

キッズ・マート

<p>教育の対象者 主に小学校5年生を対象としている。</p> <p>教育の実施者 自治体や商工会議所などを想定</p> <p>教育プログラムの企画者 (株)シー・イー・エス</p>
<p>教育プログラム企画の背景・経緯 (株)シー・イー・エスが独自に開発したプログラムである。</p> <p>教育プログラムの学習指導要領における位置づけ 「総合的な学習の時間」の導入を想定して独自に取り組んでいるプログラムである。 トータルで2ヶ月という短期で終わるようプログラムしている。プログラム全てを 「総合的な学習の時間」に取り入れてもらうようお願いすることは難しいが、最初の1時間は「総合的な学習の時間」に取り入れてもらうようお願いしている。</p> <p>教育プログラムの目標 起業家タイプの人材を次世代に輩出する。 小学校教育の活性化 地元商店街の活性化</p> <p>教育プログラムの目的 自身の力で成し遂げることによって、児童の社会化・自立を促進させる</p>
<p>教育プログラムの内容</p> <p>実施期間・回数・頻度・延べ時間 ・1998年10月に開発・販売を開始した。 ・1回のプログラムの準備期間は2週間、トータルで約2ヶ月間のカリキュラム。</p> <p>実施場所 ・販売イベント会場、休業店舗の前、商店街、空き店舗、公園、銀行の駐車場など</p> <p>プログラムの内容 ・子ども達が、いくつかのチームに分かれて、各チームで店を設営し、商品の仕入れから販売までを体験し、売上と利益を競う。 ・製造という工程を含まない点が、早稲田ベンチャーキッズ^Rとの違いである。 ・商品は、商店街の協力を得て例えば400円の商品を10円で子ども達に卸してもらったり、不要品を提供してもらったり、(株)シー・イー・エスが問屋から仕入れてきて子ども達に販売する。 ・事前リサーチとして、実際の商店に行き、売れ残った時の対処方法などを質問させる。 ・必ず、仕入れから販売までを子ども達が主体となって取り組むようプログラムしてある。 ・具体的には、スタッフが学校に来る日だけを教えて子ども達自身にスケジュールをたてさせるが、きちんと計画的に作業を進めるチームと、そうでないチームとが生まれる。例えば、事前にチラシをつくって配布してあったチームには多数の客が来たが、そうしなかったチームには客が来なかったという結果が出る。講師も教師も事前に指導することはせず、失敗の経験をさせるようにする。 ・販売時には、事前にお釣りを用意しておかなければならないが、「お釣りを用意しなさい」とは教えない。いざ、客にお釣りを渡そうとした時に、実はお釣りを準備していなかったことに子ども達自身が気付くようにする。 ・また、グループによっては、空き缶を段ボールで区切って、硬貨の種類別に分けてお金を入れておけるように準備してくるチームがある一方、入れ物さえ用意してい</p>

- ないチームも出てくる。
- ・商品を買ってくれた客に対して商品を入れる袋を用意することも事前には言わない。きちんと用意しなかったチームには、(株)シー・イー・エスが100枚単位で販売する。
 - ・看板は作ったものの、それを吊す道具を用意していなかったり、全員同時に昼食に行ってしまう店番がいなくなってしまうなど、様々なことが起きる。
 - ・こういう場合も講師は、「この販売担当は誰？ 誰もいない時にお客さんが来たらどうするの？」と子ども達自身に考えさせるように仕向けるが、決して指示はおこなわない。
 - ・最終的に、売上高1位、利益高1位を表彰する。(子ども達は将来競争社会に放り込まれるという点を考慮し)参加賞は用意しない。この時になって、自分達の行動が結果として差となって現れることを実感させる。
 - ・商品が売れ残った場合は、子ども達で分けて持って帰る。
 - ・赤字が出た場合は、(株)シー・イー・エスが負担する。
 - ・利益は、子ども達で分配させる。ここまでやったことに対して商店街の人などに感謝するようには指導するが、いくら寄付しなさいとは言わないし、分配方法についても全員平等に分配しなさいとは言わない。チームによって、端数を寄付したり、1,000円寄付したりと色々である。メンバー間での配分も、全員均等に分けるところもあれば、社長が多く取るところなど色々である。いずれにしても、社長が社員を納得させられれば良いとしている。
 - ・実施にあたっては、積極的に宣伝して集客する。集客しないと接客の勉強にならないからである。親も客になって構わないが、客が親だけだとバザーになってしまうため、冷たく拒否されるなどの体験ができず勉強にならない。拒否する客がいて初めて買ってくれた時のありがたみや嬉しさが実感できる。
 - ・1998年10月に東京商工会議所のイベントにおいて初めて実施した。場所は日比谷公園だった。「サン・キッズ」の児童も参加したため、結果的には小学校1～4年生も参加した。
 - ・1999年12月に大阪商工会議所の主催で、経済産業省の「起業家教育交流促進事業」の一環で実施し、大成功した。この時は課外活動だったが、大阪では、その後、正規の授業の中で実施されるようになっており、大阪商工会議所のサポートで継続されている。(詳細は、(9)大阪商工会議所「起業家教育交流促進事業」を参照)
 - ・2000年3月に、大阪市からの委託で、大阪市千林商店街で実施した。
 - ・2001年3月に、中小企業庁からの委託で、東京都世田谷区で実施した。尾山台小学校の児童を対象に実施し、校長先生は協力的だったが、尾山台商店街が、場所を提供するだけなら良いが商店街主催のイベントにして事故が起きたら誰が責任を取るなどの課題が出た。
 - ・2001年10～11月に、中小企業庁からの委託で、NPO法人日本起業家教育協会との共催で、福岡の箱崎で実施した。平成14年度版中小企業白書の事例調査の一環として実施したものである。福岡市立箱崎小学校の児童が対象で、箱崎商店街で出店した。箱崎商店街は、人通りの少ない商店街ではあるが、以前から箱崎小学校がポスターを作成するなど連携しており、非常に協力的であった。商品は、半分は(株)シー・イー・エスが仕入れた商品だが、半分は地元でとれる魚・野菜等の生鮮食品であり、その点も特徴的である。(詳細は、(10)NPO法人日本起業家教育協会「セミナー・イベント事業」を参照)

