



学科ループリック【企画科】



- ・この評価表の全部または一部を、学科内の全ての授業（専門教科）で活用する。普通教科においても、可能な限り活用する。
- ・この評価表は、年度もしくはプロジェクトの開始時と終了時に、必ず生徒へ示し説明する。プロジェクト中に中間評価を行う場合なども、積極的に提示する。
- ・「学科目標」は、学科ループリックの「企画科を卒業すると、何ができるようになるか」と対応している。

評価の観点・項目			到達度	レベル1	レベル2	レベル3	レベル4	レベル5
教科目標	学科目標	評価項目						
1 【関心・意欲・態度】	ビジネスの諸活動に関する諸課題について関心を持ち、その改善・向上を目指して主体的に取り組もうとするとともに、実践的な態度を身に付けている	世界の諸課題に関心を持ち「じぶんごと化」「みんなごと化」できる	世界の諸課題を「じぶんごと化」できる	世界の諸課題に気づいていない	世界の諸課題に気づいている	世界の諸課題に気づき、それを解決することに関心を持っている	世界の諸課題に関心を持ち、その解決を目指して取り組もうとする	世界の諸課題に関心を持ち、その解決を目指して具体的な企画ができる
		世界の諸課題を「みんなごと化」できる	世界の諸課題をビジネスの視点から「みんなごと化」できる	世界の諸課題とビジネスの関わりに気づいていない	世界の諸課題がビジネスの視点から解決できることに気づいている	世界の諸課題をビジネスの視点から解決することに関心を持っている	レベル3に加え、それを周囲の人と共に取り組もうとする	レベル4に加え、それに多くの人を巻き込む仕掛けを考へることができる
2 【思考・判断・表現】	ビジネスの諸活動に関する諸課題の解決を目指して思考を深め、基礎的・基本的な知識と技術を基に、ビジネスの諸活動に携わる者として適切に判断し、表現する創造的な能力を身に付けている	異なる意見や価値観を尊重しながら「誰かのために」考へ、行動できる	異なる意見や価値観を尊重しながら話し合い、協働できる	沈黙や一方的な意見の主張だけで、話し合いができない	話し合いはできているが、異なる意見や価値観を尊重できない	異なる意見や価値観を尊重しながら話し合いができる	レベル3に加え、記録や要約・説明が適切にできる	レベル4に加え、チームで方向性を導き出したり、一定の成果を挙げたりできる
		「誰かのために」考へ、それを表現したり行動したりできる	「誰かのために」考へ、それを表現したり行動したりできる	自分本位の考へ・表現・行動が多い	授業中など、一定の環境で「誰かのために」考へることができる	「誰かのために」考へ、それを文章で表現・説明できる	授業内容をもとに、「誰かのために」考へ、それを文章や企画書等で表現・説明できる	授業内容をもとに、常に「誰かのために」考へ、それを行動に移すことができる

学科ルーブリック【企画科】

評価の観点・項目			到達度	レベル1	レベル2	レベル3	レベル4	レベル5
教科目標	学科目標	評価項目						
3 【技能】	商業の各分野に関する基礎的・基本的な技術を身に付け、ビジネスの諸活動を合理的に計画し、その技術を適切に活用している	「伝わる企画書」を作成し、説得力のある提案やプレゼンテーションができる	授業内容を活用し、「伝わる企画書」やプレゼンテーション資料を作成できる	企画書やプレゼン資料が作れない	フォーマットをもとに企画書やプレゼン資料が作成できる	フォーマットをもとに授業内容を活用した企画書やプレゼン資料を作成できる	授業内容を活用し、自分なりに工夫を加えた企画書やプレゼン資料を作成できる	授業内容を活用し、相手目線のデザインで、分かりやすい企画書やプレゼン資料を作成できる
			授業内容を活用し、説得力のある提案や「伝わるプレゼンテーション」ができる	プレゼンができない（前に出られない、話せない）	原稿（台本）をもとに、プレゼンができる	原稿を見ずに、プレゼンができる	原稿を見ずに授業内容を活用したプレゼンができる	原稿を見ずに授業内容を活用したプレゼンができ、聴衆の心を動かすことができる
4 【知識・理解】	商業の各分野に関する基礎的・基本的な知識を身に付け、ビジネスの意義や役割を理解している	マーケティングやビジネス情報に関する知識を身に付け、それらを適切に活用できる	マーケティング分野に関する知識を身に付け、それらを適切に活用できる	マーケティング分野に関する知識が身に付いていない	マーケティング分野（特に観光ビジネス）に関する知識を5割程度身に付けている	マーケティング分野（特に観光ビジネス）に関する知識を7割程度身に付けている	マーケティング分野（特に観光ビジネス）に関する知識を身に付け、他の3分野の知識が相互に関連することを理解している	マーケティング分野（特に観光ビジネス）を軸に、他の3分野の知識を関連付けて活用できる
			ビジネス情報分野に関する知識を身に付け、それらを適切に活用できる	ビジネス情報分野に関する知識が身に付いていない	ビジネス情報分野に関する知識を5割程度身に付けている	ビジネス情報分野に関する知識を7割程度身に付けている	ビジネス情報分野に関する知識を身に付け、他の3分野の知識が相互に関連することを理解している	ビジネス情報分野を軸に、他の3分野の知識を関連付けて活用できる

企画科

Global Business

動画併用型教材



～世界の未来をつくる～

必要に応じて 他科目と連携



企画力で京都と世界をつなぐ

巻き込む企画づくり

まとめる

プランの提案

知る

実際にはJICAがリアルを知。で
自ら調査へ

客観的視点で
伝える

開発途上国の課題を
ビジネス視点で考える

じぶんごと化は課題を
みんなごと化へ

2年間の取り組みをまとめる

ポトフォリオ作成

みんなごと化プロジェクト

～最も近いところから最も遠いところまで～

実践のための土台

観光学

観光英語

京都の グローバルビジネス

体験型ツアー



ウ 学科による体系的カリキュラムの開発

【起業創造科】

全体構想図に基づき、当事者意識・探究力・論理的思考力・協働力を育てる「創造実習」と、社会起業家を中心とした多様な外部講師から学ぶ「カッコいい大人」の両プロジェクトを行った。

	創造実習	カッコいい大人
1 年次	<p><ビジネス基礎・起業マネジメントほか></p> <p>◆SEASON 1</p> <p>6月 京都伏見の商いリサーチ</p> <p>7月 税について考える</p> <p>8月 地域創生事例学習@島根県雲南市(生徒実行委員)</p>	<p>2月 (株)RE-SOCIAL</p>
2 年次	<p>◆SEASON 2</p> <p>6月 TOKYO STARTUP GATEWAY 2020</p> <p>7月 企業内起業</p> <p>①向島駅前賑わいづくりプロジェクト</p> <p>②ニトリ等と商店会をつなぐプロジェクト</p> <p>③輝く地域社会のために 社内起業プロジェクト</p> <p>9-10月 フィールドワーク・ショートピッチ等</p> <p>11月 最終プレゼンテーション</p> <p>◆SEASON 3</p> <p>11月 京都の中小企業の商いリサーチ</p>	<p>2月 (株)ForNeighbors (株)マザーハウス 京信人材バンク</p>
3 年次	<p><起業マネジメント></p> <p>◆SEASON 4</p> <p>4-6月 分野別学習 I</p> <p>①キャリア創造分野</p> <p>②マネジメント分野</p> <p>7月</p> <p>9-11月 分野別学習 II</p> <p>①キャリア創造分野</p> <p>②マネジメント分野</p> <p>12月 まとめ、ポートフォリオ作成</p> <p>1月</p>	<p><課題研究></p> <p>課題・仮説設定 情報収集</p> <p>中間発表会 整理・分析・検証</p> <p>研究報告書作成</p> <p>最終発表会</p> <p>年間を通じて、 起業マネジメントの各分野や 課題研究の各ゼミで、 多くの外部講師を招聘 (オンラインを含む)</p>

【企画科】

全体構想図に基づき、1年次に「じぶんごと化プロジェクト」、2・3年次に「みんなごと化プロジェクト」を行った。

	じぶんごと化プロジェクト	みんなごと化プロジェクト
1年次	<p><ビジネス基礎ほか></p> <p>12月 アフリカ(サブサハラ)各国の情報収集</p> <p>1月 あしなが育英会よりテーマ発表 「アフリカと向島の人々をつなぐイベント」 企画書作成</p> <p>2月 発表会</p> <p>3月 まとめ</p>	
2年次	<p><企画科生徒実行委員></p> <p>9月 前年度企画の再考 向島まつり準備</p> <p>10月 向島まつり開催 (オンラインクイズ大会実施)</p>	<p><Global Business></p> <p>6月 「40億人のためのビジネスアイデアコンテスト」 開始</p> <p>7月 映画「クロスロード」視聴</p> <p>9月 青年海外協力隊員 講演会</p> <p>11月 「40億人」1分プレゼン → 事業計画書作成</p> <p>1月 「40億人」学校代表決定 → プレゼン資料作成</p> <p>2月 LGBTQ 講演会 「40億人」全国大会</p> <p>3月 まとめ、ポートフォリオ作成</p>
3年次		<p><Global Business></p> <p>4月 担当国決定 情報収集・調査</p> <p>6月 書籍プレゼン 企画書作成 プレゼン資料作成</p> <p>7月 エリア内プレゼン</p> <p>9月 クラス内プレゼン クラス代表決定 企画のみんなごと化</p> <p>10月 世界会議、まとめ</p> <p>11月 ポートフォリオ作成</p> <p>1月</p> <p><課題研究></p> <p>課題・仮説設定</p> <p>情報収集</p> <p>中間発表会</p> <p>整理・分析・検証</p> <p>研究報告書作成</p> <p>最終発表会</p>

エ 地域課題解決型授業の実施（3年間の学びの軌跡）

1年目（令和元年度）の本事業における地域とつながり課題解決型の授業では、高校生が学校と地域とを往復して学びを深めるための機会づくりを目指して授業の設計を行った。地域に出ることで地域の方から真の声を聞くことで、課題をじぶんごと化できるきっかけとなった。地元の商店街に出向く「京都伏見の商いリサーチ」や、地域の廃校跡地利用にかかわる「じぶんごと化プロジェクト」が実施できた。

2年目（令和2年度）では、1年目の実施状況を踏まえ、地域をフィールドとした連携授業を積極的に展開することを目指した。しかし、新型コロナウイルス感染症により4月・5月は休校となった。また、インバウンドにより多くの観光客で賑わっていた観光地から外国人観光客が消滅したことで取り組みの内容の変更が出た。6月の学校再開後も時差登校やフィールドワーク等の制限など学習環境や地域の外部環境が激変したが、コンソーシアム体制の協力により1年目以上に多くの連携授業を実施することができた。

3年目（令和3年度）では、引き続きコロナ感染症の影響があり、9月末まで外部での教育活動などのフィールドワーク等を実施することができなかった。しかし、10月より外部への教育活動の制限が緩和され、今年度より新しく18ゼミ形式でスタートした課題研究の授業でもフィールドワーク等の実施が可能となった。特に、10月に外部で関係者をお招きして本事業の報告会ができたことは大きな成果である。

【起業創造科】

- ① 1年 『京都伏見の商いリサーチ』（令和元年度）
- ② 1年・2年 『“かっこいい大人”から学ぶ講演会』（令和2年度）
- ③ 2年 『京都の中小企業リサーチ（商いリサーチ2）』（令和2年度）
- ④ 2年 『創造実習SEASON2（向島賑わいづくりプロジェクト）』（令和2年度）
- ⑤ 2年 『創造実習SEASON2（企業内起業プロジェクト）』（令和2年度）

【企画科】

- ⑥ 1年 『じぶんごと化プロジェクト』（令和元年度）
- ⑦ 2年 『じぶんごと化プロジェクトⅡ』（令和2年度）
- ⑧ 2年 『みんなごと化プロジェクト』（令和2年度）
- ⑨ 2年 『商品開発』（令和2年度）

【起業創造科・企画科】

- ⑩ 1年 『みんなで創ろう！住みたい街、輝く社会』（令和元年度）
- ⑪⑫ 3年 『課題研究』における地域とつながる探究的な学び（令和3年度）
- ⑬ 3年 『地域との協働による高等学校教育改革推進事業報告会』（令和3年度）

① 1年起業創造科『京都伏見の商いリサーチ』

【連携期間】 令和元年6月

○事前学習①：令和元年6月6日（木）1コマ

○事前学習②：令和元年6月7日（金）1コマ

○体験学習：令和元年6月12日 or 19日（水）5・6限

※半数ずつ実施

○事後学習：令和元年6月13日 or 20日（木）1コマ

【連携目的】 個人商店を訪問し、個人商店のビジネス活動を知り、どのような場面で簿記が必要かを理解する。また、商店街が担うまちづくりについて調査し、個人商店や商店街の役割について学習する。

【科目】 「ビジネス基礎」（2単位）・「簿記」（5単位）

【授業内容】 ○個人商店の商いリサーチ

	授業内容	科目
事前学習① (1時間)	・商店街についての学習 ・ビジネスの俯瞰図をマインドマップで作成する	ビジネス基礎
事前学習② (1時間)	・取り組みの趣旨についての説明 ・当日の流れと諸注意 ・グループ発表 ・「伏見大手筋商店街について・訪問商店について」webリサーチ ・質問事項を考える。	簿記
体験学習 (2時間)	・地元「伏見大手筋商店街」の個人商店をリサーチ	ビジネス基礎 簿記
事後学習 (1時間)	振り返りと自己評価 ・リサーチした個人商店のビジネスの俯瞰図を作成。 ・調べてきたことを発表し、全体で様々なビジネスの様子を共有する。 ・発表された内容を、簿記の取引や記帳と照らし合わせて振り返る。	簿記

○事前学習①

◆ビジネスの俯瞰図をイメージマップで作成する（仕入～売上まで）



イメージマップに
書き込んでいこう！



5分



「売店のパン」を用いて、起業創造科の「創造力トレーニング」を活用し、「イメージマップ」で企業活動を表現するトレーニングを行った。

○事前学習②

事前学習②は、体験学習に向けてのオリエンテーションを行った。初めての校外での体験学習、商店街の方へのインタビューということもあり、様々な人と円滑にコミュニケーションを図れること〔学びに向かう力、人間性等〕に主眼をおいた。

◆オリエンテーション

- フィールドワークについての説明
- グループに分かれて当日に向けての準備
 - ①自己紹介
 - ②『リーダー』と『サブリーダー』と『切符購入担当』を決める
 - ③訪問企業を確認し、地図にお店の場所をマークする
 - ④質問事項を『質問リスト』から決める
 - ⑤質問する人を質問事項ごとに決める
 - ⑥お店の情報をわかる範囲で調べる
(ホームページのない店舗もある。)



◆企業訪問の心構え

1 番大切なこと：元気に明るく爽やかに

2 番目に大切なこと：聞かれて気持ちいいと思ってもらえる態度

3 番目に大切なこと：チームみんなで協力して何か1つは吸収すること

番外：時間を守って迅速に行動すること



◆訪問店舗

No.	店舗名	1グループあたり訪問人数
1	浅野屋	5名
2	吟醸酒房 油長	5名
3	茶寮 油長	5名
4	京極屋	4名
5	ムラカミビジネス便利工房	4名
6	靴の天国屋	4名

◆質問リスト（★は必ず質問すること）

[全般についての質問]

- ★なぜここで商売をしようと思ったのですか？
- ★商店街でお店をする良さは何ですか？
 - ・なぜこの商品を販売しようと思ったのですか？
 - ・なぜこのサービスを提供しようと思ったのですか？
 - ・商売をしていて楽しいことは何ですか？
 - ・商売をしていて大変なことは何ですか？
 - ・お客様はどんな方が多いですか？
- ★商売をするのに大切なことは何ですか？
 - ・どんな事に心がけて商売をされていますか？
- ★これからこの商店街や街はどうなって欲しいと思いますか？

★これからこの商店街や街はどうなって欲しいと思いますか？
 [経営活動についての質問]

- 私たちは簿記を学習しているのですが、どんな取引があるか教えてくださいいただけますか？
- お店をあげている間どんな仕事がありますか？
- 商品の仕入について教えてください。
 (仕入先、仕入商品、取扱商品の種類、1回当たりの数量、代金の支払方法、仕入のペース、配送など)
- たくさんの商品が並んでいますが、商品の管理はどのように行っていますか？
- 商品の売上について教えてください。
 (よく売れている商品や、客層、代金の受取方法)
- どんな人が買いに来ますか？
- 小切手や手形での取引はありますか？あればどんな取引の時に使いますか？
- クレジットカードや電子マネーでの支払いは増えていますか？
- 販売価格はどうやって決めていますか？
- お店をするのにはどんな費用がかかりますか？
- 十分な利益はでていますか？また、十分な利益はどれぐらいですか？
- 利益はどんなことに使っていますか？
- 銀行とはどんな関わりつながりがありますか？
- 店舗は賃貸ですか？
- 人を雇っていますか？何人ぐらい雇っていますか？

★簿記の知識は必要ですか？必要な場合、こういった時に必要か教えてください。
 [キャリアデザインに関する質問]

★私たちが社会に出るために、今、どんな力を身につけておくといいですか？

○体験学習

場所	伏見大手筋商店街（京都市伏見区大手筋通）
スケジュール	班別訪問（見学・説明・インタビューなど） 13:30 通用門 集合 13:56 向島駅（近鉄） 発 13:59 桃山御陵前駅 着 14:15 伏見館 14:20 大手筋商店街についての講話 14:40 G 1：個人商店ヒアリング G 2：商店街フィールドワーク 15:10 G 1：商店街フィールドワーク G 2：個人商店ヒアリング 15:40 伏見館 集合・解散

◆伏見大手筋商店街についての講話

講師：伏見大手筋商店街振興組合 専務理事 奥田 浩二 様

[内容]

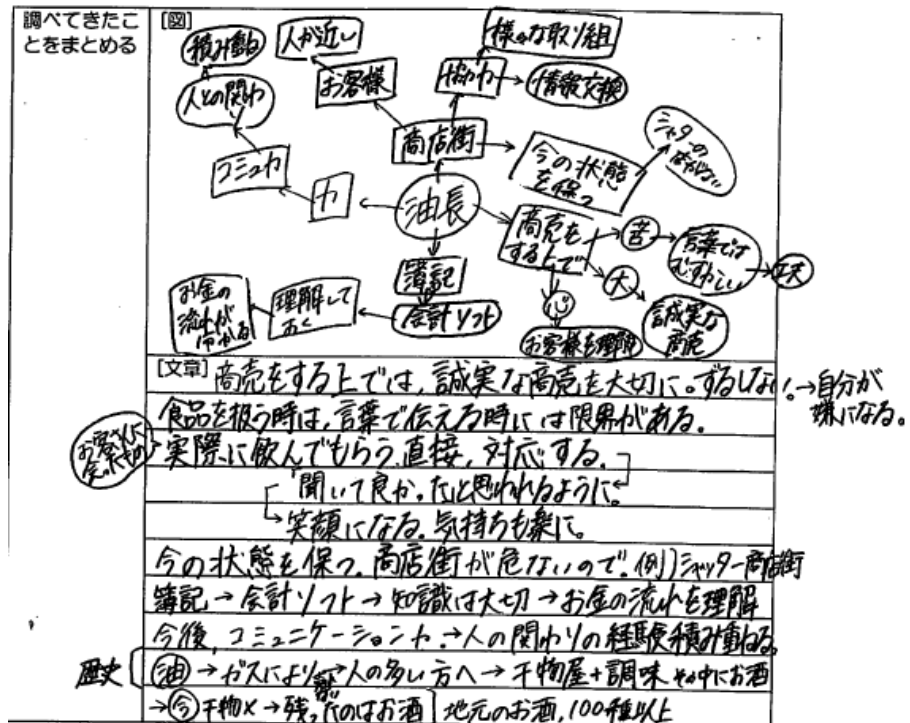
- ・商店街の役割（街づくりとしての）
なぜこの場所に商店街ができたのか、今までの商店街の歴史、果たされてきた役割 など
- ・商店街の現状
- ・商店街の現在の取組、工夫されていること
- ・フィールドワークで高校生に見て欲しい点



○事後学習

- ◆リサーチしてきた企業の俯瞰図作り（イメージマップの手法）及びまとめ

〈訪問店舗：吟醸酒房油長の俯瞰図〉



〈訪問店舗：ムラカミビジネス便利工房（文房具屋・オフィス家具）の俯瞰図〉

調べてきたことをまとめる

【図】

【文章】

一階はお店、二階は事務室、夫婦と母と母の母が2000年頃に入った。
 お店が1階で、一般企業からの注文、通販(楽天)でも売っている。
 現金だけでなく、カードでの支払いも、PayPayもしている。
 商店街の近くで、店主のガレージが50-60年前に文房具屋だった。
 お客さんに一番良いものを届ける。PCでも売っている。
 誠実に良いものを届けてもらえる。送料を少しでも減らす。
 簿記は必要。ふいと損耗がわかって平均にすることが多い。
 利益は店を回すために、人雇ったり、給料、仕事のためのPC、運搬用車、電気代、保険代、家賃などの便、2.1子。

○クラス内発表

各個人がインタビューしてきたことをもとに、訪問店舗の俯瞰図を作成した。その後、文章にまとめさせ、訪問店舗ごとに代表者に発表させた。

【成果・課題】

○自己評価とアンケート

評価項目	4	3	2	1	無回答	合計
(集計数96名)						
積極的に質問ができた	43	49	0	0	4	96
聞く姿勢は良かった	71	18	2	0	5	96
個人商店のビジネスの全体像をイメージすることができた	38	35	18	0	5	96
まとめを自分で作り発表できた	34	33	9	4	16	96

この取り組みを通じて、生徒たちに実際の商売をイメージできたかを自己評価させた（上記4項目）。結果は「個人商店のビジネスの全体像をみることができる」では4点・3点をつけた生徒が全体の76%だった。事後学習の中で、発表の内容を取り上げ簿記の視点で振り返ると、生徒のうなずく姿が見られた。生徒自身が簿記の視点で解説し

