

アントレプレナーシップ教育*

—欧州ビジネススクール卒業生のキャリア形成—

稲田 優子

1 はじめに

1.1 本稿の目的

欧州では、競争性の加速、成長、雇用創出などの理由からアントレプレナーシップ教育の必要性が認識されている (European Commission, 2000)。イギリスの National Council of Graduate Entrepreneurship (2007)、スペインの Ministry for Industry, Tourism and Trade (2006) の報告書によると、大学、大学院の教育機関で、英国では、ビジネスのカテゴリーで 60%以上、スペインでは、経済、ビジネス、サイエンスの分野で 50%以上の割合でアントレプレナーシップ教育が行われている。

稲田 (2018a) は、2017 年 Financial Times の Global MBA Ranking にある Business School 上位 10 校 (Insead, Stanford, Wharton, Harvard, Cambridge, London, Colombia, IE, Chicago Booth, Iese) の MBA プログラム比較を実施した。研究結果から、上位 Business School は、アントレプレナーシップ教育を一科目だけでなくアントレプレナーシッププログラムとして採用していることが明らかになった。つまり、上位 Business School では、アントレプレナーシップ教育を重視している。また、稲田 (2018b) は、OECD (経済協力開発機構) の協力

を得て作成した Lackeus (2015) の起業に関する適性 (知識・能力・態度) を活用し、IE Business School のアントレプレナーシップ教育の効果測定を行った。結果、アントレプレナーシップ教育の介入前と介入後では、起業に関する適性 (能力、態度) で有意な上昇結果が見られたが、起業に関する適性 (知識) に関しては、上昇結果が見られなかった。アントレプレナーシップ教育を受講することで、学習者は、ビジネスの機会獲得を認識し、実行する能力が向上したと認識した。また、学習者は、チームメンバーと協力し合い課題を解決していくことで、リーダーシップの取り方、メンバーとの協調性など対人能力、起業への熱意や学習者自身、課題解決ができるという自己効力感を認識している。一方、多くの学習者は、6年以上の社会人経験を持ち合わせており、起業に関する知識はその社会人経験から培われた可能性がある。このようなアントレプレナーシップ教育の効果測定の事例は非常に少ない。

Curran & Stanworth (1989)、Gibb (1987)、Young (1997)、Storey (2000)、Konig (2016) などの多くの研究者は、アントレプレナーシップ教育を評価する必要性を認識している。特に、Konig (2016) は、アントレプレナーシップ教育が学習者

* 本稿を進めるにあたり、IE Business School 卒業生、IE Business School の Ms. Hurtado de Mendoza 様 (Director of Master Programs)、Ms. Kretova 様 (Regional Director, Asia Pacific)、飯野様 (Director of Japan Office) に調査のご協力を頂きました。この場をお借りして御礼を申し上げます。また本稿の査読を担当して頂きました先生から大変貴重なコメントを賜りました。ここに記して感謝申し上げます。

I would like to thank the IE alumni association for its contribution to this research. My grateful thanks are also extended to administrative staff of IE Business School, Ms. Hurtado de Mendoza, Director of Master Programs, Ms. Kretova, Regional Director of Asia Pacific, and Ms. Iino, Director of Japan Office.

の起業の行動にどのように貢献しているのか、また、アントレプレナーシップ教育において起業の能力を促進することによって学習者のキャリア形成にどのように影響を及ぼしているのかについて理解を深める必要があると指摘する。

Business School の上位 10 校に関しては、卒業者の直近の進路に関しては、HP や学校案内等で開示される場合が多い。2017 年に卒業生の起業率を開示している Business School は、5 校(Insead 4%、Stanford 16%、Wharton 5%、Harvard 8%、Chicago Booth 3.2%) である。2016 年の学校案内では IE Business School は 15% である¹⁾。しかし、卒業後の進路の追跡調査は実施されていない、もしくは、開示されていないことが多い。つまり、アントレプレナーシップ教育を受講した MBA 学習者に対してどのような影響があったのかは明らかにされていない。

このような背景から、本稿の目的は、アントレプレナーシップ教育を拡充するため、アントレプレナーシップ教育が、MBA 学習者にどのような影響を及ぼすのか、卒業後の進路に関して明らかにすることである。

1.2 アントレプレナーシップの定義

広義のアントレプレナーシップは、個人の成長、創造性、自立性、先導性、行動性であり、起業思考を示す (Lackéus, 2015)。狭義のアントレプレナーシップは、機会獲得、事業開発、自己雇用、ベンチャー創成・発展などを伴いビジネスを起こすアントレプレナー（起業家）を示す (Fayolle & Gailly, 2008; QAA, 2012; Mahieu, 2006)。

