

原著論文

経営教育に向けた起業体験プログラムの
開発と教育効果の検証
— 千葉市との地域連携事業から —

樋口大輔*

経営教育に向けた起業体験プログラムを開発し、その教育的効果を検討する。経済・経営教育の一環として、起業を疑似的に体験するプログラムの例は多くみられるが、その効果検証を試みた例は多くない。本研究では、地域連携事業により開発された起業体験プログラムの実施を通して、その教育的効果を分析していく。

キーワード：アントレプレナーシップ、起業体験プログラム、起業家教育、教育効果、地域連携

Development of Programs for Entrepreneurship Experiences and
Measurements of Its Educational Achievements

Daisuke HIGUCHI*

In this paper, we develop an educational program for children for entrepreneurship experiences and test if the program achieves intended educational goals. A lot of programs have been developed for children for learning businesses in recent years, but few analyzed its educational achievements. We focus on development of effective programs and measurements of the achievements.

Key words: Entrepreneurship, Development of educational programs, Business education, Educational effects, Partnership between university and local government

1. はじめに

本研究では、千葉市との地域連携事業による、子どもを対象とした起業体験プログラムの開発と、その効果検証の試みについて報告する。

会社の仕組みの中には、さまざまな体験ができる要素が豊富にある。資本の流れに注目すれば経済や金融の学びにつながるし、戦略立案や組織運営の側面から見ればチームワークやリーダーシップの実践を体験できる場ともなる。また、会社の運営には多額の資金が必要であるため、仕入れや販売を経験することにより、自身の日常生活におけるお金の使い方にも影響があるかもしれない。

近年、模擬的に会社運営を体験させる教育プログラムが全国的に広がってきているのは、そのためである。そのようなプログラムの実施方法は、ゲームを用いたシミュレーションから、実際に何らかの商品を開発したり、店舗を運営したりするものなど、さまざまな形が見られる。特に、小学生から高校生までを対象とした起業体験・経営体験プログラムは活発に行われており、一定の成果をあげているものと思われる。

しかしながら、全国で行われている起業体験やそれに類するプログラムにおいて、その教育効果が十分に検証されているとはいいがたいのが現状である。すなわち、教育を目的としたプログラムは、何らかの教育効果を意図して設計されるものであり、プログラムの実施後にはそれが検証されるはずである。それにもかかわらず、実践例を見渡す限り、事後のアンケート調査などによって参加者の感想や満足度をまとめた程度のもものが多く、目的とする教育効果の達成状況を検証した事例はきわめて少ない。

本研究の関心は、子どもを対象とする起業体験プログラムを開発し、その教育効果の検証を試みることである。具体的には、起業と会社経営の体験を通して職業観や経済感覚を育むこと

を意図したプログラム「中学生のための起業体験講座」を千葉市と共同で開発し、プログラムに参加した中学生への教育効果を測定した。

以下、本稿においては、起業体験プログラムの広がり現状を概観し、既存のプログラムに見られる問題点を整理する。そのうえで、新たに開発したプログラムを紹介し、その実践と成果をまとめる。最後に、教育効果の分析を踏まえて、この種の起業体験プログラムの開発や効果測定の方法に関する考察を行う。

2. 若年層を対象とする起業体験プログラム

次世代の産業を育成する人材を開発する必要性が叫ばれるなか、起業や会社経営を体験するプログラムが全国各地で行われている。そのようなプログラムは、果たして参加者の知識や意識の向上に貢献し、次世代を担う人材育成に寄与しうるのか。その背景および、既存プログラムの成果と問題点をまとめてみる。

2.1. 開業率の低迷と起業家教育の必要性

わが国においては、ベンチャー企業を立ち上げるなどにより、起業する若者が少ないことが課題のひとつとなっている。その中で、2013年に政府のまとめた成長戦略において、わが国の開業率を10%に引き上げる目標が示された。中小企業庁の定義によれば、開業率とは、ある期間において新規に開設された事業者（または企業）を年平均にならした数の、期首において既に存在していた事業所（または企業）に対する割合である。廃業率は、これを閉鎖された事業者または企業について算出するものである。

開業率の算出方法は集計方式の違いゆえに年代によって異なるが、中小企業庁の試算によれば、90年代末の開業率は約4%、廃業率は約6%、2000年以降はそれぞれ5%~8%程度で推移してきており、目標の10%へ高めるためには相当の取り組みが必要に見える。

わが国において開業率を引き上げるために何ができるのか。その方法のひとつが、若い世代に対して、将来の選択肢のひとつに「起業」が

あるのだと伝えることである。そのため、大学生や若い社会人だけでなく、子どもまでも含めた幅広い対象に向けた起業家教育の必要性が強調されているのである。

従来、学校現場においては、起業というテーマはとりわけ扱いにくいものであった。吉安(2004)[10]が指摘するように、わが国の公教育現場においては、お金や会社経営に関する教育は営利至上主義や競争原理を持ち込むものとして、意識的に避けられてきた傾向がある。さらに、金・松岡(2006)[3]がいうように、小中学生の生徒を対象にした起業家教育において、好んでリスクをとることを本質とする起業家像をそのまま教育現場に持ち込むことに学校は抵抗を感じることも指摘できるであろう。このような事情があり、社会的には起業家精神の向上が叫ばれながらも、教育の中でそれが積極的に導入されることへのハードルは高かった。

