

特別活動におけるキャリア教育に関する教育方法の実践的開発

—— 職業実践型起業家教育との関連による生徒指導法に関する一考察 ——

加澤 恒雄*・井上 仁志**

(平成22年8月19日受付)

Practical Application of Teaching Methods for Career Development in Extra-Curricular Activities for Entrepreneurial-Minded Programs

Tsuneo KAZAWA, Hitoshi INOUE

(Received Aug. 19, 2010)

Abstract

The purpose of this study is to develop teaching methods for entrepreneurial-minded programs through traineeship and onsite trainings initiatives for business for senior high school students. The methods are intended to foster career awareness and vocational expertise not only in technical skills but also in the practical applications. Historically, senior high schools have offered business courses and internship programs, and put more emphasis on academics for students. Rather, this study focuses on shifting from the nebulous academic study of business to offering an unprecedented initiative for the real world of marketing and business administrations.

Key Words: extra-curricular activities, career education, development of teaching method, entrepreneur education

1 はじめに

2010年3月12日、厚生労働省が1月末現在の高校生就職内定状況を発表した。求職者16万1333人に対して、内定者は13万912人とどまり、内定率は全国平均81.1%で、前年同期と比較して、6.4ポイント減少した。この10年間で5番目の低さであるが、前年度からの下げ幅は過去最大であった。また、同3月、報道各社は、主要100社を対象に2011年春の新卒採用計画(大学、大学院、短大、高専、専門学校、高校)についてアンケート調査を実施した。2010年春よりも採用数を「減らす」とした企業が前年調査の41社から17社に減少したものの、「増やす」は14社(前年7社)にとどまり、「前年並み」が44社と半数近く

を占めた。また、採用数を「未定」とする企業は、前年の16社から25社に増え、景気状況を慎重に見極める企業が増えていることがわかる。2008年9月に米国の名門投資銀行であるリーマン・ブラザーズが破綻したいわゆるリーマン・ショックに端を発した就職氷河期の再来と言われる2010年春同様、企業の採用意欲は依然低く、厳しい就職戦線になると予想される。このような就職環境にある新規学卒者にとって、激しい競争と厳しい企業の採用選考を勝ち抜くだけの資質・スキルや、他者と比較して特徴的な学習や経験の履歴が要求される。

文部科学省による2009年度学校基本調査によると、高等学校卒業者の進路では、2004年度から調査を開始した「一時的な仕事に就いた者」は14千人で、前年より1千人

* 広島工業大学工学部機械システム工学科(教職科目担当)

** 兵庫県立神戸商業高等学校

増加し、卒業者に占める比率は1.3%で、前年より0.1ポイントの上昇であった。また、卒業者数のうち進学も就職もしていない者は、55千人で前年より1千人増加しており、卒業者に占める比率は5.2%で、前年より0.3ポイント上昇している。

このように、新規学卒者の進路状況をみると、雇用環境の変化、景気の影響が大きく関係しているのは明らかである。一方、高等学校や大学を卒業する時点で自分の職業を自分で決めるという、重要な進路選択がなされていないともいえる。生徒ならびに学生の主体的な進路選択能力育成のための援助的介入の試みとして、その最も注目されているのが就業体験実習・インターンシップの取り組み¹⁾である。

2009年8月4日、国立教育政策研究所生徒指導研究センターによる平成20年度職場体験・インターンシップ実施状況等調査結果によると、公立高等学校(全日制・定時制)における実施率は、69.1%である。なお、職業に関する学科(全日制・定時制)全体の実施率は、82.5%となっている。公立高等学校(全日制)学科別集計における実施率は、全体で71.7%であり、昨年度より3.6ポイント上昇している。農業科93.0%、工業科95.6%、商業科90.3%と、やはり専門学科の実施率が高いのは例年同様であるが、普通科においても、前年比4.2ポイント増加し、63.6%となっている。

このように、インターンシップを実施する高等学校は年々増加傾向がみられ、普通科教育においてもその重要性を認識されつつある²⁾。中学校卒・高校卒のみならず大学卒の若年者の早期の自発的離職や、フリーターの増加が著しい現在の状況下において、高校生あるいは大学生に勤労観・職業観を醸成する教育の一方策として、インターンシップに対する期待が急速に高まってきている現われでもある³⁾。ところで著者らは、日本キャリア教育学会(旧称は日本進路指導学会)の正会員として、生徒・学生の進路指導やキャリア教育の研究に関わり、これまで学会活動を共にしてきた。本稿では、高校におけるインターンシップないし就業体験実習に関する教育実践活動の成果をまとめ、かつ、今後の課題について考察する。

文部科学省の「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」(2004年1月)では、「キャリア教育」で重点的に学ぶ能力として、「人間関係形成能力」、「情報活用能力」、「将来設計能力」、「意思決定能力」の4つを挙げている。さらに、「人間関係形成能力」では「自他の理解」と「コミュニケーション能力」、「情報活用能力」では「職業理解能力」と「情報収集・探索能力」、「将来設計能力」では「役割把握・認識能力」と「計画実行能力」、「意思決定能力」では「選択能力」と「課題解決能力」を、8

