（2）分科会

① 第１分科会

「高校生のための起業教育ワークブックの活用ワークショップ」

大阪商業大学　総合経営学部 経営学科 准教授　坂手啓介

Ⅰ　起業教育ワークブックについて

大阪商業大学起業教育研究会は2003年2月に組織化され、これまで12回の研究会が開催されている。2003年8月に開催された第2回研究会で本学の粂野准教授（当時助教授）から起業教育に関する教材の必要性について報告され、その後、本学教員と高校教員により『高校生のための起業教育ワークブック』が執筆された。

本ワークブックは全3編6章による構成となっており、「導入編」は起業家精神の枠組みを理解し、独創性や協調性など起業家精神の具体的な資質を今現在の自分がどの程度身に着けているかを自覚することを目的としており、「基本編」では日常生活や地域のニーズを探求から新商品のアイデア出し、企画、プレゼンの各方法について学び、実践することを目的としている。「応用編」では、アイデアコンテストに挑戦する方法やビジネスアイディアを地域問題解決に役立てることの重要性やその方法について、「技術編」では個人からグループにおけるアイデア発想法やインターネットの利用法について解説されている。

本ワークブックが起業教育の現場で役立つためには、今後も新たなアイデアなどを導入し、拡充、発展させていかなくてはならないと考えている。そこで、本ワークショップでは、新たなグループ発想法を取り入れることを視野に入れて、マインドマップを使った商品企画を行った。

Ⅱ　マインドマップ

1　マインドマップの特徴

マインドマップは、ロンドン出身のビジネス・コンサルタントであるトニー・ブザン氏が1970年代に発案､提唱したアイデア発想法であり、現在では企業や学校など世界中で2億5千万人が学んでいるそうである。

マインドマップの特徴としては、中心にテーマが書かれ、放射状にテーマに関するキーワードが展開されていることが挙げられる。ただ、KJ法が最初にテーマについて思いついたキーワードをキーワード同士の関連性などを考えずに列挙するのに対して、マインドマップは、グルーピングの基点となるキーワードをまず書き出し、その後、そのキーワードに従属的な関連を持つキーワードを追加していく。

2　マインドマップの基本的な作成方法

[Buzan, 2004, 訳書, 2008, p.24]によれば、マインド・マップの書き方は以下のとおりである。

① 白い紙を横長に置く。
② 紙の中心にテーマを現すセントラルイメージを描く。言葉でもいいが、絵を描くと描くプロセスが楽しいものとなり、脳が刺激される。
③ 色を選んで、曲線を描くメインブランチをセントラルイメージから伸ばし、そのすぐ上に主分類となる言葉を書き入れる。メインブランチは時計回りに増やしていく。キーワードはなるべく抽象的なものにする。
④ メインブランチから連想されるものをサブブランチに書き足していく。このときに、色や絵、記号、矢印、強調などを必要なときに組み込むと記憶や発想の助けとなる。
⑤ サブブランチを枝分かれさせて、さらに細かいサブブランチを書き入れる。

Ⅲ　マインドマップを使った商品企画

本節では、マインドマップを使って実際にどのように商品企画を各グループに行わせるかについて説明する。

1 商品企画の対象となる製品・サービスを選ばせる。

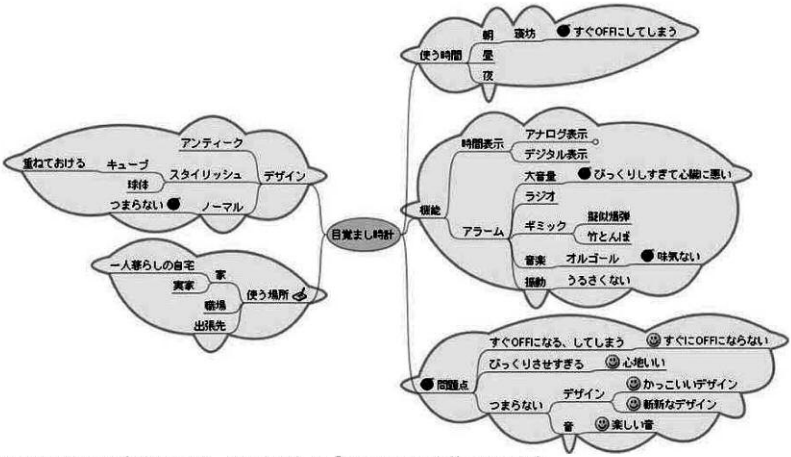
ワークブックのワークシート5を使い、日常生活の各場面から既存製品とその問題点について書いてもらう。例としてここでは、起床時の目覚まし時計を選択したことにする。

