



「メタバース淀翔モール」とアントレプレナーシップ教育 実践販売の“二刀流”

大阪府立淀商業高等学校 教諭
秋月麻衣

1. はじめに

みなさんは、サーカスの象をご存知だろうか。サーカスの象は、幼い頃から鎖につながれて生活をしている。しかし、オトナになって鎖を引きちぎるだけの力があるにもかかわらず、なぜその力を発揮して逃げないのか…。それは、「自分には鎖を引きちぎることは無理だ」と思い込んでいるからだ。私たちも同様に、何らかの思い込みによって「それは無理だ」と勝手に諦めていることはないだろうか…。

思い込みを断ち切るキーワードはズバリ「MINDSET」である。

本校も10年前、統廃合の対象となりこれまでのMINDSETを断ち切る必要性に迫られ「アントレプレナーシップ教育」に活路を求めた。ビジネスの世界では、「変化し続けられたものだけが生き残ることができる」と言われている。たとえ定員が割れようとも、地域から必要とされる「地域との絆を重視したエンゲージメント」を強化することによって学校の存続意義をめざすことになったのだ。

かつての商業科の魅力は、さまざまな資格が取得できることや就職率100%、そして推薦で大学や専門学校に行けることだった。しかし、この50年で商業科を看板に掲げる学校数は半減…。私たちは、今こそ生き残りをかけ、“思い込みの鎖”を引きちぎる必要に迫られているのではないだろうか。

人生100年時代と言われる現在、変化の激しい予測不可能なVUCA時代においては、「一つのスキルで生涯を過ごす」という「3ステージ制」か

ら、「学び、働く」を人生の中で何度も繰り返す「マルチステージ制」が目されている。そうなる社会が求める力も当然、変化する。これからは、社会の変化と多様性に対応する力を身につけられているかが求められており、学びに向かう姿勢や実践力が重視されていることが理解できる。

そこで、本校は学んだことを“実践”いや“実戦”するプラットフォームとして大阪初となる大規模デパート「淀翔モール」を2015年からスタートさせ、1年を通して起業家精神を育む「アントレプレナーチャレンジ（学校設定科目）」を設置することにした。通称「アントレ」の授業では、各クラスが3店舗にわかれ、社長・総務・経理・販売・仕入・企画課と業務分担を行う。週に1度は、クラスを越えた横断的な業務課ごとの授業を実施する。生徒は、株券を発行・購入して、その出資金を基に企業への仕入交渉から淀翔モールでの販売、そして、決算、株主総会までを協力して運営していく。9年が経過した現在では、約1,200人以上のお客様が来場し、地元の人気イベントへと成長した。

2. 「メタバース淀翔モール」の誕生

9年の歴史を積み重ねてきた「淀翔モール」も、時代と共に進化する必要に迫られた。新型コロナウイルス感染拡大に伴い、対面販売の中止を余儀なくされたのだ。活路を求めようと、他県の視察研修を行った際に強く感じたことは、今後は、これらの販売実習を一つの商業高校だけで実施するのではなく、全国の商業高校が連携しなければならないということだった。そこで、従来の対面販

売に加えて、以前から注目していたオンライン販売に挑戦することにした。私たちが目を付けたツールは、“メタバース”である。

三菱みらい育成財団の助成採択が追い風となって、メタバースプロジェクトがスタートした。生徒たち自身がメタバース空間の構築技術を学び、生徒たち自身で発展させていく持続可能な新たなプラットフォームにしたい。そうした私たちの理念に賛同する企業のサポートを得て、エンジニアによるオンライン講習が始まり、メタバース空間構築の技術・ノウハウを学ぶことができた。そして、2022年12月10日、全国初の「メタバース淀翔モール」が完成した。

3. 課題研究「メタバースデザイン」

2023年度から、3年生課題研究「メタバースデザイン」を新たに設け、生徒はチームを作りイベント空間を拡張することに没頭した。メタバース空間の操作方法や「Mozilla Hubs」を基礎から学び、空間構築には「Spoke」、店舗空間に置く家具などのパーツは「Blender」というソフトを使った。生徒たちは、はじめて触れるソフトに苦戦していたが、次第に慣れると夢中になって課題に取り組み始めた。チームで思い描く世界観を自分たちで作り上げ、トライ&エラーを繰り返し、試行錯誤する過程で、主体性や協調性が生まれていった。こうして、「メタバース淀翔モール2023」を開催した。

4. 「メタバース淀翔モール」の開催

生徒たちは、校内の情報処理室でイヤホンマイクを装着、アバターに変身し接客を行った。一方、お客様は、PCやスマートフォン、VRゴーグルを使って入室し、お買い物体験をしてもらった。

