ</u> てそれを <u>班の人</u> に指摘してもらったほうが、 <u>班にとって後々いい意味を残す結果になるかな</u> と思います。	間違うことへの抵抗感の低減	チームへの貢献
たぶん前には気づかなかった、 <u>考える余裕のなかったこと</u> まで考えられるようになったと思います。	考える対象の幅の広がり	成功体験による自己肯定感の獲得
(起業活動は)向いている人じゃないと難しいんじゃないかな。やっぱ、 <u>どんどん相手と話し込んでいけるって</u> いうか。 <u>話し合いに向いているって</u> いうか、 <u>討論に向いている人かな</u> あ。	起業活動での議論の大切さ	起業家の理解 チームによる成功確率の向上
でもやっぱり <u>思っている以上に複雑なことをしなくちゃいけないんじゃないかな</u> って思うようになりました。	起業活動の複雑さ	起業活動の理解
自分が起業する可能性は、とりあえず今は考えていないので、0%かな。友達に起業に誘われたら、たぶん、その時の自分の就いている仕事と比較する。そんなに長く続けていてもその仕事に慣れないで、 <u>自分に向いていないみたいなことを感じていたら、話に乗るかもしれない</u> です。	チーム・アントレプレナーシップの可能性の示唆	キャリアの選択肢としての起業

以上のことから、生徒<1>には次のような変化が認められる。

【生徒の変化】

- 当初は活発な議論ができなかったが、次第に深い議論ができるようになった。
 - 正解のないことを議論するなかで、どんなことでもいいから発言したほうがいいという場の雰囲気がチーム内に醸成された。
 - 間違わないことより、発言したほうがいいという新たな価値基準を持ち、積極的に発言するよう態度が変化した。
 - 議論することで活動が進んだことから、実際に起業活動を行う起業家も議論に向くことが必要と想定した。チームで起業することによる成功確率の高まりを理解した。

- 個人で起業することは想定していないが、将来、起業活動に誘われたとき、起業活動へ関与することも選択肢に入ると考えるようになった。

④第3回販売活動

次に、第3回販売活動に関する一連の活動の感想文をみていく。

表 4-7 生徒<1>の第3回販売活動に関連した感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
5/8 (準備)	今回から新しい班となり、ちゃんと話し合いをできるか不安なところも少しあったが、 <u>思ったよりも参加することができた。</u>	積極的に発言する力が身についていることの気づき	成功体験による自己肯定感の獲得
7/3 (反省)	チャレンジショップの準備が進んだ。店のレイアウトを決めるときの全体での話し合いでは、 <u>自分の意見の出し合いになっていてよかった</u> と思う。	クラス全体の成長の実感	活発な意見交換

以上のことから、生徒<1>の第3回販売活動での変化は次のとおりである。

【第3回販売活動の生徒の変化】

- 消極的な自分が、積極的に話し合いに参加できるようになっていることに気づく。
- クラスの生徒ひとりひとりが自分の意見を言えるようになっていることに気づき、全体の成長を実感する。

また、一連の販売活動により、次のような変化があった確認される。

【一連の活動を通じたこの生徒の変化】

- 消極的な性格を自覚していたが、発言しなければならないという状況

から、間違えてもいいから積極的に自分の意見を言おうとする態度を身につけた。

- チームで話し合ったり協力したりすることで、困難と思われた課題を乗り越えた。
 - このことは実際の起業にも有効であると気づき、討論に向く人が起業に向くのだと理解するようになった。また、当初は、起業の可能性を否定したが、活動を通して、仲間に創業活動に誘われた場合に加わる可能性があると感じるようになった。
- 学んだ理論を応用することで事業計画書の精度が増すと考え、学習の有効性に気づいた。

(2) 事例2：<7、女子生徒>

第3章の事前インタビューで、起業したくない理由として「責任の重い仕事に就きたくない」ことを挙げ、「上司の指示に従えばいい会社員」を志向した<7>の女子生徒について、その変化をみていく。

① 第1回販売活動

第1回の販売活動の準備から反省に至る感想文の内容は表4-8のとおりである。

表 4-8 生徒<7>の第1回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
6/21 (準備)	商品を考えて。結局、5時間たっても話がまとまらず <u>一つのことを決めるのにも時間がかかり、難しいものだ</u> と思った。	議論に不慣れな生徒	不足する知識・能力の気づき
	でもやっているうちに、 <u>自分が思っていたよりもたくさんの発想ができて、楽しみながら行うことができるようになった。</u>	外的刺激による多くの発想	自分のなかにある知の発見

	他の人たちの発表を聞き、自分では思いもしなかった発想がたくさん出たのでおどろいた。 <u>様々な思考があるのだ</u> など思った。	他者との議論による多様な意見の気づき	チーム内の雰囲気の変化
8/30 (反省)	お店が決まってから商品決定までは思っていたよりもスムーズにいった。ただ、商品が決まってからが大変で、週一回ぐらいのペースで交渉に行った。このような経験は初めてで、 <u>どうしたらいいのかわからなかったが、友達と協力しながら交渉を成立させることができた。</u>	友人との協力による困難の乗り越え	チームの協力による成功体験
	売上表・仕入表の作成、消耗品・備品の購入。これらは私が思っていた以上に大変だった。しかし、その大変な分、自分がいままで経験したことないことを、 <u>自分なりに工夫して自分なりにできた</u> ことは、よい経験になったと思うし、楽しかった。	自己効力感の獲得	源泉の知の活用
	決算をしたら、思っていたよりも利益が少なかったが、 <u>自分たちがこれだけ儲けることができた</u> と思うとうれしかった。	稼いだことで得られる自信	成功体験による自己肯定感の獲得
	売れ残りが怖くて少ししか仕入れなかったら、買えないお客さんがいた。 <u>次は挑戦する気持ち</u> を込めて、多めに仕入れたい。	適度なリスクの受容	成功体験による自己肯定感の獲得
	計画のときに少し面倒くさいなと思い、 <u>辞退したいな</u> という気持ちがよぎった。 <u>終わってみると、達成感でいっぱい</u> でここまでがんばってきてよかった。今回計画から販売までともに頑張ってきてくれた <u>班のメンバー</u> にはとても感謝している。班のメンバーの3人は、 <u>自分の足りないところを指摘</u> してくれて、よいところはほめてくれて、いいメンバーに恵まれたと思った。いろいろ大変なことがあったが、目標である完売を達成できたのでよかった。	活動への消極的な態度 活動後の姿勢の変化 チームで協力することでの成功確率の向上	チームの協力による成功体験

以上のことから、この生徒<7>には次のような変化が認められる。

【第1回販売活動での生徒の変化】

- 自分のなかに暗黙的にある知識を活用し、課題に取り組んだ。
- 予想外の多様な意見に戸惑い、議論を収斂させることに苦労するが、友達の意見から解決の糸口をつかんだ。仕入交渉の困難を友達との協力により乗り越えた。
- リスクを回避し、当初の目標である完売を容易にクリアできる量しか仕入れなかったが、早々に売り切れ販売するものが無くなったことから、適度なリスクを許容するようになった。
- 自分自身の力でお金を稼げたことで販売活動への自信を持った。
- チームで協力することで成功確率が上がることを理解した。
- 当初は消極的な参加姿勢であったが、終了時には達成感を感じた。

②第2回販売活動

この生徒の第2回の活動内容にともなう感想文は表4-9のとおりである。

表 4-9 生徒<7>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
11/8 (準備)	農林商工まつりでの出店に向けて準備をした。 <u>買ってくださるお客様ひとりひとりが笑顔になってまた食べたいと思う商品を目指してがんばりたい。努力すればその分返ってくる</u> と思うので、努力を惜しまずがんばっていきたい。	顧客志向の成果としての利益獲得	成功体験による自己肯定感の獲得
11/22 (反省)	今回の反省は、売上表を正確に書けなかったことと、一人一人がしっかりと役割を把握せずに全員が同じ仕事をしていたことだ。 <u>今後は、一人一人がしっかりと役割をもち、その役割を把握するようにしたい。</u>	組織として役割を担うことの必要性の理解	不足する知識・能力の気づき

以上のことから、第2回販売活動での<7>の生徒の変化として次のことがいえる。

【第2回販売活動での変化】

- 顧客に喜んでもらうことで、自己肯定感を獲得した。
- 失敗を通じて、組織のなかで各メンバーが役割を果たすことの必要性に気いた。

③第2回インタビュー調査

1年間の活動を振り返る第2回インタビュー調査の内容は表4-10のとおりである。

表 4-10 生徒<7>の第2回インタビュー調査の発話コーディング

テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
<p>今まではそういうモノを売るっていう経験が少なかった。ただ単に人と仲良くして、コミュニケーションをとればよかったのだけれど、モノを売る経験を通じて、<u>実際相手に対してどういうふうなことをすればより相手にとって都合がいいのかっていうのを深くまで考えられるようになりました。</u></p>	<p>相手が受け止めやすい表現方法の工夫</p>	<p>体験による知識・能力の獲得</p>
<p>(起業家への印象が変化した点は) 起業家の人たちは、自分たちでお金のやりくりをしたり、店とか会社を受け持ったりしているので、<u>大変なことを自分たちで進んでやろうと思っている姿勢</u>はすごいなと思っています。</p>	<p>自分達の活動の大変さ 苦勞を引き受ける起業家</p>	<p>起業家の理解</p>
<p>(起業の大変な点は) お金のやりくりもあるけど、<u>一番は会社に入ってきた社員をまとめて、社員の切り盛りをしっかりとできないと、たぶん会社はつぶれてしまう。信頼関係もあるので、そこらへんをやりくりするのは大変だと思います。</u></p>	<p>会社の失敗要因の理解 社員をまとめることの重要性</p>	<p>起業活動の理解 チームの協力による成功体験</p>
<p>(起業家に必要な能力は) 人をまとめる力と、相手の立場、自分が優位にたてる立場ではなくて、下の人たちの立場にたって考えられるっていう、<u>相手の気持ちを考えたりする能力</u>だったりとか、<u>社員とコミュニケーションをとれる能力</u>だったりとか。</p>	<p>起業家に求められる相手の立場に立ったコミュニケーション</p>	<p>起業家の理解</p>

<p>(自分で起業したいとは) 思わないです。自分ほどの職についてもそうだと思うんですけど、<u>責任が重い、そういう感じの職に就くのはちょっとイヤで。</u></p> <p>自分は<u>まだ</u>ちょっと、精神的に強いついていえる人ではないので。人をまとめられるだとか、信頼されるっていうのとか、仕事に対しての責任感はまだ薄いと思うので。そういうのに自分は向いていないと思うので、会社を作ることは考えていません。</p>	<p>責任の重いことをしたくない</p> <p>将来に向けた成長の示唆</p>	<p>低い自己肯定感</p> <p>不足する知識・能力の気づき</p>
<p>(起業のいい点は) 自分のやりたいことができるどころとか、<u>自分が上から指示されるのではなくて、自分で考えたことを実践していたりして。ま、今みたいな活動になると思うんですけど、なんか自分たちで計画たてて実践してみて、自分の悪かったことを改善して、また店を開いてっていう繰り返しだ</u>と思うので。<u>自分で考えてできるので、その辺は楽しそう</u>だと思ってます。</p>	<p>現在の活動の延長線上にある実際の起業活動</p>	<p>起業活動の理解</p>
<p>私、妹がいるんですけど、妹がお菓子関係に進もうとしていて。もしも自分の職が会社を退職とした時に一緒に妹とお菓子の会社をやれば良いなということは、考えます。</p>	<p>仲間と一緒に起業の可能性</p>	<p>キャリアの選択肢としての起業</p>

以上のことから、1年間の活動から生徒<7>の次のような変化が捉えられる。

【生徒の変化】

- 接客の体験から、相手が受け止められるような表現が身についたとしている。
 - 相手の立場に立ったコミュニケーションは、起業家に必要な能力としても挙げていることから、起業家的な能力の獲得を自覚しているといえる。
- 実際に自分の成長を自覚することで、起業家的能力が獲得可能なものであることを理解した。
- 「上から指示されずに、自分のアイデアを具現化できること」を起業家の良さとして指摘しており、実際に自分のアイデアを具現化した経験から達成感を獲得し、起業の良さを理解した。

- 自分達の活動の延長線上に実際の起業もあると理解し、起業活動が「知らないこと」から「知っていること」に変化した。
- 起業することをキャリアの選択肢のひとつとした。

④第3回、第4回販売活動

第3回、第4回の販売活動のこの生徒の感想文は表4-11のとおりである。

表 4-11 生徒<7>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文 作成日	テキスト	<4>テーマ・ 構成概念	コード
第3回 5/8 (準備)	今回の活動でメンバーの一人一人の意見を尊重できれば、 <u>よりよい販売方法を考えられると思う。</u>	仲間の能力に対する信頼	チームによる成功確率の向上
	7月に行うチャレンジショップでは、 <u>自分たちでどこまでできるのか挑戦したい。</u>	自分達の能力への信頼	チームによる成功確率の向上
7/30 (反省)	サービス用のぬり絵を小学生に提供したら、それがきっかけでお客さんが来て、商品の売上が伸びた。ぬり絵の効果もあって、土日の売上は心配したほど下がることはなかった。 <u>一つの工夫でここまで状況が変わるんだなと改めて実感することができた。</u>	自分の工夫が成功したことの満足感	成功体験による自己肯定感の獲得
	<u>経営についてもっと知りたい</u> と思い、顧客と従業員の両方の満足度が高い企業は成功するという本を読んだ。次回のチャレンジショップでは、 <u>この顧客・従業員の満足度が今までよりも少しでも高くなるように、みんなと一緒にがんばりたい。</u>	自発的な経営情報の収集	理論の有用性の気づき 学習意欲の向上 チームへの貢献

以上のことから、第3回、第4回を通じての生徒<7>の変化は次のとおりである。

【第3回、第4回販売活動での変化】

- チームのメンバーの能力を信頼し、より高い目標を掲げるようになった。
- 自分たちの戦略が奏功し、販売状況を変化させることに成功したことで、自己肯定感を獲得した。
- 顧客のみならず、一緒に働く仲間の満足も高めようとするようになった。
- 理論の有用性に気づき、自ら経営に関する学習をするようになった。

また、一連の販売活動により、次のような変化があった確認される。

【一連の活動を通じたこの生徒の変化】

- 起業家について、「一方的に指示を出す存在」から、「顧客・従業員に寄り添って、両方の満足を引き出すようなコミュニケーションをとる人物」に捉えなおした。
- 成功体験を積み、商売を通じての達成感を得た。戦略が奏功したことを通じて、販売活動がコントロール可能なものであると気づいた。（→「
- 販売に対して自信を持ち、適度なリスクを受容するようになった。
- 活動前には「指示を受ければいい会社員」志向していた。しかし、活動途中から「指示を出して、自分のアイデアを具現化できることが起業家の魅力」とするようになった

（3）事例3：＜15、女子生徒＞

この生徒は、第3章の事前インタビューで、起業家を高い能力を持つ人物と捉え、そのような能力を持ちあわせないことから、起業をキャリアの選択肢から外したとしている。

①第1回販売活動

生徒<15>の第1回の販売活動の準備から反省に至る感想文の内容は表4-12のとおりである。

表 4-12 生徒<15>の第1回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
6/21 (準備)	話し合いのなかで、私は自分の意見が言えないことに気づいた。 <u>自分のことなのに、今まではわかっていなかった。</u> 将来のためにも残りの高校生生活のなかで治したい。	意見が言えない自分の発見 活動と自分のキャリアの結びつけ	不足する知識・能力の気づき
8/30 (反省)	文化祭の振り返りをした。文化祭一日目は各班ともあっという間に完売してしまい、 <u>仕入の仕方が甘かったと実感した。売れ残るかもしれないということ</u> を怖がって少く仕入れてしまっていた。	リスクをとらなかったことへの反省	起業活動の理解
	ビジネスの大変さを改めて理解した。 <u>生半可な気持ちで挑んだらダメだ</u> と思った。しっかり責任をもってやり遂げなければと思った。	真剣な取り組み姿勢への変化	不足する知識・能力の気づき

以上のことから、第1回販売活動を通じての生徒<15>の変化は次のとおりである。

【第1回販売活動での変化】

- 話し合いを通じて、意見が言えない自分の能力の不足に気づいた。
- リスクをおそれ、確実に売れる量のみしか仕入れなかったことで売るのがなくなってしまった事態に直面し、適度なリスクをとることがビジネスでは必要であると気づいた。
- ビジネスの大変さを知り、活動に真剣に取り組むようになった。

②第2回販売活動

生徒<15>の第1回の販売活動の準備から反省に至る感想文の内容は表4-13のとおりである。

表 4-13 生徒<15>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
10/18 (融資交渉)	さまざまな失敗から学んで成長できていると思う。将来のために今自分ができることを一生懸命にやり、これからもっと吸収したい。 <u>貴重な体験</u> ができてとても嬉しい。	成長の自覚	体験による知識・能力の獲得
11/8 (融資)	自分達のライバル店が何店舗あって、どうしてその店がライバルとなるのかを分析して話し合った。 <u>分析してわかったことから、さらに深く考えていかなければならないという起業の苦労が少しわかった。</u>	自分達の活動の延長線上にある現実の起業活動	起業活動の理解 理論の有効性の気づき

以上のことから生徒<15>の第2回販売活動での変化について、次のことがいえる。

【第2回販売活動での変化】

- 体験を通して、知識や能力が獲得できていることを自覚した。
- 自分達の活動の延長線上に実際の起業活動があると理解した。
- 理論を活用して分析することが、経営に有効であると理解した。

③第2回インタビュー調査

この生徒が第2回インタビュー調査での発話内容は、表4-14のとおりである。

表 4-14 生徒<15>の第2回インタビュー調査の発話コーディング

テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
<p>1年前は起業家って、1人で会社をたてる、1人で物事をやって、それから他の人を集めるっていう感じだったけど、今は、<u>同じ目的を持つ仲間が集まって、そこからみんなで何かを目指していくような感じにイメージが変わった。</u></p>	<p>志を共にするチームで起業するという起業に対するイメージの変化</p>	<p>チームの協力による成功体験 起業活動の理解</p>
<p>一人でやると他の人の意見を聞けないけど、<u>みんなでやると違う意見が様々でてくるから、より深い、おもしろみのある会社</u>にできる。 <u>知らなかったことも、いろんな人から意見聞いて気づける。</u></p>	<p>多様な意見を元に事業を構築するメリット</p>	<p>チーム内の雰囲気の変化 チームによる成功確率の向上</p>
<p>一年前は一人でやっているから大変そうだなって思っていたけれど、今になったら、一人じゃなくて<u>みんなでチームワークでやっているのかなと思うと、大変じゃないのかなと思う。ある意味、いろんな人から意見がきけて楽しいのかなと思うようになりました。</u></p>	<p>孤軍奮闘する起業家というイメージの払拭 チームで活動するという新しい起業家イメージの構築 起業家の楽しそうな側面への着目</p>	<p>チームによる成功確率の向上 起業活動の理解</p>
<p>自分で起業することはないです。一年前も言ったように、<u>人の上でやるのは好きじゃないので。上っていうか、みんなでやるんだろうけれども、中心となってやるのはあんまり好きじゃないので。</u></p>	<p>リーダーシップへの自信のなさ</p>	<p>低い自己肯定感</p>
<p>みんなの意見を聞いて、いいところとか悪いところか両面をみて、意見を取り入れたりとかして、<u>決断力</u>とかもなきゃダメだし。あと、<u>周りの信頼</u>もないといけないから。</p>	<p>起業家に必要な能力</p>	<p>起業家の理解</p>

