

地方経済立て直しのために¹

日本人の意識改革

東北大学 西澤昭夫研究会

木村允之²

黒澤健一郎³

中野隆一⁴

2004年12月

¹本稿は、2004年12月11日、12日に開催される、ISFJ（日本政策学生会議）、「政策フォーラム2004」のために作成したものである。本稿の作成にあたっては、西澤教授（東北大学）をはじめ、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得べき誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

²東北大学 経済学部経営学科3年 tatatata121@hotmail.com

³東北大学 経済学部経営学科3年 sumblink141@hotmail.com

⁴東北大学 経済学部経営学科3年 kakakakakaka18@hotmail.com

要旨

これまで、地方経済は工場の誘致と公共事業、農業保護によって支えられてきた。しかし、プラザ合意後の産業の空洞化の浸透により企業の誘致が衰退し、財政赤字により公共事業・農業保護の削減が図られている。これらにより、失われた雇用の受け皿としてベンチャー企業における地域クラスターの形成が注目されている。

日本のベンチャー企業は、ベンチャー支援政策がある程度充実してきているにもかかわらず、なかなか成功にいたっていないという現状がある。日本でベンチャー企業が育たない要因として、起業家の不足と個人投資家の不足という2点を大きく挙げることができる。これに対し、新規事業創出促進法、エンジェル税制などの法的支援により活発化を目指しているが、依然として大きな成果にいたっていない。その原因として、創業や投資を必要以上に危険と感じる保守的な国民性があると考えた。

そこで、この国民意識を改革するために、アントレプレナーシップ教育に注目することにした。アントレプレナーシップ教育とは起業教育を意味する。起業教育というと、アメリカのMBAのようなものに目が行きがちであるが、長年培われてきた固定観念を崩すことは、容易ではない。そこで、この教育を初等教育から組み入れることにより、日本人の創業や投資に対する抵抗感の緩和につながると期待できる。

しかしながら、現時点では、この教育は近年注目を集めているが、あまり広く取り入れられていない。個別にこれを行うには、システムの体系化が進んでいないといった障壁が存在するからである。そこで、個別にこれを進めていくのではなく、制度化しシステムを体系化すればよいのではないかという点に注目した。

本稿では、仙台市立太白小学校と仙台市立柳生小学校による東北モデルを例に挙げ、アントレプレナーシップ教育の重要性を説くとともに、アントレプレナーシップ教育の制度化といった政策を提言していきたい。

目次

はじめに

第1章 地方経済の実情とベンチャー企業の必要性

- 第1節 (1. 1) 地方の現状
- 第2節 (1. 2) 産業の空洞化と公共事業の削減
- 第3節 (1. 3) 雇用の創造のためのベンチャー企業

第2章 ベンチャー企業のいま

- 第1節 (1. 1) ベンチャー企業とは
- 第2節 (1. 2) ベンチャー企業の歴史
- 第3節 (1. 3) ベンチャー企業の失敗
- 第4節 (1. 4) 個人投資家の存在
- 第5節 (1. 5) 日本人の起業意識

第3章アントレプレナーシップ教育

- 第1節 (1. 1) ベンチャー企業が育たない要因
- 第2節 (1. 2) アントレプレナーシップ教育
- 第3節 (1. 3) 「東北モデル」

第4章 起業家・投資家の育成のために

- 第1節 (1. 1) 政策提言にあたって解消すべき問題点
- 第2節 (1. 2) 政策提言

参考文献・データ出典

はじめに

日本経済が回復の兆しを見せ始めている中で、地方においてはいまだに厳しい現状にある。公共事業の削減や産業の空洞化により雇用先が失われ、これに代わる新たな雇用の受け皿がなく、地方経済を支える産業自体が脆弱なのが現状である。そこで地方に新たな産業を生み出す役割を担う新規創業企業群としてベンチャー企業が期待されている。しかし、ベンチャー企業、は支援策があるにも関わらず、様々な問題からほとんど成功を取めていない。そこで、本稿では、ベンチャー企業の失敗の背景にある問題点を明らかにし、日本人の起業に対する意識を変革させていく政策提言をしていく。

まず第1章では、地方の現状分析を行い、地方経済が厳しい状況に置かれていることとその理由を明らかにしていく。そして地方経済が復興していくためのベンチャー企業の重要性を説く。

第2章は、ベンチャー企業の現状分析を行い、過去や現在のベンチャー企業支援策が本当に支援策となり得ているのか、ベンチャー企業の真の問題点とは何かを明らかにし、日本人の意識の問題にまで踏み込んだ分析を試みる。

第3章では起業に対する意識改革を行うための「アントレプレナーシップ教育」の内容について述べる。そしてこの教育の重要性を、柳生小や太白小の例を挙げながら説いていく。

最後に、第4章で、アントレプレナーシップ教育の現状と問題点を述べ、それを踏まえた上での教育改革を中心とした政策提言を行っていく。

第1章 地方経済の実情とベンチャー企業の必要性

低迷を続ける日本経済にも近年ようやく回復の兆しが見られるようになってきた。しかしこれはあくまで産業全体を総じての回復であって、地方経済の疲弊具合は一向に改善されていない。プラザ合意後、日本企業は生産拠点を労働力の安い途上国に移すことでコストダウンを図り、成長してきた。「産業の空洞化」によって日本の地方にあった工場は閉鎖され、雇用は削減された。加えて、地方に雇用を生み出す公共事業も現在減らされる方向に向かっている。この厳しい現状の中で、地方経済に活力を与え、新たに雇用を生み出す新産業創出のキープレイヤーとして地域クラスター、特にその中核をなすベンチャー企業に注目する。

第1節 地方の現状

バブル崩壊後、景気低迷の道を進んできた景気動向も、近年、日本経済の全体としてみるとようやく上向きにシフトしてきている。しかし、地方ごとに目を向けると、依然として厳しいところもあり、地方間のばらつきが目立つ。平成 16 年 7 月実施の第 11 回地域経済産業調査によると、景況は地域別にみると、東海地域は「改善している」、関東、近畿、中国、九州、沖縄地域は「緩やかに改善」となっている。また、北陸地域は「持ち直しの動き」、東北、四国地域は「緩やかな持ち直しの動き」となっており、北海道地域は「概ね横ばいで推移」となっている。しかし、有効求人倍率は一番高い東海地方の 1.24 倍に比べ、北海道地方では 0.52 倍、沖縄地方にいたっては 0.39 倍と明らかな差が見て取れる。