た内容が理解できたことに、簿記の知識・技術が身についていることを実感したようだ。しかし、後日行った生徒へのアンケートでは、「商売への理解」「簿記への学習意欲」は高まったと答えた生徒が多くを占めたが、「簿記の取引は考えやすくなったか」という質問に対して、61%の生徒が「変わらない」と回答した。これは、取り組みの改善も必要なところがたくさんあるが、それ以前に、質問の仕方に原因があるのではないかと考えている。生徒がイメージしている簿記の取引とこちらが想定している簿記の取引にズレがあるのではないか。生徒が何を学んだかを問う場合、もっと具体的な発問が必要であろう。例えば、「商品が売れる様子がわかりましたか?」「代金の決済方法はわかりましたか?」「経営するために必要な経費がわかりましたか?」など、このような発問が良かったのではないか。この気づきにおいては、アンケートだけでなく、ルーブリック評価を行うときにも重要であると考え。生徒が、何を問われているのかをイメージできないと正確な評価を行うことができない。今後発問について研究を続けていきたい。

○取り組みの課題・改善

運用上の課題は、「生徒に何を学ばせるのか」をもっと具体的に考えることと、それに向けた体験学習のプログラムの構築だ。特に、店舗選定や質問事項について、多くの課題が見えた。具体的にはこちらが期待していた、「商品の品揃え・販売価格・経費・代金決済・心構え」のうち、経費や代金決済について、簿記の学びにつながるような聞き取りが十分にできなかった。取り組み実施時は、小切手や手形の学習を行っていたが、小切手を使っている個人商店はほぼなく、手形も1店舗のみ使っているという状況であった。代わりに、クレジットカード決済や電子マネーなど、BtoCの代金決済についての聞き取りが多く、BtoBについての代金決済について聞き取りが十分に行えなかった。教科書で扱う取引は、BtoBの取引を主としているため、生徒にはBtoBの取引についてもっと質問をさせるべきであった。また、店舗様への負担が大きいこと。商店街の6店舗にそれぞれ、4回ずつ生徒が訪問し、インタビューに応じていただいた。営業中ということもあり、店舗様の負担も大きかったことが推測される。継続的な学びの提供となるよう協力いただいた店舗様との調整が今後も必要である。

学習上の課題は、このように実際の店舗をリサーチしてきたことを、今後の簿記やビジネス基礎の学習に活かしながら生徒にビジネスの視野を拡げさせることが求められる。

② 1・2年起業創造科『“カッコいい大人”から学ぶ講演会』

【連携期間】 令和3年2月

【連携目的】 今日、事業の経済性のみならず、社会問題の改善を図るために起業する人たちが増えている。コロナ禍で、これまで通りが通用しないだからこそ、その感覚に違和感を持ったり、豊かな創造力が新たな価値を生んだりする可能性を知る。そして、社会的視野を広げ、課題解決のため創造的な思考や行動ができる起業家精神を養う機会とする。

【科目】 「ビジネス基礎」（2単位）
学校設定科目「起業マネジメント」（3単位）

【授業内容】 ○講演及びミニダイアログ
自分らしい働き方や地域とのつながりを知り、価値創造のプロセスを考えさせる。

【外部講師またはフィールドワーク等の連携授業】

○日時と講師：

令和3年2月3日（水）5・6限 2年2組

株式会社ForNeighbors 代表取締役社長 三輪 功祐 様

令和3年2月8日（月）5・6限 2年1組

株式会社マザーハウス 京都三条寺町店 店舗統括責任者 兼古 詩織 様

令和3年2月10日（水）3・4限 2年3組

京都信用金庫 京信人材バンク

共同代表 矢野 凌祐 様 新田 廉 様

令和3年2月18日（木）3限 1年1組

秘密基地こむこむBAR 炭竈 昌人 様

令和3年2月18日（木）6限 1年2組

移動する竹村商店 竹村 知絃 様

令和3年2月19日（金）1限 1年3組

株式会社taliki CCO 一般社団法人Impact Hub Kyoto マネージャー
U35-KYOTOプロジェクトマネージャー 原田 岳 様

【成果】 ○予測困難な時代の中で、「将来こんなことしたい」ということは、自分自身の原体験にもつながっていること、つまり、自分らしく働くために「自己理解」の大切さを知る機会となった。

また、これからの様々な選択を「正解」にできるように「今」の大切さを考え、一步踏み出す機会となった。

○3学期ということで、じぶんの未来を考える機会には良い時期であった。

○講演とダイアログを組み合わせることで、一方通行にならないものにできた。

< 2年生の声 >

○選択した後の方が大切で、後からその選択を正解にすることができるという言葉にとっても納得できた。

○まず“自分が”こうなりたいのではなくて“社会”をこうしたいという信念を持たれていたのが、そこが普通の人と違うなと思った。

○企業内起業をすることは、難しいこと、自分にはできないという考えがあったが、自分の意志を貫き通すことが起業につながっていると思った。

< 1年生の声 >

○人生で起こる様々な失敗から本質を学び、何が必要かなどを考える大切さを学んだ。

○「私の考えるカッコいい大人はこの人だな」と思った。しっかりとした目的があり、人々のために働けるところがすごいと思った。

○人とのつながりやコミュニケーションをとることは、新しい発見や考えができるな良いことがたくさんあることに気づいた。

【課題】 ○アクティブな講演時の聴き方や質疑応答時の対話の広げ方を工夫する事前学習を丁寧に行いたい。

○クラス別に講師の方が異なることから、他クラス間の共有の仕方を考えたい。

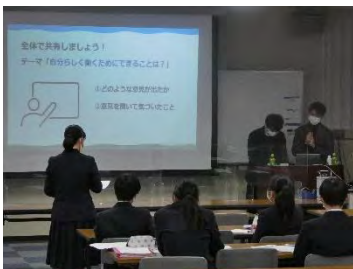
【次年度に向けて】 ○今回の出会いを、それぞれの学年で探究活動やキャリアにつながるアプローチをしていきたい。



(2年1組)



(2年2組)



(2年3組)



(1年1組)



(1年2組)



(1年3組)

③ 2年起業創造科『京都の中小企業リサーチ（商いリサーチ2）』

- 【連携期間】 令和2年11月2日（月）・4日（水）・18日（水）
- 【連携目的】 ○製造業（他業種も含む）のビジネスについて知る。
○企業と地域との関わりを知る。
○企業の意義や役割、課題を知る。
- 【科目】 学校設定科目「起業マネジメント」（3単位）
- 【授業内容】 ○経営者の方へのインタビュー
○社屋・施設見学
- 【外部講師またはフィールドワーク等の連携授業】
- 日時：令和2年11月2日・4日・18日
- 目的：実際のビジネスを経営者から直接知る
- 講師または外部連携先：
株式会社レ・コネクション、株式会社プロミネンス、
株式会社サン食品、株式会社山海木工
岩本印刷株式会社、株式会社常盤、有限会社鹿間工業
株式会社マキノデンキ、株式会社システムクリエイト
- 【成果】 ○経営者から中小企業ならではの経営について詳しく聞くことができた。
○経営者に直接質問することで、質問力を向上させることができた。
○中小企業が地域にどう貢献しているかを知ることができた。
○経営者から本校を含め高校生へ期待することを聞くことができ、高校生活の過ごし方や進路に向けて様々な気づきを持つことができた。
- 【課題】 ○訪問企業様の決定に時間がかかり、生徒に十分企業研究を行う時間が持てなかった。
○商いリサーチのまとめが文章で個々に振り返らせるにとどまった。
○ご協力いただいた企業様へ取組の成果を報告する機会が持てなかった。
- 【次年度に向けて】 ○今年度はコロナ禍により、生徒の訪問が中々見通せない状況ではあったが、次年度はもう少し企業様との調整を早めに行いたい。
○インタビュー報告から、まとめを個々に行うだけでなく、来年度は経営者にインタビューした内容を新聞にするなど、まとめ学習の充実を図りたい。また、その新聞を企業様にお渡しするなど、ご協力いただいた企業様にフィードバックできる仕組みにし、継続的に本校の「商いリサーチ」にご協力をいただける体制を作りたい。
○訪問する企業様の立地が交通機関のアクセスの良い所ばかりではなく、駅から離れた場所もあった。今年度はタクシーを利用することができたが、次年度以降、生徒の移動手段も検討課題である。



④ 2年起業創造科『創造実習SEASON2（向島賑わいづくりプロジェクト）』

【連携期間】 令和2年7月～11月

【連携目的】 起業創造科の学びのフィールドは教室だけではなく、ソトに飛び出し、地域の企業や地域社会で活躍されている方と未来について考える取り組みを行ってきた。1年次には、伏見大手筋商店街における商いリサーチや地域金融機関でのダイアログ等を経験している。その中で、創造実習（SEASON2）において、地域の未来を創るのは“じぶん”であることを理解し、起業家精神を伸ばさせるとともに、チームでの実習を通してマネジメント力向上の機会とする。

【科目】 学校設定科目「起業マネジメント」（3単位）

【授業内容】 「京都の未来のために起業創造せよ」

～向島駅前賑わいづくり及びニトリ等と商店会をつなぐ～

○事前学習（ミッション理解）

- ・賑わいとは？ ・公共空間の利活用 ・街づくりと小売業
- ・地域経済分析システム（RESASについて） ・90秒プレゼン

○キックオフ講義 ○フィールドワーク

○ショートピッチ（中間報告プレゼン）

○ブラッシュアップ ○ファイナルピッチ（最終報告プレゼン）

【外部講師またはフィールドワーク等の連携授業】

○日時及び講師：

・キックオフ講義

令和2年7月20日（月）5・6限 2年1組

株式会社地域計画建築研究所（アルパック） 戸田 幸典 様

株式会社中嶋農園 中嶋 直己 様

令和2年7月22日（水）5・6限 2年2組

株式会社地域計画建築研究所（アルパック） 戸田 幸典 様

株式会社健幸プラス 代表取締役 大濱 育恵 様

・フィールドワーク

令和2年9月28日（月）5・6限 2年1組@向島駅前周辺

令和2年9月30日（水）5・6限 2年2組

令和2年10月1日（木）5限 @向島ニュータウン商店会フィールドワーク

・ショートピッチ（中間報告プレゼン）

令和2年10月19日（月）5・6限 2年1組

令和2年10月28日（水）5・6限 2年2組

地域協働学習実施支援員 三木 俊和 様

・ファイナルピッチ（最終報告プレゼン）

令和2年11月11日（水）5・6限 2年2組

令和2年11月16日（月）5・6限 2年1組

キックオフ講義における外部講師ほか地元の方

【成果と課題】

○本プロジェクトで育成する力として、

1 当事者意識 2 協働力 3 探究力 4 論理的思考力の4項目について調査をした。

○回答は、次の「」内の5つから選択する形式で行った。

○3つに分け集計した。

- ・肯定的回答：「そう思う」「どちらかといえばそう思う」
- ・中間的回答：「どちらともいえない」
- ・否定的回答：「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」

項目	はい	どちらともいえない	いいえ
1 当事者意識	44.4%	48.1%	7.4%
2 協働力	70.4%	20.4%	9.3%
3 探究力	53.7%	44.4%	1.9%
4 論理的思考力	31.5%	59.3%	9.3%

<考察>

- ・協働力について、「はい」が71.2%と最も高い割合を示し、チームで協働することを意識しながら実施できたのは大きな成果である。
- ・一方で、論理的思考力の「はい」が30.8%と半数を切っており今後の課題ともいえる。
- ・当事者意識や探究力についても、さらに伸ばせたと考えられる。

<生徒記述式振り返り> 上：2年1組 下：2年2組

○今回、「向島駅前に賑わいを生む」という目的のため、各クラスが様々なアイデアを生み出し、最終プレゼンで活動しました。シリアルな感想としては、純粋に楽しかったです。今年1度実行委員会でアイデアを出したりというのはありましたか？クラス内イチャムとして活動するのは新鮮で、発見や成果、課題が「多く見つかりました。成長できたことは、自分人だけで作業を進めず、チームの仲間の能力を互いに仕事(役割)を分割したり、積極的な意見交流の場を持つことで、チームとしての意識が今よりも大きく変わったことです。自分人では思いつかなかったアイデアが出てきた時(チーム内)、凄くワクワクして、モチベーションも上がりました。見直し点については、やはり情報を客観的に整理、分析することです。今よりも客観視できる術を学ぶ、多方向から情報を見ることで、新しいアイデアを生み出したという事です。

この学習により、自分が頭を使って頑張った。パワーポイントもどうすれば見やすく相手に伝わるのか、何と言えば伝わるのか、たくさん考えました。最初、考えていた案とは、フェルトワークに行ってみると違ってしまうものが出来ました。実際に、その場に行くと見ることで「大切なんだ」と感じました。課題としては、何でもかんでも自分でやる所がある、役割が振り分けられてはいたものの、同じを見て、判断出来るようにしてほしい。あと、プレゼン、話術が下手くそなので、どうしたら一番伝えたい事が上手く伝えられるか、上手い人の話し方も見て自分に吸収してきたい!!

【次年度に向けて】 ○ファイナルピッチ等で、具現化の可能性についても講師の方からフィードバックをいただいた。来年度はビジネス化を目指したい。



⑤ 2年起業創造科『創造実習SEASON2（企業内起業プロジェクト）』

【連携期間】 令和2年7月～11月

【連携目的】 起業創造科の学びのフィールドは教室だけではなく、ソトに飛び出し、地域の企業や地域社会で活躍されている方と未来について考える取り組みを行ってきた。1年次には、伏見大手筋商店街における商いリサーチや地域金融機関でのダイアログ等を経験している。その中で、創造実習（SEASON2）において、地域の未来を創るのは“じぶん”であることを理解し、起業家精神を伸ばさせるとともに、チームでの実習を通してマネジメント力向上の機会とする。

【科目】 学校設定科目「起業マネジメント」（3単位）

【授業内容】 「京都の未来のために起業創造せよ」
～輝く地域社会のために新規事業部門（社内起業）の設立～
○事前学習（ミッション理解）
・企業内起業とは？ ・90秒プレゼン ・地域課題って何か？
○心構えワーク ○キックオフ講義
○ショートピッチ（中間報告プレゼン）
○ブラッシュアップ ○ファイナルピッチ（最終報告プレゼン）

【外部講師またはフィールドワーク等の連携授業】

- 日時及び講師：
 - ・心構えワーク
令和2年8月26日（水）3・4限
カリキュラム開発等専門家 行元 沙弥 様
※キックオフ講義、ショートピッチ、ファイナルピッチにも出席いただく
 - ・地域課題って何？
令和2年8月27日（木）7限
地域協働学習実施支援員 三木 俊和 様
 - ・キックオフ講義
令和2年9月9日（水）3・4限
西村証券株式会社 総務部 石川 岳司 様
株式会社イシダ 管理本部 総務人事部 人事課 吉川 董子 様
 - ・ショートピッチ（中間報告プレゼン）
令和2年9月30日（水）5・6限
株式会社メディケアリードジャパン 人事担当 横町 美沙 様
株式会社夢びと 代表 中田 俊 様
特定非営利活動法人グローバル人材開発センター 木下 京介 様
 - ・ファイナルピッチ（最終報告プレゼン）
西村証券株式会社 取締役社長 西村 永良 様
株式会社イシダ 管理本部 総務人事部 人事課 吉川 董子 様

【成果と課題】 ○本プロジェクトで育成する力として、
1 当事者意識 2 協働力 3 探究力 4 論理的思考力の4項目について調査をした。
○回答は、「」内の5つから選択する形式で行い、3つに分け集計。
・肯定的回答：「そう思う」「どちらかといえばそう思う」
・中間的回答：「どちらともいえない」
・否定的回答：「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」

項目	はい	どちらともいえない	いいえ
1 当事者意識	65.6%	28.1%	6.3%
2 協働力	78.1%	15.6%	6.3%
3 探究力	59.4%	31.3%	9.4%
4 論理的思考力	46.9%	43.8%	9.4%

<考察>

- ・同調査は、向島プロジェクトでも行っているが、本プロジェクトの方が「はい」の数値が高いことがいえる。
- ・随所でカリキュラム開発等専門家行元様からアドバイスをいただき、授業を作っていたことが寄与している。

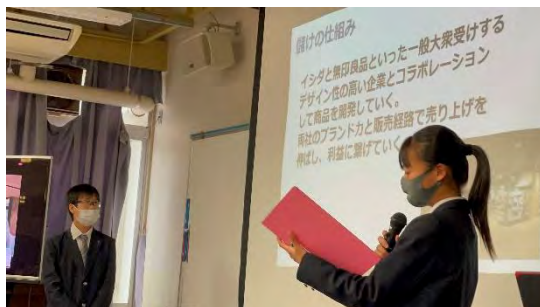
<生徒記述式振り返り> 上：西村証券チーム 下：インダチーム

0から何も無い状態からイメージ膨ませ、そのイメージを具体的なものにするために「西村証券の経営資源、何が使えるか、過剰にどの企画をしていったか、等と企業のリサーチをしたり、考えたプランで誰がどのくらい利益をするのか、不十分な箇所はどこか」と毎回授業終わりに振り返って次はこうしよう、と更に企業に認めてもらえそうなところのために改善していって、自分の中でできなくなったのは全部できた。グループワークは苦手だったので自分だけの意見はいいけどグループみんなの色々な意見を聞き、どちらの方が成功しそうか試行錯誤しながら作成したこと、個人で考えたプランより何倍も素敵なプランが出来たから達成感があった。でもグループのまとまりがなかったこと、最初はずかしくて今後は新しいグループが誕生して、初めてお金のやり取りも積極的にしていきたいと思う。もう一回頑張りたいけど、確実にやっていたらいい。

去年までは、自分の思ったことを他人に言うことができなかったし、相手の意見を聞くということもできませんでした。でも、今年は自分の中で1歩踏み出して、自分が思ったアイデアなどを伝えたり、思ったことを言葉にして伝えることが成長できたと思いました。また、1回グループで何をしたらいいのかなど壁にぶつかった時もあるけど、色々話し合って乗り越えることができたことで、自分は成長できたと感じました。でも、まだリーダーに頼ってばかりで、リーダーに何をすればいいのか、や、ここをどうすればいいのかなど、頼りすぎていて、自分で考えて行動するということがあまりできていませんでした。なので、次、またグループ活動があれば、リーダーに頼るのではなく、自分から行動できるようにしたいです。

【次年度に向けて】

- 来年度はより社会的課題、ターゲット設定等の調べ学習や深掘りなどの取り組みを通して4つの力について伸ばしていきたい。



⑥ 1年企画科『じぶんごと化プロジェクト』

【連携期間】 令和元年12月～令和2年2月

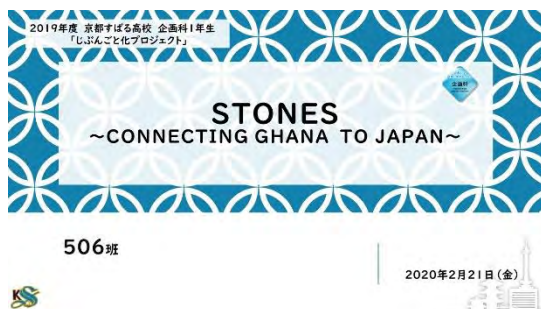
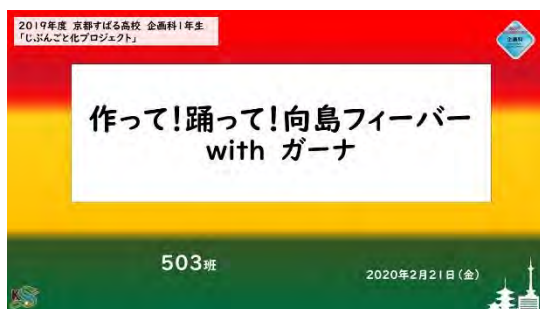
【連携目的】 ○「じぶんごと化」の実現

- ・これまで他人ごとだった事柄を「じぶんごと」としてとらえることで、視野を広げ、社会課題に対する当事者意識を持たせる。
- ・地域・班員・あしなが育英会職員など、多様な関係者と協働して成果を出す楽しさと難しさを知る。
- ・「調べる→考える→伝える」という企画の一連の流れを実践する。

【科目】 「ビジネス基礎」（2単位）・「マーケティング」（2単位）
「情報処理」（3単位）

【授業内容】 2021年秋、向島二の丸小学校跡地に「あしなが志塾（こころざしじゅく）」が開校予定である。あしなが育英会は親を亡くした子どもを支援する団体で、志塾では、アフリカ各国と日本のあしなが奨学生が、大学進学を目指して寮生活を送ることになっている。今回、あしなが育英会と京都市総合企画局、伏見区の協力を得て、「10月の向島まつりに向けて、アフリカと向島地域の人々をつなぐイベントブース（予算30,000円以内）を企画する」という課題に取り組んだ。

時期	授業内容
12月	プロジェクトについての説明 新聞記事やアフリカ諸国について調べる（冬休み課題）
1月	あしなが育英会による講演・課題の提示 情報収集、企画
2月	企画書作成、プレゼン資料作成 クラス内プレゼンテーション 最終プレゼンテーション（審査員：あしなが育英会職員）





603班

2020年2月21日(金)

2019年度 京都すばる高校 企画科1年生 「じぶんごと化プロジェクト」

「和」っ!!「輪」っ!!