1.3 アントレプレナーシップ教育の定義

European Commission (2008a) が提唱するアントレプレナーシップ教育は、創造性、革新性、自己

雇用を促進することである。次の 4 つの要素で構成されている。1. 起業思考や行動力の基盤を形成する個人の態度や能力の開発（創造性、率先して実行する意欲、リスクの引受、自律性、自信、リーダーシップ、チームスピリットなど）を推進する。2. 学習者のキャリアオプションとしての自己雇用やアントレプレナーシップに関する意識を可能な限り高める。3. 具体的な起業プロジェクトおよび活動に取り組む。4. 起業時や会社運営をどのように成功させるのかに関する特定のビジネス能力や知識を提供する。このように European Commission (2008a) の提唱するアントレプレナーシップ教育には、広義と狭義の両方のアントレプレナーシップの定義が含まれている。

1.4 アントレプレナーシップ教育の歩み

Katz (2003) によると、アントレプレナーシップ教育は、1947 年にハーバードビジネススクールで始められた。1970 年代初期には全米のビジネススクールで本格的に教えられ始めたことされている。具体的には、1971 年に南カリフォルニア大学の MBA で副専攻としてアントレプレナーシップ教育が始まった。アメリカでアントレプレナーシップコースを設置したビジネススクール数は、1985 年に 210 校であり、2011 年には 351 校へと 67% 増加している (Zhang, 2011)。欧州でアントレプレナーシップ教育が継続的にカリキュラムに取り入れ始められたのは 1994 年頃からである (Twaalfhoven & Wilson, 2004)。アントレプレナーシップ教育を用いて、起業思考や起業に必要とされる能力開発によって革新的な起業文化を促進しようと試みた。当初、アントレプレナーシップ教育の学部では、現地の言語を使用した。大学院・MBA では、現地の言語と英語で実施した。アントレプレナーシップ教育を実施するにあたり、言

1) Insead brochure (2017). A world of talent Employment statistics 2017.
Stanford brochure (2017). MBA Employment Report 2016-2017.
Wharton brochure (2017). MBA Careers 2017.
Harvard (2017). Recruiting Entrepreneurship.
<https://www.hbs.edu/recruiting/data/Pages/entrepreneurship.aspx?tab=career&year=2017> (最終閲覧日：2018 年 12 月 15 日).
IE Business School brochure (2016). An MBA out of the ordinary international MBA.
Chicago Booth (2017). Employment Statistics: 2016-2017.
<https://www.chicagobooth.edu/employmentreport/classanalysis/full-time-2017> (最終閲覧日：2018 年 12 月 15 日).

語と文化、アントレプレナーシップ担当教員の不足の問題が生じた。しかし、2002年から2005年には、36ヶ国から173人の教授を招聘し、アントレプレナーシップ教育のネットワークを確立し、協働で教え合うなど新たなやり方を取り入れたことによりアントレプレナーシップ教育が進展した。イギリス、アイルランド、スペインでは、アントレプレナーシップ教育において教員のコミュニティ拡充だけでなく、地域のコミュニティ、アントレプレナー、卒業生との関わりが、重要な役割を果たしていると分析する (Wilson, 2008)。

EVCA (European Private Equity and Venture Capital Association) は、2005年の報告書に欧州は、エコシステムの確立、優秀なリーサーチャーの養成、産学連携、テクノロジーのトランスファーやアントレプレナー育成においてグローバルに競争できる可能性を秘めていると報告する。このように、欧州でもアントレプレナーシップ教育を積極的に教育に取り入れている傾向にある。

1.5 アントレプレナーシップ教育モデル

Mwasalwiba (2010) は、アントレプレナーシップ教育を体系立てて理解するには、アントレプレナーシップ教育モデル (図1) が必要であると提唱する。そのモデルには、1) 定義、2) 目的、3) プログラム (プログラムの種類、対象者、科目内容、実践活動)、4) 教授法、5) 効果測定が含まれる。最初に、アントレプレナーシップの定義、アントレプレナーシップの目的を明らかにする。そして、どのような学習者を対象に、どのような種類、科

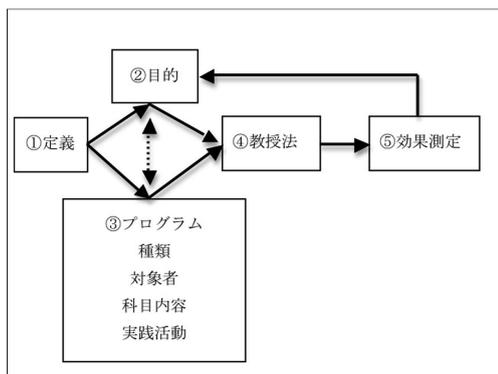


図1 アントレプレナーシップ教育モデル

目を取り扱い、どのような活動が行われているか、プログラムを明確にする。さらに、その教育活動を学習者に教授方法を示し、アントレプレナーシップ教育の効果測定後、目的に反映させる。