地域の景況は、輸出関連型産業を中心とした需要の増加、企業収益の改善、設備投資の増勢傾向等を背景に、総じて回復傾向にあるものの、今なお、地方経済は疲弊し、潜在的失業者も多い。人々の事業に対する高い意欲や、従事している業務への取り組み意欲が喪失している恐れが無きにしもあらずと言える。地方の地域経済は疲弊しきって、少々の意欲や意志でもって、業務に取り組んでも、うまくいかないことが比較的多い。経済の疲弊は、人々の意欲や意志にまで悪影響を及ぼしかねない状況となっている。

	前回調査 (16年2月)	今回調査 (16年6月)	前回と の比較 *	有効求人倍率 (全国平均 0.80倍) **
北海道	横ばいで推移する も一部に弱い動き	概ね横ばい	↑	0.52
東北	緩やかな 持ち直しの動き	緩やかな 持ち直しの動き	→	0.60
関東	持ち直しの動き	緩やかに改善	↑	0.88
東海	改善している	改善している	→	1.24
北陸	緩やかな 持ち直しの動き	持ち直しの動き	↑	0.95
近畿	持ち直しの動き	緩やかに改善	↑	0.77
中国	持ち直しの動き	緩やかに改善	↑	0.97
四国	一部に持ち直しの 動き	緩やかな 持ち直しの動き	↑	0.77
九州	持ち直しの動き	緩やかに改善	↑	0.60
沖縄	持ち直しの動きが 続く	緩やかに改善	↑	0.39
* ↑は上方修正、↓は下方修正、→は判断据え置き ** 月間有効求人倍率 5月(季節調整値) 資料 厚生労働省 「職業安定業務統計」				

第2節 産業の空洞化と公共事業の削減

過去において、地域経済活性化の大きな柱は、企業の誘致と補助金付き公共事業の導入とであった。しかし、それらは、引き続いて継続することが困難な状況となっている。企業誘致は、企業が労働力のより安価な東南アジアや中国に生産の拠点を移転したことにより、以前のように行われなくなった。そして、リストラされた勤労者の受け皿としての役割を果たしていた公共事業は、国及び地方公共団体の財政圧迫で、大幅な削減を余儀なくされている。この傾向は加速されることはあっても、流れは大きく変わらないと見られる。

プラザ合意以降の企業の海外投資増加による、いわゆる「産業の空洞化」が発生した。これは、80年代後半では、日本経済がバブル期を迎えていたため、大きく取り上げられることはなかったが、バブルが崩壊した90年代に入って深刻な問題となっている。海外生産の拡大を受けて、製造業の海外生産比率は90年代当初の6%台から倍増し、00年には14.5%に達している。業種別に見ると、電気機械や自動車等の輸送機械工業といった日本の経済発展をリードしてきた産業で海外生産比率が上昇しており、国内生産が縮小傾向にあることが窺える。中国等からの輸入も増加しており、国内産業に対するいっそうの影響を与えることも懸念されている。製造業の事業所数も90年を境に減少を続けており、就業者数の減少にも歯止めがかからずにいる。

また、GDPにおける公的固定資本形成(公共投資)は、1990年代初めに30兆円の大台を超え、90年代半ばには40兆円前後で推移した。ここ数年は公共事業の削減が進んではいるが、欧米などの公共事業のGDP比は3%程で、財政を再建するためには、日本の公共事業費も約15兆円の規模に縮小すべきだと考えられる。

公共事業は、産業の脆弱な地方経済にとって、失業者の受け入れ先となり、景気が悪化するのを防ぐ効果があった。しかし、公共事業による多額の国債発行で、日本は先進国一の借金国である。また、ダム建設などによる環境破壊も進んでいる。加えて、日本の成長を支える産業が、

重厚長大から軽薄短小へと移行するなど、経済構造が大きく変化したため、公共事業がもたらす波及効果自体が縮小している。つまり、現在のペースで公共事業を行っていくことはもう不可能な状況であり、無駄な事業を見なおす必要がある。減少する公共事業について、それを従来の方式で遂行しているだけでは、地方経済の下支えも十分行うことは困難な状況である。公共事業の縮減に合わせて、地方経済の疲弊は進む恐れがある。特に公共事業依存の大きい地方経済において、それに代わる産業、雇用を生み出す努力が必要になる。

以上の2つの側面から、今まで地方経済を支えていた基盤が揺るぎ始めていることがわかる。しかし、こういった疑念は、何も今に始まったことではない。以前にも、地方経済を活性化させようとする試みはあった。その代表がテクノポリス政策である。テクノポリス政策とは、ハイテク産業を域外から誘致し、地域における産業の集積を図ろうとした政策であった。実際に全国で26地域が国からテクノポリス地域に指定された。しかし、先に述べた企業の海外進出、バブル崩壊と平成不況による国内の民間投資の停滞といった経済的諸問題に加え、テクノポリス開発計画自体が抱える問題のため、当初の成果をあげるには至らなかった。テクノポリス開発計画は、もともと地方にあった在来型重化学工業や地域色の強い産業をまったく無視し、戦略産業をハイテク型産業に絞ってしまったため、産業間での技術移転がほとんど行われないうというミスマッチを生んでしまったのであった。

第3節 雇用の創造のためのベンチャー企業

テクノポリス政策の事実上の失敗を受け、新たに地方経済の担い手として大学発ベンチャーによる雇用の創出について注目されてきている。大学発ベンチャーでは、地域産業の特色を最大限に生かすことができる。また、ベンチャー支援策の重要性というものは、地方経済の活性という目的にとどまるものではない。

前述の「産業の空洞化」を懸念する声に対して、次のような反論がなされている。そのひとつは、日本の海外生産比率は上昇しているとはいえ、欧米諸国と比較すると、未だ半分程度であり問題とするような水準ではないというものである。また、輸入は増加しているものの、海外進出した日本企業から逆輸入も少なくないうえ、依然貿易収支は黒字であり、大きな問題ではないという意見もある。加えて、輸入の増加は、貿易相手国の成長に寄与し、ひいてはわが国に競争力がある産業分野からの輸出を誘発する側面も有していることから、世界経済の発展にも寄与するという見方も存在する。標準的な経済学の立場から見ると、生産拠点の海外移転に伴う雇用等への影響は、生産要素の価格調整や産業間移動を通じて調整されていくと考えることができる。国際競争力を失った産業が国内工場を縮小、閉鎖して海外に生産拠点を移した場合、短期的に見るとその産業における雇用機会は減少するものの、中長期的にはこの「失われた雇用」は非製造業を含めた別の競争力のある産業に吸収されていくものであり、こうした現象は正常な経済発展の過程であるにとらえることもできる。

しかしながら、ここで留意しなければならないのは、海外生産の拡大が国内雇用や貿易収支に対し大きな影響を与えないためには、流出した生産拠点にかわる成長力と国際競争力を有する産業が国内において創出されることが前提となることである。現時点でもっとも深刻な問題は、こうした前提が成立していないところにある。事業所数はかつてないスピードで減少している。製造業での事業所数の減少が顕著であるが、全産業ベースでも事業所は大きく減少している。