しかし、近年においては、国や行政の後押しもあり、その抵抗が和らいでいるといえる。例えば、千葉市においては、次世代の産業を担う子どもの起業家精神を育むため、「ちばっ子商人(あきんど)育成スクール」(2015年度までは「キッズアントレプレナー」という名称であった)事業として、市内の大学や企業と連携し、小学生から高校生までの子どもに対してものづくりの楽しさや、経済・金融の仕組みを学ぶ機会の創出に取り組んでいる。藤川(2011)[7]、藤川ほか(2011)[8]は、この取り組みの成果である。このような取り組みが背景となり、近年になって子どもを対象とした起業体験や会社経営体験のプログラムが全国的に盛んに行われているのである。

以下、本研究の関心となる子どもを対象とした起業家教育を中心に論じていく。

2.2. 起業家教育の構成要素と実施形態

Bygrave and Zacharakis(2008)[1]によれば、起業家とは「事業機会を認識し、その事業機会を実現するために組織を作り上げる人である」と定義される。一般的な起業家像には、リスク

があり不確実性が高い環境の中でチャンスを見出し、多くの人を巻き込みながら成功するまで事業を続けるという要素が含まれている。起業家教育は、このような起業家像を設定し、その本質的な要素を教育しようとするものである。

それでは、起業家教育を構成するものは何か。株式会社ウィル・シード(2006)[2]によれば、以下のような教育を含むものと説明されている。

- ①「起業家マインド(起業家精神、アントレプレナーシップ)」を育む教育
 - ・チャレンジ精神(新たなことや眼前の新たな課題に挑む気概)
 - ・志(やる気・動機)、情熱
 - ・リスクを恐れない勇氣など
- ②「起業家的能力」を身につける教育
 - ・想像力、創造力、課題発見力、ポジティブ思考
 - ・コミュニケーション力、論理的思考力、表現・プレゼンテーション力
 - ・情報収集力、問題解決力、企画力、行動力、決断力など
- ③「起業家的スキル」を身につける教育
 - ・経済活動(実社会)の仕組み・考え方の理解
 - ・ビジネス・商売体験
 - ・ビジネス実務知識(起業に必要なとなる知識)

これらの要素から、起業家教育は、単純な会社経営の知識やノウハウの伝達にとどまらず、起業家としてのマインドと能力、そして経済的なスキルの開発が含まれ、起業に関する諸側面を網羅することを指向しているということができる。

原田(1999)[5]は、日本における起業家教育の実施方法を、①企業で研修などを行うことにより仕事を体験する“職場体験”、②株の売買などを行うゲーム性のある“シミュレーション体験”、③実際に商品を売買して企業運営をやってみる“企業経営のシミュレーション体

験”に区分している。実際にはこれらに加え、会社経営者や実務家の講義を聴講することで起業家教育と称しているものまであり、それぞれ一長一短が指摘できる。起業家教育を構成する内容は多岐にわたるため、単一の方法で網羅することは困難であるから、実施においては目的と場所や対象などを考慮したうえで実施形態が選択されることになるであろう。

野村総合研究所（2014）[9]によれば、高校および大学における起業家教育の実施形態で最も多いのは講義型であり、起業家教育は座学が中心となっている現状がある。しかし、その一方で、体験型の教育を積極的に導入する動きもあり、子どもを対象とした起業家教育プログラムを開発する際も、できるだけ実社会に近い設定で体験的な要素を取り入れたプログラムが出てきている。

2.3. 既存プログラムとその問題

小学生から大学生を対象とした既存の体験型起業家教育プログラムの例を表2-1にまとめる。近年では体験型プログラムの人気の高まりから、幅広い年代を対象に数多くのプログラムが全国的に実施されてきている。その運営主体も、大学研究室が中心となって企画・運営するものをはじめ、民間企業やNPO法人が主体となって運営しているものまで、さまざまな形態が存在する。同じく表2-1にあるような団体が派生プロジェクトとして取り組んでいる小規模なものや、単発イベントで終わったものまで含めると、その数はかなりのものになると考えられる。

実施内容として特徴的なのは、地域祭りや学園祭のような場で模擬店を立ち上げ、その運営を企業に見立てて参加者に「経営」させる方式が盛んなことである。この方式であれば、商売を実践する場をプログラム実施のために特別に用意する必要はなくなるし、仮想通貨などを用いるのではなく、現金を使ったプログラムの実現も可能となる。すなわち、起業や会社経営体験にありがちな、シミュレーションの部分

現実に近い設定にして実施可能となるのである。模擬店方式が見られるようになってきた理由は、そのためと考えられる。

しかしながら、実施されているプログラムの数に比べ、その成果の分析まで行われている例はきわめて少ない。これまでに全国で行われている同種の起業体験プログラムのうち、参加者への教育効果の分析までが行われている例は小谷（2014）[4]や平井（2015）[6]のような事例が見られるのみであり、多くは参加者へのアンケートが実施主体によって内部的にまとめられている程度ではないかと思われるほど、その効果検証は見つけられない。