つの身に付けるべき能力と位置付けて、段階別の達成課題を示している。今日の厳しい経済情勢や産業・経済および雇用の構造的変化等によって、学校教育と職業生活との接続は、量的にも質的にもきわめて困難な局面を迎えている。この8つの身に付けるべき能力を、いかなる方法で育成するのが大きな課題である。

2 研究の目的

定職に就かない者や、たとえ就職しても早期に離・転職する者(いわゆる7・5・3)が増加しているのは、厳しい景気状況だけではなく、若年層における職業観、勤労観の希薄化と考えられる。また、近年、仕事に対する職業人としての責任感、使命感の欠如も指摘されている。職業観、勤労観を育む教育を推進することは、今の学校教育でもっとも重要なポイントである⁴⁾。

こうした中、既成の概念にとらわれない新しい物の見方や考え方ができる創造性や判断力、仲間を説得し巻き込んでいくコミュニケーション力、そして新しいアイデアを実行するために必要なチャレンジ精神や決断力など、起業家が持つ資質・能力や精神を育む教育として、「起業家教育」が注目されている。起業家教育とは、企業の経営者「起業家」を育てる教育ではなく、「起業家精神」と「起業家的資質・能力」を有する人材を育成する教育である⁵⁾。

「起業家精神」とは、難しいことにも果敢に取り組むチャレンジ精神、新しいことにも物おじしない積極性、既成の概念にとらわれない新しい物の見方や考え方ができる創造性、物事を成し遂げた自らへの自信、未知のことに関心を持つ探求心などが挙げられる。「起業家的資質・能力」とは、情報を収集・分析・判断する力や、自らの考えを表現・プレゼンテーションする力、決断力、実行力、仲間を説得し巻き込んでいくリーダーシップ、コミュニケーション力、協力し合うチームワーク力などの資質・能力を指す。このように、起業家教育によって育まれる起業家精神、起業家的能力、起業家的スキルは、まさに今日の厳しい就職環境においても、また、これからのキャリア発達においても、生徒一人ひとりの「生きる力」ともなりうる基本的な人間力となると期待できる。

それゆえ本研究の目的は、キャリア教育の一方策として、商店経営実習・インターンシップを実施し、勤労観・職業観を育むという教育的な効果を得るとともに、その就業体験実習を実践的起業家教育としての側面も重視してプログラミングすることによって、起業家精神、能力、スキルをも育成する生徒指導法の重要な要素を含んだ教育方法を、実践的に開発することである。

高校生が約1週間の就業体験実習(いわゆるインターンシップ)を経験することによって、非体験者とは進路意識

の向上に有意差がみられることは、進路成熟度尺度(CMAS-4)(坂柳, 竹内1986)⁶⁾を利用した進路意識調査の分析結果⁷⁾からも明らかである(井上, 2006)。しかし、本研究では、受け入れ企業や事業所にでかけ、指定された就業プログラムに管理された勤務形態の中で実習を行う従来のインターンシップではなく、高校生自らが商店を営営し、授業におけるマーケティングの学習成果を検証するとともに、販売商品の開発にも取り組むなど、事業のノウハウについて実践を通して身に付けながら、起業家精神と起業家的資質・能力を育成することを目的とする教育方法のプログラム開発を目指したものである。有効な教育方法のプログラムが完成するまでの研究の方法と経緯について、以下に述べる。

3 研究の方法

(1) 授業「課題研究」における市場調査

専門高等学校であるK高等学校(兵庫県神戸市)では、2005年より、就業体験実習と、地域商店街の活性化による地域貢献の2つの目的のため、神戸市垂水区にあるJR垂水駅前前の垂水廉売市場の空き店舗を活用し、「Shop KENSHO 県商生活」(以下「県商生活」という生徒運営の経営実習店舗を夏季休業中に開店し、店舗実習を実施している。そのきっかけとなったのは、その前年の2004年、3年生「課題研究」の授業で、地域経済研究の一環として取り組んだ、商店街の市場調査である。

「課題研究」は原則履修科目であり、K高等学校では、3学年次に3単位配当され、2～3学級に6～9の講座が開講され、ゼミナール形式で実施される少人数の授業である。「課題研究」とは、専門教育に関する各科目において、学んだことの集大成として学習者が取り組むために開設されている科目のことで、課題を設定し、その課題の解決を図る学習を通して、専門的な知識と技術の深化、総合化を図るとともに、問題解決の能力や自発的、創造的な学習態度を育てることを目標としている。学習指導要領の総則には「課題研究等の履修により、総合的な学習の時間における学習活動と同様の成果が期待できる場合においては、課題研究等の履修をもって総合的な学習の時間における学習活動の一部又は全部に替えることができる」とある。そのため、K高等学校では「課題研究」を、総合的な学習の時間の代替科目として位置づけている。そこで、地域商業施設の研究として、JR垂水駅前商店街、神戸ハーバーランドの調査を行った。