このことにより、日本の製造業の発展を支えてきた「モノづくり基盤」が脆弱化し、喪失してしまうことも懸念される。日本においては、自動車や家電産業に代表される垂直的な生産分業体制が構築されてきた。また、大田区に代表される城南地域や東大阪地域に見られるように水平的な生産分業からなる都市型産業集積なども存在する。こうした生産分業ネットワークは、中小製造業が自社の生産領域を比較的狭い範囲で限定化して、その範囲で、効率的に技術の高度化、差別化を図ることを可能にしてきた。また、新たな技術や産業を生み出すもととなり、これを育成

していく機能を発揮してきた。この高度化した中小製造業を基軸として形成されてきた分業ネットワークの存在は、日本におけるモノづくりの基盤であり、競争力の源泉の一つであったといっても過言ではない。しかし、こうした生産分業ネットワークが、国内製造業の生産拠点の海外移転、国内生産活動の低迷が続くことにより、ネットワーク内において一定の生産量を維持できなくなることで、弱体化していくことが懸念されている。事実、既に大田区や東大阪市では、急速なスピードで事業所数の減少が進んでおり、分業ネットワークの弱体化が伺える。

今後、日本の製造業の発展に必要なものは、産業の集積である。「産業の空洞化」の進展により、既存企業の工場等は業績などに左右され、閉鎖・国内からの撤退が以前にも増して頻繁に起こるようになった。こうした現状に対処するには、より積極的に産業を創出することが求められる。このため、企業の研究開発活動を活発化させることによって、新製品・新分野の開拓を進め、高付加価値化につながる新素材、新製品・サービスを生み出していくことにより、日本の製造業の発展の基礎となってきた「モノづくり基盤」の再生、強化を図ることが重要だと考えられる。個々の企業が経済活動のグローバル化が進展する中で、たとえ限られた工程や製品分野の中であってもイノベーションを持続的に追求し、これを実現することで、自らの企業価値の向上をいかに図るかが最大のポイントである。

ベンチャー企業は、その地方ごとの特色を活かした産業の創出が既存企業よりも容易であり、これが地域に根ざした企業であるならば、ベンチャー企業の成長とともに地方経済に確かな経済波及効果を生むであろう。そして、ベンチャー企業を中心として地方に地域クラスターが形成されるまでになれば、地方に新たな産業・雇用が創出され、産業の空洞化は改善されるであろう。私たちは、地方の活性化を主目的としてのプランではなく、日本経済の明日を担う、キープレイヤーとして、結果としての地方活性化を日本のベンチャー企業の行方に委ねたいと考える。

第2章 ベンチャー企業のいま

新産業創出の担い手となる、技術イノベーションを事業基盤とするベンチャー企業は、初期投資が膨大になり、その「破壊的技術」が市場に受け入れられるまで時間がかかるという性格を有するために、日本での歴史を振り返ってみてもあまり成功していない。近年では廃業率が開業率を上回ってしまうという状況まで起こってきた始末である。ベンチャー企業を支援する法整備が最近徐々になされてきているものの、問題点をしっかりと見据えたものでは無いようにみえる。また、経営能力のある人と起業家が出会えないという現状もうまくいかない1つの原因である。これに加えて、日本人はその潜在的リスク回避思考から投資に対してある種の抵抗感を持ち、個人投資家がほとんどいない現実と、起業しようとする意識が低いという国民性があいまって、ベンチャー企業が成長しにくい基盤が出来上がっている。この現状を打開するために、子供たちに起業教育を行い、起業や投資を身近に感じられる環境を作る必要がある。

第1節 ベンチャー企業とは

地域クラスターの中核となるベンチャー企業は「高い志と成功意欲を持った起業家を中心とした、破壊的技術を持ち、それを商品化・事業化することによって新規市場の開拓を行い、短期間での成長を目指した独立した小組織」(松田修一『ベンチャー企業の経営と支援』新版 2000年)と定義される。このベンチャー企業の持つ「破壊的技術」が成長を支える重要な要素であり、イノベーションを生み出し経済を活性化させるものなのだが、その性格上、様々なリスクが存在している。ベンチャー企業にはカネ・ヒト・モノなどの経営資源が不足している一方で、研究開発費などの初期投資が膨大になってしまう。というのも、ベンチャー企業の持つ「破壊的技術」はその時点では市場に受け入れられたものではない。その技術によって新市場を創造し、顧客を確保し、他の既存企業が参入してきたとしても優位性を持ち続けるためには、初期段階で研究開発・製造・販売などに膨大な経営資源をつぎ込む必要があるためである。そのためにベンチャー企業には日本においては、1995年に中小企業創造活動促進法が制定されて以降、大学技術移転促進法や新事業創出促進法、中小企業基本法や開業資金に関する大幅な改正など法的な整備が行われている。また TLO の設立やインキュベーターの開設が進み、ベンチャー企業支援インフラは着実に創られてきている。しかし、これらの支援策は、以下で説明するとおり、きちんと問題点を見据えたものであるとは言い難い。

第2節 ベンチャー企業の歴史

実は1995年以前にも日本には2度ほどベンチャーブームが存在した。第一次ベンチャーブームは1970～73年頃にあり、これを牽引していたのは民間ベンチャーキャピタル(VC)であった。このVCは銀行と証券会社の共同出資によるものが多かったのだが、両者の業態の違いやVCへの力点の違いから、その多くは成功を収めることができなかった。またこのVCの業務の中心は圧倒的に融資であった。ベンチャー企業の特性を考えた時に融資という形態での支援は有

