④起業教育に関する実践報告

1. 文部科学省「目指せスペシャリスト」研究開発事業と研究成果（平成 19 ～ 21 年度）

ふるさと検定の実施を通じて身につけた地域理解をもとに、地域活性化に取り組む小松商業版ビジネスモデル「地域プロデューサー小商」

ー企画力・実践力溢れるビジネススペシャリストの育成を目指してー

石川県立小松商業高等学校　教頭　池田英仁

Ⅰ はじめに



それでは最初に、小松市の紹介をさせて頂きます。小松市は石川県の南部に位置し、有名なものとしては、小松空港と勧進帳の舞台になった安宅の関のあるところです。石川県立小松商業高等学校は今年創立 90 周年を迎え、規模としては商業科が 3 クラス、情報処理科が 1 クラスの専門高校です。

本校の教育の 3 本柱の 1 つ目は商業における資格取得というものに力を入れています。2 つ目は、挨拶の励行で、校内においてはどういう場面でも生徒が大きな声で元気良く挨拶するように努めています。3 つ目は、部活動の全員加入、全校規模 480 名で、インターハイに 3 つの部が出場しました。

また、男子 100 名の小規模校ながら今年度は甲子園を目指して、ベスト 4 まで進めました。昨年度の石川県の代表校に勝ち、現在甲子園夏の大会に出場している遊学館高等学校に負けましたが、硬式野球部も例年にない活躍をするなど文武両道の学校です。

Ⅱ 地域活性化に取り組む「地域プロデューサー小商」

それでは、具体的な研究の中身について説明していきたいと思います。本校での研究のテーマは、『地域プロデューサー小商』という名で研究を進めました。企画力・実践力溢れるビジネススペシャリストの育成を目指した研究です。研究での大きなテーマが、「情報の商品化」です。知識、それから情報というものを商品化できないか、商業高校の観点で商品化できないか、またそれを進める中で起業家精神を育成しようというテーマで研究を進めました。

具体的な内容は、1つ目は『ふるさと小松検定』というご当地検定です。これは、高校生が企画して行なっているもので、今年度で6回目となります。昨年までの受験者数が8700名、もうすぐ1万名に達しようとしています。小松市の人口が11万なので、約10%に到達するという状況です。それから2つの柱は『模擬株式会社小商』という組織を作り、「小商フェスティバル」を運営することです。

この取組は、教育課程の研究ということで進めてきました。この研究の流れは、ふるさと小松検定と模擬株式会社小商を中心にして、校種間を越えた高校、小学校・中学校、保育所、大学・短期大学、それから地域・PTA、同窓会、地域の外国人、経済界・産業界等と連携し、起業家精神を育成する取組を進めてきました。次に、ふるさと小松検定については、昨年度で5回目となり、第1～3回目までは本校内で行ない、3回目でNPO法人を設立することを研究の一つのテーマとしました。平成20年度にNPO法人が認定され、昨年度は具体的に生徒がNPO法人の一員として活動をすすめました。NPO法人をつくるきっかけは、学校の財産を地域の財産に移していくことと、NPO法人の運営をすることで、生徒に法人運営の学習をさせることが大きな目的となっています。もう一つの柱である模擬株式会社小商については、平成16年度に本校の校舎が耐震工事に入り、校内で学校デパート等の文化祭の関連行事が出来なくなり、地域で開催されているイベントの中で学校デパートを実施することとなりました。昨年度は地域と連携した学校デパートが2年目で模擬株式会社を設立し、それを発展させてきました。模擬株式会社の中では、実際に本支店の連結会計を適用し、実践的な簿記の学習を進めていきました。

一方でNPO法人が小松検定のクイズを実施し、それを小商フェスティバルでPRし、小商フェスティバルに来られたお客様に小松検定を申し込んでもらうといった形で連携を進めてきました。また本校のオリジナル商品を開発し、塩とナッツのチーズクッキーをはじめとして3種類の商品を販売しています。実は、小松市はご承知の通り、粟津温泉を擁し、近隣のものとあわせて大きな温泉街が4つあります。その地域にお土産のお菓子を作っている会社があり、ゴジラ松井サブレもこの地域で製造されています。

