

博士學位論文

内容の要旨
および
審査結果の要旨

第8号・第9号

2010年度

大阪経済大学

本号は学位規則（昭和28年4月1日文部省令第9号）第8条の規定による公表を目的として平成23年3月15日に本学において博士の学位を授与した者の論文内容の要旨および論文審査の結果の要旨を収録したものである。

学位記番号に付した甲は、学位規則第4条第1項（いわゆる課程博士）によるものである。

大阪経済大学

目 次

学位記番号	学位の種類	氏 名	論 文 題 目	頁
甲 第 8 号	博士(経済学)	モリ ヨシハル 森 義晴	アントレ(起業)教育のマーケティングを 意識した発展方向への一研究 — 高校における Entrepreneurial Marketing を中心として	1
甲 第 9 号	博士(経済学)	オウ ソウ 王 峰	中国農村における包括的医療保障体系の構築	6

氏名・(本籍)	森 義晴 (日本)
学位の種類	博士(経済学)
報告番号	甲 第8号
学位授与年月日	2011年3月15日
学位授与の要件	学位規則(昭和28年4月1日 文部省令第9号) 第4条第1項該当
学位論文題目	アントレ(起業)教育のマーケティングを意識した 発展方向への一研究 —高校における Entrepreneurial Marketing を中心として
審査委員	主査：藤本 寿良 教授 副査：藤本 義治 教授 副査：佐藤 善信 教授(関西学院大学) 副査：吉田 秀明 准教授

論文内容の要旨

【論文の概要】

世界のフロントランナーとなった日本にとっては、新製品・ニューサービス・新しいビジネスモデルなどを世界に先駆けて開発していく必要がある。そのためには、従来のような記憶偏重の教育ではなく、何かをクリエイトする力を育むような教育が必要であり、それをアントレ(起業)教育に担わせようということが本論文の問題意識である。この論文では、このような問題意識のもとに、筆者自身が実際に携わっている高等学校でのアントレ(起業)教育を中心に、初等教育から高等教育に至るさまざまなアントレ(起業)教育の実例を取り上げ、その内容をつぶさに分析することによって、日本におけるこれまでのアントレ(起業)教育の姿を解明し、その将来の姿に関する提言を行おうとする1つの試みである。本論文の内容について順を追ってみていくと以下のとおりである。

1 研究課題とリサーチ・クエスチョン

ここではまず、アントレ(起業)教育という用語を検討することから始まる。これに関して日本では、これまでさまざまな呼称が存在してきた。それらは、ベンチャー教育、企業家教育、起業家教育、起業教育、アントレ教育、キャリア教育などである。ここではそれをアントレ(起業)教育と呼び、必ずしも起業家を育てるだけの教育ではなく、財やサービスを生産し、付加価値を創造するという外的起業家精神と、創造性、柔軟性、イニシアティブ、協調性といった内的起業家精神を養うための教育をいう。

ではなぜ日本においてこのような教育が必要であるか。この問いに、筆者は以下のように答える。日本の若者の大半は、高校や大学を卒業すると、就職するものと考えている。彼らに対して、起業と

いう選択肢を認識させる必要があること、そして仮に多くがそうであるように企業に就職したとしても、そこで必要な上記の内的起業家精神の涵養が必要である。そして現状では、このような教育は社会的な風土の見直し、その変革をせまるものであり、学校での教育を超えた社会的・国家的な視点での変革が必要であろうというのが筆者の考えである。このように考えた時、初等教育から高等教育におけるアントレ（起業）教育の現状とそこでの問題点を洗い出すことが極めて重要な作業となってくる。

2 日本のアントレ（起業）教育の歩み

日本におけるアントレ（起業）教育の出発点は、1997年に経済産業省（当時通商産業省）の産業政策局内に設置された「アントレプレナー教育研究会」だといえる。こののち、経済産業省の報告書「起業家精神を有する人材輩出に向けて」の取りまとめ、アントレ（起業）教育の草分け的存在であるNPO法人アントレプレナーシップ開発センターの活動開始などがこの時期と符合する。