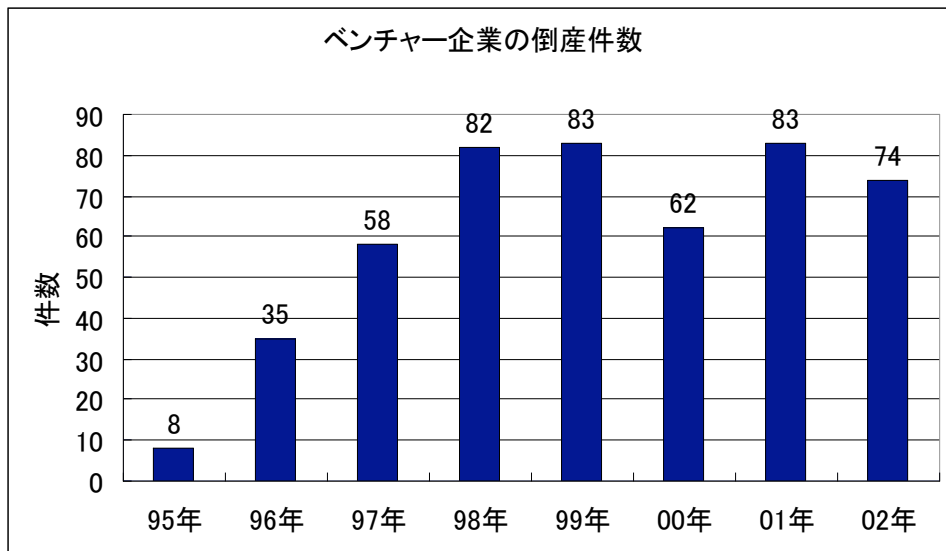
効なものであるとは言い難い。これらの理由に加え、オイルショックが起きたことにより第一次ブームは収束して行ってしまった。第二次ベンチャーブームは1983～86年頃に起こり、この時はVCの投資ファンドの導入や株式市場の公開基準の緩和、投資育成会社のベンチャー企業への投資が可能になる運用の改正が行われた。このように資金面での整備が進み、多くのベンチャー企業は積極的に設備投資を行なったが、これが仇となり85年の円高を乗り越えられず次々と倒産し、第二次ベンチャーブームも終わりを迎えた。

第3節 ベンチャー企業の失敗

第一次・第二次ベンチャーブームにおける支援も、その支援による継続的なベンチャー企業育成が行なわれていないことからわかるとおり、問題点をきちんと把握できていなかった。現在行われているベンチャー支援策も資金調達・技術の面に集中してしまい、ベンチャー企業を実際に立ち上げ動かしていく人材＝起業家の育成については疎かにされている。

この点は、支援策が多く出揃ってきた2000年以降、ベンチャー企業の倒産件数が増加していること(図1)、その倒産要因として多く挙げられるのが「販売不振」、「経営計画の失敗」、「放漫経営」などといったものであり、これらは起業家の力量に関わるものである、ということからも示されている。これは、市場ニーズを把握不足、中長期的な視点に立った経営計画の不備、企業内部の経営管理の拙さなど、起業家の経営能力の無さによるものである。そして、そのような経営能力の乏しい起業家が経営のノウハウや企業管理の方法などを学び、経営能力を身に付ける機会が少ないのが現状である。本来ならば、起業家を中心にして有能な経営者がチームを組んでベンチャー企業を立ち上げることができれば良いのであるが、実際には両者が出会う機会は多くなく、起業家自身が経営全般を行なうことになってしまっているのである。

図1



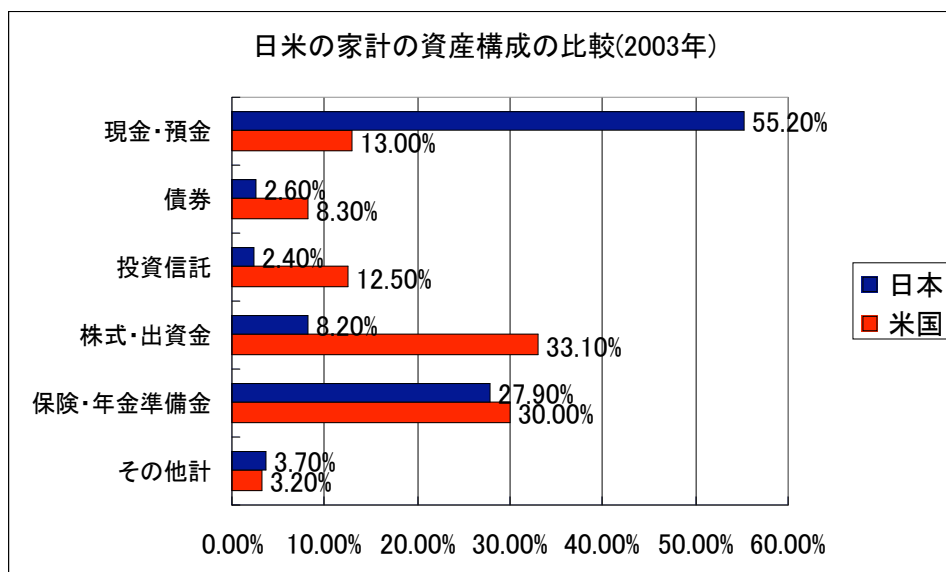
(出所：帝国データバンクの調査データより作成)

*2002年は7月まで

第4節 個人投資家の存在

また、資金面の支援策自体にも不備がある。日本では、ベンチャー企業の資金調達の多くは VC などのベンチャー投資機関に頼ったものである。しかし米国においては、VC の他に、ビジネスエンジェルと(BA)呼ばれ、ベンチャー企業の創業段階で投資してくれる個人投資家が多く存在している。彼らの投資額は VC を上回るとされ、ベンチャー企業の成長に大きな役割を果たしている。日本においては、この BA がほとんど存在しない。これを憂慮し、エンジェル税制が 1997 年に導入されたが、この制度自体に様々な問題点があるため、未だに日本では BA は少ないままである。もっとも、米国の BA の多くは既に成功を収めたベンチャー企業の企業家になることが多いが、そもそも日本ではそのように成功を収めた起業家がないといった根本的な問題もある。しかし、日本にも成功を収め、富を築いた人や金銭的に裕福な人々がいないわけではない。これらの人がベンチャー企業の性質や役割を理解すれば、日本的 BA が生まれる可能性も出てくる。BA に限らず、個人投資家はベンチャー企業においては重要な存在である。創業から成長段階においてはもちろん、ベンチャー企業が店頭公開市場に上場した際にも彼らは不可欠なのである。個人投資家から資金を調達するには、人々がベンチャー企業についての理解を深めると共に、投資についての理解を深める必要がある。日本人は総じてリスクを回避したがる性向にあり、また『代々の教え』などで「株に手は出さな」などと教えられることがあるため、投資について誤ったマイナスイメージを持ってしまう。そのため日本人の個人資産は、株式や債券などではなく、預貯金に流れてしまい(図 2)、最近その重要性が叫ばれている直接金融市場が活性化される効果は持ちえていない。日本人の投資についての誤った認識を改善し、投資意欲を持たせることが必要となる。