① JR垂水駅前商店街の調査

空き店舗が目立ち、「シャッター通り」と化した市場にフィールドワークに出かけ、市場の現状、問題点などを調

査した。垂水廉売市場商業協同組合の役員会に参加し、調査結果をもとに活性化計画の提言を行った。市場の現状は、以下の通りである。

- ・空き店舗が増え、市場全体の魅力が低下するとともに、買い物客も大幅に減少している。
- ・商店経営者の高齢化と後継者不足が顕著である。
- ・固定客が買い物客全体の8割を占め、高齢者が多く、若い買い物客がほとんどいない。
- ・買い物客は少ないが、客単価が高く、上客が多い。
- ・全体的に暗く、寂しい雰囲気のため、初めての買い物客は市場内に立ち入りにくい。

これらは、市内の閑散とした商店街に共通している状況である。その後、垂水廉売市場商業協同組合役員会への参加をきっかけに、市場内の空き店舗の無料提供を受け、月に一回のオリジナル紙芝居の上演を始めた。多くの子供たちや、その子供を連れた若い母親が買い物客として市場を訪れることを期待した企画であった。近隣の保育園からも多くの園児が訪れ、一時的ではあったが市場内に明るい歓声が響き渡り、人通りが増加した。

2005年より、空き店舗を約1ヶ月間、有償で借り上げ、就業体験実習の一環として「県商生活」を開店することになった⁸⁾。県商生活の店舗作りには、事前のマーケティング調査が重要であったため、改めて2005年の「課題研究」の授業で何度も商店街までフィールドワークに出かけ、垂水駅前にある7つの市場・商店街の調査を行った。

垂水センター1丁目商店街、2丁目商店街が、JR垂水駅北の東西を結ぶメインロードとなっており、最も人通りが多く、空き店舗がほとんどない。しかし、垂水廉売市場は最も奥まった地域にあり、狭い路地に迷路のように店舗が並んでおり、全体的に暗く、人の流れの悪い立地条件である。前年度の調査と同様、買い物客の年齢層は高く、固定客も昔ながらの得意客が多い。取扱商品は生鮮3品(精肉・鮮魚・青果)が多いが、近年、飲食店やマッサージ店など各種サービス業の出店が増加している。さまざまな角度からの調査結果から、次のことを念頭に置いて、県商生活の店舗計画が生徒によって進められた。

- ・市場内の商店構成から取扱商品は競合しない。
- ・若年者の買い物客、とくに子供連れの若い主婦や、開店期間が夏季休業中の1ヶ月間であるため、夏休み中の子供たちをターゲットに絞った。
- ・垂水は海と漁業の街。夏のビーチにある「海の家」をイメージさせる店舗デザインをとり、暗い市場内に明るい店作りを目指した。
- ・マーケティング学習の実験店舗でもあるため、常に生徒の企画・アイデアを取り入れ、店舗運営方法に柔軟性を持たせる。

これらのことから、市場内の他店舗と競合しない菓子と玩具を取り扱う、いわゆる昔ながらの駄菓子店をイメージした店舗計画であった。さらに、仕入・販売計画、広告・宣伝、会計処理など、すべて生徒の手による実習店舗としてスタートした。

②神戸ハーバーランドの調査

2008年の「課題研究」の授業において、神戸ハーバーランドを取り上げ、調査・研究に取り組んだ⁹⁾。神戸市中央区にある旧国鉄湊川貨物駅跡地を再開発した高浜岸壁を含む新市街地で、中突堤の対岸、メリケンパークの西に位置して神戸ポートタワーや神戸海洋博物館といった神戸を代表する建造物群を一望できる。同時にそれらの施設とともに神戸港・ウォーターフロントの構成要素となっており、百貨店、総合スーパーなどが出店している商業施設としてだけでなく、観光スポットとしての側面も大きい。神戸市内でも有数のウォーターフロントで、海が見えるロケーションの美しさが特徴である。海から見る神戸港の夜景が楽しめるクルーズ船も運航され、神戸を代表するおしゃれな観光スポットであり、週末は多くの人出がある。

しかし、1992年の街開きから18年間、西武百貨店、高島屋、ダイエー、星電社、トイザラス、ホテルハーバーランドニューオータニなど、大手の有力商業施設やホテルが次々と撤退し、また、新たな業者が進出するなど、エリア内店舗の進出・撤退がめまぐるしく繰り返されている。華やかな観光スポットでありながら、その半面、ビジネスの難しさをうかがうことができる。ハーバーランドの問題点を、マーケティングと地域経済の視点から研究し、商業施設の活性化と集客増に向けての取り組みを行うことにした。そこで、過去4年間、垂水廉売市場で展開していた県商生活を、ハーバーランドにも出店し、県商生活での活動を核としたハーバーランドの活性化を計画・実施することとした。「課題研究」「マーケティング」「商品と流通」の3科目の授業で取り組んだ。また、学外協力者として、ハーバーランド地区を神戸ハーバーランド(株)、三菱倉庫(株)神戸支店、垂水地区を垂水廉売市場商業協同組合の各事業所から協力を得た。