2 既存製品についてのマインドマップを描く（図1）

中央に既存製品についてのキーワードを書く。その後、メインブランチを書き足す。例では、メインブランチに「使う時間」、「機能」、「デザイン」、「使う場所」を書いている。図1を見てもわかるとおり、メインブランチは内容的にはwhen、what、what、whereに対応している。マインドマップはキーワードを自由に書いていいが、最初は5w1h（6w2hなどでも可）でメインブランチを作ると書きやすいと思われる。

3 問題点となるキーワードを書き出していく（図1）

図1　既存製品に関するマインドマップ



注：マインドマップの図はフリーソフトである「Free Mind」を使っています。

マインドマップのサブブランチは、既存製品の問題点となるようなキーワードにしたほうがよい。例では、デザイン→ノーマル→つまらない、使う時間→朝→寝坊→すぐにOFFにしてしまう、機能→アラーム→大音量→びっくりする、機能→アラーム→音楽→オルゴール→味気ないなど、サブブランチが既存製品の問題点へとつながっている。

4 問題点のキーワードを「問題点」メインブランチにまとめる（図1）

問題点となるキーワードが出尽くした時点で、あいているところに「問題点」というメインブランチをつくりそこにまとめていく。階層化できるものがあれば階層化して書くほうが望ましい。

5 肯定的なキーワードに書き直す（図１）

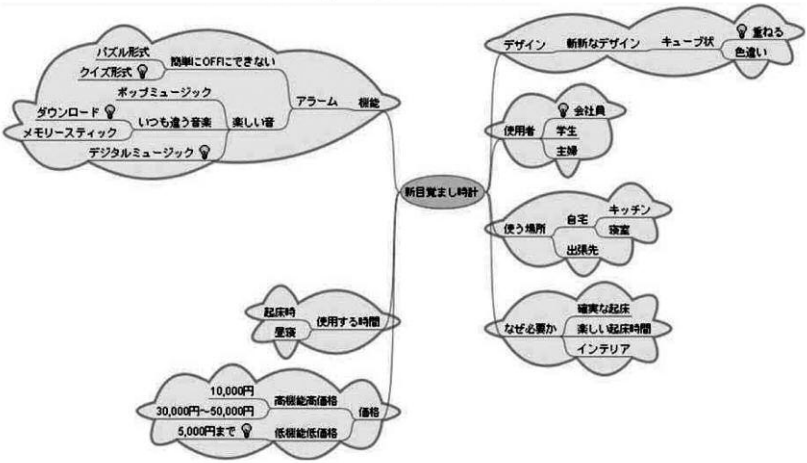
「問題点」ブランチの末端は否定的なキーワードで終わっているはずである。例では、問題点→つまらない→デザインで終わっています。これは既存の目覚まし時計はつまらないデザインで終わっていることを意味している。この「デザイン」サブブランチに「かっこいいデザイン」、「斬新なデザイン」という肯定的なキーワードをさらなるサブブランチとして付け加える。最終的に問題点ブランチは逆に新製品が持つべき特徴に関するキーワードとなるわけである。

6 新製品・サービスに関する新しいマインドマップを作る（図2）

ここまで書いてきた既存製品に関するマインドマップを参考に、新製品・サービスについての新しいマインドマップを書いていく。既存製品のマインド・マップの最後で書いた「肯定的なキーワード」をどこかに配置することを忘れずに書くとよい。ここでも５ｗ１ｈについて書き出していくと書きやすくなる。価格やこの製品が世の中に必要な理由など新製品に関するあらゆる特徴をすべてマインド・マップに書いていくようにする。

図2での新目覚まし時計のコンセプトはキューブ状をしており、色違いのものを何個もおいてインテリア用途にも使えるものにしている。またアラーム時には単なる電子音ではなくMP3形式などのデジタルミュージックが流れるようになっている。自分でメモリカードなどから時計に読み込ませる方法だけでなく、ネット上から自動でダウンロー

図2　新製品に関するマインドマップ



ドできるようにもできる。また、アラームがなったとき、4択で今鳴っている音楽の曲名を答えさせるクイズが前面の液晶画面に出る。正解するまで音楽はとまらない。主なターゲットとしては時間厳守が要求される会社員を想定している。

Ⅳ　今後の検討課題

実際に前節のようなプランでワークショップを実行したが、こちらが想定している以上に各グループ（当日は3グループが参加した。）ともマインドマップの作成に苦戦している印象を受けた。マインドマップでは、まずキーワードをグルーピングする際の基点となる主分類のキーワードを連想する必要があるが、そこが非常に難しいらしく、KJ法のようにとりあえずキーワードを書き出していくグループもあった。マインドマップは、書き始めはゆっくりとしか描けないものだが、時間が進むにつれてアイデアが次々と湧き出す特徴があり、ある程度持

続的に取り組む必要がある。本来のマインドマップの長所を引き出すには時間が少なかったのかもしれない。実際に生徒にマインドマップを使った商品企画をさせる場合は、まずは、テーマをもっと身近なもの（例えば、趣味や自分についてなど）に設定し、マインドマップ自体になれてもらい、それから商品企画に移行するほうが効果的であろう。

