

平成 30 年度、令和元年度 課題研究フューチャーセンター班

校 訓	
進取敢為 友愛奉仕 自律礼讓	
学校経営ビジョン	
自信と誇り、高い志を持つ自立した経済人の育成を目指し、地域及び県民の負託にこたえる学校の創造	
教育目標（目指す生徒像）	
<p>1. 学力向上 普通教科、専門教科を問わず、授業を通して高い教養と専門性を身につけさせ、産業社会に貢献できる生徒を育成する。</p> <p>2. 自律した品格のある生徒の育成 本校生徒としての誇りを持ち、言動に責任のある自律した、品格のある生徒を育成する。</p> <p>3. 部活動と通して高い人間力を持つ生徒の育成 体育系部活動・文化系部活動とも、本校部活動の輝かしい伝統を継承すると共に、さらに高い目標に挑戦する。競い合い、助け合い、学び合う中で、高い人間性、人間力を持つ生徒の育成を図る。</p> <p>4. 地域の文化を担い、貢献できる生徒の育成 地域社会と積極的に様々な交流を行うことで、生徒の見識を広めさせ、社会性や公共心の育成を図る。</p>	
商業科の目標	
ビジネスの基礎的・基本的な知識や技術を習得させ、専門性を身につけるための職業的資質を育成し、時代の変化に対応できる「確かな学力」と、よりよい社会に変えていく力「社会力」や、豊かな人間性を備えた「都商ビジネスパーソン」を育て、地域や全国に誇れる「都商ブランド」を確立する。	

育成を目指す人物像	マーケティング分野の学びを通して、ビジネスに関する課題を発見し、解決策を探求して創造的に解決し、主体的に地域に携わることができる経済人の育成
------------------	--

育成を目指す資質・能力	知識及び技術	商業の各分野について実務に即して体系的・系統的に理解するとともに、相互に関連づけられた技術を身に付けるようにする。
	思考力、判断力、表現力等	ビジネスに関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として解決策を探求し、科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。
	学びに向かう力、人間性等	課題を解決する力の向上を目指して自ら学び、ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

商業の見方・考え方	企業活動に関する事象を、企業の社会的責任に着目して捉え、ビジネスの適切な展開と関連づける
------------------	--

科 目 名	課題研究 フューチャーセンター班
担 当 者	住友庸祐 黒木庄吾 久保良太郎
初 回 予 定 日	2019年4月19日
授 業 時 間	毎週金曜日 5・6限目 50分×2
主 会 場	都城商業高校 総合実践室 地域コミュニティ施設
学 習 方 法	対面授業、ワークショップ等
科 目 内 容	<p>商業の見方・考え方を働かせ、実践的・体験的な学習活動を行うことを通して、ビジネスの知識を生かし、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人として必要な資質・能力を育成する。また、自分たちで多様な人たちが集まり、集団としての新しい知恵を形成する「対話の場」を作り上げることを目指す。</p> <p>フューチャーセンター（Future Center）とは、多様な人たちが集まり複雑化したテーマ（課題）について「未来志向」「未来の価値の創造」といった視点から話し合いをする議論する「対話の場」のことを目指す。</p> <p>まず、フューチャーセンターに関する基本的な知識や手法、事例を学び基礎的な素養を習得し、地域の人たちとの対話の場（フューチャーセンター）を実践する。そして、地域など身近にある課題の抽出や解決に向けたフューチャーセンターの活用方法や有効性について理解を深め、ビジネスの創造の発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。</p>
注 意 事 項	<ul style="list-style-type: none"> ・金曜日の5・6限目を基本とする。 ・授業内容（実践）によっては校外で行うこともある。

フューチャーセンターとは

複雑な問題に対して未来志向で対話的な学びであり、地域などでの実践を伴う活動

社会的な
課題

未来志向で
対話

解決



フューチャーセンターとは一般的に、建物や場所を意味するものではなく、多様な人たちが集まり複雑化した問題について「未来志向」で対話を行う場のことを言う。

本校のフューチャーセンターの機能を図式化すると表のようになる。行政や社会的な課題を持った人が都城フューチャーセンターへ課題を持ち込み、その課題テーマに沿って、地域の方々や関係者、想いの持った多様な人が集まり対話を行う。