604班

2020年2月21日(金)

【外部講師連携授業】

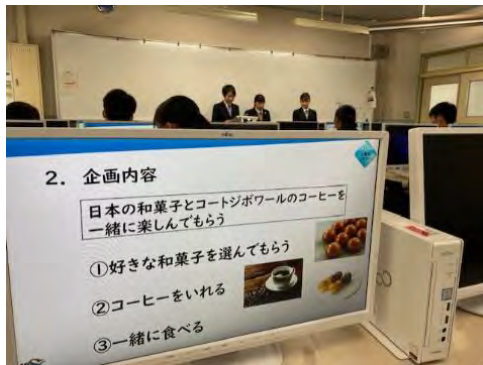
- 日 時：令和2年1月17日（金）3限 視聴覚教室
- 目 的：講演会・課題の提示
- 講 師：あしなが育英会 事務局次長 花岡 洋行 様
あしなが育英会 職員 ヴィアレ・ルターヤ 様
あしなが奨学生 小笹 愛 様（本校卒業生）
- 日 時：令和2年2月21日（金）3限 視聴覚教室
- 目 的：プレゼンテーション（企画発表会）
- 審査員：あしなが育英会 理事 会長室長 工藤 長彦 様
あしなが育英会 京都志塾建築推進委員 原子 壮太 様
あしなが育英会 職員 ヴィアレ・ルターヤ 様
あしなが奨学生 小笹 愛 様（本校卒業生）
京都市伏見区役所 地域力推進室 企画課長 川本 一範 様
京都文教大学 総合社会学部 教授 杉本 星子 様
向島まちづくりビジョン推進会議 事務局 戸田 幸典 様
本校地域協働学習実施支援員 三木 俊和 様

【成 果】

- ・生徒の振り返りアンケートより「このプロジェクトを通して、様々な社会問題や世の中で起きていること（特にサブサハラ諸国や向島地域）に対して、当事者意識を持って「じぶんごと」としてとらえることができるようになった」
 - 「そう思う」「どちらかと言うとそう思う」：97%
 - ・生徒の振り返りアンケートより「グループで課題に対する企画を考え、提案する授業が面白いと感じた」
 - 「そう思う」「どちらかと言うとそう思う」：95%
 - そのほか、このプロジェクトは「ビジネス基礎」「マーケティング」「情報処理」の科目間連携で実施したため、計8人の教員がこのプロジェクトに関わることとなった。教員にとっても「協働」の楽しさと難しさを実感する取り組みとなった。
 - ・生徒の振り返りアンケートより「このプロジェクトを通して、企画の流れ（ターゲット・ベネフィットなどの大切さ、資料作成の手順など）を学んだ」
 - 「そう思う」「どちらかと言うとそう思う」：100%
- なお、最終の企画発表会の様子は2月22日付の京都新聞朝刊にも掲載された。

- 【課題】
- ・他教材との関係で準備期間が短く、情報収集の時間や、企画やプレゼンをブラッシュアップする時間が少なかった
 - ・発表の評価基準を生徒に示したのが、企画発表会前であった（本来ならプロジェクト開始時に提示すべきだった）

【次年度に向けて】 あしなが育英会の理事様をはじめ、審査員の方々から「ぜひ企画を進化させて、実現させてほしい」という声をいただいた。企画の実現とその検証による教育効果も高いと考えられるため、次年度以降も外部の各機関・団体と連携を取りながら、取り組みを継続していく予定である。



アフリカの人と 地域 どう交流？

京都すばる高、考える授業

お祭りで、アフリカの人と地域住民が交流できるブースを出すなら？ そんなテーマに沿った企画の発表会が21日、京都市伏見区の京都すばる高であった。アフリカの奨学生向け教育施設を同区で整備する予定の「あしなが育英会」(東京都)との連携授業で、生徒たちは食や音楽など多彩な切り口でアイデアを披露した。

地域住民とアフリカの奨学生をつなげる企画を説明する生徒たち(京都市伏見区・京都すばる高)



育英会はアフリカ遺児の大学進学を支援するため、同区に向島二の丸小跡地で、49カ国の留学生らが学

「ポテト菓子の食べ比べ」 「ケニア文化かるた大会」

授業は、生徒がアフリカについて自分のこととして考える目的で実施。企画料1年の100人が班に分かれ、同小周辺で行われる秋祭りで交流ブースを出すとの想定で、対象者や効果、予算を含めて企画書を練り上げた。

この日はクラス予選を勝ち抜いた計6班が登場。ガーナの音楽に合わせたダンスやナイジェリアに関するクイズ、日本とウガンダのスイートポテトの食べ比べなどのプランを説明した。ケニアと日本の文化を学べるかるた大会を提案した班は「文化だけでなく、人と人のコミュニケーションもとれるよう私たちが努力したい」と訴えた。

育英会の工藤長彦理事は「皆さんのみずみずしいアイデアを生かしたい。アフリカから来る多くの学生とともに歩み、未来をつくってほしい」と呼び掛けた。

(堤冬樹)

⑦ 2年企画科『じぶんごと化プロジェクトⅡ』

【連携期間】 令和2年4月～令和2年11月

【連携目的】 ○前年度に実施した「じぶんごと化プロジェクト」の実践（具現化）
○生徒実行委員の企画力の向上

【科目】 学校設定科目「グローバルビジネス」（2単位）
企画科生徒実行委員（課外活動）

【授業内容】 企画科の2年生は、前年度にあしなが育英会や京都市と連携して「じぶんごと化プロジェクト」を実施した。（詳細は今年度1年生の同プロジェクト報告を参照）

今年度は生徒実行委員（有志による課外活動）がプロジェクトの最優秀企画を引き継ぎ、秋の「向島まつり」で実践する予定だったが、年度当初の休校に続き、向島まつりも規模や開催形態を再検討することになり、企画内容の変更を余儀なくされた。

不安定な状況の中で、生徒実行委員はあしなが育英会職員（アフリカ出身者を含む）とリモート会議を重ね、企画を練り直した。新たな企画は、「アフリカ人留学生とすばる生によるオンラインクイズ大会」とした。

10月25日（日）、アフリカ各国の留学生（あしなが奨学生）3名が来校し、本校生とリモート（別教室）でクイズ大会を行った。この様子は向島まつりの会場にZoom中継され、地域の方々もお互いの国を紹介するクイズを楽しんだ。

【外部講師またはフィールドワーク等の連携授業】

○日時：10月25日（日）10:00～17:00

ほか、事前打ち合わせをリモートで数回実施

○講師または外部連携先：

・あしなが育英会 原子 壮太 様、花岡 洋行 様、徳松 愛 様、
ヴィアレ・ルターヤ 様

・あしなが奨学生 アブドゥライ・ラティーフさん（ガーナ）、
ナクブルワ・エディターさん（ウガンダ）、
イベグワム・チゲメズさん（ナイジェリア）

※サポート役として小笹 愛さんも参加

・向島まつり実行委員会（地域）の方々

【成果】 ○1年次の企画を2年次に練り直して実践するという、年度をまたいだ長期的な取り組みができたこと。

○「コロナだから中止」ではなく、この状況だからこそできることを柔軟に考え、実行できたこと。

○当日、1年生の生徒実行委員も数人見学で参加したところ、アフリカの国々への関心が高まり、その後1年生で実施した「じぶんごと化プロジェクト」に主体的に関わるようになったこと。

<生徒の声>

○留学生の3人がとても明るく、日本語も上手で驚いた。母国の良いところをたくさん教えてくれたので、いつか必ず行きたい。

○1年生のときから続けてきたプロジェクトだったので、すごく達成感があった。当初の企画とはかなり違うものになったけど、変わっていくことも含めて、楽しめた。

<連携先（あしなが育英会）の声>

○まつりの会場（中継場所）がとても盛り上がっていた。向島の地域住民の認知度も上がり、新しいつながりが生まれるきっかけになった。これからも一緒に様々な取り組みを進めたい。

【課題】

○リモート（オンライン）イベントの環境整備

PCや通信（Wi-Fi）、カメラやマイクなど、オンラインイベントならではのハード面に加え、それを扱える人材（教員または外部スタッフ）の育成・確保というソフト面の環境整備が急務である。せっかく良い内容であっても、画面が見にくかったり音声途切れたりしては魅力が半減する。慣れれば難しいことではないし、今後の外部連携はリモートとリアルハイブリッド型になることは必至なので、ソフト・ハード両面の環境整備を急ぎたい。

【次年度に向けて】

1つ下の学年で実施した「じぶんごと化プロジェクト」も、今年度と同様に実践（具現化）に向けて動いていく。



⑧ 2年企画科『みんなごと化プロジェクト』

- 【連携期間】 令和2年4月～令和3年1月
- 【連携目的】 「じぶんごと」になった社会課題について、周囲と協働しながら解決に向けて行動できる力を育成する（＝「みんなごと化」）
- 【科目】 学校設定科目「グローバルビジネス」（3単位）
- 【授業内容】 開発途上国の社会課題を題材に、以下の3つの取り組みを行った。
- ①「40億人のためのビジネスアイデアコンテスト」応募
（主催：アイ・シー・ネット株式会社）
 - ②青年海外協力隊員による講演会の実施
（協力：JICA関西・JOCA大阪）
 - ③「JICA国際協力中学生・高校生エッセイコンテスト」応募
（主催：JICA）
- 【外部講師またはフィールドワーク等の連携授業】
- ①「40億人のためのビジネスアイデアコンテスト」
 - 日時：6月・9月・10月・11月（計4回、クラスにより日時は異なる）
 - 目的：講義、ワークショップ、プレゼンテーション等
 - 講師または外部連携先：
アイ・シー・ネット株式会社 山中 裕太 様
 - ②青年海外協力隊員による講演会
 - 日時：9月7日（月）・8日（火）
 - 目的：途上国の社会課題と、その解決に向けた取り組みを知る
 - 講師または外部連携先：
中井 悠野 様（ガボン派遣・助産師）
佐藤 省吾 様（ボツワナ派遣・コンピュータ技術）
荒井 孝雄 様（ドミニカ共和国・コミュニティ開発）
- 【成果】 ①「40億人のためのビジネスアイデアコンテスト」
開発途上国の社会課題を解決するビジネスアイデアを考え、グループで事業計画書を作成した。これにより、遠い途上国の課題を「じぶんごと」にし、グループ内やクラス内で「みんなごと」にしていった。地域協働事業全体のアンケートで「じぶんごと」については約80%が達成できたと回答したことから、一定の成果をあげたといえる。また、実験的ながら、学科目標と関連させたルーブリックを使って評価したことや、各生徒が自ら設定する「じぶんルーブリック」を活用したことも、今後の評価方法を考える材料となった。
- 2月にはコンテストの全国大会（オンライン）に出場し、途上国のLGBTQ（性的少数者）を対象にした企画を提案した。

②青年海外協力隊員による講演会

①のコンテストの情報収集を兼ねていたが、途上国の社会課題だけでなく、そこに暮らす人々の生き生きとした表情や、青年海外協力隊に参加するという「人生の選択」から、生徒は多くの刺激を受けていた。

<生徒の声>

- ・ガボンの妊産婦死亡率が日本と比べものにならないほど高いことにショックを受けた。また、せっかく医療機器が整っていても停電が起きたら役に立たないので、インフラの整備はとても大切だと知った。
- ・自分も海外でチャレンジしてみたいけど、正直諦めかけていたところがあったので、すごく背中を押された。
- ・一つひとつの言葉に重みがあって、いま本当に同じ世界で起きていることなんだと現実味が増した。

③「JICA国際協力中学生・高校生エッセイコンテスト」

夏休み期間を中心に、自分の経験や考えをエッセイにまとめた。1年次の「じぶんとと化プロジェクト」をはじめ、企画科での取り組みについて書いている生徒が多く、学科の学びが根付いていることを感じた。2年生1名が佳作を受賞した。

【課題】 上記アンケートで、「みんなごと」については達成度が約66%にとどまっている。グループ活動においても、全員が当事者意識を持って協働したり、論理的思考力を使って多くの人を説得するようなプレゼンを行ったりするまでには至らなかった。「じぶんとと化」から「みんなごと」へのプロセスを、小さな集団から繰り返し練習し、体得させることが必要である。

【次年度に向けて】 学校設定科目「グローバルビジネス」は分割履修で3年次も続くので、途上国の社会課題を継続して扱いつつ、様々な角度から「みんなごと化」が起こる仕掛けを考えたい。



(青年海外協力隊員によるオンライン講演会)



(「40億人のためのビジネスアイデアコンテスト」
オンラインプレゼンテーション)

⑨ 2年企画科『商品開発』

【連携期間】 令和2年4月～令和3年1月

【連携目的】 協力企業様の「和菓子」「パン」「クッキー」の商品開発を行い、商品企画～販売という一連の流れについて体験し、顧客満足を実現することの重要性について理解するとともに、流通活動を行う能力と態度を習得する。

【科目】 「商品開発」（3単位）

【授業内容】

- 商品の多様化について学ぶ
- 商品開発の意義と手順について学ぶ
- 商品企画について学ぶ
- 協力企業様によるキックオフ講演会（取扱商品についての講義）
- 企画書の作成
- 班ごとに考えた商品企画を協力企業様へ提案
- 協力企業様より製品化発表とその試作品の試食および意見交換
- ネーミング、販売単価等の再検討（最終調整）
- 予約販売数量の集計
- 企画商品の販売

【外部講師またはフィールドワーク等の連携授業】

○目的：協力企業様の「和菓子」「パン」「クッキー」の商品開発の話を開発の話の聞き、深く考えることで企画力の向上を目指し、また、プレゼンテーションを行うことで、その大切さや難しさ、達成感を体験しながら商品開発に必要な力の育成を目指す。

○キックオフ講演会

- ・令和2年6月22日（月）3限 2年5組（山一パン総本店様）
- ・令和2年7月13日（月）4限 2年4組（京都きね箭様）
- ・令和2年7月14日（火）4限 2年6組（おーぷんせさみ様）

○協力企業様へ企画商品のプレゼンテーション

- ・令和2年11月6日（金）3・4限 2年4組（おーぷんせさみ様）
- ・令和2年11月9日（月）3・4限 2年6組（京都きね箭様）
- ・令和2年11月10日（火）3・4限 2年5組（山一パン総本店様）

○試作品会・意見交換会

- ・令和2年12月3日（木）2限 2年6組（おーぷんせさみ様）
- ・令和2年12月4日（金）4限 2年5組（山一パン総本店様）
- ・令和2年12月7日（火）3限 2年6組（京都きね箭様）

○講師または外部連携先：

- ・京都きね箭様（2年4組）
- ・株式会社 山一パン総本店様（2年5組）
- ・NPO法人プラッツ おーぷんせさみ様（2年6組）

- 【成果】 ○商品開発に関する知識と技術やその一連の流れについて体験し理解できた。
- アイデアの着想から商品化するまで、またその後の流通販売までの大変さを体験し理解できた。また、自分たちが企画したものが実際に商品という形あるものになり、それを販売することで達成感を得ることができた。
- グループ活動によるコミュニケーションの重要性が体験でき理解できた。
- 【課題】 ○今年度は、コロナ禍の影響で、商品企画の際、最近の人気の味や素材などの市場調査が思うようにできず、開発商品について深く考えさせ、ターゲットや付加価値をもっと意識した企画商品を考えさせなければならない。

～ 企画科開発商品 ～

買って損はさせません。

今年はコロナの関係で京都すばるデパートが中止となりましたが、2年4組は「京都きね箭」さんの協力のもと、和菓子を作りました！2年5組は「山一パン総本店」さんの協力のもと、パンを作りました！2年6組は「おふんせさみ」さんの協力のもと、クッキーを作りました！学習の一環として開発し販売することとなりました。愛を込めて一生懸命、開発したのでぜひ買ってください！！！！

2年4組 和菓子 開発商品 説明一覧

商品	写真	商品	写真
401 イチゴロ ¥300 みんな大好きイチゴとパフェが和菓子になりました!!生クリームと羊羹の甘さがマッチした、新感覚の和菓子となっています。		402 すのうまろん ¥300 お餅と栗を包み込んだ和風モンブランです。中はもちっと、外はカリカリで一つで二つの食感を楽しめます。ご褒美にいかがですか？	
403 至福の抹茶ようかん ¥300 濃厚抹茶にあんこを合わせて、サラッと食べやすいようかんにしました。上には金箔をのせ高級感をだしました。		404 薄紅三笠 うすべにみかさ ¥300 あんこ・いちごのクリーム・マシュマロをたっぷり挟んだ、洋菓子みたいなかわいいどら焼きです。ほっと一息、お楽しみください。	
405 ましゅもなか ¥300 マシュマロと抹茶チョコクランチが入った新食感もなかです。皮と中身を自由に重ねて、自分好みのもなかを作れます。		406 コハク ¥400 「食べる宝石」ともいわれる琥珀糖は、ここ以外ではなかなか買えません。検定試験の勉強やテスト勉強のお供にいかがですか。	
407 かぼちゃ大福 ～くし～おち～ずいれてみました～ ¥200 かまくらに見立てた大福の中には、かぼちゃ餡とクリームチーズが入っており、甘さと酸味のハーモニーが口の中で広がります。		408 とうみつレモン大福 ¥200 レモンの酸味をはちみつで優しく包んだ、酸っぱ過ぎず甘すぎない至福の逸品です。甘い物が苦手な方でも食べやすい商品です。	

⑩ 1年起業創造科・企画科地域協働連携授業『みんなで創ろう！住みたい街、かがやく社会！』

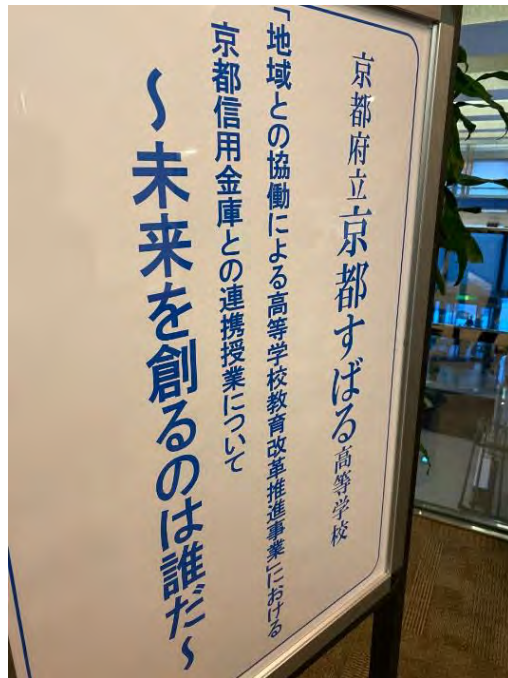
【連携期間】 令和2年2月

- 事前学習：令和2年2月4日（火）or 5日（水）1コマ
- 連携授業：令和2年2月6日（木）5・6・7限 実施
- 事後学習：令和2年2月10日の週内1コマ

【連携目的】 2年次より始まる学校設定科目「起業マネジメント」「グローバルビジネス」の導入として、地域の現状を知り、地域の未来を考える姿勢を育成する。また、京都信用金庫の方と学科、クラスを超えてダイアログ（対話）を実施し、コミュニケーション力や傾聴力を養う。

【授業内容】

	授業内容
事前学習 (1時間)	<ul style="list-style-type: none"> ・地域金融機関の役割について学習 ・地域の現状や課題についてイメージする
連携授業 (3時間)	<ul style="list-style-type: none"> ・講演 「地域金融機関の役割～これまでとこれから～」 ・グループワーク（ダイアログ） 「みんなで創ろう！住みたい街、かがやく社会！」について、生徒205名を42班に分け、各班に京都信用金庫の方がファシリテーターとしてグループワークを実施。地域の課題を出し合う。そして、各班で「住みたい街、かがやく社会」についてまとめ提案する。 ・代表3班が全体で提案内容を発表する。



◆連携当日の流れ

場所	京都信用金庫本店大ホール
連携授業 (3時間)	13:00 学校 出発 14:00 京都信用金庫着 14:10 講演開始 14:35 ワーク開始 アイスブレイク (自己紹介) 14:40 地域の現状 (良い所、課題) 書き出し 14:50 ダイアログ (情報共有・アイデア出し) 15:25 代表3班 全体発表 15:45 京都信用金庫発 16:35 学校着

◆講演内容

講師：京都信用金庫 理事 榊田 隆之 様

演題：「地域金融機関の役割～今までとこれから～」

- ・これまでの金融機関の役割 (決済機能・仲介機能)
- ・これからの金融機関の役割 (課題解決機能)
- ・創業支援の事例 (お客様の課題の解決)
- ・商店街支援の事例 (地域の課題の解決)

	授業内容
事後学習 (1時間)	振り返り ・講演内容から新しい知識や気づきをまとめる。 ・ワークの内容を整理し、積極的に参加できたかを振り返る。 ・「私の未来創造宣言書」を全員が作成し、クラスで発表する。

- 【成果】
- ・地域の金融機関が、これまで学んでいた金融機能だけではなく、地域課題解決のために多様な関わりをされていることが理解できた。
 - ・クラス、学科の枠を超えたワークを実施することができた。
 - ・初めて出会う大人の方とワークをすることで、コミュニケーションの大切さを実感することができた。
 - ・ワークを通して、人の意見を聞くことの大切さや、様々な意見があることを知る事ができた。
 - ・ワークをすることで、それぞれの考えから新しい価値が生まれる喜びを実感することができた。
- 【課題】
- 京都信用金庫様の協力があり、実現したが、50名以上の職員の方が、この連携授業のために何度も打ち合わせをしていただき、また前日の準備から当日の運営に関わっていただいた。連携先の理解と協力なしには実現不可能な取り組みである。

⑪ 3年起業創造科『課題研究』

「課題研究」は学科の集大成となる科目です。これまで起業創造科で学んできたすべての内容を生かしながら、自分たちで授業を「創造」していきます。先生に教えられるのではなく、自分たちで考え、協働・探究・実践する科目です。

授業は、学科ごとに9つの「ゼミ（ゼミナール）」に分かれて行います。（各ゼミの生徒数は12～13人）どのゼミになっても、自分の役割は何かを常に考え、貢献し合うことが求められます。