日本のアントレ（起業）教育を概観するために、上記のアントレプレナーシップ開発センターの実践事例、論文、報告書を検討し、そこから、「コンピュータ活用」・「英語力」・「創造力」が今後の教育におけるキーワードであり、起業教育は、「起業家」を育てる教育だけではなく、起業家的な精神と資質・能力を育む学びであると指摘する。ここで、起業家的資質・能力とは、情報を収集・分析し、判断する能力、自らの考えを表現し、それをプレゼンテーションする力、自己責任で決断し、実行する力、仲間を説得し、巻き込んでいくリーダーシップ、コミュニケーション力、協力し合うチームワーク力などの資質・能力を指す。しかし、その始まりから10年以上が経過し、その間多くの取り組みや蓄積がなされているにもかかわらず、アントレ（起業）教育は大きく前進したとはいえないのが現状である。

3 アントレ（起業）教育への問題点と批判

上記のような現状に対して、ここではその問題点が示される。まず、起業家教育という用語が、社長になるための教育、お金儲けのための教育という発想をもたらし、誤解を生みやすい。また、現実には多くの学生は卒業後企業に就職するものがほとんどであり、起業という点に意識がいかない。そして実際に起業してもその多くが成功しない。そして日本は失敗に冷たいという風土がある。これらに比べて、アメリカ、イギリス、フィンランドでは、起業家教育に対する批判、反対意見はそれほど多くない。このような点を踏まえて今後の日本でのアントレ（起業）教育を考える必要がある。

4 起業教育に関する意識調査と調査結果分析によるインプリケーション

ここでは、本研究において実施されたアンケート調査の概要とその分析結果が示される。アンケート調査の対象は、中小企業診断士、中小企業経営者・経営幹部、高校卒業生、現役高校生、起業教育担当高校教員の4カテゴリーである。しかし、それぞれの回答者は、現役高校生の201サンプル以外は、最大19サンプル、最少6サンプルであり、ここでは定量的分析ではなく、定性的分析を行っている。どのカテゴリーにおいても、アントレ（起業）教育についてはおおむね肯定的な意見が表明されている。

5 起業家と21世紀のリーダー像

ここでは、アントレ（起業）教育がめざすべき起業家のイメージについて述べられている。日本でのリーダーたちを例にとりながら、知識の記憶ではなく、その知識の活用ができる人材が21世紀のリーダー像であり、反復性のない事態に対して、創造力を発揮し、イノベーションを起こせるような人材を教育することが必要である。そして、既存の調査を参考に、起業力としての総合的な能力を示し、それらが例えば高等学校でのアントレ（起業）教育の中に具体的にどのようなにはめ込むかの工夫が必要であると指摘する。

6 アントレ（起業）教育のCase Study（実践事例）

ここでは、筆者が参照した多くの事例の中から、代表的な事例12件を取り上げ、紹介するとともに、その特徴を示している。うち大学、中学校、小学校における事例がそれぞれ2例ずつ、高等学校の事例が5つ、その他学校以外のものが1例となっている。ここで、大学の1例（アメリカのバブソン大学でのアントレプレナーシップ教育）を除いて、その多くが、ビジネスプラン、ビジネスモデル、新製品開発など起業自体ではなく、マーケティングを中心とした発想やアイデアの創造を中心課題としていることがわかる。

7 Entrepreneurial Marketing に関する事例からの理論化

アントレ（起業）教育における実践がマーケティングを中心として行われているという点を踏まえて、ここでは、起業家精神とマーケティングのクロスオーバー領域として、Entrepreneurial Marketing について考察する。大学から小学校までの事例からはいずれも、4Pミックスの立案、市場調査、新製品開発が共通項目として浮かび上がる。そして、中小企業やベンチャー企業においては、それらが Entrepreneurial Marketing として認識することが可能である。そして、Entrepreneurship ならびに Marketing の代表的なテキストを検討しながら、この点が検証される。

8 研究課題に対するまとめと国家戦略への発展性

最後にまとめとして、(1) 内的起業家精神の涵養・普及のための工夫が必要であること、(2) アントレ（起業）教育阻害要因の克服が必要であること、(3) 小学校から大学までの発達段階別のアントレ教育の適応が必要であること、(4) 高等学校では、新学習指導要領商業における「商品開発」・「マーケティング」そして、教科「情報」の活用が期待できること、(5) ファシリテーターとしての高校教師のマーケティング能力の開発が必要であること、(6) 海外、特にフィンランドの事例から多くを学ぶことができること、などが示された。そして、アントレ（起業）教育による起業家精神の涵養が、日本の将来に向けての人的資源開発という長期的国家戦略の重要な柱となることが結論付けられる。

審査概要および審査結果

I. 審査概要

審査対象論文は、森 義晴（申請者）より2011年1月に提出された「アントレ（起業）教育のマーケティングを意識した発展方向への一研究 — 高校における Entrepreneurial Marketing を中心として」である。

