

## 論文

## 女性起業の意義と女子大学における起業家教育の在り方

<sup>1</sup>加藤 敦 <sup>1</sup>三宅 えり子<sup>1</sup>同志社女子大学・現代社会学部・社会システム学科・教授

## Entrepreneurial Educations for Female Students

<sup>1</sup> Atsushi Kato<sup>1</sup> Eriko Miyake<sup>1</sup> Department of Social System Studies, Faculty of Contemporary Social Studies,  
Doshisha Women's College of Liberal Arts,  
Professor

## 序 論

本論では、女性起業の意義は何か、また女性起業を促進するために女子大学（含む女子短大）はいかなる起業家教育を推進すべきか、考察する。ここで起業家教育とは「起業家精神」と「起業家的資質・能力」有する人材を育成する教育である（経済産業省、2007）。本論の構成は以下の通りである。第1節では女性起業の現状並びに意義について、官公庁調査などにもとづき検討する。第2節では女性起業のプロセスについて、先行研究を踏まえモデル化し、あわせて課題について明らかにする。第3節では大学や小学校・中学校・高等学校における起業家教育についてサーベイし、これを踏まえ女子大学における起業家教育の在り方について考察する。

## 1. 女性起業

## 1.1 女性起業の現状

男性・女性を併せた我が国の開業率・廃業率は4%程度と推計され、ともに10%程度である欧米に比較しかなり低い（表1）。これは産業の新陳代謝が進んでいないことを意味するものと理解されている<sup>1)</sup>。

こうした中、女性起業家の現状は次の通りである。第1に女性起業家は2012年度で約7万人と推定され、起業家全体に占める比率は約3割である（表2）。高度成長時代から2000年頃までは毎年10万人前後の女性起業家が生まれていたが、最近では起業が低迷している。第2に起業の動機としては、男性同様に収入を得る必要に迫られる等の「切迫型」、事業化アイデアの発案等の「事業機会型」に大きく分かれるが、結婚・離婚・出産等の家庭環境変化を挙げている者の割合は男性よりかなり多い（表3）。第2に女性の起業は、比較的小規模な起業が多い。男女別に起業家の企業規模を見ると、個人所得は100万円未満の割合は男性3割に対し女性は7割となっており、従業員を雇用しない起業家は男性7割に対し女性9割である（経済産業省、2012）。

表1 開業率・廃業率の国際比較 2010年

単位%

	日本	アメリカ	イギリス	ドイツ	フランス
開業率	4.5	9.3	10.0	8.6	18.7
廃業率	4.1	10.3	10.6	8.4	12.9

(出所) 中小企業庁 (2014)

表2 女性起業家の推移

	実数 (万人)			比率	
	全体	男性	女性	男性	女性
1979	26.6	16.0	10.6	60.2%	39.8%
1982	25.1	14.6	10.5	58.0%	42.0%
1987	29.4	17.9	11.5	61.0%	39.0%
1992	23.5	14.1	9.4	60.2%	39.8%
1997	28.7	17.1	11.6	59.6%	40.4%
2002	29.2	19.2	10.0	65.7%	34.3%
2007	24.8	16.8	8.0	67.7%	32.3%
2012	22.3	15.5	6.8	69.7%	30.3%

(出所) 中小企業庁 (2014)  
(原資料、総務省「就業構造基本調査」) にもとづき作成。

(注) 過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は自営業主(内職者を除く)となっている者を起業家とする。

表3 起業の動機

		単位%		
		女性 (n=300)	男性 (n=350)	全体 (n=650)
切迫型	働き口(収入)を得る必要	26.7	28.0	27.4
	現在の職場での先行き不安	15.0	27.4	21.7
	現在の職場での待遇の悪化	12.7	18.8	16.0
	家庭環境の変化(結婚・離婚・出産等)	15.3	3.2	8.8
事業機会型	事業化できるアイデアの発案	18.7	15.4	16.9
	業界の規制緩和	5.0	6.5	5.8
	取引先や親会社からの要請	3.3	6.3	4.9

