自ら課題を見つけ、新しい価値を創造する力の育成

～アントレプレナーシップ教育の実践を通して～

東京都立小川高等学校
教諭　別木　萌果

１　研究の背景

AI の発展が著しい現代社会において、これからを生きる世代には、自ら課題を見つけ、新しい価値を創造する力が求められている。本研究で提案するアントレプレナーシップ教育は起業家精神教育と訳されることもあるが、起業家を育成するための教育ではない。「全国アントレプレナーシップ人材育成プログラム」の HP によれば、アントレプレナーシップとは、様々な困難や変化に対し、与えられた環境のみならず自ら枠を超えて行動を起こし、新たな価値を生み出していく精神である。多くの仕事が AI やロボットに置き換わっていく社会において、どのように生きるかを考え、実行する力を習得することがこれまで以上に必要になっている。特に、イノベーション人材にとって必要な「挑戦する力」について世界 6 か国の若者へ実施した調査結果では、「多少のリスクが伴っても新しいことに沢山挑戦したい」と答えた割合は 49.0％で日本は最下位であり、リスク回避傾向が強く見られた（日本財団、2022 年）。

また、アントレプレナーシップ教育は、昨今求められている、主体的・対話的で深い学びの実現に向けた言語活動を通した「個別最適な学び」と「協働的な学び」との親和性も高い。一般的な座学の授業で経済の理論を学ぶのではなく、政治経済の授業で学んだことをビジネスプランの発表に生かすことでより主体的で深い学びになるだろう。また、それぞれの困りごとをビジネスプランとして考え、一人一台端末でプレゼンテーションを作成し、発表しあうことによって「個別最適な学び」「協働的な学び」となるだろう。プレゼンテーションという言語活動によって表現力の育成にもつながると考えられる。

しかし、リクルート進学総研の「高等教育改革に関する調査 2024」によると、アントレプレナーシップ教育を「学校全体、もしくは一部で導入・活用している」と答えた割合は 15.2％で、「導入・活用していないが、導入・活用を検討している」と答えた割合は 12.5％で高校教育にアントレプレナーシップ教育が浸透しているとはいいがたい。高橋他（2013）は GEM の調査結果から、アントレプレナーシップ教育を広めていくためには、「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」に道付けを行うプログラムが必要であり、「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験」を有している者へのリスペクトがもたれることが必要であるとしている。

本研究ではアントレプレナーシップ教育の実践モデルを示すとともに、アントレプレナーシップの意義と課題について考察を行いたい。

２　本校の実態

本校は、町田市にある中堅校で、生徒の多くは町田市在住である。今回の授業対象である 3 年生は、大学・専門学校への進学を目指して進路活動に取り組んでおり、将来の職業までは決まっていなくても、行きたい大学や専門学校の分野は持っている状態である。

普段の授業態度は比較的良好で、前向きに取り組む生徒が多い。一方で、課外活動等自ら参加しようとしたりする生徒は少なく、人前で話すことに苦手意識を持っている生徒も多い。

３　アントレプレナーシップの視点を生かした授業開発

(1)日本政策金融公庫とのコラボレーション授業

3 年生の政治経済の授業が始まる 4 月の最初の授業で日本政策金融公庫の方にお越しいただき、「そもそもビジネスとは何か？」「ビジネスプランはどのように考えればよいか？」ということについて学習した。生徒は「ビジネスには″お金に関する難しいこと″というイメージがあったが、人のニーズを満たすものだということを知って、意外に身近なものだと感じた。」、「ビジネスプランを立てるためまず身近な困ってるところから考えた。意外と自分が思っているより困っていることが多く、たくさんのビジネスプランを立てることができそうだと思った」と振り返っていた。

授業の最後には「3 週間後にビジネスプラン発表会を行うのでプレゼンテーションを作成してきてください」と宿題を出した。また、プレゼンテーションを作る際には、①誰のためのサービスか、②ターゲットは何に困っているか、③ターゲットがどんな状態になることが理想か、④どんなものを活用したモノ・サービスにするか、⑤どのくらいお金が必要か、⑥そのお金はどうやって集めるか、明記するように指示した。

