［研究ノート］

学生版起業塾開催と起業環境整備研究を通して見えてきたこと

Thinking through holding a student entrepreneurship school
and research on improving the entrepreneurial environment

中村　陽一
NAKAMURA　Yoichi

青森中央学院大学経営法学部　教授

アブストラクト

行政や教育機関の取組みにより、近年、ビジネスアイデアの提案や、奨励的な取組は増えているが、学生が起業に関する実践的方法論にふれる機会が少ないことから、実際にアイデアを発展させ、次の展開を目指すような例は多くない。そこで、起業や社会課題への挑戦意欲をもつ若者が次の一歩を踏み出すためのスキルやマインドを育てる実験的な取組を行い、社会課題に実践的に取り組む若者を輩出するプログラムづくりの研究を行った。

近年、青森市や青森商工会議所といった行政・経済団体が、起業支援などに注力をして取り組んでいるが、当該事業の成果を共有することで、未来を担う青森の若者の実情を的確に把握するとともに、関連する政策や活動方針をより実態に即したものへとブラッシュアップしていくことが見込まれる。また、実際に若者を対象とした起業を学ぶ場づくりを行う事で、受講者たる若者が青森の未来を担う意識をもつことを図るとともに、社会性・公共性に裏付けられたビジネス感覚を持って自らの生業を考え、生まれ育った青森での「（自身）固有の仕事」（own work）と向き合う若者を増やすことをめざした。

はじめに

人口減少・少子超高齢社会の進行により、日本の生産年齢人口（15 ～ 64 歳）は 1995 年をピークに減少しており、2050 年には 5,275 万人（2021 年から 29.2% 減）になると見込まれている[1]。生産年齢人口の減少で、労働力不足、国内需要減少による経済規模の縮小などさまざまな社会的・経済的課題が危惧されている。また、地方は都市部よりも人口減少の加速度が高く、上記に加え、税収減少による行政サービスの低下などが想定される。

そんななか、文部科学省は、急激に変化する社会で、一人一人が社会の担い手となり、社会全体のウェルビーイングが向上することをめざして、教育の羅針盤となる第 4 期教育

[1] 内閣府「令和 4 年版高齢社会白書」https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2022/zenbun/pdf/1s1s_01.pdf

振興基本計画[2]を作成している。計画では、2つのコンセプト、5つの基本方針、16の目標と基本施策、指標を定めているが、目標５「イノベーションを担う人材育成」では、基本施策として、「探究・STEAM教育の充実」「起業家教育（アントレプレナーシップ教育）の推進」「理工系分野をはじめとした人材育成及び女性の活躍推進」を掲げ、「自然科学（理系）分野を専攻する学生の割合の増加」「全国の大学等における起業家教育（アントレプレナーシップ教育）の受講者数の増加」を指標としている。

こうした政府・行政による統計データや計画を待つまでもなく、将来の予測が困難なVUCA[3]の時代にあって、今後の持続可能な社会の創り手たる人「財」―主体性、リーダーシップ、創造力、課題設定・対応能力、論理的思考力、表現力、チームワークなどを備えた人財―を輩出することは日本社会にとって喫緊の課題といえよう。多様な個人が幸せや生きがいを感じられる地域や社会を形づくるため、教育の場での学びを通じてウェルビーイングを向上させ、学校や地域でのつながり、協働性、利他性、多様性への理解を進めることが求められている。

他方、総務省が本年1月1日現在の住民基本台帳をもとにまとめた人口統計によると、青森県に住む日本人の人口は121万8,922人で、去年から1万8,541人、率にして1.5%減少した。減少率は秋田県に次いで、全国で２番目に大きくなっている[4]。また、青森県がまとめた「令和4年青森県人口動態統計」によると出生率が全国45位となっている[5]ほか、国立社会保障・人口問題研究所が2023年12月22日に公表した2050年までの新たな地域別将来推計人口によると、青森県内の総人口は、2050年には75万5千人となる見込みで、4割近く減り、減少率は秋田県に次いで全国で2番目に高い課題先進県となっている[6]。

大学発ベンチャーの数も同調査によると、青森県の大学発ベンチャーは7社(表1)で全国45位と下位層にいる[7]。今後、文部科学省の意向に沿った教育によって人材育成を進めるだけでは、青森県、青森市へ寄与する人材となる可能性は残念ながらきわめて低いといえよう。

ただ、起業する学生の数は少数だが、就職活動における志向をみると、「マイナビ2024年卒大学生Uターン・地元就職に関する調査」[8]では、地元就職が2014年以降緩やかに上昇しており、全国的に地元就職のマインドが少しずつ上がっていることがわかる。この

---

[2] 令和5年6月16日 閣議決定　https://www.mext.go.jp/content/20230615-mxt_soseisk02-100000597_01.pdf

[3] 「Volatility：変動性」、「Uncertainty：不確実性」、「Complexity：複雑性」、「Ambiguity：曖昧性」の4つの単語の頭文字をとった造語

[4] 総務省統計局「人口推計」2024年

[5] 青森県「令和４年青森県人口動態統計」（確定数）の概況、2023年 https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kenko/kkenkofu/files/R4kakutei.pdf

[6] 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5（2023）年推計）－令和2（2020）～32（2050）年」https://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson23/1kouhyo/gaiyo_s.pdf

[7] 経済産業省「令和４年度産業技術調査事業大学発ベンチャーの実態等に関する調査」https://www.meti.go.jp/policy/innovation_corp/start-ups/reiwa4_vb_cyousakekka_houkokusyo-r.pdf

[8] https://career-research.mynavi.jp/reserch/20230509_50051/

結果をマイナビでは、物価高などによって学生にとっては景気回復の実感が薄いことや、引き続き採用活動に WEB が取り入れられていることで地元を離れていても情報収集や選考参加がしやすいことなどが、地元就職意向が高く維持されている背景にあると考えられると分析している。また、実家を出て一人暮らしをすることで経済的な不安を抱えたくないという気持ちや、社会人になるとき、将来家庭を持ったときなどライフスタイルが変化する時期には、頼れる存在がいる環境で安心して生活したいという意識が見てとれるとしている。

以上をふまえ、本研究では、これから就職をする大学生や高校生を対象に、今後必要となるであろう起業家精神と、自身の就職や働き方に関してのライフデザイン、そして起業家教育のなかで謳われる社会課題のひとつである人材流出の要素について調査し、それぞれの関連性、地方における起業家教育 (アントレプレナーシップ教育) のあり方の分析を行った。さらに、起業や社会課題への挑戦意欲をもつ若者が次の一歩を踏み出すためのスキルやマインドを育てる実験的な取り組み（学生起業塾）を行い、社会課題に実践的に取り組む「人財」を輩出できるようなプログラムづくりの社会実装を追究した。

表１：青森県内大学発ベンチャー一覧（青森中央学院大学研究支援・地域連携課作成）

大学名	企業名	企業概要
青森大学	株式会社先端免疫療法研究所	ARNAX の臨床研究を支援し製薬企業への導出と、薬事承認を目指す
青森大学	青森ねぶた健康研究所	樹状細胞を標的とする免疫増強アジュバントとして国内外で要望の高い ARNAX を臨床試験に導出すること
弘前大学	合同会社 Wisteriagen	遺伝子座特異的 ChIP 法と ORNi-PCR 法等の産業利用
弘前大学	株式会社アカデミア研究開発支援	1.研究開発支援サービス 2.事業・エコシステム支援サービス 3.技術目利きサービス 4.管理支援サービス 5.ベンチャー・スタートアップ支援サービス
弘前大学	株式会社 YoKa 食品科学研究所	食品科学分野の研究開発や成果物の生産・販売
弘前大学	Marine Collabo 株式会社	再生可能エネルギー利活用技術の実用化(水産生物や農産物の養殖，栽培施設の製造販売)
弘前大学	Epigeneron	ゲノム配列の分析手法「ORNi-PCR 法」を開発し、従来の手法より分析費用を抑制し、検出感度を高めた。

1. 研究の背景

青森市が策定した「青森市総合戦略 2020-2024」によると、「我が国の経済は、景気が緩やかに回復する一方で、企業の人手不足感が高まっている状況にあります。今後、経済のグローバル化が進展するとともに、AI・IoT などの技術革新によって、産業構造や雇用環境などが大きく変化していくことが予想されます。 本市においては、主に進学や就職を契機とした若年層の市外流出による人口の社会減が継続しており、魅力ある仕事が不足していることがその要因の一つと考えられます。 また、人口減少・少子高齢化により生産年齢人口の一段の減少が見込まれることから、労働力の不足が懸念されます」[9] とあり、この懸念に対応した目標として、同戦略においては青森市の「仕事づくり」の推進を掲げ、「若者等の起業・創業や、地元企業による新たな領域での事業展開、第二創業など、地域資源や特性を活かした新ビジネスへの挑戦を促進するとともに、生産性向上の取組などを通じた経営基盤の強化を促進するほか、地域特性に応じた個性と魅力ある商店街づくりを促進します。 また、地域ニーズに対応した多様な企業の立地等を促進するほか、若者等の地元就職や、誰もが安心して働くことができる雇用環境づくり等を促進します」としている。

具体的には、起業・創業等支援拠点運営事業、地域ベンチャー支援事業、学生ビジネスアイデアコンテスト開催事業、あおもりフィールドスタディ支援事業、リノベーションまちづくり推進事業、空き店舗リノベーション支援事業 、地元企業の魅力発信事業、U ターン就職支援事業 などに取り組み、特に、令和元年に「あおもりスタートアップセンター」に拠点を移し、年間で 100 件を超える起業支援を行うなどの実績により成果を収めていると考えられる。

