

教養としての起業家教育の実践 「アントレプレナー論 — (起業) 入門—」

武田秀一¹・山根栄次²・松岡 守²

¹ 武田経営研究所／三重大学非常勤講師

² 三重大学教育学部

はじめに

三重大学共通教育で筆者らが開講している講義「アントレプレナー論 — (起業) 入門—」は平成 19 年度に始めたものである。ただし当初の講義名は「アントレプレナー論」だけであったが、アントレプレナーという用語は学生らにとって必ずしもポピュラーではないことから、その後副題を追加して今の形とした。

平成 19 年度におけるこの授業の開講は、文部科学省の現代的教育ニーズ取組支援プログラム（現代 GP）に三重大学が平成 16 年度に提案し、採択され、19 年度までの 4 年間実施された「全学的な知的財産創出プログラムの展開」（代表：松岡、以下三重大知財 GP）の一環による。三重大知財 GP は「これまで、一部の学生に対して提供していた知的財産教育を発展させ、自分自身には発想の能力がないという多くの学生をその思い込みから解き放ち、すべての学生に早い段階で発想の喜びを味わう機会を提供し、発想・学問的背景・実務的な知識を得られるようにすることにより、全学生の知的財産マインドの高揚を図る」（三重大知財 GP の概要より）もので、起業家教育もその趣旨に合致することから本講義も三重大知財 GP の一連の講義の一つとして加えられることとなった。

三重大知財 GP ではこの講義の他にも起業に関する取り組みの支援が行われた。一つは筆者の一人（山根）他が開講してきている「総合演習（社会）」である。この講義は教育学部生向けのもので、小学校や中学校における「総合的な学習の時間」の活動に資するべく「学校における起業家教育の意義を教え、その具体例を示し、学生に起業家教育の活動を体験させることにより、起業家教育の意義とおもしろさ、有効性を知らせること」（文献 1 中の報告より）をねらいとしたもので、全学部生を対象とした「アントレプレナー論 — (起業) 入門—」とは趣旨が異なる。なお、三重大知財 GP では授業以外にも学内で学生ベンチャーの公募・支援・表彰等が行われた。

三重大知財 GP は平成 19 年度をもって終了しているが「アントレプレナー論 — (起業) 入門—」はその後も継続して開講している。これはこの講義が三重大学として推進している PBL チュートリアル教育に合致していることにもよっている。以下には本講義のシラバス、講義内容、学生のアイデア紹介、関連合宿等の紹介をし、最後にまとめを記した。

シラバス

授業内容は年ごとに少しずつ改良を加えている。以下は平成 24 年度の本講義のシラバスの抜粋である。

授業の概要

起業のための基礎知識と方法を獲得する。

学習の到達目標

- ・ 起業のための基礎知識を得る
- ・ 起業のための心構え、姿勢を獲得
- ・ 自ら課題を発見し解決する企画立案能力の獲得

授業の特徴

- ・ PBL 能動的要素を加えた授業
- ・ グループ学習の要素を加えた授業
- ・ キャリア教育の要素を加えた授業

授業計画

- 1 プログラム受講ガイダンス
- 2 アントレプレナーシップとは
- 3 起業の心構え
- 4 事業計画とは 1
- 5 現役起業家（ゲストスピーカー）による講義 1
- 6 ビジネスアイデアの洗い出し
- 7 ビジネスプランの作成 1
- 8 ビジネスプランの作成 2
- 9 事業計画とは 2
- 10 現役起業家（ゲストスピーカー）による講義 2
- 11 ビジネスプランの作成 3
- 12 ビジネスプランの作成 4
- 13 効果的なプレゼンテーションとは
- 14 プレゼンテーション資料作成
- 15 ビジネスプランの発表 1
- 16 ビジネスプランの発表・総括

第 16 回は試験期間中に試験に換えて実施する計画である。平成 23 年度までは試験を含めて全 15 回であったが、上記の第 15 回分がない以外授業構成は基本的に変わらない。