(2)アントレプレナーシップの視点を取り入れた座学授業

その後は教科書の内容について経済分野の授業を行った。その際も、起業家の視点で、「需要と供給のバランスを考えると価格をどのように設定すべきか？」「自分の会社が倒産しそうな場合、どのような条件なら他の会社と合併するか？」などと議論しながら学習を行った。

近年、教師を学習指導要領や教科書に従うだけの存在ではなく、それらの内容を主体的に取捨選択するゲートキーパーとして捉える考え方が浸透している（ソーントン、2012)。今回の授業の目標は、ビジネスプランの発案・発表を通してビジネスへの理解を深めるとともに、自ら課題を見つけ新しい価値を創造しようとする力を育成することであったため、教科書の知識も扱いながらも、教える内容や順番、方法等は筆者の判断で調整を行った。

このように、普段の授業とパフォーマンス課題への取り組みを関連付けさせながら授業を進めることで、理論と実践の往還につながり、政治経済の知識を実際のビジネスにどう生かすか主体的に学ぶことができるようになると考えられる。

(3) ビジネスプラン発表会

ビジネスプラン発表会当日は、まず５人程度のグループに分かれ、班で発表を行った。聞いている人はビジネスプランのオリジナリティや実現性について評価を行った。その班の中で一番優れた発表を行った人を選出し、選出された人は教室のスクリーンを使いクラス全体に向けて発表を行った。発表内容は「学校の自習スペースを活用したビジネス」「オンライン自習アプリビジネス」「放課後学校カラオケ」などの自分たちの身近なビジネスから、「規格外野菜を活用した料理ビジネス」「定時制小学校」「犬猫殺処分を減らすために」など、社会問題の解決を目指したビジネスも提案された。

生徒は以下のように振り返っている。

「おしゃれな民営図書館ビジネスについて発表しました。もともとあるものを、図書館そのままでどう変えるかという事が難しかったです。仕組みを変えすぎてしまうと図書館という意味が無くなってしまう為、図書館の良さを保ちつつどのようにしたら、多くの人に関心を持って楽しんでもらえるようになるかを考えました。自分の想像を実際に、プランとして作り発表する事で、実際にこれが実現したらとても楽しいだろうなという気持ちと、実現することの大変さを感じられた為、将来会社に就職した際に、自分の意見を多くの人に分かりやすく伝えるための勉強にもなりました。」

「廃校を活用した音楽フェスというビジネスプランを発表しました。内容としては、持続的な地域活性化を目的とし、注目度の高い廃校と、需要の上がっている音楽ライブを掛け合わせた音楽フェスを企画しました。地域、行政との連携という点で必要なことや、問題点の解決策を考えるのが苦労しました。特に地域の協力がなくてはイベントは開催できないので、地域と良好な関係を築くことを第一に企画していきました。今回の経験で音楽フェスだけではなく、様々なイベントや、プロジェクトの見方が新しく増えたなと思いました。なぜしているのか、どうやっているのか、結果どうなっているのかを、自分で考え、プレゼンしたことで考えやすくなりました。今後、何か行動するとなった時に活用することができると思いました。」

(4)社会起業家とのコラボレーション授業

ビジネスプラン発表後、実際に起業している方をお呼びした授業を実施した。東京都のアントレプレナーシップ育成プログラムを活用し、ソーシャルビジネスの分野で起業している方の出前授業を依頼した。ソーシャルビジネスの分野で起業している方を指定してお呼びしたのは、一般的な起業ではなく、ビジネスが社会課題解決の手段となりうることを生徒に実感させ、ビジネスへの興味関心だけでなく、社会課題解決に取り組むことへのハードルも下げたい意図があったためである。

6 月 6 日(金)は「For Good」代表の小松航大さんにクラウドファンディングで社会課題を解決するビジネスについて、6/25（水）は「SISTERS」代表の鈴木彩衣音さんに性教育やハラスメント研修に取り組むビジネスについて、お話ししていただいた。ビジネスの内容だけでなく、学生時代抱えていた悩みや、失敗談も含めてお話しいただき、若い 2 人の起業家を前に生徒も積極的に授業に参加した。以下は生徒の感想である。

