(9) 大阪商工会議所「起業家教育交流促進事業」

①キッズ・マート

◆教育の対象者
○大阪府内の小学校４～６年生
◆教育の実施者
○1999 年度；大阪商工会議所
○2000 年度～；大阪府内の小学校
◆教育プログラム実施のコーディネーター・主催者
○大阪商工会議所
◆教育プログラムの企画者
○1999 年度；(株)シー・イー・エス、大阪商工会議所
○2000 年度～；大阪商工会議所
◆協力機関
○1999 年度；地元商店街、地元社会福祉協議会等
○2000 年度；大阪府教育委員会、地元市教育委員会、地元市商工労働部、地元商工会議所、地元商店街連合会等
※2000 年度は、大阪商工会議所が大阪府教育委員会に呼びかけ、府下の各教育委員会を通じて関心を示す小学校を推薦してもらい、結果、５校で実施した。
○2001 年度；大阪府教育委員会、大阪市教育委員会、地元市商工労働部、地元商工会議所、地元商店街連合会等
※2001 年度は、大阪商工会議所が大阪府教育委員会、大阪市教育委員会に呼びかけ、関心を示す小学校を推薦してもらい、実施校を決定した。

◆教育プログラム企画の背景・経緯
○大阪商工会議所では、従来より、ビジネスプランのコンテスト等、ベンチャー育成のための支援を行ってきたが、ビジネスプランを持って支援を求めに来る若者が少なく、人を育てるところから関わっていくべきではないか、という問題意識に至った。
○一方、10 年ほど前からあった「大阪企業家ミュージアム」構想が３年ほど前から具体化してきた時に、同ミュージアムの事業として、小学校、中学校、高校、大学それぞれのステージに対応した起業家教育プログラムを人材開発事業として実施することとなった。
○また、1999 年度には、近畿経済産業局で「起業家育成の視点から教育のあり方を考える」検討が行われていたが、同委員会に、大阪商工会議所も出席していた。そこで、(株)シー・イー・エスの板庇社長を知り、大阪商工会議所の人材開発事業の検討の場で講演してもらい、小学生向けのプログラムとして、「キッズ・マート」を実施することを決めた。
※「大阪企業家ミュージアム」（The Entrepreneurial Museum of Challenge and Innovation）は、2001 年１月に竣工した「大阪産業創造館」の地下１階に同年６月開業した。
○2000 年度からは、同年９月大阪府が策定した「大阪産業再生プログラム」に合致する事業として進められている。結果として教育委員会の協力を仰ぎやすくなった。
◆教育プログラムの学習指導要領における位置づけ
○1999 年度はまだ起業家教育に対する理解は得られていなかったため、小学校のカリキュラム外で実施した。
○1999 年度の開催が好評だったため、2000 年度以降は、正規の授業の中で実施されることとなり、小学校の教師が主導する形で継続されている。

○座学は、「総合的な学習の時間」の実験導入校では、同時間の一部を利用して実施し、その他の学校では、社会、国語、算数、図工、家庭科などの授業を割いて実施している。
※例えば、呼び込みの練習を国語の授業の中で行ったり、看板を図工の授業の中で作るなど、学習指導要領に縛られず、各校で工夫し柔軟に取り扱っている。
○状況に対応しながら新しいプログラムを柔軟に授業に取り入れていく姿勢は、今後「総合的な学習の時間」であっても、１年前にスケジュールを立てる必要があるなど、制限はかかってくる中で、非常に重要である。

◆教育プログラムの目標

○関西地域の開業率アップ
○ベンチャーが生まれる経済構造の構築
○新産業の創出、起業の担い手の育成
○地域全体の活性化（大阪の経済的な地盤沈下防止）

◆教育プログラムの目的

○自立心、自主性、問題解決能力、コミュニケーション力などの「生きる力」の育成
○子ども達が商売の仕組みを理解すること
○地域の商店街の活性化

◆教育プログラムの内容

○実施期間・回数・頻度・延べ時間

・1999 年度開始。2001 年度で３回目を迎える。
・1999 年度は土日を利用して、学校のカリキュラム外で実施された。しかし、座学は小学校の教室を借りて行われた。
・2000 年度は、各校とも座学は、２学期の授業で 20～50 時限、出店は 2000 年 12 月～2001 年１月の間の休日１日（２～５時間）に行われた。