このような中、地域のお菓子メーカーとの連携で、本校が企画したお菓子を作ってもらい、地域でも販売されています。例えば、JR小松駅と小松空港でも販売をされ、それ以外には小松市で開催されているイベント等で本校の生徒が参加して、ブースを設けて販売することで地域と連携して行うことができています。これらの商品は年間に約1000個近く売れますので、学校に利益が入ってきて、その利益分を有効活用しています。それから小松検定の実施においては、ふるさと小松

検定探訪ツアーを企画し、毎年地域の方に参加していただき、生徒がそのツアーの案内をするといった取組も行なっています。それを発展させカルタや紙芝居を作り、地域の小・中学校を回ってカルタ取りや紙芝居で子供たちにふるさと小松のことについて知ってもらう機会となるような連携も行っています。また、国際交流の1つとしては、ふるさと小松検定の中に英語編も設け、地域の外国人に小松の事を知ってもらい、クイズをエンジョイしてもらう取組も実施しています。


老人ホームでの紙芝居

Ⅲ 新科目設定

教育課程の研究ということで、いくつかの科目をこの研究のために作りました。『地域プロデュース A』という科目は、先程の NPO 法人の運営や、検定の広報・普及を目的とし、今年度は生徒 19 名が受講しています。

ふるさと小松検定という名前で NPO 法人を設立したのですが、実は検定の実施のために NPO 法人を設立することは認められていないのです。そのため IT の普及や地域産業への貢献といった付随事業を実施することにより、NPO 法人として認められたのです。地域プロデュース A の中では IT 講座を開講したり、ふるさと探訪ツアーを実施したり、小松のエリアで行なわれているイベントに参加をしたりと、できる限り地域での要望にこたえるようにしています。市内に木場潟という湖があり、昔は汚い湖だったのですが、現在はカヌー・ボートのメッカになっています。そこで、今年 9 月に、環境と景観フェスタがあり、そこでふるさと小松検定を実施する予定で準備を進めています。イベントの中で参加者に小松検定をしていただきたいということなのです。その検定の出題内容については、行政が関わっている取り組みを問題として参加者に解いてもらい、環境に対して意識を高めてもらおうという、行政側からの一種のツールとして活用されています。

次にふるさと探訪ツアーについて、生徒たちがツアーに参加された方にガイドするスタイルをとっています。それから教育課程の研究の中で、模擬株式会社小商については 3 年生を通じて、設立総会や株主総会を全校集会の中で行なっています。『総合実践』では、会社の設立やマナー講習会を行なっています。3 年生の『課題研究』では地域の食材を活かした商品開発等を行なっています。これらの教育課程の取組の中での成果があらわれてきました。

会計実務、運営を学ぶということに加え、IT 講習会の中では実際に生徒が教

える立場になって、学ぶだけでなく逆の立場で勉強して、人に教えることによって本人達の自信につながったということです。「目指せスペシャリスト」の中での高度な資格取得の事例としては、3 年間で高度な資格を取った生徒もいます。これらの 2 つの取り組みによって、起業家精神や起業に関わる諸能力の育成が果たせました。