2009年4月、三菱倉庫(株)神戸支店の所有する神戸ハーバーランド・キャナルガーデン内にあるイベントコート(イベントスペース)の無償提供を受け、「県商生活ハーバーランド店」を開店することが決定した。

(2) 特別活動における商店経営実習の実施

K高等学校の特別活動として、垂水廉売市場内(Figure 1)で2005年より始まった「県商生活」の取り組みは、年々地域住民に認知され、市場の夏の恒例行事として定着して



Figure 1 県商生活(垂水廉売市場内)

きており、来客数、売上高とも毎年上昇している。

一方、生徒は、消費者ニーズをとらえ、広告・宣伝、販売・陳列方法、価格の設定など、マーケティング活動を実践的に学ぶことができる。「県商生活」の運営は、K高等学校のビジネス教育の大きな特色ともなっている。実施内容についての詳細はTable 1の通りである。2005年から4年間、垂水で展開された「県商生活」は、2009年は、垂水と神戸ハーバーランドの2箇所、さらに、ハーバーランドのガス燈通りで開催されたイベント会場にも出店した。

夏季休業中の就業体験実習は、特別活動として実施しているが、それにいたるまでの取り組みは、主に「課題研究」の授業を通して実施されている。

Table 1 県商生活実施内容

Shop KENSHO 県商生活 (2005～2009)	
①参加生徒 年度(人数)	インターンシップ参加希望者、「課題研究」「マーケティング」授業選択者、産業調査部員他。 2005年(8名)、2006年(14名)、2007年(18名)、 2008年(13名)、2009年(60名)
②営業期間、営業日数	2005年8月3日(水)～26日(金)24日間 2006年8月3日(木)～25日(金)23日間 2007年8月6日(月)～24日(金)19日間 2008年8月6日(水)～23日(土)18日間 2009年8月5日(水)～17日(月)13日間
③出店場所	2005年～2008年 垂水廉売市場 2009年 垂水廉売市場、神戸ハーバーランド、 神戸ハーバーランドガス燈通り

2009年度は、「課題研究」の授業のテーマとして「県商生活」の運営企画に組織的に取り組んだ。そこで「商品開発部」「イベント企画部」「会場設計部」の3つの事業部制を採用した(Figure 2)。それぞれの事業部の目標は次の

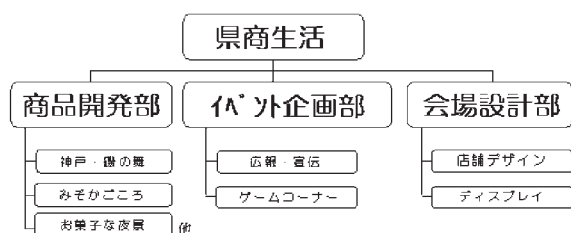


Figure 2 県商生活事業部図

通りである。

①商品開発部

販売商品の企画・開発を行う。製造協力業者との打ち合わせ、製造数量、販売計画など、担当する開発商品について一切の責任を負い、開発業務に携わる。

②イベント企画部

県商生活営業期間中の、店舗内での集客イベントや、広報・宣伝活動を中心に行う。販売促進の役割を担う。

③会場設計部

ハーバーランド店の出店場所は、今まで経験したことがなかった広い店舗面積であったため、その有効な活用方法を考え、売り場設計、ディスプレイ、店舗デザインを担当する。

この中でも商品企画部は、さらに、開発商品ごとのプロジェクトチームに分かれて個別に活動した。

Table 2 課題研究年間指導計画

課題研究年間指導計画	
1学期	<ul style="list-style-type: none"> ・出店地市場調査・実地調査 (垂水販売市場、ハーバーランド) ・神戸ハーバーランド運営会社との打合せ (会場設計部) ・店舗計画、店舗設計 (会場設計部) [ハーバーランド] ・協力業者選定、商談、折衝 (商品開発部、イベント企画部) ・開発商品企画、試作品検討、製造作業等 (商品開発部) ・産業財産権学習 [発明協会兵庫県支部] (商品開発部) ・県商生活営業 8/5 (水)～7 (金) 垂水店 8/8 (土)～9 (日) ハーバーランド ガス灯通りイベント出店 8/11 (火)～17 (月) ハーバーランド店
2学期	<ul style="list-style-type: none"> ・開発商品販路拡大計画の策定と実行 (商品開発部) ・地域貢献活動、地域イベント支援 (イベント企画部) ・商標権登録申請 (商品開発部) ・研究実践発表準備 ・高校総合文化祭文化部発表会出場
3学期	<ul style="list-style-type: none"> ・課題研究発表会 ・商業高校生徒研究発表会出場

この3事業部制により、各部に属する生徒のグループご

との活動によって計画がすすめられた。年間指導計画 (Table 2) については、大きく分けて1学期では、夏休み中の就業体験実習店舗の運営にかかわる準備活動、2学期は、県商生活を手段としない地域貢献活動の企画と実施、3学期は、1年間の活動報告と成果発表である。