○対象者の人数規模・実施場所

・2000 年度の参加者は、大阪地域の公立小学校５校から 452 人である。
・2000 年度の参加小学校と参加人数規模・出店店舗数・出店場所は以下の通りである。５～10 人で模擬会社を設立して出店する。
※枚方市立小倉小学校：５年生２クラス 77 人参加。８店舗。商店街の駐車場（駅から徒歩圏）
※茨木市立茨木小学校：５年生３クラス 106 人参加。18 店舗。商店街のスパーマーケット内及び周辺（駅前）
※池田市立池田小学校：５年生２クラス 58 人が参加。８店舗。商店街（駅前）
※堺市立鳳小学校：６年生４クラス 134 人参加。20 店舗。商店街（駅前）
※松原市立布忍小学校：５年生３クラス 77 人参加。12 店舗。商店街（駅から徒歩圏）
※各クラスとも、クラスの全児童が参加する。
・2001 年度の参加校は 14 校である。そのうち２校（池田市立池田小学校、堺市立鳳小学校）は昨年からの継続参加である。

○プログラムの内容

・会社設立から事業計画立案、商品の仕入れ、販売、広告宣伝、地元商店街で出店、収支計算など一連の出店活動を体験する。
・2000 年度の実施プログラムは以下の通りである。
※事前説明会：2000 年７月大阪商工会議所にて開催。教員 13 名、教育委員会関係者４名が参加。早稲田大学大江建教授、(株)シー・イー・エス板庇社長を講師として迎えた講演の他、出店体験事業の意義や実施上の留意点について説明した。
※事前の教員の企業派遣研修：出店に先立ち、８月に５日間スーパー（２社）で企業研修を受け、仕入れ、販売、商品管理などの実状について理解を深めた。（13 名の教員が参加）
※社会人講師の講演：（１校で実施）商工会議所から目的と商工会議所の役割について、

商店会から商売についての講演を行った。
※出店体験授業：各校によってカリキュラムの順番や時間配分に違いはあるものの、大きく以下の内容で実施されている。
座学（マーケティング、商売の仕組み、価格設定など）→市場調査（価格、値札の付け方を学ぶ）→宣伝（ポスター作成）→商品決定・仕入れ→価格設定→店舗装飾・事前準備→接客練習→販売→精算報告（反省会）
※実施後の意見交換会：2001 年２月に商工会議所内で実施し、教員、教育委員会関係者、商工会会議所関係者が参加。各校での実施内容紹介、今後の課題などを意見交換した。

・商品は、大阪商工会議所が中心となって、会員企業や地域社会から 50～1,000 円程度の商品の寄付を募っている。子ども達は実際の店ではなく、ここから商品を仕入れる。寄付された商品のため、仕入れ値は実際より安く設定しており、また、子ども達が誤って原価割れで販売しても、主催者は赤字になる心配がない。商品は売れ残りの雑貨や小物などが多い。
・1999 年度実施の際に大阪商工会議所が実施した際には、利益の 10%を福祉目的に寄付し、残りは参加した子ども達のお小遣いとしたが、特に苦情はなかった。2000 年度は正式な学校授業として実施したため、子ども達が話し合って、寄付、図書の購入、体験活動費など、利益の使途を決定した。2001 年度も利益の処理方法は各学校に任せている。

○講師
・1999 年度；(株)シー・イー・エス
・2000 年度～；小学校の教師

○使用教材
・1999 年度は(株)シー・イー・エスが作成した起業体験プログラム「キッズ・マート」
・2000 年度以降は、早稲田大学大学院アジア太平洋研究センターが経済産業省起業家精神涵養教材開発普及事業により作成した小学生向教材「ぼくたちわたしたちでお店をひらこう」を事前説明会で教師に配布し、それを参考として、各地域でアレンジしている。特に、教師用の解説書が好評のようである。
※教材をそのまま利用せずにアレンジする主な理由は、学校によって実施時間数や、カリキュラム内で重視する点が異なるため、それぞれの環境や考え方に沿ったプログラム構成となるためである。
※また、「製造」の工程が難しい点も、カリキュラムをそのまま利用しない理由としてあげられている。決められたカリキュラムの中で、製造するには時間が足りないこと、販売に堪えうる付加価値をつけられないことが主な理由である。また、クラスの全児童が参加する正規の授業であるため、製造したい製品の希望が偏ってしまった場合に、児童の間に不公平感が生じると問題になる。かといって、100 人以上の生徒全員が、例えばデジタルカメラによるシール作成をできるようにすることなどは、費用面でできない。

