

# アントレプレナーシップ教育の理論と実践から考察する 「エージェンシー」概念の研究

小牧 瞳

千葉大学大学院人文公共学府博士後期課程

具体が不鮮明だとされる「エージェンシー」概念について、アントレプレナーシップ教育の理論や実践を用いて検討できるのではないかという見通しのもと、考察した。その結果、アントレプレナーシップ教育においてエージェンシーとは、「新しい事業を創造しリスクに挑戦する姿勢であり、あらゆる職業で求められるもの」や「自ら何かを起こす」行動能力と言い換えることができ、エージェンシーが発揮される活動としては計画を立て、様々な問題を解決するという学習活動、経済的・経営的思考を用いた活動、自らの提案次第では交渉が成功しないかもしれないという状況での交渉、ビジネスアイデアの創出、リスクに直面する中でのビジネスの実行などが挙げられていたことが確認された。今後は、実際の起業家たちはどのような「エージェンシー」を発揮しているのか調査を行い、またより多くの先行研究にあたり「エージェンシー」概念の詳細の整理を行う。

キーワード：エージェンシー、行為主体性、アントレプレナーシップ教育、起業家教育、リスク

## 1. 問題の所在

### 1.1. 「エージェンシー」概念とアントレプレナーシップ教育

「エージェンシー」概念は、2019年にOECD (Organisation for Economic Co-operation and Development : 経済協力開発機構) が未来の教育を見据えて示した「教育とスキルの未来2030プロジェクト」(OECD Future of Education and Skills 2030 project) において中核的な概念として提起されたものである。OECD (2019) によれば「エージェンシー」<sup>1</sup>とは「変化を起こすために、自分で目標を設定し、振り返り、責任をもって行動する能力」<sup>2</sup>である。OECDがこの能力に注目する理由は、予測困難で不確実、複雑で曖昧な時代に必要な能力だからである。この能力は「学生には自分自身の人生や周囲の世界に積極的に影響を与える能力と意志があるという原理」<sup>3</sup> (p.32) に根拠づけられており、「エージェンシー」が発揮される場面については「およそあらゆる文脈において発揮されるものである」とされ、様々な文脈で発揮されるものであるという。OECDによればこの「エージェンシー」は「共同エージェンシー」<sup>4</sup>において育まれるという。「共同エージェンシー」とは「生徒が、共有された目標に向かっ

て邁進できるように支援する、保護者との、教師との、コミュニティとの、そして生徒同士との、双方向的な互いに支え合う関係」(p.32)である。これらのOECDの定義から「エージェンシー」は変化を起こすために行動する能力のことであり、それは学習者にそもそも備わっているものであり、周囲との関係の中で育まれるものであるとまとめることができる。

「教育とスキルの未来2030プロジェクト」において、エージェンシーに関する提案を最初に行ったのは、教育実践家であるLeadbeaterである<sup>5</sup>。Leadbeaterは、「より不安定で不確実な世界では、イノベーションとアントレプレナーシップがますます原動力となり、あらゆる形や大きさの問題を発見し解決する能力を若い世代に身につけさせる必要がある」<sup>6</sup>とし、現在の教育システムが指示に従うことを教える授業から問題を解決することを教えるダイナミックな学習へと転換する必要性を訴え、「教育がダイナミックな活動となり、四つの要素の組み合わせを提供する必要がある」としている。その四つとは①「知識 (Knowledge)」<sup>7</sup>、②「個人の成長 (Personal Growth)」、③「社会的スキル (Social Skills)」、④「エージェンシー (Agency)」であり<sup>8</sup>、「エージェンシー」を「アイデアを行動に移す能力 (the capacity to turn ideas into action)」<sup>9</sup>としている。Leadbeaterは「より不安定で不確実な世界」では、問題を解決する必要がある、問題を解決するには「イノベーションとアントレプレナーシップ」が必要であり、「イノベーションとアントレプレナーシップ」を学習させるためには「エージェンシー」を含む四つの要素の提供が

Hitomi KOMAKI : A Study of the Concept of "Agency" Considering Theory and Practice of Entrepreneurship Education  
Graduate School of Humanities and Studies on Public Affairs, Chiba University

必要であるとしている。

「エージェンシー」という言葉は学術的には「行為主体性」<sup>10</sup>と訳される言葉である。日本の教育において長らく用いられてきた「主体性」と、OECDの立場で「エージェンシー」という言葉を用いられるときの「行為主体性」の違いについては、小牧（2023）で明らかにしている。前者は自立した個が自己を起点とし、目標を立てて客体としての対象に働きかけるという意味での「主体性」であり、後者は学習者自身が世界に対してより良い方向へと導くための働きかけを行うという意味での「行為主体性」である。また「エージェンシー」と同じ語源を持つ“agent”は患者を意味する“patient”との意味の対比により、働きかけられる存在ではなく働きかける存在であるという意味が確認された。「エージェンシー」は“patient”と対比される“agent”と同じ語源を持つことから、「エージェンシー」も何らかに働きかけるという意味合いがあるといえる。

OECDによって「エージェンシー」が提起されて以降、日本においても「エージェンシー」に関する研究が広がっている（溝上、2018、2020；松尾ら、2020；草津ら、2021；寺本、2022）が、教育学領域においてはこれから研究がますます広がっていく段階であり、「現段階での研究が抽象論に留まっており、学校教育において一体何がエージェンシーなのか、或いは、何がエージェンシーを高めるのかという具体が不鮮明であるという課題」がある<sup>11</sup>。

「一体何がエージェンシーなのか、或いは、何がエージェンシーを高めるのかという具体が不鮮明であるという課題」に対し、アントレプレナーシップ教育でこれまでどのような能力を育成しようとしてきたのか、またどのように高めようとしてきたのか検討することは「エージェンシー」概念の研究にとって意義のあるものとなる。