(3) 商品開発—神戸ブランドづくり

2008年度より商品開発に取り組んだ。従来の仕入れ商品以外に、生徒の企画商品を製造・販売した。また、2009年度は神戸ハーバーランド・キャナルガーデン (県商生活ハーバーランド店) では、店舗の無償提供を受けたために近隣の商店に配慮が必要となり、販売する商品として、取扱商品はすべてオリジナル開発商品の必要があった。そこで、地域特産品を利用した地産地消の商品開発に取り組み、2009年の県商生活は、100%オリジナル企画開発商品で品揃えすることにした。商品開発にあたって、神戸の誇る特産品、神戸のイメージ、神戸の名所など、キーワードを「神戸」に絞り、神戸にちなんだ商品作りのきっかけをさまざまな角度から調査した。そして、開発商品が神戸の土産物として、観光客にも喜ばれる神戸ならではの商品を目指した。まさに新しい神戸ブランド作りである。開発商品は次の通りである。

2008年度開発商品

①お菓子ないかなご (Figure 3)

神戸・垂水では、春のいかなご漁が有名である。そのいかなごをかたどった商品を、近隣の和菓子店と共同で開発した。カステラ生地、羊羹、餅の3種類を挟み込み、3つの味を用意した。



Figure 3 「お菓子ないかなご」

②いかなご釘煮クッキー (Figure 4)

いかなごを佃煮にした釘煮をかたどったクッキーで、地元の洋菓子店との共同開発商品である。



Figure 4 「いかなご釘煮クッキー」

2009 年度開発商品

①神戸・磯の舞 (Figure 5)

神戸市垂水区は漁業の町であり、神戸市漁業協同組合で生産・販売されている兵庫県ふるさと認証食品としての「須磨海苔」がある。この地元特産品である須磨海苔をPRするとともに、神戸の土産物として定着させることを意識して開発。神戸市漁協、地元米菓製造業者との連携で完成させた。製造にあたっては米菓製造業者の工場に出かけ、生徒自らの手で製造に携わった。工場内での他の製品とは別のラインを借用して行った。



Figure 5 「神戸・磯の舞」



Figure 6 「みそかごころ」

②みそかごころ (Figure 6)

須磨海苔同様、兵庫県ふるさと認証食品である「北神みそ」に注目した。この味噌は、厳選された地元産のタマホマレ、地元の米、赤穂の天塩を原料とし、食品添加物を使用していない手作り味噌として知られている。この北神みそを使用した味噌煎餅を開発した。製造を委託するのは、神戸市兵庫区にある瓦せんべいの専門メーカーに依頼し、

神戸の土産物として愛されるよう、神戸にちなんだ絵柄「いかり」「風見鶏」「ポートタワー」の3種類をデザインした。

③ KOBE チョコッとチーズケーキ (Figure 7)

神戸はゴンチャロフ氏によって日本で初めてファンシーチョコレートが作られた場所である。そこでチョコレートをを使用することにこだわった商品である。チョコレートと六甲山牧場のチーズをイメージして、この両者をタルトで結び付けた。

④お菓子な夜景 (Figure 8)

神戸は六甲山やビーナスブリッジなど、夜景スポットが数多く、素晴らしナイトビューが楽しめるのが、神戸の魅力である。そこで、夜の街並みをイメージして丸いココアベースのクッキーに、色とりどりのネオンを模したドライフルーツを散りばめ、夜景をイメージしたクッキーを開発した。「KOBE チョコッとチーズケーキ」と同様、地元の洋菓子店との共同開発商品である。



Figure 7 「KOBEチョコッとチーズケーキ」



Figure 8 「お菓子な夜景」

⑤須磨のりえき (Figure 9)

須磨海苔を使用し、あんこ餅に海苔を巻いたものである。黄粉餅と2個セットにして販売した。「須磨海苔」と「利益」を合わせたネーミングである。製造協力は、神戸市須磨区



Figure 9 「須磨のりえき」

の和菓子製造業者である。

⑥黒字に変える!? 資本ケーキ

神戸市垂水区の知的障害者小規模通所授産施設に協力を依頼し製造した。ここではシフォンケーキを通信で販売しており、好評を得ている。シフォンケーキに黒ゴマペーストを練りこみ、ごまの風味とふかふかの食感が人気となり、県商生活のヒット商品となった。

⑦「KOBE ラスク」、「こべっこレーヌ」、「神戸おじさんのびいふかれい」

パン製造業者、洋菓子店、業務用カレー製造業者の協力を得て、製造された。「神戸おじさんのびいふかれい」のみ OEM 供給を受け、県商生活オリジナル商品として、売上金の一部を神戸ルミナリエ継続開催に向けての募金として、神戸ルミナリエ組織委員会に寄付するというので、数量限定で販売した。

以上2年間で、11品目のオリジナル商品を完成させた。しかし、これらの開発商品の完成までに、業者との商品化検討の際に消えた多くの企画があった。生徒の開発商品の企画パターンは、次のように分類される。

