



「2026 ミライ起業 LABO」が繋ぐ 商業教育のヨコの輪 — 切磋琢磨が生み出す専門性の深化と起業家精神 —

東京都立芝商業高等学校 横澤 準士
東京都立大田桜台高等学校 石井 佑幸
東京都立葛飾商業高等学校 高橋 龍史、國澤 彪馬

1. はじめに

「ミライ起業 LABO」は「ミライ起業塾」を前身としたプロジェクトであり、令和8年度より名称を新たに全国へ展開したものである。まずは、我々が令和7年度まで東京都で実践してきた高大連携プロジェクト、「ミライ起業塾」の歩みから紐解いていきたい。

2. ミライ起業塾の経緯

前身となる「ミライ起業塾」は、東京都商業教育研究会が主催し、玉川大学農学部および観光学部の協力のもとに実施される高大連携型の実践的教育プログラムである。商業高校生が「農業ビジネス」をテーマに、種を選び、育て、販売し、振り返るという一連の流れを体験的に学ぶことで、起業家的マインドと商業実務能力を育成することを目的としている。本プロジェクトは、商業教育の学びを「実社会の仕組み」と接続することをねらいとし、商品開発・マーケティング・販売・会計・分析・プレゼンテーションなど、商業科における各分野の学習内容を総合的に実践するものである。

令和6年度までは「東京プランニングラボ」という、都立商業系高校の生徒が学校の枠を越えて交流し、企業の方々から実践的な学びを得られる貴重なビジネススクールであった。しかし、令和7年度よりその取り組みが終了となり、生徒同士が刺激を受け合いながら学ぶ機会や、企業と連携した実践的な学習の場が失われることとなった。「東京プランニングラボ」は商業高校で学ぶ生徒にとって、他校の生徒との協働や企業人との交流

によって視野を広げ、自らの将来を考える大きなきっかけとなるため、その意義は非常に大きいものであった。

そこで、代替する新たな学びの場を創出したいと考え、関係各所から玉川大学をご紹介いただくなど、多大なるご支援をいただいた結果、大学と連携した新たなビジネススクール「ミライ起業塾」を実施することができた。この取り組みでは、高校生が企業や大学と関わりながら、実社会に近い課題について考え、同じ商業を学ぶ仲間と協働して学ぶ機会を創出することを目指し、また、学校間のつながりを再構築し、生徒たちが互いに刺激を受けながら成長できる環境づくりにもつながっていきたいと考えていた。

3. ミライ起業塾の実践

(1) テーマ

テーマは「農業×商業によるビジネス創造～商品としての野菜をデザインする～」である。単なる栽培体験にとどまらず、商品としての付加価値を自ら考え、販売までのプロセスを計画・実践する点に特徴がある。生徒が自ら考えた“売れる野菜”を実際に育て、市場に向けて販売することで、経済活動の流れを体験的に理解する。

(2) 日程と学びの流れ

本講座は令和7年度に全4回で実施された。

①第1回（9月）：「種を選び、植える」

農産物を“商品”としてとらえる導入回。生徒は「売れる野菜とは何か」という視点から市場やニーズを分析し、育てたい野菜の品種を選定する。玉川大学農学部の教員・学生の指導のもとで種ま

きを行った。グループごとに「栽培管理表」を作成して生育計画を立て、商品設計・工程管理・マネジメントの基礎を学ぶ。

②第2回（10月）：「販売・広報計画を立てる」

成長途中の野菜を観察しながら、市場調査や原価計算、販売戦略を立案する。ターゲット設定、価格決定、販促手段（POP・SNS投稿文など）を検討し、実際に販売現場を意識した広報物の試作を行う。簿記的思考（原価と利益の関係）やマーケティングの考え方を具体的に学ぶ。

③第3回（11月）：「収穫祭で販売実践」

玉川大学の学園祭「コスモス祭」において、農学部模擬店と連携し実際に販売を行う。自ら育てた野菜を袋詰めし、値付け、店頭設営、接客、売上管理までをチームで分担して実施する。売上計算・在庫管理・日計表作成を通して、リアルな販売実務を体験する。大学生や一般客と直接関わることで、顧客対応力や柔軟な判断力を身につける。

④第4回（12月）：「振り返りと提案」

売上データを整理し、成果と課題を分析する。グループごとに「なぜ売れたか／なぜ売れ残ったか」を検討し、次年度に向けた改善提案を発表する。プレゼンテーションを通して、数値分析に基づいた提案力・論理的思考力を育成する。

