

5 2年生「総合的な学習の時間」(ゼミ学習)

1) はじめに

2年生の総合的な学習の時間(以下「総合学習」)は「ゼミ学習」をおこなった。今年度は生徒個人が下記表に示したテーマから興味関心にしたがって講座を選び、各講座ごとに研究を深め、その内容を報告書にまとめるとともに研究発表を行った。

今年度の講座の特徴は、外部機関と連携をはかり、地域おこしや地場産業、商品開発などに関係する3つの講座(講座NO.4, 5, 15)が設けられたことである。実社会につながる活動に参加することで、実社会がどのように動いているのか、自分たちの活動がどのような形で社会から評価されるのかなど、多角的、主体的に物事を捉え、考え、行動する経験を積むことができた。その経験を通し、生徒たちは通常の授業では得られない貴重な知識や考え方を身につけることができ、さらに将来を生きていく力を身につけることができた。以下、特徴的な3つの講座の内容を紹介する。

No	テーマ	学問分野 1	学問分野 2	学問分野 3	人数
1	言葉と共に遊び、考える ～翻訳から創作まで～	文学・語学	-	-	合計 23人
2	英語のメディアについて	文学・語学	社会学	歴史・文化学	
3	日英対照語研究	文学・語学	歴史・文化学		9人
4	多治見市のビジネスプランを考えよう	経済・経営学	社会学	法学・政治学	19人
5	多治見の街の活性化プロジェクト	社会学	経済・経営学	法学・政治学	7人
6	数学全般	数学	教育学	-	18人
7	情報社会と人間社会を考える	哲学・心理学	数学	情報工学	17人
8	動物の行動・進化	生物学	動物応用学	歴史・文化学	11人
9	科学実験ショーをつくる	物理学・化学	工学	教育学	16人
10	宇宙工学講座	物理学・地学	応用物理学	-	1人
11	教育学 一子どもと向き合うー	教育学	心理学	-	19人
12	看護と医療	看護学	医療・保健	-	18人
13	スポーツと健康	教育学	体育学	-	合計 23人
14	アスリートの体作り	健康科学	食物・栄養学	体育学	
15	商品の企画と販売(地域・学校のPR)	消費者教育	食物・栄養学	-流通・経営	13人
16	実践(作成)を通じて芸術を探る	美術・音楽	工芸・デザイン	-	4人

(文責 岡崎)

2) 「多治見市のビジネスプランを考えよう」(講座No. 4)

ア 開講のきっかけ

本校で2年生の総合学習として行われているゼミ学習を、学校内で完結するものでなく、「地域」を題材とし、「地域」に関与したり発信したりしていけるものにしていきたいと考えた。また本校の「ALを通じて目指す生徒像」の中にも、「協働の力を通し、地域に誇りを持ち幅広く活躍する

生徒」とあるが、このような生徒像を実現させるためには地域に目を向けさせる機会を与えなければならぬことも感じていた。

そのなかで、本年度から多治見市役所産業観光課が「TAJIKON!! たじみビジネスプランコンテスト」¹（以下「タジコン」）を開催し、その一環として地域の高校生を対象とした「ハイスクール部門」も行われることを知った。タジコンへの参加は、地域を取り扱い、かつゴールを外部に設定できる貴重な機会であると考え、ゼミ学習として開講することを決定した。

イ 経過

先述の通り、タジコンは本年度から開催されるもので、高校生にどのようなビジネスプランが立案できるかは未知数であった。そこでタジコンの共催団体である多治見まちづくり株式会社の岡部青洋氏のサポートを仰ぎながら進めていった。まずビジネスプランを考える際に重要となるSWOT分析²の手法についての解説を受け、実際に多治見市はどのような問題に直面しているか意見を出し合った。その後各グループに分かれてプランを考案した。その後は岡部氏の助言も受けながら、プランをより具体的なものに変えていった。単に生徒自身が「欲しい」と思うサービスや施設を挙げるのみではなく、どのような利益を生み出すのかという収支計画を立てるところまでを目指した。

ウ 結果

1次の書類審査の結果、「多治見の魅力体感ツアー」を提案したグループがハイスクール部門の2次審査に進出することになった。このプランは既存の地域資源や地域特性を活用したモノづくり体験と市内観光を行うツアーである。多治見の地場産業である陶芸体験を全行程体験できたり、日替わりのツアー内容が設定されたりと、一回では完結しないためにリピーターの確保にもつながるというものであった。12月には1次審査通過者を対象とするプレゼンテーションのブラッシュアップ講座も開催され、実際に主催者や共催者のアドバイスも受けることができた。

2月2日（土）にはセラミックパーク MINO で2次審査が行われた。本校のほか、多治見北高校や多治見西高校が個性的なプランを発表していた。本校の生徒もこの日のためにプレゼンテーションの推敲や練習を繰り返した甲斐もあり、堂々と発表することができた。奨励賞という結果も得ることができ、生徒にとって大きな自信にもつながったのではないだろうか。