そこで本稿ではアントレプレナーシップ教育の理論と実践から「エージェンシー」概念とはどのような能力と言い換えることができるのか、またエージェンシーを發揮させる活動とはどのような活動を指すのかを考察し、エージェンシーとは世界に対してどのような働きかけを行うことなのか、学習者がエージェンシーを發揮するためにどのような授業デザインや教育プログラムのデザインが必要とされているのかを明らかにすることを目的にこれまでのアントレプレナーシップ教育の先行研究を取り上げ整理する。

研究者によって「アントレプレナーシップ教育」は何のためにあり、どのような教育を指すのか異なるため、「アントレプレナーシップ」の簡単な意味や訳を確認しよう。「アントレプレナーシップ教育」とはアントレプレナーシップ育成のための教育である。アントレプレナ

ーシップ（entrepreneurship）は、名詞のアントレプレナー（entrepreneur）に接尾語である“ship”が付属したものである。アントレプレナーの原語はフランス語で“Entreprendre”であり、英語に直訳すると「Undertake（引き受ける）」である<sup>12</sup>。寺島（2008）によれば、“Entreprendre”は Entre（Between）と prendre（take）の複合による造語で、「13世紀におけるマルコ・ポーロをはじめとする仲買人達のこと」を指す。「シルクロード等における物流を支えていたのは、当時の環境における危険や災難にも関わらず、富のために事業に尽力する商売人である仲買人」すなわち「リスクと共に事業に挑む者」が元来の“entrepreneur”だという<sup>13</sup>。

“entrepreneur”の日本語訳は「企業者」「企業家」「起業家」と多岐にわたり、“entrepreneurship”の日本語訳は「企業者活動」「企業家活動」「企業家精神」「起業家精神」であるという<sup>14</sup>。

田上ら（2022）によれば、アントレプレナーシップの概念を整理し、「企業家」「起業家」という意味を与えたのは、ヨーゼフ・シュンペーター（1883-1905）であるという。シュンペーターは「新結合の遂行」<sup>15</sup>こそが「企業者機能」の本質であり、それが「経済発展の本来的根本現象」であるという<sup>16</sup>。

日本の教育においてアントレプレナーシップはどのような意味で用いられているのだろうか。

日本における教育学辞典では「起業家教育」の項目がある<sup>17</sup>。『教育学用語辞典』において藤川（2006）は「起業家教育（enterprise education）」について「起業に必要な自立心、問題解決能力、チャレンジ精神等を育むことをめざす教育。実際の起業に直接結びつく教育というよりは、一般の子どもたちが自立心等の能力を高めるためになされることが多い。」<sup>18</sup>と述べる。

本稿では、「起業家教育」をアントレプレナーシップ教育と称することとする。

## 1.2. 日本におけるアントレプレナーシップ教育の現状

日本におけるアントレプレナーシップ教育の現状を見てみよう。

全国の小学校、中学校、高等学校におけるアントレプレナーシップ教育の実施率を調査した研究は見つからなかったが、辰巳（2010）は665校の高校を対象に「起業家教育」の実施率を調査している。2023年現在から数えると13年前の研究ではあるが、辰巳（2010）は大学の進学率別に実施されている進路指導活動の違いを調査し、「起業家教育」の実施率を明らかにしている<sup>19</sup>。辰巳はどのような進路指導が行われているのか分析した結果<sup>20</sup>、進路指導活動における「起業家教育」の割合は進学率上位校（n=327）では1.5%、進学率中位校

(n=182) では 1.1%、進学率下位校 (n=156) では 5.8% という結果を報告している<sup>21</sup>。「起業家教育」以外の進路指導活動では、例えば進学や就職を前提とした「進路ガイダンス」、「進学面接指導」は進学率によらずいずれの高校においても 90%以上の割合で実施されている。進学率の水準によらず、いずれも 10%以下で実施されている進路指導活動は「起業家教育」のみである。辰巳 (2010) の研究から進路指導活動として「起業家教育」があまり実施されていないことが確認された。

また、石黒 (2015) によると、日本では起業家教育について経済産業省を中心に 90 年代から議論されているが、従来の取り組みは「各学校の自主的な活動や、国や地方自治体によるモデル事業が中心で、未だ学校教育の現場に定着しているわけではない」<sup>22</sup>という。

日本の学校教育においてアントレプレナーシップ教育は必要とされていないのだろうか。

山根 (2008) は日本における四つの社会的状況を踏まえて、「金融教育、キャリア教育・起業家教育といった、社会の中で個人がよりよく生きていく上で必要・有益な知識・技術の教育を含む経済教育が学校に期待されるようになってきた」<sup>23</sup>と述べる。

四つの社会的状況とは、「①日本において、あるいは世界中で、金融を含む経済への政治的規制が緩和されて、より自由で競争的な経済になってきていること」、「②経済がグローバル化してきていること」、「③日本において、国や地方公共団体の巨額な累積債務があり、それがまだ増えようとしているので、歳出を削減＝福祉水準の低下をせざるをえないこと」、「④今後も日本がますます少子高齢化しようとしていること」の四つである。

山根は、①から④の状況を認めようとするれば「自立、自助努力、意思決定、自己責任の教育を指向することになる」とし、「これからの日本の経済社会の中で、個人が社会人 (成人) として経済的によりよく生きていく上で必要・有益な知識・技術を教育しようということである。」と述べる。起業家教育を必要とする理由として、③と④に関連して「国民が自らの生活について、ますます自己責任を取らざるをえなくさせている状況」が挙げられると考えられる。すなわち、日本の経済状況を踏まえて国の存続のためにも、個人のより豊かな生活のためにも「起業家教育」すなわちアントレプレナーシップ教育が必要だということである。

