

(財)産業研究所、委託先：(株)U F J 総合研究所
「東北地域におけるアントレプレナーシップ教育推進に関する調査研究」(平成16年2月)

1 5 3 0 0 2

産業政策の新展開に関する調査研究

(地域産業及び中小企業の活性化に関する調査研究)

東北地域におけるアントレプレナー シップ教育推進に関する調査研究

平成16年2月

財団法人 産 業 研 究 所

委 託 先 株式会社 U F J 総合研究所

(財)産業研究所、委託先：(株)U F J 総合研究所
「東北地域におけるアントレプレナーシップ教育推進に関する調査研究」(平成 16 年 2 月)

KEIRIN



この調査研究は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

[要 約]

本調査研究は、東北地域においてアントレプレナーシップ教育を推進するためには、アントレプレナーシップ教育の導入・実践に係るノウハウや情報の収集・蓄積とその提供・発信および、アントレプレナーシップ教育を既実践している/したい人・組織とアントレプレナーシップ教育の実践を支援したい人・組織との間等をつなぐ「コーディネート機能」が必要であることを明らかにし、その要素や具現化方策を探ることを目的として実施したものである。

まず、東北地域におけるアントレプレナーシップ教育の実践事例について、その実践実態、効果、課題を、既存の調査報告書および今年度実践事例に対するモニタリングの結果から整理した。また、東北地域以外の国内における主な実践事例についても、同様に整理を行った。

次に、アントレプレナーシップ教育をより一層推進するには次のような課題が抽出され、これらの課題を解決する機能が必要であることが分かった。

解決が求められる課題

学校教育現場や教育委員会、家庭の理解の獲得が必要 指導者の確保が必要 指導者の育成・実践ノウハウの共有 地域企業による支援の確保が必要
--

そして、これらの課題を解決するためには教育界と産業界との間、教育界同士の間や、教育界をとりまく社会と教育界との間など、幅広い主体間をコーディネートする機能が必要であることを明らかにした。コーディネートする機能とは、具体的には、アントレプレナーシップ教育に関する情報を収集・蓄積して提供・PRし、アントレプレナーシップ教育に対する理解・関心を高めてアントレプレナーシップ教育をこれから実践・支援したい人を増やし、それらの人と既実践・支援している人とを結びつける機能である。

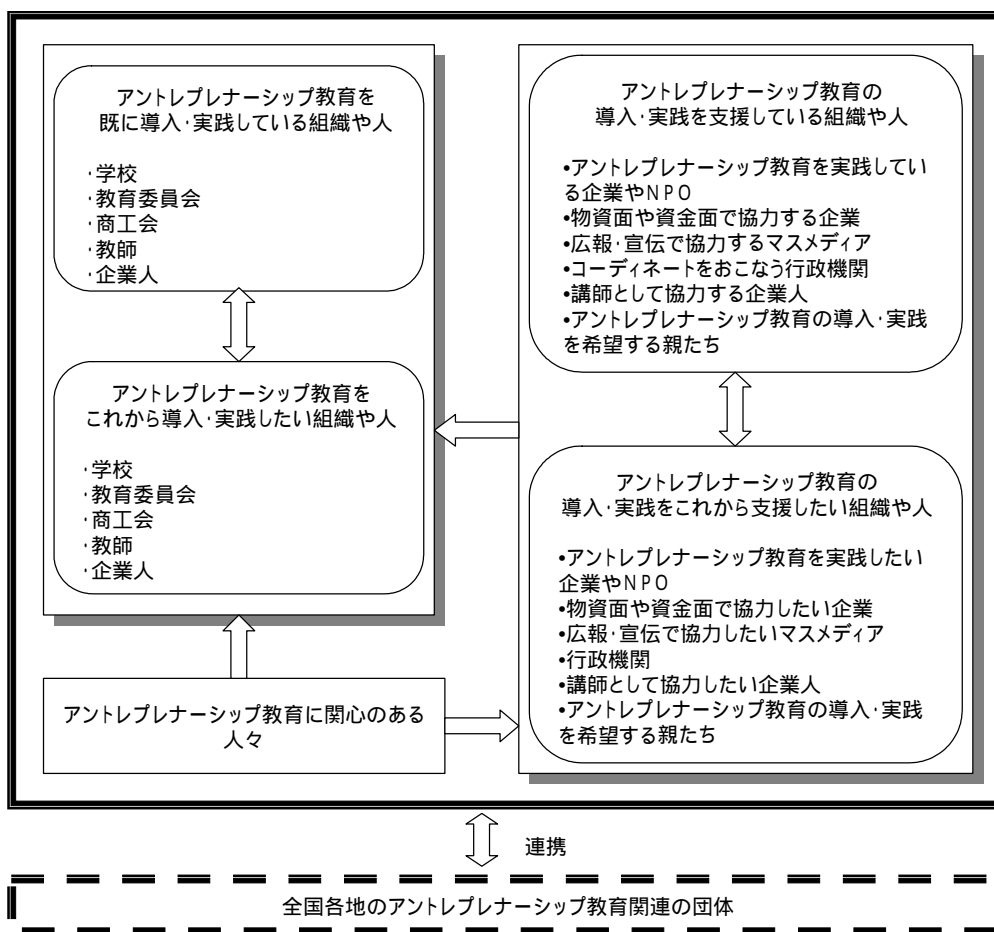
そして、「コーディネート機能」に必要な要素は、次の通りであると抽出整理した。

コーディネート機能に求められる要素

- アントレプレナーシップ教育の導入・実践に係るノウハウや情報の収集・蓄積
- ・国内・海外のアントレプレナーシップ教育に関わる各種の情報の収集・蓄積
 - ・全国各地のアントレプレナーシップ教育関連の団体等との連携
- アントレプレナーシップ教育に関する情報の発信・普及啓発
- 気軽な出会い・情報交換・相互支援の場の提供
- ・アントレプレナーシップ教育を既に実践している人・組織と、これから実践したい人・組織との間のコーディネート
 - ・アントレプレナーシップ教育を実践しているもしくは実践したい人・組織と、アントレプレナーシップ教育の実践を支援しているもしくは支援したい人・組織との間(学校と地域企業との間、学校と地域住民との間等)のコーディネート等

さらに、上記「コーディネート機能」を担う体制は、産学官民から構成され、東北をベースとしつつ全国に展開する幅広いネットワーク組織とすることが考えられるとし、組織体制としては下図を示した。

コーディネート機能を担う組織体制図



第 3 章 第 3 節では、アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織は、同組織を運営する事務局機関がなければ機能しないとして、事務局機関に必要な人的体制と設備機器の検討を行った。また、コーディネート機能を担う組織を「アントレプレナーシップ教育コンソーシアム」としてモデル的に組成し、その事務局を(株)U F J総合研究所に設置して、実際にモデル的に運営をおこない、事務局機関に必要な事項を検証した。

そして、事務局が既存機関により運営できるかどうかの可能性を検討した結果をふまえ、事務局機関は新規に設けることが望ましいことを確認した。または、事務局として必要事項を満たす民間組織があれば、そこへの委託でも構わないとした。

以上の調査研究結果を踏まえて、本調査研究において東北地域におけるアントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織としてモデル的に設置した「アントレプレナーシップ教育コンソーシアム」をベースに、コーディネート機能を担う組織を本格的に設置するためにも、今後できるだけ早急に同組織を運営する事務局機関のあり方を検討していく必要性を提言している。

本調査では、以上のほか、東北地域で今後のアントレプレナーシップ教育の推進・普及を支えることが期待される資源の現状を把握するために、東北地域においてアントレプレナーシップ教育を実践している学校、導入・実践に意欲のある学校等の組織のリストを作成した。また、東北地域の産業界や行政機関または個人で、アントレプレナーシップ教育の実践を、指導者としてあるいは物資供給の側面などで支援したい企業や企業人、個人(起業家、子どもの親等)のリストを作成した。

(財)産業研究所、委託先：(株)U F J 総合研究所
「東北地域におけるアントレプレナーシップ教育推進に関する調査研究」(平成 16 年 2 月)

目 次

<u>I . 本調査研究の背景と趣旨</u>	1
<u>II . 東北地域における「アントレプレナーシップ教育」の定義</u>	3
<u>III . アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能のあり方</u>	5
1 . アントレプレナーシップ教育の実践実態と課題	5
(1) 学校教育の正課での実践事例	5
(2) 学校教育以外の課外活動での実践事例	12
(3) 参考：他地域での実践事例	18
2 . アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能の必要性とその要素	22
(1) アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能の必要性の分析	22
(2) アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能に求められる要素	26
(3) アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織体制	27
3 . アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能の具現化方策 ...	29
<u>IV . アントレプレナーシップ教育推進を支える資源の現状</u>	35

(財)産業研究所、委託先：(株)U F J 総合研究所
「東北地域におけるアントレプレナーシップ教育推進に関する調査研究」(平成 16 年 2 月)

1. 本調査研究の背景と趣旨

東北地域が自律的な発展を遂げていくためには、東北地域の経済・産業を担う起業家や、NPO等地域づくりの活動に関わるリーダー的人材(以下、これらを総称して「アントレプレナー(起業家的人材)」と呼ぶ。)の育成・確保が急務である。

この認識をふまえ、東北地域においては、東北経済産業局を中心として、アントレプレナーシップ教育の普及促進に向けた取り組みが展開されてきた。

平成13年度には、「アントレプレナーシップ教育プログラムの普及に関する東北的モデル検討調査」において、東北経済産業局は、平成11年度から実施していた「起業家教育交流促進事業」と連携しながら、仙台市立柳生小学校で実施されたアントレプレナーシップ教育プログラム「柳生小バーチャルカンパニー」を、アントレプレナーシップ教育プログラムの「東北モデル」のモデルプログラムとして位置づけ、実践を支援した。

そして、国内外のアントレプレナーシップ教育関連の事例を網羅的に調査し、その整理・分析結果をふまえて「柳生小バーチャルカンパニー」の検証をおこない、それをベースとして、東北地域に根差したアントレプレナーシップ教育プログラムの「東北モデル」を構築した。

さらに、アントレプレナーシップ教育プログラムの「東北モデル」について、2種類の導入方法 - (1)正課への導入と(2)課外教育への導入 - を提案し、導入にあたっての課題を整理した。

平成14年度の「アントレプレナーシップ教育の普及促進による未来の東北リーダー育成実践調査」では、平成13年度に構築したアントレプレナーシップ教育プログラムの「東北モデル」について、(1)学校教育の正課への導入・実践と、(2)学校教育以外の活動への導入・実践のモニタリングを通じて、現実にどのような課題が発生するか、平成13年度に検討した課題を検証・充実させ、その解決策を検討すると共に、普及促進のためのモデルカリキュラムの構築を試みた。

具体的には、(1)学校教育の正課へ導入した事例としては、仙台市立柳生小学校に加えて、仙台市立荒巻小学校、仙台市立郡山小学校、高清水町立高清水小学校での実践事例を、(2)学校教育以外の活動へ導入した事例としては、宮城県商工会連合会による角田市における実践事例と、栗駒町商工会による実践事例をモニタリングした。

また、(1)学校教育の正課への導入・実践にあたっては、「アントレプレナーシップ教育4校実践モニタリング調査」と連携し、仙台市立荒巻小学校、仙台市立郡山小学校、高清水町立高清水小学校の3小学校の「総合的な学習の時間」における導入と実践を支援した。

そして、実践事例とその成果発表のシンポジウムの開催、それらのマスメディアの活用による広報、およびモデルカリキュラムの構築により、教育委員会や商工会等と連携・共同してアントレプレナーシップ教育プログラムの「東北モデル」の普及が図られた。

本調査研究は、上述したようなこれまでの取り組みから明らかになった、アントレプレナーシップ教育の導入・実践に係るノウハウや情報の収集・蓄積とその提供・発信および、アントレプレナーシップ教育を既に実践している人・組織と、これから実践したい人・組織との間や、アントレプレナーシップ教育を実践している人・組織と、アントレプレナーシップ教育の実践を支援したい人・組織との間（学校と地域企業との間、学校と地域住民との間 等）等をつなぐ「コーディネート機能」の必要性やその要素を検討し、その具現化方策を探ることを目的として実施したものである。