◆起業創造科 9つのゼミ（ゼミナール）

整理 No.	名 称	キーワード
e1	Eゼミ (Social Entrepreneur) ソーシャルアントレゼミ	起業 価値創造 ソーシャルビジネス
e2	Lゼミ (Local Career) ローカルキャリアゼミ	京都 働き方 暮らし
e3	Vゼミ (Venture Business) ベンチャービジネスゼミ	ベンチャー スタートアップ 組織
e4	Aゼミ (Accounting Utilization) 会計活用ゼミ	企業会計 マネジメント
e5	Fゼミ (Future Creation) みらい創造ゼミ	プロモーション 地域創生 税
e6	Jゼミ (Co-work with Junior high & Elementary school) 小中連携ゼミ	小学校 中学校 ビジネスマナー
e7	Uゼミ (Co-work with University & High school) 高大連携ゼミ	高等学校 大学 共同（協働）研究
e8	Iゼミ (Innovation) イノベーションゼミ	変革 幸せ コミュニケーション
e9	Cゼミ (Contest / Challenge) コンテストチャレンジゼミ	コンテスト ビジネスアイデア 企画書とプレゼン

※太枠で囲んだゼミは内容が近いため、同じプロジェクトを行う場合もあります。（例：E・L・V）

◆各ゼミについて（内容は変更される場合があります）

1. E (Social Entrepreneur) 【ソーシャルアントレゼミ】

◇内容

- ・ソーシャルアントレプレナーについて探究する
- ・国内の社会課題をビジネス視点で解決する
- ・地域や企業と連携し、課題解決に向けて提案し、持続可能なビジネスを実践する

◇連携先の例

- ・地域のステークホルダー（ソーシャルセクターや行政等）

◇こんな人はぜひ！

- ・起マネ（創造実習 SEASON2）の授業内容をもっと深めたい人
- ・卒業時までにはビジネス（起業）に挑戦してみたい人
- ・将来地域で仕事をつくりたい人

2. L (Local Career) 【ローカルキャリアゼミ】

◇内容

- ・地域ビジネスや未来の働き方について探究する
- ・国内の社会課題をビジネス視点で解決する
- ・地域や企業と連携し、課題解決に向けて提案する

◇連携先の例

- ・地域のステークホルダー（京都の中小企業等）

◇こんな人はぜひ！

- ・起マネ（商いリサーチⅡ）の授業内容をもっと深めたい人
- ・卒業後も見据え、多様な人脈を広げたい人
- ・将来地域に関わる仕事に就きたいと考えている人

3. V (Venture Business) 【ベンチャービジネスゼミ】

◇内容

- ・ベンチャービジネスについて探究する
- ・国内の社会課題をビジネス視点で解決する
- ・地域や企業と連携し、課題解決に向けて提案する

◇連携先の例

- ・地域のステークホルダー（新しいサービスやビジネス、事業を展開している企業等）

◇こんな人はぜひ！

- ・ベンチャーやスタートアップに関心がある人
- ・経営組織について深めたい人
- ・将来地域のために行動したいと考えている人

4. **A** (Accounting Utilization) 【会計活用ゼミ】

◇内容

- ・企業会計について探究する
- ・財務会計、管理会計について深く知る
- ・会計マネジメントに関する実践を行う

◇連携先の例

- ・京都産業大学経営学部
- ・税理士法人
- ・監査法人 等

◇こんな人はぜひ！

- ・会計分野の内容をもっと深めたい人
- ・会計を生かして地域社会を支えたい人
- ・会計に関する仕事に就きたいと考えている人

5. **F** (Future Creation) 【みらい創造ゼミ】

◇内容

- ・未来の起創生を生むためのプロモーションを探究する
- ・「税」や「お金の教育」などの講座を行う
- ・起創の学びを発信する

◇連携先の例

- ・地域のステークホルダー（中学校、小学校、子ども食堂等）

◇こんな人はぜひ！

- ・これまでの起業創造科の学びを小中学生に伝えてみたい人
- ・ビジ基（税）の授業内容を深めたい人
- ・周囲と協働しながら粘り強く作業できる人

6. **J** (Co-work with Junior high & Elementary school) 【小中連携ゼミ】

◇内容

- ・今後の社会で必要とされるビジネス教育について探究する
- ・中学生に対し、ビジネス講座を行う
- ・小学生に対し、ビジネス講座を行う

◇連携先の例

- ・中学校
- ・小学校

◇こんな人はぜひ！

- ・挨拶や身だしなみ・敬語など、社会人としての基礎を身につけたい人
- ・それができたうえで、今後の社会でどんな力が必要か考え、小中学生に伝えてみたい人
- ・講座の創造力やチーム力、講座本番での臨機応変な対応力を磨きたい人

7. U (Co-work with University & High school) 【高大連携ゼミ】

◇内容

- ・他の高校や大学と連携し、共同（協働）研究を行う
- ・研究の成果を企業や大学に提案・発表する
- ・「地元学」、「多世代・多文化交流」、「高大連携」をキーワードに、大学されているプログラムに参加する

◇連携先の例

- ・大学（2021年度は龍谷大学、京都文教大学の予定）

◇こんな人はぜひ！

- ・大学の勉強（研究）について、入口を体験してみたい人
- ・高校生版「地域公共政策士」を広めてみたい人

8. I (Innovation) 【イノベーションゼミ】

◇内容

- ・これまでの起業創造科での学びを生かして、じぶんのキャリアをデザインし、全国の様々なコンテストに応募するなど幸せについて探究する

◇連携先の例

- ・人により異なる

◇こんな人はぜひ！

- ・コミュニケーションの取り方（表現力）を磨きたい人
- ・ビジネス活動に必要なスキルや創造力を磨きたい人
- ・じぶんの幸せを追求したい人

9. C (Contest / Challenge) 【コンテストチャレンジゼミ】

◇内容

- ・これまでの起業創造科での学びを生かして、個人やグループで全国の様々なコンテストに応募する（応募するコンテストは自分で探し、決める）
- ・これまでの2年間で出会った大人に、もう一度会う（外部講師として来られた方の中で「もう一度お会いして、詳しく話が聞きたい」と思う人に自分で連絡を取り、先生と相談しながら日時を設定する。基本的にはオンライン（Zoom）。他クラスの講師でも可）

◇連携先の例

- ・人により異なる

◇こんな人はぜひ！

- ・自分でどこまでできるか試してみたい人
- ・全国のいろんなコンテストで創造力を磨きたい人
- ・もう一度あの人の話が聞きたい、と思う人がいる人

「課題研究」でめざすもの

キーワードは「じぶんごと化」と「みんなごと化」。

1. 主体的・積極的に考えて行動し、互いに貢献し合いながら、自分たちで授業を創る。
2. 9つの専門分野を生かして、起業創造科全体で探究活動※を行う。
※探究活動とは・・・「①課題・仮説設定→②情報収集→③整理・分析・検証→④まとめ・表現」
3. 3年間の起業創造科での学びの集大成として、起業創造科の科目と社会（地域）をつなげる。

ソーシャルアントレゼミ（Eゼミ）研究報告書

3年1組 田中覇玖斗、東浦 初那

3年2組 後藤 結衣、中島 幸祐、西川 大晴、村木 晴香

3年3組 門脇 慧、熊谷 亮、浜崎 愛花、深木萌々香

担当教員 河野 翔太 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちは、「どうすれば「日本一〇〇な〇〇」を実現できるか」という課題を設定した。この課題に対する仮説は、「日本一遊び心のある〇〇焼き」「日本一健康志向の野菜チップス」「日本一健康なパイ」である。この仮説を検証するため、探究活動を行った。

2. 情報収集・企画実践

(1) コーディネーターのチカラ

私たちは、京都市伏見いきいき市民活動センター センター長 三木俊和様に年間を通してゼミの活動にご協力いただいた。「地域にどう貢献できるか」を「ビジネス視点」で考えるために、今の社会の構造や地域の在り方などを理解しておくことの大切さを学んだ。また、他の人のアドバイスによって企画案を変えてもよいことを教えていただいた。自分たちが「やりたいこと」「求められていること」を整理して、その中で「できること」についてのアドバイスをいただいた。「おもしろい」とは何かという問いに向き合った。他企業に注目し、消費者（ターゲット）のパターンやニーズについて考えた。

(2) 移動する竹村商店さん（オンライン外部講師授業）

9月には、移動する竹村商店の竹村さんから、新しい顧客の獲得よりもお客様などの普段から自分を応援してくれている人を大切にすることで新たなビジネスプランを生み出すことにつながると学んだ。普段からいろいろな人と交流を持ち、関係の構築をすることで、「もちつもたれつ」の関係ができると知った。

(3) インクラインファンドに応募

「ソーシャルアントレプレナーのスタートアップにおける資金獲得」ということで三木様からお話いただき、自ら資金調達を行う過程を踏んだ。

(4) コロナの影響

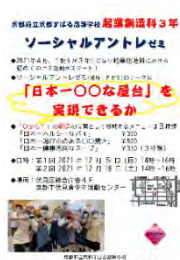
コロナ禍の影響により、屋台型から店舗販売に変更するなど多くの変更点があった。当初は、夏に実行する予定であったが冬に実行となった。そのため、冬に売れるものを考えた結果、野菜チップスからスープ、アイスからパイに変更になった。ニーズ・需要に注目し、商品の変更をすることができた。

(5) 試作

スーパーで食材を買い、京都市伏見青少年活動センターにて、試作をした。1回目の試作では、空き時間を有効活用できていない、調理方法を理解できていないなどスムーズに活動を進めることができなかったため、予定時刻を超えるなど課題が多く残った。2回目の試作の際は時間は越えずに済んだ。

(6) 販売

販売学習の際は、2回の試作の反省を活かし、空き時間の有効活用や調理工程の最適化を行うことができた。レジからの伝達ミスや、商品の容器の発注ミスなど問題が発生したが、無事に完売することができた。しかし、学校関係者や販売実習者の保護者の割合が多く、一般の集客率は低かった。2回目では、1回目の反省を生かし、注文の伝達ミスを減らすことができ、全体の売り上げ増加につながった。



【外部講師授業及び試作・出店日】

月	日	曜	内容
9	21	火	移動する竹村商店 竹村 知紘 様「移動販売のプロフェッショナルから学ぶ」
9	28	火	オンラインフィールドワーク@京都市伏見青少年活動センター
10	12	火	第1回試作@京都市伏見青少年活動センター
11	2	火	第2回試作@京都市伏見青少年活動センター
12	5	日	第1回出店@京都市伏見青少年活動センター
12	18	土	第2回出店@京都市伏見青少年活動センター

3. 分析・検証

集めた情報を分析したところ、作りたいものを優先させるのではなく、消費者が求めているものを提供することが大切であるとわかった。

販売を通して、一方でSNSによる告知を行ったが、思ったように集客ができなかったのと来てくれる客の幅を広げるために、SNSだけでなく相手に直接伝えるようなアナログな宣伝手段を取り入れる必要があると感じた。

この結果から、2回の試作を通してできたことやできなかったこと、それらの改善策を本番までに考え、「日本一〇〇な〇〇」は実現できるかという課題に対しての私たちの答えは、グループごとでの振り幅が大きく、全体で平均すると半分に満たなかった。

売上高は1回目¥21,950、2回目¥30,100であった。

1回目より目標売上を達成することができたグループ、達成することができなかったグループがあった。

4. まとめ、今後の課題

年度当初は、「キッチンカー」で出店（起業）という課題設定であったが、コロナ禍の影響で、課題を修正し、仮説についても何度もゼミ内でブラッシュアップを繰り返した。その中で2回、出店というカタチはできた。しかし、ビジネスの持続可能性を考えれば、改良点はたくさんあり、「もっとこうしたら」「どうすれば」というワードが脳内を往復する。出店後に、振り返りを行った内容について、以下にまとめ、1期生Eゼミのまとめとする。

(1) 出店というカタチ

2回の販売実習を通して、形のないものを一から考えることの大変さや企画したものを実現する創造力が重要になると感じた。また、自分たちの手で商品を一から作り提供することの難しさを実感することができた。コロナ禍で一度販売を中止する案が出たが、対策をチーム全員で考えて販売をすることができた。完売をすることはできたが最終の利益は赤字だった。

(2) 今後の課題

① ビジネス

赤字にならないような経営をしていくために何が必要かを考えていく。ビジネスの面だけでなく、地域のためにできることは何かを考えていかないといけない。京野菜を使ったり、その地域で有名なものを使ったりした商品づくりをする。ビジネスで大切なことは持続性があることであり、持続性を持たせるためには学校で学んだ簿記の知識が役立つと感じた。

② ソーシャル

地域の野菜を使うことで、その地域に貢献することができるという案も出た。また、「だれのために何ができるのか」「誰の困りごとを解決するのか」という課題も出てきた。商品の企画に、しっかりと課題解決・地域貢献要素を加えられるようにしたい。



ローカルキャリアゼミ（Lゼミ）研究報告書

3年1組 青木 夢海、吉川 凌平、衆原 仁、田中 美咲、
徳本美紗希、藤村 滉貴
3年2組 長尾 愛羅、中本 和夏
3年3組 喜多 柚月、菅生涼太郎、正田 桃子
担当教員 新開 正規 先生

1. 課題・仮説の設定

京都中小企業家同友会主催 2021 年度高大社連携研修事業「ニューノーマル時代の『新たな働き方』とは！？」をとおして「職場のストレス」について考えた

具体的には、時間外労働・ハラスメント・コロナ禍。

2. 情報収集・企画実践

(1) 外部講師

日時：6月8日（火）5・6限「てくのハウス株式会社」

6月29日（火）5・6限「株式会社 フラット・エージェンシー」（オンライン）

- ・真面目、誠実、正直でいることが大切
- ・職場での問題を解決するには些細な会話でもいいので話し合う
- ・社長と社員の関係をなくしたい
- ・人とのかかわり・情報に触れるなど



(2) プレ報告会

日時：9月25日（土）Zoom（オンライン）で行われ、現状のリサーチ内容等を報告した。

その後、企業様からアドバイス等をいただき、本番につなげる機会となった。

(3) 企業訪問

日時：10月12日（火）5・6限 2グループに分かれ訪問させていただいた。

- ・時間外労働に対してはやりがいを感じる人もいれば
- ・ストレスを感じる人もいるので人によって感じ方が違う
- ・時代に応じた臨機応変な対応が大切、
- ・プライベートを充実させることが仕事のモチベーションになるということ



(4) 本番連携事業 (共催: 福知山公立大学杉岡ゼミ・京都府立鳥羽高等学校)
 日時: 10月23日(土) @京都労働者総合会館 ラボール京都

2021.10.23 Sat 14:30 - 18:00

京都府労働者総合会館 ラボール京都
 京都府立鳥羽高等学校 杉岡ゼミ

Zoom オンライン

ニューノーマル時代の「新たな働き方」とは!?

時間	内容	講師
14:30	開会	中島 隆夫
14:35	巨大な設備についての標準と 実際の運用	中島 隆夫
14:50	企業文化の進化と 異なった産業への波及	中島 隆夫
15:00	休憩	
15:10	経営者と学生のグループワーク	
17:10	特別発表の発表	中島 隆夫
17:15	閉会挨拶	
18:00	閉会	

お問い合わせは京都府中小企業振興会事務局へ Tel.075-354-5007
 中小企業振興会委員の方は eidoays より参加のご登録を下さい。



3. 分析・検証

- ・人によって働くうえで重視したいものが違うのでニューノーマルな働き方もそれぞれ違う、心に余裕を持って働くことが大切だと分かり、服装の自由など個人の個性を認めることが重要である。
- ・一番深刻だと思っていた残業問題は現代では減ってきている。
- ・「職場のストレス」だけを解決すれば働きやすい社会になるという課題・仮説だけでは不十分。
- ・一人一人が働きやすいと思えるような働き方をすることが何よりも大事である。

4. まとめ、今後の課題

私たちは将来何を重視して働きたいか真剣に考えることができた。心に余裕を持つことで、ストレスが少なくなっていく、今一番考えなければならぬ課題は何かを考えることが大切だとわかった。

以前までは、働き方に対して残業があって大変そうなどの古典的なイメージがあったが、この一年の活動から正しい働き方は一つではないとわかった。

将来は学んだことを生かして、常識にとらわれず、自分が思う働き方を見つけていきたいと考える。

ベンチャービジネスゼミ（Vゼミ）研究報告書

3年1組 上田 哲次、海北 由寿、澤田 葵香
3年2組 小松 仁子、齋藤 泰規、園田 健人、藤澤 結友、
横田 龍星
3年3組 浅井 悠司、安孫子知宙、北尾 紘輔、平山 秀斗
担当教員 橋井 正 先生

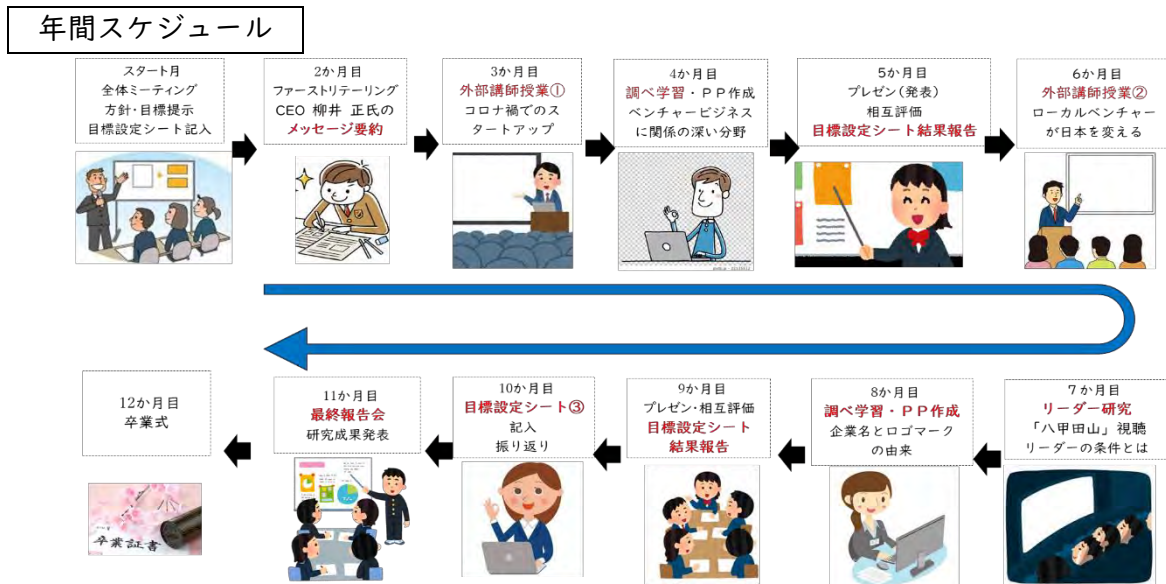
1. 課題・仮説の設定

私たちは、起業創造科1期生として、3年目を迎える今年度の学びを、3年間の集大成として課題研究に取り組みました。

主な内容は、「自分を知る（メタ認知）～課題解決力養成～」という課題を設定し、自分磨き、自分探しを進めていく中で、客観的に現在の自分の状況を確認する力を身に付けること。

（仮説）「課題解決型人材になる」を検証するため、目標設定シートを作成し、自己評価を行いました。

2. 情報収集・企画実践（5つの取り組み）



- ①要約： ファーストリテリング（ユニクロ）CEO 柳井 正氏の若者へのメッセージを読解
日本一の資産家が、若者に何を期待しているのか、またベンチャー成功のカギとなる考え方や行動について学んだ。
- ②調べ学習： ビジネス関係の資格・ベンチャーの重要キーワード・企業名とロゴマークの由来
図書館、インターネットを活用し、パワーポイント作成 ⇒ プレゼン ⇒ 相互評価を実施。
- ③個人目標管理： 学期ごとに目標設定、自己採点・自己評価
学期ごとに「課題解決力養成・目標設定シート」を作成し、自己評価、自己分析を実施。
各自の課題解決力と自己啓発について数値化した。また、ゼミメンバーから「応援メッセージ」
を書いてもらい、励みとした。
- ④外部講師授業： 2回開催 I 「スタートアップに必要な心構えとは」（5月）
II 「ローカルベンチャーが日本を変える」（9月）
- ⑤リーダー研究： 映画「八甲田山」（170分）視聴。2人の指揮官からリーダーのあるべき姿を
検証しワークシート作成。

3. 分析・検証

- ①要約・小論文・エッセイの意味を理解した。また、柳井 正氏のメッセージは「社会のこと」「経済のこと」「人生のこと」を鋭く指摘した文章であった。この文章の要約は、自分のあるべき姿を描く上で大いに参考になった。
- ②調べ学習では、経営理念・ロールモデル・労働基準法など、聞いたことはあるが内容を知らない言葉や、中小企業診断士・社会保険労務士・弁理士など資格取得のための条件について内容を知り、将来の就職を検討するための参考とした。
- ③個人目標管理は、まず自分の良いところ（強み・得意分野）、改善が必要なところ（弱み・苦手分野）を知り、それを数値化することで対策を実行することにつなげた。この取り組みが課題解決型人材のための基礎固めにつながっていくことを認識することができた。

④外部講師授業： 2回開催（5月・9月）

I 「スタートアップに必要な心構えとは」

講師：奥田 謙一氏 中小企業診断士

- ・ 中小企業診断士、経営コンサルタントの視点から起業の難しさ、面白さについて学んだ。

II 「ローカルベンチャーが日本を変える」

講師：奥出 一順氏 株式会社ほんまもん 代表取締役

- ・ 本来、人間が大切にしてきた生活や考え方、習慣と自然の恵みについて。
- ・ 山の仕組み、動物たちの知恵の賢明さや尊さを学ぶ。
- ・ 命とは何か、食べるとは何かを考えるいのちの講義。
- ・ 自分が変わること、成長することの意味を知る。



- ⑤リーダー研究： 映画「八甲田山」（170分）視聴、そこからリーダーのあるべき姿を確認した。
 - ・ 目標設定、ビジョン、危機管理の方法によって、結果に天と地ほどの大きな差がでること。
 - ・ もし、自分が指揮官（リーダー）であったら、どのような決断をしていたかを想像する。
 - ・ SWOT分析の手法を用いて、強み・弱み・機会・脅威を明確していった。