イントロダクション

第1回の「プログラム受講ガイダンス」第2回の「アントレプレナーシップとは」は山根が担当している。本節ではこのイントロダクションの部分について示す。

1. なぜ「アントレプレナー論」を担当しているのか

そもそも、何故山根が「アントレプレナー論」の講義を引き受けているのか。山根の専門は、社会科教育である。中でも公民教育、その中でも特に経済教育を中心に、研究を続けている。経済教育を研究する過程で、ある意味偶然ではあったが、イギリスでの短期留学中に(2000年、春)、訪問したスコットランドの小学校において、enterprise educationの活動に出会った。それは、小学校5年生くらいの子どもたちがグループで会社を作り、事業計画書を作って大人・教師に見てもらい、その計画書がパスしたら、計画書にしたがって、材料を購入し、商品を生産し、販売し、収支決算をして報告するという、かなり長期にわたる活動であった。山根が、その小学校で見た商品は、綺麗に彩色された植木鉢であった。子どもたちにインタビューしたところでは、この活動は、学校の学習活動の中で最も面白い・楽しいとのことであった。

イギリスではenterprise educationというが、これをアメリカではentrepreneurship educationと呼び、日本では、起業家教育と呼んでいる。イギリスから帰国した後、日本でも、当時の通産省が学校における起業家教育を推進し始めていることが分かった。また同時に、当時は小学校と中学校において「総合的な学習の時間」が始まったばかりであったが、特に中学校では、「総合的な学習の時間」にふさわしい具体的な活動が乏しかった。筆者は、起業家教育の活動こそが、「総合的な学習の時間」にふさわしいと考え、先進国の学校における起業家教育を研究するために、科学研究費を申請した。幸いなことに、2002(平成14)年度から2004(平成16)年度の3年間にわたり科学研究費を得て(基盤研究(B)(1)、総合的な学習の時間における起業家教育の方策の研究、研究課題番号14380103)、アメリカ、カナダ、イギリス、フィンランドにおける起業家教育を調査・研究し、その成果の一つとして、中学生用の起業家教育プログラム「会社をつくろう」を開発した。そのプログラムを、三重大学教育学部附属中学校を含むいくつかの学校で実施し、「総合的な学習の時間」にふさわしいプログラムであることを実証できた。このプログラムは、その後、今年度まで、津市立高野尾小学校と津市立一身田中学校で継続的に用いられ成果を上げている。

また、教育学部の授業科目として、「総合演習・社会」を昨年度(平成22年度)まで開講していたが、筆者はもう一人の社会科教育教員とともに、この科目を担当し、その授業活動として、「会社をつくろう」のプログラムを実施していた。

やや長くなったが、以上のようないきさつから、山根は学校における起業家教育に深く関わるようになり、このことがきっかけとなり、「アントレプレナー論」を担当する

ことになったのである。

2. 「アントレプレナー論」の意義と筆者の役割

「アントレプレナー論」における学習の中心は、学生が自ら新しい企業を立ち上げるための企画書を作成し、それをプレゼンテーションすることである。

学生が起業の企画書を作成するためには、相当程度、経営についての実験的知識と経験を持つ者が指導する必要がある。山根には、その知識も経験も希薄である。したがって、授業数の大部分は、経営コンサルタントの資格を持つ非常勤講師の武田に担当してもらっている。山根の役割は、この授業科目のイントロダクションをすることにある。その中心は、「アントレプレナーシップとは何であるのか」、「なぜアントレプレナーシップが重要であるのか」について語り、学生に理解と共感を得させることにある。

3. イントロダクションの授業内容とその教授上の工夫

(1) 「億万長者ゲーム」

アントレプレナーシップといっても、ほとんどの受講学生(1年生が殆どである)は、それに対する知識もなくイメージも持っていない。そこで、山根は、いきなりではあるが、第1回目の授業の冒頭から、ゲームを用いて、この授業の面白さと意義をアピールしている。

使用しているゲームは、アメリカのNCEE(National Council on Economic Education、現在は、CEEとなっている)が2001年に制作した“Financial Fitness for Life, Grade 9-12: Bringing Home the Gold”に収録されている“Lesson 1, How to Really Be a Millionaire”の翻訳された「億万長者ゲーム」である(翻訳者は、山根の研究上の友人である、山村学園短期大学専任講師・浅野忠克氏)。そのゲームは、以下のような12問について、正しい(O)か正しくない(X)かを答えるものである。第1回目の授業であり、学生同士も互いに知らないの、学生同士のコミュニケーションを図るため、席の近くの3名~4名からなるグループをつくり、グループで話し合わせた後に、グループとしての回答をするように促している。問題と答えは、以下の通りである(問の後の()が正解)。なお、これらの問は、アメリカでの実状に基づいたものである。

