

サービスとは…

経済用語において、売買した後にモノが残らず、効用や満足を提供する形のない財の事である。サービス産業は第三次産業と同義で、エネルギーや通信、運輸や卸。小売業も含む。北海道におけるサービス産業は、道内総生産・従業員数の約8割を占めている。 Wikipediaより引用

実施校	北広島市立大曲中学校
対象学年（人数）	第3学年（200名）
実施時期	2010年7月中旬～8月下旬
プログラムの内容	講演
プログラムの特徴	「北海道で活躍する大人の生き様に触れる」を考慮したプログラム
観点	◇ 豊かな人生観を育み、主体的な進路選択へ意欲関心をより高める ◇ 職業理解を深め、幅広い職業観・勤労観を育成する
視点	◇ 社会で生きる大人と直接触れ合うなかで、企業の理念や働く人々の思い、生き方が多様であることを知る
ねらい	◇ 社会のルールや働く意義を理解する ◇ 商品やサービスに込められた思いについて理解を深める ◇ 自分はどんな生き方をしていきたいのか、自らの価値観を見つめ直し、充実した生き方を追及する意欲を育てる
キャリア教育との関連	◇基礎的・汎用的能力すべての能力を活用 (人間関係形成・社会形成能力、自己理解・自己管理能力 課題対応能力、キャリアプランニング能力)
進路形成との関連	◇職業人としての将来像を意識した進路探究に繋げる

プログラムの構成



プログラムIIの外部講師

日新堂印刷株式会社 代表取締役 阿部 晋也 氏

札幌市豊平区にある小さな印刷会社。印刷所で名刺の印刷と言えば「たかが名刺」の代名詞であるが、この会社は逆に名刺を強みにしている。

途上国で伐採し、不要になったバナナの茎でつくる「バナナペーパー名刺」や「ペットボトル再生名刺」を開発。そのエコ名刺を障害者の方たちが「点字付きエコ名刺」に変え、イキイキ働く場を提供しながら、売上げ一枚につき一円を日本盲導犬協会などへ寄付する仕組みを考案した。いまや北海道以外の顧客が八割で、エコ名刺は月に500～600点の勢いで売れ続けている。

なぜ阿部社長を外部講師としてお招きしたのか

当NPOのコーディネーターが「経済ナビ」というテレビ番組で見たのが阿部社長を始めに知ったきっかけであった。経営の考え方や会社のあり方そのものが評価されている社長であれば、きっと子どもたちに感動を与える話をしてくれるのでは？と思い、さっそく大曲中学校の先生に提案した。すると、偶然なことに先生も阿部社長を知っていたのである。「ちっちゃいけど、世界一誇りにしたい会社」という本を先生が読んでいて、そこに阿部社長のことが紹介されていたのだ。先生もぜひ講演してほしいということで、コーディネーターがその後すぐに直接阿部社長に連絡をとり、今回ご了承いただいたという経緯になっている。

プログラムI

2010年7月14日、各クラスの担任による授業で事前学習が行われた。講演前の動機づけとして、名刺の働きや機能について理解し自分で名刺を作るプログラム。日新堂印刷で作られているエコ名刺はバナナ、とうもろこし、ペットボトルが原料となっている。子どもたちに各1枚ずつ配られ、そこに自分でデザインした。この名刺は職場体験に行く際に持っていくことになっている。

プログラムII

2010年7月16日、日新堂印刷株式会社の阿部社長による「商品に込められた想いを知らう」と題した講演会が行われた。「商品やサービスに込められた想いを理解する」「働く意義や職業の社会的役割を考えるきっかけとする」「自らの価値観を見つめ直し、充実した生き方を追及する意欲を育てる」をねらいとする。講演会はライフストーリーを中心とした阿部社長の自己紹介から始まり、エコ名刺や理想の会社像、そしてたくさん失敗することの意義についての話だった。「成功の反対は失敗じゃなく、何もしないこと」「若いときにたくさん失敗した人ほど、大人になると輝く」など子どもたちの心に響くメッセージが伝えられた。その後は阿部社長、生徒代表5名、先生によるトークセッション。エコ名刺に関する質問だけに留まらず、阿部社長の中学生時代のことも聞く生徒も何名かいた。「働く大人」との触れ合いは、子どもたちにとって大きな収穫となるのだ。



生徒の感想

たとえ名刺でも一つ一つ大切にすることで、出会いが大きく変わるんだなと思いました。

阿部社長の「成功の反対は何もしないこと」という言葉が印象に残りました。諦めないで何事も頑張ろうと思いました。

「やってみる、チャレンジしてみることが大切」という言葉が印象に残りました。

色々なことにチャレンジすること、大変なことでもやってみることが大切なんだということがわかりました。