

狭山を学ぶ 狭山の取組と今後目指すもの

狭山市産業労働センター 栗原博文

2010年夏に地元で操業する綜研化学から「知の市場」の紹介を受けて、狭山市・狭山商工会議所として取り組むこととした。それまで知の市場は5つの科目分野であったものに、行政と地元の商工会議所が行う科目が増えたことから第6番目の分野として「地域」を新たに設定し、それまでの都内や地方中核都市という場とは異なり、大学や高度な技術を持つ企業が実施するというものとも異なる、地域で展開する知の市場としての活動に取り組むこととなった。

暗中模索の中で多くの企業を訪問し、地域行政と地域経済団体として地域の企業の活動を地域の市民に理解していただくこと、そしてそれにより狭山市の産業とものづくりのファンクラブに加わっていただくことをめざして進めることとした。開始直前の東日本大震災などの紆余曲折を経て、2015年で5年間を経過する中で7種の講座を開催して延べで17回のコースを実施した。そこへの参加人数は延べ約3千名となる。

内容的には、市内の企業の活動や技術等を紹介するものと、狭山市の古くからのブランドである狭山茶を紹介し、その歴史や効能、今の狭山茶業者の課題等を紹介するもの、そして最も特徴的なところでは、中学生に経済と経営を実践体験してもらう科目がある。

この科目は、狭山を学ぶ・キャリア教育編という名称で、中学生に経済と経営を身をもって体験してもらう。この事業は中学生に導入する以前に、関東経済産業局からの紹介を受けて、2003年から狭山商工会議所が実施主体となり、狭山市内の小学校の5年生を対象に経済を体験してもらう事業として開始した。その後自立的に発展して現在までに、狭山市立I小学校で9回、同H小学校で9回行い、その後中学生については学校を特定せずに市内の中学生を広く公募する形で7回行った。そのうち直近の4回が知の市場での実施となっている。これで合計で25回に達した。

この活動は、商売をするという事業の根幹に対しての教員や大人の指示は無く、生徒が「自ら考え、行動し、工夫を重ね、一般の市場で、初対面の人に販売し、事業を完結し、利益を確保する」というものです。また、当然のことながら全てが本物で、実物の商品、日本銀行券を使い、現実の一般市場で販売する。これを3現主義と呼んでいる。そして、全てを「自己責任」（会社単位ですので、「企業責任」）で行う。

それぞれの学校や参加の人数は毎年のばらつきがあるが、現在までの状況を合計・平均化すると、25回の販売で合計約655万円を売り上げ、約175万円の利益をあげた。各チームの平均としては、1回約2.4万円を売り上げ、6千円の利益を確保するという結果になっている。こうした数字もさることながら、内容的に児童、生徒たちが自らの工夫とやる気で、チームとして意見集約をきちんとしながら、大人の指示でなく事業を完遂したというところが大きな成果であり、意義深いことだと考えている。

また、自分たちが働いた結果として得た売り上げや利益についても自らその使い道を決めている。即ち、それぞれの事業実施主体の児童、生徒が毎年自分たちで考えたうえで意見集約をして、災害などを受け支援を求めている人々に、自分たちが働いて得た利益の一部を自主的に寄付をしている。これも大きな意味を持つ成果であると考えている。

この経済体験事業は、開始以来 12 年間無事に展開している。その間約 2 千名の児童や生徒が経済と経営を体験した。中学生も知の市場に参画することにより継続して実施することができている。

今後、狭山の知の市場の取組としては、まず基本的な形として、地元で頑張っている企業をもっと多く発掘してより広く市民に紹介していくとともに、企業ファンクラブのような取り組みによりさらに深い理解の増進を図っていく。またさらに深い内容を盛り込んだものづくりコースの科目では、事業に対するより深い理解を土台にして、ブランドの再構築と販路の展開や協力者の発掘など横展開を繰り広げたい。経済教育に関しては、やがては経済社会に船出する若者に経済と経営を体験してもらうことにより経済と経営に興味を持つ生徒や学生を輩出することが出来れば、大きな社会に対する種蒔きになると考え、今後も息長く実施していきたいと考えている。そして最後に、それらからさらに波及する事業も考え、内容を精査し事業に成長させることが出来るよう工夫していきたい。