4. 指導の狙い

このプログラムの指導の主眼は、「起業的思考力」、「実践的ビジネススキル」、「協働的学び」の3点である。また、以下の4点についても指導していくことを狙いとした。

（1）創業力

商品開発の視点：農産物を単なる食材ではなく「商品」として捉えることで、価値創造や差別化の発想を身につける。

（2）プロジェクトマネジメント

工程管理・役割分担・進行確認を通して、チームで目的を達成するための計画性と責任感を育てる。

（3）マーケティングと数値意識

原価と価格の関係、ターゲット、販促手法などを体験的に学び、商業科での学習内容を現実の経

済活動に結びつける。

（4）プレゼンテーション力の育成

データ分析をもとに改善提案を行うことで、論理的表現力と発信力を磨く。

5. 企画・立案に関する指導

（1）指導の概要

商品・販売企画の立案は、大学生のサポートを受けながら高校生自身が主体的に行う。教員は進管理・助言役としてサポートし、大学生はメンターとして各グループを支援する。段階的な指導により、最終的には自分たちの計画を発表資料としてまとめる力を育てる。

（2）活動の中身（ビジネスプラン・製品企画）

①市場調査

販売地域や顧客層を設定し、競合模擬店の調査を行う。原価計算：肥料代・容器代・人件費（想定）などを算出し、利益率を意識した価格設定を行う。

②販促・広報

ターゲット層に合わせたSNS発信文、チラシ等を制作し、販売現場で活用する。

③販売実践と検証

販売結果を記録・分析し、次回提案につなげる。

6. 発表に関する指導

第4回では、各グループがパワーポイント等を用いて発表を行った。発表内容は「販売戦略・売上結果・課題と改善提案・学びのまとめ」とし、質疑応答を含め15分間で構成する。評価の観点には、①計画と実践の整合性、②数値分析の的確さ、③発表の構成力と説得力、④チームワークと役割分担、⑤学びの深まりの5項目とする。

発表練習では、時間配分や資料作成、話し方の工夫など、実社会でも通用するプレゼンテーションスキルの育成を図った。

7. 成果と課題

（1）成果

参加生徒は、商品開発から販売・会計・分析に至るまでの一連のプロセスを実体験することで、商業

教育の知識を実務の中で活用する力を獲得できた。また、大学生や教授との協働を通じて主体性・協調性が高まり、発表を通して表現力・課題解決力が向上した。さらに、消費者と直接関わることで、社会の中での「顧客満足」や「価値創造」の意味を実感的に学ぶことができた。

(2) 課題

一方で、野菜の生育は天候に左右されるため、収穫量の変動や品質差が販売計画に影響を及ぼす可能性がある。リスクマネジメントを学ばせる機会として、代替案の検討を事前に組み込む必要がある。また、販売実践においては接客や金銭管理の経験が乏しい生徒も多く、模擬販売やロールプレイを通じた事前訓練等が望まれる。さらに、大学側との連携調整や安全管理等、運営面での体制強化も課題として残る。

8. 指導の工夫と生徒の変容

(1) 指導の工夫

指導面では、教員が一方的に教えるのではなく、大学教員や大学生をメンターとして活用しながら、生徒自身が考え、判断し、行動する機会を重視した。また、種まきから販売、振り返りまでを段階的に設計し、商業科目で学んだ知識を実践へと結び付けた。さらに、販売結果を数値で分析し発表する活動を取り入れることで、学びを経験だけで終わらせず、次の改善につなげる探究的な学習を実現した。

(2) 生徒の変容

「農業×商業」をテーマに、野菜の栽培から販売、振り返りまでを一貫して経験する中で大きく成長した。当初は野菜を単なる農産物として捉えていた生徒も、市場調査やターゲット分析、価格設定、販売促進を考える活動を通して、「商品として価値を生み出す」という視点を身に付けた。また、大学生や他校生との協働、実際の販売活動を体験することで、主体性や協調性、コミュニケーション能力が向上した。さらに、売上結果や顧客の反応を分析し、改善策を提案する活動を通して、課題発見・解決力や論理的思考力も育成された。

9. ミライ起業 LABO の成り立ち

東京での「ミライ起業塾」の実施後、我々はこのノウハウと熱量を、東京にとどめるのはもったいないと思うようになった。また全国の先進校への視察を通して、各都道府県には地域や学校を牽引しながら活躍されている先生方が多くいることを実感する一方で、各都道府県内では先輩・後輩・同僚といったつながりが形成されているものの、県を超えた横の連携は決して多くない現状も見えてきた。その結果、本来であれば共有できるはずの実践事例や教育情報、企業連携、地域課題解決のアイデアなど、多くの“学びの機会”や“挑戦のチャンス”を逃しているのではないかと感じた。特に商業高校の学びは、地域性や学校ごとの特色が強く表れる一方で、他地域の実践を知ることによって大きく発展する可能性を持っている。だからこそ、生徒だけでなく教員自身も、都道府県を超えたネットワークを持つことが重要であると考えた。