◆教育プログラム実施にかかる事業費
○大阪商工会議所は、出店日の子ども達の保険料を負担している。
※学校行事のため、遠足と同様、学校がかけている保険でカバーされすのかもしれないが、安全のためにかけている。
○一度、商品を寄付で賄えば、設定した商品原価分は主催者に残るので、それを翌年度の原資とすることができる。
○「起業家教育交流促進事業」の一環で実施しているため、教材費と資材費（パネル、消耗品など）の一部については、経済産業省の予算を活用し実施している。しかし、例えばお礼の手みやげ代などについては、その対象外のため、柔軟な対処が要求される。対応は学校によって差がある。（商品は寄付によっているため、計上している商品の原価分は実際は全て利益になるため、原価分を学校の経費にあてている学校もある。利益の１割を全体経費とすると子ども達に説明してそうしている学校もある。）

◆教育プログラムの効果

○開始前は、教育委員会で学校でお金儲けをするのはどうかという意見が寄せられていたが、実施後の子ども達の反応が良く、「自分で商品の説明をして購入してもらえたことが嬉しかった」という意見があり、コミュニケーション力や、生きる力を獲得するためのプログラムとしての価値を教育関係者が理解してくれ、2000 年以降の協力を得ることが出来た。

○子ども達は、具体的な目標を実現する過程で、積極性、創意工夫、チームワークやがんばりを見せた。「将来の夢が一つ増えた」との感想にあるように、子ども達の将来の生き方に少なからず影響与えている。また、自主的、自発的な態度が育ったという感想が寄せられた。

○自由な発想で展開していける点がおもしろい。

○全員が全く初めての経験のため、固定した人間関係や友達に見方にとらわれず、どの子が活躍するか分からない、また、どの子も新しい自分を発見したり、友達の違った面を知ることによる驚きや喜びを味わえる取り組みである。

○また、子ども達は自分たちの活動が地域の様々な人々の暖かい支援や眼差しの中でなされていることを体感した。

○流通の仕組みの理解に役立つことはもちろん、教育現場で求められている子ども達の自主性、コミュニケーション力などを育むことができたなど、教育効果について学校関係者から高い評価を得た。数多くの小学校での実施が検討されている。

○ポスター、のぼり作り（店旗製作）は図工科、仕入れ値の設定や歩合計算（原価計算や利益の計算）は算数科、物流運搬、交通、物作りなどの学習は社会科、家庭科、お客様との対応は国語科など、各教科バランスよくまたがった横断的、総合的な学習へとつながり広がっている。

○利益の利用方法については各校に一任しているが、子ども達は自分たちが「キッズ・マート」によって喜びを味わうと共に、それを寄付など誰かのために役立てることで二重の喜びを味わえているのではないかと思われる。

○地元の商店街では当日の人出が多く、また、子ども達の販売の呼びかけの声が元気よく、とても活気づいた。また、当日店を営業している店主も子ども達の様子を気にして、よく店の表に出ていた。これがまた、さらになじみのお客さんとのコミュニケーションに繋がり商売に繋がった。

○事業をきっかけとして学校の取り組みを地域の回覧板で紹介できるようになるなど、地域が協力して教育に取り組む下地ができた。

○学校側から、他学年の子ども達や保護者にもいい刺激を広め、新しい学力観を考える上でよい経験となった、という感想が寄せられた。

○キッズ・マートのことについて家族に相談することが増え、家庭で学校の話をしない子ども達の、家庭での会話のきっかけとなった。

○中には不登校児が、キッズ・マートでの体験をきっかけにして登校するようになったというケースもあった。

◆教育プログラム実施にあたっての課題

○利益の使途は子ども達が話し合って、全体で決定したが、実施後の意見交換会では、教員から「グループによって利益に差があるにもかかわらず、全体で利益の使途を決定するのは子ども達に説明しにくい。実社会と同様に利益の額によってある程度の差があっても良いのではないか」という意見があった。