<p>(もし友達に起業に誘われたら)そのときの仕事が楽しかったらやらないけど、その人が本当に信頼できる人で、本当にその企画がおもしろかったら、<u>たぶんそっちに行きたい</u>と思います。</p>	<p>チームで創業することに対しての肯定感の強さ</p>	<p>キャリアの選択肢としての起業</p>
<p>(他校の高校生よりは)発想力とか、コミュニケーション能力とかがあると思います。あと、他の人たちよりは、<u>人の意見を取り入れて、それを自分達で吟味して意見を出せる</u>と思う。その力は、話し合いでたぶんついたんだと思う。</p>	<p>議論を広げる力</p>	<p>活発な意見交換 チームによる成功確率の向上</p>
<p>なんか、<u>今まで思いつかなかったアイデアとかを思いつけるようになった</u>。自分の知らない知識を<u>他の人が持っていたりするから</u>。そういった面では知識もつくし、自分達が持っている知識から、発想したりとかもできるし。</p>	<p>話し合うことで得られる新しい発想</p>	<p>チームによる成功確率の向上</p>
<p>例えば、新しい商品開発しますみたいな感じになったら、自分達、自分の持っているイメージとか、他の人の持っているイメージを<u>組み合わせ</u>て、みんなで一つの商品を作ることができる。</p>	<p>チームで議論することで生まれる発想力</p>	<p>チームの協力による成功体験 活発な意見交換</p>
<p><u>今のコースの人たちならできると</u>思っているから。</p>	<p>仲間への信頼感</p>	<p>チームの協力による成功体験</p>
<p>話し合いで自分の意見が言えるように普段から<u>情報収集</u>をするようになりました。今度の週末も同じ会社のメンバーと街に探索に行くんです。いいお店があったら、<u>今度の仕入先</u>として覚えておく。</p>	<p>発想のための情報収集</p>	<p>チームへの貢献</p>
<p>前は、他の班と同じ仕入先になってしまったらどうしようと思っていたけど、今は情報収集しているから、<u>妥協</u>っていうか、<u>次の案をすぐに出せる</u>ようになりました。</p>	<p>情報を収集したことで強化された問題対応力</p>	<p>体験による知識・能力の獲得</p>

以上のことから生徒<15>には次のような変化が認められる。

【生徒の変化】

- 当初「一人で奮闘する起業家」というイメージを持っていたのを、「志

- を共にする仲間が集まったの起業活動」に起業のイメージが変わった。
- 多様な意見を出し合いながら事業活動をチームで推進することで成功確率が上がりことを理解した。
 - チーム内で意見が求められることに対応すべく情報収集力を高めた。
- リーダーシップがないことを理由に率先して起業することは否定するも、仲間に誘われたときの起業の可能性には非常に前向きな姿勢を示すようになった。事業アイデアを精査し、推進する力に自信をみせた。

④第3回、第4回販売活動

生徒<15>の第3回、第4回の販売活動に関連する感想文の内容は表4-15のとおりである。

表 4-15 生徒<15>の第3回、第4回の販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
第3回 5/8 (準備)	今回は一週間お店を開くので、一週間にわたりお客さんを呼び込むにはどうしたらいいか悩む。 <u>みんなで知恵を出し合わなければならない。</u>	チームで考えれば難しい課題にも対応できる自信	チームによる成功確率の向上 活発な意見交換
第4回 10/30 (反省)	みんなで成功したことで、以前と比べて、クラス全体が明るく元気になった。雰囲気が前の倍はよくなっていて、 <u>団結力が高まった</u> と思う。	協働することで生まれる団結感	チームの協力による成功体験

以上のことから、第3回、第4回の販売活動に関する一連の流れで、次のような変化があったと考えられる。

【第3回、第4回販売活動での生徒の変化】

- 難しい課題に直面してもチームでならば解決できるという自信を持った。成功体験の共有がクラス運営にも好影響を与えた。

また、4回にわたる販売活動により、次のような変化があった確認される。

【一連の活動を通じたこの生徒の変化】

- チームで意見を出し合うことで事業の成功確率があがると考えるようになった。
- 意見を出すことが常態化するなか、自らの情報収集力を高めて対応した。当初は自分でも驚くほど意見が出せなかったが、予め情報を集めることで、意見が出せるようになったことで自分の成長を自覚した。
- 起業活動のイメージを「孤軍奮闘する起業家」から「チームで多様な意見を出し合う起業活動」へイメージを変えた。自分達の活動の延長線上に実際の起業活動もあると考え、実際の起業活動もチームで意見を出し合いながら課題に対応し成功確率を高めると理解した。その結果、創業メンバーのひとりとして起業活動に加わることに前向きな姿勢を示すようになった。

（４）事例４：＜19、女子生徒＞

この生徒は、第1回インタビューで、経営活動に興味を示し、自営業者として小売店を開くことも夢として持っていることを明らかにしている。

①第1回販売活動

生徒＜19＞の第1回販売活動に関連する感想文の内容は、表4-16のとおりである。

表 4-16 生徒<19>の第1回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文 作成日	テキスト	<4>テーマ・ 構成概念	コード
6/21 (準備)	商品を決められた個数を仕入れて販売すればいいだけという流れだと思い、甘く考えていた。先生の話聞いて、一人一人の役割は決まっていなくて、具体的な流れもつかめていなかったことに気づいた。 <u>この状態だと全然ダメだ</u> と思った。	課題の大きさの理解	不足する知識・能力の気づき
	商品がなかなか決まらなかったが、みんなでいろいろな案を出し合いながら考えていくと、 <u>自然と自分達の班にしかないものは何か考えることができた</u> 。最終的には3年生の模擬店や他の班に <u>負けないアイデア</u> が生まれ、「これはできるな」と思った。	自分達の強みを活かすよう発想を転換	チームによる成功確率の向上
7/5 (準備)	PDCA サイクルの話をして、自分はこのサイクルでできていなかったの、今回この話を聞いていなかったら、文化祭当日に <u>失敗</u> していたと思う。	学んだことの応用による失敗の回避	不足する知識・能力の気づき 理論の有用性の気づき
	プランは立てているけれど、なかなか行動に移せず、何をすればいいかわからなかった。授業で PDCA を教えてもらって、 <u>やっと自分が何をすればいいのか発見</u> することができた。	学んだことを実践で活かすことのメリットの享受	不足する知識・能力の気づき 理論の有用性の気づき
	チラシやポスターについては、ただ伝えたいことだけを色を使って書いているだけだと思っていたけど、しっかり見やすいチラシやポスターの <u>作り方があること</u> にびっくりした。私は班のチラシを作らないといけないので、 <u>学んだことを活かして一番見やすいチラシ</u> を作りたい。	学びを活かした取り組みへの意欲向上	理論の有用性の気づき 不足する知識・能力の気づき

8/30 (反省)	商品を販売してお客さんに喜んでもらえるということは、 <u>やりがいがあり、幸せになれることなんだ</u> と今回の二日間の販売活動で思った。	顧客の支持による販売活動のやりがいの発見	外部からのフィードバックの影響 起業活動の理解
--------------	---	----------------------	----------------------------

以上のことから、生徒<19>について、第1回販売活動に関して、次のような変化が認められる。

【第1回販売活動での変化】

- チームで話し合っ、自分達の強みからアイデアを広げることで、独自性あるアイデアを発想する。
- 学んだこと（PDCA、チラシ作成のテクニック）を実践で活かし、その有用性に気づく。
- 顧客からの正のフィードバックを得ることで、販売活動のやりがいを発見する。

②第2回販売活動

生徒<19>の第2回販売活動に関連する感想文は表4-17のとおりである。

表 4-17 生徒<19>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
9/20 (準備)	農林商工祭りで出す商品を決めた。私たちの班では、ワッフル、どら焼き、パンケーキなどいろいろな案がでた。メンバーで、 <u>顧客セグメントに合っているか、冬に売れるか、安くて簡単に作れるかなど、勉強したことを活かして話し合った。いろいろなことに悩み、決めるのが大変だった。</u>	理論を活用した話し合い	理論の有用性の気づき

12/12 (反省)	今回、農林商工祭りでの販売活動をやってみて一番思ったことは <u>めちゃくちゃ大変ということだ</u> 。文化祭のときは仕入だったので何とかあったが、今回はクッキー3,000枚を製造するということがだったので、 <u>予想以上に大変で半泣き状態だった</u> 。 <u>他のグループの友達が手伝ってくれてどうにか間に合わせる</u> ことができた。本当に感謝している。	計画どおりに実行することの難しさ 仲間の協力による困難の乗り越え	不足する知識・能力の気づき チームの協力による成功体験
---------------	--	---	------------------------------------

以上のことから、生徒<19>について、第1回販売活動に関して、次のような変化が認められる。

【第2回販売活動での変化】

- 教室での学びを活用し、チームでの議論を深いものとした。
- 計画どおりに実行することの難しさを体感するが、困難なことも、チームでの協力により乗り越えられることを知った。

③第2回インタビュー調査

生徒<19>の第2回インタビュー調査の内容は表4-18のとおりである。

表 4-18 生徒<19>の第2回インタビュー調査の発話コーディング

テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
私たちがやってきたのは、やっぱり大変だったので、 <u>経営者も大変なんじゃないかと</u> 。最初は全然わからなかったけど。起業家が私たちと同じことをやっているのなら、 <u>だいたいイメージがわいてきました</u> 。	自分達の活動の延長線上にある実際の起業活動	起業活動の理解
(大変なことは)まず、礼儀。やっぱり、礼儀。礼儀ができるかできないかで、その人の <u>印象とかイメージ</u> も変わるし。礼儀のほかにコミュニケーション能力も大事。	起業家に大事な要素	起業家の理解

<p>班のなかで話し合う時とかに、自分だけの意見のほかにも、<u>同じ班の他の人の意見とかもよく聞いたり、且つ自分の案も出したり</u>とか。そういうのができるようになったと思います。案が出せるようになったし、意見も聞いて。<u>それもちょうと尊重できるようになったんじゃないかな</u>。相手の意見を、第一に取り入れて、一番優先的に、取り入れていこうって。</p>	<p>相手の意見の受け容れ</p>	<p>チームによる成功確率の向上</p>
<p>(将来、起業を)したいなあ…。したいなあっていうか、なんか、<u>できないっていうほうが上回っている</u>。えーっ、できない、って思います。</p>	<p>起業への意欲 起業への自信の不足</p>	<p>低い自己肯定感</p>
<p>うーん。<u>今やっていること全てに自分は向いていない</u>っていうか、<u>足りてない</u>っていうか、なんかいろいろ足りないところがいっぱいありすぎて。効率も悪いし、礼儀もまだまだだし。社会人とか起業家としては、まだまだ足りない。</p>	<p>活動を通じた自信の喪失</p>	<p>不足する知識・能力の気づき</p>
<p>友達と一緒に起業するのだったら、やるかもしれない。うーん、<u>やると思います、たぶん</u>。そっちのほうが、心強いし、<u>責任を一人で負わなくていい</u>。<u>怖さがちょっと少なくなる</u>。その時は、働いている会社を辞めるかもしれない。</p>	<p>チームで起業することによるリスクの低減</p>	<p>チームによる成功確率の向上</p>

以上のことから、生徒<19>について次のような変化がいえる。

【生徒の変化】

- 自分達の活動の延長線上に実際の起業活動があると理解した。最終決定権が生徒にあるなかで、チーム内で相手の意見を尊重しながら自分の意見を述べるよう態度を変化させ、議論を活発化させた。
- 起業家に必要なこととして、「礼儀正しさ」と「コミュニケーション能力」を挙げた。
 - 銀行へのプレゼンテーションや一般客への接客を通じて、社会人としてわきまえるべき礼儀正しさの必要性を感じた。相手に好印象を与えることが信頼の獲得につながると理解した。
 - 活動を通じて、自分達にも「礼儀正しさ」「コミュニケーション力」がついたことを実感し、起業家に必要と考える能力を獲得している

ということを自覚した。

- 協力することで成功確率が高まることを体感しており、チームで起業することへの意欲を高めた。体験を通じ、自分に足りない能力を理解しており、それを補えるチームによる起業の有効性を理解した。

④第3回、第4回販売活動

第3回、第4回の生徒<19>の感想文の内容は表4-19のとおりである。

表 4-19 生徒<19>の第3回、第4回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
第3回 5/8 (準備)	次回の販売活動では、集客も私たちで行わなければならないので、お客さんが無料で参加できるイベントをする。 <u>イベントをすることでたくさんの人を呼ぶことができ、そのついでに商品も買ってくれるだろう。</u>	集客のために投資することの意思決定 適度なリスクの受容	起業活動の理解
7/30 (反省)	商品によって売れ行きが違ったので、 <u>どの商品を何個追加仕入するのかを決める決断力が必要だ</u> と思った。今回はカレードッグの売れ行きがよく、メロンカスタードの売れ行きがあまり良くなかったので、 <u>5日目に思い切って仕入数を変更した。この決断はよかった</u> と思う。経営者には <u>決断力が大切だ</u> と思った。	決断力の発揮	起業家の理解
第4回 12/11 (反省)	ビジネスを行うに当たっては「 <u>人柄</u> 」や「 <u>性格</u> 」の良さがとても大切なことを改めて感じた。お客さんに接するにも、銀行からお金を借りるにも、 <u>結局は相手から信頼してもらうことが必要</u> だからだ。	ビジネスで他人から信頼を得ることの大切さの気づき	起業家の理解

以上のことから、第3回、第4回の生徒<19>の変化として次のことがいえる。

【第3回、第4回の生徒の変化】

- 集客のための投資を積極的に行うようになり、適度なリスクを受容した。
- 金融機関へのプレゼンテーションや一般顧客への接客を通じて、ビジネスには他人から信頼される人柄や礼儀が必要と気づいた。

また、2年間にわたる起業家教育を通じた生徒<19>にみられた変化は次のとおりである。

【一連の活動を通じたこの生徒の変化】

- 適度なリスクを受容し、積極的に投資して回収する戦略を講じるようになった。
- 実践のなかで思うようにいかない事態に直面したことは、この生徒にはかえって自分の欠点を知らしめ、自己肯定感を低下させることとなった。しかし仲間と協力して責任分担することで、起業へのハードルが下がることを理解した。
- 顧客や支援者からの信頼を得るために、起業家には礼儀正しさや人柄が大切だと気づいた。
- 講義で学んだ内容を実践で応用し、その有用性に気づいた。

(5) 事例5：<22、女子生徒>

生徒<22>は、第3章の第1回インタビューで、起業のリスクの大きさに言及し、挑戦するタイプではない自分には起業は向かないとした。

①第1回販売活動

生徒<22>の第1回販売活動に関連する感想文は表4-20のとおりである。

表 4-20 生徒<22>第1回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文 作成日	テキスト	<4>テーマ・ 構成概念	コード
7/5 (準備)	チラシを作るとき、 <u>今までなんとも思わずにみてきたチラシやポスターを思い出して、何を強調したいのか、何を一番に伝えたいのかなど</u> のことに注意して作成するように心がけた。	過去の経験の応用	自分のなかにある知の発見
	そのあと、「人間は左上からチラシを見る」ということを教わり、 <u>学んだことをいかしてつくりなおしたら、いいものになった</u> と思う。	学習内容の実践への展開	理論の有用性の気づき
8/30 (反省)	文化祭の販売活動は、 <u>何も知らない</u> うえに、3~4人の少人数で出店するという <u>ことで、不安な気持ちでいっぱいだった。</u>	初めてのことに挑戦する戸惑い	低い自己肯定感
	当日は売り切れるのが早すぎて、買えないお客さんもいた。売れ残りを気にしすぎて、仕入を少なくしたことは、 <u>考えが甘かった</u> と思った。	慎重すぎる仕入への反省	起業活動の理解
	班での仕事は、一人一人の仕事量が多くて大変だったが、 <u>みんながきちんと自分の役割をこなせた。全員で協力してがんば</u> れた。	チームで協力することの大切さの理解	チームの協力による成功体験

以上のことから、第1回販売活動でみられた生徒<22>の変化として次のことがいえる。

【第1回販売活動での変化】

- 当初、初めてのことに挑戦するにあたり、すでに暗黙的にある知識を活用しようとするも、その不足を感じた。
- 完売という目標達成のために最低限の仕入をし、早々に売り切れてしまったことに対して慎重すぎた仕入を反省した。
- 役割分担してチームで活動することの有効性に気づいた。

②第2回販売活動

生徒<22>の第2回販売活動に関連した感想文は次のとおりである。

表 4-21 生徒<22>第2回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
9/20 (準備)	私たちの班は、農林商工祭りで何を売 かをまだ決められていないので焦る。こ んなにもできないなんて、私たちには、 <u>まだ商品売ることに對しての責任感 や自覚が足りないのだ</u> と思う。	活動に要求さ れる水準に満 たない真剣味	不足する知 識・能力の気づ き
10/18 (融資 交渉)	銀行へのプレゼンテーションで、やはり <u>起業することはとても大変なことな のだと実感した。利益や費用、その商品が 売れると考える理由が明確であること が必要で、そのうえ話をうまくまとめら れないと資金が借りられない。今回はと てもよい経験ができた。</u>	起業に求めら れる支援者説 得の大きさ 実際の起業活 動の関連づけ	起業活動の理 解
11/8 (融資、 準備)	銀行からお金を貸してもらった。文化祭 のときのように、学校の生徒会からお金 を貸してもらおうのとは訳が違い、 <u>「絶対 に返さなくては」と</u> 思うと緊張してくる。	融資によって 促進される取 り組みへの真 剣さ	起業活動の理 解
11/22 (反省)	今回の販売活動では、 <u>商売は本当に大変 だ</u> と思った。次回は、勉強したことを活 かして SWOT 分析などをしっかりとや り、 <u>自分達の強みを活かして、いろい ろな販売戦略を考えたい。</u> 次の空き店舗を 使った販売が楽しみだ。今まで以上に頑 張りたい。	戦略構築によ り、高まる成 功確率	起業活動の理 解 理論の有用性 の気づき
12/12 (反省)	仕入先を決め、電話をして商品を受け取 り、売るとい活動は <u>思ったよりも難し く、投げ出したくなる時</u> もあった。しか し、 <u>班のみんなと支え合って活動してい くことはとても楽しく、一日一日が充実 していたように思う。</u>	チームで困難 を乗り越えた ことに対する 満足感	チームの協力 による成功体 験

	私は、班長として、 <u>みんなにいろいろな指示を出した</u> 。また班員のチラシや資料などをつくる作業が遅れたときには、 <u>できる限り手伝う</u> ようにした。農林商工祭りでは、積極的に声をだし、売れ行きが悪く班員のやる気が下がったときには、「あと何個だからがんばろう」と明るく声をかけた。班長としては至らないところが多くあったが、みんなで協力して活動できた。	リーダーとしての自信	チームへの貢献 成功体験による自己肯定感の獲得
12/17 (反省)	次は空き店舗を使って販売する。今回の反省を活かしてがんばりたい。 <u>みんなで協力して物事を成し遂げる大変さ、おもしろさ、満足感</u> をこのコースの活動を通じて知ったので、これからもがんばりたい。	協力することの有効性の理解	チームの協力による成功体験

