



私たちからのご提案

【グループ①】

寺本 直道(環境保全課)

松波 奈津実(ぎふ魅力づくり推進政策課)

野村 直利(内部統制推進課)

垣内 楓香(介護保険課)

森 貴史(十六TT証券)

月野 絵梨(岐阜大学経営システム学環3年)

本日のアジェンダ

1. 私たちはどうしたいのか？

2. ターゲット

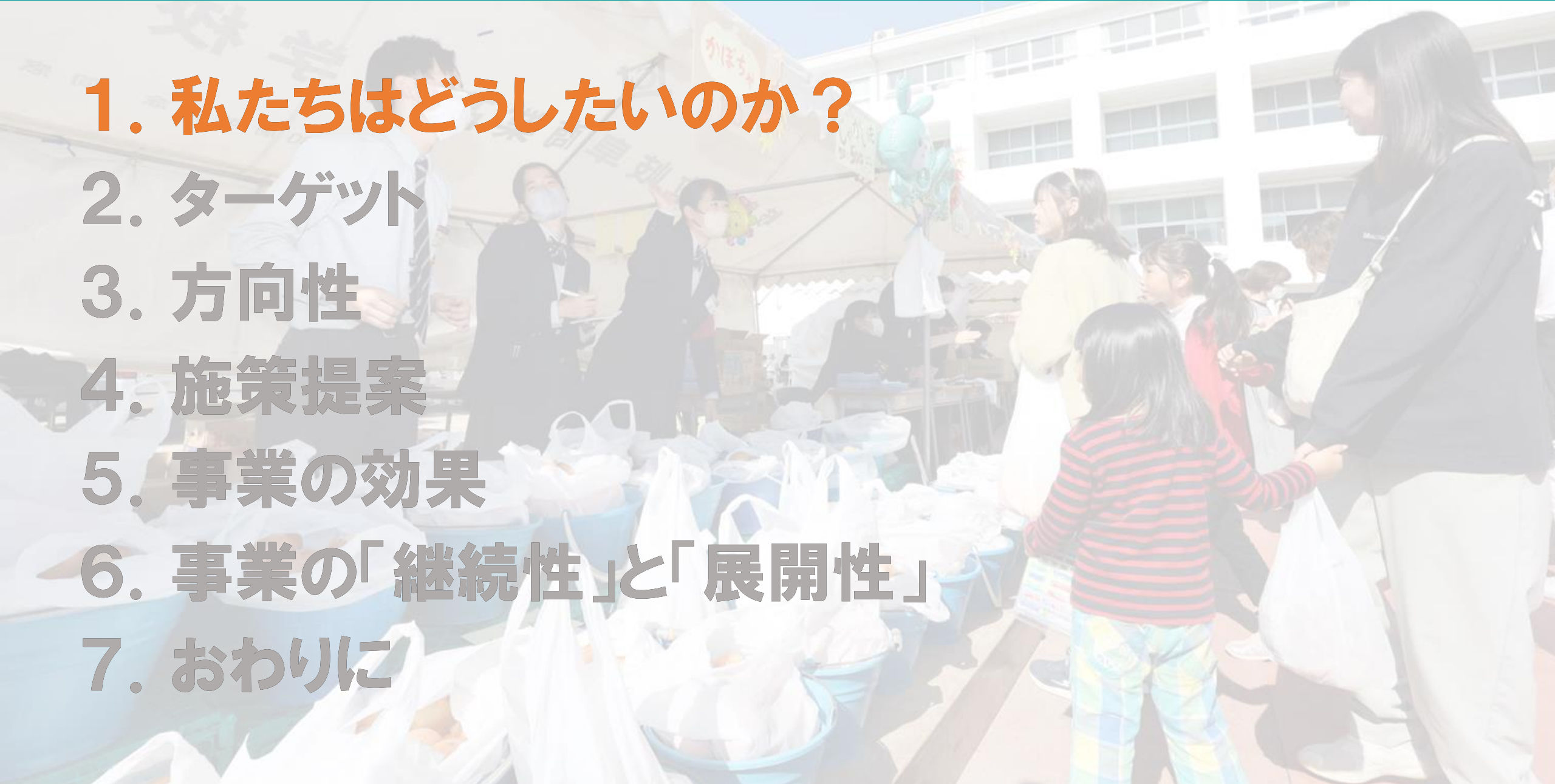
3. 方向性

4. 施策提案

5. 事業の効果

6. 事業の「継続性」と「展開性」

7. おわりに





岐阜市の他の世代に比べ20代
の**流出が多い**よね



大学を卒業したら、
企業などに就職するのが
普通の**考え方**だね



若い人で
「**やってみよう！**」
「**チャレンジしてみよう！**」
と考える人は少ないよね



まちにも**変化が生まれる**じゃない？



流出の一番の理由は「就職」かー



でも、最近は働き方も多様化して、
起業したり、フリーランスを選ぶ人
も増えてきたよね



でも、「**チャレンジしてみよう！**」
って考える若い人が増えたら
おもしろくない？



そうしたら、まちの**魅力も増す**よね？

設定テーマ

チャレンジ

やりたいこと

チャレンジ精神を
育てる



「ゆかさのあるまち」を目指して

持続可能なまち

まちの価値が上がる

「ヒト」がつながる
「コト」が起こる

創造が生まれる

思い描くロードマップ

本日のアジェンダ

1. 私たちはどうしたいのか？

2. ターゲット

3. 方向性

4. 施策提案

5. 事業の効果

6. 事業の「継続性」と「展開性」

7. おわりに



岐阜市の現状

(岐阜市の中学校3年生の意欲)