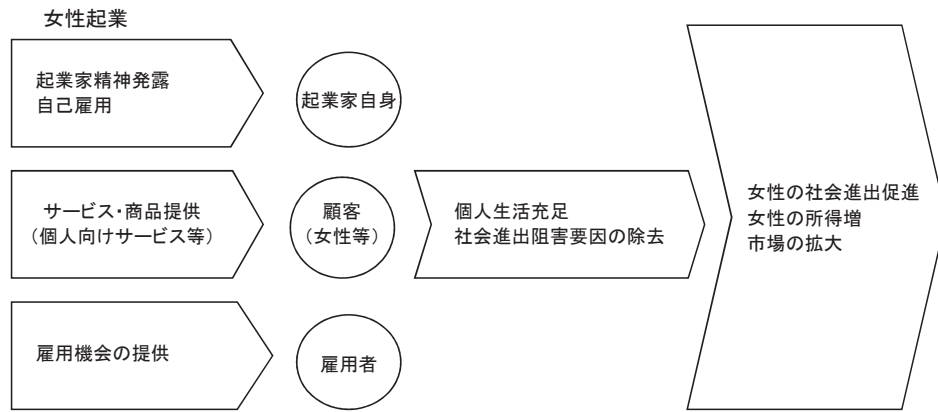
(出所) 中小企業庁 (2014) にもとづき作成

## 1.2 女性起業の特長と意義

女性起業を特集した『2012年度中小企業白書』にもとづき、女性起業の特長と意義を考えよう(図1)。第1に女性起業家の分野をみると、飲食店・宿泊業、教育・学習支援業、生活関連サービス業など個人向けサービスの割合が約40%を占め、当該分野が20%程度に過ぎない男性よりかなり高い。これらは、個人の生活を充足や、家事労働などの軽減に寄与する分野であり、少子高齢化の進展とともに需要が高まるとみられる。第2に、女性起業家が事業を進める上で女性市場をターゲットにする場合が多い。女性の視点による商品やサービスの企画・開発・提供は、今後ますます女性の社会進出及び可処分所得の増加が進む中で、市場創出に結びつく可能性がある。第3に女性の労働市場への参画を推進する原動力となりうる。これには3つの理由がある。まず起業家自身が起業家精神発露の場を得て自営業者として社会進出を果たすからである。次に商品・サービス提供を通じ、顧客である女性の社会進出・雇用を阻む要因の除去に寄与するからである。例えば家庭における家事・育児・介護の負担が女性に偏り、就業する上で制

約となっていることが多いが、個人向けサービスを女性起業家が提供することで、こうした制約を取り除くことができる。さらに個人向けサービス分野は女性雇用者の割合が高いため、女性起業が進むと、多くの女性雇用が生まれるからである。第4にこれらを通じて、女性の社会進出が促進され、所得が増加することにより、一層の女性向け商品・サービス市場の拡大が期待される。

女性の社会進出促進や所得増という点で特に重要なのは「ママさん起業家」である。厚生労働省(2014)によると、女性の年齢階級別就業率については、結婚・出産を契機に職を去ることから生じるM字型カーブを未だ描いており、生産年齢の労働力率は66.0%と男性の84.8%と比べ低い。我が国が今後、全員参加型の社会の構築を目指す上で、女性による起業は大きな意義がある。欧米でもこうした意義は深く認識され、近年、ママさん起業家(Mumpreneur)が研究対象として注目されてきた。ただしMumpreneurの定義は欧米でも定まっておらず、主婦として片手間に行う習い事指導や内職を含める場合もあるが、本研究では会社勤務者に対抗できるだけの社会的・金銭的満足感を得る



(出所) 中小企業庁 (2012) を参考に作成

図1 女性起業の意義

ため事業を継続的に実施する場合に限ることとする。こうした文脈での先行研究として Richomme-Huet et al. (2013) は、母親とビジネスウーマンを両立させるベンチャー起業家について研究し、起業が彼女たちのアイデンティティとアフーマティブ・アクションの現れであることを明らかにしている。また Duberley and Carrigan (2013) は、ワークライフバランスの観点から会社勤務者や専業主婦と比較している。

## 2. 女性起業のプロセスと各ステージにおける課題

本節では女性起業のプロセスを代表的な国際的起業家調査である The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) にもとづきステージを考慮したモデルを考え、各ステージにおいて次のステージに達するため克服すべき課題について検討しよう。