その協力として宮崎産業経営大学からレクチャーを受けたりアドバイスを受けたり一緒に活動を行ったりすることで、質を高めている。大学生がテーブルファシリテーションを行ったりしてくれている。学校が地域拠点の機能を目指すように挑戦している。

都城商業フューチャーセンターの目的

都城商業フューチャーセンター
地域の拠点を
目指し挑戦中



※FC・・・フューチャーセンター

都城商業フューチャーセンターの位置づけ

都城商業フューチャーセンター
マーケティングを活用しながら対話を通して繋がりを持ち、新しいことにチャレンジしていく



対話
想いを表現
繋がり
関係性
未来志向



相互作用



マーケティング
科学的な根拠
分析・調査
ビジネス思考

地域をブランディング

フューチャーセンターで対話を行いながら、アイデアを出し合い、それを分析や調査、ビジネス思考で具現化して、対話で磨きをかけて構築していく。この相互作用で地域をブランディングしていくことを考えている。

実践

フィールドワーク（三股町 長田地区）



「長田地区」

自然豊かな地区で長田峡は大八重地区の乱れ淵から梶山地区の矢ヶ淵まで 10km にも及ぶ峡谷です。県道 33 号線沿いの駐車場からわずか 30 秒ほど歩くと、ちょっとした癒しの空間を体感できます。三股町地域おこし協力隊笠島様から長田地区に伝わる『民話』があることも教えていただきました。

市場調査（三股町 よかもん物産館）



「よかもん物産館」

三股町の特産物を調査にいきました。三股町で「胡麻」が栽培されていることを初めて知りました。

また、加工品も生産されており、生産量日本一を目指しているそうです。

「現在日本で消費されている胡麻は99.9%が海外からの輸入品で三股の胡麻は希少な国産胡麻であり、農薬や化学肥料を使用しない栽培を徹底し、植え付け、間引き、収穫・選別作業も全て手作業で行っています。」

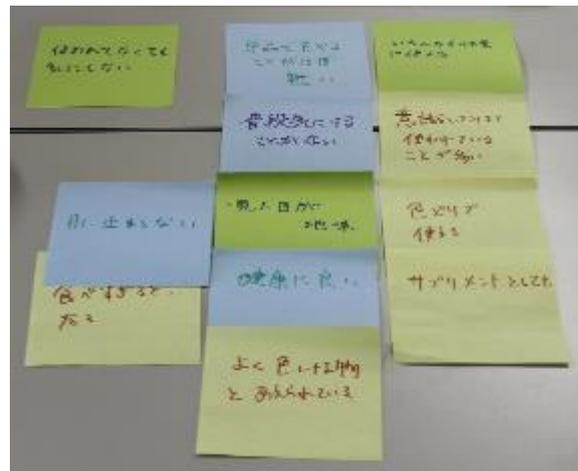
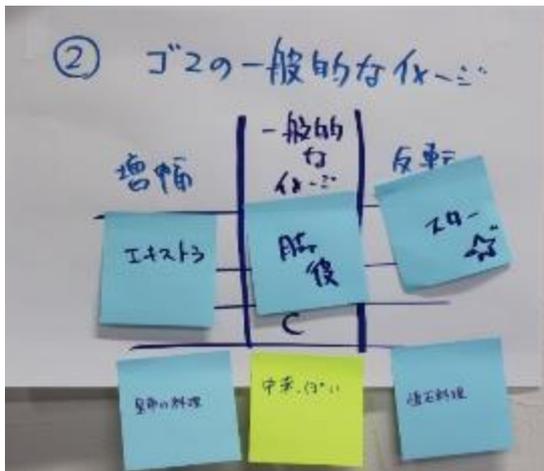
【三股町の農業生産法人（株）しも農園代表の下石正秋様の話より】

第1回フューチャーセッションの開催



「フューチャーセッション」

4月20日 第1回フューチャーセッションを開催しました。ブレインストーミングを用いて話し合いました。胡麻について学んだ感想や三股の胡麻を実際試食してみて感じたこと、商品展開について気づいた点様々な意見が出てきました。胡麻についてもう一度問い直して、違う部分から見たらもっといい価値が出てくるのではないかと考え、胡麻をリブランディングしていこうと決定しました。