4. まとめ、今後の課題

Vゼミの生徒が、日々の生活の中で、失敗、挫折、後悔を何度も経験し、その中から成長の道しるべを探っていくといった「前を向いて進む」ことの大切さを学ぶ機会になった。特に、自分の頭の中を整理し、見える化することで、具体的に対策を実行できるようになったことは大きな成果であった。今後の課題として、

- ①起業創造科の科目「起業マネジメント」の授業との連携のあり方について、有機的な繋がりを持たせていくことで、さらに成果が期待できること。
- ②実際の、企業での課題解決の現場を体験する機会はなかったが、今後はフィールドワークで「企業の経営会議」（仮称）を見学することで、課題解決力の重要性を感じ取る機会を作っていきたい。

以上

会計活用ゼミ（Aゼミ）研究報告書

3年1組 今村 峻、河瀬 斗優、越村 涼太、廣政 幸月、
松尾 美佑、宮頭 陽香
3年2組 船岡 愛子、古橋美佐都
3年3組 朝妻 和奏、平野 香帆、松村 和音
担当教員 小寺 晶見 先生、島村 訓行 先生

1. 課題・仮説の設定

3学期では「持続可能な売店の事業案の提案」という課題を設定した。
各班に分かれ、事業提案のための具体的なビジネスモデルについて考える。
仮説は、持続可能を前提としているので有人経営では限界がある、ということ。

2. 情報収集・企画実践

～1学期～

大企業の有価証券報告書の見方を学ぶ。

勘定科目の数値から、企業のサービス内容を考える。そこから具体的な企業を絞り込む。

例) ヤマト運輸…車両運搬具が多い（運送のためのトラックなど）

ソフトバンク…負債が多い（設備投資額が大きい）

その後、自分たちで研究企業と比較企業の合計4社を決め、「良い企業とは何か」を財務諸表分析から考える。そこから、チームごとに研究企業、比較企業それぞれ1社に絞り、プレゼンを行った。

5つの指標（安全性・収益性・効率性・各チームごとで2つ選ぶ）で良い企業を判断した。

～2学期～

① 新見先生から「会計学の基礎」についての講演

本来は、税理士の新見先生と「時価主義と取得原価主義、どちらが良いか」についてのディベートを行う予定だったが、コロナ禍のため日本の会計制度や、会計の歴史、時価主義と取得原価主義の会計基準について考えた。
数字以外の会計を税理士の先生から学ぶ貴重な経験となった。



② 手書きとクラウド会計の記帳の比較

1つの記帳例題を手書きとクラウド会計で解いた。手書きでは、1, 2年生での簿記の復習となり、改めて細かい記帳の仕方について学んだ。クラウド会計では、円簿会計という会計ソフトを使用。初めての学びだったため、1つ1つの作業を丁寧に行い、基本的な入力と、現代社会で使われている簿記について簡単に学んだ。



③ クラウド会計を使ったモノポリー

モノポリーという、不動産を売買しながら独占を目指していくボードゲームを行いながら、ゲーム内での取引をクラウド会計で行った。不動産を買うべきか、自分の資金を保つべきかなどをチームで考えつつ、ゲームを行うため、経営について少し学ぶことができた。また、取引の仕訳を入力する際、どのような勘定科目になるかも考えるため、費用収益の分類について改めて学んだ。

～3学期～

① たこ焼き屋の経営シミュレーション

全員同じ問題でのたこ焼き屋経営シミュレーションから、仕訳をして、簡易的な財務諸表を作成した。1つの取引ごとに利益を出すことなど、基本的なことを再確認する機会となった。また、数字の正答だけでなく、黒字でも倒産する例や、倒産を回避するための資金繰りの方法について学んだ。

② 持続可能な売店の事業案の提案

3つの班に分かれ、京都すばる高校に持続可能な売店の事業案について考えた。インターネットから売店の実例や、事業案に必要な費用などについて調べた。1学期での企業分析からどのような費用が必要か、その費用はどこに振り分けられるかなどを考え、財務諸表を見たことを活かすことができた。また、たこ焼き屋経営シミュレーションから、黒字倒産しないために資金繰りをどうやって行い、必要経費を賄っていくかということ参考にできた。

3. 分析・検証

～1学期～

初めて財務諸表を見て読むことをして、簿記の授業で作っていたものと実際のものでは、大きな違いがあることを知り、授業で習っていたものと大きく違う形式のものが多くあった。企業のサービスや海外で発展しているかなどで、財務諸表の形式が違うことを大まかに理解した。

財務分析により、数字の増減だけでなく、安全性や収益性などの比率を知り、コロナでの影響などがより明確に見えるようになった。また、各班で良い企業の基準が様々で“良い企業とは何か”を深く考えさせられる機会となった。

～2学期～

クラウド会計は、実際の税理士事務所でも使われているため、学校の学びから離れ少し実践的な内容になったと感じた。手書きでは、確実に手元に残るというメリットがあったが、記帳が完成するのに時間がかかりすぎてしまうというデメリットがあった。逆にクラウド会計では、勘定科目が数字で分類されていたり、締め切り線を引く必要がないため時間がかからないメリットを感じた。しかし、数字を勝手に変えられてしまったり、データが保存されていなかったり、消えてしまうと何も残らないというデメリットがあった。実際にモノポリーをしながらの入力で、データが残っておらず結果が出ないなどのミスが出たので、便利ではあるが完璧ではないということを知った。

～3学期～

利益が出ていることが全てではないことを、資金不足の問いから知ることができた。コロナ禍で黒字倒産が増えているという社会問題ともつなげて、利益と資金の関係について学ぶことができたので、より具体性をもった学びになったと思う。

ゼミ内での発表で、全班が無人経営できる自動販売機の設置を提案した。具体的なビジネスモデルは、外部委託や学校内での作業だけ、など各班で違いがみられた。先生からの質疑応答から、ビジネスとして成り立たせるためには自分たちの現状の事業案では、まだまだ詰めが甘いことを実感した。持続可能である事業立案を具体化させることの難しさを知った。

4. まとめ、今後の課題

事業を成り立たせるには、この3年間で学んできた会計の知識がとても重要になってくると感じた。世の中にある企業の財務諸表の見方を知り、自分たちでも数値計画を行うことで、各勘定科目に含まれる費用についてより具体的に考えることができた。また、今までの取り組みから事業案の提案に活かせることがたくさんあり、有意義な最終課題になったと思う。

しかし、用意された数値の財務諸表を作ることは得意だが、自分たちで数値を見積もることがまだまだ弱い。社会に通用する知識や技術を持っていても、ミスやハプニングがあったときに臨機応変に動くことや、ミスを見抜く力はまだまだ弱いところだと思う。なのでこれからの進路先で、もっと実社会の会計や経済に触れることで、私たちの会計の知識や学びをもっと発展させて会計を活用できるようにしていく。

みらい創造ゼミ（Fゼミ）研究報告書

3年1組 込山 菜々、出口 美羽、長谷川智之、松山 紗和
3年2組 岩本 楓加、小野寺明香、竹之内彩花、牧野 朋香、
吉岡 ゆめ
3年3組 江原 大樹、酒井 彩花、吉村 桃花
担当教員 井筒 学 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちのゼミは前身である「会計科 課題研究 地域デザイン研究」の取り組みを引き継ぎ、「高校生の感性と協調性を活かして未来をデザインする」をコンセプトに地域の特性や課題に向き合い、身近におきている事象について体験と分析を重ねながら、より良いまちづくりに貢献したいと考えるグループです。

今日まで、新型コロナウイルス感染症等の天災で観光資源に依存してきた京都が過去にない大きな損失を被ったことで、日常の私たちの生活が脅かされています。この現状を踏まえ、今私たちに何ができるかを模索するところからはじまり、昨年度まで先輩方が取り組んできた「租税教育とエッセンシャルワーカー」と「伝統産業と新発想」を活用して、どのように地域貢献できるかを課題にしました。また私たちは次の2つの仮説をたてました。

【仮説1】～エッセンシャルワーカー分野～

保育士や看護師、介護職等といったエッセンシャルワーカーが何年も働き続けていくうえで、多角的な面で待遇が改善されることが、地域で生活する人々の民度や活力に大きく影響し、明るく安心安全な地域コミュニティができる。

【仮説2】～伝統産業分野～

昭和時代の高度経済成長期と比較して、衰退が著しい伝統産業の現状を把握し高校生の新発想を取り入れることで業界全体の雇用を増やし、伝統産業が多くの人に再認識され、再活性化につながるができる。

2. 情報収集・企画実践

～エッセンシャルワーカー分野～

1. 保育士などのエッセンシャルワーカーの労働面が給与や待遇面を調べる。
2. 城南児童館（京都市伏見区）の職員の方々に仕事の魅力や仕事の課題等をインタビュー。
3. 高校生が教える側になって城南児童館で育む子どもたち（小学生）に税の大切さをつたえる授業の実施。（租税教育）



～伝統産業分野～

1. 伝統産業の分類数を調べる。業界全体がなぜ衰退してきているのかを考察。
2. 昨年度までの引き継ぎをふまえて「北山杉・北山丸太」に着目し、特性を調べる。
3. 「北山杉・北山丸太」を活用したビジネスプランを考え、ビジネスコンテストに出場するためのオンラインによるセミナーに参加。
4. 「株式会社 Bo project」と連携し、新商品のブランディングについてレクチャーを受ける。（オンラインで4回実施。）
5. 高校生発案による「ウッズスピーカー」の開発のために「有限会社 山田木工所」と連携。
6. 材料調達に際し「京都北山丸太生産協同組合」の協力により材料を特別価格で提供される。
7. 京都市北区及び京都北山丸太生産協同組合共催のイベントに参加し、「北山杉・北山丸太」を生業とする方々にインタビューをして、現状や課題を知る。

8. ウッドスピーカーのポンチ図を作成し「有限会社 山田木工所」で体験実習及び設計の学習。
9. 完成度90%で仕上がってきたウッドスピーカーを生徒の手作業で研磨。完成後袋詰め。



3. 分析・検証

～エッセンシャルワーカー分野～

伏見税務署と連携して、「税」を題材にして小学生低学年でも理解できる授業づくりに力をいれてきました。また、一昨年度と昨年度は「すごろく」ゲームを活用して税の必要性を説く授業をしてきたことを参考に今年度は「すごろく」ゲームの改良版とカードゲーム「かるた」を作成し、税の使われ方や大切さを伝える授業をしました。

【振り返り】～検証してわかってきたこと～

- ・小学生にわかりやすく教えるためには、小学生がわかる言葉のつかい方や伝え方、視線などさまざまなことを工夫しなくてはならないことがわかりました。また専門的知識を伝えるだけでなく「税」を理解することで、今後の生活にどのように生かせるかを養わなければならないとも思いました。
- ・エッセンシャルワーカーとして働かれている方々にインタビューして感じたことは、仕事への熱意ややる気、子どもやクライアントへの思いやり、すなわちホスピタリティ精神で苦しい状況も乗り越えることができたのだと感じました。コロナ禍で誰もが精神的にも肉体的にもツライ状況を生み出している理由の一つは少ない給料で長時間働かれていることであり、社会が求める理想と乖離した結果だと思えます。

～伝統産業分野～

【振り返り】～検証してわかってきたこと～

- ・今回、多くの企業・団体と連携、協力を得られたおかげで、高校生活で「カタチ」になる経験ができたと思います。また「ものづくり」の難しさとやりがいを感じることもできたのも良かったと思います。限られた時間の中でもっと深く関われるようにチーム化していくことが大切だと思えました。
- ・ウッドスピーカー1個あたりの制作費用が1,500円。私たちが販売したいと思っていた金額より大幅に高価になってしまったことが反省の一つです。しっかりとした販路を見だし、適切な価値を生み出せるように実証数を増やしていくことが大事だと思えました。



4. まとめ、今後の課題

今まで取り組んできたことを次年度も継続していくことが、課題解決につながると思います。京都にいてよかった。京都で働いてよかった。と思える「住みよい街」にするためには、私たち高校生が日頃から感じていることを発信し、垣根を越えた多種多様な方々と「つながり」を増やしていくことが今後の課題だと思えます。



小中連携ゼミ（Jゼミ）研究報告書

3年1組 伊藤 瑠香、江上 遥香、福井 瑞季、吉村 翼
3年2組 安藤 鉄人、岡本 昂大、宮崎 舞、吉田 柚月
3年3組 井藤 真弥、谷村妃菜野、藤村美依香、森本 莉生
担当教員 中出 裕子 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちは、「中学生にビジネスマナーを伝える」というテーマのもと、「どうすれば中学生の心をつかむことができるのか」という課題について、「ミニクイズ等を取り入れることで、心をつかめる」という仮説を立てた。

中学校2・3年生向けの「ビジネスマナー講座」の実践を行いながら、この仮説を検証するため、探究活動を行った。

2. 情報収集・企画実践

(1) ビジネスマナーとは

高校入学後を思い出すなど、改めて「ビジネスマナー」とは何かについて、ゼミ内で話し合ったり、調べたりして「ビジネスマナー」を教える立場として見つめなおす機会を作った。

(2) 中学生の心をつかむための準備

ビジネスマナー講座の導入で行う「ミニクイズ」については、「心理テスト」を行うこととした。インターネット等で調べ、見やすいスライドを心掛け作成をした。

(3) 実践

1学期は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で実践ができなかった。

2学期は、3回の「ビジネスマナー講座」と学校説明会による講座の計4回、実践することができた。

回	日時	講座内容	
1	10月12日（火）	京都市立大宅中学校	2年生向け「職場体験講座」
2	11月9日（火）	八幡市立男山第二中学校	3年生向け「入試対策講座」
3	12月7日（火）	相楽東部広域連立和束中学校	3年生向け「入試対策講座」
4	12月11日（土）	最終学校説明会	「入試対策講座」



3. 分析・検証

各回の講座において、次の実践で生かすことができるよう、アンケートを実施し、ブラッシュアップを行うようにした。項目は次の通りである。

1. 「今回の講座は参考になりましたか。」
→とても／まあまあ／あまり／まったく 選択式
2. 「何が一番印象に残っていますか。」
→心理テスト／ビジネスマナー／立礼／コンビニ／すばる 選択式（複数回答可）
3. 「この講座は将来役に立つと思いますか。」
→はい／いいえ 選択式
4. 「感想」
→記述式

講座自体は、おおむね「参考になった」という回答であった。（第1回目の項目1について、とてもとまあまあの肯定的な項目を合わせ9割以上）

また項目4において、「明るい雰囲気緊張が解け楽しく簡単に学べた。」「話だけでなく劇をしてわかりやすかった。」などと感想がある一方で「立礼が長かった」ともあった。

このようなリアルな声から、校内での活動において練習を繰り返し、実践につなげた。

4. まとめ、今後の課題

今年度は、コロナ禍で延期や中止になる回があり、実践の回数が減ったことは残念であったが、ゼミ内の仲間とコミュニケーションを取りながら「中学生の心をつかむために」活動することができた。

年間の活動を通して、学んだことは次の3つである。

(1) 「対応力」

計画内容が思い通りに進まないことが多くあったが、その中でもJゼミ全員で協力し、中学生に質問をしに行くことであったり、実際に経験したことを伝えたりと限られた時間の中でベストを尽くすことができた。

(2) 「準備の大切さ」

自分たちだけが理解している状態がないように、「どうすれば中学生に伝わるか」を毎時間考え、発表に使うスライドでは文字やフォント、伝えるときには話し方やスピードなど細かいところまで工夫した。

(3) 「探求心」

講座ごとにアンケートを取り、その結果から改善案を出し、練習を繰り返し行うことで、自分たちの成長につながることができた。

「起業創造科のJゼミ」が行う「ビジネスマナー講座」としての強みは何か、2期生につなぐ、今後の課題として記しまとめとする。

高大連携ゼミ（Uゼミ）研究報告書

3年1組 北相模 渚、杉本 莉紅、竹下 大空、谷 陽愛、
森脇 楓冴
3年2組 小林奈央子、谷口 悠人、松信 心弥、山崎 穂子
3年3組 新井 美優、上村 汐梨、中島みつき
担当教員 北川 博士 先生

1. 課題・仮説の設定

(1) 課題設定

私たちは、「魅力創造」をテーマに「魅力とは何か？」を個人で定義づけしたうえで、「どうすれば魅力が発見できるのか？」「どうすれば魅力が創り出せるのか？」「どうすれば魅力が発信できるのか？」という課題を設定した。

(2) 仮説設定

この課題に対して、「魅力を3つの視点（人の魅力・企業の魅力・地域の魅力）により可視化することで魅力を発見、創造（創る）、発信が出来るのではないか」という仮説を設定した。

「人」「企業」「地域」の3つの視点から魅力を調査、分析することで、魅力の「共有」「共感」「応援」できると考える。様々な魅力に触れ、感じ、知ることによって多様な魅力の見方、考え方が出来るようになることを期待して、この研究をスタートした。以下はこの仮説を検証するために取り組んだゼミでの活動である。

本ゼミは「高大連携ゼミ」であるが、連携を目的とせず、この仮説を分析、検証するための実践の場とする。

2. 情報収集・企画実践

(1) 人の魅力

最初は、「自分の魅力発見」をテーマに、自分自身を客観的に見つめ直し、今までに気づいていなかった「新しい魅力」理解のために、個人で調査した。そして、魅力の多様な見方に気づき方や理解するための方法について、京都文教大学の2つの学生団体（学生広報チーム・古着魅力チーム）と連携授業を実施した。予定では、大学で上記2チームと合同で講義やワークをすることとなっていたが、コロナの影響でオンラインでの交流となった。また、9月に魅力発信プレゼンテーションと古着ファッションショーについても開催できず、オンラインでのプレゼンテーションとなった。

【企画実践（外部連携）】

7月13日（火）京都文教大学高大連携授業（オンライン） 魅力の発見と伝え方・古着の魅力創造

9月21日（火）京都文教大学高大連携ゼミ報告会（オンライン） 魅力とは・私の古着の魅力

(2) 企業の魅力

どうすればイメージだけでは理解できない企業の魅力が見つけれられるのかを考え、「消費者視点」「従業員視点」「社会貢献」の3つの視点で企業を調べることにした。

○「消費者視点」：消費者にとって魅力ある商品やサービスを提供できているか。

○「従業員視点」：従業員にとって働きやすい職場環境であるか。

○「社会貢献視点」：社会にとってその企業が積極的に社会貢献活動を実施しているか。

上記3つの視点で企業を調査すると共に、特に「社会貢献視点」に着目した。実際の企業の社会貢献の取り組みを調査するために京都信用金庫と連携し、京都の中小企業の社会貢献に関する活動や経営者の認識について講義を受けた。さらに、「ソーシャル企業認証」制度に認定されている企業を実際に訪問して経営者から話を伺うなど研究活動を深掘りした。最終の調査結果を1月18日（火）に龍谷大学の報告会（高大連携授業）にて報告した。

【企画実践（外部連携）】

12月6日（火）京都信用金庫連携授業 地域金融機関から見た企業の魅力・ソーシャル企業認証

12月16日（火）ソーシャル企業認証企業訪問（カネ七畠山製茶株式会社）

(3) 地域の魅力

3年間高校生活を送っている「向島地域」に着目し、この地域の魅力の再発見を行った。特に、豊富な地下水と肥沃な土壌から盛んな「農業」について調べ、農業の現状やその向島の野菜を使った農業レストラン等に訪問した。その調査の結果を「向島まつり」へ資料参加（配布）を実施した。（資料参加のみ）

【企画実践（外部連携）】

- 9月28日（火）龍谷大学高大連携授業（オンライン） 向島地域の魅力（向島まつり参加について）
- 10月12日（火）地域魅力企業訪問（農業食堂アグリ） 地域（向島）新鮮野菜を使った料理（地消）
- 10月19日（火）地域魅力企業訪問（農業法人こと京都） 地域農業の活性化（種智院大学） 地域にある大学としての地域貢献
- 10月24日（日）向島まつり資料参加（下記向島の魅力通信発行）



- 11月2日（火）龍谷大学連携授業 授業途中経過報告 地域の魅力の見つけ方（大学生とワーク）
- 1月18日（火）龍谷大学連携授業 最終連携報告（高校生が見つけた地域の魅力、企業の魅力）

3. 分析・検証

「魅力」と何かについて、大学の学生、企業や地域の方と意見交換、情報共有することで、自分たちとは違う考え方や価値観など多様な見方、考え方があり、その多様性を知ることが「魅力」を理解する上で大切であることが分かった。私たち高校生の企画実践の結論をまとめる。（12名の結論の抜粋、まとめ）

（1）魅力の定義

魅力とは、人の心を引きつけ夢中にさせる力、そのものの良いところやアピールできる場所である。そして、人によって魅力とを感じるモノ、コトが異なる。自分が魅力と感じても、相手は魅力と感じていない事もある。人それぞれ魅力の捉え方、感じ方や感じる時、場面が異なる。

（2）魅力を伝える事の難しさ

魅力とは、人に伝えるのが難しいもの。自分にしか分からなかったり、相手にしか分からなかったりする。魅力は相手に理解してもらえないように伝えないと意味がないものになってしまう。

（3）魅力の伝え方

伝えたい相手に伝わる魅力発信するにはどうすればよいのか。（2）で述べたように、相手と魅力の価値観が異なることを理解し、相手の価値観を尊重し相手の立場に立って伝える。そして両者が共感できる価値観を創るために丁寧に具体的に伝えることが大切である。

（4）人・企業・地域の魅力

「人」の魅力については、自分の魅力探しをした結果、「自分で気づいている魅力」「自分では気づいていない魅力」があり、気づいていない魅力をどのように理解し、発揮するのが重要であることに気づいた。また、今回、大学生や企業の方などと出会うことで様々な価値観の人と出会う中で、自分自身の魅力を磨くことが出来たのではないかと考える。多くの人との出会いが魅力を輝かせるのではないかと。