Mwasalwiba (2010) はアントレプレナーシップ教育関連の20件の論文を調査した結果、アントレプレナーシップの定義を明確にしている文献は非常に少なかった。アントレプレナーシップ教育の参加者、プログラム内容、教授法に関しては、アントレプレナーシップ教育の参加者は、大学機関に所属するビジネス専攻の学生が最も多く、次に中小企業の社員である。アントレプレナーシップ教育の最も著名な9つの科目は、ファイナンス・資金管理、マーケティング、アイデア形成・機会獲得、ビジネスプラン、成長戦略、組織構成・チームビルディング、ベンチャー創成、中小企業マネジメント、リスク管理であることが明らかとなった。教授法に関しては、講義・理論、ケーススタディ、グループディスカッション、ビジネスシミュレーションなどが主に使用されていることが明らかとなった。

1.6 アントレプレナーシップに関する調査

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 調査は、1999年に日本を含めた10ヶ国から開始され、2017年には54ヶ国の起業活動が国家経済に及ぼす影響について国際比較している (GEM, 2017)。GEM 調査は、各国平均2,000人に対して、電話や訪問調査が行われる「一般成人調査 (Adult Population Survey)」と各国のアントレプレナーや起業活動に関する専門家を対象とした「専門家調査 (National Expert Survey)」の2種類の調査を実施している (磯辺・矢作, 2011)。GEM 調査の研究目的は、ベンチャー企業の成長プロセスを解明し、起業活動を活発にする要因を把握し、その上で経済成長や競争力、雇用など各国の政策担当者にとって重要な政策方針を提供することである (みずほ情報総研, 2017)。2017年のGEM 調査報告によると、大学、大学院の教育機関で、アントレプレナーシッププログラムは進展している。学習者がよりアントレプレナーシップの実践に関連した新たな協働学習プログラムやインターンシッ

プが導入されている。つまり、アントレプレナーシップ教育プログラムの進捗が明示されている。

一方、Nabi et al. (2017)の中堅・上級の国際ジャーナル²⁾と3つのデータベース (ABI ProQuest, Emerald, and Science Direct)³⁾を活用したアントレプレナーシップに関する文献調査では、2004年から2016年に刊行されたアントレプレナーシップ関連の論文は159件である。その内86件(54%)がアントレプレナーシップ教育によるものである。調査対象者は、53%以上が大学生で、12%のみ大学院生であった。

同様に、アントレプレナーシップに関する国際比較を毎2、3年に実施している GUESS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey)⁴⁾は、2016年に50ヶ国、1,000校以上の調査を実施している。調査参加者は、79.2%が大学生である。2014年の調査では76.1%が大学生、1.2%がMBAもしくは社会人教育である。さらに、MBAの中に2017年 Financial Times の Global MBA Ranking にある上位 Business School (Insead, Stanford, Wharton, Harvard, Cambridge, London, Colombia, IE, Chicago Booth, Iese) が含まれているかは定かではない。アントレプレナーシップ教育に関する研究論文数も少なく、調査対象者がMBAである研究が充分ではないことが明らかになった。

2 欧州のアントレプレナーシップ教育の影響

European Commission (2018) は、政治的に独立した機関として、EU全体の利益を考慮し、平和、自由、繁栄の促進など、EUの目標を反映した法律、

政策、プログラムを提案している。アントレプレナーシップ教育の分野においても定期的に調査結果を公表している。European Commission (2008b) は、EU加盟国の27ヶ国とアイスランド、リヒテンシュタイン、ノルウェー、トルコの4ヶ国を加えた31ヶ国、2,899の大学・大学院などの教育機関を対象にアントレプレナーシップの教育の効果に関して調査を行っている。欧州に特化したアントレプレナーシップ教育の調査機関としての規模は大きい。

European Commission (2012) によると欧州は2020年の戦略として創造性、革新性、アントレプレナーシップを教育に組み込む必要性を強調している。そして、欧州の観点を考慮した起業に関する能力や革新的な能力を発揮できる多くの活動を提案している。教育機関におけるアントレプレナーシップ教育を受講した卒業生の15～20%はアントレプレナーになると報告している。これは通常の3～5倍に値する。

3 研究方法

3.1 調査対象の選定

本稿では、IE Business School (International MBAプログラム：英語)の卒業生を対象とする。このビジネススクールを調査対象にした理由は以下の2点である。第一に、13ヶ月のプログラムとして体系的にアントレプレナーシップ教育が実施されている。第二に、IE Business School は、2017年 Financial Times の Global MBA Ranking にある上位 Business School の1つであり、アントレプレナー

2) ABS (Association of Business Schools) は、アントレプレナーシップジャーナルのランク付けとジャーナルの品質を評価する機関である (Harvey et al., 2010)。ABS が中堅・上級と査定する11のアントレプレナーシップジャーナルは Journal of Business Venturing, Entrepreneurship Theory and Practice, Journal of Small Business Management, International Small Business Journal, Small Business Economics, Entrepreneurship and Regional Development, Strategic Entrepreneurship Journal, Family Business Review, Journal of Small Business and Enterprise Development, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance である。