「フレームワーク」

まず、胡麻のイメージを共有します。その後、フレームワークに当てはめ、胡麻のイメージを「反転」「増幅」することで機械的にアイデアを出していきました。

ものを多面的にみることの重要性を理解し、胡麻の新たな活用方法を模索していきました。

『胡麻』 × 『民話』

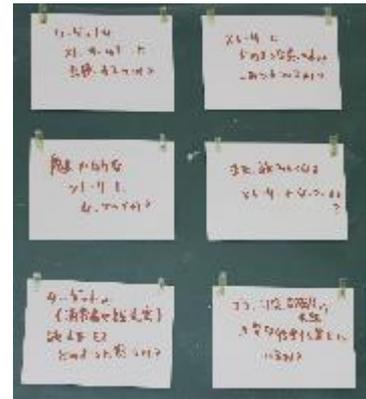


『胡麻』 × 『民話』

長田地区に伝わる『民話』は地元の人でさえ民話のことを知らない人が多くこのままだと民話自体がなくなってしまうのではないかと危惧されていました。民話を残すことは地域の文化を残すことにつながるのではないかと考えました。

そこで、新しく作られている胡麻と昔から伝わる民話を掛け合わせることで、新たな活動が生まれ、地域に貢献できるのではと考えました。まず、民話にゴマを登場させるストーリーを作ることに...

第2回フューチャーセッションの開催



ストーリーマーケティング

- ターゲットはストーリーのどこに共感するのか
- 魅力的なストーリーになっているか
- ターゲットが読んだときどのように思うか
- ストーリーにどのような意味が込められているか
- また、読みたくなるストーリーになっているか



6つの帽子（対話の手法）

振り分け	役 割	
白	事実（事実認識）	客観的に事実を受け入れる
赤	感情（直観）	直観的な判断
青	概観（全体整合）	全体を俯瞰する
緑	創造（創造的思考）	創造的思考
黄	楽観（プラス思考）	楽観的な意見（プラス思考）
黒	批判（リスク思考）	批判的な意見（クリティカル・シンキング）

6つの帽子という対話手法使い、6人にそれぞれの役割を振り分け、その役割に近い役を演じながら話を進めていきます。そうすることで、多角的に対話を行うことができ、新たな視点からストーリーを考えることができました。

アニメーションの制作





第:



アニメーション

ペンタブレットを利用して原画を描きました。初めてで苦労しましたが、放課後など授業以外の時間を使って制作しました。

1 新規性 (10点)

2 有用性 (10点)

3 実行可能性 (10点)

アニメーションの評価

新規性: 高校生が作った広告として新しさがあったか?

有用性: 胡麻の広告、ブランド価値を上げる広告として有用であるか?

実行可能性: 実際の広告として活用することができるか?

3つの観点から評価をお願いしました。3回目のセッションで初めて外部からの評価をしていただきました。厳しい評価やコメントもたくさんありましたが、三股の胡麻をPRしていくことを考えれば当然のことだと思います。

	新規性: 10点満点	有用性: 10点満点	実行可能性: 10点満点	合計点 (計30点)	コメントなど
A	3 ひまの登場シーンが、前回は胡麻の登場シーンが多かったため、今回はひまの登場シーンが多かった。	4 ひまの登場シーンが、前回は胡麻の登場シーンが多かったため、今回はひまの登場シーンが多かった。	3 プロダクトの紹介が、もう少し詳しく紹介してほしい。	11	ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。
B	8 ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。	8 ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。	7 プロダクトの紹介が、もう少し詳しく紹介してほしい。	23	ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。
C	8 ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。	9 ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。	8 プロダクトの紹介が、もう少し詳しく紹介してほしい。	25	ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。ひまの登場シーンが多すぎた。



評価の共有

6班に分かれて、評価を共有しました。私たちもそれぞれの班に入り、コメントに書かれていないことやアドバイスをたくさんいただきました。各班で対話をする中で、気付かなかった観点で自分たちの作品を知ることができま

1回ワークショップ（景観）



景観とは

景観とは見た景色だけではなく、食や文化、人、日常の生活も含めてすべて景観であることが理解できました。最後にグループで自分たちの心に残る景観など共有し、次回は三股の長田地区に実際に行き、今日の学びを生かして散策することに決定しました。