- 第1問 たいていの億万長者は、大学を卒業している。(O)
 第2問 たいていの億万長者は、週40時間以下しか働いていない。(X)
 第3問 億万長者の半数以上は、親からの財産を受け継いでいない。(O)
 第4問 億万長者が買い物をするために持っているカードは、スーパーマーケットのものよりもクレジット会社(Amex)のゴールドカードの方が多い。(X)
 第5問 億万長者が乗っている自動車は、高級車よりも大衆車の方が多い。(O)
 第6問 たいていの億万長者は、スポーツ・芸能・ITといった派手な仕事に従事している。(X)
 第7問 たいていの億万長者は、大企業の上位500社以内にランクされている会社で働いている。(X)

第8問 億万長者になった人の中には、豊かでないときに宝くじに当たった人が多くいる。(×)

第9問 大学を卒業すると、高卒の人よりも約65%多い所得を得られる。(○)

第10問 毎日、何回も株式取引を繰り返しているデイ・トレーダーの多くが、億万長者になっている。(×)

第11問 億万長者になりたければ、リスク(危険)の多い株式取引は避けるべきだ。(×)

第12問 億万長者になるには、結婚するよりも、独身でいた方がよい。(×)

学生の正解率は、決して高くない。正解は、学生にとって意外なことが多く、正解を示す度に、結構どよめきが起る。アメリカのことではあるが、億万長者に対する固定観念(ステレオタイプ)が覆されるからであろう。いずれの間も、億万長者の実態を知る上で重要であるが、特に「アントレプレナー論」で重要であるのは、第1問、第2問、第7問の答えである。即ち、アメリカの億万長者の多くは、大学を卒業し(知識・技能をもち)、勤勉に働く、自分で会社を営んでいる起業家(アントレプレナー)であるということである。

就職活動(就活)をしている日本の学生の多くは、公務員あるいは大企業の正社員を志向し、それが実現することを理想としている。そして、将来は、役所や大企業に留まって、管理職に就くことを理想としているように思われる。それは、悪い「夢」ではないが、大志とは言えない。なにより、学業の優秀な学生がそのような志向をする者ばかりでは、日本経済の発展・成長は期待できない。山根は、「失われた20年」といわれる近年の日本における低成長の原因の一つ、しかも、大きな原因は、若者のアントレプレナーシップ(起業家的資質)不足にあるのではないかと考えている。若年から起業家を目指したり、若い内は企業の社員として働いても、ある程度の経験を積んだ後には起業家を目指したりするような学生、アントレプレナーシップ(起業家的資質)を持った学生がたくさん欲しいものである。そのようなインセンティブを学生に与えるために、「アントレプレナー論」は開講されていると山根は考えている。この点から「億万長者ゲーム」は、「アントレプレナー論」のイントロダクションに用いる教材として、優れていると考えている。

(2) 何故、今、起業なのか

学生は、先に述べたように、大学卒業後の進路として、役所や大手企業への就職は考えていても、自ら起業することは、ほとんど考えていない。それゆえ、「アントレプレナー論」を受講させるについては、「日本において、何故、今、起業を考えなければならないのか」を話しておく必要がある。このことについて、山根は以下のような講義をしている。

私たちの今暮らしている経済社会は、基本的には「資本主義」あるいは「市場経済」の社会である。この社会での働き方の種類は、基本的には、1. 経営者、2. 自営業者、

3. 労働者、4. 公務員の4つである。この内、労働者は、雇われる企業が存在しなければ、存在することができない。その意味で、資本主義経済で最も重要な働きをしているのは企業を運営している「経営者」であると考えることができる。しかし、企業のスタートは自営業である場合が多い。したがって、資本主義経済社会において、最も積極的な働き方は、自営業者から経営者になることであると考えることができる。