参考文献

1．片岡俊行著『だれでも・やさしく学べるマインドマップ練習帳』
秀和システム，2006年
2．大阪商業大学ベンチャー部会編著『大阪商業大学の起業教育・起業家育成ー
「ベンチャー育成部会」の活動記録』大阪商業大学，2005年
3．大阪商業大学起業教育研究会編『高校生のための起業教育ワークブックー
ベンチャースピリッツを育むために』大阪商業大学，2005年
4．トニー・ブザン著，近田 美季子訳
『仕事に役立つマインドマップ―眠っている脳が目覚めるレッスン』
ダイヤモンド社，2008年

② 第2分科会

「社会問題理解のためのワークショップ」

大阪商業大学　経済学部 経済学科 専任講師　柴田 孝

1．はじめに

この第２分科会「社会問題のためのワークショップ」では、大阪商業大学での２年生ゼミナール（演習Ⅰ）における取り組み事例を紹介しました。この取り組みは、グループ活動を通じて、社会が直面する問題に対する認識を深めると同時に、社会の多様性や複雑さを理解することを目指す学習プログラムです。以下では、まずプログラムのねらいを述べ、次いで、本分科会で実際に取り組んだ課題を２つ紹介します。なお、事例については成果部分など、わかりやすさを優先して一部編集を加えた部分があることをご了解ください。

2．プログラムのねらい

参加者は、プログラムを通じて、複数の視点から問題を考えることを体験し、以下の３つを学びます。

（１）問題には、いろいろな立場（役割）の人が関わっていることを知る。
（２）問題解決にあたって、それぞれの立場からみて望ましい解決策が、互いに異なることも起こりえることを知る。
（３）異なり対立する要求がある場合に、相互の要求を調整し解決策を具体化するための話し合い（交渉）の役割を知る。

3．ワークショップで取り組んだ事例

２つの事例（以下、課題という）に取り組んでいただきました。１つ目（課題①）はゴミ焼却場をどこに建設するかという課題です。あまり自分の居住地の近くにきてほしくないが、しかし、必ずどこかには作

らなければならない施設です。このような問題では、おおむね、人口密度が低い、あるいは郊外地区などが候補と考えやすいように思いますが、重要なことは、たとえ居住者が少なくても、そこには人がいるということです。すなわち、候補とされる地区の人たちもまた、できれば遠慮したいと思うだろうということに思い至ること[ねらい（１）（２）]、そしてそれを理解したときに、ではどこに作ればよいのか、もう一度考え話し合うこと[ねらい（３）]を目指しています。2つ目（課題②）では、仮想的に、新しい政策目標をたて、それを実現させるためにはどうすればよいかを考えています。具体的には、ペットボトルを「リユース（繰り返し利用）」するための仕組みを考えていただきました。ペットボトルは既にリサイクルの仕組みが作られていますが、今回は同じボトルを繰り返し利用するリユースについて考えました。ペットボトルに入った飲料という商品が消費者の手に届くまでの各段階で関係する当事者として、容器メーカー・飲料メーカー・小売業・市民（消費者）をあげ、それぞれを、参加者が担当します。いままで取り組んでいないリユースを新たにおこなうならば、費用負担の問題など、それぞれの立場にとり新たな利害得失が発生します。自分の役割から考えればどういう仕組みが好ましいか[ねらい（１）]、しかし、それは他のメンバーが同意できるものとは限らないことを認識し[ねらい（２）]、では、どういう仕組みであれば成り立つかを全員で考える[ねらい（３）]ことを通じて、社会でみられる多様性や相互理解を目指します。

次節以降で、今回取り組んだ課題①および②について、それぞれ参加者にお渡しした状況設定（指示書）の内容と、参加いただいた皆さんによる結果の概要を紹介します。なお末尾に資料として、配布した指示書・資料および課題②で作成いただいたリユースの流れを掲載していますので、あわせてご覧ください。

課題①：ゴミ焼却場を新設するにあたり、地域内のどこに建設するか。
【参考：資料１】
想定する状況

他から完全に孤立した島を考える。島内には４つの地区がある。
A地区：住民数1位、企業数3位、未開発地なし
B地区：住民数2位、企業数2位、未開発地少し
C地区：住民数3位、企業数１位、未開発地なし
D地区：住民数4位、企業数4位、未開発地あり

