第二回
リアビズ
高校生模擬起業
グランプリ
実施報告書

主催
認定 NPO 法人金融知力普及協会
リアビズ実行委員会

目次

企画概要……003
リアビズの説明……004
全応募チーム紹介……006
東京農業大学第一高等学校　プルウ　BS/PL・決算短信・感想文……008
金光学園高等学校　じーんず　BS/PL・決算短信・感想文……022
東京都立第五商業高等学校　美麗　BS/PL・決算短信・感想文……044
江戸川学園取手高等学校　ユーカレコ　BS/PL・決算短信・感想文……060
山形県立庄内総合高等学校　くりーん　あーす　どるふぃんず
BS/PL・決算短信・感想文……098
愛媛県立北宇和高等学校　鬼の町工房　BS/PL・決算短信・感想文……104
北海道札幌国際情報高等学校　バルネス　BS/PL・決算短信・感想文……114
高知工業高等専門学校　ビースティケージ　BS/PL・決算短信・感想文……124
安田女子高等学校　アカイカンナ　BS/PL・決算短信・感想文……134
江戸川学園取手高等学校　グルック　BS/PL・決算短信・感想文……176
オンラインセミナー……264
ボランティアスタッフ……265
表彰式……266
研修旅行……270
フォトギャラリー……274
第三回のご案内……282
Special Thanks……283

企画概要

名称　リアビズ高校生模擬起業グランプリ

趣旨　現在の経済環境において、若者たちが恐れずスタートアップに挑戦し、経済界の新陳代謝を行うことは非常に重要です。反面、若者のほとんどは起業というものがどういうものかわからず、チャレンジする為のハードルが非常に高いため、当初からその選択肢を外している現状があります。
そこで、高校生のうちに限りなくリアルなビジネスを経験し、楽しさや厳しさ、お金についての感覚を掴むことによって、自分の力でなりわいを生み出すことに対する「心のエンジンを駆動させる」為に生まれたプログラムが「リアビズ」です。

期日

2021/7/1 ～ 7/7	一次審査募集期間
2021/7/16	一次審査結果発表
2021/11/1 ～ 11/30	商品販売期間
2021/12/19	感想文・決算書類締め切り
2022/1/15	最終選考結果発表・表彰式

主催　認定 NPO 法人金融知力普及協会

統括　鈴木達郎　金融知力普及協会　常務理事　兼　事務局長

助成　一般財団法人三菱みらい育成財団

協賛　レオス・キャピタルワークス株式会社　株式会社 E ストアー　エム・シー通商株式会社

後援　総務省

協力　秋田銀行　北國銀行　十六銀行　愛知銀行　中国銀行　もみじ銀行　山口銀行　伊予銀行　四国銀行
北九州銀行　沖縄銀行　FUNDINNO　日本政策投資銀行

報道掲載

じーんず	「井原放送」
美麗	「東京新聞」
くりーん　あーす　どるふぃんず	「山形新聞」「47News」
鬼の町工房	「鬼北町役場広報誌 11 月」「愛媛新聞」「CATV」
バルネス	「北海道通信社」「北海道新聞」「テレビ北海道　5 時ナビ」
ビースティケージ	「日本経済新聞」「高知新聞」
アカイカンナ	「クジラジ」「全私学新聞」「読売新聞」「朝日新聞」「中国新聞」
	「クジラジ」「RCC ラジオ」「中国新聞」「広島ホームテレビ」
グルック	「シンヴィング Web 版」

リアビズとは

01 全国約 5500 校に配布されたポスターを見て応募を決意！

02 3～10人で「模擬企業」を結成し、ネットショップのビジネスプランを考えて応募！

03 一次審査！

・10 の模擬企業が選抜

04 一次審査を通過すると、30万円までの資金が貸与！

・原材料を仕入れて商品を開発！

・マーケティングに基づいて効果的に宣伝！

05

オンラインセミナーを受講して学びを得る

・プログラム中すぐに役立つ実践知識
・将来のキャリア形成につながる気付き

06

商品をネットショップで販売！

07

使った費用、売上などをまとめ決算書類を作成・提出！

08

最終審査

・金賞、銀賞、銅賞の授与
・グランプリチームは 100 万円相当のビジネス研修旅行にご招待！

日本全国の高校生たちに、
リアルなビジネスを体感出来る場を提供！
自分の将来のキャリア観育成につながる。

全応募チーム紹介

第二回大会では、全国からの 49 通の事業計画が寄せられました。一次選考に漏れた中にも素晴らしいものが多々ありました。
（チーム名は応募当時のもの）

東京農業大学第一高等学校
・プルウ
　エミューオイルを使用したポイントパック
・微美堂
　包装紙ごとお湯に溶ける入浴剤
・あぐりにえんす
　計量スプーンを使わず量を量れる醤油さし

江戸川学園取手高等学校
・うぱまる水産
　取り外し可能なファーネックウォーマー付きバッグ
・シリウス
　マナー水入れとしても活用できる水筒
・ユーカレコ
　観葉植物型のタイムカプセル
・クラシオン
　気分で選べる 2 種 1 セットアロマキャンドル
・アンド・ロゼ
　ドライフラワーキャンドル・ドライフラワー
・グルック
　廃棄野菜を活用した観賞用宝石型ソープ
・ミモザリパブリック
　ミモザアロマキャンドル

三ノ輪田学園高等学校
・ユニコーンカンパニー
　チャックカバー

金光学園高等学校
・じーんず
　「歩成り金」将棋駒型デニムコースター
・デレ
　井原デニムを使用したペンケース

愛媛県立西条高等学校
・輝安鉱房
　輝安鉱入りボールペン・刺繍入り今治タオル

鎌倉女学院高等学校
・結円
　シーグラスとマイクロプラスチックを使用した
　アクセサリー
・ルポ・ラポール
　由比ガ浜の砂、桜貝、鎌倉の花を使用したキャンドルホルダー
・ブルーミング
　フラワーランタン

国際基督教大学高等学校
・メモリウム
　テラリウム作成キット

東京都立第五商業高等学校
・美麗
　多機能メイクブラシ

日本学園高等学校
・アウローラ―
　オリジナルデザインのバッグ・T シャツ・スウェット

埼玉県立富士見高等学校
・ハイパリミア
　オリジナルデザインのバッグ・T シャツ・トレーナー
　パーカー
・こみと
　交通事故防止に役立つリフレクターキーホルダー・
　オーロラレインカバー
・タケダエンタ
　バナナペーパーを使用したブックカバー

福岡雙葉高等学校
・令和駄菓子屋
　駄菓子の詰め合わせボックス・大人向けおつまみ
　詰め合わせジョッキ
・繋
　オタクグッズディスプレイ用タペストリー

神奈川県立平塚農商高等学校
・臨淵鮮魚
　マグロのしっぽの輪切り

神奈川県立相原高等学校
・相どる
　相原高校で生産された味噌と卵を使用したジャム・
　マドレーヌ
・あいくろーぶ。
　クリスマスをイメージしたオリジナルディフューザー
　セット

山形県立庄内総合高等学校
・くりーん　あーす　どるふぃんず
　オリジナルデザインのエコバッグ・キーホルダー・
　ソープ

千葉敬愛高等学校
・リアクセ
　野菜の皮を染料に使用したアクセサリー

開智未来高等学校
・豚コ２
　ドライフラワーのアルミ缶詰め
・ユフレ
　２種類入れられるシャープペンシルの芯のケース
・ヌマノートン
　アルミ製マスクケース
・マグタイト
　マグネットで簡単に包めるお弁当包み

愛知県立大洲高等学校
・しぐれでぃーず
　大洲市特産品「しぐれ」作りセット
・井鵜グラム
　鵜飼いについて学べる仕掛け絵本
・トモシビ
　大洲和紙を使用した折り畳み式和風ランプ

沖縄県立宮古総合実業高等学校
・ちゅぱぴむにゃにょ会社
　オリジナルサンダル
・princesse
　オリジナルネックレス

高知工業高等専門学校
・ビースティケージ
　木製爬虫類・小動物用飼育ケージ

鴎友学園女子高等学校
・ひととき
　カスタマイズできる砂時計

三田国際学園高等学校
・ボクシー
　メンタルヘルスケアグッズ詰め合わせボックス

愛媛県立北宇和高等学校
・コンフィフレグランス
　学校で生産した花を使用したジェルキャンドル
・鬼の町工房
　特産品の泉化紙を使用したぼんぼり

関西学院千里国際高等部
・ペルチュール
　フードロス問題を喚起するオリジナルデザインピアス

北海道札幌国際情報高等学校
・バルネス
　バナナペーパーを使用したオリジナルオーダーカレンダー
・地球化粧
　オリジナルショルダーバッグ

安田女子中学高等学校
・クロッカス
　手作りハ―バリウムボールペン・ボールペンキット
・アカイカンナ
　平和記念公園の折り鶴の再生紙を使用したブックカバー

東京農業大学第一高等学校
プルウ

【商品】
ポイントシートパックプルウ

【セールスポイント (応募書類より抜粋)】
　消費者が思う不満を改善し、自分たちのニーズに合ったパックを作り、他の人にも良さを感じて欲しいからです。
　特徴１　エミューオイル配合 (東京農業大学と提携)
　エミューオイルはエミューという鳥の皮下脂肪からとれる天然のオイルで、主に抗炎症作用 (シミやニキビなどに効果的) がある。またこのオイルの大きなポイントとして無臭が挙げられる。農大が作っているオイルは精製の質が高く、外国産のオイル特有の強いにおいがない。さらに脂肪酸組成が人に皮脂に近く、敏感肌の人も荒れにくいと考えられる。また、エミューオイルを皮膚に塗り続けると、ほかの油脂に比べて水分量が高く保たれるという実験結果も出ている。
　特徴２　部分別パック
　この商品は頬だけのパックとなっているため、従来のパックと違い、「忙しいから頬だけパックしたい」、「前髪を乾かしたいからおでこにはパックをしたくないけど、それ以外はしたい」などといった顧客の細かいニーズに応えることができる。

【実現可能性（応募書類より抜粋)】
　ネット通販で必要な道具を揃え、自分たちで梱包・発送を行う予定です。顧客対応は共有の Gmail、Twitter、Instagram、Facebook 等の SNS を活用しお客様への迅速な対応を心がけます。共有のアカウ ントに関しましては監査人にも入っていただく予定です。ホームページにてお問い合わせのタブも作成予定のため、お客様も気軽に問い合わせることができる環境を整えていきます。また、お客様からのお問い合わせには営業日 2~3 日以内に対応します。 製造ラインは OEM の受託製造を行っている認可取得済みの企業様に依頼予定です。現段階で検討している企業様は RANLISE 様、Japan project system 様、フェイスマスク OEM.COM 様の三社です。どれもフェイスシートを自由にカット可能な企業様です。
　この商品の最大のポイントであるエミューオイルの仕入れ・配合割合については、併設大学である東京農業大学オホーツクキャンパスの化粧の化学研究室に協力していただき、製造していく予定です。
(エミューオイルの仕入れ協力についてはご快諾していただけました)
SNS を最大限に活用した広告をしていきますが広告に関しては自分たちが主体となって作成していくので、商品によりお金をかけることが可能です。
　認可や規則に関しましては、インターネット上の情報のみでは判断がつかなかったため東京都庁薬務部にお電話させていただいたところ、エミューオイルを使用したパックが過去に発売されているのでエミューオイルの使用自体は新しく許可をとる必要はなく、OEM 会社と相談して配合成分を法律に反さないように製造可能とのご回答をいただきました。
　以上により私たちの企業に安心して投資していただけると考えます。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：東京農業大学第一高等学校
模擬企業名：プルウ

損　益　計　算　書　(P/L)

自　2021年 9月 13日　　至　2021年 12月 18日

（単位：　円）

科目	金額 内訳	金額 合計
Ⅰ 売上		① 408,075
Ⅱ 売上原価		② 250,031
売上総利益　（＝①ー②）		㋐ 158,044
Ⅲ 販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 2,320	
支払手数料	④ 250	
旅費交通費	⑤ 882	
通信費	⑥ 0	
荷造運賃	⑦ 3,990	
消耗品費	⑧ 7,641	
	⑨	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費　合計（＝③～⑫）		㋑ 15,083
営業利益　（＝㋐ー㋑）		㋒ 142,961
Ⅳ 営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益　合計　（＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ 営業外費用		
雑損失	⑭ 0	
営業外費用　合計　（＝⑭）		㋔ 0
当期純利益　（＝㋒＋㋓ー㋔）		㋕ 142,961

貸　借　対　照　表　(B/S)

2021年 12月 18日　現在

（単位：　円）

資産の部 科目		金額	負債の部 科目	金額
現金預金		387,136	借入金	244,175
製品			純資産の部	
仕掛品			科目	金額
			資本金当期	0
			純利益	142,961
資産合計		387,136	負債純資産合計	387,136

1. 企業概要

企業名	プルウ
学校名	東京農業大学第一高等学校
監査人（顧問）名	桐生正史
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	小島もも加　社長、仕入れ、広報マーケティング 佐藤恵美　広報マーケティング、人事法務 高橋凜　経理、仕入れ

2. 事業概要

貴社が提供した商品・サービスについて、製品内容や価格が伝わるように簡潔に記載してください。図や写真を使ってもかまいません。

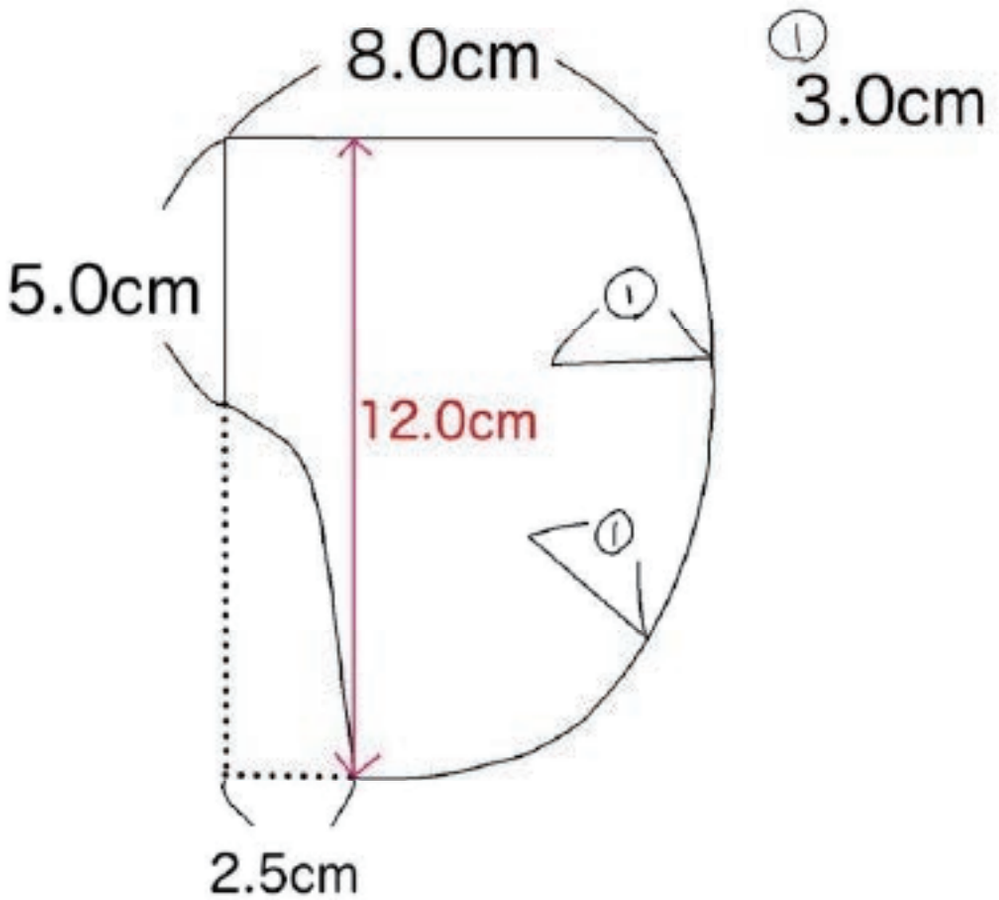
商品名:ポイントシートパックプルウ
製品内容:エミューオイル配合頬用フェイスパック
手売り価格:3日分6枚入り¥1000
BASE価格:1個入¥1,199　3個入¥3,375　8個入¥8,866
クーポン:3個入、8個入をBASEで購入してくださった方に次回の購入時使用可能なクーポンを発行。3個入をご購入の方は250円引き、8枚入をご購入の方は500円引き。また、Instagramで告知をしていただいた方には次回から5%OFFになるクーポンを発行。
==========
私たちはパックの面倒なところ苦手なところを減らし、より使いやすくより便利に。でも質が良いパックを作ろうと製作しました。
薄手でコットン100%の頬だけに貼るエミューオイル配合パックです。
パックの形も自分達で考えました。他社と比較しても目新しい商品です。高価で希少だけど優秀なエミューオイルをより多くの方に知っていただくために試しやすい個数と価格で提供しました。

==========

商品写真

使用中の写真

パックの型紙サイズ



3. 事業活動報告

活動の経緯を、部署ごとに時系列に沿って具体的に記載してください。複数の部署で行った活動は、その他に記載してください。

〇社長

7月2日　東京農業大学オホーツクキャンパスの化粧の化学研究室の丹羽教授のお話をZOOMにて伺う

8月25日 第一回ミーティング

商品の説明やきっかけや価格設定の背景やほかのパックとの違いについて話した。

どうやって販売していくか、マーケティングやブランディングが大切だと分かった

9月5日 薬事法の関係で動画が公開不可能になる

9月8日 第二回ミーティング

安くすればいいわけではないことを痛感した。化粧品は特にブランディングが大切で、ストーリー性や背景で価値を生み出さないといけないなど自分たちでは価格を安くして手に取りやすければ買ってくれるとおもっていたがそうではなく価格に合わせた価値を生み出すほうに考え方を変えていかなければならないとわかった。このミーティングではメンターの方々にたくさんのことを教えて頂いた。

9月9日 製造委託先とZOOMをする

9月22日 第3回ミーティング

SNSを中心に広告をしてプレスリリースは東京だからとあまり考えていなかったけれど、SNSは厳しいうえに知ってもらうだけだからそこからどうやって自分たちのことを伝えて買ってもらうまでこぎつけるのかを考えないと、見ただけでは買おうと思う人は一握りだと聞き、SNSをやるのも頑張らなければいけないけれどそれ以上に自分たちのブランディングを考えることに重点を置くべきだと感じた。

10月6日 第4回ミーティング

セットで売るという私たちが思っていなかった方法がたくさん出てきたり、「私たちは買ってもらうにはクーポンを発行する」考えばかりだったのでその考えが取り払われたり良い意味で1から考え直すきっかけになりました。ただこの時点でもスケジュールがうまくいっておらず反省しました。

10月27日 第5回ミーティング

それぞれ部活が忙しく、仕事がうまく進んでいない上にBASEが完成できておらず仕事をうまく進めるために仕事の分配についての話を伺いただただ仕事の分配がうまくいっていないことや情報の共有もうまくいっていないことに焦りを感じミーティング後にも3人で特に反省をした回でした。

11月5日 文化祭にて販売

11月6日 文化祭にて販売

農業大学の販売関連を取り締まっていらっしゃる方とお話しさせていただき、農の蔵の前の広場とケヤキ広場にて販売させていただく許可をいただいた。

11月10日 第6回ミーティング

この時私たちはBASEで売れないことや手売り販売の機会をたまたま頂けたから売れているけれどほかのチームは自分たちで考えたプレスリリースをきちんとして売り上げていくことなどにつねに焦りを感じていたので、売れているから別に良いのではという意見をいただけて少し元気を取り戻して販売を行うことができました。

11月11日 農の蔵前広場の下見に行った

11月14日 農の蔵前広場にて販売、高橋は学校に残り学校説明会にいらっしゃる方にPRUUに関

して説明をして、商品のビラを配った。
11月21日　委託販売に関する契約書を渡しに農の蔵に行く
11月23日　ケヤキ広場にて販売
11月27日　農の蔵前広場にて販売
11月28日　農の蔵前広場にて販売

○人事法務部

6月28日　学校で使用しているアプリを使い、アンケートを配信することが決定。
6月28～29日　アンケートを配信するにあたり、聞きたいことをまとめた。
6月29日　アンケートの内容が決定。

問1. パックを使用したことがありますか。　　はい・いいえ
問2. 毎日パックを使いたいですか。　　はい・いいえ
問3. コットンパック形式（乾燥しているシートに美容液を含ませる形式）は面倒に感じますか。　　はい・いいえ
問4. 伸縮性のないシートの中央に切り込みがあったら不快に感じますか。
はい・いいえ
問5. パックは何枚入りで何円くらいだと買いやすいですか。　（自由回答）
問6. 試しに初めて使うパックは何枚入りが良いですか。　（自由回答）
問7. 大容量パックは好きですか。　　はい・いいえ
問8. 現在使っているパックで衛生面的で気になる所はありますか。　　ある・ない
問9. 問8で「ある」と答えた方は、どんな所が気になりますか。　（自由回答）
問10 一番使いやすいパックの枚数は何枚ですか。　（自由回答）
問11 パックの前に化粧水が必要なものは面倒だと感じますか。　　はい・いいえ
問12 パックをする前に特にどの工程に面倒臭さを感じますか。　（自由回答）
問13 パックの匂いは気になりますか。　　はい・いいえ
問14 パックに求めるものは次の中でどれですか。（2つまで）
コスパ・安全性・効果・パッケージ・着け心地・満足感と翌日の気分・使用後のべたつきのなさ・その他
問15 パックで「こんなものが欲しい！」「この要素が欲しい」「この要素はいらない！」などの希望があればご自由にお書きください。

6月30日　本校の高校二年生約330人を対象にアンケートを配信。
7月2日　東京農業大学オホーツクキャンパス、化粧の化学研究室の丹羽光一教授とzoomにてエミューオイルについて詳しいお話を伺いました。
7月28日　商品受注先との打ち合わせにより今後の大まかなスケジュールを作成。全メンバーに確認し、共有した。
8月中　シート型の製作・シートの選定、美容液の試作、決定、パッケージのデザイン、内容確認
8月～9月　安定性試験
9月中　（安全性試験完了後）　化粧品製造販売登録（商品受注先より登録）
10月中　製造、梱包・発送
7月28～31日　経営スケジュール作成と同時に各メンバーに対して仕事を割り振った。
8月25日　第1回MTGの時に経営スケジュールを確認した。

8月26日　各種SNSを開設。サイトによっては得意なメンバーに任せた。
Twitter：佐藤、Instagram：小島、Facebook：高橋、TikTok：小島・佐藤
8月下旬　やらなければならないことをリストアップし、1つ1つに期限を設けた。また、リストアップをする際に2か月先のことを見据えることを重要視した。一週間ごとに内容や期限を逐一見直した。
10月27日　本校文化祭での販売許可が下りたため、文化祭当日の動きを確認した。
10月31日　第5回MTGにてメンターの森さんよりスケジュールの組み方が甘いとの指摘を受け、メンバー全員でスケジュールの調整を再度行った。
11月1日　商品の撮影が終わっておらず、BASEの開設が遅れた。
11月4～6日　文化祭当日も細かくスケジュール管理をした。
11月・12月　当初の予定通り、入金から5日以内にはすべての商品を発送できていた。
12月　決算書の作成に関して、期限を設けた。
損益計算書、貸借対照表、証憑作成、総勘定元帳⇒14日
感想文、決算短信⇒15日
しかし、経理担当が急遽部活の遠征により間に合わないことが発覚したため、予定を変更し18日までにすべてを提出とした。

○経理部

8月23日　経理に関するセミナーを受けた。
8月31日　見積もり書が届いた。
9月8日
9月15日　6枚入り25,500円での製造をお願いする。
9月17日　最終版の見積もり書が届く。
9月22日　数量を870個に決定し、発注書を作成。
11月5・6日　学校の文化祭での手売り販売があったため、文化祭終了後売上金と領収書の整理をおこなった。
11月17日　14日の店頭販売での売上金と領主書の確認をした。
11月23日　店頭販売終了後、売上金と領収書の確認をした。
11月28日　27日と28日の店頭販売の売上金と領収書の確認をした。

12月　slackで経理に関する質問をし、決算に関する動画を確認しながら決算書作成を進めた。

○仕入れ部

7月2日　東京農業大学オホーツクキャンパスの化粧の化学研究室の丹羽教授にエミューオイルの使用許可をいただき、第一次審査が通ればエミューオイルを送ってくださることが決定
7月6日　製造委託先決定
7月26日　委託先の企業に製造販売元の許可がないことが判明し製造委託先を探しなおす、様々なOEM企業に問い合わせる
7月27日　新しい製造委託先（プラセンラ）が決定、細かい商品の説明などについてZOOMや電話でお話しさせていただくことになる
8月9日　エミューオイルを無料で送ってくださることになる
8月31日　見積書が届く
9月1日　梱包材の決定

9月1日～3日 パッケージや液量などの商品の細かい部分に関してメールでやりとりをする
3人の中で個数や原価について30万円を超す可能性やエミューオイルの価値を考慮して
1度考え直したほうが良いという意見にまとまる
9月8日 ZOOMにて製造委託先と話し合い、12枚入りからの変更や1000個製造からの変更などについて話し合う。
9月9日　再見積もり書が届く
9月15日　6枚入り255,000円での製造をお願いする
9月16日　試作品が発送される
9月17日　最終版の見積書が届く
9月19日　試作品が届く、ラベルサイズなどの変更をする
9月22日　発注書を送る、数量870個で確定
9月24日　仕様、納品先の確認
10月28日　納品が完了する。梱包材、メッセージカード用の紙の注文をする（Amazon）
10月29日　商品の検品
11月4日　梱包材が届く
11月9日　商品セットごとの送料の変更
9日までは送料が一律の価格で販売できると計算していたが、間違いだったことが判明。
もう一度重さと大きさを測り、ネットで調べ送料を確定した。
最終的に配送方法は定形外郵便で1個入と3個入りは配送し、8個入はレターパックで配送することにした。送料はお客様負担にし、販売価格に送料を含めて販売した。

○広報マーケティング部

7月23日　Twitter・Instagram・Facebook・TikTokのアカウントを開設。
TikTokは流行っていた100日チャレンジをしようと動いていた。
7月28日　TiktTokに模擬企業グランプリの動画を投稿した。
Instagramに模擬企業グランプリのリール動画を投稿した。
8月24日　Instagramにどのような商品を開発しているのかのリール動画を投稿した。
9月1日　夏休みの報告動画提出。（8/31が締め切りだった）
ロゴ・商品名が決定。

PRUU

商品名：ポイントシートパック　プルウ

9月3日　夏休みの報告動画が誇大広告になる可能性があると指摘された。また、この時にYouTubeにて動画が掲載されていないことが発覚。後日スラックにて統括スタッフの方から連絡があった。
9月4日　誇大広告になりそうな部分をカットした動画を再提出した。
9月6日　商品受注先のかたに誇大広告かの判断を今後してもらえることになった。
9月7日　文化祭で販売するにあたり、プレスリリースの案があがった。プレスリリース先は学年だより・大学にポスターを考えていた。
9月8日　Twitterに一次審査通過のツイート。
第2回MTGにてTikTokでの100日チャレンジができていないことを報告。その際にターゲット層を10代後半から20代前半にしぼった。送料無料についても考えていたが予算の関係上断念した。また、この時に商品梱包の際にメッセージカードを入れる案も出た。
9月10日　Instagramにどのような商品を開発しているのかのリール動画を投稿した
9月11日　Instagramのストーリーに新しい投稿の宣伝をあげた。
9月16日　Instagramのストーリーにサンプル到着時の写真をあげた。
9月22日　第3回MTGにてホームページの作成を視野に入れていることを報告。SNSの方針については本を参考に進めることが決定。
9月25日　第1回MTGにて誇大広告をしないよう注意を受けた。
10月5日　広告に向けて紹介ページを作成。
10月7日　広告にかけられる予算がなく、全てSNSだけで広告をすることに決定した。
10月11日　商品サンプルを用いたモニターをInstagramのストーリーにて募集。
10月14日　文化祭パンフレット作成。
10月27日　第5回MTGにてBASEでの販売方法について相談。クーポンコードの利用も考えていることを報告。チラシが完成した。
11月1日　Instagramに商品到着動画を投稿した。
TiktTokに商品到着動画を投稿した。
11月2日　TwitterにてBASEのリンクをツイート。

11月3日　Twitterに商品の宣伝ツイートをした。
11月4日　Twitterに近況報告。
11月10日　Instagramにロゴのグリッド投稿をした。
11月13日　Twitterに現地販売の宣伝をツイート。
11月14日　Instagramに現地販売直前の宣伝を目的とした写真を投稿した。
Instagramのストーリーに次回の現地販売の予定をあげた。
Twitterに現地販売中の宣伝ツイートをした。また、東京農業大学大学院の方の宣伝ツイートもした。
現地販売時にチラシも配った。
11月23日　Instagramのストーリーに現地販売直前の宣伝を目的とした動画をあげた。
Twitterに現地販売の宣伝をツイート。
11月27日　現地販売時にチラシも配った。
11月28日　Instagramのストーリーに現地販売直前の宣伝を目的とした写真をあげた。
Twitterに現地販売中の宣伝ツイートをした。
TiktTokに商品紹介動画を投稿。
現地販売時にチラシも配った。

○その他

7月27日　有限会社山丸様に問合せる
7月28日　山丸様とスケジュールの決定
7月29日　企画書を送る、電話をする、素材写真が送られてくる
7月31日　シート素材の決定
8月1日　ロゴの決定
8月4日　化粧水タイプでの製造決定
8月9日　丹羽さんオイル無料で送ってくれることが決定
8月24日　配合の比率決定
8月27日　パックの型紙完成
8月31日　見積書がくる、活動報告動画提出
9月1日　商品名とロゴ決定、スタンドパウチかひら袋かとラベルサイズについての話し合い
9月8日　zoomにて丹羽先生とお話
9月9日　再見積書がくる
9月15日　6枚入255,000円以内と希望を出す
9月19日　サンプルを確認
9月22日　発注書を送る、ラベルサイズ確定、
　　パッケージの形決定
10月28日　納品書請求書同封で商品が届く
11月5日　110個売る
11月6日　40個売る
11月12日　代田下見
11月14日　代田販売、学校説明会
11月21日　学校説明会
11月23日　ケヤキ広場販売
11月27日　代田販売

11月28日　代田販売 11月29日　学長室理事長室30個40個

4. 決算サマリー

総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	600,000	408,075
経常利益	300,000	158,044

5. 経営成績に関しての説明

売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

私達が目標金額までたどり着かなかった原因はまずプレスリリースなどの広告が少なかったことが大きいと思います。私達は常に手前の仕事に追われていて仕事の分担もあまり上手く回すことができなかったため長期的に考えなければいけない課題をうまくこなせないという欠点がありました。広告は特に販売までに時間をかけて何個も行わなければならないものだったため本当は9月くらいからどこにプレスリリースを頼むのかなどを考えなければならなかったのですが私達は東京都に住んでいるからテレビや新聞には取り上げてもらえないだろうと思い結局プレスリリースはどこにも頼まないという結論のまま販売までを過ごしていました。ですが、私達が今考えるとダメ元でも送る価値はあったと思います。また、私達は北海道のキャンパスのエミューオイルを使用させていただいているので北海道の新聞にメールを送ろうと動いていたのですが他の仕事よりも優先することができず、結局諦めることになりました。私達は今回の企画に関して全体的に言えることなのですが先まで見通しを持ってスケジュールを立てることが出来ませんでした。この点が本当に大きかったと思います。 また、実際私達が買っていただく予定のターゲット層は10代や20代前半と考えていたのですがその年代の方に買ってもらうことは難しく、文化祭以外の手売り販売では私たちを応援して頂ける方が購入されることがほとんどでした。だから私達は途中から販売する時の説明を変えてみたりビラ配りに力を入れてみたりしました。このビラ配りが私達の中では効果的で、記載されたQRコードから購入して頂ける方が多かったです。

6. 事業におけるトラブルへの対応

事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

私たちはトラブルが仕入れ先に関して１つ、販売に関して2つ起きました。 第一次審査で委託することを決めていた企業は製造販売元の資格を持っていないことが第一次審査通過後に判明し、新しい受注先を探さなければならなくなり様々な企業に問い合わせました。最終的には受注先を見つけることはできましたが、私たちは企画書の時点で委託先

の条件や薬事法など法律に関することを詳しく知らなかったので大きなトラブルの元となりやすい規則や法律などは事前にしっかり細かく調べておくことが重要だと感じました。
そしてBASEで販売をしている際に起きたトラブルの1つ目は、BASEで最初に購入して下さった方への送料が2倍にかかっていたことです。私たちの商品は個数によって送料が変わるので別で送料設定をするのではなく商品の料金に送料を含めていたのですがBASEの送料の細かい設定がうまくいっておらず2倍にかかっていました。そのためお客様に直接メールをして一度購入をキャンセルして頂き、お詫びとして10%OFFクーポンコードを配信しもう一度購入していただきました。送料などをあわてて販売前に設定したことが原因だったので、BASEの準備には特に時間をかけ、送料は事前に重さを測りネットで十分に調べ設定を行うべきでした。
そして2つ目はお客さまの住所が分からない上入金がまだだったのでしばらく入金待ちをして12月5日にお金が振り込まれました。そして、
私たちの発送期限が12月7日だったのでお金を振り込まれた後に住所をメールで伺ったのですが発送期限に間に合わず結局12月8日に発送をしました。原因は振り込みがまだだからと言って住所を先に聞かなかったことです。この件に関しては3人の連携がうまく取れていなかったことも理由にあるので、情報を伝達して3人で常に全ての問題をわかっている状態にしておくことで小さなミスやそれから生じるトラブルはもっと減ると思いました。

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明

今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

今年度の全体点な反省として、計画性が足りませんでした。具体的にはプレスリリースをしようと思っても日数がなく今からでは間に合わないと諦めたり、ギリギリにダメ元でお願いしてみたりと結局他チームと比べても効果的な広告をうまく行うことができませんでした。
そして、仕入れに関してや商品の納品に関してのスケジュールはきちんと管理できていた分納品後の販売期間のスケジュールがボロボロなことに気がつきました。販売期間中に特にやることは見当たらないと販売期間前は思っていたのですが、1度手売り販売をしてみると手売りで売るためには何が必要で今どれだけ準備が足りないのかがわかりました。今書いたことにも同じことが言えるのですが、私たちはいつどの期限があってそれまでに何を終わらせないといけないのか、常に行わないといけないことはなんなのかがわからず期限が迫ってきてようやくやることが明確になるというパターンがすごく多かったです。本をよんでコンセプトを決めたりBASEをつくったり紹介動画を作ったりという色々な期限に常に焦らされていました。私達は先が見えないまま手前のこと終わらせることに勤しんでいたらこうなってしまったため元々3人という人数が少なかったことも理由にあるかもしれませんがそれはあまり理由にはならないと感じました。1番私達が変えないといけないことはスケジュール管理よりももっと先にまずは全員で今の状況と問題を把握すること、そしてその後に3人でこれからどういうスケジュールで動いていくべきか話し合い、少しずつスケジュールを組み直しつつ先まで想像して仕事を分担して行うことだと感じました。
私たちが次年度も続けていくとしたらまずはそこから改善していこうと思います。

8. 監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

商品の開発・販売は、多くの人とのつながりや支援、思いの上に成り立つものだと感じさせ

られました。
そして、同じように商品を届けるとは、形あるものを通じて形を超えたものを届けることだと実感しています。
貴重な機会を提供していただきありがとうございました。

感想文

小島もも加
社長、仕入れ部長、広報マーケティング

私はリアビズに参加してみて伝えることの大切さを学びました。
私たちは手売り販売が多く、お客様と直接お話をして自分達の商品の説明やこだわりを伝える機会がとても多かったです。そこでは自分の商品に対して強い想いがあってどれだけ商品のことをわかっていたとしても、話さなければお客様は私たちが何をしているのか、私たちの商品は何なのかも知らない上に皆求めている物がバラバラなのでそれぞれに合った説明をわかりやすく伝えていかないといけない。そうなった時に商品への想いや体験だけではどうにもなりませんでした。特に私は特に自分の思っていることをまとめるのが苦手でミーティングや仕入れ先の方とお話しする際にも困らせてしまうことも多々ありました。確かにこの短期間ではどうしようもないことかもしれないですが、私は商品を売る上で 1 番大きな壁でした。また私たちのチームは SNS をうまく活用できなかったこともあって商品を知ってもらうことに苦労しました。だから私はビジネスで大切なことは沢山ありますが、お客さんはどういう説明を聞いたら納得してくれるのか、良いと思ってくれるのかを考えて伝えていくことが本当に大切だと実感しました。今書いたこと以外にもこの大会で学んだことは沢山あります、社会に出てからも学べない様なことも沢山学ばせて頂いたと思います。
今回はこの様な貴重な体験をさせて頂き本当にありがとうございました。

佐藤恵美
広報マーケティング部長、人事法務部長

私はこの模擬起業グランプリを通じて、大きく分けて２つのことを学んだり成長することができたと思います。
まず 1 つ目として、1 つの物事に対して様々な視点から客観的に見ることができるようになりました。その要因として自分以外のあらゆる意見を聞き、その意見を商品に対してバランスよく取りいれて改善を続けていったことが挙げられます。今までにも何回か自分の視野が広がったと感じることはありましたが、今回は自分たちが 1 から作りあげた商品に対して数か月の間という長い期間をかけて様々な切り口から考えることで視野が広がったと感じました。次に２つ目として、マルチタスクをこなすことが以前よりもうまくなったということです。やらなければならないことが山積みのなか、期限や量から優先順位を決めこなしていったことが大きいです。２つ目として、大学でどんなことを学びたいかが決まったことです。今まであまり大学でやりたいことがなく、進路でも迷っていましたが今回のこの経験により大学で学びたいことが決まりました。今回は貴重な経験をありがとうございました。また未熟だった私達を支えてくださった方々、本当にありがとうございました。

高橋凛
経理部長、仕入れ部

私はリアビズで沢山のことを経験することが出来ました。以前から起業に興味があったので、一次審査を通過する事が出来てとても嬉しかったです。企画を考え始めてから今まであっという間でした。今回、一番大変だったのはスケジュール管理でした。部活も忙しく勉強もしなければならないという状況下で、リアビズの方でも SNS の投稿、メンバーとの話し合いなどやるべき事が多くこれらをこなしていくのにとても苦労しました。リアビズを通して、少しの時間で最大の効果を出せるようにということを意識するようになりました。また、私は経理担当で、リアビズに参加しなかったら知らないよう事を沢山勉強しました。経理の仕事はお金を管理するので責任が大きいですが、とても良い経験を得ることが出来ました。一緒に頑張ってきたメンバー、分からない事だらけの私達を支えてくれたメンターの方々、本当にありがとうございました。

金光学園高等学校
じーんず

【商品名】
「歩成り金」デニムコースター

【セールスポイント（応募書類より抜粋)】
　岡山県倉敷市は繊維製品出荷額日本一の自治体であり、特に倉敷市児島地区は国産ジーンズ発祥の地として有名である。また岡山県井原市で生産される原料生地のデニムは児島の製品のみならず世界トップのファッションブランドにも採用されており、この地域のデニム技術力は群を抜いている。
　藤井聡太二冠の活躍により将棋ブームだが、倉敷市は大山康晴名人を輩出した地であり、女流棋士の「大山名人杯倉敷藤花戦」(地方自治体が主催になっている唯一のタイトル戦) や「全国小学生倉敷王 将戦」が開催される将棋の聖地である。
　これらを踏まえてジーンズを見てみると、ポケット部分を上下さかさまにすれば将棋の駒の形に見える！右の写真は倉敷藤花戦の会場である大山康晴記念館で許可を得て撮影したものだが、大山名人が「歩」の活用を大切にしていたことが窺える。一歩一歩努力して歩み続け、最後には大成するという意味の「歩成り金」デニムコースターはコーヒーブレイクの際に受験生を筆頭に目標に向かって努力する人を応援するものであり、倉敷のお土産・縁起物として将棋ファンのみならず広く人々に買い求められると考えられる。

