

人を見た目で判断しないで アイスに込めた思い

西 健太郎 (「高校生新聞」編集長)

高校文化祭の企画として模擬店に取り組みクラスは珍しくないが、会社組織で、しかも社会問題解決を目指した商品販売となるとめったにない。「人を見た目で判断せず、中身を理解する」。東京の品川女子学院高等部1年E組は、そんな理念を掲げた会社設立にチャレンジし、9月17・18日にあった文化祭に臨んだ。

決するために企業とコラボして商品を開発、販売するものです。私たちのクラスでは企業様にご協力していただき、特別に……。差出人は、高等部1年E組の井野彩海さん。しっかりとした文面だ。

9月の初めに学校に足を運び、生徒に話を聞かせてもらった。メールをくれた井野さんは模擬株式会社「餅コネくと」の社長で、社長をサポートするマネージャーが中村音々さんと土屋花音さん。ほかに広報や会計の担当も含め7人が対応してくれ、担任の土田千愛先生が付き添った。

文化祭で社会問題解決の会社を設立

今年8月のある日、高校生新聞編集部取材依頼のメールが届いた。「品川女子学院では文化祭で起業体験プログラムというものを行っています。これは社会の特定の問題を解

聞かせてもらった。メールをくれた井野さんは模擬株式会社「餅コネくと」の社長で、社長をサポートするマネージャーが中村音々さんと土屋花音さん。ほかに広報や会計の担当も含め7人が対応してくれ、担任の土田千愛先生が付き添った。

その経験を文化祭でどう生かすか。生徒の一人が提案したのは、モチアイスだった。「私たちは小さなきっかけから、無意識に見た目で判断してしまう自分に気づけた。固定観念を試すような商品を販売することで、ニュージールランドでの私たちと同じような体験をお客様にもしてもらえないか」

話で連絡し、会社の理念を伝えて「見た目と中身の違うモチアイス」を文化祭用に製造してほしいと依頼すると、快諾してもらえた。

井野さんたちによると、プログラムではクラスごとに企業理念と事業内容を決め、会社

あると思うのです。お客さま方には、自分の先入観や思い込みだけで物事を決めるのではなく、人の意見や、別の角度の視点もふまえて、行動することを心がけていただきたいと思えます。教室は拍手で包まれた。

外見は「チョココミント」のブルーだが中身は「チョコ&クッキーマシユマロ」のアイスと、見た目は「ブルーベリー」の紫なのに「瀬戸内レモン味」のアイス、それぞれ900個を仕入れ、販売することに決めた。

文化祭2日目にE組を訪ねると、教室は理念を伝える工夫であふれていた。入り口には模造紙に「見た目と判断された経験」として、「長女だから面倒見良さそう」「背が高いから気が強そう」など生徒の声や並んだ。生徒たちがこれまで学校外の人たちから学んできたことも展示されている。テレビには、生徒が

事業の元手となる資金は、プログラム独自の「ファンド」や「銀行」から調達する。仕入れ原価はもちろん、教室使用費やごみ処理代なども営業経費として計上する。決算資料の作成には本職の会計士の助言も受ける。

会社の理念を語る手作りの字幕付き動画も流れた。店員は、お客に笑顔で声を掛けながら、会社の理念を説明したりしている。中村さんによれば、1日目の営業終了後、クラスで話し合い、テーブルの配置や、来場者とのコミュニケーションのとり方などを大幅に改善したという。

生徒たちは、こうした会社の「本業」に加え、企業理念についての理解を深めようと、勉強を進めた。ムスリム女性向けのファッションサイトを立ち上げたマレーシア出身の留学生に教室で講演してもらったり、米国大使館などが主催するLGBTがテーマのイベントに参加したりした。障がい者と健常者をつ

受験生ら親子連れが多い。食べることに夢中の人もいる一方で、模造紙や動画に見入る人もいる。店長の津島志央里さんがスピーチした。「このモチアイスをきっかけに『人は中身を見なければ分からない』『自分の価値観だけで判断しきれない』ということを分かっていたいただきたいと思えます。いろいろな人がいる中で、いろいろな視点を尊重する必要があります。

なか活動をする団体の話も聞いた。頭を悩ませたのは、「来場者がアイスを食べて終わりで意味がない、どう意識を変えてもらうか」だ。会社の理念をどう伝えるか――。

「自分は中身を分かっている」ということを分かっていた。本欄の読者の意識に少しでも変化があったら、生徒たちの思いが届いたことになるだろう。