

「起業演習」開講に向けての教育実践に関する一考察

学生の問題解決能力向上のための試みをめぐって

清水 たま子

The First Class of Entrepreneurship

With Special Reference to Student's Ability of Problem-solving

Tamako Shimizu

1. はじめに

「起業演習」開講の直接的な契機は、学科長の吉尾教授からの提案であった。教養学科ビジネススタディコースでビジネスの基礎を学ぶ学生に、卒業して実際に働くときに即戦力になるべく、何か独創的な力をつけたい。折しも、本学が男女共学になって2年目になり、学科カリキュラムの系統区分の名称が秘書実務からビジネス実務に変わったところであり、学科長は、男女学生のすべてが、興味を持って取り組める何かはないかと模索していたのであった。

それは、学生が等身大で関わることができ、既成のものにとらわれなくて、創造的でしかも社会的意味のあるもの、と考えた。「起業」は学科長から出された言葉であった。本コースが考える「起業」は、本格的なものではない。事業を興すというより、アイデアを産み出すための基盤を作ろうとするものである。目標を決めて行動し、その中で感じることや考えることを形にしていくよう促すためのプログラムが講師によって作られた。この授業の集大成として学内で「起業コンテスト」を実施することにしたのは、学科長の意向である。この「起業コンテスト」は、講師が紹介した何カ所かの商店街のうちの一カ所を選び、そこに出向きさまざまな角度から観察をして、活性化の提案をプレゼンテーションし、競うというものであった。それは、すべてグループ単位で行われた。

本稿は、愛知江南短期大学教養学科ビジネススタディコースが、2000年度から始まる「起業演習」開講への準備段階の試みである「起業コンテスト」の指導に関する一考察である。

2. 授業としての「起業コンテスト」を行うにあたって

「起業」と名のつく授業は、すでにいくつかの大学で実施しているようである。近隣の大学では、豊橋創造大学が「起業講座」を立ち上げており、報告書も出されている。新聞記事によれば、いくつかの大学で「起業」を取り上げ、中には実際に事業を興している学生が出ているよ

うである。短期大学でも「起業」を授業に取り入れる例はみられた。

本ビジネススタディコースは、こうした前例に倣うことなく、専門家集団の直接的な指導を伴う独自の授業展開を図った。社団法人中部産業連盟^(注1)、津野義包執行理事に相談にのっていただき、多くのヒントを得た。本授業の講師として、新進気鋭の経営コンサルタントを派遣していただくことと、中部通産局主催のベンチャープラザ(4-(6)参照)の聴講をアレンジしてくださることなど、本授業の特色づけが具体化されていった。これらを通して得た指導のヒントは、後述する授業の実際の場面の随所に取り入れられた。

3. 問題解決能力の向上

上で本授業立ち上げの背景について触れたが、その際、私の頭にあったキーワードは、「行動する」「感じる」「考える」「ひらめきを形にする」であり、ビジネスの現場でよく使われている言葉で言い換えるならば、問題解決能力を向上させるということである。では、問題解決とは何か、その概念を明らかにし、本授業が目指すものがビジネスの現場でマッチするものかどうかを検証したい。

(1) 問題解決とは何か

文字どおりに解釈するなら、問題解決とは「解決すべき事柄を、それに対してもっともふさわしい解決策を見つけ結末をつけること」である。では、その解決すべき問題とは何か。同じ事象を見ても、問題だと思ふ人と思わない人がいる。また問題だと思っても、すぐに解決をしなければならぬと考える人もあるし、急ぐことはないが、将来に向けて解決しておくほうがよいと考える人もあろう。各人の問題意識のもちかたによって、問題のとらえ方はさまざまである。その問題意識のもちかたは、ものの見方や考え方によってまた、それぞれに異なる。

こうしてみると、解決すべき問題は何かと考えるより、どのような問題意識を持って対処するのがよいかを考えるほうが、問題解決ということを理解しやすい。また、問題意識を持つというのは、その裏には理想とするものがあるからこそである。その理想と現状との差を問題ととらえ、理想に近づけていくことを問題解決と考えることもできる。