この理由は、主な実施主体に必ずしも大学などの研究機関がかかわっていないものがあり、教育効果の分析が主たる目的ではないことが考えられる。つまり、イベントや社会貢献活動としての目的が強い場合は、参加者の満足度が高いことが把握できれば実施主体としては十分ということである。あるいは、何らかの教育効果の分析は行われていても、あくまで内部情報としてまとめられ、分析結果を公表することに意義を見出していないことが原因かもしれない。

全国的に広がっている起業体験プログラムが、十分な効果検証とその共有が行われないうままであるのは、今後の同種のプログラム開発および起業家教育の発展にとって大きな問題である。

2.4. 本研究の関心

(1) 取り組むべき問題

本研究の関心は、起業家教育の中でも、体験型のプログラムの開発と効果測定を行うことである。上述の通り、起業体験プログラムには、研究目的ではなく教育色のあるイベントとして実施されているものが多いためか、教育効果の測定と分析が十分に行われていないという認識を踏まえ、教育効果の測定を組み込んだ体験型の起業家教育プログラムの開発を行う。教育効果とは、何らかの教育を受けた個人に起こる変化のことである。起業体験プログラムに教育効

果があるならば、その体験前後において参加者に何らかの変化が起こるはずである。

(2) 主要な関心

起業家教育においては、会社経営の知識を踏まえたうえで、起業家としてのマインドと能力の刺激や、経済活動への理解が重要な構成要素となっている。したがって、本研究においても、それらの要素の起業体験プログラムの体験前後における変化に注目する。具体的には、以下の関心にしたがって分析を進めていく。

- ① 起業体験プログラムを経験することで、参加者は会社経営に関する知識の向上が実感できるか？

第一の関心は、会社経営の知識についてである。子どもを対象とした起業体験プログラムは、子どもに今すぐ起業を促すものではなく、あくまで将来の選択肢のひとつに「起業」を加えてもらうことを主眼とし、そのために企業活動の一部を体験してもらうものである。適切に設計されたプログラムであれば、受講後に会社経営の知識向上が実感できるであろう。

- ② 起業体験プログラムを経験することで、自らの積極性への認識が向上するか？

第二の関心は、起業家としてのマインドに関するものである。起業体験プログラムは、会社という組織を仮想的に作り、運営

を行うものである。その過程においてチームワークで経営戦略や事業計画を練る要素を含めることで、他人に自分の考えを説明する力や、何かを調べたり考えたりする力が刺激されるはずである。また、事業を企画し実行していく中で、リスクを取りチャレンジする感覚の向上が実感できるであろう。

- ③ 起業体験プログラムを経験することで、経済感覚が刺激されるか？

第三の関心は、経済活動の理解に関するものである。本研究の関心となる起業体験プログラムにおいては、地域祭りなどで実際に商売をしてみることを通して会社経営を体験するものが多く、それが机上のゲームやシミュレーションと異なる部分である。会社の運営には多額の資金が必要であり、仕入れや販売を体験する過程で、経済活動への理解が深まり、参加者の経済感覚が刺激される効果があると考えられる。

3. プログラムの開発と実施

上記のような問題意識を持ちながら、新たな起業体験プログラムを開発していった。プログラムの開発は、2013年4月から9月にかけて、千葉市との協議や市内の学校へのヒアリングを繰り返し行いながら進められた。

表2-1 起業体験プログラムの例*

名 称	対 象	主な実施・運営主体
「西千葉子ども起業塾」	小学生	千葉大学（研究室）
「早稲田ベンチャーキッズ」	小学生	早稲田大学（研究室）
「ジュニアエコノミーカレッジ」	小学生	NPO法人ジュニアエコノミーカレッジ
「JPX起業体験プログラム」	中学生・高校生	日本取引所グループ
「Be Startup」	中学生・高校生	ライフイズテック（株）・KCJ GROUP（株）
「高校生・夢マルシェ」	高校生	（株）アールワン・プロフェッショナル
「起業体験プログラム」	高校生	品川女子学院
「まじプロ」	高校生	NPO法人 Curiosity
「いしかわ未来アカデミー」	大学生	いしかわ学生定着推進協議会
「九大祭起業体験プログラム」	大学生	九州大学（実行委員会）

*2016年現在は実施されていないものも含む。

3.1. 対象の決定

まず、教育の対象は中学生と設定した。千葉市では小学生を対象とした起業体験プログラムを既に実施しており一定の成果をあげてきている。中学生や高校生に向けた同種の事業は行われていなかったため、小学生用に続くプログラムの開発が求められていたのである。

経済や経営を教育するための対象として、中学生は適切な世代であるといえる。中学生は、社会科や政治・経済の授業において企業活動や経済の基本を学んでいるため、小学生よりも現実の会社経営に近いプログラムの開発がしやすい。また、現実に近いプログラムであれば、教育効果を測定する意義も高まるといえる。

3.2. 理解すべき知識と教育目標

(1) 理解すべき知識

起業体験とはいえ、就職はもとよりアルバイトをすることも困難な中学生を対象とするため、起業や経営に関する具体的な方法や手続きの知識を与えることのみを目的としない。むしろ、起業のプロセスの理解や経営の仕組みおよびそこに携わる人々の役割の理解、コミュニケーション、チームワークを促進することに主眼を置いた。

