

キャリア教育・起業家教育の視点に立った 体験的なビジネス教育の実践を目指して

北海道福島商業高等学校教諭 大久保 貴司

t-okubo@hokkaido-c.ed.jp

1. はじめに

商業教育は産業教育としての一端を担っており、その教育内容の多くは時代の変化や産業社会の要請の変容に適応しなければならない。現在、「商業教育」から「ビジネス教育」への転換を図る商業高校では、新しい力が求められている。

北海道浅井学園大学教授高橋一雄氏は「経済社会の変化に柔軟に対応できる能力の育成を重視した商業教育の展開」を説き、「商業教育は常に社会の最先端にある」ことを意識するように訴えた。

その具体的な方法の一つは「地域との連携」であるとし、七つに分類した。

- ① インターンシップ（職場見学・職場実習など）
- ② 地域の活性化（空き店舗活用・イベントへの参加など）
- ③ 商品開発・販売（地域の特産品を活用した商品開発など）
- ④ 実習販売会（スーパーマーケット・学校での販売会など）
- ⑤ 専門性の活用（商店街のチラシ作成など）
- ⑥ 高大連携（出前授業・単位互換など）
- ⑦ 中高連携（オープンスクール・部活動の連携など）

これらの教育内容は、生徒が自分たちの将来を主体的に考え、自らの力で自らの人生をよりよいものにしていくという態度を養い、「生きる力」を育成するものであり、学校教育全体を通して取り組む必要がある。

ビジネス教育は教科「商業」以外の学校教育の中でも推進していくことが可能である。今回は、私がビジネス教育の一環として取り組んだ「部活動」における「起業家教育」の実践と、「学校行事」における「キャリア教育」の実践について紹介させていただきたい。

2. 体験的な起業家教育の実践を目指して

現在、日本経済は産業革命に匹敵する大きな変化の中にあり、絶対的な信頼を保っていた大企業ですら、大きなリスクがあることを目のあたりにしてき

た。このような大きな変化のある時代は、同時に大きなチャンスがある。急激な時代の変化にも柔軟に対応できる人材の育成を図るために、起業家教育の重要性が認識されるようになってきた。

本来、起業家教育とは、失敗を恐れずに挑戦する精神、柔軟に発想する力といった企業家精神を養い育てる教育である。

起業家教育の実践によって、これからのビジネス教育の活路を見出していこうとする学校が様々な取り組みを行っている。

現在の商業教育のなかでは、ビジネスを実体験する機会が少ない。インターンシップ制度の導入などで勤労を体験する機会は増えてきたが、断片的な体験であり、ビジネスをトータルな視点で多面的に捉える力の育成が急務であると考ええる。

私は、起業家教育を机上の理論や知識の注入だけに留まらず、実社会で体験するであろうビジネス活動に限りなく近づけた実践を行いたいと考えている。特にビジネス教育における起業家教育には、体験的な学習が不可欠であると考ええる。

(1) 高校生のビジネスアイデアコンテストへの参加

私はこれからのビジネス教育に必要となる「アントレプレナーシップ（起業家精神）」を涵養しようと昨年から取り組んできた。その起業家教育の一環として、平成 15 年 10 月 17 日に実施された第 13 回全国産業教育フェアにおける「高校生のビジネスアイデアコンテスト（主催 財団法人社会生産性本部、北海道経済産業局など）」に参加した。応募総数 973 件の中で、本校の 2 年生（現在 3 年生）を中心として企画した「福島町の高校生派遣サービス」は最優秀賞を受賞した。これは、高校生による人材派遣会社の起業についての企画であり、非常に実現性が高いと評価された。

そこで、商業クラブを正式に同好会組織として発足させ、企画を発案した生徒を部長に据えて「市場調査・企画・広告・販売・営業・事務・決済」など



全国産業教育フェアでの発表の様子

ビジネスをトータルに実体験させ、正しい職業観や勤労観のより一層の育成を目指していくため、また、将来の選択肢の一つとして、ベンチャービジネス、起業についての興味・関心を育成していくために、「福島ローカルサービス」という会社を生徒自らの手で起こし、運営することにした。