一つの例を作って、その問題解決実施までの過程の一部を描いてみたい。架空のこととはいえ、臨場感を出すために身近なところで、本学学生の通学車両の不法駐車を考えてみる。本学には、学生用駐車場が用意されているにもかかわらず、学生は西門付近に路上駐車して、近所から苦情が入ることがある。この現状をどうとらえるか、空き地の塀にそってずらっと止められている車を見た想定して、討議を始めたものとする。仮に、6人から出た意見を並べてみる。

- A 本道じゃないから交通量も少ないし、通りにくければゆっくり走るからうるさくなくていいよ。
- B 大学として許可している車じゃないようだ。ならば、警察の取り締まりの対象としてもらうしかないよ。

「起業演習」開講に向けての教育実践に関する一考察

- C たくさんある本学所有の空き地を、駐車場に解放したらどうか。
- D 交通安全の見地からも、無制限に許可するのはまずいな。現行の基準で許可し、指定の駐車場に止めるようにするが、それ以外の車については警告して、それでも止めるなら、排除するしかないな。
- E 学生の不便について、もっと考えてやるべきではないか。もし、車を制限するならスクールバスの運行を増やすなど考えないと…。
- F 現行の基準を一度見直してみる必要はないか。また、学生の声も聴いてみよう。新たに駐車場を設けることになれば金もかかるので、いろいろなケースを想定してシュミレートしてみたらどうか。

一般的に、問題解決の手順は次のとおりである。

問題提起、 問題は何かを、明らかにする

情報の収集 その問題に関連するあらゆる情報を集める

問題の分析 根本的に解決するために本質をつかむ。このとき、解決可能な問題と、解決が困難と思われる問題に分けて考える

選択 何から着手するかを選択。解決が困難と思われる問題については一時保留とする

解決案の立案から実施へ

上記のAからFまでの発言を問題解決の手順に当てはめてみると、ABCの発言は、場当たり的で解決に至りそうにない。DとEは、話し合う中で良い方向に向きそうである。問題解決につなげるためには、全員がFのように考えるところから始めたい。なぜなら、上記の問題解決の手順に則った思考であるからだ。

(2) 問題処理と問題解決

組織で仕事をするとき、上司から指示されたことをそのまま処理しようとする人がいる。一方、瞬時に問題解決の手順が頭を巡り、上司が本当に求めるものは何か、その期待までもくんで、仕事を進めようとする人がいる。

深川征司氏は、「問題解決の思考法」の中で、問題対応の形を問題処理と問題解決の二つの型で説明し、その違いを明らかにしている。「問題処理とは、問題に対して解決すべきものの特性に基づいて自分勝手な把握や解釈をし、自分に都合のいい選択方式によって対応案を出すことをいう」「問題解決とは、解決者の都合などに一切関係なく、問題自体に対する最適解を導くこと」とし、最適な問題解決を可能にする基盤的な力を問題解決力とし、早期に問題処理型から問題解決型に脱皮しなければ企業の将来はないとまで言い切っている。【1】

先の節のAからFの例で言えば、Fは問題解決型の思考ができているが、ABCは問題処理でしかない。DとEは、問題解決型思考に移行できそうであるといえる。

(3) 学生の問題解決能力の向上

学生が短期大学を卒業してすぐに任される仕事は、大部分が事務処理的な仕事である^(注2)。ならば、問題処理力があればいいかということそうではない。ビジネスの環境は、大きく変化している。それは、雇用形態にも現れている。例えば、機械的な事務処理的な仕事は派遣社員、パート社員またはアルバイトにさせたり、あるいは、その部門の業務をそっくりアウトソーシング会社に委託したりしている。