「お金を稼ぐためにビジネスを始めるのではなく、問題を解決するためにビジネスを始めてその過程で稼ぐことができることを知った」

「海外に行って色んな文化を知ったり、日本にいても、ヒッチハイクなどで色んな人と関わっていて、色んな出会いが大切なことを知れて印象に残りました」

「貧困の問題を探るために実際に外国に足を運んでいたことや、アフリカの方とのシェアハウスなどの事業もやっていたことから実行力がすごいと感じました。」

４　成果と課題

本研究の成果は 3 点に整理できる。

1 点目は、アントレプレナーシップ教育において、支援機関との連携が重要であることを示した点である。たとえば、ビジネスプランコンテストを主催する日本政策金融公庫や、東京都のアントレプレナーシップ育成プログラムと連携することで、ビジネスに精通した専門家の話を直接聞く機会が生まれ、生徒がビジネスをより身近に感じ、実践的な理解を深めることができた。2 点目は、ビジネスプランの作成と政治経済の授業内容を結びつけたことで、教科学習における理論と実践の往還が生まれ､従来の授業内容にも新たな意味づけがなされた点である。生徒は政治経済の知識を「使う」経験を通じて、学びの深まりを実感していた。3 点目は、キャリア教育としてのアントレプレナーシップ教育の有効性を示した点である。生徒が自ら社会の困りごとを発見し、それをビジネスプランとして構想・発表するプロセスや、実際にソーシャルビジネスを起こしている社会起業家の話を聞く機会を通して、「働くこと」や「社会に参画す

ること」についてのイメージが、より具体的かつ前向きなものへと変化したと考えられる。これらの成果は、アントレプレナーシップ教育が単なるビジネススキルの習得にとどまらず、教科学習の深化やキャリア意識の醸成にも寄与する可能性を示している。

一方で、課題も明らかになった。1 点目は、社会起業家とのコラボレーション授業における生徒の受け止め方の個人差である。社会起業家の話に刺激を受け、「自分もやってみたい」と感じた生徒がいる一方で、「自分とは違う特殊な才能を持った人」と捉え、起業に対して心理的な距離やハードルを感じてしまった生徒もいた可能性がある。本校の生徒には新しいことに対して慎重な傾向があるため、外部講師との出会いを好機としつつも、より丁寧な導入やサポートが必要であると考えられる。2 点目の課題は、アントレプレナーシップを評価する基準が十分に整備されていない点である。たとえば、「社会課題をビジネスプランとして具現化する力」「オリジナリティのある提案をする力」「実現可能性の高いプランを発表する力」などは、評価観点として重要であるにもかかわらず、明確な基準を設けることが難しい。また、社会課題を発見する力や、新たな価値を創造しようとする姿勢といった、目に見えにくい資質・能力については、なおさら評価が困難である。ルーブリックを用いた評価も不可能ではないが、現場の負担や評価の客観性を考えると、今後の工夫が必要である。

今後は、アントレプレナーシップ教育において育まれる資質・能力を具体的かつ測定可能な形で示す研究の蓄積が求められる。そのような知見が蓄積されれば、学校現場でも無理なく継続可能な実践モデルの構築が進み、アントレプレナーシップ教育がより広く浸透していくことが期待される。

【註】

・スティーブン・J・ソーントン著、渡部竜也訳（2012）『教師のゲートキーピング』春風社
・高橋徳行（2013）「起業家態度と企業活動」『日本ベンチャー学会誌』第 21 号, pp. 3-10
・日本財団（2022 年）「18 歳意識調査第 46 回「国や社会に対する意識」（6 か国調査）」
・リクルート進学総研（2024）「高等教育改革に関する調査 2024」
・全国アントレプレナーシップ人材育成プログラム HP
https://entrepreneurship-education.mext.go.jp/