竹本 (2019) は「これまでの終身雇用制や年功序列などに代表される旧来の日本的経営が変化しつつある現代社会において、自らキャリアを切り開くアントレプレナーシップ教育に着目している」<sup>24</sup>と述べ、1990 年以前の高度経済成長に比べ経済成長の形が変化した 1990 年以降の社会では「創造性や柔軟性に重点をおいたイノベーション型の人材育成への変化が必要であっ

たにもかかわらず、その対応が遅れてきた」と述べる。竹本も日本の経済成長の形の変化を根拠に「アントレプレナーシップ」を持った人材の育成を目指していると言える。竹本は高校生に対するキャリア教育として、キャリアの客観的側面として「職業の連続 (職歴) や就職や転職、独立などを想定した『積む』キャリア」と、キャリアの主観的側面として「自己のイメージやアイデンティティとしての『描く』キャリア」に分かれるといい、前者に関してアントレプレナーシップ教育が含まれるとしている。これは日本の経済のあり方から逆算した際にどのようなキャリアを「積む」ことを目指すのか高校生に問うためであると考えられる。しかし、後者の「自己のイメージやアイデンティティとしての『描く』キャリア」としてアントレプレナーシップ教育を行うことも可能ではないだろうか。この点については検討が必要だと考えられる。

山根 (2008) と竹本 (2019) はアントレプレナーシップ教育について日本の経済状況を踏まえると必要だと述べていることが確認された。

アントレプレナーシップを養うことについて学習者自身はどのように受け止めているのだろうか。小学生、中学生、高校生を対象としたアントレプレナーシップ教育に関する意識調査は管見の限りなかった。近しい調査として高校生を対象とした次の調査がある。

一般社団法人全国高等学校 PTA 連合会・株式会社リクルート合同調査 (2022) は「高校生と保護者の進路をめぐる意識と行動の実態」を明らかにするための調査を行なっている。この調査<sup>25</sup>では、高校生が「将来必要とされるが現在の自分に不足している能力」として「主体性」「実行力」「発信力」が挙げられている<sup>26</sup>。保護者が考える同様の能力についても「主体性」「発信力」「実行力」であった。「主体性」「実行力」「発信力」は 1.1 で確認した OECD による「エージェンシー」や同節の「アントレプレナー」と近い概念だと考えられる。

ここまでをまとめると、日本におけるアントレプレナーシップ教育の現状として、高校におけるアントレプレナーシップ教育の実施率は他の進路指導活動に比べて著しく低く、実際に行われているアントレプレナーシップ教育についても「各学校の自主的な活動や、国や地方自治体によるモデル事業が中心で、未だ学校教育の現場に定着しているわけではない」とされている。一方で、日本の社会的状況を考えると実際に起業する人間としてのアントレプレナーシップを育成することや、実際に起業しなくとも「主体性」「課題発見力」「実行力」など主体的に行動する力としてアントレプレナーシップを育成することの必要性は学習者自身にも認知されているということができる。

## 2. アントレプレナーシップ教育の先行研究の整理

アントレプレナーシップ教育とは何か、学習者にどのような行為をさせることを要求しているのか、その行為を発揮させるために授業や教育の場がどのようにデザインされているのか先行研究を見ていこう。まず「アントレプレナーシップ」という言葉の訳語について語源から遡って意味を示しているものを参照する。

日本で民間の立場から起業家教育の支援を行う「特定非営利法人アントレプレナーシップ開発センター」（以降、アントレプレナーシップ開発センター）は、「アントレプレナーシップ」について、「新しい事業を創造しリスクに挑戦する姿勢であり、あらゆる職業で求められるもので、精神というよりは『起業家的行動能力』と訳すことが、より基本概念に近い<sup>27</sup>という。

「行動能力」という訳について、アントレプレナーシップ開発センターの理事長を務める原田（2022）は次のように説明する。「元々13世紀ぐらいにヨーロッパからインドまで渡って、香辛料とか買い付けに行った仲買人のこと」を「アントレプレナー」と呼んでいた。その意味の由来は、「アントレ (entre)」はフランス語で「間 (あいだ)」という意味で、「プレヌール (preneur)」は「取る」という意味で、そこから「仲買人 (entrepreneur)」という意味が生まれたというものである<sup>28</sup>。仲買人という意味で使われていたということから、原産地と消費者の間の存在として買い付けに行った人間という意味が「アントレプレナー」にはある。

原田（2022）ではアントレプレナーシップ教育の事例の紹介にとどまっておらず、アントレプレナーシップ教育とはどのような教育かについて述べられていない。そこで、アントレプレナーシップ教育についてキャリア教育との対比から述べられている原田（2010）を参照しよう。

原田（2010）はアントレプレナーシップ教育とキャリア教育を区別することで、アントレプレナーシップ教育の独自性を示している。原田（2010）は「アントレプレナーシップ教育はキャリア教育とは異なるゴールと教育プロセスがある」といい、「自ら何かを起こす」行動能力を育成するアントレプレナーシップ教育と「雇われる立場」にとどまる「キャリア教育」を区別する。

「雇われる立場」とはどのような意味合いだろうか。原田が提案する「職場体験アントレ編」では「①職場体験をする事業所で単に言われた仕事をするだけでなく、工夫点や課題点を見つける」とある。原田によって明言はされていないが、原田が「職場体験」について述べる際にもと言われた「単に言われた仕事をする」という言葉は「雇われる立場」にとどまるものを指し示す言葉だと解釈することができる。

また、原田は学習者が課題認識をした上で、「当事者であればどのように解決するか、また学習者自らがリスクをとってその解決策を試し、地域にあるヒト・モノ・カネなどの資源を獲得して実践してみるという活動」を行うといった「アントレ的視点」を今普及しているキャリア教育に付加することで、「社会問題や地域課題を主体的に解決する起業家としての視点を養うことができるだろう」としている。原田（2010）の論から、「アントレプレナーシップ教育」は「自ら何かを起こす」行動能力の育成を目指す教育であり、学習者自身が必ずしも実践することを前提としないキャリア教育と区別していることが読み取れる。