アバターで接客をした生徒たちは「はじめは年齢や性別などがわからなくて緊張したけど、質問をするうちに、どんな人かがわかってきて会話を楽しめた。」「新しい接客方法にワクワクした。」「対面より丁寧な言葉づかいが必要だと感じた。」と感想を述べた。そして、東京、沖縄、北海道、海

外からのアクセスも確認することができ、新たな可能性を感じた。いずれは、全国の商業高校をつなぎ、持続可能なプラットフォームとして発展させていきたい。



VRゴーグルでテストをする生徒たち

5. アントレプレナーシップ教育の効果

アントレプレナーシップとは、「起業家精神」と訳されることが多いため、起業家だけに求められる素質と思われることが多いが、ここで、おさえておきたいことは、アントレプレナーシップ教育は、起業家を育てるための教育ではないということだ。

では、「なぜ」アントレプレナーシップ教育が今の高校生に必要なのか。それは、「自分には無理だ」とMINDSETされた**思い込みの鎖を断ち切らせる絶好の教材**であるからだ。本校生徒の成長から感じた「アントレプレナーシップ教育」のABCD効果を説明したい。

Action

教員の狙いは生徒に「**全力で、失敗を経験させる**」であり、具体的に目ざす力は次の4つである。

- ① PERSPECTIVE…お客様は何を求めているのか、探究心や向上心を身につける。
- ② PARTNERSHIP…1つの目標に向かって切磋琢磨する強い協働力
- ③ PRESENTATION…自分の意思をわかりやすく人前で表現する。
- ④ CREATIVITY…ゼロからイチへ創造する力

とはいえ、一番のハードルとなったのは、教員のMINDだった。私たち教員自身が、生徒以上に失敗を嫌がる傾向があった。「敬語が話せない

生徒に企業交渉なんて恥ずかしい」「原価計算もできないのに販売価格を決めることなんてできるはずがない…」と教員自らが生徒の成長をストップさせていた。しかし、「敢えて失敗をして、そこから学ばせる」というコンセプトを何度も説明し、まずは教員の心理的なハードルを下げることで、教員が1から10まで説明しなくても、生徒たちで試行錯誤して挑戦するようになっていった。すると、生徒は、今の自分に足りないこと、何を学び、何を身につける必要があるのかを自分自身で理解することができたのだ。

アントレプレナーシップ教育に大事なことは、「制限をかけないこと」だ。やがて、生徒は失敗の中から商業の勉強がいかに大切か深く自覚するようになってくる。

生徒の感想文には、「バイトで慣れているから余裕と勝手に思っていたけど、全然そんなことはなかったです。企業に行ったり、自分たちで価格や販売方法を計画したりすることがどれだけ時間がかかり大変かがわかりました。」「淀翔モールで失敗をして良かったのかもしれませんが。失敗してお客様から注意をされたから、どうしたらいいのだろう？と考えてもっと頑張ることができたからです。面倒くさいと思わず真剣に取り組んで良かったです。」とあった。

「失敗してもめげない力」「やりきる力」は、自分が見つけた課題に対して自ら ACTION してはじめて意味を成すものだろう。後輩たちが先輩の失敗を見て、学び、年々良いものをつくりあげていくのを見ると、教員の指導よりも経験から学ぶ重要性に気づかされる。失敗の経験から、「真に何を学ぶ必要があるのか」を体感することが大事なのだ。

cut off the Bias

アントレプレナーシップ教育は、**偏差値バイアスを断ち切り、自己肯定感を高める有効な武器になる**。内閣府「我が国と諸外国の若者の意識に関する調査（平成30年度）」によると、諸外国に比べて日本の若者は、自己肯定感が顕著に低いという結果が出ている。

本校の生徒も、例外ではない。自分にはできないと決めつけ、叱られることを極度に嫌う傾向がある。中学生までの間に、「できること」「できないこと」を勝手に決めつけ、「どうせ自分なんて」という、いわゆる「偏差値バイアス」に大きく影響されているのだ。しかし、このアントレ教育では、偏差値だけがすべてではない、情熱と発想力、やる気が結果を生むのだ。そうして、自分の企画が大成功したときに、「自分にもできるんだ！」と新たな自分と出会うことができ、難しいことにも恐れずに挑戦する生徒が育っていった。

アントレ教育前後のアンケート調査では「難しいことでも失敗を恐れず挑戦している。」という質問に、大変そう思う、そう思うという肯定的回答が、25%から53.4%へ増加した。