本ビジネススタディコースでは、学生に対し卒業後企業に就職するならば、正社員として勤務しキャリアアップをしていくように指導している。そのためにも、企業が求める即戦力の意味を正しくとらえなければならぬ。問題処理的な働き方しかできないのでは、キャリアアップどころか、正社員就職も危ぶまれるのである。

このような理由から、より実践的であるために、問題解決を概念の範囲で教えることにとどまらず、行動させ考えさせ、全身を使って身体で覚えさせる方法をとった。

4. 授業の実際

「起業コンテスト」実施までの授業は、招聘講師の毎週の出講が困難であったため、実質的な授業展開に、筆者は当該授業の担当者として関わり、終始学生と行動を共にした。週1回90分の授業だけでなく、講師を迎えた時や学外授業は、予習復習時間を当て90分2コマ続きで行った。具体的には、次のように実施した。

- (1) 対象は、ビジネススタディコース1年生51名である。
- (2) 期間は、1999年10月1日～2000年2月5日までである。
- (3) 方法として、次のことを組み合わせて最終日にプレゼンテーションの実施に導く。

報・連・相(報告・連絡・相談)の意味を教え、毎回報告書を提出するよう指導

講義とその講義に基づいた演習

現地演習(見学、視察等)

グループごとの課題作成とその提出

起業家との交流(ベンチャー企業経営者の講演、ベンチャープラザ聴講)

(4) 「起業演習」授業の特徴

本授業の骨子をあらかじめ学生に知らせた。以下は講師による指導のポイントである。

基本的な理解を徹底させるための講義と、より理解を深めるための事例演習、並びに集団討議によるグループとしてのプレゼンテーション実習をとおり、より実践的な「起業スクリプト(=シナリオ)」を体得する。

講義による実習をとおり、マーケティングアプローチによる「起業」の成功要因を考える。

「起業演習」開講に向けての教育実践に関する一考察

学生にも比較的馴染みやすいテーマとして、愛知県各地における商店街を事例として抽出し、中小小売業における販売戦略の優位性を学習する。

事例研究により学習した中小小売業の成功要因をベースとして、任意に選択した商店街のフィールド・コンパリゾン（＝その範囲での比較）を実施。成功事例として研究した商店街とのベンチマーキング（＝比較分析）によるマーケティング分析を行う。

フィールド・コンパリゾン対象商店街の活性化プランをマーケティング分析に基づきグループで作成し、プレゼンテーション形式で発表する。

(5) グループ分け

(a)男女混合のグループとする、(b)グループ名をつける、(c)リーダーを1名決める、(d)人数は5名から8名とするという4点を条件として示し、他の事柄については学生が自由に決めることにした。グループづくりは授業初日に行った。これからの授業を効果的に進めていく動機付けを行うため、発明・発見の事例や起業の事例を物語風に紹介するなど、柔らかな雰囲気を作るように心がけた。ほぼ15分間でグループができ、リーダーが選出された。グループ名もすぐに決まったが、「たこさんチーム」「マツムラさん」等々、どれも吟味されて決められたものではないようであった。しかし、学生の主体性を尊重する本授業としては、好ましいスタートを切ったといえるであろう。

(6) 実施記録

講義は、講師が作った資料を配布し行われた。その主たる内容を最終頁に資料として添付する。講義は、講義に基づいた演習も含めると、90分授業で6コマが当てられた。

ベンチャー企業経営者講演

三重県のクラギ株式会社代表取締役竹内秀樹氏の話を押聴した。内容は、会社概要、販売戦略、経営方針であった。学生にわかりやすく話されたうえに、やる気のある若者を評価する話が多くあり、当日の学生の受講報告書には感動を表す記述が多く見られた。

ベンチャー企業見学

岐阜県垂水町にあるマルセパン株式会社を訪問し見学した。その目的は、2代目である現専務が始めた、他店との差別化を図ったパンの店グルマン・ヴィダルの起業の話を聴くことであった。この専務は熱っぽく話され、学生の満足度が高かったことが、提出レポートからうかがえた。