以上のことから、生徒<22>の第2回販売活動での変化について、次のことがいえる。

【第2回販売活動での変化】

- 融資交渉の厳しさから、実際の起業活動で支援者を説得する際のハードルの高さを知った。
- 学習内容を活用してビジネスを分析し、そこから戦略を構築することの有用性に気づいた。
- チームで協力して困難を乗り越えたことに満足感を得た。
- チームに貢献すべく、リーダーとしての班員への接し方に工夫をし、それが上手くいったことで自信を持った。

③第2回インタビュー

生徒<22>の第2回インタビューでの発話は、次のとおりである。

表 4-22 生徒<22>の第2回インタビュー調査の発話コーディング

テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
<p>自分たちが全部最初から断れたりもしながら仕入先を決めて、全部自分達でまわしてやっていくじゃないですか。そういう経験って<u>他の高校生は絶対できないこと</u>ですよね。すごく新鮮だし、自分達は他の人たちにはできないことやっているっていう<u>自信にもつながる</u>のかなって、思っています。</p>	<p>自分達の活動に対する誇り 他の高校生に対する優越感</p>	<p>成功体験による自己肯定感の獲得</p>
<p>コミュニケーション能力が身についたって思っています。電話とか、知らない人といきなり話すっていうことに関して、<u>積極的に話せるようになった</u>なって自分で思います。</p>	<p>仕入交渉や接客を通じた他人に伝える力の獲得</p>	<p>成功体験による自己肯定感の獲得</p>
<p>本当に実際に体験することって、教室で普通に勉強するよりもなんていうか<u>一番こう手っ取り早く力を身につけることができる</u>と思うようになりました。<u>教科書で勉強したような知識をもったうえで、いろんなことに挑戦</u>していくっていうのは大事だになって。<u>やっぱり普通に座って勉強するより、人間力も豊かになるのかな</u>って思っています。</p>	<p>体験学習による成長の速さの自覚 教室での学習では得られない豊かな人間力の獲得</p>	<p>成功体験による自己肯定感の獲得 理論の有効性の気づき</p>
<p>楽しかったのは、<u>班で今までずっとやってきて、売り切った瞬間</u>です。また次もやりたいなあって思います。完売したときには、達成感があります。自分達のやってきた努力が実ったっていう。<u>自分達が通用したんだ</u>っていう経験が嬉しいのかなって思っています。</p>	<p>チームでの活動の成果 商品が売れることで得られる、社会から受け入れられたという自信</p>	<p>チームの協力による成功体験 外部からのフィードバックの影響</p>
<p>今はちゃんとみんながやってくれるってわかっている<u>ので、ちゃんとコレやってねって言えるようになった</u>。去年は自分がやったほうがいいのかとか、<u>ちゃんと自分がしてほしいように伝えられるのか</u>とか、思っていたので。</p>	<p>メンバーへの信頼の獲得 相手に伝える力の獲得</p>	<p>チームの協力による成功体験</p>

<p>1年間ずっとやってきて、<u>みんなもやっぱり知識もっていますし</u>。自分よりもいっぱい知識もっているひとがいるので、<u>すごく、頼みやすい</u>というか、<u>心強い</u>なっていました。</p>	<p>メンバーへの信頼の獲得 協力の大切さの理解</p>	<p>チームの協力による成功体験 チームによる成功確率の向上</p>
<p>やっぱり、1年前は、班員に対しての信頼感もまだ薄くて、ただの友だちって感じだったんですよ。<u>人間関係を形成するのがどうしても大変</u>で。ものを頼むのも大変だったし。ただ仕事するだけじゃない。仕事だけを生きがいにしていくよりは、<u>人間関係を大事にしないとな</u>、って思うようになりました。やっぱり、<u>たぶん、この活動をやっていなかったら、自分がちゃんとやっていたらいい</u>という思いのまま、仕事をしていたんだと思います。</p>	<p>自分一人の努力では成り立たないビジネス</p>	<p>チームの協力による成功体験</p>
<p>社会ではやっぱり人間関係が大事だと思っているので、<u>人に対して信頼することが必要</u>だと思います。そのためには、相手に伝わる言い方をすることと、<u>相手を傷つけない言い方をすること</u>をこの授業で学んだので社会で活かせると思います。</p>	<p>ビジネスで必要な信頼感の醸成</p>	<p>チームによる成功確率の向上</p>
<p>起業に対する印象は、以前から、変わっていないと思います。<u>すごいな一、自分にはできないな</u>という、<u>一步離れたところから</u>見ているまま変わっていません。</p>	<p>起業活動との遠い距離感</p>	<p>起業活動の理解</p>
<p>起業家のイメージは、<u>自分の信念がちゃんとあって、絶対折れない人</u>だなって。</p>	<p>信念を貫く起業家</p>	<p>起業家の理解</p>
<p>起業家にとって、社長にとって<u>一番大事な</u>のは、<u>人を集める力</u>だと思います。自分にあったスタイルの人だけを集める社長もいるってお話を先生から聞いたんだけど、そういう会社はうまくいかないって。やっぱり自分に合わないとか合うとかって関係なく、<u>利益をあげてくれる人を選ぶ力</u>っていうのは、<u>自分が仕事できる以上に大切な</u>のかなって思いました。</p>	<p>ビジネスにおける人材見極めの大切さ</p>	<p>チームによる成功確率の向上</p>

<p>自分がうまく班員に仕事を割り振れないと結局自分に負担がかかったり、一人の班員に負担をかけてしまったり。結局、物事の期限に遅れちゃうっていうことがあったので、<u>うまく班員をつかうことは大事</u>だなって思いました。</p>	<p>人材を活かすことの大切さの理解</p>	<p>チームによる成功確率の向上</p>
<p>(将来、起業する可能性は)ありません。友達に起業に誘われたとしても、引き受ける可能性としては低いと思います。ゼロですね。その時の自分の仕事の状況にも、家族とかの状況もあると思うんですけど。<u>資金はたぶん提供する</u>と思うんですよ。</p> <p><u>これおもしろそうだから、って</u>。でも、たぶん、自分が一緒になってその会社に入ることは無いと思います。</p>	<p>資金提供者としての自分の起業活動へのポジション</p>	<p>起業活動の理解</p>
<p>興味がないというか<u>リスクが大きい</u>ってたぶん考えている。そういうのに、たぶん自分は入らない。</p> <p><u>これ(事業資金の投資)で頑張</u>ってって。勿論、応援したい気持ちはあります。</p>	<p>起業活動へのリスクの取り方</p>	<p>起業活動の理解</p>
<p>私たちの議論は、すごく、<u>中身が濃くなりました</u>。前は、原価とか単価とか、その違いとかすらわかってなかったし、とりあえず自分達がいいなって思ったら仕入れるっていう感じだったんですけど。</p>	<p>議論の深まりの自覚 自分本位の視点からの変化</p>	<p>チームによる成功確率の向上</p>
<p>今は、このイベントには、どのぐらいの年代の人が何%ぐらい来て、っていう<u>データを元に判断するよう</u>になりました。<u>おじいちゃん、おばあちゃん</u>がいっぱい来るんだから、こういう商品じゃなくて、こういう商品にしようよっていう、<u>討論がお互いに遠慮しないでうまくできる</u>ようになりました。こういう<u>データを見ながら判断するようになった</u>ことが、やっぱり去年とは違うところだなと思います。</p>	<p>データに基づいて判断する力の獲得 自分の意見を言い合える雰囲気醸成</p>	<p>活発な意見交換 チーム内の雰囲気の変化</p>

以上のことから、生徒<22>のインタビューから明らかになった変化として次のことがいえる。

【生徒の変化】

- 本格的な活動に誇りを持ち、それをこなしていることで自信を持つよ

うになった。

- 学んだことを実践で試して理解することの効果を理解した。
- 顧客が商品を買ってくれることを、自分達がチームとして社会で通用したことと理解し、自信を得た。
- 働くことへの理解を「個人で努力する」から、「チームで成果を挙げる」へ変化させた。
- 意見が出ないときには、データを分析する、街に出てお店を巡る、実際の店舗での売り方を見るなど自発的な行動をとり、情報収集力を高めて、チームの課題解決に貢献しようという態度を身につけた。
- 将来の起業活動への参画意欲は低いですが、支援意欲は高く、資金提供者としてリスクを負担しようとしている。

④第3回販売活動

生徒<22>の第3回販売活動を通じての感想文は表4-23のとおりである。

表 4-23 生徒<22>の第3回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
7/3 (準備)	私は社長になった。会社の状況を正しく把握し、その時々にあった <u>最善の選択をし、 的確な指示</u> をしたいと思う。	社長としての 役割の理解	起業家の理解
7/30 (反省)	今回は期間が長く環境も特別だったので、以前よりも多くの収穫があったように思う。今回は、 <u>班員に指示を出せるようになったし、自分から積極的に動くようになった。いろいろな事態が起こっても臨機応変に対応できるようになり、精神面でも鍛えられた。</u>	リーダーとしての自分の成長の自覚	起業家の理解

以上のことから第3回の生徒<22>の変化として次のことがいえる。

【第3回販売活動での生徒の変化】

- 複数の選択肢のなかから最善の選択をすること、的確に指示をすることを社長の仕事と認識した。チームのメンバーに指示が出せず、あらゆる仕事を一人で抱え込むという態度を改めた。
- 指示が出せたことや積極的に動けたことから、リーダーとしての成長を自覚した。

2年間の起業家教育を通じた生徒<22>にみられた変化は次のとおりである。

【一連の活動を通じたこの生徒の変化】

- チームのメンバーとの間に信頼感を醸成し、チームのメンバーに仕事を任せられるようになった。最善の選択をすること、的確に指示を出すことを社長としての仕事と理解した。
- 困難に直面するたびにチームのメンバーと話し合い、自分達の工夫で対処した。仕事を「個人で努力する」のものから「チームで成果を挙げる」ものへと捉えなおした。
- 情報収集力を高め、アイデアの発想や戦略の構築に活かすことでチームに貢献しようとした。(→「創造性」を高める)
- 実際の起業活動に対して、資金を提供するというリスクをとることに前向きな姿勢を示すようになった。(→「リスクテイキング」を高める)

(6) 事例6：<5、女子生徒>

第3回のアンケート調査で、「私は起業家になりたい」という項目に対して「ややそう思う」と回答（「私は起業家になれる」は「どちらとも言えない」を選択している）した2人の生徒のうちの1人である。

①第1回販売活動

生徒<5>の第1回販売活動に関連する感想文は表4-24のとおりである。

表 4-24 生徒<5>第 1 回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文 作成日	テキスト	<4>テーマ・ 構成概念	コード
6/21 (準備)	初めての企画で、 <u>いろいろ不安だ</u> 。みんなも不安だろうが、この企画を成功させたい	未知のことへの挑戦に対する不安	低い自己肯定感
8/30 (反省)	みんなとても元気に当日やっていた。活動は成功だったと思う。ただ、 <u>私は自分自身にがっかりした</u> 。会長というみんなをまとめ、しっかりしなければいけない仕事に就いたというのに、何もできずに終わってしまった。 <u>今後は後悔しないように仕事をやり遂げて、みんなにもっと頼られる人になりたい</u> 。	自分の役割を全うできなかったことへの自責 今後の活動への前向きな気持ち	低い自己肯定感

以上のことから、第 1 回販売活動でみられた生徒<22>の変化として次のことがいえる。

【第 1 回販売活動での変化】

- 未知なことへの挑戦に対して不安を覚える。
- 自分の責務が全うできなかったことに対して強い自責の念を持ち、次回以降の責務の全うを誓う。

②第 2 回販売活動

生徒<5>の第 2 回販売活動に関連した感想文は次の表 4-25 のとおりである。

表 4-25 生徒<5>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文 作成日	テキスト	<4>テーマ・構 成概念	コード
10/18 (融資 交渉)	銀行に融資を依頼した。実際に銀行の人にプレゼンテーションしたときは、とても緊張した。でも、 <u>これはみんなで考えたことであり、どうしてもやりたいという思いを銀行員の人にきちんと伝えようがんばった。終わったときはホッとしたけれど、どこか不安が残っていた。でも私たちならこの企画を成功させることができる</u> と考えている	計画実行に向けた強い思い チームの実行力に対する信頼	チームへの貢献 チームによる成功確率の向上
12/17 (反省)	11月の活動を振り返ってみて、挨拶はもちろん、言葉づかいや礼儀、接客の仕方など、 <u>今まで学んだことをたくさん実行できた</u> と思う。この活動は <u>将来社会に出たときに必ず役に立つもの</u> だと思う。	学習成果を実践で活かしたことへの満足感 自分のキャリアに期待できる好影響	理論の有用性の気づき 成功体験による自己肯定感の獲得

以上のことから、生徒<5>の第2回販売活動での変化について、次のことがいえる。

【第2回販売活動での変化】

- チームの実行力に対して、信頼感を持つ。
- 教室での学びを実践で応用できたことで、自己効力感を獲得する。

③第2回インタビュー

生徒<5>の第2回インタビューでの発話は次のとおりである。

表 4-26 生徒<5>の第2回インタビュー調査の発話コーディング

テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
<p>将来、自分で会社を経営してみたいなあって思います。やっぱり、社会に出ると、<u>仕入先が広がる</u>じゃないですか。日本中とか、世界に。<u>そういうのを考えると不安になる</u>。不安っていうか、あー、怖いなみたいな。</p>	<p>起業への興味 自分達の活動の延長線上にある実際の起業活動</p>	<p>起業活動の理解</p>
<p><u>ここではできているけど、社会に出ればやっぱり、違うんじゃないかって思っている</u>んです。興味はあるんですけど。</p> <p>大変なんですけど、世界に出て、そういうのをやってみたいな一っていう感じはあるんですよ。</p>	<p>疑似体験と実社会とのギャップの認識</p>	<p>成功体験による自己肯定感の獲得</p>
<p>(起業家への印象は) 変わりましたね。新しい企業立てる人はすごいなあって思いますね。<u>勇気がある</u>なっていう。</p>	<p>自分の不安と対比しての起業家への敬意</p>	<p>起業家の理解</p>
<p>私は、怖い。怖いっていうか不安。急に社会にでて企業をたてるってなると、今までやってきたのと違って<u>お客さんの数の範囲が広がるから想像がつかなくなってくる</u>。</p>	<p>不安の原因 想像を超えた顧客の範囲の広さ</p>	<p>不足する知識・能力の気づき</p>
<p>(起業家は) <u>周りの情報をすぐ取り入れて、何がいいのかっていうのをより分けて、いいのを選んでそれをまた一つにまとめる</u>っていう。そういう能力がすごいなあって思います。<u>いち早く情報を集めて、流行に乗る、流行をさせる</u>。すごいですよ、流行をさせる企業ってすごいと思いますね。</p>	<p>起業家の優れた情報収集・分析力 起業家の流行を起こす力</p>	<p>起業家の理解</p>
<p>起業家は、<u>どんなことにもチャレンジしていきそうな感じ</u>です。自分から情報も自分から集めて、周りのためにも会社のためにも情報をこう一番いいものを集めて。で、よりよい商品を出すんだから。そうすれば、それがもしはやりになれば、会社(の業績)もアップするじゃないですか。だからもう、<u>自分からいく</u>っていう自信がありそうです。</p>	<p>起業家の積極性</p>	<p>起業家の理解</p>

<p><u>自分でも起業したい</u>というのを考えられるようになったのは、このコース入ってからですね。イチから仕入れるって聞いたときはびっくりしました。学生が仕入れて売れるのか、っていうのがあって。実際やってみると、<u>勉強した顧客セグメント</u>とかを現実には当てはめるのがすごく楽しくなって。</p>	<p>疑似的な起業活動を通じた起業意欲の向上</p>	<p>キャリアの選択肢としての起業 理論の有用性の気づき</p>
---	----------------------------	---

以上のことから、生徒<5>の変化について、次のことがいえる。

【生徒の変化】

- 実際の経営活動が自分達の活動の延長線上にあることを理解し、将来、自分で会社を経営することに意欲を示した。そこで、自分の学習した理論が応用できると考えている。
- 起業家は、情報収集力と分析力に優れており、それゆえに流行をつくりだせるのだと理解した。

④第3回、第4回販売活動

生徒<5>の第3回、第4回販売活動を通じての感想文は次の表 4-27 のとおりである。

表 4-27 生徒<5>の第3回、第4回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
第3回 5/8 (計画)	<p>どんな商品を売るのがかを考えるのには、<u>いろいろな情報が必要だ</u>と思った。今日の授業で、自分達の意見を何度も直して、そしてアドバイスをもらい、また直すという作業を繰り返した。こうして、<u>本当に良い商品が作られていくのだと思う。</u></p>	<p>情報の必要性の気づき 修正を繰り返すことでのアイデアの改良の体感</p>	<p>起業活動の理解 チームによる成功確率の向上</p>

7/3 (準備)	私がお店のレイアウトを考える担当になった。季節にあったレイアウトにしたいし、子供からお年寄りまで幅広い年齢の人が入りやすいお店にしたいと思う。 <u>いろいろなアイデアが思い浮かぶので、早くお店に行って装飾したい。</u>	発想力向上の自覚	成功体験による自己肯定感の獲得
7/30 (反省)	何を仕入れるかを考えていたときに、まず暑いことが予想された。「夏といったらなんだろう」と、 <u>連想ゲームのようにどんどんアイデアを出していくことができた。</u>	発想力向上の自覚	成功体験による自己肯定感の獲得
	今回の企画は、 <u>不安ばかりで無謀な挑戦</u> だと思ったが、やってみるとよかった。何より、 <u>自分たちの力を試すことができた。私たちはこれぐらいやれる力があるんだ</u> と思った。	課題のハードルの高さの自覚 ハードルを乗り越えたことで得られる自信	低い自己肯定感 成功体験による自己肯定感の獲得
第4回 10/22 (反省)	ショップが始まってから、数時間は作業に慣れずにお客様を待たせる場面もあったが、 <u>みんなと協力して一人一人の作業を確認しあって進めたところ、どんどんよくなっていった。</u>	協力することで進む改善	チームの協力による成功体験
	しかし、 <u>お客さんからは厳しい声</u> もあった。商品の大きさが違うとか、包み方がヘンだとか、まずいとかと言われて、心が折れそうなこともあった。しかし、 <u>その言葉を受け入れ、みんなで相談をして最低でも改善できることは、その場で直していった。</u>	顧客からの負のフィードバック 臨機応変な改善	チームの協力による成功体験
	今回のチャレンジショップには、 <u>商店街の人</u> も来てくれて、販売の仕方が <u>上手いと褒められた</u> 。販売することに、 <u>とても自信がついた</u> 。	プロからの正しいフィードバックによる自信の獲得	成功体験による自己肯定感の獲得 外部からのフィードバックの影響

以上のことから生徒<5>の第3回、第4回の販売活動での変化について、次のことがいえる。

【第3回、第4回販売活動での生徒の変化】

- 情報に基づいて検討したアイデアに対して、大勢の意見を反映させて改善させていくことでよい商品が作られると理解した。
- 活動を通して、発想力が向上していると認識した。
- 事業の弱みを認識し、それを克服するための戦略を構築した。困難な課題をチーム内での話し合いを通じて克服したことで、自分達の能力の高さに気づき、自信を得た。
- ビジネスへの関心を示し、より広い範囲で実践していくことに意欲を示した。

