

アントレプレナーシップ教育プログラムの開発と実践

—愛媛県における若年層創業意識啓発事業を事例に—

渡邊 洋心¹⁾, 吉田 明恵²⁾

1) 愛媛大学大学院人文社会科学研究科

2) 愛媛大学社会連携推進機構産学連携推進センター

Development and Practice of Entrepreneurship Education Program : A Case Study of the Young Entrepreneurship Awareness Course in Ehime Prefecture

Hiromune WATANABE¹⁾, Akie YOSHIDA²⁾

1) Graduate School of Humanities and Social Sciences, Ehime University

2) Industry-University Collaboration Promotion Center,
Institute for Collaborative Relations, Ehime University

1. はじめに

近年、産業界の要望や大学の社会貢献の必要性などの側面からアントレプレナーシップ教育の重要性が指摘される。文部科学省による「次世代アントレプレナー育成事業」では「大学等の研究開発成果を基にした起業や新事業創出に挑戦する人材の育成、関係者・関係機関によるベンチャー・エコシステムの構築を目的¹⁾」とした取り組みが実施されている。大学によるアントレプレナーシップ教育の推進は1980年代のアメリカから盛んに実施されるようになった現象で、アカデミック・キャピタリズムの懸念もあるものの、社会的にはその動きは加速している（清水，2022）。日本における既往研究としても、東京大学や九州大学をはじめとした大学教育の中での実践事例の紹介などが存在する（各務，2018；熊野，2019など）。これらの研究では、「どのようにアントレプレナーシップを育むのか」、その実践事例に焦点が当たる。

本稿では、愛媛県において2022年に実施された若年層創業意識啓発事業「学生のためのアントレプレナーことはじめ—学ぼう！起業・創業の「ファーストステップ」—」の事例報告を行う。なお筆者らは、後述するえひめ学生起業

塾の塾長と担当職員として本事業に関わり、主に講座の設計やワークショップなどを担当した²⁾。

2. 若年層創業意識啓発事業における講座開発の背景

本稿の事例である若年層創業意識啓発事業（以下講座）は、2022年6月から8月にかけて実施された。愛媛県経済労働部産業支援局産業創出課（以下愛媛県庁）が主催し、一般社団法人えひめベンチャー支援機構（以下支援機構）が受託、えひめ学生起業塾（以下起業塾）がワークショップの提供という形で協力し実施した。なお、本講座のタイトルで用いられる「創業」は一般にいう「起業」と同じ意味合いであり、本稿ではより人口に膾炙する「起業」の単語を使用する。

愛媛県庁は、2018年以降、愛媛グローバル・フロンティア・プログラム（EGF プログラム）を実施し、首都圏への「創業クリエイター」の配置、愛媛県内外からビジネスプランを募集・表彰するビジネスプランコンテスト「EGF アワード」等の開催、創業資金を支給する「愛媛グローバルビジネス創出支援事業」などに取り組み、創業から定着成

長までを支援している。これら事業の支援を受け、2018年以降の5年間で新たに171件の起業が実現した。

起業塾は、学生によるベンチャー企業の誕生を期待し、その支援のため、愛媛大学社会連携推進機構により設置された。起業塾は基本的には学生による自発的な活動を中心としつつ、状況に応じ支援機構の資金協力を得ることも可能である。起業塾は、愛媛大学の準正課教育ではあるが、所属先に関わらず県下の学生は活動に参加できる。

支援機構は、愛媛大学社会連携推進機構の産学連携推進センターを中心に、大学発ベンチャーを支援することを目的に、大学の外部組織として設立した一般社団法人である。支援機構の構想として、本講座を含めた複数の主体による事業群により、愛媛県の若者が新規事業を生み出すことを目指し、愛媛県庁への企画提案および他の教育機関へ事業説明を行った（第1図）。

講座の開発において、当初、愛媛県庁と支援機構は講座の目指す方向性・目標について異なった認識をしていた。

愛媛県庁の担当者は講座に対して、①起業の面白さを伝える、②起業や経営を身近に感じる、③起業に向けた思索・準備を始める、の3点を到達目標に設定していた。この背



第1図 支援機構による若年層創業意識啓発事業の模式図
(学校向け説明会配布資料より引用)

景には、学生の選択肢の一つとして就職や進学以外の選択肢、あるいは就職後のキャリアの一つとして起業を意識してほしいという事業の本旨が存在する。愛媛県庁は、講座の最終段階に起業があるわけではなく、本講座をきっかけに起業について知り、それが将来的な起業につながるという意図をもつ。そのため、講座の内容は起業への関心が薄い層でも参加可能な、敷居が低いものが想定された。