【実現可能性（応募書類より抜粋)】
1. 商品に込められた物語
(1) オリジナル商品
　この「歩成り金」デニムコースターは、完全にオリジナルで考案したものである。他では入手できない新製品という点が強みである。 一歩一歩の努力が大成するという意味を込めた縁起物である。
(2) 高梁川流域中枢都市圏構想の地域の一体感
　私たちの金光学園高校は岡山県浅口市に在る。このエントリーシートには倉敷市のジーンズや井原市のデニムを我が町の特産のように記載しているので、他地域の審査員の方々には違和感があるかもしれない。その理由を念のため記載すると、岡山県の西半分の高梁川流域の７市３町は文化面・経済面の結びつきが強い歴史的背景があり、総務省の広域連携の先行的モデルに採択されている。 行政区の枠組みを超えた連携意識が醸成されたエリアである。つまり、行政区にこだわらずに高梁川流域というエリア全体がご当地だという認識で読み進めていただきたい。
(3) 繊維製品の高い技術力
　岡山県倉敷市は日本遺産「一輪の綿花から始まる倉敷物語 ~ 和と洋が織りなす繊維のまち ~」に認定されており倉敷市児島地区は国産ジーンズ発祥の地であるため「ジーンズの聖地」と呼ばれる。倉敷市で製造される繊維製品自体が日本遺産構成文化財になっているため、倉敷市は日々、日本遺産を製造していることになる。倉敷市は繊維製品出荷額日本一の自治体である。日本最高レベルの技術がこの地域にはある。そのジーンズの原料であるデニム生地は岡山県井原市で生産されており、井原市は「デニムの聖地」「デニムのふるさと」と呼称される。井原のデニムは世界トップのファッションブランドにも採用されるなど世界品質のブランドである。今回、私たちの製品を製造してくださる井原市にある青木被服 (株) は fagassent という自社ブランドで有名だが、井原デニムを使ったデニム着物のほか、ミズノブランド柔道着も生産している会社である。確かな技術力を有する地域の代表的メーカーである。倉敷市内中心部に販売店を持ちファッション性に富む製品をアピールしている。(当初は倉敷市内の衣料メーカーに相談したが、独自のブランドを展開している会社だったため高校生のアイデアの製品製造がブランド戦略を損ねる恐れがあるのでお願いを取り下げた。次に青木被服（株) に相談したところ、試作品を社長が「おもしろい !」と おっしゃってくださった。) プリントのコストを抑えるために「高校生のためだから」と、青木社長が直々にプリントを手掛けている会社に掛け合って低コストでのプリントが実現した。日本最高、もしかして世界最高レベルの技術力に裏打ちされた商品が、私たちの「歩成り金」デニム コースターであると言える。(見積入手済み)
(4) 将棋と倉敷の関係
藤井聡太２冠の活躍により将棋ブームだが、倉敷市は大山康晴名人を

輩出した地であり、将棋の熱量が高い。女流棋士の「大山名人杯倉敷藤花戦」や「全国小学生倉敷王将戦」が倉敷市中心部に在る 大山康晴記念館で開催される。「大山名人杯倉敷藤花戦」は地方自治体が主催になっている唯一のタイトル戦である。このことからわかるように倉敷は「将棋の聖地」である。

(5) 聖地ストーリーの結晶

地域の技術力と聖地と呼ばれるほどの物語を背景に生まれたのが私たちの商品「歩成り金」デニムコースターである。地場の繊維産業の高い技術力に支えられた商品である。 デニム生地は丈夫で長持ちし、たとえ汚れても洗濯をすればまた使うこともできます。ファッション面でも年齢に関係なく流行にも左右されない。たとえ色落ちしてもそれを風合いとして楽しめるメリットがある。 商品の持つ価値が高いと言える。

2. 販売の見通し

(1) 人員

生徒 8 人で協力して事業に当たるので人員面で不安は無い。 私たちはエシカル消費に興味があり、中古デニムや端切れの活用を当初は考えていた。アップサイクルで商品を作ろうとしたのだが、販売に集中するためと製品の品質を確保するために業者へ発注することにした経緯がある。品質面でのクレーム対応の手間をかけない配慮をした。

(2) 発送業務の単純化

商品は箱に入れずにビニール袋に入れる。これはレターパックに入れるためである。 レターパックを使う理由は 1 全国一律の送料、2 着実に配達したかの確認が取れる (書留扱い) である。また、商品ラインナップを 5 枚セットの一つだけにしたのは、商品の送付間違いを防ぐためである。

(3) 顧客開拓

販売サイトを商品の魅力が良く伝わるように製作する他に、次の方法を検討している。

1 金光学園高校 HP に掲載

ミャンマーの子どもに学用品を届けるクラウドファンディングをした他の探究チームの呼びかけを高校 HP に掲載してもらっているので、私たちのチームも学校にお願いしたい。

2 金光学園文化祭でチラシ配布

金光学園中学・高校の文化祭には保護者も多数参加する。そのときに販売サイトの構築が間に合えば商品説明と販売サイトへの誘導のチラシを配布する。間に合わない場合は商品説明と販売サ イト立ち上げの予告のチラシを配布して購入の協力を呼び掛ける。

3 ミャンマーに小学校を立てるプロジェクトのサイトで紹介いただく

このチャレンジで得た利益はすべて他の探究チームがおこなっている「ミャンマーの子どもに学用品を届けるプロジェクト」に募金する予定である。その探究チームはミャンマーに小学校を立てるプロジェクトを主導している大人に学校に講師として来ていただいて指導を受けている。 私たちはその講師の方に相談し、小学校設立のサイトで私たちが募金する目的でチャレンジしていることを紹介してもらい、私たちの販売サイトへのリンクを貼らせてもらうようにお願いしている。(なお、この小学校設立や学用品のプロジェクトは、ミャンマーの国内情勢が不安定になる前から取り組んでいる活動である。)

4 追加販売の可能性

50 セットなので短期間で完売するかもしれない。その場合は予算 30 万円の範囲内で追加の製造発注と販売を視野に入れている。

5 元 日本遺産推進室長からの提案

倉敷市役所には日本遺産推進室があり、倉敷の日本遺産の PR に努めている。そこの初代室長が 私たちの試作品を見て「全国小学生倉敷王将戦の記念品にしてはどうか？」と言ってくださった。 販売サイトが立ち上がったら倉敷市役所にもアプローチしたい。

6 その他の構想

次のようなアイデアを出し合っているので、実行しようと考える。

・Instagram で自身のアカウントでネットショップのサイトを拡散する

・関わりがある店 (場所) に宣伝してもらう・地域の公民館、コミュニティーセンターへ掲示の依頼

・地元のテレビ出演への応募

・Twitter(Instagram、Tiktok) で作成風景などの動画を撮り PR する

・将棋の大会の会場の管理人にポスターなどで宣伝してもらう

・商店街で宣伝してもらう

3. 補足

探究活動でエシカル消費を学ぶ中で、日本で製造される衣料品の約半分が着られることなく焼却処分されること、衣料品製造の現場での環境汚染や労働力の搾取など不都合な真実に直面した。高梁川流域という私たちのエリアは日本有数の繊維産業の盛んな地域であるため、何かアップサイクルの活動をしたいと考えた。

このチャレンジでは商品製造のメーカーにお願いして端切れの生地を使用してもらい、少しでもアップサイクルに近づけるように配慮した。収益は、ミャンマーの子どもたちのために学用品を買う資金を集めようとクラウドファンディングなどで努力している同級生の力になるために、彼らのプロジェクトへの募金に充てる。同級生はクラウドファンディングの手法で資金を集めているが、私たちは高校生模擬起業グランプリのチャンスを得て、地元の強みを活かし企業や人々のご協力を仰いで、この模擬起業で資金を得たいと思う。同級生も私たちもミャンマーの子どもの未来を作るお役に立ちたい気持ちは同じだ。もし、研修旅 行に行けることになれば、諸条件が許せば私たちはミャンマーの現地を訪問し子どもたちと交流することを願っている。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：金光学園高等学校
模擬企業名：じーんず

損 益 計 算 書 (P/L)

自　2021年 7月 30日　　至　2021年 12月 8日

（単位：　円）

科目	金額	
	内訳	合計
Ⅰ　売上		① 432,668
Ⅱ　売上原価		② 266,628
売上総利益　（＝①－②）		㋐ 166,040
Ⅲ　販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 6,800	
支払手数料	④ 1,020	
旅費交通費	⑤ 7,970	
通信費	⑥ 0	
荷造運賃	⑦ 18,810	
消耗品費	⑧ 3,242	
	⑨	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費　合計（＝③～⑫）		㋑ 37,842
営業利益　（＝㋐－㋑）		㋒ 128,198
Ⅳ　営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益　合計　（＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ　営業外費用		
雑損失	⑭ 0	
営業外費用　合計　（＝⑭）		㋔ 0
当期純利益　（＝㋒＋㋓－㋔）		㋕ 128,198

貸 借 対 照 表 (B/S)

2021年 12月 8日　現在

（単位：　円）

資産の部			負債の部	
科目		金額	科目	金額
現金預金		113,980	借入金	0
製品		0	純資産の部	
仕掛品		0	科目	金額
売掛金		14,218	資本金	0
			当期純利益	128,198
資産合計		128,198	負債純資産合計	128,198

1. 企業概要

企業名	じーんず
学校名	金光学園高等学校
監査人（顧問）名	平田玲子
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	三宅彩乃（社長） 山本はる（人事法務部長） 村上由華（経理部長） 大橋沙和（仕入れ部長） 竹中琉乃（仕入れ部） 松浦伽奈（仕入れ部） 玉川小桜（広報マーケティング部長） 坂野友美（広報マーケティング部）

2. 事業概要

貴社が提供した商品・サービスについて、製品内容や価格が伝わるように簡潔に記載してください。図や写真を使ってもかまいません。

商品名：「歩成り金」デニムコースター　（呼称：ふなりきんデニムコースター）

商品説明：

オリジナルバージョン

表面は「歩」の文字、「金」の文字、無地（裏面はすべて無地）の 3 枚セットで価格は 2700 円（送料＋税込み）

竜王戦バージョン

表面は「歩」の文字、「金」の文字、竜王戦の公式ロゴ（裏面はすべて無地）の 3 枚セットで価格は 3300 円（送料＋税込み）

第 34 期竜王戦の第 5 局が倉敷市で開催されることが決まり、読売新聞社と地元の竜王戦倉敷対局実行委員会のご厚意により、竜王戦を記念したバージョンの作成ならびに販売の許可をいただいた限定品

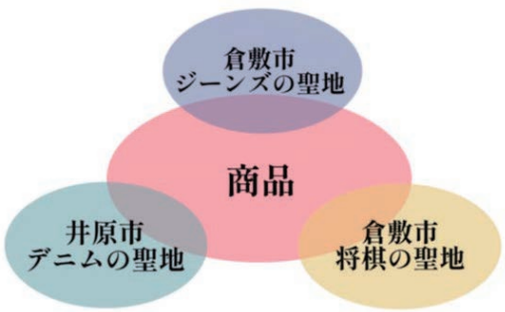
オリジナルバージョン

竜王戦バージョン

特徴：

将棋の駒とデニムのバックポケットを掛け合わせたデニムコースターであり、倉敷市のジーンズと将棋、井原市のデニムという岡山県の 3 つの聖地を掛け合わせたもの。デニムの生地は井原市特産のクロキデニムを使用している。商品名には、一歩一歩の努力が大成するとい

う意味が込められている。
製造：
製造は岡山県井原市の老舗デニムファクトリー青木被服㈱。青木被服㈱は fagassent という自社ブランドで有名だが、井原デニムを使ったデニム着物のほか、ミズノブランド柔道着も生産している会社である。確かな技術力を有する地域の代表的メーカー



細部デザイン：
ステッチの糸は「歩」と「金」の文字のものが金茶色で 20 番、無地と竜王戦ロゴのものは太めで 30 番の白色に。白色はステッチラインを目立たせたい、高校生らしい感じにしたいというメンバーの意見で決定。「カン止め」というデニムポケットを連想させる縫い方にもこだわった。（右写真；打ち合わせ）

SDGs 貢献
アップサイクル：
　材料のデニム生地は井原デニム製品を製造する過程で発生した端切れを使用。
ミャンマーの学校設立：
　リアビズの販売収益は、金光学園高校の他の探究チームが行う「ミャンマーに学校を建て、学用品を届けるプロジェクト」に募金する。廃棄物になるはずの端切れが歩成り金デニムコースターによって支援金に変化し、ミャンマーの子どもの人生にプラスになるという真のアップサイクルが実現する商品。

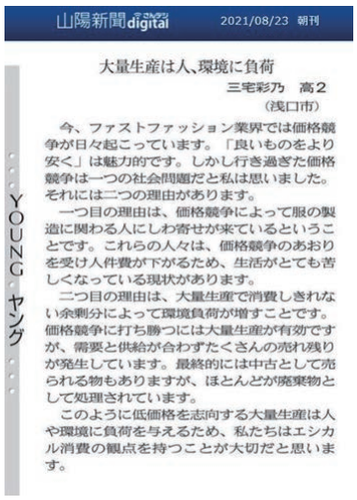
3. 事業活動報告

活動の経緯を、部署ごとに時系列に沿って具体的に記載してください。複数の部署で行った活動は、その他に記載してください。

〇社長

社長としての活動では、商品をたくさんの方々に知っていただくための広報活動の一環として、新聞や TV 局の取材でインタビューを受けた。取材は他の部署・メンバーとの合同での活動なので詳細は「その他」に記載するが、社長としてのコメントを求められることが多かったので、その内容を記載した。
販売が 11 月から始まり、11 月中に 3 つの取材があった。
1 つ目は、11 月 11 日　笠岡放送（地元ケーブルテレビ）
金光学園高校での検品作業や配送作業を撮影した後のインタビューでは、これからの意気込みや商品のこだわりについて質問された。意気込みとしてほかのチームの活動を見ていると不安になるところもあるが、自分たちの今までの取り組みやこれからの広報活動などを考えると少しずつでも優勝に近づいているのではないかという内容を答えた。
2 つ目は、11 月 18 日　読売新聞
金光学園高校に記者の方が来られて、商品のこだわりや販売場所、そしてこの商品が出来上がるまでの経緯などについて質問された。
3 つ目は、11 月 25 日の藤井聡太竜王誕生を祝う会での読売新聞・ABEMA TV 等

読売新聞の取材では、私がじーんずを代表して藤井竜王にコースターを贈呈した時の気持ちやこれからの活動に向けての意気込みなどを聞かれた。ここでの意気込みとしては「祝う会」に呼ばれたことはたくさんの方の協力があったうえでのことだったので、関係者の方への感謝の気持ちとともに、販売期間残り約 1 週間を頑張りたいと答えた。


山陽新聞digital　2021/08/23 朝刊

YOUNG・ヤング

大量生産は人、環境に負荷

三宅彩乃　高2

（浅口市）

今、ファストファッション業界では価格競争が日々起こっています。「良いものをより安く」は魅力的です。しかし行き過ぎた価格競争は一つの社会問題だと私は思いました。それには二つの理由があります。

一つ目の理由は、価格競争によって服の製造に関わる人にしわ寄せが来ているということです。これらの人々は、価格競争のあおりを受け人件費が下がるため、生活がとても苦しくなっている現状があります。

二つ目の理由は、大量生産で消費しきれない余剰分によって環境負荷が増すことです。価格競争に打ち勝つには大量生産が有効ですが、需要と供給が合わずたくさんの売れ残りが発生しています。最終的には中古として売られる物もありますが、ほとんどが廃棄物として処理されています。

このように低価格を志向する大量生産は人や環境に負荷を与えるため、私たちはエシカル消費の観点を持つことが大切だと思います。

SDGs の観点から私たちの活動をとらえると、この取組みは廃棄処分される端切れを利用して新たな商品を生み出すものである。アップサイクルを生み出すと同時に、収益はミャンマーの学校建設にまで役立てる大きな構想の下で実行している。寄付金を差し上げるという支援もあるだろうが、私たちは発展途上国の子どもたちが自分の力で人生の可能性を拡げることができる学校での学びを提供できることに大きな意義を感じている。なお、右の記事は私たちが探究学習の一環でファッション業界のエシカル消費について学んでいるときに私が投稿したものである。山陽新聞に掲載された。（NIE の観点から引用）

活動内容

7 月

27 日　オンラインセミナー「リアビズ一次審査通過チーム説明会」

30 日　経営スケジュール提出

8 月

10 日　オンラインセミナー「ビジネス基礎」

Instagram 開設（広報マーケティング部）

11 日　Instagram リアビズについて投稿（広報マーケティング部）

Instagram ストーリー　NEW POST（広報マーケティング部）

12 日　大山名人記念館訪問（社長、広報マーケティング部）

16 日　試作品作成（人事法務部）

Instagram 大山名人記念館訪問について投稿（広報マーケティング部）

Instagram ストーリー　NEW POST（広報マーケティング部）

17 日　Instagram メンバーの自己紹介投稿（広報マーケティング部）

Instagram ストーリー　NEW POST（広報マーケティング部）

19 日　初回ミーティング「自己紹介、商品説明」

23 日　オンラインセミナー「リアビズ経理」

山陽新聞ちまた欄「大量生産は人、環境に負荷」掲載（社長）

24 日　オンラインセミナー「ビジネスプランのブラシュアップと企業体験談」

25 日　動画のシナリオ作成（社長、広報マーケティング部）

26 日　夏の活動報告動画撮影

メンバーの写真提出

Instagram 試作品について投稿（人事法務部、広報マーケティング部）

Instagram ストーリー　NEW　POST（広報マーケティング部）

31 日　夏の活動報告動画提出（広報マーケティング部）

9 月

2 日　ミーティング「デザイン、値段について」

5日　Instagram商品説明投稿（広報マーケティング部）
　　Instagramストーリー　NEW POST
6日　オンラインセミナー「コンサルタントと起業」
9日　青木被服(株)本社訪問・井原放送取材
13日　青木被服(株)本社で試作品受取り（社長、人事法務部、広報マーケティング部）
15日　オンラインセミナー「商品写真の極意」
16日　ミーティング「糸の色と太さ、商品のPR方法について」
17日　ネットショップ構築開始（社長、広報マーケティング部）
　　Instagramストーリー　ネットショップ構築中
20日　Instagram青木被服訪問投稿（広報マーケティング部）
　　Instagramストーリー　NEW POST
21日　Instagramストーリー　糸の色の投票（広報マーケティング部）
22日　Instagramストーリー　試作品
23日　Instagram商品説明投稿（広報マーケティング部）
　　Instagramストーリー　NEW POST
24日　青木被服倉敷本店訪問・山陽新聞取材（社長、広報マーケティング部、仕入れ部）
26日　Instagram青木被服倉敷本店訪問投稿（広報マーケティング部）
　　Instagramストーリー　NEW POST
30日　商品販売計画提出

10月
1日　ミーティング「価格設定について」
　　Twitter開設（広報マーケティング部）
3日　Instagramストーリー　NEW POST
4日　Twitterツイート　活動紹介
5日　オンラインセミナー「ネットショップビジネスにとって大事なこと」
7日　商品価格決定
　　Twitterツイート　商品販売に向けて
12日　オンラインセミナー「ネットショップ構築の極意」
14日　ミーティング「梱包資材、トラブル対応について」
20日　商品紹介動画提出（広報マーケティング部）
22日　青木被服(株)本社で商品受取り・井原放送取材（仕入れ部）
27日　Twitterツイート　青木被服とのコラボについて
28日　玉島テレビ放送取材
　　Twitterツイート　商品説明
29日　商品写真提出
　　ミーティング「最終確認」
　　Instagramストーリー　NEW POST、玉島テレビ放送取材
　　Twitterツイート　玉島テレビ取材、販売開始までのカウントダウン
30日　ポスター作成（広報マーケティング部）
　　Instagramストーリー　NEW POST
　　Twitterツイート　岡山県の3つの聖地について、販売までのカウントダウン、
　　きっかけ、商品の価格、配送方法、商品の使用例
31日　Instagramストーリー　Twitter開設、NEW POST、ネットショップ公開予告

Twitter ツイート　販売開始までのカウントダウン

11 月
1 日　ネットショップ公開
Instagram ストーリー　ネットショップ公開宣伝
Twitter ツイート　販売開始
4 日　サステナブルファッションチラシ作成
6 日　Twitter ツイート　特徴・こだわり①
7 日　Twitter ツイート　特徴・こだわり②
8 日　倉敷市役所訪問
プレスリリースを記者クラブへ持参
Twitter ツイート　特徴・こだわり③
9 日　Instagram ストーリー　竜王戦バージョン販売開始
Twitter ツイート　ご購入御礼、訂正
10 日　竜王戦バージョン 30 セット完売
Instagram ストーリー　竜王戦バージョン残り 10 セットカウントダウン、完売
Twitter ツイート　在庫状況、SOLD OUT
11 日　笠岡放送取材
13 日　山陽新聞記事掲載
Instagram ストーリー　山陽新聞記事掲載
Twitter ツイート　山陽新聞記事掲載
14 日　Instagram ストーリー　笠岡放送取材について
15 日　Instagram ストーリー　NEW POST、竜王戦バージョン再販決定
Twitter ツイート　竜王戦
16 日　オンラインセミナー「凄腕社長 興亡記」
Twitter ツイート　青木被服プレスリリース
17 日　Twitter ツイート　在庫状況
18 日　読売新聞取材
Instagram ストーリー　発送準備
19 日　Instagram ストーリー　読売新聞取材
Twitter ツイート　青木被服倉敷本店で販売中
20 日　Instagram ストーリー　青木被服倉敷本店で
販売中

23 日　Instagram ストーリー　NEW POST
25 日　「藤井聡太竜王誕生を祝う会」記念品贈呈・会場物販
Instagram ストーリー　藤井聡太竜王誕生を祝う会会場で販売中
Twitter ツイート　藤井聡太竜王誕生を祝う会
26 日　読売新聞記事掲載
Instagram ストーリー　読売新聞記事掲載
Twitter ツイート　竜王戦バージョン SOLD OUT
27 日　Instagram ストーリー　在庫状況、NEW POST
Twitter ツイート　在庫状況
28 日　Instagram ストーリー　藤井聡太竜王誕生を祝う会、笠岡放送、NEW POST
Twitter ツイート　SOLD OUT

12 月
上旬～中旬　決算・報告書類作成

○人事法務部

人事法務部は、まずはメンバー全員が協力して楽しくプロジェクトを進めることができるようムードメーカー的な役割を担った。
将棋の駒をモチーフにした商品を私たちが完全にオリジナルで製作するので、将棋の駒に似せるデザインが将棋の世界の決まりごとに抵触してはいけないと思い、大山名人記念館に問い合わせた。問題ないとの回答があり、安心できた。
8 月 16 日
試作品を作成した。端切れのデニム生地を使って自分たちでも実際に作ってみたいと考えたことと、試作をとおして、メンバーそれぞれの今後の役割を把握するきっかけになると考えたからである。

製作していくうえで大変だったことは、デニム生地は他の布よりも固いので縫うときにしっかり押さえないと真っすぐ縫えない点だった。製造工程を体験することで、消費者の目線やデザイン、今度、何を準備していくべきかを考えることができた。
（右写真；たくさんの端切れからコースターに適した生地を選定）
竜王戦第５局が倉敷で開催予定だったので会場で販売させていただけるとの許可をいただいた場合や、「藤井聡太竜王誕生を祝う会」での販売や撮影した写真の取り扱いについては、ご関係の皆様にご迷惑が掛からないように気を引き締めた。実社会では権利関係への配慮が不可欠だということが学べた。

10 月 7 日
金光学園高校の他の探究チームがミャンマーの子どもたちに学用品を届ける活動をするという内容が、学校を建てるという規模に拡大したと聞いたので、収益を寄付する関係から、どのようなプロジェクトになっているのかを確認した。11 月下旬からクラウドファンディングで資金を集めるそうなので、私たちの BASE での販売が終了して決算後にクラウドファンディングでの支援ができるとのスケジュール確認もした。

○経理部

経理部は、普段からメンバーに何か購入するような場合は事前に伝えてほしい、交通費がかかる場合は領収書をもらって帰ってほしい、と呼び掛けていたので、販売開始までの混乱は少なかった。販売期間が終了してからが１番の大仕事だった。
まず提出してもらった旅費交通費や消耗品費などの領収書を元に、振替伝票へ借方・貸方をミスしないように記録していった。
未払金の精算や仕入れ商品の支払いは、販売期間が終了してからまとめて行なった。
読売新聞社へのロイヤリティも期限に間に合ったので支払いを終えることができた。
最後に記録した振替伝票を元に総勘定元帳、損益計算書、貸借対照表をエクセルで入力し、

決算書類を完成させた。

〇仕入れ部

仕入れ部としては商品の製作依頼と納品に関わった。
デザインの試行錯誤ののち、製作を発注した。当初はオリジナルバージョンのみを製作する計画だった。
ところが、竜王戦第５局に合わせて、歩成り金デニムコースターを販売できるとのご配慮をいただいたことから、急遽、青木被服㈱と相談して竜王戦バージョンのデザインを考えて製作することになった。

10 月 22 日
青木被服㈱の本社に行き商品を受け取った。私たちが考えた商品がついに形になり、商品を受け取ったときは、喜びで胸がいっぱいだった。
（右写真；青木被服さんから納品される商品を受け取り）

仕入れ部メンバーは３人いるので、チーム全体の進捗状況をフォローするため、広報マーケティング部に、いわゆる出向のような形で協力した。その内容は広報マーケティング部にまとめて記載。

〇広報マーケティング部

8 月 10 日　Instagram を開設
投稿内容は、リアビズについての説明・倉敷市大山名人記念館へ行ったこと・メンバーの自己紹介・商品説明・青木被服株式会社へいったこと・クラウドファンディングについて・竜王戦バージョン販売のお知らせ・完売報告などを掲載した。
そのほかにも、ストーリー機能を利用して糸の色の投票や在庫状況のお知らせをした。
投稿は今後も継続して随時投稿する予定である。
8 月上旬から下旬　夏の活動報告動画のシナリオ作成・撮影・編集
シナリオはじーんずの活動内容が分かりやすく端的になるように考え、撮影はチームの役割をそれぞれ振り分けて行なった。編集ではじーんずらしさを出しながら見やすいものになるようにした。

10 月 1 日　Twitter を開設
Instagram は 8 月から開設していたが、将棋をしている方は年齢層が高く Twitter のほうが利用されていること知ったので開設することになった。投稿では、商品の紹介や私たちが行っている活動、取材などを受けたことをリアルタイムに投稿することを心がけた。
特に 11 月から商品を販売してからは、商品の在庫状況を細かく発信した。最初は、少なかった「いいね！」やフォロワーの数もツイートするたびに増え、たくさんの方に知ってもらえているような気がしてとても嬉しかった。
10 月中旬　動画ブラッシュアップ
商品紹介動画のシナリオ作成・撮影・編集。前回の活動報告動画を校内の先生方に見てもらい、いただいたアドバイスをもとに編集をし、商品の魅力が最大限伝わるようにした。
10 月下旬　プレスリリース作成
プレスリリースを作るときは、商品のことや私たちの活動内容、そして協力してくださった「青木被服㈱」のことについて書いた。慣れない仕事ではあったが、たくさんの人に私たち

の商品を知ってほしいという願いから、頑張って作成した。11 月 8 日に記者クラブへ提出。このプレスリリースを見たマスコミの方がラジオなどでも紹介してくださった。プレスリリースの効果を実感できた。

高校生が竜王戦とコラボ！！

岡山県金光学園高等学校の生徒８名がリアルなビジネスに挑戦！
サステナブルファッションと３つの聖地ストーリーから誕生したデニムコースターが
令和３年 11 月１日より販売を開始！

岡山県金光学園高等学校の模擬会社「じーんず」（代表取締役社長：三宅彩乃）は、総務省が後援を行う「第二回リアビズ高校生模擬起業グランプリ」で、**デニムの聖地**(井原市)×**ジーンズの聖地**(倉敷市)×**将棋の聖地**(倉敷市)という３つの聖地を掛け合わせた「歩成り金デニムコースター」を企画。全国 10 チームのみが選出される一次審査を通過したため、11 月 1 日より販売サイト BASE で「歩成り金デニムコースター」の販売を開始しています。3 枚組で、オリジナルバージョンは 2,700 円 、竜王戦限定バージョンは 3,300 円です。竜王戦第 5 局倉敷対局の大盤解説会場でも販売させていただく予定です。
高校生８名がリアルなビジネスに挑戦し、サステナビリティ、エシカルも視野に入れて商品を企画制作しました。
販売サイト BASE の売上から経費を差し引いた純利益は、金光学園高校で探究学習の一環として行っている、ミャンマーに学校を建設するプロジェクト「Just Smile Project」に全額寄付いたします。

【写真】

上：オリジナルバージョン

右：竜王戦限定バージョン

【商品を作ろうと思ったきっかけ・背景】
ジーンズのバックポケットを将棋の駒に見立てたコースターは、現在高校３年生の先輩方が昨年度に取り掛かっていたものを、今年度「第二回リアビズ高校生模擬起業グランプリ」の選考を通過したことから、私たちが商品化しました。
当初は表に「歩」、裏に「金」の両面に文字が入っていましたが、使うときのバリエーションを増やせると考え、片面のみに文字を印刷し、片面は無地にすることにしました。
さらに、両面とも無地のもの１枚を組み合わせて、３枚セットの商品に決定しました。

【商品に込めた思い】
歩成り金には「一歩一歩あゆみ続ければやがて大成する」という意味が込められています。
「歩成り金デニムコースター」は将棋ファンの方はもちろん、受験生をはじめ、目標に向かって努力する人を応援するものです。お守りや励ましのアイテム、プレゼントとして、また縁起物、お祝いごとの贈り物として使っていただきたいです。
また、デニムの生地や縫製にもこだわった本格デニム仕様のバックポケットをベースにしたコースターなので、デニムやジーンズが好きな方にも、こだわりの逸品として、ぜひお手元においていただきたいと思います。
さらにこの商品を通じて、デニムの聖地(井原市)×ジーンズの聖地(倉敷市)×将棋の聖地(倉敷市)の３つの聖地のことや、岡山県の良いところを全国の人たちに知ってもらいたいという願いも込めています。

【特徴・こだわったところ】
・糸の色と太さ
最初は３枚とも基本色の金茶色の糸にする案がありましたが、白を加えたほう↓バリエーション↓あっていいということになり、無地の１枚は白い糸のステッチにしました。
文字が入っているコースターは文字を目立たせるために細めの糸、文字が入ってないコースターは糸を目立たせるために太めの糸にし、糸の太さにもこだわりました。
・生地
コースターの生地には藍花と藍染めにとてもこだわって作られているクロキデニムを使用しています。
・本格デニム仕様
本格デニム仕様のバックポケットをベースにしているコースターで、カン止めなどのジーンズならではの仕上がりになっています。
・縫製
縫製は老舗のジーンズファクトリーである青木被服㈱さんに委託しています。

【竜王戦との関わり】
竜王戦とは、読売新聞社と日本将棋連盟が主催する棋界最高のタイトル戦で、今期が第３４期となり、第５局は、金光学園にとても近い倉敷市玉島の円通寺で行われる予定です。
玉島で竜王戦が行われることを「じーんず」社員が知ったのは、九月になって挑戦者が藤井聡太さんに決まったと報道されたときです。将棋界最高峰のタイトル戦である竜王戦で、年齢が近い藤井聡太さんが円通寺に来られると聞いて、「じーんず」も一緒になって倉敷対局を盛り上げたいと考えました。
そうした中、ご縁があって、倉敷対局実行委員会の方々のご協力のもと、「歩成り金デニムコースター竜王戦限定バージョン」を発売することができました。
今から思うと、玉島で竜王戦が行われるのが決まった時期と、私たちがリアビズの一次審査を通過した時期が偶然にも同じでした。竜王戦とのご縁があったおかげだと思っています。

【今後の展開】
・オリジナルバージョン３枚組 120 セット(1 セット税込 2,700 円)、
竜王戦限定バージョン３枚組 80 セット(1 セット税込 3,300 円)を販売する予定です。
・販売サイト BASE の売上から経費を差し引いた純利益については金光学園で探究学習の一環として行っているミャンマーに学校を建設するプロジェクト「Just Smile Project」に全額寄付致します。

【写真】

【連絡先】
社名：じーんず（金光学園中学高等学校内）
住所：岡山県浅口市金光町占見新田 1350
電話番号：0865-42-3131
FAX 番号：0865-42-4787
メールアドレス：pub@konkougakuen.net
担当者名：平田玲子(金光学園高等学校教諭)
金光学園 URL：http://konkougakuen.net/high/
じーんず BASE ショップ URL：https://reabiz202.base.shop/
じーんず公式 Instagram URL：https://instagram.com/jeans_official_kg
じーんず公式 Twitter URL：https://twitter.com/jeansofficialkg?s=20
リアビズ URL：https://reabiz.jp

【会社概要】
模擬会社「じーんず」は、リアビズ高校生模擬起業グランプリの一次審査を通過し、商品販売を11 月 1 日から行っているチームです。
リアビズとは「リアルなビジネス体験」をテーマに、高校生が実際に資金を使い、商品の仕入れ、製作や経理などネットショップの運営を体験するプログラムです。高校生のうちに限りなくリアルなビジネスを経験し、楽しさや厳しさ、お金についての感覚を掴むことによって、自分の力でなりわいを生み出すことに対する「心のエンジンを駆動させる」ために生まれたプログラムが「リアビズ」です。
「じーんず」社員は、岡山県金光学園高等学校の探究学習「デニムゼミ」の生徒８名です。企画した商品を全国の方々のお手元に届けられるよう、努力しています。

以上

10 月 30 日　ポスター作成
ポスターにはじーんずの Instagram、Twitter、ネットショップの QR コードも入れ、ポスターを見た人が、その場でネットショップを開けるように工夫した。

11 月 4 日　サステナブルファッションチラシ作成

じーんずの探究学習テーマでもあるサステナブルファッションやエシカル消費、SDG s などを知っていただくために、商品に同封するチラシを作成した。環境省サステナブルファッションや消費者庁エシカル消費特設サイトの QR コードも掲載し、見てくださった方により詳しく知ってもらうための工夫もした。

11 月下旬　藤井聡太竜王誕生を祝う会の物販用ポップ作成
ポップには、岡山県の 3 つの聖地についてや、糸の色や太さなど商品のこだわりについて書いた。
当日は藤井聡太竜王に贈呈した直後だったので、お客様へのアピールを考え「藤井聡太竜王とおそろいです！」というポップも作った。販売効果は大きかった。
（右写真；藤井聡太竜王に贈呈したコースター）

○その他

多くの活動は、メンバー全員や複数の部署が合同で取り組んだ。

7 月 30 日　経営スケジュール完成

7 月下旬に取り組んでいたスケジュール作成は、夏休み中の 7 月 30 日に学校に集まり、提出書類の経営スケジュールを完成させた。

8 月 12 日　大山名人記念館訪問

社長と広報マーケティング部が岡山県の 3 つの聖地のひとつである「将棋の聖地」に関連する大山名人記念館を訪問した。ここでは、大山康晴名人の記念品を見たり、スタッフの方に詳しい説明などをしていただいたりした。その他にもスタッフの方に商品の試作品を見ていただき、文字の色を濃くした方がいいというアドバイスをいただいた。館内で販売されている将棋グッズを拝見でき、価格設定の参考になった。

8 月 25 日～31 日　夏の活動報告動画完成

夏の活動報告動画については、先に、社長と広報マーケティング部で動画のシナリオを考えておき、全員で学校に集まれた日に撮影をした。動画を一から作ることは初めての経験で慣れない部分が多くあったが、主に広報マーケティング部が動画の編集を担い、クオリティの高い動画が完成できたと思う。

9 月 9 日　青木被服㈱訪問・打ち合わせ・井原放送取材

メンバー全員で商品を製作してくださる青木被服本社に打ち合わせに行った。そこでは、試作品を見せていただいたうえでデニムデザインについての専門的なことを教えていただいた。これは後の広報にも役立った。他の糸の色や太さの試作品を作っていただくことになった。

当初は、デニムのステッチでよく使われている金茶色のみにしようと考えていたが、青木被服㈱の方のアドバイスにより糸の色は同系色の紺色、灰色、高校生らしさを考えた白色で、太さは少し太めの 20 番の糸と少し細めの 30 番の糸を候補に挙げた。

この日は井原市のケーブルテレビの取材を受けた。

9 月 13 日　試作品受け取り

社長と人事法務部と広報マーケティング部で 9 月 9 日に頼んでいた試作品を受け取りに行った。この日は、メンバー全員での訪問ができなかったため一度試作品を持ち帰ってからデザインの決定をすることになった。この訪問時には、青木被服本社の縫製工場を見学させていただき、実際に製造しているところも見られたのは大変貴重な経験になった。（右写真；試作品と糸の見本）

9 月 24 日　デザイン確定・山陽新聞取材

社長と仕入れ部、広報マーケティング部で青木被服倉敷本店に、商品のデザインを確定しに行った。山陽新聞の取材も兼ねていた。最終的にメンバーの意見で、ステッチの糸を文字の書いてあるものは金茶色の 30 番、無地のものは白色の 20 番に決定した。

さらに、青木被服㈱専務が商品価格や商品の梱包についてアドバイスをしてくださった。商品価格については経営者の立場から、原価率 60%以下を考えた値段の設定の仕方を教えていただけた。商品の梱包については、商品を入れる透明な袋の入手先や入れ方、そしてお客様が喜んでくださるラッピングの仕方をスタッフの方から教えていただけた。

金光学園高生

将棋、ジーンズの倉敷 デニムの井原

"聖地"コースターで表現

模擬企業設立し商品化

同時に行った山陽新聞の取材では、商品の概要について詳しく説明をした。初めての新聞取材だったのでとても緊張した。取材が行われたのは 9/24 だったが、記者の方のご配慮で、リアビズ販売期間中の 11/13 に記事掲載。（2021 年 11 月 13 日　山陽新聞朝刊　NIE の観点からの引用）

10 月 7 日　商品価格決定

価格を決める前に何人かの先生や両親など周囲の大人の方に買ってもいい値段を聞くと、想像以上に低い値段を言われ、やはり 2700 円は高いのかとも考えたが、私たちのこだわりを信じてオリジナルバージョンは 2700 円、竜王戦バージョン 3300 円の価格に決定した。

10 月 20 日　商品紹介動画制作

社長と広報マーケティング部で商品紹介動画を制作した。夏の活動報告動画をもとにしてほかの学校の動画など見て学んだ点を生かしながら制作した。今回も、主に広報マーケティング部が中心となって動画を編集し、大半の動画内の文章は社長が考えた。クオリティ的に満足いく作品になった。

10 月 28 日　玉島テレビ放送取材

倉敷市玉島のケーブルテレビが取材に来られた。私たちは「竜王戦盛り上げ隊」として紹介していただいた。ここでは、商品のこだわりや販売期間、そして「リアビズ高校生模擬起業グランプリ」についてメンバーそれぞれが説明した。メンバー全員、笠岡放送などテレビの取材は何度か受けたことがあったが、この日は特別みんなが緊張していたように思えた。

10 月 29 日　商品写真提出の撮影

社長と広報マーケティング部で撮影した商品写真を提出した。オンラインセミナーで学んだ

ことを生かし、お客様に買っていただけるようなアピール力のある写真をたくさん撮影した中から選んだ。
10 月 31 日　販売ホームページ完成
販売ホームページの作成は初めての体験で当初は分からないところが多く、なかなか作業が進まなかった。しかし、オンラインセミナーで BASE についてレクチャーしてくださったのでそこからはどんどん作業も進み、お客様の目線になって考えながら文章や挿入する写真を考えた。

11 月 1 日　ネットショップ公開
ネットショップ公開と同時に金光学園公式 HP にも掲載して、一般の人や卒業生がネットショップにアクセスしやすいようにした。

11 月 8 日　プレスリリース提出
プレスリリースを記者クラブへ持参した。
11 月 15 日　岡山県南の郵便局でのポスター掲示
私たちが作成したポスターを岡山県南部の郵便局（計 41 郵便局）に掲示してくださった。
11 月 18 日　読売新聞取材
藤井聡太竜王誕生を祝う会での記念品贈呈と販売が決まったので、読売新聞に取材していただいた。（右写真；取材用写真の撮影）

11 月 25 日　藤井聡太竜王誕生を祝う会
「藤井聡太竜王誕生を祝う会」に参加させていただき、手売り販売と藤井聡太竜王への記念品贈呈を行わせていただいた。これは、広報活動の一環としてはとてもいい機会であり、私たちにとってもお客様の率直な意見を聞けたことや、商品を手に取った時の笑顔や励ましの言葉は最後までこの活動を成し遂げるための原動力となった。
そして、ありがたいことにここで竜王戦バージョンは完売できた。

4. 決算サマリー

総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	450, 000	432, 668
経常利益	161, 800	128, 198