具体的な事業の中で、将来的な起業へつながるような学生の取組を支援する事業が「学生ビジネスアイデアコンテスト開催事業」、「あおもりフィールドスタディ支援事業」の２事業で、戦略策定以降、数年にわたり継続をし、生まれ育った青森で自身が感じる社会課題等に対して考えをめぐらせる機会を提供することで、両事業ともに多くのプロジェクトがアイデアの提案もしくはプロトタイプ的な活動として行われている。

しかし、市場性の有無、事業立上げ時のコスト積算、採算性、将来性、資金調達方法など、ビジネスプランを考える際に必須となる検討要素や、実際に必要なタスクの整理といった知見にふれる機会が少ないため、せっかくのアイデアやフィールドスタディを実際に発展させ、ビジネスプランを構築し推進するといった、次の段階をめざそうとする発展的な展開へはたどり着けていない現状がある。

本研究では、青森市の高校生、大学生を中心対象とした学生向けの起業塾を実験的に開講して、起業に関連した知識にふれる機会を提供し、意識改革を図りつつ、並行して、未来を担う学生たちの「シビックプライド」、就職場所や働き方などの「勤労意識」、そして「起

---

[9] 青森市「青森市総合戦略 2020-2024」9 頁

業」に関する意識を調査することでそれらの関連性を探り、今後、行政および行政施策を支援する教育機関や経済団体等に施策の参考となりうるデータの提供を行おうとするものである。

（参考）あおもりフィールドスタディ支援事業補助金

経済活性化や産業振興をテーマに、学生団体等が地元関係者の多様な主体と連携し、地域が抱える社会課題の解決を図ることを目的に行う実践的な活動や、ビジネスプランの創出など将来の起業につながる意欲ある活動を行うフィールドスタディ（現地学習）に対し支援する。

表２：令和４年度に実施された事業

No.	事業名	団体名
1	「ぬい撮り」を活用した郷土学習プログラム事業	青森大学ぬい撮り倶楽部
2	縄文時代の文化を発信～development&sales～事業	青森学生団体ディベラボ（青森中央学院大学）
3	Bunka Fashion Live2023 事業	Fashion Live 実行委員会（青森中央文化専門学校）
4	SDGs11 ちゅっぴいふぁーむつながるプロジェクト事業	ちゅっぴいふぁーむサークル（青森中央短期大学）
5	SDGs11 つながる青森よこうちプロジェクト Vol.2 事業	チームまちゃみ（青森中央短期大学）
6	あおもり文化継承支援事業	自己肯定感向上委員会（青森中央学院大学）
7	青森駅周辺におけるプレイスメイキング事業	プレイスメイキングプロジェクト実行委員会（青森中央学院大学）

（参考）青森市学生ビジネスアイデアコンテスト Aomori Business Challenge GATE

学生等の起業マインド、チャレンジマインドの醸成を目的に開催。当日は、青森市に所在する大学等から選抜された８チームが独自技術、アイデア、こだわりをもとにしたビジネスアイデアのプレゼンテーションを行い、審査の上、表彰している。

表３：令和５年度参加チーム一覧

NO.1			
事業名	青森で人をつなぐプロジェクト		
概　要	空き家を活用したパックツアーを販売する		
団体名	Team Fantastic TsushiMakinoLiew	所属	青森大学
NO.2			
事業名	ＣＯＮＴＲＡ（コントラ）		
概　要	コンビニと連携した物流サービスを提供する		
団体名	ＩＣＴシステムクリエイト科８班	所属	あおもりコンピュータ・カレッジ
NO.3			
事業名	メロン収穫体験		
概　要	メロン収穫体験の提供や加工品販売を行う		
団体名	ちゅっぴいふぁーむサークル	所属	青森大学
NO.4			
事業名	ロウゴラク		
概　要	介護サービスをオンラインで提供するあおもりあげよう		
団体名	あおもりあげよう	所属	青森中央学院大学

NO.5			
事業名	青森カシスアップル		
概　要	青森カシスアップルのカクテル缶を販売する		
団体名	カシスアップル広め隊	所属	青森公立大学
NO.6			
事業名	廃ホテルのリノベーション		
概　要	浅虫でワーケーションサービスを提供する		
団体名	ＩＣＴシステムクリエイト科２班	所属	あおもりコンピュータ・カレッジ
NO.7			
事業名	カワラケツメイ×スイーツ		
概　要	今別町産カワラケツメイを活用したスイーツを販売する		
団体名	今別町もりあげ隊	所属	青森中央学院大学
NO.8			
事業名	公衆浴場　×　健康領域		
概　要	公衆浴場において健康増進サービスを提供する		
団体名	あずましい湯っこの会	所属	青森県立保健大学

2. 研究事業の主な取組内容

1）学生起業創出に向けた環境整備の研究

青森市内大学・青森市内高等学校在学生（対象学年を 1 学年抽出）へ起業意欲・就職意欲等やシビックプライド[10]の現状レベルを測定するアンケートおよび一部ヒアリング調査を行い、起業に関する意識の現状と課題を分析する。

2）学生起業塾の開催

青森県内大学・青森市内高等学校在学生を対象に募集を行い、短期間で起業の基礎を学べる講座を開講。実際に起業意欲がある学生を募集し、学ぶ機会を提供した際にアクションに結びついた学生に対しての意識調査アンケートを並行して行った。

<u>学生起業塾の開催内容について（別添：周知チラシ）</u>

日　時　2023 年 8 月 17 日 (木) ～ 18 日 (金)

会　場　青森商工会議所会館（AOMORI STARTUP CENTER、 7 階研修室）

参加者　青森県内大学生・高校生 10 名　※申込 14 名（当日キャンセル 4 名）

（在学校内訳 : 青森市内大学生 1 名, 青森市内高校生 6 名 , 弘前 2 名, 八戸 1 名）

講　師　中　村　陽　一　青森中央学院大学経営法学部教授

三　尾　幸　司　一般社団法人 社会デザイン・ビジネスラボ　事務局長

植　松　宏　真　AOMORI STARTUP CENTER　コーディネーター

[10]　まちに対する住民・市民の誇りを意味する。その源となるまちの要素を見出し、住民・市民が磨き上げていくことが誇りの醸成につながっていくとされる。

内　容　８月１７日(木)

時　間	科　目	内　容	講　師
09:30～10:50	講 座 ①	起業の基礎(概論)	中村･植松
11:00～12:10	講 座 ②	アイデアの生み方 (課題分析／アイデア出し) 自分の現在地	三尾
13:10～14:20	講 座 ③	ターゲットの設定と検証	三尾
14:30～16:00	ﾄｰｸｾｯｼｮﾝ	植松氏と先輩起業家によるﾄｰｸｾｯｼｮﾝ 先輩起業家 鈴木美潮 八戸ゲストハウストセノイエ オーナー 長谷川林太郎 株式会社ティンバーズ CEO 西岡貴史 株式会社たびファン代表取締役	植松

８月１８日(金)

時　間	科　目	内　容	講　師
09:00～10:10	講 座 ④	マーケティング／マネタイズ	三尾
10:20～10:50	講 座 ⑤	フィールドワーク説明・準備	植松
10:50～14:30		フィールドワーク	
14:30～16:00	講 座 ⑥	フィールドワークまとめ、プレゼン準備	三尾
16:00～16:45	発　　表	フィールドワーク結果発表	
16:45～17:00	講　　評	まとめ・講評	中村

3. 調査の概要

1) 青森市内高校生・大学生等の起業意欲アンケート

(1) 調査対象

1：青森市内大学生・短期大学生　4,827 名

(青森大学、青森公立大学、青森中央学院大学、青森県立保健大学、青森中央短期大学、青森明の星短期大学)

2：青森市内高校生　7,573 名

※令和 5 年学校基本調査結果より

(2) 調査方法

1：青森市内大学生　調査票を各校へ配布し、回収。

2：青森市内高校生　QR コードを掲載した調査依頼文を配布し、回答を募る。

(3) 調査内容

本稿 166 頁～ 168 頁参照

(4) 調査期間

2023 年 11 月 10 日～ 11 月 27 日

（5）回収状況

1,161 件 (回収率 9.3%)

1：青森市内大学生　　66 名 (1.3%)

2：青森市内高校生　　1,092 名 (14.4%)

※回収全 1,200 件のうち、回答内容の精査を行い、整合性欠如などを廃した件数。

（6）調査結果

本稿 150 頁～ 157 頁参照

2）学生起業塾参加者アンケート

（1）調査対象

学生起業塾参加者 10 名

（在学校内訳 : 青森市内大学生 1 名，青森市内高校生 6 名，弘前 2 名，八戸 1 名）

（2）調査方法

Google フォームからの回答

（3）調査内容

本稿 157 頁～ 158 頁参照

（4）調査期間

2023 年 8 月 18 日～ 8 月 25 日

（5）回収状況

8 件（回収率 80.0%）

（6）調査結果

本稿 157 頁～ 158 頁参照

3．調査結果について

1）青森市内高校生・大学生等の起業意欲アンケート

（1）基本属性

本調査の対象者の基本属性については以下の通りである。

性別については、男性 578 名（49.78%）、女性 558 名（48.06%）、回答しない 24 名（2.07%）、未記入 1 名（0.09%）という結果になり、男女比はほぼ半々であった。

年齢については、15 歳 2 名（0.17%）、16 歳 348 名（29.97%）、17 歳 718 名（61.84%）、18 歳 13 名（1.12%）、19 歳 21 名（1.81%）、20 歳 14 名（1.21%）、21 歳 12 名（1.03%）、22 歳 10 名（0.86%）、23 歳 1 名（0.09%）、28 歳 1 名（0.09%）、29 歳 1 名（0.09%）、未記入 20 名（1.72%）となった。

