5. 特集1　全国高等学校
第8回 ビジネスアイディア甲子園2009

①ビジネスアイディア甲子園5年連続入賞校
福島県立福島商業高等学校の取組インタビュー

大阪商業大学では社会の変化に対応できる自立した人材の育成を目的に2002年から毎年高校生を対象にビジネスのアイディアを競う『ビジネスアイディア甲子園』を開催している。2009年度は過去最多の138校から計5,832件もの応募があった。

□福島県立福島商業高等学校の紹介

明治30年創立の113年目を迎えた歴史ある商業の伝統校。
【学科構成】情報処理科、国際経済科、経営情報科、マネージメント会計科の４学科
【実績】プログラミングコンテスト、パソコン甲子園などの全国大会出場常連校。日商販売士検定２級の合格者数は１１年連続日本一
【部活動】弓道、フェンシング、馬術などが全国大会に毎年出場。
野球部は甲子園出場回数11回を数える。

福島県立福島商業高等学校ビジネスアイディア甲子園入賞実績

05年	審査員特別賞	玉ようかんで 二本松の ちょうちん祭り	佐野南津子さん（当時3年） グループ名： 二本松町おこしチーム
06年	審査員特別賞 (２点)	プッチンタオル けんか神輿おこし	鎌倉未奈さん（当時3年） グループ名：タオル班 高木富美子さん（当時3年） グループ名： 飯坂盛り上げ上げ隊
07、08、09年		学校賞	

今回は5年連続入賞を果たした福島県立福島商業高等学校 鈴木政直先生（以下鈴木）に高校での取組についてお話をうかがいました。インタビュアーは大阪商業大学経済学部 経済学科 専任講師でビジネスアイディア甲子園担当委員の柴田孝（以下柴田）です。

柴田：学校賞の受賞おめでとうございます。
鈴木：ありがとうございます。
柴田：2005年（第4回）のビジネスアイディア甲子園以来，毎年多くの作品を応募いただいておりますが、この大会への応募のきっかけはどのようなものだったのでしょうか。
鈴木：商業教育というのは、農業や工業と違って成果を形にすることがなかなか難しいところがあるものですから、商業でも生徒の夢が形になるような取り組みが出来ないものかと常日頃から考えていました。ものづくりと商業とを繋げていって、生徒が考えたアイディアが商品として形になればもっと生徒の達成感につながるのではないかと考えていました。そのときに、インターネットを検索していたら、大阪商業大学のビジネスアイディア甲子園が見つかり、ちょうど2005年から全国規模での募集になったことを知りました。入賞者は表彰式に招待されるということでしたから、入賞したら大阪に行くことができます。教員としてはなんとか生徒にいい思い出をつくらせてあげたいという思いがあるものですから、偶然でもいいから入賞できればと思いました。

その年は47点を応募したところ、審査員特別賞を受賞することができ、生徒4名と大阪に来ていい思い出をつくることができました。
柴田：最初の年の47件から、徐々に応募アイディア数を増やしていただいております。貴校での取り組みについてお聞かせください。
鈴木：授業の中で「マーケティング」、「商品と流通」、「ビジネス基礎」を選択している生徒達に、応募要項を提示して、全員考えましょうといいます。授業でやれる場合は1か月くらい時間をとります。「ビジネス基礎」あたりは教科書、商業の土台となる授業なのでこればっかりできないので、夏休みの宿題にします。

真っ白い紙の上に自分で考えて作り上げていくものだから、その前に問いかけをして考えておかないと出てこないよと話をして、まずは1回提出させます。その後にもっといいものはないか、これだけでは提出させないよと生徒の方を追い詰めて行くと、えっ！この子が？というものを提出してきます。

この子にはこんないいところがあったのだと生徒の良さが発見できます。自信が全然無かった生徒も絵を描くのが上手いことによってチームから評価されたこともありました。絵が上手い、アイディアが出る、説明が上手い、いろんな所でネーミングを付けるのが上手だとかいうことで、チームを組ませることで生徒の良さを引き出して、生徒が自然と成長する姿が発見できているのかなと思います。

柴田：アイディアを出すというのはなかなか難しいというお話がありましたが、宿題として課したときにどうしても提出できないという生徒さんもいらっしゃるのではないかと思いますが、その場合はどう対応されるのでしょうか。

鈴木：ビジネスアイディア甲子園にはチームで応募できるという良さがあるので、個人でアイディアを出せなかった子も親しい仲間とチームを組んで協力して取り組むようにさせます。まずは個人で考えさせて，その次にチームを作りメンバーのアイディアを元にチームのアイディアを考えさせます。個人ではアイディアを出せなかった子も、チームになると「何かに貢献できたか」と言うと「貢献しましたよ。今度は」となるのです。生徒の持っている柔軟な発想とかアイディアとか想像力には目をみはるものがあります。アイディアは全然考えつかなかったけど、キャッチコピーのこの部分は自分が考えたというように、何か関われるような態勢は取っています。

柴田：評価はどのようにされていますか。

鈴木：個人で考えたアイディア、そしてそれを元にチームで練り上げた作品について教員から評価します。また全作品についてパワーポイントでプレゼンテーションをさせています。生徒たちのプレゼンテーションを、生徒たちにも評価させます。それらを総合的に評価する形を取っています。ただし最初はまず純粋にアイディアを提出させるというところにウエイトを置いています。

柴田：福島商業高校の場合、入賞作品を実際に商品化へつなげられています。そのことによって地域の活性化、また地元のお店との関係を深めていっていると感じています。その取り組みについて具体的にお教えください