「将来の夢や目標を持っている」

岐阜市

66.3%

全国平均

68.6%

<

「難しいことでも、失敗を恐れず挑戦している」

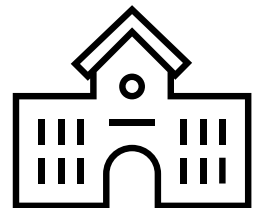
岐阜市

60.6%

全国平均

65.9%

<



ターゲット

これからの生き方を 考え始める 中学2年生



中学卒業後の進路の決定時期: 第1位 中学3年生になってから 45.8%

本日のアジェンダ

1. 私たちはどうしたいのか？

2. ターゲット

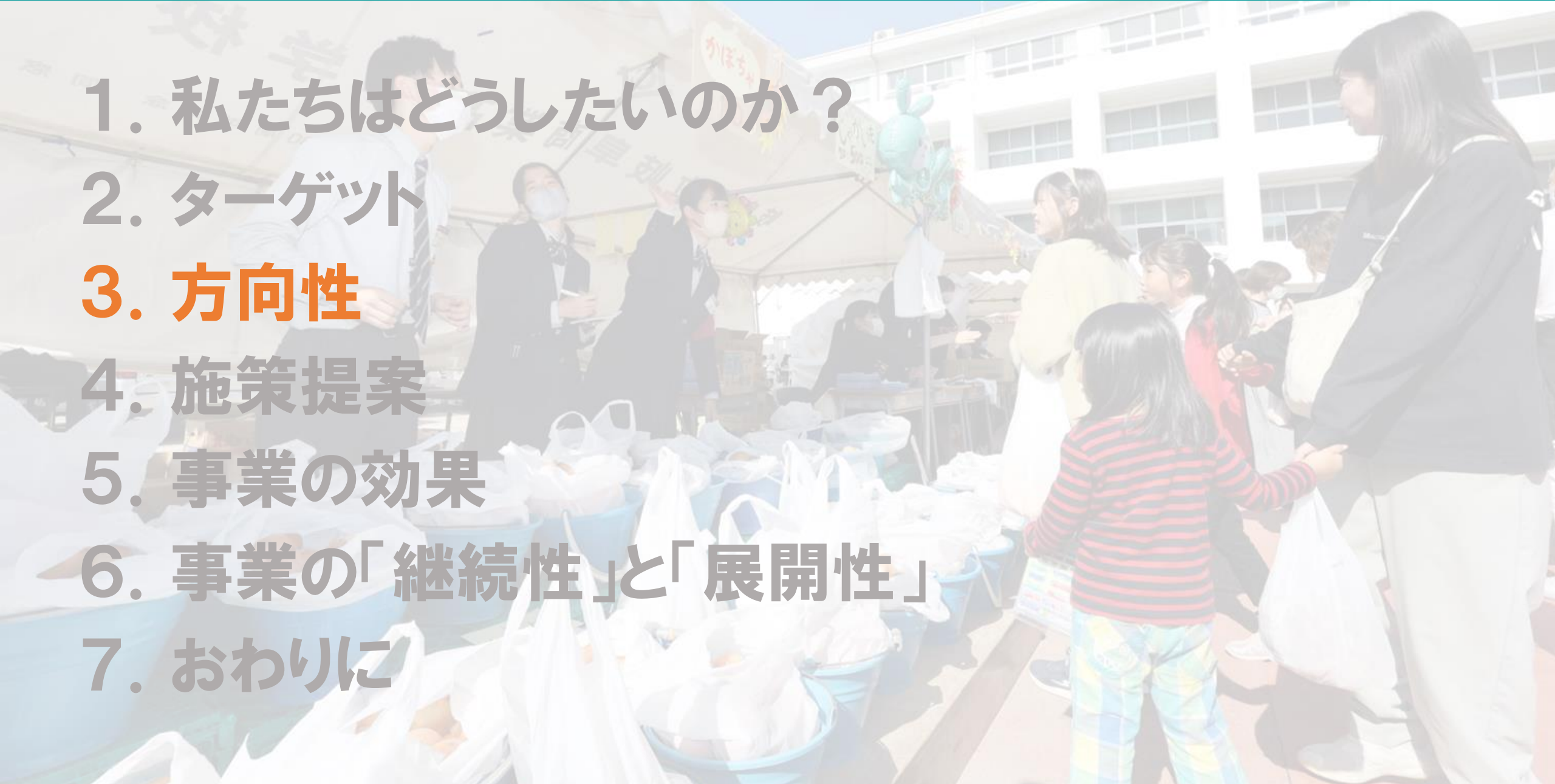
3. 方向性

4. 施策提案

5. 事業の効果

6. 事業の「継続性」と「展開性」

7. おわりに



「アントレプレナーシップ」ってなに？

アントレプレナーシップとは、

様々な困難や変化に対し、与えられた環境のみならず

自ら枠を超えて行動を起こし、新たな価値を生み出していく精神です。

多くの仕事がAIやロボットに置き換わっていく社会において、