ビジネス活動を体験的に学ぶためには、一時的にも利益を出す必要がある。利益を出さないビジネス活動は、ボランティア活動になってしまう。

しかし、これらの活動はあくまでも起業家精神育成教育の一環であり、利益追求を目指そうとは考えていない。

この経営活動を実施していくためには、地域に根ざした活動をおこない、最終的には地域に還元のできる活動としていかなければならないと考えている。

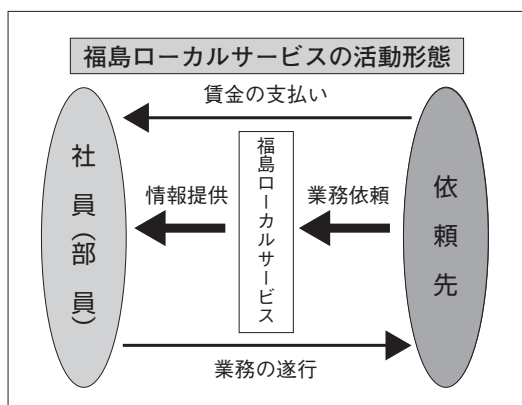
(2) 新しいサービス産業と「福島ローカルサービス」

「福島ローカルサービス」は当初、人材派遣会社としての起業を目指したが、北海道労働局の指導を受け、人材派遣業ではなく、自ら仕事を見つけ出し、それを他の人に紹介するのではなく、すべて自分たちで行う「何でも屋」を起業することに方向転換を図った。

「福島ローカルサービス」は新しいサービス産業の一分野である「何でも屋」に着目し、高校生が町の方々のニッチなニーズに応え、昆布干し、チラシ配り、雪かき、ペンキ塗り、草刈りなどあらゆる業務をおこなう「高校生の雑用係」のビジネスである。

また、町の方々にとっても有益で、本校生徒にとってもいろいろな業務を体験できるチャンスになると考えている。

表1 「福島ローカルサービスの活動形態」



起業にあたっては、函館商工会議所からアドバイスをいただいた。また、DREAM GATE（主催：財団法人ベンチャーエンタープライズセンター）からの情報を参考にさせていただいた。特にDREAM GATE がきっかけで中小企業診断士の方に面談指導していただいたことで、起業にあたっての多くの問題点が解決した。

現在、全国の商業高校から店舗経営への取り組みが紹介されている。これには、仕入や販売にかかる費用などの初期投資が必要となる。ある商業高校では地方自治体の指定を受け、事業費補助により事業をスタートさせている。当然、これらの活動を通して学ぶことも多いと思うが、なかなか初期投資資金を得ることは困難であり、現状ではどの学校でもできることは言い難いであろう。

今回のビジネスアイデアで、他校の実践例と比較して特に優れていると考える部分は、「初期投資が少なく抑えられる」ということである。「福島ローカルサービス」は実質的に初期投資がほとんどない状態から、事業をスタートさせている。つまり、「福島ローカルサービス」のシステムは、仕入れがないので、どの学校でも実践できるビジネスアイデアではないかと考える。本校のような小規模校でも、コストをかけずに起業家教育をおこなう一つの実践例となることができればよいと考えている。

また、サービス経済化が進行する中で、商業高校でもサービス産業に就職していく卒業生が少なくない。なかでも新しいサービス産業といわれる福祉、情報サービスなどを将来の目標におく生徒も多い。しかし、現在の商業教育がこれらの新しいサービス産業を目指す人材の育成に対応できているかどうか

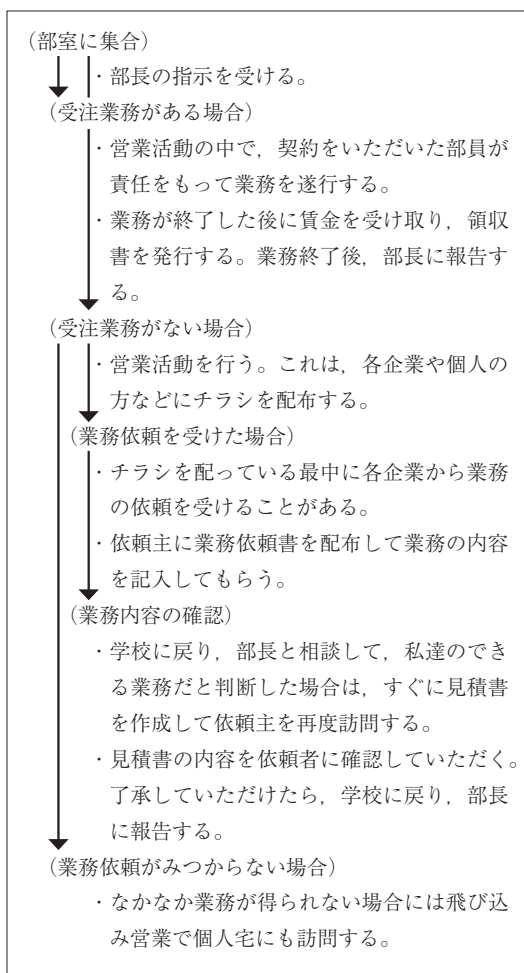
は疑問である。

全国の商業高校で商品売買業による「起業家教育」を実現してきた例はあるが、今回の試みは新しい分野のサービス産業での「起業家教育」の実践例となるだろう。

昨年の「高校生のビジネスアイデアコンテスト」において審査委員長を務めた株式会社田岡総合研究所代表取締役の田岡将好氏に「ぜひこのビジネスアイデアを実現させて、全国にビジネススタイルを広げてほしい」と賞された。先例のない新しい試みなので、この北海道から発信していきたいと考える。