愛媛県庁は講座自体の最終が起業ではなく、より多様なキャリアの中に起業というステージが存在する見方であるといえる。また、愛媛県庁の担当者はアントレプレナーシップについて、学生起業が増えることだけを意味するのではなく、ビジネスに限らず様々な場面で身の回りの課題を解決する力を身につけることであると述べる。これらを踏まえると、愛媛県庁は起業を教養的な立場とみなしてアントレプレナーシップ教育を目指しているとも考えられる。愛媛県庁の提案する講座内容の初期案は、参加者同士のグループワークや県外大学・県内の起業家との交流が中心のカリキュラムであった。

他方で支援機構は、すでに起業への関心が高い層に向けた講座を想定した。支援機構の問題意識として、現状起業したい人の学ぶ環境がないと考えていた。そこから支援機構が提案する講座内容は、本講座の受講生に実践に役立つスキルを提供することを重視するものであった。具体的には、講座の各回前半部分で起業家の講演を聞き、後半部分のワークショップで実践的に、実現可能なビジネスプランを作成という内容である。

実際の講座では、両者の意図をおよそ半分ずつ反映したものとなった。主な受講対象者は愛媛県庁が想定した、起業への関心が低い層を中心としたものである。内容としては前半部分に支援機構が選定した起業家の講演、後半部分にワークショップという支援機構の提案が採用された。ただし、ワークショップの内容は愛媛県庁の意向も踏まえ、実現可能性が高いビジネスプランを作成するものではな

第1表 講座のスケジュールと概要

回	日程	テーマ	前半部（講義形式）		後半部（ワークショップ形式）
			タイトル	講師の所属	タイトル
1	6月22日	アイデアを出す	ビジネスアイデアはこう考える 学生起業事例から	NPO法人 ETIC.	夢みるアントレプレナーゲーム
2	7月8日	課題をみつける	愛媛の社会課題を解決する	NPO法人 ワークライフ・コラボ	イノベーション・デザイン ワークショップ
3	7月21日	解決策を考える	学生ベンチャーのすゝめ	宮崎大学	地域イノベーションの アイデア作成
4	8月11日	提案を発表する	愛媛を拠点に世界を目指す	株式会社 テックアイエス	ブチ・プレゼンテーション

(渡邊ほか2023より一部改変)

く、あくまでも楽しみながら社会課題を解決するアイデアを提案するという方針になった。

3. 講座の概要

講座は「学生のためのアントレプレナーことはじめ―学ほう！起業・創業の「ファーストステップ」―」のタイトルで、2022年6月から8月にかけて、全4回の日程で開催した。参加者の募集は3月16・17日に、各学校の教職員を対象に実施された事業説明会にて行われた。説明会の参加校は河原電子ビジネス専門学校、聖カタリナ大学、聖カタリナ大学短期大学部、松山大学、松山東雲女子大学、人間環境大学、新居浜工業高等専門学校、弓削商船高等専門学校であった。ここに愛媛大学を加えた9校から、44人の受講者が申込を行い、35人が1回以上参加した。講座の回別出席者数は、第1回32人、第2回25人、第3回22人、第4回16人、全4回全てに出席した受講者は11人であった。

各回が60分ずつ前半と後半に分かれており、前半部分では外部講師の講義、後半部分ではワークショップが実施された（第1表）。外部講師の人選は支援機構によるもので、愛媛県で活躍する起業家および起業支援に関わるNPO法人や大学教員が選定された。講師は、第1回NPO法人ETIC ローカルイノベーション事業部事業部長伊藤淳司、第2回NPO法人ワークライフ・コラボ代表理事堀田真奈、第3回宮崎大学准教授土屋有、第4回株式会社テックアイエス植松洋平である（敬称略、役職は講座当時）。

後半部分の全4回のワークショップは、既往研究にて紹介された事例をもとに筆者らが設計・実施した（饗庭ほか、編2020；中川ほか、2021；筧、2019）。全体の到達目標として、参加者が「地域の課題解決のアイデアを生み出すことができるようになる」ことを目指した。参加者を4人から5人の班に分け、毎回同一の班でのワークショップを実施した。なお、新居浜工業高等専門学校と弓削商船高等専門学校は遠隔地であるため、愛媛大学の受講者1人と班を組み、オンラインミーティングツールを用いてオンラインでの参加となった。