所属については、高校 1,092 名（94.06%）、大学 55 名（4.74%）、大学院 1 名（0.09%）、短期大学 13 名（1.12%）であった。

現在の居住場所については、青森市内 1,052 名（90.61%）、青森市街 103 名（8.87%）、

未記入 6 名（0.52%）となった。また、青森市以外の居住経験については、ある（青森県内）234 名（20.16%）、ある（青森県外）167 名（14.38%）、ある（日本国外）11 名（0.95%）、ない 729 名（62.79%）、未記入 20 名（1.72%）という結果になった。

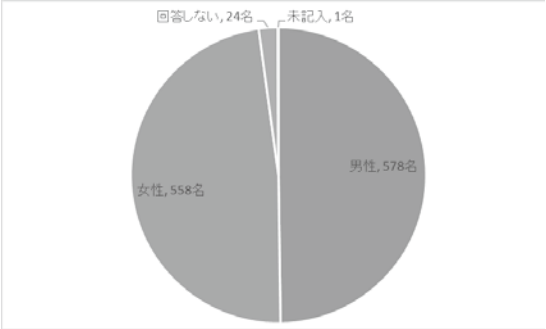

図１：性別

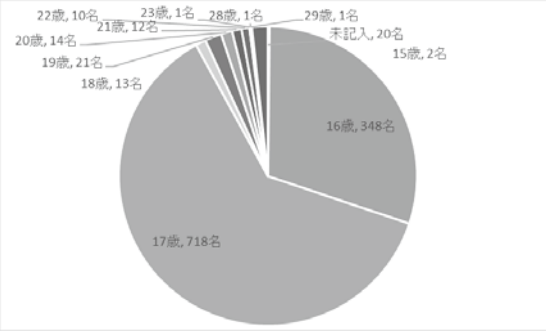

図２：年齢

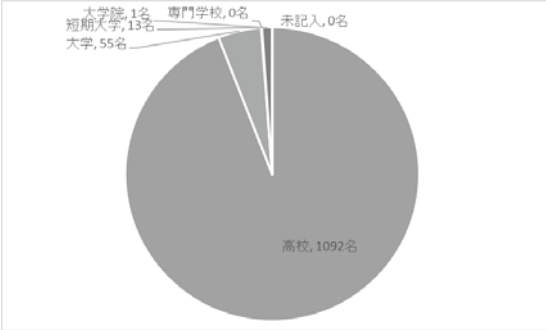

図３：所属

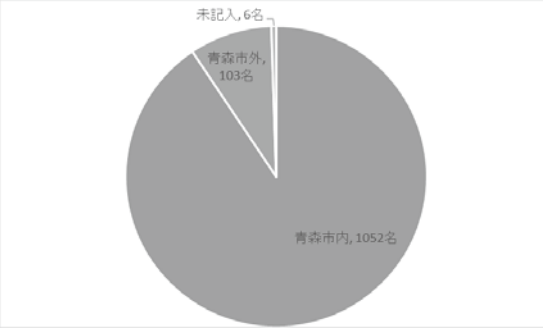

図４：あなたは青森市内に住んでいますか

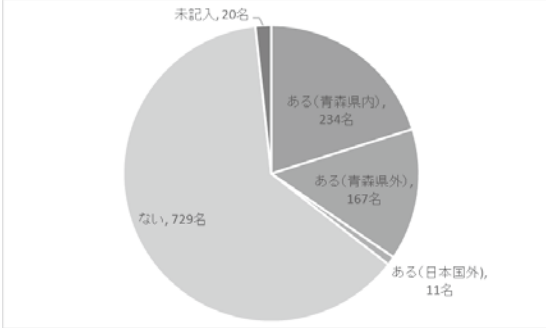

図５：青森市外に住んだことはありますか

(2) シビックプライド

本調査におけるシビックプライドに関連する項目の回答結果については、下記の通り。

青森市に対しての愛着については、愛着を感じる 223 名（19.21%）、愛着をやや感じる 389 名（33.51%）、どちらともいえない 314 名（27.05%）、愛着をあまり感じない 148 名（12.75%）、愛着を感じない 80 名（6.89%）、未記入 7 名（0.60%）という結果であった。

この先も青森市に住みたいと考えているかという問いについては、そう思う 118

名（10.16%）、ややそう思う 190 名（16.37%）、どちらともいえない 321 名（27.65%）、あまりそう思わない 307 名（26.44%）、そう思わない 197 名（16.97%）、未記入 28 名（2.41%）だった。

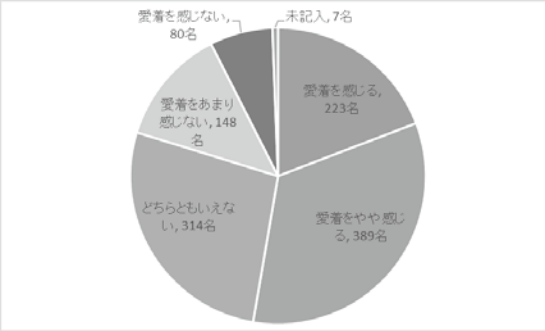

図 6：青森市に対して愛着を感じますか

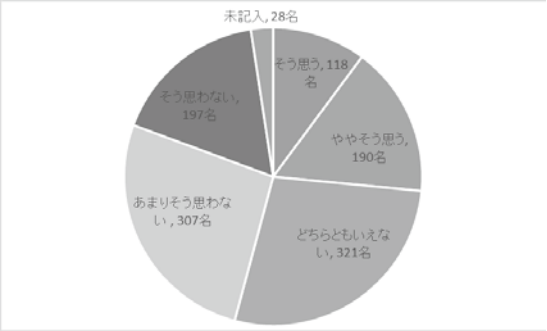

図 7：この先も青森市に住みたいと考えますか

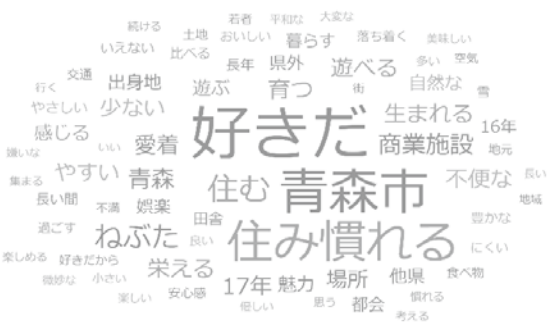

図 8：愛着度の理由

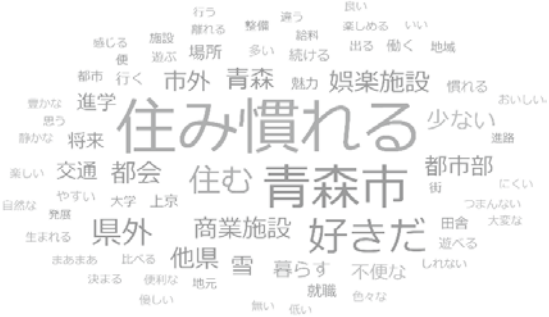

図 9：青森市に住み続けたい理由

青森市に居住していて感じるポジティブなこととネガティブなことについてそれぞれ質問したところ、ポジティブイメージ（住んでて嬉しいこと）については、食べ物がおいしい 675 名（58.14%）、比較的暑くない 152 名（13.09%）、買い物や娯楽がある 95 名（8.18%）、ねぶたなど優れた伝統技能がある 618 名（53.23%）、人が優しい 217 名（18.69%）という回答を得た。ネガティブイメージ（住みにくいこと）は、魅力的な商業店舗が少ない 793 名（68.30%）、冬の雪がたいへん 912 名（78.55%）、公共交通が整備されていない 499 名（42.98%）、若い世代が集える場が少ない 684 名（58.91%）、市街地に大学等がない 255 名（21.96%）、その他 1 名（0.09%）という結果になった。