図 2

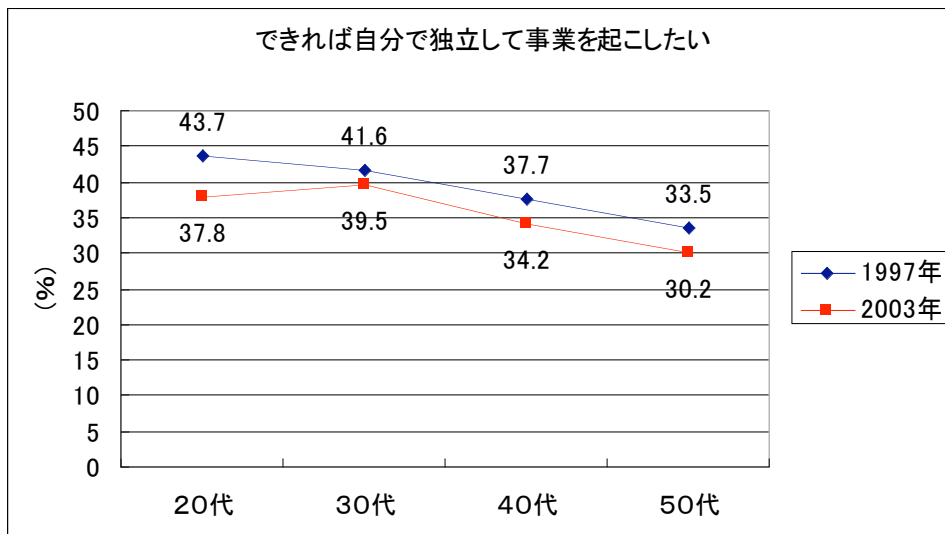


第5節 日本人の起業意識

起業家育成に関連した根本的な問題として、日本人の起業についての意識は非常に低いことが挙げられる。いくら資金があり、先進的な技術を持ち合わせていても、その人に起業意識がなければベンチャー企業は生まれません。しかし、起業意識というものは持てと言われて持てるもので

はなく、また既に技術は持っているが起業する意思のない人に起業意識を持たせることも困難である。これらは先ほど述べた日本人の性向や、誰もが起業できるわけではないという考えがあり、破産した時に経営者(企業家)に対して非常に厳しい処分を下し、再び立ち上がることのできないような社会環境に起因するものと考えられる。さらには長引く不況により、近年の起業意識はさらに低いものとなり、特に若年層では親の安定志向の影響からか、起業意識は特に下落している(図3)。このように社会に根付いてしまっている考え方や風土を変えていくことは非常に困難である。しかし、このことを変えていき、起業することがごく普通のことで、倒産に対しても寛容で再起を図ることができやすい社会を作っていかなければ、産業の空洞化が進み、雇用情勢が逼迫している地方は衰退の一途をたどるのみである。

図3



(出所：NRI「生活者1万人アンケート調査1997年、2003年」より作成)

起業意識を社会に浸透させることは確かに困難である。しかし、子供時代に起業教育を受け、起業家精神に触れ、起業についての理解を深めていくことができれば、彼らが成長していくに従って社会は大きく変わっていくのであろう。まだ社会の固定観念の影響をあまり受けず、柔軟な発想ができ、様々なアイデアを生み出すことのできる時代に起業することのおもしろさ、成功を収めることの喜びを知る人が多くなれば、日本の起業家は確実に増えるであろう。この「アントレプレナーシップ教育」を行う場は主として学校になる。現在小学校に取り入れられている総合学習の時間で行うことが可能であろう。ただし、学問を身に付ける子供時代に『金儲け』について考えると思われるような教育を施すことに、抵抗感を覚える人々や社会(地域)も少なからずある。そのような人々の考え方も変えて、起業についての理解を深めてもらうことが必須であり、そのためには、子供のみならず地域住民達にもアントレプレナーシップ教育を行うことのできる場を作ることが必要である。

第3章 アントレプレナーシップ教育

ベンチャー企業が成長に至らない要因は、投資家不足、起業家不足、経営能力不足の3つに大きく分けられる。特に起業家不足、投資家不足この2つが日本経済にベンチャー企業があまり育たない要因だと考えた。これらの問題が日本人に潜在する安定思考にあると考え、その意識改革のために「アントレプレナーシップ教育」の重要性を説きたい。小中学校といった発達段階においてアントレプレナーシップ教育を取り入れること、これが経済諸活動に対する抵抗感をいくらか和らげることに繋がるのではなかろうか。本章では、仙台市立柳生小学校や仙台市立太白小学校で行われている「東北モデル」を例に具体的なやり方について触れていく。

第1節 ベンチャー企業が育たない要因

前章の分析を踏まえると、ベンチャー支援策が充実してきているにもかかわらず、なかなかベンチャー企業が成長に至らない要因として、次の2点を主としてあげることができる。

- ①投資家不足
- ②起業家不足

これらについて、新事業創出促進法により積極的な起業に結び付けようとしたり、エンジェル税制により投資の拡大を図ったり、といった政策を採っているが、結果として小規模な影響しか与えていない。その要因は、安定を好むといった国民性にあると思われる。現在の起業支援策や投資家保護策には、多くの人々の起業・投資意欲をかき立てるほどの効果は期待できない。そのため、日本人の安定を好む志向、起業や投資に関しての意識を根本的に変えていく必要がある。しかし、これは簡単なことではない。

では、本当に国民の意識改革をすることは不可能なのだろうか。なにも、安定志向といった国民性をすべて排除しようというわけではない。ただ、起業や投資を必要以上に危険だと捉えている現状を緩和することができれば、随分と日本のベンチャー企業も創業や成長を実現しやすくなるのではないだろうか。しかし、それでもすでに構築された固定観念を壊すことは、確かに容易ではないように思われる。私たちは、固定観念ができてしまわないようにしたらどうだろうかに注目した。政府の政策を客観的な視点からうかがうと、投資家や起業を目指す人にダイレクトに「意識改革」のメッセージを送っているだけで、若年層への試みが足りないように思われる。私たちはむしろ「アントレプレナーシップ教育改革」の重要性に注目すべきだと考えたのである。

第2節 アントレプレナーシップ教育

「アントレプレナーシップ教育改革」とは、初等教育からのビジネス教育のあり方を根本的に見直そうといった考えである。私たちは、小学校、中学校といった比較的発達段階の子供たちに起業、投資に代表される諸経済行動に対するある種の抵抗を緩和するといった面において、初等教育から起業教育を取り入れるといったことが良い影響を及ぼすのではないかと考えた。

明治以来、日本の教育においても起業的精神にあたる「独立自助」を叫んだ福沢諭吉や植木枝盛のように、独立心や自立心を育てようとする実学的な教育はあった。しかしながら、道徳律や、心構えとして取り上げられることが多く、これまで具体的な学習プログラムが開発され、組み込まれることはなかった。アントレプレナーシップ教育は、90年代半ばに、アメリカ、イギリス、北欧のモデルが紹介され、先進国型の新たな学習として注目されるようになった。近年まではベンチャーの育成を強く望む民間や、一部の大学主導で普及がはかられてきた。その後、教育改革国民会議が、起業家精神の涵養を取り上げたことで、学校教育への導入に弾みがつき、3年ほど前から、先進的な小・中・高での取り組みがはじまっている。しかし、公教育の場でこういった教育を進めるには、まだ依然としてさまざまな抵抗があり、難しいという現状がある。