また、併せて、アントレプレナーシップ教育の導入・実践に意欲のある学校や、アントレプレナーシップ教育の実践を指導者として支援したい企業や企業人、起業家(個人)など、東北地域において、アントレプレナーシップ教育推進を支える資源の現状を整理した。

II. 東北地域における「アントレプレナーシップ教育」の定義

東北経済産業局では、平成13年度、「アントレプレナーシップ教育プログラムの普及に関する東北的モデル検討調査」において、「アントレプレナーシップ教育」を“起業家の人材を育てる教育”と定義し、日本語では、「起業教育」¹と称することとした。本調査で用いる「アントレプレナーシップ教育」という用語は、この定義に則っている。

「アントレプレナーシップ教育(起業教育)」 =
起業家の人材を育てる教育

(注)起業家を育てる教育ではない

「起業家の人材(=アントレプレナー)」は、「起業家精神と起業家的資質・能力を有する人材」と定義している。

「起業家の人材」 = 起業家精神と起業家的資質・能力を有する人材

「起業家精神」とは、例えば、以下のような精神を指す。

「起業家精神」

・チャレンジ精神	・積極性
・創造性	・探究心
・自信	

「起業家的資質・能力」とは、例えば、以下のような資質・能力を指す。

「起業家的資質・能力」

・コミュニケーション力	・自己責任・決断力
・チームワーク力	・リーダーシップ
・地域理解・郷土愛	
・情報収集力	・問題解決力
・情報分析力	・実行力
・判断力	・表現力・プレゼンテーション力

東北における「アントレプレナーシップ教育」の特徴は、東北地域に生きる一員として地域理解と郷土愛を有し、東北地域において東北地域の将来を担う人材を育てることを目的としているため、「起業家的資質・能力」の中に「地域理解・郷土愛」を含めていることである。

¹ 経済産業省では、通常「起業家教育」という用語を用いている。しかし、「音楽家教育」が“音楽家を育てる教育”を意味し、「音楽教育」は必ずしもそうではないように、「起業家教育」も、教育現場や家庭において、ややもすると“起業家を養成する教育”と誤解されがちであることから、平成13年度の「アントレプレナーシップ教育プログラムの普及に関する東北的モデル検討調査」では、敢えて「起業教育」と称している。なお、この考え方は、同調査委員会の委員を務めた(株)シー・イー・エス代表取締役社長の板庇明氏の考え方によっている。

そのため、東北のアントレプレナーシップ教育では、地域の特産品や資源など「地域特性を活かす」ことを特徴としており、仮想的に起業を体験し、商品開発・事業計画立案・販売・決算という事業遂行を体験するアントレプレナーシップ教育プログラムにおいて、子ども達は、地域の特産品や資源を最初に学習し、それらを活用した商品を開発する。

III. アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能のあり方

ここでは、アントレプレナーシップ教育の実践実態と課題を整理し、アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能の必要性とその要素を把握した上で、アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能の具現化方策を探る。

1. アントレプレナーシップ教育の実践実態と課題

東北地域におけるアントレプレナーシップ教育の実践事例について、その実践実態、効果、課題を以下に整理する。

(1) 学校教育の正課での実践事例

仙台市立 太白小学校「夢未来～ん！こんなにいいぞ太白は」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

児童・生徒の毎日の生活や将来の社会で必要とされるチャレンジ精神、その資質・能力を育て、生涯学習時代に不可欠とされる国民の創造力を育て、やがては、社会全般にわたる創業の土壌を拓き、地域社会の活性化をうながし、コミュニティづくりにつなげることが目標。

団地の人口が減り、商店も撤退して少子高齢化が進み寂しくなる太白のまちに再び活気を取り戻して新しいまち「太白ランド」を創ろう、を合い言葉とし、2003 年度から、小学 5 年生の「総合的な学習の時間」で、「まちを調べ、元気なまちを創ろう」をテーマに起業教育を導入・展開。

地域の良いところを見つけ、それを活かした特産品を作るため、団地の背後にある太白山の自然素材を活用した商品開発に取り組んだ。

商品開発では、「森の贈り物」シリーズとしてエコ商品を開発。途中、地元企業の工藤電気の工藤治夫社長を招いての授業を企画し、商品開発についての話を聞いて工夫することの大切さを学んだ。その後、試作品を評価してもらうため、プレゼンテーションコーナーを設けて品評会を開催し、家庭や地域の方等に投票をもらった。

以上の活動記録や開発した商品は、学校のウェブページ上で紹介している。

来年度にかけて地域興しのイベントを企画・出店する予定で準備している。

開発途中の商品を、東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」に出品した。

教育プログラムの効果

子ども達の地域理解が一段と進んだ。地域を時間の流れの中でとらえ、身近な生活も時代と共に変化していくこと、地域の大型店等の撤退も地域の経済に深く関わっていることを学んだ。

典型的な団地で、これまで何の特産品もなく、伝統産業とも無縁な地域であったため、いかにして地域に受け入れてもらえる新たな特産品を開発するかに知恵を絞るようになった。特に今まで作ってきた“作品”と、“商品”は違うことを知ったことは大きく、社会を強く意識するようになった。

外部の講師の話などにより、自分の好きなことを追求することの大切さ、チャレンジ精神の大切さを知った。

教育プログラム実施にあたっての課題

アントレプレナーシップ教育「東北モデル」を基に展開しているが、身近に商店街等がなくマーケティングや販売実践の場が無いなどの制約があるため、支援のネットワークを独自に作りながら取り組む必要がある。

情報教育先進校としての財産を生かして、いかに起業教育を展開していくか、新たなプログラムの開発が必要。

仙台市立 柳生小学校「みんなで創ろう！柳生キッズファーム」(平成 14～15 年度)

教育プログラムの概要

2001 年度に「柳生子ども塾」のカリキュラムの 1 つ、“子どもの力を育てる学習”領域の新規講座として実施した、起業教育「柳生小バーチャルカンパニー」の経験をふまえ、2002 年度には小学 5 年生、2003 年度には小学 6 年生の正課「総合的な学習の時間」の中でアントレプレナーシップ教育に取り組んでいる。

意欲関心を持って課題に取り組もうとする力、課題をさまざまな角度から追求し解決する力、調べたことを自分なりに工夫して表現する力、学習したことを実践する力の 4 つの力を育成することが目標。

柳生和紙の原料、ハーブ、稲などを育て、農業体験を行うとともに、数名ずつに分かれて、会社を設立し、商品を開発し販売した。また、キッズファームのマークを作成し、会社ごとにホームページを作成した。

2003 年度は、東北経済産業局の紹介で、宮城県産業デザイン交流協議会よりデザインについて指導を受けて商品のレベルアップを図った。開発した商品は、東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」に出品した。

2002 年度の販売実践では、利益を地元のクリスマスイベント「光のページェント」に寄付し、2003 年度の販売実践では、アフリカの子ども達のために寄付した。

教育プログラムの効果

子ども達に、主体的な勉強意識や社会への関心、親の仕事への理解、町に対する理解が芽生え、観察力が高くなった。また、P C の活用能力が飛躍的に向上した。ホームページ上で開発した商品を公開することにより、従来教員だけだった評価者が親や地域の人々も含めて飛躍的に拡大し、子ども達は失敗しても次へチャレンジするようになった。

柳生和紙を取り上げてきたことから、地域での柳生和紙への理解が深まり、改めて見直されつつある。

学校便り、教員自身の P T A などでの報告の他に、「柳生子ども塾」のような地域の人々が参加できる活動、マスコミ、そして柳生ネットなど多彩なツールを活用して、地域社会の評価を聞くために惜しみなく情報を発信してきた結果、教員、家庭、地域住民間の交流の垣根を低くしている。

仙台市立 荒巻小学校「地域再発見『よいもの残そう・伝統文化』」(平成 14 年度)

教育プログラムの概要

仙台市教育委員会の呼びかけに対して名乗りを上げ、起業教育に取り組んだ学校。起業教育を通して生きて働く力を育成すること、身近な伝統文化を学び広める活動を通して課題を切り開いていく力を育てること、多くの人々との関わりを通してコミュニケーション能力を高めるとともに、責任や協力する態度を培うことが目標。

小学 5 年生を対象に「総合的な学習の時間」に導入。仙台市青葉区堤町に江戸時代から伝わる堤焼き・堤人形・松川だるまなどの伝統工芸を題材として、子ども達が自分たちで会社を起こして、伝統文化の良さを生かしたオリジナル商品を創作し、販売する活動を通して、その良さを広めるプログラム。

仙台市立郡山小学校、高清水町立高清水小学校とともに、仙台市役所前市民広場で毎月 1 回開催される、農家による青空直売市「朝市夕市ネットワーク合同定期市」に出店参加し、販売をおこなった。

教育プログラムの効果

子ども達において、最後まであきらめない気持ちが育ち、コミュニケーション能力や表現力が高まった。また、働くことの大変さと楽しさを知ることができた。伝統を広めるための商品のあり方や広報のあり方を子どもなりに考え、実践していく過程で、新しいアイデアを実行するために必要なチャレンジ精神や決断力が養われた。

販売実践を 3 回おこない、評価と反省を繰り返す中で、よりよい企画、商品のアイデアが生まれ、広報活動も充実して、次回へと生かされていった。子ども達自らが出店するために何が必要かを考え、自主的な活動に発展していった。

総合的な学習が、家庭学習や地域学習に発展し、家族や地域の人からアドバイス・支援を得て充実させることができた。

教育プログラム実施にあたっての課題

地域素材から題材を得るために、事前に十分な体験や調査活動の時間が確保できることが重要である。

今後、継続的に実施していくためには、会社資金の調達方法や学校外の支援者を確保していく必要がある。その際には、同時に、校内に学校外の支援者が多く入ることに対する教員側の開かれた姿勢が求められる。

青森市立三内小学校「プロジェクト S」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

「ふるさとを愛する」、「夢を育てる」を二本柱とする当校の教育目標の下、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ことが目標。

小学 6 年生の「総合的な学習の時間」に実施。会社を設立し、青森の特産品を使った商品を開発し、販売価格を設定した。

開発した商品は、東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」に出品した。

山形県尾花沢市立鶴子小学校「21世紀起業家精神醸成プロジェクト」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

山形県村山総合支庁による呼びかけを受け、同県産業経済部の「起業家教育推進事業」の支援を受けて実施。

地域内人材の土台(環境)をつくり、21世紀の村山地域産業の発展・雇用の創出につなげることが目標。

小学3～6年生全員を対象に、「総合的な学習の時間」の中で実施。

大根の栽培をおこなう一方で、会社を設立し、会社マークを考え、大根の販売の事業計画をたて、チラシ・ポスターを製作して販売実践を2回おこなった。栽培体験と販売体験の両方を狙ったプログラム。

教育プログラムの効果

子ども達が、販売実践を重ねるごとに、手作りのおまけや肩たたきサービス券を付けたたり、レシピを付けたたり、大根収穫日記を付けるなど、自分達で考えてお客に喜ばれる工夫をするようになった。

子ども達が自信を持って生き生きと活動した。

全校で40名の小規模学校でも、地域の協力をもとに市内に発信できる店作りができるすばらしさを知り、店を開くことで多くの人々とコミュニケーションできる力を身につけることができた。

大根一つでもこれだけの手間ひまがかかるという事実を実感したことで、店に並ぶ野菜やそれ以外の商品の価格や価値を実感できるようになり、ものを大切に思う気持ちが育った。

ものを作る喜び、売る喜びを実感できた。

ふるさとの特性や良さを認識し、ふるさとを大切に思う気持ちが育った。

教育プログラム実施にあたっての課題

教師の負担、PTAの負担が大きかった。

収益金の使途が最大の課題となった。子ども達に自分で考えさせるところ、自分達が稼いだお金だから好きな物を買いたいという本音が明らかとなった。教師としては、地域の支援で得たお金だから地域に還元してほしいと思ったが、それを強制するべきかで悩んだが、アントレプレナーシップ教育を実施している民間企業の社長に相談し、大人が自信をもって人の道を説く機会であるとのアドバイスを受け、まずは支援を受けた地域に御礼をし、次に自立体験の証として寄付という社会貢献があることを子ども達に話したところ、子ども達も理解し、自分達でそれぞれ社会貢献としての使い道(交通安全用の反射テープを全戸に配布、クルミの木を植樹、図書館にソファとじゅうたんを寄付)を考え、実行した。