このゼミは生徒に改めて地域に目を向けさせ、答えのない問いを考えさせる機会となった。来年度以降のことは未定であるが、継続して開講するとすれば今年度の実践を生かしさらに質の高い提案ができれば幸いである。（文責：安藤）



【発表の様子】



【表彰を終えて】

3) 「多治見の街の活性化プロジェクト」（講座No. 5）

ア ゼミの概要

このゼミは多治見市にある多治見まちづくり株式会社と協働し、多治見市を盛り上げることを目的として活動していくゼミである。ゼミでは実際に商店街に足を運び、まちの様子を見たり、多治見まちづくり株式会社様が運営する YONDAY³というイベントを手伝ったりした。今回、ゼミでは具体的にこの YONDAY に高校生を集めるためにはどうするべきかを考え、実際に11月に行われる YONDAY に向けて活動していった。

イ 活動内容

YONDAY を実際に運営している方々を学校にお招きして話を伺った。このお話しの中から、生徒たちが YONDAY の課題や高校生を呼ぶ上での課題を挙げていく。そこから、男子と女子のグループに分かれて、それぞれのグループでできることを企画していく。

◇男子グループが挙げた課題と考えた企画

課題：「高校生が魅力に思う企画がない。」

企画：「MBS (マンガベストセレクション)」

内容：高校生がお勧めするコミックの1～3巻と好きなシーンを展示する。また大人にアンケートをとる。

目標：高校生を30人呼べるコーナーとする。

結果：当日の来客数をカウントする。

◇女子グループが挙げた課題と考えた企画

課題：「YONDAY が広く知れ渡っていない。」

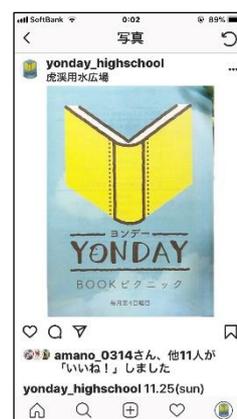
企画：「Instagram、ポスターを利用し高校生へ宣伝」「高校生が選ぶ文房具セレクション」

内容：Instagramで高校生へ宣伝し、多治見高校内に手書きのポスターを掲示して、YONDAY の存在を知ってもらう。高校生が選んだ文房具を当日購入できるコーナーを作る。

目標：50人のフォロワー30件のいいね

結果：投稿記事のいいねをカウント

当日は、残念ながら男女グループともに目標は達成できなかった。テスト週間であったこと、宣伝をもっと早くから行うべきだったことなど、反省で挙げられた。



ウ ゼミを通して

今回、「YONDAY に高校生を呼ぶ」という目標に向かって、現状から自分たちで課題を見つけ、解決策を熟考し、実行にうつす。そしてまた新たな課題が見つかり、また考えるというサイクルの一部を生徒たちは体験することができた。今回は1回の YONDAY に向けての活動であったが、来年度以降もこのゼミが行われ、いつか多治見市の盛り上がり大きく携わってほしい。

(文責：後藤佑)

4) 「商品の企画と販売」 (講座No. 15)

～杉本屋製菓株式会社とのコラボ商品多治見高校オリジナル『まけんグミ』の製作～

対象ゼミ生徒：2年生13名

講師：浜口 満氏【杉本屋製菓株式会社経営企画室統括マネージャー】

ア 企画内容

ア) 企画の目標

生徒自身が商品を企画し商品化されたオリジナル商品が販売されるプロセスを体験するこ

とで商品に関心を持つことができる。また商品価値に多治見高校、多治見市の宣伝広告となる方法を考え実践する。

イ) 商品企画の方針

- ① 企業（杉本屋製菓*）と連携することで、商品企画（商品コンセプトの設定、パッケージデザイン、販売ルートの確保）を行い販売まで実践する。
- ② 多治見市の日本一暑い街や多治見高校の応援企画を考える。

*杉本屋製菓選定の理由

- ・まけんグミを作っている。
(暑さに負けない、受験に負けないグミ等企画アイデアが出やすい)
- ・杉本屋製菓に相談するルートがあり、社会貢献に積極的である。



【授業の様子】

イ 浜口氏による講義

商品の流通、マーケティング、プロモーションとまけんグミ製作までの一連の流れについて講義を受けた。商品数は、製造最低ロットの5,400個、パッケージデザインは4種類でつくったらどうかと提案された。

ウ 企画の周知

今回のこの取組みについて生徒、保護者、地域の方に事前に周知する重要性、周りを巻き込むためにどのような取り組みが必要かを考えて実践をした。

- ・校舎内での掲示（スマホのアプリを使って複数枚作成）、生徒昇降口のポスター掲示
- ・校内でパッケージデザインに使用するマスコットキャラクターを募集
- ・多治見市のマスコットキャラクター『うながっぱ』、多治見市『市章』の許可申請
- ・桔梗祭の来場者へのチラシの配布とピロティでのポスター掲示
- ・保護者進路説明会で保護者への宣伝
- ・多治見市記者クラブ（プレス）への情報提供