※計画段階では、竜王戦バージョンを作成することは考えていなかったため、計画と実績に差異が生じた。

5.経営成績に関しての説明

売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

市場動向については、竜王戦第５局がなくなったため、竜王戦倉敷対局大盤解説会の現地物販で販売予定だった竜王戦バージョン 50 セット分を急遽 BASE でのネット販売に切り替えたことである。竜王戦現地物販では 50 セット＋α（オリジナルバージョン）の売り上げを見込んでいたので少し不安があったが、「藤井聡太竜王誕生を祝う会」に呼んでいただけたことで、会場の物販での竜王戦バージョン完売や、さらに残りのオリジナルバージョンの完売にもつなげることができた。
広報戦略としては、ポスターを制作してたくさんの方に知っていただけるように、郵便局や倉敷市役所・倉敷市玉島支所に掲示させていただいた。
SNS の活用も工夫した。はじめは Instagram だけで広報を行っていたが、年齢層が高めの方々にも PR できるように Twitter も開設した。
また読売新聞や山陽新聞、笠岡放送や玉島テレビ放送の取材を受け、マスコミを通じての広報も行うことができた。記者クラブに提出したプレスリリースも効果があった。
特に私たちが頑張った広報活動は「藤井聡太竜王誕生を祝う会」の時である。事前に販売用ポップを作って持参した。またこの会で藤井聡太竜王に贈呈した後は「藤井聡太竜王とおそろいですよ」や「残り僅か」などのセールストークを使い、少しでもこの会に来てくださっている人の気に留まるようにした。ここでは、商品ひとつ売ることの大変さを身にしみて感じた。
藤井竜王への記念品贈呈は、当日から翌日にかけて全国規模でマスコミに取り上げていただいた。その反響の大きさは驚くほどで、広報効果がすごかった。

6.事業におけるトラブルへの対応

事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

この活動の中で３つの問題が起こった。
1 つ目は、竜王戦バージョンについて。第 34 期竜王戦第５局倉敷対局実行委員会とコラボした竜王戦バージョンはデザインが決まってしばらくしてから、読売新聞社の方からデザインの文字が小さいという指摘がでて NG になった。そのため一時は販売できないかもしれないという状況に陥った。けれども、やり直したデザインが OK となり、販売開始からはかなり遅れてであったが、販売を行うことができた。
2 つ目は、ネットショップでの配送料について。ネットショップの設定にミスがあり、最初のお客様から余分に配送料をいただいてしまった。私たちの商品価格は送料込みの値段だったのにもかかわらず、別に配送料の設定をしてしまっていたことが原因だった。幸い、クレジットカード払いの場合はお支払いいただく金額を私たちの方で下げることができたので、お客様にメール連絡をするだけですみ、大きなトラブルにならず解決することができた。しかしこれは私たちの不注意であり、会社の信用にかかわる問題でもあるので、細心の注意が必要だと思った。
3 つ目は、竜王戦第５局について。倉敷市で対局が予定されていた「第 34 期竜王戦第５局倉敷対局」の開催がなくなったことである。藤井聡太さんの４連勝により倉敷対局の前で終わってしまった。私たちは、竜王戦での現地物販を予定していたので、準備していた竜王戦バージョン 50 セットを完売できるかどうか不安になった。しかし「藤井聡太竜王誕生を祝う

会」に呼んでいただき、藤井聡太竜王へのコースター贈呈、さらには会場での物販をさせていただくことができたおかげで、竜王戦バージョンを完売することができた。

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明

今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

私たちは来年度に向けての事業運営の改善点として 4 点を考えた。
1 つ目は、将棋ファンは年齢層が高く、ネットショップでの購入が難しい面があるので、手売り販売の場を多く設ける必要があることだ。これは、メンバーの一人の祖父に、QR コードは便利だが高齢者には難しいといわれたのがきっかけで気づけた。そして、手売りをすることは私たちにとってもお客様の笑顔や励ましの言葉、正直な意見が聞けるという点でも、メリットがあることもわかった。
2 つ目は、「歩」と「金」の将棋駒だけでなく、ほかの将棋駒のデザインのコースターを作成することだ。これは BASE で商品を買っていただいたお客様からほかの駒も欲しいという貴重なご意見をいただいたことから課題としてのぼった。
3 つ目は、価格設定を再度検討することだ。「藤井聡太竜王誕生を祝う会」での物販の際やお客様アンケートなどで「値段が高い」という意見を複数いただいた。もう少し値段を安くし、手に取っていただきやすくすることも検討したい。
4 つ目は、発送を今回よりも素早く行うことだ。学校の定期テストなどが重なり仕方ない部分があったかもしれないが、お客様から「発送はいつですか？」というお問い合わせをいただいたので、かならず改善しなくてはいけないと思った。
これらの改善点をもとに、来年度は今年度以上にたくさんのお客様に商品を知っていただいき、ご購入していただけると嬉しいと思う。

8. 監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

リアビズ一次審査通過から決算まで、監査人にとっては、見通せない長い道のりであり、また息つく暇もないあっという間の時間でもありました。

その間、じーんず社員は常に真剣に誠実に前向きにタスクに向き合ってきました。何事にも計画と準備を欠かさず丁寧に取り組み、新しいアイデアや改善策でより良い商品・販売のあり方を目指すことができました。そうした社員の姿勢が「藤井聡太竜王誕生を祝う会」での記念品贈呈という晴れの場をいただくことにつながり、商品完売という成果をうんだのだと思います。

これまでのじーんず社員の取組みにご理解ご支援くださったメンターのみなさま、リアビス事務局のみなさまをはじめ、青木被服や竜王戦倉敷対局実行委員会のみなさま、マスコミ関係のみなさま等々、すべてのみなさまへ心からの感謝を申し上げたいと存じます。本当にありがとうございました。

感想文

三宅彩乃
社長

私は、約５ヶ月間の「リアビズ高校生模擬起業グランプリ」の活動を通して、たくさんのことを学び、経験させていただきました。
学んだ部分では、商品を販売していく上での専門的なことと、何事にも積極的に挑戦する全体的なことです。

まず専門的なことは、商品価格を設定することです。これは、この活動の中で苦労したことの一つでもあります。なぜかというと、お客様の立場で考えるとなるべく手に取ってもらいやすい金額にしたいですが、私たちのこだわりや純利益のことを考えるとやはり値が張ってしまうからです。当初は、学校の先生方や、両親など近くの大人の方に買ってもいい値段を調査したところ想像を下回る値段を言われ、２０００円を切ることも考えました。しかし、『「歩成り金」デニムコースター』は細部までこだわった商品であり、原価率 60％をきる本物のビジネスとして考えようと思いました。

次に全体的なことは、この活動だけでなく日々の生活や学校での勉強でも大切なことですが、私自身なかなか実現させることができていませんでした。しかし、この活動では、自分たちが動かなければ何も始まりません。このことを感じた主な活動は、ネットショップを構築することです。正直私は、文章を考えることが得意ではありません。なので、作り始めはとても苦労しましたが、文章を考えるうちにお客様に「歩成り金」デニムコースターのこだわりを知ってもらうには、わかりやすく知ってもらうにはどう表現すればいいかを考えるようになり、商品のことをより深く知れて楽しくなりました。そして、ネットショップにおいては文章と同じぐらい大切な写真の挿入部分などデザイン的な面も学ぶことができました。

経験の部分では、お客様に直接商品を販売させていただいたことです。初めは、ネットショップの販売で商品一つが売れることがよろこびでした。ですが私たちは、「藤井聡太竜王誕生を祝う会」の場を借りての販売をさせていただきました。そこで、お客様の正直なご意見を聞けたり、私たちの商品を手に取っていただいた際のお客様の笑顔や励ましの言葉をいただきました。これは、最後まで私がこの活動をやりきる原動力ともなり、この喜びは今も忘れられない私の宝物です。その上、直接藤井聡太さんに渡すこともできたのはうれしく、とても貴重な経験だったと思います。

そして、一番の経験はこの活動をさせていただいたことです。当初は、積極的に動ける人になりたいという目標と将来 DENSO の社員として働けるような人材になりたいという夢に向かって取り組み始めたことでした。ですが、ここでは想像以上の経験と学びを得ました。特にコミュニケーション能力は、たくさんの取材や社会人の方などとの交流で培うことができました。

このように、挑戦の先には楽しさや新たな学びがあり、自分たちで商品を考えて販売することには、たくさんの経験を得ることができました。私はこれらをまず、来年に控えている大学受験で生かしていこうと思います。そして大学生活では、この経験をもとにさらに深く経理について学び、将来の夢の実現に一歩でも近づけるように頑張っていこうと思います。

山本はる
人事法務部長

私がこのプロジェクトに参加したいと思ったきっかけは、学校の探究学習のゼミの先生が紹介してくれたことでした。

私は元々ものを作ることや、ものを売ることが好きだったので迷わず参加しました。

いざ始めてみると初めてのことだらけで最初は戸惑っていましたが、仲間やメンターの方々、地元企業の方たちとミーティングを重ねるうちに徐々に方向性が固まっていくのを感じました。

みんなでこだわって出来た商品が実際に手に届いたときと、ネットショップ・手売り販売で売れたときの喜びは今まで経験したことのない、普段とはまた違う特別な喜びでした。

高校生での模擬企業という貴重な体験の中で得たことをこれからの高校生活にとどまらず、社会に出ても発揮していきたいです。
そして、なにより模擬企業を有意義な時間にするために協力してくださった皆様に感謝の意を伝えたいです。

村上由華
経理部長

今回のリアビズを通して私が 1 番学んだ事は経理です。お金が動く度に振替伝票などにまとめる際に仕訳の仕方がとても苦戦しました。借方・貸方がやっていく内にだんだんわかるようになり、とても楽しかったです。私は全然経理の知識が無かったので不安なことがたくさんあったのですが、メンターの方々が質問すると詳しく教えてくれとても心強かったです。

またネットショップでは、たくさんの方が購入して下さりとてもうれしかったです。

藤井聡太様の新竜王を祝う会というとても貴重な会に参加させて頂いたことは一生の思い出になりました。そこで私は始めてお客様とお会いでき商品をご購入された方に領収書を書きました。初めは失敗が許されないのでとても緊張しました。しかし、書いていく内に慣れていき、とても楽しかったです。もし、将来企業を立ち上げるということがあった場合今回のリアビズがとても役に立つと思いました。とても良い経験をさせてもらえ、光栄です。ありがとうございました。

玉川小桜
広報マーケティング部長

【活動開始前】

今までの学校生活の中で自ら何か活動に積極的に参加したことがなかったので不安もあったが、リアビズの活動内容を知り自分の好きな分野だと感じたので活動がとても楽しみだった。何より就きたい職業に役立つ知識がたくさん学べること、学校の授業では教えてもらえない、自分が知りたいことを知れるかもしれないと感じ、学ぼうという気持ちが一番強かった。

【主な活動内容】

活動中は思っていた何倍も楽しく、何倍も忙しかった。探究学習の時間はもちろん夏休み期間も集まれるときは必ず作業をしに学校に集まり、毎日のように放課後も残って作業をした。今思うと忙しいと感じていたことはすべて楽しかった。

縫製をお願いする青木被服さんへの訪問はとても緊張したが、依頼主と企業という関係で訪問したことは改めて貴重な経験だったと感じる。倉敷大山名人記念館に行き、館の方から今まで関わることのなかった将棋の知識を知ることもできた。

私は主にインスタグラム・動画作成・ポスター作製の担当をした。元々動画編集は好きで、趣味として行っていたこともあったので楽しかった。何より今まで動画編集をしても自己満足や友人に見せるだけだったが、今回は監査人や教員など大人に見てもらい、更にすごい上手だと褒めていただいたことが本当に嬉しかった。

インスタグラムの投稿に関しては、簡潔かつ見やすくしたかったので１つの投稿を作成するのに１時間以上かかっていた。しかし全く苦ではなく楽しくできた。主に苦戦したことはどのような文章にすれば商品の魅力を伝えられるか、投稿自体を読んでもらえるかを考えることだ。お客様の立場として投稿を見て、何度も作り直した。

ポスターは岡山県内約４１局の郵便局に貼っていただき、自分が作成したポスターが実際に郵便局に貼られているのを見たときは感動した。

【「藤井聡太竜王誕生を祝う会」での贈呈・物販について】

まず物販で竜王戦 ver を完売することができて本当に良かった。今までの自分では考えられないが、祝う会が終わって帰る方々に向けて呼び込みをした。あの時に自分が勇気を出せたのは、今までの活動を通して「完売したい」という気持ちが強まったからだと思う。その場で取り急ぎ「藤井竜王とおそろいのコースターです！！」と書いたポップを作った。そのポップを見て購入してくださった時は、自分のアイデアが活きたと実感できた。

呼び込みをしているときに、祝う会のスタッフの方が「頑張って！」と応援してくださり、完売したことを伝えると「おめでとう！」と一緒に喜んでくれて人の温かさを感じた。

贈呈に関しては実現すると思ってなかったので、決まった時は本当に驚いた。会場裏で出番を待っているときは、「来るとこまで来てしまった」と気分が高揚していたのを覚えている。いざ舞台に上がった時は、これからの人生で向けられることのないだろう数のカメラが並んでいた。舞台上での体験は今思い出しても胸が膨らむ。贈呈はいくつものメディアに取り上げられ、そのおかげですぐにコースターは完売した。メディアの威力に改めて驚いた。

【活動を通して学んだこと】

この活動を通して本当に多くのことを学ぶことができた。その中でも特に感じたことが２つある。

１つめは、言葉について。これまで家族以外と会話をする機会は、学校と公共の場くらいしかなかったが、今回はメンターの方々、青木被服さん、倉敷市役所の方など多くの人と会話する機会があった。ため口でも今まで話してきた敬語でもない社会人関係の言葉には戸惑った。Slack などで話すときも、メンターの方々や監査人の言葉遣いを注意深く読み、新しい言葉を学び実際に話すこともできた。この社会の言葉について高校２年生で気が付くことができてよかったと思う。

２つめは、人との繋がりの素晴らしさについて。私たちが今までやってこられたのは、本当に多くの方が協力してくださったからだと感じた。生徒８名だけでは絶対にここまでできなかっただろう。

改めて協力してくださった皆様に感謝したい。こんなにも自分自身が成長できたと感じたのは初めてだ。今まで将来について考えると心配と不安だらけだったが、今では将来について楽しく考えられる。それも全てリアビズに参加できたからだと思う。この活動ができて本当によかった。

坂野友美
広報マーケティング

生徒が模擬企業を作って実際に販売できるという高校生模擬起業グランプリに興味をもって、どういう感じか雰囲気しかわからないまま始めたリアビズが、こんなに学ぶことが多いものだと思いませんでした。

リアビズを通して、１番思ったことは私たちが普段買っている品物はさまざまな方の協力があってお店にならんでいるのだと改めて深く感じたし、目で見て学ぶことができました。ほかにも、夏休みや放課後に青木被服さんのところへ行き、糸の色や太さの相談、発注、商品の受け取りで何回も訪問したことも今思うと貴重な経験をさせてくれたと思っています。

印象に残った活動は、「藤井聡太竜王誕生を祝う会」で手売り販売をしたことです。笑顔を忘れなかったり声をワントーン上げたりハキハキ話す意識をしたり、１日が終わったときはドッと疲れがきたけど、笑顔で「頑張ってね」や「ありがとう」と言ってもらえたことを思い出すと今でも心から嬉しいです。

リアビズを通しての反省点は社長の三宅さんと広報マーケティング部長の玉川さんが特に SNS やネットショップ構築の作業をコツコツしていて責任や仕事分担が偏った気がするので指示待ちをするのではなく、自分から動くことを意識しようと思いました。自分から積極的に動くことは今後いろいろな場面でも大事になってくると思うので今回の反省を活かしていこうと思います。だけど、私の中の課題であり目標でもあった臨機応変に対応することが達成できたことがすごく嬉しいです。初めてのことばかりでしたがその場の状況を把握し理解したり、空気をよんで発言したり、今までの自分だとここまで臨機応変にできないってくらいこの活動を通して成長したなと思います。今まで引き気味だったことが経験を重ねるにつれ自信に変わっていき、準備期間や販売期間では気づかなかったことがこの反省する場を通じて気付くことができたと思います。

リアビズの活動をはじめ、完売は夢のまた夢で、少しでも買ってもらえたら嬉しいな、くらいに思っていた「歩成り金」デニムコースターが完売することができて今でも実感がないくらい驚いています。もし完売していなくても同じ感想をいっていたほどこの活動で学ぶことがありました。

学生メンターや社会人メンター、顧問の方々に多くのアドバイス、応援をいただき、監査人の先生にもたくさんの場面で助けられ、さまざまな方の支援があって今回のリアビズを無事に、いい形で終了できて本当に感謝の気持ちでいっぱいです。

今、リアビズの活動を振り返ってみて、大変か、楽しかったかでいうと圧倒的に楽しかった気持ちが強いです。特に準備期間は部活動とリアビズの掛け持ちで、両立するのに大変だったけれど、大変な気持ちがあったからその分やりがいがあったり、楽しいと感じられたと思っています。

ファッションロスなどによる環境問題についてももう一度学ぶことができたこともいい経験だと思っていて、このリアビズ高校生模擬起業グランプリに参加して本当に良かったです。

大橋沙和
仕入部長

私は今回このリアビズ高校生模擬起業グランプリにおいて一次審査を通過することができ、11 月 1 日からの 1 ヶ月間心を込めて作成した歩成り金デニムコースターを販売できたことを大変嬉しく思います。初めてこのコンテストに応募し、最初は一次審査すら通れるのか不安もありましたが無事通ることができ先生から一次審査通過の報告を聞きとても嬉しかったのを覚えています。私が個人的に感じたこととして販売までの準備期間は特に忙しかったです。私は部活動もしているのですがリアビズの活動が部活動に支障がでるほどではなかったので良かったです。そして、価格設定などでこまったときはチームの仲間はもちろん顧問の先生方がたくさん手助けをしてくれたおかげで

とてもいい商品ができました。定期的にミーティングを開いてくださって不安だったこともメンターの方からの適切なアドバイスで商品販売に向けて徐々に自信を持てるようになりました。今回のこの活動で得た協力することの大切さや自分の意見を伝える大切さを今後の人生に役立てられたらとおもいます。

竹中琉乃
仕入部

リアビズの活動を通して、起業の難しさもありましたが、楽しさを実感しました。

私たちが販売したデニムコースターは将棋の駒をイメージしたデザインとなっており、将棋への理解を深めるために、「倉敷市大山名人記念館」へいきました。岡山県倉敷市出身の大山康晴十五世名人が実際に使用していた将棋駒や、将棋盤など、貴重な展示品を鑑賞しました。

将棋初心者の私たちに丁寧な説明をしてくださり、将棋について学ぶことができました。

９月上旬には、商品を製造していただいた青木被服さんにいきました。商品の大きさや形、糸の色など細かく打ち合わせをし、サンプルを作っていただきました。納期期間やラッピングなども話し合い決定することできました。また、竜王戦とのコラボもあり、藤井聡太さんへ「歩成り金」デニムコースターをお渡し出来てうれしかったです。

今回の活動で、実際に企業の方々と打ち合わせをしたり自分たちで作った商品を販売するのは初めてだったので、とても貴重な体験をすることができました。

松浦 伽奈
仕入部

私は、今回の「リアビズ高校生模擬起業グランプリ」に参加できて本当に良かったと思っています。

この企画を初めて見たとき「楽しそうだな」と思い参加することを決めました。じーんずの他のメンバーはこの企画に参加するにあたって“将来の夢に少しでも近づくために”や“苦手を克服したい”などそれぞれ目標を持っていて、その目標を達成するために頑張っていて本当に尊敬する部分が多くありました。私は他のメンバーとは違い特に目標がないままこの企画に参加しましたが、学んだことや得たことがたくさんあり、参加してよかったと思っています。

この企画を通し、会社経営の大変さや社会人の方との関わり方、プレスリリースを書いたりと、とてもいい経験をさせていただきました。会社経営は一人じゃできないことで、役割分担をしたり、仲間と協力したり、意見を交換すること、日々コツコツと積み重ねることが大切だなと思いました。自分の意見をハッキリ言う力や仲間と協力する力が付いたと実感しています。

社会人の方と関わる上で大切だと思ったことは、笑顔で話すことと言葉遣いです。製造を委託した企業様やお客様と話す際に失礼のない言葉遣いをするように気を付けていました。

プレスリリースを書いたり、じーんずのTwitterの更新を定期的にしていました。プレスリリースを書くのは初めてのことで書き始めはとても苦戦しました。どのような構成にしたら見やすいのか、どのようなプレスリリースを書けば使ってくれるのか、どのような写真を使うかなどを考えながら書くのが難しかったです。Twitterも同じで、どのような内容をツイートすればより多くの人に見てもらえるのかを考え、一人でも多くの方に見ていただけることを心がけました。私は、タイピングや文章構成を考えること、文章を書くことがとても苦手でしたが、実際にプレスリリースを書いたりTwitterを更新していくうちに文章構成や文章を書く力が確実についたと感じました。

そして、倉敷市玉島で竜王戦が行われるのが決まった時期と私たちがリアビズの一次審査を通過した時期が偶然にも同じでした。タイミングよく竜王戦の開催が決まり、年齢が近い藤井聡太さんが来られると聞いてコラボすることに興味を持ちました。私たちの『「歩成り金」デニムコースター』を竜王戦倉敷対局の公式グッズにしていただけました。藤井聡太さんに『「歩成り金」デニムコースター』を贈呈することを夢に日々活動を頑張ってきました。竜王戦第５局倉敷対局の開催はなくなってしまいましたが、「藤井聡太竜王誕生を祝う会」にて、藤井聡太さんに『「歩成り金」デニムコースター』をお渡しすることができて本当に嬉しく思っています。

様々なテレビ局さんや新聞社さんが私たちの活動を知って取材に来てくださったり、ラジオで紹介してくださったりなど、少しでも多くの方に私たちの活動をはじめ、岡山県の「ジーンズと将棋の聖地倉敷市」「デニムの聖地井原市」のことを知ってもらえるきっかけになればいいなと思いました。

全国で10チームしか通過できない一次審査に通過したと聞いたときは驚きと嬉しさの両方がありました。最初は完売できるか不安でしたが、無事売り切ることができて本当に嬉しい限りです。

今回の「リアビズ高校生模擬起業グランプリ」を通してとても新鮮で貴重な経験ができ、新しい発見をすることができました。準備期間や販売期間は大変なこともありましたが、それ以上に楽しく、前向きに活動に取り組むことができました。

今回のこの経験を今後の進路や生活にぜひ活かしていこうと思います。

祝 藤井竜王 おもてなし

金歩コースターどうぞ

金光学園高生ら開発

第5局予定倉敷 市民ら「おめでとう」

東京都立第五商業高等学校
美麗

【商品名】
多機能メイクブラシ MIRY

【セールスポイント（応募書類より抜粋)】
マスク姿が日常となった現在、女性のメイクに関する意識にも変化が見られるようになりました。『@ cosme』の調査によると、マスクを着用するようになってから、メイクをしなくなった、手を抜くようになったと答えている女性が多くみられます。しかしその一方で、アイメイクだけはコロナ以前と変わらないという女性や、逆にアイメイクや眉メイクが以前より念入りになったと答える女性も現れました。これは、マスクで隠れることのない目元だけが、自分の雰囲気やイメージを伝えられるからでしょう。また、「テレビ電話やウェブ会議のカメラ映りを気にしてメイクをする」と答えた女性も現れていますが、画面越しでは顔色が悪く映ることが多いためだと考えられます。実は、オンライン会議などで画面越しの顔色を明るくしたい時には、ベースメイクの色を明るくするよりも、目元にハイライトを施す方が効果的です。これらの調査結果から、コロナで一転したメイク事情も、アイメイクに関しては変わらぬ需要があると考え、アイメイク専用のメイクブラシを作りたいと考えました。さらにこの調査では「マスクをするようになってから化粧崩れが気になる」と答えた女性が高い割合で存在していることに着目し、女性のメイク直しの回数がコロナ以前と比較して増えていると仮説を立てました。マスクを着用することでメイク直しが必要となるのは、鼻や頬のファンデーションがマスクによってムラになることを指していると思います。しかし、たとえ目的がベースメイク部分だったとしても、化粧崩れを気にしてメイク直しをする美意識の高い女性ならば、化粧直しの際に、他の部分もチェックするに違いありません。そのため、メイク直しの際に便利な形状を考え、4 種類のブラシをロケット鉛筆の原理を利用して接続して一つにした、『多機能メイクプラシ』を考え出しました。この商品は、コンパクトで持ち運びやすく、自分が一番使いやすい長さで使用することができる、アイ メイク専用の多機能メイクブラシです。現在、若い女性を中心に流行している涙袋メイクにも対応した極細アイチップを備え、いつも綺麗で いたい女性たちの、強い味方として開発しました。

《4 つのブラシをひとつにまとめた多機能メイクブラシ MIRY のメリット》

. 4 種類のブラシを接続して 1 本のアイメイク専用ブラシとして使用することができる。
• “ 涙袋メイク ” に最適な『極細アイチップ』を備えている。
• 各ブラシが同じ長さのため、つなぎ合わせる順序や使用時の長さを自由に変えることができる。
• オンライン会議でのお悩みを解消する、顔色を明るく見せる目元ハイライトが施せる。
• コンパクトで持ち運びに便利⇒コロナ禍収束後のレジャー＆旅行の需要増加に対応＆荷物の軽量化
• お出かけ先のメイク直しに便利⇒複数のブラシを広けなくてよいので狭いスペースでもお直し可能＆時短
すべてのブラシに蓋が付き ” 衛生的 ” ⇒肌に優しい＆ポーチが汚れない。
• 製造実績のある企業が金型から製造するので品質が保証されている。
• 黒を基調とした高級感のある上品なデザインで、大人の女性も手に取りやすい。
• 調べた限り、類似品が市場で販売されていない。
(この商品を考案した際に、市場に既に同じ商品が販売されていないかを調べました。すると、ロケット鉛筆の原理を利用した商品をひとつ発見することができました。 そこでそのメイクブラシを取り寄せて商品を確認すると、それはリップブラシも備えていて、アメイクに特化されたものではありませんでした。 また、それぞれのブラシの長さが異なり、繋げる順序を変えることができないこと、そのため、一番短いプラシはとても使いづらいものであったこと、私たちの商品よりも太く長いため、大きなポー チにしか入らないこと、何よりもそれぞれのブラシの着脱が非常に硬いため、強い力でなくては外せません。 このため、既存のこちらの商品は実用的ではなく、機能的・品質的にも差

別化をはかることが可能だと考えました）

【実現可能性　（応募書類より抜粋）】
製造の実現可能性
商品の考案は昨年度学習した学校設定科目内で行っており、商品誕生の実現に向けた活動を早くから開始してきた。そのため、製造委託先の選定及び商品の詳細の練り直しはすでに完了している。現在の改良前試作品は、富士ケミカル株式会社様のご厚意により用意することができた。
(1) 製造費概算の見積もりあり ⇒ データ入稿後正式見積もり
(2) 製造委託先 富士ケミカル株式会社（確定済）
(3) 発注から納品までの期間 2, 5~3 か月
(4) 未処理事項 商品に印字するデザイン画の電子データ入稿（現在制作中 7/9 頃入稿予定）
（電子データ入稿後に正式見積もり→ 見積もりを確認して発注）。
(5) 未確定事項 商品の外装
オンライン販売のため、外装は購買活動にさほど影響を与えないが、国立市のイメージキャラクター「くににゃん」を施したデザインのパッケージを今後制作する予定である。やや手作り感はあるが、自分たちで工夫して低コストで製作する方向を考えている。キャラクターの使用についてはすでに使用を承認されており、著作権の問題は解消している。
販売目標実現の可能性
・コロナ禍における美容に関する意識の変化に対応した商品であり、消費者のニー ズが見込める。
・品質の確かな多機能メイクブラシは他に無く、希少性が高い商品である。
・純利益は全額を国立市へ寄付することとしており、市側も本商品とのコラボに協力的である。
• 国立市とコラボすることで地元の関心を集めやすく、販売に関する地元の協力が期待できる。
• 国立市とコラボすることで話題性を高め、発売前の広告宣伝が打ちやすい。
• 本商品は、リアビズで一次審査に通らなかった場合にも商品の製造・販売を独自に行う準備を平行して進めているため、教育委員会等の関心が高く、すでに取材の申込があり、宣伝効果が期待できる。また、商品販売にあたって、地元新聞や SNS を活用する予定である。
社会貢献の可能性
コロナ禍により、地方と比較して東京都の経済的ダメージは甚大である。市部である国立市も例外ではなく、日ごろからお世話になり、また時として迷惑をかけてしまうことのある国立市へ、販売利益を寄付することで僅かでも地域貢献を果たしたいと考えている。また、街に活気が減っている昨今の状況を考え、高校生が街のために行っている挑戦を地域の皆様に知っていただくことで、街に明るい話題を提供し、コロ ナのダメージから復活しようという活力を街に与えられると考えている。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：東京都立第五商業高等学校
模擬企業名：美麗

損 益 計 算 書 (P/L)

自　2021年 8月 13日　　至　2021年 12月 16日

（単位：　円）

科目	金額	
	内訳	合計
Ⅰ　売上		① 364,836
Ⅱ　売上原価		② 211,566
売上総利益　（＝①ー②）		㋐ 153,270
Ⅲ　販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 2,714	
支払手数料	④ 5,926	
旅費交通費	⑤ 0	
通信費	⑥ 5,150	
荷造運賃	⑦ 0	
消耗品費	⑧ 11,007	
	⑨	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費　合計（＝③～⑫）		㋑ 24,797
営業利益　（＝㋐ー㋑）		㋒ 128,473
Ⅳ　営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益　合計　（＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ　営業外費用		
雑損失	⑭ 0	
営業外費用　合計　（＝⑭）		㋔ 0
当期純利益　（＝㋒＋㋓ー㋔）		㋕ 128,473

貸 借 対 照 表 (B/S)

2021年 12月 16日　現在

（単位：　円）

資産の部			負債の部	
科目		金額	科目	金額
現金預金		304,857	借入金	176,114
製品		0	純資産の部	
仕掛品		0	科目	金額
			資本金	0
			当期純利益	128,473
資産合計		304,857	負債純資産合計	304,587

1. 企業概要

企業名	美麗
学校名	東京都立第五商業高等学校
監査人（顧問）名	坂本　由季
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	井手　真綾：社長兼人事法務部 金井　美那：仕入・広報補助 藤崎　由芽：広報・仕入補助 石川　美咲：経理・仕入補助 湊　　琉依：デザイナー（仕入・広報）

2. 事業概要

商品名　　多機能メイクブラシMIRY
販売価格　オンライン販売（国立市観光マップ付）
　　１本　　¥1,200（送料込み）
　　２本セット　¥2,000（送料込み）
　　３本セット　¥2,400（送料込み）
　　対面販売
　　ＪＲ国立駅での販売　¥1,100
　　校内販売　　¥1,000

商品概要
　１本に４つの機能（アイシャドウブラシ、アイブロウブラシ、アイシャドウチップ、アイライナーブラシ）を備え、ロケット鉛筆のように差し替えて使用することができるメイクブラシ。自由に組み替えができるため好みの長さで使用することができる。またキャップがあるため、持ち歩く際にポーチの中を汚すことなく、衛生的なもの。コンパクトで主として携帯に活躍し、上品なデザインとこだわりの品質は幅広い年齢に対応できる商品となっている。
　パッケージに国立市のキャラクター「くににゃん」を印字し、各ブラシの使用説明書と国立市観光マップを同封して販売する。

3. 事業活動報告

○社長（人事法務部を兼任）　　※（　）内はリアビズ外の活動を含む

４月	美麗発足　社長就任 事業計画を立案 活動計画書の作成
５月	国立市役所財務課を訪問　連携・協力のお願いと情報収集

（ふるさと納税返礼品の登録について相談）
仕入担当が行った商品企画案と市場動向をもとに、商品詳細とニーズの論拠をまとめ、リアビズ応募書類作成に着手
（クラウドファンディング運営サイトとの交渉）

6月　活動の進捗管理と各部署の補助、メンターへ活動報告
活動計画書の見直し
リアビズ応募書類完成
（クラウドファンディング運営サイトと相談）

7月　経営スケジュール提出⇒修正⇒変更して再提出
活動の進捗管理と各部署の補助、メンターへ活動報告
リアビズ応募書類提出完成
（クラウドファンディングページ作成⇒完成）

8月　活動の進捗管理と各部署の補助、メンターへ活動報告
活動計画書の見直し
（クラウドファンディング開始）
ミーティングの出欠管理　⇒　欠席者への連絡
noteを開始

9月　活動の進捗管理と各部署の補助、メンターへ活動報告
活動計画書の見直し⇒修正
ミーティングの出欠管理　⇒　欠席者への連絡
販売計画書作成⇒提出
noteを更新
ＪＲ中央線コミュニティデザイン来校　⇒　打ち合わせ

10月　活動の進捗管理と各部署の補助、メンターへ活動報告
国立駅訪問　ＪＲ中央線コミュニティデザイン担当者と打ち合わせ
販売ブース、展示ケース確認　記録
国立駅における販売場所デザイン、展示ケースデザイン

11月　国立駅へ納品
展示ケース装飾　見本品展示　ポスター掲示
活動の進捗管理と各部署の補助、メンターへ活動報告
ミーティングの出欠管理　⇒　欠席者への連絡

○人事法務部

4月　担当を割り振り

5月　国立市キャラクター「くににゃん」の著作権について調査
NPO法人　国立市観光まちづくり協会へ　使用許諾を申請

6月　「くににゃん」の使用許諾を受け、使用するデザインデータ入手
ロケット鉛筆型のアイデアに関する知的財産権を確認⇒委託先企業よりＯＫの返答

8月　SNS更新担当者決め

11月　領収証の宛名について「上様」が許容されるか調査し、小売業や旅客運送業などンの５つの事業では、受取人の項目がなくても領収書が有効であると確認した。
国立駅での販売イベント　シフト作成

※4月から11月までを通してメンバーの状況と活動を把握し、必要に応じて助っ人手配

○経理部

４月	メイクブラシの一般的な価格を調査 （クラウドファンディング運営サイトリサーチ）
５月	見積依頼書作成 見積額とその他費用の予定額を調査
６月	原価率５０～６０％を目安に市場価格と比較し販売価格を決定 販売計画書を作成　費用に関する予算案作成
７月	注文書作成　⇒　富士ケミカルへ発送
８月	国立市観光マップ作成（この時期、最も手がすいていたため） 振替伝票・会計書類作成開始
９月	損益分岐点を計算し、目標販売数量、目標売上価額を目安として提示
10月	BASE販売ページ作成（この時期、最も手がすいていたため） 仕入れ代金支払い 梱包材リサーチ 商品展示用消耗品、梱包用品の注文と支払 振替伝票・会計書類　記帳
11月	オンライン販売の郵便料金支払い 対面販売時に使用する消耗品費支払い キャッシュフローにおける損益分岐点を把握⇒伝達 振替伝票・会計書類　記帳
12月	決算書類作成 監査準備 運営に質問して修正仕訳⇒記帳 財務諸表訂正 会計書類再チェック 全提出書類確認⇒完成

○仕入れ部

過去の経緯（金井・藤崎・湊の活動）

Ｒ２年10月	２年次履修科目「ビジネスアイデア」にてロケット鉛筆型メイクブラシのアイデアを考案し、某大学のコンテストへ応募する。
Ｒ２年12月	校内ポスターセッション大会にてロケット鉛筆型メイクブラシのアイデアと発表が評価され最優秀賞を受賞する。
Ｒ２年12月	３年次の科目選択で、メイクブラシを商品として誕生させたいという目標を持ち、ＰＢＬ実践講座を選択する。（この企画に賛同し、井手・石川もこの講座を選択した）

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

今年度　リアビズとしての活動

４月	既存商品との差別化を検討 市場動向の調査 製造委託先を探し、技術的に製造可能かどうか複数の企業に問い合わせを送る

	富士ケミカル株式会社と商品製造に関する交渉開始
５月	ＺＯＯＭで富士ケミカル担当者と打ち合わせ
	おおよその見積額から商品の仕様変更を検討
	商品仕様決定　⇒　見積依頼
６月	商品デザインをイラストレーターで作成　⇒　富士ケミカルへ入稿
７月	商品発注
	パッケージについて検討
８月	パッケージデザイン作成
９月	梱包材手配
	パッケージデザイン入稿（印刷を外注）
10月	梱包材納品
	見本品確認
	商品納品⇒パッケージ材へセット
	発送者ラベルシール作成
11月	アンケートを同封して再パッケージ
	富士ケミカル担当者来校　商品パッケージとともに現在の状況を報告・御礼

○広報マーケティング部

６月	商品紹介用イラスト作成
	ポスター作成・校内へ宣伝活動
７月	SNS用似顔絵イラスト作成へ着手
	PRしてくれるインスタグラマーを探す
８月	SNSアカウント作成（Twitter、Instagram、ティックトック）
	活動報告動画作成⇒提出
９月	東京新聞へ取材依頼
	東京新聞取材対応
	Line公式アカウント作成検討⇒作成
	広報用写真撮影
	各種SNS更新⇒コメント対応
	PRのためのＤＭ
	校内放送の許可申請　⇒　校内放送による宣伝
10月	各種SNS更新⇒コメント対応
	PRのためのＤＭ
	ポスター作成
	商品紹介動画作成
	メイク動画作成
	毎日新聞へ取材依頼、日本テレビ取材依頼
	美麗のロゴ作成⇒完成
	商品写真、メイク写真の撮影
	チラシ作成
	カウントダウン企画準備⇒発信
11月	インフルエンサーへ商品発送
	校長先生に先生方への販売と保護者会時の校内販売をお願い⇒許可
	校内販売準備

校長先生に学校説明会資料の中にチラシを入れることをお願い⇒許可（販売はNG）
ケーブルテレビＪＣＯＭ⇒放送用データ提供と取材対応
各種SNS更新⇒コメント対応
PRのためのＤＭ
駅での対面販売用ポスター制作

○その他

９月～11月	商品梱包作業とSNSの更新、PRのためのＤＭ
11月	国立駅での対面販売、校内販売

4. 決算サマリー

	計画	実績
売上高	単品　1,200×　50＝　60,000 ２本セット　2,000×100＝ 200,000 ３本セット　2,400×　50＝ 120,000 合計　¥380,000	BASE 1本　1,200×16＝ 19,200 33%引き　804×　6＝　4,824 2本set　2,000×　5＝ 10,000 3本set　2,400×42＝100,800 JR「もののわ」販売 1,100×107＝117,700 校内販売 1,000×115＝115,000 見本品・展示品処分販売 500×16＝　8,000 合計　¥375,524
経常利益	¥118,920	¥128,473

5. 経営成績に関しての説明

１．売上について

売上金額は当初の目標金額にわずかに届かなかった。これは予算を立てる段階で、見本や広告、または展示のために製造した商品の何本かを利用する必要があったにも関わらず、これについて思い至らず、販売可能数量を仕入数量と同数で予算を立てていたことが一番の理由である。また、BASEの特徴やBASEの販売ページをSNSと連携させる仕組みをしっかりと理解せずSNSのアカウントを作り、広報活動をはじめてしまったため、ネットへの広告掲載やSNSを活用したBASEでの販売を行おうとしてもエラーが出て解消できず実施できなかった。また、販売前に発信していた情報に記載していたものが、販売ページではなく、美麗のSNSをまとめたページのQRコードであったのも、オンライン販売が振るわなかった理由のひとつであると考えられる。

一方で、計画時には予定していなかった保護者や教員向けの校内販売が、校長先生へ直談判をすることで実現できたことや、中学生向けの学校説明会の資料の中にチラシを入れさせていただけたこと、そして（株）JR中央線コミュニティデザイン様から販売場所の提供と受託販売の申し出をいただいたことで、最初の失敗を挽回し売上額の向上が図れたと考えられ

る。また、この活動が地域との連携を重視していたことで、地域住民を取り込めたことも、良い結果につながった。

２．経常利益について

見積もりの際に、見積書に消費税額が記載されていなかったため、売上原価を税抜き価額で計算し、予算を立ててしまっていた。常識として当然に考え、加算して計算するべきところだが、自分たちは考えが至らなかった。このため、以下のように経費削減を重視して取り組むこととした。

１、手数料や送料のからない対面販売に力を入れる。
２、余計な消耗品は極力購入しない。
３、資金は学校の協力を得て現金管理とし、ＡＴＭの出金手数料を節約する。
４、商品に同封する観光マップ等は校内の紙折り機を活用し、自分たちで手作りする。
５、BASEからの顧客でも、校内に関係者がいる場合は校内の関係者を通して商品を引き渡し、送料の削減に努める。（購入時に備考欄に記入していただいた）
６、無料で行ってくれるインフルエンサーにのみＰＲを依頼する。
７、細かな消耗品の購入は、定期券圏内か自転車で行けるところで購入する。
８、見本や展示に使用した商品を処分価額で校内販売を行い、広告費を圧縮する。