どのように生きるかを考え、実行する力を習得することがこれまで以上に必要になってきています。

アントレプレナーシップ教育は、自ら社会課題を見つけ、

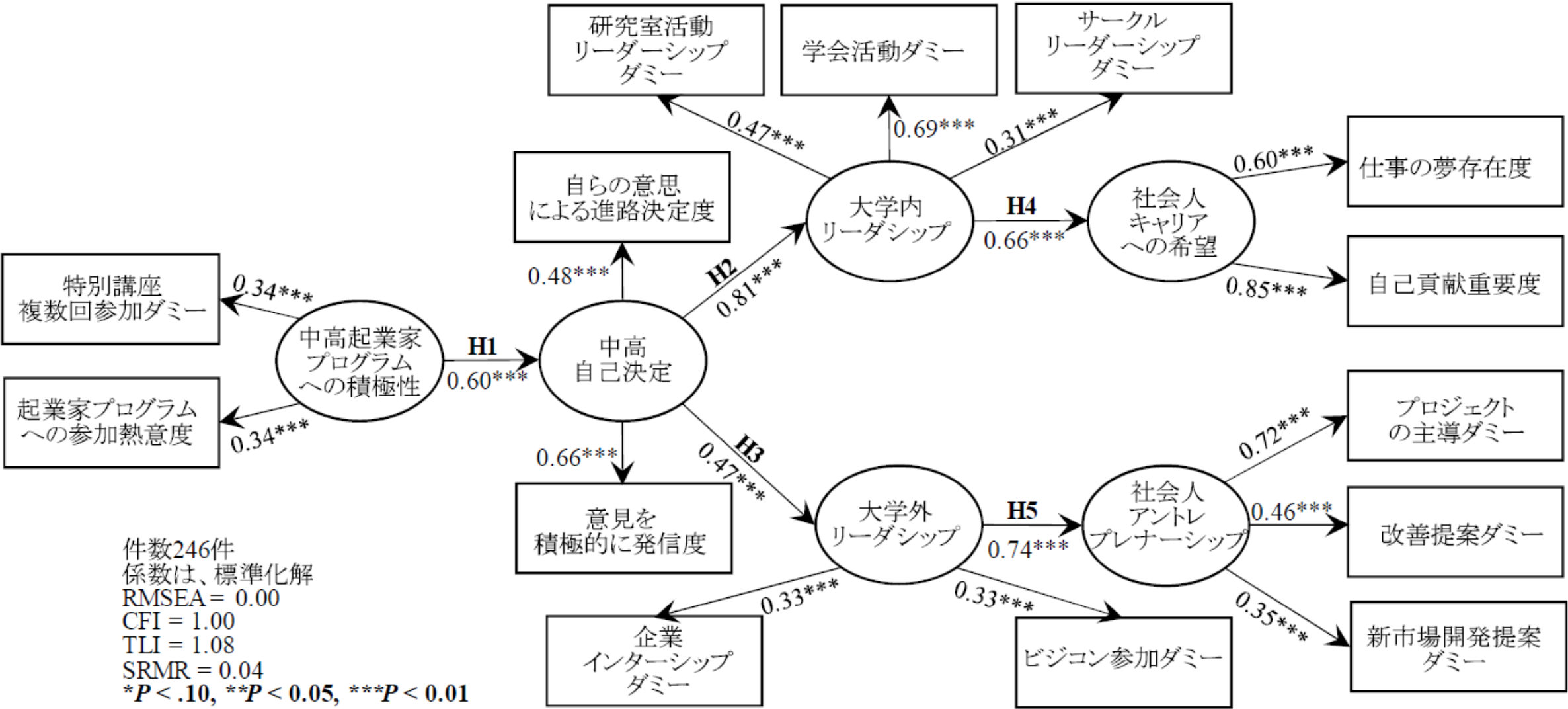
課題解決に向かってチャレンジしたり、他者との協働により解決策を探求したりすること

ができる知識・能力・態度を身に付ける教育であり、

起業家を育成するためのビジネス教育とは異なります。



図2 共分散構造分析結果



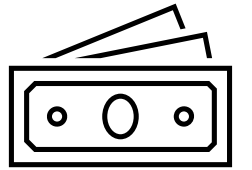
アントレプレナーシップ教育の効果

- ① 中高での起業家教育プログラムは中高での**自己決定行動を促進**する
- ② 中高における自己決定行動が大学内外での**リーダーシップに影響**する
- ③ 大学内外でのリーダーシップは**社会人になってからのキャリアの希望や自らの枠を超えて行動を起こし、新たな価値を創造していこうとする精神に影響**する