この見学先は、学校から遠い距離にあったため、現地集合現地解散とし、グループの自主性を期待した。すべてのグループが時間を守り、メモを取りながら話を聴く態度もよいものであった。マーケティングの授業に関連するものでもあり、「マーケティング論」担当講師^(注3)にレポート用紙の作成を依頼した。あらかじめ観察する項目が記入されているそれを配布し、記録させた。用紙には、(a)当該会社の特徴と業界の概況、(b)立地、(c)顧客特性、(d)商品構成、(e)店舗構成、(f)販売促進、(g)店内スケッチ、(h)問題点、(i)改善のアイデアを記入する欄が設けられていた。

ベンチャープラザ 99聴講

通商産業省中部通商産業局、中小企業連合事業団主催「ベンチャープラザ 99」を聴講した。これは、起業を志す人々がビジネスプランを順番にプレゼンテーションして、スポンサーを見つけるというもので、すべてが真剣な空気の中で行われた。学生は、会場である名古屋国際会議場に出向き、参加者と共に聴講した。出展のブースも見学した。1日中行われているうちの2時間ほどであったが、学生は緊張して拝聴している様子であった。

商店街ウォッチング

ベンチマーキング(=比較分析)シート記入の指導を受けた後、グループ単位で現地に出向いて観察した。市役所や商店街振興会の事務局を訪ねるなどして、熱心に調査研究を行ったグループもあった。

手順は次のとおりである。(a)講師から出された商店街の中から、グループで出向く商店街を決める。(b)行動計画を立てる。時間管理はグループに任せる。(c)担当者はウォッチングの際の注意事項をプリントにして配る。(d)ウォッチングする。(e)報告書作成にとりかかる。

起業コンテスト

それぞれのグループが、授業時間のみならず、空き時間を有効に利用して、発表の準備に取り組んだ。ほとんどがMicrosoft社のプレゼンテーションソフトPowerPointを使った発表であった。PowerPoint資料作成の技術的指導は、急きょワープロ実習担当者^(注4)がしてくれたものだったが、学生はよく使いこなさず、内容も目を見張るものがあった。審査は学長、学科長、本授業の招聘講師の3人が行い、上位5グループを表彰した。当日はテレビ局、新聞社の取材もあり、カメラが回される中での発表はよい意味での緊張感があり、盛り上がった。

5. 評価

(1) 学生による授業評価

前年度後期に行った「事務管理」の授業の評価と比較すると、本授業の満足度が顕著に高かった。前年度の「事務管理」は、「上級秘書士^(注5)」ガイドラインに基づいた内容で行ったものである。対象者は前年度と今年度のビジネススタディコース1年生であり、アンケートに答えた学生は両者共に43名である。

表1 学生の授業評価

(単位%)

質 問 項 目	評 価									
	5		4		3		2		1	
授業が興味深く触発されることが多い	44	22	36	42	20	33	0	3	0	0
教員は学生の理解度に気を配っていた	49	38	40	50	11	12	0	0	0	0
授業での教員の声の大きさや言葉づかいは明瞭であった	64	55	34	29	5	16	0	0	0	0
授業の進め方(速度、ペース)が適切であった	48	42	32	33	20	25	0	0	0	0
授業の開始、終了時間は守られていた	56	70	27	30	18	0	0	0	0	0
専門的な用語、理論、概念を教員は分かりやすく説明した	42	26	49	42	9	32	0	0	0	0
使用された教科書・資料等は講義内容の理解に役立った	40	26	40	40	18	34	3	0	0	0
黒板の使いかた、視聴覚教材の使用	48	31	45	33	7	36	0	0	0	0
この授業を総合評価して有益であった	49	18	46	61	5	18	0	3	0	0

* ゴジック体が今年度のもの

自由に書かれた感想・意見・要望等の欄にも肯定的なものが多く見られた。この欄には、前年度はほとんど記述がなかったが、本年度のものには24名の学生が書き、それらのすべてが、本授業を肯定しているものであった。以下に感想等を列記する。()内は人数である。基本的に学生の記述のままであるが、内容が似かよったものは1件にまとめた。