(2) 教育目標

具体的な知識の伝達を目標とするだけでなく、知識や能力に関する自己評価を高めることを目標とした。すなわち、体験講座であるのだから、座学よりも知識として持っていることを実践している・実践できたという意識の高まりが重要と考えた。

3.3. ベースとなるプログラムの決定

起業や会社経営に関する体験型のプログラムは、さまざまな形態のものがある。その中で、日本テクノロジー・ベンチャー・パートナーズ (NTVP) が開発した「起業体験プログラム」をベースとして開発することにした。これは既に高校や大学での導入実績のあるプログラムであり、学園祭などの催しにおける模擬店を株式会社に見立てて「経営」というものである。

特徴的なのは、模擬店の運営を現実の株式会社とほぼ同じ手順で行うことのほか、現金を用いて実際に一般の来場者などに商品を販売することである。この種の教育目的の体験プログラムでは、さまざまな事情から現金の使用を避け、仮想通貨などで代用することも多いように見える。しかし、経済や経営をリアルに体験させるためには現金を使った商売を経験することが効果的と考えられ、現金を使うことに実績のあるこのプログラムを選択した。

3.4. 「中学生のための起業体験講座」の設計

「中学生のための起業体験講座」(以下、「本プログラム」と呼ぶ)のプログラムの開発は、大学教員が中心となり、NTVP、千葉市担当者が協議のうえ設計をしていった。

スケジュールを決めるうえで問題となったのは、実践の場をどこに設定するかということである。会社経営を体験するためには、ある程度の規模の商売ができる場が必要であり、それが本プログラムのためだけに特別に用意されるものではなく、既存のイベントを利用するほうが合理的である。

実践の場の候補は、大学祭なども含めて検討されたが、最終的に地域祭りである「若葉区民まつり」を舞台として設定することにした。若葉区民まつりは千葉市若葉区の地域祭りであり、毎年11月の初旬に実施される。来場者は15,000~20,000人規模であり、周辺地域で行われるイベントの中では最も集客力がある。

表3-1に示す通り、本プログラムは4日間の日程で前半2日が座学と事業計画、後半2日が準備と実践となっている。中学校のスケジュールから、4日程を超えたプログラムの設計は困難であったし、3日程では肝心な会社経営の知識の部分が疎かになる懸念がある。そのため、合計4日程として実施することにした。

プログラムの前半は座学が中心である。第1日目は、起業の意義の確認と会社経営、地域について学ぶ。事業計画を立てるうえで区民まつりに関する情報が必要となるため、行政の担当

者より地域の現状の説明とともに事業環境としての区民まつりの情報が与えられる。第2日目は、事業計画書の作成と資金調達为目的である。現役の経営者からアドバイスを受けながら事業計画書を作成し、投資家役へのプレゼンテーションを経て資金を獲得する。

後半のプログラムは、店舗運営の準備に充てられる。第3日目は、準備できた資金を使って材料や資材を購入する。大型の機材のような事前に準備が必要なものを以外すべて中学生自らがスーパーや雑貨店を巡って購入する。第4日目は区民まつりへの出店と事業の清算を行う。公認会計士のサポートを受けながら貸借対照表および損益計算書などを作成し、事業成果の確認と清算を行うことですべてのプログラムが終了する。

上記を、10月上旬から約1ヶ月にわたり実施する。

表3-1 プログラム概要

日程	テーマ	内容
1日目 (10月上旬)	起業と会社経営および地域についての学習	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業の意義に関する講義 ・ 事業環境の調査(区民まつりの情報提供) ・ チーム結成
2日目 (10月中旬)	事業計画書の作成と資金調達	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現役社長からのアドバイス ・ 会社の設立と登記 ・ 役職決めと事業計画書の作成 ・ 投資家へのプレゼンテーションと資金調達
3日目 (11月上旬)	出店の準備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 仕入れと資材の調達 ・ 店舗運営方法の確認 ・ 試作
4日目 (11月上旬)	区民まつり実施と事業清算	<ul style="list-style-type: none"> ・ 区民まつりにて事象の実施 ・ 帳簿の作成と会計士による監査 ・ 清算手続き

3.5. プログラムの実施

本プログラムは、2013年に第1回目が実施され、2014年および2015年にも同様の時期および枠組みで実施された(写真3-1)。

参加者の募集は、区民まつり会場に地理的に



事業計画の作成



投資家へのプレゼンテーション



開店準備

写真3-1 実施風景

表3-2 各回の参加人数とチーム、販売品目

回数 (年)	参加人数	チーム	被投資額 (円)	売上高 (円)	
第1回目 (2013年)	11名	チームA (5名)	タピオカジュース	50,000	60,200
		チームB (6名)	フルーツ盛り合わせ	60,000	41,440
第2回目 (2014年)	20名	チームA (3名)	タピオカジュース	35,000	—
		チームB (9名)	サーターアンダギー	20,000	—
		チームC (8名)	アップルパイ	30,000	—
第3回目 (2015年)	19名	チームA (6名)	アップルパイ・お好み焼き串・タピオカジュース	43,000	70,190
		チームB (5名)	野菜スムージー	45,000	49,750
		チームC (8名)	サーターアンダギー	25,000	30,850

