



子ども

役に立つ

実社会



体験機会



子どものチカラを、大人が借りる。  
その過程を通じ、子どもが伸びる。

## 実社会での本番体験 事例

2013年12月26日

NPO法人コチカラ・ニッポン  
代表 川島 高之

# 教育の目的とは？

子ども教育の目的 ⇒ 社会人としての**自立**

- ・経済的な**自立** ; 生活できる経済力を持つこと
- ・社会的な**自立** ; 社会の中で役割を持つこと
- ・精神的な**自立** ; 仕事に生きがいを持つこと

言い換えると、職業へのオーナーシップを持つこと

オーナーシップを持っている人  
(=仕事で活躍できる人)は、  
以下の3つを兼ね備えている。



**持続力**

**向上心**

**貢献心**

以下3つを兼ね備えるには、  
子どもの頃に、

好きな事を続けら  
れる環境にいる

**持続力**

得意分野の優先  
が許されている

**向上心**

**貢献心**

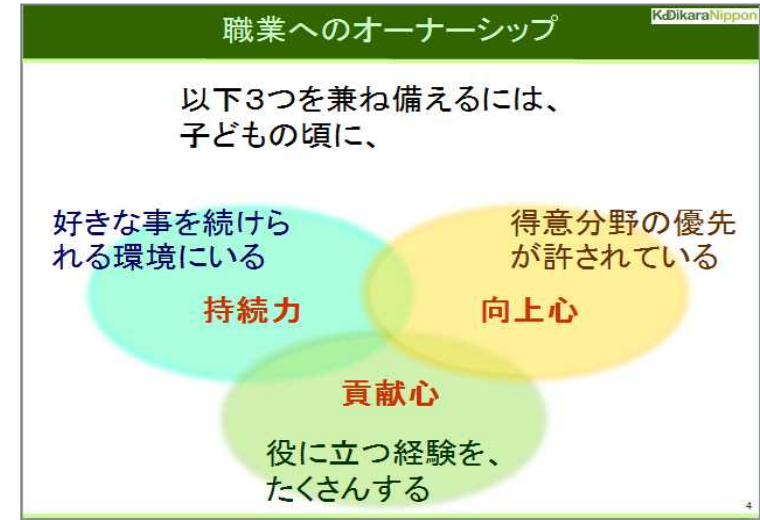
役に立つ経験を、  
たくさんする

## 実社会での本番体験が必要



与えられたプログラムをこなすのではなく、  
大人が作ったステージに乗るのでもなく、  
お客様として迎えられるのでもない。

家庭・地域・企業などの「実社会」で、役に立つという経験  
が、子どもの自立には重要となる。



# 事例

子ども達が作成した  