- ・自分たちで起業ということを考えながらできたことで、一皮むけた気持ちです。(2)
- ・グループで集まって案を出したり、考えたりして久しぶりに短大生をしているという実感ができてよかったです。おもしろい授業でした。(7)
- ・グループの意見をまとめるのに、くい違いなどがありとてもたいへんでした。準備するにも時間が足りず、この教科は通年科目としてやりたかったです。(2)
- ・いい経験になったと思います。こういう授業はこれからも続けていってほしいです。(2)
- ・「なぜ、こんなことを？」と思うときもありました。しかし、このグループ活動を経て、達成感は満タンです。(2)
- ・とても楽しかったです。いろんなところに行ったり、プレゼンテーションをしたり…。本当に楽しかったです。(4)
- ・起業コンテストをやったのはとてもよかったです。みんな頑張っていた。素晴らしい賞品もあってよかったです。来年もやってほしいと思います。(2)
- ・他の班の人たちの発表は、スライドをうまく使い、話の内容も興味深かった。ただ、一部の

班の中に、少々言葉づかいの良くない人がいるのが気になった。

- ・ すごくおもしろかった。意見を出し合うって、すごく楽しいと思った。1位になれなかったのがうれしい。テレビに映るといいな。
- ・ 毎時間の授業内容が充実していてよかったです。

(2) 担当者の考察

学生の評価がたいへんよかったことは、担当者としても嬉しいことであった。授業評価の結果を見るまでもなく、学外授業の引率をしながら、学生の反応のよさは、期間の半ば頃から実感していた。今日、大学生、短大生の学力低下を嘆く声やわきまえない私語に授業を妨害され、憤慨する声を耳にするし、筆者自身もそんな場面に遭遇することもあったので、本授業における学生の反応は意外でもあった。他の科目と比べると、学外授業等で時間数が多いうえに課題も多いのにも関わらず、学生の取り組みは真剣であった。学生は、興味をもてば積極的に取り組むということを改めて知ることになった。学生にとって有意義であったと考える点を以下に挙げてみる。これは学生自身の評価から察して大きく間違っていないはずである。

専門家の生きた指導を受けられた。招聘した講師は、学生を包容できる人であり、飽きさせない授業であった。そうした人間的な魅力以外に、声が大きく言葉が明瞭であり、重要点は何度も繰り返し言う点と、自分の講義だけでなく、学生の討論・発表なども時間を計り厳守している点が学生には特に分かりやすく、好意的に受け入れられていた。期間中に3回の学外授業を行ったが、そのたびに計画書を作り、学生には報告書を提出させた。学外に出向くときは身だしなみから、先方での態度まで注文をつけた。学生には抵抗があるかと内心は案じたが、例えば、スーツ姿になることで緊張感が生まれたようだ。

起業コンテストのために、多くの教員が協力してくれた。当日は学長の臨席も要請し、かなった。競うということに加えて、皆が見ていると、学生は気を張って取り組むように思う。

さて、肝心の問題解決能力の向上は見られたか。それは、授業の最終日に行った「起業コンテスト」に現れた。9グループが10分から15分のプレゼンテーションをして、総合的な評価がなされた。

優勝したチームの発表は、大須万松寺通商店街の活性化を提言したものであった。そのチームは、商店街に向き観察したうえで、商店街振興会事務長に会って、まもなくオープンする名古屋駅のセントラルタワーの影響を受けるのではないかという懸念について、質問を投げかけていた。この発表に対しては、行動力、協力性、発表態度・方法など総じてよいが、観察したものを客観的にとらえ、科学的に分析する点が弱いというのが、招聘講師のコメントであった。彼らには、商店街振興会事務長の話を鵜呑みにするのではなく、いろいろな角度から観察して自分たちの見解を出そうと努力している様子が見え、筆者は感心した。また、この次の段

