
東北芸術工科大学 紀要

BULLETIN OF TOHOKU UNIVERSITY OF ART AND DESIGN

第28号 2021年3月

起業教育の実験

— 専持ちプロジェクトを通じて —

Entrepreneur Education Experiment

— Using a Personal Assistant Project —

松村 茂 | MATSUMURA Shigeru

金沢 信雄 | KANAZAWA Nobuo

起業教育の実験

— 鞆持ちプロジェクトを通じて —

Entrepreneur Education Experiment
— Using a Personal Assistant Project —

松村 茂 | MATSUMURA Shigeru
金沢 信雄 | KANAZAWA Nobuo

Today it is called the 4th Venture Boom. The third is around 1995, when the Internet became commercially available. In other words, the fourth is the era in which many consumers have smartphones and are always connected to the Internet, and the era of full-scale Internet where AI and the like are used in various places has arrived. Today, there are young people who do not want to change jobs and young people who want to start a business using ICT. There is a polarization among young people. Entrepreneurship is the key to regional revitalization in areas with declining population and high closure rates. As a means of expanding the base of young people who want to start a business, we gave students a chance to be the company president's personal assistant. The students learned the true face of business owners and business management, and understood the entrepreneurial spirit and the social importance of management. I think the effect of motivating students to start a business was recognized.

Keywords:

起業教育、鞆持ち、経営層、ICT、地方活性化、地方創生
entrepreneurship education, personal assistant, ICT, regional revitalization

1. はじめに

インターネットやスマートフォンの劇的な進化と普及によって地方経済は大きく変わってきている。その最大の変化は、インターネットによって自社ブランドを確立し、少量生産少量販売が可能になったことであろう。テレビや新聞、雑誌のマスコミがPR媒体であった時代には、世界の消費者に商品を届ける少量生産少量販売の企業にはできなかったことである。

また、現代はスマートフォンの普及によって誰でもインターネットに接続された端末を持つ時代であり、スマートフォンを持つ世界中の消費者に訴え販売することができる。地方の企業も個人に直接PRできる時代になった。インターネットを使えば、新聞や雑誌、テレビなどの高価な媒体に頼らず、自社の努力だけで情報発信と販売が可能である。

さらにスマートフォンを使った、特にコンテンツに関するビジネスは、製造コストがかからず、大規模の製造装置が不要である。コンテンツ産業のビジネスモデルは従来のモデルと異なり、起業を容易にしている。

地方に目を転じれば、山形県の開業率は平成30年度が3.1%、廃業率が3.3%で廃業率が開業率を上回り、このままではじり貧である。起業率を向上させなければならない状況にある。しかしながら若者の起業への意識は低い(注1)。ICTによる新しい事業環境における新しい創業支援のあり方が今、山形県のような地方に求められている。

本稿は、その一環として、起業の裾野を広げる起業支援の1つとして、大学に学ぶ学生を対象に社長等経営層のいわゆる『鞆持ち』をさせて、起業意識を高めさせる新しい起業教育の実験の考察である。

2. 韋持ちプロジェクトの概要

2.1 プロジェクトの背景

今、社会経済は大きな変革期にあると言えよう。GAFAsの台頭はその象徴である。古い産業モデルは衰退し、新しいモデルが次々と生まれている。

旧来の産業モデルが生んだ地域は変質を迫られる。都市と非都市、大都市圏と地方という構図も変わる。大都市圏のバックヤードとして役割を果たした『地方』は、新たな立ち位置を模索しなければならない。

このとき求められるのは地方の人々、地域に住む一人一人が自ら社会経済の課題とニーズを考え、課題解決のために必要であれば自ら起業することである。新しい産業が興り、地方の立ち位置が定まってくる。新しい地域、地方が創成される。先人たちがそうして地域の産業、経済、文化を作ってきた。

今、大学教育ですべきことは、地域の課題を解決し、地域を豊かにするには事業を興すこと、すなわち起業が地域を作るための1つの選択肢であることを若い学生一人一人に知らせることである。そのために、彼らが抱く起業へのハードルを一つずつ解きほぐしていくことである。