プレゼンテーション資料  
などを抜粋したものです。



# Go Go Gohan! × HIROTA

コヂカラ  
プロジェクト



千葉県  
市川市だよ！

## 行徳から世界へ！

Powered by  
NPO法人コヂカラ・ニッポン

# Go Go Gohan ! Projectとは

平成24年度市川市立行徳小学校

6年1組の卒業生

(現在中学校1年生)が

小学校在学中(5-6年)から

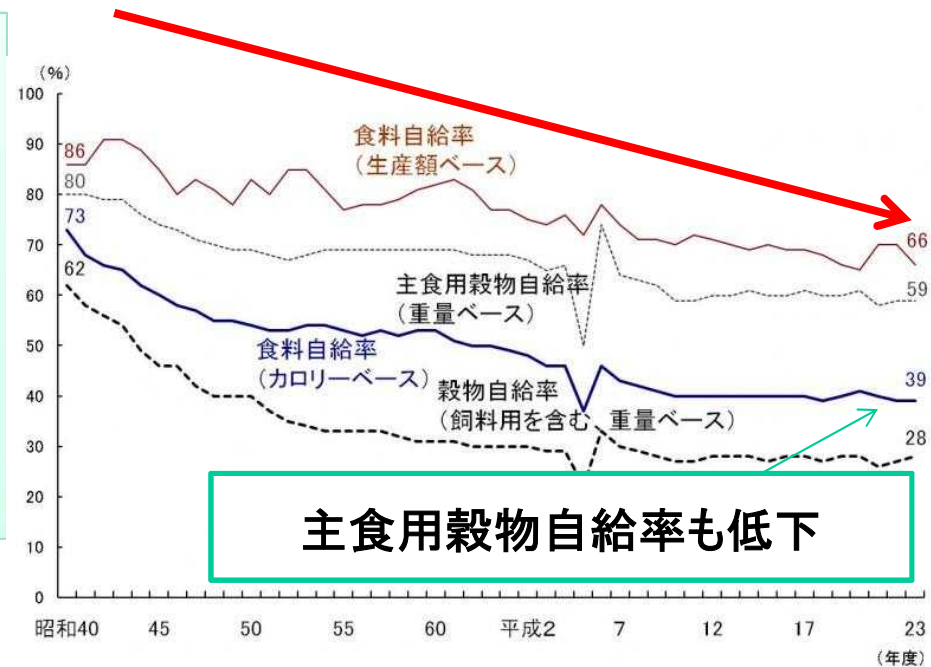
取り組んでいる食のプロジェクト



# プロジェクトの背景

5年生時の社会科  
日本の食糧自給率は  
年々下がっている！

僕達にできることは？



総合的な学習の時間を中心に  
プロジェクトをスタート

# Go Go Gohan! プロジェクト

日本のお米のおいしさを沢山のの人にPR！

ご飯をたべて  
もらう

米粉やご飯  
を料理に

ご飯を好き  
になる

**お米消費量アップ！**



**食糧自給力アップ！！**

# 米作り・野菜作り ご飯がすすむ究極のみそ汁



街頭インタビューをもとに  
レシピを開発。  
『究極の味噌汁』として給食  
のメニューに  
**2回**登場！



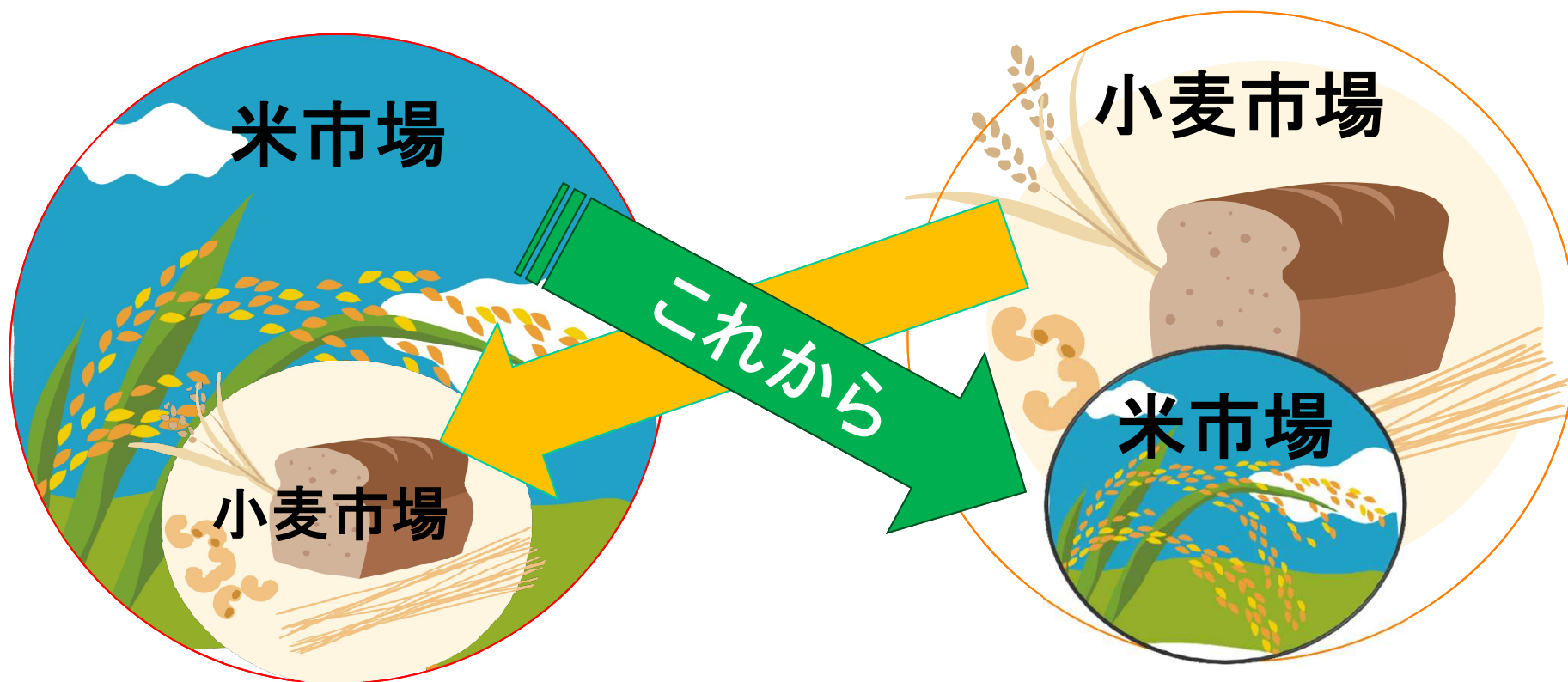
地域の方々が協力し  
てくださって、野菜  
作りにも挑戦！給食  
の残りご飯を使って  
肥料も作りました！