### 2.1 女性起業モデル

GEM では潜在的起業家 (potential entrepreneur)、起業行動者 (nascent entrepreneur)、初期起業家 (owner-manager of a new business)、安定期起業家 (owner-manager of an established business) という4つのステージを起業家が駆け上るものとしている。こうした起業行動 (entrepreneurial activity) を促す原動力が起業家精神 (entrepreneurial attitude)、野望 (aspirations)、ケイパビリティ (起業家としての資質・能力, capability) である。なお Attitude は精神と訳したが、本来は与えられたテーマに答える素養で肯定的または否定的な姿勢を含んでいる<sup>2)</sup>。GEM は、起業家精神は機会・ケイパビリティ探求度 (perceived Opportunities and Capabilities)、恐怖を克服するチャレンジ精神 (fear of failure) 起業家に対する尊敬度 (social perceptions (Status of entrepreneurship) を併せた概念としてとらえている<sup>3)</sup>。本論ではステージ0として女性全体 (population) を考慮する (図2)。

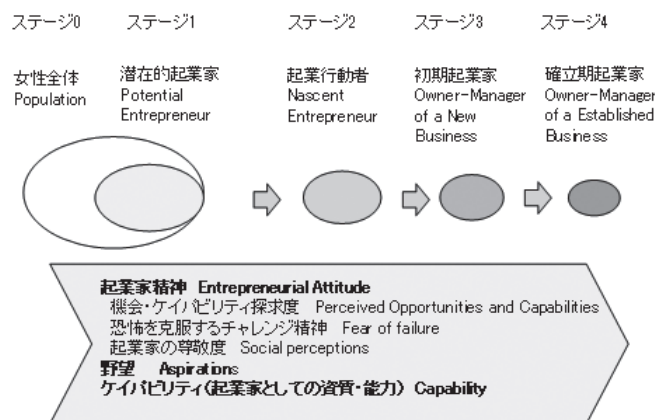


図2 女性起業モデル

(出所) GEM にもとづき作成

## 2.2 各ステージにおいて克服すべき課題

第1に女性全体の中で潜在的起業家の比率を高める上での課題として、GEM調査にみられるように我が国男女をあわせた起業家精神が国際的に低水準であることが挙げられる。すなわち機会・ケイパビリティ探求度、恐怖克服度、起業家への尊敬度が、いずれも欧米先進国に比べかなり低く中国・韓国などのアジア諸国に比べても劣っている。

第2に潜在的起業家が実際に起業行動を起こす上での課題について考えよう。中小企業庁(2014)によると、「起業したいとは考えており、他者への相談や情報収集を行ってはいるものの、事業計画の策定等、具体的な準備を行っていない者」が直面している課題は、女性の場合、事業に必要な専門知識・技術の習得、経営知識一般(財務・会計を含む)の習得、資金調達、家庭(家事・育児・介護)との両立の順となっている(表5)。

第3に起業行動を起こし起業家になるプロセスで直面した課題として経営知識一般(財務・会計等)の習得を挙げる者が多く、家庭(家事・育児・介護)との両立、資金調

達などが続く(表6)。

小括すると、女性全体の中で潜在的起業家の比率を高めるためには起業態度をどう向上させるか、潜在的起業家が実際に起業行動を起こす上ではケイパビリティ(専門的なスキル・知識、一般的経営知識)及び資金調達をどう克服するか、起業行動を経て初期起業家になる過程ではケイパビリティ(一般的経営知識)、家庭との両立、資金調達、販路確保などが克服すべきか、それぞれ課題となっている。

国は起業家支援策として、資金対策(補助金、融資、信用保証、出資者への優遇措置)の他、全国各地で「創業スクール」を開催し、創業予備軍の掘り起こしをはじめ、創業希望者の基本的知識の習得からビジネスプランの策定までを支援している。これらは主に潜在的起業家以降のステージに位置する女性起業家にとって、大きなサポートになる。これに対し、大学等における起業家教育や、小中学校を対象にした地元起業家等との交流などは、起業家精神高め起業のための能力・素養の向上を図るという点で、女性全体という母集団の中で、現在あるいは将来、潜在的起

表4 起業家精神指数の国際比較

	機会・ケイパビリティ探求		チャレンジ精神	起業家に対する尊敬度	
	事業機会	ケイパビリティ	起業失敗の恐怖	職業選択時： 起業の相対評価	起業成功者への尊敬
先進国平均	33.4	40.6	38.2	53.5	67.3
日本	7.7	12.9	49.4	31.3	57.6
韓国	12.7	28.1	42.3	51.3	67.6
台湾	42.0	27.2	40.7	73.0	87.1
中国	33.1	36.3	34.3	73.5	71.3

(出所) Amoro and Bosma (2014).