山形県高畠町立高畠小学校「プロジェクトT」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

高畠の良さをアピールすることと、簡単な経済の仕組みを学ぶことが目標。

小学5年生の「総合的な学習の時間」と特設クラブの活動時間にアントレプレナーシップ教育を導入。

会社を設立し、高畠の特産品を使った商品を開発し、販売価格を設定した。

開発した商品は、東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」に出品した。

仙台市立 郡山小学校「ふるさと郡山 - 自然、産業、歴史の追求を通して - (農業)」
(平成14年度)

教育プログラムの概要

仙台市教育委員会の呼びかけに対して名乗りを上げ、起業教育に取り組んだ学校。小学6年生では、前期の地域学習の1つとして古代米の収穫、縄文式土器の製作などを行い、夏休み後は、これらを踏まえて学習を深める予定としていたが、子ども達のモチベーションのあげ方を課題としており、正課での教育の中で興味のない子に対するアプローチを模索していたところに、呼びかけがあった。そこで、夏休み後の「総合的学習の時間」は「ふるさと郡山」と題して、農業グループ、水生生物グループ、酸性雨グループ、歴史グループの4つに分かれて行われたが、農業を選択した子ども達を対象に起業教育の考え方を取り入れた。

農業体験学習の講師を務めたPTA会長の沼田氏が「作る農業から売る農業へ」という考えを持っており、考え方を共有して講師を引き受けてくれた。

感じる力、追求する力、表現する力、共に生きる力を育成することを目標とし、農業を題材に子ども達に市場に対する感覚を身につけさせ、顔の見える農業について考えさせることを目指した。

無農薬有機農法を学び、野菜作りに取り組むとともに、自分たちで生産した野菜を販売するプログラムで2回販売実践をおこなった。

教育プログラムの効果

1回目の販売実践では「完売」にばかり終始し、無農薬野菜の良さを伝えるという本来の目標を見失ってしまう子どもが多かったが、その後反省会を通じて、目標やコスト意識を明確にすることができた。

子ども達からは、知らない人に野菜の説明やサービスをした結果売れたことが嬉しかったという意見が多くあがり、自分たちの活動の手応えを実感できていた。また、お客に安心して買ってもらう大切さを子ども達は学んだ。

普段は使用しない百分率の生かされ方など、勉強が社会でどう生きるかを実感し、学習を通じて得た経験を今後地域の中で役立てたいと感想を寄せた子どももいた。教員からは、起業教育を取り入れることで、「子ども達の興味・関心を高め、努力の結果が具体的な数字となって出てくるという意味では、取り組み易く、面白い試みであった」、「直接経験することの意義は大きい」また、「段階的に取り組むことができるため、目標と結果が分かりやすく、総合的な学習の時間に適したプログラムである」と評価された。

教育プログラム実施にあたっての課題

指導体制を整えることが難しく、指導不足からグループによって内容や取り組みに差が生じてしまった。継続にあたっては、計画段階での十分な検討が求められる。

宮城県高清水町立高清水小学校「りんご博士になろう」(平成 14 年度)

教育プログラムの概要

町をあげて教育に熱心な風土である中、町長、役場、教育長、校長に事業内容が説明され、トップダウン式に話が進められた。一方現場では、過去 2 年間、小学 5 年生の総合的な学習の時間ではりんごについて学び、広がりある取組が必要と感じていたが、行き詰まりを感じていたところがあった。そこで、前期まで学んできた学習「りんご博士になろう！」を生かして導入し、前期までの取組にプラスで、起業教育の考え方や取組を実践の仕方の一つとして加味することとした。

ただし、あくまで子ども達の想いを大切に、プログラムをあらかじめ教員が決定するのではなく、子ども達の体験してみたいと思う自発的な活動に基づいてプログラムを作り上げる形で進めた。

高清水の自然や産業、人々に触れながら、地域を見つめ、地域の良さを発見し、地域を愛する心を育むとともに、「生きる力」を培うことが目的。同時に、りんご農園の人々の苦労や工夫、喜びを理解し、「高清水りんごのおいしさ」と「町の良さ」を町内外の人々に伝えることを目指した。

小学 5 年生全員を対象に「総合的な学習の時間」で実施。りんご農園の手伝いや競りの見学、りんご料理の仕方などを通じて、高清水産りんごに対する理解を深め、子ども達自らが工夫しながらりんごを販売した。

その時々々の活動内容に応じて、地域の人に講師を依頼した。

教育プログラムの効果

1 回目の販売体験である「産業祭り」は地元の人を対象としたのに対し、2 回目の仙台で開催された「朝市夕市ネットワーク合同定期市」での販売実践では知らない人を相手にしたが、前回での経験が生かされ、お客とコミュニケーションをとることができていたとの評価があった。また、高清水以外の地域であったため、高清水を広めるという目的意識を明確化することができた。

お客から「子ども達に感動した」と手紙が学校宛に送られ、子ども達は、自分の想いを十分に客に伝えることができた実感することができた。

子ども達からは、知らない人に話しかける勇気がついた、自分でもこんなに力を出したことはないと思った、といった感想が聞かれた。

教育プログラム実施にあたっての課題

1 回目の販売体験では、生産組合の販売手伝いという位置づけもあり、販売予定量を完売したグループに対して、あまり確認をせずにりんごのコンテナをさらに追加してしまった結果、グループ間の売上額の比較が困難になってしまった。関係者が収支管理の意味も含めて、プログラムの目的を共有化させること、また、事前に多様なケースを想定して対応を考えておくことが求められる。

山形県米沢市立南原中学校「南原中バーチャルカンパニー」(平成 14 年度)

教育プログラムの概要

地元の伝統工芸品である「お鷹ぼっぼ」を付けた携帯ストラップやキーホルダー、地元特産品である紅花を使った口ウソク、地元の織物である「米織(よねおり)」のコースター等を製造し、修学旅行先の東京にある山形県の観光物産センターにおいて販売実践をおこなった。

地元企業が製造方法の指導や材料の提供で協力した。

山形県米沢市立南原中学校「わくわくカンパニー」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

2002 年度に担任教諭が実施した「南原中バーチャルカンパニー」をふまえて実施。社会人として自立し、社会の中で生きていく時に、多くの人との交わりの中で自分の考えをしっかりとって、自分の人生を自分らしく、よりよく生きていくための力を身に付けることが目標。

中学 1 年生と 3 年生を対象に合同で週 2 時間、中学 3 年生だけを対象に週 1 時間、「総合的な学習の時間」の中で実施。起業についての話を聞き、マーケティング調査をして会社を設立し、事業計画をたてて商品を製造し、ホームページやチラシを製作して販売実践をおこなった。

地元青年会議所の協力を得た他、東北経済産業局の紹介で、東北芸術工科大学の教授よりデザインについて指導を受けて商品のレベルアップを図った。開発した商品は、東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」に出品した。

福島県飯野町立飯野中学校「プロジェクト Y」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

飯野町を発信源とし、福島県という枠で福島を知らない人たちに福島の良さを知ってもらうために、福島の特産物をアピールすることと、簡単な経済の仕組みを学ぶことが目標。

中学 1 ~ 2 年生を対象として、「総合的な学習の時間」と放課後の時間を使って実施。会社を設立し、福島の良さを知ってもらうために福島の特産物商品を開発し、販売価格を設定した。

開発した商品を東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」に出品した。

(2) 学校教育以外の課外活動での実践事例

仙台市立 太白小学校「太白アントレ」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

仙台市立柳生小学校にアントレプレナーシップ教育を導入した渡邊忠彦校長が、2003 年度より太白小学校校長となり、同校にアントレプレナーシップ教育を導入。生涯学習社会にふさわしい個性豊かで創造性に満ちた人材を育成することと、そのための学習の環境を整えるため、2003 年の夏休みから設置された、休日や放課後に地域住民や教員がボランティア講師となって開講する「太白アフタースクール」の一講座として「太白アントレ」の講座を開講。まちづくりを正面からとらえて、少子化、高齢化の進む地域を元気にすることが目標。

参加を希望した小学 3～6 年生 20 名を対象に、2003 年 7 月から 2004 年 1 月まで実施。太白地域の自然に着目し、自然素材を活用して、太白の魅力や自然を通して伝える商品を「太白山からの贈り物」として開発した。

開発した 11 品目の商品を、10 月の地元の区民祭りの際に「太白バザール」として出店し、販売実践した。

東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」にも出品した。

商品開発は、地域の住民 20 名ほども参加して共同でおこない、学校と地域共同の起業教育として初めての試みとなった。来年度は「地域アントレプレナーシップ」と名付け、起業教育を通して地域の中にも起業家精神を育て、地域社会の課題を住民が主体的に解決していく活動に独自に取り組む予定である。

また、学校のウェブページ上に理想の街「太白ランド」を「ようこそ不思議の森 太白ランドへ」をテーマに作成し、デジタル写真館・店などを掲載している。

教育プログラムの効果

起業教育を体験した子供達は夢中になって取り組み、「もっと続けたい」と話している。子供の学習意欲を格段に高めた。親からも「大人になった」と大好評の学習であった。

仙台市立 柳生小学校「柳生小バーチャルカンパニー」(平成 13 年度)

教育プログラムの概要

起業家精神と起業家的資質・能力を備えた将来の地域リーダーの育成と、地域への関心・愛着心の醸成が目標。

グループで仮想の会社(バーチャルカンパニー)を設立して、地元の伝統的な和紙『柳生和紙』を使った商品を開発し、試作品を製造して、インターネットで世界に向けて発信した。各社ホームページを制作し、ホームページ上で商品と価格を示して、買って良いと思う商品に対して投票を募り、得票数によって売上を算出した。地元ベンチャー企業の社長がボランティアで講師を務め、参加を希望する小学 5～6 年生、児童の親、中学生を対象に年間 12 回の講座を実施。小学生のみならず、同小学校児童の親、同小学校教員、地元中学生も参加して実施されたことは、他の事例には見られない点である。

アントレプレナーシップ教育を企画・実施している各種団体等の支援を受けることなく、公立小学校が試行錯誤をしながら独自に企画・実施したプログラムであることが最大の特徴である。

東北経済産業局および(財)宮城総合研究所が、経済産業省「起業家教育交流促進事

業」の一環で、実施を支援した。

教育プログラムの効果

放課後の自由な時間を活用したため、時間制限が無く、参加したい人だけ参加できることから、子ども達を全員同じように育てるのではなく、能力とやる気のある子ども達はどんどんその個性を伸ばしていくことができる。

教員側についても、積極的な教員の声をつぶさず、やりたくない人はやらなくても良いというシステムのため、柔軟で自由な体制をつくることができた。

プログラムを通じて、子ども達は、創造性を発揮し、チャレンジ精神や探求心を高めたと共に、チームワークやリーダーシップを学んだ。また、コミュニケーション力やプレゼンテーション能力といった表現力や、情報収集力、問題解決力を向上させ、自信を身に付けた。

通常は学校内と親からしか評価されることの無い子ども達の活動が、全国の人から評価される機会を得ることができた。実社会からの評価を受けて、子ども達は、自分自身を見つめ、自分の得意なこと・苦手なことを知り、「自分探し」に大きな効果があった。将来を考えるようになった。

貴重な金銭教育となり、お金の価値を理解するようになった。

子ども達のみならず、保護者や教員も、ホームページ制作を通じてITスキルを身に付けることができた。

地域の伝統産業である柳生和紙に子ども達が関心を持つようになった。後継者が生まれる可能性も生じている。

地域と共に「柳生子ども塾」を進めていくうちに、運動会の形式も学校主体から地域主体へと変わり、PTAや町内会が協力して運動会を開催し、地域の運動会に小学校が参加する形になった。子どもは地域の住民として、地域で育てる姿勢が生まれてきた。