(3)「福島ローカルサービス」の業務

人に頼むほどの仕事ではないが自分でやるには手間がかかるような仕事を高校生がお手伝いするというコンセプトのもとで「福島ローカルサービス」がスタートした。日常の業務は下記の通りである。



起業してから約5か月が経とうとしているが、現在までで20件以上の業務の依頼をいただいている。受注した業務依頼は下記の通りである。

- ・ 草取り・草むしり
- ・ ペンキ塗り
- ・ 葬儀の会場設営・撤去
- ・ 窓ふき
- ・ ペットの散歩
- ・ 墓の清掃 など

これらの活動を通して、目に見える変化がある。一つは「異世代とのコミュニケーション能力の向上」である。生徒たちは、私の想像していた以上に異なる年齢の人たちと接する機会が少なく、特に年上の方々とのコミュニケーションを避ける傾向があった。それが、営業活動の中でいろいろな事業所・店舗や個人宅を回るなかで、幅広い年齢層の方々と話す機会を持つことにより、徐々に慣れてきたようである。また、町の方々も高校生のビジネス活動を温かい目で見守ってくださり、日頃、高校生に対して抱いていた印象が少しずつ変化してきたように思われる。



草取りの様子

業務依頼書の発行

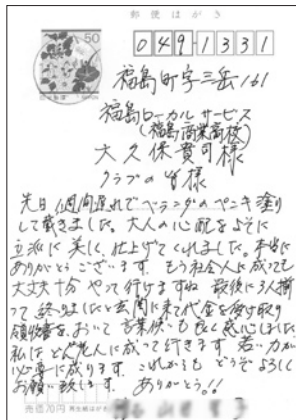
もう一つは「ビジネス文書作成能力の向上」である。科目「総合実践」でも見積書や領収書の作成を学習する機会があるが、このビジネス活動を通して、自分たちで様式を考え、コンピュータで管理し、見積書や領収書をお客様に自らの手で発行する体験は、まさに貴重なものといえるだろう。最初のうちは、初歩的な間違いが多く、何度も訂正してから発行していたが最近では記入する項目の意味を理解するようになり、間違いもなくなってきた。

(4) ビジネス活動を通じて得るもの

これらの活動を通じて多くのものを得てきたが、最も印象的だったのは、ペンキ塗りの依頼主から学

校に感謝の手紙が届いたことであった。その手紙には、立派にやってくれたなどのねぎらいの言葉があった。

生徒が業務を通じて得た顧客からの「信頼」は、他で得られないものである。ビジネス活動を通じて顧客との人間関係の大切さを学ぶことができたならば、素晴らしいことではなかろうか。



3. キャリア教育を目指した見学旅行

平成 16 年 1 月 28 日に文部科学省に設置された「キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議」から、「キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議報告書～児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てるために～」が発表された。

この報告をふまえて、北海道の根室管内進路指導研究会は「キャリア教育とは、現在および将来の生活の中で経験する立場や役割を遂行するために、必要な意欲・態度や能力を育て、働くことの価値を認識しながら、それぞれにふさわしい活動に発達していけるように、支援していく教育である。また、ねらいは、しっかりとした勤労観の上に、望ましい職業観を構築していくことである」とわかりやすい表現を使って、仮定している。

近年、私が特に強く感じていたことは「生徒の勤労観の早期育成」の必要性であった。わが町では、限られた種類の職業しか目にすることができず、生徒が希望するような職業を見る機会というのは非常に少なかった。

学年を運営するにあたり、積極的に進路意識の育成につながる行事を取り入れてきた。その集大成が見学旅行であった。本校における見学旅行は、昨年、一昨年と広島方面への平和学習を中心とした旅行日程を組んでいた。平成 15 年度入学生の見学旅行の計画を立てるにあたって、担任団で強く意識したことは、「進路」と「体験」であった。今回の見学旅行の内容の中で、生徒のキャリアの育成を図る目的で実施した内容は次の通りである。