現在の日本ではどうであろうか。日本経済を活性化するには、アントレプレナーシップ(起業家的資質・起業家精神)を持った、若い人たち(自営業者、経営者)がたくさん現れる必要がある。しかしながら、日本では起業の活発さは、国際的にみて非常に低い。たとえば「OECD加盟国のEEA比較」というデータ(EEAとは、Early-Stage Entrepreneurial Activityで、創業後42か月未満の企業を営んでいる人の合計が18~64歳人口100人当たり何人いるかという指標)では、2005年のデータで、OECD23か国中22位で、ハンガリーに次いで2番目に低い。日本の数値は2.2で、トップのニュージーランドの17.6、2位アメリカの12.4、9位イギリスの6.2、16位フィンランドの5.0と比較すると極めて低い(資料: Minniti, Bygrave, Autio「GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR」2005、中小企業庁、『中小企業白書2007年版』に所収)。このことが、この20年以上にわたって日本経済がほとんどゼロ成長である大きな理由の一つであると考えられる。学生諸君には、「アントレプレナー論」を受講して、将来、起業に挑戦してほしい。

(3) 「起業家的資質」とは何か

次いで、ではアントレプレナーシップ(起業家的資質、起業家精神)とは、もう少し詳しく言うとは何かを、パワーポイントを用いて次のように講義している。

山根は、起業家的資質の要素を次のように考えている。

- ①希望・夢をもっていること。そして、その実現に向けたチャレンジ精神・やる気・意欲があること。
- ②独創性・創造性があり、その実現に向けて没頭できること。
- ③希望や夢を実現するために、リスクを負おうとする覚悟、自立心、独立心、主体性を持っていること。
- ④商品やサービス、消費者の欲求に関する興味・関心を持っていること。
- ⑤生産要素を組織する能力、ものごとをシステムティックに考え、そして、実行する能力をもっていること。
- ⑥コミュニケーション能力があること。

学生諸君には、是非、アントレプレナーシップを身につけてほしい。

(4) 経済学の中の起業家的資質

経済学者の中で、資本主義における起業家的資質(起業家精神)の重要性を指摘したのは、J. A. シュムペーター(Schumpeter)である。山根は、シュムペーターが、資本主義社会における起業家の役割についてどのように述べているかについて、パワーポイントを用いて以下のよう

に講義している(シュムペーター『資本主義・社会主義・民主主義』より)。

- およそ資本主義は、本来経済変動の形態ないし方法であって、決して静態的たりえないものである。
- 資本主義のエンジンを起動せしめ、その運動を継続せしめる基本的衝動は、資本主義的企業の創造にかかる新消費財、新生産方法ないし新輸送方法、新市場、新産業組織形態からもたらされるものである。
- 創造的破壊 (creative destruction) の過程こそ、資本主義についての本質的事実である。それはまさに資本主義を形作るものであり、すべての資本主義的企業がこの中に生きねばならぬものである。
- われわれが企業と呼ぶものは、新結合(イノベーション)の遂行およびそれを経営体などに具体化したものことであり、企業家(起業家)と呼ぶものは、新結合の遂行をみずからの機能とし、その遂行に当たって能動的要素となるような経済主体のことである。
- 企業家の機能は、発明を利用すること、つまり、新商品の生産や新方法による旧商品の生産のために、まだ試みられざる技術的可能性を利用すること、原材料の新供給源や生産物の新販路を開拓すること、産業を再組織すること等によって生産様式を確信ないしは革命化することである。

(5) 生徒の起業活動の例

最後に、山根が指導に入ったことのある、小学校と中学校における「会社をつくろう」の活動と生産・販売している場面・写真を、パワーポイントを用いて学生に紹介している。学生は、小学生や中学生でも、こんなことができるのかと驚嘆の声をあげる。このことが、大学生である自分たちが、もっとレベルの高い起業企画書を作らなければというインセンティブになっていると考えている。

以上のような山根のイントロダクションの上で、武田講師に授業を引き継いでいる。

授業構成 (3回目以降)

武田担当分の講義内容は基本的に、全国の創業系セミナーで実際に武田が行っている創業プログラムをもとに大学での講義用に組み立てなおしたものである。特徴としては、アイデアゼロであっても学生なりのパーソナリティから引き出される問題意識、課題、それらの解決欲求、「あったらいいな」と言うような学生ならではの生活からの発想、更には「なれたらいいな」と言うような心に秘めた夢などからアイデアが生まれ、プランに昇華できるように工夫している。また、事業計画書の後半にある事業の資金計画及び収支計画について、社会経験の少ない学生にはハードルが高いと考えられる。それ故出来るだけ簡素化した会計の基礎を学ばせ、また可能な限り現実の数字を調べさせ、計画に落とし込ますようにしている。