鈴木：一番初めの「玉ようかんで二本松のちょうちん祭り」が入賞した時に、「これ実際にできたらどうだ」という話をしたところ、「やっぱり嬉しい、自分の住んでいる二本松の活性化ができたら嬉しい」と。「自分達が卒業してからもこれが売られ続けるということは、大変誇りだし一生の宝物だ」と言うので、ではどうにかしようと考えました。

ただし，いきなりお店にお願いして，それがすぐ商品化とはなかなかならないと思うのです。先方は職人さんですし、高校生に何が出来る？高校生にできるくらいなら自分達でもうやっているぞとなると思います。そこで，大阪商業大学ビジネスアイディア甲子園で全国的に三番目の賞に入ったということを利用させて頂きました。

まず市長さんに受賞を報告しました。すると市長さんは「玉嶋屋の社長さんをよく知ってますよ」と。教育委員会の方も「自分からも言っておくよ」と。そうすると玉嶋屋さんとの交渉もスムーズに進みました。そういう形でどんどん取り組みが進んで実現につながりました。今でも大変好評で、継続して販売いただいています。

実際の商品化への過程では生徒のアイディアからの変更もありえます。たとえば「玉ようかんで二本松のちょうちん祭り」も、当初のアイディアどおりですと太鼓台の部分だけで1万円くらいしますので、台の部分は箱にイラストを印刷することによってコストダウンを実現しました。そういう点では出来上がった時に、もしかすると生徒の意見は10%しか入ってないこともあるんですけれど、学校と地域と共存共栄、こうやって商品開発することで学校も評価されるし、地域も評価されることにつながるのかなと思います。

他には、職人さんと生徒では互いに言いたいことをすべては言えないところがあります。どこで折り合いをつけるかというのが難しい部分ですが、教員が仲立ちをすることが大切かなと思います。またお金をかけないでお店にお願いすることの難しさがありますが、相手の気持ちを汲んで大切に進めていけば解決されていくと思います。

柴田：アイディア発案開始前からと、商品ができて販売されるという所までとをみて生徒さんの成長はどのようなものがあるのでしょうか。

鈴木：例えば地域の地図を作ったときのことをお話します。地元の福商通り商店街には地図がないので地図を作ることになりました。私はパソコンで作ったらどうかと言ったところ、生徒は完成度が高くないと使ってもらえないからプロにお願いしたいと。そうか、ではプロにお願いするけど、こういう地図でいいか？と問いかけをしたのです。そうすると、それでは芸がないから何かしましょうと。付加価値がある商品は消費されるという話を以前にしていたところ、付加価値をつける為に団扇に地図を印刷したものにすればこれから夏に向けていいんじゃないかと団扇の地図を発案してきました。このとき生徒の発想は凄いなって思いました。実際にこの団扇の地図はずっと長年皆さん使ってくださっています。

費用の面を考えることも重要なので、協賛をとろうということになりました。大人が協賛を募ってくるというのはあまり意味がないかなというと、じゃ自分達で行きますとなります。自分達で行くと、「先生も生徒もうちの店にも来ないのに協賛できるか」ということもたまにありますが、生徒はがんばって協賛をいただいてきました。最後にマスコミに発表した時のことですが、生徒達の感想として「大人の人としゃべる機会ができて良かった」と言っていたのが印象的でした。

生徒に期待し続けると、生徒たちの手でいいものができてきます。いいものを作らせてあげたいとの思いが強すぎると思わず教員の自己満足みたいなものになってしまって、いざ作品は出来て賞にも入ったけどほとんど先生がやったよねとなってしまう。そうではなくて、完成度が低いこともあるとは思うのですけれども、やはり生徒達が自分達でやったということが大切なのだろうと思います。そうして生徒が満足感、充実感や達成感を持つことにより、自信を持って卒業していく。そういう商品が世の中にあるということが卒業してからも誇りとなるわけです。卒業してからもお店から「この子来たよ」と聞きます。学校には顔をださないけれど、お世話になったそのお店には行くというように、高校内だけの教育だけで終わらない教育ができているのかなと思います。ですから、労を惜しまないで時間をかけ幅広い態勢でもって商品開発しなければいけないのだということを思っています。

柴田：自発的に取り組むという姿勢を身につけさせることが大学でも課題となっていますが、学生のやる気を引き出すために、どのような点に配慮されているのでしょうか。

鈴木：授業に限らないのですが、「面白い」と思うように持っていけると上手くいくのかなと思います。それには工夫や準備が必要ですが、パワーポイントでも「こんな風に自由にグルグル動いたりするのだよ」と見せただけで、「そんなこともできるんだ」と反応が返ってきます。「あと他に何ができるの？」と聞いてくれれば「自分達でやってみよう」と言います。すべて教えてしまうよりも、自分達で興味を持ったことに自分たちで工夫しながら取り組んでいくところも凄く大事かなと思うのです。

柴田：それぞれの個性を活かして、上手く引き出すわけですね。最後にビジネスアイディア甲子園に対してご提案がございましたらお聞かせください。

鈴木：応募件数を増やすという観点からの話ですが、タイトルからビジネスをとってアイディア甲子園にしてはいかがかと思います。家庭科とか工業高校とかの生徒だって、いいアイディアがあるのに、ビジネスとあるから出さ

ない生徒がいるのではと思います。そういう生徒からの応募を増やすためにはあえてビジネスを除いてみてもいいのかなと思うのです。

柴田：本日は誠にありがとうございました。



ビジネスアイディア甲子園表彰式にて
左が鈴木先生、右が本学学長



アイディアをもとに商品化された
「玉羊羹御折」