原田（2010）はどのような先行研究に基づいているのだろうか。原田は初等・中等教育段階でのアントレプレナーシップの研究者として Kourilsky（1995）を挙げている。Kourilsky はアントレプレナーシップ教育が成功を収めるための属性として Sahlman & Stevenson（1992）による不可欠な三つの属性を挙げている。（1）「市場機会の同定または認識と、その機会をとらえるためのビジネスアイデア（サービスまたは製品）の生成」<sup>29</sup>、（2）「機会を追求するためにリスクに直面しながらも資源を集結し、責任を負うこと」<sup>30</sup>、（3）「機会を動機とするビジネスアイデアを実行するためのビジネス組織の創設」<sup>31</sup>である。（1）については、学習者がビジネスを始めようとする際にどのような市場に働きかけようとするべきか議論し、ビジネスアイデアを考え出すものである。（2）については（1）で定めた機会をビジネスを進めるためにリスクに直面することを避けずに、ヒト、モノ、カネといった資源をどう用いるか考え、学習者が主体として責任を負うことが求められているものといえる。（3）については（1）でとらえた機会を逃さずに、また一過性のもので終わらずに持続するビジネスを運営するために必要なものだと考えられる。

Kourilsky はアントレプレナーシップ教育の典型例として「学生グループに購買の日々の運営を委ねること」、「外部スポンサーによる、あらかじめ定義された、失敗の起きないマイクロビジネスを教室で1学期展開すること」<sup>32</sup>を挙げており、こうしたアントレプレナーシップ教育は「アントレプレナーシップの過程の核心を見逃している」<sup>33</sup>と指摘する。購買の日々の運営や外部スポンサーによって予定調和に終わるアントレプレナーシップ教育では、学習者は（1）の市場機会の模索や（2）のリスクに直面することといった経験をすることができない。

ここまで「アントレプレナーシップ」という言葉について語源から遡って意味を示している原田の研究を参照し、その研究の先行研究として Kourilsky の研究を参

照した。原田はアントレプレナーシップが『自ら何かを起こす』行動能力を育成するものであって、企業などの組織でうまく働ける従業員訓練や賢く生活する消費者の育成とは目指す習得能力や学習プロセスが異なる」と述べる。Kourilsky の論からは、アントレプレナーシップ教育とは、市場機会を調査したり、ビジネスアイデアを創出したり、リスクや責任を負いながら実行したりすることが求められる教育であるといえる。

日本の学校教育ではアントレプレナーシップ教育はどのように位置づけられているのだろうか。

社会科の研究者である山根 (2003) による研究では、それまでに行われてきた学校における起業家教育の方法として「(1) 小学校・社会科・産業学習における起業家教育」、「(2) 中学校社会科公民的分野の経済学習における起業家教育」、「(3) 『総合的な学習の時間』を中心にした起業家教育の実践」が挙げられている。2022 年現在の学習指導要領や教科書とは異なる内容だと考えられるが、それぞれどのような教育内容を扱うものなのか見てみよう。

「(1) 小学校・社会科・産業学習における起業家教育」では「地域における起業家の具体例を取り上げ、その行動や働きに迫ることによって、工業生産や資本主義経済の本質を追求した実践」を行うことで、「子どもたちに経済における起業家の働きと意義を理解させることができ」、「起業家的資質の豊かな経営者」に子どもたちが共感して「起業家的資質を育成することができる」としている。

「(2) 中学校社会科公民的分野の経済学習における起業家教育」では、「ベンチャー企業としての中小企業の具体例」の紹介や、「シミュレーション的に企業を作る」といった教科書の内容が紹介されている。これらに対して起業家教育としてどのような学びが学習者は得られるのかについて、山根は言及していない。

「(3) 『総合的な学習の時間』を中心にした起業家教育の実践」では「生産・労働体験」、「職場体験学習」、「民間組織による『起業家教育プログラム』」が挙げられている。

(3) における「生産・労働体験」については、「長野県伊那小学校や東京の和光小学校のような総合学習の先進校」で行われてきた「米づくり、野菜づくり」、「紙作り」といった「生産・労働体験」が紹介されている。このような「生産・労働体験」は起業家教育といえるのだろうか。この点について山根は「活動のはじめから終わりまでの計画を立て、活動の途中で生ずるいろいろな問題を解決するなどの、起業家的資質の必要になる場面が生ずる」ので、「起業家教育の萌芽的实践」であるとし、「商品のコンセプト、諸費用、広告、利益を考えるなどの経済的・経営的思考を導入すれば、より一層

起業家教育的な活動にすることができる」と述べる。こうした記述から、「経済的・経営的思考」が「起業家教育」には必要だという考えが読み取れる。

また、(3) の「職場体験学習」については「多くの場合、生徒の進路を考えさせ、働くことへの実感的理解をすすめる、生徒の生活態度を改めることなどを目標にしてなされている場合が多い」ため、「起業家教育の萌芽が見られる程度」とし、「体験した職場における、起業・経営者・勤労者の商品開発、生産工程、広告・販売等における工夫・努力にまで生徒の目が向くようになれば、起業家教育としての職場体験が実現可能になろう」と述べられている。これは原田 (2010) が述べていたアントレプレナーシップ教育であるためには「①職場体験をする事業所で単に言われた仕事をするだけでなく、工夫点や課題点を見つける」必要があると述べていたことと近いといえる。

(3) の「民間組織による『起業家教育プログラム』」については当時株式会社京都市サーチパークに作られた「起業家教育センター」による中学生向けの起業家精神涵養教材「アントレの木」、コンピュータとインターネットを用いる高等学校用起業家教育教材「バーチャルカンパニー」が紹介されている。また、早稲田大学における小学生を対象にした「早稲田ベンチャーキッズ」という教育プログラムが紹介されている。「早稲田ベンチャーキッズ」では、子どもがグループを組み、合宿生活と起業家活動を行うもので、「物を作って、お店を出して販売し、利益をあげること」という目的に向かって「市場調査→事業計画作り→仕入れ・製造→販売→決算報告・反省会」という一連の活動がなされるという。「早稲田ベンチャーキッズ」では B to C 型のビジネスをニーズの調査から収支報告まで行っている。