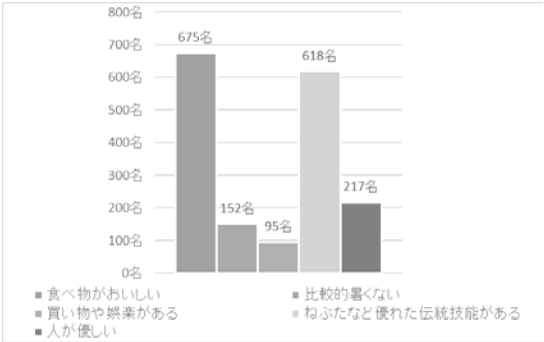

図 10：青森市に住んでいて嬉しいこと

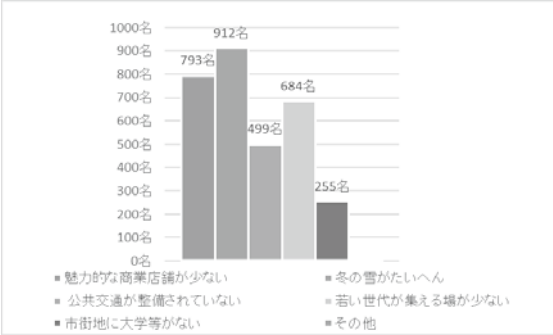

図 11：青森市に住んでいて住みにくいこと

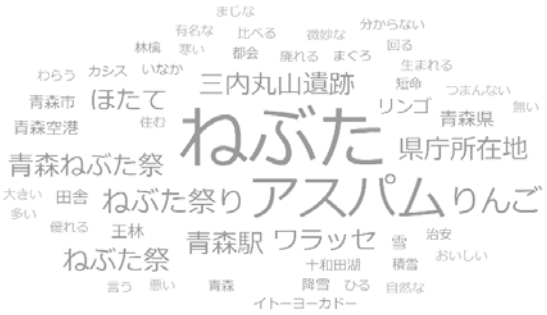

図 12：青森市と聞いて真っ先に思いつくこと

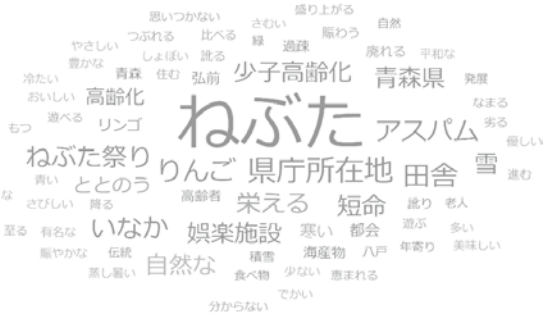

図 13：青森市に抱くイメージ

（3）勤労意識

本調査における勤労意識に関連する項目の回答結果については、下記の通り。

回答者に 10 年後、自分がどこに住んでいたいかを質問したところ、青森市内 177 名（15.25%）、青森県内で青森市以外の地域 109 名（9.39%）、東北、北海道 254 名（21.88%）、首都圏 232 名（19.98%）、東北北海道、首都圏以外の国内 55 名（4.74%）、海外 28 名（2.41%）、場所にこだわらない 285 名（24.55%）、その他 1 名（0.09%）、未記入 20 名（1.72%）という結果になり、仕事はそこそこ、プライベートも充実 778 名（67.01%）、プライベート充実 195 名（16.80%）、仕事重視 174 名（14.99%）、未記入 14 名（1.21%）というライフスタイルを望んでいることがわかった。

また、さらに先の 30 年後に視点を変えて同様の質問をしたところ、住んでいる場所については、青森市内 194 名（16.71%）、青森県内で青森市以外の地域 103 名（8.87%）、東北、北海道 214 名（18.43%）、首都圏 189 名（16.28）、東北北海道、首都圏以外の国内 58 名（5.00%）、海外 42 名（3.62%）、場所にこだわらない 331 名（28.51%）、その他 2 名（0.17%）、未記入 28 名（2.41%）となり、ライフスタイルについては、仕事はそこそこ、プライベートも充実 736 名（63.39%）、プライベート充実 323 名（27.82%）、仕事重視 84 名（7.24%）、未記入 18 名（1.55%）という結果になった。

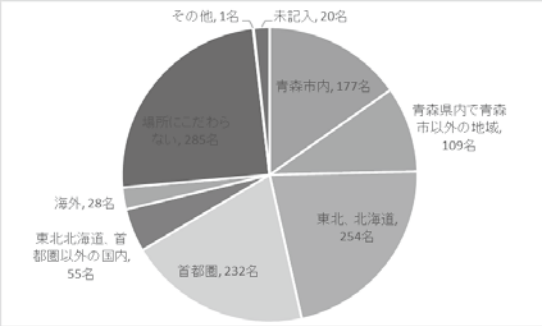

図 14：10 年後、住んでいる場所

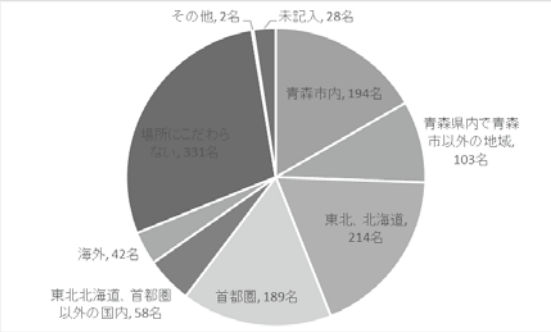

図 15：30 年後、住んでいる場所

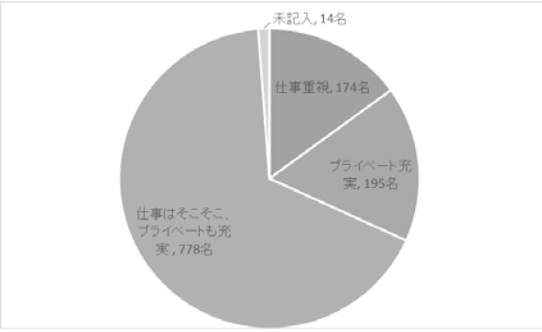

図 16：10 年後の働き方

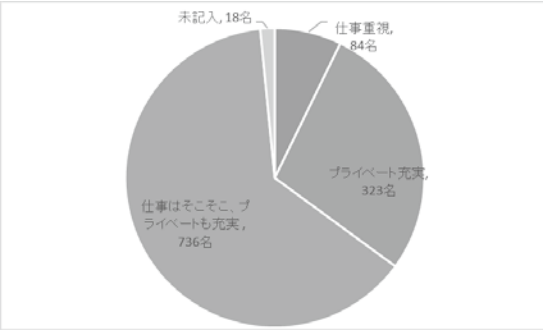

図 17：30 年後の働き方

働くときの優先度について､｢給与｣｢福利厚生｣｢具体的な業務内容｣｢働く場所｣｢人間関係｣の 5 項目を対象に優先度を質問した結果、下記の結果となった。

○給与の優先度

大事 694 名（59.78%）、やや大事 227 名（19.55%）、普通 160 名（13.78%）、あまり大事ではない 22 名（1.89%）､大事ではない 32 名（2.76%）､未記入 26 名（2.24%）

○福利厚生の優先度

大事 516 名（44.44%）、やや大事 297 名（25.58%）、普通 245 名（21.10%）、あまり大事ではない 45 名（3.88%）､大事ではない 28 名（2.41%）､未記入 30 名（2.58%）

○具体的な業務内容の優先度

大事 528 名（45.48%）、やや大事 311 名（26.79%）、普通 222 名（19.12%）、あまり大事ではない 38 名（3.27%）､大事ではない 32 名（2.76%）､未記入 30 名（2.58%）

○働く場所の優先度

大事 494 名（42.55%）、やや大事 280 名（24.12%）、普通 261 名（22.48%）、あまり大事ではない 59 名（5.08%）､大事ではない 39 名（3.36%）､未記入 28 名（2.41%）

○人間関係の優先度

大事 736 名（63.39%）、やや大事 162 名（13.95%）、普通 174 名（14.99%）、あまり大事ではない 27 名（2.33%）､大事ではない 36 名（3.10%）､未記入 26 名（2.24%）

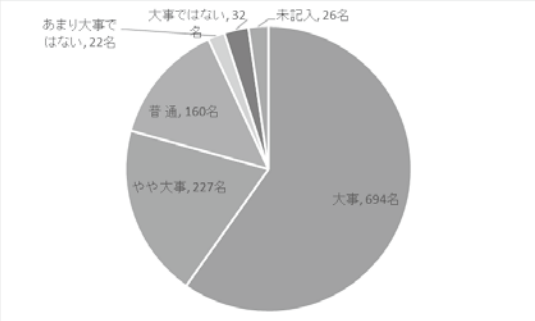

図 18：給与の優先度

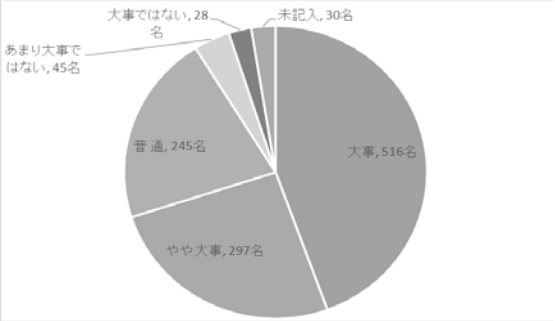

図 19：福利厚生の優先度

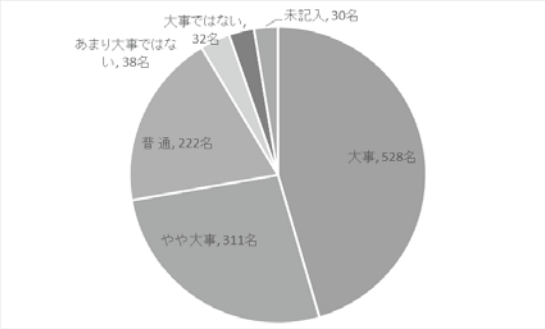

図 20：具体的な業務内容

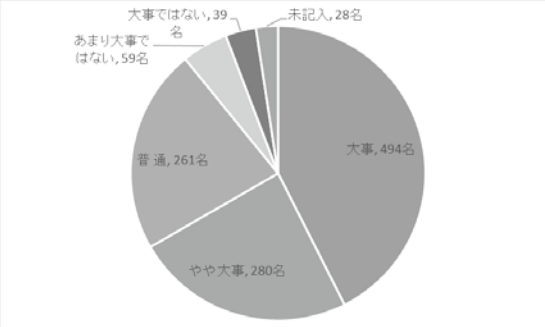

図 21：働く場所

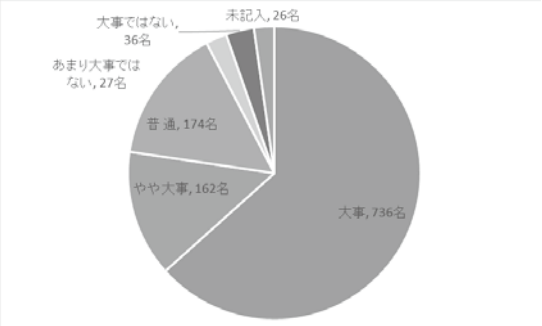

図 22：人間関係

（4）起業家意識

本調査における起業家意識に関連する項目の回答結果については、下記の通り。

「起業・創業」に関心があるかを質問した結果、ある 95 名（8.18%）、ややある 162 名（13.95%）、どちらともいえない 231 名（19.90%）、あまりない 265 名（22.83%）、ない 377 名（32.47%）、未記入 31 名（2.67%）という結果になった。また、「起業・創業」にあるもしくはややあると回答した 257 名に質問したところ、起業して自分でビジネスをしてみたい 88 名（34.24%）、起業を通して社会をよくしたい 22 名（8.56%）、自分の力でお金を稼ぎたい 115 名（44.75%）、起業を通して夢をかなえたい 55 名（21.40%）、起業を通して学びを得たい 24 名（9.34%）だった。