教育プログラム実施にあたっての課題

今回のように無報酬で対応できる講師を毎回確保することは困難であるため、特定のポイントでは外部講師の力を借りるとしても、基本的には教師が起業家精神をもってプログラムを推進する必要がある。

今回は、試作品製造用の材料の和紙は、柳生和紙を製造する家の協力を受けて学校が子ども達に提供したが、実際は、ホームページに掲載する試作品を製造するためにも資金が必要である。

仙台市立 荒巻小学校「地域再発見 = 郷土理解・郷土愛」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

2002 年度に正課の中で実施した「地域再発見『よいもの残そう・伝統文化』」の経験を活かし、2003 年度は金曜日の放課後に開催する「アフタースクール」での活動として実施。

起業教育を通して、新しいものの見方や判断力、人々と触れ合うコミュニケーション能力、実行するためのチャレンジ精神や協働する態度などを身に付けさせることが目標。子ども達の創造性を大切に、沸々とわき上がるエネルギーに寄り添いながら、教員や親と一緒に体感し、親を巻き込んだ地域の方々の支援を得ることで、アントレプレナーシップ教育活動を今後も継続・発展させていくことを目指した。桐の木を用いた置物と堤人形を製造し、11 月 23 日の荒巻地区コミュニティセンター秋祭りで販売実践をおこない、利益を寄付して社会貢献を体験した。

また、開発した商品を東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」に出品した。

福島県飯野町立飯野小学校「プロジェクト I」(平成 15 年度)

教育プログラムの概要

飯野町を発信源とし、福島県という枠で福島を知らない人たちに福島の良さを知ってもらうために、福島の特産物をアピールすることと、簡単な経済の仕組みを学ぶことが目標。

手芸・調理クラブと工芸クラブに所属する小学 4～6 年生の児童を対象に、クラブ活動の時間を使って実施。会社を設立して福島の特産物商品を開発し、販売価格を設定した。

開発した商品を東北経済産業局主催の「小中学生発明王コンテスト」に出品した。

宮城県商工会連合会「角田キッズマーケット」(平成 14 年度)

教育プログラムの概要

未来へのまちづくりを未来の街の住人も参加して進めるべきだとの考えの下、当事業への参加を、子ども達にまちづくりへの参加へのきっかけとしてほしいとの考えから、角田市のまちづくりの一環として実施。地域資源に対する理解を深めることでふるさと意識の高揚を喚起し、地元産業の活性化に繋がる起業家としての人材育成の裾野を広げ、後継者難・空き店舗等に悩む地域商店街の活性化を図ることと、児童の自主性・創造性・問題解決能力等を涵養することが目標。

公募で募集した小学 5～6 年生を対象に、7～8 月の夏休み中に 9 回のプログラムを実施。途中地元の夏祭りに合わせて商店会内の空き店舗を利用して子ども達が出店し、販売実践をおこなった。

講師は経営コンサルタントが務め、子ども達のグループにサポーターとして商工会青年部員が付いた。

教育プログラムの効果

参加した子どもから「来年もやるのか」と問われるなど、子ども達が楽しみながら取り組んでいた。

ジュースを水から取り出した後、タオルで水滴を拭き取る会社があるなど、子ども達の自発的な気配りがみられるようになった。

商店街と親を対象に、なぜ、起業家教育が必要なのかということで講演会を開催したことで、いっそう起業教育に対する理解を深めてもらうことができた。

教育プログラム実施にあたっての課題

出店による販売実践活動よりも、スタッフ会議での研修が重要である。今回は、特にスタッフの研修時間が不足していたが、参加者及び親が参加した全体研修(説明会)が初日に必要である。

子ども達に直接的なサポートを行う能力のあるサポーターを張り付けるべきだった。サポーターは、事前研修から最後まで一貫して子ども達とともに活動する必要がある。1 グループ 2 名程度が望ましい。また、サポーターはできるだけ子ども達と年齢が近い方がよい。大人が販売に関与しすぎるケースがみられた。

仕入の際に、販売できない商品は具体的に例示した方がよい。限られた日程の中で、希望の仕入商品が調達できないことで手間をかけないために、事前に調達可能な商品を調べておくことが望ましい。

1 店舗あたり 13～14 名の人員がおり多すぎた。また、出店 2 日目には子ども達の緊張感が持続しなかった。効率よい役割と責任の分担を再検討する必要がある。当事業を活性化させるためには、地元商店街をまきこんで積極的に盛り上げることが求められる。また、事前に一般市民に対して PR を積極的に行うべきである。

宮城県栗駒町商工会「栗駒キッズカンパニー」(平成14年度)

教育プログラムの概要

商工会青年部らしく、若い人に活力を与えるような活動ができないかと、商工会青年部長が独自に本事業を発案。

地域による教育を目標とし、商売(会社経営)を通じた具体的な目標を実現する過程において、子ども達が積極性・創意工夫・チームワークの大切さを学ぶことと、商品の企画・仕入・製造・宣伝・販売によって得る正当な利益を経験することにより、子ども達が世の中の流通の仕組みを学ぶことを目指した。

町内の小学6年生を対象に募集し、小学校単位で会社を設立したが、6年生の児童数が少ない一部の小学校では5年生も参加した。

商工会青年部員が講師となると共に、各会社にも付き、営業内容や販売品目を決め、事業計画をたて、宣伝方法を検討した。また、商品の製造・仕入をおこない、町のフェスティバルに出店して販売実践をおこなった。

教育プログラムの効果

講師は、各地元の出身者あるいは小学校に子どもが登校するなど、地域単位の関連性に留意して配されていたため、地域への愛着を通じた一体感を会社ごとに生むことができた。子ども達の側でも、講師が顔見知りであり、(最初は遠慮がちだったが)すぐに身近に接することができた。

また、親にとってもよく見知った人が子ども達の講師をしていることから、安心感とともに、自然と事業を応援する雰囲気も生まれ、地域とのコミュニケーションも密にとることができた。

ホームページ担当を専任としたため、活動の経緯が詳細かつ迅速にホームページで公開され、子ども達の活動内容を、親や学校関係者がすぐに把握することができた。

販売実践の際には、本活動の趣旨や活動経緯などの説明を展示した資料や、ホームページをその場で閲覧できるようにして、単なる子どもの販売体験ではないことを、一般の人にも理解してもらえるような工夫が図られていた。

教育プログラム実施にあたっての課題

通学期間中における学校外での取組であり、講師は常に子ども達に接していることができないため、子ども達の自主性に任せなければならなかったが、子ども達だけでは進捗管理が難しく、会議をしないことや宿題をこなさないことが課題となった。これに対して、講師が毎日接して活動を誘導するようにした。

子ども達の活動が活発化してくると、一方で、子ども達が当事業に夢中になりすぎるために学校側の行事がおろそかになることがあった。通学期間中に学校外で取組を実施するためには、学校側と連携をとり、学校での活動と上手に共存できるように子ども達のモチベーションのバランスを取ることが求められる。

商工会青年部の取組にもかかわらず、仕入にあたって、値段が安い栗駒町外の店舗から仕入れるケースが多かった。事前に町内の商店と連携をとり安値の仕入契約を結ぶ方法も考えられる。

地域を単位とした課外での取組では、学校側の協力姿勢が、特に、親の信頼度に影響するため、小学校側の理解やバックアップが求められる。当事業の参加者募集に際しては、学校側に募集を呼びかける機会の提供を求めたが、特に担当教員の協力姿勢に温度差がみられ、参加状況に影響した。

講師は主に二代目経営者だが、特に販売実践前などは、本業をさしおいて当事業にかかりっきりになっており、大きな精力を傾けていた。今後、同じような取り組み方で事業を継続的に実施することは難しいと思われる。

山形県新庄 T C M (株)「ワセダ・ベンチャー・キッズ i n 新庄」(平成 13 年度)

教育プログラムの概要

新庄市のまちづくりと人材育成が目標。

子どもの起業家精神の育成や、正当にお金を儲けることは良いことであると伝えること、子どもの自由な発想やアイデア、創造性を引き出し、自立心・生きる力や他人と違っていいが違いすぎないことなどを身に付けさせることに加えて、商店街の集客向上を目指している。

新庄 T C M (株)とウインド・シップ(山形県舟形町の町おこしグループ)が、山形県企業振興公社との共催で、新庄市教育委員会、舟形町教育委員会、地元企業の後援を得て実施。

早稲田ベンチャーキッズ^Rキャンプを応用したプログラム。公募した新庄市内の小学 4 ~ 6 年生を対象として日曜日 3 ~ 4 回で実施。子ども達は、主催者側が用意した商品候補から販売したい商品を選び、事業計画をたて、スタッフの店から材料を仕入れて商品を製造し、告知用ポスターとチラシを作成し、市内の中心商店街で出店・販売して決算する。利益の 2 割は寄付し、残りは子ども達で分配する。

材料代は後から利益の中から支払い、おつりのみ協力してくれた本物の銀行から借りた。

主催者側が用意する商品に、地元の伝統工芸品が含まれている点が特徴。

講師は、大人と商業科を持つ地元高校の生徒が務め、事前に講師向けの講習会もおこなった。

教育プログラムの効果

子ども達は、仕入れたものに自分達の労働で付加価値を加えて売れば利益が得られること、またそれによる喜び、そして、これは良いことだということを知った。

教育プログラム実施にあたっての課題

親には、「正当に儲けること」(材料に価値を加えて利益を上げること)を子どもたちに知ってもらおうという目的を説明し、理解を得たが、教育委員会は、新しいことを取り入れるのには抵抗があるようであった。

2 人の教員が参加し、1 人は見学だったが、1 人はスタッフとして参加したので、学校教育現場に取り込むにあたっての課題を聞くことができたが、1 人の教員が 1 クラス全員を対象として実施するには負担が大きいとのことである。また、社長・部長などの序列をつくる活動であるため、同じクラスの中では取り組みにくく、複数の学年の生徒から希望者だけが参加する形態の方が取り組みやすいとのこと。概論は教室内でもできるが、販売は商店街の協力がないとできない。しかし、商店街は、反対はしないが、自ら実施するとなると引いてしまうところが難しい。

福島県西会津町「アントレプレナーシップスクール」(平成15年度)

教育プログラムの概要

自立心、創造力、判断力、社会性などの資質を兼ね備え、生きる力や生活していく力などのアントレプレナーシップを持ち合わせた人材の輩出が強く望まれていることをふまえ、「就職難を何とかしろ」と文句を言う人間ではなく、自分で企業を興し、逆に人を雇う人材を育成することが目標。

西会津町役場が、会津大学の助教授とジャストシステムの協力を得て企画した。西会津町立西会津中学校はじめ、南東北(福島県、宮城県、山形県)の公募した中学1～2年生を対象に、12月に1泊2日で実施したプログラム。知的財産マインドと企業マインド育成のための講演を聞き、大学生によるビジネスモデルのプレゼンテーションを聞いた後、グループに分かれてコミュニケーション体験等のゲームをし、ビジネスモデルを作成した。

教育プログラムの効果

子ども達は、グループ活動を通し、1人ではできない様々なアイデアや発想が、他の人の話していることの中にあることに気付くと共に、ビジネスを進めていく中では多くの人との関わりがあることを理解した。

教育プログラム実施にあたっての課題

中学生だけでビジネスプランを作成するのは難しく、大学生の指導が重要である。

山形県鶴岡市青年会議所「2001 鶴岡ジュニアベンチャーカレッジ」(平成13年度)

教育プログラムの概要

自立した考えを持つ若い人材を育成し、地域産業の活性化に結び付けることが目標。

鶴岡市青年会議所が、「クリーンエネルギーを利用して地元で貢献できるものを製作するものづくり会社」「商店街の空店舗を利用し地元で貢献できるものを提供するサービス提供会社」の2つの会社を起業イメージとして提示し、鶴岡市の協力を得て高校から推薦された高校生の参加を得て実施した。2001年2月に開校し、3月まで企業運営を勉強して事業計画を作成し、5月から10月まで事業を実施。前者の会社は手動車椅子に取り付けて使用する軽量の補助電動装置を製作し10月に県産業教育フェアに出品、後者の会社は、商店街の空店舗に事務所を構えて超短期人材派遣事業とイベント企画事業を実施。