各々のチャレンジ力や行動力に影響

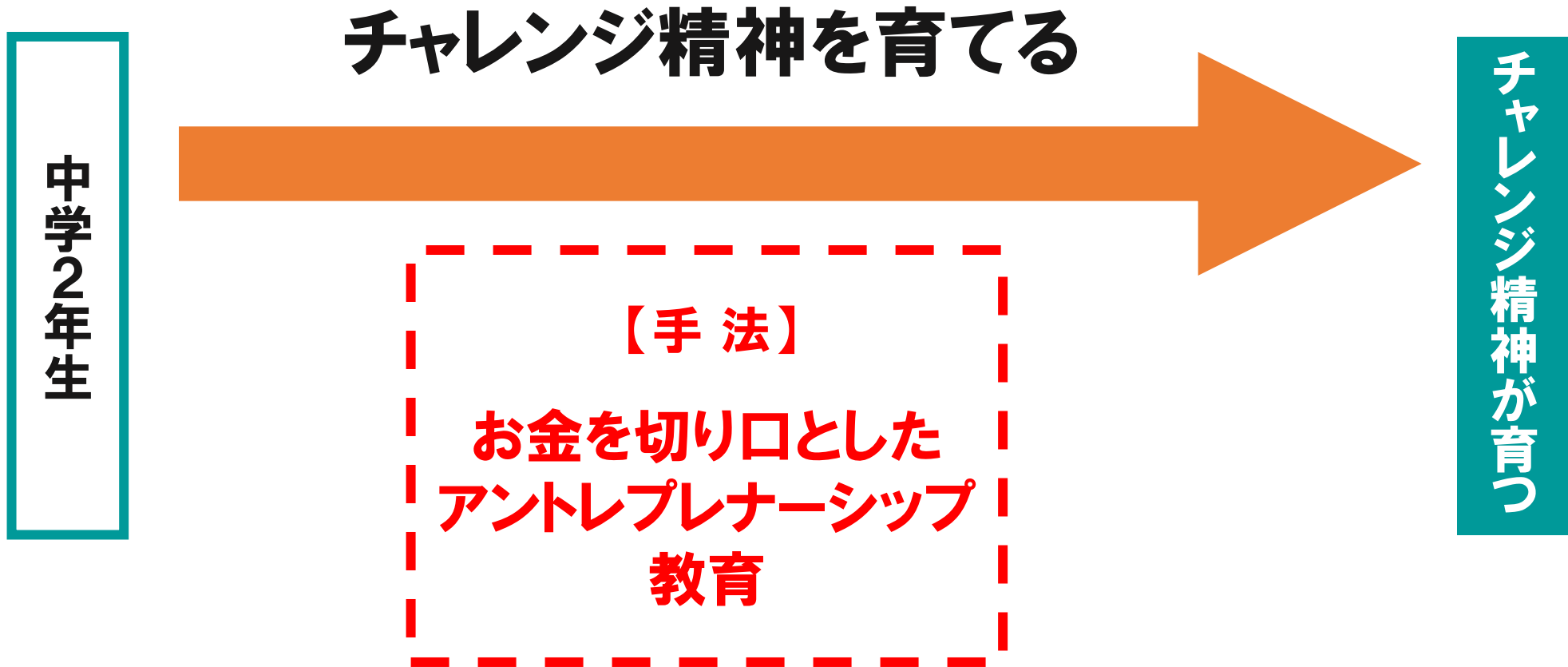
義務教育機関でもっと学んでおきたかったと思うこと

第 1 位



生きていく上で必要な**お金**に関する
知識や**能力**を身に付けること

提案の方向性



市岐阜商デパート



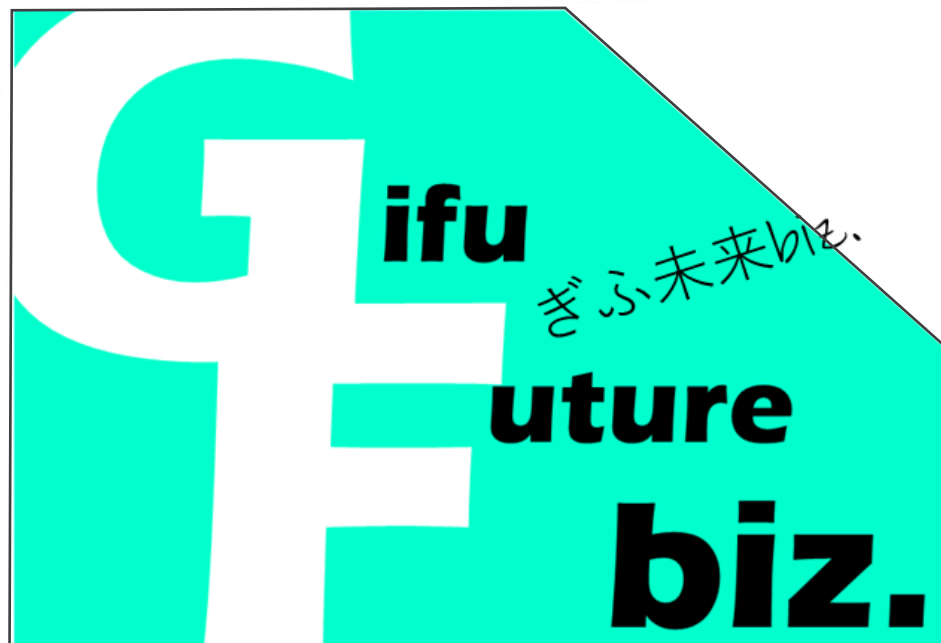
中学校の授業カリキュラム版
に落とし込み実施

本日のアジェンダ

1. 私たちはどうしたいのか？
2. ターゲット
3. 方向性
- 4. 施策提案**
5. 事業の効果
6. 事業の「継続性」と「展開性」
7. おわりに



私たちからのご提案





マルシェコンセプト決め
マーケティング
商品企画・提案



地域の協力・リソース提供

経費計算
広報戦略
販売戦略



地域と関わりながら 企画から販売までを経験できる プログラムを中学校の授業で



マルシェでの販売

カリキュラム例



学習テーマ	内容	時間
ビジネスコミュニケーション	ビジネス探求の価値とビジネスコミュニケーションの取り方	1
マルシェコンセプト決め	マルシェのコンセプトを決めて全体の方角を決める	2
チームづくり	どの協力店舗と組んで活動するのか決める	1
マーケティング	協力店舗に関係する商品でニーズがあるものを見出す	3
商品企画・提案	協力店舗の中で推す商品または開発する商品を考える	4
経費計算	販売する商品の経費を計算して利益を想定する	2
広報戦略	マルシェのCMを作成して広報材料をつくる	3
販売戦略	当日の役割や売り方を考える	2
マルシェ	これまでやってきたことの成果を出す	1
振り返り	何をすることができたのか明らかにする	1