自分が「起業・創業」をする可能性については、ある 42 名（3.62%）、ややある 82 名（7.06%）、どちらともいえない 290 名（24.98%）、あまりない 226 名（19.47%）、

ない 472 名（40.65%）、未記入 49 名（4.22%）という回答を得た。

起業へのイメージを質問した結果、自分のペースで仕事ができそう 111 名、収入が多そう 156 名、自分の知識や技術を活かせそう 86 名、社会貢献ができそう 38 名、かっこいい 78 名、自己実現ができそう 102 名、失敗時のリスクが大きそう 145 名、ビジネス知識が必要そう 128 名、顧客や取引先を見つけるのが大変そう 93 名、起業の元手となる資金調達が難しそう 113 名という結果になった。

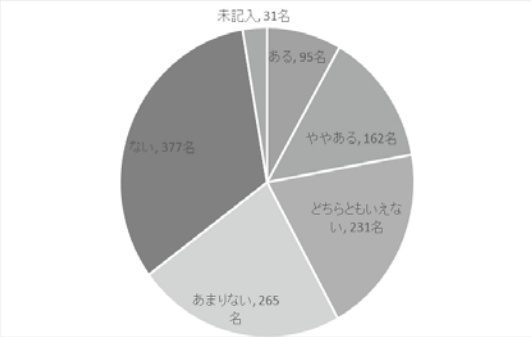

図 23：「起業・創業」に興味はありますか

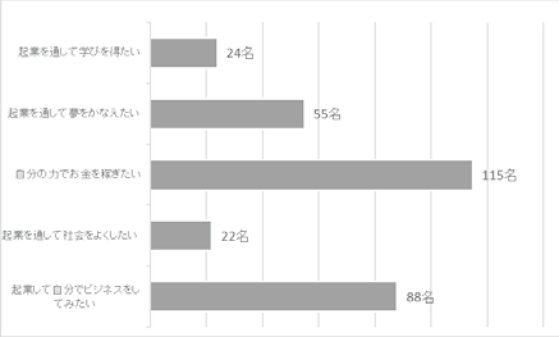

図 24：起業意識がある、ややある人の関心

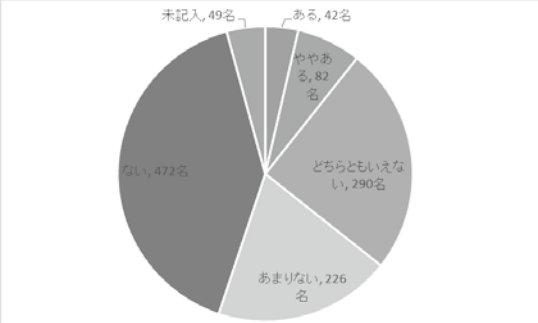

図 25：自分が「起業・創業」をする可能性

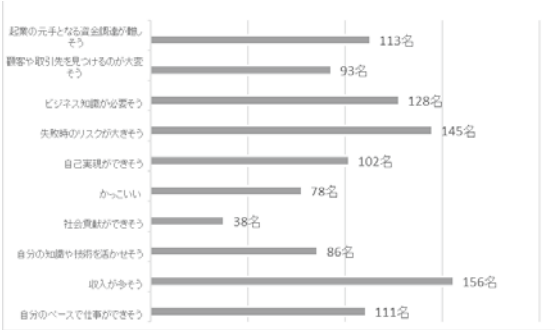

図 26：「起業」に対してのイメージ

「起業・創業」に関する知識を学びたいかと質問した結果、思う 115 名 (9.91%)、やや思う 243 名 (20.93%)、どちらともいえない 222 名 (19.12%)、あまり思わない 216 名 (18.60%)、思わない 324 名 (27.91%)、未記入 41 名 (3.53%) という結果になった。また、それぞれに理由を質問した結果、起業に関する知識を学びたい (思うもしくはやや思うと回答した 358 名) 理由については、起業したい 99 名、学びたい 226 名、仲間を得たい 40 名という回答で、逆に起業をしたいと思わない (思わない、あまり思わない、どちらとも言えない 762 名) 理由については、難しそう 344 名、面倒くさそう 128 名、起業に興味がない 315 名という結果となった。

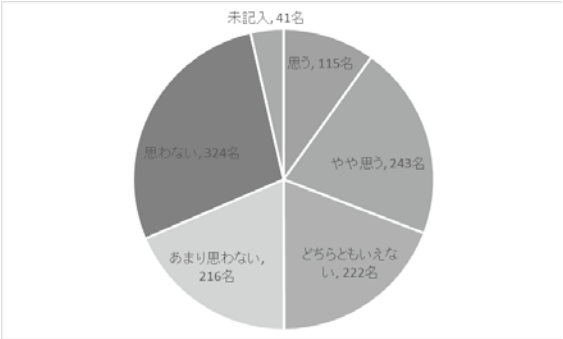

図 27：起業に関する知識を学びたいか

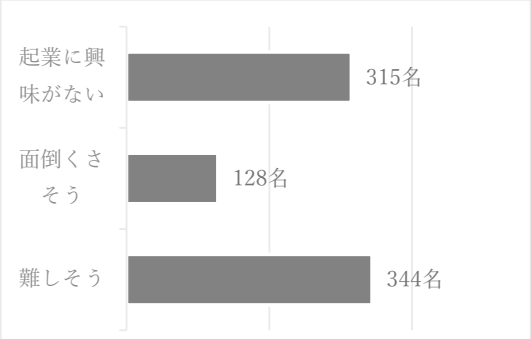

図 28：思わない、あまり思わない、どちらともいえない理由

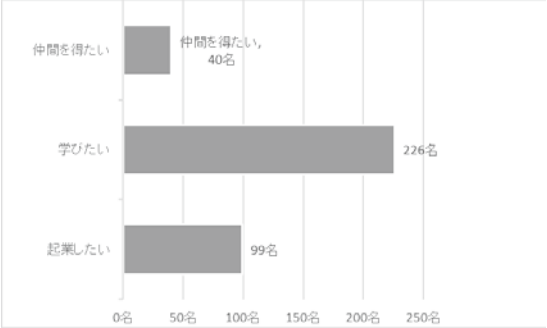

図 29：思う、やや思う理由

2）学生起業塾参加者アンケート

学生起業塾参加者へのアンケート回答結果については、下記の通り。

また、回答者には学生起業塾を受けた結果として、記述式で回答してもらった。

1）性別

男性が 4 名、女性が 4 名で合計 8 名から回答を得た。

2）学生起業塾を何で知ったか (複数回答可)

「学校の掲示などで知った」と回答したのが 6 名、「友人知人」と回答したのが 3 名だった。

3）学生起業塾に参加し、起業への意識は変わったか

「はい」と回答したのが 6 名､「いいえ」と回答したのが 2 名という結果になった。

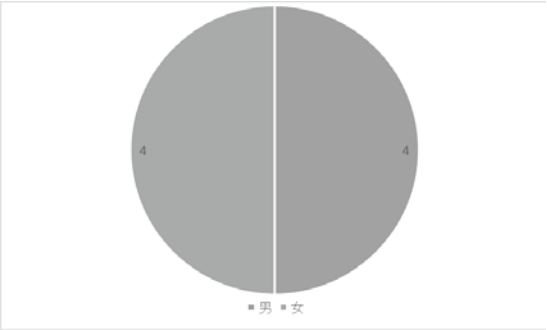

図 30：性別

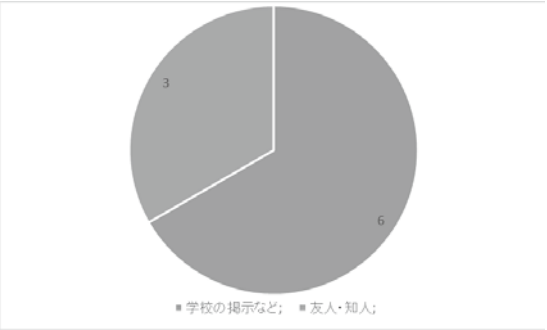

図 31：学生起業塾をなにで知ったか

図 31：学生起業塾に参加し、起業への意識は変わったか

本起業塾で「学んだこと・得たこと」は何ですか？

人の人の関わりが大事ということ

沢山の人と交流することにより、固定概念が崩されたこと。

きっかけは小さなことからでも起業できるということを学びました

起業するまでのプロセス、パーパスとビジョンの重要さなど、普段の実生活では取り込めないビジネス知識。

起業はそんなに重く感じることではないこと。軽い気持ちでも起業したいと思うのが大切。損失にビビらない。いろんな人と交流することの楽しさ。

専門的用語や起業のイメージ　起業をしたメリット・デメリットや、起業をする前の準備の仕方など

本起業塾で学んだことを、いつ・どんな場面で活用できそうですか？

志望理由書を書くとき　　今後自分が進めていきたいイベントの時、起業の時

大学に入ってその先に活用できると思います　　将来起業を検討する場面。

プレゼン場面。自分の将来設計をするとき。　　将来本格的に競合する時

自分がやりたいことで起業ができると思った時、それを少しでも簡単にすることができると感じた。

4. 調査結果の分析

本調査は、青森市内大学生、高校生を対象として実施したが、集計結果として、大学生 1.3%、高校生 14.4%という結果になり、大学生のサンプル数が不足した。したがって、本章における分析は、高校生 1,092 名の調査結果に絞り込みを行い、青森市内高校生の思考として分析を行うこととした。