山根 (2003) の示した学校における起業家教育の方法からは、既に起業した人びとの姿を子どもに見せることや、民間組織と連携してプロジェクトの始まりから終わりまで子ども自身に遂行させることが起業家教育であるといえる。

高校における実践も見てみよう。

石黒 (2015) は、東方地方の県立 A 高校に新設された商業コースにおける起業家教育プログラムの内容を示している。生徒は、2013 年度に設置された起業家教育を必修科目として実施する商業コースの第 1 期生の生徒 22 名と、他コースの生徒 150 名である。商業コースで実施される起業家教育プログラムの企画・運営は、A 高校の商業科教員 2 名に加え、起業家教育の運営に精通した専門家である外部講師によって行われた。また、石黒自身も授業の一部に講師として参加している。起業家教育プログラムの内容は 3 回にわたる販売活動である。

第1回の販売活動は、2013年7月にA高校の文化祭で実施された。生徒は4グループに分かれ、各グループを会社に見立て、地元の商店やメーカーから仕入れた商品を販売する。生徒は自ら仕入れ先を選定・交渉し、仕入れ商品と仕入数を決定した。必要な資金は生徒会から借り入れたという。

第2回の販売活動は、2013年11月に地域の商工祭で一般の事業者と同様に出店することで実施された。第1回同様4つのグループに分かれ、生徒達に仕入れたい商品を検討させ、各企業と交渉もさせたという。菓子の製造を行なったグループもあったという。資金調達については、地元の信用協同組合の協力のもと、支店長らに事業計画書に基づいたプレゼンテーションによる融資交渉をさせ、合格したグループにのみ、事業資金が貸与された。2014年の7月と11月に予定されている第3回の販売活動は石黒(2015)の調査が2014年7月であったため記録として残っていない。

石黒(2015)で示された活動の流れは山根(2003)における「(3)『総合的な学習の時間』を中心とした起業家教育の実践」の中の「早稲田ベンチャーキッズ」で行われていた「市場調査→事業計画作り→仕入れ・製造→販売→決算報告・反省会」と類似した流れだといえる。また、第2回の販売活動における融資交渉はKourilskyの予定調和ではなく責任を負うことが前提とされた活動だといえる。さらに、第2回の販売活動における各企業との交渉は原田(2010)のいう「学習者自らがリスクをとってその解決策を試し、地域にあるヒト・モノ・カネなどの資源を獲得して実践してみるという活動」とも符合するものである。

石黒ではB to C型のビジネスが実践されていた。しかし、アントレプレナーシップ教育ではB to B型のビジネスも扱われてよいはずである。アントレプレナーシップ教育においてはB to C型のビジネスで消費者に対してモノやサービスを販売する実践が散見されるが会社等の中で取引を行うB to B型のビジネスについても実践がなされている。

B to B型のビジネスを扱った教育プログラムについても見てみよう。藤川ら(2011)は「社会起業家教育」として「西千葉子ども起業塾」という教育プログラムを開発し、実践している。「西千葉子ども起業塾」は「起業のシミュレーションでなく、たとえささやかな活動であっても、実際に社会の問題の解決に寄与する現実的な社会起業をさせる。地域の人たち等と問題を共有し、地域を代表する事業者との間でB to Bの事業契約をする」という方向性のもと、そのプログラムが開発された。起業体験の舞台は千葉大学西千葉キャンパスに隣接する「ゆりの木商店街」である。藤川は西千葉で起業し、千葉大生に成長・挑戦できる環境を提供したいという理

念の持ち、「ゆりの木商店街」で毎月第三土曜日に開かれる「第三土曜日」の運営も行う株式会社プロシードジャパンの吉川亮氏に協力を依頼した。

そして藤川らは次のような「西千葉子ども起業塾」の基本的な枠組みを構想した。「西千葉子ども起業塾」に参加する子どもは8月の「第三土曜日」を盛り上げる事業を吉川と契約して行うという起業体験を行うというものである。「現実的な起業」を行うことで、運営側である吉川は子どもだからといって自由にさせすぎることではなく、また子どもの斬新な事業提案によっては、それは吉川や「第三土曜日」の利益になる。また、B to B型の形態での活動によって子どもたちは「第三土曜日」の主催者である吉川に納得してもらえるような事業を考え提案する必要があり、子どもながらの限界は踏まえつつ厳しく評価することが可能であるという。さらに、「第三土曜日」を盛り上げる事業を考える上で「第三土曜日」に足りないものは何か、現状の問題は何か、といった子どもたちなりに考える過程が生じる。以上が基本的な枠組みである。プログラム開発の理念に関わるルールとして2点挙げられており、一つは子どもたちにB to Bの事業を考えさせるため客にものを売ることは禁止というもの、もう一つは子どもたちに盛り上げることに集中してもらうため現金をいかに稼ぐかに集中しないよう現金の使用を禁止することである。後者については現金の代わりに、プログラム内でのみ使用できる現金と同等の価値を持つ模擬通貨「ペア」を使用させたという。

藤川ら(2011)で示された活動の流れは山根(2003)によって紹介された起業家の紹介をしたりシミュレーションをしたりする教材や、B to C型のビジネスを目指す「早稲田ベンチャーキッズ」とは異なるものであった。また、「第三土曜日」を盛り上げる事業を提案し実践させる活動や吉川との交渉についてはKourilskyの予定調和ではなく責任を負うことが前提とされた活動だといえる。さらに、子どもたちに「第三土曜日」に足りないものは何かといった現状の問題は何かを考えさせる活動は原田(2010)のいう「当事者であればどのように解決するか、学習者自らがリスクをとってその解決策を試し、地域にあるヒト・モノ・カネなどの資源を獲得して実践してみるという活動」とも符合するものである。