地方の大学には学生に起業へ目を向けさせる責務があり、教育プログラムを開発する責任がある。

2.2 プロジェクトの目的

学生の起業意識は低い。起業希望者に占める学生の起業希望は5%程度である(注2)。大都市圏の企業への就職を希望する学生は少なくない。都市も地方も変質を求められるなか学生たちは大都市にのみ興味がある。

起業へのハードルは学生のみならず高い。ニーズの模索、ビジネスモデルの構築、組織のマネジメントなど、高い能力が求められる。学生たちも企業の経営は難しいものであることとよく知っている。知っているが故に起業から目をそらし思考停止を生んでいると言えよう。

しかし、学生にできないことではない。企業経営を学べばできることである。学生は目を逸らさず起業に目を向けてほしい。

本プロジェクトは、学生たちに山形を牽引している力強い

企業の経営者の『韋持ち』を通じてしっかり企業経営を見てもらい起業への関心を高めることを狙うものである。

本プロジェクトは教育プログラムの開発にする視点からの取り組みであり、学生の関心を高めるための教育プログラムを構築するためのトライアルである。

2.3 起業教育を取り巻く新たな環境

(1) ICTの発展

ICTの発達によって新産業分野が拡大し、新しい付加価値を求める社会的にニーズはGAFAsが切り開いたように新分野を広げている。また、ICTの発展とともにソフト・コンテンツ分野のニーズも高い。ソフト・コンテンツ分野は大きな投資が不要であり起業のハードルを下げている。

(2) 優良な企業・文化・技術が残る山形

山形県は全国で2番目に老舗企業が多い県である。県の産業文化とも言える伝統が残っている。マスコミュニケーション時代に生き延びた優良な老舗企業は地域の財産である。老舗企業の持つ企業・文化・技術をICTを活用して活性化できる余地は大きい。

(3) 社長イメージの欠落・誤解

学生にとり企業の社長のイメージは、重役出勤、偉そうな人、命令する人等、一面的な見方が多い上に学生のなりたい人物像ではない。端的に言ってしまうと、威張っていてカッコ良くないという。彼らはキビキビとオフィスで働くワーカーでいたいのである。働くイメージがここにある。社長像を正しく見てもらう必要がある。そしてなりたい人物像に変えていくかなければならない。

2.4 プロジェクトの特徴

社会一般に韋持ちプログラムなるものがすでに多数存在する。目的は多様であり、経営を学ぶもの、業界を知るもの、企業課題の解決案を考えるためのもの、さらには有名実業家・起業家の秘書になるための採用試験としての韋持ちなどいろいろある。

本韋持ちプロジェクトの特徴は、『経営者という存在を体験的に知り、社長像を改め、加えて地方経済・社会課題を知り、起業意識を高める』点にある。

2.5 プロジェクトの概要

企業の経営層の抱持ちとして経営層の日常に同道し、経営層の活動、経営層の思考、組織マネジメント、そして経営者自身を理解し、企業の意味・目的、経営者の役割等を理解してもらうものである。

(1) 主催・運営

主催は東北芸術工科大学企画構想学科、運営責任者は筆者である。

(2) 協力団体

本プロジェクトの実現に協力いただいた企業団体は以下の通り。

山形県商工労働部中小企業振興課
一般社団法人山形県企業振興公社
株式会社山形銀行
株式会社MAKOTO
東北公益文科大学 鎌田研究室
新しい働き方コンソーシアム

(3) 受入企業と参加学生

学生受入企業は以下の5社である。

ものづくり系、ICT系2社、印刷系、商社系とした。また、ベンチャー系、企業規模などバラエティを広げた。いずれも、BtoB、企業間取引をする企業である。

1) 株式会社IMUZAK(イムザック)(山形市)

<http://imuzak.co.jp/ja/>

ものづくりベンチャー企業、小規模

2) 株式会社エム・エス・アイ(山形市)

<http://www.msi-net.co.jp/>

企業の情報化に関する総合企業、ICT系、中堅規模

3) 株式会社デジコンキューブ(山形市)

<https://www.dc3.jp/>

総合制作プロダクション、ICT系、小規模

4) 藤庄印刷株式会社(山形市)

<https://fujisho.co.jp/>

印刷媒体開発総合企業、印刷系、中堅規模

5) 株式会社山形丸魚(天童市)