また、2年間にわたる起業家教育を通じた生徒<5>にみられた変化は次のとおりである。

【一連の活動を通じたこの生徒の変化】

- 常にチームでアイデアを出し合い、課題を克服することで成功確率が上がることを理解した。
- 自分達の活動を拡大することが実際の起業だと認識しており、その範囲を広げることに興味を持ったことから起業に関心を持つようになった。
- この生徒は、起業家度テストでは大きくスコアを下げている。その背景には、実際に活動することで主観的な評価の軸を厳しくしていることがある。

(7) 事例7：<10、女子生徒>

前項の生徒<5>同様に、第3回のアンケート調査で「私は起業家になりたい」という項目に対して「ややそう思う」と回答（「私は起業家になれる」は「どちらとも言えない」を選択している）した生徒である。

①第1回販売活動

生徒<10>の第1回販売活動に関連した感想文は次の表 4-28 のとおりである。

表 4-28 生徒<10>の第1回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
8/30 (反省)	仕入先に直接行き、協力してもらえるか、オリジナル商品を作ってもらえるかを聞いたときには、直接交渉するのは初めての経験だったので、 <u>すごく緊張したが、その分、すごく勉強になった。</u>	仕入先に交渉することでの緊張感	体験による知識・能力の獲得
	私たちが取り組んだ内容は、簡単なことではなかったが、 <u>一人一人がしっかりと役割を果たすことによって、成功できたのだと思う。</u> 今後、まだこの活動は続くので、今回のような体験を活かしていきたい。	役割分担の成果としての成功 高いハードルを乗り越えたことの誇り	チームの協力による成功体験

以上のことから生徒<10>の第1回販売活動での変化について、次のことがいえる。

【第1回販売活動での生徒の変化】

- チームで役割分担したことにより仕入先への交渉など困難な課題を乗り越えられたと考えている。
- 自分達の活動の内容に難しさを感じ、乗り越えたことに誇りを持つ。

②第2回販売活動

生徒<10>の第3回販売活動を通じての感想文は次の表 4-29 のとおりである。

表 4-29 生徒<10>の第2回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
10/18 (融資交渉)	銀行へのプレゼンテーションをした。練習はバッチリだったが、実際にやってみると緊張して、質問にあまり答えることができなかった。 <u>こういうときにコミュニケーション能力が活かされてくるのだ</u> と思った。	社会人としての相手に伝える力の必要性	不足する知識・能力の気づき
11/22 (反省)	お客さんから「おいしかったよ」や「お店で売っているよりおいしい」など <u>いろいろな褒め言葉をいただいたときは、すごく嬉しくてつかれも吹っ飛ばすくらい</u> だった。	顧客からの正のフィードバックによる喜び	外部からのフィードバックの影響
	今回はじめて参加した商工祭りではたくさん <u>の</u> ことを得ることができた。製造はたいへんだから仕入にすればいいのにと言う人もいた。しかし、私は製造でよかったと思う。仕入だと売ることの大変さしかわからない。 <u>製造となると作る大変さ、売</u> <u>る大変さなど、倍のことを学べた。</u> ビジネスの授業以上のことを学べてよかった。製造がこんなに大変なことだとは思わなかった。 <u>大変だったけれど、すごく達成感を得ることができた。</u>	自分の作った商品が売れることで得られる満足感	成功体験による自己肯定感の獲得

以上のことから、生徒<10>の第2回販売活動での変化について次のことがいえる。

【第2回販売活動での生徒の変化】

- 銀行への融資交渉を通して、社会人にコミュニケーション能力が必要な理由に気づいた。
- 自分たちの製造した商品が顧客から高く評価されたという成功体験から、自己肯定感を高めた。

③第2回インタビュー調査

生徒<10>の第2回販売インタビュー調査の発話内容は次の表 4-30 のと

おりである。

表 4-30 生徒<10>の第2回インタビュー調査の発話コーディング

テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
<p>楽しかったのは、去年の農林商工祭。私たちの班は仕入れたんじゃなくて全部手作りで売って、大変でした。すごく大変だったんだけど、M市とかすごく遠いところからお客さんが来てくれて、それがすごくうれしかったです。売れたこともうれしかったけど、<u>自分たち作ったものを「おいしい」って言ってくれたのがうれしかったです。</u></p>	<p>自分達の製品に対する顧客の反応によって得られる喜び、自信</p>	<p>成功体験による自己肯定感の獲得 外部からのフィードバックの影響</p>
<p>先生方はアドバイスはくれたんですけど、<u>ほとんど自分たちの班だけで、メンバーで協力してやりました。そこまで自分達でやるとは、思っていなかった</u>です。先生も手伝ってくれるのかなって思っていたんですけど、ちょっと予想とは違って大変でした。</p>	<p>自立的に活動することへの戸惑い</p>	<p>チームの協力による成功体験</p>
<p>(チームの話し合いの内容は)去年と比べて、変わったなって思います。去年は、<u>とにかく売ることに考えていなかった</u>。今年は、売って、沢山の利益を出しながらも、<u>ちゃんと喜んでもらえるようにしたい</u>など、たぶんみんな思っていると思う。</p>	<p>利益と顧客満足の追求への意欲</p>	<p>チームによる成功確率の向上</p>
<p>そのように変わったのは、文化祭とか、商工祭の直接、<u>お客さんと接する機会があったからこそだ</u>と思います。</p>	<p>顧客と接することで得られる成長</p>	<p>外部からのフィードバックの影響</p>
<p>(起業することを)あんまり、今まで考えたことなかったから、わからないんですけど。でも、<u>楽なことではないんだな</u>っていうことを思いました。<u>自分が満足するだけではダメだから、お客さんにも満足してもらわないとダメだし</u>。そのためには、仲間に相談して、<u>いろんな目線で考えないといけない</u>。</p>	<p>多面的に考えることの重要性</p>	<p>起業活動の理解 チームによる成功確率の向上</p>

<p>起業家には、<u>人とちゃんとコミュニケーションできる能力とか、あといろんなアイデアを出す能力とか、あと積極性が必要だ</u>と思う。会社で働く人も採らなきゃいけないし、そういう面で、どういうふうに、その会社の良さを伝えるのとかも必要だと思うので、人とうまく話す能力が必要だと思います。</p>	<p>起業家に必要な発想力、積極性、相手に考えを伝える力</p>	<p>起業家の理解</p>
<p><u>将来自分でお店を開きたいと、ちょっとは、思っています。</u>美容院です。雇われているお店にお客さんが来るより、自分で経営しているお店に来てくれるほうが、自分の技術やお店が評価されているということだから嬉しい。</p>	<p>客から直接支持されるという、自営業の喜び</p>	<p>起業活動の理解</p>

以上のことから、第2回インタビューで明らかになった生徒<10>の変化は次のとおりである。

【生徒の変化】

- 顧客との接点を通じて、利益と顧客満足を追求することへの意欲を示した。顧客満足の実現のためには、チームの多様な意見に基づいて多面的に考えることが有効であると気づいた。
- 客が自分を選んでくれるという満足感が得られることから、将来の独立開業を志向する。

④第3回、第4回販売活動

生徒<10>の第3回、第4回の販売活動を通じての感想文は次の表 4-31 のとおりである。

表 4-31 生徒<10>の第3回、第4回販売活動に関連する感想文のコーディング

感想文作成日	テキスト	<4>テーマ・構成概念	コード
第3回 5/8 (準備)	今までの販売活動は、人がたくさん集まる ところでやるが多かったが、今回は人 が集まるかわからないところでの販売な ので、 <u>正直できるか不安だ</u> 。まず、お客 さんを一人でも多く集めることが大切だ。こ の企画をやるといことが皆に知られな いと誰も来てくれないし、 <u>普通のものを売 っていても買ってくれない</u> と思う。	集客活動への 自信のなさ 集客力を高め るための差別 化された商品 の有効性	低い自己肯定 感
	<u>成功のために、班でよく話し合い、クラス 全体で協力しあうことが重要だ</u> と思う。班 一つ一つが対抗するのではなく、 <u>全体で力 を合わせて一つのことを完成</u> させたい。	協力体制の重 要性	チームによる 成功確率の向 上
7/3 (準備)	一昨日、実際に販売場所をみてきた。お店 自体は結構広くて、思っていたより大きな ものになりそうだ。 <u>私は、外でイベントを 行い、中にはお店や休憩するところをつく るのがいいと思う。イベントをやるとすご く盛り上がるだろう。外がにぎやかだと、 中に入ってみようかと思える。</u>	集客のための 戦略の構築	起業活動の理 解
第4回 10/30 (反省)	起業を成功させるためには、コミュニケー ション能力や積極性がとても大事になっ てくると思う。実際に会社をつくったわけ ではないが、今までの販売学習をとおし、 <u>お客様とうまくコミュニケーションをと ることで売上が上がるし、何事も自分から 動くことが大切だ</u> と思うからだ。	体験から理解 した、ビジネ ス成功のポイ ント	起業活動の理 解
第4回 12/12 (反省)	このコースの活動で身についたことは、人 と話すコミュニケーション能力だ。今まで は、決まった人しか話すことがなかった が、今回の活動を通じていろいろな年代の <u>人と話すことができるととても勉強になっ たし、将来につなげられることだ</u> と思っ た。	多様な人と交 流することで 培われるコミ ュニケーショ ン能力	体験による知 識・能力の獲 得 起業家の理解

	<p>成功するために特に大切だと感じるのは、<u>人間性だ。ただ頭がよくても積極性や礼儀などが欠けていると、その人は成功できないと思う。しっかりと勉強もでき、しっかりとした人間性が備わってこそ成功できるのだと感じた。</u></p>	<p>起業成功のために必要な人間性の大切さ</p>	<p>起業家の理解</p>
--	--	---------------------------	---------------

【生徒の変化】

- クラス全体で協力体制を築き、課題に対応しようとした。
- 自分たちの活動から、起業家に求められる能力や、ビジネスで成功するために必要なことを理解した。

2年間にわたる起業家教育を通じた生徒<10>にみられた変化は次のとおりである。

【一連の活動を通じたこの生徒の変化】

- 顧客からの高い評価を得ることで自信を得た。
- 困難な課題に対して、チームで対応することで成功確率が向上すると理解した。
- 客から直接支持されることでやりがいを感じられることから、独立して開業することを志向するようになった。

(8) 感想文・インタビューからの生徒の変容のまとめ

感想文・インタビューの分析から得られたコードの関連を示したのが図4-5である。

当初、生徒たちは低い自己肯定感を示し、販売活動に対しても必ずしも積極的な意欲を示していたわけではなく、不安を抱えていた（事例2、事例5、事例6）。活動にあたっては、他の授業同様に、最終的には他の先生の指示に従えばいいものと思いついていたが、実際にはアドバイスはしてくれても、自分達の手で活動を進めなければならないことに戸惑いを見せた（事例7）。最初の段階では、教員からの課題（例えば、「販売商品を決める」）に対して、自分のなかに暗黙的にある知識を知の源泉として活用し

て対応しようとした（事例 2、事例 5）。しかし自分の持っている知識や能力が不足していることに気づいた（事例 1、事例 2、事例 3 ほか）。チームのなかで議論することでその課題に対応しようとするが、日頃から自分の意見を主張することに慣れていない生徒たちの議論は進まず、アイデアを出すことの困難さに直面した（事例 1、事例 3）。

それへの対応策として、チーム内の雰囲気を変化させて、お互いに間違いを許容し、どんな意見でも受け入れることのできる議論しやすい場を創出させた（事例 1、事例 4）。同時に、その構成員である生徒は、チームに貢献する意欲を高め、自分の意見が言えるよう、自ら知識を得たり、講義で学んだ経営理論を自分達の活動にあてはめたりして、課題に挑んだ（事例 3）。その結果、チーム内で活発な意見交換ができるようになり、チームの成功確率が高まった（事例 3）。

活動終了後には、チームで活動したことで、個人では達成し得ないことをやり遂げられという実感を持ち、チームの協力による成功体験を実感した。また、仕入業者、金融機関、顧客など外部との接点からフィードバックを得たことで、チームの活動が評価されたことを理解し、延いてはそれを個人の自己肯定感の獲得につなげた（事例 6、事例 7）。

こうした一連の流れから、起業家や起業活動に関する理解を深めたりイメージを書き換えたりした（事例 2、事例 4、事例 6）。それに伴って、自分自身のキャリアの選択肢としての起業を捉えなおした（事例 2、事例 6）。

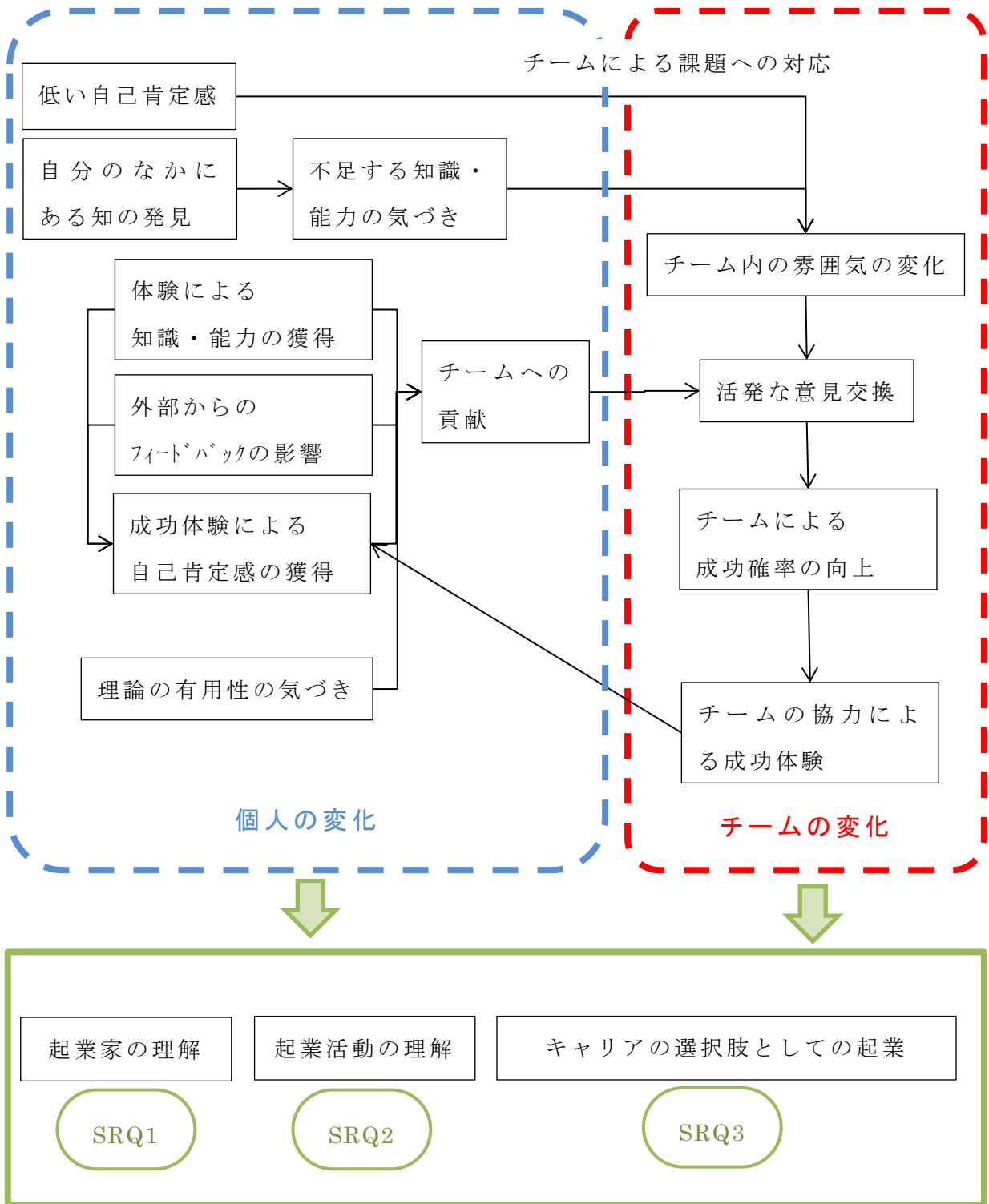


図 4-5 コードの関連図

4.3.3 起業家教育プログラム実施による生徒の変容のまとめ

第3章でみてきたように、生徒たちは、起業家教育受講前に起業家に対して「なんでも一人でできる全能的な起業家」というイメージを持っていた。一方、彼らの自己肯定感は低く、その高い起業家像と低い自己肯定感とのギャップが、起業がキャリアの選択肢とならない一因となっていた。また、起業活動に伴うリスクを過大に評価していることや、仕事で苦労や重い責任を負いたくないという思いが、起業を避ける要因となっていた。

このような彼ら起業活動や起業家に対するイメージは、起業家教育の受講によりどのように変化したのであろうか。

生徒たちは活動中に経営者としての判断や交渉を迫られ、自分達の活動の延長線上に実際の起業活動があると理解した。その自分の体験から起業家像や起業活動を捉えなおした（図4-6）。

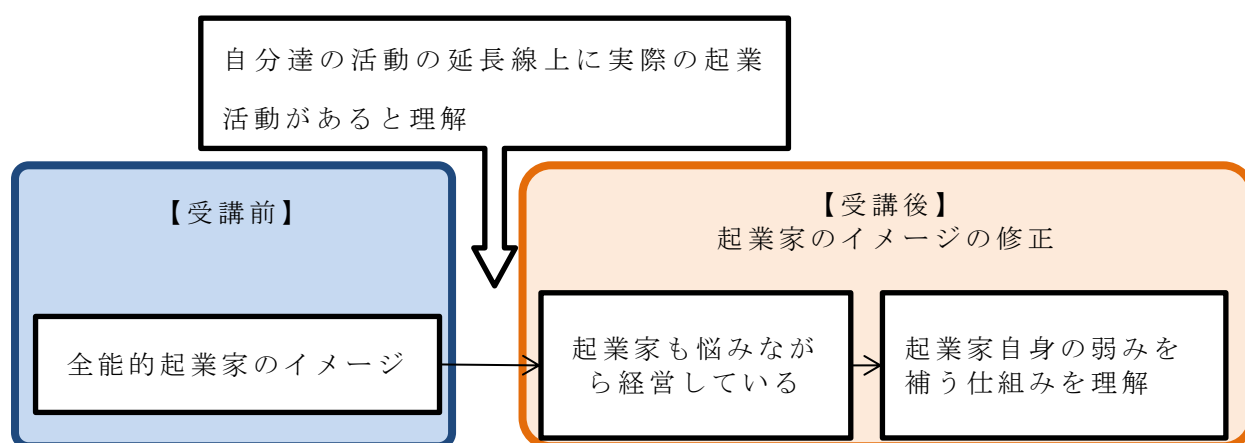


図 4-6 起業家教育受講による起業家イメージの変化

生徒たちは、商品の選定や戦略の構築、資金調達、販売活動などの各局面で困難に対峙した。そこで疑似的にでも経営の苦労を知ったことは、アンケート調査で「経営者は苦労が多い」のスコアが有意に高まったことにも表れている。「起業家は苦労が多い」のスコアはそもそも高く創業の苦労については想像できていたが、創業時に限らず、会社を運営していくということの大変さに気づいたということになる。そこから、決して起業家も経営者もなんでもできる全能的な人物ではなく、弱みを補いながら経営す