【合計】
20
コマ

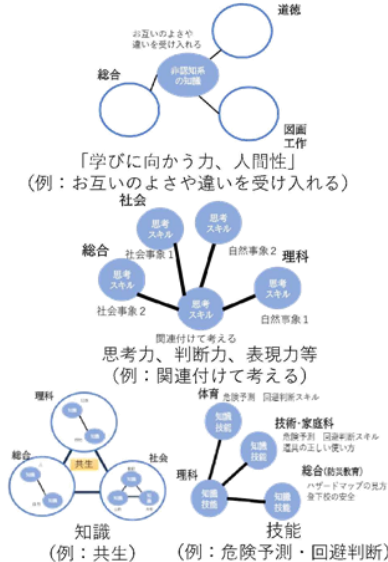
藍川北学園「わかあゆ学」 わかあゆ科 × わかあゆ探究システム

リアルを通して
生きるをつくる探究学習

ウェルビーイングの実現
アントレプレナーシップ・シビックプライドの醸成

よりよい社会や幸せな人生を
築き上げていく力をはぐくむための
未来思考の学習

わかあゆ探究システム
9年間の学びを見通すとともに、
学びの軌跡を振り返る学び
教科等横断・系統的な学び



わかあゆ科

発達段階に応じた探究的な学びの時間
人的・物的資源の活用

持続発展カリキュラム
PDCAサイクルの確立
学年に外部講師
コミスクの学び支援部

	付けたい力	テーマ	学習内容	キャッチフレーズ	わかあゆアドバイザー
9年生	新たな価値を創造する力	模擬会社「わかあゆ」による地域貢献	クラウドファンディングによる模擬会社での活動を通じた地域貢献	私たちの学びの集大成。市民として、地域に貢献します。	カンダまちおこし株式会社 田代さん
8年生		私が市民として、できること、伝えたいこと	マイ・アクションプラン わかあゆサミット運営	市民として、私(たち)の一步を提案します。	ユ・コ・ラ・ボ 伊藤さん
7年生	責任ある行動をとる力	長良川流域独自の文化をどう未来につなげるのか	長良川システム『長良川流域文化レッドデータブック』	全員が長良川システム、世界農業遺産について語れます。	O R G A N 蒲さん
6年生		山や川とともに暮らす私たちは、どう生きていくか。	農業、水産業等の産業と働く人	長良川の魚や鵜飼、農業、水産業などを、1時間語れます。	川漁師の平工さん
5年生	礎となる力	よりよく楽しむ・親しむ	・生命の大切さを学ぶ ・安全指導 危険予知 ・救急対応 ・食の大切さ ・基本的な生活習慣 ・ソーシャルスキル ・デジタル・シティズンシップなど	「安全・安心・元気」みんなが楽しいうれしい。	わかあゆサポーター (コミスク学び支援部)
4年生		楽しむ・親しむ		やってみたいが止まらない。	
3年生					
2年生					
1年生					

藍川北学園での実施



スキーム及びロードマップ

カリキュラムとして実施

地 域

協力・リソース提供

藍川北学園
8年生

コンセプト決め

マーケティング調査

商品の開発

経費の計算

広報活動

マルシェでの販売

PDCAサイクルにより
2か年で
授業モデルを構築

構築されモデル
で実施

専属コーディネーター
によるサポート

授業サポートツールの作成

各校への展開

R7年度

【サポート率:80%】

R8年度

【サポート率:40%】

R9年度

【サポート率:20%】

本日のアジェンダ

1. 私たちはどうしたいのか？
2. ターゲット
3. 方向性
4. 施策提案
- 5. 事業の効果**
6. 事業の「継続性」と「展開性」
7. おわりに



真剣Biz経営塾



花束マルシェとは??

これまでお世話になった
あの人へ「感謝」の気持ち
を込めた商品や企画を
提供したい!! そんなコン
セプトで関市・郡上市
の子どもたちが自分たち
で0から創り上げたマル
シェです。

