

ビジネスを通じた教育改革

「クエストエデュケーション」の挑戦

“QUEST EDUCATION”:
AN EDUCATION REFORM CHALLENGE FROM BUSINESS PERSPECTIVE

宮地勘司 株式会社教育と探求社 代表取締役社長

Miyaji Kanji



不透明感極まる現代社会においても、誰もが自分らしく、幸福に生きていくことができる。そんな社会をつくるためには、教育こそが最も早く、効果的なアプローチだ。そして、そのような教育をビジネスの力で実現する。企業が学びの題材となり、必要なリソースを提供する「クエストエデュケーション」。年間を通じた教育プログラムのなかで、子どもたちは社会の多様性と複雑さを体験的に学ぶ。本物の「生きる力」の育成である。著者は、教育改革を实践すべく、あえてビジネスという手段で起業し、いまや全国200校を超える中学校・高等学校を中心に、年間3万人の生徒が学ぶプログラムを提供している。本稿では、社会と教室をつなぐ探究型授業の取り組みを中心に、15年にわたる実践を通して見つけた新たな教育の可能性についての記録である。

1 はじめに

私は起業家であり、教育事業を営む企業の経営者である。教育学も経営学も修めてはいないが、新聞社勤務時代、社内において自らの発案で教育事業を始め、その後独立した。多くの失敗を繰り返しながらも終わらなき探求を続け、そのなかからいくばくかの価値をつかむことができた。本稿では、独立から15年にわたる実践を通して見つけた新たな教育の可能性について記したい。

教育と探求社の創業は、2004年である。玄田有史と曲沼美恵の共著書『ニート——フリーターでもなく失業者でもなく』（幻冬舎）が出版され、若者の意欲の低下、職業意識の低下が社会的な課題として注目され始めた頃だ。バブル崩壊の傷はいまだ癒えず、産業界には閉塞感が漂い、若者たちも社会の合わせ鏡のように自信をなくし、諦めを自らの内側にたたえているように見えていた。

当時、日本経済新聞社（以下、日経）に勤務していた私は、「教育を変えれば日本を変えることができる」との思いから新聞社を退社し、41歳で起業した。2人の子どもを抱えた大厄の年の決断には、後に最大の支援者となる妻もさすがにいい顔はしてくれず、また、日経の同僚からも「40歳を過ぎてからの起業なんて新聞記事のなかだけの出来事かと思ったよ」と揶揄された。画期的なビジネスモデルも、教育についての先進的な知見も、豊富な資金力もあるわけではなく、思い先行での起業である。現実社会と教室をつなぐことで、子どもたちの学びを活性化できるに違いないという、思い込みに近い確信だけがあった。

起業の道は険しく、多くの難局を乗り越え、何とか会社設立にまで至った。また起業後も、リーマンショック、東日本大震災の影響や、自らの経営の失敗もあり、幾度となく倒産の危機に直面した。しかし、硬直化する

学校教育を変えること、子どもたち1人1人が人生を「自分ごと」にして生きること、偏差値だけではなく個人個人の多様な能力を認め、創発型の活力ある社会をつくることを実現したいという思いは変わらなかった。吹けば飛ぶようなベンチャー企業だが、私たちは国が本来やるべき仕事を担っているんだ、という気概を支えに今日までやってきた。

教育と探求社では、「クエストエデュケーション」（以下、クエスト）と名づけた教育プログラムを学校に販売している。その名のとおり、「クエスト＝探求」という学び方を学校に提供する。ただ座って教員の授業を聞くのではなく、生徒が自ら感じ、考え、対話し、そこから新しい価値を創造していく授業だ。生徒が取り組むテーマは、企業活動、社会課題、スタートアップ、生き方、ビジョンなど多岐にわたっている。中学校、高校を中心に、小学校から大学まで幅広く導入されており、2019年度の導入校は200を超えた。年間3万人の生徒が、学校の正規の授業のなかでクエストに取り組んでいる。

収益は、学校と企業の両方から得ている。学校は生徒1人当たりのワークブック購入費用と、教員への研修や授業の支援、導入に向けてのサポートの費用を負担する。

当初ビジネスモデルを検討する際に、学校は無料のほうがよいのではと考えたが、無料で配布されるものだと、うまくいかないとき途中で投げ出してしまい、最後までやりきることができないケースも増えると考えた。むしろ、学校から貴重なお金をいただくことで教員にも本気になってもらおうと考えた。期待を大きく超える商品価値を提供しようと心に誓った。

企業は、クエストに協賛という形で参画する。インターンとして数千人の生徒をオンラインで受け入れ、自社の課題に生徒が取り組む。企業にとってのメリットはいくつかある。1つ目は、若年層における企業認知が広がる広報的価値。生徒が当事者として課題に取り組むことで、おのずとその企業への理解が進み、エンゲージメントも深まる。2つ目は、自社人材の育成価値だ。社員が