本論文の目的は、従来のような記憶偏重の教育ではなく、何かをクリエイトする力を育むような教育が必要であるという問題意識のもとに、筆者自身が実際に携わっている高等学校でのアントレ（起業）教育を中心に、初等教育から高等教育に至るさまざまなアントレ（起業）教育の実例を取り上げ、分析することによって、日本におけるこれまでのアントレ（起業）教育の姿を解明し、その将来の姿に関する提言を行おうとすることである。まず、本論文の全体的な構成は以下のとおりである。

序

- 1 研究課題とリサーチ・クエスチョン
- 2 日本のアントレ（起業）教育の歩み
- 3 アントレ（起業）教育への問題点と批判
- 4 意識調査からのインプリケーション
- 5 起業家と21世紀のリーダー像
- 6 アントレ（起業）教育の Case Study（実践事例）
- 7 Entrepreneurial Marketing に関する事例からの理論化
- 8 研究課題に対するまとめと国家戦略への発展性

日本における起業家教育は1997年ごろからその実践が始まり、10年以上が経過している。当初に比べそのすそ野は広がりつつあるが、まだ十分に理解され、広まっているわけではない。これまでの起業教育の実践を多くの事例を使いながら検証し、その問題点を明らかにすることが第1の研究目的である。

このような問題をどのような観点から実証するかについて、日本におけるさまざまな実践事例に当たり、さらに欧米での実践事例も参照しながら、日本における起業教育における重要な論点と問題点と特徴が指摘される。その問題とは、端的に言えば、起業家養成の教育として理解され、それが特殊なものと考えられていることである。その結果、中学校や高等学校では、進学教育にとって不必要なものとなされ、商業高校においても起業家になることが例外的なこととみなされる。このような問題を関係者への実際のサーベイデータによって傍証しながら、実際の教育の問題点を明らかにすることが、第2の研究目的である。

第3に、起業教育といいながら、実際多くの場合にはそれがマーケティングにかかわっており、

マーケティング教育といってもよいほどであることが明らかにされており、この点も本論文の独自の観点と発見物となっている。

最後に、本論文の評価できる点といくつかの疑問について述べておく。まず、本論文は、必ずしも既存研究が豊富でない分野について実践事例を丹念に読み込み、そこから論ずべき問題を著者の考えるアントレ（起業）教育のもとに引き寄せ、問題設定を行っている。さらに、著者自身も現役の起業教育実践者であり、その経験と、人的ネットワークによるサーベイデータの希少性に照らしても十分独創的な研究であると評価できる。

しかし、著者自身が現役の起業教育実践者であることから、分析の結論に関して、実践での経験と思いがややもすれば理論的分析を十分に展開できなくなってしまう部分があり、明快な説明が不十分であるところが散見された。例えば、多くの事例でマーケティングにかかわることが行われているとしても、それが必ずしもマーケティングそのものあるいはマーケティングの考え方そのものと同ーであるかどうかはもう少し検討が必要であろう。また、本論文の1つの柱である Entrepreneurial Marketing についても、いくつかの可能性が示されているが、著者の明快な考えが示されてもよかったのではないか。最後に今後のアントレ（起業）教育について大まかな指針と方向性は示されているが、その具体的な内容、カリキュラムなどは十分示されておらず、この点でももどかしさが残る。今後、引き続きそのような観点からもう一度分析し、この研究が継続されることを期待するものである。

II. 最終試験の結果と学力の確認

本論文の内容及びそれに関連する科目について、2011年2月19日午後1時より約1時間30分にわたって口頭試問を実施し、専門研究分野に関する十分な学識と研究能力を有することを確認した。

III. 結 論

本学位論文審査委員会は、提出された博士学位請求論文が博士の学位を授与されるに値するものであり、かつ、論文提出者が口頭試問を通じて、その専門分野における十分な学識と研究者として自立する能力を有するものであることを確認し、博士（経済学）学位を授与するに適格と判断したので、その結果を2011年2月25日の本研究科委員会（学位判定会議）に報告し、承認を得た。

博士学位論文 内容の要旨および審査結果の要旨(甲第8号・第9号)2010年度

発行日 2011年6月8日

発行者 大阪経済大学 教学部大学院事務室

発行所 〒533-8533 大阪市東淀川区大隅2-2-8

TEL 06(6328)2431