3) 幅広いキーワードサーチを行った。最も検索でヒットした用語は「entrepreneurship education」「higher education」「pedagogy」「educational interventions」「graduate」「undergraduate」である。また、これらの用語のブル変数(二者択一条件を示すために使用されるプログラミングの基礎データ型 (Weblio))などを使用した。

Weblio IT 用語辞書バイナリ <https://www.weblio.jp/content/%E3%83%96%E3%83%BC%E3%83%AA%E3%82%A2%E3%83%B3> (最終閲覧日：2017年11月20日)

4) Sieger, P., Fueglistaller, U. & Zellweger, T. (2014). Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG). Sieger, P., Fueglistaller, U. & Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St. Gallen / Bern: KMU-HSG / IMU.

シップ教育を重要視している。

3.2 IE Business School の概要

IE Business School は 1973 年にディエゴ・デル・アルカサルによってスペインに設立されアントレプレナーシップ教育を中心に International MBA、Exclusive MBA、Global (Online) MBA 教育を提供する。International MBA プログラム（英語もしくはスペイン語）は 70 ケ国以上の多国籍な社会人経験 3 年以上の学生が集結し、フルタイムで 13 ヶ月 MBA 教育が実施される。2017 年 Financial Times の Global MBA Ranking⁵⁾ において 2015 年、2016 年世界 12 位、2017 年世界 8 位と躍進している。IE Business School ネットワークは拡大しており、世界 28 ケ国に IE オフィスを設置し、100 ケ国に 5 万人以上の卒業生がいる⁶⁾。

3.3 調査の実施

2017 年 6 月から IE Business School スペインオフィス、日本オフィスの担当者に IE Business School の MBA アントレプレナーシップ教育の効果検証に関して説明し、調査依頼を行った⁷⁾。IE Business School は 70 ケ国以上からの学習者が集結し、卒業生は世界各地にいる。そのため、IE Business School の卒業生のネットワーク、掲示板を利用した。図 2 の質問事項をオンライン質問紙 (Google Forms) を提示した。調査期間は 2017 年 7 月～11 月である。

質問事項には、第一に、回答者の年代、性別、卒業年、社会人年数が含まれる。第二に、IE Business School 入学前のビジネスプラン作成、ビ

ジネスコンテストでの発表、起業経験である。第三に、IE Business School 入学の選択理由 (1. MBA ランキング、2. ダイバーシティ (多様性)、3. 立地、4. MBA プログラム期間、5. 評判、6. アントレプレナーシッププログラム、7. 費用 (奨学金など)) である。第四に、起業に関する適性 (知識・能力・態度)、第五に、IE Business School 卒業後の進路、最後に現在 (調査時) の起業の意思の有無である。

1	基礎情報 (年代・性別・卒業年・社会人年数)
2	IE Business School 入学前の経験の有無 ・ビジネスプラン作成の経験 ・ビジネスコンテストでの発表の経験 ・起業経験
3	IE Business School 入学選択理由
4	起業に関する適性 (知識・能力・態度)
5	IE Business School 卒業後進路
6	現在 (調査時) の起業の意志の有無

図 2 質問事項

3.4 IE Business School MBA プログラムの概要

2013 年の International MBA プログラムは、5 学期 (13 ヶ月) で構成されている。前半 3 学期には MBA 必須基礎科目が設けられている (図 3)。第一に、IE Business School の特徴として、アントレプレナーシップの科目が 1・2 学期で必須となっている。起業家マインド養成のため、前半最初のクラスから導入されている。第二に、基礎科目は、ゼネラルマネジメント養成のために欠かせない。第三に、各 1 週間程度のコンサルティングプロジェクト (2 回) は必須である。コンサルティングプロジェクトには、IE Business School による

5) Financial Times Global MBA Ranking 2017

<https://rankings.ft.com/exportranking/global-mba-ranking-2017/pdf> (最終閲覧日: 2018 年 1 月 4 日)

6) IE Business School brochure (2016). An MBA out of the ordinary international MBA.