ここまで原田、山根、石黒、藤川らによるアントレプレナーシップ教育について見てきた。学習者が現状に満足せず動くようなことを求めていたり、プロジェクトの始まりから終わりまでを自らが遂行することを求めていたり、学習者自身がリスクに直面しながら責任を全うするようなことを期待していたり、経済的な視点を持って計画と振り返りの実施を求めていたりした。

### 3. アントレプレナーシップ教育の先行研究をふまえた「エージェンシー」概念の考察

本章では、2章で見てきたアントレプレナーシップ教育の理論と実践をふまえて「エージェンシー」概念を考察し、エージェンシーとは世界に対してどのような働きかけを行うことなのか、学習者がエージェンシーを發揮するためにどのような授業デザインや教育プログラムのデザインが必要とされているのかを明らかにする。

アントレプレナーシップ開発センターによる「アントレプレナーシップ」の定義は、「新しい事業を創造しリスクに挑戦する姿勢であり、あらゆる職業で求められるもの」で、日本語訳としては「起業家的行動能力」が近いと述べられていた。アントレプレナーシップの定義にある「新しい事業を創造しリスクに挑戦する姿勢」は、OECD の「エージェンシー」の定義にある「変化を起こすために（中略）行動する能力」を發揮するために必要な姿勢であると考えられる。アントレプレナーシップの定義にある「あらゆる職業で求められるもの」は、OECD による「エージェンシー」が發揮される場面として「およそあらゆる文脈において發揮されるものである」と合致するものといえる。また、アントレプレナーシップを「起業家的行動能力」と訳すことについて、「エージェンシー」の辞書における意味には作用する力、働きかける力、行動する力という意味合いがあることから妥当であるといえる。よって、アントレプレナーシップ開発センターの「アントレプレナーシップ」の定義は OECD による「エージェンシー」と近い概念だといえることができる。

原田 (2010) の論では、「アントレプレナーシップ教育」は「自ら何かを起こす」行動能力の育成を目指す教育であり、学習者自身が必ずしも実践することを前提としないキャリア教育と区別されていた。ここでいう「自ら何かを起こす」とは「当事者であればどのように解決するか、また学習者自らがリスクをとってその解決策を試し、地域にあるヒト・モノ・カネなどの資源を獲得して実践してみるという活動」などのことである。「自ら何かを起こす」行動能力は OECD による「エージェンシー」における「変化を起こすために（中略）行動する能力」と近いものだと考えられる。対比的に述べられていた「雇われる立場」は主体的な存在とは言えず、いわば“patient”な存在である。指示を受けてその通りに動くという営みは「アントレプレナーシップ教育」とは言えず、また「エージェンシー」を發揮している状態とも言えない。原田 (2010) の論から、エージェンシーを發揮するとは、例えば自分であったらどのように問題を解決するか考えたり、実際に解決策を試してみたり、地域にある人々や物資、資金などの資源を学習者自らが

獲得して実践したりする状態のことを指しているといえることができる。

原田 (2010) が参照していた Kourilsky の論では、「あらかじめ定義された、失敗の起きないマイクロビジネス」を展開するような実践はアントレプレナーシップ教育ではないと批判され、予定調和でありリスクを学習者が負わないような教育はアントレプレナーシップ教育とは言えないと読み取ることができる。学習者がこの先どのような未来になるのか予測しにくく、また一定のリスクを負うようなアントレプレナーシップ教育の中で学習者の「エージェンシー」が發揮されたり育成されたりすると考えられる。

また、Kourilsky はアントレプレナーシップ教育が成功を収めるために不可欠な三つの属性を挙げていた。Kourilsky の論からは、アントレプレナーシップ教育とは、市場機会を調査したり、ビジネスアイデアを創出したり、リスクに直面したり責任を負ったりしながらビジネスを実行したりすることが求められる教育であるといえる。OECD のエージェンシーの定義を踏まえるとリスクに直面したり責任を負ったりしながらビジネスを実行することはエージェンシーを發揮するための方法であると考えられる。Kourilsky が批判した予定調和なアントレプレナーシップ教育は、エージェンシーが發揮されない教育ということも可能であろう。教育に関わる大人も、学習者である子どももこの先どのような未来が待ち受けているのかわからない中で、困難に直面しながらも自身が考えたアイデアを実行するということがエージェンシーを發揮させ、また育成する教育であると考えられる。

山根 (2003) では「(1) 小学校・社会科・産業学習における起業家教育」、「(2) 中学校社会科公民的分野の経済学習における起業家教育」、「(3) 『総合的な学習の時間』を中心にした起業家教育の実践」が示されていた。山根は「活動のはじめから終わりまでの計画を立て、活動の途中で生ずるいろいろな問題を解決するなどの、起業家的資質の必要になる場面が生ずる」ものについては「起業家教育の萌芽的实践」とし、「経済的・経営的思考を導入すれば、より一層起業家教育的な活動にすることができる」と述べていた。計画を立て、様々な問題を解決するという学習活動については OECD による「エージェンシー」の定義における「変化を起こすために、自分で目標を設定し、振り返り、責任をもって行動する能力」を發揮する学習活動といえる。「経済的・経営的思考」については、より不確実な状況において自分なりの見通しを持ち意思決定を行う際に必要な思考であり、OECD のいう予測困難で不確実、複雑で曖昧な時代において自分なりの方向性をコンパスの中で見出しながら進んでいくという考え方が符合する。