以上の努力と、ＪＲ国立駅で開催した販売イベントが「初回限定の特別価格」の格安手数料で実現できたこと、JR中央線コミュニティデザインの会計システムの都合から、税込み価格として￥1,100で販売できたことから、予算計上時のミスを挽回し目標経常利益を上回ることができたと考えている。

6. 事業におけるトラブルへの対応

○新たな競合商品の出現について

リアビズへ応募書類を提出する２日前に、ダイソーでロケット鉛筆型メイクブラシが販売され、これがSNSでバスっていた。ダイソーで販売されたメイクブラシは、２年次にコンテストに応募したものとまったく同じ仕様だった。このため、リアビズを含めたこれまでのプロジェクトを断念することも考えた。しかし、委託先である富士ケミカル株式会社に相談すると、担当者の方がダイソーで販売されているメイクブラシを手に入れて来校され、相談に乗ってくださった。富士ケミカル株式会社が、カネボウ化粧品の美粧部門の事業譲渡を受けていることと、実際に美粧材に活用している素材を比較させていただいたことで品質の違いを実感でき、落ち込んでいた気持ちを立て直すことができた。その上で担当者とさらなる差別化について検討し、商品仕様の変更を行った。特に、通常は化粧剤を含ませたリキッドタイプのアイライナーブラシしか販売されていない事に対し、この商品では、単なるブラシとしてアイライナーブラシを搭載することで、微細なメイクも可能にする、他には無い商品として製造に踏み切ることができた。

○消費税の見落としによる予算の変更について

見積書に消費税額の欄が無かったことに気づかず、当初想定していた1個あたりの売上原価を上回る商品単価になってしまい、見込める利幅が狭くなってしまった。そのため、上記**5. 経営成績に関しての説明**　に記載した通り、その他の経費を可能な限り抑えるとともに、販売手数料も送料も不要である対面販売に力を入れることに計画を変更した。

○対面販売での迅速な売り渡しへの工夫

「現金による対面販売時に領収証を渡す」というルールに従い、事前に予約してくださった先生方へ11月5日に商品を販売したが、その際に領収証を作成してお渡しするのに非常に時間がかかってしまった。校内の先生方だったので、後から領収証をお届けすることが可能だったが、次に控えた保護者会の校内販売で、お名前を聞き取って領収証を書きながら短時間で販売することは不可能だと予測した。そこで、あらかじめ領収証の宛名を「上様」としてNo以外を記入済とした証憑を作成し、当日の販売活動に臨んだ。の領収証をすぐに渡せるように準備をして活動した。領収証はいらないという保護者の方も複数いらっしゃったが、その場合はNoだけを書き、控えを残した。上様と記載することが許されるのか不安があったが、人事法務担当が調査し、許容されることを知りこの方法を選択した。当日はこの方法でも、販売ブースに長蛇の列ができてしまっていたので、ひとつひとつその都度お名前を聞いて領収証を作成していては、販売のチャンスを逃してしまったと考えられる。丁寧な証憑の作成ではなく、あらかじめ用意したNoのない領収証の何枚かを無駄にしてしまったが、結果として成功だったと考えている。

○SNSを活用した情報発信について

対面販売と比較して、BASEの販売が伸び悩んだ。そこで、BASEの管理画面の販促管理からアクセス数等を確認し、広報活動の方法や戦略を随時考え直した。特にSNSの発信には試行錯誤した。まず、販売サイトへのリンクではなく、協会の美麗の紹介ページのリンクを貼ってしまっていたのでこれを修正した。またできるだけ目立つ位置に変更リンクを変更したこと。恥ずかしがらずに売り込みをすることを心掛けた。次に、訪問者がどのSNSから訪問しているかを確認し、10日ほどを過ぎても、Instagramからのアクセスがほとんどなかったため、Instagramの拡散に力を入れた。また、友人にもSNS拡散の協力を依頼した。また、BASEの特徴として、アクセス数からアプリ内で上位に表示されることを知り、自分たちもアクセスしてショップ順位を上げるように努め、販売サイト内のブログも書きはじめた。販促管理からは、自分たちが積極的活動した日と、休日などで活動できなかった日では販売数・アクセス数ともに大きな差が生じていることがわかった。また、BASE負担の10%offクーポンが使用できる日は、特に積極的にSNSでクーポン情報を拡散し、購買を促した。そして11/29には、最後の６本となったため、セット販売をすべて取りやめて単品販売とし、代わりに33%オフの特別販売価額で3本セットの場合とほぼ同価格である¥804で販売し、完売することができた。以上の活動では、オンライン販売の売上向上には不十分だったと思うが、これらの活動がなければ完売はできなかったと思われる。

7.次会計年度へ向けた方針等の説明

販売活動がはじまる前はオンラインですぐに完売すると思うほどの反響があった。しかし、実際には対面販売と比較して、オンライン販売は売り上げが伸びなかった。これは私たちが、BASEという販売サイトについての研究が不十分だったためだと考えられる。SNSの発信についても、それぞれの担当がアカウントを作成して行っていたため、アカウントのアドレスが統一されておらず、BASEと連携させた有料広告を決断しても、各SNSのアカウントと連携させることができなかった。すでにSNSでの発信は継続して行われていたため、アカウントを作り直すという方法は取らず、今回の活動では有料広告を断念した。これらの広報活動を改善し、計画的な情報発信を行うことで商品の需要は徐々に高まって行くのではないかと期待している。

また、今回購入者してくださった方から、「パーツ毎の販売をしてほしい」という要望があった。このことから、今後も事業を継承できる場合は、部品ごとの販売も展開し、リピーターの確保に繋げて行きたい。ブラシの種類によって使用頻度が異なり、消耗具合が変わることも予測できる、また、持っているポーチに合わせた長さのブラシが欲しいという人もいるだろう。何より、使用する人の希望に合わせてカスタマイズができることは大きな魅力になるはずだ。今回の商品の企画の際にも、実はこのようなアイデアは出ていた。しかし、この場合は、ブラシの種類によって多くの在庫を抱える恐れがあることと、販売期間が1月と短く、リピーター確保に繋げられる時間ではないこと。そしてリアビズにおける開業資金が３０万円という金額であることから、このアイデアを取り入れることは難しいと判断し、断念していたものだった。しかし長期的に事業を継続できるのであれば、在庫の少なくなったパーツだけを増産することも可能だ。そしてパーツ販売なら、もっと安価に購入できるため、顧客も増えると思われる。

なお、販売終了後にも、SNSを通じて商品を購入したいがどうすればよいか？といった問い合わせをいただいている。現在は、リアビズとは別の会計と活動で行っている、ふるさと納税サイトを案内しているが、この商品の性質上、やはり外出する機会の増加は需要に影響を与えると考えられるため、感染症が落ち着き、人々の活動が活発になって行けば、今後はゆっくりと需要が増加して行くと考えている。また、増産する場合には、印刷の版代がかからないため、製造原価をブラシ1本分で@¥100ほど下げることもできる。このため、¥1,000は高いと感じる若い世代にも、もう少し購入しやすい価格での提供が可能となり、事業の継続による売上高の向上が期待される。

8.監査人のコメント

生徒たちの活動の内容は、上記に記述されているため、私からは控え、この活動を通した生徒たちの心の成長と私自身の感想について記します。

この活動は、本校３年次の学校設定科目「課題研究」（ＰＢＬ実践講座）を選択した生徒が、「誰かを幸せにする」というテーマのもとにプロジェクトを企画し、遂行するという学習活動で行いました。生徒は、２年次で履修した授業の中でこの商品を考え、この商品を誕生させて世の中に広めたいという気持ちで講座を選択していました。そのため、掲げられたテーマの「誰かを幸せにする」に対しては、『こんなに便利な商品を購入した人は快適で幸せだ』という理由を添えています。このように、はじめは商品を実現させたいという一心で取組んだ生徒たちでしたが、具体的な活動を進めるにつれ、物事の捉え方や考え方に変化が生まれて行きました。実現に向けて最初に必要な情報は、①この商品の製造は技術的に可能か？②費用はどのくらい必要か？のふたつです。これを正確に知るためには、直接企業にコンタクトを取り、交渉を重ねる必要が生じます。日ごろはLineなどを中心とした文字の会話でコミュニケーションを取っている生徒たちは、企業宛てのメール文の作成に、実に１時間の時間を費やしていました。真剣なビジネスの場で、このように不器用な文章、丁寧だけど未熟な説明のメールに出くわした方は、さぞ困惑したことでしょう。けれどもその文章の中にある「こんな商品を作りたい」という想いを、製造委託先のＭさんは真剣に受け止めてくださいました。そしてその後、Ｍさんは生徒たちの活動を終始支えてくださり、仕事に向かう姿勢や、大人として生きる上で大切な心の持ち方を教えてくださったのです。それは、ただ親切にするというものではなく、時には叱ってくださることもありました。オンラインで行った打ち合わせの中で、製造費用を抑えるために、商品の仕様を次々と削る提案をする生徒に、「使う人の気持ちになって商品を考えましょう。そんなに削ってはお客様が使えませ

ん。私は、“こういう商品を作りたい”という、あなたの情熱に打たれてここまで来たのですよ？あなたのこだわりの詰まった良い商品を作りましょうよ！」と叱り、励ましてくださいました。この時、商品を“誕生させる”ということだけに気持ちが向いていた生徒たちが、「誰かを幸せにする」という本来のテーマに立ち返ることができたのです。やがて、自分たちの想いを叶えるために、毎日奔走してくださっているMさんの仕事に感動し、影響を受けはじめました。Mさんにどのように感謝の気持ちを示せば良いかを考えた時、この活動を成功させ、この商品の販売を通して社会に貢献することが、Mさんの尽力に報いるのではないかと考えます。そこで、商品の販売利益を、コロナ禍で苦しむ地域に寄付することと、自分たちのがんばる姿を見ていただくことで、街の人達に元気になってもらおうという新しい活動目標が生まれました。生徒たちのこの決意を伝えた時、Mさんから次のような返信がありました。

〈　---　略　---　〉
私はいつも自分の部下や仲間に言っているのですが、上司や、先輩から恩を受けた時に、「恩返し」をするのではなくて「恩送り」をしなさいと言っています。
上司や先輩もかつては自分の上司や先輩にいろんなことを教えて頂き、今の自分の血や肉となっているのです。自分たちも恩をいっぱい受けてきているのです。
ですから、その上司や先輩に恩を返すのではなくて、自分の後輩や、世間、社会に対して恩を送っていけということです。それが世の中を良くする一歩に繋がるのだと。
当に今回の生徒の皆様の国立市に寄付したいという考えは「恩送り」の考え方だと思います。頭が下がります。素晴らしいです。私が、彼女たちの頃は、自分のことしか考えていなかったように思います。
私も先人の方々から頂いた恩を、今回の案件で皆様を通じて恩送り出来ればと思っています。
〈　---　略　---　〉

このメールの言葉を伝えると、生徒たちの物事の捉え方、考え方が、「利己的な思考」から「利他的な思考」へと変化して行きました。ビジネスは、人と人を結ぶ活動です。今回、多大なお力添えをいただいた富士ケミカルのMさんからは、温かなご恩をいただき、私たちがいただいたこの恩を、私たちも世の中に送ろうと行動すると、私たちを苦しめる感染症よりも強く早く、温かな心が街に伝染して行きました。そしてＪＲ東日本までも引き寄せ、街の人々に彼女たちの思いを伝えることができました。駅での販売イベントでは、多くの地域の方が直接声をかけてくださり、活動を応援してくださいました。自分たちの頑張る姿を見ていただくことで、街の人々にも元気になってもらおう！と言いながら活動していた私たちですが、市民の皆さんやＪＲ東日本の皆さんの温かさにたくさん触れることができ、元気をいただいたのは逆に私たちの方だったと思います。
ふるさと納税の返礼品に登録してもらいたいという考えを、快く引き受けてくださった国立市財務課の皆さん。製造費用を確保するためにはじめたクラウドファンディングで、ご支援をくださった多くの方々、そして生徒たちの想いを伝えてくださった東京新聞の記者さん、リアビズで、生徒たちを支えてくださったメンターの皆様、協会の皆様、リアビズに協賛されている企業の皆様。多くの方からの温かな支援を受け、生徒たちは、ビジネス活動の価値と意義を知りました。そして私自身も、改めて、ビジネスとは人と人を繋ぎ人に幸せを届ける活動であるのだと実感しています。

この活動で関わってくださった皆様からは、この子達にたくさんの優しさと愛をいただきました。彼女たちはきっと、これから先の長い人生の中で、皆様からいただいたご恩をその胸で育みながら、やがて訪れる未来の社会に向かい、大きな恩を送り続けながら生きてくれると思います。

最後に、これまで関わってくださった全ての方に心からの感謝を送ります。

ありがとうございました。

感想文

井手真綾
社長　兼　人事法務

私がリアビズを通して成長できたと感じていることが三つあります。

一つ目は、人に頼れるようになったことです。私は元々根っからの長女体質で、人に頼るのがとても苦手な性格でした。模擬企業を立ち上げて仕事が始まった時も、最初のうちは「社長なんだし、自分で何とかしなくちゃ」と思って、一人で抱え込んでしまうことが多かったです。人にお願いすることに慣れていなくて、お願いすることに対してなんとなく怖いというか、遠慮してしまうような気持ちがありました。たぶん、お願いすることで相手に迷惑をかけてしまうと感じていたんだと思います。でも、自分だけで仕事をこなしていこうとすると、全然上手くいきませんでした。特に夏休みに入って、やることが増えてくると、なかなか思いどおりにスケジュールを進められなくなりました。そこで、一人では仕事ができないことに気づき、勇気を出して少しずつメンバーや先生に頼るように努力しました。初めは緊張しましたが、みんな快く仕事を引き受けてくれたので、とても安心したのを覚えています。今では頼ることへの恐怖心が少しずつ薄れて、気兼ねなく相談したり、仕事を割り振ったりできるようになりました。自分だけで何とかしようとしていたときには気づけなかったことや、できなかったことが見えてきて、どんどんビジネスの内容が改善されていくのを感じて、とても嬉しかったです。顧問の坂本先生に頂いた、「一人で仕事を抱えることにはリスクしかない」というアドバイスも心に残っています。これから先社会に出て仕事をしていくなかでも、人にきちんと頼れるよう努力したいと思っています。

二つ目は、スケジュールを管理できるようになってきたことです。いつまでに何をしなければいけないのか把握しきれていなかったせいで少しトラブルが起きてしまったことがあり、その時に期限を決めることの大切さを学びました。それからははっきりと期限を定めて、それに向けて早め早めに行動するよう心がけました。また、毎週末にメンバーと活動報告を行い、次の週の仕事の分担を決め直すことで、メンバーそれぞれが自分のやるべきことがきちんと理解できるように努力しました。まだまだ改善点はありますが、リアビズの活動をする前よりスケジュールを管理する能力が上がったと感じています。

三つ目は、柔軟な姿勢で周りから学べるようになったことです。自分のやり方にプライドがあったり、自分が一番分かってるんだという気持ちがあったりすると、周りからの意見を受け入れたりライバルから学ぶことができなくなります。プライドに固執するのは、固くて分厚い壁で自分の周りを囲んでいるようなもので、自分の成長を妨げる要因になります。それに、プライドがあるとメンバーとの意見の衝突も増えてしまいます。もちろん意見が違うことはよくありますが、その時にそれぞれの意見を受け止めて消化してより良いものを作り出せるかは、自分の考え方の柔軟さにかかっていると思います。
リアビズの活動をするなかで、他のチームの凄さに圧倒されてしまう時もありました。どうしてあんなに上手くいってるんだろう、私たちと何が違うんだろう、と悩んでしまうこともありました。でも、他のチームのビジネスの仕方から学んで、自分達のチームをより良くしよう、という考え方に変えてからは、悩んだり嫉妬したりせずに前向きに努力できるようになりました。これは、大きく成長できた点だと感じています。

高校生という特別な時期に、リアルなビジネスを通してたくさんのことを学び、成長させていただけたことに心から感謝しています。この経験を生かし、これからの人生をより良いものにしていけるよう頑張ります。

石川美咲
経理

今回の体験を通して、ビジネスの難しさを知ることが出来ました。私は経理担当として参加しました。経理は販売が開始する頃からが本番で、それまでは経理としての仕事があまりありませんでした。私たちのチーム美麗は４月から活動が始まっていましたが、当初は社長の井手さんや仕入担当の金井さんが忙しそうに活動している中、私は何をしたらいいのか分からず、呆然と見ているだけでした。井手さんから指示を貰ってそれに従って行動するということが多かったと思います。それでも自分が出来る全力を出そうと思い、販売活動に必要な費用をリサーチし、利益を獲得するための販売価格を計算し、提案しました。それでもやはり前半はあまり経理としての仕事がなかったので、一番手の空いている自分が、商品に同封する観光マップの作成を行うことにしました。観光マップは国立市が発行している国立市観光マップを参考にし、オリジナルに編集して作成しました。また、BASE のページ作成も行いました。なかなかうまくページを作ることが出来ず試行錯誤している中で、井手さんが手伝ってくれたり、湊さんや藤崎さんが見栄えの良い商品の写真を撮ってくれたりと協力してくれて、とても良いページを作ることが出来ました。その後は保護者会や国立駅での手売り販売を行いました。保護者会での販売の際には、その前に先生方に商品をお渡しした時に、領収書を書くのに手間取ってしまったため、一度に訪れるお客様の対応にはこの方法では難しいと考え、あらかじめＮＯ以外を記入した領収証を作成しておくことにしました。複数購入する人もいることを予測して、２０００円、３０００円、４０００円、５０００円の領収書も作成しておきました。あらかじめ領収書を作成していたため、保護者会での販売を比較的スムースに行うことができました。手売りの際には、実際にお客様と対面で話し、商品のアピールをすることで商品の機能や品質を納得して買ってくださる方もいて、達成感を得ることが出来ました。また、SNS で反応を貰えた時にとてもやりがいを感じました。BASE での販売が終了して、決算を迎えると、経理の仕事は一気に増えました。簿記で学んだ仕訳や貸借対照表などがあり、少し自信を持って仕事をこなすことが出来ましたが、リアビズ独自のルールを見落としてしまうこともありました。でも、先生の監査を受ける前に、グループのみんなで帳簿や証憑の確認を行ってくれ、思っていたよりも短時間で決算書類を整えることができました。
商品開発から販売までの一連の流れを行うのはとても難しく、時にはめんどくさいと感じることもありました。しかし、最後までやり遂げ、商品が売れて、お客様から褒められると、今までの大変だった時間が報われたように感じられました。リアビズに参加したことは第五商業高校で学んできたものを活かすことが出来る機会となりました。また、より実践的なビジネスの流れを知り、実際に体験することが出来たので、他にはない貴重な経験となりました。この経験をこれから大学や、社会に出た時に活かしていきたいと思います。最後に、このような機会を与えてくださった皆様と、私たちの活動を支えてくれた人たちに心から感謝したいと思います。ありがとうございました。

藤崎由芽
広報・マーケティング

私は、今回がリアビズに２回目の挑戦でした。１回目は、昨年カードゲー

ムの企画を作成して参加しました。しかし通過することはできませんでした。そのため、今回はとても気合が入っていました。 今回自分たちが考案したアイデアは、２年生の時に既に思いついていて、それをいかに現実的にするかということを重点的に考えました。３年生になってからすぐに委託する会社を探しました。そこで見つかったのが「富士ケミカル株式会社」様です。きっと、この委託会社と出会えなければ、私たちのやる気ももたなかったと思います。富士ケミカル様は委託業者１社目の会社で、担当をしてくれた増村様にはとても感謝しています。低予算のなかで、本当に注文できるかもわからない中で、快く引き受けてくださいました。委託先が決まった時の安心感が凄かったことと、商品化がぐっと近づいたことからモチベーションも高まりました。

リアビスの１次審査を通過し、自分の広報としての役割を全うするために、SNS に関して事前に下調べをし、やりやすい環境を作りました。 広報・マーケティングの役割の中で大変だったことは全てですが、特にインフルエンサーの方を探すことと、tiktok をバズらせること、国立駅での店頭販売が大変だったと感じています。最初は自分たちの商品を宣伝してくれる方なんているのだろうか？と思っていましたが、インスタグラムの投稿にイイネをくださった化粧品が好きな方々に DM を送ってみると、高校生が商品化したということもあり、無償で宣伝を引き受けてくれる方もいました。インスタグラムの他にも Twitter でもインフルエンサーの方を探しました。Twitter の方とインスタグラムの方で投稿の方法がガラリと違うことに驚きました。インスタグラムの方々は、写真に直接説明をかいている方がいて、Twitter の方々は写真はシンプルに商品のみを映し、文章で商品を伝えるという違いがありました。インスタグラムは写真を判断してから投稿を見るということが多いのでそれぞれの SNS の使い方に沿った宣伝方法を知ることができ、とても良い勉強になりました。

tiktok については本当に未知数で、バズっている動画は同一性がなく、作成するのがとても難しかったです。長い動画でもバズっているものもあれば、数秒しかない動画でバズっているものもあります。その中でも短い動画をメインに作りました。最初の方は字幕をメインに作っていましたがあまり上手く行きませんでした。色々な tiktok を見て字幕の読み上げ機能が流行っていることを知り、使用している曲に合わせて画像の切り替えをするのも大切だと知りました。その後、音ハメと読み上げ機能をメインに作って見ると見事にバズり、自分が作った tiktok がたくさんの人に見てもらえたと思うと、とても嬉しかったです。バズった結果、77.5k ものイイネを獲得することができました。

国立駅での店頭販売では、コミュニケーション能力と、即座の対応力が上がりました。一回目の販売では、初めての販売で何をどうしたらいいのかすら分からず、がむしゃらに大きな声で人を集めていました。数時間声を出しているだけだと思い、侮っていましたが、喉が枯れそうになりました。２回目の販売までに、人集めのために商品について簡単に研究し、商品を全く知らない人に簡単に説明するためにそれぞれのブラシの使い方や、どんな時に役立つのかを考え、当日も実際にブラシを使ってメイクをし、それをお客様に見せる等など試行錯誤をして販売を行いました。やはり、２回目の方が気になっている人を販売口まで誘導することがスムーズにできるようになっていました。１回目には商品が気になってそうなお客様に話しかけることはできたのですが、その後商品の魅力について上手くまとめられず、購入までには至らない場合が多かったので、２回目の時には自分の成長を感じることができてとても良い経験になりました。

リアビスを通して、チームワークと報連相がとても大切だということを学びました。製造委託から梱包、販売に至るまで１日１日変化があれば、すぐにチームのグループ LINE に報告、梱包作業が終わらない場合は他の人が行いカバーする等、細かい部分ではありますが、とても大切なことだと思いました。このチームワークと報連相が無ければ、ここまでスムーズに販売から金額の集計まで至らなかったと思います。長い期間をかけて準備をし、ＰＲのために送付した４本を除いた 396 本を売り切れたことは、とても嬉しかったです。この経験が社会に出てからも役立つと思うので、今後も忘れないようにしたいです。

お世話になった皆様、ほんとうにありがとうございました。

金井美那
仕入

このメイクブラシの商品化は、「日常生活で困っていることを改善する商品を考案しよう」という高校二年次の授業から始まりました。メイクブラシの持ち運びが面倒くさいと感じていたため、面倒臭さを改善できる商品が欲しいと考えた私はこの案を友人に提案し、具体的な構想を練っていきました。この商品のアイデアを発表した校内のポスターセッションでは、多くの女子生徒や先生方から反響があり、「商品化したほうがいい！」「商品化されたら絶対買う！」という声から、ぜひ商品化したいと考えるようになりました。また、顧問の坂本先生から、「三年生に上がったら選択授業の PBL 実践で実際に商品化に挑戦できるよ」とお声をかけて頂き、これは商品化するしかないと思い、三年次の選択授業でこの授業を選択しました。

仕入れ、広報マーケティング担当の私は、メイクブラシの商品開発にあたり、大きな壁にぶつかりました。それは、製造してくださる会社を探すことと、資金調達です。メイクブラシの受注販売を行っている会社をインターネットで検索し、富士ケミカル株式会社様に問い合わせをさせていただきました。初めて企業の方に送るメールは書き方が分からず、調べながら１時間かけて打ちました。何回かやり取りを続け、担当者の方が快く製造を引き受けてくださり、本格的にメイクブラシの製造がはじまりました。ですが、自分たちが考えたオリジナル作品を一から製作するとなると 200 万円ほどが必要でした。商品化ができないのではないかと心配していた時、担当者の方が金型を探してくださり、これを使うことで費用を抑えて作ることができると提案してくださいました。それは私たちが理想としている商品の製造に大きく近づく提案でした。次に資金調達の手段を考え、どのくらい製造するか、どのように販売するのかを並行して検討しました。私たちはリアビズの存在を二年生の時から知っていましたが、リアビズの中では短期間しか販売できませんし、何より、一次審査に落ちてしまえば資金の獲得も販売活動も行うことができません。製造期間に３ヵ月が必要ということもあり、リアビズでなくても製造する資金の調達と、販売を継続できる方法を模索しました。なぜなら、この時までに関わってくださった方々の顔を思い出すと、なんとしても商品化して販売につなげなければ、これまで私たちのためにがんばってくださった方々の力添えを無駄にしてしまうと思ったからです。また、担当者の方との関りから、誰かのために一生懸命に働かれる姿に感動し、自分たちも誰かのためにがんばってみたいと思うようになっていました。そこでこの商品をふるさと納税の返礼品に登録してもらい、日ごろお世話になっている国立市に貢献したいと考えました。また、より多くの人にこの商品を届け、高校生でもがんばれば商品開発ができることを知ってもらいたい、多くの人に勇気をあげたいとも思いました。そこで、クラウドファンディングで資金を調達し、返礼品の登録と一般販売を計画し、一般販売のひとつとしてリアビズへの応募も行いました。さらに、もしもリアビズの一次審査に通らなかった場合や、クラウドファンディングで目標額に達成しなかった場合に備えて、不足する額を融資してくださるエンジェル投資家を探し、先生にも協力していただいて最終的な資金の調達手段を確保しました。結果、リアビズの一次審査に通過することで資金の一部と販売活動の場を手に入れ、クラ

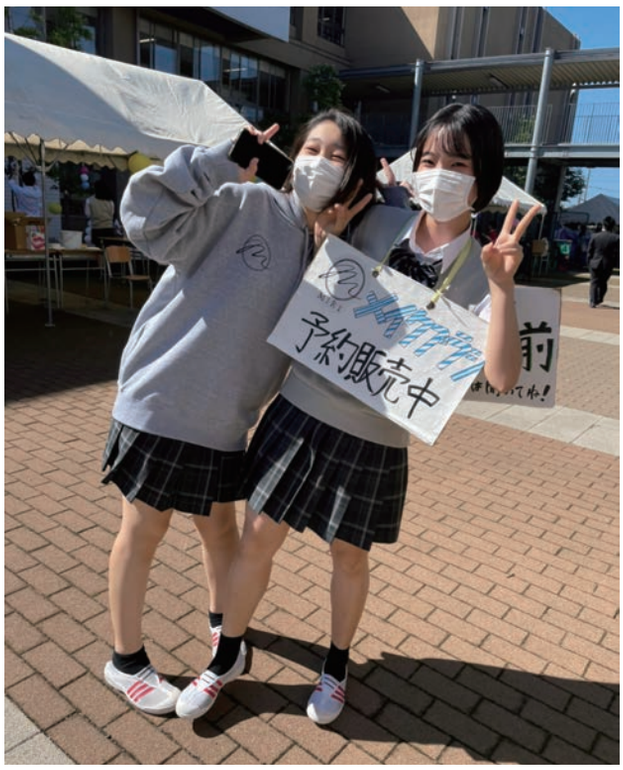
ウドファンディングも目標額を達成したため、投資家の力を借りることなく活動を進められました。どちらの活動も平行してやるのは大変でしたが、活動できることに感謝して精一杯に取組みました。

私がリアビズを通して学んだ最も大きなことは、ビジネス活動は多くの人と人を繋ぐ活動だということです。そして、温かい心で行ったビジネスは、繋がった人の心も温かくすると知りました。実際に体験すると、商品の開発や販売はいろんな人を巻き込んで行うもので、巻き込まなければ成り立たないものだと実感しました。この活動では、私たちの作ったメイクブラシが私たちとお客様を繋いでくれて、メイクブラシを誕生させようとしたことは私たちと企業や地域の方々を繋いでくれました。市場に溢れる商品のひとつひとつに、こんな思いや物語があるのかもしれないと思うと、いつも目にしているものが違って見える気がします。

振り返ってみると、企画をした私たち、学校、製造してくださった富士ケミカル株式会社の担当者様、販売場所を提供してくださったJRの方々、商品を購入してくださる方、PRをしてくださった方々、高校生で起業をするという機会を設けてくださった金融知力普及協会様、社会人、学生メンターさんなど、挙げるときりがないほど多くの方に私たちの活動を支えて頂きました。協力してくださったすべての方々に感謝の気持ちでいっぱいです。

この活動をすることができて本当に良かったです。貴重な機会を設けてくださりありがとうございました。

湊　琉依
広報マーケティング（デザイナー）



私は、今回の『リアビズ 高校生模擬起業グランプリ』で、コロナ禍で失ってしまった高校生活の中での充実感や、自分が夢としている職業への第1歩を進めることなど、通常の学校生活の中では手に入れられないものを多く学び得ることができたと思っています。

今回、私たち美麗が出した案は、元々、授業内でこんなものがあったら便利だけれど、実現は難しいだろうなという曖昧なものでした。その頃はこのように商品化して世に出すなど考えてもいなかったので、こうして内容やデザインを皆で考えて実際に販売できたことにとても感動しています。私は普段からイラストを描くことを趣味としていて、その点なら皆をサポートできると思い主にデザインを担当させて頂いたのですが、『イラストを描く』ことと『デザインを作る』という明確な違いに、最初はどのようなものを作ればいいのか分からず全く作業が進みませんでした。分からないながらに色々調べていきながら、色々試行錯誤して、色々な方にアドバイスをもらって、ようやく今の会社のロゴや商品のデザインを作ることが出来ました。デザインに関してはあまり自信が無かったのですが、皆が『このデザインいいよ！』などと沢山褒めてくれて、とても嬉しかったです。また、国立駅にて手売りで販売する「もののわ」の広告用にイラストも描いたのですが、イラストに興味を持っていただき、そこから購入していただくということも多数あり、自分のイラストで人の目を惹けたこと、皆の役に立てたことが本当に嬉しく思いました。

リアビズに参加する前からイラストやデザインの職に着きたいという気持ちはあったのですが、自分の描いたイラストで人の役に立てたり、自分のデザインしたものが実際に商品化したりと、この仕事のやりがいや楽しさなどがよりいっそうわかり、更に強くこの職につきたいと思えるようになりました。 通常の高校生活では学べない、会社の企業や経営を学んでいく中で、難しく辛いこともありましたが、今回リアビズに参加することが出来て本当に良かったと思います。このような貴重な体験をさせて頂き本当にありがとうございました。

江戸川学園取手高等学校
ユーカレコ

【商品名】
育てるタイムカプセル Plantime

【セールスポイント（応募書類より抜粋)】
この商品のセールスポイントを 4 つにまとめると
1、タイムカプセルを作る体験が簡単にできる
→アニメや漫画では見るけどなかなか実際にはできない“ タイムカプセルを埋める体験 ”
そんな体験がもっと手軽にできたらという思いでこの製品の計画がスタートしました！
従来のように土に埋めるカプセルをしようとすると
・気軽に埋められる場所が少ない
・埋めた後に見つからないケースがある
・学校のクラスやある程度のグループ単位でないと難しい
などなど問題点が多くあります。しかし、この商品を一つ買うだけで上記のような問題点は解決しタイムカプセルの作成・保管を簡単に行うことができます。
製品だけでなく観葉植物とタイムカプセルを掛け合わせるアイデアも一つの大きな価値として販売していきます。
2、新たな思い出管理の方法になる
→常に身近にありますが、従来のタイムカプセルと同様に植木鉢の中に埋めるので簡単には取 り出せません。カプセルの中には手紙などの紙媒体のものだけではなく、USB メモリも同封 可能なので思い出を制限なくタイムカプセルに詰めることができます。
3 植物の成長と同時にタイムカプセルとの月日を感じられる
→ただ土に埋めるだけのタイムカプセルじゃつまんない !!!
植物を育てながら思い出も育てることができます。
4 部屋のインテリアになる
→身近なところに緑を置き、日常に「癒やし」を作りだします。

【実現可能性（応募書類より抜粋)】
〈各商品の詳細〉
【観葉植物の苗】4 号サイズのパキラ・モンステラ・サンスベリアの 3 種類とも豊明卸問屋ドットコムへの仕入れ
を予定しています。企業向け専門ですが、問い合わせを行って値段の確認済みです。
【植木鉢・受け皿】
リッチェル ウェブショップより 6 号サイズの植木鉢・受け皿の仕入れを予定しています。 この植木鉢の大きさは、タイムカプセルを植木鉢の中に埋めて長期間保管することを考慮し、苗が 4 号なのに対して 6 号と通常より大きくなっています。
【土】植木鉢のサイズに適した 2L の土を同封します。最初は入れない案もありましたが、できるだけ 簡単にタイムカプセルを埋められるようにするため、この商品だけで完結する案に決めました。
【カプセル】植物の根の生育への影響が最小限になるように USB メモリを入れることのできる最小の大きさ のガラス製の容器、蓋はコルクを用います。仕入れは Amazon を予定しています。
【段ボール】
観葉植物の苗は小さく、傷つきやすいため、輸送時の衝撃から保護できるように専用の段ボール を外注する予定です。
【説明書】タイムカプセルの埋め方から観葉植物の植え方までを説明した取扱説明書を同封します。 お客様の手元にお届けする 11~12 月は植物の植え替えに適しているとは言えないため、これにつ いては専門家の意見を参考にして詳しい説明書の作成も検討しています。
〈発送について〉発注はすべてお客様の注文を一定数受けて個数が判明したのちに、各問屋などへ注文を行うため 長期間の在庫の管理は行いません。発送の際は一定量注文を受けた後、社員のスケジュールを踏まえた上で観葉植物の苗を販売する問屋「豊明卸問屋ドットコム」へ注文を行います。 苗の到着後はすぐに梱包・発送をすることにより、観葉植物の苗を弱らせることなく新鮮な状態のままお客様のもとへお

届けします。
〈人的資産〉
仕入れ・梱包・発送は私たちが責任を持って行います。 仕入れ先に受注した商品は一度学校で集約し、社員で梱包してそれぞれのお客様に配送します。
- 梱包方法 -
ダンボールの底に土の入った袋を置き、底面と平行に仕切った上に鉢抑え用のダンボールを置き、そこにはめ込みます。また、鉢が傷ついて割れたり、茎が折れたりしないように、緩衝材や 丸めた新聞紙を入れます。
- デザインについて -
Photoshop や Illustrator などを使ったグラフィックデザインができるメンバーや絵が描けるメンバーがいるため、クオリティの高いパッケージや説明書の作成ができます。
〈商品プロモーション〉
「集客と販促」と「ユーザーサポート」を目的に主に SNS でマーケティングを行います。
1、実際どのようなものなのかを詳しく知ってもらいたい
⇒ YouTube 広告を利用し動画による宣伝をします。
実際に観葉植物を植え替え、タイムカプセルを埋める様子を動画にとります。
2、多くの人に商品を認知してほしい
⇒拡散力の強いメディアである Twitter と Instagram を使った宣伝をします。
3、一方通行のビジネスにならないようにしたい
⇒商品について困っている人や商品について評価してくれた人と SNS 上で直接やり取りを 行い、企業と消費者のつながりを作ります。
4、少しでも多くの人に知ってもらいたい
⇒ビラを作成し、いくつかの場所においてもらいます。
これらの効果的なマーケティングをおこなうことで売り上げを伸ばします。
< その他の懸念点 >
- 観葉植物の最初の植え替え時期について -
11 月までは大丈夫ですが、12 月は温度変化に気をつけて置き場所を考え、水は少なく、肥料は
与えないという正しい管理を行う必要があるので、専門家の方の意見を踏まえた説明書を添付
します。
- 成長した観葉植物の植え替え時期について -
専門家の方によると、4 号の苗に 6 号の鉢を使用しているため、きちんと世話をすれば 5 年以 上は同じ鉢で生育することができるとのことです。
- カプセルという障害物は観葉植物にとって大丈夫なのか -
専門家の方によると、全く影響がないわけではありませんが , 根は障害物を自然に避けて育ってくれるため大丈夫とのことです。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：江戸川学園取手高等学校
模擬企業名：ユーカレコ

損 益 計 算 書 (P/L)

自 2021年 8月 16日　至 2021年 12月 17日

（単位： 円）

科目	金額	
	内訳	合計
Ⅰ 売上		① 233,538
Ⅱ 売上原価		② 110,813
売上総利益 （＝①－②）		㋐ 122,725
Ⅲ 販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 14,727	
支払手数料	④ 2,230	
旅費交通費	⑤ 6,000	
通信費	⑥ 1,238	
荷造運賃	⑦ 18,624	
消耗品費	⑧ 27,570	
雑費	⑨ 8,000	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費 合計（＝③～⑫）		㋑ 78,389
営業利益 （＝㋐－㋑）		㋒ 44,336
Ⅳ 営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益 合計 （＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ 営業外費用		
雑損失	⑭ 475	
営業外費用 合計 （＝⑭）		㋔ 475
当期純利益 （＝㋒＋㋓－㋔）		㋕ 43,861

貸 借 対 照 表 (B/S)

2021年 12月 19日 現在

（単位： 円）

資産の部			負債の部	
科目		金額	科目	金額
現金預金		201,973	借入金	158,112
製品		0	純資産の部	
仕掛品		0	科目	金額
			資本金	0
			当期純利益	43,861
資産合計		201,973	負債純資産合計	201,973

1. 企業概要

企業名	ユーカレコ
学校名	江戸川学園取手高等学校
監査人（顧問）名	藤本紗英
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	松本愛佳（社長） 藁科快成（人事法務部） 中西彩菜（経理部） 篠﨑彩果（仕入れ部） 神保陸人（広報マーケティング部） 松岡健太（広報マーケティング部）

2. 事業概要

貴社が提供した商品・サービスについて、製品内容や価格が伝わるように簡潔に記載してください。図や写真を使ってもかまいません。

ある高校生の「タイムカプセルを作ってみたい」という思いから生まれた“Plantaime”
管理がしにくい、手間がかかるなどの従来のタイムカプセルの問題点から生まれた新しい思い出の保管方法です。
商品名：育てるタイムカプセル“Plantime”
商品価格：3,480円
　　4,880円(プレミア鉢)
セット内容：苗（４号）
　　鉢・鉢皿（７号）
　　土
　　鉢底石　※プレミア鉢のみ鉢底ネット
　　カプセル
　　ジップロック

①　　通常版
観葉植物6種類と鉢2種類で自由に組み合わせ可能
観葉植物：6種類

パキラ

オーガスタ

コーヒー

アルテシマ

カネノナルキ

サンスベリア

黒鉢ver

プレミアム鉢ver

上記の計13種類の商品をネットショップBASEにて販売しました。

3. 事業活動報告

活動の経緯を、部署ごとに時系列に沿って具体的に記載してください。複数の部署で行った活動は、その他に記載してください。

○社長

7/30　経営スケジュールの作成

8/6　ロゴ原案作成
8/14　ロゴのフォルム決定
8/19　第1回メンターミーティング
　→自己紹介、商品の説明、経営スケジュール確認
8/20　ロゴ最終決定

8/27　第2回メンターミーティング
　→仕入れ進捗確認：シリカゲル・手袋の追加、その他は見積もり中
　　使用するSNSについて
　　モニターについて
　　プレスリリースについて
9/16　メンターミーティング資料作成　経営スケジュール調整
9/17　第3回メンターミーティング
　→仕入れ進捗確認：鉢底石展・シリカゲルの決定、苗の仕入れ先決定
　　その他見積もり中
　　他チームとのコラボについて
　　梱包場所について
　　ターゲットについて
9/24　ラジオ出演交渉
10/2　メンターミーティング資料作成
10/4　第4回メンターミーティング
　→仕入れ進捗確認：プレミア鉢の追加検討中、苗・カプセルの仕入れ先決定
　　コラボ中止について
　　梱包場所の決定報告
　　Twitter凍結について
10/20　メンターミーティング資料作成
10/21　第5回メンターミーティング
　→仕入れ進捗確認：苗の仕入れ完了、プレミア鉢を用意
　　リスクヘッジについて
　　Twitterは使わずビラを配る方針
　　クレーム対応について