近い場所にある千葉市若葉区内の中学校3校に直接呼びかけて参加を募ったほか、2014年からは市政だよりを用いて若葉区内の中学生を公募することになった。同じく2014年から、自らリスクを取って会社経営を行うという要素を強調するために、「自己資金」として1人あたり500円の参加費を徴収することにした。その代わりに、事業清算後に純利益から図書カードによって配当が分配される仕組みを導入した。

各回の参加人数および出店品目を表3-2に示す。毎回10~20名程度の参加者が集まり、2ないし3チームに分かれて出店している。2014年度は最終日が雨天のため区民まつりが中止となり、予定していた事業の実施や清算を行うことはできなかった。

3.6. 教育効果の分析の導入

プログラムを安定して運営できるようになった第3回目より、教育効果の分析を実行することにした。第1回目と第2回目はプログラムの内容や運営が安定せず教育効果を測定するには時期尚早と思われたため見送り、それが安定した第3回目より、教育効果の検証を行うことにした。教育効果を測定は、以下のような方法論で行う。

収集するデータは参加者に対するアンケート調査によるもので、収集タイミングはプログラム開始前後の2回とした。第1日目の始めに事

前アンケートを実施し、プログラム終了時に事後アンケートを行う。事前事後の2時点で収集したデータの差分をとることにより、効果を測定する。

アンケート内容は15項目とした。15項目は、経済や経営に関するもの、プレゼンテーションやチームワークや積極性に関連するものを網羅的に含めた。項目の作成に際してはプログラムの意図に関連する諸側面を包含することを考慮して検討を行い、次の最終的な15項目を選択した。

- ①お金の管理ができる
- ②無駄遣いをしないよう意識している
- ③効率的にお金を使うことができる
- ④社会の中のお金の流れがイメージできる
- ⑤身の回りにある物の値段を知っている
- ⑥社長の役割を知っている
- ⑦銀行の役割を知っている
- ⑧投資家の役割を知っている
- ⑨会計士の役割を知っている
- ⑩株式会社の仕組みを知っている
- ⑪プレゼンテーションができる
- ⑫仲間とのコミュニケーションができる
- ⑬新しいことにチャレンジできる
- ⑭何かを調べたり、考えたりできる
- ⑮何かに根気よく取り組むことができる

これらの質問に対し、それぞれ10点満点で自己評価をしてもらう。

4. プログラムの評価と教育効果の検証

本プログラムの評価と、教育効果の検証を行う。以下の分析は、合計3回実施された本プログラムのうち、教育効果の分析を導入した第3回目のデータによるものである。

4.1. プログラムの評価

参加者本人と保護者に対して本プログラムの感想を求めるアンケートを行い、18件の回答を回収した。その結果、ほぼ全員から好意的な評価を得られていることが明らかとなった。例えば、保護者に対する「この講座にお子様に参加して良かったと思いますか？」という質問に対しては、17件が「思う」、1件が「わからない」と回答している。参加者の回答も同様であった。

仕事や職業観を刺激することにも成果があった。保護者に対して、講座に参加した前後で、子どもと仕事や職業観について会話することが増えたかを尋ねたところ、3件が「増えた」、10件が「少し増えた」、5件が「変わらない」との回答であった。

4.2. 教育効果の検証

事前事後において行ったアンケート調査の回答から、本プログラムの教育効果を検証する。アンケートは19名の参加者全員に対して行ったが、事後アンケートについて一部を郵送により回収したため、回答が得られなかったものが3件あった。そのため、分析には事前事後とも回答の得られた16人のデータを用いる。

(1) 質問項目ごとの変化の分析

まず、質問した15項目すべてについて、事前と事後の変化を分析した(表4-1)。分析に用いた方法は、対応あるサンプルのt検定である。

15項目中9項目において、プログラム体験後の平均値が有意に上昇していることが認められた。具体的には、「社会の中のお金の流れがイメージできる」といった経済の理解に関連する項目や、「社長の役割を知っている」「投資家の役割を知っている」といった会社経営に関する知識、さらに「プレゼンテーションができる」や「仲間とのコミュニケーションができる」といった項目である。特に会社経営に関連する項

表4-1 項目ごとの分析

N = 16

設 問	事前調査 平均値 (s.d.)	事後調査 平均値 (s.d.)	有意差
①お金の管理ができる	8.25 (1.18)	8.38 (1.20)	n.s.
②無駄遣いをしないよう意識している	8.50 (1.59)	8.63 (1.09)	n.s.
③効率的にお金を使うことができる	7.63 (1.54)	8.19 (1.28)	n.s.
④社会の中のお金の流れがイメージできる	6.25 (1.84)	7.88 (1.20)	***
⑤身の回りにある物の値段を知っている	6.88 (1.78)	7.81 (1.76)	n.s.
⑥社長の役割を知っている	5.38 (2.60)	8.38 (1.15)	**
⑦銀行の役割を知っている	6.06 (1.77)	8.25 (1.00)	**
⑧投資家の役割を知っている	5.19 (1.83)	8.50 (1.10)	***
⑨会計士の役割を知っている	4.88 (2.45)	8.31 (1.08)	***
⑩株式会社の仕組みを知っている	4.56 (1.79)	8.00 (1.32)	***
⑪プレゼンテーションができる	5.88 (1.63)	7.75 (1.39)	***
⑫仲間とのコミュニケーションができる	7.38 (1.36)	8.50 (1.63)	**
⑬新しいことにチャレンジできる	7.56 (1.82)	8.50 (1.41)	**
⑭何かを調べたり、考えたりできる	7.81 (1.56)	8.38 (1.54)	n.s.
⑮何かに根気よく取り組むことができる	7.38 (2.13)	7.94 (2.14)	n.s.

