

「高校生による復興アントレプレナー」実施報告書

～高校生による本気の起業体験 in 東京～

報告者：一般社団法人おらが大槌夢広場
事務局長 神谷 未生

1. 事業目的

小売店を立ち上げるプロセスを通じ、高校生が「起業」体験をすること。

2. 事業主催・協力

主催：一般社団法人おらが大槌夢広場、NPO 法人放課後 NPO アフタースクール

協力：パークレイズ証券・株式会社

3. 活動内容

活動	実施日	活動場所	参加人数
第1回 WS	2014年2月1日	みんなの家かだつて（釜石市内）	21
第2回 WS	2014年3月3日	みんなの家かだつて（釜石市内）	22
第3回 WS	2014年3月15日	みんなの家かだつて（釜石市内）	23
販売・振り返り	2014年3月22日	赤坂アークヒルズ パークレイズ証券本社（六本木）	24

4. 参加者（計 24 名）

岩手県立釜石商工高等学校 1年生 9名、2年生 9名

岩手県立大槌高等学校 1年生 2名、2年生 3名

鹿島学園高等学校通信制 2年生 1名

5. 実践事例

a. 第1回ワークショップ：『会社設立と店舗計画について』

ワークショップ初回のため、まずは生徒・スタッフ全員の自己紹介を行い、アイスブレイクを行った。そして、この企画の主旨を説明し、以前に同様の企画を行った仙台の学生たちの体験を紹介。生徒たちが「起業」へ向けてどのようなワークを行っていく必要があるのかのイメージづくりを行った。

その後、4班に分かれ起業に必要な法的知識や「収入」「支出」「利益」など経理についての知識を座学で学習。時折、問題も交えながらのレクチャーに、「あ、それ授業でやった！」などの声も聞こえ、学校で得た知識が実践で活かされることを理解し始めているようだった。

最後に、各班ごとに店舗のテーマを決め、そのテーマに沿った商品探しや、「元手金4万円」に対する目標売上などについて話し合い、次回WSにむけて各々が商品リサーチをすることになった。



d. 販売

販売当日は、朝 8 時 30 分から売り場の設営を開始。商品をお客様に見やすく陳列するのにどの班もかなり手こずっていたようだが、各班内で良いコミュニケーションが取れるようになっており、逆にこの時間が、各班の団結力を高めるのに役立ったようだ。10 時からの販売開始と同時に、お客さんが来始めた。はじめは、「いらっしゃいませ」の声かけが精一杯だった高校生達も、次第にお客さんとの会話を楽しみ始め、商品の説明やその商品を扱うにいたった経緯、又は復興に関わる話などをするようになり、少しずつ接客術を会得していったようだった。午後になると、気温もあがりお客さんが更に増え、マルシェ終了 30 分前の午後 1 時半には、すべての班が商品を完売することが出来た。前回の WS を一緒に行ったパークレイズの方も遊びに来てくれており、和やかな雰囲気の中販売を行う事ができた。



e. 振り返り

振り返りは、協力企業のパークレイズ証券の本社のカフェと会議室をかりて行われた。まずは利益の計算を行い、各班が黒字収益で企画を終えた事に生徒たちも一安心していた。また、仕入や準備、販売において良かった点や改善点についても話し合った。生徒たちは、仕入数の判断ミスや商品の差別化をうまく説明できなかった事、そしてお客さんとコミュニケーションをとる事の難しさなどを反省点として多く挙げていた。又、4万円の元手と販売するまでの労力に対して意外と利益が少なかった印象ももった生徒もいるようだ。今回のように、ゼロからすべて自分達で企画し運営するような企画は、とても魅力的らしく、又今回の反省点を次に生かしたいと感じているようで、又このような機会に是非参加したいと言っていた。



6. 成果と課題

a. 成果

i. 収支報告

チーム	支出	収入	利益
Revival 岩手 (商工 2 年生 5 人、1 年生 1 人)	47500 円	39020 円	8480 円
よもぎ (大槌高校生・鹿島高校生)	42400 円	41618 円	782 円
どんぐり (商工 2 年生 1 人、1 年生 5 人)	49420 円	43258 円	6162 円
USSU (商工 2 年生 3 人、1 年生 3 人)	54990 円	40338 円	14652 円

ii. 成果

今回の企画を通し、一番の成果は生徒たちに自信がついたことだ。企画当初は、「岩手の物って東京の人は、買うの?」「私たちの言葉が通じる?」「商品の説明とかってどうやるの?」などの発言が目立った。しかし、WS を重ね、商品の仕入やパークレイズ証券の職員との交流経験を通して大人と接する機会が増えるとともに、「自分達でも出来る」という思いが強まっていったように思う。東京での販売でも、普段は「憧れ」であった東京で自分達の選んだ商品が認められ、褒められ、お客さんとの対話を通して購入してもらえた事により、「行動すれば、認められる」という自信がついたように思う。

又、商品探しから仕入までの行程を通じて、高校生達が地元の商品や魅力を知る機会となった。実際高校生達は、岩手にこれほど特産品があるとは思っておらず、「知っているつもり」でいた地元を意外にも知らなかったことを驚いていた。そして、自分達が普段あまり興味をしめさない商品でも、都会で売れ行きが良いという話を聞いたり、東京での販売でその話を実感することにより、釜石産の素材や商品の良さを知るきっかけとなり、それが岩手や釜石に対する誇りとなったようだ。

b. 課題

今回は、3 校の高校生が合同して行う企画だったうえ、それぞれ所属する部活等が違い、日程調整が大変だった。特に、釜石商工高校と大槌高校はテスト期間がずれるため、ワークショップを開催出来ない時期が 3 週間以上あった。それにより、どうしても短時間で商品を決めたり仕入をする事となってしまい、生産者さんとの時間が充分に取れなかった事が課題である。また、今回の企画では、「人件費」「広告費」を考える機会を持たなかった。そこまでを含めての企画ができれば、さらに現実味を帯びた起業体験となったのではと思う。

7. まとめ

東日本大震災後、「起業」という言葉が頻繁に聞かれるようになった。しかし、震災以前にはそのような気運が無かったこともあり、実際に起業するという事がイメージできる生徒は少なかったように思う。しかし、今回の企画を通して、起業の面白さや大変さを知った学生は多かったようだ。卒業後、地域の再生に関わりたくと漠然とでも考えている生徒が多い中で、「与えられた選択肢から仕事を選ぶ」ことから、「自分で選択肢をつくりあげる」という意識が少しでも芽生えることの手助けが出来たのなら今回の企画の意義はあったと思う。又、今回の企画を通して生徒たちが手にした「自信」は、今後生徒たちが人生を切り開いていく上で、大切な糧になると感じている。