なお以下、（　）内は、質問紙中の質問番号である。

1）青森市への愛着度と勤労地選択の関係について

（1）青森市愛着度（2-5）×青森市居住希望度（2-7）

愛着度が高いほど居住希望が高く、愛着を感じないほど青森市に住み続けたいと思っていないことが読み取れる。また、愛着をやや感じている層、どちらとも言えない層も住み続けたいかという問いに対しては、あまりそう思わないに回答をしている率が高く、愛着を強く感じられるかどうかが青森市に居住するかどうかの分かれ目となっていた。

表 4：青森市愛着度(2-5)×青森市居住希望度(2-7)

		将来、青森市に住み続けたいか						合計
		そう思う	ややそう思う	どちらとも言えない	あまり思わない	そう思わない	未答	
青森市への愛着度	感じる	76名	48名	54名	21名	16名	2名	217名
	やや感じる	19名	98名	114名	102名	26名	7名	366名
	どちらとも言えない	11名	27名	108名	101名	37名	9名	293名
	あまり感じない	4名	4名	17名	57名	54名	3名	139名
	感じない	1名	1名	12名	7名	50名	0名	71名
	未答	0名	0名	0名	0名	0名	6名	6名
合計		111名	178名	305名	288名	183名	27名	1092名

（2）青森市居住希望度（2-7）×勤労場所（3-1）

10 年後の勤労希望地については、愛着度が高いほど、青森市内、青森県内で働くことを想定している。10 年後と 30 年後を比較すると、時間やキャリアの変遷に伴う居住地の移動は青森県内、青森市内の数値はあまり変化がないことから、地元からではない志向であることが想定される。しかし、県外の居住を想定していた層が減少し、場所のこだわりがない、また海外という回答が増えたことから、一度県外に出てしまうと勤労場所へのこだわりはなくなることが推察される。

表 5：青森市居住希望度(2-7)×勤労場所(3-1・10 年後)

		10年後の勤労希望地									合計
		青森市内	青森県内（青森市以外）	東北、北海道	首都圏	国内（上記以外）	海外	場所にこだわらない	その他	未答	
青森市への愛着度	感じる	60名	26名	33名	24名	3名	8名	54名	6名	3名	217名
	やや感じる	51名	36名	90名	70名	19名	7名	82名	7名	4名	366名
	どちらとも言えない	35名	17名	70名	63名	9名	3名	84名	11名	1名	293名
	あまり感じない	13名	10名	26名	41名	12名	5名	27名	5名	0名	139名
	感じない	2名	2名	19名	16名	7名	3名	19名	3名	0名	71名
	未答	2名	1名	0名	1名	0名	0名	2名	0名	0名	6名
合計		163名	92名	238名	215名	50名	26名	268名	32名	8名	1092名

表 6：青森市居住希望度(2-7)×勤労希望場所(3-1・30 年後)

		30年後の勤労希望地									合計
		青森市内	青森県内（青森市以外）	東北、北海道	首都圏	国内（上記以外）	海外	場所にこだわらない	その他	未答	
青森市への愛着度	感じる	65名	26名	27名	14名	3名	10名	64名	4名	4名	217名
	やや感じる	62名	33名	80名	59名	20名	8名	94名	6名	4名	366名
	どちらとも言えない	35名	18名	52名	53名	11名	11名	98名	11名	4名	293名
	あまり感じない	12名	7名	22名	35名	12名	7名	37名	6名	1名	139名
	感じない	4名	1名	17名	11名	8名	4名	24名	1名	1名	71名
	未答	2名	1名	0名	1名	0名	0名	2名	0名	0名	6名
合計		180名	86名	198名	173名	54名	40名	319名	28名	14名	1092名

（3）勤労目的（3-2）×勤労希望場所（3-1）

10 年後と 30 年後の差異は、総論としては、プライベート充実への比重が高まることがわかった。細かい部分では、青森市内は増えたものの県内は減った。県内に関しては、仕事重視の人が減ったことについては将来的な仕事への不安を想定したものかもしれない。また、東北、北海道、首都圏と具体的なイメージがある県外への勤労希望も相当下がり、場所にこだわらない、また海外居住が増えた。

表 7：勤労目的(3-2・10 年後)×勤労希望場所(3-1・10 年後)

		10年後の勤労希望地									合計
		青森市内	青森県内（青森市以外）	東北、北海道	首都圏	国内（上記以外）	海外	場所にこだわらない	その他	未答	
10年後の働き方	仕事はそこそこ、プライベートも充実	122名	64名	170名	136名	34名	10名	180名	12名	7名	735名
	プライベート充実	22名	11名	38名	34名	8名	10名	51名	7名	2名	183名
	仕事重視	17名	16名	29名	44名	7名	6名	34名	3名	1名	157名
	未答	1名	1名	1名	1名	1名	0名	3名	1名	8名	17名
		162名	92名	238名	215名	50名	26名	268名	23名	18名	1092名

表 8：勤労目的(3-2・30 年後)×勤労希望場所(3-1・30 年後)

		30年後の勤労希望地									合計
		青森市内	青森県内（青森市以外）	東北、北海道	首都圏	国内（上記以外）	海外	場所にこだわらない	その他	未答	
30年後の働き方	仕事はそこそこ、プライベートも充実	120名	57名	131名	104名	35名	21名	211名	16名	4名	699名
	プライベート充実	44名	23名	49名	56名	15名	16名	88名	8名	2名	301名
	仕事重視	13名	5名	16名	12名	4名	3名	18名	3名	0名	74名
	未答	3名	1名	2名	1名	0名	0名	2名	1名	8名	18名
		180名	86名	198名	173名	54名	40名	319名	28名	14名	1092名

2）起業創業思考の傾向と地元勤労志向との関連性

（1）起業・創業への興味（4-1）×起業創業への関心（4-2）

起業に興味がある層へ、その理由を問う質問をした結果、関心度合と関心を持った理由の間に大きな差異はみられなかった。小さな差異としては、起業への興味が

「ややある」よりも「ある」方が、ビジネスをしてみたいという挑戦意欲の割合が大きかった。

表 9：起業・創業への興味(4-1)×起業創業への関心(4-2)

		関心を持った理由（複数回答可）						合計
		ビジネスをしてみたい	社会をよくしたい	お金を稼ぎたい	夢をかなえたい	学びを得たい	未答	
起業への興味	ある	30名	5名	32名	16名	8名	1名	92名
	ややある	45名	12名	58名	33名	13名	1名	162名
合計		75名	17名	90名	49名	21名	2名	254名

(2) 起業・創業への興味（4-1）×起業・創業のイメージ（4-4）

起業への具体的関心の各回答における企業への興味度合の割合をみたところ、起業への意欲が高い方が「社会貢献ができそう」「自己実現ができそう」という関心が高かった。

また、起業への興味度合からみた具体的関心事項については、起業への意欲が高い回答者が低い回答者より「自分のペースで仕事が出来そう」「自分の知識や技術を活かせそう」「自己実現ができそう」と回答している割合が高かった。また、「自分のペースで仕事が出来そう」「収入がありそう」「自分の知識や技術を活かせそう」「自己実現が出来そう」については、起業への興味度合が低いと関心が薄まっていることがわかった。

表 10：起業・創業への興味(4-1)×起業・創業のイメージ(4-4)

		起業への具体的関心											合計
		自分のペースで仕事が出来そう	収入がありそう	自分の知識や技術を活かせそう	社会貢献ができそう	かっこいい	自己実現が出来そう	失敗時のリスクが大きそう	ビジネス知識が必要そう	顧客や取引先を見つけるのが大変そう	資金調達が大変そう	未答	
起業への興味	ある	24名	27名	18名	11名	25名	22名	19名	25名	14名	16名	19名	220名
	ややある	28名	33名	21名	12名	13名	22名	34名	22名	17名	26名	77名	305名
	どちらとも言えない	26名	36名	18名	6名	24名	24名	23名	21名	16名	23名	151名	368名
	あまりない	13名	32名	11名	1名	6名	12名	26名	24名	22名	19名	203名	369名
	ない	14名	25名	11名	5名	8名	15名	39名	30名	20名	25名	284名	476名
	未答	0名	0名	0名	0名	0名	0名	0名	0名	0名	0名	30名	30名
合計		105名	153名	79名	35名	76名	95名	141名	122名	89名	109名	764名	1768名

（3）起業・創業への興味（4-1）×青森市愛着度（2-5）

愛着を感じていない層が起業に興味がない割合が高いことがわかった。

表 11：起業・創業への興味(4-1)×青森市愛着度(2-5)

		青森市への愛着度						合計
		愛着を感じる	愛着をやや感じる	どちらともいえない	愛着をあまり感じない	愛着を感じない	未答	
起業への興味	ある	24名	26名	14名	9名	10名	1名	84名
	ややあつ	29名	52名	28名	28名	8名	0名	145名
	どちらとも言えない	30名	73名	84名	21名	15名	0名	223名
	あまりない	59名	90名	70名	23名	12名	3名	257名
	ない	68名	111名	94名	52名	26名	2名	353名
	未答	7名	14名	3名	6名	0名	0名	30名
合計		217名	366名	293名	139名	71名	6名	1092名