店頭販売について
11/3　11月はSNS(Twitter)に関わることに決定
11/11　第6回メンターミーティング
→販売状況：想定よりかなり少ない、順次発送中
今後のマーケティング：ビラ、SNS、店頭販売
HPについて
11/18　第6回メンターミーティング
→販売状況：計13個の注文が入った
マーケティング：ラジオに出演
附属小学校でのビラ配布
グループでの方向での方向性を考えるべき

○人事法務部

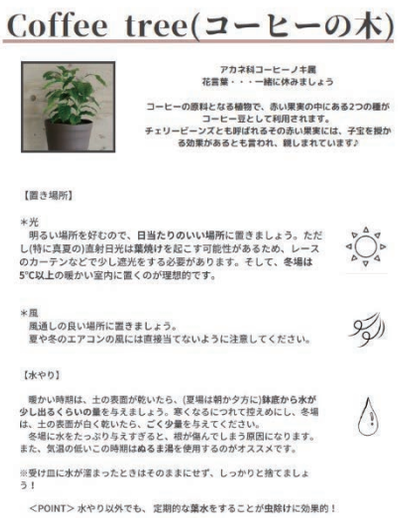
人事法務部では全日程を通して以下のことを行った。
・ミーティングの日程調整・連絡
・各部門の進捗状況確認

8/1　今後のスケジュールを以下のように決定した

8月初旬	ターゲット精査
	商品内容見直し
	SNS運用方針決定
8月下旬	仕入れ先・梱包リサーチ
	夏の活動動画作成
	第1弾プレスリリース作成
9月初旬	サンプル作成
9月下旬	販売価格決定
10月初旬	商品紹介動画作成
10月下旬	ネットショップ構築
	広告開始
11月	商品販売開始
12月	決算書類提出

9/16　“Plantime ”のイメージ写真撮影
商品写真撮影に関するセミナーを受け、子供、タイムカプセル、観葉植物を同時に連想できるイメージ写真を作成。モデルとなる子供についてはメンバーの従弟が協力。
→ビラ、HPに利用
※モデルになった方へ商用利用の許諾済み

10/3　植物の発送に関する法律確認
今回の場合は該当するものはなかった。
10/10　同封品検討
納品書や説明書など、商品とは別に同封するものを決定して各部署へ割り振り
・商品説明書→松本(社長)
・生育説明書(6品種)→篠崎(仕入れ部)



Coffee tree(コーヒーの木)

アカネ科コーヒーノキ属
花言葉・・・一緒に休みましょう

コーヒーの原料となる植物で、赤い果実の中にある2つの種がコーヒー豆として利用されます。
チェリービーンズとも呼ばれるその赤い果実には、子宝を授かる効果があるとも言われ、親しまれています♪

【置き場所】

＊光
明るい場所を好むので、日当たりのいい場所に置きましょう。ただし(特に真夏の直射日光は葉焼けを起こす可能性があるため、レースのカーテンなどで少し遮光をする必要があります。そして、冬場は5℃以上の暖かい室内に置くのが理想的です。

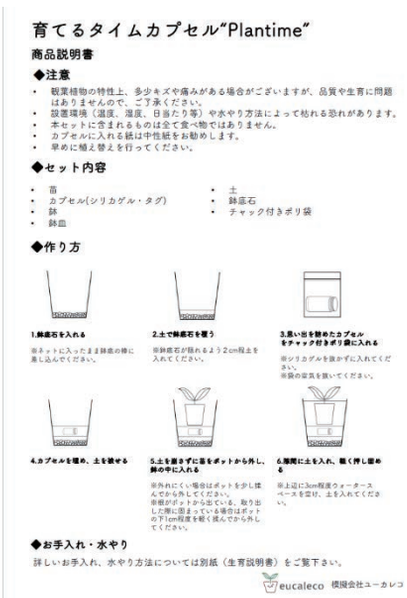
＊風
風通しの良い場所に置きましょう。
夏や冬のエアコンの風には直接当てないように注意してください。

【水やり】

暖かい時期は、土の表面が乾いたら、(夏場は朝か夕方に)鉢底から水が少し出るくらいの量を与えましょう。寒くなるにつれて控えめにし、冬場は、土の表面が白く乾いたら、ごく少量を与えてください。
冬場に水をたっぷり与えすぎると、根が傷んでしまう原因になります。
また、気温の低いこの時期はぬるま湯を使用するのがオススメです。

※受け皿に水が溜まったときはそのままにせず、しっかりと捨てましょう！

<POINT> 水やり以外でも、定期的な葉水をすることが虫除けに効果的！



育てるタイムカプセル"Plantime"
商品説明書

◆注意
- 観葉植物の特性上、多少キズや痛みがある場合がございますが、品質や生育に問題はありませんので、ご了承ください。
- 設置環境（温度、湿度、日当たり等）や水やり方法によって枯れる恐れがあります。
- 本セットに含まれるものは全て食べ物ではありません。
- カプセルに入れる紙は中性紙をお勧めします。
- 早めに植え替えを行ってください。

◆セット内容
- 苗
- カプセル(シリカゲル・タグ)
- 鉢
- 鉢皿
- 土
- 鉢底石
- チャック付きポリ袋

◆作り方

1.鉢底石を入れる
※ネットに入ったまま鉢底の穴に差し込んでください。

2.土で鉢底石を覆う
※鉢底石が隠れるよう2cm程土を入れてください。

3.思い出を詰めたカプセルをチャック付きポリ袋に入れる
※シリカゲルを抜かずに入れてください。
※袋の空気を抜いてください。

4.カプセルを埋め、土を被せる

5.土を置きずに苗をポットから外し、鉢の中に入れる
※外れにくい場合はポットを少し揉んでから外してください。
※根がポットから出ている、取り出した際に思まっている場合はポットの下1cm程度を軽く揉んでから外してください。

6.隙間に土を入れ、軽く押し固める
※上辺に3cm程度ウォータースペースを空け、土を入れてください。

◆お手入れ・水やり
詳しいお手入れ、水やり方法については別紙（生育説明書）をご覧下さい。

eucaleco 模擬会社ユーカレコ

10/11　梱包・保管場所手配
ここちテリアさんへ植物の水やり、植木鉢などの保管を依頼
10/20～　BASEショップ作成
仕入れ部篠崎と共に作成
10/20　店頭受け取りの実施
チラシを各所へ配布していく段階で、設置させていただく施設の方やメンターの方から送料の金額について「高い」との声が多く上がった。
経理部と相談を行ったが、現状、先述の通りBASEの発送機能を使用しないと使用金額が30万円を超えてしまう恐れがあるため送料の値下げは不可能。
〈解決策〉
①メンバーの親の車を使用し、指定範囲内の注文はユーカレコで配送する
②梱包場所としてお借りしているここちテリアさんにて送料無料の店頭受け取りを行う
配送を個人ですることのリスクを考慮し、②の店頭受け取りを実施

-店頭受け取り希望の方への対応-
BASEで注文を受ける
↓
3日以内に2shop04@reabiz.jpより店頭受け取りのアンケートフォームを送信

ユーカレコ対面受け取り日程フォーム

育てるタイムカプセル"plantime"のご購入ありがとうございます。商品の対面受け取りについていくつかの質問に回答をお願いします。また、受け取り場所はここち テリア(つくば市羽成23-1)のみとなります。

eucaleco@gmail.com (共有なし) アカウントを切り替える

*必須

注文番号 *

回答を入力

お名前 *

回答を入力

受け取り日時 *

- 11/2 9:00-12:00
- 11/7 9:00-12:00
- 11/21 9:00-12:00
- 11/23 9:00-12:00

何かご不明な点があればお書きください

回答を入力

[redacted]様

この度は、育てるタイムカプセル"Plantime "のご購入ありがとうございます。
模擬会社ユーカレコの松本です。
ここち テリア(つくば市羽成23-1)での対面受け取りにてご注文を承りました。

対面受け取りの日時について以下のURLより、回答をお願いいたします。
https://forms.gle/eEerUgLL4eKuE9DY8
アンケートにお答えいただけますと、受け取りの際のお渡しがスムーズになります。

また、対面での受け取りではなく、郵送へ変更される場合はお早めにご連絡ください。

ご不明な点などがございましたら、お気軽にお知らせください。
今後ともユーカレコをどうぞよろしくお願いいたします。

……

■ ユーカレコ
BASEショップ：https://reabiz204.base.shop/
公式ホームページ：https://eucaleco.wixsite.com/website-1/

メールアドレス：2shop04@reabiz.jp

ご注文は24時間受け付けております。
お問い合せについては、通常2営業日以内にご連絡いたします。

ご不明な点などございましたら、いつでもお気軽にお問い合わせください。

……

※本メールにお心当たりがない場合は、お手数ですが
下記に記載しておりますメールアドレスまでご連絡ください。
2shop04@reabiz.jp

※誤って店頭受け取りを選択されたお客様へは着払いにて発送することへ変更した
10/21　納品書の有無についてメンターへ質問
→2人の社会人メンターから同封されていたほうが親切とアドバイスをいただく。
・納品書はBASE機能を用いて作成
・手売り用の別フォーマット作成
※プレゼント用の場合はメールにてお客様へ確認を取ることとした。
11/1～　BASEお客様対応
BASEの発送完了メール、その他問い合わせ(公式LINE)への対応
お客様へのトラブル対応は「6.事業におけるトラブルへの対応」へ記載
11/1～　BASEショップと手売りの販売個数を合わせた在庫管理
→観葉植物は状態が変化しやすいため、随時、在庫数を確認することで状態の良い商品をお届けできるように努めた。
11/1～　販売個数の試算
残り何個販売すると損益分岐点となるのか経理部へ計算を依頼
それを元に、マーケティングや商品の追加受注の有無を検討

→現在の在庫のままで決定
11/8　購入者アンケートの回答結果開示請求
お客様の声を知るために、メンターと連絡を取り購入者アンケートの回答を開示していただくよう要請した。
お客様にいただいた回答は、その後の梱包や経営の参考にした。
11/24　店頭受け取りフォームに関するご意見
受け取り日程の質問欄についてすでに日にちが過ぎているものを修正するべきとのご意見をいただいた。その後、直ちに回答フォーム・BASEページの変更を行った。
11/28　チラシのポスティングについて確認
営利目的のチラシポスティングについて法律や条例に違反しないか確認を行い、以下のことをメンバー間で共有した。
・管理人のいるマンションへは許可撮りを必ず行う
・「チラシ投函禁止」の家を必ず確認する
11/30　購入者アンケート回答お願いメール
リアビズ本部よりBASE運営用にいただいた2shop04@reabiz.jpからメンバーが作成していないメールの送信を確認した。これについてメンターへ確認を行った。
後日、リアビズ運営側からの送信だったことが判明した。
このような行為はお客様への信頼問題へつながりかねないため、今後のユーカレコへの事前連絡をお願いした。

○経理部

8/6　登記申請書・定款・借入申込書に必要事項を記入、のちリアビズ運営へ送付
8/14　収支計画表をexcelにて作成
商品の原価・仕入先などのデータから収支シミュレーションができるようにした。

		製造	セット個数	税込み価格(円)	購入数	送料(円)	税込み価格×購入数+送料(円)	仕入れ個数(セット個数×購入セット数)	一個当たり単価(J列÷K列)
セット内容	植物の苗	山本	11	3080	9	0	27720	99	280
	カプセル本体	クレ	108	4158	1	0	4158	108	39
	カプセル蓋	クレ	108	1426	1	0	1426	108	14
	植木鉢	ヤマ	1	248	99	660	25212	99	255
	鉢の受け皿	ヤマ	1	96	99	0	9504	99	96
	土	株式	99	39204	1	3000	42204	99	427
	底石	モノ	10	769	10	0	7690	100	77
	シリカゲル	モノ	100	340	1	0	340	100	4
	説明書	ラク	100	2827	1		2827	100	29
梱包	段ボール(外装)	アー	100	12800	1	3300	16100	100	161
	段ボール(緩衝さえ)	アー	100	6080	1		6080	100	61
広告	Youtube広告		1000	1000	20		20000		
	ビラ	ラク	1000	2961	1		2961		

支出合計	166222
商品1個の原価	1443
商品1個の売値	3480
売上個数	99
売り上げ総額(売値×個数)	344520
利益(売上総額-支出合計)	178298

原価	1443
売値	3480
一個当たり利益	2037
1個あたり利益率	0.585344828

8/23　オンラインセミナーにて財務諸表について学んだ。
8/26　顧問の先生に銀行口座を開設していただく
（臨時休校中だったため、キャッシュカードは後程受け取った）
9/1～　販売目標を60個にするか、100個にするか
損益分岐点を考慮しながら全体で話し合い
→100個で決定
9/24　物流サービスに見積もり相談
9/30　販売個数計画書を作成、提出

10/1～　全体：梱包を業者に依頼or自分達でやる
　　→自分達でやる方向で決定
10/4　　顧問の先生からキャッシュカードを受け取る
　　リスクヘッジの話
　　とりあえず何個仕入れるかシミュレーション
　　→60個に確定

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
1																			
2	製作個数(苗などの購入数)	99	99		99	99	99		99	99	99		99	99	99		99		99
3	リスクヘッジ（鉢などの購入数）	99	99		70	70	70		65	65	65		60	60	60		55		54
4	売り上げ個数	60	59		70	57	56		65	57	56		60	56	55		55		54
5	利益（円）	50	-3430		46364	1124	-2356		30684	2844	-636		15773	1853	-1627		93		-3043
6		損益分岐点60			損益分岐点57				損益分岐点57				損益分岐点56				損益分岐点55		ー
7																			

10/21　　土・鉢・カプセルの発注を仕入部から受けて入金
10/22　　これまで立替によって支払いをしていたので、メンバーに返済
11/1～　売上報告を随時更新
　　ダンボールの入金ミスがあったので対処
11/21　　手売り商品について、領収書を発行
12/1～　これまでの取引・決算まとめ
　　財務諸表に決算をまとめる

○仕入れ部

8月	○仕入先リサーチ・交渉・相見積もり
6日～31日	苗の仕入れについてのリサーチや、園芸店・花木センター・市場・農園・植物専門店への見学、ご相談、交渉　（現地7カ所・電話19件・メール21件） →内容：品種、サイズ、価格、配送、寄せ植えについて、見積もり等
14日～31日	植木鉢の仕入れについてのリサーチや、ホームセンター・ネットショップへの見学、ご相談、交渉　（現地3カ所・電話4件・メール16件） →内容：素材・サイズ・色・価格・配送・見積もり等
18日～31日	カプセルの仕入れについてリサーチや、雑貨店・ガラス専門店へ見学、ご相談、交渉　（現地5カ所・電話6件） →内容：サイズ・材質・色・価格・配送・見積もり等
23日～31日	土の仕入れについてのリサーチや、製造所・研究所・ホームセンターへの見学、ご相談、交渉　（現地4カ所・電話3件） →内容：素材・内容量・価格・配送・見積もり等
27日	・ここちテリア様(植物を扱うお店)へ仕入れについてのご相談 （知人のため藁科が担当） →仕入れ先のご紹介や、植物を販売するうえでの注意事項について教えていただいた。 ・寄せ植えにするか1本にするかの検討 →詳細はその他へ記載
31日	・鉢の仕入れ先決定 →株式会社山岸　ヤマキシオンラインショップ様

9月	◯仕入先リサーチ・交渉・相見積もり
1日～8日	苗の仕入れについてのリサーチや、園芸店・花木センター・市場・農園・植物専門店への見学、ご相談、交渉　　(現地2カ所・電話8件・メール4件) →内容：品種・サイズ・価格・配送・見積もり等
1日～4日	ヤマキシオンラインショップ様とのご連絡　(メール3件) →内容：納入場所等が決まっていないため、10月に再見積もりをすることや、注文する際の内容の確認　等
1日～31日（11日～18日は学校のテスト期間のため中断)	カプセルの仕入れについてリサーチや、雑貨店・ガラス専門店へ見学、ご相談、交渉　　(現地9件・電話7件・メール7件) →内容：サイズ・材質・色・価格・配送・見積もり等
1日～6日	土の仕入れについてのリサーチや、製造所・研究所・ホームセンターへの見学、ご相談、交渉　　(電話1件・メール5件) →内容：素材・内容量・価格・運送・見積もり等
2日	・実験用サンプル作成. 商品の全体像の把握とカプセルのサイズを明確にするため、撮影用とは別に商品を試作した。 ・鉢底石の仕入れ先リサーチ(松本) ・ダンボールと物流業者リサーチ(中西) 　商品の変更に合わせてサイズを修正しながら値段比較 ・ここちテリア様のご紹介で市場、山本植物園へ訪問 （引き続き藁科が担当) →市場は、競りに希望する品種が入荷するかは不明確であったため、そこからの仕入れは断念。
3日	・土の仕入れ先決定 →株式会社ヰセキ関東甲信越　　つくば研究所様
5日	・植物の品種変更 メンバー間での意見が割れてきていたため、整理して話し合った上、変更した。
6日	・苗の仕入れ先を決定→山本植物園様 ・鉢底石メーカーへ電話交渉(松本) →モノタロウで購入することに決定
18日～30日	株式会社ヰセキ関東甲信越 つくば研究所様とのご連絡　(メール7件) →内容：袋のサイズ・発送期間等
20日	・山本植物園見学(中西・神保・藁科) →コーヒーの木1ケース(11本)を購入
22日	・植物の品種変更2 　山本植物園見学を踏まえて、そこにある在庫から仕入れるのか、注文して自分達が欲しい品種を手に入れるか等を話し合った上、変更した。
26日	・植物仕入れ1回目(篠崎・松本・藁科・中西・神保) →金のなる木・サンスベリアを各1ケース(12本×2)購入
28日	・撮影に使用する商品サンプル用の買い出し
10月	◯仕入れ先との連絡・(リスクヘッジの個数が決定次第)商品の仕入れ
1日～31日	ヤマキシオンラインショップ様とのご連絡　(メール26件)

	→内容：発送期間・再見積もり・発注・お支払い・汚損品についての連絡等
3日	・カプセルの仕入れ先決定 →株式会社クレンリー様
3日～31日	株式会社クレンリー様とのご連絡　(電話2件・メール24件) →内容：色・サイズ・価格・配送・お支払い・(再)見積もり・発注・検収結果等
10日	・植物仕入れ2回目(篠崎・中西) →パキラ２ケース(12本×2)・オーガスタ２ケース(11本×2)・サンスベリア1ケース(12本)・アルテシマ1ケース(11本)を購入
3日～27日	・ジップロック購入(1箱100枚入り) 株式会社ヰセキ関東甲信越　つくば研究所様とのご連絡　(メール12件) →内容：再見積もり・発注・お支払い・納品日時の変更・検収結果等
14日	・再見積もり(土・植木鉢，鉢皿)
16日	・注文書送付・発注(植木鉢，鉢皿)
17日	・プレミア版用の鉢底ネットを購入
18日	・注文書送付・発注・請求書受け取り(土)
19日	・再見積もり・注文書送付・発注(カプセル)
20日	・請求書受け取り(カプセル)
21日	・発注(プレミア鉢・段ボール)
24日	・発注(鉢底石・シリカゲル・OPP袋)
25日	・商品受け取り(カプセル) ・検収(カプセル108個)
26日	・商品受け取り(土・植木鉢,皿・鉢底石・シリカゲル・OPP袋)

注　文　書

PURCHASE ORDER

株式会社山岸
ヤマキシオンラインショップ　御中
卯尾 様

下記の通り注文いたします。

注文日：令和3年　10月　16日

江戸川学園取手高等学校
模擬会社ユーカレコ
〒302-0025
茨城県取手市西1丁目37-1
TEL：0297-74-8771
E-mail：eucaleco@gmail.com
担当：篠崎彩果

納品希望日：　10月26日
ここちテリア
納入場所　：　(〒305-0857 茨城県つくば市羽成23-1)
支払い方法：　銀行振込

合計金額　¥21,300（税込）

品名・品番		数量	単位	単価	金額
アップルウェア　クラフトポット　21型　ホワイト	(4905980140868)	30	個	¥248	¥7,440
アップルウェア　クラフトポット　21型　ダークブラウン	(4905980140882)	30	個	¥248	¥7,440
アップルウェア　クラフトプレート　21型用　ホワイト	(4905980432567)	30	個	¥96	¥2,880
アップルウェア　クラフトプレート　21型用　ダークブラウン	(4905980432581)	30	個	¥96	¥2,880
送料（関東地域）			件		¥660
				合計金額	¥21,300

備考

29日	・商品受け取り(プレミア鉢・段ボール)
	・検収(土・植木鉢・鉢皿・プレミア鉢)
30日	・植木鉢の汚損品についての連絡
	→汚損品内容：傷や着色・白い線がいくつか散見された。
	→配送時についてしまうものだと考えられるとのことで、交換品を受け取ることになった。
31日	・受領書郵送(土)
11月	○汚損品対応(その他は代表してビラ配りと結婚式場との取引に専念)
1日～19日	・ヤマキシオンラインショップ様とのご連絡　(メール19件)
	→内容：汚損品についてのご連絡とその後の対応
17日	・植木鉢の汚損品回収＆交換品受け取り・検収(神保)
12月	○土の在庫が足りなくなったため、新たに仕入れできるかどうかの連絡(メール4件)
1日～3日	→結果的に、新たに仕入れすると梱包日までに発送が間に合わないため、一部のお客様(メンバーの知人)に土の同封なしで価格を変更して売ることで、持っていた在庫だけで全て対応が可能になった。
	※仕入れメール送受信
	計148件

＝＝＝＝＝＝それぞれの商品について仕入れを決定する際の流れと選考基準＝＝＝＝＝＝

〈苗〉仕入れ数：104本

8月から仕入れ先を見つけるため、様々なところに現地・電話・メール交渉。
仕入れ候補先としては、生産地がベストであったが、見つけるのは困難であった。そのため、実際に足を運べる範囲の中で観葉植物を扱っている場所や、人気の植物ネットショップが仕入れている市場の数カ所に相見積もりをお願いする。
その後値段等の比較の上、豊明市場様に絞ったが、メンバーの知り合いだったここちテリア様に山本植物園様を紹介していただき、実際に苗も拝見できて値段も安いことから、仕入先を決定。
販売した6品種は、初心者向けのものや、見た目・特徴のある効果などによって人気のものから選出。

＊パキラ

暑さや乾燥に強く、病害虫がつきにくいといわれ、初心者にも育てやすく人気がある植物。【花言葉：快活・勝利】

＊オーガスタ

扇のように広がる大きな葉は厄除けの効果もあり、場のエネルギーを活性化することから人気のある植物。【花言葉：輝かしい未来・温かい心】

＊サンスベリア

暑さや乾燥に強くて育てやすい上に、豊富なマイナスイオンも放出してくれることから人気のある植物。【花言葉：永久・不滅】

＊コーヒーの木

赤い果実はチェリービーンズと呼ばれ、その中にある2つの種がコーヒー豆として利用されることから、親しまれている植物。【花言葉：一緒に休みましょう】

＊金のなる木

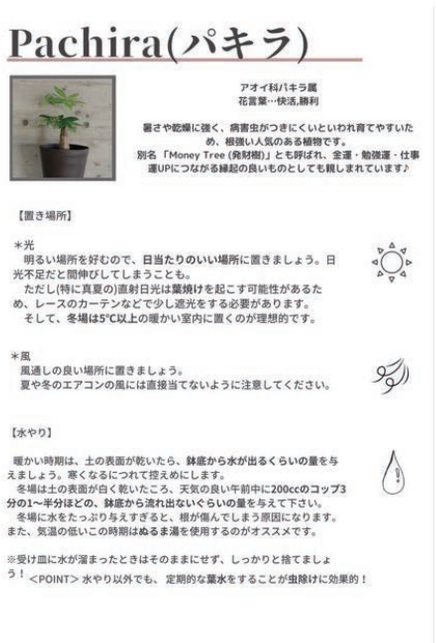
乾燥や低温などの厳しい環境にも適応する、丈夫な多肉植物。

【花言葉：一攫千金・幸運を招くなど】

＊アルテシマ

葉脈と葉の淵を明るい黄色の斑が彩る、かわいらしい大きな葉が特徴で人気の植物。【花言葉：永遠の幸せ】

また仕入れ後、さまざまな生産者や専門家の方のお話をもとに、以上6品種の生育説明書を作成した。


Pachira(パキラ)

アオイ科パキラ属
花言葉…快活,勝利

暑さや乾燥に強く、病害虫がつきにくいといわれ育てやすいため、根強い人気のある植物です。
別名「Money Tree（発財樹）」とも呼ばれ、金運・勉強運・仕事運UPにつながる縁起の良いものとしても親しまれています♪

【置き場所】

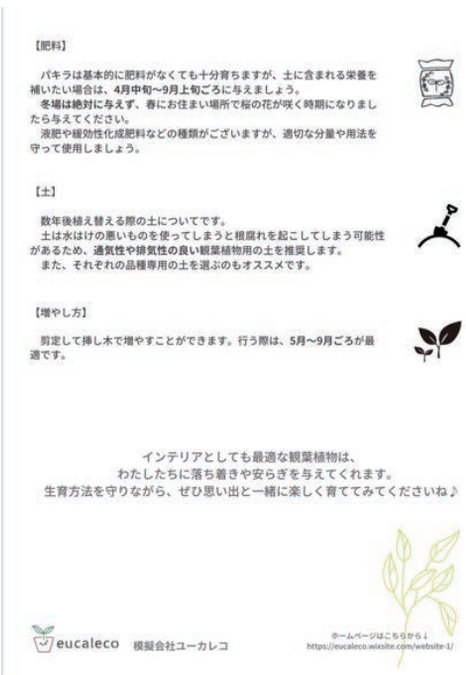
＊光
明るい場所を好むので、日当たりのいい場所に置きましょう。日光不足だと間伸びしてしまうことも。
ただし(特に真夏の)直射日光は葉焼けを起こす可能性があるため、レースのカーテンなどで少し遮光をする必要があります。
そして、冬場は5℃以上の暖かい室内に置くのが理想的です。

＊風
風通しの良い場所に置きましょう。
夏や冬のエアコンの風には直接当てないように注意してください。

【水やり】

暖かい時期は、土の表面が乾いたら、鉢底から水が出るくらいの量を与えましょう。寒くなるにつれて控えめにします。
冬場は土の表面が白く乾いたころ、天気の良い午前中に200ccのコップ3分の1～半分ほどの、鉢底から流れ出ないぐらいの量を与えて下さい。
冬場に水をたっぷり与えすぎると、根が傷んでしまう原因になります。
また、気温の低いこの時期はぬるま湯を使用するのがオススメです。

※受け皿に水が溜まったときはそのままにせず、しっかりと捨てましょう！ <POINT> 水やり以外でも、定期的な葉水をすることが虫除けに効果的！


【肥料】

パキラは基本的に肥料がなくても十分育ちますが、土に含まれる栄養を補いたい場合は、4月中旬～9月上旬ごろに与えましょう。
冬場は絶対に与えず、春にお住まい場所で桜の花が咲く時期になりましたら与えてください。
液肥や緩効性化成肥料などの種類がございますが、適切な分量や用法を守って使用しましょう。

【土】

数年後植え替える際の土についてです。
土は水はけの悪いものを使ってしまうと根腐れを起こしてしまう可能性があるため、通気性や排気性の良い観葉植物用の土を推奨します。
また、それぞれの品種専用の土を選ぶのもオススメです。

【増やし方】

剪定して挿し木で増やすことができます。行う際は、5月～9月ごろが最適です。

インテリアとしても最適な観葉植物は、
わたしたちに落ち着きや安らぎを与えてくれます。
生育方法を守りながら、ぜひ思い出と一緒に楽しく育ててみてくださいね♪

eucaleco 模擬会社ユーカレコ

ホームページはこちらから↓
https://eucaleco.wixsite.com/website-1/

（表）　　（裏）

〈鉢〉仕入れ数：ホワイト30個・ダークブラウン30個・プレミア10個

形や色、素材など様々な特徴を持った鉢の案が出た結果、シンプルさを重視し、値段も比較的安いプラスチックものを選出。その後相見積もりの上、仕入先を決定。

プレミア版については、通常版とは違った客層等の需要を狙って取り入れることを決定。

※この決算短信内では「植木鉢→通常版」「プレミア鉢→プレミア版」を指しています。

〈土〉仕入れ数：60袋

植物の性質を考慮してなるべく根腐れを防ぐため、(鉢の素材もプラスチックのため通気性が少し劣ることから)小粒の赤玉や鹿沼土・パーライトなどが調合された通気性・排水性の良い観葉植物の土を選ぶ必要があった。

それを探した結果、ちょうど条件にあった土を発見。また、1Lあたりの値段も他と比べて最も安かった。しかし、その土を販売する会社では、弊社が必要とする4Lの容量では売っていないことが判明し、特注をしていただけないか交渉。

結果、ご親切に特注を許可していただき、ぜひ私達を応援したいとのことから、ありがたいことに送料も無料にしていただいた。

〈カプセル〉仕入れ数：ロット数により108本
前例のない、植木鉢に観葉植物を植えた隙間に適応したカプセルのサイズを実際に試作するなどして模索した結果、「直径5cm・高さ11cm(誤差前後5mm)」のサイズを探すことを決定。
容器の材質は密閉性と錆びにくさを考慮した上で、ガラスボトルに決定。
現地やネットでリサーチをした結果、求めるサイズがなかなか見つからず難航したが、許容範囲に含まれるサイズのものをやっと4つ見つけ、相見積もりやサンプルを取り寄せるなどをした結果、安くてしっかりとした12角のガラスボトルを選んだ。
　また、蓋は錆びにくいブリキを選んだ。
〈シリカゲル〉1袋(100個)
カプセル内での結露でお客様が中に入れる大切なものを濡らしてしまわないように、シリカゲルも入れることに。
〈鉢底石〉60個
土と同じく、通気性・排水性を良くするため、入れることに。また、鉢に入れやすいように個包装のものを選出。

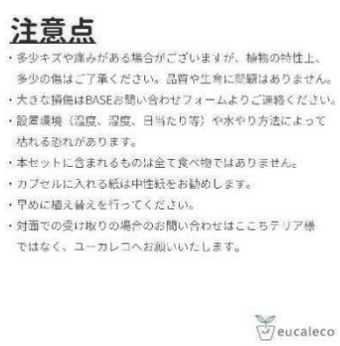
○広報マーケティング部

7,8月はSNSについての構想
どのSNSを利用するか、どの層をターゲットにするか、どのようなテイストで投稿するか、運用方針について話し合いを行った。

8/1　ターゲット決定
→幼稚園児、保育園児をもつ保護者・学生
8/23　第1弾プレスリリース完成
→言葉遣いの訂正
・主語を統一すること
・送付方法はメールではなくFAXのほうがみられやすい
slackにてメンターの方から上記のアドバイスをいただいた。
8/25　第一弾プレスリリース送付
リアビズの1次審査に通過し、11月より商品を高校生が販売することを記載。
この段階で、学校や個人のFAXを使用することができなかったため、電話で1度ご連絡し、そのあとに郵送またはメールにて送付した。
同じ学校のグルックさんと共同のプレスリリース提出を検討したが、メンバー間の方向性が異なるという意見により、却下。茨城に支社のある新聞社様へ送付を行った。
8/28　公式LINE開設
新聞への掲載や商品の発売開始に全体へメッセージを配信
その他、お問合せの対応フォームにも活用
8/31　活動報告動画完成
9/3　Instagram,Twitterの開設、初投稿
9/24　Twitterアカウントの凍結
問題の凍結ツイート(麻薬について)即座に凍結解除の申請を送信
そして9月29日、10月５日、10月6日に計4個の新アカウントの開設を試みる
→即凍結される。そして全員で話し合い、新アカウントの開設を断念(凍結されているのにほかのアカウントを開設するのはルール違反のため)
9/29　サンプル写真撮影

10/8　　茨城新聞社様からの取材
10/9　　ビラの設置配布場所リサーチ
10/9　　商品動画構成決定
10/11　BASE用商品写真構図決め
　　BASEショップの写真に関する講座を踏まえ、商品紹介写真を以下のような構成とした。

セット内容



①商品サムネイル
②植物の詳細
③ダークブラウンの植木鉢
④セット内容
⑤Plantime の作り方
⑥商品に関する注意点
10/18～10/28 ビラの設置配布交渉
10/18　江戸川学園取手小学校訪問
10/19　つくばラヂオ様　つくば夕方発信中　出演
10/19　商品動画撮影　梱包方法確認
10/21　公式youtubeチャンネル開設
　　→“Plantime ”の作り方動画を掲載
10/20～23　ビラ配布
10/21 第2弾プレスリリース送付
以前、送付したメディアに加え、地元情報誌等へFAXを用いて送付
11/5　手売り販売の交渉
11/13　茨城新聞に掲載される

2021年（令和3年）11月12日　金曜日　茨城新聞

グランプリ狙う
模擬起業 2グループ1次審査突破
江戸川学園取手高

取手市西の江戸川学園取手中・高（山本宏之校長）の高校1年生の二つのグループが「高校生模擬起業グランプリ」の1次審査を突破し、現在、それぞれ模擬会社を設立しネットショップで商品を販売している。生徒たちは「貴重な体験なので頑張りたい。グランプリも狙いたい」と意気込んでいる。

大会は、認定NPO法人の金融知力普及協会（東京）が主催し2回目。高校生グループが実際に資金を使い会社経営を体験する。

今大会では、全国から応募があった中から計10グループが企画などが評価される1次審査を通過した。グループには開業資金が出され模擬会社を設立し、ネットショップで約1カ月商品を販売。終了後の来月には決算書類を提出するなど会社経営を体験する。一連の運営が評価対象となり、来年1月にグランプリが決まる。

同校の2グループは「ユーカレコ」（6人）と「グルック」（8人）。

ユーカレコの商品は「Plant-me」（3480円+送料）。観葉植物にタイムカプセルを埋め、誰にでも、手軽にタイムカプセルを体験してほしいと考えて企画した商品。6種類の観葉植物から選べる。プレミア鉢も用意してある。

グルックは廃棄される野菜を考え、廃野菜を使って作った「グルソープ」（2個1セット690円+送料）。「赤+紫」「緑+白」「オレンジ+黄色」の3種類で、「宝石石鹸」として、見た目を楽しむことができる雑貨品となっている。

ユーカレコの松本愛伴さん(16)は「グループの皆それぞれが得意なものがあって、それが合わさり大きな力になっている。いろいろな大人の人たちと関われたことも大きい」、グルックの小松風雅さん(16)は「グループで問題を乗り越えたり、農家や社会の人たちと触れ合うことができた。この活動を通して起業の一端を体験できれば」とそれぞれ話した。

商品の購入は、同グランプリ（リアビズ）ホームページ https://reabiz.jp/などで受け付けている。（黒羽根勝弘）

「高校生模擬起業グランプリ」の1次審査を突破し、模擬会社で販売している商品をPRする2グループの生徒たち＝取手市西の江戸川学園取手中・高

2021/11/12(金)茨城新聞より

11/15　ヤフーニュースに載る

11/19　つくばラジオに出演

11/18～11/24　ビラの設置配布交渉第2弾

11/19～　全体：これからの運営方針

　　　　　→ブラックフライデーセールを採用

11/28　ビラのポスティング

作ったもの

・HP

wixを利用しホームページを作成した

必要な情報を乗せるためにヒアリングを行ったり何度も試行錯誤した。

閲覧数の統計とその分析をした。

・チラシ

初版2000部＋第二版1000部をデザインしラクスルで印刷した。

配布したことによってどんな効果が得られたか分析した。

・動画

合計２つの作成

商品紹介動画、説明動画（HP上で公開）は実際に購入を検討される人を意識して作った。

できるだけクオリティの高い普通の企業と比べても遜色ない動画を作りたかった

〈紹介動画について〉

まずは、商品のイメージをとらえてもらうために、実際にカプセルに入れるような写真を使った演出カプセルを作っているような演出を入れた。次に商品の説明をし、好奇心を満たします。そして最後にメッセージ性のある言葉を入れることで心を動かそうとした。

〈説明動画について〉

購入を検討している人に、実際に作っている様子を見てもらうことで、商品のイメージをつかんでほしいという意図で作成した。

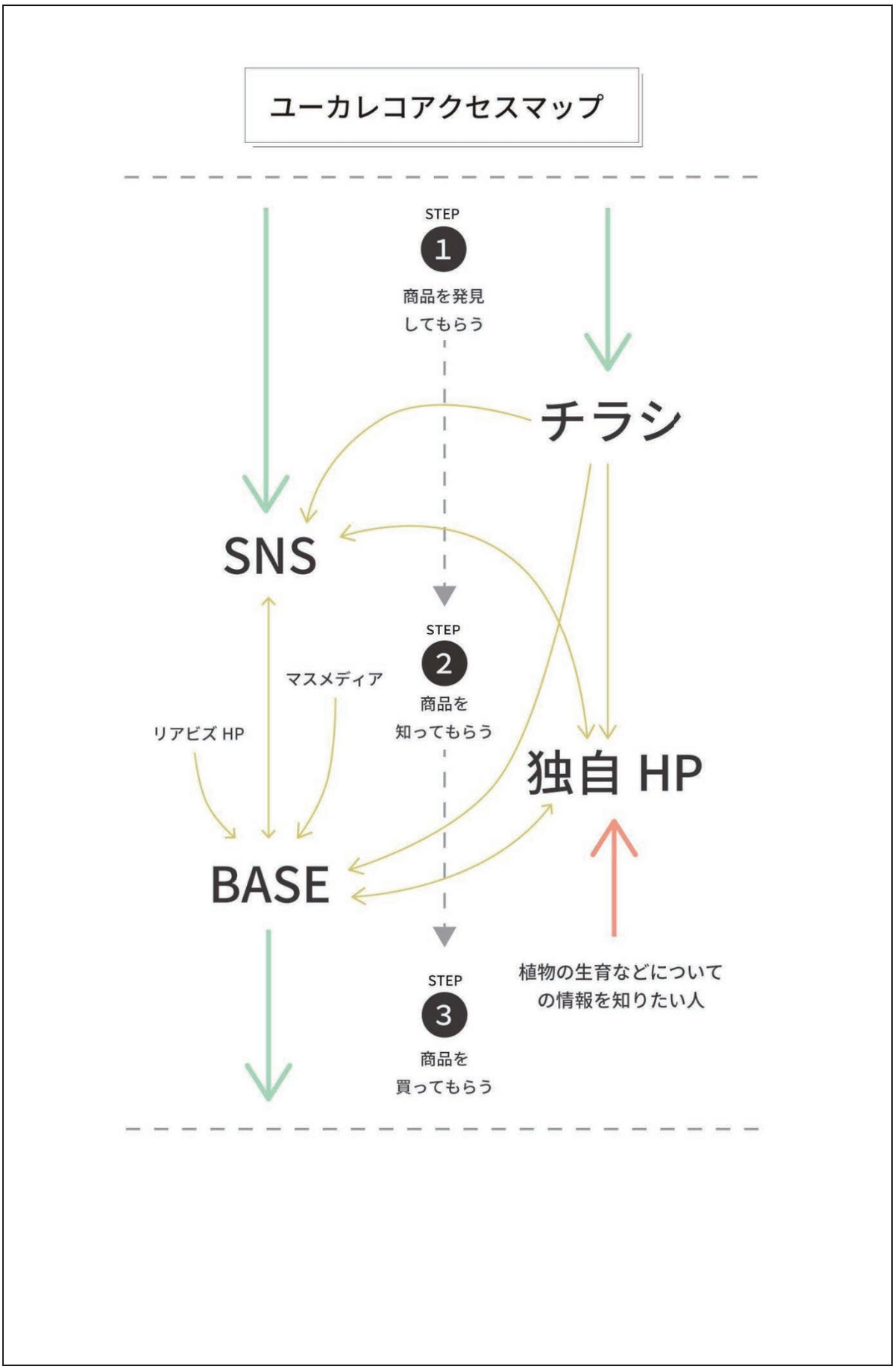
ここだけにとどまらないが撮影技術、編集技術に関してもたくさん勉強した

以下より、文字での説明が困難で図を使うため時系列が分かりにくいところがあります。

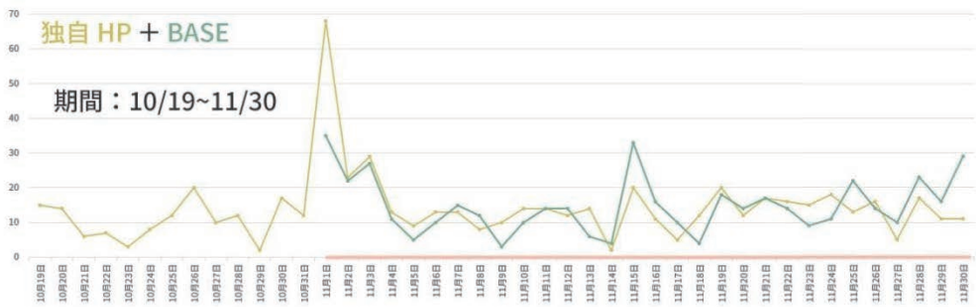
広報媒体の比較

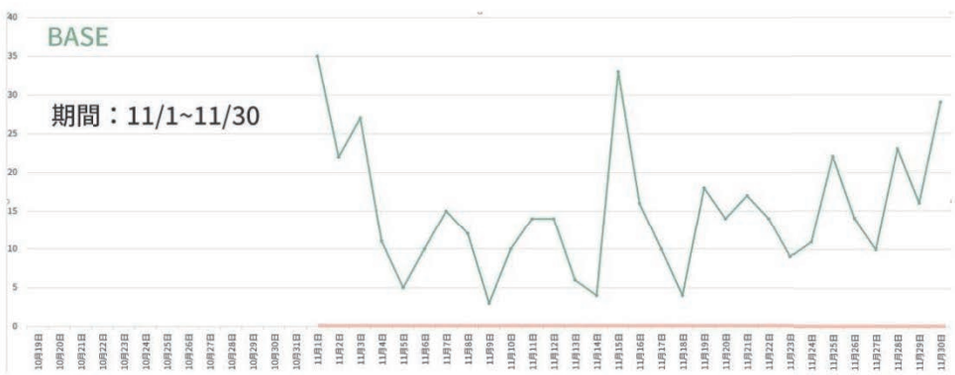
	SNS	チラシ
方法		
費用	◎ 特にお金はかからない（広告を打たなければ）	△ 印刷代がかかる
新規顧客	△ 不特定多数にアプローチするのは大変	◎ 興味のない人の目にも入る
情報量	○ 多くの情報を得られる	△ 紙面上の情報は限られる
情報の更新性	◎ 常に新しい情報を発信	△ 情報は変わらない（一回だけ更新した）
コスト	△ 更新し続けるのは大変	△ デザイン・おいてもらう場所の交渉、などが必要
メッセージ性	△ わかりずらい	◎ きちんと伝わる