参加者は、各地区（A～D）の代表者となって、島内のどこにゴミ焼却場を建設するかを決めなければならないとする。

《すすめかた》
Step 1：各自、提案（どこに建設するか）とその理由（なぜそこなのか）を考える。（５分）
Step 2：各自の提案をもとに相談して、採択する案を決める。
・全員一致（コンセンサス）で決定することを基本とする。
・対話の過程で、必要と判断すれば、各自、自身の提案を修正することができる。
※時間制限があるため（ゴミ処理は待ってくれない）、制限時間となったら多数決で選ぶ。同数となった場合は、じゃんけんで勝ったほうを採択する。（制限時間：開始後15分）
Step 3：設置場所が決まったら、役割をくじびきで再決定する。Step２の結果を新しい立場からみて同意できるか考える。同意できないなら、受け入れるために何が必要か改めて考える。（10分）

【第２分科会での課題①の結果】
この分科会では３つの班をつくり、実際に行っていただきました。以下に各班の結論を紹介します。
《１班》　**建設場所：D地区**
理由：マイナスの影響を与えるととらえるのではなく、環境先進地区とするチャンスととらえたい。たとえばリサイクル施設を併設するなど、プラスのイメージをもつことに加えて、就業機会も

提供できると考える。そうした機能を提供する際に、未開発地をもつD地区が適切である。

《2班》　建設場所：D地区

理由：未開発地域があり、かつ、住民数が少ない場所が望ましい。ゆえにD地区を選ぶ。しかし、D地区にも引き受けることの対価を支払うことが条件である。具体的には、道路などの社会的なインフラ整備を行うこと、未開発地への積極的な企業誘致を行うことで雇用機会を創出すること、高い環境基準を設定し不安を解消することなどを実施することで、D地区住民を説得して、受け入れてもらう。

《3班》　建設場所：D地区

理由：第1に、新たに地上げなどにより土地スペースを作り出すのは難しいため、未開発地があるところが良い。すなわち、B地区とD地区が候補となる。第2に、住民数が少ない所が望ましい。以上の理由からD地区を建設場所として選ぶ。

【課題①の解説】

「D地区は土地もあり、人口・企業数も少ないため、ゴミ処理場の引き受け候補として最適である」という意見に疑問を感じるようになることを目指しています。A・B・C地区の願望をD地区が引き受けるためには、D地区にも利益をもたらすものでなければならないことに気付けば成功です。社会にある問題には、誰もが納得し同意するものと、利害対立があり全員による合意に至らないものとがあると考えます。前者は問題が認識された段階ですみやかに解決にむかうことになるでしょうが、後者は利害対立を解消・緩和できるような解決に至る方法を皆で考えることが必要となります。今回のゴミ処理場建設場所決定問題も、どこかが引き受けなければならないが、積極的に引き受ける地区もない（たとえばD地区に引き受けてもらうよう頼んでもD地区は同意できない）中で、どうすれば合意に至るかを話し合い考えていただいた結果が上記の3つの提案でした。今回の提案では、費用負担や補償

といった要素だけではなく、『リサイクル施設を整備し環境先進地区としてアピールする（1班）』というような、これまでの学内での取り組みではみられなかった新しい発想もでた点が印象に残っています。

ねらいでも述べたように、このプログラムは、他の人にはその人の立場というものがあることを知ること、そして、それぞれの立場がどういった利害を持っているのか、他の人が提案することが自分にとってどんな影響があるのか、そういったことを理解しながらお互いに話し合う中で「全員が」納得できる提案をつくっていく点を重視しています。D地区に積極的な利益機会を見出された1班の提案はプラスの理由を作り出す点で興味深い提案でした。

課題②：ペットボトルの「リユース」を実現するプランを立案する。
【参考：資料2・資料3】

想定する状況

ペットボトルの「リユース」を実現するための仕組みを関係者で話し合って決める。

※「リユース」⇔ 同じペットボトルを数回使って初めて再生・廃棄が認められる。

条件1：全員で協力して話し合い、誰かが一方的に損をする仕組みにはしないようにする。
条件2：かかる費用は登場人物の間で完結すること。
条件3：関係者以外からの金銭的支援（たとえば補助金）や未知の新技術開発は想定しない。