<https://www.maruuo.co.jp/>

水産物および一般加工食品の卸売業、中堅規模

(4) 実施スケジュール

スケジュールは以下の通りである。

2019年

4月 プロジェクト開始

7月 活動開始・協力諸団体への要請・受入企業への協力要請・学生募集

9月 受入企業・学生の決定

10月17日 参加希望学生を対象にしたビジネスマナー講習会開催(東北芸術工科大学にて)

10月24日 学生と企業のマッチング完了

10月～11月 抱持ち活動期間(各社3日間)

12月13日 成果報告会開催

(5) 参加学生

参加学生は自動車で移動する社長に同行するため各社2名とした。各社の参加学生の学科、学年等は以下の通りである。なお1名辞退のため計9名となった。

1) 株式会社IMUZAK(イムザック)(山形市)

デザイン工学部企画構想学科1年女子学生2名

2) 株式会社エム・エス・アイ(山形市)

デザイン工学部企画構想学科1年女子学生2名

3) 株式会社デジコンキューブ(山形市)

デザイン工学部企画構想学科3年女子学生2名

4) 藤庄印刷株式会社(山形市)

デザイン工学部プロダクトデザイン学科2年女子学生1名
(文芸学科学生途中辞退のため1名の参加)

5) 株式会社山形丸魚(天童市)

デザイン工学部企画構想学科1年男子学生2名

(6) 靱持ちプログラム

各企業の実施した3日間のプログラムは以下の通りである。

1) 株式会社IMUZAK(イムザック)

1日目:企業説明:企業の持つ技術や開発事業のレクチャー

2日目・3日目:オープンイノベーションカンファレンスである『Innovation leaders summit 2019』(東京)に参加。社長とともに、商談の場に同席し、世界のリーダーと技術を目の当たりにする。

4日目:山形大学等が主催する起業塾『EDGE-NEXT 実践編事業報告会』に社長とともに参加する。

2) 株式会社エム・エス・アイ

1日目:企業説明:事業、パートナー企業とのミーティングを通じて事業内容のレクチャー

2日目:経営層とビジネスプランのディスカッション

3日目:顧客企業と導入システムによる課題解決提案の場に同席する。顧客企業が経営するコワーキングスペースの見学。多様化する働き方を知る。

3) 株式会社デジコンキューブ

1日目:企業説明:事業のレクチャーの後、部長会に同席、長井市で運営するカフェでの会議に同席。

2日目:部長会に同席、同社が発送する年賀状についてのディスカッション、提案をする。

3日目:長井市ビジネスコンテストのブラッシュアップ合宿で指導する社長に同席する。

4) 藤庄印刷株式会社

1日目:企業説明・顧客訪問:印刷物の現状などのレクチャー、顧客先(山形銀行、山形交通)に経営層と同行し訪問、顧客の課題と解決提案プロセスを知る。

2日目:工場見学・クリエイティブラボでのディスカッション:無人化されている工場を知る、デザインプロセスのレクチャーと同社が発送する年賀状の提案

3日目:まとめ

5) 株式会社山形丸魚

1日目:市場での市場祭りに参加:市場見学。市場の仕組みのレクチャー

2日目:小売店向け展示会に参加:同社の事業のレクチャー。

3日目:小売店の見学:小売店(スーパー)に経営層と同行する。

3. 靱持ちプロジェクトの成果

3.1 全体成果

靱持ちプロジェクトによって、学生は社会、とりわけ産業社会を複眼的に見えるようになったようである。企業を、生活費を稼ぐ場、与えられた仕事をする場とした見方だけではなく、地域や顧客企業の課題を解決する企業の姿や経営者の姿を見、企業活動を理解し、生身の社長とそこで働く従業員から『働く人間』を見いだすことで、企業の中に人の存在が見えるようになった。

社長とは威張ってふんぞり返っている存在とみていた学生が、社長こそ社会を変えよう・良くしていこうという意欲を持った存在と理解し、起業こそが社会を変えることができると認識した。

受入企業にとっては、就活中の受け身がちなインターンシップ生以上に、若い世代の考え方、ものの見方などに触れることができた。旧来の見方でみるとおとなしく、物足りなく見える現代の若者も、靱持ちの彼らから発せられる彼らの感性・ものの見方は、新しく・頼もしく見えたという。

