



キッチンカー経営で、 商業のリアルな学びに挑戦

商業教育の良さを伸ばすために明日から何をすべきか

兵庫県立神戸商業高等学校教諭 小寺 幸恵

はじめに

本校は明治11年、慶應義塾大学の福澤諭吉先生のご尽力により設立され、令和9年度に創立150年を迎える日本で最も歴史のある商業高校である。古くから「県商」の愛称で親しまれており、地域経済はもとより、全国で活躍する人材を輩出してきた。

「明治生まれ」の県商だが、それぞれ学科の特色を生かした新しい学びに挑戦している。商業科は、令和6年度より「HYOGO グローバルリーダー育成プロジェクト」の採択校として、「【神戸発 未来カケル Project “ミラプロ”】 ～シビック・プライドを持つ人は地元の資源になる～」と題して、1年生より探究活動に力を入れている。情報科は、DXハイスクール採択校として、データサイエンスに関する高大連携授業を実施し、AIモデルの作成やドローンによる画像認識などを行っている。会計科は、日本商業教育振興会・高崎商科大学とHaul-Aプロジェクト・SAHで連携し、税理士試験や日商簿記1級合格者も出ており、卒業後は公認会計士や税理士など会計のプロとして活躍している。

本稿では、校内で取り組んだキッチンカー経営を通じて、生徒にどのような力が身についたのか、また、生徒や学校、中学生の意識にどのような変容が起きたのかを紹介する。

I. キッチンカー経営 当初の目的

当時、私は広報部長として学校広報の全般を担当していた。一番頭を悩ませていたのは、中学生向けオープンハイスクール、学校見学会の内容であった。商業の学び・魅力を教員からではなく、商業高校生の姿を通じて感じてほしい。そこで以前から興味があ

ったキッチンカーを取り入れることとした。あくまで、一番の目的は「受験者数の確保」であった。

II. 指導者研修会参加 目的が変わる

夏休みに実施された、全国商業高等学校協会主催の指導者研修会に参加した。3日間、ワークショップが用意されており、そこでのテーマは、「商業教育の『課題』と『魅力』を共有し、商業教育の良さを伸ばすために、明日から何をすべきか。」であった。その答えを探すべく、メンバーと現状分析を行い、課題を確認した。以下、対象別にまとめている。

- | |
|---|
| ①生徒… 自主性はあるが、主体性がない
自己肯定感が低い生徒の増加 |
| ②授業… 検定指導中心の古い授業スタイル |
| ③教員… 商業科教員に仕事が偏りがち
商業について理解が浅い普通科教員もいる |
| ④中学生… 商業の学び・魅力が伝わっていない
希望者数の減少（普通科志向） |

全てが本校に当てはまるものではないが、多くの商業高校が抱えている悩みである。受験者数の確保を一番の目的として始めようとしたキッチンカー経営であったが、工夫次第で上記の各課題を解決できるのではないかと考え、やり方に工夫を凝らすこととした。以下に行動計画を示す。

III. 行動計画

1. 参加者募集（9月上旬）
2. 選考会（グループ毎にプレゼン実施）
3. オリジナル商品の提案、目標売上高の設定、
売価の設定、販売促進グッズの制作
キッチンカー業者との試作会・勉強会 計3回
4. 中学生向け「学校見学会」(10/26)にて出店

- 5. 売上高の計上（簡易的な損益計算書の作成）
- 6. アンケートによる振り返り

Ⅳ. 実践内容

課題解決に向け特に工夫した点を対象別に挙げる。
（番号①～④は前ページの対象を表す）

For ①生徒

受け身の生徒が多いということであったので、授業の生徒に頼まず全校生徒に一斉募集をかけた。条件は「2名以上のグループを作り参加すること。」告知の方法はポスター（図1）を教室や廊下に貼り出すのみ。しかも、期間はわずか5日間。果たしてこれで生徒は動くのであろうかと不安であったが、予想に反し8グループ60名もの生徒が応募してきた。参加多数



図1 告知ポスター



写真1 プレゼンの様子

のため、急遽選考会を実施（写真1）。指示をしたわけでもないのに、各々プレゼン資料を作り、参加理由やコンセプト、具体的な商品まで提案があり、その積極性と行動力には正直驚かされた。

For ②授業

検定指導中心の古い授業スタイルがなくならず困っていると指導者研修会で多くの先生方が口にしていた。確かに、検定試験に合格することは実際大切なことである。生徒の進路保証、何より自信に繋がる。しかし、私たち教員がそれに頼りすぎではないだろうか。そこでキッチンカー経営では、学んだ知識の実践の場となるようにした。旧来の「売り子」とどまらないように、マーケティングや原価計算、商品開発等の内容を体験的に学べるようにした。