《登場人物》

①市民、②容器メーカー、③飲料販売店（小売）、④飲料メーカー

● 市民：飲料を購入して消費する

・環境に貢献しているという参加意識
・リユースすることが面倒。安全性に不安。

● **容器メーカー：ボトルを製造し飲料メーカーに販売**

・リユースに適したボトルは丈夫にする必要があるので納入価格を高くする必要がある。

・リユースにより新ペットボトル（未使用ボトル、バージンボトル）の需要が減少することで売上が減少する可能性がある。

● **飲料販売店（小売）：メーカーから飲料を仕入れて市民に販売**

・リユースボトルでの売れ行き（消費者の理解）に利益が左右される。

・リユースボトル飲料の仕入れ価格は同じか。リユースとどうかかわるのか。

● **飲料メーカー：ボトルを仕入れて充填し小売に販売**

・リユースに対する不安など消費者離れの可能性がある。

・リユースボトルは高くなるので費用増につながる。

《すすめかた》

Step 1： 各自の立場からみて理想のリユースシステムを立案する。

Step 2： 交渉する。ギブアンドテイク。

Step 3： リユースシステムを完成させる
（模造紙に関係図を作成）⇒　発表

【第２分科会での課題②の結果】

各班の結論を紹介します。リユースの関係図（資料4）もあわせてご覧ください。【参考：資料４】

《１班》 デポジット制を導入する。

〔消費者〕

利　益 ： ボトルを返却すると返金される。

不利益 ： 移行期にはリユースに対する不安、手間に対する不満感がある。

〔小売業〕

利　益 ： デポジットシステムからの分配金を受け取る。

不利益 ： 回収場所の提供や返金作業の負担がある。
〔飲料メーカー〕
利　益 ： 企業イメージの向上や分配金の受取（筆者補足：洗浄行程への出資者となれば配当が利益となる）。
不利益 ： ボトル識別コスト削減のためにボトル形状統一を行うことからくる商品差別化手段を失う。
〔容器メーカー〕
利　益 ：リユース対応強化ボトルによりボトルの単価を引き上げることができることと、ボトル識別コスト削減のためにボトル形状統一を行うことによる製造コスト削減により利益向上が見込まれる（筆者補足：洗浄行程への出資者となれば配当が利益となる）。
不利益 ：リユースによりバージンボトルの需要が減少することや、容器デザイン統一により差別化ができなくなる。

《２班》 デポジット制を導入する。
〔消費者〕
利　益 ： ボトルを返却すると返金される。
不利益 ： 移行期にはリユースに対する不安、手間に対する不満感がある。
〔小売業〕
利　益 ： デポジットシステムからの分配金を受け取る。
不利益 ： 回収場所の提供や返金作業の負担がある。
〔飲料メーカー〕
利　益 ： 洗浄行程を担当することによりボトル購入費用の削減が可能となる。
不利益 ： 強化ボトルの単価引き上げによりコスト増加につながる。
〔容器メーカー〕
利　益 ：リユース対応強化ボトルによりボトルの単価を引き上げることができる。
不利益 ：リユースによりバージンボトルの需要が急減する。
【2班の補足意見】 容器メーカーは経営上、大きな打撃を受けることに

なるので、飲料メーカーと合併し飲料メーカーの一部門となることも検討する必要がある。

《３班》 デポジット制を導入する。
〔消費者〕
利　益 ： ボトルを返却すると返金される。
不利益 ： 移行期にはリユースに対する不安、手間に対する不満感がある。
〔小売業〕
利　益 ： デポジットシステムからの分配金を受け取る。
不利益 ： 回収場所の提供や返金作業の負担がある。
〔飲料メーカー〕
利　益 ： デポジットシステムからの分配金を受け取ることや企業イメージの向上がみこまれる。
不利益 ： 強化ボトルの単価引き上げによりコスト増加につながる。
〔容器メーカー〕
利　益 ： リユース対応強化ボトルによりボトルの単価を引き上げることができる。また洗浄工程を担当することでバージンボトル売上減少を補う。
不利益 ： 単価引き上げ・リユースによりペットボトルの需要そのものが減少する可能性がある。

【課題②の解説】
　このプログラムでは、すでにおこなわれている「リサイクル」から、「リユース」に切り替えることを目指します。ポイントは２点あり、第１にボトルの物理的な移動順路をどうするか考えること、そして第２にリユースに参加する動機付けを全員にどう与えるかです。今回の研究会では、すべてのグループがデポジット制を導入することを選びましたが、ボトルの移動順路にはそれぞれ違いがでました。リユースを実行することで、新ボトルの需要が減少するため、容器メーカーの利益減少をどう補うかが重要です。この点について、ボトルデザインの

統一化によるコスト削減や、飲料メーカーと容器メーカーの合併、そして容器メーカーが洗浄工程を担当し新ボトルだけでなくリユースボトルも含めたボトル供給部門に拡大するなど、それぞれ容器メーカーの立場を配慮した提案がなされました。

この課題②を学生と行った際には、次のように進めました。まずリユースとはなにか、どういった事例があるか下調べをします。次に、一人一人に担当する役割を決めます。学生は自身の担当する役割の視点から、リユースに参加することでどのようなメリット・デメリットがあるか考え、さらに自分からみて最適なリユースシステムを考案します。4つの役割があるため、4人（4つの役割）で1つのグループをつくります。各自の提案がそのままでは互いに受け入れられないことを確認して、ではどうすれば全員が受け入れられるか、その最終提案を4人で議論しながら作成します。全員の前で自班の提案を発表し、質疑応答を経て終了します。この一連の流れを、役割は固定したままで、グループを組み替えて3回おこないました。繰り返し行ったのは、第1に議論そのものに慣れ積極的に発言するようになること、第2にメンバーを入れ替えることで多様な意見があることに気づくようにするためです。