石黒（2015）では東方地方の県立 A 高校に新設された商業コースにおける起業家教育プログラムとして 3 回の販売活動が示されていた。第 2 回の販売活動における融資交渉と各企業との交渉は、高校生らのプレゼンテーション次第では交渉が成功しないかもしれないという状況での交渉であり、高校生は行為主体として積極的な働きかけを要求されているものだといえる。この働きかけを実際に高校生らが行うとき、「エージェンシー」を発揮しているということができるのではないだろうか。また、「エージェンシー」を発揮させるためには、自らの行為の結果が未来の自分に影響を与えるという仕組みが必要であるといえるだろう。

藤川ら（2011）によって開発・実践された「西千葉子ども起業塾」は、「第三土曜市」を盛り上げる事業を子どもたちが吉川と契約するという起業体験を行うものであった。「第三土曜市」に足りないものは何か、現状の問題は何か、といったことを考える過程は OECD のいうところの世界にどのように働きかけるべきかを考える段階であり、考えたアイデアを実際に計画して準備を行い、実際に実行してみるというところまで行うことはまさに「エージェンシー」を発揮させている場面であり同時に育成している場面だと考えられる。また予定調和ではなく実際に責任を負って役割を担う主催者から現実的な評価をもらうということもまた「エージェンシー」を育成するために必要な要素だと考えられる。

#### 4. おわりに

1 章において具体が不鮮明であるとされる「エージェンシー」概念がアントレプレナーシップ教育の理論や実践において検討できるのではないかと見通しを立て、考察を行った。また、日本におけるアントレプレナーシップ教育の現状としてアントレプレナーシップ教育の実施率は低く、一部の高校生、保護者、教師からはアントレプレナーが高校生に必要な力であるにもかかわらず最も備わっていない力として認識されていることが確認された。

2 章ではアントレプレナーシップ教育の先行研究の整理を行い、アントレプレナーシップ開発センター、原田、山根、石黒、藤川らによるアントレプレナーシップ教育について検討した。多くの理論や実践において学習者が現状に満足せず動くようなことを求めている、プロジェクトの始まりから終わりまでを自らが遂行することを求めている、学習者自身がリスクに直面しながら責任を全うするようなことを期待していたり、経済的な視点を持って計画と振り返りの実施を求めている。

3 章では、アントレプレナーシップ教育の先行研究を

ふまえた「エージェンシー」概念の考察を行なった。アントレプレナーシップ開発センター、原田、山根、石黒、藤川らによって示されていたアントレプレナーシップの定義から「エージェンシー」とは、「新しい事業を創造しリスクに挑戦する姿勢であり、あらゆる職業で求められるもの」、「自ら何かを起こす」行動能力と言い換えることができる。アントレプレナーシップを発揮する場面としては、計画を立て、様々な問題を解決するという学習活動、経済的・経営的思考を用いた活動、自らの提案次第では交渉が成功しないかもしれないという状況での交渉、ビジネスアイデアを創出したり、リスクに直面したり責任を負ったりしながらビジネスを実行したりすることなどが挙げられていた。

何かに働きかける、作用するという意味での「エージェンシー」はアントレプレナーシップ教育においてはビジネスを成功させるという目的のもと、学習者が現状に満足せずにもっとよくできる部分はないかを観察し、出来そうなことを周りと交渉しながら実践していくことであった。

今後は、より多くの先行研究にあたり「エージェンシー」概念の詳細の整理を行い、実際の起業家たちはどのような「エージェンシー」を発揮しているのか研究を進める。

※この 2 行は消さないでください。編集者が削除します。<sup>34</sup>

<sup>1</sup> 原文は“student agency” (p.6)

白井（2020）は“student agency”の訳について「直訳すれば『生徒（の）エージェンシー』となるが、本書では、特に別記のない限り、単に『エージェンシー』とする」としており、本稿でもこの表記に従う。

<sup>2</sup> OECD（2019）、p.32

原文は“the capacity to set a goal, reflect and act responsibly to effect change”、訳は白井（2022）によるものである。

<sup>3</sup> 原文は“the principle that students have the ability and the will to positively influence their own lives and the world around them” (p.10)、訳は筆者によるものである。

<sup>4</sup> 原文は“co-agency” (p.6)、訳は筆者によるものである。

<sup>5</sup> 白石（2020）、p.82

<sup>6</sup> Leadbeater（2016）、p.26

原文は“Yet in a more volatile, uncertain world, characterized by innovation and entrepreneurship, we now need to equip young people to solve problems of all shapes and sizes” (p.5) である。