わたしたちが作った花束マルシェ

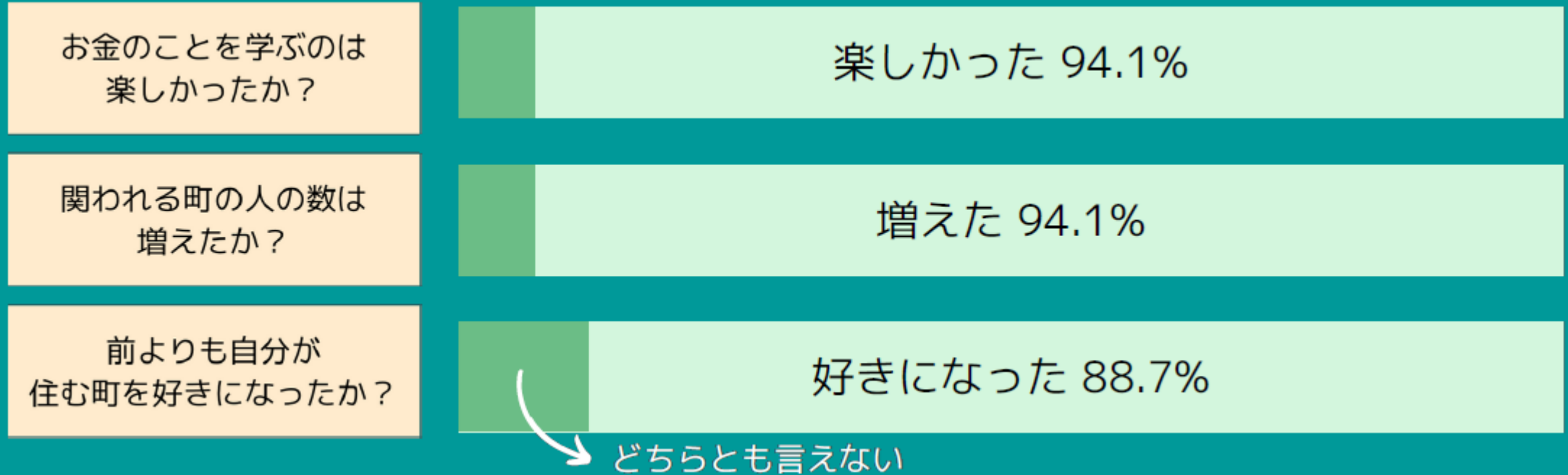
IN
せきてらす

せきてらすとは??

関のモノ・コト、
関を訪れたヒト、
関のヒトが集い、
体験・交流・発信を楽しむ
場所です



期待できる効果(1)



満足度と
「住むまち」と「ひと」の関わり

期待できる効果(2)

	全国平均(18歳)	参加者(取組前)	参加者(取組後)
自分で国や社会を変えられると思う	18.3%	23.5%	76.5%
自分は責任がある社会の一員だと思う	44.8%	35.2%	76.5%
社会課題について周りの人と議論する	27.2%	23.5%	82.4%

50%前後のUP ↑

生徒の
意識変容・行動変容

期待できる付随効果

「主体的・対話的で深い学び」に取り組んだ児童生徒は、
社会経済的背景が低い状況にあっても、
各教科の正答率が高い傾向が見られる。

出典：令和5年度 全国学力・学習状況調査の結果(P20)

学力の向上

藍川北中学校への説明

面白そう！
教員が学べることも多い！
まさに児童だけでなく、教員にとっても「チャレンジ」！

私も学びたかった

次の9年生の「自立」を目指した学びのために
このプログラムはその段階に繋げるためにも
有効性があるものであると感じる

新しいことに取り組むことに教員は不安を感じる
このようにサポートを受けながらできるのは安心材料
どのように進めるのかは対話をしながら決めていきたい

本日のアジェンダ

1. 私たちはどうしたいのか？

2. ターゲット

3. 方向性

4. 施策提案

5. 事業の効果

6. 事業の「継続性」と「展開性」

7. おわりに



事業の「継続性」

①毎回の授業は**教員の負担を増やさず**に、
アントレプレナーシップ要素を織り込むことのできる
(カリキュラム)**指導書を作成**する。

②学校や教員の**負担になる部分**は、
民間のサポートを得られる体制を構築する。

③**民間の専属コーディネーター**をつけることにより、
教員の異動があっても
当プロジェクトの**クオリティを担保**する。

スキーム及びロードマップ

カリキュラムとして実施

地 域

協力・リソース提供

藍川北学園
8年生

コンセプト決め

マーケティング調査

商品の開発

経費の計算

広報活動

マルシェでの販売

PDCAサイクルにより
2か年で
授業モデルを構築

構築されモデル
で実施

専属コーディネーター
によるサポート

授業サポートツールの作成

各校への展開

R7年度

【サポート率:80%】

R8年度

【サポート率:40%】

R9年度

【サポート率:20%】

スキーム及びロードマップ

カリキュラムとして実施

地 域

協力・リソース提供

藍川北学園
8年生

コンセプト決め

マーケティング調査

商品の開発

経費の計算

広報活動

マルシェでの販売

PDCAサイクルにより
2か年で
授業モデルを構築

構築されモデル
で実施

専属コーディネーター
によるサポート

授業サポートツールの作成

各校への展開

R7年度

【サポート率:80%】

R8年度

【サポート率:40%】

R9年度

【サポート率:20%】

授業サポートツール



DVD教材

鼻と口がCMの文字のメインキャラクター「コマ犬」がナビゲート役として登場。CMが大好きなコマ犬が、子どもたちに先駆けてプログラムを体験することで、具体的な取り組み方を紹介しています。クイズの出題や広告のプロへのインタビューなどにより、子どもたちの授業への興味を喚起し、理解を深める手助けをします。

オリジナルテレビフレーム

ダンボール製で組み立て式の大きなテレビフレームです。フレームの中に入ればCMオンエア中という設定で、子どもたちが気持ちを切り替え、のびのびとCM劇を演じる手助けをします。



ワークシート類

ユニットごとに、子どもたちがCM劇づくりの過程で、作業の目的を確認でき、アイデアを生み、整理するのに役立つワークシートを用意しています。第3ユニット「公共CM」では、3冊のノートも用意しています。