「企業」の魅力については、社会が大きく変化する中で、企業に求められる内容も従来の魅力とは変化している。特に、SDGs に積極的に取り組み、企業の経営活動を通じて地域社会全体の発展に取り組む企業に魅力を感じる。今回は1つの会社にしか訪問が出来なかったが、多くの企業に訪問し、経営者の経営理念等について聞くことが大切であると考える。

「地域」の魅力については、私たちが通う「向島」の魅力再発見をした結果、「農業の魅力」「四季を感じる地域」「地域の未来を考える人がたくさんいる」等に気づけた。向島まつりを通して地域の魅力をもっと発信出来るようにしたい。

4. まとめ、今後の課題

コロナ感染症の影響により、年度開始から9月末まで地域へ出て行く事に制限があり、大学連携、企業連携、地域連携がほぼ出来なかった。「人」「企業」「地域」の魅力を考える上で、机上では理解できない事も多い。地域に直接出向いて、新しい出会い、そして話をする中で、一緒に共感することから生まれる「新しい気づき」が最も大切であると考える。次年度以降、コロナ感染症の影響がどうなるかは分からないが、現場での「新しい出会い」と「新しい気づき」そして、そこから生まれる「化学反応」が重要であると考える。

イノベーションゼミ（Iゼミ）研究報告書

3年1組 宇田 昂樹、土坂 涼介、村岸 咲
3年2組 田中 愛、蓮尾 磨
3年3組 井畑 安州、岡田 莉奈、岸根 俊介、篠原 柊哉、
立森 圭、中島 亜弥
担当教員 松本 慶子 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちは、・・・「①全国の様々なコンテストに応募にして自分の力を試してみる。②「幸せ」について探求する。」という2つのテーマが与えられた。しかし、「幸せ」とは人それぞれ、価値観が違うこともふまえると、「幸せ」とは無理に「〇〇である！」と定義を求めるより、「不幸には絶対にならない！」そのためには何を学ぶべきかに主眼を置いた。

「不幸＝〇〇である」これをゼミ内でアンケートを取ってみると、11人中10人は「死ぬこと」を答えたが、「死は、遅かれ早かれ誰しも避けられない事態」であるので、私たちは「借金（多重債務）とそれに絡む不幸な出来事」をテーマに探求を開始した。

2. 情報収集・企画実践

①全国の様々なコンテストに応募にして自分の力を試してみる。

コンペ名	内容	主催
2021年度 世界アルツハイマーデー標語公募	標語公募	認知症の人と家族の会 主催
第74回 新聞週間標語	標語公募	日本新聞協会
「14th SHACHIHATA New Product Design Competition」	製品 デザイン	一般社団法人未来ものづくり振興会 株式会社美術出版社 シヤチハタ株式会社
e-radio25周年記念『ラジオCMコンテスト』	20秒CM キャッチコピー	FM滋賀（77.0MHz）
第6回 暑さ対策川柳コンテスト	川柳	熱中症予防声かけプロジェクト
Future Furniture Competition 2021 (未来の学校の机とイスをデザインする)	製品 デザイン	GAIA EDUCATION
FM 神戸「ラジオCMコンテスト」	20秒CM キャッチコピー	Kiss FM KOBE
国学院大学 地域の文化伝承を学ぶコンテスト	レポート	高校生新聞
IPA 情報セキュリティ標語コンテスト	標語公募	独立行政法人 情報処理推進機構

以上、8つのコンテストに挑戦。

②「幸せ」について探求する→「不幸にならないために≡借金まみれにならないために」

10月19日（火）SMBC コンシューマファイナンスの『PROMISE 金融経済教育セミナー』を受講した。SMBCの梅田お客様サービスセンターの繁岡洋子さんから、オンライン（Zoom）で、金利の計算から、消費者金融で借金をする人物・借金をする理由などを日本貸金協会が提供しているデータを踏まえながら教えていただいた。

今度は、繁岡さんから『PROMISE 金融経済教育セミナー』で、高校生が何を感じとったのか、そして『これからの時代に求められる、持続可能な企業とは、どんな企業なのかを SMBC の社員に向けて授業をしてほしい』と依頼を請けた。

3. 分析・検証

仮説の設定にある「借金（多重債務）とそれに絡む不幸な出来事」ということで、今度は「多重債務からの自己破産」について、専門家に話を伺うことにした。京都司法書士会の司法書士で杉本亘先生に講義を受けた。



日本での自然人・法人ともに破産手続きをする人数のデータを調べるために裁判所の司法統計データを検索しながら授業を受ける。

まずは「自己破産」という法律はなく「破産法」という法律に基づき「破産（財産の売却整理）手続き」を経て「免責（借金返済をやめる）手続き」の二段階の申請を裁判所で行うことだと知った。

近頃は、多くの法律事務所がテレビCMで「債務は無しに」「過払い金を取り戻す」などのキャッチフレーズを使

って債務者の救済を謳っている。しかし「破産手続き」をすることは、債権者が返済の滞った債務者から債権を回収するためにも必要な措置で、債権者から債務者に対して「破産手続き」をすることも可能で、「自己破産」とは債務者自らが破産および免責の手続きをすることから来ている言葉である。実際に裁判所の司法統計データから検索してみても破産手続きのほとんどは、債務者自らが行っている破産手続きであることが分かった。

12月7日（火）に大阪ビジネスパーク内の松下IMPビルのSMBCコンシューマファイナンスの会議室にて「持続可能な社会になるために高校生からの提案」というプレゼンテーションを行った。このプレゼンテーションは、東京・金沢・名古屋・広島・鹿児島のSMBCコンシューマファイナンスの方々にもオンライン中継をされた。2部構成のプレゼンテーションを行い、第一部には『PROMISE 金融経済教育セミナーからの考察』ということで、ゼミのメンバーで話し合った結果「まこと（45歳）／ひろこ（37歳）」という



2人の架空の人物を作り上げ、その家族や近所のママ友、会社の先輩という人物もからめた人間模様として、まことがギャンブルにはまって家族に内緒で、消費者金融でお金を借りること。ひろこは高級住宅地内のママ友のマウント合戦に負けない様に消費者金融で借金をしてでも高級な洋服やバッグを買っていたことをゼミの皆で劇を披露して紹介した。

第2部には「パーパス（存在意義）・自己肯定感・厚労省のボランティアポイントを若者にも導入→

自己肯定感の向上がこれからの時代に求められる、持続可能な企業であり、それらの企業の集まりが持続可能な社会を作っていく、やがてはSDGsの8番にある『はたらしがいきも経済成長も』につながると考えていることを発表した。

4. まとめ、今後の課題

まだ、誕生したばかりの新しいゼミ。だからこそ、やること成すことが全部新鮮であり、挑戦しがいがあったと思う。なんでもやってみようとした事は良かったが、結構詰め込みすぎて、成し遂げきれなかったことも多かった。全国のいろんなコンテストも、賞金が高額になればなるほど「やる気」は出たが、賞金欲しさに頑張るだけでは、やはり結果は残せなかった。

しかし、いろんなことに挑戦しようとするほど、協力をしようとする力を貸そうとしてくれる地域の方々にも出会えたことは本当に感謝である。

毎回のゼミレポートで、googleトレンドのデータの調査をしていて、その調査結果からの考察を独立行政法人・統計数理研究所のスタートアップ共同研究事業へと挑戦しようとしていたがお互いのスケジュールが合わず、特命教授 清水邦夫先生（慶應義塾大学（理工学部）名誉教授）との研究なども出来ず残念だった。

（謝辞）

国学院大学主催の地域の文化継承研究コンテストへの応募は断念をした。久御山町につたわる神話を研究していきかけたが、コロナウイルスの感染防止のこともあり、以下の方々の協力を得るはずだったがここに謝辞をもって、ここにお名前を紹介して感謝を伝える。

- ・久御山町ふるさと研究会・元会員 西岡喜美子 様 塩屋 千鶴子 様
- ・久御山町 称名寺住職・神居義之先生（元京都府立西城陽高等学校・国語科教諭）
- ・久御山町 玉田神社 宮司・野口重典 様

コンテストチャレンジゼミ (Cゼミ) 研究報告書

3年1組 加藤 大祐
3年2組 垣本 彪斗、小島 優羽、久田 航、松村 怜奈
3年3組 板山 晴樹、金谷 海杏、和田美音波
担当教員 土橋 雅之 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちは、起業創造科で学んだことを生かして社会問題について考え、それにより課題を探求する力を成長させることはできないかと考えました。三年生になるまでに、私の身につけたかったコミュニケーション力や判断力、課題発見力は身につけることができました。しかし、課題発見の力はさらに伸ばすこともできると感じ、発見するだけでなく深いところまで探求していくことも大事だということに気づいたので、この課題を設定しました。

そこで私たちは、「コンテストにチャレンジしながら社会問題を考える」という課題を設定しました。この課題に対する仮説は、「コンテストにチャレンジすることで社会問題について考え、日常生活にも課題研究の授業で学んだことを取り入れることで、考え方に変化があり、卒業後もその知識や経験を活かす」である。この仮説を検証するため、探究活動を行った。

2. 情報収集・企画実践

- (1) 福井県が実施するフルマラソンの「大会名称とスローガン」に応募するミッション
- (2) 公益財団法人京都SKYセンター連携授業
「高校生が考える『日帰りグループ旅行』」の企画提案するミッション
- (3) 京都光華女子大学キャリア形成学科主催の「ビジネスプランコンテスト」企画提案ミッション
- (4) 食品ロス対策 行き場を失った野菜を救え～野菜に新しい価値を創造せよ～を西喜商店様に対して企画提案するミッション



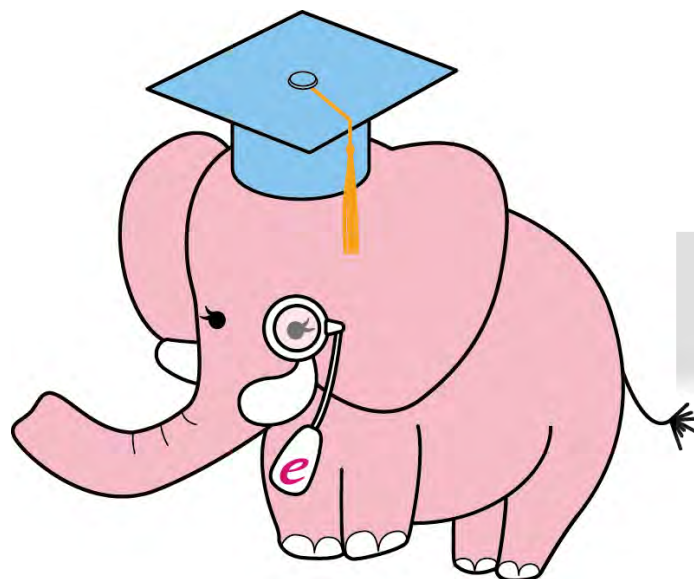
3. 分析・検証

1年間かけてコンテストにチャレンジを行って、なにをするにしても探求というのは本当に大切なことだと感じました。

この結果から、各課題で、得意不得意が出てしまって、探求できた時は少しの漏れだけでプレゼンテーションも充実した内容であることができたけど、苦手な分野になると、その漏れが多くあったり、不十分なことがあったりしました。しかし、その失敗をもとに次の取り組みも頑張ることができたので、卒業後は失敗を減らし、さらにレベルの高い取り組みをしていけたらいいと思います。

4. まとめ、今後の課題

Cゼミでは、個人個人で考えることがとても多くて、周りとかかわったりほかの人の意見を聞く機会がプレゼンテーションの時しかなかったので、自分たちで意見を交換する時間を見つけて、近くにいる友達に「これはどう思う？」など質問をし合っていて、同じCゼミでやってきた仲間でもとてもいい雰囲気でした。 (2) で書いたように、課題ごとに成長できたことがたくさんあったので、今後はそれを最大限まで活かせるようにしていくのと、日々たくさんの色々な課題に着目して生活したいと思っています。



⑫ 3年企画科『課題研究』

「課題研究」は学科の集大成となる科目です。これまで企画科で学んできたすべての内容を生かしながら、自分たちで授業を「企画」していきます。先生に教えられるのではなく、自分たちで考え、協働・探究・実践する科目です。

授業は、学科ごとに9つの「ゼミ（ゼミナール）」に分かれて行います。（各ゼミの生徒数は10人前後）どのゼミになっても、自分の役割は何かを常に考え、貢献し合うことが求められます。

◆企画科 9つのゼミ（ゼミナール）

整理 No.	名 称	キーワード
p1	Gゼミ (Global Business) グローバルビジネスゼミ	グローバル 外国人との交流 開発途上国
p2	Tゼミ (Tourism Business) 観光ビジネスゼミ	観光 外国と京都 ツアー企画
p3	Pゼミ (Product Development) 商品開発ゼミ	伝統産業 企画書とプレゼン 販売実習
p4	Sゼミ (Sports & Health Business) スポーツ・健康ビジネスゼミ	スポーツビジネス 健康と生涯スポーツ マネジメント
p5	Mゼミ (Movie & Promotion) 動画プロモーションゼミ	動画コンテンツ メディア 販売促進
p6	Dゼミ (Graphic Design) デザインゼミ	グラフィック カラーマーケティング イラストレーター
p7	Jゼミ (Co-work with Junior high & Elementary school) 小中連携ゼミ	小学校 中学校 ビジネスマナー
p8	Uゼミ (Co-work with University & High school) 高大連携ゼミ	高等学校 大学 共同（協働）研究
p9	Cゼミ (Contest / Challenge) コンテストチャレンジゼミ	コンテスト ビジネスアイデア 企画書とプレゼン

※太枠で囲んだゼミは内容が近いので、同じプロジェクトを行う場合もあります。（例：GとT）

◆各ゼミについて ※内容は年度により変更される場合があります

1. **G** (Global Business) 【グローバルビジネスゼミ】



◇内容

- ・グローバルビジネスについて探究する
- ・開発途上国の社会課題をビジネス視点で解決する
- ・台湾の台北市立士林高級商業職業学校と連携し、共同商品開発および台湾での販売実習を行う
(コロナの状況により、現地での販売実習を中止する場合があります)

◇連携先の例

- ・海外の企業 (海外支店を持つ日本企業を含む)
- ・国際関係団体 (JICA など)
- ・海外の学校 (士林高商など) や大学の国際関係学部

◇こんな人はぜひ!

- ・GB (観光分野を除く) の授業内容をもっと深めたい人
- ・外国人と交流して自分の視野を広げたい人
- ・台湾での販売実習に関心がある人

2. **T** (Tourism Business) 【観光ビジネスゼミ】



◇内容

- ・観光ビジネスについて探究する
- ・京都の新しい観光コンテンツ (国内向け・海外向け) を発掘する
- ・ウィズコロナ時代の新たな京都観光ツアーを企画し、旅行会社等に提案する

◇連携先の例

- ・観光産業 (旅行業・宿泊業・土産物関連産業等)

◇こんな人はぜひ!

- ・GB (観光分野) の授業内容をもっと深めたい人
- ・将来観光に関わる仕事に就きたいと考えている人
- ・「外から見た京都」に関心がある人

3. **P** (Product Development) 【商品開発ゼミ】



◇内容

- ・商品開発の一連の流れについて探究する
- ・京都の伝統産業について深く知る
- ・伝統産業の魅力を引き出す商品を共同開発し、販売する

◇連携先の例

- ・京都に本社を置く伝統産業

◇こんな人はぜひ!

- ・商品開発の授業内容をもっと深めたい人
- ・企画書作成力やプレゼン力を高めたい人
- ・京都の伝統産業に関心がある人

4. S (Sports & Health Business) 【スポーツ・健康ビジネスゼミ】



◇内容

- ・スポーツビジネスについて探究する
- ・コーチングやスポーツマネジメントについて深く知る
- ・スポーツ（生涯スポーツ・障がい者スポーツを含む）に関する企画実践を行う

◇連携先の例

- ・スポーツ関連企業
- ・大学のスポーツ関係学部

◇こんな人はぜひ！

- ・スポーツをビジネスの視点から深めたい人
- ・スポーツでどう社会貢献できるか考えたい人
- ・生涯スポーツや障がい者スポーツなど、幅広いスポーツ関連分野に関心がある人

5. M (Movie & Promotion) 【動画プロモーションゼミ】



◇内容

- ・プロモーション（販売促進・広報）の手段としての動画コンテンツについて探究する
- ・マスメディアの動画活用手法を探究する
- ・学校や企業のプロモーション動画を制作・公開する

◇連携先の例

- ・マスメディア（テレビ・ラジオ・新聞・インターネットなど）の運営会社

◇こんな人はぜひ！

- ・プロモーションとしての動画制作（自分が投稿して楽しむのではない）を究めたい人
- ・将来マスメディアに関する仕事に就きたいと考えている人
- ・構想から撮影・編集まで、周囲と協働しながら粘り強く作業できる人

6. D (Graphic Design) 【デザインゼミ】



◇内容

- ・ポスターやチラシ・POP・ロゴやパッケージデザインなど、ビジネスに関わる様々なデザインを探究する
- ・Adobe Illustrator（イラストレーター）をはじめとするデザイン系ソフトに習熟する
- ・学校や企業のニーズに合う作品を制作する

◇連携先の例

- ・デザイン会社
- ・デザイナー

◇こんな人はぜひ！

- ・メディアデザインの授業内容をもっと深めたい人
- ・将来デザインに関する仕事に就きたいと考えている人
- ・商品パッケージやPOPのデザインに関心やこだわりがある人

7. J (Co-work with Junior high & Elementary school) 【小中連携ゼミ】



◇内容

- ・今後の社会で必要とされるビジネス教育について探究する
- ・中学生に対し、ビジネス講座を行う
- ・小学生に対し、ビジネス講座を行う

◇連携先の例

- ・中学校
- ・小学校

◇こんな人はぜひ！

- ・挨拶や身だしなみ・敬語など、社会人としての基礎を身につけたい人
- ・それができたうえで、今後の社会でどんな力が必要か考え、小中学生に伝えてみたい人
- ・講座の企画力やチーム力、講座本番での臨機応変な対応力を磨きたい人

8. U (Co-work with University & High school) 【高大連携ゼミ】



◇内容

- ・他の高校や大学と連携し、共同（協働）研究を行う
- ・研究の成果を企業や大学に提案・発表する
- ・2021年度のテーマは「仕掛学」。「つい〇〇してしまう仕掛け」を学問として取り上げたもの。提唱者である大阪大学の松村真宏教授にご協力いただき、「仕掛学研究会」での論文発表とプレゼンテーションを目指す

◇連携先の例

- ・大学（2021年度は大阪大学）

◇こんな人はぜひ！

- ・「仕掛学」をもともと知っていて、松村先生と話してみたい人（ただし、自分でアポを取る）
- ・「つい〇〇してしまう仕掛け」を学術的に解明し、企画実践もしてみたい人
- ・大学の勉強（研究）について、入口を体験してみたい人

9. C (Contest / Challenge) 【コンテストチャレンジゼミ】



◇内容

- ・これまでの企画科での学びを生かして、個人やグループで全国の様々なコンテストに応募する（応募するコンテストは自分で探し、決める）
- ・これまでの2年間で出会った大人に、もう一度会う（外部講師として来られた方の中で「もう一度お会いして、詳しく話が聞きたい」と思う人に自分で連絡を取り、先生と相談しながら日時を設定する。基本的にはオンライン（Zoom）。他クラスの講師でも可）

◇連携先の例

- ・人により異なる

◇こんな人はぜひ！

- ・自分でどこまでできるか試してみたい人
- ・全国のいろんなコンテストで企画力を磨きたい人
- ・もう一度あの人の話が聞きたい、と思う人がいる人

「課題研究」でめざすもの

キーワードは「じぶんごと化」と「みんなごと化」。

1. 主体的・積極的に考えて行動し、互いに貢献し合いながら、自分たちで授業を創る。
2. 9つの専門分野を生かして、企画科全体で探究活動※を行う。
※探究活動とは・・・「①課題・仮説設定→②情報収集→③整理・分析・検証→④まとめ・表現」
3. 3年間の企画科での学びの集大成として、企画科の科目と社会（世界）をつなげる。

グローバルビジネスゼミ（Gゼミ）研究報告書

3年4組 上林優奈、佐藤龍斗、平田耕大
3年5組 入江優歌、江川友莉愛
3年6組 須藤海斗、杉本幸美、福井陽斗、三ツ口碧依
担当教員 小川建治 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちの先輩は2018年度から、台湾の台北市立士林高級商業職業學校（以下、士林高商）広告設計科・国際貿易科と連携してきた。

2019年度2月に台湾での販売実習を予定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大が始まり、渡航直前に中止となった。翌年は「今年こそ現地で販売実習を」と、先輩方の商品企画を引き継ぎ、オンライン会議を通じてブラッシュアップを進めてきたが、感染拡大は収まらず2年連続の中止となった。私たちはどのようにしてコロナ禍で商品を販売することができるか模索していたところ、クラウドファンディングサイトのMakuakeで応援購入という言葉を知った。

そこで私たちは、「応援購入を利用して台湾の商品を売るにはどうしたらよいか」という課題を設定した。この課題に対する仮説は、「高校生ならではのストーリーを伝えることができれば売れる」である。この仮説を検証するため、探究活動を行った。