以下シラバスに沿って授業の内容を紹介する。

・起業の心構え

「起業の心構え」は、元々実際起業を志す者たちに向けて起業家マインドを醸成する目的で構成しており、起業の実際、起業家としての(後に事業家としての)生き方、起業におけるリスク、起業の成功事例、失敗事例を中心に講義をし、本番さながらのマインドセットを行うのが特徴である。

・事業計画とは1

ここではビジネスプラン用紙を使って事業計画書の書き方を具体的に説明していく。以下項目ごとに紹介する。

a. 事業概要

どんな事業なのかを 200 字以内にまとめる。200 文字と言うのは実際にしゃべると 30 秒から 1 分かかる。我々の経験値的には、他人が聞いてビジネスプラン全体をイメージできる最適なボリュームだと考えている。

b. 商品サービスの内容

商品サービスの内容では、具体的なサービスの内容や商品の特徴を記す。そして次の c. d. e. のように分解して考えていく。

c. ターゲット市場

「Who 誰に←お客様」 ターゲットがはっきりしたら、わかる範囲でそのマーケット規模を算出する。対象エリアに何人そのターゲット顧客がいるのか?

d. 販売方法

「How どうやって←どんな方法で宣伝したり、どんな方法で売ることか?」

ターゲット顧客を見つける方法→「Who のお客様はいつどこにいるのか」

ターゲット顧客にこのサービス・商品を知ってもらう方法→見込客作り

知らしめたターゲット顧客にどうやって売るか? 具体的販売システムは?

分かったターゲット顧客の何割がこのサービス・商品を買うのか?

e. 他社との違い セールスポイント

一番近いサービス・商品との違いは何か? サービス・商品の機能、価格がちがうのか?

お客様がちがうのか? 提供の仕方がちがうのか? それはお客様の買う理由になっているでしょうか?

f. メンバーのプロフィール

チームリーダーとメンバーの紹介。

このメンバーの強みは何か? 何を強みとするか? (ここはメンバーの売り込みを行うところ。現実投資家によってはここを重視して投資を決定することもある。)

g. アイデアの出どころ・思いついた背景

商品・サービスの内容で語った「Why どんな目的←お客様の何を満足させるのか? その事業が必要とされる理由」をここではもう少し詳しく。

なんで、このプランを思いついたか? どんな問題意識があったのか? 具体的にどんなニーズがあるのか? それはどのように社会の役に立つのか?

h. ビジョン・経営理念・方針

ビジョン：何を目指すのか？どこを目指すのか？将来はどうなりたいのか？世の中の役にどう立ちたいのか？など
 経営理念：事業を進める上で何を大切にしたいか？するのか？事業の根っこはなんなのか？

方針：この事業を進めるにあたっての具体的な判断基準。意思決定するときの物差し。

i. 外部環境分析

ターゲット市場の動向

マクロな視点から 日本経済、業界動向、文化の流れ、流行、法律の改正、世の中の気分など、この事業が囲まれている外部環境が事業の成長にとってプラスであることを記す。

ミクロな視点から 自分がターゲットとするエリアではどうなのか？ターゲット顧客の詳しい情報などを記す。
 競合状況 「事業内容の詳細」で語った「他社との違い」の他社についてもう少し詳しく。いくら新規性の高い商品でも、競合は絶対にあるからその競争相手についての分析と、その相手にどう勝つのか？を記す。

j. 必要な資源

この事業を実現する為に必要な資源でまだ手に入っていないものリストと調達の方法

ヒト、モノ、カネ、場所、設備、知識・技術、e t c.

