

(18)新庄TCM(株)「ワセダ・ベンチャー・キッズin新庄」

<p>教育の対象者 山形県新庄市内小学校(3校)の高学年の児童(4～6年生) 山形県新庄南高校(商業科がある)の生徒 高校生は、“ビッグブラザー”と呼ばれるインストラクターのボランティアとして募ったが、自分でも参加したいと参加したものの。</p> <p>教育の実施者 <主催> 新庄TCM(株)(Shinjo Town Centre Management) 市や商工会議所、地元商店街の他、市民の出資により2000年4月に設立された、中心市街地の活性化を推進するTMO(タウンマネジメント機関) ウインド・シップ(山形県舟形町の町おこしグループ) 運営スタッフは合計18人</p> <p><共催> 山形県企業振興公社</p> <p>教育プログラム実施のコーディネーター 新庄TCM(株) ウインド・シップ</p> <p>教育プログラムの企画者 新庄TCM(株) ウインド・シップ</p> <p>後援 新庄市教育委員会 舟形町教育委員会 地元企業</p>
<p>教育プログラム企画の背景・経緯 山形県舟形町出身で神奈川県藤沢市在住の早坂氏(昭和39年生まれ)が、早稲田ビジネススクールで大江建先生の早稲田ベンチャーキッズを知り、自分の郷里で実施したいと考えたが、舟形町には商店街が無いため、新庄市役所の井上係長に新庄市での実施を提案した。 早坂氏の紹介で、大江建先生と一緒に早稲田ベンチャーキッズに取り組んでいる三浦公一氏(心理カウンセラー、東京国際キャリアダイナミクス所属、法政大学講師)に、新庄市に無償で来てもらい、“ビッグブラザー”養成の研修をしてもらった。 また、三浦氏を通して大江建先生から、早稲田ベンチャーキッズの名称を使うことのでした承を得た。</p> <p>教育プログラムの目標 新庄市のまちづくりと人材育成</p> <p>教育プログラムの目的 子どもの起業家精神の育成。正当にお金を儲けることは良いことであると伝える。 子どもの自由な発想やアイデア、創造性を引き出し、自立心・生きる力や、他人と違っているが違いすぎないことなどを身に付ける。 商店街の集客向上</p>
<p>教育プログラムの内容 実施期間・回数・頻度・延べ時間 ・2000年7月～8月の4回の日曜日計4日間。 トータル20時間を目標としたが、もう少し少なかった。</p>

- ・3日間でできることが分かったため、2001年度は、雪祭りに合わせて3日間で実施予定。

実施場所

- ・商店街内の新庄ショッピングビル(ダイエーが核店舗で入居していた5階建てのビル。ダイエーが撤退し、その後地元生協が入居して3階以外は埋まっている)の3階の空きフロアで、製作・販売は店頭で実施した。

日曜日の中心商店街の空き店舗では集客が悪いは分かっていたのだが、商店街の依頼で商店街の集客向上の目的も兼ねてここで実施した。

- ・東京都世田谷区の馬事公園で開催された世田谷区民祭でも、製作した商品を早坂氏が販売した。

対象者の人数規模

- ・新庄市内の小学4～6年生(3校)14名 3グループ
女子児童の方が人数が多かった。
- ・高校生(商業科をもつ新庄南高校) 8名 1グループ

プログラムの内容

- ・商店街(市内の中心商店街にある新庄ショッピングビル)での実際の出店・販売活動を通して、出店に対するPlan-Do-Seeを行う。
- ・具体的には、まず、タウンウォッチングを通じて商店街で実際に販売されているものや、素材となるものを観察し、自分たちが販売する商品を考える。
- ・つづいて、主催者側が提示した7つの商品候補の中から商品を選んだ。選んだ商品は、長沢和紙人形(舟形町の伝統和紙)、リース、リースキット、わらつと卵(わらで卵をつつんだもの、伝統工芸品)、キーホルダー、ビーズである。リースとキーホルダーはキットを仕入れて作った。ビーズでは携帯ストラップ等を作った。リースキットは、東京ではキットのままでも売ることとしたもの。
- ・主催者側が提示した商品候補の中には、プリクラもあった。最も利益率の低い商品として用意したのだが、子ども達も選ばなかった。
- ・商品を仕入れて利益を上乗せして販売するだけの流通業ではなく、必ず自分達で手を加えて商品にさせることとした。確かに安く仕入れるためのリサーチも重要な活動ではあるが、子ども達には、自らの労働分の対価として利益を理解させる方が分かりやすいと考えるためである。
- ・選んだ商品について、商品性や市場での反響などを分析する。そして、商品販売を知らせる告知用ポスターとチラシを作成する。
- ・次に、商品の希望ごとにグループに分かれて、それぞれ社長、副社長、会計、営業、製造の担当を単独あるいは兼務で受け持った。
- ・グループごとに材料をスタッフの店から購入し、事業計画(価格設定、売上げ計画、利益計画など)を策定する。材料代は、後から利益の中から支払った。材料の中には、キーホルダーキットなど実勢価格より低い価格で販売したものもある。
- ・わらつと卵やビーズは、製作方法を専門家に教えてもらい、専門家1人1日当たり100円を謝礼として支払った。
- ・おつりは本物の銀行に協力してもらい、銀行からお金を借り、返すときには利子をつけて返すこととしたが、実際は1日だけ借りたということで利子はゼロにした。