2. 情報収集・企画実践

①生徒商業研究発表大会（以下：生徒商研）

「Cheering Funding～コロナ禍におけるクラウドファンディングの研究～」をテーマに参加し、プランニング賞を受賞した。

・先行研究となる論文を読み込む

『人々はなぜクラウドファンディングをするのか』片桐恵子氏

『海外におけるクラウドファンディングの現状』松尾順介氏

・実際にプロジェクトを立ち上げた人へインタビュー

舞扇堂 西岡様 ワックジャパン 小川様



②クラウドファンディング（以下：CF）

CAMPFIREにてプロジェクトを企画した。

『台湾と京都の高校生が共同開発した「ここにしかないコーヒー」で、みんなが幸せになる』を実現するため、目標金額15万円に向けて取り組んだ。

・士林との打ち合わせ

士林高商の先生とオンラインで打ち合わせを行い、過去に京都すばる高校企画科と士林高商で共同開発した商品の説明を聞いた。

生徒とも月に一回のペースで交流を行い、私たちのCFプロジェクトに意見をもらったり、士林高商が開発しているマスクやエコバックにアドバイスをしたりした。

その後のゼミの活動の中で、具体的な価格やセット販売の組み合わせを決めた。



・協力企業との打ち合わせ

公立高校では資金調達のための口座をつくることができないため、総合型選抜の専門塾である AOI 塾さんに協力を依頼した。実際に塾に伺い、打ち合わせを行った。

後日、塾に併設されているカフェで私たちが店員としてお手伝いさせていただき、宣伝活動をする予定である。



3. 分析・検証

本来は、12月上旬にCFのプロジェクトを開始し、その結果を分析・検証する予定であった。しかし、現在手続きに時間がかかっており、まだ開始できていない(1月中旬開始予定)。そのため、発表会までに検証ができない状態である。もっと時間に余裕をもって取り組むべきだった。

プロジェクト開始時には、仮説にも含まれている「高校生ならではのストーリー」をプロジェクトページに掲載し、その販売状況によって、仮説が正しいかどうかを検証する。

4. まとめ・今後の課題

私たちは生徒商研、CF、士林高商との交流などを行ってきた。その活動を通じて大きく成長できたと思う。生徒商研では、初のゼミでの大きな活動の場となった。目標の近畿大会や全国大会にはあと一步届かなかったが、私たちが研究してきたことをどのように伝えたら良いのか、また他校の研究内容や発表の姿勢に感銘を受け、私たちの新たなスキルにすることができた。CFでは、どのようなテーマを主において進めていくのかを考えることから始まった。活動を進めていくうえで一番力を入れたことは、協力企業様を探し自ら連絡し、援助を得たことである。ここでは2年前の『京都すばるデパート』での活動で協力企業様とコミュニケーションをとった経験を活かすことができた。士林高商との交流では言葉の違いという壁があったが、「企画力で世界と京都をつなぐ」という企画科のコンセプトをもとに今まで勉強したことを活かし、士林高商と仲を深めながら活動を進めることができた。

今後の課題は、CFの期間が終了していないので、SNSなどのツールを使って広報活動を行い、結果を分析・検証することが大切になってくる。

観光ビジネスゼミ（Tゼミ）研究報告書

3年4組 岸本功太郎、高木優太、廣瀬京花
3年5組 原祐朱香、前由起、山本大悟
3年6組 青田颯空、小野日和、嶋田恵、丸山しづく
担当教員 小栗真須美 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちは、観光ビジネスと伝統文化を結びつけて探求するという本来の授業内容を企画科で身に付けてきたグローバルな視点を活かしてより深めるために、(1)「どうすれば、日本の伝統文化を海外の人に伝えられるか」(2)「観光業はなぜビジネスになりうるのか」という2つの課題を設定した。この課題に対する仮説を(1)「体験をすることで、伝わる」(2)「お金を支払う価値があるから」とし、これを検証するため探究活動を行った。

2. 情報収集・企画実践

●華道体験…未生流笹岡の小幡典甫先生・外川京子先生による、華道についての講演・体験・ディスカッションを行った。華道の成り立ちから現在の生け花の姿、未生流笹岡の特色などを教わり、盛花・色彩花の二種類の生け方を体験した。

●茶道講演…裏千家のマイケル・ハーディ・宗月先生による、茶道についての講演会・ディスカッションをオンラインで行った。外国人から見た茶道の魅力を話していただき、茶道の歴史やお茶の精神などを教わった。マイケル先生が講演の初めに「茶道は体験が一番、とても45分では語れない」とおっしゃっていたことが、仮説の決定につながった。

●DVD「お茶会に招かれて」鑑賞…日本語版・英語版を見て、違いを比較した。DVDの中で、露地や茶室の雰囲気を感じ、それがもつ意味について理解した。

●個人企画プレゼン…(株)ライオンズ旅行企画の取締役代表 下平明利様・下平祐婦子様に向けて、個人で企画した文化体験ツアーのプレゼンテーションを行い、たくさんのアドバイスと講評を頂いた。私たち消費者が払うツアー料金には添乗員さんの有無や宿泊施設と企業の連携になどから様々な利益が上乘せされ、ビジネスとして成り立っていることを初めて知った。厳しいお話もあったが、このプレゼンをきっかけに仮設や今後の方針が大きく変わることになり、私たちの活動の中で大きな分岐点となった。

●水引・華道体験…(株)さん・おいけの藤谷祥帆様にお越しいただき、さん・おいけの歴史や水引の歴史・マナー・製造・種類などにまつわる講演と水引体験を行った。生徒のみならず先生方・華道の講師の方々も、世界から音が消えたように製作に集中し取り組んだ。その後、未生流笹岡の小幡先生・外川先生に教えて頂きながら、竹筒を花器にして前回とはまた違った味のある作品を生けた。それぞれが制作した水引を華道の作品に飾り付けて日本の伝統文化の融合を体験した。

●茶道体験…裏千家から岡本幸代先生と城土井宗恵先生、マイケル・ハーディ・宗月先にお越しいただき、2回にわたって茶道体験を行った。1回目の体験では基本的な作法を中心に教わった。「今日はとにかく感じて帰ってね」という言葉が印象に残った。2回目に、「外国人に伝えるという視点はもちろん、私たちのように初めて茶道に触れる人の気持ちをしっかり自身の心に持つことで、自然と伝えたいことが見えてくる」と話していただき、「感じる」ことの大切さを改めて学んだ。

3. 分析・検証

集めた情報を分析し、華道体験、茶道体験、DVD鑑賞を踏まえて個人企画の体験ツアーを作成。

株式会社ライオンズ旅行企画より取締役代表の下平明利様と下平裕婦子様にお越し頂きプレゼンという形で検証を行った。講評と沢山のアドバイスを頂き、その中には、私たちの企画ではビジネスとしてなり立たないという厳しいお話があった。

また「安物を使っているとケチってるみたい、本物に触れて感じることもあるのではないか」「1回体験しただけでは伝わらない」というお話があり、このことから仮説の実証には至らなかった。

そこで、この日のお話をきっかけに当初の仮説を見直し、

(2) 「本物を見て聞いて触れることで興味を持つ。1回の体験では伝わらない」

(2) 「質と値段を天秤にかけ、得を感じるとツアーを購入し、観光業は経済波及効果が大きいいため経済が回りビジネスとなる」(お金を払う価値を感じていることは旅行者にとっては大前提であることから)という仮説に変わった。これを受けて、その後の活動で1つのビジネスとして成り立ち、販売できる企画ツアーの作成をすることになる。

4. まとめ・今後の課題

これまで私たちは沢山の文化体験や講演などを行ってきた。

沢山の刺激をもらい1人の日本人として守り続ける必要性新しい魅力を再発見する機会となった。

今のこの時代だからこそ外国人だけではなく日本人にも語り継がれ伝わってほしい文化であり、新しい魅力も伝えていく必要性を大いに感じた。

私たちは外国人にどうしたら伝わるかということに目を向けて探求してきたが、伝える私たち日本人がまず本当の知識に欠けているという課題があることに気づいた。伝統文化を伝えていくうえで、私たち日本人がまず知ることが大事なのではないか。

1つ私たちが言えることは、日本の伝統文化は1つ1つで独立した文化ではなく、それぞれが影響し合い成り立ち歴史的背景までもが関わる”総合芸術”だということである。

私たちの探求はここで終わったわけではなく、最後には新たに制作した企画ツアーをライオンズ旅行企画の下平様をはじめ、お世話になったすべての講師の先生方に見ていただく予定をしている。

コロナ禍で国外に出づらい今をきっかけに、日本の文化に触れる時間を作ってみてはいかがだろうか。

商品開発ゼミ（Pゼミ）研究報告書

3年4組 長村夢菜、木村春美、高浦純萌、
高橋莉彩、田中美羽、常盤彩希、
渡邊可歩

3年5組 岡山ひな、飛川華子、三宅柚妃

3年6組 崎信穂乃、東泊由華

担当教員 杉本清行 先生、笹田康子 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちは、コロナ禍により京都を訪れる人が激減し、京都の魅力を伝えることが難しい、京都ならではの空間を楽しめない、自粛期間中家ですることがなく暇・・・という状況を何とか解決したいと考えた。

そこで私たちは、「コロナ禍でどのようにすれば家で京都を楽しんでもらえるか」という課題を設定した。この課題に対する仮説は、「非日常的なものを提供すれば家で京都を楽しんでもらえる。」この仮説を検証するため、探究活動を行った。

2. 情報収集・企画実践

○京都について調べる

→京都名物と言われているものだけでなく、京都に住んでいるからこそ見つけられる新しい京都の魅力を探した

○本田味噌本店様とのZoom

→今の課題を設定する前の課題（真の京都らしさとは何か）を実証するために京都に住んでいるからこそわかる京都の美味しいものを探していた時に見つけた 『本田味噌本店』様

※商売対象の不一致によりコラボならず



○西尾八つ橋様とのキックオフミーティング

→西尾八つ橋様の『八つ橋』試食

〈学んだこと〉想像のハードルを越える商品開発の重要性

○三星園様・灘商事様・大阪シーリング様・ケービーエンタープライズ様とのキックオフミーティング

→各企業様の紹介

〈学んだこと〉新規性を求めるとより良い商品が生まれるかも！

○企画立案・改善

→個人で企画立案 →共有・企画を絞る作業（商品ごとにグループ分け） →改善

○企業様へのプレゼンテーション

《西尾八つ橋様》4つ（白味噌（抹茶チーズ）・大学芋・とうもろこし・メープルバター）プレゼン

→結果：とうもろこし

《三星園様》5つ（抹茶deたこ焼き・くろまっちゃん・hot chocolate spoon・豆腐の抹茶ドーナツ・今日の京チュロス）プレゼン

→結果：米粉deたこ焼き（協力企業：こと京都様→九条ネギの企業）

くろまっちゃん

翠の円菓（抹茶ミルクドーナツ・ねぎみそドーナツの2種類の味）



3. 分析・検証

○令和3年京都すばるデパートインターネット活用型販売データ

商品名	販売数(個)	販売金額(円)
生ハッ橋(とうもろこし)	158	44,240
京都宇治杏仁くろまっちゃん	17	9,350
京都ドーナツ・翠の円菓4個入	60	51,000
抹茶ミルクドーナツ1個	36	7,920
ねぎ味噌ドーナツ1個	22	4,840
京都米粉たこ焼き	9	3,600

○売り上げからの分析

- ・全体的に売り上げが少ない
→オンライン販売という新しい挑戦を行ったが、オンライン販売の知識が足りず、販売戦略をうまくたてられなかった。
- ・ハッ橋への信頼度が高い
→ほかの開発商品に比べて、西尾ハッ橋様と共同開発した生ハッ橋(とうもろこし)は、多く売れた。京都のお土産として広く知れ渡る生ハッ橋の人気と、消費者の西尾ハッ橋様への信頼度の高さが今回の結果につながった。
- ・キット商品(くろまっちゃん・たこ焼き)があまり売れていない
→「非日常的なものを提供すれば家で京都を楽しんでもらえる。」この仮説を検証するためにすでに完成した商品ではなく、お家で作って楽しむことのできる商品を開発しました。しかし、複数の企業と共同制作したため、販売価格が市販のものより高く、内容量が少なかったため消費者のニーズを満たすことができなかった。

○結果

- ・そもそも商品を手にとってもらえなかった。
- ・課題に対する仮説を証明するための探究活動が不十分であったため、実証することができなかった。

4. まとめ・今後の課題

○出来たこと

- ・話し合いでは全員が自分の意見やアイデアを出すことができた
- ・ZOOMを用いた企業様とのミーティングでは、反応がわかりづらい画面上だからこそアクティブリスニングを心がけ、全員で取り組むことができた
- ・作業を分担し、効率よく進めることができた、また自らやらなければいけないことを見つけ、積極的に授業にとり組んだ

○できなかったこと

- ・情報の共有が素早くできず、企業様に迷惑をかけてしまうことがあった
- ・スケジュールを全員が把握できていないことが多かった

○探究活動を通じて考えたことやゼミ全体の成長

- ・コラボする企業やその商品について事前に調べて把握しておくことが大切だと学んだ
- ・京都について今まで知らなかったことを知ることができた
- ・多くの話し合いを重ねていくうちにコミュニケーション能力や自分の意見を相手に伝える力が身についた
- ・たくさんの意見をまとめてひとつのものを作り上げられるようになった

○新たに生まれた課題

- ・どんなときに非日常を感じられるのか日常生活でアンテナをはっておく。

スポーツ・健康ビジネスゼミ（Sゼミ）研究報告書

3年4組 河原颯、桑原貫太、早川伶歩、山根彩歌

3年5組 井上暁太、奥田悠雅、田中優菜、辻奈々、西川由菜、林杏香

3年6組 田畑廉弥、町田ちゃこ、

担当教員 久保芳行 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちスポーツ健康ビジネスゼミは、日本国内のみならず、世界中でのスポーツ人口に着目し、「どうすればスポーツを楽しめるのか」という課題を設定した。それに対して、「仲間と全力でやるとスポーツを楽しめる」という仮説を設定した。これらの設定には、Sゼミ員12人全員で1・2年次に学習したブレインストーミングやKJ法を活用した。

課題、仮説の設定には、日ごろ慣れない「批判禁止」、「自由奔放」などのルールを意識して話し合うことに難しさを感じたため、Sゼミの担当教員である久保先生の助けを求めたこともあった。例えば、ブレインストーミングのルールを再確認させてもらったり、KJ法に必要な道具を準備していただいた。もちろん私たちが主体の課題研究であるが、課題研究の授業が始まって初期の段階で私たちの背中を押してくださり、ゼミ員12人は、課題：「どうすればスポーツを楽しめるのか」仮説：「仲間と全力でやるとスポーツを楽しめる」の下で活動を開始した。

そこから、5つのグループに枝分かれし、細かな課題、仮説を設定した。これらは次の通りである。

・Aグループ（スポーツ離れグループ）

課題：「どうすればスポーツ離れを解消できるか」

仮説：「スポーツの楽しさを理解できれば、スポーツ離れを解消できる」

・Bグループ（クリケットグループ）

課題：「なぜ、日本ではクリケットが流行らないのか」

仮説：「クリケットを認知してもらえれば、競技人口が増える」

・Cグループ（キャップ野球、スポーツごみ拾いグループ）

課題：「なぜペットボトルのポイ捨てが多いのか」

仮説：「スポーツに利用することによって、ポイ捨てを減らせる」

・Dグループ（メンタル・ストレッチグループ）

課題：「どうすれば質の高い練習ができるのか」

仮説：「自分の弱点を知り、徹底して練習すれば、無駄のない練習ができる」

・Eグループ（ダイエットグループ）

課題：「どうすれば楽しくダイエットができるか」

仮説：「楽しくダイエットすると習慣化される」

2. 情報収集・企画実践

2021年6月3日に球場アナウンサーの藤生恭子さんに外部講師として来校していただき、スポーツに携わる仕事についての講演をしていただいた。12人のゼミ員はスポーツに関する見方が多面的になり、今後の課題研究を進めてゆく上での大切な材料となった。

ここからは各グループの活動内容をまとめる。

Aグループ

- ・高校生の部活動の所属状況を調査するために企画科三年の生徒を対象にアンケートを実施。
- ・小学校低学年の児童を対象として、安全に楽しめるようなスポーツを発見し、手軽なルールに改善、実験を行った。
- ・幼児向けのダンスを考案し、すばる式ダンスを1から創作した。

Bグループ

- ・クリケットに対しての情報の収集を行うため、英語で書かれたサイトを中心にインターネットを使用した。
- ・研究者自身もクリケットのルールを完全にルールを理解していなかったため、YouTubeなどの動画配信サイトで徹底的にクリケットのルールを解析した。
- ・研究者自身がクリケットの魅力を肌で感じたいと考え、龍谷大学クリケットサークルの方に連絡を取り、練習に参加した。

- ・小学生にクリケットを認知してもらうため、ルールを改善し向島秀蓮小中学校の高学年の体育の授業で出前授業を行った。
- ・これらは、小学生に高い評価をいただき、スポーツクラブなどでのビジネス視点での活路を見出した。

C グループ

- ・横浜国立大学のキャップ野球サークルの方に連絡を取り、キャップ野球を始めたきっかけや今後の取り組みなどを聞いた。
- ・実際にキャップ野球に取り組み、スポーツ自体の魅力を感じた。
- ・プラスチックのごみ問題と関連付けた結果、SDGsにも貢献でき得る取り組みに視点を当てた。

D グループ

- ・自身の弱点を知るためのフィジカルキャパシティーチェックについてトレーナーの方とコンタクトを取り、必要性を確認し、自宅で実践し検証に向かった。
- ・びわこ成蹊大学豊田教授にメンタルトレーニングについての方法を教わった。
- ・この両面での個の能力を狙う研究を行った。

E グループ

- ・YouTubeで様々な種類のダイエット動画を閲覧し、何が最適なのかを何度も熟考した。
- ・企画科三年生を対象にしたダイエットに対する意識調査アンケートを行い、それに基づいて習慣化できるダイエットを実施した。

3. 分析・検証

A グループ

実際にスポーツ離れを解消するためのスポーツを試行してみる中で、楽しさを感じ、12人のゼミ員全員が、継続したいとのフィードバックがあったため、仮説は正しいものであったが、運動部員の増加の検証には、さらに大きなサンプルと、期間が必要であることに気が付いた。

B グループ

現時点では、小学生が認知し始める過程にあるため、仮説の検証途中にあるが、小学生から高い評価をいただき、ビジネス視点でも活路を見出したため、今後のクリケットの認知度調査を継続するべきだ。

C グループ

ごみの量の削減までの調査は行うことができず、仮説の設定は不十分であったが、SDGsにも貢献できる課題や検証方法であるため、再度仮説を見直すことは、世界の環境問題的にも有効なものである。

D グループ

効率的な練習を行うためにフィジカル、メンタルの両面からアプローチを試みた。これらの研究は、ビジネス化を狙うことができるため、今後の両方のトレーニング方法に注目するべきだ。

E グループ

課題に対しての仮説はグループのメンバーの解釈にズレが生じ、正しいものと出来なかった。アンケート対象者の中には、ダイエットに対する意識が高い人も多く存在したため、ダイエットの需要はあり、あと一歩踏み込めば、ダイエットに関するビジネスも展開できるのではないだろうか。

4. まとめ・今後の課題

課題研究での一年間を通して、大きく変わったことは、スポーツに関する見方である。今までは、競技者、観戦者としてスポーツに関わることがほとんどであったが、その裏側にある仕事やトレーニング、競技の普及に着目し研究を進めていく上で、スポーツを多面的にみられるようになった。

私たちSゼミは一年間スポーツ健康に着目し、ビジネスに触れてきたグループは数少ないものであった。スポーツのことにについて、様々な情報収集をする中で、「ここはビジネスにつながる！」と感じたことが何度もあったため、この研究内容を今後ビジネスにつなげていくことが今後の課題だと感じた。



動画プロモーションゼミ（Mゼミ）研究報告書

3年4組 大中穂波美、堀江明里、森陽菜、横野雅
3年5組 吉川隼平、藤田蓮冬、米田諒太郎、渡辺結夏
3年6組 諏訪希、松田光流、村上慶翔
担当教員 崎井滉太 先生

1. 課題・仮説の設定

課題：心に残る動画を撮るためには、どこに気をつければいいのか

仮説：光や角度を調整して、視線を誘導する

2. 情報収集・企画実践

①メドレー制作

〈内容〉

ターゲットの年代をもとに流行った曲を4つのジャンルに分け、計16曲をつないだ動画を制作した

〈感想〉

- ・著作権の問題から入れたい曲を入れられなかったり、編集ソフトのバグで曲が正しく再生されなかったりして始めるのにも時間がかかった
- ・曲と曲の間を自然につなげたり、曲に合う背景、動画を考えたりするのが難しく、何度もやり直した

②MV制作

〈内容〉

バンドの方に楽曲を提供してもらい、構成・絵コンテ・カメラワークなどを自分たちで考えて1つのMVを制作した

〈感想〉

- ・ただ頭の中にあるものを思い描いて撮影するのではなく、ちゃんと絵コンテとしてアイデアを整理してから撮影する工程の大切さを知った
- ・撮影スケジュールを計画することの重要さと難しさを知った
- ・先生や沢山の生徒が撮影協力してくださったおかげで、楽曲にあったMVを作成することができた

③学校紹介動画制作

〈内容〉

ターゲットを中学生に設定し、ゼミの活動や朝の登校の様子など、パンフレットからはわからないすばる高校を紹介するために、生徒目線での学校紹介動画を制作した

〈感想〉

- ・一度中学生の目線に立って、学校紹介動画でどんなのを見たいのか。例えば、授業中の雰囲気なのか、普段の休み時間などの風景なのか何をピックアップするのかとても悩んだ
- ・長々とした動画だと飽きてしまう。そのため学校生活の一日を短く、長々とならないよう注意しながら作成するのは難しかった

④教育委員会の依頼動画制作

〈内容〉

京都府教育委員会からの依頼を受けて、京都府第二期教育振興プランのPR動画を制作した

〈感想〉

- ・撮影に行ける学校が1校しかなく素材が少ない状態での編集作業だったので大変だった
- ・どんな映像にするのか、たくさん話し合っって動画を作成することができた
- ・外部講師の方にたくさんのアドバイスをいただくことができて勉強になった