・現役起業家（ゲストスピーカー）による講義1、2

現役起業家においては、毎回武田が様々な業界から起業されて第一線で活躍している経営者を国内外から招聘し、体験談を中心に講義していただいている。このアントレプレナー論受講をきっかけに株式会社を興した学生起業家にもゲストスピーカーとして協力してもらっている。

・ビジネスアイデアの洗い出し

学生にいきなりビジネスのネタを求めることは不可能なことであることから、まず既存のビジネスについて数多くの事例を示す。

この講義が始まった当時の平成 19 年頃は、まだベンチャー企業の話が世間を賑わしており、事例もベンチャーファンドを受けるような急成長ビジネスや、ITビジネスなどを取り入れることが多かった。しかしここ 2～3 年はコミュニティビジネス（注 1）、ソーシャルビジネス（注 2）と言う言葉をマスコミでもよく耳にするように、社会的貢献企業（ビジネス）が学生の興味を中心になってきている。そのためコミュニティビジネスなどの成功事例を題材にビジネスの成り立ちについて理解を促している。

アイデアの創出は、3～4 人グループに分かれグループディスカッションから始める。各メンバーが持っているアイデアを先ず話す。そのアイデアに対して積極的に様々な意見を出していく。ブレインストーミング的にアイデアにアイデアを被せていく要領で行う。ただし一つだけルールがあり、それは「アドバイスにマイナスな表現をしない事」。良いアドバイスが見当たらなければエールを送るようにする。これを約 20 分でグループ替えをし、3 度回す。このグループディスカッションにより、アイデアの種が無数に出てくる。出されたアイデアをもとに一緒にプラン作り

をした者同士チームを作る。

・ビジネスプランの作成 1、2

「事業計画とは 1」の講義内容を踏まえ、ビジネスアイデアを一度ビジネスプラン用紙に落とし込んでいく。プラン用紙の項目順に書き込むのではなく、書けるところから書いていくのがコツである。アイデアを書き纏めていくと言う作業は、プランとしてのスケ・モレを明らかにし、更に考察を深める作用がある。この時、講師とアシスタント学生が各チームを周りアドバイスを行う。アシスタント学生は、前年までのアントレプレナー論を受講した学生が務める。

・事業計画とは 2

「ビジネスプランの作成 1、2」でプランの骨子が出来上がりつつあるものの、たとえそれが良いビジネスプランであったとしても、数字の根拠が無ければ絵に描いた餅でしかない。具体的・現実的なビジネスプランになるためには、事業立ち上げ時のインシャルコストと事業継続のためのランニングコストの仕組みを理解する必要がある。ここでは、資金計画及び収支計画について講義を行う。

・ビジネスプランの作成 3、4

「事業計画とは 2」の講義内容を踏まえ、「ビジネスプランの作成 1、2」で作成したビジネスプランの資金計画及び収支計画の部分を作成する。

・効果的なプレゼンテーションとは

事業計画書が完成に近づきつつある段階で、伝えるという観点からビジネスプランを考えさせてみる。きちんと自分の考えを伝えることが出来るように、プレゼンテーションスキルについて以下の流れで学習する。

1. 導入 2. 姿勢と身振り 3. 視線 4. ことばづかい 5. プレゼンの流れ 6. パワーポイントを使う際の注意。

ビジネスプランのプレゼンテーションの流れは、「起・承・転・結」ではなく「結・起・承」であり、このコツを掴むことで格段に訴求力のあるプレゼンテーションに生まれ変わる。

・プレゼンテーション資料作成

「効果的なプレゼンテーションとは」の講義内容を踏まえ、発表に向けてのプレゼンテーション資料を作成する。ほとんどの学生はパワーポイントを使ったプレゼンテーション資料を作成する。

・ビジネスプランの発表・総括

この授業の最後に各チームが作成したビジネスプランを 5 分の持ち時間で発表する。全チームが発表後、担当教員はじめ行政の産業振興の担当者、ベンチャーファンドのファンドマネージャーなどを招き投票により順位づけをする。その後最終講評を述べ授業を終える。

（注 1）コミュニティビジネスとは

「地域の抱える課題を、地域住民（市民）が主体となって、ビジネスの手法を活用しつつ、それらを解決していく、ひとつの事業活動」

経済産業省「行政とコミュニティビジネスのパートナーシ

ップに関する調査研究報告書」(平成 20 年 3 月)

(注 2) ソーシャルビジネスの定義

- ①社会性：現在解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。
- ②事業性：①のミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業を進めていくこと。
- ③革新性：新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発したり、新しい社会的価値を創出。経済産業省「ソーシャルビジネス研究会報告書」(平成 20 年 4 月)

学生らのアイデア紹介

この 5 年間のアントレプレナー論で作られたビジネスプランの中で優秀であったプランを紹介する。毎年 10 数個のプランが生まれる中で、特に印象に残ったプランを以下に示す。