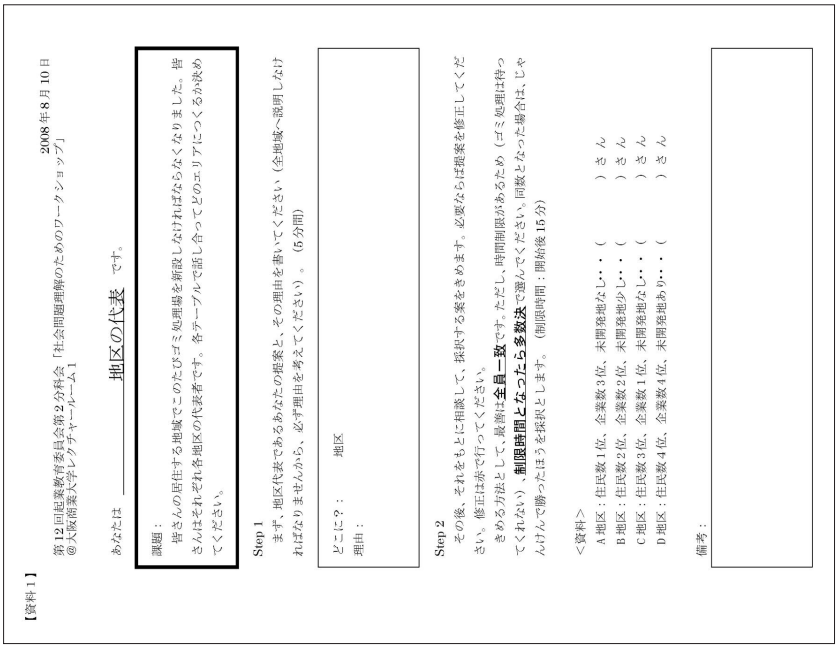
学生が取り組んだ際には、ペットボトルの洗浄工程に不安があるため、そもそもペットボトルの回収を放棄する提案もありました。中身となる飲料を販売する機械を各小売店に設置し、消費者が洗って持参したペットボトルや容器に充填するというものです。この提案はより大きな視点（石油使用量の削減・ゴミ排出量の減少）に基づいており、こういった教材作成側の予測とは異なる意見がでてきたときに、教材作成者もまた社会に対する理解を深めることができると感じています。

4．まとめ

問題というのはなぜ問題になるかというと、そこに対立があるから容易には解決できないという面があるためと考えます。全員が受け入れられる解決策を考えることは簡単ではありません。どこかの立場に

偏って考えてしまうこともあるでしょう。一人で関係する全ての立場を等しく考慮して解決策を考えるというのは難しい作業です。そこで、ロールプレイのようにそれぞれの役割を固定することで自分の立場を明確にして、立場が違う相手がいるという中でお互いに話し合い、相手の言い分を聞きながら自分の言い分も主張して合意点を見出すという作業を理解するというところにこのワークショップの目標というものがあります。今回とりあげたプロジェクトは、まだまだ発展途上ですので、ご活用いただいた際には、ぜひ成果や改善点をご教示いただければと思います。皆様の参考になれば幸いです。

【資料1】



［資料1］

2008年8月10日

第12回起業教育委員会第2分科会「社会問題理解のためのワークショップ」
@大阪商業大学レクチャールーム1

あなたは ＿＿＿＿＿＿地区の代表＿＿＿＿＿＿ です。

課題：
皆さんの居住する地域でこのたびゴミ処理場を新設しなければならなくなりました。皆さんはそれぞれ各地区の代表者です。各テーブルで話し合ってどのエリアにつくるか決めてください。