⑤ゼミ紹介動画制作

〈内容〉

起業創造科に企画科のゼミの内容を紹介するために、各ゼミ30秒の紹介動画をメドレー形式でつないだ

〈感想〉

- ・編集に慣れてきた頃だったためスムーズに作ることができた
- ・30秒の動画をつなげるだけのため時間はかからなかった

⑥ラジオ収録

〈内容〉

中学三年生にすばるの魅力を伝えるために、「すばる大作戦」と題して三条ラジオカフェからラジオの収録・放送した

〈感想〉

- ・いざマイクを目の前にすると緊張して思い通りに話せないところもあったが、楽しく収録できた
- ・普段経験できないことだったので、とても良い経験になった

⑦地域PV制作

〈内容〉

グループごとに京都府の観光地（京都水族館・京都市動物園）の魅力を伝えるための動画を作成した

〈感想〉

- ・動物園内の工夫や注目したくなる仕掛けなど、動画を撮影する中で気づくことも多く勉強になった
- ・手がぶれたりノイズが入ってしまったりと難しいところが多かったがその中にも楽しさがあった

3. 分析・検証

検証するための材料が少ないため検証不十分とする。検証結果を出すためには、
動画作成→たくさんの方の目に触れるサイトへ出す（YouTubeだけでなく、YouTube ショートや TikTok など）→アナリティクスの分析と課題の発見→次の動画作成に活かす
という一連の動きを何回も繰り返す必要があった。

4. まとめ・今後の課題

活動全体のまとめとして、構成の重要性を学ぶことができた。構成をしっかり立てることで結果的に撮影・編集の時間を短縮できることを強く実感した。また、編集ソフトの使い方を知ることできさまざまな工夫ができて、思っていたよりも簡単に動画制作をすることができた。光や色を調整することで、私たちでもある程度のレベルの動画を作ることができた。

ただ、時間の使い方を細かく計画するべきだった。動画のクオリティと制作時間のバランスを1学期の時点で理解し、2学期からの動画制作に活かせれば検証結果を出せたかもしれない。

今回の課題研究では、動画を公開することによる再生回数などの参考資料を得ることができず、心に残る動画の共通点を見つけることはできなかった。また、依頼を受けたが完了できなかった仕事もあったため、2年生に引き継ぐ必要がある。

デザインゼミ (Dゼミ) 研究報告書

3年4組 猪狩はな、上田彩乃、植田悠花、奥田万尋
3年5組 大崎日菜、桑原未緒、樋口愛美、前田望叶、山根詩音
3年6組 石倉みなみ、大下藍、田中香帆
担当教員 橋本幸代 先生

1. 課題・仮説の設定

私たちは、デザインを研究するにあたって、まず初めに広告に着目するようにしました。
(電車広告や、CM) ゼミの中で特徴を話し合い共有をしました。
そこで私たちは、「どうすれば、多くの人に興味を持ってもらえるデザインになるのか」という課題を設定しました。この課題に対する仮説は、
「一目見るだけで、情報が飛び込んでくるデザインは興味をもってもらえる」です。
この仮説を検証するため、探究活動を行いました。

2. 情報収集・企画実践

私たちは、これまで3つの企画に取り組んできました。
一つ目は、**電柱広告**です。学校の行きと帰りでそれぞれ違う広告を作りました。
行きの方向の広告の内容は、入学してきたばかりの一年生に向けて、すばる高校の特徴や行事、授業内容紹介の広告を作りました。また、2・3年生にもすばる高校について再確認してもらえる目的でもあります。学科ごとの専門科目について情報を集め、仮設にのっとり興味を持ってくれるような広告を作成しました。
帰りの方向の広告内容は、すばる高校にまつわるクイズを作成しました。
例) すばる高校が所有しているパソコンの総台数は? 学科数は? e t c . . .
先生も知らないような問題を作ってみたり、面白いクイズを作成したりしました。
二つ目は、**遊食亭さんとのコラボ活動**です。
昨年までは種智院大学の食堂ののぼりの作成や広告の作成を行っていましたが、コロナの状況で食堂が運営されていないので私たちは新たな取り組みを始めました。
取り組み内容は、「社員食堂や学食の新たな形を発見する。」
テーマは「お母さんのような温かみのある食堂」でした。まずは、情報収集を行いました。
①良い社員食の例を調べる。②世の中の人々がどんなサービスをしたら喜んでくれるのか考える。
③どんな食堂がいいのか例を出して考える。

この三つの情報収集から、みんなで意見を出し合い4つの班に分かれてプレゼンを行いました。

- 1班 お総菜を均一価格で販売する「100円!? OASであなたを応援」
- 2班 ご飯の材料がセットかつ低価格で販売する「mother's キッチン」
- 3班 体に優しいお料理をキッチンカーで販売する「健康と栄養を届けるキッチンカー」
- 4班 いつでもどこでも温かいご飯を販売する「mommy yummy box」

三つ目は、京都すばるデパートです。今年は初めてオンラインでの販売になりました。
デジタルクラフト工房で自分たちがデザインした商品の販売を行いました。

- ・トートバック (L/S)
- ・缶バッチ
- ・カレンダー
- ・osumoスタンプ

昨年度のデザインを参考しつつ、自分たちの個性をだしたデザインを考えることができました。

3. 分析・検証

電柱広告の分析・検証・・・企画科を対象にアンケートを実施しました。

アンケートの61人中44人が広告を見たということがわかりました。

「広告を見た」と答えた中に「彩が良い」「いちまいの広告の情報量が的確であった」

「クイズが面白かった」「フォントが柔らかくて見やすい」「デザインが多種多様でよい」

などたくさん的高評価がありました。特にクイズに関する感想が多くて私たちの中ですごく達成感を感じました。色やフォントに統一感を出して作ったことについて、気づいてくれたことがうれしかったです。

遊食亭さんとのコラボの分析・結果・・・この企画は未完成で、来年度にも引き続く予定です。

この企画は、デザイン関係の取り組みではなく、現役高校生の意見を知りたいということで始まりました。社員食堂や学食についてたくさん情報収集を行い、どうしたらより良い食堂になるのかを私たち目線でまとめ、発表を行いました。このような企画を考えるのは初めてだったので、とても難しかったです。遊食亭さんにたくさんほめていただき、とても達成感がありました。

大人の人がいる前でのプレゼンはとても緊張しましたがしっかりと発表ができてよかったと思います。

京都すばるデパートの分析・検証・・・初めてのオンライン販売で思った以上に売れず、赤字になってしまいました。ですが、一人一人の役割だけでなく、みんなで協力して作業することができました。自分たちが考えたデザインの良さを販売サイトにもっと詳しく記載することができればもう少し売り上げはあがったかもしれません。



4. まとめ・今後の課題

デザインゼミでは、多くの人に興味を持ってもらえるデザインを考え作ることができました。

電柱広告では、もう少し色を鮮やかにしたり、フォントをわかりやすくしたりするなどの改善点がまだまだ見られます。

遊食亭さんとのコラボ活動では、来年度にも引き続く予定なので、頑張ってもらいたいです。

京都すばるデパートでは、商品の写真の撮り方やアピールポイントをしっかりと伝えられるように工夫をしていきたいです。

小中連携ゼミ（Jゼミ）研究報告書

3年4組 中山未来、吉川璃美、
3年5組 柿田諒、瀬尾彩花、田村花菜
3年6組 加藤蓮、狩野愛海、塩尻桃々、塩出亜弥乃、
田島春華、南庄光、森野創太
担当教員 只川徹 先生

1. 課題・仮説の設定

- 課題：「どうすれば初対面でもコミュニケーションがスムーズにとれるのか」
- 仮説：「アクティブリスニングを心がけると相手の気持ちがリラックスし、
コミュニケーションがスムーズにとれる」

この仮説を検証するために、アンケートや実際にビジネスマナー講座を通して探究活動をした。

2. 情報収集・企画実践

①アンケート

私たち聞き手はアクティブリスニングを行いどのような聞き方が好意を持ってもらえるかを年代別に調査をした。下のようなアンケート用紙で、選択肢を用意し、◎・○・△の三段階で評価をしてもらった。

企画科3年「課題研究」Jゼミアンケート	
私たちはコミュニケーションに関わる探究活動を行っています。今回、話をしていた時、聞き手の反応で好印象を持たれた項目に3段階で記入してください。 (◎:とても好印象、○:好印象 △:少し好印象) いくつでも結構です。	
【態度・様子】	
視線を合わせていた 【 】	姿勢を正していた 【 】
メモを取っていた 【 】	笑顔で聞いていた 【 】
うなずきながら聞いていた 【 】	相づちを打って聞いていた 【 】
興味を持って聞いていた 【 】	
【リアクション】	
返事してくれた 【 】	共感してくれた 【 】
質問してくれた 【 】	驚いてくれた 【 】
感謝してくれた 【 】	復唱してくれた 【 】
喜んでくれた 【 】	涙してくれた 【 】
励ましてくれた 【 】	行動してくれた 【 】
※ 相手がどのような聞き方をしていれば、好印象を持たれますか？ -----	

②ビジネスマナー講座

私たちは、2学期から6校の中学校にビジネスマナー講座を行った。ビジネスマナー講座の最初に行うアイスブレイクを通して、中学生と積極的にコミュニケーションをとった。勿論、初対面なので私たちも中学生も緊張している。その中で、どのように中学生と接すれば心を開いて会話をしていくのかなどを考えながら取り組んだ。はじめは、うまく話しかけることができず、反省を繰り返してより会話をとるための工夫やアイデアをゼミで出し合った。発表の時には、どのような話し方をすれば眠たくならず、楽しく話を聞いてもらえるかを考えた。



3. 分析・検証

この2つの取り組みを通じて、主に話をする人は、全世代に渡って

「視線を合わせていた」「うなずきながら聞いていた」

ということに対して好印象をもたれる事が分かった。

この表にもある通り視線を合わせる、うなずきはコミュニケーションをとるためには必要不可欠である。

さらに、初対面の人と会話をするときには、積極的に話しかけることも大切である。

	年代	全体
	【態度・様子・反応】	平均
1位	視線を合わせていた	8.2
2位	うなずきながら聞いていた	7.9
3位	返事をしてくれた	7.5
4位	質問をしてくれた	7.4
5位	興味を持って聞いていた	7.1
6位	笑顔で聞いていた	7.0
7位	相づちを打って聞いていた	6.9
8位	共感してくれた	6.9

年代	50代	2	10代	3
【態度・様子・反応】	平均	順位	平均	順位
うなずきながら聞いていた	10.0	1	8.6	1
視線を合わせていた	8.6	4	8.5	2
相づちを打って聞いていた	8.8	2	7.7	5
喜んでくれた	8.8	2	6.4	10

4. まとめ・今後の課題

私たちは主に3つの取り組みをした。

1つ目：探究活動、

2つ目：ビジネスマナー講座、

3つ目：脳トレ問題作成

この取り組みを通して、人前で話す力、課題と向き合い真摯に解決する力、全体を見て臨機応変に対応する力を身に着けることができた。

ビジネスマナー講座では、照明のON/OFFなどの気づきができなかった。改善点が山ほどあった。

ゼミで反省をして、全員でよいビジネスマナー講座を作れるように試行錯誤した。

このビジネスマナー講座では正解がない。だから楽しい。

ビジネスマナー講座はすべての取り組みが終わったが、全員が100%の力を出し切ることができた。

脳トレ問題はまだまだ改善できるところがある。

私たちが頑張るのは勿論、次の後輩に繋げられるように頑張る。

脳トレ問題の改善・後輩に繋ぐことが今後のJゼミの課題である。

高大連携ゼミ（Uゼミ）研究報告書

3年4組 西田日向、山口璃珠
3年5組 青木陽菜、梅林竣太、木村美月、
花満美希、福嶋虹海、藤谷美帆
3年6組 中村樹、村田海斗
担当教員 梅木良輔 先生

1. 課題・仮説の設定

A班は、「手洗い場に並ぶ際、生徒どうしの間隔があいていない」点に目を付け、課題を設定した。この課題に対する仮説は、「色の変化によって生徒どうしの間隔をあける正確さが変わるのか」である。この仮説を検証するため、探究活動を行った。

B班は、「掃除時間に机を均等に並べるのに時間がかかる」点に目を付け、課題を設定した。この課題に対する仮説は、「的を床に貼ることで目印として分かりやすく、的に合わせたいと思わせるか」である。この仮説を検証するため、探究活動を行った。

C班は、「ペットボトルのボトルとキャップを分別して捨てられていない」点に目を付け、課題を設定した。この課題に対する仮説は、「新たにキャップを捨てる場所を設けることで課題解決につながるのではないか」である。この仮説を検証するため、探究活動を行った。

2. 情報収集・企画実践

【情報収集】

松村真宏様	大阪大学経済学研究科教授	仕掛学とは何か
山縣正幸様	近畿大学経営学部教授	探求やゼミの活動について 論文の書き方について
山根承子様	株式会社パパラカ研究所 代表取締役	行動経済学と仕掛学の違いについて
金井菜々美様	株式会社伊藤園広告宣伝部	金井様の検証した仕掛けについて

【企画実践】

A班：渡り廊下2階の手洗い場にディスタンス用のマークを設置。

緑色のマークを1週間設置後、赤色のマークに変更し1週間検証した。

(4つに分かれて並べているか・間隔を開けて並べているか)

B班：3-5の教室に机を並べやすくするための的を設置。

設置した期間と設置していない期間を比べて検証した。

(机が幅を開けてきちんと並んでいるか・掃除時間は短縮されたか)

C班：昇降口付近に仕掛けを施したペットボトルのごみ箱を設置した。

これまで設置されていたゴミ箱にはキャップを捨てる場所が無かったため

それを設けたごみ箱を作成した。

3. 分析・検証

A 班：検証結果 赤色と緑色を比べると緑色のほうが正確に並べていた

しかし、赤色のほうは並べていたが間隔がバラバラで統一感がなかった。

原因として、緑色のマークの後に検証をしたため慣れが出てしまったのではないかと考える。

B 班：的を設置することによって掃除時間にどのような変化があったかを検証するために、机を並べるためにかかる時間のデータをタイマーを用いて取った。比較を行うために、的の設置前と設置後の二種類のデータを取った。ほうき掃除と並行して行っているため、多少検証結果に影響を及ぼしている。

掃除で机を運ぶ生徒も人数も変わり、日によっても机の重さが変わることを想定したうえで、

1 班は、仕掛けなしの平均で3分42秒、仕掛けありの平均が2分54秒と差は47秒も早くなった。

2 班は、仕掛けなしの平均で4分35秒、仕掛けありの平均が3分50秒と差は44秒も早くなった。

けなしの平均で3分12秒、仕掛けありの平均が1分58秒と差は1分14秒も早くなった。

わかる結果は、3つの班で一分ほど早くなった。

また、先生が注意することも減り、その分、机の整理が早くなったことも考えられる。

ほかの生徒によると、先生の注意がなくなり楽になったという声や、仕掛けがあると机をきれいに合わせたくなるといった声が聞かれた。

C 班：11月から一階にあるペットボトルのリサイクルボックスの中にあるペットボトルの数を数えてみた。

結果、本数にばらつきがみられたが、キャップをつけたまま捨てている人は何人かいたので、人に見られていない、または見ないだろうという思いがキャップをつけたまま捨ててしまうという行動を生んでしまうのではないかと考える。(ほかにも飲み残しを捨てずにペットボトルの中に入っていることも原因の一つの可能性はある)

4. まとめ・今後の課題

A 班：これまでの検証の際、仕掛け自体の効果を確かめることができなかつたため、違う階でも同じ条件のもと前回よりも長期間検証をすることで、仕掛け本来の効果の検証をする。

B 班：的を設置する前と後では結果で上げたように、机を運ぶ時間が短縮されたのと、掃除時間の生徒や先生の雰囲気が良くなったように思われる。また、生徒の中から机が並べやすいという声も聞こえてきた。よって、的を設置したことによって机の並べる時間の短縮と掃除時間の雰囲気づくりという二つの効果を得ることができた。

的を教室の床に貼るのにセロハンテープの使用と両面テープの使用を行った。セロハンテープを使用したときは角の部分がめくれてしまい、両面テープを使用したときは一部剥がれているものが出てくるという課題が出てきた。

これを改善するために本格設置を始めるにあたって、セロハンテープを使用して貼る案を採用することにした。より強力なセロハンテープの使用、角のめくれやすい部分を丸く切り取るなどの改善を施すこととした。

C 班：ゴミ箱ひとつでも仕掛けをいれることによって、今までできなかった分別やキャップを外して捨てるようになるようになった。このことから、自分が住んでいる地域の課題や学校の課題なども少しの工夫で大きく改善される可能性があるとうわかった。時期によって検証の結果が変わっていくかもしれないという課題があった。自分の身近な課題から解決していきたい。

コンテストチャレンジゼミ (Cゼミ) 研究報告書

3年4組 田中美羽、中野功太郎、中本心優

3年6組 高岸伶衣、竹内七渚、福田梨乃、
山鹿菜奈子、吉田梨華

担当教員 木村英士先生

1. 課題・仮説の設定

私たちは、コンテストにチャレンジするゼミでコンテストに入選するだけを目指とするのではなく、コンテストの趣旨に沿った魅力的な作品を作ることが大切だと考えました。

そこで私たちは、「どうすれば各コンテストの趣旨に沿った魅力ある作品を作ることができるのか」という課題を設定しました。この課題に対する仮説は、「対象となる素材を深く知り、それらを活用することで興味関心を持ってもらえるような作品を作ることができる」です。この仮説を検証するため、探究活動を行いました。

2. 情報収集・企画実践

私たちはこれまでに『全日本動物写真コンテスト』『チー1グランプリ』『禁煙CMコンテスト』『FM徳島cmコピー大賞』に応募しました。

コンテストごとにそれぞれ課題仮説を立て取り組みを進めました。

コンテスト名	課題 (どうすれば・・・)	仮説
全日本動物写真コンテスト	動物独自の動きや特徴の写真を撮ることができるのか。	各動物の特徴を調べることで特有の動きを見ることができる。
チー1グランプリ	チーズの特徴を生かした新しいレシピを作れるのか。	チーズとの相性を調べたり、実際に作ってみたりすることで新しい味を見つけることができる。
禁煙CMコンテスト	喫煙を防止できるCMを生み出せるのか。	喫煙による被害や、受動喫煙に対する怖さを伝えることで、喫煙を防止できる。
FM徳島cmコピー大賞	各企業を短いCMの中でPRすることができるのか。	企業の特徴を調べ、企業の伝えたいことをCMの中でストーリーにすることで会社を知ってもらうことができる。

『動物写真コンテスト』では、実際に京都市動物園に写真を撮りに行きました。そのほかにも家で飼っている犬の写真や、昔に撮った写真を持ち寄って応募しました。

『チー1グランプリ』では、チーズの特長や相性の良いものを調べ実際に「餅チーズお好み焼き」「かぼちゃチーズプリン」「茄子とチーズのはさみ揚げ」を考えました。

『禁煙CMコンテスト』ではたばこによる被害を調べ、「あなたはまだタバコを吸いますか?」というタイトルの元、CMを完成させることができました。生徒やCゼミ担当の木村先生にも出演していただきました。

『FM徳島cmコピー大賞』では4つのグループに分かれ、大石自動車・たてものWORKSについてのCMを考えました。会社の事業内容やキャッチコピー、伝えたいことなどをストーリー仕立てでCMにすることができました。

3. 分析・検証

『全日本動物写真コンテスト』

まず、コンテストの趣旨や応募要項などを詳しく調べました。そのほかにも自分が取りたい動物の性質や、行動パターンなどを調べることで、より良い写真を撮ることができると仮説を考えました。入賞作品の中には自然体な写真や家族写真といったほっこりするような写真が入賞していました。行動パターンを調べることは間違っていなかったと思いますが、ふとした瞬間にとれる自然体の姿を写真に収めることがこのコンテストに必要なことだったと考えました。

『チー | グランプリ』

チーズの特徴を生かしながら相性の良い作品ができるように、チーズの特徴やどんな食材に合うかなどを調べ、何度も試作品を作り、お手軽に作れるけど、簡単すぎないチーズ作品が作れるように努力しました。

残念ながら入賞することはできませんでしたが、このコンテストを通じて手軽さと身近なレシピというだけでは入選させることは厳しいことがわかりました。チーズの良さを生かすことを重視しすぎてそのチーズと合わせる食材や料理が無難なものになってしまい、仮説を「実際に作ることで新しい味を見つけることができる」と立てていたけど新しい味を発見することができなかつたので実証されなかつたことがわかりました。

『禁煙CMコンテスト』

入賞できるレベルの作品を作るため、CMを作るときのコツや編集技術を調べて、より多くの人の目に留まり、喫煙に対する怖さを伝えられるようなCMになるよう努力しました。

しかし、入賞した作品を見るとどの作品も完成度が高く、編集技術や撮影技術が優れているものばかりでした。喫煙に関する正確な知識を持って、伝えたいことをしっかりと考えられていたらしい作品ができると仮説を立てていたけど、このコンテストの結果から、数週間で身に着けた技術や知識ではコンテストに入賞することが難しいことがわかりました。

オリジナリティーのある作品は技術や知識は必要なくだれにでも作ることができるので、もっとオリジナリティーのある作品を作ることを目標にすればよかったと思いました。

『FM徳島cmコピー大賞』

CMを募集する各企業の課題を基に、オリジナルのCMコピーを作るコンテストで4つのグループに分かれて取り組みました。各企業の特徴や事業内容を調べ面白いcmコピーを考えました。仮説では「企業の特徴を調べ、企業の伝えたいことをCMの中でストーリーにすることで会社を知ってもらえることができる」と考え、実際に面白いcmコピーは会社を知ってもらえるチャンスにもなったと思うので、仮説は検証されたと思います。

4. まとめ・今後の課題

このコンテストチャレンジゼミでは、1, 2年のころとは違い自分たちの興味あるコンテストに応募することができました。そのため、取り組みの中で楽しんで取り組むことができ、より良い作品を作り出すことができました。楽しいだけでなく、コンテストの作品を見てくれる人の視点で考えたりすることが良い作品につながったと思います。今後も一つの目標に向かってやり遂げる力を大切にしたいです。また自分だけでなく他人の視点に立って物事を考え行動する力を大切にしていきたいです。