○現在、企業や地域社会から寄付された商品を仕入れているため、商品に偏りがあり、必ずしも子ども達が販売したい商品の仕入れができるとは限らないため、動機付けが難しくなりがちである。また、今後継続していく上で、協賛企業や商品提供主に負担がかかり、商品の確保が保証されてはいない。やはり実際に卸売店から仕入れる方がよいのではないかという意見があった。

○企業はきわめて厳しい環境にあり、趣旨は理解してもらえても人手や経費などなかなか手が回らないという声もある。
○教諭のほとんどは、学校社会しか知らないため、事前の企業研修は役立ったが、金銭的な動きまでの理解が十分ではなかった。
○キッズ・マートは地域の商店街の活性化という１つの目的があるが、地域に商店街を抱えていない校区は、商店街との関わりの位置づけ方が難しい。
○地元商店街の評判は概ね良いが、地域によっては子ども達のやかましさなどについて、毎年継続実施となると正直あまりありがたくないのではないか、という考え方がある。
○商品は寄付によってまかなっているが、1 つの商品が多すぎると、商店街の同業の店に影響が出来るため、若干配慮している。例えば、歯ブラシばかりが販売されて地域の家庭内在庫が増えると、雑貨屋や薬局の売り上げがその後しばらく落ちてしまうことになりかねない。
○継続実施に当たって、算数で割合の学習をする時期も取り組みに合わせて考えるなど、学年当初から年間カリキュラムに位置づけておく必要がある。
○広範囲の人に知らせるための宣伝活動の展開を今後考えていく必要がある。
○商店街によっては車が通るところもあり、安全への気配りが必要となった。

◆行政・企業・地域社会による支援の状況

○学校教員を中心に、保護者や町内会、商店街、地元企業、商工会議所、市役所など地域が一体となって、事業実施に取り組んでいる。地域の協力は不可欠である。特に、同じ日に地域の行事（例えば、子ども会の運動会）を入れないなど日程調整は重要である。
○地域の協力体制を構築するために、まず、大阪商工会議所、地元の商工会議所、地元市商工労働部、地元市教育委員会、学校の５者で会議を開き、実施方法を検討する。その後、この５者で町内会、商店街、地元企業などに協力を呼びかける。学校だけだと難しい話も、５者が一緒に訪ねていくと承知してくれることが多い。その地域の核となる機関は、地域によって様々であり、訪問する順序などについては十分な配慮が必要である。ここをうまく実施すれば、地域一体となった協力体制ができる。
○商店街や地元企業から、店舗スペースと商品の提供、当日の店舗設営、交通整理などの協力を得ている。商品は、大阪商工会議所の会員にも寄付を募っているが、できるだけ地域の中で循環する事が理想であり、なるべく地元企業や商店から商品を提供して欲しいと考えている。活動の趣旨を理解し、在庫品を社会に役に立たせる事が出来るという点が、協力の動機となっているようである。
○ある商店街では、実施にあたって資金を拠出してくれた。その資金を元手に大阪市内松屋町の問屋街で商品を仕入れ、販売したが、結果として原価を上回る売上があったので、その資金はそのまま翌年分として残すことが出来た。この金銭の循環の仕組みを維持できれば、地域の中で継続的にこの活動を実施できる。学校に資金をプールする事は難しいため、１年ごとにいったん商店街で資金を回収してもらい、翌年また学校に提供してもらうといった工夫が必要である。
○商店街からは、特にその商店街から仕入れてくれという要望はなかった。子ども達が商店街に足を運び、これまで入りづらかった印象を持っていた店内に入って店員と会話をしてもらうことによって、また訪れるきっかけとしてほしいと考えている。
○これから、参加校をさらに増やしていきたいと考えている。ある学校で成功すれば、それを他の学校が調べて、取り入れ、自然と広がっていく。
○キッズ・マートのようなプログラムは、当初は地域外のノウハウを持った組織が行ったとしても、地域の協力がなければ実施できず根付かない。そのためにも、あくまで、小学校にノウハウを蓄積させていきたいと考えている。今後は、大阪商工会議所が中心となって実施するのではなく、地域が中心となって実施するようになればよいと考えている。同様の事業を実施している他団体も、現在はまず、このようなプログラム