# プロジェクトのポスターや パンフレットを近隣に掲示





# 米の自給率をあげるために できることは？



## 米粉に注目！！！！

国産米粉パンを1人が1ヶ月に3個食べる→自給率が1%アップする！

# 米粉の商品開発のための 試作品作り&売り込み！



売りこみ



# 朝日小学生パティシエ選手権



入賞！！



学校奨励賞

**地域のお店や企業に売り込んだけど  
商品化の夢は実現せず。。。。**

**このまま卒業??**

**ところが、  
ラストチャンスが到来！！**



# お米のシューアイス 「コメミスカラーレ」

## 誕生物語

# HIROTAさんとのコラボが実現！

NPO法人コヂカラ・ニッポンの仲介により  
(株)洋菓子店のヒロタさんとコラボプロジェクトが実現！



プロジェクトメンバーが  
クラスの思いを背負って  
責任重大体当たり  
プレゼンを強行！

# 二年間の集大成で夢を実現！

H25.2.19 行徳小学校にてヒロタ社社長、幹部のみなさんへ  
メンバー全員33名で本気のプレゼン！！！！



全校児童に対する  
アンケートをデータ化  
試食サンプルの準備  
販促戦略の提案





# 開発、戦略会議・・・

H25.3.26

ヒロタ工場見学(子ども31名、大人11名)

H25.4.21

行徳小にて販売戦略会議(子ども&コヂカラ)

H25.4.27

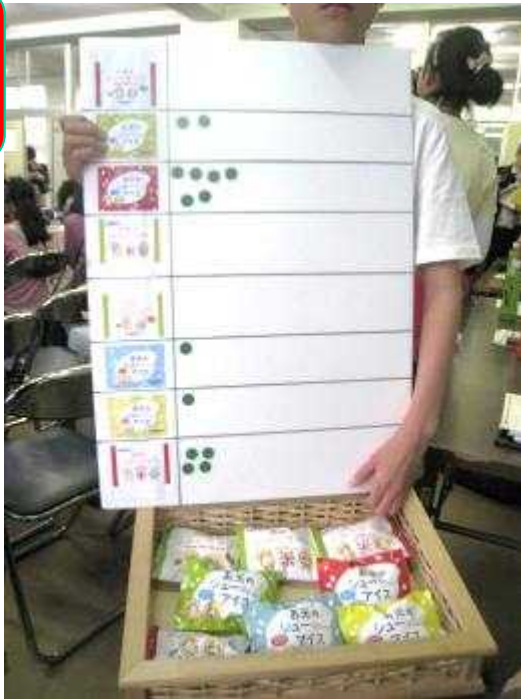
本社にて販売戦略会議(代表3人)



# お米のシューアイス発表会

H25.5.11 行徳小にてHIROTA・コヂカラ合同商品発表会

赤いパッケージに  
決定



お米は  
45粒に  
決定!



アイスに入れるお米の数と  
パッケージデザインを地域の  
人達100人にアンケート調査



# お米のシューアイス コメミスカラーレ 誕生！



# コメミスコラーレとは??

**kome** = 米  
(日本語)

**mescolare** = 混ぜる  
(イタリア語)



# イメージキャラクター

マイ (米)  
ちゃん



シユークン



# コメミスカラーレ PRソング

作詩: Go Go Gohan Project & 西村直人 作曲: 西村直人

おこめのシューアイス コメミスカラーレ  
おこめをまぜたら できちゃった コメミスカラーレ  
まいしゅう たべたい アイスでしゅ (しゅー)  
コメミスカラーレ たべてカラーレ  
食料自給率 アップでしゅ (でしゅー)  
コメミスカラーレ たべてカラーレ (カラーレー)  
おこめのシューアイス  
コメミスカラーレ

# Tシャツ、パネル、録音で準備完了！





# メディアでも沢山紹介されました！



TBSの「ひるおび」でも紹介されたよ！



**「お米アイスで自給率向上を」**

児童が開発した商品、店頭へ

NPQが学校と企業を仲介

地域を支える PA 社会教育 民生 児童福祉 地方自治

「お米のシューアイス」7月発売

子供のアイデア商品化 職業体験にも

「お米のシューアイス」を考案した旧6年1組の児童たち。キャラクターセキヤッチコビ、お米アイスも考案した。

「お米のシューアイス」を考案した旧6年1組の児童たち。キャラクターセキヤッチコビ、お米アイスも考案した。

「お米のシューアイス」を考案した旧6年1組の児童たち。キャラクターセキヤッチコビ、お米アイスも考案した。



# FMで、PR



**お米のシューアイス**

**夏の販売促進PR活動**

# 発売初日！1800個完売！





# 地域のお祭りでは大好評。新橋駅は撃沈。



地域のお店や企業に売り込んだけど  
商品化の夢は実現せず。。。。

このまま卒業??