(3) 参考：他地域での実践事例

(株)セルフウイング[®]「早稲田V-Kids[™]キャンプ」

教育プログラムの概要

早稲田大学大学院アジア太平洋研究科の大江建教授が、起業家精神を涵養するには早期の教育が重要として開発したプログラム。学校教育現場での実施は現状では困難とし、日常空間を離れた場所で宿泊型で実施されるプログラム。

1996年8月に第1回キャンプを実施して以降、年1～2回のペースで定期的実施しており、1998年以降はマザー牧場(千葉県富津市)が会場。その他、近年では、全国各地において地元民間団体や学校等との連携でも実施している。

当初は早稲田大学大学院アジア太平洋研究科の大学院生による早稲田ベンチャーキッズ[®]実行委員会が企画・実施していたが、2000年実施の第5回キャンプからは、同大学院生が設立した(株)セルフウイングが企画・実施している。

株式会社による企画・実施に移行したことに伴い、より体系的・科学的に企画されたプログラムとし、名称も「早稲田V-Kids[™]キャンプ」に改称。

失敗をおそれず挑戦するチャレンジ精神、創造性、独創性、自発性、自身で選択したことを実行する責任感など「イノベーション=新しいことを始める力」の涵養と、自他の得意なところに気付きそれをほめる心、他者の独創性を評価できる心など、個性を尊重する精神の育成が目標。また、チームワークの大切さ、お金の大切さを理解させることも目指している。

現在のプログラムは、公募した小学3年生～中学1年生を対象として2泊3日で実施。まず、各種ゲームをしながらチームワークを身に付け、会場である千葉県マザー牧場内の売店で販売されている商品を市場調査する。その後、主催者側が用意した商品から販売したい商品を選び、それによってグループに分かれて会社を設立する。事業計画をたて、仮設の銀行から資金調達し、スタッフの店から材料を仕入れて商品を製造し、牧場に出店して来場者に対して販売し、決算をし、利益を子ども達で分配する。

教育プログラムの効果

子ども達は、販売が伸び悩みいろいろと試行錯誤をする中で、それでも思うようにいかなかったり、声をかけた大人が冷淡な態度で拒絶したりという経験をする中で、学ぶことも多い。

子ども達は、「やればできる」という成功体験から自信を持つことができる。

人に認められることの喜びを味わって自信をつけ、その後自発的に課題を決めてこなすなど、他のことに対しても前向きになったとの親からの報告がある。

教育プログラム実施にあたっての課題

販売体験をさせるだけなら誰でもできるが、子ども達に身に付けさせるべきものをきちんと身に付けさせるためには、ほとんど教材が無い中で、講師の力量にかかっている部分が多い。現状では、訓練を受けた講師がいない中では、当プログラムを実施するのは難しい。

スポット的・イベント的に起業家教育が実践されるようになってきてはいるが、起業家教育が何を指すのか共通認識がまだできていない。また、中心となって進めている人物や講師の個人的な力量で成功している事例がほとんどであり、きちんとした仕組みは確立されていない。何をすればどういう効果が得られるのかを検証するため、実践の都度プログラムの内容を変えて色々実証実験している。

(株)シー・イー・エス「サン・キッズ」、「ビズ・キッズ」、「キッズ・マート」

教育プログラムの概要

(株)シー・イー・エスは、起業教育プログラム・教材やビジネス教育プログラムを開発し、自ら私塾を経営すると共に、教育機関や家庭、企業に提供している企業である。

「サン・キッズ」は、幼児～小学4年生を対象として東京都内に1997年に開設した私塾。真に自立した、自律心とチャレンジ精神のある子どもを育てることが目標。

「正解」そのものがない社会で自ら問題を投げかけながら歩む力強い起業家精神、行動する力と考える力、自主性・協調性・判断力、実社会とのつながりを理解しながら物事を見る力を養うことを目指している。1～3歳児には「モンテッソーリ」のプログラムを実施、4～10歳児にはスコットランドの「スクール・エンタープライズ・プログラム」をベースに日本の環境に合わせて開発したオリジナルの「ベンチャープログラム」を実施。後者は、年度後半には、会社を設立して市場調査、調達、広告・宣伝、販売、財務を学び、親を対象として販売を実施する。

「ビズ・キッズ」は、小学4年生～中学生を対象とした通信教育教材。起業家タイプの人材を次世代に輩出することが目標。家庭を教育の場とし、受験を意識する前に経済教育を通じて「気付き」(社会を知り、自分の将来・職業についてじっくり考える)の機会を与え、親子のコミュニケーションを活性化させ、起業家精神を養うことを目指している。家庭を会社に見立てて子どもが社長に、親が社員となり、戸外に出て自分で調べることがを要求する課題に親子で取り組むもの。また、著名な起業家の話を読み、起業家に触れるもの。

「キッズ・マート」は、1998年に開発した、小学5年生を対象とした、準備期間2週間、全体で約2カ月間のプログラム。子ども達の起業家精神の涵養と共に、小学校教育の活性化、地元商店街の活性化が目標。非営利事業として、自治体や学校、商工会議所等と連携して実施している。子ども達は、商売の仕組み等について事前学習した後、市場調査をし、事業計画をたて、仮設の銀行から資金調達し、スタッフの店から商品を仕入れ、看板・広告等を作成し、イベント会場や商店街など人通りの多い場所に出店して販売し、決算する。利益は一部を寄付するよう指導した後、子ども達で好きに分配させる。製造という工程を含まない点が特徴であり、商品は、地元商店街や企業からの寄贈品でまかなったり、当社が事前に低料金で購入しておく。

教育プログラムの効果

子ども達は、国語や算数などの基礎学習の意味・実社会の中での使い道を理解できるようになり、勉強嫌いが直った例もみられる。

自らの手で物事を成し遂げられたことに自信を持つようになり、自立心を持つようになる。

自分の行動が結果となって現れることを知り、行動に対する責任感を持つようになる。

人の良い点を認める心を持つようになる。

人と人との関係を考えるようになり、感謝の気持ちを持つようになる。

お金の価値を理解するようになる。

教育プログラム実施にあたっての課題

教育の結果を評価するシステムは、まだなく、ベンチャープログラムは、すぐに成果が現れるわけではないため、その効果がなかなか理解されにくい。

子どもにお金を扱わせることに対して、学校教育現場の先生をはじめ、否定的な人が多い。

成功するかどうかは地域の協力があるかで決まる。無い場合は成功しない。

大阪商工会議所「キッズ・マート」

教育プログラムの概要

「キッズ・マート」は、(株)シー・イー・エスのプログラムをベースとした、大阪府内の小学4～6年生対象のプログラム。

1999年度は(株)シー・イー・エスと大阪商工会議所が企画し、2000年度以降は大阪商工会議所が企画している。1999年度は土日を利用して学校のカリキュラム外で実施されたが、2000年度以降は正規の授業の中で小学校の教師が講師となって実施されている点が特徴。

新産業の創出、起業の担い手の育成による関西地域の開業率アップ、ベンチャーが生まれる経済構造の構築、地域全体の活性化が目標。子ども達の自立心、自主性、問題解決能力、コミュニケーション力などの「生きる力」を育成し、商売の仕組みを理解させることを目指している。

大阪商工会議所が教育委員会に呼びかけて参加希望小学校を募り、商工会議所、地元市商工部、地元市教育委員会、小学校、町内会、商店街、地元企業による地域一体となった実施体制をコーディネートして、実施に取り組んでいる点も特徴。

利益は、1999年度は10%を寄付した後子ども達で分配したが、2000年度以降は正規の学校授業のため子ども達には配分せず、寄付、図書購入、体験活動費などの使途を子ども達で決定している。

教育プログラムの効果

開始前は、学校でお金儲けをするのはどうかという意見が教育委員会に寄せられていたが、実施後の子ども達の反応が良く、コミュニケーション力や、生きる力を獲得するためのプログラムとしての価値を教育関係者が理解してくれ、2000年以降の協力を得ることが出来た。

ポスター、のぼり作り(店旗製作)は図工科、仕入れ値の設定や歩合計算(原価計算や利益の計算)は算数科、物流運搬、交通、物作りなどの学習は社会科、家庭科、お客様との対応は国語科など、各教科バランスよくまたがった横断的、総合的な学習へとつながり広がっている。

学校側から、他学年の子ども達や親にもいい刺激を広め、新しい学力観を考える上でよい経験となった、という感想が寄せられた。

子ども達は、具体的な目標を実現する過程で、積極性、創意工夫、チームワークやがんばりを見せた。「将来の夢が一つ増えた」との感想にあるように、子ども達の将来の生き方に少なからず影響与えている。また、自主的、自発的な態度が育ったという感想が寄せられた。

全員が全く初めての経験のため、固定した人間関係や友達に見方にとらわれず、どの子が活躍するか分からない、また、どの子も新しい自分を発見したり、友達の違った面を知ることによる驚きや喜びを味わえる取り組みである。

子ども達は自分たちの活動が地域の様々な人々の暖かい支援や眼差しの中でなされていることを体感した。利益の利用方法については各校に一任しているが、子ども達は自分たちが喜びを味わうと共に、それを寄付など誰かのために役立てることで二重の喜びを味わっているのではないかと思われる。

地元の商店街では当日の人出が多く、また、子ども達の販売の呼びかけの声が元気よく、とても活気づいた。また、当日店を営業している店主も子ども達の様子を気にして、よく店の表に出ていた。これがまた、さらになじみのお客さんとのコミュニケーションに繋がり商売に繋がった。

事業をきっかけとして学校の取り組みを地域の回覧板で紹介できるようになるなど、地域が協力して教育に取り組む下地ができた。

キッズ・マートのことについて家族に相談することが増え、家庭で学校の話をしな

い子ども達の、家庭での会話のきっかけとなった。中には不登校児が、キッズ・マートでの体験をきっかけにして登校するようになったというケースもあった。

教育プログラム実施にあたっての課題

企業はきわめて厳しい環境にあり、趣旨は理解してもらえても人手や経費などなかなか手が回らないという声もある。

キッズ・マートは地域の商店街の活性化という 1 つの目的があるが、地域に商店街を抱えていない校区は、商店街との関わりの位置づけ方が難しい。

地元商店街の評判は概ね良いが、地域によっては子ども達のやかましさなどについて、毎年継続実施となると正直あまりありがたくないのではないかと、という考え方がある。例えば、商品は寄付によってまかなっているが、1 つの商品が多すぎると、商店街の同業の店に影響が出来るため、配慮が必要である。例えば、歯ブラシばかりが販売されて地域の家庭内在庫が増えると、雑貨屋や薬局の売り上げがその後しばらく落ちてしまうことになりかねない。

2 . アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能の必要性とその要素

ここでは、1 . で整理したアントレプレナーシップ教育の実践実態、効果、課題をふまえて、アントレプレナーシップ教育をより一層推進するためには、アントレプレナーシップ教育の実践者と支援者や、実践者同士をコーディネートする機能が必要であることを浮き彫りにし、それに求められる要素を明らかにする。また、「コーディネート機能」を担う組織体制を検討する。

(1) アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能の必要性の分析

1 . で調査したアントレプレナーシップ教育の実践事例で挙げられた課題を分析すると、アントレプレナーシップ教育をより一層推進するには次のような課題が抽出され、これらの課題を解決する機能が必要であることが分かる。

学校教育現場や教育委員会、家庭の理解の獲得が必要

〔実践事例で挙げられた課題〕

- ・子どもにお金を使わせることに学校現場をはじめ否定的な人が多い。((株)シー・イー・エス)
- ・材料に価値を加えて利益を上げること(正当に儲けること) を体験することに対し、教育委員会は抵抗があり、受け入れられない。(新庄 T C M (株))

* アントレプレナーシップ教育の教育的意義や効果を P R し、学校教育現場や教育委員会の理解を獲得することが必要。

〔実践事例で挙げられた課題〕

- ・販売実践を活性化させるためには、事前に一般市民に対して積極的に P R をおこなうことが必要。(角田キッズマート)
- ・商工会等が実施する場合は、学校活動との両立に配慮し、学校側の理解と協力を得ておくことが重要であり、親の信頼度に大きく影響する。(栗駒町商工会)