第1回のワークショップは「アイデアを出す練習をしよう～夢見るアントレプレナーゲーム～」のタイトルで実施した。このワークショップは饗庭ほか編（2020）で紹介された都市計画のワークショップ「夢見る都市計画ゲーム」を改変したものである。

ワークショップ開始時、参加者は1人1枚「人物カード（第2図）³⁾」が渡され、ワークショップ内では全ての発言をその人物の立場に立って行う。親となる参加者は様々な地域の写真が印刷された「場所カード（第3図）」から1枚を選び、その場所に関わる課題を発表する。それを受けた他の参加者は、数枚ずつ配布された「アイテムカード（第4図）」に記載されたアイテムを用いて、その課題を解決



第2図 人物カード



19



20

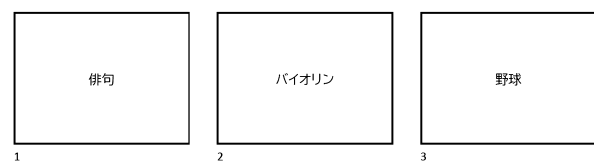


21



22

第3図 場所カード（例）



1

2

3

第4図 アイテムカード（例）

するアイデアを提示する。参加者全員がアイデアを出した後、一番有用なアイデアを出した参加者を投票で決め、選ばれた参加者に1点が入る。以上の手順について役割を変えながら繰り返し、最も多くの点を獲得した参加者が優勝となる。

第2回のワークショップでは「イノベーション・デザイン・ワークショップ」のタイトルで、シートを用いたアイデア作成を行った(第5図)。本シートは筧(2019)を参考に作成している。はじめの20分で内容を説明と共に、今後のグループワークで取り組む地域の課題を班ごとに選択させる。続く20分で、課題を解決するアイデアについて、可能な限り多くの案をシートへ記入することを求めた。本ワークショップの基となった中川ほか(2021)では、20分で5案を目指すとして記載されているが、実際は各班1～3枚程度の記載にとどまった。最後の10分は、それまでに作成したシートを踏まえ、最終版のシートを1枚作成した。

第3回のワークショップ「地域イノベーションのアイデア作成」は第2回のワークショップで作成したシートのブラッシュアップを行った。具体的には「調査シート(第6図)」を用い、他の班のメンバーへのインタビューと先行事例の調査を促した。他の班からの意見や他事例を取り入れることで、より多角的な視点からアイデアをブラッシュアップすることを目標とし、ワークショップの最後には最終版となる「アイデアシート」の作成を行った。

最終回となる4回目では、それぞれの班で作成したアイデアのプレゼンテーションを実施した(写真1)。投票は饗庭ほか編(2020)で紹介された「マネーポートワークショップ」を参考に、玩具の紙幣を使用して行った。その場にいる全員に1,000円札、2,000円札、5,000円札、10,000円札の玩具を1枚ずつ配布し、それぞれが投資家として、発表を行った4班に自由な配分で紙幣を投票した。

第2表は、最終回にて発表を行った各班のプレゼンテーションをまとめたものである。投票の結果、チーム「アルフォード」が提案したアイデア「優能な孫(原案ママ)」

第5図 アイデアシート(記入例)

第6図 調査シート



写真1 最終プレゼンテーションの様子
(2022年8月11日 吉田明恵撮影)

第2表 最終発表会のプレゼンテーション一覧

順位	チーム名	参加者の所属高校	アイデア名	地域課題	解決策
1	アルフォード	河原電子ビジネス専門学校 松山東雲女子大学 松山環境大学 松山大学	優能な孫	高齢者がデジタル機器を使いこなせず 公共手続きなどができない	公共手続きをサポートするAI
2	高専	愛媛大学 新居浜工業高等専門学校 弓削商船高等専門学校	ハイクテク無人コンビニ	買い物をしたい地域住民がいる一方で、 店舗の営業時間が短く利用できない	ロボットやモバイルオーダーを 活用したコンビニ
3	アルフォード リッチミルク チョコ	愛媛大学 河原電子ビジネス専門学校	乗り方チャート	外国人など、愛媛に来た人にとって、 公共交通機関の使い方が分かりにくい	公共交通機関の使い方を 紹介するアプリ 旅行ガイドの役割ももつ
4	ナタデココ	愛媛大学 人間環境大学	地産地消のさんさんカー	過疎地域で高齢者・子ども・障がい者が 公共交通機関を使用しにくい	ソーラーパネルを搭載した 乗り合いの自動車 防災にも活用可能