講師

- ・(株)シー・イー・エス 板庇社長ほか講師

使用教材

- ・独自開発教材

<p>教育プログラム実施にかかる事業費 参加費：無料 行政からの委託等で実施することで事業費の一部をまかなっているが、基本的に営利事業としてではなく、非営利事業として実施している。</p>
<p>教育プログラムの効果 子ども達が自らの手で物事を成し遂げられたことに自信を持つようになり、自立心を持つようになる。 自分の行動が結果となって現れることを知り、行動に対する責任感を持つようになる。他のチームが工夫しているところを見て、良い点を真似するようになる。人の良い点を認める心を持つようになる。 始める前はお金を儲けることしか考えていなかった子ども達も、プログラムを終えると人と人との関係を考えるようになり、感謝の気持ちを持つようになる。 お金の価値を理解するようになる。(それまで7,000円のファミコンゲームを平気でおねだりしていたのを、7,000円の価値を知り、むやみに要求しなくなる。)</p>
<p>教育プログラム実施にあたっての課題 スキルとノウハウがあっても、商工会議所などの協力を取り付けたり資金を集めたりなど、一から始めるとあまりに手間がかかりすぎるため、民間企業単独での実施は難しい。 地域の協力が得られるかどうかで成功するかどうかは決まる。商店街が集客のためのイベントと位置づけて積極的に宣伝してくれると成功しやすい。商店街にとってもメリットがあると商店街が考えてくれず、事故が起きたらどうするなどマイナス面ばかり考えるようだと成功しない。 人が来ない商店街が、「キッズ・マーケット」を行うことによって活性化を期待することがあるが、全く客が来ない場合、子ども達の接客の勉強にならない。接客の回数が多ければ多いほど、子ども達の勉強の機会は増える。この点だけは大人の頭で考えて、土・日曜日やイベント時など、人通りの多い場所を上手く選定することが大変重要である。地域によって受け入れ状況がまるで異なっている。大阪は「商人の町」だけあって、親達も子ども達がお金を扱うことに抵抗がなく、子ども達も、事前リサーチでは積極的に質問し、販売活動も教えもしないのに板についている。大阪府知事も、経済産業省出身であるためか理解もあり、すぐに小学校の正規の授業に導入された点は高く評価できる。 子ども達の間「差が出ること」に抵抗感を抱く大人が多いが、子ども自身は意外に明るく受け止めるものであり、普及のためには、この点への理解を広める必要がある。</p>
<p>行政・企業・地域社会による支援の状況 商工会議所や自治体の協力を得て実施している。 商工会議所や商工会は、「地域社会」、「商店街」、「起業家教育」をテーマとした時に、中心の軸となりうる組織であると捉えている。</p>
<p>その他 「キッズ・マーケット」は、民間企業の営利事業として取り組むというより、啓発事業として非営利で取り組んでいる。ノウハウはオープンにしており、これまで行った全ての事業を通じて、現地にプログラム内容・ノウハウを移植している。その結果、商工会議所などを中心に、全国で取り組まれている。 商店街や商工会議所の関わり方をノウハウとして蓄積しており、具体的な条件さえ整えば、異なる場所でもすぐに実現可能なプログラムとなっている。</p>

東北経済産業局

「アントレプレナーシップ教育プログラムの普及に関する東北的モデル検討調査報告書」
(H13年度)

照会先

(株)シー・イー・エス 代表取締役社長 ^{いたびまし} 板庇 ^{あける} 明氏
スクール事業部長 綾森 素子氏

・〒100-0064 東京都千代田区猿樂町 1-2-2 日貿ビル 5 F

・TEL:03-3294-1151 FAX:03-3294-1150

(資料)(株)シー・イー・エスヒアリング

(株)シー・イー・エスホームページ <http://www.ces-inc.co.jp/>、(株)シー・イー・エス資料
中小企業総合事業団創造的中小企業支援部「平成 12 年度ベンチャー関連情報収集・提供・調査事
業 ベンチャー企業事例・起業家教育事例調査報告書」(2001年1月)

「『5歳からの起業家教育』で日本を変える」『日経ベンチャー』2001年7月号(日経BP社)、
「幼児向け『起業家養成塾が登場』お受験よりもベンチャーを目指せ」『実業の日本』2000年7
月号(株)実業之日本社)、「僕も私も『未来の起業家』」『朝日新聞』(2000年4月16日)、
「幼少から起業家精神育む」『日経ビジネス』1999年7月26日号