表5 起業行動を起こす上での課題

単位%

	女性 (n=354)	男性 (n=459)	全体平均 (n=813)
事業に必要な専門知識・技術の習得	18.6	13.3	15.6
経営知識一般(財務・会計を含む)の習得	18.1	15.4	16.6
資金調達	9.3	9.1	9.2
家庭(家事・育児・介護)との両立	5.6	2.6	3.9
販売先の確保	3.4	2.7	3.0
マーケットの情報収集	3.4	1.8	2.5
質の高い人材(経理、営業、技術等)の確保	2.3	3.9	3.2
起業に伴う各種手続き	2.5	3.7	3.2
家族の理解・協力	2.0	5.7	4.1

(出所) 中小企業庁(2014)

(注) 起業したいとは考えており、他者への相談や情報収集を行ってはいるものの、事業計画の策定等、具体的な準備を行っていない者

表6 起業時に直面した課題

	単位%		
	女性 (n=329)	男性 (n=538)	全体 (n=867)
経営知識一般（財務・会計を含む）の習得	19.1	15.0	16.5
家庭（家事・育児・介護）との両立	7.6	0.5	3.2
資金調達	7.3	11.0	9.6
販売先の確保	7.0	12.7	10.5
事業に必要な専門知識・技術の習得	6.4	9.8	8.5
質の高い人材（経理、営業、技術等）確保	6.1	7.3	6.8
起業に伴う各種手続き	4.6	3.0	3.6
家族の理解・協力	2.1	2.8	2.5
量的な労働力の確保	2.1	1.9	2.0

（出所）中小企業庁（2014）にもとづき作成

業家となるものがどれだけ生まれるかということに関係していると言えるだろう。

### 3. 女子大学における起業家教育の在り方

先述の通り起業家教育とは「起業家精神」と「起業家的資質・能力」有する人材を育成する教育である。起業家だけに必要な特殊なものではなく、「高い志や意欲をもつ自立した人間として、他者と協働しながら、新しい価値を創造する力など、これからの時代を生きてゆくために必要な力」（経済産業省、2015）を育成するためのものである。こうした教育は、小学校・中学校・高等学校・大学と各段階において求められている。

#### 3.1 小学校・中学校・高等学校における起業家教育

経済産業省（2015）によると、小学校の10.2%、中学校の32.9%、高等学校の43.1%で既に起業家教育を実施して

いる。このうち、模擬会社・店舗の出店体験や新商品開発体験など起業体験を実施しているのは小学校・中学校ともに全体の3%程度である。起業体験を実施している小中学校においては、「チャレンジ精神・積極性が高まった」82.8%、「自信・自己肯定感が高まった」82.1%と目覚ましい効果を上げている。

ここで地域資源を活用した起業体験や提携先の協力を得た起業体験を実施している学校について典型的プログラムをみてみよう（表7）。広島県福山市立山野中学校の中学生は総合学習の34-37時間を用いて、地元の特産品である和紙原料を用いた模擬起業を体験している。ここでは模擬会社設立（和紙関連商品の製造販売）、商品開発・販売手法検討、和紙原料採取、和紙すき、販売活動（地元の祭り、文化祭）、株主総会という流れで実施している。品川学院高等部では、総合学習（20時間）において提携先企業の協力を得て商品開発の体験をしている。校内企画コンペを通じて投資額を定めたり、株主総会を実施したりして、より

表7 中学校・高等学校における体験型起業教育プログラム例

	地域資源を活用した起業体験	提携先の協力を得た起業体験
実施主体	広島県福山市立山野中学校	品川学院高等部
対象	中学1-3年生	高校1-2年生
授業	総合学習 34-37時間	総合学習 20時間
プログラムの流れ	① 模擬会社設立 （和紙関連商品の製造販売） ② 商品開発・販売手法検討 ③ 和紙原料採取 ④ 和紙すき ⑤ 販売活動 地元の祭り、文化祭 ⑥ 株主総会	① 企画書の作成 ② 提携先企業の探索・提携 ③ 模擬会社設立 ④ 校内企画コンペ ⑤ 提携先企業との協力にもとづく商品開発 ⑥ 販売活動（文化祭） ⑦ 株主総会