るのだという理解をした。

その方法のひとつが、チームでの活動である。生徒たち自身の活動がグループワークによるものであり、チーム内での議論を軸に展開していった。生徒たちはそのような自分たちの活動を実際の起業活動に投影し、チームで議論を繰り返していくことで成功確率が高まるということを理解した。受講前には、「なんでも一人で抱え込むという孤独な起業家」という起業家像を、受講を通じて「議論する相手のいる起業家」というように認識を変えた。こうしたことを背景に、起業家像について、「自分の意見を言えること」、「相手の意見を聞き、尊重すること」という具体的なコミュニケーション能力の高さが挙げられるようになった。

このことは、生徒の起業家としてのキャリアの選択肢にも影響を与えた。チームで活動することの有効性に気づいたのである。この結果、生徒自身の将来の起業の可能性について、第2回インタビューでは、「起業する友だちに誘われた時に仲間として創業活動に加わるか」という問いに対して、全体の77.3%(17人)の生徒が肯定的な返事をした。つまり、自分一人では起業したくないが、友だちと一緒にであれば起業したい、あるいは、起業してもよいと考えるようになったというのである。更に、「起業する友達を支援したい」という生徒は全体の90.9%(20人)にのぼった。多くの生徒が、友達と一緒に起業するのであればという条件つきで起業の可能性を示した背景には、チームで議論しなければ何も進まないという状況に追い込まれた生徒たちが、意見を出しやすい場を創出し、議論を活発化させることでプログラム上の課題を克服してきたという成功体験がある。また、そのチームのなかで貢献すべく、行動範囲を広げて情報収集を行い積極的に意見が出せるようになった。同時に、仕入先や金融機関への交渉や一般顧客への接客活動など、プログラム上用意されていたハードルに自分の力で対峙することにより、自己肯定感を高めていった。

このように、起業家は自身の弱点を、一つには自分の能力を伸張すること、もう一つには周囲の力を借りることで補えるということ、自分達の活動を通じて理解した。そして、そのことは、実際の活動にも応用可能であると考えられるようになった(図4-7)。

また、リスクの捉え方も徐々に変わっていく。当初は、目標を「完売すること」に置いたため、確実に売れると思われる最小限の仕入にとどめられた。しかし第1回の販売活動で、販売活動時間を大きく余らせて完売してしまい、折角来場してくれた客に売るものがないという事態を招いて、完売をすることのみを目標とする態度を改めて、時間という経営資源を十分に活用しなければ成功とはいえないということを理解し、適正なリスクを許容する態度を身につけていった。仕入を増やしても生徒同士が助け合いながら完売させることができたことを受けて、当初は売れ残りを極度に恐れた生徒たちが、「売る」ということを、自分達の戦略構築や創意工夫でコントロールできるのだということを理解していった（図4-8）。このような生徒の変化は、起業家度テストの結果にも表れており、「達成欲求」、「自立性」、「創造性」の各項目で回を追うごとにスコアを伸ばした。

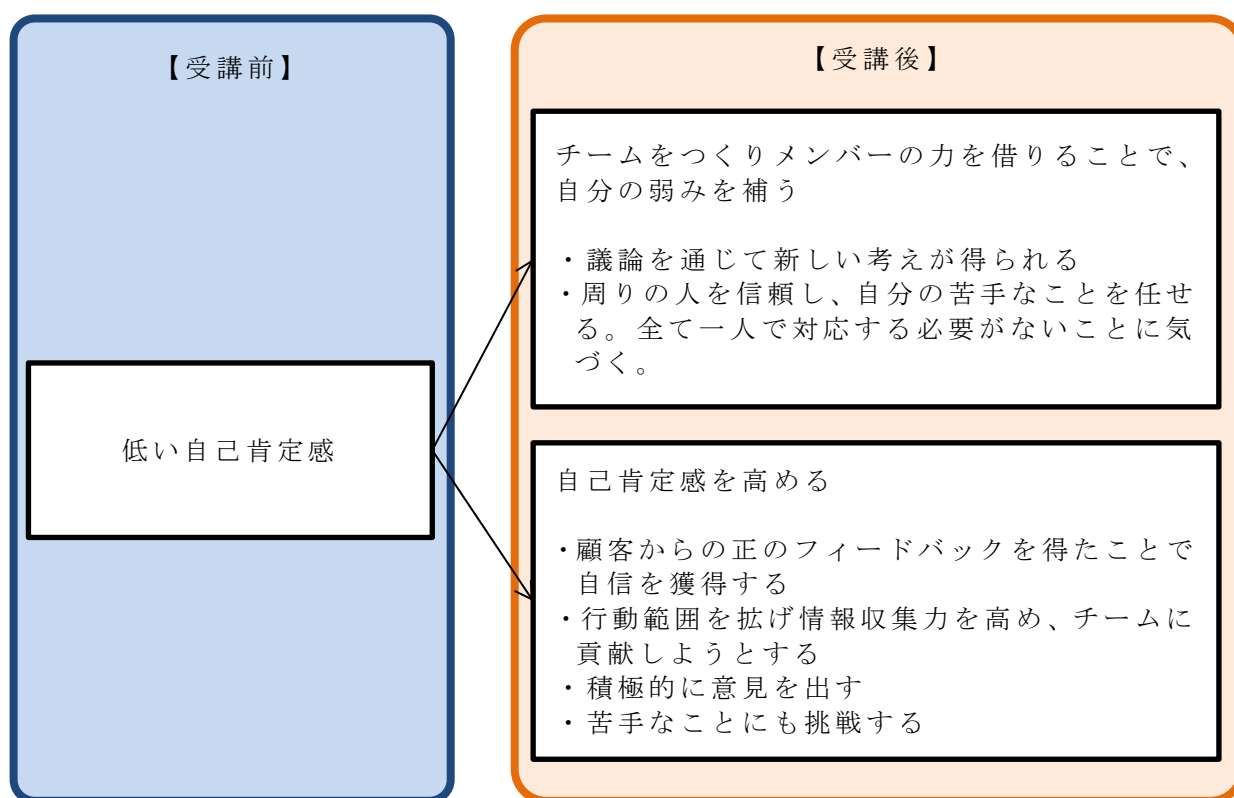


図 4-7 起業家教育受講による生徒の変化

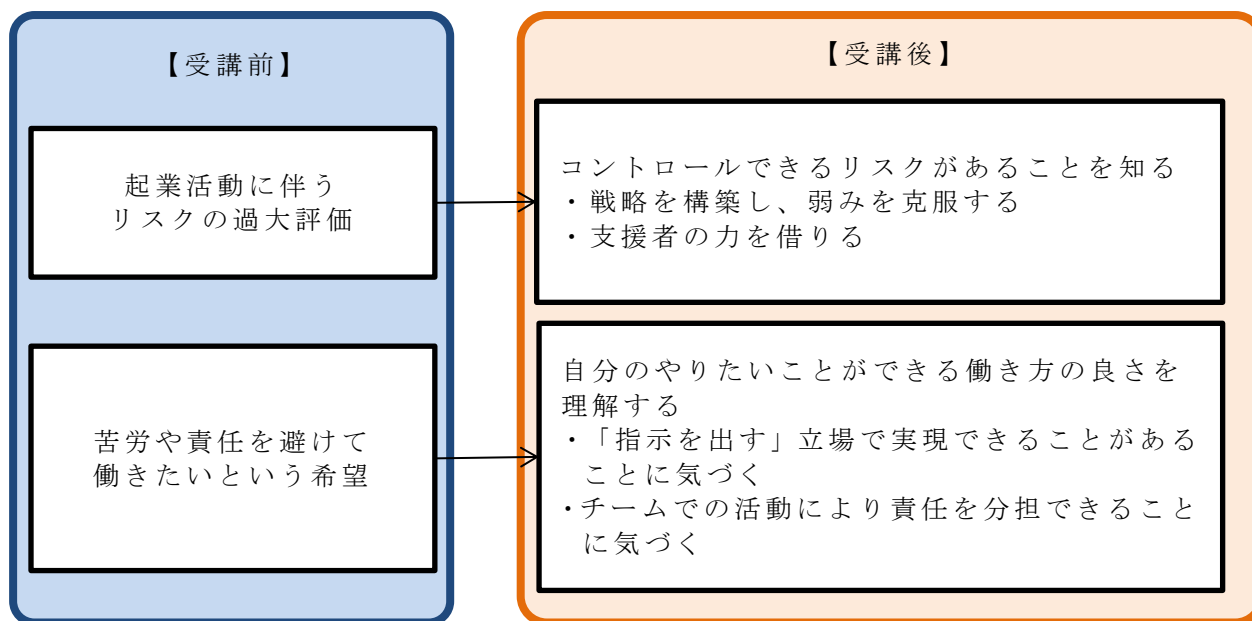


図 4-8 起業家教育受講によるリスクの捉え方、希望する働き方の変化

4.4 おわりに

本章では、アンケート、感想文、インタビューから起業家教育の受講を通じた生徒の変化を把握した。

生徒の感想文からは、4回の販売体験を通じて、どのように生徒の起業活動に対する考え方が変化したのかが明らかになった。感想文からは、起業家や起業活動の見方がより具体的なものとなった。起業活動にともなう苦労や引き受けるべきリスクも具体的に認識できるようになっている。アンケート調査からは起業家教育を通じて起業意欲が増したという結果は現れなかったが、インタビュー調査を通じて、より深く起業の可能性を聞いたところ、仲間と協力しての起業の可能性について8割近い生徒が肯定的であった。起業家教育プログラムの販売体験では、チームのメンバーで協力しあうことにより成功確率を高めてきた。この経験が生徒にチーム・アントレプレナーシップの有効性を確信させ、実際の起業活動への意欲を高めたものと思われる。

第5章 結論

5.1 はじめに

本章では、本研究の結論を展開する。

まず、発見事項からリサーチ・クエスチョンに対する答えを提示する。次に、本研究の理論的含意を論述し、学校向け起業家教育プログラムの知識創造に関する理論的モデルを提起する。続いて、起業家教育のプログラム構築と実施に資する実務的含意について提示する。最後に、本研究の限界と将来研究への示唆についてまとめる。

5.2 発見事項のまとめ

分析から得られた発見事項を、本研究のリサーチ・クエスチョンに沿って提示する。

第1章で提示した本研究のメジャー・リサーチ・クエスチョン（MRQ）とサブシテアリー・リサーチ・クエスチョン（SRQ）は次のとおりである。まず、SRQの答えを提示し、それらを踏まえてMRQの答えを述べる。

MRQ：起業家教育を受講した高校生は、どのような知識をいかに創造・共有・活用したのか？

SRQ1：高校生は起業家の特性をどのように理解したのか？

SRQ2：高校生は起業活動をどのように理解したのか？

SRQ3：高校生が起業家教育を通じて学んだことは、どのように彼らのキャリア観に影響したのか？

5.2.1 SRQ1の答え

SRQ1: 高校生は起業家の特性をどのように理解したのか？

起業家教育受講前の生徒にとって起業家は遠い存在であり、具体的なイ

イメージを描ける生徒はほとんどいない状態であった。そうしたなかで、マスメディアなどから得られる限られた情報を手掛かりに、起業家を「自分で経営に関するあらゆることを一人でしなければならず、また何でも一人でできる全能的な存在」として捉えていた。それゆえ、起業家に対して敬意を持ってはいるものの、「起業は高い能力の人にしかできない。自分に起業は到底無理である」という思いから、起業についてほとんど何も知らないにも関わらず、キャリアの選択肢から外している状態であった。

しかし、生徒たちは起業家教育により疑似的な起業活動を体験するうちに、起業家に対するイメージを変化させた。生徒たちは、活動を通じて、直面した困難に対応したり、顧客や取引先からのフィードバックにより自信を獲得したりしながら、起業家の実態を理解していった。起業家を自分達同様に様々な経験を通じて成長する存在として捉え、当初からなんでもできたわけではないと考えるようになっていったのである。現実社会での起業家は自分達の延長線上にあり、起業家としてのキャリアを選択するかどうかに関わらず、自分にもその可能性はあるという認識を持つようになった。

活動前に生徒が描いた起業家の役割は、自分一人ですべてのことを決めて、それを部下である従業員に一方的に指示を出すというものであった。しかし、生徒たち自身がチームで活動するなかで、新たに起業家像を設定しなおした。すなわち、従業員や顧客に寄り添って情報を得、それを元にアイデアを出し、出たアイデアを共有してさらに優れたものへと昇華させられる高いコミュニケーション能力を持つ人物であり、そしてそれをやり遂げる信念を持っているというものである。それに加えて、支援者からの信頼を得るために必要な礼儀や人間性といった非認知能力的な側面も、起業家の重要な要素として指摘されるようになった。これらの能力について、当初からすべてに長けている必要はなく、自分の能力を伸張させたり、仲間や支援者に補ってもらったりすることができると考えられるようになった。

5.2.2 SRQ2 の答え

SRQ2：高校生は起業活動をどのように理解したのか？

今回の起業家教育プログラムでは2年度間に4回の販売活動を行った。初回は学内の文化祭で行ったが、2回目には地域のイベントに出店して一般来場者を顧客とした。最後の2回は5日間連続という一定期間毎日開店し、集客も生徒自身で行うというものであった。つまり、4回の販売活動はいずれも疑似的なものであったとはいえ、段階を追って現実社会の事業活動に近づくように工夫されていた。

一連の活動を行うにあたり、当初は多くの生徒が起業活動についてリスクの高さを指摘し、それを起業しない理由として挙げていた。しかし、具体的にどのようなリスクがあるかについては理解しないままに、自分が想像したリスクの大きさに怯え、リスク回避的な志向を示していた。さらに、起業家は一人で意思決定をし、それに伴うリスクを一人で背負い込むものと想像していた。

ところが、実際にチームでの活動を通じて生徒同士で協力して多様な意見を出し合いながら解決策を探ったり、授業で学んだことを活かして戦略をたてたりすることで、プログラム中に起こる困難を乗り越え、リスクを低減できるということを経験した。そして、優れた意見を出したり、効果的な戦略をたてたりするためには、起業家自身が情報収集力を高め、データを集めることが有効であることに気づいた。こうしたことから、起業活動をチームで行うことにより多様な意見を元にリスクを低減できること、リスクのなかには自分達の手でコントロール可能なものもあることを理解していった。

5.2.3 SRQ3 の答え

SRQ3：高校生が起業家教育を通じて学んだことは、どのように彼らのキャリア観に影響したのか？

プログラム実施前の生徒たちの状況は、起業家を非常に能力の高い人物

と捉え、大きなリスクを抱えていると考えていた。それに対して生徒の自己肯定感は低く、重い責任と苦勞を負う仕事を避けたいという思いも強かった。こうしたことが、生徒達を起業というキャリアの選択肢から遠ざけ、責任が軽く上司からの指示に従えばいいと思われる会社員を志向させる要因となっていた。

起業家教育プログラム実施後も、起業志向を持つ生徒の少なさは変わらなかった。実体験学習を通じて、事業活動の苦勞に触れたことで、かえって「起業できる」であるとか、「起業したい」であるとかとアンケートに回答することを躊躇する生徒もいた。

しかし、2014年6月の第2回インタビュー調査では、「起業を志す友達に誘われたときに、創業メンバーとして加わる可能性」について、22人中17人の生徒が前向きな姿勢を示した。また、20人の生徒が「起業する友達がいれば支援したい」という気持ちを明らかにした。

生徒たちが友達と一緒に起業することに前向きになったのは、起業家教育プログラムのなかで、友達と議論することで新たな知識を創造し、それを活用することが成功確率を高めることにつながるという体験をしたからである。生徒たちには、自分ひとりでは対峙できなかった課題について、友達と議論したり、役割分担したりすることが、非常に有効な解決手段として認識されるようになった。こうした生徒たちの成功体験に近いチーム・アントレプレナーシップという方法を示すことにより、生徒たちのキャリアの選択肢に起業が入ったといえる。

5.2.4 MRQ の答え

MRQ：起業家教育を受講した高校生は、どのような知識をいかに創造・共有・活用したのか？

学校向けの起業家教育の特徴のひとつは、受講者が起業活動はもちろん事業活動についてほとんど何も知らない状態で取り組むという点にある。生徒たちは、起業家教育プログラムへの参加を通じて、起業活動や事業活動を理解していくことになる。

プログラムのなかで生徒たちは、「会社をつくって商品を売る」という課題を与えられる。その課題に対応するために、まず、第一の過程では起業家や起業活動、既存の経営学の理論や分析手法などについて知識伝授型の授業により学習する。これにより、事業活動がどのようなものであるかを理解する。「教室の知」を学ぶ過程である。

第二の過程では、その知を「会社をつくって商品を売る」という課題に応用しようとする。このとき、生徒たちは教師から与えられた課題に経営者という立場で応えることを求められる。しかし、実践の場面では思うようにアイデアが出ず、事業を推進できない。そこで、生徒は日常生活のなかで蓄積してきた事業活動に関わる知識を活用しようとする。それは、生徒が消費者として購買活動を行うことを通じて獲得してきた暗黙知であり、課題に対応するための発想のための資源となる「源泉の知」である。しかし、生徒がもつ知識は限定的であり、課題に応えるには不十分である。

そこで、チームの話し合いを活性化させることで、個人では足りない面を補い、活動を推進しようとするのが第三の過程である。生徒たちは、議論に対する態度を「間違えたことを言うてはいけない」というものから、「間違ってもいいから、多くの意見を出す」というものに変化させて対応する。同時に、多様な意見を受け容れることに寛容になり、活発な議論を促す場を創造していく。生徒たちはチームに貢献すべく自らの情報収集力を高めることで新たな情報を獲得し、「多くの意見を出す」ことに備える。そしてチームのメンバーと意見を交換し、新しいアイデアとして昇華させることで、知識を創造し課題に応える。さらに「販売活動」という実践の場面でアイデアを具現化するプロセスで知識の共有を進め、「売れる」という現象を自分達のアイデアが社会に受け入れられたことと理解する。こうしたことを通じて、自分一人では対処できないことも、他者と力を合わせれば乗り越えられるという成功体験を得る。このようにして「体験の知」を獲得する。

第四の過程では、この活動を振り返り、チームとしての成功や失敗の要因を分析し共有する。疑似的な活動ではあっても、チームの活動結果を学習した経営理論や分析ツールに当てはめることで、現実の企業経営に近い

ものとして理解される。その理解に基づき、起業活動・事業活動に関する思い込みが書き換えられ、「経験の知」を獲得する。

さらに、振り返りによって失敗や反省点が明らかになり、新たな課題として認識される。その改善方法を再び「教室の知」に求めるようになる。

5.3 理論的含意

ここでは、文献レビューから得られた知見とデータ分析で得られた知見をもとに「アクティブ・ラーニングによる起業家教育の知識プロセスモデル」を提示する。この理論的モデルは起業家教育プログラムの実施による受講者の変化、すなわち起業家教育によって受講者である児童・生徒・学生のなかで知識がどのように創られるのかを4つのフェイズで説明する。