を実施するパイを広げていくことが必要だと考えているのではないか。
◆その他 ○通常の起業家教育交流促進事業では、社会人講師派遣事業、教員の企業派遣研修を実施するが、大阪商工会議所がキッズ・マートを実施しているのは、両事業を成功させるためにも具体的な企業と学校の接点作りが必要なためである。
◆照会先 ○大阪商工会議所　大阪企業家ミュージアム　　勝山　英一郎氏 井上　毅　氏 ・〒541-0053 大阪市中央区本町 1-4-5　大阪産業創造館Ｂ１Ｆ ・TEL:06-4964-7601　FAX:06-6264-6011

(資料)大阪商工会議所ヒアリング
大阪企業家ミュージアムホームページ　http://www.kigyoka.jp/museum/
大阪商工会議所「平成 12 年度経済産業省委託事業　起業家教育交流促進事業調査報告書」（2001 年３月）
『毎日新聞』（2000 年 11 月 12 日大阪朝刊）、「大阪商工会議所「キッズ・マート」事業で小学生に商売体験」『日本商工会議所月刊誌「石垣」』2000 年１月号

②職場体験・社会人講師派遣事業

◆教育の対象者
○大阪府内の中学生
◆教育の実施者
○大阪府内の中学校
◆教育プログラム実施のコーディネーター
○大阪商工会議所
◆教育プログラムの企画者
○大阪商工会議所

◆教育プログラムの目的
○企業活動の実体験や、企業の社会における役割の理解促進

◆教育プログラムの内容
○実施期間・回数・頻度・延べ時間
・2000 年 11 月～2001 年１月にかけて、各校１日ずつ実施
・職場体験は１日程度
○対象者の人数規模・実施場所
・大阪府下の中学校５校、293 人の子ども達を対象に、企業４社で実施。

学校名	企業名	参加生徒数
能勢町立東中学校	日清食品(株)	3年生63人
岸和田市立山滝中学校	コクヨ(株)	2年生62人
阪南市立飯の峯中学校	日清食品(株)	2年生33人
和泉市立南松尾中学校	松下電池工業(株)	2年生44人
貝塚市立貝塚第五中学校	K社	2年生91人

・社会人特別講師による講演は、学校または企業で実施。
○プログラムの内容
・職場体験と社会人特別講師による講演を１セットで実施する。
・職場体験では、具体的な作業の体験は困難なため、現場で働く社員との交流の機会を設けたり、擬似的な作業体験などにより、企業や起業家をより深く理解してもらうようなプログラムを開発実施した。
○講師
・社会人特別講師および職場体験実施先の企業の社員
○使用教材
・各社提供資料

◆教育プログラム実施にかかる事業費
○企業への往復バス代

◆教育プログラムの効果
○授業の中で実際に企業活動に触れる部分は少ないため、学校の事業実施意欲は高く、また、子ども達の関心も高かった。特に、起業家の発明、企業の製品開発、日々の仕事の内容と働く意識などが特に関心が高かった。

◆教育プログラム実施にあたっての課題
○当初、企業での簡単な作業実施を計画していたが、例えば、安全性の問題などで中学生に実施させる作業がない、あるいは、一度に多人数の受入は不可能などの理由により、企業での作業体験は実施が難しいことが分かった。
○中学校で実施する際には、学年単位で実施する場合が多いが、１学年 200 人規模の人