実践的な体験学習となっている。

### 3.2 大学における起業家教育

野村総合研究所（2014）によると、起業家教育プログラムを実施している大学は回答校の46.4%である。内訳として「起業・ベンチャー経営」「ケーススタディ」「ビジネスプラン作成法」など講義型が多い。体験型としてビジネスプラン作成、起業で解決すべき社会課題の討議、プロジェクト・ベースト・ラーニング（事例にもとづく、学生主体で問題解決を図る）などがある。座学中心が多いためか、課題として「解決すべき課題にふれる機会の少なさ」「リアリティに乏しい」「実践的でない」などが挙げられている（表8）。また学生を対象とした事業計画コンペが早稲田大学、一橋大学、同志社大学、立命館大学等で実施されている<sup>4)</sup>。その中で「関西大学ビジネスプラン・コンペティション」は全国の高校生・大学生を対象とし、自由テーマに加え協賛企業が示したテーマに関する事業プラン提案を含むという特長がある。

米国の大学における起業家教育プログラムは、内容的には日本と変わらないが、質量とも比較にならないほど豊富であることに加え、起業経験をもった教員の採用、起業経験者の学生向けメンターとしての配置、民間団体による評価等を通じ学生・社会の双方から目に見えやすくなっていること等の特徴がある。「Entrepreneur」編集局は毎年、全米の起業家教育を推進するトップ25大学・大学院ランキングを発表しているが、選定基準は（1）起業家教育プログラムの授業数（2）卒業生による起業数（3）起業経験教員の比率（4）学生向け事業計画コンペにおける獲得賞金（5）起業に関する学生向けメンターの数、などである。また大学・自治体・民間団体などが主催する事業計画コンペの数も多く、女性起業家、環境型、地域型、ITなど様々なカ

テゴリーに分かれているため、それぞれの問題意識に沿って応募することが可能である。

### 3.3 女子大学における起業家教育の在り方

起業家教育の目的は起業家精神を向上させ、ケイパビリティ修得に向けての基礎を身に着けることであり、女性に対する起業家教育の重要性は高い。では女性だけが学ぶ高等教育機関である女子大学における起業家教育はどう在るべきだろうか。「2011年度学校基本調査」によると、女性の大学・短大進学者のうち19%弱は短大を選択し、80%弱を数える女子大学と併せ、一定の比重を占めている。

総合大学と比較した女子大学の環境は次の通りである。第1に女子大学は中・小規模の大学が多く、起業家教育を行う上でのリソースの制約がある。すなわち指導する教職員が質量ともに不足したり、起業をした卒業生の絶対数が少なかったりすることが多い。また大規模総合大学のような産学連携施設・ベンチャー企業向けのインキュベーション施設等が設置されている場合は稀である。第2に女子大学は看護師・保育士・介護福祉士・管理栄養士など個人向けサービス従業者の養成に関わる学科を開設している場合が多く、こうした分野は女性起業家の約40%を占める。第3に女子大学では、職業人として家庭人として、女性の生涯を通じたマネジメントを学ぶプログラムが提供されている場合が多く、女性の一層の社会参加を推進するため、何が求められるか学ぶ機会が多い。第4に女性のみという環境の下で、共学においては人によっては役割分担意識から埋もれやすかった、女性のリーダーシップが発揮しやすい環境が整っている。

米国の有名私立女子大学6校（旧セブン・シスターズ5校及びMBC）をみると、起業家教育の位置づけは、当該大学の置かれた環境、リソースにより濃淡がある（付

表8 我が国の大学において実施されている起業家教育プログラム

単位%

講義型		体験型	
起業・ベンチャー経営の講義	53.1	ビジネスプラン作成の実践	40.7
起業・ベンチャー経営のケーススタディ	50.9	起業で解決すべき社会課題の討議	24.4
ビジネスプラン作成法の講義	49.5	プロジェクト・ベースト・ラーニング	23.2
経営者による体験談	48.3	ワークショップ	10.0
マーケティング	41.3	インターンシップ	14.0
ファイナンス	29.7		
法務・知的財産論	21.8		

（出所）野村総合研究所（2014）

表1)。この中でSmith Collegeは起業家精神を「経済発展を草の根から支えるもの」と位置づけ、積極的に起業家教育を推進している。同校は中核組織として女性自立センター（Center for Women and Financial Independence）を設け起業家プログラムの提供、起業志向の学生支援などの他、学生向け事業計画コンペを毎年、実施している。またBarnard Collegeは同じニューヨーク市のコロンビア大学と協同し、女性起業家養成のための各種プログラムを実施し、カリキュラム中に起業家関連の授業を明記している。