* 1・2日目 理論学習

タウンウォッチング

- * 3日目 作りたいものごとにグループを編成(小学生3グループ・高校生1グループ)し、事業計画の策定、商品の製作

* 4日目 商品の販売・精算

- ・東京都世田谷区の馬事公園で大江建先生に開会の挨拶をいただき、それをインターネットで同時中継した。

<ul style="list-style-type: none"> ・販売状況も、インターネットで同時中継した。 ・結果として、新庄市・東京とも完売した(売れ残りそうなときは、値引き販売実施)。 ・利益は、2割を日本赤十字社に寄付(社会還元 = 税金・商店会費等として)し、残りは子ども達達で分配した。 ・毎日おやつと昼食を出した他、プログラム以外にゲームを実施したりもした。 <p>講師</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ “ビッグブラザー” と呼ばれる大人のインストラクターが各グループ2人プラス高校生のボランティアが付いて指導した。 新庄市には大学がないため、当初ビッグブラザーは大人が務めることとし、大人を対象とした講習会を2時間×2回、三浦氏に開催してもらった。 しかし、新庄市内には6校の高校があり、ボランティアで“ビッグブラザー”を募集したところ新庄南高校から応募があったため、高校生も各グループに付いた。 ビッグブラザーは、最低限のアドバイスをするにとどめた。(赤字にならないように、失敗しないようにアドバイスする等) <p>使用教材</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成11年度起業家精神涵養教材等開発及び普及事業で作成された教材 ・「ぼくたちわたしたちでお店をひらこう」を元に作り替えた教材 早稲田大学アジア太平洋研究センターが通産省から委託されて開発した小中学生対象のビジネス体験教育プログラムの教材
<p>教育プログラム実施にかかる事業費</p> <p>協賛金 29万円の他、参加者1人3,000円(昼食代・おやつ代)</p> <p>総事業予算 48万円で43万円を使用。</p>
<p>教育プログラムの効果</p> <p>仕入れたものに自分達の労働で付加価値を加えて売れば利益が得られること、またそれによる喜びを知った。このようにして利益を得ることは良いことだということを伝えられた。ただし、利益が6,200円～22,000円とばらついた結果、多く儲けたチームに対してうらやましいという間違った理解も生まれてしまった。</p> <p>自分達が売りたいものと儲かるものは違うことを知った。具体的には、女子児童が多かったこともあり、ビーズを売りたい子ども達が多かったのだが、ビーズは手間がかかる割にあまり売れず、一方、リースは手間の割によく売れることが分かった。</p> <p>東京での販売価格を自分たちで設定することにより、地域による物価の違いなどに気付いた。</p> <p>また参加したいという子ども達が多かった。</p>
<p>教育プログラム実施にあたっての課題</p> <p>父兄には、「正當に儲けること」(材料に価値を加えて利益を上げること)を子どもたちに知ってもらうという目的を説明し、理解を得た。</p> <p>教育委員会にも話したが、新しいことを取り入れるのには抵抗があるようであった。</p> <p>しかし、2人の教員が参加し、1人は見学だったが、1人はスタッフとして参加したので、学校教育現場に取り込むにあたっての課題を聞くことができた。</p> <p>1人の教員が1クラス全員を対象として実施するには負担が大きい。また、社長・部長などの序列をつくる活動であるため、同じクラスの中では取り組みにくい。複数の学年の生徒から希望者だけが参加する形態の方が取り組みやすい。</p> <p>概論は教室内でもできるが、販売は商店街の協力がないとできない。商店街は、反対はしないが、自ら実施するとなると引いてしまう。</p> <p>地元ノウハウは蓄積されるが、新鮮さを保つためにも、スタッフは固定せずに新しいスタッフも入れる方が良い。</p>
<p>行政・企業・地域社会による支援の状況</p> <p>地元の企業や行政(山形県企業振興公社・庄内銀行他、新庄市及び周辺市町村の企業)</p>