数を一度に受入可能な企業はおそらくない。今回は小規模な学校を対象として１学年30～90 人の実施となったが、今後はクラス別の実施や、関心のある子ども達に限定した実施などの検討が必要である。 ○小学校での企業の工場見学と、高校でのインターンシップの狭間で、中学校での企業活動理解のあり方について、小中高のトータルでの企業活動の位置づけから議論が必要である。
◆照会先 ○大阪商工会議所　大阪企業家ミュージアム　　勝山　英一郎氏 井上　毅　氏 ・〒541-0053 大阪市中央区本町 1-4-5　大阪産業創造館Ｂ１Ｆ ・TEL:06-4964-7601　FAX:06-6264-6011

(資料)大阪商工会議所ヒアリング
大阪企業家ミュージアムホームページ　http://www.kigyoka.jp/museum/
大阪商工会議所「平成 12 年度経済産業省委託事業　起業家教育交流促進事業調査報告書」（2001 年３月）

③インターンシップ

◆教育の対象者 ○大阪府内の高校生 **◆教育の実施者** ○大阪府内の高等学校 **◆教育プログラム実施のコーディネーター** ○大阪商工会議所 **◆教育プログラムの企画者** ○大阪商工会議所
◆教育プログラムの目的 ○企業活動の実体験や、企業が求める知識、能力などについて生徒の理解を深める ○進路指導 ○自ら考え行動する力を身につける動機付けの機会とする
◆教育プログラムの内容 **○実施期間・回数・頻度・延べ時間** ・2000 年度７月～12 月に実施。 ・予め、指導教員の企業研修を３～５日実施。 ・後日、３～５日間高校生のインターンシップを実施。 **○対象者の人数規模・実施場所** ・大阪府下の高等学校７校、21 名の生徒、指導教員７名を対象に、企業６社で実施。 ・各企業には、１社あたり１名～７名の生徒が参加。 **○プログラムの内容** ・予め、指導教員のインターン先企業への理解を深めてもらい、その後、高校生のインターンシップを実施する。 **○講師** ・教師：社会人特別講師および実施先の企業
◆教育プログラム実施にかかる事業費 ○生徒の企業までの交通費
◆教育プログラムの効果 ○実施後のアンケートで、大半の生徒が「有意義であった」と回答している。特に、仕事におけるチームワークの大切さ、接客の難しさ、仕事に対する誇りや自信などのプロ意識、立ち続けての作業の大変さなどが印象的だったようである。 ○事前に書物などで基本的な知識の勉強をする必要性を感じたという生徒もいた。 ○教員研修についても、教員の反応は概ね前向きだった。下見をするだけでなく、教員と企業との相互理解を深めるのに役立っている。 ○教員研修の中で、企業と教員が話し合い、予定していた生徒のインターンシップのスケジュールを大幅に変更したケースもあった。
◆教育プログラム実施にあたっての課題 ○企業の受入準備、応対などの負担は大きく、また、企業活動の変化により高校生が体験できるような作業が少なくなってきていることから、受入企業の確保は厳しくなっている。 ○実施した高校のうち、工業高校、商業高校で実施したインターンシップについては、比較的スムーズに実施できた。これは生徒の学習分野が明確で、受入企業にとっても対応しやすかったためであると思われる。事前授業の中で生徒の目的意識が明確になっていれば、企業もやりがいを持って受入の対応ができ、教育効果も向上すると思われる。教員が受入企業の内容を十分に理解した上で、その知識を元に十分な事前授業

を行うことが必要である。
◆その他 ○「大阪府企業家ミュージアム」の人材開発事業としては、以上の①～③の他、大学生を対象とした「『仕事を考える』セミナー」（入社５～10 年目の若手社員、経営コンサルタント、企業の人事担当者から話を聞く）や、一般を対象とした起業家育成講座「大商ベンチャースクール」（６～３月で計 55 回の講座、受講料 35 万円＋消費税）を開講している。
◆照会先 ○大阪商工会議所　大阪企業家ミュージアム　　勝山　英一郎氏 井上　毅　氏 ・〒541-0053 大阪市中央区本町 1-4-5　大阪産業創造館Ｂ１Ｆ ・TEL:06-4964-7601　FAX:06-6264-6011

(資料)大阪商工会議所ヒアリング
大阪企業家ミュージアムホームページ　http://www.kigyoka.jp/museum/
大阪商工会議所「平成 12 年度経済産業省委託事業　起業家教育交流促進事業調査報告書」（2001 年３月）