Step 1
まず、地区代表であるあなたの提案と、その理由を書いてください（全地域へ説明しなければなりませんから、必ず理由を考えてください）。（5分間）

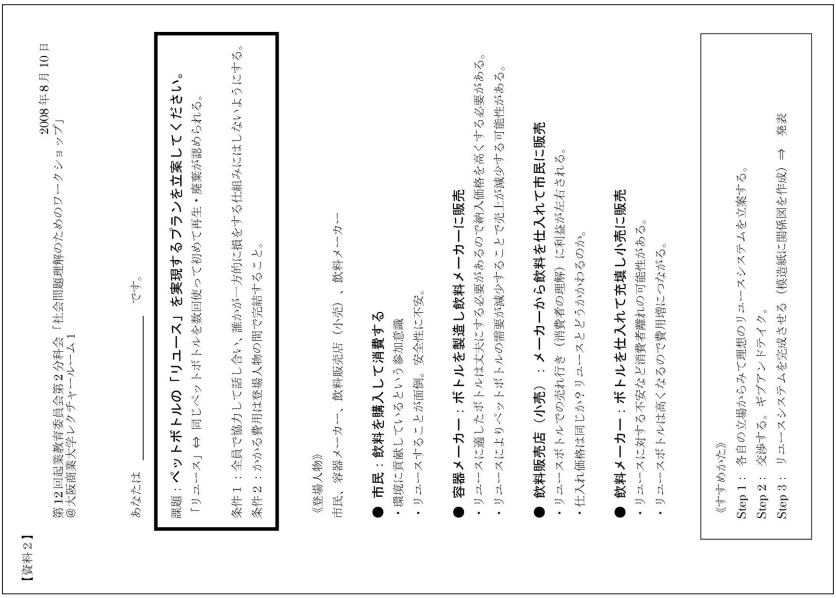
どこに？：　地区
理由：

Step 2
その後、それをもとに相談して、採択する案をきめます。必要ならば提案を修正してください。修正は赤で行ってください。
きめる方法として、最終は**全員一致**です。ただし、時間制限があるため（ゴミ処理は待ってくれない）、**制限時間となったら多数決**で選んでください。同数となった場合は、じゃんけんで勝ったほうを採択とします。（制限時間：開始後15分）

＜資料＞
A地区：住民数1位、企業数3位、未開発地なし・・・（　　）さん
B地区：住民数2位、企業数2位、未開発地少し・・・（　　）さん
C地区：住民数3位、企業数1位、未開発地なし・・・（　　）さん
D地区：住民数4位、未開発地あり・・・（　　）さん

備考：

【資料２】



【資料２】

2008年8月10日

第12回起業教育委員会第2分科会「社会問題理解のためのワークショップ」
@大阪商業大学レクチャールーム1

あなたは＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿です。

課題：ペットボトルの「リユース」を実現するプランを立案してください。
「リユース」⇔ 同じペットボトルを数回使って初めて再生・廃棄が認められる。

条件１：全員で協力して話し合い、誰かが一方的に損をする仕組みにはしないようにする。
条件２：かかる費用は登場人物の間で完結すること。

《登場人物》
市民、容器メーカー、飲料販売店（小売）、飲料メーカー

● **市民：飲料を購入して消費する**
・環境に貢献しているという参加意識
・リユースすることが面倒、安全性に不安。

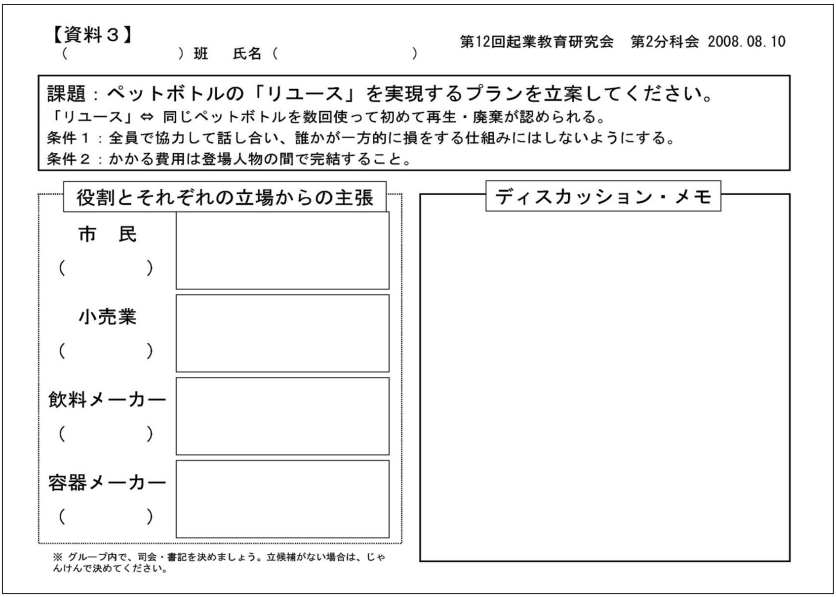
● **容器メーカー：ボトルを製造し飲料メーカーに販売**
・リユースに適したボトルは丈夫にする必要があるので納入価格を高くする必要がある。
・リユースによりペットボトルの需要が減少することで売上が減少する可能性がある。

● **飲料販売店（小売）：メーカーから飲料を仕入れて市民に販売**
・リユースボトルでの売れ行き（消費者の理解）に利益が左右される。
・仕入れ価格は同じか？リユースとどうかかわるのか。

● **飲料メーカー：ボトルを仕入れて充填し小売に販売**
・リユースに対する不安など消費者離れの可能性がある。
・リユースボトルは高くなるので費用増につながる。

《すすめかた》
Step 1：　各自の立場からみて理想のリユースシステムを立案する。
Step 2：　交渉する。ギブアンドテイク。
Step 3：　リユースシステムを完成させる（模造紙に関係図を作成）⇒　発表