昨年度、社長候補生（1年生）を石川県金沢商業高等学校の視察研修旅行に引率し、現地の高校生と交流会を実施したところ、「金商デパート」に目を輝かせた。目標となる理想の姿を思い描くことができたのだ。

さらに今年度は、早稲田大学で行われた「起業家思考ワークショップ」に参加し、全国の高校生や早稲田大学生と「エフェクチュエーションワーク」を行い、そこで多くの刺激を得て、学習意欲の向上が見られた。こうした経験が「大阪・関西万博 EXPO 教育プログラム」や「アントレプレナーズデイ」といった課外活動イベントへの積極的な参加申込へと繋がり、心のエンジンに火が付いている生徒を多数確認できた。

さらに、2月24日に開催された探究型成果発表「デザイン選手権（東北芸術工科大学主催）」では、見事、612チームの中から優勝（文部科学大臣賞）を勝ちとることができた。このように、様々なコンテストに挑戦し、結果を残すことができたのも、アントレ教育の成果の一つではないだろうか。アントレ教育が「偏差値バイアス」という鎖を断ち切るベンチの役割をしていると言えるだろう。

Critical thinking

AI, ChatGPT, フェイクニュース, SNS, 様々な情報が氾濫している現在, **何事も鵜呑みにせず**, “**そもそも…本当にそうなのか**” とクリティカルに考える必要性に迫られている。現実のビジネスの世界では, すべてが教科書通りにいくわけがない。アントレ教育は, 現実と机上の学問のGAPに気づかせる絶好の教科書といえるだろう。

クレーム対応, 電話応対や名刺交換の実践は, 教科書で覚えたマニュアル通りではないことを知る。マーケティングの教科書で学んだ陳列方法の一つ「**“ゴールデンゾーン”**」に並べてもぜんぜん売れへんやん?」と嘆く生徒は, それよりも, 柔軟にすぐにお客様に対応する“アジャイル”がいかに大事かを体感したのだ。

Dreaming

アントレ教育の4番目の魅力は, **夢を持つことができる**ところだ。18歳意識調査「第46回 国や社会に対する意識(6カ国調査)」(日本財団2022年3月24日)によると, 「将来の夢を持っている」という回答数の割合が59.6%と, 諸外国と比べかなり低いことがわかる。

高校に入学すると大半の生徒は, アルバイトを始める。その仕事の多くは, 指示待ちで働いているため, 時給を稼ぐことだけが目的となり, 働くことの面白さや, やりがいを感じることなく, 仕事に夢を持つことができていない。しかし, 自分で見つけてきた課題は違う。お客様に喜んでいただける商品を自らがバイヤーとなって見つけ, 仕入交渉することで, 一生懸命, 商品の説明をして, 販売する達成感を味わい, やりがいを感じることができたと生徒たちは言う。

6. おわりに

「窮すれば変ず, 変ずれば通ず, 通ずれば久し」。人は苦しいことがあるから変わり, できないことがあるから進化する。2023WBCで優勝に導いた栗山監督が大事にしていた言葉である。

私たち商業高校の教員も今, 新たなMINDSETをする必要があるだろう。今回, 私がこのアント

レプレナーシップ教育に取り組んで確信したことがある。それは, **生徒たちの可能性は無限大である**ということだ。教員が無理だと思い込み, その機会を奪うのではなく, チャレンジできる機会を与えて「**敢えて失敗させ, そこから学ばせる**」ことにこそ, 意義があるということだ。

私たちは, この取組をさらに加速させるために, 高校生が運営する株式会社, 「**AKINDO SPARKLE ENTERPRISE**」の定款を2024年2月2日に東大阪法務局へ提出し登記した。コンセプトは, “**異彩を放て～ SPARK YOUR COLORS～**”である。この株式会社は, 本校だけの株式会社ではなく, 大阪の高校生であれば誰もが社員となり, 参加できる仕組みを持った全国初の取組である。これからは, 工芸・工業・商業と多種連携したビジネス展開を行い, 新たなプロジェクトを共創していこうと考えている。学ぶ場所や教材は, 学校内にとどまってはいけない。新しい自分と出会い, 夢を見つけ輝くために, 勇気を出して一歩踏み出す必要がある。

鎖を引きちぎった象は, 今まで見たこともない景色を目にし, 新しい世界への旅に出る。全国の商業高校が集結し繋がるセカイは面白いに違いない。ぜひ, みなさんの学校も「**0から1**」へと新たな一歩を踏み出してみたいだろうか。



東大阪法務局へ定款を提出する生徒たち