が最優秀賞を受賞した。「アルフォード」のメンバーは河原電子ビジネス専門学校、松山大学、松山東雲女子大学、人間環境大学で構成された班である。この班は、学校や専攻分野などの面で、他の班よりもメンバーの多様性が高い班であった。「アルフォード」は講座の終了後、愛媛県が主催するビジネスプランコンテスト「EGF キャンパスアワード2022（以下、EGF）」に応募し、学生部門において最優秀賞を受賞した。「アルフォード」の受講生は文理融合・他大学混成の班であり、本講座で涵養された他者との協働や交流を重視し、イノベーションを生み出す企業家的アントレプレナーシップの重要性が伺える。その他、本講座に参加したメンバーが、計3件のビジネスプランをEGFに応募した。

4. 受講者のアントレプレナーシップ意識と講座の効果

4-1. 専攻分野別のアントレプレナーシップ意識の差異

本講座では、教育効果の向上やアントレプレナーシップに対する意識・講座の感想などの把握と事後アンケートとの比較を目的とし、講座実施前の事前アンケートを実施した。事前アンケートの回答者は29人であった。

質問項目は、「学校名」や「専攻」などのフェイスシート、「希望する働き方」や「起業意思の有無」などキャリア・起業に関わる内容、「講座への参加動機」や「参加した感想」など講座自体に関わる内容である。

事前アンケートに基づき、本講座における受講者の専攻分野を第7図に示した。本講座参加者の専攻分野は、人文社会科学と自然科学でおおよそ半数ずつとなっている。特筆すべき点は、人文社会科学系と自然科学系の間で受講者の動機に異なった傾向が見られた点である。

参加動機は、「見聞を広められると思ったから」や「新しいことにふれてみたいから」など、受講をそのまま起業に直結させない教養的な側面に関する記述が多い。また、「いろいろな人にあってみたい」など他者との交流を求め

る動機もみられた。対して自然科学系の受講者には「自分の会社を持ちたい」や「起業しようと考えている」など、具体的な将来像に向け、起業に関わるスキルを得ることが動機となる受講者がいる。このような受講動機は人文社会科学系の受講者にはみられない。

受講動機の傾向から、専攻分野別のアントレプレナーシップ講座に対する意識を整理する。人文社会科学系の受講生は起業希望者の比率が自然科学系よりも多い一方で、アントレプレナーシップ講座に対しては必ずしも起業に関する内容を求めている。もしくは起業のためのスキルではなく教養や学びを通じた交流を求める傾向がある。対して、自然科学系の受講生は中小企業や研究者を挟んだキャリアアップを想定しており、そのためのスキルをアントレプレナーシップ講座に求めていると推察できる。

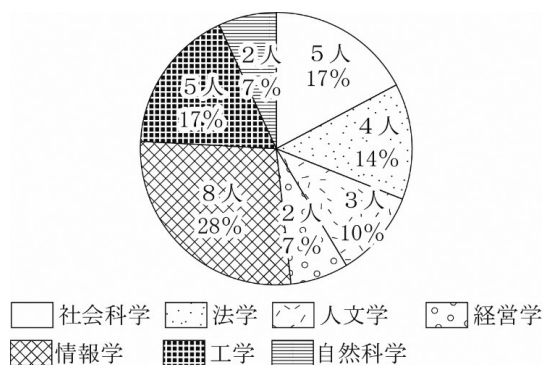
4-2. アントレプレナーシップ講座の教育効果

事前アンケートに加え、各講座の終了時に、学習効果を高めると共に学生の学びを質的に把握するため、振り返りシートを配布した。記入時間は10分ほどで、その後10分前後で他の班員と記載内容を共有する時間を設けた。

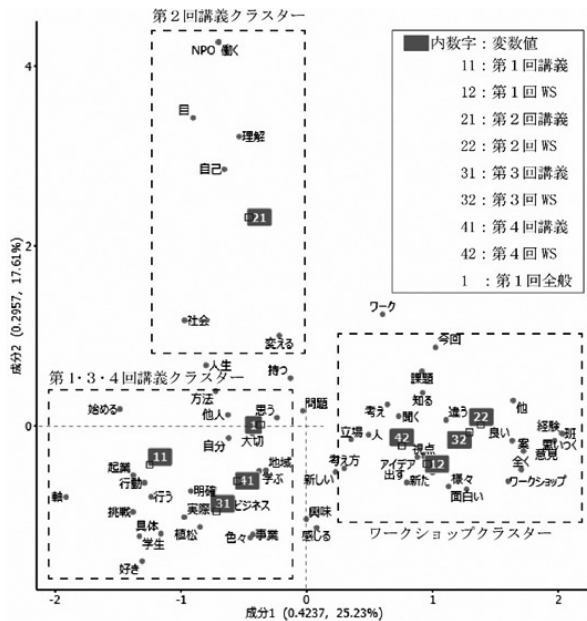
振り返りシートは各回を前半と後半に分け、それぞれに対して「どのような話を聞いたか・どのような経験をしたか」、「そこからどのような学びをしたか」、「その学びをどのように活かしていきたいか」の3項目を自由記述で回答できる。これはKolb（1984）で提唱された経験学習理論に基づき作成した項目で、各質問項目は「具体的体験」、「内省的観察」、「抽象的概念化」と対応している。