【うながっぱ許可申請】



【保護者進路説明会】



【マスコットキャラクターの募集】

エ ネーミングとパッケージデザイン決定まで

多治見市をPRするネーミングには「暑さにまけんグミ」（裏面は平成19年に国内観測史上40.9度を更新した記述）、しかし、販売は冬になるため「寒さにもまけんグミ」とした。また、多治見高校を応援するネーミングとして、進学校で受験シーズンを迎える時期であることから「受験にまけんグミ」（裏面は受験生にメッセージが書ける欄をつける）、色々なことに挑戦し続けてほしいという願いを込めて「じぶんにまけんグミ」（裏面は多治見高校が2022年に開校100年を迎えることを記述）の4種類とした。味はスクールカラーである紫からグレープ味とした。

パッケージは、杉本屋製菓公式キャラクター「パルル」「グータン」「チョッピー」の他、「うながっぱ」「市章」、生徒が考えたキャラクター「ききよじい」、多治見高校「校章」を入れ、ネーミングに合ったデザインになるよう作成した。鉛筆でデザイン画を描き、フォント、色等を指定し、(株)杉

本屋製菓のデザイナーの方がデジタル化し、何度も校正をして決定した。特にうながっぱと市章は、使用に関して細かな指定があるため、間違いがないよう確認を必要とした。



【完成した商品】

オ 販売ルートの確保

商品を置いておいてもらえそうな店舗をピックアップして手分けをして開拓した。また、生徒による店頭販売の機会が得られるよう合わせてお願いをした。交渉の結果、以下の店舗が決定した。

- ・販売店舗
オオマツフード3店舗、きなあつ瑞浪、多治見市観光協会3店舗、谷口商店、楓商店
- ・生徒による販売
オオマツフード3店舗、瑞浪バサラカーニバル、ピアゴ多治見店
- ・プレゼント、配布用としての買い取りが2カ所

カ 納品、販売までの準備・POPづくり

販売店舗で使用する商品紹介用POP、価格入りPOPを作成した。店舗によっては、商品を置くスペースに合わせて作成をした。店舗ごとに必要なため、スマホのアプリを使っての大量作成、模造紙サイズのポスター、紙製の旗、うちわなど多くの種類、枚数のPOPを手作りで準備した。また、ゼミ活動を紹介した中日新聞の記事も用意した。



【色々なPOP】

キ 購買部などでの校内販売

商品を全校生徒、先生方にお披露目するため、ピアゴ多治見店での催事販売で現金を扱い接客する練習を兼ねて、購買部を利用し生徒に販売を行った。混乱を避けるため、学年毎に日時を設定して、在庫数、販売数、売上金の確認を生徒が管理しながら行った。

ク 店頭販売の実施

杉本屋製菓から提供していただいたお揃いのTシャツを着て、店頭に入った。最初は、緊張もあり、慣れない様子だったが、商品の説明をするうちに大きな声が出せるようになった。自分たちが

試行錯誤しながら苦勞してできた商品だったので自信をもって販売していた。普段グミを食べない高齢者の方がお孫さんに、卒業生の方が懐かしんで、子どもさんがグミを嬉しそうに手に取っていただける姿をたくさん見ることができ、生徒も楽しそうだった。

ケ SNS等の利用

新聞へ掲載していただく以外に、杉本屋製菓の公式ツイッターを利用し、各店舗での販売開始情報、生徒の店頭販売情報を何度か発信を依頼し、拡散することができた。オオマツフードとピアゴ多治見店の新聞の折り込み、オオマツフードなどのホームページでもこの活動を紹介していただき販売の促進につながった。



コ ゼミ活動を通して

前例のないこの企画を生徒がいかに主体的に行動できるかを考えてゼミ活動を進めた。毎時間のゼミは生徒が主体的に進められるように事前にゼミ長と打ち合わせをし、授業は生徒が進行することを基本とした。月曜7限の授業以外の放課後、夏休み、休日の活動についても部活動と調整しながら、生徒は自主的によく活動した。初めのころは、浜口氏の講義は受け身であったのが、活動を進めるごとに積極的に質問をし、意見、アイデアを多く出す姿が見られるようになった。浜口氏からもその変化について誉めていただいた。交渉、販売等を通して、地域の方から応援されていることを実感しながら、12月4日が納品された5,400個の商品は、ほぼ年内に完売することができた。

(文責：西崎)

- 1 多治見を活性化するビジネスプランを募集する企画。日本政策金融公庫の「高校生ビジネスプラン・グランプリ」をはじめとして、全国各地で同様のものが開催されている。
- 2 ある既存のものに対し、そのもの自体が持つ強み(Strength)と弱み(Weakness)、それを取り巻く環境における機会(Opportunity)と脅威(Threat)に4つに分けて現状を判断する分析のこと。
- 3 毎月第4日曜日に、虎渓用水広場で開催している青空本屋で、まちづくり株式会社様が運営をしている。