

「伏見～る人形発売への道」

幸野 理乃
京都市立伏見工業高等学校 教諭

1. はじめに

本校の産業デザイン科では課題研究(週2h)の授業を始めて十数年になる。毎年の学年末の発表が学校の中だけで終わってしまい、せっかくの生徒のアイデアがもったいない、もっと外に広がりを持つことができないかと、2年前にアントレプレナーシップ教育を導入し、2005年からバーチャル・カンパニーに参加した。以来誕生した「伏見～る商店」は身近な生活や地域の要求から生まれる発想、現実社会としっかり結びついた限りなく実現可能な提案を目指している。

2. 授業展開 (*印は伏見～る人形関係)

2005年2月 課題研究発表会稲荷繁栄会から2名出席
*伏見～る人形発売にむけて話が進む。

<年間スケジュール>

4月 「伏見～る商店」の組織編成(下図参照)



5月 伏見についての理解(各班リサーチ開始)

6月～リサーチをしつつビジネスプランを作成

*見積もり段階でインクジェット印刷に変更

7月 学期末発表・企業招聘者より各班講評を受ける。

8～1月 商品開発・制作*伏見～る人形データ化・試作品完成

11月 HP制作・チラシ・CM制作

トレードフェア参加

2006年2月 課題研究発表会

伏見区長・伏見区まちづくり推進課出席

3月 伏見区まちづくり交流パビリオン参加

香港VC、トレードフェア代理店参加

「アントレチャレンジ起業家と挑戦!」に参加

*人形を15体を増やす。

4月 縫製の問題で業者選定に時間を費やす。

6月 GEC日本大会出場 GEC世界大会出場

8月*稲荷繁栄会「伏見～る人形」お披露目夏祭り

9月*市役所ふれあいフェスティバルにて新売!伏見区まちづくり推進課からも応援あり

10月*中旬より稲荷繁栄会・各店舗にて販売開始

3. まとめ

産業デザイン科の3年生が全員で「伏見～る商店」を企画・運営するというスタイルが2年経過する。トレードフェア出展を目指して「業績=仕事=日々の作業(グループでの自分の役割)」の責任が明確になる厳しさは、本科の実習の自己作品制作とは決定的に違う。企画書ができた段階で商品製作は普通支援企業に依頼するが、産業デザインの生徒たちはここから本領発揮、各自のデザイン技術を駆使して労苦と充実の制作期間が半年続く。デザイン活動に加えて協調性・忍耐力・判断力・責任感・コミュニケーション能力等じっくり養われていく。

今回、稲荷繁栄会との2年に及ぶ発売への道のりはVCを越えて「実際の現実の現物」であり、生徒たちにとって実に貴重な経験となっている。地域コミュニティや地元企業、行政区まで、働く大人たちとの真摯で楽しい交流が授業の枠を越えて生きた教育となっていることを実感する。

今年は15体の人形の売れ行きを見ながら厳選したり、新しい人形を加えたりの作業を引き継いでいく。