アントレプレナーシップ教育を一言で言うとは、生活の中から社会で自立を図る学びといえる。あるいは、未来を拓くたくましい人材育成の教育とも言われ、起業家的な資質や能力の育成を狙いとして、より具体的で実践的な学習を織り込みながら学ぶのを特徴としている。

アントレプレナーシップ教育の狙いは、起業家精神を育て、起業家的資質・能力を有する人材として、個の能力を最大限に育てることにある。起業家精神とは、未来を拓くチャレンジ精神であり、創造性や探究心、自信をとまなうものをさし、起業家的資質・能力とは、課題を解決するため、情報を収集・分析する力、アイデアを試す企画力、協同して取り組むチームワーク力、さらに、判断力、実行力、リーダーシップ、表現・プレゼンテーション力、コミュニケーション力等をさしている。つまり、これは、起業家育成を主目的としたいわゆる「起業家教育」にとどまることなく、まさに、「生きる力」を育む総合的な学習のねらいに合致した教育といえる。

実際に開発されたアントレプレナーシップ教育のプログラムは様々あるが、実践の中で学ぶスタイルである。主に起業家をモデルに、経済活動を題材にして学ぶことが特色といえる。これまで、教室での学習は、課題を与えられ、受け身の立場で、消費者側の立場で物事を考えて課題に取り組む学習が多かった。しかしアントレプレナーシップ教育は、今度は逆に、学習者が、生産者や経営者側に立って、課題解決に取り組む学習になるのである。実社会に働きかける立場を再現して学ぶのである。

例えば、子ども達が、地域の活性化を狙いとして、地域の特産品の開発に取り組んでみるとする。まず子どもたちは、身近な商店や企業などの立場で、商品開発のための会社を作ってみる。そして、それぞれの子ども会社が、目的にそって事業計画を作り、商品開発にあたりと同時に、仕入れ計算、商品の市場調査、宣伝、そして販売に至るまで体験して学ぶのである。

アントレプレナーシップ教育の利点は、自らの力を頼りに課題解決を図る学習、子ども主体の学習になることにある。そのため、学習者の意識を大きく変え、それまで、サービスを受ける立場から眺めていた世界が、働きかける対象として新たに発見できることにある。けっして、アントレプレナーシップ教育は職業教育でも、起業のノウハウを教え、即戦力の企業家を育てるといって、狭い教育、言い換えれば、キャリア教育に止まるものではない。社会にある、仕事や職業等をかりて学習する、生活の中から自立を図るための芽を育てる学びである。まさに、基礎学力の上に「生きる力」を育てる、生きていくための新しい学力の獲得をめざした教育である。

アントレプレナーシップ教育の実例として、「東北モデル」と呼ばれる、仙台市立柳生小学校と仙台市立太白小学校の例を以下に挙げる。

第3節 「東北モデル」

① 仙台市立柳生小学校「バーチャルカンパニー」起業教育東北モデル

平成13年度、希望する6年生20人を対象に課外時間に、一年間試行した初のアントレプレナーシップ教育。地元の「柳生和紙で作った商品をインターネット上で世界に販売する」をテーマに、6年生が仮想の会社「バーチャルカンパニー」を4社作り、開発した商品をネット上で模擬販売し、投票形式で購入してもらった。中学生、保護者も参加し、大きな反響を呼んだ。講師にはベンチャー会社の社長があたり、後援は東北経済産業局。この記録のHPは平成14年度、文部科学省インターネット活用教育コンクール〔特賞〕を受賞している。

② 仙台市立柳生小学校「キッズ ファーム」

平成14年度、5年生の「総合的な学習」の時間に90時間、本格導入して展開したアントレプレナーシップ教育。126名が19社に分かれて、実際に栽培し収穫したハーブと、柳生和紙等を活用して商品開発にあたり、出来上がった商品を、区民祭り、繁華街の一番町で販売体験し収益を得た。収益金を市民の祭り「光のページェント」へ寄付した。リアルな販売を伴う初めての試みで、他校のモデルとなったプログラムである。民間の力を借りずに教員4名の指導でおこなった。後援は東北経済産業局。

③ 仙台市立柳生小学校「The 柳生ネット」

平成14年から始めたIT活用の起業教育。コミュニティづくりを目指すネットワーク創りに、6年生がメディア・プロダクションとして参加。ブロードバンドに対応した、まち紹介のWebテレビ、地域諸団体等のHPづくりに取り組み中である。

④ 仙台市立太白小学校「太白アントレ」

平成15年度から、太白小学校では、総合的な学習の中に起業教育を導入した。地域活性化を狙いとしたアントレプレナーシップ教育の開発を狙いとして、「まちを調べ、元気なまちを創ろう」テーマに、少子・高齢化の進む地域を元気にするため、取り組んでいる。全学年アントレプレナーシップ教育的な視点から取り組んでいるが、5年生が中心になり、アントレプレナーシップ教育として「夢未来～ん！こんなにいいぞ太白は」を学習テーマに設定して取り組んでいる。これまで、地域を調べ、まちをきれいにするための活動をしてきたが、現在は、地域紹介のための特産品の開発にあたっており、引き続き、特産品の販売や、催し物を織り込んだ地域紹介のイベントを企画している。

また、放課後に地域講師を迎えて開設されたアフタースクールの中でも、アントレプレナーシップ教育は展開されている。夏休みから児童と地域の方々と協働で、太白地域の自然素材を活用した商品づくりにあたった。10月23日に開催された太白区民祭りで開発された、ドングリ染めや木製置物、コースター等々十種の新たな商品を、太白アントレの店、「太白バザール」として出店、販売した。3～6年生の希望児童が手作りした商品は“太白山からの贈り物”として販売され反響を呼んだ。

現在アフタースクールは、「小中学生発明発見王コンクール」への参加をめざして、新たな取り組みを始めている。

実際にアントレプレナーシップ教育を体験した柳生小の子ども達は、夢中になって取り組み、「卒業してもこの勉強を続けたい」と語っていた。太白小の子どもも、「面白い、もっと続けたい」と話しているように、子どもの学習意欲を格段に高め、親からも「大人になった」と好評の学習である。

柳生小から始めたアントレプレナーシップ教育のモデルは、平成14年度には宮城県内3校（荒巻小、郡山小、高清水小）へ、平成15年度は、東京の三鷹市立第四小学校にも波及して、「四小カンパニー」として展開しはじめ、さらに、山形県ほか近県で導入が試みられている。