カチンコ

映画の撮影などでも使われるカチンコも用意。CM劇スタートの合図として使用します。



小さな修了証

各ユニットを終了した証明として、子どもたち一人一人に渡し、達成感を高めます。

学習指導案・Q&A集

各ユニットの進め方を時間割に添って具体的に提案しています。

CMづくりのポイント、どうしてもアイデアが出ない子どもへのヒントなどをまとめたQ&A集もあります。

事業の市内中学校への「展開性」

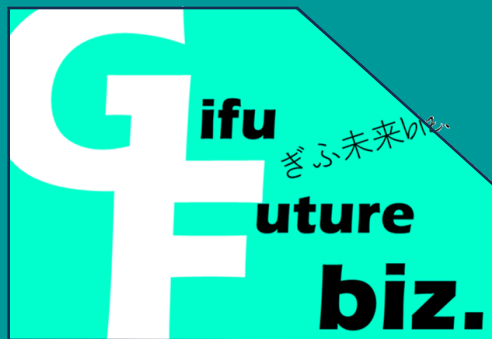
①授業サポートツールを作成する

- ▶動画教材やワークシートを2年かけて作成する。
教員の授業負担を減らすことや、気軽に授業として取り入れられる。

②カリキュラムの時間数・内容をカスタマイズできるモデルを構築する

- ▶このカリキュラムはその学校がどれだけ時間を割くことができるかによって、どの部分に長く時間を使うのかをカスタマイズすることが可能である。
その場合は、専属のコーディネーターと相談をし、
教師や生徒の要望を反映させたカリキュラムとすることができる。
例として、最短であれば、すでに地域にある商品の「販売促進をするにはどうしたらいいか？」という問いで、
商品や人を知ること、販売戦略を練り、ICTを活用すること、などの焦点を当てたカリキュラムとすることもできる。

事業の「応用性」



プログラム参加した
やる気のある中学生

まちなかを
フィールドに



ツバメヤとのコラボ【和菓子】



HUKINとの
コラボ【バック等】



ペンギンブーツとの
コラボ【Tシャツ等】



事業費

(令和7年度)

【収入の部】

項 目	金額 (税込)
マルシェ純利益(予想)	100,000円
合 計	100,000円

【支出の部】

項 目	金額 (税込)	
プロジェクト実行費	820,000円	カリキュラム・ルーブリック作成等
人件費	391,000円	講師・サポートスタッフ等
報償費	340,000円	店舗謝礼金等
消耗品費等	80,000円	マルシェチラシ印刷等
間接経費(10%)	163,100円	
合 計	1,794,100円	

授業サポートは徐々に下げていくが、
令和8年度は「授業サポートツールの本格的な作成」、
令和9年度は「他校展開への準備」のため、同額程度の事業費を見込む

この提案を聞いた現役市内中学生の声



Kくん(中学3年生)

普段の中学校での勉強もいいけど、
学校外の活動で地域の大人たちと一緒に何かをやると
楽しいし、学べることもたくさんある。
だからこそ、**こんな授業があるなら、羨ましい！**

中学校では、友達・先生・親といった狭い関わり合いしかない。
だから**色々な人と関わり**をもって、**自分たちの力で答えを
出していく経験が学校でできる**のは魅力的。
なんか楽しそう！



Kさん(中学2年生)