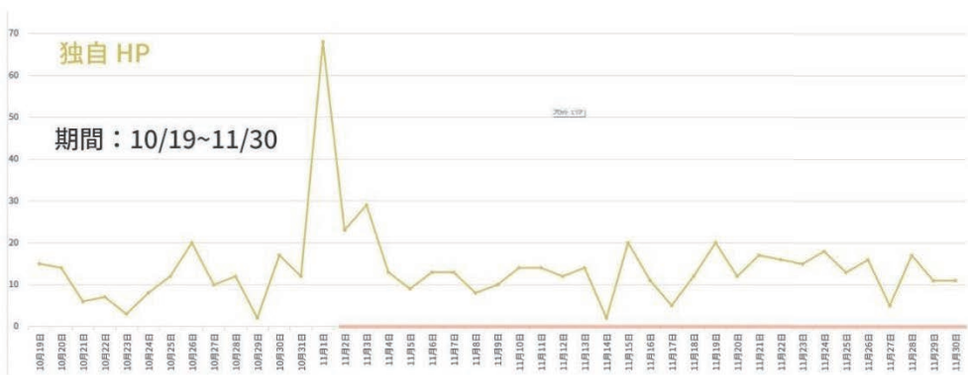
ターゲットが「幼稚園・保育園の子供を持つ親」・「学生」なので
SNS・チラシの両方をマーケティングに使うことにした。


ユーカレコアクセスマップ
STEP
1
商品を発見
してもらう
チラシ
SNS
STEP
2
商品を
知ってもらう
マスメディア
リアビズ HP
独自 HP
BASE
STEP
3
商品を
買ってもらう
植物の生育などについて
の情報を知りたい人

各サイトアクセス数の統計

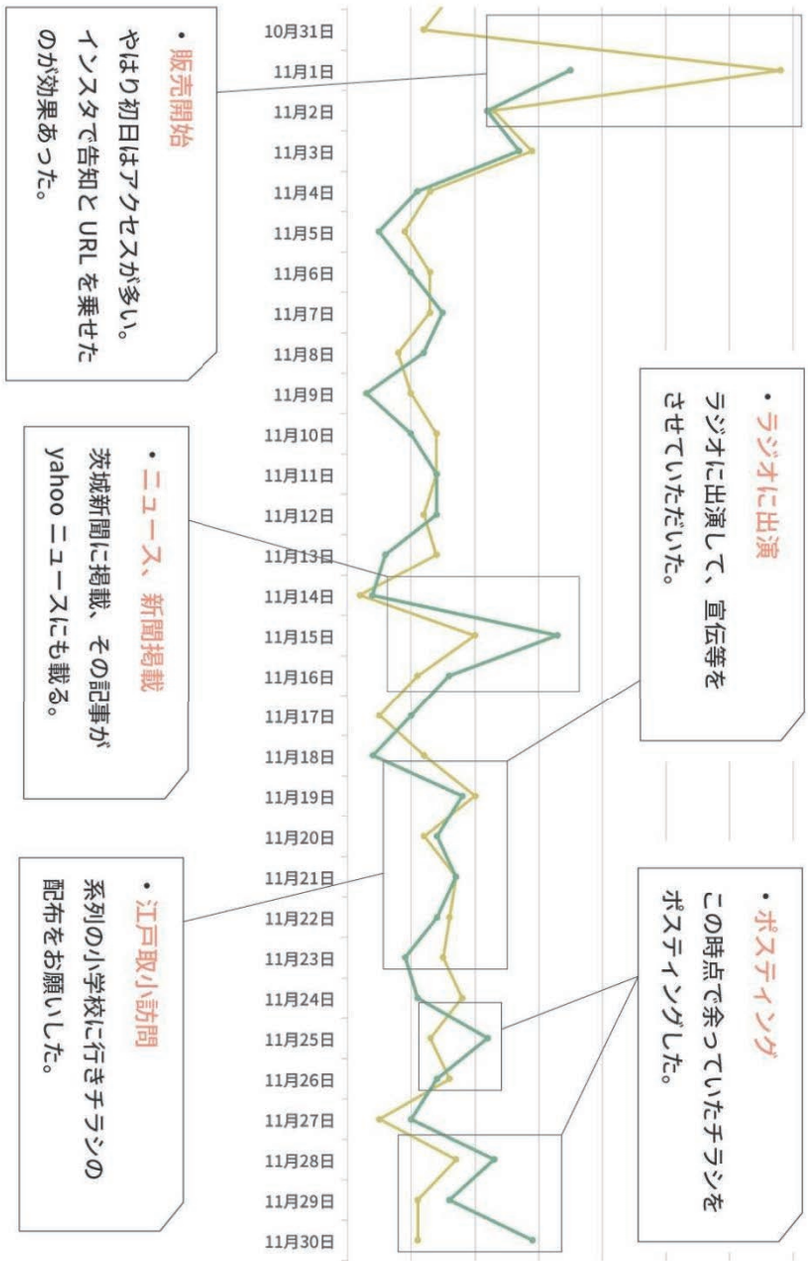






各サイトアクセス数の統計

※比の関係上見やすくするために横向きにしています



江戸川学園取手高校
1年生が起業！
思い出を植えよう。
おうちでタイムカプセル 作ってみませんか？
“plantime”は観葉植物型のタイムカプセル。
家族や友達とも手軽にタイムカプセルを
作ってみたいというある高校生の思いから生まれました。
必要なのはこのキットと「未来に届けたい思い」だけ。
たったそれだけで特別な体験をすることができます！
11月限定販売！
［販売期間］ 2021 11/MON 01 → 11/TUE 30
育てるタイムカプセル
“Plantime”
ネットショップBASEで販売！
本体価格3480円＋送料
こんな人に
タイムカプセルを作ってみたいという人
子供や孫の成長を家族で見守りたい人
かなえたい目標を持っている人
友達との大事な思い出を保管したい
模擬会社
ユーカレコ
商品に関する疑問点などありましたらHPのフォームもしくは
公式LINEまでお気軽にお問い合わせください。
各種SNS、BASEのQRコードは裏面下にあります。
さらに詳しい内容
追加情報はHPまで！
ユーカレコ 検索
https://eucaleco.wixsite.com/website-1
裏面へ

“Plantime”とは

新感覚！

「観葉植物」
植物園から直接買い付けた苗です。
苗は数種類から選択可能になっています。
初心者の方でも育てやすい品種を選びました。

＋

「タイムカプセル」
友達と、親子で、大切な人と
思い出の品や写真、未来の自分への手紙
などをカプセルの中に詰めます。

「植木鉢」
植物、タイムカプセルを植木鉢に植えます。
取り出すのは植物の植え替えが必要になる
約３年後です。

完成！

・・・などを組み合わせた
「タイムカプセルを作る体験」
ができる商品のこと！

BASE

商品の購入はユーカレコ
公式 BASE へ！

ユーカレコ　BASE　検索

100 個限定となっておりなくなり次第終了です。

私たちについて

私たちはリアビズ高校生模擬起業グランプリに参加している江戸川学園取手高校１年生6人の模擬企業です。
リアビズとは、高校生が自分たちで考えた商品を実際に販売する会社を運営するプログラムのことです。
高校生が1から作り上げたeucalecoの応援・商品の購入よろしくお願いします。

Twitter　Facebook　Instagram　LINE

表

POINT

商品がイメージしやすいように大きな写真を配置。さらに吹き出しの形にトリミングする事で「思い出」というテーマを伝わりやすくした。

POINT

商品の情報（主に数字）を中央に集約。
一目でわかるように。

POINT

レイアウトを工夫し、見てくださる人の視線を誘導。見やすいようにした。

POINT

高校生が起業していることをアピール
（配布地域を考え江戸川学園という言葉も）

POINT

タイポグラフィを使いメッセージを際立たせた。「えっ？どういうこと？」と思わせられるように抽象的な言葉を選んだ。

POINT

誘導した視線の最後に独自 HP の QR コードを配置。もっと情報がほしい人に。

裏

POINT

商品を図を用いて簡略化して書くことで、この商品で何が重要なのか、いったいどういう事なのかを伝える。

POINT

BASE 販売ページへの QR コードを大きく配置。第一版では小さかったが改善することでサイトへの流入が増えた。こだわりは検索ボックスのデザイン。

POINT

子供が作っている画像など実際に商品を買っていただいた想定した画像を使用することで、親近感を持ってもらう。

POINT

興味を持って最後まで読んでくださった人に最後の一押し。

POINT

各 SNS へのリンクをまとめて配置。ロゴの使用に関する規定が難しかった。

○その他

7月
20日　Gメールアカウント作成
27日　他社研究
29日　メンバー写真撮影

8月
6日　商品の見直し
・カプセル、苗、鉢の大きさについて。
→植物をどこに置くか、カプセルに何を入れるかなど、使用シーンを考慮して検討。
・商品及び起業のストーリー性について　地方創生or社会貢献
→植物の売買が人々に与える影響について調べ、マーケティングに活かせないか考える
・売上を寄付するか、またするとしたらどこにするか
22日　売上金の子供食堂への寄付を検討
→売上金の寄付は1つのセールスポイントとして活用できるが、”Plantime ”との関連性が薄くなってしまうため、断念。

27日　観葉植物を一本にするか寄せ植えにするか検討
→寄せ植えの場合、植物どうしの根が絡まりやすく栄養が片寄ることや、同じ鉢で育てられる期間が短いことから、できるだけ長期間育てることを目指しているこの商品にとっては1本の方が良いという結論

9月
23日　グルックさんとのコラボ提案
・お互いの商品へのビラ同封
・SNS・BASEショップでのキャンペーン実施
上記の事項についてコラボを提案したが、お断りされた。
25日　テスト販売の検討
運営より、テスト販売は手売りで全体の1割以下との指示があった。
商品の特性上、手売りでのテスト販売は効果が薄いと判断し、行わない。
25日　予約販売の検討
学生メンターの方へ予約販売の詳細に関する質問を行う
↓以下ユーカレコからの質問引用↓

予約販売についての質問です。
baseのアカウントをいただいた際、販売開始は11月からとのことでしたが、予約販売の開始期間とその期間に受けた注文の発送時期について全体での決まりなどはありますでしょうか。
よろしくお願いします。

↓以下メンターからの引用↓

ご連絡が遅くなってしまい申し訳ございません。

①まず、予約販売の開始期間ですが、こちらに特に決まりはございません。
ただし、予約販売をスタートした場合、商品価格や仕様などについての変更が難しくなることを理解したうえで、スタートの時期を計画していただければと思います。
②発送時期についてですが、発送は本発売と同様、11月以降となります。なお、予約があった分の梱包を先に行っておくことは可能ですが、事前に予約を受けていても改めてBASEで注文をしてもらう必要があります。
なお、BASEのショップ公開は11月からとなっているため、予約販売はまず、メール等で注文内容をご連絡いただくことになるかと思います。よろしくお願いいたします。
上記の連絡があり、メンバー内で検討

予約販売時はBASEショップを利用できず、他サイトを準備しなければならないとのことで、費用対効果が得られないと判断。予約販売は実施しないこととした。

10/21　他企業がBASEにて予約販売を開始
→これについてメンターミーティングで質問
運営に問い合わせていただくことになった。

10/25 事務局鈴木様よりslackで連絡
↓以下鈴木様からの文章↓

【予約販売について】BASEの機能を使用して予約販売を行う事は可能です。やり方などは各自で調べて実装してください。なお、手売りの予約販売を行いたい場合、現金などを事前に預かることはトラブルに繋がるので
避けて下さい。予約のみを受付け、販売期間内に現金と引き換えで商品を渡すという事であれば問題ないと思います。

当初の案内と異なり、予約販売が許可されると判明。
しかし、販売期間まで残り1週間を切っており、今後のスケジュールを変更できないため、予約販売は断念。
運営側の情報提供を確実にしていただきたい。

9月続き
24～27日　撮影用レンタルスペースのリサーチ(篠崎・藁科)、見学(篠崎)
29日　　梱包シミュレーション
植物の大きさとその他同封品の大きさ・重量を踏まえて、以下のことを決定
・段ボール：267 x 267 x 620 ㎜(120サイズ)
→段ボールの底が抜けてしまうことを考慮し厚さは5㎜
・植物は気泡緩衝材(プチプチ)を使用して葉や茎の損傷を防ぐ
・同封品レイアウト
30日　　プレミア鉢案の吟味

10月
6日　　仕入れ個数、販売価格の相談

植物の仕入れ・販売を行っているここちテリアの浅野さんへ植物の価格設定の基準をお聞きした。
28〜31日　鉢底石、説明書梱包(松本)

11月
3・7・17・21・23・28日　商品の梱包(全員)
→その後ヤマトまで持参(藁科・中西)
18日　12月以降の在庫どうするかを検討
・リスクヘッジを行っていない観葉植物について40個ほど在庫が発生
→一部は葉の病気や形が悪く販売は不可能
・形の良い商品については販売終了後一定期間、クレームや商品の交換時用に保管
20〜30日 結婚式場との取引　(内容提案：全員　交渉：篠崎)
商品を工夫してブライダルに寄せることで、結婚式を挙げた新郎新婦へのプレゼントとしてお買い上げくださるとのご契約。当初15個程度購入される予定でしたが、後に先方のご都合と在庫状況との兼ね合いにより、7個に変更。
また、ブライダル用への工夫点として、先方の希望で話し合いを踏まえた上、「結婚契約書」・「先方のロゴを印刷した、タイムカプセルの開封日を書き込める木製タグ」・「新郎新婦のお互いへのメッセージカード」等を提案しました。
結果、希望された「結婚契約書・ロゴ」はやはり無しにしてほしいとのことから、「日付のみのロゴを入れない木製タグ」と「メッセージカード」が採用されました。
28日　　チラシのポスティング

4. 決算サマリー
総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	¥344, 520	¥ 233, 538
経常利益	¥128, 298	¥ 43, 861

5. 経営成績に関しての説明
売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

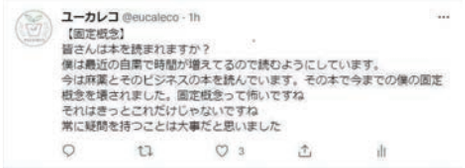
経常利益の実績が計画に対して伸び悩んだ理由について、大きく分けて以下の3点が考えられる。
・不適切な価格設定
1次審査の段階では、本体価格は2000円代、利益率は6割程度になるように、というメンバー間での目標があった。しかし1次審査通過後商品内容を変更していく中で、原価が高くなっていき、利益率を優先して価格を決めようとすると3000円を超えてしまうようになった。メンバー間で議論した結果、利益率を優先して3480円という価格設定になった。
しかしここで、商品のサイズが大きいこと、そのために配送料が高くかかってしまうこと、送料込みの値段が最安でも5000円を超えてしまうことが発覚した。このとき、本体価格を3280円に値下げすることで送料込の価格を4000円代に抑えるか、現行のまま3480円にするかにつ

いてもう一度議論を行ったが、値下げすることはなく3480円のままで正式に価格を決定した。
このように、安さよりも商品1個あたりの利益の大きさを優先して事を進めた。なぜなら、“Plantime”はタイムカプセルであるため需要が限定的であり、広く誰にでも購入を進められる、所謂薄利多売向けの商品ではないと考えたからだ。
しかしながら、本体価格3480円、送料込で5060円という数字は、学生はもちろんターゲットにしていた子育て世代にとっても簡単に手を出せる価格ではない。この割高な価格設定が、顧客の購買意欲を削いでしまう大きな原因になったと考えている。
・ターゲット戦略の乏しさ
“Plantime”は、「観葉植物×タイムカプセル」というこれまでに世の中に存在しなかった新しいアイデアを形にした商品である。だが、それ故にマーケティングの前例が乏しく、また自分達でも十分なマーケティング体系を築き上げることができなかった。
特に問題だったのは、商品のターゲットが遅い時期まで曖昧なままだったことだ。
“Plantime”のターゲットは学生、子育て世代、一人暮らしの大学生、孫を持つシニア世代など様々な案が出た中から、小さな子供を持つ子育て世代・ファミリー層に決定した。だが、数多考えられるターゲット層からなぜ子育て世代になったのか、その決定打に欠けていた。そのため、ＳＮＳやチラシでの宣伝において、ターゲットの意識がやや足りないような場面があった。
また、そもそも、ターゲットに子育て世代を選んだこと自体が最適解であったかどうか定かではない。
さらに、商品について、購入後どのような場面で使うかは消費者側が考えること、という態度で広告宣伝をしていたが、使用シーンをもっと生産者側が考えて消費者に提示できていれば、さらに需要を高められただろう。
・売り方の工夫
販売期間に入ってから数日後、商品の売れ行きが芳しくなかったので、その解決策として急遽店舗販売の検討と交渉を始めた。しかしながら、交渉を始めるのが遅かったために店舗販売をすることはできなかった。
また、11月下旬に、結婚式場からお客様へのプレゼントとして購入したいというお話があり、販売期間終了間際まで交渉を続け、結果的に商品4個の取引が成立した。この案件のように個人ではなく団体に向けて売り込むという戦略は、販売前には想定していなかったことだった。十分に準備期間を設けて結婚式場などの団体に売り込み活動をしていれば、更なる売上向上に繋がっただろうと思われる。
上記二件のように、「売り方の工夫」について販売前に十分な吟味ができなかった。
これは、商品内容の見直しと修正に時間がかかったためにマーケティングや広告の戦略を練る時間が少なくなってしまったためであると考える。

6. 事業におけるトラブルへの対応

事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

・twitter凍結
9/23以下の投稿後、アカウントが永久凍結となる。



凍結の原因はツイートの中で「麻薬」を助長するような表現が含まれていたことではないかと考えられる。ただ、twitter社からの返答はないため、正確な原因は不明である。
凍結判明後、すぐにtwitter社へ異議申し立てのメッセージを送信した。しかし、他の事例でもアカウントの復旧までに2週間程度かかっているため、新規アカウントを作成することとした。今までの経緯を説明した上で投稿を再開。
1日後に再び、新アカウントが凍結される。twitter社のルールを確認したところ、1度凍結したアカウントのオーナーが新アカウントでツイートを行うことが禁止されていると判明。
メンバーやメンターとの話し合いの結果、アカウント名・メールアドレスの変更やIPアドレスを変更して新規アカウントを開設したが、すべて凍結された。そのため、SNSはInstagramとFacebookのみの運用へ方針を転換した。また、再発防止策として、投稿前の2重チェックを必ず行うようルールを設けた。
10/26 twitter社より復旧メールが届く。今までの経緯をフォロワーの方へ説明した上で、投稿を再開した。以後、これまで問題は発生していない。
・梱包用段ボールの過払い
アースダンボール様より
梱包用段ボール
鉢抑え段ボール
の2点を購入した。料金を銀行へ振り込む際に請求額の2倍の金額を振り込んでいることが11/8アース段ボール様からのメールで判明。原因はお金を振り込む際に金額を確認せず、上記2点の請求が別であると勘違いして振り込んだことが原因だった。
社会人メンターへの質問や法律事務所から出されている同様の事例について調べ、先方へメールで返金をお願いした。
その後の対策として、銀行振り込みの際の2重チェックを行い、再発防止を行った。
・HPの価格表示ミス
メンバーの家族から「サイトによって表示されている価格が異なる」とのご指摘をいただいた。詳細を確認すると、ユーカレコ公式HPで表示されている価格(正¥3480→誤¥3840)に誤りがあった。すぐに訂正を行い、大きな混乱は見られなかった。
HP公開前にメンバーでチェックを行ったが、量が膨大なため細かな点まで確認することができなかった。今後、公開前のチェックに加え、お客様からの指摘に迅速に対応できるよう1日1回以上メール、公式LINEの確認を義務化した。
・植木鉢の交換
ヤマキシ様へ発注した植木鉢の中に3点白い汚れのようなものが見つかった。メールにて連絡を行い、汚れの原因究明と交換の手続きを行った。
汚れの原因は配送時の植木鉢同士の擦れが原因だと判明し、該当する品目の交換を行った。
また、お客様への商品発送時には再度、傷・汚れの確認を行った。
・BASEショップでの発送方法選択について
ユーカレコではBASEショップ内でヤマト運輸様による発送(¥1580)とここちテリア(茨城県つくば市レンタルスペース)さんでの店頭受け取り(¥0)の2種類を用意した。

販売期間中、店頭受け取りでの注文後、ヤマト運輸様での発送に変更をするケースが4件発生した。このような場合、店頭受け取りとヤマト運輸様による発送に差額が生じるため、お客様とメールもしくは公式LINEを用いて連絡を取り、着払いでの発送を行った。
その後、お客様から発送方法の選択について案内がわかりづらいとの指摘があった。しかし、BASEショップの仕様上、送料に関する注意書きは40文字以内に制限されており、十分な案内ができないと判断した。そのため、以下のような対策を行った。
①BASEショップ内のホーム画面での案内バナー作成
②店頭受け取りのお客様へのメール内容の一部変更
→発送方法の変更に関する案内を追加
これらの対策で、販売初期よりお客様の選択ミスや混乱が軽減できたと考える。
・観葉植物の予期しない成長・発病
仕入れ時から、植物の予期せぬ事態に備えて販売予定数より多い数の仕入れを行った。しかし、仕入れから長いもので2か月保管していたため、その間に植物に以下のような変化が生じた。
①植木鉢が小さいことによる根詰まり
②アルテシマの葉っぱへ病気の伝染
③過度な成長による型崩れ
これらの予期せぬ事態により、30株ほどが商品として販売できない状態となった。植物の状態は変化しやすいため、少なくとも1週間に1回はすべての植物の状態を確認して、BASEの在庫を変動させた。

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明

今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

・商品の保管について
　“Plantime ”は主に「観葉植物・植木鉢・土・カプセル」で構成される。これらの4品目は1個単位の仕入れが難しく、大量注文が必要となる。しかし、どれも1つ当たりの大きさが大きいため、長期的に商品を保管することのできる大きなスペースが必要となる。さらに、観葉植物は日の当たる暖かい場所で、水やりを行いながら管理する必要がある。
今回の1か月間の販売では例外的に「ここちテリア」様にて管理をさせていただいたが、事業を長期間行う場合は、保管場所を新たに確保する必要がある。候補として、空き家バンクや空き家ゲートウェイを利用し、場所を借用させていただく方法などが挙げられる。
ただ、場所を借用する場合はオーナーとの信用問題や、費用対効果についての検証など課題が多くみられる。
・商品を購入されたお客様へのアフターケア
今回の販売では販売期間終了後にショップを閉鎖してしまうため、購入後の植物への病気の有無や枯れてしまった場合へのお客様への対応が難しい。そのため、植物が元気な状態のまま2～3年後のタイムカプセル開封時を迎えることができるかはお客様任せになってしまう。
次年度以降、継続する場合は定期的にお客様へ植物の状態などの連絡を取ることでお客様がカプセル開封時まで”Plantime ”を「ワクワク」とした状態で育てることができると考える。
・ユーカレコメンバーの負担軽減

特に商品の販売期間は学業とショップ運営の両立が難しく、学生の本分である勉強が疎かになってしまった。また、MTGや商品の作成やHP作成が深夜に及ぶことも多々あり、長期的に事業を続けていくには身体的に厳しい量のタスクを行っていた。
今まで以上に現役の高校生が時間を捻出することはほぼ不可能であるため、一部作業の外部委託もしくはメンバーの追加採用を行うことで、この問題を解決していきたい。
・配送コストの削減
今回販売を行った”Plantime ”は本体価格が3480円、送料約1500円と決して手軽な価格ではない。今後、購入者の地域拡大や増加を行うにあたって、送料にかかるコストの削減はお客様の購入意欲に強く関係すると考察する。配送費の削減策には梱包の外注化による特別価格での発送や配送業者との直接契約などが考えられる。これらの方法は最初ロットが指定されるケースが多く、顧客の増加が急務となるだろう。
・マーケティング戦略
①SNSの有効活用
SNSは日本中、世界中に我々の商品を発信できる場であるが、今回の活動ではtwitter、Instagram、Facebookともに定期的かつ興味を持てるような発信を行うことができなかった。そのため、フォロワーやSNSからの購入者に伸び悩む結果となった。リアビズに参加した他企業のSNSやシャープやマクドナルドなど大手企業などの戦略を分析して、定期的な発信を継続していくことが必要となる。
②商品の売り込み活動
売り上げが当初の販売計画を大幅に下回ったため、販売期間終盤に結婚式場への営業活動を行った。一部の結婚式場からは購入の申し入れがあったが、販売期間が短かったこともあり、期間を理由に断られてしまうケースが多かった。今後はBASEなど個人の販売だけでなく、結婚式場の引き出物や記念品としての販売に向けて営業活動をしていくことで販路の拡大につながると考えている。
③”Plantime ”使用例の紹介
タイムカプセルに同封する品物に関する記述がユーカレコ側から提示を行わなかったため、観葉植物型タイムカプセルという商品のイメージが付きづらかったのではないかと考える。大手企業のキットやセット販売の方法を見ると、多くの場合、それら商品の使用例が提示されているため、使用例の案内を行い、消費者の購買意欲へつなげていきたい。

8.監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

私は、模擬企業ユーカレコの実質的な運営にほとんど携わっていません。すべてと言って過言ではないくらい、細部に至るまで、生徒たち自らの力で回していました。仕事の分担が上手くいかなかったり、仲間同士の価値観のすり合わせに戸惑ったり、時に壁にぶつかっている様子はありましたが、「困ったときしか顧問に相談しない」というスタンスを貫いた彼らは大変立派だったと思います。　最初に模擬起業グランプリの監査人を務めてほしいと生徒から依頼があった時は、正直、この商品の魅力に気づいてくれる人がどれほどいるのか、不安に思いました。「タイムカプセル」がなければ生活できないという人はいませんし、大人になればなるほど「タイムカプセル」に心躍る感性も忘れ去られてしまいます。選考通過後も、他の企業がSDGsや地域活性化に着目した商品を構想していたために、ユーカレコは周りから浮いてしまうのではないだろうかと懸念を抱いていました。しかし、高校生の直向きな姿勢は、私の杞憂を裏切って、多くの人の心を動かしたようです。今この瞬間もさまざま

な場所でPlantimeが時を刻んでいることに、温かい喜びを感じます。　高校生は、いい意味で怖いもの知らずです。きっとこれからも多くの怖いものに遭遇し、自らをレベルアップさせていくことでしょう。いつか手強い難題を前にして、心が挫けそうになった日には、今回の経験が彼らの糧になればいいなと思います。自分を奮い立たせる原動力として、いつでもこの経験を取り出せるように、小さな瓶に詰めて、大切に大切に心の底に埋めておいてほしいです。　末筆ながら、この場をお借りして、社員たちを導いてくださったメンターの方々、模擬起業グランプリの運営陣の皆様、そしてPlantimeを手に取ってくださったすべてのお客様に、心から御礼申し上げます。

感想文

松本愛佳
社長

今回の高校生模擬起業グランプリに参加して学んだことは数え切れないほどあります。

起業の楽しさも大変さも経験することができました。世の中にないものを想像のままでなく、自分達の手で形にして、それを人に伝え、最終的に商品という形で届けるという一連の流れを実感することができました。また、自身の意見は何か、求めているものは何かなど深く考え、自分のことを見つめ直す機会も多くありました。

その中で、その先自分がもし実際に起業する時に重要視すべき点、避けるべき点等々を自分なりに見つけることが出来ました。

まず一つ目に、知り合いであるからというだけで、一緒に起業してはいけないだろうと感じました。知り合いだからこそ言いたいことも言えなくなったり、その意見に対して納得できなくても、妥協して進めてしまったりすることが起きるからです。

二つ目は熱量、求めているものが違いすぎると互いに意見の押し付け合いになってしまうということです。妥協したどちらかが、納得しないまま熱量を失っていってしまう可能性があります。

三つ目は価値観の違いです。どこからが相手に失礼になってしまうか、どこまで相手の厚意に甘えていいかが異なると再び意見の衝突が起きてしまいます。

そのため重要視すべき点は人間関係、近しい価値観で、同じ目標を見据えられるかどうかを議論した上で忌憚なく意見を言い合える関係性を築ける見込みがある相手を選ぶことに尽きると思います。

そして相手に望むばかりでなく、自分も相手にとって同じように感じてもらえるような努力 - 意識を持つこと - が重要視するべきなのではないかと私なりに見つけられました。

これを踏まえて今回を振り返ると自分の努力不足であった点を多く見つけられます。そしてチームメンバーには迷惑をかけたことも多くありますが、最後まで一緒のチームとして活動できたことには感謝しかありません。普通ではできない経験ができたことは今後の私の人生にとって財産です。この経験を糧に自分の知らない分野にも果敢に挑戦し、人の役に立てるよう精進していきたいです。

最後になりましたが、このような挑戦の機会を与えてくださった金融知力普及協会をはじめとするリアビズの運営の方々に感謝申し上げます。本当に有難うございました。

藁科快成
人事法務部

一次審査の書類を提出するとき、社会を 1 度も体験していなかった高校 1 年生の僕は、高校生が起業することに対して「楽しそう」「面白そう」という好奇心があり、リアビズに参加しました。そして、僕の「タイムカプセルを簡単に埋めてみたい」という思いから “Plantim” 販売の企業活動が始まりました。

僕は人事法務部としてミーティングの進行やタスクの割り振りを行っていました。その中で大きな学びとなったのがメンバーとの向き合い方です。”Plantime ” を販売するに至るまでの 6 ヵ月以上、どうすればより良い商品を適当なお客様に届けられるか、価格設定や商品内容、マーケティング方針を話し合ってきました。しかし、同じ目的で議論をしていても一人一人の価値観が少しずつ異なり、議論は意見が二手、三手に分かれることもしばしばありました。意見が割れる中、どうすれば一つの企業として 6 人の意見を均等に反映することは今までに経験した事のないほど困難なものでした。最後まで最適解を見つけることはできませんでしたが、精神的な面で弱点を分析して、議論が白熱した時でも冷静に周りを見て全体の意見を反映できる自分に成長できたと思います。

しかし、11/1、BASE で販売を開始した後も困難が待ち構えていました。販売から 1 週間たっても購入数が予定より大幅に少なく、プレスリリースを送っても取材の声がなかなかかからず一部のメンバーの士気が下がり、全体の士気も大きく落ちていきました。手探りの状態でできることをしていた中、社会人メンターの方に「何を目的に起業をしたのか。」と質問されました。この時、それぞれのメンバーの ” 目的と ” グループ内での ” 目標 ” の大切さに気付かされました。今まで、リアビズでグランプリを獲得することを長期的な目標としていましたが、商品の構想、仕入れ、販売など短期間での目標がグループ全体で共有できておらず、一部のメンバーだけで空回りしている状態になっていました。その後の期間は「あと何個売れば損益分岐点に持っていけるのか」常にメンバー間で共有することで全員のモチベーションを高いまま維持して、黒字に持っていくことができました。

このような困難があった一方、販売期間中はマーケティングの楽しさを身に染みて感じることができました。11 月中頃、BASE ショップで 1 番初めに表示される植物を「パキラ」から「オーガスタ」へ変更するとオーガスタの売れ行きが急激に伸び、同様に人気の少なかった植物を上位にすると売れ行きが大きく変動しました。ユーカレコのショップは 1 日 30 ～ 50 回程度の閲覧数であったのにもかかわらず、商品の並び方 1 つで売れ行きが変化することに驚きとワクワクでいっぱいになりました。

起業をしていく中で直面した問題はこれだけではなく、twitter の凍結や予期せぬ植物の病気など数えきれないほどのトラブルに直面しました。初期はそのたびに投げ出してしまいたくなる気持ちがありましたが、徐々にどんなトラブルにも最適解を導き、トラブルが発生する前よりもより良い状態にできるようになりました。このような様々なトラブルはお金やお客様が絡む複雑なものであったため、学校生活では経験しないリアビズならではの体験になったと思います。

さらに、僕たちユーカレコが販売に向けて協力いただいたここちテリア浅野さんやビラを設置させていただいたお店・保育園の方々とのお話を通してビジネスが会社の利益の有無だけでなく、それと同じくらい大きな規模で人情や関係性で成り立っているということに気づかされました。僕が半年以上、勉強と両立して会社経営を進められてきたのは協力してくださった大人の方々や同じ学校の同級生として良い時も、悪い時も影響を与えてくれた「グルック」のメンバー、そして何よりもメンバー 6 人の努力があったからだと思います。

みなさんのご協力がなければ、“Plantime ” をこれほどまで多くのお客様にお届けできなかったと思います。

この場をお借りしてユーカレコの活動にかかわってくださったすべての方へ感謝を伝えたいです。本当にありがとうございました。

中西彩菜
経理部

1 次審査を通過してから約半年間、ユーカレコの一員として企業活動をする中で、様々な苦難と学びがありました。

ショップの開設準備が本格的に始まってすぐに感じたのは、ゼロから新しいものを生み出す難しさです。私達はまず初めに商品の内容を見直すことから始めたのですが、その際問題になったことの一つがサ

イズ感です。植木鉢が大きすぎると高価になってしまい、小さすぎるとカプセルが入らなくなり、間をとろうとすると、床に置くには小さくて机上に置くには大きい中途半端なサイズになってしまいます。さらに、カプセルを埋めるために鉢に対して植物のサイズを小さくする必要がありましたが、その差がありすぎると植えた時に不格好に見えてしまい、差がなさすぎると、埋めるカプセルも小さくしなければいけなくなるので中に何も入らなくなってしまいます。私達はこの問題について全員が納得するまで議論し、どうにか一つの答えに辿り着きましたが、それには非常に時間がかかりました。新しいアイディアをカタチにする難しさを身に染みて感じました。商品の内容以外にも、自分達で意思決定をして行動に起こさなくてはならないことが膨大に存在し、その度にメンバー内で議論を繰り返しました。意見の相違や方向性のすれ違いが何度も発生し、大変な作業ではありましたが、私の中で非常に大きな経験になったと思います。

商品の内容が決定すると、仕入れや広報活動が進みました。ここで私は、私自身の課題に直面することになりました。それは、行動力です。仕入れの交渉をするにしても、チラシ設置をお願いするにしても、自分から相手に声をかけなければ何も始まりません。ところが、私は自分から相手に働きかける、発信するといったことが大の苦手でした。初めて電話をかけることになったときは、上手く伝えられなかったらどうしよう、交渉失敗したらどうしようといったことを悶々と心配し続けてしまい、気がついたら電話を握ってから実際に電話をかけるまで 1 時間以上経過していました。それでも勇気を振り絞って話を始め、交渉が無事成功したときの安心感と達成感は今でも忘れられません。それからさらに何件も電話口や直接お会いしての交渉が続き、自分から発信していくことに段々と慣れていくことができました。企業活動全体を客観的に振り返ってみるとまだまだ行動力が足りていなかったと思う場面もたくさんありますが、それでも以前の私に比べると大きく成長できたと思います。リアビズで鍛えられた行動力を、これからの生活にも活かしていきたいと思います。

リアビズを通して身につけたことは他にもあります。新しい知識を得たときに、世界の解像度が少しだけ上がる感覚が好きで、私は日頃から新しいことを学ぶのが好きだったのですが、リアビズでは「生産者」という非常に大きな視点を学ぶことができました。電車内の広告、テレビで流れるＣＭ、書店の入口にあるポップなど、日常生活の何気ない広告が目に留まるようになりました。身の回りの様々な「商品」について、どうやって作っているか、どうやって売ろうとしているか、といった売り手の視点を想像するようになりました。同時に、モノを売ることの大変さを知ることができ、あらゆる商売に敬意を感じるようになりました。こうした生産者の視点を得ることができたのは、私にとって大きな価値のあることです。

リアビズの活動をしていた期間は、私の人生の中でかつてないほどに充実した期間でした。様々な苦難がありましたが、その一つ一つが私を成長させてくれる大きな糧となりました。また、活動の中で、仕入先を紹介していただいたり、宣伝に協力していただいたりと、活動を応援してくださる沢山の方々に出会いました。皆さんには感謝の気持ちでいっぱいです。一つの事業が成っていくにも多くの方々の支えがあると知りました。改めて、リアビズに参加できて良かったと心から思います。貴重な体験を本当にありがとうございました。

篠崎彩果
仕入れ部

私はこの模擬起業でビジネスをするにあたって、1 番大切にしていたのは、「お客様に安心して喜んでもらえる商品を作りたい・届けたい」という思いでした。そのため、まずは一からそれぞれの植物の特性について調べたり、仕入部としては様々な仕入れ候補先に実際に訪れ、電話やメールで相見積もりや地道な交渉をしたりして、多種多様な問題に挑戦してきました。

しかし、何もかもが初めての状況下で、基本的に失敗は許されずに気を抜けない対応、どこまで相手を気遣うべきでどこまで自分の意見を主張すべきかの見極め、そしてもちろん学業との両立やメンバーとの意見のすれ違い・息つく間もない仕事の多さなど、正直毎日が大変で、心が折れかけたことも何度もありました。

けれど、一次審査を通過してから約 4 ヶ月半、それらを乗り越えてここまで走り切ることができたのは、この「お客様に喜んでもらいたい」という思いが常に心にあったからこそだと思います。結果的に、身内の方も多く含まれてはいますが、60 個もの商品をお客様に届けることができました。最大の目標個数達成とまではいかなかったけれど、そのお買い上げいただいた 1 つ 1 つが、私にとっては嬉しく、達成感を味わえるものでした。

そんな中、私がこの活動で改めて実感させられたのは、人との繋がりの偉大さです。

今回の模擬起業を通じて、普段は出会うことがないような、様々な分野で活躍する多くの大人の方と接することができました。

残念ながら、全てが温かい出会いだったというわけではありません。お仕事中での高校生との対応ということもあってか、発言が冷たかったり、意地悪な対応をされたりしたこともありました。

しかし、中には商品の宣伝でチラシを置きに訪れた先で、逆に「もっとこうしたら魅力的になるんじゃないか？」と商品自体についてのアドバイスやその宣伝方法を提案してくださったり、「何か力にならせてほしい」と SNS での発信にご協力くださったり、なんと仕入れ時には私の拙い説明でも「聞いていてあなたたちを応援したくなった」と送料を無料にしてくださるなど、本当にたくさんの方々とその親切心に支えられて起業をすることができました。

商品を売るということを通して学んだ、考え方や販売プロセス、そしてこういった出会いは、この模擬起業グランプリに参加していなければ、まだ知ることができていなかったことでしょう。