長田地区フィールドワーク



長田町フィールドワーク

景観のワークショップ後、実際に長田町に行き、散策を行いました。景色だけでなく、鳥のさえずり、風の音、水の音、肌に感じる温度など五感を鋭く働かせゆっくりと景観を味わいながら散策を実施しました。

最後に全員で、散策の内容を共有して終了しました。長田地区の景色の素晴らしさを再確認することができました。

長田の魅力探し



OST（オープンスペーステクノロジー）を活用した対話

目的

オープンスペーステクノロジーは、参加者にとって重要なテーマについて深い洞察を得るために用いられる方法論である。

安全で勇気づけ合う関係性が生まれれば、関心のあるテーマについて深く、創造的に考える時間を持つことができる。衝突の可能性のある複雑な問題であっても、混乱が許されるオープンさが場に存在することで、創造的にかつ主体的に課題に取り組む姿勢が生まれる。

■オープンスペーステクノロジーの原則

1. ここにやってきた人はだれもが適任者である
2. 何が起ころうと、起こるべきことが起きる
3. 始まるべき時に始まる
4. 終わるべき時に終わる

OST の原則

・参加者はどのテーマに参加することも自由であり、場に貢献できないと感じたときには自由に移動することができる。

■じっくりと話を聴いたり、次から次へと飛び移ってより多くの情報を参加者に提供したり、貢献の仕方は自由となる。

これらをあらわす言葉として「種火」「薪」「蜂」「蝶」がある。

・どの役割をとってもいい。話し合いを呼びかける「種火」にもなれるし、聞くことで炎を大きくする「薪」にもなれる。「蜂」のようにあちこち飛び回って受粉させてもいいし、「蝶」のようにヒラヒラと場の伸びしろをつくってもいい。「蝶」の役割は教師が行うことにした。

進め方

オープンスペーステクノロジーは「マーケットプレイス」と呼ばれる場に始まり、「セッション」、「ハーベスト（収穫）」となる。ファシリテーターは時間配分を検討した上で、オープンスペーステクノロジーの原則や、参加者の役割について説明を行いプログラムを始める。



1. マーケットプレイス：参加者から、関心のあるテーマについて考えたいというテーマ提起者の募集を

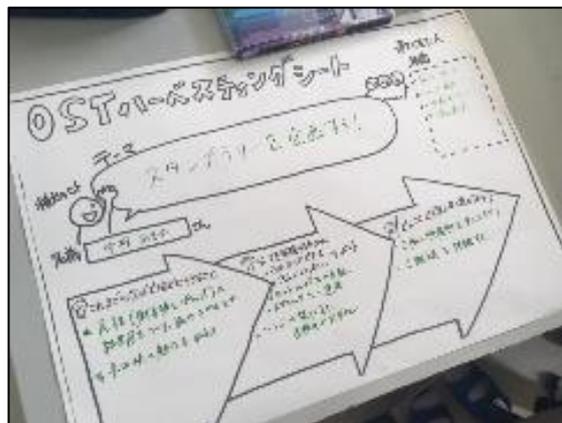
おこない、テーマ提起者は、用紙にテーマを書き、提示されたテーマについて対話する内容を参加者に示す。



2. セッション：テーマごとに分かれて、テーマ提起者を中心に対話を行なう。参加者は、貢献できない、関心がないと感じたら、自由に他のテーマ場所へ移動することができる。



3. ハーベスト（収穫）：対話を通じて共有された気づきや次のアクションなどを、テーマごとに、ハーベスティングシートに、「これまでの学びで活用」「テーマを実現させるためのサポート」「ビジネス的な視点」の3つを順序立ててまとめ、発表を行い情報の共有化を図る。