***: $p < 0.001$

** : $p < 0.01$

* : $p < 0.05$

目について、体験前後での平均値の差が有意に大きく、顕著に上昇しているといえる。

(2) 因子分析

次に、網羅的な15項目から、特にどのような分野において効果があったのかを明らかにするために、15項目について因子分析を行った（表4-2）。因子の抽出には固有値が1.0を超えるものを残し、どの因子にもグループ化できないと判断された項目は削除するという方法を用いた。その結果、12項目による3因子が確認された。

第1因子を構成する項目は「身の回りにある物の値段を知っている」「仲間とのコミュニケーションができる」「新しいことにチャレンジできる」「何かを調べたり、考えたりできる」「何かに根気よく取り組むことができる」の5項目である。これらの項目の内容から、この因子を「積極性」と呼ぶことにする。

第2因子を構成する項目は「社長の役割を知っている」「銀行の役割を知っている」「投資家の役割を知っている」「会計士の役割を知っている」の4項目である。これらの項目の内容

から、この因子を「経営の知識」と呼ぶことにする。

第3因子を構成する項目は「お金の管理ができる」「無駄遣いをしないよう意識している」「効率的にお金を使うことができる」の3項目である。これらの項目の内容から、この因子を「経済感覚」と呼ぶことにする。

このように15項目の中に「積極性」「経営の知識」「経済感覚」の3つの因子があると捉え、プログラム体験前後における変化も併せて分析した。

(3) 因子ごとの変化の分析

因子を構成する項目の平均値をとることで合成変数を作成し、プログラム体験前後における変化を分析した。すなわち、「積極性」については5項目の平均値をプログラム体験前後でそれぞれ計算し、その変化を対応あるサンプルのt検定により分析した。「経営の知識」および「経済感覚」についても同様である。表4-2に示される通り信頼性係数は高く、このようにして合成変数を作成することによる分析上の問題は無いと判断される。

表4-2 因子分析（事前調査データによる）*

N = 16

設 問	信頼性係数 (α)	因子1 「積極性」	因子2 「経営の知識」	因子3 「経済感覚」
⑤身の回りにある物の値段を知っている	0.95	0.93		
⑫仲間とのコミュニケーションができる		0.77		
⑬新しいことにチャレンジできる		0.92		
⑭何かを調べたり、考えたりできる		0.91		
⑮何かに根気よく取り組むことができる		0.90		
⑥社長の役割を知っている	0.88		0.87	
⑦銀行の役割を知っている			0.79	
⑧投資家の役割を知っている			0.85	
⑨会計士の役割を知っている			0.83	
①お金の管理ができる	0.89			0.73
②無駄遣いをしないよう意識している				0.93
③効率的にお金を使うことができる				0.87
	固有値	5.90	2.79	2.17
	寄与率	39.30	18.56	14.46
	累積寄与率	39.30	57.83	72.30

*バリマックス回転を行っている

表4-3 合成変数の変化

N = 16

因子	事前 (平均値、s.d.)	事後 (平均値、s.d.)	有意差
1. 「積極性」	7.40 (1.60)	8.23 (1.51)	***
2. 「経営の知識」	5.38 (1.90)	8.36 (0.97)	***
3. 「経済感覚」	8.13 (1.31)	8.40 (1.04)	n.s.

***: $p < 0.001$ **: $p < 0.01$ *: $p < 0.05$

表4-3は合成変数の変化を示したものである。3因子のうち「積極性」と「経営の知識」については、プログラム体験前後で有意に平均値が上昇している。しかし、「経済感覚」については、有意差は認められなかった。

5. 発見事実と考察

本プログラムは、教育を目的とした体験プログラムとして一定の成功をおさめ、体験を通して参加者である中学生に起業や会社経営を理解させるという目的を達成することができている。教育効果の測定からも、会社経営に関する知識向上が実感されており、教育上の目的も達成しつつあるということが出来る。

以下、発見事実をまとめ、プログラム開発や教育効果の測定といった側面について考察する。

5.1. 発見事実

本研究の関心に沿って発見事実をまとめると、次のようになる。

まず、起業体験プログラムによって何らかの教育効果があるのかという点について、本研究の分析は高い教育効果があることを示している。プログラムのメインテーマである会社経営について、受講前後における参加者の知識向上の実感は顕著であった。このことは、本プログラムが会社経営の知識を伝授するプログラムとして十分に機能していることを示している。