For ③教員

新しい取り組みをする場合、商業科の教員にばかり仕事が増える。もっと学校全体で動けたら良いの

にという意見が多かった。そこで、応募する際、必ずグループに責任教員をつけるようにした。条件は「県商の先生であること。商業科の先生でなくても良い。」誰に白羽の矢が立つのか、職員も少しドキドキしながら待っていた。その結果、3/4のグループが普通科教員（英語・理科・保健体育）となった。

For ④中学生

商業の学び・魅力が中学生に十分に伝わっていない。だから普通科志向になるのではないか。それなら、商業高校を訪れ、学びに触れてもらい、商業高校生を見てもらうのが一番だと考えた。そこで近隣の中学生一人ひとりの手に届くようにチラシ（図2）を作成し配布した。私自身もそうであるが、文字が多いとそれだけで読む気が失せる。そこで、チラシには多くの情報を入れず、目玉となる内容を一言で表すように工夫した。結果、学校見学会参加者数は前年度の1.5倍となった。



図2 中学生向けチラシ

Ⅴ. 成果と課題

①生徒

全体の活動を通じて主体的かつ協働的な学びの場となった。ビジネスに即した体験の中で直面する様々な課題に対して、試行錯誤しながら解決策を見つける活動こそが、商業高校の魅力である。また、事後のアンケート結果より、「協調性」や「主体性」など、非認知能力も育まれたと考える。（図3）

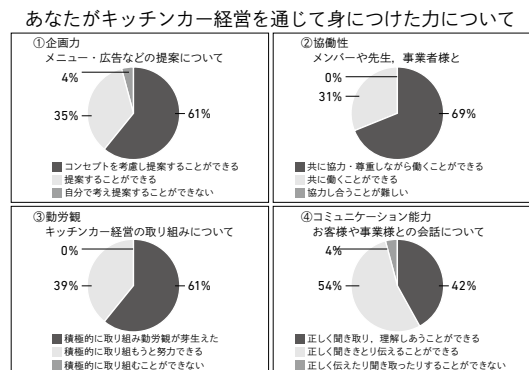


図3 事後アンケート（一部抜粋）

反省すべき点は、実施前にアンケートをとっていませんでした。これでは活動を通じて力が身についたか定かではない。この反省を生かし、翌年度からは外部に協力を仰ぐこととした。商業教育を通じて生徒たちがどのように変容するのか、測定や評価が難しい非認知能力を数値化している。なお、この数値は面談等で生徒や保護者とも共有している。

生徒の言葉（アンケートより抜粋）

- 自分の思い通りに進まなくても、相手の事情を知り協力することが大事だとわかりました。計画通りに進まなければリーダーである自分が引き受け、どんなことが起きても当日までに間に合わせるのがビジネスでは必要だとわかりました。
- 実際に自分たちで考えた商品を手に取ってもらって喜んでもらえる姿が見たいと思い、参加しました。仲間と頑張り、先生方に応援してもらいキッチンカー経営ができて、本当に良い経験になりました。あの場所に立ち、一生懸命売り込みをしたり、美味しそうに食べてもらっている姿を見たりして、働かってこんなに大変でそして満足感のあることだと知ることができました。

②授業

原価計算やマーケティングなど、リアルな数字やお客様に対する実践により、知識の深化が図れたと考える。今回はキッチンカー1台につき、最低売上金額30,000円が設定されていた。おかげで、メニューの考え方も変化があった。最初はただ、中学生のニーズばかりを考えていたが、作業工程を減らし、原価を意識したメニューが変わっていった。また、人件費の計算には、兵庫県のアルバイト情報より平均時給1,185円を参考にした。参加生徒は朝からやる気満々で出勤（登校）していたため、いざ人件費を電卓で叩いてみるとそれだけで赤字となることがわかった。実際の支出はないが、この計算により、実社会で企業が人件費の削減に取り組んでいることが理解できたようだ。また、校内で実施したことにより水道光熱費の計上が概算ばかりになることや、キッチンカーの維持管理費が計上できない等、もどかしさを感じていた。しかし、そのおかげで標準原価計算による予算編成の必要性に気づけたようである。（写真2）

“ばえる”写真の撮り方や、効果的なPOPの作成、

InstagramなどSNSを使った宣伝方法のレクチャーもあり、時代に即した学びとなった。（写真3）



写真2 原価計算



写真3 写真の撮り方

ビジネスの役割は、経済活動を通じて利益を生み出す仕組みを作ることである。教室で基礎基本を身につけ、利益が見える体験活動を重ねることで、実践の場で生かせる知識や技術の習得に繋がることを再認識した。