7) 著者は、IE Business School の International MBA の卒業生であり、現在は、関西学院大学大学院経営戦略研究科に所属している。双方のビジネススクールの共通点は、1) 国を代表する総合大学である。2) 多国籍の学習者が多く在籍し、異文化理解や多文化との共生を重視し、グローバル人材育成を実施する。3) アントレプレナーシップ教育に注力している。

著者は、2017 年 4 月に IE Business School スペインオフィスの Master Programs のディレクターである Hurtado de Mendoza 様、日本オフィスの Director である飯野様を関西学院大学の西宮上ヶ原キャンパスにお招きした。関西学院大学大学院経営戦略研究科研究科長、副研究科長、関西学院大学国際教育・協力センター長と双方の大学の教育プログラムの紹介が行われ、交換留学、国際交流等の活発な意見交換ができた。その際、私のアントレプレナーシップ教育の研究にも興味を持っていただき、今回の調査を実施する運びとなった。また、2017 年 3 月に IE Business School スペインオフィスの Asia Pacific 地域のディレクターである Kretova 様が来日された時に大阪のイノベーションセンターをご案内させて頂いたご縁で、今回の調査のご協力を得た。

今後も IE Business School、関西学院大学大学院の双方の発展をお祈り申し上げる。

スウェーデンの家具メーカー IKEA やスペイン大手メガバンク BBVA との連携をコンテンツに含めている。学習者は、プロジェクトグループで、デザインシンキングのフレームワークを活用し、オフィス、店舗を視察しながら、課題を発見し、解決策を考える。最終日に、各グループが、ビジネスコンテスト形式で、企業の取締役へ改善案を試作品とともに発表する。IE Business School では、教室だけにとどまらず、実際の現場に足を運び、課題解決への実践アプローチを重視している。

後半2学期に入ると、選択科目が中心となる。1週間程度の短期留学（シリコンバレー、サウジアラビア、チリなど）や発展途上国への支援プロジェクトなども含む150以上の選択科目⁸⁾である。専門分野は、アントレプレナーシップ、デザイン&マーケティング、ファイナンス、人材マネジメント、テクノロジー、ビジネスストラテジーなどの分野である。選択肢がきわめて豊富であるため、学習者の目的によって、MBAプログラムをカスタマイズしやすく構成をしている。アントレプレナーシップのクラスは20科目ある（図3）。

選択科目の1つであるベンチャーラボでは学習者に対し、受講前に受講資格を得よう求めている。学習者が単独もしくはチームでビジネスアイデアを応募し、学内で審査され、合格しなければならない。ベンチャーラボ受講資格取得後、学習者は、ビジネスプラン作成やビジネスプランを短時間で的確に説明する Pitch 方法などアントレプレナー育成の特別授業やビジネスアイデアを実現化に向けて定期的にサポートするメンターの指導を受けることができる。また、ベンチャーラボ受講者は、「AREA31」と呼ばれる大学構内に設置されているインキュベーターを利用することができる。「AREA31」は、IE Business School の学生や学外のスタートアップを中心に利用されている。IE Business School の学生を中心に、毎週ピッチイベントやセミナーが自主的に実施され、アントレプレナーやスタートアップ、投資家、スポンサー企

業との交流会が実施される。

毎年1回 IE Business School が主催のビジネスコンテストが IE Business School 近郊で開催される。発表者はベンチャーラボ在籍者の中から教授、投資家の審査により予選のビジネス発表を勝ち抜いた10チームほどが選ばれる。IE Business School の学生だけでなく、他大学、企業からも参加する。また、スペインだけでなく、世界10カ国以上で毎年 IE Business School が主催もしくは、他大学と共催のビジネスコンテストを実施している。日本においては、2016年11月26日に IE Business School と慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科主催のビジネスコンテスト「IE KMD Venture Day Tokyo 2016」⁹⁾が開催された。

近年のプログラムは、前半と後半の間に Lab 期間として、4つのコース（コンサルティング、スタートアップ（ビジネスアイデアを具現化する）、テクノロジー（ビジネス戦略にテクノロジーを用いて企業に提案する）、ソーシャルインパクト（新興国で企業もしくは、NGO でインターンを行う））を選択する。学習者からの希望や要望、卒業生からのプログラムのフィードバックにより、プログラムは進化しているため、プログラムの内容、順番などに変更はある。しかし、アントレプレナーシップ教育を重視した MBA プログラムは引き継がれている。

【MBA 必須科目】

1. アントレプレナーシップ

アントレプレナーシップ1・2（アントレプレナーマインドセット、アイデア形成、機会獲得、ビジネスモデルキャンバス、ビジネスプラン作成、ベンチャー創設・成長戦略、ベンチャーファイナンス）

2. 基礎科目

経営戦略1・2、マーケティング1・2、ジェネラルファイナンス、管理会計、経済学、ビジネス

8) 選択科目は、150以上のクラスが用意されているが、bit（入札）制を導入しているため、学習者は、シラバス、教員のビデオメッセージ、科目の人気度を確認し、付与されたポイント内でクラス受講資格を入札する。結果的に、需要の少ないクラスは削除される。

9) IE KMD Venture Day

<https://ie-events.ie.edu/EN/iekmdventureday2016>

定量分析、投資分析、コーポレートファイナンス、企クリティカルシンキング、リーダーシップ、倫理、業理念と社会価値、プレゼンテーション、組織・人材管理、オペレーションマネジメント、イノベーション・テクノロジーマネジメント