8 ハーベスティングシート内容

これまでの活動を通して、多様な参加者と一緒に（経済班、三股町、串間市、産経大、三股町）考

え、ハーベスティングシートへそれぞれの想いを共有、提案し、対話する姿勢そのものを評価するという観点から行った。

問「三股町長田地区の長田峡で観光客に滞在時間や客単価を上げるために高校生ができるアイデア企画を考えよう」

OST における授業案

段階	学習内容・活動	指導上の留意点	評価基準・評価方法
導入 10分	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>[ねらい] OST を活用し、解決策を探求して創造的に解決し、主体的に地域と携わり取り組む事ができる。</p> </div> <p>■これまでの学習の振り返り</p> <ul style="list-style-type: none"> ・OST オープンスペーステクノロジーの説明 参加者…FC 班、経済班、三股町、串間市、産経大 <p>■OST による創発</p> <p>問「三股町長田地区の長田峡で観光客に滞在時間や客単価を上げるために高校生ができるアイデア企画を考えよう」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・座席を円状にし、問いを共有し参加者の信頼関係を高める雰囲気作りを行うことを確認する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでの活動を振り返り、対話を多様な参加者と OST を用いてアイデアを創発することを確認する。 ・多様な参加者の一人だと言うことを確認する。 	
展開 30分	<p>■OST の実践</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加者に問いについて自分のアイデアの提案者を募る ・自分の想いを大切に興味関心、学び、貢献できそうな提案者の所へ移動する。 ・アイデアを広げる（別の提案者の所へ行ってもよい。） ・広げたアイデアをプレゼンテーションを行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・提案者に対して、貢献できそうな場所へ移動する。その際、人間関係ではなく自分の想いを大切にさせることを確認する。 	
まとめ 10分	<p>振り返り</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハーベスティングシートを活用し、振り返りを行う。 	<p>ハーベスティングシートから対話の振り返りを行うことで、内容を整える</p>	<p>【主体】 研究日誌の振り返りで評価</p>

1回ワークショップ（景観）



景観とは

景観とは見た景色だけではなく、食や文化、人、日常の生活も含めてすべて景観であることが理解できました。最後にグループで自分たちの心に残る景観など共有し、次回は三股の長田地区に実際に行き、今日の学びを生かして散策することに決定しました。

第2回ワークショップ（現状分析）



中山間地区の大きな問題は「少子高齢化」による会員の高齢化・後継者不足という大きな問題でした。婦人会では祭りに「甘酒・あくまき・おこわ・いりこ餅・ふくれがし」など食品を提供しており、味も評価が高く遠くから購入に来られる方々も多くいます。高校生が日頃から学んでいる商業を生かし伝統や文化を継承したいと提案しました。

市場調査（実態調査）

4月27日（土）、4月28日（日）の二日間三股町長田地区でつつじ祭りを実施するということで、26日の準備から28日の販売まで実態調査を行いました。実態調査をすることで、聞き取り調査だけでは分からなかった課題や問題点を洗い出し分析研究をしました。

26日（金） つつじ祭りに向けての準備の様子



27日（土） 28日（日） つつじ祭り販売の様子



27日（土） 28日（日） つつじ祭りアンケートの様子



実証調査（テスト販売）と原価計算

「MIMATA MARKET」に参加して、長田轟木地区婦人部会の方々が作ったものを販売し、甘酒については、生徒が考案した二次加工で売り上げがどう変わるかを実証調査しました。一時期は行列ができるほどのお客様でした。生徒が作ったPOP広告や河童のキャラクターは好評で可愛いと大変評判でした。商業の学びで労働環境の改善と後継者育成を掲げて活動のためのテスト販売は、結果から確認すると今回の活動だけでは労働環境の改善につながったとは言えませんが、屋号やパッケージ、POP広告や試食販売で一定の効果があったことは間違いないと考えます。

商品名	1個当たりの原価	売価	原価率	1個当たりの利益	個数	利益	売上
甘酒	245	500	49.0%	255	30	7,650	15,000
ちまき	137	300	45.6%	163	47	7,665	14,100
おこわ	101	200	50.6%	99	40	3,950	8,000
ふくれがし	143	200	71.5%	57	28	1,595	5,600
いりこもち	64	250	25.6%	186	31	5,767	7,750
					合計	26,627	50,450

4名×4日×6時間=96時間

時給:26,627円÷96時間=277.8円 一人6,657円

仮に提案した原価率で販売をした場合、純利益が54,627円となり、時給で換算すると569.0円となります。

商品名	新原価率
甘酒	30.6%
ちまき	27.4%
おこわ	33.8%
ふくれがし	35.8%
いりこもち	25.6%

時給:54,627円÷96時間=569.0円

291円アップ

一人:13,657円(7,000円アップ)