生徒の言葉（アンケートより抜粋）

- 今まで企画を考えたり、プレゼンしたりすることは何度もあったが、形にすることができたのは初めてなので、この経験を生かし、将来は起業したい。
- 1番印象に残っている言葉は「楽しんで営業する」という言葉です。利益や回転率、原価の事を考えることも大切だけど、お客さんの前では楽しく笑顔で接客することが1番大切だと教わりました。
- 消費者の立場になったら安い価格設定の方が良いと思っていたけれど、利益を出すためには少し高めに設定すべき。高くても買ってくれる人はいる。いかに付加価値をつけるかがビジネスでは大切だと改めてわかった。

③教員

「実はこんなことしてみたかったの。」普通科高校しか経験のない先生の言葉である。とても嬉しく感じた。仕事の分散だけでなく、商業の魅力に触れてもらえたと考える。また、商業の学びが進路実現に繋がっていることも理解してもらえた。志望理由書や面接練習など、今までより深みのあるアドバイスができるはずだという感想があった。



④中学生

見学会参加者数増加（令和5年度166人→令和6年度258人）

1年生の入学後アンケートによると、「キッチンカー経営を知っている・実際に購入した」という生徒は商業科200名のうち58%にあたる。学校選びの決め手の一つになったと考える。

中学生・保護者（学校見学会アンケートより抜粋）

- 将来は、自分で起業したいと考えている私にとって、商業高校は向いていると思った。
- 私も自分で考えた商品を形にして、自分でお客様に売るといったような経験をしたいと思った。
- 商業高校の学びがわかった。電卓や算盤ばかり触っていると勘違いしていた。（保護者）

参考

- ・ 2月推薦入試（商業科）
令和6年度1.01倍→令和7年度1.38倍
- ・ 3月学力検査（商業科）
令和6年度1.11倍→令和7年度1.46倍

昨年度は、推薦・学力検査とも高倍率となった。ここ数年、定員を割る年もあったため、予想以上の高倍率に安堵というよりも、驚きがあった。学校見学会での取り組みだけでなく、今年度より制服がフルモデルチェンジされたこと、また、近隣の高校が統廃合されることで中学生の学校選びに変化があったことなども大きな要因と考えられる。

また、地元の神戸新聞にてキッチンカー経営について取り上げていただいた。中学生だけでなく地域の人々など幅広い世代に商業の学びが伝えられたのではないかと。

Ⅵ 明日から何をすべきか

キッチンカー経営を通じて、「商業教育の良さを伸ばすために、明日から何をすべきか。」の答えが少し見つけた気がする。次の2点である。

■ 生徒も先生たちも、わくわくドキドキするような“シカケ”作りが必要。

キッチンカー経営を実施するか考えていた時、生徒に意見を聞いてみた。すると次のような言葉が

返ってきた。「歴史や伝統があることはよくわかってる。先生、時代は令和やで。新しいことをやろうや。」返す言葉がなかった。その通りである。生徒たちは決して歴史や伝統を軽んじているのではなく、過去よりもこれからの150年をみるべきだといわれている気がした。令和の時代を生きる生徒、先生たちがわくわくドキドキするような“シカケ”作りが大切である。

■ やることを変える、そして、やり方を変える。

例年通り。これは教員にとってありがたい言葉である。しかし、アップデートは常に必要。内容を精査し、やり方を変えてみるだけでも効果は大きく変わる。今回の活動で、自分も学校のために何かしたいと考えている人がたくさんいることがわかった。商業高校だから商業科の教員が中心になるとは思いますが、商業科以外の先生方にも当事者意識を抱いてもらうようなチームを作ることが大切である。商業高校において、このような組織体制を整えるのは、やはり、商業科教員の役割であると考えられる。

最後に

令和7年度は1学年主任を担当させていただいている。「商業の知識は、世の中の全てに使われています。」といつも中学生の前で語ってきた。「先生、うちの中学校で説明してくれたよね。」と生徒に声を掛けられるたびに、気持ちが引き締まる。「県商を選んで良かった。」「商業高校を選んで良かった。」といってもらえるように、魅力的な学びを展開していかなければならない。指導者研修で出会った先生方と話す中で、「商業ってやっぱりおもしろいよね。」と何度も出てきた。本稿が、自分もわくわくドキドキするようなシカケ考えよう！と一歩踏み出すきっかけとなり、各校の学びがより魅力的になれば幸いである。