3. コンサルティングプロジェクト1・2

【MBA 選択科目】

アントレプレナーシップ選択科目

ベンチャーラボ（ビジネスプラン作成、新規ビジネス立ち上げ、事業運営、リーンスタートアップ、メンター支援を含む）、シリコンバレー研修、ビジネスイノベーションラボ、起業のための効果的な速攻テクニック、ファミリーベンチャー、社内ベンチャー、企業ガバナンスの実践、新規ベンチャーの創設・ファイナンス、スタートアップの買収、アントレプレナーシップとベンチャーキャピタル、アントレプレナーシップとM&A、アントレプレナーと投資家からの起業視点、新興国での起業、イノベーション実践、インキュベーターの役割、M&A ブートキャンプ、スタートアップのためのM&A 対策、アントレプレナーのマーケティング・販売、スタートアップリーダーシッププログラム、10億ドルチャレンジ

図3 IE Business School MBA 科目

3.5 IE Business School MBA プログラムの教授法

前半3学期は主にケーススタディが用いられ、講義、ディスカッション、プロジェクトワークの割合が多い。学習者がシミュレーションシステムを活用し、各自で仮想企業の経営、商品開発・プロモーションを行う。マーケティング戦略を考案しながら投資を体験する。また、グループで環境への投資と仮想企業の運営の両立を挑戦する体験などより現実的な状況で判断能力を向上させる方法が導入されている。

コンサルティングプロジェクトに関しては、企業と連携しフィールドワークを中心にシミュレーション、プロジェクトワークを行う。

後半の選択授業に関しては、実務家教員も多

いため、前半のMBA 必須基礎科目を基に、より実践的で実現可能なプロジェクトワークが多い。よって、講義よりもディスカッションやプロジェクトワークの比率が高い。

4 分析結果

表1に質問事項への結果を示す。質問事項1の回答者(IE Business Schoolの卒業生)の年代分布は、20代1名(4%)、30代24名(92%)、40代1名(4%)である。性別は、男性23名(88%)、女性3名(12%)となる。卒業年で分けると、2013年3名(12%)、2014年18名(69%)、2015年1名(4%)、2016年1名(4%)、2017年3名(12%)となる。正社員での職務経験は、6~10年以上が15名(60%)、11~20年以上が10名(40%)となり、1名が該当しない。

質問事項2は、IE Business School 入学前の経験の有無を問う。1つ目は、ビジネスプランを作成した経験があるは7名(28%)、経験がないは18名(72%)、1名欠損値である。2つ目は、入学前にビジネスコンテストに出場経験があるは3名(15%)、出場経験がないは23名(75%)である。3つ目は、入学前に起業経験があるは4名(15%)、起業経験がないのは22名(85%)である。

質問事項3の入学理由は、複数回答が可能である。1. MBA ランキング25名、2. ダイバーシティ12名、3. 立地10名、4. MBA プログラム期間21名、5. 評判10名、6. アントレプレナーシッププログラム8名、7. 費用(奨学金など)2名である。

質問事項4の卒業後の進路は、起業6名(23%)、復職7名(27%)、転職13名(50%)である。質問事項5の調査時に起業意欲があるは16名(62%)、起業意欲がないは10名(38%)である。

5 考察

本稿では、IE Business School の卒業生を対象に、アントレプレナーシップ教育が、MBA の学習者の卒業後の進路にどのように影響するのかを明らかにすることである。

IE Business School の卒業生は、卒業後のキャリア選択として26人中6人(23%)が起業を選択した。IE Business School の卒業生で、入学前に

表1 質問項目の回答結果

ID	年代	性別	卒業年	職務 経験	ビジネス プラン	ビジネス コンテスト	起業経 験	入学理由	卒業後 進路	起業 意志
1	30	男性	2014	2	×	×	×	1, 4	起業	○
2	30	男性	2014	1	×	×	×	1, 4, 5	起業	○
3	30	女性	2014	1	○	×	×	1, 2, 3, 4, 5, 6	起業	○
4	30	男性	2014	1	×	×	×	1, 2, 3, 4, 6	起業	○
5	30	男性	2014	1	○	×	○	1, 4, 6	起業	○
6	30	男性	2017	1	○	×	○	1, 4,	起業	○
7	30	女性	2013	---	×	×	×	1, 4	復職	×
8	30	男性	2013	2	×	×	×	1, 3, 4	復職	×
9	30	男性	2014	2	×	×	×	1, 2, 4, 5, 6	復職	×
10	30	男性	2014	1	×	×	×	1, 2, 3, 4, 5	復職	○
11	30	男性	2014	1	×	×	×	1, 2, 3, 4	復職	×
12	30	男性	2016	1	×	×	×	1, 2, 3	復職	×
13	20	男性	2017	1	×	×	×	1, 3, 4	復職	×
14	30	男性	2013	1	×	×	×	1, 2, 3, 5	転職	○
15	30	男性	2014	1	×	×	×	1, 2, 3, 4	転職	×
16	30	男性	2014	1	×	×	×	1, 2, 3, 4	転職	×
17	30	男性	2014	1	×	×	×	1, 2, 3, 4	転職	○
18	30	男性	2014	2	---	○	×	1, 4, 5	転職	○
19	30	男性	2014	2	○	○	×	1, 7	転職	○
20	30	女性	2014	1	×	×	×	3, 4, 5	転職	○
21	30	男性	2014	2	×	×	×	3, 4, 5, 6	転職	○
22	40	男性	2014	2	×	×	×	1, 2, 4, 5, 6	転職	×
23	30	男性	2014	2	○	○	○	1, 2, 4, 7	転職	○
24	30	男性	2014	2	○	×	×	1, 2, 6	転職	○
25	30	男性	2015	2	×	×	×	1	転職	×
26	30	男性	2017	1	○	×	○	1, 2, 4, 5, 6	転職	○