ところが、  
ラストチャンスが到来！！

商品化が実現しただけでなく、  
地域のお店での販売だけでなく、  
日本全国で、何十万個も売ることができた。  
しかも来年は、海外への輸出も。



# 150人の大人の前で、プレゼンテーション



# 子ども達からの感想

- 目標は、小さく持つより大きく設定することが大切だということが、わかった。
- 大人に意見を言えた！  
聞いてもらえた！
- 世の中、優しい大人ばかりではないとわかった。
- 自分(達)も、やればできるんだ、と思った。

## 保護者からの感想

- 普段ダラダラしている我が子が、こんなにやる気モードになっていた姿に驚いた。
- 子ども達が社会で活躍するのを目の当たりにして、子ども達を見直した。
- 学校や塾では経験できない教育だと痛感した。

# 企業(ヒロタ社)の調査結果

- ・お客様との会話の幅が広がった。
- ・メディアの注目度UP！
- ・新しい客層を開拓(若年層、子ども連れ)。
- ・子どもの斬新なアイデア、純粋な視点、規制概念に捕われない発想力から刺激を受け、これまでにない商品開発、販売促進ができた。
- ・社員のやる気を鼓舞し、「子ども達の夢を叶えよう」というスローガンのもとチーム力が高まった。
- ・社内にメリットあったという回答が91%

## その他の事例

- ・疲弊している商店街を活性化させようと、地元の子ども達「子ども店舗」を運営。
- ・地域の農産品（特産品）を材料にした和食メニューを、地域の子ども達「子ども店舗」が企画、開発、販売。
- ・町の魅力（の場所など）を子ども達が発見し、マッピングし、観光PRとして活用。

全ての事例が、子ども教育と同時に、地域の活性化と、異世代間交流にも大きくプラスとなっている。

- 1 子どもの教育に「大きく」プラスであること  
子ども達は、学校や塾では得られない効果を、  
実社会で役立つことを通じて、得ることが出来る。
- 2 子どもを受け入れた企業や地域にメリットがあること
  - ・プロジェクトの継続性が担保される。
  - ・「大人に役立った」経験が、子どもにプラスとなる。
- 3 社会的意義があること(社会的要請に答えていること)
  - ・多くの人たちから共鳴を得ることが出来る。
  - ・「社会的意義」への貢献が、子どもにプラスとなる。

# 我々の願い

子ども達の声が、意見が、叫びが、  
親に、地域に、学校に、行政に、企業に届くこと。

そして、大人達はそれを、聞き流すのではなく、  
聴き入れること。

すると子どもは、自立の道を歩み、  
家庭、地域、学校、行政、企業などの実社会は、  
発展していくだろう。

コヂカラ・ニッポンの願いです。

子どもの『チカラ』には、可能性の宝石がいっぱい。  
 自分のチカラが大人に役立つと、子どもは成長に『本気』になる。


子どものチカラを大人が借りる。  
 その過程を通じて子どもが伸びる。

子どもと『ふれあう』ことで、職場には活気とアイデアがあふれる。  
 子どもを受け入れた社会は、今までにない『価値』を生み出す。

大人と子どもの共同事業

大人と子どものTwo Way 教育

## 子どものチカラを信じよう！

名称	NPO法人 コチカラ・ニッポン (法人登記: 2012年5月7日)
連絡先	 (住所) 東京都千代田区神田錦町3-21 ちよだプラットフォームスクエア #117c (Tel) 03-5259-8603 (Mail) info@kodikara.org (HP) http://kodikara.org/
代表	川島高之 ; NPOファザーリング・ジャパン 理事、小学校・中学校PTA元会長、総合商社勤務
メンバー (*は理事)	澁谷耕一(監事、リック・ビジネスソリューション(株)代表取締役)、*安藤 哲也(ファザーリング・ジャパン創設者) *八坂 貴宏(office YASAKA代表)、*林田香織(ロジカル・ペアレンティング代表) *中原久子(Office Pleasant代表)、*櫛田 嘉代(みやぎ次世代教育協議会理事) *尾崎 えり子(キッズスポーツクリエイション(株)社長)、西村佳隆(チーフプロデューサー、ティーンズ・ギルド代表) その他、計50名(13年12月現在) + 全国のサポーター
会員	募集中 個人会員; 入会金2,000円、年会費6,000円 / 法人会員; 入会金2,000円、年会費60,000円