（4）起業・創業への興味（4-1）×勤労目的（3-2）

10 年後と 30 年後の大きな違いとしては１(３) で述べた通り、プライベート充実志向が増すことがあげられるが、起業・創業への興味のファクターを重ねると、起業創業に興味がある、ややある層が仕事重視並びに両取りからプライベート重視への移行が大きい。

表 12：起業・創業への興味(4-1)×勤労目的(3-2)

		10年後の働き方					30年後の働き方				
		仕事はそこそこ、プライベートも充実	プライベート充実	仕事重視	未答	合計	仕事はそこそこ、プライベートも充実	プライベート充実	仕事重視	未答	合計
起業・創業への興味	ある	46名	22名	12名	4名	84名	42名	38名	3名	1名	84名
	ややある	87名	28名	27名	3名	145名	82名	51名	9名	3名	145名
	どちらとも言えない	165名	30名	26名	2名	223名	146名	54名	21名	2名	223名
	あまりない	175名	42名	36名	4名	257名	171名	66名	17名	3名	257名
	ない	242名	55名	51名	5名	353名	235名	90名	21名	7名	353名
	未答	17名	6名	5名	2名	30名	20名	5名	3名	2名	30名
合計		732名	183名	157名	20名	1092名	696名	304名	74名	18名	1092名

（5）勤労場所（3-1）×起業への具体的関心理由（4-4）

青森市内で勤労したく、起業に興味がある人達の関心の半数はお金を稼ぐことにあった。夢をかなえたい人は首都圏を目指しているか場所へのこだわりがない人の割合が高かった。

表 13：勤労場所(3-1)×起業への具体的関心理由(4-4)

		起業に情味がある人達の関心					合計
		ビジネスに挑戦したい	社会をよくしたい	お金を稼ぎたい	夢をかなえたい	学びを得たい	
10年後の居住地	青森市内	11名	2名	18名	4名	2名	37名
	青森県内（青森市以外）	2名	1名	4名	3名	2名	12名
	東北、北海道	12名	1名	10名	5名	1名	29名
	首都圏	21名	5名	20名	16名	5名	67名
	国内（上記以外）	2名	1名	4名	3名	2名	12名
	海外	4名	2名	3名	1名	2名	12名
	場所にこだわらない	20名	5名	28名	9名	6名	68名
	その他	2名	0名	2名	4名	1名	9名
	未答	1名	0名	1名	0名	0名	2名
合計		75名	17名	90名	45名	21名	248名

5. 本研究から見えてきたことと今後の論点

最後に、ここまで述べてきた個々の分析をこえて、本研究から見えてきた若い世代と起業との関係性のありようから、今後へ向けての論点を考えてみたい。

1）越境型の多層多重な多様性が交差する地点への移行は可能か？

現在、私が代表理事を務め、社会デザインという方法論と発想（≒社会性・公共性とビジネスとの融合）を現実のビジネスの世界のど真ん中に持ち込むことで、現在のビジネスを本来ありうべき地点に立ち戻らせていこうとする活動を行っている一般社団法人社会デザイン・ビジネスラボという組織がある。

ここでは、参加者の何重かの意味における多様性が注目される。企業において日々ビジネスの現場にいる人たち、サードセクターで社会性と密接につながった活動を続けている人たち、メディアで公共性と関わりつつ仕事を進めている人たち等々の多様性はいうまでもなく、実はここに集まった人たちの多くは単純にそれぞれのセクターだけで生きている人たちではない。つまり、個人のうちにも何らかの多様性・多重性をもつ人たちである。

たとえば、外務省→ NGO と並行して総合商社→ NGO の運営者であると同時にソーシャルビジネスの経営者といった軌跡が決して珍しくないほど、いわゆるパラレルキャリアや副業・複業、プロボノの世界を自然に生きている参加者が多く、しかも皆、志と力は持っていても、スーパーウーマンやスーパーマンではない。事の大小はあっても、失敗や挫折を経験している人も多い。

思えば、過去にも「異業種交流」と呼ばれる場はあった。私も幾度も立ち会ったことがあるが、そこに横溢する「何かビジネス（儲け話）の役に立つ情報はないか」「自分をアピールする機会があるのではないか」「有力なコネクションにつながれないか」といったギラギラ感に、居心地の悪さを感じることの方が多かったように思う。いや、そうした野心を

持つこと自体は否定しないのだが、皆、どこか不慣れでぎこちなかったところに違和感があったのかもしれない。

いまやそうしたぎこちなさはほとんどない。ここに集まった人たちだけが特別なわけではなく、そういうふうに、社会性と公共性と事業性と、さらには越境型の関係性を同時に生きる生き方・働き方のストーリーが一般化し始めていることは見逃せないと考える。

むろん、まだそうした生き方が多数派になっているとは言えない。この社会には、そのような働き方・生き方など、遠い世界の絵空事に映る「現実」を生きている人たちの方がおそらくはまだ多いし、それを「自己責任」の一言で片づけることなど誰にもできはしない。

しかし、それでもなお、ここで進行している物語に私は隔世の感を覚える。私がいま取り組んでいるようなことをおぼろげに考え始めた 40 年ほど前には、おそらくこのようなことは、世間知らずの物言いとみられたであろうし、社会に適合できない変人の戯言か、逆に社会を超越した存在の突飛な発言ないし綺麗事で片付けられたことだろう。いずれにせよ、とてもまともな考えとは見られなかった。

少なくとも、社会の「常識」の一部はその程度のもので、いくら硬い岩盤のように見えても、それは変わりうるのだということだ。実際、この国、この社会の何十年かを見ていると、案外、あっさり分水嶺やティッピングポイント（転換点）を超えてしまった例は少なくない（好ましいケースばかりではないし、社会ががらりと変わるわけでもなく、いわば前近代と近代とポスト近代が同時に存在はするのだが）。

また、最初からいまの時代を生きる若い世代が、それを心地よいと感じるか、むしろ社会の変容がもたらした多様性を重荷に感じるか、さらには先行世代に向けるまなざしがより厳しいものになっていくのかどうか、そこにおける新たな分水嶺にも、これからの社会的な事業は目を向けて行くことが大切になってくると考えている。

いいかえれば、歴史の時系列的な縦軸とイシューによる横軸が交差する地点のデザインに、どのように共に参加できるかということかもしれないと、私にとっては明らかに交差する地点そのものといえるこの調査研究の考察過程で、あらためて思い至ることが多かった。

2）再び若い世代の現在地からの架橋を考える

本研究で見てきた通り、青森の大学生・高校生をめぐる（社会的）起業環境は、確実に彼らの思考や意識に影響を及ぼしてはいるものの、まだ起業という選択肢がメインストリームになっているとは言えない（し、それがいいとも言い切れない）。彼らはいま、変容する地域の社会環境のなかでのある種の「綱引き」のなかにいる。たとえば、前近代と近代と近未来との綱引きのなかに、あるいは組織に帰属して働くという「常識」と個人から発する働き方との綱引きのなかに…。

いまはまだ、フリーランサーが集うプラットフォームが新しい「企業」の形になるといったビジョンを現実的に受け止められる環境にはないであろうし、自らの拠点を地に足を付

けて地元で醸成するという選択肢も魅力的ではあるが、まだ迷いのなかにあるものといってよいだろう。

しかし、本研究で出会った高校生・大学生のことばのそこかしこに、分水嶺の接近を感じさせる響きを感じ取ることができたのは確実な社会変容の現れといえる。

ただし、そこにある「距離感」を埋める作業として、本研究で想定した具体的な経験やノウハウやスキル（の蓄積）という橋が必要なことはかなり明らかになったと考える。そしてもう一つ、仲間と先輩たちの存在を近くに感じることのできる場の必要も痛感する。越境型の多層多重な多様性の拡大をあらためて実感しつつ、大学、地域のサードプレイス、コミュニティスペースといった仕組み・仕掛けがより一層有効に機能していくための具体的かつ協働の取り組みこそ、いま求められているということを述べて、本研究のとりあえずの中間的総括としたい。

謝辞

本研究は、公益財団法人 青森学術文化振興財団 2023 年度助成研究である。ご支援いただいた財団の皆さま、研究実施にあたり、多大なるサポートをいただいた青森商工会議所の皆さま（とりわけ高山寛也氏）、さらには、東青ビジネスサポート協議会 (AOMORI STARTUP CENTER)、青森市産官学連携プラットフォーム、起業塾でお世話になった講師の皆さま、若者たちのフィールドワークに付き合ってくださった地域の皆さま、そして青森中央学院大学事務局各位に感謝を申し上げる次第です。

参考文献

伊藤香織・紫牟田伸子監修『シビックプライド―都市のコミュニケーションをデザインする』宣伝会議、2013 年

シビックプライド研究会他『シビックプライド 2【国内編】―都市と市民のかかわりをデザインする』宣伝会議、2016 年

レイ・オルデンバーグ『サードプレイス―コミュニティの核になる「とびきり居心地よい場所」』みすず書房、2013 年

田口一成『9 割の社会問題はビジネスで解決できる』PHP 研究所、2021 年

参考資料

青森県「令和 4 年青森県人口動態統計」2023 年

青森市「青森市総合戦略 2020-2024」2020 年

経済産業省「令和 4 年度産業技術調査（大学発ベンチャー実態等調査）」2023 年

総務省統計局「人口推計」2024 年

内閣府「令和 4 年版高齢社会白書」2022 年

文部科学省「第 4 期教育振興基本計画」2022 年

アンケート回答フォーム

青森市内高校生・大学生の起業意欲等に関するアンケート

青森中央学院大学　中村陽一研究室

青森中央学院大学　中村陽一研究室では、（公財）青森学術文化振興財団の助成を受け、「学生版起業塾の開催並びに環境整備研究事業」を行っております。このアンケートは、青森市内高等学校及び高等教育機関在学生の起業意欲・就職意欲やシビックプライド等の現状を調査・分析し、今後の環境整備につなげていくために実施いたします。ご協力いただきました調査データは、本研究目的以外には使用いたしません。