<p>など 20 社が 29 万円を協賛してくれた他、東京との通信機器を N T T ドコモが、当日の風景を撮影した写真のコピー用のカラーコピー機をリコーが提供してくれたり、ネームプレート製作を地元の工房が請け負ってくれたりした。また、地元商店街もおやつを提供してくれる等した。</p>
<p>その他</p> <p>イギリスのハリファックス市にある教育チャリティー信託(個人の基金からの寄付による)である子ども向け博物館「ユーリカ！」(EUREKA! Museum for Children)のような施設を、将来中心市街地に整備したいと考えている。同施設は、子ども達が自分自身のことや家庭、社会のことを「触れ、感じ、見て、匂う」ための体験施設で、同施設内の“社会を体験して理解するためのコーナー”では、子どもサイズにつくられた銀行や商店、工房などがある。</p> <p>新庄市では、約 10 年前に早稲田大学佐藤研究室によって提案された「最上エコポリス構想」のもと、現在まちづくりを進めている。例えば、1999 年の山形新幹線延伸に伴って開設した駅舎は、まちの中核施設(愛称「ゆめりあ」として位置づけられており、同構想の中の「楽雪拠点施設」を具現化したものである。「ゆめりあ」は、駅舎としての部分は一部分で、ほとんどの部分は公益施設となっている。完全バリアフリーで整備されており、ホームから改札を通過して外に出るまでまったく段差がない。</p> <p>中心市街地の活性化を推進する T M O (タウンマネジメント機関)である新庄 T C M (株)(Shinjo Town Centre Management Co., Ltd.)設立にあたっては、1999 年 2 月から、市、商工会議所、地元商店街、市民による検討委員会・準備会を毎月開催し、目標・事業計画などを検討した。2000 年 4 月の設立にあたっては、1 株 5 万円で株式を発行し、市民 1 人当たり 2 株までの出資を募った。現在、株主は、市、商工会議所、地元商店街、金融機関等 15 団体と 186 人ももの市民(市議員 24 人のうち 16 人が出資)で、資本金は 1,600 万円、新庄市の出資比率は 3.12%である。</p> <p>* 中心市街地活性化法で市の出資比率が 3 %以上ないと T M O に認められないため、最低限の出資比率とした。同法では市の出資比率が 50%以上あると、補助率が良いのだが、そうすると T M O が市の決裁基準に従わなければならなくなり、機動的な動きがとれなくなる。従って、補助を受けるような大きな事業をする時になってから、市の出資を増やす予定である。</p> <p>新庄 T C M (株)設立にあたって、欧米の T M O の事例を研究し、日本では、アメリカの B I D のような徴税権を持つ T M O は難しく、イギリス型の形態を目指すべきだと考えた。その意味もあって、C の綴りを Centre と、イギリス風に行っている。</p> <p>「ワセダ・ベンチャー・キッズ i n 新庄」は、新庄 T C M (株)が実施する中心市街地活性化事業の 1 つで、これ以外には、フリーマーケット「かむてん市」の開催、「花と緑のプロジェクト(商店街に花のバスケットを飾る)」、「乗っ得タクシー」(設定した観光ルートを 3 割引の運賃で回る。タクシー会社は 1 割引分を負担、2 割引分は新庄 T C M (株) = つまり市が負担)などがある。</p>
<p>照会先 新庄市 商工観光課 商店街活性化推進係長 井上 章</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〒996-8501 山形県新庄市沖の町 10-37 (新庄 T C M (株)) ・TEL:0233-22-2111 FAX:0233-22-0989 (新庄市役所) ・TEL:0233-28-8319 FAX:0233-28-8320 (新庄 T C M (株))

(資料) 新庄市・新庄 T C M (株)ヒアリング

東北経済産業局「平成 12 年度工業立地適正化等調査(地域産業活性化計画策定調査) 東北地域における「企業家的人材」の育成・確保のための方策に関する調査報告書」(平成 13 年 3 月)
「起業キッズ新庄に育て! 商店街活性化事業、経営を模擬体験」『日本経済新聞』(2000 年 8 月 5 日地方経済面)、「ます市場を調査 / 「ベンチャーキッズ I N 新庄」で小学生が起業家体験」『河北新報』(2000 年 7 月 10 日朝刊)、「小学生に起業家体験 / 新庄 T C M ・舟形の団体計画 / 商業と地域理解に」『河北新報』(2000 年 5 月 20 日朝刊)