MIMATA MARKETは、「体験」「食」「手しごと」心を込めて作ったものが揃う三股町のイベントです。地元で採れた野菜や自家製の加工食品、体験型の作品作りなど多くのお店が集うので、子供から高齢者の方々まで楽しめるイベントです。

長田地区轟木婦人部会

轟木婦人部会

会長	80 歳
副会長	86 歳
役員	76 歳
役員	76 歳

平均年齢 79.5歳

轟木婦人部会の問題点

(1) 年齢に伴う問題

- ・無理ができない
- ・力仕事ができない
- ・加工後の販売が大変

○金銭的な問題

- ・町からの補助がない
- ・思った以上の収入がない

○後継者不足

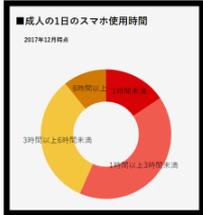
- ・若い世代の加入がない

「景観を守る」ということの難しさと「少子高齢化」という日本全体の大きな課題がありました。長田地区の轟木婦人部会の労働環境を改善するという珍しい取り組みは、私たちにとって素晴らしい経験と大きな学びがありました。それは、長田地区の多くの方々に協力してもらい、本校の活動に共感していただいたおかげだと考えます。特に轟木婦人部会の方々には何度も話し合いに来ていただきました。こちらの要望にも真摯に答えていただきました。そして何よりも、私たちの活動を心から喜んでくれたことが一番嬉しく思いました。

新たな取り組み
「デジタルデトックスキャンプ」

新たな活動として、「旅行企画 in 三股」として始まった企画、大きな問題点として三股町には宿泊施設がない。宿泊施設が無ければ「農家民泊」が有効であるが、法律的にクリアしなければならない課題が多すぎる。また、他人を泊めることへの抵抗、引き受け手がない。そこで考え出したのが「キャンプ」である。魅力あるキャンプとは何か、インスタ映え、SNS、ソロキャンプ・・・同じような企画では厳しい。

そこで・・・、

<p>IV 新たな活動</p> <p>高校生らしくない企画</p> <p>インスタ映え！しない企画</p> <p>↓</p> <p>スマートフォンを使用しない企画</p>	<p>IV 新たな活動</p> <p>高校生らしくない企画</p> <p>スマートフォン禁止のキャンプ</p> <p>デジタルデトックスキャンプ</p>	<p>IV 新たな活動</p> <p>デジタルデトックスキャンプ</p> <p>中高生ネット依存</p> <p>全国93万人(推計)</p> <p><small>2018.8.31 厚生労働省研究発表</small></p>
<p>IV 新たな活動</p> <p>デジタルデトックスキャンプの必要性</p>  <p><small>■成人の1日のスマホ使用時間 2017年12月現在</small></p>	<p>IV 新たな活動</p> <p>デジタルデトックスキャンプ</p> <p>中高生ネット依存</p> <p>全国93万人(推計)</p> <p><small>2018.8.31 厚生労働省研究発表</small></p>	<p>V デジタルデトックスキャンプ</p> <p>メッセージ性の高い企画</p> <p>高校生らしくない企画</p> <p>高校生にしかできない企画</p>
<p>V デジタルデトックスキャンプ</p> <p>社会問題 地方創生</p> <p>デジタル依存 三股町の活性化</p> <p>二つの課題を融合</p>	<p>V デジタルデトックスキャンプ</p> <p>社会問題 地方創生</p> <p>デジタル依存 三股町の活性化</p> <p>中山間地域の新たなモデル事業</p>	<p>V デジタルデトックスキャンプ</p> <p>ターゲットの設定</p> <p>成人を対象にしたキャンプが主流</p> <p>デジタル依存は低年齢化の傾向</p> <p>保護者もデジタルに囲まれた生活</p> <p>親子をターゲットとしたキャンプ</p>
<p>VI 今後の活動について</p> <p>課題</p> <p>予算の確保</p> <p>厳しい自治体の現状</p>	<p>VI 今後の活動について</p> <p>クラウドファンディング</p> <p>協賛企業の開拓</p> <p>様々な団体等への協力依頼</p>	<p>VI 今後の活動</p> <p>社会問題 地方創生</p> <p>デジタル依存 三股町の活性化</p> <p>中山間地域の新たなモデル事業</p>