* アントレプレナーシップ教育に関する情報を積極的に提供し、家庭や一般市民の理解や関心を獲得することが必要。

東北地域においてアントレプレナーシップ教育は、知られ始めてきたものの一般にはまだまだ馴染みが薄い。また、アントレプレナーシップ教育を、“起業家を育成するための教育”であるとの誤解や、“金儲けを教える教育”であるとの曲解を招き、反発を受けやすい現状がある。

そこで、個々の取り組みで得られたアントレプレナーシップ教育の実践体験やノウハウ、意義や効果に関する情報を収集・蓄積し、アントレプレナーシップ教育の意味や新学習指導要領の基本方針にも合致している事実と併せて積極的に提供・PRして、アントレプレナーシップ教育に対する学校教育現場や教育委員会、家庭の理解や関心を高めることが必要である。それが将来、アントレプレナーシップ教育を実施したい人や支援したい人を増やすことにつながっていく。

指導者の確保が必要

〔実践事例で挙げられた課題〕

- ・地元起業家が全回無報酬で講師をしてくれたが、無報酬で協力してくれる、企業からの講師を毎回確保することは学校には困難。(柳生小H13)
- ・教師の負担、PTAの負担が大きかった。(鶴子小)
- ・PTA会長が趣旨に共感して講師を引き受けてくれて実現した。しかし、指導者不足からグループによって内容や取り組みに差が生じてしまった。(郡山小)
- ・講師は、本業をさしおいて指導にあたったが、これでは継続的实施は難しい。(栗駒町商工会)

*アントレプレナーシップ教育を実践したい人が、地域の企業や住民の力を講師として得られる仕組みが必要。アントレプレナーシップ教育を実践したい人と支援したい人の間をコーディネートする機能が必要。

アントレプレナーシップ教育では、仮想的に起業を体験し、商品開発・事業計画立案・販売・決算という事業遂行を体験するため、指導者が、企業社会を理解している必要がある。特に、学校教員が、企業社会に馴染みのない場合等、時々に応じて、地域の企業や住民ボランティアの力を借りられるようにすることが必要である。

そのためには、学校等、アントレプレナーシップ教育を実践したい組織や人に、必要に応じてアントレプレナーシップ教育を支援したい企業や住民を紹介するなど、アントレプレナーシップ教育を支援したい地域の企業や住民との間をコーディネートする機能が必要である。

指導者の育成・実践ノウハウの共有

〔実践事例で挙げられた課題〕

- ・講師・スタッフ間でプログラムの目的と進め方についての認識が共通化できていなかったため、意図した成果が一部得られなかった。(高清水小)
- ・各グループに付くサポーターは重要であり、その研修が重要。(角田キッズマート)
- ・大学生による支援が重要であるとの認識を持った。(西会津町)

* アントレプレナーシップ教育を理解していると共に、子どもを導く役割を担える指導者(教員、企業人等とも)を育成することが必要。

〔実践事例で挙げられた課題〕

- ・収益金の使途の問題に直面したが、アントレプレナーシップ教育を実施している民間企業の社長のアドバイスが、教師に力強く道を示した。(鶴子小)
- ・1グループあたりの適正人数が分からず多く設定してしまったため、手持ちぶさたになる子どもが生じた。連続2日の販売実践は子どもの緊張感が持続しなかった。子どもに販売したい商品を考えさせる前に、販売できない商品は調べておけば、二度手間にならずに済んだ。(角田キッズマート)

* アントレプレナーシップ教育の実践事例から得られたノウハウや体験に係る情報を蓄積し、これから実践したい人に提供することが必要。 アントレプレナーシップ教育を既に実践している人とこれから実践したい人とが、情報交換し、ノウハウを共有できる仕組みが必要。

アントレプレナーシップ教育プログラムが適切に実施されるかどうかは、指導者の資質に大きく依存している。アントレプレナーシップ教育プログラムでは、“教える”というよりは“導く”役割が求められ、そうした役割を担える指導者の育成が必要である。

それを効率的に進めるためには、各地のアントレプレナーシップ教育の実践事例から得られたノウハウや体験に係る情報を蓄積し、これから実践したい指導者に提供することが必要である。

また、アントレプレナーシップ教育を既に導入・実践している組織や人と、これから導入・実践したい組織や人が、気軽に情報交換してノウハウを共有し、支援し合える“場”が必要である。

地域企業による支援の確保が必要

〔実践事例で挙げられた課題〕

- ・継続実施のためには会社資金の調達方法や学校外の支援者の確保が必要。(荒巻小)
- ・試作品製造のための材料は地元企業が無償で提供してくれたが、本当は資金が必要。(柳生小H13)
- ・販売実践を活性化するには地元商店街を巻き込んで盛り上げる必要がある。(角田キッズマート)
- ・地元商店の商品価格が高すぎて地域外から販売実践の商品を仕入れた。事前に協力してくれる商店を確保できていれば地元からも仕入れられた。(栗駒町商工会)
- ・販売実践は、地域の協力があってはじめて成功する((株)シー・イー・エス)

*アントレプレナーシップ教育を実践したい学校・団体等と、支援したい企業との間をコーディネートする機能が必要。

アントレプレナーシップ教育では、講師として地域企業の力を借りる他、製造業であれば工場見学の受入や製造方法の指導、原材料の提供等、小売店であれば店舗見学の受入、販売場所の提供等で、地域企業からの協力を受けることが望ましい。

そこで、アントレプレナーシップ教育を実践したい組織や人に、必要に応じてアントレプレナーシップ教育を支援したい企業を紹介するなど、アントレプレナーシップ教育の実践を支援したい企業との間をコーディネートする機能が必要である。

また、アントレプレナーシップ教育を導入・実践している組織や人と、それを支援したい組織や人が、気軽に出会える“場”も必要である。

以上のことから、教育界と産業界との間、教育界同士の間(アントレプレナーシップ教育を既実践している教員とこれから実践したい教員等)や、教育界をとりまく社会(アントレプレナーシップ教育に関心のある人等)と教育界との間など、幅広い主体間をコーディネートする機能として、またアントレプレナーシップ教育に関する情報を収集・蓄積して提供・PRし、アントレプレナーシップ教育に対する理解・関心を高めてアントレプレナーシップ教育をこれから実践・支援したい人を増やし、既実践・支援している人と結びつける機能としての「コーディネート機能」が今、求められている。

以下、アントレプレナーシップ教育推進のための「コーディネート機能」のあり方を検討する。

(2) アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能に求められる要素

(1)の分析をふまえ、アントレプレナーシップ教育をより一層推進するための「コーディネート機能」に求められる要素を抽出整理すると次の通りである。

まず、一つは、国内・海外で、アントレプレナーシップ教育を既に導入・実践した組織や人の成功・失敗体験、直面した課題、課題の克服方法、導入・実践による成果等を含む、導入・実践に係る具体的なノウハウや情報の収集・蓄積をおこなうことである。そのため、全国各地のアントレプレナーシップ教育関連の団体等との連携を図る。

そして、収集・蓄積した、アントレプレナーシップ教育に関わる情報を、東北をはじめ全国に向けて発信し、アントレプレナーシップ教育のより一層の普及・啓発を図ることである。アントレプレナーシップ教育に対する理解・関心を高めてアントレプレナーシップ教育をこれから実践・支援したい人を増やすことが求められる。

また、アントレプレナーシップ教育を既に導入・実践している組織や人、これから導入・実践したい組織や人、アントレプレナーシップ教育を支援したい人や関心のある人に、気軽な出会いの“場”を提供し、相互に情報交換し、支援し合えるようにすることである。アントレプレナーシップ教育をこれから導入・実践しようとしている人にとって、既に導入・実践している人の貴重な経験・ノウハウや情報が得られ、疑問に答えてくれたり、問題の解決策をアドバイスしてくれたりすることは大きな励みとなる。また、アントレプレナーシップ教育の導入・実践を物資面や資金面で支援する企業、広報・宣伝で協力するマスメディア、各社間のコーディネート等をおこなう県庁・市役所・経済産業局などの行政機関、講師として協力する企業人、アントレプレナーシップ教育の導入・実践を希望する親たちなど、アントレプレナーシップ教育の導入・実践を支援する組織や人と出会い、必要な支援が得られることはアントレプレナーシップ教育の推進に極めて効果的である。

コーディネート機能に求められる要素

<p>アントレプレナーシップ教育の導入・実践に係るノウハウや情報の収集・蓄積</p> <ul style="list-style-type: none">・国内・海外のアントレプレナーシップ教育に関わる各種の情報の収集・蓄積・全国各地のアントレプレナーシップ教育関連の団体等との連携 <p>アントレプレナーシップ教育に関する情報の発信・普及啓発</p> <p>気軽な出会い・情報交換・相互支援の場の提供</p> <ul style="list-style-type: none">・アントレプレナーシップ教育を既に実践している人・組織と、これから実践したい人・組織との間のコーディネート・アントレプレナーシップ教育を実践しているもしくは実践したい人・組織と、アントレプレナーシップ教育の実践を支援しているもしくは支援したい人・組織との間(学校と地域企業との間、学校と地域住民との間 等)のコーディネート等
--

(3) アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織体制

(1) (2) をふまえ、アントレプレナーシップ教育を推進するための「コーディネート機能」を担う組織体制は、産学官民から構成され、東北をベースとしつつ全国に展開する幅広いネットワーク組織とすることが考えられる。

構成者としては、アントレプレナーシップ教育を既に導入・実践している組織や人、もしくはこれから導入・実践したい組織や人として、学校や教育委員会、商工会、および教師をはじめとした学校関係者や企業人が、まず挙げられる。

また、アントレプレナーシップ教育の導入・実践を支援する組織や人として、アントレプレナーシップ教育を実践している企業やNPO、物資面や資金面で協力する企業、広報・宣伝で協力するマスメディア、各者間のコーディネート等をおこなう県庁・市役所・経済産業局などの行政機関や、講師として協力する企業人、アントレプレナーシップ教育の導入・実践を希望する親たちが考えられる。現在支援している組織や人だけでなく、これから支援したい組織や人も含めて挙げるができる。