「起業演習」開講に向けての教育実践に関する一考察

階として分析の手法などを教えていくとさらに充実したものになると考えた。

2000年度後期から、いよいよ「起業演習」を独立した授業として開始する。継続的な考察とそれに基づく、さらなる指導の改善をはかっていきたいと考えている。

参考文献

- 【1】 深川征司 『問題解決の思考法』(日本実業出版社、1997年)

注

1. 主として中部地区の企業の経営に関する調査、研究、指導およびその普及を行う公益法人である。会員約1,000社を抱える中部地区の代表的な機関である。本学は会員になっている。
2. 本学教養学科卒業生(1993年度から1995年度)を対象に実態調査を実施。
本学教養学科秘書ゼミレポート集(1996年) p.2~10
3. 本学非常勤講師である下田浩貴先生に、見学先であるマルセパン鈴木専務との交渉から、学生のための見学レポート用紙づくり、そのレポート提出後の指導までしていただく。
4. 本学非常勤講師である小川美樹先生には、Power Point を使用しての資料づくりから操作の指導を、時間外に渡ってしていただく。
5. 本教養学科は、全国大学短期大学実務教育協会で上級秘書士称号認定を受けている。その規程に則って、「事務管理」授業は行われている。前年度の「事務管理」授業評価と比較している理由は、本「起業演習」は仮の授業であり、それは「事務管理」の授業の中で実施したからである。

資料

本科目の授業内容（横井喜昭氏講義から）

- ・商店街のベンチマーキングポイント（＝比較分析箇所）
 - （１）商店街のプロフィール項目数
 - 組合員数 組織化の形態と時期 商店街としての類型 業種構成
 - 空き店舗の状況 経営の概況
 - （２）商店街のベンチマーキング項目
 - 外部環境にベンチマーキング項目 ・商圏人口 ・交通環境
 - 集客力のあるキー・テナントの存在 ・大型店の出店 ・キー・テナントの存在
 - ハード事業に対する取り組みに関するベンチマーキング項目
 - ・駐車場の整備状況 ・アーケードの整備状況 ・街路の整備状況
 - ソフト事業に対する取り組みに関するベンチマーキング項目
 - ・組織体制の確立 ・販売促進事業の推進 ・業種構成の見直し
 - 魅力ある個店（集客力のある個店）の存在
 - ・商店街における魅力ある個店による集客 ・集客力ある個店の条件
 - （３）視察先商店街の概要 提示された８商店街（講師の取材レポートによる）から学生が選んだものの概要説明
 - ・春日井市勝川駅前通商店街 ・名古屋市天白区原駅前商店街
 - ・名古屋市中区大須万松寺通商店街 ・名古屋市天白区植田商店街
 - ・東加茂郡足助町地元密着型ショッピングセンター「パレット」
 - ・岡崎市未来城下町商店街 ・豊川市開運通商店街
 - ・名古屋市中川区下之一色商店街
- ・ショッピング・ストリート・マネジメント
 - （１）商店街を取り巻く環境変化
 - 環境変化のキーワード
 - 商店街の位置づけの変遷
 - ・わが国における従来の商業集積タイプの考え方 ・新しい商業集積タイプの考え方
 - （２）商店街の活性化度のとらえ方
 - わが国の商店街の繁栄、停滞、衰退
 - 店街繁栄度の算出方法
 - ・商店街繁栄度の算出ステップ ・商店街繁栄度表の作成
 - （３）繁栄する商店街の条件
 - わが国商店街の課題
 - ・来街者数の増減要因 ・商店街と個展のリニューアル
 - ・競合関係 ・個店の「体力強化」
 - 商店街の活性化戦略
 - A 商店街のハード戦略
 - a モータリゼーションと商店街のハード戦略
 - b アメニティ向上と商店街のハード戦略
 - c 「コミュニティの場」としての商店街のハード戦略
 - B 商店街のソフト戦略
 - a 販売促進事業の推進
 - b 業種構成の見直し
 - c 情報事業の推進