<sup>7</sup> 本稿における Leadbeater（2016）の訳は全て筆者訳である。

<sup>8</sup> Leadbeater（2016）、pp.5-6

<sup>9</sup> Leadbeater（2016）、p.56

<sup>10</sup> 草津ら（2021）、p.33

<sup>11</sup> 同上

<sup>12</sup> 寺島（2008）、p.23

<sup>13</sup> 同上

<sup>14</sup> 田辺（2022）、p.71

<sup>15</sup> ここでいう「新結合」とは「イノベーション」のことである。



- 16 シュンペーター (1977)、p.198
- 17 英語の教育学事典である『Encyclopedia of Education Second Edition』において“entrepreneurship”と書かれた項目を見つけることができなかった。
- 18 藤川 (2006)、p.50
- 19 調査対象は「全国の全日制高等学校 (公立・私立) の進路指導主事」であり、調査期間は 2008 年 10 月 16 日から同年 10 月 22 日までであり、計画サンプル数は 5085、回収した中で有効回答数は 910 で、有効回答率は 17.9%であるという。辰巳の研究での対象とするのはこのうち「普通科高校における進路指導主事のサンプル」であり、限定後のサンプル数は 665 である。
- 20 分析の手続きについては次の通りである。質問内容は「現在実施している進路指導活動 (58 項目からの選択)」であり、そのうち「分析可能な回答数が得られたものを分析対象とし、その結果項目数は、21 項目」となった、としている。最終的に辰巳は 21 項目の進路指導活動について、学校を上位校 (進学率 70%以上)・中位校 (進学率 40%以上~70%未満)・下位校 (40%以下) に分類し、各グループでの実施率を分析した。
- 21 進学率上位校は進学率 70%以上の高校であり、進学率中位校は進学率 40%以上~70%未満の高校であり、進学率下位校は進学率 40%未満の高校である。
- 22 石黒 (2015)、p.46
- 23 山根 (2008)、p.40
- 24 竹本 (2019)、p.204
- 25 調査期間は 2021 年 9 月 14 日から 10 月 28 日までであり、調査方法は学校を通じた質問紙による自記式調査と Web 画面からの回答である。調査対象は全国の高校 2 年生とその保護者である。有効回答数は高校生が 1、815 人、保護者が 1、529 人である。
- 26 経済産業省で定義されている『社会人基礎力』(12 の能力要素) のうち、「将来社会で働くにあたり、特に必要とされる能力」と「現在持っている能力」を、それぞれ 3 つまで高校生に選ばせた結果、1 位が「主体性: 物事に進んで取り組む力」(55%) であった。また、「将来必要とされる能力・現在持っている能力とのギャップ」をみると「主体性」が最も高い 30 ポイントのスコア差があった。
- 27 特定非営利法人アントレプレナーシップ開発センター「アントレプレナーシップとは」、<https://entreplanet.org/entrepreneurship.html> (最終確認日 2022/12/26)
- 28 原田 (2022)、p.3
- 29 原文は “the identification or recognition of market opportunity and the generation of a business idea (service or product) to address the opportunity” (p.10)、訳は筆者によるもの。原田 (2010) は “Opportunity recognition” と要約し、「機会の認識」と訳している。
- 30 原文は “the marshaling and commitment of resources in the face of risk to pursue the opportunity” (p.10)、訳は筆者によるもの。原田 (2010) は “Marshaling of resources” と要約し、「リスクが存在するなかでの資源獲得」と訳している。
- 31 原文は “the creation of an operating business organization to implement the opportunity-motivated business idea” (pp.10-11)、訳は筆者によるもの。原田 (2010) は “Building a business enterprise” と要約し、「事業運営」と訳している。
- 32 原文は “turning over the day-to-day management of the student store to a group of students” (p.12) と、“outside sponsorship of a class running a pre-defined, failure-proof micro-business for a semester” (pp.12-13)、訳は筆者によるもの。
- 33 原文は “these programs miss the heart of the entrepreneurship process” (p.13)、訳は筆者によるもの。

#### 引用文献

藤川大祐 (2006) 「起業家教育」、岩内亮一・元吉修二・明石要一編『教育学用語辞典』、学文社

- 藤川大祐・阿部学・川瀬信一 (2011) 「地域連携による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、第 59 巻、pp.47-53
- Guthrie, J. (2003) 『Encyclopedia of Education Second Edition』、Macmillan Reference USA.
- 原田紀久子 (2010) 「地域連携型アントレプレナーシップ教育とその効果」、経済教育学会、『経済教育』、No.29、pp.48-50
- 原田紀久子 (2022) 「急速に変化する社会と求められるアントレプレナーシップ」、『人間情報学研究』、第 27 号、pp.1-14
- 一般社団法人全国高等学校 PTA 連合会・株式会社リクルート合同調査 (2022) 「第 10 回『高校生と保護者の進路に関する意識調査』2021 年報告書」、[https://souken.shingakunet.com/research/assets/2021\\_hogosya3.pdf](https://souken.shingakunet.com/research/assets/2021_hogosya3.pdf) (最終確認日 2022 年 2 月 16 日)
- 小牧瞳 (2023) 「エージェンシーを発揮させる授業デザインに関する研究」、人文公共学研究論集、第 46 号、pp.1-19
- 草津晃平・松本大輔 (2021) 「エージェンシー概念の整理と理論的考察—「責任」を学習する評価活動は学習活動—」、『西九州大学子ども学部紀要』、第 12 号、pp.32-40
- Leadbeater, C. (2016) “The Problem Solvers”, London: Pearson
- OECD (2019) 「OECD Future of Education and Skills 2030 OECD Learning Compass 2030 A series of Concept Notes」、[https://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning-compass-2030/OECD\\_Learning\\_Compass\\_2030\\_Concept\\_Note\\_Series.pdf](https://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning-compass-2030/OECD_Learning_Compass_2030_Concept_Note_Series.pdf) (最終確認日 2022 年 12 月 26 日)
- Sahlman, W. A. & Stevenson, H. H. (1992) The Entrepreneurial Venture: Readings. Boston, MA: Harvard Business School Publications.
- Schumpeter, J. A. (1926) Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung、2.、Duncker und Humblot (シュンペーター『経済発展の理論 上』、塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳、岩波書店、1977 年)
- 白井俊 (2020) 『OECD Education 2030 プロジェクトが描く教育の未来 エージェンシー、資質・能力とカリキュラム』、ミネルヴァ書房
- 田上敦士・金子春生・風呂本武典・澤田大吾・小河浩・下田旭美 (2022) 「アントレプレナーシップの系譜」、広島商船高等専門学校紀要、pp.105-112
- 田辺大 (2022) 「ソーシャル・アントレプレナーシップ (social entrepreneurship) の日本語訳の研究—対照言語学の視点から—」、The Nonprofit Review、Vol.21、Nos.1&2、pp.71-80
- 辰巳哲子 (2010) 「生徒のニーズ別キャリア教育の展開方法の差異に関する考察」、Works Review、Vol.5、pp.152-165
- 寺島雅隆 (2008) 「現代における起業家教育の実現性」、名古屋文化短期大学研究紀要、第 33 集、pp.22-28
- 特定非営利法人アントレプレナーシップ開発センター「アントレプレナーシップとは」、<https://entreplanet.org/entrepreneurship.html> (最終確認日 2022 年 12 月 26 日)