靱持ちに参加した学生に起業への意識が高まった。靱持ちの終了後に、3名の学生が山形大学が主催する『地域活性イノベーションキャンプ2019・エッジネクスト基礎編』に参加した。また2名が山梨県主催の『Mt.Fujiイノベーションキャンプ2020』に、1名が山形県主催の『若者創業者育成キャンプ』に参加した。現在、起業に向けて取り組んでいる。

学生の社長イメージ	
体験前	<ul style="list-style-type: none"> ●会社の代表 ●偉そうな人 ●協力に引っ張っていく人 ●社員と関わらない偉そうな人 ●管理する人・カッコイイ人
体験後	<ul style="list-style-type: none"> ●確固たる信念や情熱をもち、幅広く自社を支える活動をしている『誰よりも情熱にあふれた人物』特に世の中をよくしたいと思いがあがる。 ●課題発見発見力、顧客に合わせた行動力、リーダーシップを備えた思いやりのある人 ●謙虚な人、社長は特別な人ではなく謙虚さと社会をよくしたいという思いがあれば誰にでも務められる ●勉強熱心で引き出しをたくさん持ち、多くの視点が持っている。周りがよく見える人 ●自分を飾らずに現場を回り気遣い行動的で緑を大切に人

表1 学生の社長イメージの変化

抱持ちプロジェクトは、学生と企業の新たな関わり方を作り、より相互理解が進んだと思われる。起業と就職を一度考えた経験をもって就職する学生は、新たな強みを得ることになるであろう。卒業後あるいは就職後、起業する学生が現れれば山形地域の大きな財産になる。

いずれにおいても教育効果、地域経済の活性化効果は少なくないと思われる。

3.2 学生の変化

学生には社長に対するイメージの変化が見られた(表1)。経営者に必要なものとして以下のようにあげた。

- 揺るぎない信念・信念がなければ人はついてこない
- 謙虚さがなければ人はついてこない

また大学に対する起業教育の要望を以下のようにあげたことも記す。

- 起業へのハードルを下げる工夫
- 学生と企業がより親密に繋がる機会の提供
- 多分野の授業の開講
- 自分の意見を述べられる場所の提供

4. 考察

4.1 全体考察

新規一括採用、年功序列、終身雇用を中心とする日本型雇用スタイルが徐々に変化中、新型コロナウイルス禍の影響が大きなインパクトとなって突然変異的な変化を遂げている。テレワークが急激に普及することで企業の雇用形態がジョブ型へ移行し、求められる人材の能力にも大きな変化がおきている。真面目、従順で環境にうまく適応できる人材から、自立と自律で自己研鑽ができて即戦力としての経験と技能を備えた人材が高い評価を得る傾向は今後ますます加速するだろう。このような短期に激変した環境の中で、卒業を控えた学生たちが大きな危機感の中で試行錯誤している様子が見えてくる。

近い将来企業に就職するにも起業・創業するにしても、学生たちが激変する環境の中で自分が望む生き方を選択できるために多方面の能力を身に付ける複合的な学びの機会が必要になっている。大学での一般教養と専門分野の学びに加え、学外での実体験を通して社会を知り経営や働き方を予め学び、その上で自ら判断することが重要になっている。

今回の抱持ちプロジェクトによる体験は、学生がこのような環境激変に対応するための機会を提供している。大学での勉学と知識に加え、実社会での実践と経験により学生が社会実学を習得できるプロジェクトである。

実際にプロジェクト体験前と体験後では学生に驚くような変化が見受けられた。体験前では「大きな不安の中の好奇心」が見られたが、体験後には「学生が等身大の挑戦意欲を表明する」という大きな成長を見ることができた。実社会での様々な出会いや経験によって学生が自身の目標やゴールのイメージをつかみ、働くことや社会人として生活することへの不安や迷いが低減した様子が印象的だった。また、この機会を通じて自分が今大学で学んでいることの意義や意味、必要性を再認識できたと思われる。

4.2 プロジェクト体験後の学生の声

学生に見られた就業、起業への意識や経営への意識変化はプロジェクトの成果報告会で学生たちから具体的

に以下のようにあがった。

- ・社会に出てから大切になることや、今後の生活でも活かせるようなことを学ぶことができた
- ・社会で成長できる人の特徴は見栄とプライドを捨てられる人
- ・人のご縁は大切にす
- ・仕事のリアルを間近でみる事ができた
- ・大学では教わらない考え方が身に付く
- ・自分の無知を痛感
- ・気になる人はチャレンジすべき!
- ・誰でも、どんな人でも経営者になりえる時代
- ・社長になりたい! → 社会を良くしたい!