【資料３】



【資料３】　第12回起業教育研究会　第2分科会 2008. 08. 10

（　　）班　氏名（　　）

課題：ペットボトルの「リユース」を実現するプランを立案してください。
「リユース」⇔ 同じペットボトルを数回使って初めて再生・廃棄が認められる。
条件１：全員で協力して話し合い、誰かが一方的に損をする仕組みにはしないようにする。
条件２：かかる費用は登場人物の間で完結すること。

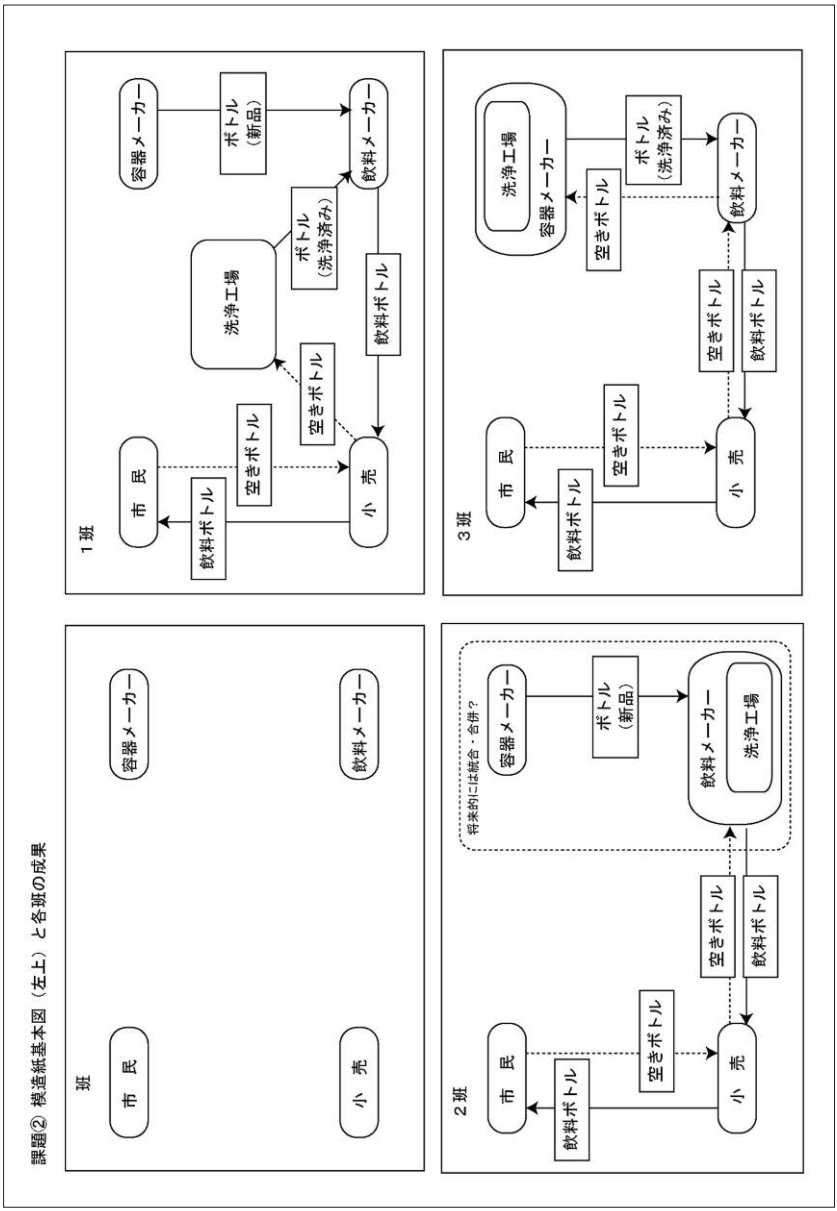
役割とそれぞれの立場からの主張

市　民（　　）	
小売業（　　）	
飲料メーカー（　　）	
容器メーカー（　　）	

※ グループ内で、司会・書記を決めましょう。立候補がない場合は、じゃんけんで決めてください。

ディスカッション・メモ

【資料４】


課題② 模造紙基本図（左上）と各班の成果
班
市 民
容器メーカー
小 売
飲料メーカー
1班
市 民
飲料ボトル
空きボトル
小 売
洗浄工場
空きボトル
ボトル（洗浄済み）
容器メーカー
ボトル（新品）
飲料メーカー
飲料ボトル
2班
将来的には統合・合併？
市 民
飲料ボトル
空きボトル
小 売
容器メーカー
ボトル（新品）
飲料メーカー
洗浄工場
空きボトル
飲料ボトル
3班
市 民
飲料ボトル
空きボトル
小 売
洗浄工場
容器メーカー
空きボトル
ボトル（洗浄済み）
空きボトル
飲料メーカー
飲料ボトル