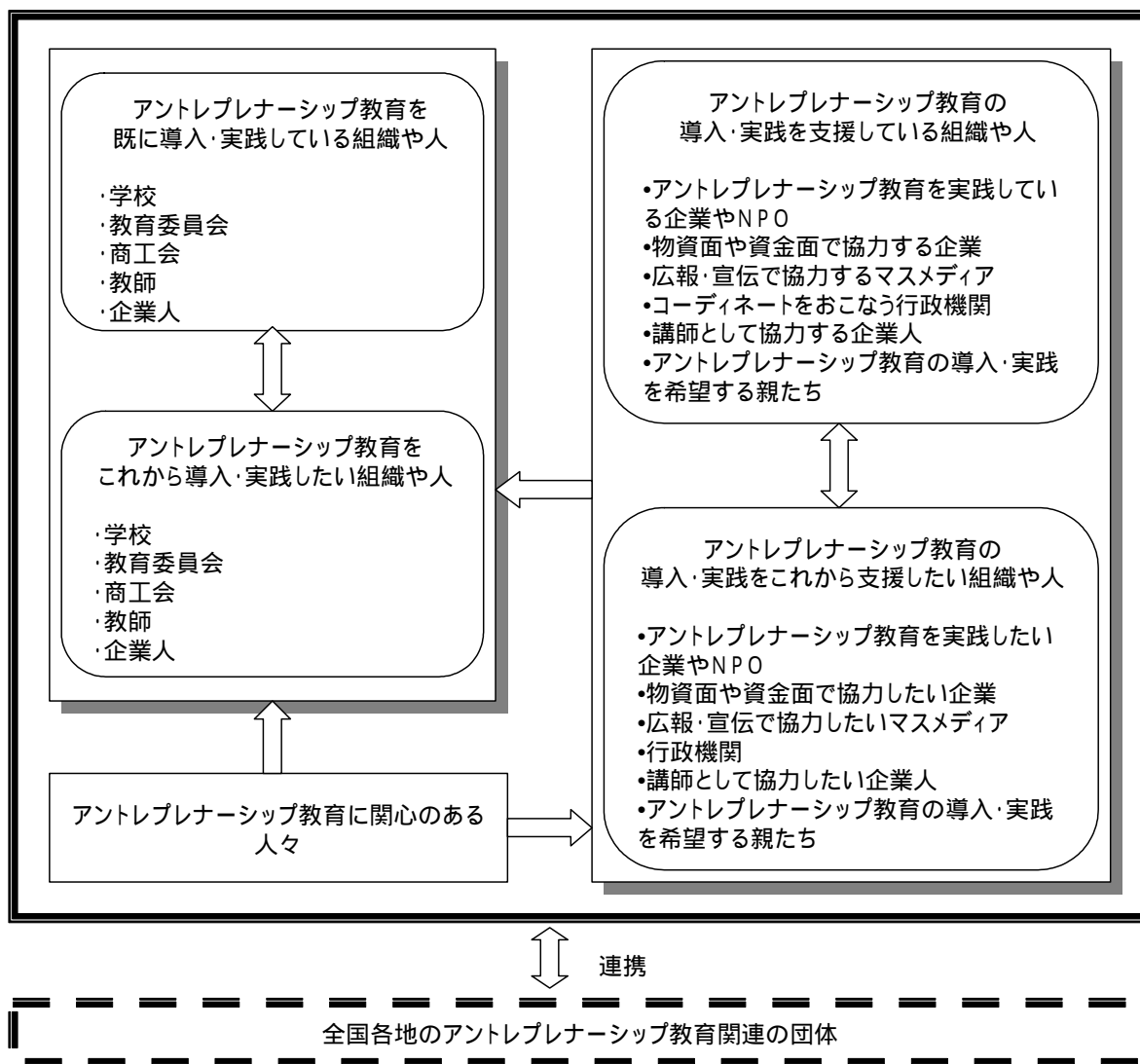
さらに、その他アントレプレナーシップ教育に関心のある人々であれば幅広く、この「コーディネート機能」を担うことが考えられる。

コーディネート機能を担う組織の構成

アントレプレナーシップ教育を既に導入・実践している組織や人
・学校、教育委員会
・商工会
・教師をはじめとした学校関係者
・企業人 など
アントレプレナーシップ教育をこれから導入・実践したい組織や人
上記に同じ
アントレプレナーシップ教育の導入・実践を支援している組織や人
・アントレプレナーシップ教育を実践している企業
・アントレプレナーシップ教育を実践しているNPO
・物資面や資金面で協力する企業
・広報・宣伝で協力するマスメディア
・各者間のコーディネート等をおこなう県庁・市役所・経済産業局などの行政機関
・講師として協力する企業人
・アントレプレナーシップ教育の導入・実践を希望する親たち
アントレプレナーシップ教育の導入・実践をこれから支援したい組織や人
上記に同じ
その他アントレプレナーシップ教育に関心のある人々

以上述べた、東北地域におけるアントレプレナーシップ教育推進のための「コーディネート機能」を担う組織体制を図式化すると、下図の通りとなる。

コーディネート機能を担う組織体制図



3. アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能の具現化方策

2. で検討した、アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織を具現化するために、同組織を運営していく事務局機関について検討をおこなう。

コーディネート機能を担う組織を運営する事務局機関に必要なもの

アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織には、同組織を運営する事務局機関が必要である。コーディネート機能を担う組織自体は、産学官民の幅広い主体から構成されるものであるが、実際にアントレプレナーシップ教育の導入・実践に係るノウハウや情報を収集・蓄積して発信したり、アントレプレナーシップ教育を既に実践している人・組織と、これから実践したい人・組織とが気軽に出会い、情報交換できる仕掛けをつくったりする事務局機関がなければ、同組織は機能しない。

事務局機関には、以下が必要である。

a) 人的体制

コーディネート機能を担う組織が真に機能し、効果的な活動を展開するためには、まずは事務局業務を本業として推進することのできる人材が必要である。既存の様々なネットワークをみても、アフターファイブのボランティア活動で事務局業務が推進されている場合、活動にはやはり限界があり、時が経つにつれて活動が停滞していく例が多々みられる。事務局業務から生活の糧の少なくとも一部を得ているか、得ていなくても事務局業務を平日昼間の勤務時間中に実施することが可能で、情報の収集・蓄積や発信を常時適切におこなうことのできる人材の存在が、コーディネート機能を担う組織を活発に機能させるための重要な鍵である。

そして、アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織を運営する事務局としては、上記人材は、東北のアントレプレナーシップ教育に対する理解があり、アントレプレナーシップ教育を実践している東北および全国の組織・人とのネットワークを有していることが必要である。

人数としては、最低1人必要だが、2人いることが望ましい。後述するように、今年度モデル的にコーディネート機能を担う組織を運営した結果をふまえても、1人に対応するには極めて荷が重く、実際には2人いないと円滑な運営は困難であると考えられる。

なお、当然ながら、これらの人材に対して相応の報酬を支払うための資金的基盤が事務局機関には必須である。ボランティア程度の報酬では優秀な人材に務めてもらうことはできない。当事務局業務を本業として実行してもらえただけの相応の報酬を提供する

ことが、活発な活動を効果的かつ継続的に展開するための基本条件である。

b) 設備機器

アントレプレナーシップ教育を推進するためのコーディネート機能を担う組織は、東北をベースとしつつ全国に展開する幅広いネットワーク組織であるため、通常の活動は、情報通信ネットワークを用いてバーチャルにおこなう。

具体的には、インターネット上にウェブページを開設し、ウェブページ上でアントレプレナーシップ教育の導入・実践に係る具体的なノウハウや情報について収集・蓄積した情報を発信し、アントレプレナーシップ教育のより一層の普及・啓発を図ったり、アントレプレナーシップ教育を導入・実践している組織・人やこれから導入・実践したい組織・人がウェブページを閲覧すれば情報を収集できるようにする。

また、アントレプレナーシップ教育をこれから導入・実践したい組織や人が、既に導入・実践している組織や人を検索してアドバイスを求めることができる、気軽な出会いの“場”をウェブページ上で提供する。

そのためには、ウェブページを設置してそれを公開できるサーバーを事務局機関は保持していることが必要である。

コーディネート機能を担う組織を運営する事務局機関に必要なもの

人的体制

下記の要素を持つ人材が最低1人、理想的には2人
事務局業務を本業として担い、情報収集・蓄積・発信を適切に実行できる
アントレプレナーシップ教育に理解がある
アントレプレナーシップ教育を実践している東北および全国の組織・人とのネットワークを有している

設備機器

ウェブページ設置サーバー

c) 事務局機関のモデル運営

本調査研究では、コーディネート機能を担う組織を運営する事務局機関に必要なものが以上で実際に即しているかを検証するため、コーディネート機能を担う組織を「アントレプレナーシップ教育コンソーシアム」としてモデル的に組織し、その事務局を(株)UFJ総合研究所に設置して、実際にモデル的に運営をおこなった。

モデル運営では、アントレプレナーシップ教育コンソーシアムのウェブページを制作し、国内・海外におけるアントレプレナーシップ教育の導入・実践に係るノウハウや情報を実際に収集・蓄積して、ウェブページ上に掲載して情報発信をおこなった。また、今年度のアントレプレナーシップ教育の実践状況や、アントレプレナーシップ教育に係るイベント等に関する情報もウェブページ上で紹介した。ウェブページは9月30日に開

設し、ほぼ3日に1回程度更新を続けた。

その他、アントレプレナーシップ教育を既に導入・実践している組織や人、これから導入・実践したい組織や人、アントレプレナーシップ教育の導入・実践を支援する組織や人、支援したい組織や人、アントレプレナーシップ教育に関心のある組織や人から成るメーリングリストを作成し、関連情報の発信をおこなった。

その結果からも、コーディネート機能を担う組織を運営する事務局機関には上記が必要であることが検証された。

アントレプレナーシップ教育コンソーシアムのウェブページ



既存機関による運営の可能性

での検討をふまえ、アントレプレナーシップ教育を推進するためのコーディネート機能を担う組織の事務局機関を、既存機関により運営できるかどうかの可能性を検討した。既存の機関として、ここでは東北経済産業局、東北県内の県・市等の自治体、(社)東北ニュービジネス協議会や東北インテリジェント・コスモス構想推進協議会等の公的産業支援機関、また、アントレプレナーシップ教育を実践している大学と小中高校を取り上げて検討をおこなった。結果は下表の通りである。

検討結果をみると、いずれの機関も、別途本来の本業がある中で、事務局機関の業務を本業として担うことは困難であることが分かる。また、現状はアントレプレナーシップ教育への理解やアントレプレナーシップ教育を実践している東北および全国の組織・人とのネットワークが十分ではない機関が多く、その面でも困難であることがうかがえる。

なお、既存機関による分担運営は、両機関に窓口担当者を置く必要が生じ、連絡調整事務も増えることから、本件のような小規模組織には、あまり適当ではないと考えられる。

既存機関によるコーディネート機能を担う組織運営の可能性

	本業として担い、常時適切に事務局業務を実行可能	アントレプレナーシップ教育への理解	アントレプレナーシップ教育実践組織とのネットワーク	ウェブページ設置・公開用サーバーの保有
東北経済産業局	×			×
県・市	× 県・市を超えた業務は困難	一部の県は 残りは×	×	×
公的産業支援機関	×	×	×	×
アントレプレナーシップ教育実践大学	×			大学による
アントレプレナーシップ教育実践小中高校	×			×

コーディネート機能を担う組織運営の具現化の方向性

以上のことから、アントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織の運営事務局機関は、現状の既存機関の状況を鑑みると、新規に設けることが望ましい。

組織形態としては、NPO 法人が、財団法人や社団法人に比べると設立認可が比較的早期に得られやすいことと、柔軟な事業運営が可能であることから、一つの望ましい形態であると考えられるが、前述した事項を満たす民間組織があれば、そこへの委託でも構わないと思われる。

本調査研究において東北地域におけるアントレプレナーシップ教育推進のためのコーディネート機能を担う組織としてモデル的に設置した「アントレプレナーシップ教育コンソーシアム」をベースに、コーディネート機能を担う組織を本格的に設置するためにも、今後できるだけ早急に同組織を運営する事務局機関のあり方を検討していくことが求められる。

IV. アントレプレナーシップ教育推進を支える資源の現状

東北地域において、今後のアントレプレナーシップ教育の推進・普及を支えることが期待される資源の現状を把握するために、東北地域の教育界（小中高等学校、主に小学校）においてアントレプレナーシップ教育を実践しているか導入・実践に意欲のある学校や、学校以外の組織のリストを作成すると共に、東北地域の産業界や行政機関または個人で、アントレプレナーシップ教育の実践を、指導者としてあるいは物資供給の側面などで支援したい企業や企業人、個人(起業家、子どもの親等)のリストを作成した。

現状、学校または教師が127、学校以外の組織が8、行政機関および関連団体またはその職員が42、商工会等の経済団体が26、民間企業が372、個人が12となっており、合計で約527である。

下記には、個人を除き、組織単位でのリストを示す。

(1) 学校（アントレプレナーシップ教育実践校のみ）

青森	青森市立三内小学校
岩手	北上市立更木小学校
	北上市立二子小学校
宮城	仙台市立荒巻小学校
	仙台市立岩切小学校
	仙台市立郡山小学校
	仙台市立太白小学校
	仙台市立柳生小学校
	高清水町立高清水小学校
秋田	秋田市立明德小学校
山形	尾花沢市立鶴子小学校
	寒河江市立高松小学校
	高畠町立高畠小学校
	米沢市立南原中学校
福島	飯野町立飯野小学校
	飯野町立飯野中学校