Ⅳ 市との連携

ふるさと小松検定を進めていく中で、地域あるいは行政の働きかけがあり、昨年からこのふるさと小松検定受験を新規採用の職員の必須にすることとなりました。若い職員に対して、まず地元で行政サービスにあたるには地元の事を知らなければいけないということで、この検定を必ず受験するようにという追い風がありました。こういった中で、市からの応援といった意味で、昨年度は 50 万円、今年度は 20 万円の補助金を助成していただき、私達も小松検定試験の内容の精度を上げ、充実させることで市へ返していこうという風に考えています。小松市は、今年度市制７０周年ということで、さまざまなイベントが開催されていて、金沢には 100 万石行列という行列があるのですが、小松市では 1000 人行列というものを実施予定です。100 万石行列は前田利家が金沢に入城したときの行列ですが、小松の地域は大変古い歴史があり、最澄というお坊さんから始まってそれ以降の 1000 人の人達の行列をつくるという話です。その行列に出てくる登場人物は、本校が作った小松検定のテキストに掲載された人達をモデルにして、行列を作るという話でした。また、小松という町は古い町で、古い町屋がいっぱい残っています。普通なら壊されているような明治初期前後の民家が 2000 軒ほど残っていて、そういった場所を地域の新しい町おこしの起爆剤に使えないか、と本校にお呼びがかかって見学し、調査に参加しました。また会計報告書については、会計事務所の方に作成の指導をお願いし、税務署に 2 年間申告し納税をしました。納税については、大変大きな税金を納めています。

Ⅴ 取組に対する生徒たちの力

こういった取組の中で生徒たちの興味・関心が増し、意識の変化が生まれています。それぞれについての意識はどう変化したのか分析したアンケートの結果で、平成 20 年度と平成 21 年度を比較すると生徒たちの興味・関心が 10%向上しています。商品開発については、4%程の向上ということで、意識は上がったのではないかと思っています。結果的には、それぞれの項目で起業家精神においてはいい結果が出ています。ただし、「これらの活動を通して将来会社を経営したいと思い

ますか」といった質問では、結果が思わしくありません。あらゆる分析をしましたが、他の項目については 70%～ 80%まで占めるのですが、残念ながら起業家精神という意識については、37%と伸びません。これについて、3 年間とった調査の結果は同じですが、その理由として1つは本校には女子生徒が多い学校で、480 人の内 370 人近くが女子生徒です。どうしてもチャレンジという思いがあまりないことと、リーマンショックで企業が潰れていく中であえてチャレンジするよりも、安定的な企業に就職したいという思いがこういう結果にあらわれたのではないかと思います。3 年間の事業は有意義であったかという質問では、全体として 78%でした。特に模擬株式会社、それから学校デパートについては 80%超えていますが、NPO 法人については主体となっている生徒の数が少なかったので、具体的な内容が充分に把握できていなかったということで低い結果となっています。資格については、学んだことが役に立ったかという質問では、ワープロに関しては高かったのですが、その他の資格ついては数字的に高くなかったのです。あとは計算事務と情報処理、漢字検定についても、高いという結果となりましたが、他の資格については、それほど高い数字にはなっていません。また卒業後取り組みたい資格については、例えば WEB デザインやカラーコーディネーター、税理士・会計士に関する資格が多いのです。全国商業高等学校協会が実施している検定についても大きなウェイトを占めていました。これは 3 年間充分勉強しきれなかった事に対して、引き続き勉強してみたいという思いなのかなと思います。それから引き続き資格を取得する、目指すかという質問に対して、多くの資格を保有している生徒は引き続き頑張る、少ない 1・2 種目の生徒も充分に勉強しなかったから勉強したいという結果となりました。企画、運営、販売計画については、生徒の能力がついたのではないかと思います。新しい事業にチャレンジする、学習し続けるという思いについても充分に得られたのではないかと思っています。また本校で作っているお菓子ですが、引き続き開発を進めており、3 種類のお菓子に加えて、今年の秋に地域で採れた食品（農産物）を入れたケーキを開発予定で、使用しているものが人参とトマトなどを入れたもので健康的なものになっています。機会があればご購入頂ければありがたいです。



本校の開発商品

小商フェスティバルでは、保育園と幼稚園の園児たちをオープニングセレモニーに呼ぶことによって、お父さん、お母さん、お爺ちゃん、お婆ちゃんを呼ぼうとい

う、明らかに下心が出ているのですが、そういった形でイベントを行なっています。それから環境フェアで有名人の辰巳琢朗さんが来られ、本校の生徒とお話をさせてもらいました。販売の実施については、対応の仕方も指導しますが、私たちががんばってもはっきり言って売れません。やはり女子生徒が販売する方が、商品の売れゆきがよいようです。