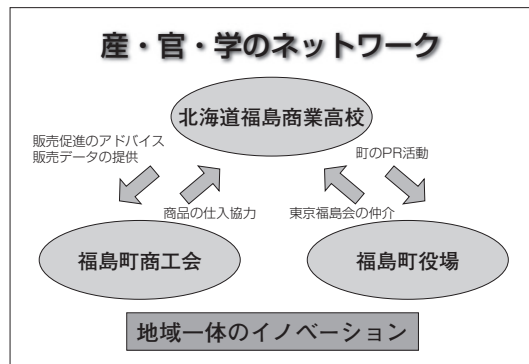
- ・「私のしごと館」（京都府）見学
- ・大阪企業訪問
- ・東京証券取引所見学
- ・見学旅行販売実習会（早稲田商店会）

もちろん、金閣寺や東京ディズニーランド見学などの団体見学も日程の中に取り込んであるが、今回の取り組みの中で特筆すべきものは「早稲田商店会における販売実習会」である。全国でも多くの学校で「販売実習」の取り組みを行っている。北海道を離れて大消費地「東京」で地元の特産物を扱うことにより、「自分の町の特産物がほかの地域ではどのような評価を受けているか」を知る絶好の機会であると考えた。

(1) 仕入

今回は地元の特産物を販売するために、福島町商工会の全面的な協力を得て、スルメ・昆布などの水産加工品を安価で仕入れることができた（表 2）。販売品目については、アンケート調査と生徒の意見をまとめ、生徒達自身で決定した。

表 2 「産・官・学のネットワーク」



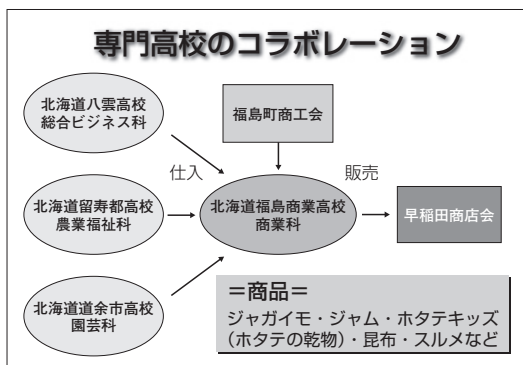
また、他校からの販売依頼があり、北海道留寿都高校（農業福祉科）から農場でとれた「ジャガイモ」、北海道余市高校（園芸科）から「プルーンジャム」、北海道八雲高校（総合ビジネス科）から自主制作商品「ホタテキッズ（ホタテの乾物）」を仕入れ（表 3）、合計 12 品目 358 個の商品を取り扱うことにした。

(2) 準備

①接客マナー講習会の開催

本校では、販売実習会を実施したことがなかったので、生徒は接客の方法を学ぶ機会がなかった。そ

表3 「専門高校のコラボレーション」



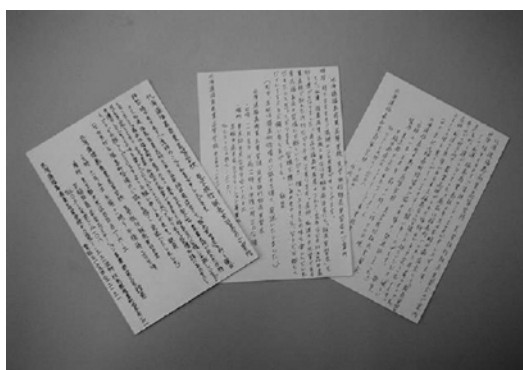
こで、北海道教育委員会渡島教育局の協力を受け、進路指導員の派遣をいただき、「接客マナー講習会」を実施した。ここでは、言葉遣いや挨拶などのビジネスにおける礼儀作法や接客のロールプレイングの指導をしていただき、販売実習会の事前指導を行った。

②ポスター・チラシの制作

ポスター・チラシの制作にあたっては、科目「文書デザイン」のなかで画像処理ソフトを利用して作成した。ポスターについてはカラー印刷をして、事前に送付して、現地に掲示していただき、周辺住民に販売実習会を告知した。

③ダイレクトメールの送付

福島町役場のご協力を得て、在京福島町出身者の団体「東京福島会」の名簿をお借りすることができ、約 100 通のダイレクトメールを送付した。この DM は、2 学年全員で心を込めて直筆で作成した。結果的にこの DM が多くの集客を生み、売上へとつながった。