次に、起業体験をする過程でのプレゼンテーションやグループワークによる効果も明らかであった。分析結果において、積極性に関連する

項目が顕著に上昇していた。このことは、参加者がグループワークなどによる意識の向上や自信を高めるための場として成功したプログラムとなっていることを示している。

しかし一方で、現金を使って仕入れや販売をすることの効果は見られなかった。お金の使い方に関連する項目はいずれも有意な変化はなく、仕入れや販売で多額の現金を扱う経験から、何らかの経済感覚の変化を引き起こすような効果が本研究で裏付けられることはなかった。この点についての考察は後述する。

5.2. プログラム開発に関する考察と課題

起業や会社経営を体験するプログラムを設計する場合、教育効果を考えながら、現実に近いものとするための場面設定が重要である。このような、どこまで現実的であるのかという点は、参加者の性質やプログラム実施にあたっての環境に依存するところが大きい。

実際のプログラム内容は、参加者集めを考慮したものにならざるを得ない。すなわち、公募により参加者を募る場合、まずは参加者が十分に集まりイベントとして成り立たなければならぬ。そのため、どうしても学習的な側面より模擬店を出すなどといった、興味を惹きやすい部分を強調したプログラムにならざるを得ない事情がある。本プログラムは、近隣の中学校を中心に呼びかけることにより参加者の確保には成功しているが、継続して実施していくうえでの懸念はある。

また、何らかの商売を実践するプログラムとする場合、どうしても買い出しや調理などの準

備作業に時間をかける必要があるため、短期間で完結するプログラムが実施しにくい。短期間での実施を計画したときは、日程の大部分を店舗などの準備と運営および後始末に充てなければならず、起業や会社経営の学習をするという要素は薄れてしまいがちである。本プログラムも、実施日程の半分は模擬店準備と運営に充てられている。参加者の負担を軽減するために、実施日程を短縮する案もあったが、模擬店を出店するだけのプログラムとなってしまうため採用はできなかった。

これらの点を踏まえると、教育効果の向上を意図して豊かな内容を含んだ柔軟なプログラムを設計するためには、中学校の行事や授業の一部と連携するなどして参加者を安定的に確保する仕組みが必要である。そして、ある程度の長期間でプログラムを実施する方向での検討が求められるといえる。

5.3. 教育効果の測定に関する考察と課題

起業体験プログラムの教育効果を測定することが本研究での主題であった。分析の結果は、本プログラムの教育効果があることを示すものであり、教育効果の検証の試みについては、成果があったものとする。

アンケート調査における質問項目は、因子分析においても概ね本研究の意図する因子を示しており、項目の選定における問題はないように見える。しかしながら、表4-1における個別の質問項目を見てみると、有意差が認められたものは「社長の役割を知っている」「プレゼンテーションができる」といった比較的単純に実感ができる項目である一方、有意差が認められなかった項目は「お金の管理ができる」「何かを調べたり、考えたりできる」といった、やや複雑な行動や習慣を伴うものである。

単純な知識の伝達のような側面であれば教育効果は出やすいが、そうでないものは効果が出にくい。本研究の結果がそう示すものだとすれば、本プログラムのような起業体験では、知識の伝達以上のことを期待するのは難しいという

ことになる。あるいはそうではなく、適切に質問項目を設計すれば今回捕捉できなかった効果が測定できるのであろうか。

同じような測定尺度の問題は、「経済感覚」にも当てはまると考えられる。「経済感覚」について有意な結果が得られなかった原因としては、今回用いた質問項目が「個人のお金の使い方感覚」を測定するもので、起業体験を通して体験するお金の使い方と異なるからであることが考えられる。会社経営において材料の仕入れの際などに使うお金は、自分のお金ではなく会社のお金であり、その使用は社会性の強いものであるといえる。すなわち、会社の事業資金の予算内から、会社にとって必要な物品を購入し、それを帳簿に記載するという行為は、個人が自分のための買い物をする際の感覚とは本質的に異なることなのかもしれない。本プログラムにおいて用いた質問項目は、個人のお金の使い方に関するものが中心であり、ここに測定上の問題が生じた可能性がある。

これらの問題点を踏まえ、今後の研究においては、効果測定ための質問項目の再検討が行われなければならない。そもそも本プログラムに期待される効果がないのか、あるいは質問項目の設定によって測定可能なものであるのかを検証するのである。

その他、模擬店経営の成果による影響、すなわち黒字の場合と赤字の場合の効果の違いなどの分析も考えられる。また、本研究で用いたのは、主観的な変化を測定するものであったが、教育的効果を精密に測定するためには、客観的な測定方法も導入しなければならないだろう。

5.4. 連携先の行政機関からの見解

本プログラムを連携事業として開発した千葉市からの所見を、原文通り以下に示す。

平成25年7月に連携協定を締結してから3年を経て、御学との連携が年々、発展し深化していると感じている。

各事業については、知見豊かで市政にご理

解の深い教職員の皆様にご参加いただき、御学と市との相互の信頼関係が十分構築されており、堅調に進化している。また、協定当事者の御学と市のみにとどまらず、引き続き、NPO法人、高校、地元経済人など、地域の関係者を取り込んだ事業となり、一段と深みを増した内容となった。