- 「教室の知」

起業活動や起業家、既存の経営理論や経営活動について教科書に基づいて講義形式で学習するフェイズである。このときの教育モデルは知識伝授型であり、教師から個々の生徒に対して形式知を移転するというものである。そこから、受講者の起業活動・経営活動への理解が進むとともに関心が高められ、アクティブ・ラーニングへの動機づけが図られる。

- 「源泉の知」

アクティブ・ラーニングのなかで、経営者としての立場から与えられた課題に対応しようとするフェイズである。

「教室の知」を実践で応用しようとするが、十分な知識や能力を持ちあわせないことに気づく。そこで、生徒はそれぞれ日常生活のなかにある経営活動との接点から得た暗黙知を発想の源泉として活用しようとする。しかし、生徒の知から得られる発想は限定的であり、課題に満足に応えられない。

- 「体験の知」

個人の暗黙知を持ち寄り、チームで課題に対応するフェイズである。チーム内には、活発な議論を促す場が創出され、課題対応のために必要な知識を創造・共有・活用して最適解を導き出して提示する。それに対する周りからのフィードバックを得る。これにより、体験知を獲得していく。

- 「経験の知」

チームのなかで一連のアクティブ・ラーニングの活動を振り返り、起業家や起業活動について得た知を形式知化するフェイズである。チームで体験したことを元に成功や失敗の要因を考察し、自分達が獲得した知識や能力を理解する。自分達の活動の成功確率をさらに高めるのに「教室の知」が有効であることに気づき、学習意欲を高める。

「経験の知」から、また「教室の知」のフェイズに戻るのは、経験知を教室で学ぶ知で整理しより良く理解するためであり、起業家教育は一度のサイクルでは不十分であることを示している。スパイラルに4つのフェイズをくり返すことによって、起業活動と起業家についての知がより大きく豊かになっていく。

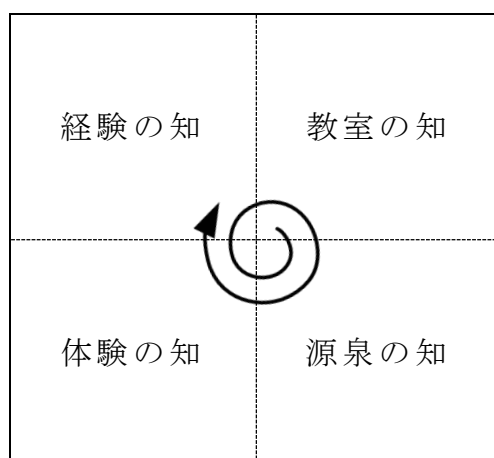


図 5-1 アクティブ・ラーニングによる起業家教育の知識プロセス

5.4 実務的含意

序章で述べたように政府の「日本再興戦略改訂 2014」や経済産業省「ベンチャーを支援する日本の産業政策」（2014年10月）では、初等中等教育からの起業家教育の推進」が明記された。効果的な起業家教育プログラムをいかに構築するか、そしてその成果をいかに検証するかという課題はますます重要になってくるだろう。こうした状況を踏まえ、本研究の成果を通じて、次のような提言を行いたい。

本研究で示したモデルのなかで、受講者にとって最も重要な知識創造のフェイズは「体験の知」である。不確実性のあるリアルな場面では、唯一解のないなかで最適解を探求しなければならないが、このことが受講者の成長を促す。ほとんどの授業が教室内で完結している学校教育の現状では、こうした不確実性のある体験学習の場を用意することは難しく、現場の教員にとって起業家教育導入のハードルにもなっている。教員の負担を軽減し、起業家教育の普及を促進させるためには、教員が利用可能な教材や運用マニュアルの確立が急がれる。そのうえで、まずは、本研究のモデル校での第1回販売活動がそうであったように、学校の文化祭など既存の学校行事を実践の場とすることで、導入にあたっての難しさを低減させることができる。そのようにして学校での起業家教育導入の実績を積んだうえで、地域の商工団体などの協力を得て空き店舗や地域のイベントなどを活用したより現実社会に近い実践的な販売体験に移行していくことで、現場の教員や関係者の負担を抑えることにつながると考えられる。

また、本研究では、高校生にとって「アイデアの発想」に対する自信を持っていることと、起業への意欲や自信があることとの相関性を明らかにした。このことは、高校生向けの起業家教育プログラムを作成するうえで、大きな示唆を与える。同様に、小学生から大学生の各成長段階で何が起業への自信や意欲を与える因子となるのかを明らかにする必要がある。

本研究で行ったアンケートとインタビューでは、将来の起業の可能性について一見、矛盾するような回答がみられた。すなわち、アンケートでは、「起業の自信も意欲もない」としながらも、インタビューで丁寧に聞き出

してみると、「仲間と一緒になら」などとの条件付きで起業に対して前向きな姿勢を示す生徒が少なからずいたのである。ここに日本の起業社会実現に向けたカギのひとつがある。「一人では無理だが、友達と協力すれば起業できる」という実感を多くの生徒が持ったということは、彼らなりの起業の成功確率をあげる方策を見出したことといえる。これが、成功確率はコントロールできるものなのだという理解につながっていくであろう。社会に出て経験を積むにしたがい、その他の方策を見出していくことにもつながる。

5.5 将来研究への示唆

将来研究への示唆として、次の点を挙げる。

まず、研究対象を普通科の高校生に広げるということである。今回の研究対象はビジネスコースの生徒であり、生徒のビジネスに対する関心はそもそも高かった。同様のプログラムを普通科の生徒を対象に実施した場合には、異なる反応があるものと推測できる。高校生の72.8%³³は普通科に在籍しており、高校での起業家教育の普及のためには普通科での実施が不可欠である。とはいえ、教員の確保、授業時間の確保など運営面での普通科への導入のハードルは高く、普及は容易ではない。そのためには、逆説的ではあるが、職業教育との関連性から起業家教育を導入しやすい専門高校でデータを収集し、効果に関するエビデンスを明らかにするとともに、ノウハウを蓄積していくことが必要であろう。

また、学校での起業家教育を普及させるという見地から、研究対象を小学生から大学生までの広い年齢層とすることも必要である。そのうえで調査結果を踏まえ、どの学年でどのような内容を扱うのが適切かという議論を俎上に載せ、体系化されたプログラムを構築していくことが急務といえよう。

さらに、地域性を考慮した研究を行うことも今後の課題である。本研究

³³文部科学省 2015 年度学校基本調査による。

は東北地方の郡部で行っており、生徒が日頃接するビジネスや起業に関する情報は限定的である。都市部や地場産業を持つ地域などで同様の調査を行い、地域間の差を比較していくことも意義あることであろう。

参考文献一覧

- Amit, R., Glosten, L. and Muller, E. (1993) “Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research,” *Journal of Management Studies*, 30(5), pp.817-834.
- 青森県 (2014) 『青森県基本計画 未来を変える挑戦 —強みをとことん、課題をチャンスに—』、青森県.
- Azim, T. (2011) *Entrepreneurship Education and Training: An Input Based Model*. Saarbrücken (Germany): VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG.
- バンデューラ, A. (著), 本明寛、野口恭子 (監訳) (1997) 『激動社会の中の自己効力』、金子書房.
- Bandura, A. (1997) *Self-Efficacy: The Existence of Control*. New York: Free Man.
- Baumol, W. J. (1993) “Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds,” *Journal of Business Venturing*, 8(3), pp.197-210.
- Begley, T. M. and Boyd, D. P. (1987) “Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Business,” *Journal of Business Venturing*, 2(1), pp.79-93.
- Berlew, D. (1975) “The Nature of Entrepreneurs,” *Proceedings of Project ISEED (International Symposium on Entrepreneurship and Enterprise Development)*, pp.42-44.
- Blanchflower, D. G. and Oswald, A. J. (1998) “What Makes an Entrepreneur?” *Journal of Labor Economics*, 6(1), pp.26-61.
- Bonwell, C. C. (2000) *Active Learning: Creating Excitement in the Classroom*. MO: Active Learning Workshops.
- Brockhaus, R. H. (1980) “Risk Taking Propensity of Entrepreneurs,” *Academy of Management Journal*, 23(3), pp.509-520.
- Brockhaus, R. H. (1982) “The Psychology of the Entrepreneur,” In Kent C. A.,

- Sexton, D. L. and Vesper, K. H. (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, NJ: Prentice Hall, pp. 39-56.
- Brockhaus, R. H. and Horwitz, P. S. (1986) “The Psychology of the Entrepreneur,” In Sexton, D. and Smilor, R., (eds.), *The Art and Science of the Entrepreneurship*, MA: Cambridge Ballinger Publishing, pp.25-48.
- Budner, S. (1982) “Intolerance of Ambiguity as a Personality Variable,” *Journal of Personality*, 30, pp.509-520.
- Bygrave, W. D. (2004) “The Entrepreneurial Process,” In Bygrave, W. D. and Zacharakis, A. (eds.), *The Portable MBA in Entrepreneurship (The Portable MBA Series)*, NJ: John Wiley and Sons, pp.1-26.
- Cabane, C. and Clark, A. (2011) “Childhood Sporting Activities and Adult Labour-Market Outcomes,” *CES Working Papers Centre d’Economie de la Sorbonne*, <http://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp1253.pdf> (検索日 : 2016年3月7日)
- Caird, S. (1991) “Testing Enterprising Tendency in Occupational Groups,” *British Journal of Management*, 2, pp.177-186.
- Caird, S. (2013) “General measure of Enterprising Tendency Test,” The Open University’s repository of research publications and other research outputs, http://oro.open.ac.uk/5393/2/Get2test_guide.pdf. (検索日 : 2015年3月10日)
- Chell, E. (2008) *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*. NY: Routledge.
- Chen, C. C., Greene, P. G. and Crick, A. (1998) “Does Entrepreneurial Self-efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?”. *Journal of Business Venturing*, 13(4), pp.295-316.
- 中央教育審議会 (1999) 『初等中等教育と高等教育との接続の改善について (答申)』、
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chuuou/toushin/991201.htm (検索日 : 2013年8月19日)
- 中央教育審議会 (2008) 『幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援

- 学校の学習指導要領等の改善について』（答申）、
http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/__icsFiles/afielldfile/2010/11/29/20080117.pdf（検索日：2013年8月19日）
- 中央教育審議会（2011）『今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について（答申）』、ぎょうせい
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/__icsFiles/afielldfile/2011/02/01/1301878_1_1.pdf（検索日：2014年3月17日）
- 中央教育審議会（2012）『新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて～生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ～（答申）』、
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/__icsFiles/afielldfile/2012/10/04/1325048_1.pdf（検索日：2016年9月12日）
- 中小企業庁（2014）『中小企業白書 2014年版』、
http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/PDF/h26_pdf_mokuji.html（検索日：2014年4月29日）
- Coony, T. M. (2005) “Editorial: What is an Entrepreneurial Team?”,
International Small Business Journal, 23(3), pp.226-235.
- Costa, P. T. and McCrae, R. R. (1992) *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*.
FL: Psychological Assessment Resources, Inc.
- Cromie, S. and Callaghan, I. (2007) “Assessing Enterprising Attributes; the Usefulness of Caird’s General Enterprising Tendency Test”, *Small Business and Enterprise Development*, Vol.4, pp.65-71.
- Dermer, J. (1977) *Management Planning and Control Systems: Advanced Concerns and Cases*. IL: Richard D. Irwin.
- Drennan, J., Kennedy, J. and Renfrow, P. (2005) “Impact of Childhood Experiences on the Development of Entrepreneurial Intentions,”
Entrepreneurship and Innovation, November, pp.231-238.
- ドラッカー, P. F. (著)、上田惇夫 (約) (1985) 『イノベーションと起業家精神—実践と原理』、ダイヤモンド社.
- Dyer, W. G. Jr. (1992) *The Entrepreneurial Experience: Confronting Career*

- Dilemmas of the Start-Up Executive*, CA: Jossey-Bass.
- Dyer, W. G. Jr. (1994) "Toward a Theory of Entrepreneurial Careers,"
Entrepreneurship Theory and Practice, Winter, pp.7-21.
- 榎本博明、安藤寿康、堀毛一也 (2009) 『パーソナリティ心理学 —人間科学、自然科学、社会科学のクロスロード—』、有斐閣.
- Entwisle, D. R. (1972) "To Dispel Fantasies about Fantasy-based Measures of Achievement Motivation," *Psychological Bulletin*, 77, pp.977-391.
- European Commission (2002) *Best Procedure project on "Education and training for entrepreneurship"*, *Final Report of the Expert Group*.
http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=3352
(検索日 : 2014 年 12 月 25 日)
- European Commission (2004) *Final Reports of the Expert Group: Education for Entrepreneurship: Making Progress in Promoting Entrepreneurial Attitudes and Skills through Primary and Secondary Education*.
http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=3592
(検索日 : 2013 年 8 月 5 日)
- Fayolle, A. (2006) *Essay on the Nature of Entrepreneurship*. St.Gallen (Switzerland): Schweizerisches Institut für Klein-und Mittelunternehmen,
http://www1.kmu.unisg.ch/rencontres/RENC2006/Topics06/A/Rencontres_2006_Fayolle.pdf (検索日 : 2014 年 12 月 25 日)
- Filion, L. J. (1994) "Ten Steps to an Entrepreneurial Teaching", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 11(3), pp.68-78.
- Fisher, J. L. and Koch, J. V. (2008) *Born Not Made: The Entrepreneurial Personality*, CT: Praeger Publishers.
- Florida, R. (2009) "Entrepreneurship, Creativity, and Regional Growth," *The Emergence of Entrepreneurship Policy*, In Hart, D. M. (Ed.), Cambridge, Cambridge University Press, pp.39-59.
- Frey, C. B. and Osborne, M. A. (2013) *The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerization?*. Oxford: University of Oxford,
http://arche.depotoi.re/autoblogs/wwwinternetactunet_8a3fe3331e0ad732

7e18d9fe6ec3f0ad04dcea58/media/3722fa7d.The_Future_of_Employment.pdf (検索日 : 2014 年 12 月 15 日)

- Gartner, W. B. (1985) "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation," *Academy of Management Review*, 10(4), pp.696-706.
- Gasse, Y. (1982) "Elaborations on the Psychology of the Entrepreneur," In Kent, C. A., Sexton, D.L. and Vesper, K. H. (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp.57-66.
- Gibb, A. A. (1993) "The Enterprise Culture and Education. Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Education Goals," *International Small Journal*, 11(3), pp.11-37.
- Gorman, G., Hanlon, D. and King, W. (1997) "Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: A Ten-Year Literature Review," *International Small Business Journal*, 15(3), pp.56-77.
- Gottfredson, L. S. (1981) "Circumscription and Compromise: A Developmental Theory of Occupational Aspirations," *Journal of Counseling Psychology*, 28(6), pp.545-579.
- Hackett, G. and Betz, N. E. (1981) "A Self-efficacy Approach to the Career Development of Women," *Journal of Vocational Behavior*, 18, pp.326-339.
- Heckman, J. J. and Scheinkman, J. (1987) "The Importance of Bundling in a Gorman-Lancaster Model of Earnings," *Review of Economic Studies*, 54(2), pp. 243-55.
- Henry, C., Hill, F. and Leitch, C. (1996) *Entrepreneurship Education and Training*. Aldershot: Ashgate.
- 平石賢二 (1990) 「青年期における自己意識の発達に関する研究 (I) — 自己肯定性次元と自己安定性次元の検討—」、『名古屋大学教育学部紀要』37号、pp.217-234.

- 本田由紀 (2009)『教育の職業的意義』、筑摩書房.
- 磯辺剛彦 (1998)「起業プロセスの社会的アプローチ —ポピュレーション・エコロジーと制度理論—」、『三田商学研究』、41(5)、pp.39-66.
- Johnson, B. R. (1990) “Toward a Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3), pp.39-54.
- Kamm, J. B. and Aldrich, H. E. (1993) “The Stages of Team Venture Foundation: A Decision Making Model,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), pp. 17-27.
- 加藤隆勝(1973)「青年期の発達心理学的意義」、『青年期の発達の意義』、pp.3-50、金子書房.
- Katz, J. A. (2003) “The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876-1999,” *Journal of Business Venturing*, 18, pp.283-300.
- Kaufmann, P. J., Welsh, D. H. B. and Bushmarin, N. (1995) “Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(1), pp.43-56.
- 経済産業省中部経済産業局 (2007)『起業家的な資質・能力と精神を育む学び 起業家教育導入実践の手引き —未来を拓く子ども達を育むために—』、http://www.chubu.meti.go.jp/keiei_shinjigyo/sesaku/tebiki.pdf (検索日：2014年4月24日)
- Kuhn, P. and Weinberger, C. (2005) “Leadership Skills and Wages,” *Journal of Labor Economics*, 23, pp.395-436.
- 菊池武剋 (2008) 「キャリア教育とは何か」、キャリア教育学会編、『キャリア教育概説』、東洋館出版社、pp.12-17.
- 清成忠男 (1993)『中小企業ルネッサンス—市場経済の刷新と企業家活動』、有斐閣.
- Klinger, E. (1966) “Fantasy Need Achievement as a Motivational Construct,” *Psychological Bulletin*, 66, pp.291-308.
- 国立教育政策研究所生徒指導研究センター (2002)『児童生徒の職業観・勤

労働観を育む教育の推進について』

<http://www.nier.go.jp/shido/centerhp/sinro/1hobun.pdf> (検索日 : 2013 年 10 月 23 日)

Kolb, D. A. (1984) *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. NJ: Prentice Hall.

児美川孝一郎 (2013) 『キャリア教育のウソ』、筑摩書房.

Kourilsky, M. L. (1995) *Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum*. MO: Center for Entrepreneurial Leadership, Ewing Marion Kauffman Foundation.

Kourilsky, M. L. and Carlson, S. R. (1997) “Entrepreneurship Education for Youth: A Curricular Perspective,” In Sexton, D. L. and Smilor, R. W. (eds.), *Entrepreneurship 2000*, IL: Upstart Publishing Company, pp.193-213.

Kropp, F., Lindsay, N. J. and Hancock, J. (2011) “Cultural Context as a Moderator of Private Entrepreneurship Investment Behavior,” In Hindle, K. and Klyver, K. (eds.), *Handbook of Research on New Venture Creation*, Cheltenham: Edward Elgar Pub.

Krueger, N. F. Jr. (2003) “The Cognitive Psychology of Entrepreneurship,” In Acs, Z. J. and Audretsch, D. B. (eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Manchester: Kluwer Law International, pp.105-140.

熊沢誠 (2006) 『若者が働くとき — 「使い捨てられ」も「燃えつき」もせず—』、ミネルヴァ書房.

Lleras, C. (2008) "Do Skills and Behaviors in High School Matter? The Contribution of Noncognitive Factors in Explaining Differences in Educational Attainment and Earnings,” *Social Science Research*, 37, pp.888-902.

Liñán, F. (2007) “The Role of Entrepreneurship Education in the Entrepreneurial Process,” In Fayolle, A. (eds.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, Vol.1, Cheltenham (UK): Edward Elgar, pp.230-247.