以上の検討にもとづき、我が国の女子大学を取りまく環境、リソースに相応しい起業家教育の在り方を検討しよう（表9）。

第1に講義型授業に関しては、一般教養教育・各学科の専門教育など通常授業において、ケイパビリティ（起業家的資質・能力）につながる要素、すなわち情報収集力、情報分析力、判断力、問題解決力、表現力、決断力、リーダーシップ、コミュニケーション力などをどう伸ばすのか、目標と評価指標を明確化すべきである<sup>5)</sup>。第2に事業機会探求につながる「マーケティング論」、基礎的な経営知識を修得するための「経営学」「会計学」、失敗を恐れぬチャレンジ精神を養うため、リスクにどう対処すべきか学ぶ「民法」「ファイナンス論」は全ての学科の学生が受講するように推奨すべきである。第3に起業家に対する尊敬を高めるため「女性起業家による授業・講演」を全ての学科を対象に開講すべきである。第4に体験型授業を外部講師への依頼なども念頭に、できる範囲から開講することが望ましい。体験型授業としては、多くの大学が取り組んでいる事例研究にもとづくプロジェクト・ベースト・ラーニングも考えられるが、むしろ先進的な中学校・高等学校において実施されている「起業体験」（模擬会社、新商品開発）を大学生向けにアレンジしたものが取り組みやすいと考

えられる。また女性起業家の下でのインターンシップやNPOと提携したボランティア体験も、起業家精神を養う上で有効である。第5に体験型教育の延長として学外コンペやプログラムへの学生の参加促進である。例えば「関西大学ビジネスプラン・コンペティション」など全国の大学生を対象としている事業計画コンペへの応募や、国内外の各種団体が主催する「国際学生起業家キャンプ」への参加を促すため、ゼミ担当教員が事業計画の基礎を学ぶ機会を設けることが考えられる。

なおNPO（特定非営利法人）の形での起業は、女性起業家にとり有力な選択肢である。というのは保育園や介護施設などの施設型を除くと、NPOの場合、自己資金が限られていても起業が可能であり、経営不振により個人保証した分が個人への負債となるリスクが小さいからである。例えば家事・育児・介護などの女性支援型サービスについてみると、公共サービスに対する潜在需要と公共サービスの供給量のギャップを埋める役割を、NPOは各種法人等や一般企業とともに担っている。またNPO起業家は社会的使命にもとづく起業家精神を保持している場合が多く、NPOに関する講義やNPOに対するボランティア体験は起業家教育として重要な位置を占めると言えよう。

## 結 び

本論では、女性起業の意義は何か、また女性起業を促進するために女子大学（含む女子短大）はいかなる起業家教育を推進すべきか、考察した。起業家教育の目的は起業家精神を向上させ、ケイパビリティ修得に向けての基礎を身に着けることであり、女性に対する起業家教育の必要性はますます大きくなっている。

女性起業家の意義として、女性の社会進出が促進され、

表9 女子大学における起業家教育

		講義型	体験型
事業機会探求		「マーケティング論」	(1) 事例研究にもとづくプロジェクト・ベースト・ラーニング (2) 「体験」 模擬会社 新商品開発 (3) 女性起業家の下でのインターンシップ (4) NPOと提携したボランティア体験 (5) 学外プログラムやコンペへの参加促進
ケイパビリティ探求	専門的知識・スキル	一般教養教育・各学科における専門教育における目標・評価指標の明示	
	経営知識	「経営学」「会計学」	
	人的ネットワーク	一般教養教育・各学科における専門教育における目標・評価指標の明示	
	リーダーシップ	一般教養教育・各学科における専門教育における目標・評価指標の明示	
チャレンジ精神（失敗の恐怖克服）		「民法」「ファイナンス論」	
起業家に対する尊敬		「女性起業家による授業・講演」	