・ A 企画

協力業者が生徒企画商品の価値を認め、自社で製造販売を継続して行う商品企画。

・ B 企画

業者は製造には協力するが、生徒が自ら販売する際に限られており、必要な時に受注生産方式をとる。

・ C 企画

企画内容が不十分、もしくは業者から企画内容に理解が得られず、商品化が不可能な企画。

以上の通り、生徒の企画を3つのパターンに分類し、A企画の商品の開発を目指して時間をかけて検討した。11品目中、「神戸・磯の舞」、「みそかごころ」がA企画に分類される。

(4) 地域貢献活動

垂水やハーバーランド等の地元商店街、商業施設の活性化を目指した活動とともに、神戸の冬の風物詩であり、多くの観光客を誘引する神戸の一大イベント「KOBE ルミナリエ」は、企業の協賛金が減少し、毎年の継続開催が危ぶまれている。そこで、神戸の大きな集客イベントでもあるルミナリエの支援のため、県商生活での募金活動と、「神戸おじさんのびいふかれい」の売り上げ利益の全額を寄付した。

また、地域経済の活性化を目標に2009年春に創設された関西独立リーグの地元球団「神戸9（ナイン）クルーズ」の経営難にともない、支援活動に取り組んだ。球団ロゴと球団マスコット「Cap・Ten ガーリー」の商標の無償提供

を受け、丸く湾曲したボール型にロゴとマスコットを刻印したせんべい「Pari Pori ガーリー」を開発し、オリジナルステッカーをデザインし、印刷業者に発注して、1つに1枚おまけとして封入した。9月の本拠地最終戦のスカイマークスタジアムで、生徒自ら販売し、用意した商品全部を完売した。販売利益は、全額を球団に支援金として贈呈した。



Figure 10 「Pari Pori ガーリー」

(5) 商標権登録・研究発表

A企画の商品については、商標権の登録に取り組んだ。発明協会から出願登録アドバイザーとして外部講師を迎え、出願の仕方、かかる費用、提出書類の作成方法などを学んだ。「みそかごころ」は出願手続き中である。2～3学期にかけて、外部の研究発表会などでプレゼンテーションを行った。発表テーマは次の2つである。

・めざせ！「神戸ブランド」

－地産地消の商品開発と地域貢献－

・地元球団を救え！

－“Pari Pori ガーリー”の開発と販売－

生徒を2つのグループに分け、1年間の研究活動を効果的に発表できるよう、それぞれ工夫と練習を重ね、プレゼンテーション能力の向上に役立てることができた。兵庫県総合文化祭ならびに生徒研究発表会において、発表した。

4 就業体験実習に含まれるキャリア教育の要素

フィールドワークを含む一連の調査・研究活動をまとめると、(1)市場調査、(2)商店経営実習、(3)商品開発、(4)地域貢献活動、(5)商標権登録、(6)研究発表など、さまざまな就業体験活動は、キャリア教育と起業家教育の重点的要素がプログラミングされている。

本研究における就業体験実習で実施したキャリア教育と起業家教育の実習プログラムにおける、生徒の諸活動に対応して、身に付けることができる能力要素は、次の通りで

ある（枠内は実習における生徒の諸活動）。

①人間関係形成能力，社会形成能力，将来設計能力

- ・市場調査による商店主，買い物客インタビュー
- ・商品開発に関わる協力企業（食品製造会社，印刷会社，包装材取り扱い業者），商店経営に関わる協力企業（商店街組合，店舗管理会社），地域貢献活動に関わる事業所（ルミナリエ組織委員会，9クルーズ球団）等との折衝，商談，価格交渉，企画プレゼンテーション
- ・店舗での接客など，社会での対人関係を伴う諸活動
- ・グループ活動としての商店経営活動
- ・活動のふりかえり（営業日誌の記入を含む）

自他の理解能力，多様な職業人との協同活動による職業理解能力や職業生活にかかる習慣や行動様式の理解，役割把握・認識能力，職業観，勤労観，働くことの意義の理解，コミュニケーション能力，人間関係を築く力，集団生活に必要な規範意識やマナーを習得し，学ぶことや働くことへの関心や意欲の育成が含まれる。また，目指すべき職業や上級学校の学部・学科を選択する力，科目やコースひいては将来の職業を自らの意志と責任で選択する力の習得。

②情報活用能力，意思決定能力

- ・新たな付加価値を伴った商品開発のための調査
- ・協力業者の探索・既存商品の情報収集，企画書の作成と業者への協力依頼
- ・研究発表会への出場

情報収集・探索能力，計画実行能力，課題対応・解決能力，進んで課題を見つけ，それを追求していく力，チャレンジ精神。さらに，既成の概念にとらわれない新しい物の見方，創造性・企画力・積極性，プレゼンテーション能力などの起業家精神。