- McClelland, D. (1961) *The Achieving Society*, NJ: Van Nostrand.
- McClelland, D. (1962) “Business Drive and National Achievement,” *Harvard Business Review*, 40, July-August, pp.99-112.
- McKenze, B. M., Ugbah, S. D. and Smothers, N. (2007) “‘Who is an Entrepreneur?’ is it Still the Wrong Question?”, *Academy of Entrepreneurship Journal*, 13(1), pp.23-43.
- Meredith, G. G., Nelson, R. E. and Neck, P. A. (1982) *The Practice of Entrepreneurship*, Geneva: International Labor Office.
- Miner, J. B. (1980) *Theories of Organizational Behavior*. IL: Dryden Press.
- 宮城県教育研修センター (2004) 『みやぎのキャリア教育推進のために』
http://www.edu-c.pref.miyagi.jp/longres/H16_A/shinro/top.html (検索日：2014年4月24日).
- 文部科学省 (2004) 『キャリア教育の推進に関する総合的調査協力者会議報告書』
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/023/toushin/04012801/002.htm (検索日：2014年12月13日)
- 文部科学省 (2011) 『小学校キャリア教育の手引き (改訂版)』、教育出版
http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/career/detail/1312372.htm (検索日：2013年10月23日)
- 文部科学省 (2013) 『今、求められる力を高める総合的な学習の時間の展開』
http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/sougou/1338359.htm (検索日：2014年12月13日)
- Müller, G. F. and Gappisch, C. (2005) “Personality Types of Entrepreneurs,” *Psychological Reports*, 96, pp.737-746.
- 村上純一 (2011) 「今日におけるキャリア教育の高等教育への拡大とその課題 —中教審「キャリア教育・職業教育特別部会における「キャリア教育」という語の意味上の変化に着目して—」、『東京大学大学院教育学研究科教育行政学論叢』、第30号、pp.61-71.
- 村上純一(2014) 「キャリア教育の初等中等教育と高等教育での差異の考察 —政策文書の分析を中心に—」、『実践女子大学人間社会学部紀要』、

第10集』 pp.139-151.

マイヤース, I. B. & マイヤース, P. B. (著), 大沢 武志・木原 武一 (訳)
(1982) 『人間のタイプと適性—天賦の才 異なればこそ—』、日本リ
クルートセンター出版部.

Nicolaou, N. et al. (2008) “Is the Tendency to Engage in Entrepreneurship
Genetic,” *Management Science*, 54(1), pp.167-179.

日本青少年研究所(2013)『高校生の進路と職業意識に関する調査報告書 —
日本・米国・中国・韓国の比較—』、財団法人日本青少年研究所.

野中郁次郎、遠山亮子 (2006) 「知識経営の理論」、野中郁次郎・遠山亮子
編『MOT 知識創造経営とイノベーション』、丸善、 pp.1-49.

O’Gorman, C. and Cunningham, J. (1997) *Entrepreneurship in Action: An
Introduce to Entrepreneurship in an Irish Context*. Dublin: Oak Tree
Press.

Ohe, S. and Ohe, T. (1996) “Three Key Experiences of Japanese Entrepreneurs
during Their Elementary and Secondary School Years”, *Frontiers of
Entrepreneurship Research*.

<http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers96/ohe/> (検索日 : 2014 年 12
月 23 日)

Olson, P. D. and Bosserman, D. A. (1984) “Attributes of the Entrepreneurial
Type,” *Business Horizons*, 27(3), pp.53-56.

Oosterbeek, H., van Praag, M. and Ijsselstein, A. (2010) “The Impact of
Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation,”
European Economic Review, 54(3), pp.442-454.

Osborne, J. (1995) “The Essence of Entrepreneurial Success,” *Management
Decision*, 33(7), pp.4-9.

オスターワルダー, A., ピニユール, E (2012) 『ビジネスモデル・ジェネレ
ーション ビジネスモデル設計書』、翔泳社.

大谷尚 (2008) 「4 ステップコーディングによる質的データ分析手法
SCAT の提案 —着手しやすく小規模データにも適用可能な理論化の
手続き—」、『名古屋大学大学院教育発達科学研究科紀要 (教育科学)』、

54(2)、 pp.27-44.

大谷尚 (2011) 「SCAT: Steps for Coding and Theorization —明示の手続きで着手しやすく小規模データに適用可能な質的データ分析手法—」、『感性工学』、 10(3)、 pp.155-160.

Peterman, N. E. and Kennedy, J. (2003) “Enterprise Education: Influencing Students’ Perceptions of Entrepreneurship,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), pp.129-144.

Rauch, A. and Frese, M. (2007) “Born to Be an Entrepreneur?: Revisiting the Personality Approach to Entrepreneurship,” In Baum, J. R., Frese, M. and Bron, R. A. (eds.), *The Psychology of Entrepreneurship*, NJ: Laurence Erlbaum Associates, pp.41-65.

Rotter, J. B. (1954) *Social Learning and Clinical Psychology*. NJ: Prentice Hall.

Rotter, J. B. (1966) “Generalized Expectations for Internal versus External Control of Retirement,” *Psychological Monographs*, 80, pp.1-28.

Schere, J. (1982) “Tolerance of Ambiguity as a Discriminating Variable between Entrepreneurs and Managers,” *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 42, pp.404-408.

Scherer, R. T., Brondzenski, J. D. and Wiebe, F. A. (1991) “Examining the Relationship between Personality and Entrepreneurial Career Preference,” *Entrepreneurship & Regional Development*, 3, pp.195-206

Seikkula-Leino, J. (2008) “How Curriculum Reform Strengthens the Implementation of Entrepreneurship Education?,” *ESU Conference 2008 on Entrepreneurship*.

http://www.esu.fi/papers/33_Jaana_Seikkula-Leino.pdf (検索日 : 2011 年 6 月 18 日)

瀬戸真、加部佐助 (1990) 『人間の在り方を求める体験学習—自己を見つめる力を求める』、ぎょうせい

Sexton, D. L. and Bowman, N. (1985) “The Entrepreneur: A Capable Executive and More,” *Journal of Business Venturing*, 1(1), Winter, pp.129–140.

Shane, S., Locke, E. A. and Collins, C. J. (2003) “Entrepreneurial Motivation,”

- Human Resource Management Review*, 13, pp.257-279.
- Shapiro, A. (1975) "The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur," *Psychology Today*, pp. 83-88.
- Shaver, K. G. and Scott, L. R. (1991) "Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, pp. 23-45.
- Shefsky, L. E. (1995) *Entrepreneurs are Made not Born: Secrets from 200 Successful Entrepreneurs*. NY: McGraw-Hill, Inc.
- Singer, S., Amorós, J. E. & Arreola, D. M. (2015) *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*, <http://www.gemconsortium.org/report> (検索日 : 2016 年 1 月 8 日)
- Souitarisa, V., Zerbinatib, S. and Al-Lahamc, A. (2007) "Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources," 22(4), *Journal of Business Venturing*, pp.566-591.
- Super, D. E. (1980) "A Life-span, Life-space Approach to Career Development," *Journal of Vocational Behavior*, 16, pp.282-296.
- 高橋徳行 (2014) 「起業家教育のスペクトラム —「活動」の支援か「態度」の形成か—」、『ビジネスクリエーター研究』、第 5 号、pp.97-112.
- 寺西和子 (1991) 「経験と知識創造」、『教育方法学研究』、17、日本教育方法学会、pp.57-65.
- 寺岡寛 (2007) 『起業教育論 —起業教育プログラムの実践』、信山社.
- Timmons, J. A., Zacharakis, A. and Spinelli, S. (2004) *Business Plans That Work: A Guide for Small Business*.
- Timmons, J. A. and Spinelli, S. (2008) *New Venture Creation*, 8th ed., New York: McGraw-Hill/Irwin.
- 戸田淳仁、鶴光太郎、久米功一 (2014) 『幼少期の家庭環境、非認知能力が学歴、雇用形態、賃金に与える影響』、RIETI Discussion Paper Series、14-J-019、独立行政法人経済産業研究所
<http://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/14j019.pdf> (検索日 : 2016 年 4

月 10 日)

通商産業省 (1998) 『アントレプレナー教育研究会報告書』

<http://www.meti.go.jp/policy/newbusiness/downloadfiles/antre.pdf> (検索日 : 2014 年 4 月 21 日)

梅本勝博 (2006) 「教育経営を知識経営と地域経営の枠組みで考える」、『日本教育経営学会紀要』、48、pp.174-179.

梅本勝博、大串正樹 (2000) 「大学教育における総合的学習の必要性 —知識創造の視点から—」、『大学教育学会誌』、22(2)、pp.69-73.

Vesper, K. H. (1990) *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Von Graevenitz, G., Harhoff, D. and Weber, R. (2010) “The Effects of Entrepreneurship Education,” *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), pp.90-112.

渡辺三枝子ほか (2007) 『キャリアの心理学 —キャリア支援への発達のアプローチ—』、ナカニシヤ出版.

山地弘起 (2014) 「アクティブ・ラーニングとはなにか」、『大学教育と情報』、2014 年度 No.1、pp2-13.

Zhan, A. et al. (2009) “The Genetic Basis of Entrepreneurship: Effects of Gender and Personality,” *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 110 (2), pp.93-107.

付録

1. ビジネスコース生徒の属性とインタビュー実施日時

本研究の研究対象としたビジネスコース生徒の属性および、各生徒に対するインタビューの実施日時は次の通りである。

表 32 ビジネスコース生徒の属性

番号	性別	家族構成	保護者の職業	高卒後の希望進路	就きたい仕事	コース選択の理由	第1回インタビュー 実施日時 (2013年6月) 各回30分	第2回インタビュー 実施日時 (2014年6月) 各回40分
1	男子	父、母、祖母、姉(大学進学のため別居)	父：自営業(塗装業) 母：会社員	進学	未定(雇われて働きたい)	姉が商業科卒業生。姉と性格が似ているため、自分にも合うと思った。	14日(金) 17:00~	17日(火) 16:40~
2	男子	母、弟	母：会社員	就職	放送局	資格の取得が将来の仕事に役立ちそう。	11日(火) 16:30~	17日(火) 17:20~
3	女子	父(単身赴任中)、母、弟、妹	父：会社員 母：会社員	就職	パソコンをつかった仕事	商業部員であり、簿記をもっと学びたかった。就職に有利とも聞いた。	11日(火) 17:00~	16日(月) 17:20~
4	女子	父、祖父、祖母、母、姉	父：農業	就職	動物病院	学校の先生に資格がとれて就職に有利と勧められた。姉が商業科卒業生で、彼女が就職できたことも好印象。	10日(月) 18:00~	13日(金) 16:40~
5	女子	父、母、祖父、祖母、姉(進学のため別居)、弟	父：自営業(美容院経営)	進学	美容院の継承または保育士	姉が商業科卒業生。電卓を使う姿が格好良かった。	10日(月) 16:00~	12日(木) 18:00~
6	女子	父(単身赴任中)、母、姉	父：会社員 母：会社員	進学	声優	親に勧められた。	12日(水) 17:00~	12日(木) 16:00~
7	女子	父、母、姉、弟	父：公務員(看護師)	進学	テレビ番組のディレクター	父が商業科の卒業生で興味を持つ。さらに先生から勧められた。	14日(金) 16:00~	13日(金) 18:00~
8	女子	父、母、祖父、祖母、曾祖母、弟	父：会社員 母：会社員	進学(経済的に困難)	税理士	入学前から決めていた。商業の勉強をしていると就職に有利だと思う。	13日(木) 16:00~	13日(金) 16:00~
9	女子	父(単身赴任中)、母、兄	父：会社員 母：会社員	進学	スポーツインストラクター	簿記の資格がとれるのは、自分の将来にとって有利になると思う。	10日(月) 17:00~	12日(木) 16:40~
10	女子	父、母、祖父、祖母、姉、妹	父：会社員 母：会社員	進学	美容師	資格をたくさん取りたい。	13日(木) 16:30~	18日(水) 16:40~
11	男子	母、姉(就職のため別居)、妹	母：会社員	就職	未定(雇われて働きたい)	商業科卒業生である姉の勧め。	11日(火) 17:30~	13日(金) 17:20~
12	女子	父、母、兄(就職のため別居)	父：会社員 母：会社員	就職	未定	高1のときにパソコンに興味を持ち、ビジネスコースに向いていると思った。	13日(木) 18:00~	19日(木) 16:00~
13	女子	父、母、姉	父：会社員 母：会社員	就職	未定	1年生のときの担任の先生に勧められた。	14日(金) 17:30~	12日(木) 17:20~
14	女子	父、母、姉、妹	父：会社員 母：会社員	進学したいが親が反対	未定	簿記や商業の資格をとることが将来につながるかと中学生のときから思っていた。	12日(水) 16:30~	18日(水) 17:20~
15	女子	母、祖父、祖母、弟	母：会社員	就職	事務職	姉が商業科の卒業生で、簿記の資格を持っていることにあこがれていた。	14日(金) 16:30~	19日(木) 18:00~
16	女子	父、母、姉、弟	父：自営業(事業承継者)	就職	未定(国際的な仕事に就きたい)	親から、就職に有利だから商業の勉強をしろと言われた。自分も普通の勉強に興味を持てず、商業の勉強のほうが良いと思った。	14日(金) 18:00~	16日(月) 16:00~
17	女子	父、母、姉(就職のため別居)	父：会社員 母：会社員	就職	未定(雇われて働きたい)	この学校の商業科が有名だったから、そこに入りたいと思った。	13日(木) 17:30~	19日(木) 17:20~
18	女子	母、祖父、祖母	母：会社員	進学	保育または介護	商業の勉強が将来役立つと思った。	10日(月) 16:30~	16日(月) 16:40~
19	女子	父、母、妹(2人)、弟	父：農業 母：農業	就職	未定(人と触れ合う仕事)	学校の商業部が全国大会に出ることで地域で有名だったので、それに興味を持ち入学した。その部員の多くがこのコースに入った。	13日(木) 17:00~	17日(火) 16:00~
20	女子	母、祖父、祖母	母：会社員	進学	教師	1年生のときに友達に誘われて商業部に入学。商業部のひとは、基本的にこのコースに入る。	10日(月) 17:30~	18日(水) 18:00~
21	女子	父(単身赴任中)、母、祖母、兄	父：会社員 母：会社員	進学	簿記(簿記のディレクション)	兄が商業科の卒業生で、電卓を使う姿がかっこいいと思っていた。先生に資格を多く持っている方が良いと言われた。	12日(水) 18:00~	18日(水) 16:00~
22	女子	父、母、兄、妹(双子、同学生)	父：会社員 母：会社員	進学	秘書	大学受験に失敗しても就職しやすい。	11日(火) 18:00~	19日(木) 16:40~

2.起業家度テストの質問用紙

年 月 日

起業家度テスト

青森県立三戸高校 年 組 番(男・女) 名前

次の各文について、あなたはどのように思いますか。
 「とてもそう思う」から「全くそう思わない」のいずれかからあなたの考えに近いもの一つを選んで、当てはまる欄に「○」をつけてください。
 今まで経験したことがない内容でも、「自分ならこういう場面ならば、こうするだろうな」と想像して回答してください。
 ※この結果は、成績には一切関係しませんので、正直に書いてください。

	質問	とても そう 思 う	やや そう 思 う	あまり そう 思 わ ない	全 く そ う 思 わ ない	
1	まずまずのお金がもらえれば、やりがいの少ない仕事でもかまわない					1
2	自分の限界に挑戦して、他の人があまり到達したことのないところまで達したい					2
3	目立つことや、人と違うことをするのが苦手だ					3
4	能力があっても成功しなかった人は、チャンスをつかむのに失敗したのだ					4
5	空想にふけることはあまりない					5
6	やるべきことがあると、そのことが頭を離れず、気持ちの切り替えがうまくできない					6
7	得意か不得意かは、努力では変えられない					7
8	周りの人から、ユニークなアイデアを出す人と思われている					8
9	何らかの競技に出て賞金を得るよりは、宝くじを買ったほうがよい					9
10	自分の能力を伸ばせるようなチャレンジをするのが好きだ。簡単にできることは、つまらない					10
11	安定した仕事についてまずまずの収入を得るほうが、好業績ならば高い所得が得られるよりもよい					11
12	物事を進めるときには、その中心人物となって自分のやり方で進めたい。他の人がどう思うかは気にしない					12
13	つらいことが起こるのは、運が悪いからだ					13
14	ひとつのことを考え始めると、何か別のことを思いつくまで、そのことが頭を離れないということが時々ある					14
15	やるべきことがうまくいかないときには、しばらく放っておいて、何か別のことをする					15
16	何か計画を立てたら、たいていやり遂げる					16
17	毎週決まってやるのが、予定外に変更になるのは好きではない					17
18	何かを実現したい時には、その成功確率が50%であっても、挑戦してみる					18
19	将来のことよりも、現在や過去のことをよく考える					19
20	お金をかせげるアイデアがあったら、時間を費やしたり、お金を借りたりしてでも実行したい					20
21	何かの作業をするときには、完全にやり方が理解できるまで教えて欲しい					21
22	努力すれば報われる					22
23	新しいアイデアや機械、技術の導入には慎重だ					23
24	やるべきことをきちんとやることは、誰かを喜ばせることより大事だ					24
25	良いことも悪いことも、起きたことは仕方がないと、受け入れようとする					25
26	まわりからは、常に変化を起こし、新しいアイデアを出そうとしている人と思われている					26
27	失敗の可能性があることは、最初からやろうとしない					27

	質問	とても そう思 う	やや そう思 う	あまり そう思 わない	全く そう 思わな い	
28	人が時間通りに来ないとイライラする					28
29	何かを決断する前には、時間がかかってもできるだけ色々な情報を集めたい					29
30	何か作業をするときには、誰かの力を借りずに自分でやりとげたい					30
31	成功するためには、正しい時に正しい場所にいななければならない					31
32	一つのことを極めるよりも、いくつかの得意なことを持ちたい					32
33	仕事ができないが自分の好きな人と一緒に働くほうが、仕事はできるが好きではない人と働くよりもよい					33
34	成功は努力の成果であり、運はあまり影響しない					34
35	決まったやり方があればそれに従い、新しいやり方に挑戦することはない					35
36	大事なことを決めるときには、それについての長所と短所をすばやく検討し、あまり長い時間考えない					36
37	チームの一員として働くほうが、一人で責任を負うよりもよい					37
38	過去の経験から確実に楽しめると分かっていることよりも、もっと楽しいかもしれない(が、楽しくない可能性もある)新しいことをやってみたい					38
39	周りの人の期待どおりに活動し、指示されたことについてはそれに従う					39
40	努力したら、見返りが欲しい					40
41	自分の将来が計画通りに進むように準備したい					41
42	何かに挑戦するときには、失敗によるダメージより成功して得ることの大きさを考える					42
43	人生で起きることは運命で決まっている					43
44	考え方の違う人と一緒にいると楽しい					44
45	他人に頼みごとをするのが苦手だ					45
46	大事なことの締め切りが近い時には、睡眠時間を削ったり、食事をぬいたりする					46
47	私たちは大抵のことを他のどの方法よりは良いやり方でやっている					47
48	目上の人や仲間に手柄をよこ取りされたら腹が立つ					48
49	失敗の理由が、「判断の甘さ」であることはあまりない					49
50	アイデアが次々と浮かぶことがある					50
51	休日には、やるべきことを忘れてリラックスして過ごせる					51
52	今までの人生で欲しいものは、努力すれば、手に入れることができた					52
53	変化を受け入れることは、習慣となっていることを続けるよりも難しい					53
54	費やしたお金や時間がムダになる可能性があっても、興味がある企画は実行したい					54

3.第1回、第2回アンケートの質問用紙

X高校 ビジネスマネジメントコース アンケート調査

年 組(番) 氏名: (男・女) 回答日:2013年 月 日

このアンケートは、みなさんの現在の状況を把握するために実施するものです。
回答内容がみなさんの成績に影響したり、先生や当アンケートの実施者以外が知ることはありませんので、素直に回答してください。

1. あなたは、高校卒業後、どのような進路を希望していますか。あなたが最も希望するものの記号に○をしてください(○は1つのみ)。

a.四年制大学に進学する b.短期大学に進学する c.専門学校に進学する

⇒a.~c.の場合、希望する専攻分野()

d.会社などに就職する e.起業(準備)する f.その他() g.まだ決めていない

2. あなたは、将来の働き方として次の、(1)~(4)についてそれぞれの程度興味がありますか。あてはまる記号に○をしてください(○はそれぞれ1つずつ)。

	a.大変興味がある	b.やや興味がある	c.どちらともいえない	d.あまり興味がない	e.全く興味がない
(1) 会社に雇われて働くこと	a.	b.	c.	d.	e.
(2) 公務員として働くこと	a.	b.	c.	d.	e.
(3) 自分で会社やお店をつくって働くこと	a.	b.	c.	d.	e.
(4) 第一次産業(農林水産業)で働くこと	a.	b.	c.	d.	e.