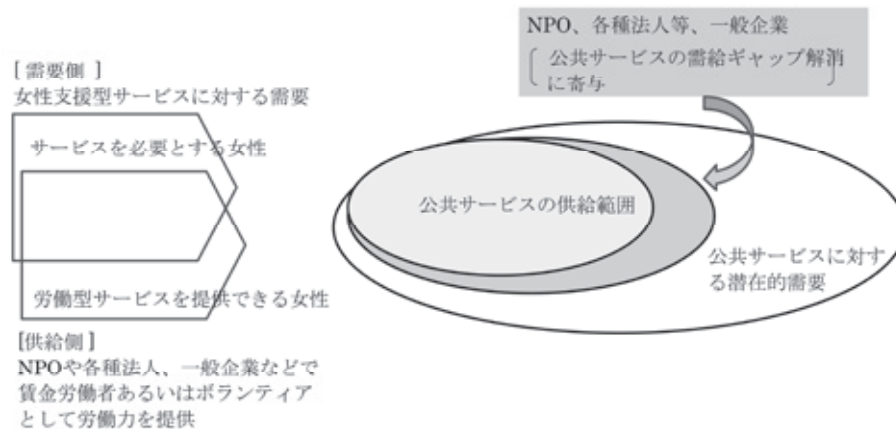


図3 NPO 起業と女性

所得が増加することにより、一層の女性向け商品・サービス市場の拡大が期待されることが挙げられる。この背景として、第1に起業家自身が起業家精神発露の場を得て自営業者として社会進出を果たすからである。第2に商品・サービス提供を通じ、顧客である女性の社会進出・雇用を阻む要因の除去に寄与するからである。第3に個人向けサービス分野は女性雇用者の割合が高いため、女性起業が進むと、多くの女性雇用が生まれるからである。

また大学等における起業家教育や、小中学校を対象にした地元起業家等との交流などは、起業家精神高め起業のための能力・素養の向上を図るという点で、女性全体という母集団の中で、現在あるいは将来、潜在的起業家となるものがどれだけ生まれるかということに関係していると言える。筆者は女子大学における起業家教育の在り方として次の5点を提案した。第1に一般教養教育・各学科における専門教育など通常授業において、起業家的資質・能力につながる要素をどう伸ばすのか、またどう評価するか明確化する必要がある。第2に「マーケティング論」、「経営学」、「会計学」、「民法」、「ファイナンス論」は全ての学科の学生が受講するように推奨すべきである。第3に起業家に対する尊敬を高めるため「女性起業家による授業・講演」を全ての学科を対象に開講すべきである。第4に体験型授業を外部講師への依頼なども念頭に、できる範囲から開講することが望ましい。この中では先進的な中学校・高等学校が進める「起業体験」(模擬会社、新商品開発)を大学生向けにアレンジしたものが取組みやすいと考えられる。また女性起業家の下でのインターンシップやNPOと提携したボランティア体験も有効である。第5に大学生を対象とした事業計画コンペへの応募を促すためゼミ等で事業計画作成法の基礎を取り上げることである。こうした取り組みを

通じ、女子大学を取りまく環境、リソースに相応しい起業家教育の機会を提供することが可能であると考えられる。

## 謝 辞

本研究はJSPS 科研費26380546の助成を受けたものです。

## 注

- 1) 政府は「日本再興戦略——JAPAN is BACK——」(2013年6月)において、開業率・廃業率について10%台を目指すという目標を掲げている。
- 2) Fishbein and Ajzen (1975)。
- 3) Lunnan et al. (2006) は起業家精神 (entrepreneurial attitude) は事業機会の認識力 (the ability to recognize business opportunities) とリスク克服力 (the ability to take a calculated risk) という2つの要素からなるとした。Lindsay (2005) は起業志向度 (Entrepreneurial attitude orientation, EAO) を示し、innovation, achievement, self-esteem, personal controlの合成概念とした。
- 4) 民間団体主催の大学生向け事業計画書コンペとして「キャンパスベンチャーブランプリ」などがある。
- 5) 同志社女子大学においては、各授業科目が各能力をどう伸ばすか「DWCLA10」という形でシラバスに明記するようにしている。