振り返りシートの記載内容について、本稿ではテキストマイニング用ソフトKH Coder 3. Beta. 03i（樋口、2020）を用いて対応分析を行った。分析は、3項目の自由記述欄と「各回」の外部変数を対象に実施した（第8図）。図中の点は単語の位置、四角形は「各回」の変数値の位置を示しており、「11」は第1回の前半部分の講義、「22」は第2回の後半部分のワークショップを意味する。原点に近い位置にある単語ほど変数の影響が少なく、逆に原点から遠いほど変数の影響が大きい。点が原点に対してどの方向かをみると、どの変数の影響が大きいかがわかる。例えば、「問題」の単語は原点に近い部分にあるが、これは「問題」の言葉がどの回の振り返りシートにも偏りなく出現したことを意味する。反対に「NPO」の単語は「21（第2回講義部）」の方向に原点から離れた位置にある。これは「NPO」の単語が第2回の講義部分に偏って出現することを示している。

対応分析からみる振り返りシートの特徴として、単語が大きく3つのクラスターを形成している点があげられる。1つは第1・3・4回の講座に偏って出現する単語のクラスター、次にワークショップに出現する単語のクラスター、第2回の講義に関わる単語のクラスターである。



第7図 参加者の専攻分野 (N=29)
(事前アンケートより作成)



第8図 振り返りシートにおける外部変数「各回」との対応分析
(振り返りシートより作成)

第1・3・4回の講座のクラスターは、「挑戦」や「行動」などビジネスや起業と実際の行動を結びつける単語が多い。これらの講義では、講師の講義内容から学んだ内容が記載された。その上で、自らに活かせる教訓が具体的なスキルとして提示され、そのスキルをどのように使い、どのような自分になりたいかが記述される。

例を上げると、ある受講者は第3回目の講義から「事業化したいアイデアを軌道に乗せるためには、上りのエスカレーターをみつける」ことの重要性を学び、「3年後、5年後伸びる市場をみつける」スキルの必要性を感じ、「情報を色々な所から仕入れて、トレンドをいち早く捉えられるようになりたい」と記載している。本講座において第1・3・4回の講座は、スキルを身につけるまではいかないものの、スキルの獲得を志向するアントレプレナーシップを学ぶものであったと考察できる。

第2回の講義に関するクラスターは、自己理解の重要性やNPOのキャリアなど、他の回とは異なった主題を学んでいることを示す。講義の一貫性を担保する立場であれば望ましくないと捉えられ、講義の多様性を重視するのであれば第1・2・3回の内容を吟味する必要がある。

ワークショップ部分に関する経験学習では、これらとは異なった単語によるクラスターが形成された。特徴的な単語は「班」「他(の人)」など、グループワークによる他者との協働に関連する。経験学習の記述でも、専門や立場が違う他者との関わりの中で新たな視点を得、新しいアイデアを生み出す経験が記述された。これらの経験は「人の意見を聞くことの重要さ」や「他の人に相談してみる」などのスキルとしてまとめられ、起業に限らない生活全般の教訓になった。受講生がワークショップで得たスキルは、起

業に限らず広範な立場からイノベーションを生み出すスキルであるといえる。

本講座の教育効果として、前半の講義部分ではビジネスや起業に関わり、実際に行動を起こすことを志向したアントレプレナーシップを習得することができた。対して後半部分では他者との協働から新たな発想を生み出すアントレプレナーシップが育まれた。

4-3. 講座における課題

今回講座の課題として、受講者が講座に求めるアントレプレナーシップと、講座が提供するアントレプレナーシップの不一致があげられる。4-1で検討したように、受講者には「アントレプレナーシップ」に対する様々なニーズがあり、そのニーズに対応した内容が求められる。