+ αのご提案

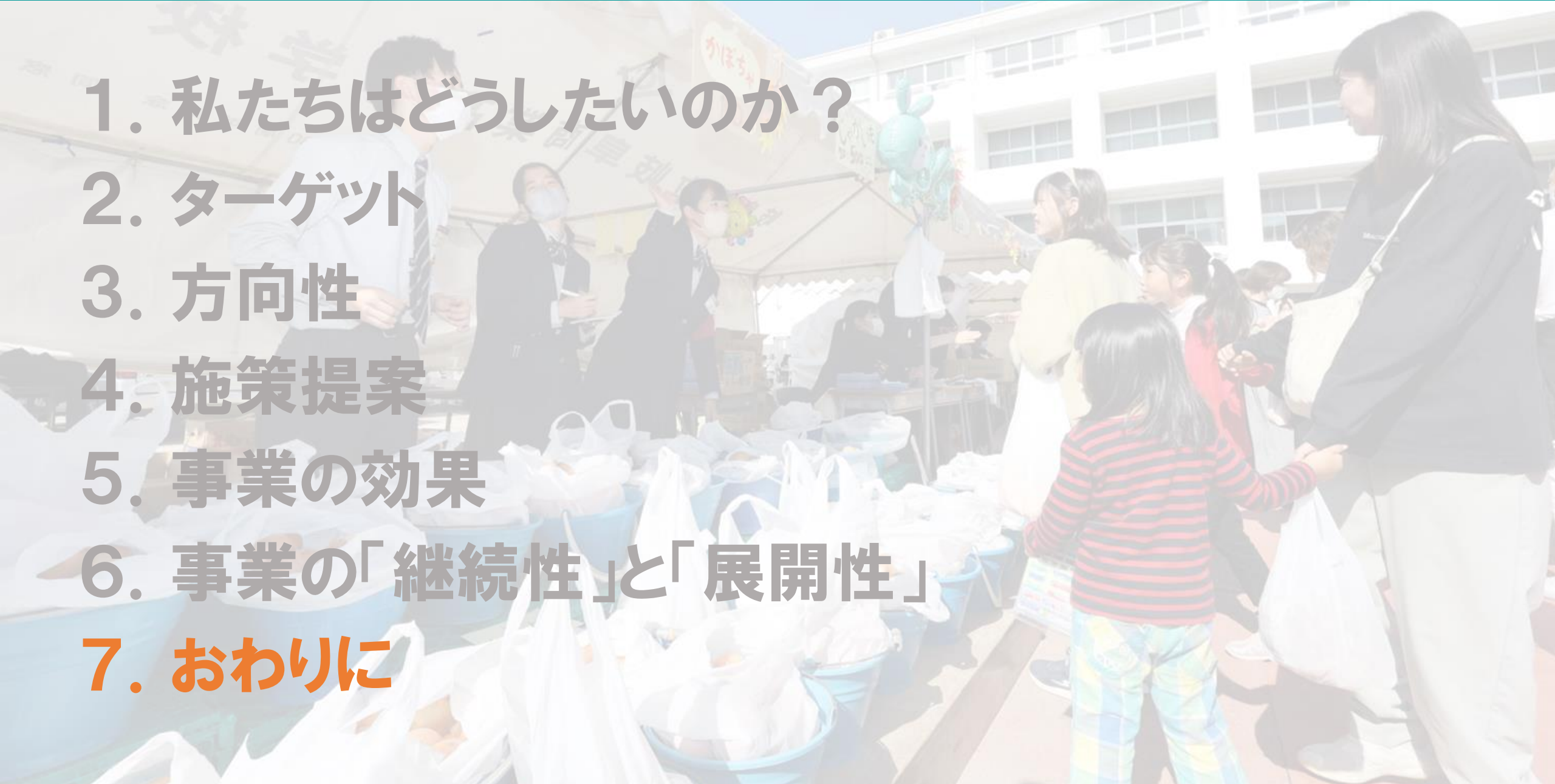
中学生の挑戦したいことが爆発する



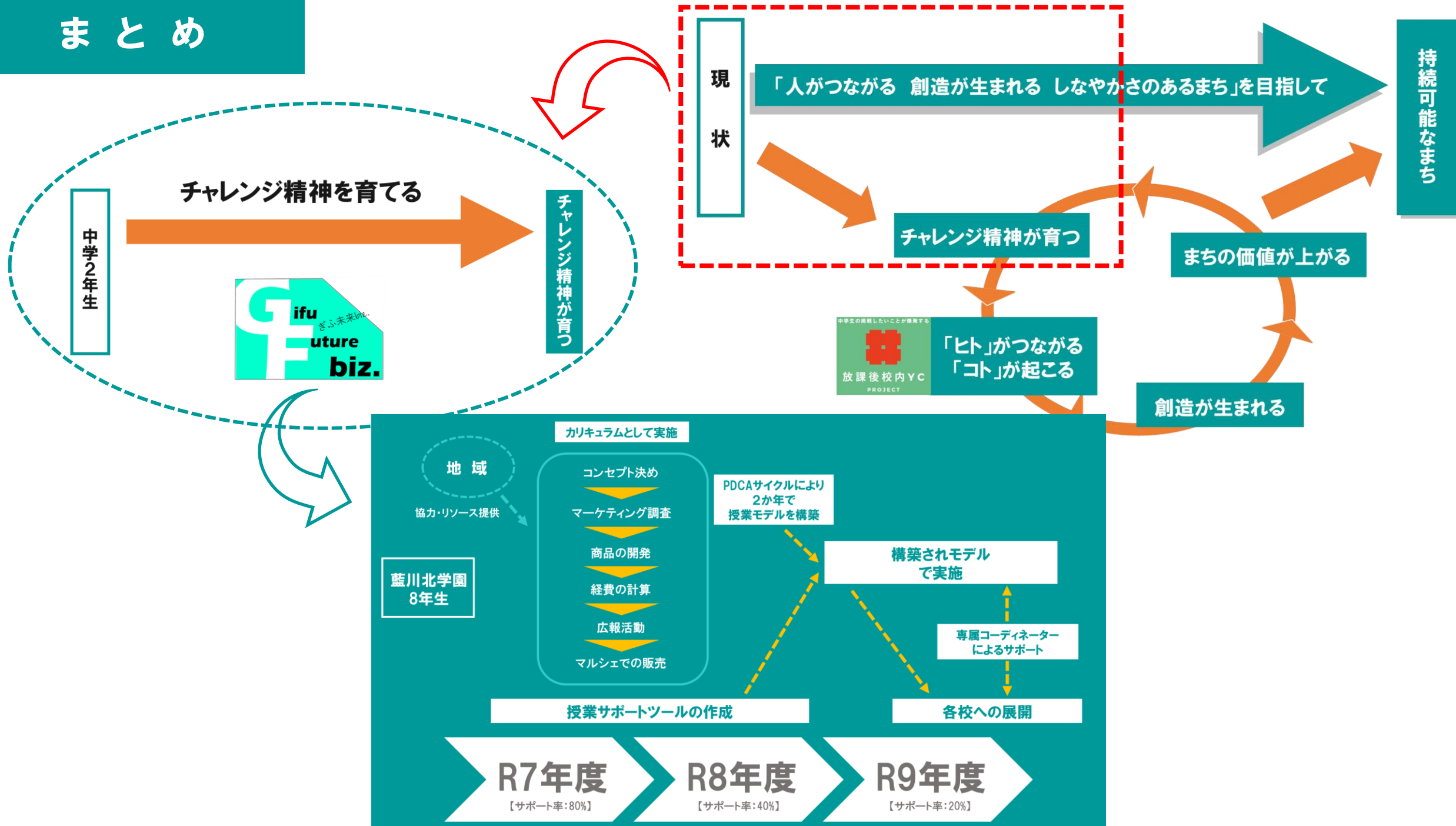
放課後校内Y C
PROJECT

本日のアジェンダ

1. 私たちはどうしたいのか？
2. ターゲット
3. 方向性
4. 施策提案
5. 事業の効果
6. 事業の「継続性」と「展開性」
7. おわりに



まとめ



ご清聴いただき、
ありがとうございました