アンケートは、上記フォームからもご回答いただけます。ご協力の程何卒よろしくお願いいたします。

１．基本属性

(1) 性別

男性　・　女性　・　回答しない

(2) 年齢

＿＿＿＿＿＿歳

(3) 所属

高校　・　大学　・　大学院　・　専門学校　・　短期大学

＿＿＿年生

(4) あなたは青森市内に住んでいますか

はい　・　いいえ

(5) (4)でいいえと回答した方にお伺いします。現在はどちらにお住まいですか

(　　)

(6) 青森市にどれくらい住んでいますか

＿＿＿＿＿＿年

(7) 青森市外に住んだことはありますか

ある(青森県内)　・　ある(青森県外)　・　ある(日本国外)　・　ない

２．シビックプライド

(1)「青森市」と聞いて真っ先に思いつくことは何ですか。(自由記述)

(2)「青森市」に抱くイメージは何ですか。(自由記述)

(3) 青森市に住んでいて「嬉しい」と感じることは何ですか。(複数回答可)

食べ物がおいしい　・　比較的暑くない　・　買い物や娯楽がある

ねぶたなど優れた伝統技能がある　・　人が優しい

その他＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

1

(4)青森市に住んでいて「住みにくい」と感じることは何ですか。(複数回答可)

魅力的な商業店舗が少ない　・　冬の雪がたいへん　・　公共交通が整備されていない

若い世代が集える場が少ない　・　市街地に大学等がない

その他＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

(5)あなたは、青森市に対して愛着を感じますか。

1：愛着を感じない　2：愛着をあまり感じない　3：どちらともいえない

4：愛着をやや感じる　5：愛着を感じる

(6)その数値を選択した理由を簡潔に教えてください。(自由記述)

(7)あなたは、この先も「青森市」に住み続けたいと思いますか。

1：そう思わない　2：あまりそう思わない　3：どちらともいえない

4：ややそう思う　5：そう思う

(8)その数値を選択した理由を簡潔に教えてください。(自由記述)

(9)あなたは、若い世代に将来にわたって「青森市」への愛着を持ってもらえるようにするには何が必要だと思いますか。(自由記述)

(10)　あなたが考える、「青森市」の魅力やお勧めをご記入ください。(自由記述)

(11)　あなたは、市外から多くの方が「青森市」に訪問していただくのに何が必要だと思いますか。(自由記述)

3．勤労意識

(1)あなたは将来、どこで仕事をしていると思いますか

10年後　青森市内　／青森県内で青森市以外の地域　／　東北、北海道 ／　首都圏

東北北海道、首都圏以外の国内　／　海外 ／ 場所にこだわらない

その他＿＿＿＿＿＿＿＿

30年後　青森市内　／青森県内で青森市以外の地域　／　東北、北海道 ／　首都圏

東北北海道、首都圏以外の国内　／　海外 ／ 場所にこだわらない

その他＿＿＿＿＿＿＿＿

(2)あなたは将来、どのような働き方を望みますか

10年後　仕事はそこそこ、プライベートも充実　・　プライベート充実　・　仕事重視

30年後　仕事はそこそこ、プライベートも充実　・　プライベート充実　・　仕事重視

(3)あなたが働くとき、どのようなことに優先度が強くなるでしょうか。

	大事ではない	あまり大事ではない	普　通	やや大事	大事
① 給　　与	1	2	3	4	5
② 福利厚生	1	2	3	4	5
③ 具体的な業務内容	1	2	3	4	5
④ 働く場所	1	2	3	4	5
⑤ 人間関係	1	2	3	4	5

４．起業家意識

(1)あなたは、「起業・創業」に興味がありますか。

１：ない　２：あまりない　３：どちらともいえない　４：ややある　５：ある

(2)５：ある、４：ややあると答えた方に質問します。どのように関心をお持ちですか。

起業して自分でビジネスをしてみたい　・　起業を通して社会をよくしたい　・
自分の力でお金を稼ぎたい　・　起業を通して夢をかなえたい　・　起業を通して学びを得たい

(3)あなたは、将来自分に「起業・創業」をする可能性があると思いますか。

1：ない　２：あまりない　３：どちらともいえない　４：ややある　５：ある
※ある･ややあると答えた方は(4)へ、どちらともいえない･あまりない･ないと答えた方は(5)へ

(4)あなたは「起業」に対してどのようなイメージをもっていますか。(複数回答可)

自分のペースで仕事ができそう　・　収入が多そう　・　自分の知識や技術を活かせそう
社会貢献ができそう　・　かっこいい　・　自己実現ができそう
失敗時のリスクが大きそう　・　ビジネス知識が必要そう
顧客や取引先を見つけるのが大変そう　・　起業の元手となる資金調達が難しそう

(5)あなたは、起業に関する知識を学んでみたいと思いますか。

１：思わない　２：あまり思わない　３：どちらともいえない　４：やや思う　５：思う

(6)(5)で「１：思わない」「２：あまり思わない」「３：どちらともいえない」と答えた方に質問します。
その理由を選んでください。

難しそう　・　面倒くさそう　・　起業に興味がない

(7)(5)で「４：やや思う」「５：思う」と答えた方に質問します。その理由を選んでください。

起業したい　・　学びたい　・　仲間を得たい

以上

ご協力いただきありがとうございました。

3

起業を考えてみる
社会を生き抜く
『力』となる!

学生起業塾

ハードルがいっぱいありそう?お金借りなきゃいけない?ってか何をすれば『起業』?
でも成功すればカッコイイ。『起業』ってそんなイメージ?
起業に必要とされる『能力』〜問題解決能力、プレゼンスキル、マーケティング力、コミュニケーション力etc〜は、
変化が激しい現代社会を生き抜くのに必要な能力ばかり!
この夏、『起業』を学び、自分の社会人ライフをデザインしてみませんか?

参加費
無料

2023 8/17 THU 18 FRI

▶時間／17日9:00〜17:30／18日9:00〜17:00
▶場所／青森商工会議所会館(青森市新町1-2-18)
[定　員]20名程度 ※定員を超えるお申込みがあった場合、抽選とさせていただきます。
[対象者]青森県内在住の大学生・高校生
[条　件]できるだけ2日間受講できる方

[講師]
三尾 幸司氏
(一社)社会デザイン・ビジネスラボ
事務局長

〜普段のお仕事〜
東京でITコンサルティングのお仕事をしながら、社会デザイン・ビジネスラボの活動や大学の非常勤講師などで、ワークショップや起業講座などを運営しています。

[コーディネーター]
植松 宏真氏
AOMORI STARTUP CENTER
コーディネーター

〜普段のお仕事〜
青森駅前にある起業支援・創業相談窓口にて、起業やビジネスにチャレンジしたい方のサポートをしています。みなさんのチャレンジを全力で応援します!

[総括]
中村 陽一氏
青森中央学院大学特任教授
立教大学名誉教授
(一社)社会デザイン・ビジネスラボ 代表理事

〜普段のお仕事〜
東京にある『HIRAKU IKEBUKURO 01 SOCIAL DESIGN LIBRARY』の運営の他、大学教員としての研究活動やラジオパーソナリティとしての活動に日々奔走しています。

DAY1 8.17thu [9:00〜17:30]

時　間	カリキュラム	講師
09:00〜09:30(30分)	オリエンテーション	中村教授
09:30〜10:50(80分)	講座① 起業の基礎(概論)	植松氏
10:50〜11:00(10分)	休憩	
11:00〜12:10(70分)	講座② アイデアの生み方(課題分析／アイデア出し) 自分の現在地	三尾氏
12:10〜13:10(60分)	昼食	
13:10〜14:20(70分)	講座③ ターゲットの設定と検証	三尾氏
14:20〜14:30(10分)	休憩	
14:30〜16:00(90分)	トークセッション　【トークセッション】 学生(若手)起業家による事例紹介 ・コーディネーター:植松氏	植松氏
16:00〜17:30(90分)	レクリエーション (トークセッションゲストとの交流)	

DAY2 8.18fri [9:00〜17:00]

時　間	カリキュラム	講師
09:00	開講	
09:00〜10:10(70分)	講座④ マーケティング／マネタイズ	三尾氏
10:10〜10:20(10分)	休憩	
10:20〜10:50(30分)	講座⑤ フィールドワーク説明・準備	植松氏
10:50〜14:30(220分)	フィールドワーク　※途中昼食、休憩	植松氏
14:30〜16:00(90分)	講座⑥ フィールドワークまとめ、プレゼン準備	三尾氏
16:00〜16:45(45分)	発表　フィールドワーク結果発表・フィードバック	
16:45〜17:00(15分)	講評　まとめ・講評	中村教授

※スケジュールは7月上旬現在のもので変更がある場合がございます。

参加申込

右記QRコードの専用フォームより
お申し込みください。
[申込締切]8月15日(火)

[主催] 青森市産官学連携プラットフォーム・青森中央学院大学
[共催] 青森商工会議所　[協力] 東青ビジネスサポート協議会

青森学術文化
振興財団助成事業

高校生スキルアップUP

[お問い合わせ] 青森中央学院大学 研究支援・地域連携課　TEL: 017-728-0131　MAIL:koukaikouza@aomoricgu.ac.jp