(2) 行政機関および関連団体（アントレプレナーシップ教育実践団体のみ）

宮城	宮城県商工会連合会
	宮城県栗駒町商工会

(3) 民間企業

青森	日立電線(株) 三沢工場	講師派遣
	小館木材(株)	講師派遣
宮城	TDF(テーデーエフ)(株)	講師派遣
山形	荒木塗装工業(株)	講師派遣
福島	東開工業(株)	講師派遣
	大内新興化学工業(株) 須賀川工場	講師派遣
	東北リズム(株)	講師派遣
	(株)スタンレーいわき製作所	講師派遣
	藤倉ゴム工業(株) 原町工場	講師派遣
青森	(株)エムス青森	生徒見学受入(総合学習)
	北日本造船(株)	生徒見学受入(総合学習)
	マルヨ水産(株)	生徒見学受入(総合学習)
	武輪水産(株)	生徒見学受入(総合学習)
	住友化学工業(株) 三沢工場	生徒見学受入(総合学習)
	三興電子工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	マル厨工業(株) 東北工場	生徒見学受入(総合学習)
	(株)青森エリート	生徒見学受入(総合学習)
	(株)津軽エノモト	生徒見学受入(総合学習)
	東和電機工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	みちのくコカ・コーラボトリング(株) 青森工場	生徒見学受入(総合学習)
	三菱製紙(株) 八戸工場	生徒見学受入(総合学習)
	東北電力(株) 八戸火力発電所	生徒見学受入(総合学習)
	アンデス電気(株)	生徒見学受入(総合学習)
岩手	盛岡セイコー工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	川口印刷工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	北上製紙(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)尾坪商店	生徒見学受入(総合学習)
	イワフジ工業(株) (東北事業所)	生徒見学受入(総合学習)
	上尾精密(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)東北佐竹製作所	生徒見学受入(総合学習)
	三菱製紙(株) 北上工場	生徒見学受入(総合学習)
	ケミコン岩手(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)多加良製作所 岩手工場	生徒見学受入(総合学習)
	東北日発(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)アイオー精密	生徒見学受入(総合学習)
	(株)新興製作所	生徒見学受入(総合学習)
	新日本製鉄(株) 棒線事業部 釜石製鉄所	生徒見学受入(総合学習)
	(株)岩手畜産流通センター	生徒見学受入(総合学習)
	(株)戸田久	生徒見学受入(総合学習)
(株)東北タイコー	生徒見学受入(総合学習)	

	住田フーズ(株)	生徒見学受入(総合学習)
	川嶋印刷(株)	生徒見学受入(総合学習)
	小岩金網(株) 岩手衣川工場	生徒見学受入(総合学習)
	岩手ウチダシューズ(株)	生徒見学受入(総合学習)
宮城	東北電子産業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)センコン	生徒見学受入(総合学習)
	(株)仙台ニコン	生徒見学受入(総合学習)
	アイリスオーヤマ(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)ジェー・シー・アイ	生徒見学受入(総合学習)
	宮城沖電気(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)奥羽木工所	生徒見学受入(総合学習)
	東北日本ハム(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)奥羽木工所	生徒見学受入(総合学習)
	三慶印刷(株)	生徒見学受入(総合学習)
	ソニー(株) 仙台テクノロジーセンター	生徒見学受入(総合学習)
	新日本石油精製(株) 仙台製油所	生徒見学受入(総合学習)
	三洋食品(株) 石巻工場	生徒見学受入(総合学習)
	セイホク(株) 石巻工場(合板事業部)	生徒見学受入(総合学習)
	セイホク(株) 石巻第三工場(合板事業部)	生徒見学受入(総合学習)
	日本製紙(株) 石巻工場	生徒見学受入(総合学習)
	ソニー宮城(株)	生徒見学受入(総合学習)
	宮城部品(株)	生徒見学受入(総合学習)
	ヤヨイ食品(株) 気仙沼工場	生徒見学受入(総合学習)
	(株)カネダイ	生徒見学受入(総合学習)
	(株)菓匠三全	生徒見学受入(総合学習)
	(株)日本アレフ 仙台工場	生徒見学受入(総合学習)
	昭和電線電纜(株) 仙台事業所	生徒見学受入(総合学習)
	東北リコー(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)日幸電機製作所 坂元工場	生徒見学受入(総合学習)
	(株)中央製作所	生徒見学受入(総合学習)
	日幸電機(株)	生徒見学受入(総合学習)
	ケミコン宮城(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)O・S・M 古川工場	生徒見学受入(総合学習)
	みちのくミルク(株) 本社工場	生徒見学受入(総合学習)
電源開発(株) 火力事業部鬼首地熱発電所	生徒見学受入(総合学習)	
加美電子工業(株)	生徒見学受入(総合学習)	
高浜食品工業(株)	生徒見学受入(総合学習)	
秋田	日本精機(株)	生徒見学受入(総合学習)
	秋田製錬(株)	生徒見学受入(総合学習)
	秋田オリエント精密(株)	生徒見学受入(総合学習)

	秋田銘醸(株)	生徒見学受入(総合学習)
	宮腰情報機械(株)	生徒見学受入(総合学習)
	立川工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	エスアイアイ・マイクロテクノ(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)タニタ秋田	生徒見学受入(総合学習)
	秋木製鋼(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)グリーンメイトジャパン	生徒見学受入(総合学習)
	三共光学工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	山崎ダイカスト(株)	生徒見学受入(総合学習)
	東電化工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	みちのくコカ・コーラボトリング(株) 秋田工場	生徒見学受入(総合学習)
	(株)日本オート電子工業	生徒見学受入(総合学習)
山形	(株)石澤製作所	生徒見学受入(総合学習)
	(株)ハラチュウ	生徒見学受入(総合学習)
	山形電子(株)	生徒見学受入(総合学習)
	東北グンゼ(株)	生徒見学受入(総合学習)
	オリエントテクノ(株)	生徒見学受入(総合学習)
	米沢電線(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)パルコモード	生徒見学受入(総合学習)
	(株)宮坂ポリマー	生徒見学受入(総合学習)
	サンリット工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)トップパーツ	生徒見学受入(総合学習)
	(株)フジミ 山形事業所	生徒見学受入(総合学習)
	土谷食品(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)ダイユー	生徒見学受入(総合学習)
	松文産業(株) 鶴岡工場	生徒見学受入(総合学習)
	TDK 庄内マニユファクチャリング(株)	生徒見学受入(総合学習)
	(株)小森マシナリー	生徒見学受入(総合学習)
	(株)岡村製作所 高島事業所	生徒見学受入(総合学習)
	(株)山形メイコー	生徒見学受入(総合学習)
	山形サンケン(株)	生徒見学受入(総合学習)
	最上電機(株)	生徒見学受入(総合学習)
福島	トーアエイヨー(株) 福島工場	生徒見学受入(総合学習)
	日特エンジニアリング(株) 福島工場	生徒見学受入(総合学習)
	(株)日東発條	生徒見学受入(総合学習)
	林精器製造(株)	生徒見学受入(総合学習)
	エヌシーアイ電子(株) 福島工場	生徒見学受入(総合学習)
	福島岩通(株)	生徒見学受入(総合学習)
	小松ゼノア(株) 油機事業部	生徒見学受入(総合学習)
	クラリオン(株) 東北事業所	生徒見学受入(総合学習)

	アルパインエムエス(株)	生徒見学受入(総合学習)
	川口内燃機鑄造(株) 福島工場	生徒見学受入(総合学習)
	新興製靴工業(株) 船引工場	生徒見学受入(総合学習)
	(株)オプトネクサス	生徒見学受入(総合学習)
	パラマウント硝子工業(株)	生徒見学受入(総合学習)
	東北保土谷(株)	生徒見学受入(総合学習)
	東北アンリツ(株)	生徒見学受入(総合学習)
	カイハツボード(株)	生徒見学受入(総合学習)
	電源開発(株) 東日本支店 田子倉電力所	生徒見学受入(総合学習)
	東京化成工業(株) 福島工場	生徒見学受入(総合学習)
	ジューキ会津プレジジョン(株)	生徒見学受入(総合学習)
	川崎自動車工業(株) 福島工場	生徒見学受入(総合学習)
	(株)福島セコニック	生徒見学受入(総合学習)
	(株)シモン 柳津工場	生徒見学受入(総合学習)
	橋本フォーミング工業(株) 福島工場	生徒見学受入(総合学習)
	FDK(株) いわき工場	生徒見学受入(総合学習)
	日本オートマチックマシン(株) 原町工場	生徒見学受入(総合学習)
	大内新興化学工業(株) 原町工場	生徒見学受入(総合学習)
	日本製紙(株) 勿来工場	生徒見学受入(総合学習)
	石川島産業機械(株)	生徒見学受入(総合学習)
青森	かねさ(株) 梵珠工場	生徒見学受入(修学旅行)
宮城	サッポロビール(株) 仙台工場	生徒見学受入(修学旅行)
山形	(株)でん六	生徒見学受入(修学旅行)
青森	かねさ(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	(株)木村食品工業	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	六ヶ所げんねん企画(株)(六ヶ所原燃 PR センター)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	むつ小川原石油備蓄(株)六ヶ所事業所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	桃川(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
岩手	みちのくコカ・コーラボトリング(株) 花巻工場	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	(株)エーデルワイン	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	酔仙酒造(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
宮城	(株)不二トッコ	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	河北新報社	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	麒麟ビール(株) 仙台工場	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	仙台ガス局新港工場	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	(株)鐘崎	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	仙台コカ・コーラボトリング(株) 蔵王工場	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)

	北日本電線(株) 船岡事業所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	東日本セキスイ工業(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
秋田	東北電力(株) 秋田火力発電所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	東北電力(株) 上の岱地熱発電所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	東北電力能代火力発電所 能代エナジウムパーク	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	(株)ヤマダフーズ	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
山形	峰田メリヤス(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	(株)山形新聞社	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	東北電力(株) 山形支店	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	東芝ライテック(株) 長井工場	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	(株)多田木工製作所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	京浜パネル工業(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	花王(株) 酒田工場	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
福島	(株)福島民報社	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	(株)ヤクルト本社 福島工場	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
	柏洋硝子(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)
青森	(株)デーリー東北新聞社	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	(株)日本マイクロニクス 青森工場(青森松崎工場)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	東芝メディア機器(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	有限会社竹浪酒造店	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	三沢エンジニアリング(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
岩手	(株)共立 盛岡工場	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	山口北州印刷(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	岩根鉄工(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	デンカアゾミン(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	竹内真空被膜(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	(株)大昌電子	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	岩手銘醸(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
宮城	東北パイプターン工業(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	東北電力(株) 新仙台火力発電所	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	福栄肥料(株) 石巻工場	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	ソニー白石セミコンダクタ(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	YKKAP(株) 東北事業所	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
山形	(株)ナチ東北精工	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	(株)ニクニ 山形工場	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	(株)山本製作所	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	丸善食品工業(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	(株)小松写真印刷	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
福島	川俣精機(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	協三工業(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	東北電力(株) 福島支店	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	(株)日進堂印刷所	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣

	福島ソーイング(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	曙ブレーキ三春製造(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	モルデック(株)	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	東邦亜鉛(株) 小名浜製錬所	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	日産自動車(株) いわき工場	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	呉羽化学工業KK 錦工場	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
	東洋通信機(株) 小高事業所	生徒見学受入(総合学習)、講師派遣
青森	(株)東奥日報社	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	In The Woods. Group 小林ハードウェア(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	(株)陸奥新報社	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	日本原燃(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
岩手	岩手日報社	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	東北電力株式会 社岩手支店	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
宮城	東北電力(株) 宮城支店	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	東北電力(株) 女川原子力発電所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
秋田	東北電力(株) 秋田支店	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	秋田魁新報社	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	東北電力(株) 澄川地熱発電所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
山形	男山酒造(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	(株)ヨコタ東北	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	酒田共同火力発電(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
福島	花春酒造(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	アサヒビール(株) 福島工場	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	東北電力(株) 原町火力発電所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	相馬共同火力発電(株)	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣
	東京電力(株) 福島第二原子力発電所	生徒見学受入(総合学習、修学旅行)、講師派遣

(財)産業研究所、委託先：(株)U F J 総合研究所「東北地域におけるアントレプレナーシップ教育推進に関する調査研究」(平成 16 年 2 月)