太白小学校においても、少子高齢化社会の進む太白団地の活性化をねらいにした取り組みとして、今年度から、5年生を中心に、地域の協力を得て開始されている。そして京都教育大学と連携して取り組むことになるなど、アントレプレナーシップ教育は広がりを見せている。

「東北モデル」の特徴を総括すると、地域の素材を活用し、商品の開発、販売の体験を通して、起業家精神の育成を図るということになる。これをバーチャルカンパニーの設立を通して行ったのが仙台市立柳生小学校の例であり、さらに発展させ、実際に企業を起こした形でアントレプレナーシップ教育を行ったのが仙台市立太白小学校の例である。他の県で実施されているアントレプレナーシップ教育の特徴と大きく異なる所は、地場産業や地域の特産品について考えさせることで、養成する起業家的資質・能力の中に「地域理解・郷土愛」が含まれているところである。この「地域理解・郷土愛」をもった起業家の育成こそが、長期的な視点に立ったとき、地域活性化の原動力となってくるのではないだろうか。

第4章 起業家・投資家の育成のために

日本では起業家、投資家が不足していると思われる。そこで、これらの人材育成のために、前章で触れたアントレプレナーシップ教育の普及に対する障壁を挙げるとともに、この障壁の解消のために、アントレプレナーシップ教育の制度化を提言していく。加えて、アフタースクール、リスク教育の取り入れについて提言し、投資への抵抗感の緩和を図ろうと試みる。これらの政策によって、明日を担う人材の育成を図りたいと考える。人材育成が、結果としてベンチャー企業に対する障壁を緩和し、地方活性化に起因し、ひいては日本経済の活性化にまで発展することを期待する。

第1節 政策提言にあたって解消すべき問題点

アントレプレナーシップ教育の重要性については、前述のとおりであり、早急にこのシステムを普及すべきであると考えられる。そこで、アントレプレナーシップ教育の制度化を提言する。

アントレプレナーシップ教育は近年広がりつつあるものの、現時点ではこれを学校ごと個別に行うのは、非常に困難な状況である。これを阻む障壁として、次の3点が主として考えることができる。

- ① 文部科学省が積極的にアントレプレナーシップ教育を認めていないこと、
- ② ノウハウが体系化していないこと、
- ③ 地域との協力が必要不可欠であるということ、である。

まず、第1の文部科学省が積極的にアントレプレナーシップ教育を認めていないことについてであるが、これは実際にアントレプレナーシップ教育のパイオニアである、仙台市立太白小学校の渡邊校長先生が指摘したように、文部科学省に認められずに、こういった教育を進めていくのは非常に困難を極めたという。

それでは、なぜ文部科学省はアントレプレナーシップ教育を積極的に認めないのであろうか。それに関しては、文部科学省が重要性をしっかりと把握していないということが挙げられるのではないだろうか。教育の場に、それも初等教育の場に金銭の取引といった、ある種の汚い社会活動を積極的に取り入れようとするのに対して、確かに抵抗は多々あることだろう。しかしながら、実際にそういった悪影響をおよぼすより、むしろ社会への関心が深くなり、共同体成員としての参加意識を強めるといった良い影響を与えることのほうが大きいことは、前述のとおりあきらかである。文部科学省は、こうした事実を踏まえ、早急に新たなカリキュラムの開発に取り組むべきといえなからうか。

第2点目、ノウハウが体系化していないことについては、現時点でアントレプレナーシップ教育を実際に行ったことがあるという経験者数が絶対的に少ない点が原因として見て取ることができる。未経験のものがゼロから新しいことを始めることは、大変困難である。また、手探り

を進めるには、大変な労力を必要とし、さらに結果的に1番いい成果をあげることにつながるとは限らない。

最後に、第3点目の地域との協力が不可欠であるということについてであるが、なかなか地域の理解を得ることが困難であることが現状である。学校の中でだけのアントレプレナーシップ教育では、あまり大きな効果を期待することができない。さらに、地域との連携を図ることによって、地域の自立と活性化を図ろうとする動きを、地域に生み出すことも期待できるのではないだろうか。

3点を総じてみると、第1点目に関しては北海道において、知事の公約によりアントレプレナーシップ教育が行われるようになったことに代表されるように、社会的に認められつつある。文部科学省がこれを認めるようになるのは時間の問題と考えることができる。ただ、文部科学省がこれを認め、重要性を叫ぶようになって、新しい試みというものなかなか自主的に進められるものではない。

第2節 政策提言

・アントレプレナーシップ教育の制度化

そこで、アントレプレナーシップ教育を制度化し全国に展開することが有効ではないだろうかと考える。アントレプレナーシップ教育を、小中学校で設けられている総合学習の時間で行うのである。多くの学校で、単なる調べ学習で終わったりするなど有効に活用されていないこの時間を、より実践的な教育へ移行させるのである。このアントレプレナーシップ教育を、国を挙げての政策としてやらなければ、「一部の学校で取り上げられている画期的な総合学習」という評価から脱却できない。そして、文部科学省がアントレプレナーシップ教育を認め、実際にこれを行ったことのある経験者や、民間、各種シンクタンク等を募りアントレプレナーシップ教育をマニュアル化し、ノウハウを体系化する。そうすれば第2点目も解決され、最も効果のある方法のアントレプレナーシップ教育を容易に行うことができるようになる。また、文部科学省が認めたということであれば、地域の協力を得ることも比較的容易に得られるようになるのではないだろうか。

アントレプレナーシップ教育が制度化されれば、起業意識を持ち、社会を広い目で見ることができ、日本の明るい未来を担っていける人材を育成することができる。それは、起業の活性化をもたらし、そして、種々のベンチャー支援政策と相まってベンチャー企業の活性化につながる。それは、都市圏にとどまることなく、地方に波及し結果として地方の活性化につながるのではないかと考えられる。さらに、それは、地方活性といった結果にとどまらず、日本全体の経済活性化へとつながっていくのではないだろうか。

・アフタースクールの開設

地域の人々がアントレプレナーシップ教育を支持してくれるには、それについての理解が必要である。文部科学省が認めることで多少の理解は得られるだろうが、地域の人々自身がアントレプレナーシップ教育を体験し、それがいかなるものであるかということを理解する場を作れば、更なる理解が得られるのではないだろうか。そのためにも、地域住民が参加できるアフタースクールを作るべきである。そこでの講師役は、その地域にいる企業の人や既に退職した人にボランティアで行ってもらい、起業について初歩的なものから多少専門的なものまで座学形式で学べる場を作る。アントレプレナーシップ教育を受けていない人から、学校で既に教育を受け、実際の取り組みを行いたい生徒まで受け入れられるようになれば、多くの人が起業家精神に触れることができるのはもちろん、さらに地域住民同士のコミュニケーションも深まるであろう。そうすれ