例えば、本講座の参加者の中で、起業志望を強くもつ受講生の事例があげられる。彼は起業に関わる精神やスキルといったアントレプレナーシップに強い関心を抱き、講座前半部の講義に参加していた。一方で、後半部分のワークショップに関しては第3回から参加しなかった。その理由としてあげられたのが、「(後半部分のワークショップが)簡単すぎた」という回答であった。

このようなニーズの不一致に対する解決策として、講座の目標から逆算し、募集段階で想定する受講者層を明示することが考えられる。ニーズの不一致を防ぐため、募集に対象者を明記し、受講者への詳細な事前説明を行う、受講が必要な対象者が判断するための事前テストの実施、出入口を明確にする(鈴木, 2002)などにより、対象者のレベル設定を具体的に行う必要がある。例えば本講座は初級的な意識啓発を目標としていたため、特に実務的なスキルを育むアントレプレナーを求める受講者に対しては、対象者

第3表 ARCS モデルの分類

分類	下位分類
Attention (注意)	A1 知覚的喚起 (興味の獲得)
	A2 探求心の喚起 (刺激)
	A3 変化性 (注意の持続)
Relevance (関連性)	R1 目的指向性 (ゴールへの方向づけ)
	R2 興味 (動機) との一致
	R3 親しみやすさ (経験とのつながり)
Confidence (自信)	C1 成功への期待感 (学習要求)
	C2 成功の機会
	C3 個人の責任 (個人的なコントロール)
Satisfaction (満足感)	S1 内発的満足感 (内発的な強化)
	S2 報酬のある成果 (外発的な報酬)
	S3 公平な処遇 (公平感)

(鈴木ほか(2015)より引用)

について事前告知を行う必要があった。

本講座・ワークショップをARCSモデル（ケラー、2010）の4要因（Attention：注意「おもしろそうだな」、Relevance：関連性「やりがいがありそうだな」、Confidence：自信「やればできそうだな」、Satisfaction：満足感「やってよかったな」）をもとにした分類に照らして検討する（第3表）。

Attention（注意）については、受講生の事前アンケート結果から、各学校で開催告知されたフライヤーを見て受講申請した学生の事前アンケートの受講理由から「視野を広げたい、可能性を広げたい、起業知識を学びたい。」といった、豊かな人生を目指す目標の他、一定数「面白そう。楽しそう。」との回答があり、面白そうと興味を持って参加していたことからA2の探求心の喚起ができたと言える。実際のワークショップでは、ゲーム感覚で取組める教材を開始時の説明段階で見せ、「面白そう」と受講生のA1の知覚レベルの好奇心を喚起した。社会課題に対してアイデアを考えさせる際、キャラクターを演じる役割を与えることで、本来の受講者自身の考えから離れ、他者目線で考える機会を与え、A3の変化性を持たす工夫をした。

Relevance（関連性）としては、商品開発などで用いられるペルソナの手法ほど詳細な設定ではないものの、各自が選んだキャラクターの役どころを演じて課題に取り組むことで、受講者自身の視点だけでなく、疑似体験であっても他者目線で多角的にゴールを目指す訓練ができたと考えられる。ワークでの学びが、将来商品開発等で、具体的にペルソナを立てた場合に、アイデアが広がることをR3の親しみやすさを感じながら、経験できたと考えられる。

Confidence（自信）については、いきなり高度なビジネスの企画・発案ではなく、地域課題など身近な題材に取り組むことで、「自分でも解決出来そう・解決できる」というC1の成功への期待感を持つことができたと考えられる。ただ、高度な技術を用いたイノベーションを目指すような学生には簡単すぎたといえる。

Satisfaction（満足感）については、第4回目の最終日には、プチ・プレゼンテーションとして、発表会を行い、優勝チームには、賞状と少額のギフト券（S2の外発的報酬）を贈呈することとした。学校間文系理系混合チーム「アルフォード」が参加者全員の投票で優勝したことはS3の公平な処遇であり、更には、愛媛県主催のEGFに応募し、最優秀賞を受賞したことは、本ワークショップと学校間連携の成果であり、優勝チーム「アルフォード」は、成功体験及び、十分な満足感を得られたと考える。筆者らワークショップの企画・運営の立場としても、学校間・異分野の学生へのクロススタディの場の提供が成功した事例といえる。

以上のとおり、ARCSモデルに照らした場合、大枠の4要因は網羅出来ていたが、下位分類としてR（関連性）及

びC（自信）の内容の弱さがあった。今回のワークショップは、愛媛県庁が目指す裾野を広げるための育成内容だったため、この2分類については、目指すゴールが個々の受講生によって異なることから、全受講生の要望を叶える設定が難しいものであった。支援機構が目指す起業家の育成に絞った場合は、今回弱さが見られた部分については、強化しやすいと考える。