このような機会を与えてくださった方々、活動を応援したり支えて下さったりした方々には、心から感謝を申し上げます。

そして、これからはこの大切な学びや経験を活かし、社会にも貢献ができるよう、努力していきたいと思います。

神保陸人
広報マーケティング部

どうすれば、お客様に興味を持って見てもらえるか、冷やかしだと思われないようにできるか。そう考えつづけてこの約一年間を過ごしてきました。

僕の主な仕事は、マーケティングと動画・写真の撮影編集、そして広告や書類などのデザインです。リアビズを知る前から元々、グラフィックデザインや写真をやってみたいという気持ちがあり、このコンテストをその経験の場所として活用しようと思っていました。なんとなく「やってみよう」となるときはたくさんあれども、実際に、作った方がいいもの、作らなければ行けないものを自分で考え実行に移す。そしてそれに関する様々な形の評価が返ってくる。といった機会を見つけるのは簡単なことではありません。またその評価は大きなモチベーションとなり自身の技術を大きく成長させてくれました。三日三晩続く制作はとても大変で、体調を崩す日もありましたが、何とか最後までやり遂げることができました。この経験を生かせられるような大人になるために、これからも頑張っていこうと思いました。

松岡健太
広報マーケティング部

僕の中での今回の起業体験はあまりいいものではありませんでした。

僕はユーカレコに入ったのは同じクラスメイトということで入りました。

最初は仲良かったので起業においても大丈夫かと思って軽い気持ちでやりましたが、そうではありませんでした。

メンバーと話し合いをする際です。

アイディアや意見を出す際、僕は考えが甘かったり、他のメンバーほど発想力や考える力に長けていないので、すごい苦戦したり大変でした。そして、自分に自信が持てずあまり意見を言えないまま進み、さらにその時部活やその他の事も忙しく、ユーカレコに対する僕自身のやる気がどんどん薄れていってしまいました。

他にも仕事面においても、僕はこれがという得意なことがないので、出来ることが少なかったです。やる気もなかったので結局ほとんど出来ずに終わりました。チームの方にはほんとに申し訳ないです。やる気が出ないとなにもできない自分の性格を改めたいと思いました。
しかし、今回を通して、周りのすごいメンバーの話し合っている様子をきいて、自分自身も少し広い視野を持てるようになり、知識が増えたので、参加して良かったと思います。ありがとうございました。

山形県立庄内総合高等学校
くりーん あーす どるふぃんず

【商品名】
1. シロイルカからのおくりもの
2. ピンクイルカからのおくりもの
3. イルカたちからのおくりもの

【セールスポイント（応募書類より抜粋)】

会社を立ち上げた 6 月中旬頃から、地元の庄内浜にイルカの群れが来ました。海や川にはゴミが多く、イルカを始め多くの生物たちや植物にとって住みにくい環境となってきました。それを改善するためには、まずビニール袋の使用減少とエコバッグの使用をもっと広めていくことがあげられます。 そのためには、エコバッグは消費者が手に取りやすく、興味を持っていただけるようなデザインにし ていく必要があります。地元のボランティアサークル「来夢来人」とデザイン､品質、価格を検討して 納得いく商品をつくっていきます。また、地元のハンドメイド作家の emonta さん協力の上、環境に優 しいアクセサリー類も作っていきます。

現在、コロナ禍で生活が厳しく制限されています。少しでも生活が華やかになるようにと思い、石鹸の中に花を入れることにしました。花は、庄内総合高校のある庄内町の「三丁目花店」から商品として 販売できない花を提供してもらうことにしました。その花を捨ててしまうのではもったいない、再利 用していきたいと思いついたのです。オリジナルの可愛らしい石鹸で、雑貨やオブジェとして家で過ごす時間を楽しむことができ、日常生活に潤いを与えてくれることでしょう。地元の介護施設のみなさんの協力のもと、製作を進めていきます。

環境を考えて今回の商品を企画したので、ビニール袋を減らすという観点でラッピングを減らしていきます。エコバッグに石鹸あるいはアクセサリーかキーホルダーを入れて発送します。また、どの商品にも社員のメッセージカードを添えたいと思います。

ネットでの販売は、庄内町役場の企画調整課と東北公益文科大学の学生さんたちからもサポートしてもらう方向で進めています。さらに、大事な特別宣伝部長として、山形県県庁にお勤めの多田竜也さんにも協力してもらいます。あの人気番組「sasuke」のファイナリストに出場した多田部長には商品の良さを宣伝してもらう予定です。多田さんには、社員の佐藤凪沙さん (広報マーケティング部) が依頼しました。私たちの取り組みが、出来るだけ多くの人に環境について知ってもらうきっかけとなってほしいと願っています。また、安心して商品を使用していただけるよう、全員で商品開発と企画にあたっています。そして、この企画を通して多くの方との絆を深めていきたいと思います。

【実現可能性（応募書類より抜粋)】

1) 安心して投資できるよう、人や環境に影響のない材料や商品を選びました。
2) 製作を手伝ってくださる方々は、ボランティアサークル、ハンドメイド作家、介護施設、花店など商品を使用するお客様のことを第一に考え、丁寧に作業に取り組む信頼できる地元のみなさんたちです。
3) ネットの立ち上げと販売については、地元の庄内町役場の企画調整課から助言いただきます。また、地元の東北公益文科大学の学生さんたちからも協力を得て、販売 (顧客対応)、発送について間違いのないように確認と作業を丁寧におこなっていきます。
4) 宣伝も山形県庁職員の多田竜也さんの協力を得ますが、山形県で頑張る高校生を純粋に応援してくださっています。商品に関する誇大な宣伝はありません。
5) 仕入れは、ボランティアサークルとハンドメイド作家の伝手で依頼します。
6) 石鹸は、社員の佐藤凪沙さん (広報マーケティング部) が製作し、実際自分たちで使用してみました。問題がないことがわかりました。
7) 石鹸については、あくまで雑貨として販売するので、認可や規制はありません。この件も調査済みです。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：山形県立庄内総合高等学校
模擬企業名：くりーんあーすどるふぃんず

損　益　計　算　書　（P/L）

自　2021年8月16日　　至　2022年1月7日

（単位：　円）

科目	金額	
	内訳	合計
Ⅰ　売上		① 237,241
Ⅱ　売上原価		② 207,813
売上総利益　（＝①－②）		㋐ 29,428
Ⅲ　販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③	
支払手数料	④ 250	
旅費交通費	⑤	
通信費	⑥ 7,400	
荷造運賃	⑦	
消耗品費	⑧ 338	
	⑨	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費　合計（＝③～⑫）		㋑ 7,988
営業利益　（＝㋐－㋑）		㋒ 21,440
Ⅳ　営業外収益		
雑収入	⑬	
営業外収益　合計　（＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ　営業外費用		
雑損失	⑭	
営業外費用　合計　（＝⑭）		㋔ 0
当期純利益　（＝㋒＋㋓－㋔）		㋕ 21,440

貸　借　対　照　表　（B/S）

2022年1月7日　現在

（単位：　円）

資産の部			負債の部	
科目		金額	科目	金額
現金預金		283,839	借入金	262,399
製品			純資産の部	
仕掛品			科目	金額
			資本金	
			当期純利益	21,440
資産合計		283,839	負債純資産合計	283,839

1. 企業概要

企業名	くりーん あーす どるふぃんず
学校名	山形県立庄内総合高等学校
監査人（顧問）名	村上美紀
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	片桐未夢(社長)、渡邉颯太(仕入れ部)、佐藤凪沙(広報マーケティング部)、進藤あさひ(広報マーケティング部)石塚尋斗(広報マーケティング部)、奥山龍志(広報マーケティング部)、池田祐月(経理部)、齋藤星夢(経理部)、足達奏斗(人事法務部)菅原立(人事法務部)

2. 事業概要

貴社が提供した商品・サービスについて、製品内容や価格が伝わるように簡潔に記載してください。図や写真を使ってもかまいません。

・ＣＥバック→シンプルなデザインでマチ付きの使いやすいバック。フェアトレードだから安心安全に使える。1000円
・手作りアクセサリー→地元のハンドメイド家の方から監修していただいた手作りのアクセサリー。切れにくく水にも強い素材で環境にやさしい麻ひもで作られている。300円
・手作りキーホルダー→地元のハンドメイド家の方から監修していただいた手作りのキーホルダー。天然石が使用しており形や色が一つひとつ違いかわいいデザイン。300円
・手作り雑貨用せっけん→地元の花屋さんに協力していただきドライフラワーが中に入った雑貨用せっけん。フラワーロスを譲っていただき再利用した。レジン貝殻が入っているものもある。400円
・加茂水族館ミニタオル→全国で有名な加茂水族館さんにも協力していただき人気商品のクラゲのミニタオルを販売させていただいた。440円

3. 事業活動報告

活動の経緯を、部署ごとに時系列に沿って具体的に記載してください。複数の部署で行った活動は、その他に記載してください。

○社長

6月下旬～協力してくださる人との連携、メンバーへの指示
8月25日　加茂水族館、公益文科大学に電話交渉

○人事法務部

8月上旬、協力していただいた方へのお礼状
10月下旬、販売促進にめけたポスター作製

○経理部

8月上旬～9月下旬、材料費の計算
10月１日～10月31日、値段の変更と決定
11月1日～11月30日、売り上げの計算、振替伝票と領収書処理
12月10日～12月17日、総勘定元帳等の処理

○仕入れ部

8月上旬～9月下旬、材料の購入

○広報マーケティング部

7月上旬、Instagram、Twitter、TikTokの開設 8月上旬～10月中旬、商品の作成、梱包 8月30日、夏休みの活動計画 10月20日、商品紹介動画 11月12日、多田竜也さんとインスタライブ

○その他

6月下旬～社長、人事法務部、仕入部で各部の応援

4. 決算サマリー

総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	260000円	237241円
経常利益	260000円	237241円

5. 経営成績に関しての説明

売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

売上や利益は計画とほぼ変わらず、予想通りだった。インスタグラムやツイッター、TikTokなどのＳＮＳなどで自分たち以外にたくさんの方に宣伝していただいたり、ポスターを町のお店に貼っていただいたりとたくさん協力していただいたおかげで計画通りに売り上げが出たと思う。

6. 事業におけるトラブルへの対応

事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

商品の破損が何個かあった。その商品を一から作って対処した。

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明

今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

商品を作るときの材料費が高く、商品の値段を高く設定しなければならなかったので商品の材料費軽減し商品の値段を安くする。 締め切りギリギリになってしまうことが多かったので、全体的に計画性を持ってスケジュー

ルなどを用いて管理する。

8. 監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

みんな大変頑張りました。みんな頑張っている姿を見て感動しました。苦しい時もあったが、みんなでよく乗り越えて完売することができました。みんなのチームワーク、全力で頑張っている姿に元気をもらえる時もありました。貴重な経験を生かして、これからも活躍してほしいと思います。お疲れ様でした。

感想文

片桐未夢
社長

今回このグランプリに参加し、素晴らしい仲間と、高校生ではなかなかできない貴重な体験を得ることができました。

仲間と出会い、挑戦をはじめ、たくさんの苦難に立ち向かい今の私たちになれたと改めて成長を感じられたのではないかと思える約半年間でした。そして、仲間と顧問の先生から、半年間で時間管理や情報共有など会社を設立する上での「報連相」を学びました。また、ビジネスパートナーとして協力していただいた方々には商品を作成、販売する上での難しさや社会で生きる上での厳しさを教えていただきました。お客様には勉強になるご意見をたくさんいただきました。

この半年間たくさんの人に支えられここまで来ることができました。これまでの嬉しさ、悲しさ、悔しさの経験は大人になっても出来るというものではないと思います。高校を卒業後は皆それぞれの道に進みます。その時、今回の経験が役に立つと思います。この経験をいかしこれからも、もっと成長をしていきたいです。

足達奏斗
人事法務部

私たちはＢＡＳＥと手売り販売で商品をお客様に届けていました。ＢＡＳＥではＳＮＳを見て県外の方々から購入していただき、「感動しました」などのメッセージまでいただくことができて嬉しかったです。手売り販売で私が得たものがあります。それは、コミュニケーン能力の大切さです。私は普段の生活の中で友達と話すのが好きなので接客は簡単なものだと思っていました。ですがそれは、間違っていて簡単なものではありませんでした。自分では声を出しているつもりでもお客様には全然届いてなくとても苦労しました。ですが相手の目を見て声を出したり、自分の近くにお客様が来たら倍の声を出す、常に笑顔を意識するなど自分なりに工夫したりしてお客様に声が届くようになり、自分に自信がつきました。これ以外にもたくさんありますが、このリアビズで得たものをこれからの学校生活や私生活に生かせるように常日ごろから意識していきます。

菅原立
人事法務部

私が起業グランプリというこの活動を通して一番印象に残っていることは、販売の中でも手売り販売です。

一回目の三川イオンでの販売ではなかなか声を出すことができず納得のいく販売にはなりませんでした。二回目、三回目はクラッセという駅の近くにあるお店で手売り販売をさせていただきました。そこでは一回目の経験を生かしてあまり緊張もなくたくさん声がけをしたり声を出しお客さんを呼び込んだりすることができました。そのおかげで売り上げも伸び完売させることができました。

この活動を通して人とのかかわり方や担当を分け仕事の効率化をはかったり、別の高校を含めみんな様々な考えを持っているということを学ぶことができました。社会に出たときにこの経験を忘れず活かし活躍できるように頑張りたいと思います。

渡邉颯太
仕入れ部

私が今回のリアビズで頑張ったことは、夏休みの販売期間への準備です。

どのように頑張って何を行ったのかというとまず、商品の材料を調達することです。私たちの会社は、たくさんの商品を作るということもあり多くの材料が必要でした。ですが、売ってない商品もたくさんあり、調達するのが困難でたくさんの店舗を回ってやっとの思いで材料を揃えました。

次に大変だったことはアクセサリー作りです。夏休みの暑い中、たくさんのアクセサリーを作らなければいけなかったためハンドメイド家さんと協力して作りました。普段やらない手の細かい作業ばかりだったので頭をたくさん使いとても疲れました。でも完成したときは、達成感がすごかったです。

この夏休みの期間を通して仲間との協力する大切さや物事を最後までやり遂げる大切さについて学びました。

池田祐月
経理部

私は経理部を担当しており、主にお金の管理をしていました。お金が大きく動くのを管理することは経験したことがなかったので、最初はとても大変でした。お金を確認する時は一人ではなく、複数人で何回も確認、計算をしたり、一つ終わるごとにメモをしたりととても緊張しながら活動していた半年間でした。仲間と協力しながら何かをやることは大切なことだと改めて学ぶことができました。今回の模擬企業で体験したことをこれからいろいろな場面で生かしていきたいです。

齋藤星夢
経理部

私は経理部としてお金の管理、計算、発送などに関わりました。手売り販売のため領収書を書く場面では、書き間違いのないように慎重に行いました。領収書や振替伝票などを書くことは初めてだったのでやり方も書き方もわからず最初は心配でしたが、商品を売るために行う大切なことの一つなのだと気づきました。また、お金のことに関わり、間違いが許せないので何回も何回も確認することも大切だと思いました。

発送作業の時もお客様の住所や電話番号を間違えることなく書くように緊張感を持って行えました。今回のリアビズで経理部、お金を管理することなど普段できないことができて本当に貴重な経験になったと感じました。

進藤あさひ
広報マーケティング部

私はリアビズの活動の中で主にマーケティングと製作を担当しました。この活動を振り返り私が学んだことは２つあります。

１つ目はマーケティングです。マーケティングは、夏休みの活動報告動画を作りました。商品がどのように考えられ、どのくらいの人が関わっているかなど、知らない人のも分かりやすく伝えられるように工夫することの大切さを学びました。

２つ目は製作です。商品の CE バックのデザインを考えました。友達や家族からアドバイスをもらい、他人の持て物に対して興味・関心を持つことで、私たちの商品のターゲットである高校生や主婦の方達の価値観を知ることができました。そのマーケティングが商品の開発に繋がりました。それから当初考えていたデザインを見直し、使いやすさを重視したデザインになりました。ここで学んだことは、周りの意見を取り入れ、物事を客観的に見ることです。

この他にも学んだことはたくさんありますが、私は特にこの２つをリアビズで深く学ぶことができました。リアビズでは普段の高校生活では体験できないようなことを体験できました。貴重な時間でした。ここで学んだことを将来に生かせるような選択をしていきたいです。

佐藤凪沙
広報マーケティング部

私は、リアビズを通してたくさんの素敵な方々と出会い、普通の高校生ではできないビジネス体験をさせていただき何から何まで初めてで貴重な体験でした。

私は広報マーケティング部として、ＳＮＳの更新や宣伝に協力してくださる方との連携、商品の制作・梱包などをしました。

私が一番力を入れてやったことは、ＳＮＳの更新です。どういうことを投稿したら目に留まった人が自分たちの活動に興味をもってくれるのかを常に考え日々更新していました。いかに分かりやすく、飽きさせないでたくさんの人に見てもらうか工夫を凝らして、動画作りや商品紹介を作りました。時間をかけていたので、フォロワーが増えたり、応援メッセージなどの通知が鳴った時は、本当にやってよかったなと思う瞬間でした。ＳＮＳの更新を客観的に考え、柔軟な発想がすごく重要だなと思いました。

宣伝活動では、自分たちで作ったポスターを町中のお店に配りに行ったり、今回私たちの活動を応援してくださった山形県にお住みで有名番組「ＳＡＳＵＫＥ」の有力選手である多田竜也さんとインスタライブコラボをし、たくさんの方に私たちの活動を広めていただきました。

私たちの活動で多田さんのほかにも多くの方に関わっていただきました。外部の方とかかわるのは、連絡が欠かせなくて大変でしたが、すごく優しくあたたかい方ばかりで感謝でいっぱいの気持ちです。長かったようで短かったような半年間で大変なこともたくさんありましたが、この１０人で一つの目標に向けていろんな壁を乗り越えて、最後まで成し遂げられ、とても充実した半年間だったと思います。この活動で得た経験を忘れず将来の力に少しでもなれるようこれから頑張ろうと思います。

奥山龍志
広報マーケティング部

私がリアビズを行って頑張ったことや学んだことはいくつかあります。

頑張ったことは、アクセサリーやキーホルダーなどを一から作ったことです。自分は部活に入っていますが、放課後部活の時間を削って商品を作ることが大変でした。

学んだことは、人と接することの大切さです。実際一か月間販売をして、手売り販売をさせていただいたのですが、人とかかわることで相手の性格や人柄を知ることができました。お客様に買っていただいたときに、応援のお言葉をいただき元気が出ました。その時に頑張ってよかったと思えたので、人とかかわることはとても大切だしその中で、学ぶこともたくさんあると思いました。リアビズを通してたくさんのことを学ぶことができてよかったです。

石塚尋斗
広報マーケティング部

12 月上旬、私たちくりーんあーすどるふぃんずは酒田市に拠点を置く「ハーバー RADIO」さんにご協力をいただいて、ラジオを通して私たちの活動を紹介させていただきました。ラジオが始まる前はみんないつも通り仲良くおしゃべりしていたのですが、いざ本番になるとみんな緊張していました。僕がイントネーションを間違えてなまってしまいみんな笑いが止まらず、グダグダになりましたが、何とか持ち直して無事かはわかりませんが終わらせることができました。

やってみて、みんな普段話すような感じで進めていて尊敬しました。僕は話すことがあまり得意ではないので、みんなすらすら言葉が出ていて上手だなと思いました。

愛媛県立北宇和高等学校
鬼の町工房

【商品名】
ほんのりしませんか

【セールスポイント（応募書類より抜粋）】
コロナ禍で家の中で過ごす時間が増えて、一息つけるスペースが欲しいと思い、この商品を考えました。泉貨紙は、約 400 年前という古くから製造されている和紙で、二枚の紙を一枚にした丈夫な紙です。現在は、日本の三か所でしか作られておらず、無形文化財に選択されています。この泉貨紙を、身近に感じてもらうために気軽に購入できる価格に設定しています。また、飾っていただく部屋の様子に合わせやすいようにシンプルな無地のものと花飾りを自分でアレンジして楽しみたい方のためのキット付き 3 種類を考案しました。

愛媛県立北宇和高校の生産食品科は一年中を通して季節の花も育てています。泉貨紙には、その季節の花をドライフラワーにしたものを、紙漉きの段階において加工し、完成させています。
この商品は泉貨紙を使っているので､「ほんのりと」した光がつくれ て、ちょっとしたリラックスポイントになるだけでなく、インテリアとして飾ることで、日本古来の風流な空間作りに最適です。

【実現可能性（応募書類より抜粋）】
私たちは、情報ビジネス部の部員で仲間を作りました。情報ビジネス部は、毎日パソコンを使って、文書処理や情報処理を行っているので、パソコンの操作を得意としています。今回は、ネットショップの運営が行えるということで、ビジネス社会での実践力をより磨ける機会になると考えました。「また、私たちのグループは、普通科と生産食品科にそれぞれ所属している仲間で構成しました。自分たちの得意分野を生かして役割分担をすることで、生産・販売ができると考えました。さらに、愛媛県立北宇和高校では地方創生・広報委員会が泉貨紙の保存・普及に力を入れて取り組んでいます。毎年、卒業証書は泉貨紙で作られ、郷土の伝統が感じられるものとなっています。

今年は、地方創生・広報委員会を中心に泉貨紙の普及に力を入れ、校内において紙漉きを行う予定です。私たちも地方創生・広報委員会を兼ねているので一緒に参加し、「ほんのりしませんか」の材料の中心となる泉貨紙を製作したいと考えています。また現在、北宇和郡鬼北町の地域活性化のイベントにもこの泉貨紙を使ったものを考えています。鬼北町の教育委員会や役場との連携 も図りながら、この計画を立てました。もし、商品化・ネット販売まで行えると、泉貨紙の PR が広範囲でできるとともに、商品の継続的な販売も鬼北町や泉貨紙保存会のサポートを受けながらできると考えているので、実現可能と考えます。

泉貨紙は、薄い 2 枚の和紙を張り合わせて、1 枚に仕上げられています。私たちは、その泉貨紙をそのまま利用するのではなく、1 枚に剥がして、和紙の凸凹とした風合いを感じてもらいたく、泉貨紙を漉き直して 2 枚合わせのアレンジを加えようと考えています (校内作業)。季節の花は、紙漉きの際に加えてみて泉貨紙と同化させるものも準備したいと考えています。

さらに「ほんのりしませんか」には、飾っていただく空間に合わせて選んでいただけるように、泉貨紙本来の良さを感じられるシンプル (無地) のものと季節感を感じてもらえる季節の花飾りのもの、コロナ禍で自宅での時間に余裕がある方が増えていることも考えて、自分でアレンジを楽しみたい方のための作成キット (ドライフラワー) 付きのものの 3 種類を製作したいと思っています。

本校は、生産食品科が季節ごとに花を育てているので、花材が豊富にあるとともに、学校の山には竹も生えているので、材料調達には適していると考えています。
近年で取り上げられている SDGs の観点からも、地元の材料をうまく循環させて、製品化することができるので、環境にも配慮した商品になっています。

【泉貨紙】＜作り方＞
1 泉貨紙を 1 枚にはがして、もう 1 枚を煮て繊維質を取り出す
2 溶液をすだれに流し込んで紙をすく (花飾りをレイアウトする)
3 すいた紙を乾燥させる
4 形を整えて完成 !
【季節の花材】＜作り方＞
材料 : ドライフラワーにしたい花、容器、シリカゲル
1 花を根元部分からカットする
2 シリカゲルを入れた容器に、カットした花を重ならないように並べる
3 蓋を閉めて冷暗所に一週間ほど置く 花弁が乾燥したら完成 !
【ほんのりしませんか】＜作り方＞
1 竹の土台をカットし、切り口にやすりをかける。
2 花のアレンジを行い、泉貨紙を網目状に焼く。
3 ほんのりしませんかの製作動画を商品に添付することで、自分たちで作りたいと考えている人たちのサポートを行う。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：愛媛県立北宇和高等学校
模擬企業名：鬼の町工房

損　益　計　算　書　(P/L)

自　2021年 11月 1日　　至　2021年 11月 30日

（単位：　円）

科目	金額	
	内訳	合計
Ⅰ　売上		① 93,958
Ⅱ　売上原価		② 61,221
売上総利益　（＝①ー②）		㋐ 32,737
Ⅲ　販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 2,385	
支払手数料	④ 750	
旅費交通費	⑤ 0	
通信費	⑥ 0	
荷造運賃	⑦ 9,940	
消耗品費	⑧ 0	
	⑨	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費　合計（＝③～⑫）		㋑ 13,075
営業利益　（＝㋐ー㋑）		㋒ 19,662
Ⅳ　営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益　合計　（＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ　営業外費用		
雑損失	⑭ 0	
営業外費用　合計　（＝⑭）		㋔ 0
当期純利益　（＝㋒＋㋓ー㋔）		㋕ 19,662

貸　借　対　照　表　(B/S)

2021年 12月 1日　現在

（単位：　円）

資産の部			負債の部	
科目		金額	科目	金額
現金預金		313,954	借入金	294,292
製品		0	純資産の部	
仕掛品		0	科目	金額
			資本金	0
			当期純利益	19,662
資産合計		313,954	負債純資産合計	313,954

1. 企業概要

企業名	鬼の町工房
学校名	愛媛県立北宇和高等学校
監査人（顧問）名	徳田博美
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	亀岡千乃　（社長） 山本大翔　（人事法務部） 坂本将貴　（人事法務部） 岡本優夏　（経理部） 山下和徳　（経理部） 山﨑櫂　　（仕入れ部） 杉浦梓月　（仕入れ部） 岩木瑠希也（広報マーケティング部） 奥山舞桜　（広報マーケティング部） 冨永佑凛　（広報マーケティング部）

2. 事業概要

貴社が提供した商品・サービスについて、製品内容や価格が伝わるように簡潔に記載してください。図や写真を使ってもかまいません。

〜〜

「ほんのりしませんか」は、雛飾りのぼんぼりの語源となる「ほんのり」と泉貨紙の「せんか」を合わせて、ネーミングをしました。商品名の音の響きから感じられるゆったり感を表現しました。泉貨紙は、約400年前から地元の北宇和郡鬼北町に伝わる伝統和紙です。特徴は、2枚の和紙を重ね合わせて製作されていることです。トラフコウゾを原料にすることで、丈夫な泉貨紙を生産することができました。

キャンドルライトは、「1／fゆらぎ」を表現できるものとなっているので、リラックス効果が増大します。泉貨紙から漏れるキャンドルライトの灯りや竹灯籠から、自然界がもつ揺らぎが感じられる商品になっており、ストレスなく心地よい日々を過ごすことができます。

コロナ禍の中ストレスを感じている人も多いのではないかと思います。そこで、家でゆっくり過ごす時間をより有意義にしてもらいたいと考えた商品です。

〜〜

商品①『ほんのりしませんか（バニラ）』

価格　3,000円

商品説明　この商品は泉貨紙を「落水紙」に加工しています。落水紙は、漉いた紙の上からシャワーをかけて作ります。水滴の落ちる大きさによって和紙に凹凸ができ、高級感を感じさせるものになっています。シンプルな柄でどの部屋にも合わせやすいです。また、ライトの光を

反映させ、暗い場所でもきれいに光ります。シンプルなので、どの部屋にも合わせやすく、インテリアとしても飾ることができます。

（明るい場所↓）

（暗い場所で光らせたとき↓）

〜〜

商品②『ほんのりしませんか（セピア）』

価格　3,000円

商品説明　この商品の紙は柿渋を使って泉貨紙を染めています。現在は、柿渋を製作される作家も少なくなり、貴重なものとなります。泉貨紙独特の特徴を一番感じることができます。泉貨紙の質によって繊維状のものが混ざっている場合があるため、和紙の原材料を感じることもできます。シンプルで落ち着いた色なので、お部屋の用途を選ばず、インテリアとしても飾ることができます。

（明るい場所↓）

（暗い場所で光らせたとき↓）

〜〜

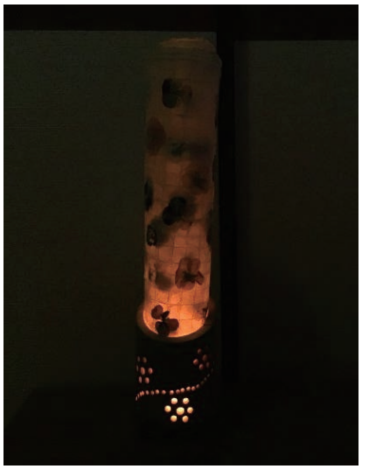
商品③『ほんのりしませんか（フローラ）』

価格　3,500円

商品説明　本校で育てているカラフルなパンジーやビオラを「レース和紙」と泉貨紙の間に挟んでいます。「レース和紙」は、本校独自でデザインしました。繊細な和紙の風合いが感じられる商品です。暗い場所でライトをつけると、花の部分がシルエットになって見えます。明る

い場所では様々な色の花が見えて、ライトをつけていなくてもインテリアとして、部屋の雰囲気を明るくすることができます。

（明るい場所↓）　　　　　　　　　　（暗い場所で光らせたとき↓）



〜〜

3. 事業活動報告

活動の経緯を、部署ごとに時系列に沿って具体的に記載してください。複数の部署で行った活動は、その他に記載してください。

○社長

8/10	事業契約書作成
9/28	販売計画書作成
10/15	ＣＡＴＶ・鬼北町役場取材

○人事法務部

7/31	七夕夏祭り参加者配置
	その他各作業分担配置

○経理部

7/27	銀行口座開設
8/16	出資金入金確認
9/ 6	泉貨紙購入代金支払い、配送方法選定
11/ 〜	商品発送処理
12/1〜	決算書類の作成

○仕入れ部

7/ 〜	竹材の切り出し
9/ 6	泉貨紙100枚購入
9/21	キャンドルライト購入
10/ 3	キャンドルライト購入
10/19	段ボール購入
11/24	キャンドルライト購入

○広報マーケティング部

7/31	七夕夏祭り泉貨紙ＰＲ
8/31	ＳＮＳ開設
10/15	ＣＡＴＶ・鬼北町役場取材
11/ 1	鬼北町広報誌発刊
11/ 8	ＣＡＴＶ鬼の町工房活動の様子の放映

○その他

7/31	七夕夏祭り参加　泉貨紙ＰＲ
8/10	竹灯籠製作準備
9/11	レース和紙糸かけ作業開始
9/18	レース和紙・落水紙の紙漉き作業１回目
9/21	柿渋紙１回目の染色作業、ＣＡＴＶ・鬼北町役場取材
9/25	柿渋紙２回目の染色作業
10/ 8	試作品製作
10/ 9	レース和紙・落水紙の紙漉き作業２回目
10/14	押し花づくり開始
10/16	ホームページ用商品写真撮影
10/23	レース和紙・落水紙の紙漉き作業３回目
10/30	商品写真決定
11/ 6	文化祭にて販売
11/20	道の駅「広見森のさんかくぼうし」に販売依頼

4. 決算サマリー

総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	290, 000円	94, 500円
経常利益	191, 600円	19, 662円

5. 経営成績に関しての説明

売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

計画よりも低い経営成績であったのは、販売数量が少なかったことである。市場に対する見通しやＳＮＳの活用頻度が低く、顧客を獲得できなかったことが、原因であると考えている。

当初の計画から販売個数を半減し、全体で80個を目安に販売量を決定した時点で、30万円を超える売上予定ではなく、メンターの方々にも売上単価の増額を検討してはどうかとのアドバイスをいただいたが、すべてが手作りであり、泉貨紙の宣伝普及活動が目標であったので価格帯を抑えたものとなった。

インテリア部門での市場動向としては、必需品ではないので買い控える傾向の商品であったと感じている。一般の和紙製品の中では低価格帯に設定しているため、今後は、和紙製品に興味・関心のある顧客層や日本の伝統文化に興味のある顧客層をターゲットに、情報拡散

をしていきたいと考えている。
　和紙製品の市場は、ほとんどが高額商品の設定であり、紙漉きを指導していただいている先生からも、和紙製品には１つ１つに手間がかかっているため、市場価格は下げられないという言葉をいただいていたが、泉貨紙を普及させ、より身近に接してもらいたいと考えた商品開発であったので、今後は、泉貨紙の知名度をさらに上げた後に、より付加価値をつけることで高価格帯への設定も含めて、検討を重ねていきたいと考えている。
　地元では、ＣＡＴＶや広報誌などに製作活動の様子を取り上げていただいたことで、認知度を高めることができたが、定着させるためには継続した販売計画を行う必要があると考える。また泉貨紙に対する興味・関心がある方も多く、お買い求めいただいたお客様の中には、「日本の伝統を感じられる商品として海外へプレゼントとして発送した。」というお言葉を頂き、海外での販売展開も今後視野に入れていきたいと感じている。
　さらに「ほんのりしませんか」の商品化の趣旨に賛同していただける前向きな言葉も多方面からいただいているので、今後も継続して商品開発に力を入れていきたい。

6. 事業におけるトラブルへの対応

事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

・竹灯籠をスタンドにすることで、小さな棘が発生しやすいことと経年劣化をするので色が変色することが想定されたので、事前に取扱についての注意を喚起するとともに、商品発送時にも取扱についての注意喚起をする説明書を同封した。
・キャンドルライトについては、電池交換についてお客様に各自で行ってもらうことを促した。

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明

今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

　すべてが手作りでの製作には、時間が掛かり過ぎることと製品の品質を一定に保つことが難しかった。紙漉きには、一度に生産できる数が限られており、大量生産は難しかった。また、竹灯籠をスタンドにしていたが、一定の製品の質を保つために多くの時間を費やしてしまった。今後はスタンドを、既成のものを利用するなどに変更することで、製作時間の削減や品質管理が簡要になると考えられる。
　また、和紙だけの販売をして欲しいという依頼もあり、今後、泉貨紙の加工方法の開発や他の商品化に向けてさらに検討していきたい。
　ＳＮＳの活用が課題であった。私たちは、日頃からＳＮＳの利用が少なく、どう活用し拡散していったら良いのか分からないまま終了したような感じだったので、今後は、他のチームの様子を参考に、情報発信源を増やして、商品の魅力を伝えていきたいと考えている。

8. 監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

　「ほんのりしませんか」の製作販売にあたり、夏休みからほぼ毎日、泉貨紙のアレンジやレース和紙の糸掛け作業、紙漉き作業、渋染め紙の製作準備、竹灯籠製作などに、皆がよく取り組んでいたと思います。すべてが手作りの製品は、全員が作業に取り組まなくてはならない工程がほとんどだったので、かなり大変だったと感じています。それぞれが得意分野を

生かした分担を効率的に行うことで、商品化になんとか結びつけることができたと感じています。

計画当初は、落水紙のアレンジを中心に考えていましたが、鬼北町泉貨紙保存会の平野会長から和紙の歴史や泉貨紙の特徴を学ぶ機会を得ることで、泉貨紙の特徴を最大限に生かすことができるレース和紙、柿渋紙、落水紙と最終的に３種類の商品を考案することにつなげることができたことは、大きな成長であると感じています。

製造工程を何度も繰り返し行ったので、紙漉きの技術や工程手順が身に付いたので、回数を重ねるたびに手際がよくなり、他者への指導もスムーズに行えるようになりました。
今後は、泉貨紙の製造過程のワークショップを校内や地域の人に対して行う機会を検討しているので、泉貨紙の伝統を継承・伝達できる人材としての立場になれるように成長して欲しいと考えています。

購入者アンケートより、「商品のコンセプト通りに私たち家族がほんのりしたのは勿論、愛犬もじっと眺め、くつろいでいたのが印象的です。」「花びらのいい香りがして和みました。」「日本の伝統が感じてもらえる商品に出会ったので、海外の友人に発送しました。」との評価をいただき、商品開発の意図は、ほぼ達成できたと感じています。また、今後も継続して販売するための方向性のアイデアをいただくことができたので、アンケートの収集は継続して行い、商品開発の一助にしたいと考えています。

ＳＮＳの活用術は、これから身に付けていく段階ですが、今後は、地元の道の駅「広見森の三角ぼうし」との販売契約が進んでいるので、地域からの販路拡大を目指していきたいと考えています。

泉貨紙を多くの人に知ってもらえる良い機会をいただき、大変感謝しています。

感想文

亀岡 千乃
社長

このリアビズを通して、商品を買ってくれるお客様の気持ちを考えて商品を作ることの楽しさや大切さを知りました。対象を決めて、その人がどんなものだと喜んでくれるのかなど考えるのは難しかったですが、いい経験になったと思います。初めてチームのみんなで頑張って作ったものが売れたときはとても嬉しかったです。そして、購入して下さった方に、花弁の香りで和む、竹の細工がいいなど嬉しい感想を頂いて、頑張って良かったなと思いました。また、今回の企画で会社の社長をしてみて、みんなをまとめたり自分の意見をはっきり言えなかったりしたので、社長らしくもっと行動できるようになりたいと思いました。メンターの方とのミーティングでは、商品の販売の仕方やどうすればたくさんの人に買ってもらえるのかなど色々なことを教えていただきました。それだけでなく、コミュニケーションの大切さも教えてもらったと思います。社長という役割をすることはないと思いますが、自分の意見をしっかり持ってコミュニケーションを大切にする人になりたいと思いました。

今回はネット販売がメインでしたが、上手く使いこなすことができず、あまり売ることができませんでした。SNS などをもっと活用できるように頑張りたいです。今後も継続して「ほんのりしませんか」を販売していくので、泉貨紙の良さを多くの人に知ってもらいたいです。この企画で学んだことをこれからに生かしていきたいです。

坂本 将貴
人事法務部

僕が通っていた中学校では起業家教育の一環で、毎年３年生が中学校の名前で株式会社を立ち上げていました。その会社ではグループで分かれていくつかの種類の野菜を作って販売していました。しかし、初めてということもあり野菜を販売するだけなのに原価や利益などに計算に戸惑ってしまいました。その時は野菜を作りましたが、リアビズでは商品を作る、というのでかなり難しかったです。元々、という模擬企業を立ち上げ、その社長を務めることになっていましたが、一次審査で落ちてしまいました。その時は「 」というキャンドルの商品を考えていました。その難しさは、中学校の時とは比べ物にならず、「貸与される資金」ということを考えた上で、商品を作るための材料や小物はいくつ必要で、いくらぐらいまでならお金を使えるのか、そしてきちんと利益は出せるのか、というところまで考えなければなりません。会社で商品やサービスの企画、開発をしている人達は本当にすごいと思いました。手作りということもあり竹を切ったり穴を開けて模様を作ったり、多少の肉体労働もありました。しかし、購入者の評価も悪くなく、家族や祖母からはかなり良い評価をもらったので嬉しかったです。また、SNS の運用が上手くできてなかったみたいで、BASE での購入者は２人となってしまいました。また参加する予定なので、来年からは SNS の運用や仕事の分担など、上手くできなかった部分を改善したいです。優勝を目指して頑張ります！

山本 大翔
人事法務部

今回、リアビズの高校生模擬起業グランプリにおいての私の役職は「人事」でした。私は人事といったものがどういったものかは、よくわかってなく始めたのですが私なりに人事の仕事を考え、それを実行できたと思います。人事の仕事のほかにも、というか仕事のほとんどが販売する商品の加工でした。私たちが販売する商品は、竹とこの地域の伝統的な和紙の「泉貨紙」を組み合わせた、ぼんぼりだったため、それに使う竹と和紙の加工をしたことを鮮明に覚えています。中でも、竹を切る作業は大変で暗くなるまで作業をしていた日もありました。ほかにも、ＳＮＳでの広報や、オンライン会議なども主にしていました。

そして、この高校生模擬起業グランプリを通して、やはり楽しいこともあれば、辛かったりめんどくさいと感じることも当然あったのですが、どれを見ても、普通の高校生活、もしかしたら大学でも経験することのできない貴重な体験だったのだと今にして思います。私としては満足するような結果は手に入れることができたと思うので、今後生きていく過程で、ふとこのことを思い出し、役立てることができると思います。

岡本 優夏
経理部

私がリアビズを通してやってきたことは、みんなのアイデアを形にしてみてどんな商品を作るかを考えたことや、経理の仕事をしたことです。経理の仕事では、簿記で学んだことを通して伝票や帳簿を書いたり、銀行に行ってお金をおろしたりしました。銀行には普段あまり行かないし利用することもないので何をすればいいのか分からなかったけれど、行員の方に丁寧に教えていただいたので、無事に仕事をこなすことができました。実際に帳簿をつけてみて、簿記と似てはいるけれど、架空の取引と現実の取引を扱うのでは全然違って、お金を扱うという緊張感がありました。でも、普段できないようなことをこのような機会に実際にすることができたということは、貴重な体験にもなったので、今後も生かすことができたらなと思いました。