ば地元の経済的な問題点についての認識を住民同士が共有しながら、経済活性化の方向に地域が一体となって取り組む流れができるのではないだろうか。

・リスク教育の実施

前述した通り貯蓄率の高い日本人を投資へと向かわせるためには、まず抜本的な意識改革が必要であると考えられる。投資はリスクを伴うから避けて、たとえ利率が極めて低いものであっても、元本保障である貯蓄をしようとする日本人の潜在的なリスク回避思考に革新的な変化を与えない限り、日本で個人投資家が増えることはなく、直接金融市場が活性化することもない。リスク教育を小中学校の段階から行っていく必要がある。このリスク教育は従来のリスク回避教育では無い。そうではなく、「リターンを得るためにリスクを犯すことは、危険を伴うが大きな成功を得るためのチャンスであり、必要以上に敬遠するものではない」と子供たちに捉えさせるような、潜在意識の改革を行う教育である。具体的には、最初から投資をして成功した人を連れてきて講義をしてもらうのではなく、もっと身近でもリスクを取って行動を起こすことが頻繁にあるわけで、日常生活の中からリスクを取ることは、必ずしも避けなくてはいけない訳で無いことを理解させ、同じことが金銭に関してもいえるのだということ、小学校の高学年になってから教えるといった教育が必要である。もしこのリスク教育がうまくいくようであれば、中学校・高校といった段階で現代社会に類似するバーチャルな社会をウェブ上に築き、投資を行わせるようなシミュレーション教育を総合学習の時間に取り入れて、どうやったらリスクを低減させ、かつ利益を生み出すことができるかなどについて考えさせることも可能になる。そして「株」に対する抵抗感を無くすことが最終目標である。一見、無謀に捉えられるかもしれないが、全体の1%の生徒に対してでも意識的变化を起こすことができたなら、これからの日本社会の個人投資家、ひいてはBAについて一筋の光を見ることができると考える。

現在、ベンチャー企業における個人投資家を対象としたエンジェル税制が設けられている。だが、これは、まず抜本的な日本国民の意識改革が成功した時にその枠組みとして設けられるべきものであって、現状では、一部の個人投資家に限定された一時しのぎの法律としか見受けられない。もう少し省庁同士が連帯意識を持って政策を打ち出すべきである。例を挙げるとすれば、文部科学省と経済産業省が連携して、文部科学省が起業家や投資家の育成教育を図る一方で、地域産業局がその教育から羽ばたくであろう次の時代を担う若者を支援する環境の整備を行うのである。

教育というものは、固定観念や昔からの習慣といったものではなく、時代に必要とされることについてフレキシブルでなければならない。そうでなければ、日本社会は時代に取り残された人材の吹き溜まりとなってしまいかねない。今の教育は迅速に世の中のニーズに対応してはいない。時代のニーズを把握したとしても、それが広まるのに、首都圏で数年、こと地方においては、さらに数年といった歳月を要する。これでは、今の世の中に求められる人材が育つころには、別のタイプの人材が必要とされ、結局のところ時代遅れの人材しか残らないといった事態に陥りかねない。近年のグローバル化の進展とIT技術の発達にともない、今まで大きな問題とならなかったこの問題が、深刻化していくことは否めないのではないだろうか。

今回の研究を通して、東北経済産業局を訪問する機会があったのだが、例えば「地域産業クラスター計画」といったような地域経済に大きな影響を与える計画に対して、他の省庁が全く関与していない現実、これが地域活性化の大きな壁となっていると痛感させられた。人々の環境を抜本的に変えるにはまず、考え方の改革をしなくては進まないということに早く気づくべきであり、その点を考慮に入れ省庁同士の横のつながりを深めていくことが求められている。

最後に、教育とは、これからの日本を背負っていく若者を育成するものであり、多様化する社会の中で彼らに求められる能力は様々になってきている。過去や丸剤の時代背景を踏まえた上でも、日本人の意識改革を促すアントレプレナーシップ教育の重要性は益々高まってくるであろう。

う。地方の衰退を防ぎ、日本全体の活性化を目指すためにも、一刻も早くアントレプレナーシップ教育の重要性を理解し、全国的に展開させる実行力が今問われている。

参考文献

《参考文献》

- ・ 日本大学経済学部産業経営研究所 (1999) 『産業再編と地域経済動向』 産業経営動向報告書
- ・ 島田晴雄 (1999) 『産業創出の地域構想』 東洋経済新報社
- ・ 伊藤正昭 (2000) 『地域産業論 改訂版』 学文社
- ・ 大滝義博、西澤昭夫 (2003) 『バイオベンチャーの事業戦略』 オーム社
- ・ 渡部亮 (2003) 『アングロサクソン・モデルの本質』 ダイヤモンド社
- ・ 松田修一 (2000) 『ベンチャー企業の経営と支援 新版』 日本経済新聞社
- ・ 田坂広志 (2003) 『これからの働き方はどう変わるのか』 ダイヤモンド社
- ・ 菅野直彦 (2002) 『地域再生の経済学』 中公新書

「仙台市立太白小学校」

<<http://www2.sendai-c.ed.jp/~taihaku-el/>> (2004/11/8 アクセス)

「創造性を高めるアントレプレナーシップ教育」

<<http://www2.sendai-c.ed.jp/~taihaku-el/entre/newpage1.htm>> (2004/11/8 アクセス)

「アフタースクール構想」

<<http://www2.sendai-c.ed.jp/~taihaku-el/16as/16as.html>> (2004/11/8 アクセス)

「東北経済産業局」

<<http://www.tohoku.meti.go.jp/>> (2004/11/8 アクセス)

「産業集積論の研究」

http://www.mtc.pref.kyoto.jp/shien-kenkyu/2003/study_i.pdf

「産業集積と都市圏の成長」

http://www.dbj.go.jp/japanese/download/pdf/local/0202_05s.pdf

《データ出典》

「野村総合研究所，生活者 1 万人アンケート」

<<http://www.nri.co.jp/news/2003/031215/031215.pdf>> (2004/11/8 アクセス)

「日本銀行，資金循環勘定 (2003 年)」

<http://www.boj.or.jp/stat/stat_f.htm> (2004/11/8 アクセス)

「帝国データバンク，ベンチャー企業倒産の推移」

<<http://www.tdb.co.jp/>> (2004/11/8 アクセス)

「東北経済産業局，景況判断推移」

<http://www.tohoku.meti.go.jp/cyosa/chiiki_keizai/0407/sanko1.pdf> (2004/11/8 アクセス)