③教科の理解

- ・店舗レイアウトや設計，広報・宣伝の工夫，陳列方法
- ・POP・宣伝ビラ・ポスターの作成
- ・会計処理，商標登録

マーケティング，商業デザイン，経済・経営・流通などの教科内容の理解，職業や仕事に役立つ知識・技能などの習得，金銭価値の理解など。

今回の教育プログラムでの実習に含まれるキャリア教育と起業家教育のポイントとなる要素分類は，Figure 11の通りである。

5 結果

2009年8月17日（月）の最終営業日を終えた後，今回の実習に参加した生徒60名全員に質問紙調査を行った。

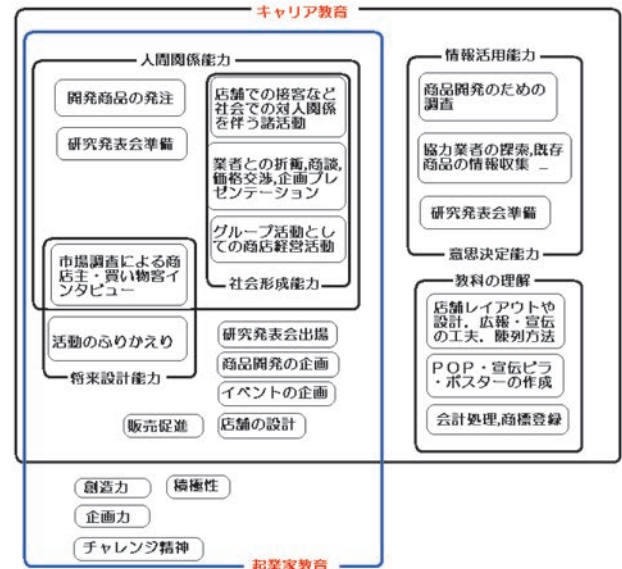


Figure 11 キャリア教育と起業家教育の要素関係

質問紙は，自分自身の実習活動の振り返り，自分にとってプラスになったこと，身に付いたもの，新たな気づき，反省など，自らを改めて見つめなおす項目である。さらに自由記述方式のものと2種類であった。

実習活動の振り返り調査によると，以下のような結果であった。

- ①接客力，コミュニケーション能力，交渉力など，対人関係への適応能力が向上した。 87.9%
- ②創造力・企画力など，新しい発想のもとで，0から作り上げる創造的な力が向上した。 57.6%
- ③チャレンジ精神，発言力，行動力，積極性，発言力，リーダーシップなど，課題に向けてポジティブに取り組む積極性を身に付けることができた。 93.9%
- ④意思決定力，判断力，問題解決能力など，自ら判断を下し，自信を持って主体的に取り組む姿勢がとれる。 42.4%
- ⑤電話のかけ方，文章能力，計算能力など，ビジネス・スキルが向上した。 45.5%

このように，多くの実習体験者が，自分自身の変化を感じているのが分かる。次に，自由記述のなかから参加者の感想を拾いあげてみる。

- A「自分でやりきった！と本当に自信を持って言えるし，ひとつのことに一生懸命取り組めたのでよかった」
- B「みんなでひとつのものを作って，それができた時はすごく嬉しかったです。開発した商品を多くのお客様が買ってくれて，すごい達成感でした」
- C「この活動で自主性が芽生え，ひとつのプロジェクトをやり遂げる難しさや大変さを学ぶことができました」
- D「言葉遣いができていないことがわかりました。企業の方々と話をする言葉など，良い社会勉強になりました」

E「お客さんや地元の人とのふれあいは、表現が苦手な自分を大きく変える出来事でした」

F「店では始めは緊張してお客さんに声をかけるだけでも難しかったけど、少しずつ慣れてきて、人見知りも克服できたような気がします」

G「接客の厳しさもありましたが、それ以上に楽しさを感じて、改めて接客業の仕事に就きたいと思いました」

H「私は県商生活をしたいのがきっかけで、大学は商学部に入って、マーケティングを学ぼうと思うようになりました」

I「私はこの経験を経て、地域密着型の情報誌の編集職に就きたいと思うようになりました。メディアで働き、他県の人が神戸に足を運んでくれるように情報を発信したいです」

J「この経験を通じて“経営”に興味を持ち、進路もみえてきました。この活動で地域活性化に貢献することができたことを実感したことで、これからも活動を続けて行きたいです」

以上の自由記述には、県商生活の事業を成功・完成させた達成感や充実感を抱く者、自分の成長を感じた者、自分の将来の進路選択の一助になった者など、さまざまであるが、一様に今回の教育方法による就業体験実習の効果がうかがい知れるものであった。

6 まとめと考察

2004年度の地元商店街活性化への取り組みから始まったK高等学校の就業体験実習から、現在に至るまでを概観した。そして、そこでの取り組みの一つひとつがキャリア教育としての重要な役割を果たしており、ここ2年間は、職業実践型起業家教育としての側面に注目しながら、さらに充実した体験活動へと整備している。