4.3 近江商人の「三方よし」からの考察

今回の韋持ちプロジェクト、インターン活動の仕組みを近江商人の「売り手よし、買い手よし、世間よし」になぞらえて考察してみたい。

(1) 売り手よし。このプロジェクトの売り手とは「学生と大学」の両者と考えることができる。

1) 学生のよし(メリット、成果)

学生が得た主なメリットは下記の3点と考える。

- ① 視野の拡大と意識の覚醒。プロジェクトでの体験をきっかけに、人・仕事・経営をまじかに触れることで自身が将来働くことを模擬体験し、自己実現と社会変革の可能性を実感できた。
- ② 社会の中で生きる上での自身の目標やゴールのイメージを見出すことで自己肯定感や自身の可能性を高めることができた。
- ③ これまでの生活の枠の中の知識や情報で怯えるより、より広い世界へ飛び出してまず行動することの重要性を確信できた。

筆者は旧世代の中高年世代であるが、今どきの若者がどのような条件下で意識を覚醒し本気で行動するのかを今回の学生の変化を通じて教わったように感じている。

2) 大学のよし(産学連携を中心に)

今回の韋持ちプロジェクトの実践によって、ウイズコロナ時代の大学の社会的な役割や機能の拡充可能性を見出すことができた。

- ① 文科芸術系学部での産学連携の可能性。大学の理工学系学部での産学連携と同様に、今回の韋持

ちプロジェクトが文科芸術系学部の学生や大学と企業の産学連携プロジェクトとして有効であることを確認できた。

- ② 大学の社会的使命が「研究と教育」であり社会に貢献できる人材の育成と輩出を目的とすれば、この韋持ちプロジェクトはまさに大学教育の本業と言える。
- ③ 韋持ちプロジェクトを社会的に有為な若者を生み出し育成する為の活動と捉え、企業と連携して地域社会に人的価値を提供できる教育機関として、大学の社会的機能を更に拡充することができる。

(2) 買い手(企業の)よし

株式会社等の営利企業がプロジェクトに加わる場合、広い意味での社会貢献も参加の動機になりえるが自社の利益が見込めなければ継続することはできない。この韋持ちプロジェクトでも学生受入企業の下記のようなメリットを明示することが大きな課題と認識している。

- ① 受入企業にとっての最大のメリットは将来性豊かな若者の採用である。直接・間接、短期・長期と様々なパターンはあるにせよインターン受入れが自社が求める人材の確保につながることである。
- ② 業界や企業内では得られない新しい情報や新規アイデアの収集も大きなメリットになっている。現に今回の受入企業担当者からは「柔軟な発想でアイデアを沢山出させて驚いた」「経営者としての自分を振り返るよい機会になった」「若い人たちの考え方がよく分かった。次回も学生を受け入れたい」等の声が聞かれている。
- ③ 上記二つのメリットを享受するためには、受入れの前提として企業側の受入れ態勢整備が必要不可欠である。学生を受け入れる目的を明確にし、相応しい体制をつくり、担当者やカリキュラムを選定する等が必要である。これは見方を変えれば自社の社員を育成し組織を活性化するための体制づくりに通じており、学生の受入れを好機とした組織変革、組織風土刷新の実践といえる。