発表事例 1 「高齢者コミュニティスペース」

地域の課題の一つに高齢者の孤立化、そして孤立した高齢者の生きがいの問題。また一方地域の商店街のシャッター通り化。この二つの問題を解決するプラン。商店街の空き店舗を利用して高齢者が好む健康食品、旅行案内、外部医薬品、介護施設情報、福祉衣類などの展示とサンプル試供を行うことにより、各メーカーのプロモーションに利用していただく。高齢者はそれぞれ商品のアンケートに答え、メーカーにフィードバックする仕組み作り。それらをコーディネートすることによってメーカーからの手数料収入を得るプラン。



発表事例 2 「中古学術書販売」

学生にとって高価な学術書は、経済的に負担が大きく易々と購入できるものではない。そこで先輩方の使用しなくなった学術書を、学生独自の SNS の中で情報交換し売買につなげるプラン。クラブ活動などで広くネットワークを持つ学生ならば中古書籍の貸し借り、譲渡など行われているが、そうでない学生にとって中古学術書の流通に関して有益な情報が入りにくい。そこで SNS を使って情報を

得、流通を促すといったビジネスモデルを構築する。一冊ごとは需要の低いものが多いが、沢山取り扱うことによりロングテール理論を応用したビジネスを展開するものとする。



関連合宿等の紹介

武田は学生に「生きる力」を身に付けさせるために、大学の講義だけでは完結しない体験活動を学外でも実施してきた。

手始めとしてアントレプレナー論受講生が中心となり、三重大学ベンチャーサークル(顧問：松岡 守)を発足させた。

平成 20 年度には三重県が募集する「若者起業風土育成事業」に公募型プロポーザルで採択され、三重県熊野市へ地域活性型ビジネスプランを作成する合宿を行った。以降平成 21 年度、22 年度も同じ事業で津市美杉町、熊野市で合宿を行った。また、三重大学ベンチャーサークルから派生して、名古屋大学、南山大学、岐阜大学、皇学館大学、京都大学、大阪大学、神戸大学などそれぞれ同様のサークルを誕生させ、これまでに各大学のサークルと共同開催によるビジネスプラン作成合宿を三重、愛知、岐阜、大阪、神戸などで約 30 回開催し、その都度マスコミで取り上げられた。また、参加大学においては、一橋大学はじめ関東圏からも学生が集まるようになった。

イベントとしては、学生のビジネスプランコンテストを名古屋大学で 2 回、三重大学で 1 回開催し、東海のみならず関西の学生からも多くのプラン応募があった。この種のイベントは東海地方では極めて珍しいものである。

社会起業に興味を持つ学生による「社会起業家フェスタ」を三重大学にて開催した。その他、商店街活性事業「大門商店街(津市)学生マルシェ」、美浜町みかん農家、紀北町の米農家への農業インターンシップ、温泉旅館への女将インターンシップ、中学生ビジネスアイデアコンテスト、高校生カフェセミナーなど、地域活性のための様々な取り組みを行ってきている。

まとめ

これまでの具体的な成果として、アントレプレナー論受講者から2社法人設立、2件の飲食店が開業（個人事業）されている。今後も「起業家教育」を通して経済や社会に関する幅広い知識や、経営学の概念とスキルをもとに、主体的に意思決定し社会活動のできる学生を育てたいと考える。そのため講義に対する中心的な考えは学生が自立した人間として生きていくため、講義のみならずディスカッション、ワークショップ、プレゼンテーションを取り入れ、総合的な力を育成することを今後も目指していく計画である。

参考文献

- 1) 三重大学、「全学的な知的財産創出プログラムの展開－平成19年度（最終）報告－」、現代的教育ニーズ取組支援プログラム（現代GP）報告書、2008年
- 2) 魚住忠久・山根栄次他編著、『グローバル時代の経済リテラシー』、ミネルヴァ書房、2005年3月、第15章 起業家教育
- 3) 研究代表者・山根栄次、研究成果報告書、『総合的な学習の時間における起業家教育の方策の研究』、研究課題番号14380103、平成17（2005）年3月
- 4) 経済産業省『中小企業白書2007年版』
http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h19/h19_hakusho/html/ja000000.html