起業塾で企画運営したワークショップ終了後から、EGFへの申請から発表までのブラッシュアップサポートは、人間環境大学の番田清美准教授にご担当いただいた。EGFでは審査員の宮崎大学土屋有准教授から優勝チーム「アルフォード」に対して「優能な孫のプロトタイプの作成」を宿題として出され、河原電子ビジネス専門学校の太政雄也先生のご指導も得て、約4か月の期間をかけてJavaScriptでプロトタイプを完成させ、2023年5月に審査員に報告された。支援機構が、愛媛県庁へ本アントレプレナーシップ講座の企画申請をした際「オール愛媛で愛媛の若者を支援する」ことを目標として説明していたが、この学校間での協力・伴走支援体制が、更に広がることを期待している。

既に起業を意識して受講した学生には容易過ぎたとも言えるが、その点は入口出口をコントロールすることで、今後は調整したい。改善の方略を検討し、次回講座（2023年度）に生かす予定であったが、2023年度は後述するビジフェスEHIME2023の形での開催となった。

また運営上の課題として、ワークショップの進行に長けるティーチング・アシスタント（以下、TA）の育成があげられる。本講座のワークショップ部分は、当日起業塾の塾長が全体のファシリテーターを務めた。そのため、各班の議論の詳細がわからず、一部のトラブルに対応しきれなかった。本講座は、いわゆるコロナ禍の状況での開催であり、対面開催すらも危ぶまれる状況にあった。学生の学内立ち入り禁止期間が続き、当初予定していた各班向けファシリテーターの育成講座の実施・参加が不可能な状況であった。そのため、訓練を受けていない起業塾の受講学生にオンライン受講生の対応を頼む形となり、当該学生にも負担がかかる結果となった。各班にある程度の訓練を受けたTAを配置することで、今後は対面・オンラインを含め、細かな事態に対応できるであろう。

加えて、講座では先述のとおり、一部の受講者はオンラインでの参加となった。結果、ワークショップの進行に機材トラブルや音声が聞こえない、ワークショップの説明が対面とオンラインで二重に必要ななどの事態が発生した。スムーズな進行の妨げとなった原因として、使用会場が2022年5月末の開所の新しい施設であったため、教職員全員が会場の環境に不慣れであったこと、限られた予算でオンライン開催設備を準備していたことがあげられる。今後は、オンラインでのワークショップに対応できるTAの育成と事前に何重もの設備確認が重要となる。

4-4. プラットフォームの形成と次年度の講座の展開

本講座の企画の段階から、支援機構は愛媛県の若者の起業を支援するためのプラットフォームの構築を目指していた。本講座の説明会で作成された各学校メーリングリストは、支援機構にとっては起業支援のプラットフォームの役割を果たすことになる。ただ、現状のプラットフォームはメーリングリスト以上の役割をもっておらず、今後は企画段階からの要望の収集や事業実施中の意見交換など、様々な機能を持つことが期待される。

2023年度も愛媛県庁主催・支援機構受託・起業塾協力の形で、若年層アントレプレナーシップ育成事業「ビジフェス EHIME2023」が実施された。講座の実施にあたっては先述のプラットフォームが活用され、講座に関する情報共有が行われた。この講座は高校生も受講対象としており、県内の高校からの参加者があった。この講座は「コンテストの参加に関わらず誰でも参加できる創業セミナーや勉強会、各支援機関のネットワークを活かした交流会、創業するにあたって必要な知識のアドバイス⁴⁾」と明記しており、起業のためのスキルとしてのアントレプレナーシップの醸成が目標とされている。

5. おわりに

本稿では、愛媛県において2022年に実施された若年層創業意識啓発事業を事例に、アントレプレナーシップ講座の開発プロセスと講座の成果・課題を、各主体が想定する「アントレプレナーシップ」に着目しながら明らかにした。

対象事例である若年層創業意識啓発事業は、愛媛県庁が主催、支援機構が委託を受け、愛媛県内の学生を対象にアントレプレナーシップの涵養を目的に実施された。アントレプレナーシップについて、愛媛県庁は幅広い進路における教養的な側面を強調し、支援機構は起業を前提とした実務的側面を重視した。最終的に講座は両者の意図を取り入れ、起業に関心の低い学生を主な対象とした啓発講座となり、講演とワークショップを組み合わせた内容となった。