特に「中学生のための起業体験講座」では、新たな取り組みとして、下記の3点が特筆される。

- ①これまで、大学近隣の中学校の生徒を参加対象としていたが、平成27年度より若葉区内の全中学校の生徒を対象とした。
- ②参加生徒が、より主体的に講座へ参加できるよう起業する際の「出資金」として参加費を徴収した。
- ③参加生徒に、会社清算後の利益額に応じて図書券を報酬として配布した。

これらの取組みにより、事業が広がりを見せるとともに、事後のアンケートでは参加者の高い満足度が得られており、本市のキッズ・アントレプレナーシップ教育の推進事業にとって、大きな成果となった。

本市では、少子高齢化に歯止めをかけ、人口減少と地域経済の縮小を克服し、将来にわたって成長力を確保することを目指し、平成28年3月「千葉市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」を策定し地方創生に取り組んでいるが、本市だけでは到底成し得るものではなく、御学を始めとした多様な主体との連携・協働への取り組みの強化が必要となっている。

今後も従来の取り組みを継続して行うとともに、地方創生の観点からも新規事業の創出について御学と協議し、取り組みの範囲を広げ、各事業をさらに推進したいと考えている。

(千葉市経済農政局経済部経済企画課)

千葉市からの見解においては、参加対象の広がり、参加者の主体性を高める仕組みが整え

られていったことに対して好意的な評価が行われており、このような方向性の下で、今後とも積極的なプログラムの展開が可能と思われる。特に、参加者の募集や、教育委員会への理解を求めらるうえでは、どうしても行政の力が大きくなる。本プログラムにて、中学生に現金を使って起業体験を実現できたのは、やはり行政の強い働きかけがあったのものであった。教育効果をさまざまな側面から測定するために柔軟にプログラムを開発し、安定した参加者数を実現するためには、現在のような良好な連携関係を維持していくことが不可欠である。

6. 結 論

起業体験プログラムの開発と効果測定の試みをまとめてきた。結果は、プログラムの有効性を示すものであり、起業を体験しながら、経済や経営を教育する場として今後も活用できるものであると考える。

プログラム終了後、参加者の1人の消息が耳に入った。進学する高校の選択について、以前は調理に関心があり調理師を目指す進路を考えていたが、起業や会社経営を体験しビジネスに興味を持つようになり、商業高校へ進学したという。

本研究での方法論は、受講の直前と直後というタイミングで得られたデータの変化を測定したものであり、短期的効果を測定したものに止まる。長期的効果、すなわち受講して数年後の行動や経時的な意識の変化に焦点を当てた効果検証も今後の重要な課題である。参加者への継続的なヒアリング調査などにより、それらを明らかにしていく計画である。

【引用文献】

- [1] Bygrave, William and Zacharakis, Andrew, *Entrepreneurship*, John Wiley & Sons Inc., (2008).
- [2] 株式会社ウィル・シード「平成17年度 経済産業省『全国新規事業発展基盤調査』（起業家教育の実施状況及び普及・定着に関する調査）報告書」2006, <http://www.meti.go.jp/policy/>

- newbusiness/downloadfiles/H17kigyokatyoua.pdf, (2016.12.5).
- [3] 金東吉・松岡久美「起業家教育における産官学連携の模索—高松中学校のケースを元に—」, 香川大学経済論叢, 79(2), pp.99-126, (2006).
 - [4] 小谷勇人「中学生に起業家精神を養い育てるための授業実践～地域人材の活用から見える経済分野におけるの社会参画～」金融広報中央委員会2014, <https://www.shiruporuto.jp/teach/school/kyoin2014/pdf/14kyoin001.pdf>, (2016.10.15).
 - [5] 原田紀久子「初等・中等教育段階における起業家精神涵養教材とその教授法に関する調査(欧米の起業家教育の先進事例報告集)」, 平成10年度通商産業省委託事業「全国新規事業発展基盤調査」pp.1-77, (1999).
 - [6] 平井由紀子「サウジアラビアDar Al Fikr校 起業家体験学習研修事例 若年層に対する起業家教育プログラムの開発とその有効性の検証」, CUC view & wision 39, pp.47-56, (2015).
 - [7] 藤川大祐「起業家教育の実践をどのように開発するか—「西千葉子ども起業塾」開発過程をふまえて—」, 千葉大学人文社会科学研究所プロジェクト報告書, (2011).
 - [8] 藤川大祐・阿部学・川瀬信一「地域連携による起業家教育プログラムの開発—「社会起業家教育」としての「西千葉子ども起業塾」の試み—」, 千葉大学教育学部研究紀要59, (2011).
 - [9] 野村総合研究所「高校・大学での起業家教育の実態調査(アンケート結果)」2014, <https://jeenet.jp/wp-content/uploads/2015/08/起業家教育実態調査結果.pdf>, (2016.12.5).
 - [10] 吉安 司「『起業家教育』を取り入れた中学校総合的な学習の時間に関する研究」, やまぐち総合教育支援センター平成15年度 長期研修教員調査研究課題2004, <http://www.ysn21.jp/introduction/organ/h15pdf/yoshiyasu.pdf>, (2016.10.15).