そこで、新たな学びと交流の場として「ミライ起業塾」を発展させた「ミライ起業 LABO」を立ち上げ、学校・地域・企業・大学をつなぐ全国規模の実践型プロジェクトを構想した。本取り組みの趣旨に賛同いただける先生方へ声掛けを行った結果、今年度は10都府県（愛知県立愛知商業高等学校、大阪府立大阪ビジネスフロンティア高等学校、大阪府立淀商業高等学校、鹿児島県立垂水高等学校、熊本県立菊池高等学校、佐賀県立唐津青翔高等学校、栃木県立高根沢高等学校、福岡県立福岡高等学校、三重県立宇治山田商業高等学校、三重県立松阪商業高等学校、山梨県立塩山高等学校、東京都立大田桜台高等学校、東京都立葛飾商業高等学校、東京都立芝商業高等学校、東京都立第三商業高等学校、東京都立第五商業高等学校、東京都立千早高等学校）79名の生徒に参加いただくこととなった。また、今回は生徒の参加はないものの、教員のみで参画いただく県もあり、全国的な広がりを持つプロジェクトとしてスタートすることができた。同じ志を持つ教員同士が地域を超えてつながり、生徒たちへ新たな学びを提供しようとする姿勢そのものが、本プロジェクトの大きな価値であると感じている。

10. ミライ起業 LABO の実践

令和8年度の活動では、玉川大学の協力のもと、実際に田植えなどの農作業を行い、収穫した野菜を活用した商品開発に取り組む予定である。単なる農業体験ではなく、「どのような作物を育てるか」「どのような商品に加工するか」「誰に届けたいか」といった視点を取り入れ、ビジネス的な観点から探究活動を進めていく。

収穫した野菜については、日本栄養大学短期大学部の協力を得ながら加工品へと展開する計画である。生徒たちはオンラインでミーティングを重ねながら、各グループで育てる作物や加工商品の方向性について議論を行う。グループ編成についても工夫を行い、同じ地域や同じ学校の生徒同士を同一グループにしないことで、多様な価値観や地域性を学び合える環境をつくる。異なる地域で生活する生徒同士が交流することで、互いの文化や考え方に触れ、新たな発想や視点を得られることを期待している。

加工品づくりについては、日本栄養大学短期大学部監修のもと、東京都の生徒たちが中心となって調理や試作を担当する予定である。専門的な知見を学びながら、食品加工や衛生管理、商品設計などについても実践的に学ぶ機会となる。また、完成した加工品は各グループメンバーへ発送し、実際に商品としての価値や改善点について検討を行う。

最終的には、各グループが活動成果をまとめ、プレゼンテーションを実施する予定である。活動の中で得た学びや課題、地域を超えて協働した経験を発表することで、生徒たちの表現力や主体性を育成するとともに、全国の仲間とのつながりをより深めていきたいと考えている。

11. さいごに

本プロジェクトは、単なる探究活動ではなく、「人と人をつなぐ教育」の実践である。地域を超えた教員ネットワーク、生徒同士の協働、大学や企業との連携を通して、これからの社会に必要な「共創する力」を育む場として発展させていきたい。今後とも全国の仲間とともに、新たな可能性を切り拓く学びを創造していきたいと考えている。

本プロジェクトを立ち上げるにあたり、多くの方々から温かいご支援とご協力をいただいた。校内においては、日頃からともに教育活動に取り組んでいる同僚の先生方が、本取り組みの趣旨を理解し、様々な場面で支えてくださった。また、全国へ声掛けを行う中で、本プロジェクトの理念に賛同し、ともに挑戦してくださる先生方と出会うことができたことは、大きな励みとなっている。

特に、本取り組みを進める上で背中を押してくださった、東京都立千早高等学校の大林誠校長、東京都立大田桜台高等学校の小川孝校長には、心より感謝申し上げたい。先生方からいただいた助言や励ましがあったからこそ、本プロジェクトを具体的に形にし、スタートさせることができた。教育に対する熱意や、「生徒たちにより良い学びを提供したい」という思いに触れ、自分自身も大きな刺激を受けた。

現在、本プロジェクトに関わる教員同士でメーリングリストを作成し、情報共有を行っている。各地域での実践事例や企業連携、探究活動の進め方、地域課題への取り組みなど、多様な情報が共有されており、県を超えた教員ネットワークとして大きな価値を生み始めている。これまで地域ごとに閉じがちであった情報や実践を全国で共有することで、新たな学びや連携が生まれていることを実感している。

今後は、このつながりの輪をさらに広げ、数年以内には47都道府県すべての教員とつながるネットワークへ発展させていきたいと考えている。全国の商業教育に携わる教員が地域を越えて協働し、生徒たちに新たな学びの機会を提供していくことで、日本の商業教育の発展に少しでも貢献できる活動へと成長させていきたい。生徒同士だけでなく、教員同士も学び合い、高め合える環境を築きながら、未来の商業教育をともに創っていきたいと考えている。