受講者の動機には、専攻分野による違いが見られた。人文社会科学系の受講者は、教養や新しい経験を求める傾向があり、様々な背景をもつ学生との交流も重視した。一方、自然科学系の受講者は、起業や具体的な将来像に向けてスキルを習得しようとする傾向がみられた。

振り返りシートの内容を分析すると、単語が大きく3つのクラスターを形成していた。第1・3・4回の講座に関連する語彙は、ビジネスや起業と実際の行動を結びつける単語が多く含まれる。ワークショップ部分に関する経験学習では、他者との関わりから新しい視点やアイデアが生まれる経験が記述された。本講座の教育効果を概観すると、前半の講義部分では教養的なアントレプレナーシップを学び、後半部分では実務的なアントレプレナーシップを育む

ものであったといえる。また今後の実務上の含意として、教育の目的や対象者に合わせたアントレプレナーシップ講座の設計の重要性があげられる。

付 記

本研究の実施にあたり、愛媛県経済労働部産業支援局産業創出課の皆さま、一般社団法人えひめベンチャー支援機構の皆さま、愛媛大学社会連携支援部社会連携課の皆さま、河原電子ビジネス専門学校 IT エンジニア科の伊達渉さまをはじめ、多くの方にご協力を頂きました。この場を借りて深く御礼申し上げます。また、本講座は各学校の教職員の皆さま、講師の皆さま、何より受講者の皆さまの存在がありはじめて成立するものであった。心より感謝いたします。

本稿は、日本教育工学会2023年春季全国大会において報告したものを骨子に、大幅な加筆修正を行ったものである。本稿には2023年度科学研究費助成事業の奨励研究費（課題番号23H05151）を使用した。

注 釈

- 1) 文部科学省 WEB サイト「次世代アントレプレナー育成事業」より引用 https://www.mext.go.jp/a_menu/jinzai/edge/1346947.htm (2023年10月5日最終閲覧)
- 2) 本講座の準備段階として、筆者は下記の打ち合わせに参加した。2022年3月5日、参加者は筆者と支援機構。3月7日、参加者は筆者と愛媛県庁、愛媛大学社会連携推進機構。3月14日、参加者は筆者と起業塾の学生、愛媛県庁、支援機構、愛媛大学社会連携推進機構。また、補足調査として、2023年8月24日に愛媛県経済労働部産業支援局産業創出課の担当者を対象とした聞き取り調査を実施した。
- 3) 図中のイラストは SILHOUETTE DESIGN より使用 <https://kage-design.com/>
- 4) ビジフェス EHIME2023HP より引用 <http://ehime-vs.jp/> (2023年10月5日最終閲覧)

参考文献

- 饗庭伸・青木彬・角尾宣信編 (2020)『素が出るワークショップ 人とまちの視点を変える22のメソッド』, 学芸出版社.
- 各務茂夫 (2018)「日本のアントレプレナーシップ教育プログラムの軌跡と今後」,『研究技術計画』, 33(2), 101-108.
- 寛裕介 (2019)『持続可能な地域のつくり方未来を育む「人と経済の生態系」のデザイン』, 英治出版
- 熊野正樹 (2019)「起業家教育と起業家の輩出 九州大学起業部の事例」,『同志社商学』, 70(6), 1009-1023.
- 清水洋 (2022)『アントレプレナーシップ』, 有斐閣.
- 鈴木克明 (2002)『教材設計マニュアルー独学を支援するためにー』, 北大路書房.
- 鈴木雄清・松葉龍一・鈴木克明・喜多敏博 (2015)「ARCS モデルと9教授事象による時間連続動機づけモデルの分析」,

『日本教育工学会第31回全国大会発表要旨集』, 39-40.

樋口耕一 (2020) 『社会調査のための計量テキスト分析ー内容
分析の継承と発展を目指して【第2版】』, ナカニシヤ出版.

中川功一・佐々木将人・服部泰宏 (2021) 『考える経営学』, 有
斐閣.

渡邊洋心・吉田明恵・野村信福 (2023) 「愛媛県における若年
層創業意識啓発講座「学生のためのアントレプレナーことは
じめ」の実践」, 『日本教育工学会2023年春季全国大会発表要
旨集』, 573-574.

J. M. ケラー (鈴木克明監訳) (2010) 『学習意欲をデザインす
るーARCS モデルによるインストラクショナルデザイナー』,
北大路書房.

Kolb, D. (1984) “Experiential Learning: Experience As The
Source Of Learning And Development” Prentice-Hall.