## 参考文献

- [1] 経済産業省 (2007), 「起業家教育導入実践の手引き」



- [2] 経済産業省 (2015), 「生きる力を育む起業家教育のススメ：小学校・中学校・高等学校における実践的な教育の導入例」
- [3] 厚生労働省 (2014) 「平成26年版働く女性の実情」
- [4] 中小企業庁 (2012), 『2012年度中小企業白書』
- [5] 中小企業庁 (2014), 『2014年度中小企業白書』
- [6] 中小企業庁 (2015), 『2015年度中小企業白書』
- [7] 野村総合研究所 (2014), 「高校・大学における起業家教育の実態調査」
- [8] 三宅えり子 (2009), 「女子大学と共学大学における女子教育力の比較研究」, 『同志社女子大学学術研究年報』 60, pp. 10-30.
- [9] 三宅えり子 (2015), 「高等教育におけるジェンダー」, 川島典子・三宅えり子編著『アジアのなかのジェンダー第二版』 ミネルヴァ書房, pp. 151-177.
- [10] Acs, J. A., Szerb, L. and E. Autio (2015). Global Entrepreneurship Index 2015
- [11] Amoros, J. E. and N. Bosma (2014). The Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report. GEM consortium
- [12] Bourdieu, P. and L. Wacquant (1992). An Invitation to Reflexive Sociology. Cambridge: Polity Press.
- [13] Duberley, J. and M. Carrigan, (2013). “The career identities of ‘mumpreneurs’: Women’s experiences of combining enterprise and motherhood”, *International Small Business Journal* 31 (6), pp. 629-651.
- [14] Evance, D. and S. Dean (2002). “Self-employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization”, *Entrepreneurial Theory and Practice* 26 (3), 81-90.
- [15] Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior*. Reading, Addison-Wesley Publishing Company
- [16] Forbes (2015). “Startup Schools: America’s Most Entrepreneurial College 2015”
- [17] Karlin, A. R. (2013). “The Entrepreneurship Vacuum in Japan: Why It Matters and How to Address It”. <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/>. Accessed on Jan. 25, 2015.
- [18] Lunnan, A., Nybakk, E., and B. Vennesland (2006). “Entrepreneurial attitudes and probability for startups : An investigation of Norwegian non-industrial private forest owners”, *Forest Policy and Economics* 8(7), 683-690.
- [19] Lindsay, N. J. (2005). “Toward a cultural model of indigenous entrepreneurial attitude”, *Academy of Marketing Science Review*, 2005 (5), 1-17.
- [20] Nel, P. and A. Maritz (2010), “Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon”, *International Journal of Organizational Innovation*, 3 (1), pp. 6-34.
- [21] Richomme-Huet, K. et al. (2013). “Mumpreneurship: a new concept for an old phenomenon?” *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19 (2), pp. 251-275.
- [22] Rideout, E. and D. Gray (2013). “Does Entrepreneurship Education Really Work?: A Review and Methodological Critique of the Empirical Literature on the Effects of University-Based Entrepreneurship Education.”, *Journal of Small Business Management*, 51-3, pp. 329

付表1 米国有名女子大学における起業家教育

	起業家教育の位置づけ	起業家教育・研究にあたる組織	その他（特色ある授業等）
Barnard College	<ul style="list-style-type: none"> <li>・同じNYCのコロンビア大学と協同し、女性起業家養成のための各種プログラムを実施。</li> <li>・起業家教育に関連する授業のリスト化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Athena Center for Leadership Studiesにおいて女性起業家研究、学生向けプログラム提供に加え、高校生向ワークキャンプも実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特色ある授業</li> <li>・Discover your Entrepreneurial Spirit:</li> <li>・Storytelling (Through Comedy) :</li> </ul>
Bryn Mawr College	<ul style="list-style-type: none"> <li>・記述なし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・記述なし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・単発的な起業家フォーラム等の行事を実施</li> </ul>
Mount Holyoke College	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業家教育に関連する授業のリスト化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Entrepreneurship Club (教員が参画する学生主体の団体) が各種行事を企画</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Social Innovation Lab (単位なし)</li> </ul>
Smith College	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業家精神は経済を草の根から支えるものと位置づけ、起業家教育を推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Center for Women and Financial Independence が教育、研究、各種イベントを推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Forbes「起業家教育ベストカレッジ」第19位</li> <li>・女性起業コンペを毎年実施</li> </ul>
Wellesley College	<ul style="list-style-type: none"> <li>・記述なし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・The Albright Instituteにおいて女性リーダーシップ養成に関わる各種プログラムを推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Forbes「起業家教育ベストカレッジ」第47位</li> <li>・卒業生交流サイト中の「起業家グループ」</li> </ul>
Mary Baldwin College (MBC)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネス専攻における重点分野の一つとして起業家教育を挙げる。</li> <li>・社会人が聴講できる Certificate program として起業家コース提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・記述なし</li> </ul>	

(出所) 各大学 Web サイト, Forbes (2015)