Ⅵ 商品開発の難しさ

商品開発において、商業高校ですので「マーケティング」という視点で授業あるいは課題研究の中での実施を進めています。まず、立案から始まってどういったものを作ろうか、それから高校生であればどれくらいの金額なら買えるかということをまずリサーチし、具体的に近くのお菓子屋さんに話しを持ちかけて、商品開発等いろいろなアドバイスを受けます。いくつかのお店に声をかけましたが、大手のお菓子屋さんは規模の関係、また中小のお店では生鮮品に関わるものについては、食中毒の問題があるのでほとんど断られました。ようやくお菓子屋さんの3店に協力していただいたというような状況でした。それから企画内容に関する問題では、割高感について解決していくために、作り方を変えていく、それからチラシ等の販売促進はどうしていくかというような形で販売実習を行いました。実は、イベント実施途中でこのままであればデッド商品になってしまうので、生徒はこれを抱えてイベント会場から離れた、駅前まで行商に行きました。結局、後から聞きましたら買って頂いた皆さんは、美味しそうだからというのではなく、可哀相だからという理由で買って頂いたそうです。生徒はそれでも1000セットを完売しましたが、半額で売ったものですから大きな赤字が残りました。価格等の問題についてもこのように出ています。味については良い方だと思います。まとめとして、より付加価値のある商品を企画する必要があり、量より質でなければいけないという反省がありました。

Ⅶ 最後に

平成22年度の取り組みとしては、3年間の研究が終わって、今後どのようにソフトランディングするかということがまた大きな仕事になるわけですが、小松検定は引き続き実施し、募集の準備も進めています。地域活性化という意味でいろいろなイベントには参加をしています。実際にイベントに参加する中で、小松検定クイズを実施してくれるから販売ブースも設けていただき、一緒に商品を売ってくださいと声がかかります。高校生が販売するからお客さんも来てくれるといったスタイルで、一方は女子高校生あるいは高校生が持っている魅力に対して、市が理解してくれていることと、小松検定というものが商品として活きているということです。

これはある意味一番初めに出てきた『情報の商品化』の具現化で、それが結局今年度も引き続き原動力になっていると思っています。それから実際に商品を販売して感じたことは、500円出せば他に買えるものだってあるわけです。それをお客さんが買ってくれるのは、この商品の見かけの価値ではなくて、高校生が売っているということがセットされたものだと思うのです。私達は、これはやはり「もてなし」という生徒が持っているもの、それが付加価値として売れているという風にとらえています。そういった形で商品については、引き続きその価値を大切にし、生徒たちに販売を通していろいろな力をつけさせていきたい、いわゆる起業家精神の中でいう実践力や企画力、それを引き続き伸ばしていきたいと考えています。



発表会での案内の様子

〔質疑応答〕

Q：商業高校で教えているものですが、その中で観光ビジネスを担当しております。しかし高校生に関する観光の教科書はなく、非常に苦労しています。小松商業高等学校で3年間をまとめたテキストを見せて頂いたらJTBの観光本をお使いだと書いてあったのですが、それ以外にどのような教科書等を利用されているのかお教えください。

A：実は観光についてはその教科書だけです。今のような内容については3年間の研究の中で発展的にやってきたものなので、今年度に入ってこの内容については、実際の研究と切り離し資格試験を受験するためのものに今年大きく切り替わったところです。ただ問題は商業科であれば当然観光という位置づけが問題となり、「観光とは商業の範疇のどこにあるのか?」という実はむずかしいところに来ています。

これまで熱心に指導した教員が今年異動により、代わりに教えられる教員が実はいなかったのです。それで観光が分かる進路主任と私がやることになったのです。そういった中で生徒に授業をしていくとどうしても資格を取得するということになります。中身が大変難しいので、今考えているのが地元の観光情報をいかに発信するかということ、例えばWEBサイトを作成することを考えています。その点については大変悩んでいるところで、観光に関わっている先生はどの先生もきっとご苦労されていることではないかと思います。