【職務経験】 1. 6～10年、2. 11～20年

【入学理由】 1. MBA ランキング 2. ダイバーシティ 3. 立地 4. MBAプログラム期間 5. 評判 6.アントレプレナーシッププログラム 7. 費用（奨学金など）

○はい ×いいえ - 無回答

起業経験があるのは、2名である。6人中4人は、入学前に起業経験がない。つまり、26人中4人（15%）は入学後アントレプレナーシップ教育を受講したことで起業への進路選択になったと考えられる。

また、起業を選択した6人中3人は、IE Business Schoolの入学理由にアントレプレナーシッププログラムに興味があって入学したのではないと回答している。IE Business School在学中に起業に関心を持ち、アントレプレナーシップ教育を受講したことによって起業したと推測できる。2017年のIE Business School卒業生の調査時点で、

起業意志がある卒業生は、26人中16人であった。実際に起業した6名を除く10名には、今後も期待できる。

狭義のアントレプレナーシップは、機会獲得、事業開発、自己雇用、価値創造、成長などを伴いアントレプレナー（起業家）になることである（Fayolle & Gailly, 2008; QAA, 2012; Mahieu, 2006）。本稿のIE Business School卒業生に関する調査結果から、アントレプレナーシップ教育は、アントレプレナー育成を推進することは明らかとなった。

IE Business Schoolの元学部長であるIniguez（2011）は、ビジネススクールのミッションとし

て、知識を生み出し、ビジネスを起こす場所であること、ビジネスマネージャーやアントレプレナーを育成する教育拠点であること、地域社会やグローバル社会に変革を促進することを掲げている。このミッションから分かるように、IE Business School では、ビジョンを明確にし、価値を創造する起業思考の育成、起業や新規ビジネスへの熱意、実践力に重点を置いている。また、IE Business School は、IE Business School 学習者の15%が起業すると公表している⁶⁾。本稿の調査結果は、IE Business School の卒業生で卒業後の進路に起業を選択した者は、15%～23%である。おおよそ IE Business School の公表結果と同じである。European Commission (2012) の教育機関におけるアントレプレナーシップ教育を受講した卒業生の15～20%はアントレプレナーになると報告した先行研究を本稿は支持する結果となった。

6 まとめと今後の研究課題

本稿の学術的な貢献を2点述べる。1点目は、IE Business School 卒業生に関して5年以内に何人の起業家を輩出したか追跡調査を行っている。2017年 Financial Times の Global MBA Ranking にある Business School 上位10校では、卒業生の直近の進路はHP等で開示しているところもあるが、追跡調査は実施されていない、もしくは、開示されていないことが多い。本稿では、IE Business School のアントレプレナーシップ教育により、実際に起業家をどのくらい輩出できるかが明記されており、一資料として貢献できると考える。

2点目は、2017年 Financial Times の Global MBA Ranking にある上位 Business School の一校である MBA 学習者を対象としている。データが取得しにくい傾向にある MBA 学習者を調査対象者としている点においても、本稿の貢献できる点であると考えられる。

前項で述べた貢献もあるが、本稿ではいくつかの限界と課題も見られる。以下では、本稿の限界および今後の研究課題について述べる。

第1に、IE Business School は、アントレプレナーシップ教育に関する科目が20以上提供されている。さらに、ベンチャーラボのような実践的なプ

ログラムやインキュベーターを独自で運営し、プログラムと連携している。ビジネスコンテスト開催といったアントレプレナーやベンチャー支援育成の仕組みが整っている。従って、IE Business School の学習者は、起業を目指す意欲とその適性・能力を持った学習者が入学する蓋然性が高い可能性がある。

第2に、IE Business School のアントレプレナーシップ教育は、学習者にとって、アントレプレナー(起業家)育成にも効果があることが示唆された。今後の研究では、Matlay (2002) や Matlay & Westhead (2005) が主張するように、アントレプレナーシップ教育のアントレプレナー育成研究には、本質的な縦断的研究・質的研究を取り入れ、全体のプログラムの中で具体的にどのクラスが有効であったのかより踏み込んだ議論が必要であるように思われる。