手書きのダイレクトメール

(3) 販売

幸いにも 11 月 5 日（金）は快晴であり、近くの早稲田大学では大学祭の準備で、大いに盛り上がっていた。

販売には 2 学年 42 名が 4 班に分かれ、ローテーションで実習を行った。主に女子が接客と会計を行い、男子がアンケート記入とチラシ配布、呼び込みを行った。

販売開始の 11 時ごろには来客もあり、「売れなかったらどうしよう」という不安は少しずつ消えていった。生徒たちは時間が経つごとに大きな声で接客できるようになっていき、販売実習は多くのお客様の賑わいで盛り上がった。購入客には「福島町の観光パンフレット」「福島町商工会の FAX 注文票」「商品の説明・食べ方」の 3 点セットを買い物袋に入れて渡し、福島町の PR も怠らなかった。

また、本校 2 期生という卒業生の方（本校は開校 53 年目）が片道 1 時間以上かけて、事前に送った DM を手に懐かしそうな表情をして商品を購入してくださったことが印象的であった。



生徒が作ったポスター（左）と値札（右）



当日の販売の様子

最後になると、生徒たちも完売を目指して、チラシ配りや販売でも堂々と大きな声をだし、力を合わせて取り組んだ。13時30分の販売終了時には少し売れ残りもあったが、近くのスーパーから引き取りたいとの申し出があり、すべて完売した。

約2時間半で20万円以上を売り上げ、全員が成就感を味わうことができた。生徒たちの感想をみても「福島町の特産品が予想以上に売れていったよかった」「販売は自分が思っていたよりも大変楽しいものだった」などというものが多かった。また、「チラシを配っても受け取ってもらえないと落ち込んだ。都会は冷たいと感じた」「高価なスルメがどんどん売れていくのを見て驚いた」など、販売の難しさや地元特産品の評価を肌で感じた生徒もいた。

(4) 地元での評価

見学旅行販売実習会は完売ということもあり、町の方々と保護者の評価も概ね好評のようであった。地元マスコミでも大きく取り上げられ、折しも町の合併協議が破談になったあとの明るい話題として提供された。

また、一番驚いたことは北海道八雲高校の自主制作商品「ホタテキッズ」に大きな反響があり、追加の電話注文が20袋もあったそうである。

福島町商工会の出羽正機事務局長は「今回は町内の水産会社も安価で商品を提供し、快く応援してくれた。地元企業、行政、学校の三者が協力してここまでできたことがとてもうれしい」と喜んでくれた。今回の取り組みは、「産・官・学のネットワーク」

がうまく結びついて、全面的な協力を得ることができた。

さらに、出羽事務局長は「これを機会に、生徒たちに商品のパッケージや値段の設定などの意見を求めたい」と語っている。特に「若者の視点から見たアイデアや新しい発想」を積極的に求めているそうである。今後は、本校生徒が商工会に対して「高校生の経営アドバイザー」のような存在になることができればと考えている。また、既存商品のパッケージに対するアドバイスや自主開発製品への道も開かれてきた。

4. おわりに

元東京大学長の有馬朗人氏は「専門高校を母体としたベンチャービジネス」を勧めている。今後はより体験的なビジネス教育を通じてキャリア教育や起業家教育が行われるための環境の整備が求められてくるだろう。そのためには、「若者自立・挑戦プラン」(キャリア教育総合計画)のように文部科学省だけでなく、他省との協力の下で総合的に推進していく必要があると考える。

本校は現在、全校生徒140名の商業科2間口の小規模校である。少子化・普通科指向が進み、近隣では商業科の閉科や間口減が進む中、本校も存続の危機に立たされている。

今後もこのような体験的なビジネス教育を推進して、学校が町のPRを積極的に行ったり、商店や事業所にアドバイスするなどして、地域のパートナーとして存在感を示し、今まで以上に地域との連携を図りながら、時代が求める人材の育成を目指していきたいと考えている。

〈引用・参考文献〉

- ・「商業科教育法」吉野弘一著(実教出版)
- ・「21世紀の商業(Business)教育」～じっきょう 商業教育資料 No. 64～吉野弘一著(実教出版)
- ・座談会「産業教育と人づくり」～月刊「産業と教育」平成16年11月号～有馬朗人他(実教出版)
- ・講演「ビジネス教育の現状と課題」より資料 高橋一雄著
- ・「キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議報告書」文部科学省
- ・第45回北海道進路指導研究会「幼・小・中・高の関連および地域との連携」資料 根室管内進路指導研究会

〈参考 web〉

- ・DREAM GATE(主催:財団法人ベンチャーエンタープライズセンター) <http://www.dreamgate.gr.jp>

福島商生徒が東京で販売実習体験

教育ひろば

道産品の評価肌で

スルメをほぼ完売
売り上げ20万円に

平成16年11月27日 北海道新聞より