(3) 世間(社会の)よし

コロナウイルス禍によって大規模な就職面接会や企業への訪問が困難になっており、就活と採用活動に激変がお

きている。就職・採用活動はこれまでの採用仲介企業主導のやり方から、各社または各地方ごとに一貫した独自の進化も必要であり、また可能となっている。

- ① 地元で生まれ育った学生または地元で就学している学生に、その地域で就職する機会と生活できる環境をより積極的に提供する手段として抱持ちプロジェクトを活用できる。
- ② 学生・学校・企業が連携団結してプロジェクトを運用することで、お互いが刺激し合い地域社会の個性と魅力を創り出すことができる。地元自治体には側面からのバックアップを期待したい。
- ③ 今後のウイズコロナの時代、地元の若者やUターン希望者たちに働く機会を提供し、魅力あり安心できる生活環境を整え、若者の能力と可能性を活用することが地域社会活性化の鍵になる。抱持ちプロジェクトはテレワークやジョブ型雇用の時代に適した地域社会の創造に貢献できるものであり、それが生み出すものは覚醒した若者と彼らが躍動できる社会である。

5. 抱持ちプロジェクトの課題

本プロジェクトの社会性ゆえに従来の教育環境を越えた課題も少なくない。

(1) プロジェクト効率の課題－事前教育－

学生の抱持ちへの参加意欲をあげることが何よりも重要であり、経営者、各業界について学生の事前教育を深める必要がある。

また、山形では1次産業から3次産業までが一体となった循環型でサステナブルな循環型地方経済が見られ、学生たちにはこれまでの枠を越えた地方経済のダイナミズムを伝えることも意識の高い学生には大切である。

(2) 他大学への拡大

山形県内の他大学が参加できれば山形地域のプロジェクトとして受入企業側や参加する学生の増加が期待できる。

(3) 参加企業の拡大

学生数を増やすには受入企業の増加が必須である。事業承継を経営課題に挙げている老舗企業などの参加も検討したい。

(4) 他の起業支援プロジェクトの連携

本プロジェクトを終えた学生の起業への意識は高まった。県内の起業支援事業につなぐ仕組みを工夫したい。

(5) 学生の交通機関

近年の学生は自家用車やバイクなど保有せず、自転車か徒歩で通学する学生が多い。インターンシップは人数が多いため企業側で用意されたマイクロバスなどによる送迎も見られるが、小人数の抱持ちプロジェクトでは受入企業側の負担が大きい。カーシェアなどを期待したい。

(6) 契約－守秘義務の締結－

本プロジェクトは経営層に密着するものであることから企業の内部情報、秘密情報に接するため守秘義務の詳細な取り決めが必要である。

(7) 事故予防、損害発生への対応

プロジェクトでは経験をもたない学生が企業の様々な生の現場で活動することになる。不測の事態を起こさないための予防策と、万が一のための補償策も予め講じておく必要がある。

6. まとめ 産官学の新しい連携の形

本プロジェクトの成果は、既存企業が起業を支援することは、自社にとってもメリットがあり、新しいビジネスモデルを山形の地域経済に組み込むことで、山形経済を活性化させるという認識を共有できたことであろう。地元産官学が一体となった学生起業の支援は地元経済を刺激し、地元経済の再構築を意識させるものとなった。本プロジェクトの成果は大学の起業教育を越え地域活性化の方策にもなりうる可能性を示した。

地域に優秀な人材を留めるには、一企業の魅力を学生に伝えるだけでなく、地元企業が新たな産業界の仲間として起業する人材を支援することを学生たちに伝えることで彼らの大都市指向の意識が変わることにも気づかされた。

抱持ちプロジェクトは産学官が主体となり山形の地域経済モデルを再構築するための起業支援プロジェクトと言える。産学官の新しい連携モデルに発展できると考える。

謝辞

本プロジェクトを実施するにあたり多くの方々のご協力をいただいた。御礼を申し上げます。また本事業は東北芸術工科大学学長裁量教育研究費を使用し実施したものである。

注

- 1) 中小企業庁『中小企業白書2019』pp.163 我が国の経営者参入の概観
- 2) 中小企業庁『小規模企業白書平成29年版』
<https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/h29/s>

参考文献

- 1) 中小企業庁形成支援部創業・新事業促進課経済産業政策局産業人材政策室(2017)「兼業・副業を通じた創業・新事業創出に関する調査事業研究会提言～パラレルキャリア・ジャパンを目指して～」
- 2) 起業推進『韋持ちから始めよう!』プロジェクト実施報告書 2020.3 東北芸術工科大学デザイン工学部企画構想学科