【参考文献】

- Curran, J. & Stanworth, J. (1989). Education and training for enterprise: some problems of classification, evaluation, policy and research. *International Small Business Journal*, 7 (2), pp.11-23.
- European Commission (2000). *The most competitive and dynamic knowledge-driven economy by 2010. Commitment by the EU Heads of States and Governments to make the EU. March.*
- European Commission (2008a). *Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies.* <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/2214/> (最終閲覧日: 2017年11月1日)
- European Commission (2008b). *Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe.*
- European Commission (2012). *Entrepreneurship 2020 Action Plan.* https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/action-plan_en (最終閲覧日: 2017年11月1日)
- European Commission (2018). *Strategy Documents.* https://ec.europa.eu/info/strategy/strategy-documents_en (最終閲覧日: 2018年5月20日)
- EVCA (European Private Equity and Venture Capital Association) (2005). *Private Equity and Venture Capital:*

- An Engine for Economic Growth, Competitiveness and Sustainability*. EVCA Public Policy Priorities. February.
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning process in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32. pp.569-593.
- Gibb, A.A. (1987). Enterprise culture - its meaning and implications for education and Training. *Journal of European Industrial Training*, 11 (2). pp.1-38.
- Global Entrepreneurship Monitor (2017). *Global Report 2017/18*. The Global Entrepreneurship Research Association.
- Harvey, C., Kelly, A., Morris, H., & Rowlinson, M. (2010). (ABS) *Academic Journal Quality Guide Version 4*. UK: ABS. The Association of Business Schools
- Iñiguez, O.S. (2011). *The Learning Curve*. IE Business and Publishing. UK: Palgrave Macmillan.
- Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 18 (2). pp.283-300.
- Konig, L. (2016). Integrating entrepreneurial self-efficacy into education at universities. *Ekonomski Vjesnik*, 2. pp.311-321.
- Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education: what, why, when, how*. *Entrepreneurship360. Background Paper*. OECD.
- Mahieu, R. (2006). *Agents of change and policies of scale: a policy study of entrepreneurship and enterprise in education*. Doctoral Thesis, Umea Universitet.
- Matlay, H. (2002). *Conceptual and contextual issues in entrepreneurship education revisited: why is clarity eluding specialist research?*, paper presented at the 2nd SMEs in a Global Economy Conference. Wollongong. July.
- Matlay, H. & Westhead, P. (2005). Virtual teams and the rise of e-entrepreneurship in Europe. *International Small Business Journal*, 12 (3). pp.353-365.
- Ministry for Industry, Tourism and Trade (2006). *Directorate General for SME Policy, 2006*.
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training*, 52 (1). pp.20-47.
- Nabi, G., Linan, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of Entrepreneurship education in higher education: A systematic review and search agenda. *Academy of Management Learning and Education*, 16 (2). pp.277-299.
- National Council for Graduate Entrepreneurship (2007). *Report on Enterprise and Entrepreneurship in Higher Education*.
- QAA. (2012). *Enterprise and entrepreneurship education: Guidance for UK higher education providers*. Gloucester, UK: The Quality Assurance Agency for Higher Education.
- Storey, D. J. (2000). Six steps to heaven: evaluating the impact of public policies to support small business in developed economies. In Sexton, D. and Landstrom, H. (Eds.), *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship* (pp.176-193). Oxford: Blackwell.
- Twaalfhoven, B. & Wilson, K. (2004). *Breeding More Gazelles: The Role of European Universities*. EFER, October.
- Wilson, K. (2008). *Entrepreneurship education in Europe*. In: Entrepreneurship and higher education, OECD. Chapter 5, pp.1-20.
- Young, J.E. (1997). Entrepreneurship education and learning for university students and practicing entrepreneurs. In Sexton, D.L. and Simlor, R. W.(Eds). *Entrepreneurship 2000*. Chicago, IL: Upstart Publishing.
- Zhang, L. (2011). Comparative study of China and USA's colleges entrepreneurship education from an international perspective. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 3 (3). pp.185-194.
- 磯辺剛彦・矢作恒雄 (2011) 『起業と経済成長 Global Entrepreneurship Monitor 調査報告』慶應義塾大学出版会。
- 稲田優子 (2018a) 「欧米・日本のビジネススクールにおけるアントレプレナーシップ教育プログラム比較—専攻(コース)・科目内容・実践活動を中心として—」『経営戦略研究』第12号、37-50 ページ。
- 稲田優子 (2018b) 「アントレプレナーシップ教育の効果—IE Business School の事例を用いて—」『Venture Review』第32号、37-41 ページ。
- みずほ情報総研 (2017) 「平成 28 年度産業経済研究委託事業(起業家精神に関する調査事業) 報告書」平成 28 年度経済産業省委託事業。