3. あなたは、「将来、自分は起業家になれる」と思いますか。あなたの考えに近いものの記号に○をつけてください(○は1つのみ)。

a.とてもそう思う b.ややそう思う c.どちらともいえない d.あまりそう思わない e.全くそう思わない

4. あなたは、「将来、起業家になりたい」と思いますか。あなたの考えに近いものの記号に○をつけてください(○は1つのみ)。

a.とてもそう思う b.ややそう思う c.どちらともいえない d.あまりそう思わない e.全くそう思わない

5. あなたは、次の(1)～(20)の言葉は、「新しく会社を作る人(起業家)」、「既存の会社の経営者」、「既存の会社で働く会社員」のそれぞれにとって、どの程度あてはまると思われますか。

それぞれに関して、「a.とてもあてはまる」「b.ややあてはまる」「c.どちらともいえない」「d.あまりあてはまらない」「e.全くあてはまらない」「f.わからない」のいずれかから、あなたのイメージに近いものを選び、記号に○をつけてください(○はそれぞれ1つずつ)。

それぞれについて、あなたの考えに近いものを1つずつ選んでください。
(1)～(20)全て回答してください。

	新しく会社を作った人 (起業家)	既存の会社の 経営者	既存の会社で 働く会社員
	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない
(1) 社会に貢献をしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(2) 社会的な地位が高い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(3) 世間の人から尊敬されている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(4) 自分の好きなことをしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(5) 忙しい	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(6) リーダーシップのある	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(7) お金持ちである	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(8) 楽しく働いている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(9) カッコいい	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(10) 苦勞が多い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(11) 夢を叶えている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(12) 経済的に不安定だ	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(13) 自分の能力に自信を持っている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(14) 自分が何が得意かをわかっている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(15) 自分の得意なことを活かしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(16) 自分の考えを相手に伝える能力が高い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(17) 相手の考えを理解する能力が高い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(18) 自立している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(19) 一緒に働く仲間のよさを活かしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(20) 責任が重い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f

裏面にも問題があります。忘れずに回答してください！

6. あなたは、次の(1)～(8)の言葉は、「ベンチャー企業」、「既存の会社」のそれぞれにとって、どの程度あてはまると思われますか。

それぞれに関して、「a.とてもあてはまる」「b.ややあてはまる」「c.どちらともいえない」「d.あまりあてはまらない」「e.全くあてはまらない」「f.わからない」のいずれかから、あなたのイメージに近いものを選び、記号に○をつけてください(○はそれぞれ1つずつ)。

	ベンチャー企業	既存の会社
	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない
(1) 社会に活力をもたらしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(2) 世の中に新しい価値を提供している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(3) 悪いことをしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(4) 便利なモノやサービスを提供している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(5) 安定している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(6) 成長している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(7) たくさんのお金を稼いでいる	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(8) 楽しく働ける	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f

それぞれについて、あなたの考えに近いものを1つずつ選んでください。(1)～(8)全て回答してください。

7. 次の(1)～(11)について現在のあなた自身にどの程度あてはまりますか。あなたの考えに近いものを選び、記号に○をつけてください(○はそれぞれ1つずつ)。

	a.とてもあてはまる	b.ややあてはまる	c.あまりあてはまらない	d.全くあてはまらない
(1) わたしは、自分のよいところがわかっている	a.	b.	c.	d.
(2) わたしは、自分の不得意なことがわかっている	a.	b.	c.	d.
(3) わたしは、自分の考えを上手に相手に伝えることができる	a.	b.	c.	d.
(4) わたしは、相手の考えをきちんと理解することができる	a.	b.	c.	d.
(5) わたしには、リーダーシップがある	a.	b.	c.	d.
(6) 自分の身の回りのことは、家族に頼らず自分でできている	a.	b.	c.	d.
(7) 自分に関することで決断が必要なとき、最終決定は自分でしている	a.	b.	c.	d.
(8) 多くの友達が持っているものは、自分の好みに合わなくても欲しい	a.	b.	c.	d.
(9) 自分で決めたことが結果として失敗に終わっても、他人のせいにはしない	a.	b.	c.	d.
(10) 自分が身につけたい資質は、これから努力すれば獲得できる	a.	b.	c.	d.
(11) 自分は社会に役立つ存在だ	a.	b.	c.	d.

8. あなたは「起業家」と聞いて何人ぐらいの人を思い浮かべることができますか。あてはまる記号に○をつけてください(○は1つのみ)。

a.誰も思い浮かばない b.1~2人 c.3~4人 d.5人以上

9. あなたは「ベンチャー企業」と聞いて何社ぐらいの会社を思い浮かべることができますか。あてはまる記号に○をつけてください(○は1つのみ)。

a.1社も思い浮かばない b.1~2社 c.3~4社 d.5社以上

10. あなたのお父さん、お母さんの働き方について、次のa.~g.のうち一番近いものを選び、記号に○をつけてください(○はそれぞれ1つずつ)。

a.会社に雇われて働いている(パートタイマー含む) b.公務員として働いている(パートタイマー含む) c.自分で会社や事務所・お店をつくって働いている d.親族などの会社を継いで(継ぐ予定で)働いている e.第一次産業(農林水産業)を家業に働いている f.家事に専念している g.その他

	a.	b.	c.	d.	e.	f.	g.
お父さん							
お母さん							

11. あなたは日ごろ次の(1)~(6)ような機会をそれぞれの程度ひんぱんに持ちますか。一番近いものの記号に○をつけてください(○はそれぞれ1つずつ)。

	a.週に1度以上	b.1ヶ月に1度以上	c.半年に1度以上	d.2~3年に1度以上	e.今までに数回程度	f.全くない
(1) 親から親の仕事についての話をきく	a.	b.	c.	d.	e.	f.
(2) 親と自分の進路について話す	a.	b.	c.	d.	e.	f.
(3) 家族や親せきの仕事や商売を手伝う	a.	b.	c.	d.	e.	f.
(4) 家族や親せき以外の経営者から仕事の話聞く	a.	b.	c.	d.	e.	f.
(5) 仕事に関してメディアから情報を得る	a.	b.	c.	d.	e.	f.
(6) 起業に関してメディアから情報を得る	a.	b.	c.	d.	e.	f.

※メディア=インターネット、テレビ、雑誌、本、新聞など

12. あなたは現在アルバイトをしていますか(○は1つのみ)。している場合には、アルバイトのひん度や内容を教えてください。

a.はい(週のアルバイト平均日数:週 日程度、アルバイトの内容:)
b.いいえ

13. あなたは、自分で商品を販売した体験がありますか(家業の手伝い、地域・学校の行事、フリーマーケットなど)(○は1つのみ)。体験している場合には、その時期や内容を教えてください。

a.はい(体験した時期: 、体験の内容:)
b.いいえ

ご回答、ありがとうございました。

4. 第3回アンケートの質問用紙

X高校 ビジネスマネジメントコース アンケート調査

_____年 組(番) 氏名: _____ (男・女) 回答日:2014年 _____月 _____日

このアンケートは、みなさんの現在の状況を把握するために実施するものです。
回答内容がみなさんの成績に影響したり、先生や当アンケートの実施者以外が知ることはありませんので、素直に回答してください。

- あなたは、高校卒業後、どのような進路を希望(または決定)していますか。あなたが最も希望するものの記号に○をしてください(○は1つのみ)。
a. 四年制大学に進学する b. 短期大学に進学する c. 専門学校に進学する
⇒a.~c.の場合、希望する専攻分野(_____)
d. 会社などに就職する e. 起業(準備)する f. その他(_____) g. まだ決めていない
- あなたの卒業後の進路は既に決まっていますか。
a. はい (⇒お差し支えがなければ、具体的な進学・就職先を教えてください)
b. いいえ (⇒「4.」へ)
2. で「a.」と回答された方のみお答えください。決定した進路先は、あなたの希望どおりですか。
a. 希望どおり b. ほぼ希望どおり c. どちらともいえない d. あまり希望どおりではない e. 全く希望どおりではない
具体的にどのような点が希望どおりなのか、あるいは希望どおりでないのか教えてください。

- (全員の方へ) 就職先や進学先を決めるにあたって、BMCでおこなった起業体験は役にたちましたか。
a. 非常に役立った b. 少し役立った c. どちらともいえない d. あまり役立ったなかった e. 全く役立たなかった
そのように思う理由を教えてください。

5. あなたは、将来の働き方として次の、(1)～(4)についてそれぞれの程度興味がありますか。あてはまる記号に○をしてください(○はそれぞれ1つずつ)。

	a.大変興味 がある	b.やや興味 がある	c.どちらとも いえない	d.あまり 興味 がない	e.全く 興味 がない
(1) 会社に雇われて働くこと	a.	b.	c.	d.	e.
(2) 公務員として働くこと	a.	b.	c.	d.	e.
(3) 自分で会社やお店をつくって働くこと	a.	b.	c.	d.	e.
(4) 第一次産業(農林水産業)で働くこと	a.	b.	c.	d.	e.

6. あなたは、「将来、自分は起業家になれる」と思いますか。あなたの考えに近いものの記号に○をつけてください(○は1つのみ)。

a.とてもそう思う b.ややそう思う c.どちらともいえない d.あまりそう思わない e.全くそう思わない

7. あなたは、「将来、起業家になりたい」と思いますか。あなたの考えに近いものの記号に○をつけてください(○は1つのみ)。

a.とてもそう思う b.ややそう思う c.どちらともいえない d.あまりそう思わない e.全くそう思わない

8. あなたは「起業家」と聞いて何人ぐらいの人を思い浮かべることができますか。あてはまる記号に○をつけてください(○は1つのみ)。

a.誰も思い浮かばない b.1～2人 c.3～4人 d.5人以上

9. あなたは「ベンチャー企業」と聞いて何社ぐらいの会社を思い浮かべることができますか。あてはまる記号に○をつけてください(○は1つのみ)。

a.1社も思い浮かばない b.1～2社 c.3～4社 d.5社以上

裏面にも問題があります。忘れずに回答してください！

8. あなたは、次の(1)～(20)の言葉は、「新しく会社を作る人(起業家)」、「既存の会社の経営者」、「既存の会社で働く会社員」のそれぞれにとって、どの程度あてはまると思いますか。

それぞれに関して、「a.とてもあてはまる」「b.ややあてはまる」「c.どちらともいえない」「d.あまりあてはまらない」「e.全くあてはまらない」「f.わからない」のいずれかから、あなたのイメージに近いものを選び、記号に○をつけてください(○はそれぞれ1つずつ)。

それぞれについて、あなたの考えに近いものを1つずつ選んでください。
(1)～(20)全て回答してください。

	新しく会社を作った人 (起業家)	既存の会社の 経営者	既存の会社で 働く会社員
	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない
(1) 社会に貢献をしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(2) 社会的な地位が高い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(3) 世間の人から尊敬されている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(4) 自分の好きなことをしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(5) 忙しい	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(6) リーダーシップのある	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(7) お金持ちである	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(8) 楽しく働いている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(9) かつこいい	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(10) 苦勞が多い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(11) 夢を叶えている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(12) 経済的に不安定だ	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(13) 自分の能力に自信を持っている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(14) 自分が何が得意かをわかっている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(15) 自分の得意なことを活かしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(16) 自分の考えを相手に伝える能力が高い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(17) 相手の考えを理解する能力が高い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(18) 自立している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(19) 一緒に働く仲間のよさを活かしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f
(20) 責任が重い	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f

9. あなたは、次の(1)～(8)の言葉は、「ベンチャー企業」、「既存の会社」のそれぞれにとって、どの程度あてはまると思いますか。

それぞれに関して、「a.とてもあてはまる」「b.ややあてはまる」「c.どちらともいえない」「d.あまりあてはまらない」「e.全くあてはまらない」「f.わからない」のいずれかから、あなたのイメージに近いものを選び、記号に○をつけてください(○はそれぞれ1つずつ)。

	ベンチャー企業	既存の会社	それぞれについて、あなたの考えに近いものを1つずつ選んでください。(1)～(8)全て回答してください。
	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない	a.とてもあてはまる b.ややあてはまる c.どちらともいえない d.あまりあてはまらない e.全くあてはまらない f.わからない	
(1) 社会に活力をもたらしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	
(2) 世の中に新しい価値を提供している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	
(3) 悪いことをしている	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	
(4) 便利なモノやサービスを提供している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	
(5) 安定している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	
(6) 成長している	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	
(7) たくさんのお金を稼いでいる	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	
(8) 楽しく働ける	a - b - c - d - e - f	a - b - c - d - e - f	

10. 次の(1)～(11)について現在のあなた自身にどの程度あてはまりますか。あなたの考えに近いものを選び、記号に○をつけてください(○はそれぞれ1つずつ)。

	a.とてもあてはまる	b.ややあてはまる	c.あまりあてはまらない	d.全くあてはまらない
(1) わたしは、自分のよいところがわかっている	a.	b.	c.	d.
(2) わたしは、自分の不得意なことがわかっている	a.	b.	c.	d.
(3) わたしは、自分の考えを上手に相手に伝えることができる	a.	b.	c.	d.
(4) わたしは、相手の考えをきちんと理解することができる	a.	b.	c.	d.
(5) わたしには、リーダーシップがある	a.	b.	c.	d.
(6) 自分の身の回りのことは、家族に頼らず自分でできている	a.	b.	c.	d.
(7) 自分に関することで決断が必要なとき、最終決定は自分でしている	a.	b.	c.	d.
(8) 多くの友達を持っているものは、自分の好みに合わなくても欲しい	a.	b.	c.	d.
(9) 自分で決めたことが結果として失敗に終わっても、他人のせいにはしない	a.	b.	c.	d.
(10) 自分が身につけたい資質は、これから努力すれば獲得できる	a.	b.	c.	d.
(11) 自分は社会に役立つ存在だ	a.	b.	c.	d.

ご回答、ありがとうございました。

5. ビジネスモデル分析フォーム

授業でのビジネスモデルの分析には、次のビジネスモデルキャンバスを使用した。

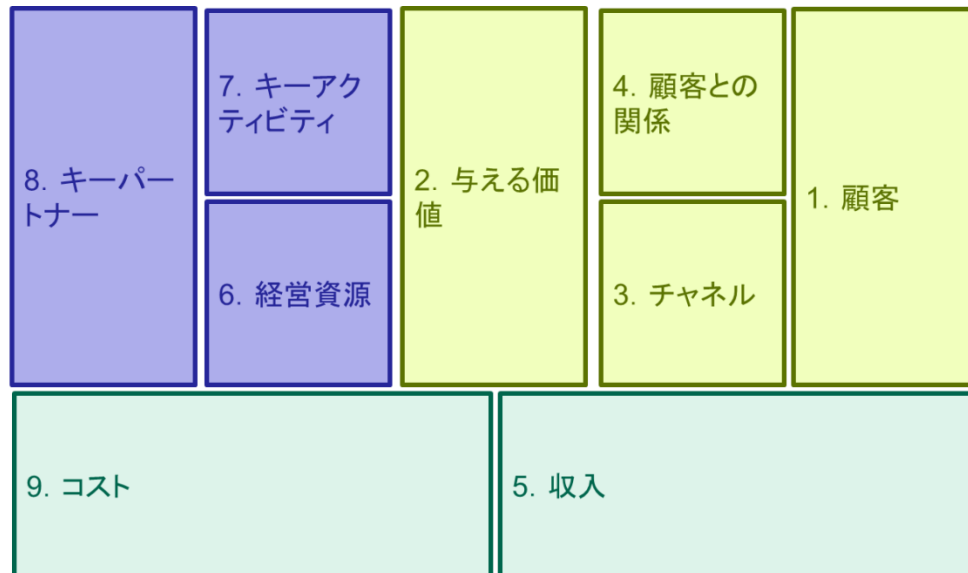


図 1 ビジネスモデルキャンバス

出所：オスターワルダー、ピニョール(2012)

謝辞

本論文を執筆にあたって、多くの方々にご指導、ご協力をいただきました。

まず、北陸先端科学技術大学院大学知識科学研究科 梅本勝博客員教授には、指導教員として、長きにわたり熱心なご指導をいただきました。心より感謝申し上げます。外部審査員の金沢大学 平田透教授)、内部審査員の神田陽治教授、敷田麻実教授、内平直志教授、主査を務めてくださいました伊藤泰信准教授には、学位論文審査において貴重なアドバイスをいただきました。また、データの分析にあたりましては、統計数理研究所の土屋隆裕教授のご指導をいただき、そのお蔭で本研究の基礎を確立することができました。改めてお礼申し上げます。

この研究はモデル校のご協力なしには、成し得ませんでした。モデル校の校長先生、担当の先生方、また外部講師の先生方、青森県教育委員会の皆様にお礼申し上げます。また、**Lerning Brain** プロデューサーの小松利昭氏には、本研究の実施にあたってひとかたならぬお力添えをいただきました。付して御礼申し上げます。

また、青森県の三村申吾知事には、当研究にご関心を寄せていただき、折に触れ励ましのお言葉を頂戴いたしました。心より感謝申し上げます。

私は、2000年より起業家教育に従事して参りましたが、その成果について学術的な分析が十分になされていないことが普及の足枷となっていて感じてきました。そのような折、早稲田大学参与の大江建先生がその効果を博士論文にまとめることを勧めてくださいました。このご助言がなければ、この研究活動はなし得ませんでした。

このほか、多くの方のご理解、励まし、ご支援のお陰でこの学位論文をまとめることができました。この場をお借りして、お世話になった方々へ感謝の気持ちを申し上げます。本当にありがとうございました。

社会をとりまく環境の変化が激しくなり、不確実性は高まっています。また、テクノロジーの発達にともない、人材に求められる能力も大きく変わろうとしています。そうしたなか求められるのは、起業家精神あふれる人材であろうと考えます。今後とも、起業家教育の推進を通じ、社会に貢献して参る所存です。