学校では現在さまざまな課題を抱えている、それは学校間の接続の問題、学力の課題、生徒指導の課題、道徳教育・規範意識の課題、フリーター・ニート・離職率・失業率など、進路指導の課題など、若者の社会的自立、職業的自立など、多くの課題を前に、学校だけではなく、社会からの改善の要求も大きい。子供たちを、若者たちを社会的に、職業的に自立させるためには、キャリア教育、職業教育は、大きな社会的使命をおびており、その一方策として、インターンシップへの取り組みが広く認知されている。インターンシップは、事前・事後指導を含め、3年間の学校生活を見据えて計画的に、学年ごとの発達の段階に応じて系統的に実施されなければならない。本研究で取り上げた職業実践型起業家教育を関連付けたキャリア教育プログラム開発の試みは、生徒に身に付けさせたい資質・能力を育成するためには、いかなる体験の質が必要であるかを考慮し、

そして、社会で他者との関わりの中でしか得ることのできない能力開発を、地域社会や地域企業と連携しながら組み込んでいくことが重要である。それが本研究では商品の開発、商店の経営、地域への貢献活動、商店街の活性化への取り組みという一連のプログラムされた教育方法の開発であった。

「起業家教育」も「キャリア教育」も、究極的には「生きる力を育む」ことを目指している点では共通している。教育現場においては、この究極的な目標である「生きる力を育む」ために、それぞれの学校やその児童・生徒の状況に合わせて、各種教育の要素を柔軟に取り入れて推進することが望ましい。

注

- 1) cf. ①大学におけるインターンシップ導入、実施の先進国であるアメリカの文献を紹介したものとして、「インターンシップ経験から最高の成果を獲得するための心得」(Marianne Ehrlich Green 著、加澤恒雄訳ならびに解題、『広島工業大学紀要』研究編、第37巻、平成15年2月に所収)があるので、御参照されたい。②また、日本の大学におけるインターンシップの現状と今後の課題について、比較的早い時期に次の論文を発表したので御参照されたい。
加澤恒雄「現代日本における大学改革の現状と課題－大学におけるキャリア・エデュケーションの重要性－」、『韓国日本教育学会論文集』第9巻第2号、平成17年3月に所収。
- 2) 高校2年生で実施される就業体験実習が、高等学校卒業時に希望する企業や職種への就職を実現させ、フリーター志向を防止する効果があることについて、次の論文を発表したので御参照されたい。
井上仁志 成田滋 2006「高等学校商業教育における特別活動としての就業体験実習を通じた進路指導の検討」、『兵庫教育大学学校教育研究センター紀要『学校教育学研究』第19巻、pp.1-6
- 3) cf. ①高校生のインターンシップ体験者と非体験者との進路成熟度の比較において、有意差が認められたことについて次の論文を発表したので御参照されたい。
井上仁志 2004「高校生のインターンシップ体験による進路成熟度への影響」、『日本進路指導学会第26回研究大会論文集』、pp.52-53
②また、就職を希望する高校生への3年間のキャリア教育を通じて、進路意識の発達的变化をたどりながら、キャリア教育と進路意識が高まる関係性について考察した、次の論文を発表したので御参照されたい。
井上仁志 2004「高等学校キャリア教育による職業意

識形成の発達の変容」,『日本発達心理学会第15回大会論文集』, p.70

- 4) 就職難の状況を背景に, 高校生に対する進路意識を成熟させるキャリア教育はどうあるべきか, 総合的な学習の時間や, 学校行事としての特別活動での取り組みについて考察した以下の論文を発表した.

井上仁志 2003「進路意識成熟度の変容に及ぼすキャリア教育の果たす役割」,『日本総合学習学会2003年度年会予稿集』, pp.18-21

- 5) 起業家教育について, 経済産業省, 中部経済産業局が, 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)に委託し, 発行された以下の冊子があるので, 参照されたい.
平成18年度創業意識喚起活動事業(起業家教育促進事業) 経済産業省 中部経済産業局 2007『起業家的な資質・能力と精神を育む学び 起業家教育導入実践の手引き』

- 6) 高校生の進路成熟を測定するため, 次の論文により発表された尺度を利用した.

坂柳恒夫, 竹内登規夫 1986「進路成熟度尺度(CMAS-4)の信頼性および妥当性の検討」,『愛知教育大学研究報告』35(教育科学編)

- 7) 高等学校卒業時に希望通り就職を果たした者と, 一時

的な職業についての者は, 就業体験実習体験の有無による進路成熟の差にみられることについて次の論文を発表した.

井上仁志 2007「教育方法としての就業体験実習の意義とその効果-進路成熟度尺度による検討-」, 兵庫県高等学校商業教育協会編『商業教育集録』39, pp.31-35

- 8) 地元商店街の調査・研究を通じて, 商店街活性化に向けた取り組みについて, 以下の論文を発表した.

井上仁志 2006「就業体験としての商店経営・販売実習 -垂水販売市場における商店街活性化計画-」,『兵庫県立神戸商業高等学校校友会誌』第18号, pp.75-80

- 9) 総合学習の代替科目として開講している「課題研究」の授業において取り組んだ, 神戸ハーバーランド研究にもとづく商店経営実習について以下の論文を発表した.

井上仁志 2009「課題研究・総合学習を通じた起業家教育の効果的展開-商店経営実習を中心にして-」,『兵庫県立神戸商業高等学校校友会誌』第21号, pp.52-56