山下 和徳
経理部

リアビズを通して僕は、起業の難しさを知りました。まず商品の計画を考えているときに店だと自分が欲しいのを探すだけだったので考えていませんでしたが、自分が作るとなると地域のもので、みんなが手に取るような商品を考えなければならなかったので難しかったです。計画も難しかったけれどそれを作るのも大変でした。この経験を相手に送るものなどにつなげて、相手に喜んでもらえるようにしたいです。また、将来自分で企業やプレゼンをするときに生かせるように企業側のことも考えたいです。

山﨑 櫂
仕入れ部

リアビズを通して私は「連携」「コミュニケーション能力」の大切さを学びました。

初めての挑戦で分からないことが多々あり難しかったですが、様々な人がいろいろな面から支えてくださりとてもいいモノを作ることができました。

竹きりは難しかったですがとてもいいものをつくることができました。竹のデザインをいろいろ工夫して、頑張りました。お客様から褒められたときは、とてもうれしかったです。

今後もアレンジを加えながらより良い商品作りをしていきたいと思い

ます。

杉浦 梓月
仕入れ部

僕は小学校、中学校とこのような経験はあまり積んだことがありませんでした。しかし、これから社会に出ていくとこういったことが増えていくと思うので難しいこともありましたが、自分の中でとてもいい経験になったと思います。初めて自分たちで起業してみて、普段よく広告などで目にする、たくさんの企業への見る目が変わりました。いつもそこまで意識することなくたまに検索をかけるくらいでしたが、実際にやってみて、かなり難しかったのはもちろんの事、同時に厳しさを学びました。起業後そこからどのように伸ばしていくのか、どのような工夫がされていくのかなど、これからの自分にとってもいい経験になったと思います。

冨永 佑凜
広報マーケティング部

私がリアビズを通して、仲間と協力してどのような商品を作って売ればよいか考えるのがすごく楽しかったと感じました。みんなで、自分が考えたアイディアを出し合いいろいろアドバイスなどをして決めていったことが楽しかったです。商品が決まると、どんなふうにするか、何が必要かを考えるのが難しくて苦戦した部分もありましたが、先生や仲間と話し合いとても良いものが出来上がったと思います。

本当に貴重な体験ができたので、いつかこのように、商品を作って売ることを経験できる時が来たら、この時のことを思い出して、仲間と協力し楽しむことが大切だなと思いました。

奥山 舞桜
広報マーケティング部

私はこの高校生模擬起業グランプリに参加して感じたことは、同級生や先輩方、先生と協力して商品のアイディアを出したり実際に自分たちで作ってみたり、今まで体験したことがなかったのでとても大変でした、でもそれ以上にとても楽しかったです。私は企業のロゴマークも担当させていただきました。鬼北町の雰囲気や商品のイメージを表現するのはとても大変でしたが､楽しかったです。今回の経験はきっと思い出にもなるし将来にも生かしていきたいです。

岩木 瑠希也
広報マーケティング部

今回リアビズを通してたくさんのことを経験しました。その中で特に印象に残ったことを紹介しようと思います。まずは泉貨紙です。泉貨紙を作るときには細かな水の調整などの大変な作業がたくさんあり苦労しました。しかし、出来た後の完成度は高かったです。次に竹を切る作業をしました。斜めに竹を切る関係上、ノコギリを斜めにしないといけませんが、そのせいで刃が通りづらくなり、切るのに時間がかかりました。またやすりがけや穴あけなど、細かな作業はありましたが、良い作品ができたと思います。会議があった時にはたくさんの講師の先生から商品を売る際のコツやどうすれば写真がきれいに撮れるのかなど、貴重なことをたくさん聞くことができました。今回、リアビズを経験して、自分が就職をして商品を売る立場になった時に今回の経験を活かしつなげていきたいと思いました。とてもいい経験ができました。

北海道札幌国際情報高等学校
バルネス

【商品名】
あなたの想いを世界に届ける　バナナペーパーカレンダー

【セールスポイント（応募書類より抜粋）】
　札幌国際情報高校グローバルビジネス科での学習によって養われたグローバルな視点から、海外と手を取り合って共存できる世界を 目指せる商品「バナナペーパーカレンダー」を企画した。
・世界をつなぐバナナペーパー
1. 環境への配慮、
　大量の木を切り倒し、その土地の環境や生態系を壊すリスクを伴って製造される従来の紙とは異なり、バナナペーパーはバナナの茎から取ったバナナ繊維を、日本の和紙の技術により加工し生み出される特別な紙である。バナナは現在約 125 か国で栽培されているが、バナナの実は一本の茎に一度しか実らないため、収穫が終わった茎は切断し、また新しい実を育てている。ここで切断された大量の茎をゴミにしないために作られたのがバナナペーパーだ。一般の木は 10~30 年かけてゆっくり再生されるのに対し、切ったバナナの木は 1 年以内に再生し、新しいバナナを実らせる。つまり、バナナペーパーは環境に配慮された上に、サステナブルな素材なのである。
2. 雇用問題の解決
　原料のバナナ繊維はザンビアから、工場はアフリカにある。これらはどちらも発展途上の国であり、ここに雇用の場を与えることで貧困問題の状況解決に取り組んでいる。また、今回使用しているバナナペーパーはフェアトレードの認可が下りており、売り上げの一部を村へ還元することができるので、持続可能な発展を支えることができる。
・卓上カレンダーの需要と特徴
1. コロナ過における需要の拡大
　新型コロナウイルスの影響により、オフィスに出社せずに自宅などでリモートワークをする人が増えていることから、自宅においてすぐに日付を確認できる「卓上カレンダー」の需要は高まっていると推測される。
2. 卓上カレンダーであること
　卓上カレンダーのメリットとして、同じ位置にあること、圧倒的に短いアクセス時間などがあげられる。今日ではパソコンや携帯のアプリケーションを利用してスケジュール管理をしている人が増えているため、メモを書き込むほどの大きなスペースなど は必要ないが、とっさに日付と曜日だけを確認できることが「卓上カレンダー」には求められており、今回企画したカレンダー はこれらのニーズを満たしているといえる。
・バナナペーパー×卓上カレンダーによる効果
1. 卓上カレンダーのメリットは上記の通り、「いつもそこにあること」である。いつも見ているものに親近感を抱くことは心理学的にも証明されているため、この商品を購入した人がカレンダーをデスクに置いている間、見るたびにアフリカの現状に思いを馳せることができると思う。
 2.「SDGs についてよくは知らない。」「世界の平和のため、できることはしたいが何をすればよいのかわからないし大きなことをする勇気はない。」という人にこのカレンダーを購入してほしい。フェアトレードの仕組みを利用している商品なので購入するだけで、SDGs の目標達成に、発展途上国の支援に寄与する事ができる。
【他社製品との差別化】
1. お客様の写真からオリジナルカレンダーの作成が可能
　注文時のオーダーで、大切な思い出をカレンダーにすることができる。自分用としても、大切な人への贈り物としても最適。
2. 表紙に企業名の印刷が可能
　環境への配慮がされ、社会貢献が可能なこのカレンダーは企業のイメージアップにもつながるため、名入れすることで企業のノベルティとして通常のカレンダーよりも優れた効果を発揮する。

【実現可能性（応募書類より抜粋）】
・カレンダーの購入時期に関する企業の様々なデータから、購入する人の多くが 12 月と答えており、12 月は競合が激しいと予想されるが、

販売時期は 11 月いっぱいなのでそれら避けて売り出すことができると判断した。
・他社で出しているバナナペーパーカレンダーの平均価格は約 1,500 円なので、私たちが提案する価格は妥当であると考える。
・ターゲットを幅広く設定しているため、市場規模が大きく売れる見込みがある。
・購入者は自分たちが払ったお金でカレンダーを手に入れるだけでなく、社会貢献にも寄与できると知れば購買意欲が高まると考える。
・ペーパーの仕入れ、カレンダーの印刷は地元の印刷会社である三浦印刷に依頼済み。商品の包装 (ラ ッピング)、梱包、発送はこちらで行うが、作業量は多くないため 3 人でも問題はないと考える。
・商品をコンパクトに仕上げたため、コストを抑えた郵送で、お客様の負担を減らすことができる。
・お客様から預かった基本情報 (氏名、住所、連絡先、写真等) は、ご注文及びご購入いただいた商品に関するご連絡、商品の発送によるお届けのためにのみ使用する。
・顧客対応に関しては、商品販売の Web ページにお問い合わせフォームを開設して、メンバー 3 人でこまめにチェックし、迅速な対応を心がける。
・広告宣伝用に Instagram のアカウントを開設する。開設期間は 9~11 月を予定している。

損 益 計 算 書 (P/L)

自 2021年 11月 1日　至 2021年 11月 30日

（単位： 円）

科目	金額	
	内訳	合計
Ⅰ 売上		① 385,630
Ⅱ 売上原価		② 267,850
売上総利益 （＝①－②）		㋐ 117,780
Ⅲ 販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 5,500	
支払手数料	④ 1,020	
旅費交通費	⑤ 0	
通信費	⑥ 5,070	
荷造運賃	⑦ 0	
消耗品費	⑧ 0	
	⑨	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費 合計（＝③～⑫）		㋑ 11,590
営業利益 （＝㋐－㋑）		㋒ 106,190
Ⅳ 営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益 合計 （＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ 営業外費用		
雑損失	⑭ 0	
営業外費用 合計 （＝⑭）		㋔ 0
当期純利益 （＝㋒＋㋓－㋔）		㋕ 106,190

貸 借 対 照 表 (B/S)

2021年 11月 30日 現在

（単位： 円）

資産の部			負債の部	
科目		金額	科目	金額
現金預金		193,790	借入金	217,600
製品		0	純資産の部	
仕掛品		0	科目	金額
未収金		130,000	資本金	0
			当期純利益	106,190
資産合計		323,790	負債純資産合計	323,790

1. 企業概要

企業名	バルネス
学校名	北海道札幌国際情報高等学校
監査人（顧問）名	松村　順
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	成田　楓　（社長，人事法務部） 西尾　美瑚（経理部，仕入れ部） 松山　愛華（広報マーケティング部）

2. 事業概要

貴社が提供した商品・サービスについて、製品内容や価格が伝わるように簡潔に記載してください。図や写真を使ってもかまいません。

商品名「あなたの想いを世界に届ける　バナナペーパーカレンダー」

価格　　1,500（写真入り）
　　1,300（暦のみ、名入れあり）
　　1,000（暦のみ、名入れなし）
協力企業　三浦印刷株式会社　様
　　株式会社山櫻　様
　　株式会社ワンプラネット・カフェ　様

商品の特徴
・Ａ６サイズのコンパクトな大きさであり広いスペースを必要としない
・写真を印刷してオリジナルのカレンダーを作成できる
・企業向けに名入れができる
・ユニバーサルデザインですべての人が使いやすい

バナナペーパーとは
　アフリカで生産されているバナナの茎の繊維から生まれたエコな紙。フェアトレードの基準もクリアしており、購入してくれた金額の一部がアフリカに寄付される。

商品誕生の背景
　取り組んでいた啓発活動をもとにインターネットでフェアトレードに関する素材を探し、バナナペーパーの存在を知った。バナナペーパーを使用した商品を考え、たくさんのアイディアのひとつにあったのがカレンダーである。
　カレンダーの老若男女が使用できるという点に目を向け、それによって多くの方々にフェアトレードに触れてもらうことができると考えた。バナナペーパーを使ったカレンダーを売ることではじめに掲げていたフェアトレードを啓発するという目標にもつながるため、カレンダーを売ることにした。

3.事業活動報告

活動の経緯を、部署ごとに時系列に沿って具体的に記載してください。複数の部署で行った活動は、その他に記載してください。

○社長

7 月
○ワンプラネット・カフェ様に連絡
　→バナナペーパーについて、どれくらい生産国へ利益が還元されるのか、またワンプラネット・カフェ様のウェブで使われている画像を私たちの SNS や BASE のページに使用して良いか質問した。
8 月
○三浦印刷株式会社の方との打ち合わせ
　→仕入れ価格や、生産の仕方、今後の流れについて打ち合わせをした。その後も何度か電話やメールでやり取りを行った。
10 月
○商品紹介動画の作成
11 月
○エシカル・タイム様との店舗販売に関する打ち合わせ
　→電話でカレンダーについて話した。実際にメンバー全員でお店に伺い、販売方法や、置いていただくポップのデザインやサイズの話をした。

○人事法務部

送っていただいた写真が著作権に反していないか丁寧に確認した。

○経理部

9 月
○商品販売計画書の作成
○取引先との価格交渉
10 月
○仕入内訳のデータの作成
12 月
○振替伝票の作成
○総勘定元帳の作成
○財務諸表の作成

○仕入れ部

9 月
○取引先との仕入れ交渉
10 月
○仕入内訳のデータの作成

○広報マーケティング部

8 月
○Instagram 用のアイコン作成依頼
→知り合いに依頼。
○夏の活動報告動画
→商品の製作には着手していなかったため、バナナペーパーの原材料であるバナナの茎の原産地ザンビアの現状や、SDGs、フェアトレードに触れた、商品販売への想いを伝える動画を作成。伝わりやすくするため、ナレーションを知り合いに依頼し、字幕も添えた。
9 月
○Instagram 開設
→フェアトレード・バナナペーパー・販売する商品についてなどの情報を発信し、なるべく多くの人に見てもらう・興味を持ってもらうということを第一に考え運営。
10 月
○ワンプラネット・フェス
→バナナペーパーの情報や写真を提供していただいているワンプラネット・カフェ様からの誘いにより、私達のバナナペーパーへの思いを１０分間のビデオメッセージに残す。
○チラシ・ポスター作成
→校内販売用のチラシ・ポスターを作成。伝えたい情報が一目でわかり、購入したくなるように作成した。印刷は三浦印刷様に依頼。
○商品紹介動画
→商品のこだわった点、購入したくなるような強みを前面に出した動画を提出。

○その他

7 月
○経営スケジュールの作成
8 月
○初回 MTG　　自己紹介 事業の説明 スケジュール確認
○活動報告動画提出
○取引先の企業の方との打ち合わせ
　→仕入れ価格や今後の予定の確認
9 月
○2 回目 MTG
　→課題：ターゲットの深堀
○ワンプラネット・カフェ様主催のフェスのご招待を受ける
○コピーライターの池端さんに来ていただく
　→キャッチコピー、タグラインの作成
○3 回目 MTG
　→課題：価値について
　　写真データについて
○ 商品販売計画提出物
10 月
○4 回目 MTG
　→課題：公式 LINE について

仮販売について
○商品紹介動画提出
○BASE にて古市様との仮販売を行う
○北海道通信社からの取材
○BASE 構築
11 月
○北海道新聞社からの取材
○東急デパート　エシカル・タイムでのカレンダー店舗販売の打ち合わせ
○TVH（テレビ北海道）取材
　→エコに関することや私たちの思いを伝える
○校内にチラシを配布
○校内販売の実施
○BASE と LINE での顧客対応

4.決算サマリー

総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	220,000	392,560
経常利益	39,500	106,190

5.経営成績に関しての説明

売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

計画と実績に関して差が生じたことには以下のような原因が考えられる。
１．戦略
（１）貰い物のカレンダーを使用する人が過半数を占めるというデータから、一般の方のみでなく、企業向けに名入れパターンを用意していた。フェアトレードや環境問題に配慮されたカレンダーをノベルティとして使用することで企業のイメージアップに繋げることが可能という利点もあるため売上を大きく伸ばすことができた。(300 冊中 100 冊以上が企業の購入)
また、このことから、フェアトレードや環境問題に関心を持っている企業が多くいることも分かった。
（２）カレンダーを１２月に購入するという人が多く、１２月になると市場にも多くのカレンダーが並ぶが、販売期間が１１月であったことにより競争が激化する前に売ることができたため予想を上回る販売数になったと考えられる。
２．広告活動
（１）Instagram では、#バナナペーパー　で定期的に検索をかけ、私達の取り組みに協賛してくれそうな人にいいねを押すことによってバルネスの存在をアピールしたことで SNS きっかけでの購入者が得られた。

（2）販売期間中は毎週一定数ずつ売れると見込みを立てていたが、新聞やテレビ等のメディアの効果が予想以上に大きく、メディアに取り上げられた直後は新聞を見て店頭に足を運んだという人もおり、注文数の伸びも大きかった。

3．価格
（1）最後の最後まで取引先との価格交渉を行っており、商品の原価を計画当初よりも抑えることができたことも利益に差が生じた要因として上げられる。

参考データ：https://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2012/121201/

6. 事業におけるトラブルへの対応

事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

クレーム等はなかったが、BASE での発送期限と予定していた発送日が異なるという問題があった。BASE では決済方法（例：クレジットカード、PayPal）の違いによって発送期限の長さが異なっていた。そこで期限に間に合わないお客さまにはその理由をメールでお伝えした。
想定トラブルと対応については以下の通りである。
・画像データ未送信　→　再度メールで案内する
・発送遅れ　→　配送日を遅めに書いておく
・配送先間違い　→　メンバー内でダブルチェックを行う
・商品間違い　→　メンバー内でダブルチェックを行う
・商品破損　→　配送する前に確認する
・返品　→　商品に不備が認められない場合、お客様都合の返品は行わない
・発送間違い等による欠品　→　お客様の了承を得て、作り直す

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明

今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

1．　商品に関しての改善点
（1）贈り物としての用途も見込まれるために、有料でのラッピングのオプションを追加することで購入者を増やすことが可能。また、プレゼントとして他の人の手に渡ることはフェアトレードを広める活動にも効果的である。
（2）写真を選ぶのが手間、カレンダーのバリエーションがもっと多様であるといいという声から、あらかじめ写真の入っているカレンダーを用意する、字体やカレンダーのサイズを変更可能にする、記念日などを追加できるようにするなどの対応ができると良い。

2．　販売に関しての改善点
（1）計画段階でのターゲットであった小さい子どもがいる母向けに保育園で営業をかけるなどのように、広い範囲での活動ができると良い。

3．活動に関しての改善点

（1）テレビやラジオ、新聞などにもっと積極的に声をかけてメディアに取り上げてもらうことで商品や活動に興味を持つ人の母数を増やせるため、販売数の増大が見込める。
（2）価格は他のカレンダーに比べ、高めに見えるがフェアトレード商品であることを加味すると妥当な値段であった。しかし購入者の多くが大人の方であり、校内販売での販売数を伸ばせなかったことから、価格以上の価値があることを伝えきれなかった部分があると考えられる。より多くの人が納得できるような丁寧な説明ができると良い。
(具体例：売上のうちのどのくらいが寄付されているのかの具体的な数字の記載。他者のバナナペーパーカレンダーとの価格の比較。)
（3）受験も相まって活動に取れる時間が少なかったので、ゴールからの逆算した行動を徹底していくことで、すべての活動においてのクオリティを更に引き上げることが可能。

以上の点を改善することで、利潤を得る活動としても、フェアトレードを啓発する活動としても更に効果的なものにする事が可能と考える。

8. 監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

「企業は人なり」　3人を見ていると、まさに言葉のとおり、企業の成長も人の成長も、ひとの正しい考えや行いが大きな要因であることがわかる。少人数だからとか、受験生だからとか、そんな言い訳はステークホルダーには一切関係なく、そのことをきちんと理解して事業運営をしたからこそ、多くの人の共感を得ることができたのだと思う。学校行事などの販売実習とは異なり、出資金を最大限に生かしながらリターンを生むという行為は、高校生にとってはプレッシャーがかかることであるが、逆にそれを楽しみ周囲を上手に巻き込みながら商品と会社を育て、自分たちも一緒に成長するさまは大人顔負けのセンスであった。困ったこと、大変だったことは多々あったはずだが、弱音を吐かず一人ひとりが責任をもって解決にあたる姿勢を崩さなかったことが結果的に予想を超える販売数につながった。
商品ライフサイクルとしては導入期から成長期に入りかけたところで、販売期間終了。少しずつ商品の価値が広まりつつあることを実感していただけに、これからの商品成長が見られなかったのは少し残念である。一人ひとりの写真オーダーを受けるという商品モデルは、協力企業の印刷会社からも高い評価を得ており、個人需要だけではなく企業ノベルティとしても有効だったことがわかった。
3人のメンバーと模擬企業が成長していく姿を監査人として、サポートしながら楽しませていただきました。その間、メンターや運営本部の方などにご支援いただいたことに感謝申し上げます。本当にありがとうございました。

感想文

成田 楓
社長，人事法務部

私たちは３人という少ない人数、また受験生であったためリアビズと勉強の両立はかなり大変でした。

リアビズというものを知ったのが遅かったため、初めの書類提出の期限が迫っており、時間をつくって多くの話し合いを重ね、商品を決定した後は資料作成に励みました。発表当日、私たちのチームの名は呼ばれず、悲しさと諦めの気持ちがありました。ですが数日後、最後の一枠として発表されたときは驚きましたし、メンバーと大喜びしたことを覚えています。私たちが実現したかった商品販売を通じてのフェアトレードの啓発、そしてバナナペーパーを使うことで発展途上国へ利益の一部を還元できることが何よりうれしかったです。

本格的な活動に入って、商品販売に向けて行われる二週間に一回のミーティングでは毎回多くの課題にぶつかりました。一つ一つ解決するために考えを出し合いましたがビジネスを経験したことは今までなかったので解決できないものもたくさんありました。そのたびにメンターの方々にアドバイスをいただいたり私たちが考えてもいなかったことを指摘してくださったりしたので、ただその課題を解決できただけでなく、私自身に新たな気づきやモノの見方を与えてくださりました。それからは大きな壁にぶつかっても諦めず、さまざまな視点で考えるようになりました。

セミナーでは、実際に起業で成功された方のお話を聞いたり、商品販売をよりよくするためのアドバイスをしてくださったりして滅多に経験することができない貴重な体験をすることができました。社会にでて活躍する方からのお話は、将来に活かすことができることばかりでした。

私はバルネスの社長として活動してきましたが、そこで大切だと感じたことは、チームの協調性と「ビジネス」ということをよく考えることです。チームのメンバー一人ひとりが自分の役割をしっかり持ち、進めていかなければいつまでたっても自分は変わることができないし、成長することもできない、そして相手に迷惑がかかるということもこの活動を通して改めて感じました。ビジネスは決して一人ではすることができないし、周りの人と協力していかなければよいものも作れないし、良い人間関係を築いていくこともできません。私たちが活動を成功という形で終われたのも、たくさんの方々の支えがあったからこそだと思います。

お世話になったメンターの方々、取引先の企業の方々、顧問の先生、そして協力してくださった多くの方々に感謝の気持ちでいっぱいです。本当にありがとうございました。

西尾美瑚
経理部，仕入れ部

授業の延長で始めたリアビズの活動は多くの方々に商品を購入してもらうことで授業の目標であった啓発活動にもつながり、とてもよい結果になったと思います。

私たちは人数が少なく、受験生でもあるので勉強との両立や作業の遅れを解決するのがとても大変でした。しかし、そのディスアドバンテージの中で隙間時間をうまく活用し、三人で協力して活動ができたので充実した期間になりました。

この活動を通して、たくさんのことを学びましたが、その中でも大きかったのが企業やメンターの方々などの大人と関わる際の礼儀作法やマナーについてでした。生まれてから今まで多くの時間を学校で過ごしたので大人の方と関わる機会がほとんどありませんでした。そのため、学校では教わることのないメールの文章であったり名刺の受け取り方であったりを始めて経験しました。学校とはまったく違った世界で最初はかなり混乱しましたが、そういったマナーをインターネットで検索したり、見たり教わったりしながら学ぶことができました。

また、リアビズを通して私の中で大きな変化もありました。いままで消費者として商品を購入していましたが、今回はそのあたりまえだった消費者ではなく生産者にまわったことで、物事の見方がガラッと変わりました。具体的には、商品をどのように売り出すかや商品の価値、消費者側が考える価値を考えました。消費者、生産者という立場すら考えたことのなかった私にとっては新しい視点でとても刺激的な経験でした。

はじめに三人で協力して取り組んだと書きましたが、三人だけでは厳しい場面も多くあったのでそこは友達や顧問の先生などに協力してもらい、活動することができました。関わってくれた多くの方々やこのような機会を与えてくださった協会様に感謝の気持ちを述べたいです。本当にありがとうございました。

松山愛華
広報マーケティング部

フェアトレードの更なる普及を目指して応募したリアビズでしたが、結果としては大成功という形で終えることができたと思います。予想を超える人数の方に購入していただき、興味を持っていただくことができました。今回のこの活動は、世界の格差を縮めるには程遠いことですが、私達にとってのとても大きな一歩となりました。

そして、私自身としても大きな成長を遂げることができました。まず会社を運営するという行為は学校で教えてくれないことだらけです。名刺の受け取り方、目上の方とのコミュニケーションのとり方、お金に関することなどはリアビズを通して少しずつ学んでいきました。中でも目上の方とのメールや会話のやり取りには苦戦して、最初のミーティングではほとんど言葉を発することができず、悔しい思いをしたのを覚えています。しかし、それも回を重ねるごとに慣れていき、自分の意見や想いを最終的にはメディアを通して全国にまで伝えることができるほどに成長しました。私たちは３人という少ない人数で、さらに１月には共通テスト、２月には個別試験が控えているなか、受験勉強と両立しながら活動を続けてきました。これが精神的にも肉体的にも想像以上に辛かったのですが、大学受験より少し先を見据え、この活動は自分にとって社会に出たときのアドバンテージになるはずだ、と考え方を改めることで前向きに活動することができました。メンバーのバランスも良かったのだと思います。社長として私達の前に立ちバルネスを引っ張ってくれた成田、何でもズバッと言えるはっきりとした性格の西尾、そんな２人だからこの長い数ヶ月を乗り越えられました。

私達は他チームより活動に割ける時間が圧倒的に少なかったため、頼れる人にはとにかく頼ってきました。バルネスの活動は私達だけの力で行ってきたものでは決してなく、大勢の方の力を借りて実現したものです。いつも褒めて励ましてくださったメンターの方々、さまざまな面で支えてくださった顧問の先生、これまでかかわってきたすべての方に感謝の気持ちでいっぱいです。今回は普通に過ごしていたら絶対に経験することのできない貴重な体験をさせていただき本当にありがとうございました。

高知工業高等専門学校
ビースティケージ

【商品名】
小動物ケージ「BeastieCage」

【セールスポイント（応募書類より抜粋)】
今、コロナ禍でおうち時間が増え、小動物の飼育を始める人や、飼育してみたいという人が増加している。実際に社長を務める三澤もコロナ禍のおうち時間をきっかけに、1 年ほど前から爬虫類飼育 を始めた。そのため、本ケージは実際の飼育者の目線で開発されており、機能性を重視した作りとなっている。

また、現在販売されている横 600mm 以上のケージにはガラス、または木材を用いたものがほとんど である。ガラスケージは重く、値段がとても高い。木製ケージは基本的に安い合板を使用していて、前面の扉は互い違いのスライドドアのものが多いため、集成板を用いた観音開き式の木製ケージを販売することは需要が高いと考えた。

そして、もう 1 つ注目してほしいのが、左右のアクリル板の取り外し可能なデザインと上部の金網だ。上で述べたように、木製ケージは安い合板で作成されることが多いため、面方向の加工ができても小口の加工ができない。そこを本ケージでは集成板を用いることで小口に溝を掘り、左右面アクリ ルのスライドを可能にし、機能性を重視した。また、上部には BBQ 網などが使用されることが多い が、本ケージでは、本校の実習で習った溶接技術を用いて、サイズに合った金網の制作を考えてい る。

サイズは、600 × 300 × 450 サイズの「Beastie cagesS」と 900 × 450 × 450 サイズの「Beastie cageM」の 2 種類を用意した。
値段についてはケージの相場とオリジナル性、木材の値段等を考えて「Beastie cageS」16000 円 ,「Beastie cageM」24500 円は値段以上の価値があると考える。

【実現可能性（応募書類より抜粋)】
木材、金網、ネジ、ヒンジなどの部品の仕入れには基本的に近所のホームセンターを利用するため、準備期間内での仕入れが可能である。また、アクリル板の仕入れに関しては通販サイト「アクリ屋 ドットコム」に注文予定。多くのアクリルを購入することで送料が無料で、商品出荷まで 1~2 週間で あることから問題が生じた場合でも準備期間内で対応が可能であると判断し、注文を予定している。

設計には本校で学んだ 3DCAD での設計技術を用いて寸法や全体図などを確認しながら工夫するため、実際に作ってみて失敗することがなく、開発費に費用をかけない。

制作に関しては、販売個数があまり多くないため、自分たちだけでの制作を考えている。そこで、建築を専門とする教授に本校の充実した設備と、建築用の工具の使用の許可をもらうことができた。また、実際に詳しい扱い方などについてもご教授いただけるようになっているため､自分たちで高クオリティの製品が販売出来ることを確信した。木材や部品などは、注文に応じて随時ホームセンターで購入することで、赤字になるリスクを抑える ことができる。

発送には縦 + 横 + 奥行きの合計が 200 サイズまで可能なヤマト便を使用する予定で、できるだけ安く安全な方法での発送を考えている。また、実際に企業に勤めていた経験がある先生にもアドバイスをもらい、顧客対応についてメンバーも学んでおり、それに加えリアビズのオンライン講習の方でも学ぶことができると考えている。

そして、第 1 回のリアビズの資料を見たところ、売上を出す 1 番の要因は宣伝力だと感じた。そこで、ケージの宣伝については Twitter と Instagram の総フォロワー数 2500 人を超えるエキゾチックアニマル専門店の「ももれおん」さんの店舗で実際に使ってもらい、Twitter、Instagram で宣伝していただけ るよう、許可をもらうことができた。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：高知工業高等学校
模擬企業名：ビースティケージ

損　益　計　算　書　(P/L)

自　2021年 8月 16日　　至　2021年 12月 17日

（単位：　円）

科目	金額 内訳	金額 合計
Ⅰ　売上		① 204,772
Ⅱ　売上原価		② 245,196
売上総利益　（＝①ー②）		㋐ -40,424
Ⅲ　販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 12,905	
支払手数料	④ 580	
旅費交通費	⑤ 0	
通信費	⑥ 84	
荷造運賃	⑦ 17,600	
消耗品費	⑧ 2,917	
	⑨	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費　合計（＝③～⑫）		㋑ 34,086
営業利益　（＝㋐ー㋑）		㋒ -74,510
Ⅳ　営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益　合計　（＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ　営業外費用		
雑損失	⑭ 0	
営業外費用　合計　（＝⑭）		㋔ 0
当期純利益　（＝㋒＋㋓ー㋔）		㋕ -74,510

貸　借　対　照　表　(B/S)

2021年 12月 17日　現在

（単位：　円）

資産の部 科目	金額	負債の部 科目	金額
現金預金	38,568	借入金	115,478
製品	0	未払金	17,600
仕掛品	0	純資産の部	
未収金	20,000	科目	金額
		資本金	0
		当期純利益	-74,510
資産合計	58,568	負債純資産合計	58,568

1. 企業概要

企業名	ビースティケージ
学校名	高知工業高等専門学校
監査人（顧問）名	松浦真衣子
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	三澤拓真(社長) 古味浩之(仕入れ部長) 高瀬展佳(経理部) 高橋蓮舜(経理部長) 細木温登(人事部長) 中東真生(広報マーケティング部長) 伊藤啓真(技術部) 山根豪太(技術部)

2. 事業概要

貴社が提供した商品・サービスについて、製品内容や価格が伝わるように簡潔に記載してください。図や写真を使ってもかまいません。

小動物ケージ「BeastieCage」全２種類

機能紹介
・前面観音開き
・側面スライドアクリル板
・底面防水アクリル
・防水、レーザー等さまざまなオプションに対応
・高いデザイン性

BeastieCage L(合板ver.)
価格：25,000円（税込）

BeastieCage Kochimodel(無垢材ver.)
価格：33,000円（税込）

3.事業活動報告

活動の経緯を、部署ごとに時系列に沿って具体的に記載してください。複数の部署で行った活動は、その他に記載してください。

○社長

〜10月　ばうむ合同会社と連携、商品の設計

○人事法務部

ミーティング前　ミーティング用資料作成
10月　新規メンバー勧誘

○経理部

〜11月　証憑の管理、お金の管理
12月　振替伝票確認、総勘定元帳・損益計算書・貸借対照表の作成

○仕入れ部

〜8月　配送会社の料金の調査
8月　ヤマト運輸様とのzoomでのミーティングのPowerPoint作成
10月〜　制作に使用する学校の工場の使用許可のお願い

○広報マーケティング部

7月　SNS開設、以降運営
9月　パンフレットの作成
10月　BASEのページ作成、開設、以降運営
11月　商品のチラシ作成

○その他

7月　スケジュールの作成
8月18日　ヤマト運輸様とのzoomでのミーティング
8月20日　第1回ミーティング
8月31日　夏の報告動画提出
9月2日　第2回ミーティング
9月10日　ばうむ合同会社様とのミーティング
9月16日　第3回ミーティング
9月28日　試作品の製作開始
10月2日　第4回ミーティング
10月8日　第5回ミーティング
10月9日　販売計画提出
10月19日　試作品完成、商品製作開始

10月20日　第6回ミーティング
10月20日　商品紹介動画提出
10月29日　新規メンバー(技術部2名)の追加
11月12日　第7回ミーティング
11月18日　YouTuber様へのサンプル品の発送
11月18日　第8回ミーティング
11月25日　第9回ミーティング
12月13日　締めミーティング

4.決算サマリー

総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	331500	218,000
経常利益	91500	-61282

5.経営成績に関しての説明

売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

特に大きな要因:広報の遅れ

１ヶ月を前半2週間と後半2週間に区切って各期間での売れ行きを見ると、初めの２週間では0、最後の２週間では8(ネット販売7+店頭1)である。
ここで、前半と後半の違いを述べると大きなものにTwitterとYoutuberの宣伝がある。Twitterで有名な方にリツイートしていただいた11/19-21までの注文が3点、Youtuberの方に宣伝していただいた11/21以降の注文が４点、店頭で購入いただいた方もTwitterでの宣伝から購入していただいた。
後半は計画以上の売り上げを記録できていたが、前半の方で売り上げを上げられなかったことが計画と実績の差につながったと考える。
もっと早くYoutuberの方にアプローチできていれば、前半の方でも売り上げを出すことが出来たのではないだろうか。

6.事業におけるトラブルへの対応

事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

商品販売において複数購入していただいた方への送料についての対応

送料をお客様負担としていたが、複数発送する場合、個別に送料がかかる。そこで、複数注文いただいた方は１注文で１つ分の送料で対応することにした。

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明

今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

市場のニーズを先取りする。
同じ商品の販売だと一定数売れた後、需要が低迷する可能性がある。
そのため、新製品の開発やお客様からいただいたアドバイスをもとに商品を進化させることが改善点だと思われる。

8. 監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

今回の学生の活動は、ものづくりとマーケティングの両方を自分たちでこなすという、かなりハードルの高いものでした。設計、企業連携、Youtuberを通した宣伝活動まで、学生独自のアイデアで進んでいきました。社長のリーダーシップと社員の連係によって、完成度の高い商品が出来上がったと思います。

他方で、スケジューリングが上手く行っていないことも大きな課題でした。限られた放課後の時間の中で、製品が思った通りの出来にならずに、四苦八苦する姿も見かけました。定期試験が重なり、製作にかなりの遅れが出てしまい、連携してくださる方々を待たせてしまう場面もありました。トラブルや、活動が進まなかった場合を見越したスケジューリングの建て方、早い段階での見直しが必要と感じました。

とはいっても、「本当のビジネスをする」という挑戦は大きなものだったと思います。結果は期待していた通りではなかったかもしれませんが、複数のメディア、企業、学校関係者を動かしながら、まだ学生である彼らが、人々が注目する活動を行えたことは、価値ある経験になったと思います。また、今回の活動ではっきり見えたことは、メンバーの強い協力体制です。活動が上手く行かずに、各メンバーに負荷がかかった時期もありました。それでも最後まで協力し合えたことは、たいへん素晴らしいと思います。互いへのリスペクトの気持ちを忘れずにいてほしいと思います。

感想文

三澤拓真
社長

私が経験したことを「取引」、「設計」、「製作」、「販売」の４つに分けて感想を述べていきます。取引に関してはうまく進んでいきました。まず、一次選考通過がわかってすぐにヤマト運輸の方から協力したいと言っていただき、その会議を行った際に県内の木材会社のばうむ合同会社も紹介いただいて資材調達の道筋も確保しました。この時点では夏休みに入ったばかりで時間に余裕があると思っていました。そこから、設計図の仕上げに入り、顧客のニーズに応じた商品を作るためにデザインや機能の見直しを行いました。この設計に時間をかけてしまったことが製作が遅れた原因の一つだと思います。今まで設計図を書いたことはあっても、それをもとに実際に材料を調達して製作する経験がなかったため製作開始が遅れてしまい、試作を製作する段階で10月に入っていました。また、試作の製作に予定よりも時間がかかってしまった時点で、これから先のスケジューリングを見直すべきだったと思います。製作に関してですが、ビースティケージはさまざまなオプションに対応するために注文生産という形をとっていました。後々考えると１ヶ月という短期間の販売において、大型商品の注文生産は難しかったのではないかと思います。また、ここから想定外の出来事が増えていき製作の遅れの原因となりました。例えば、設計図をメンバーに共有できていなかったことです。これは完全に私のミスで、設計は主に私が行っており、時々経理部の髙瀬と話しながら行っていましたが、この段階でメンバーと話し合っていればもっと製作が捗っていたのではないかと思います。「教える時間があるのなら自分ですればいい」という私の性格が見えた瞬間でした。販売においては、「売る」ことよりも「知ってもらう」ことが大切だとわかりました。販売期間に入って２週目くらいまでは全く注文が入らず、かなり焦りました。Twitter で宣伝をしていましたが、投稿するだけでは全くフォロワーが増えませんでした。３週目に入った頃に、Twitter でフォローしていた有名な方にリツイートしていただき、急にフォロワーが増え始めました。そこから注文が入るようになりました。また、爬虫類系YouTuber に宣伝していただいた途端、想定以上の注文が入り、みんなで声を上げて喜びました。しかし、その次の日からテスト期間に入り、製作ができない状況になりました。テスト期間でも少しはできるだろうという甘い考えでいましたが、活動許可願いを出しに行くと提出が遅かったため受理されず、製作が中止されました。そのため、期限までに製作が間に合わず、悔しかったです。これらのことを通して、「スケジューリング」と「仲間を頼ること」の大切さと起業の難しさを学びました。ビースティケージがリアビズでよかった点をあげるとすると、商品を多くの方に欲しいと言っていただけたところだと思います。今までリアビズに参加してきたチームと異なり僕たちは大型商品、それも小動物ケージというニッチなニーズで商売を成功させたということは自信を持ちたいです。将来、起業を目指していろいろ取り組んでいく中でこうしてリアビズに参加して起業の体験ができて本当に良かったです。

細木温登
人事法務部

私はリアビズを通して、将来社会の一員として働く立場になったときに必要となる重要事項をたくさん発見することができました。

まず一つ目に「何事も挑戦する」ということが挙げられます。私は学校の授業でリアビズという企画を知ったとき、当初はこの企画に参加する予定はありませんでした。ところが、その休み時間中に社長（三澤）が私に声をかけてくれたのを覚えています。最初は「やれるだけやってみよう」という意気込みでリアビズに応募しました。そして、７月の一次審査通過発表で私たちの学校が発表されたとき私のリアビズに対する意欲が一気に掻き立てられました。最初は一次審査の通過でさえ無理だと考えていましたが、何事も挑戦してみないと分からないということを考えさせられました。

次に、「仲間を信じる」ということが挙げられます。私たちのチームは商品として、小動物ケージを製作・販売する方針で確定したのですが、私たちのチーム一同は小動物（爬虫類）に関しての知識が社長以外乏しかったのが現実でした。実際私も、小動物ケージという狭い市場で戦うことに不安を感じていました。また、販売個数が少ない分１個あたりの単価も高いため、他のチームよりも売り上げは出ないのではないかという疑問もありました。勿論、販売期間を迎えたての頃私たちのチームは全く売り上げを出せませんでした。定期的に行われるミーティングでは、社長を中心にメンター様と共に広報活動に熟考していた時期でもありました。そこで、社長の指示のもと広報マーケティング部（中東）を中心に SNS を用いた広報活動に注力しました。また、Youtuber に商品紹介を依頼するという大胆な広報戦略にも挑戦しました。これらの活動により、私たちの商品は一瞬にして爬虫類業界に周知されるようになりネットショップにはたくさんの注文が入ってくるようになりました。売れない期間が長続きした分、注文が入ったときは非常に嬉しかったですが、それと同時に社長を信じてきてよかったと強く思いました。

最後に３つ目に挙げるのは、「スケジュール管理」についてです。この事項は私がリアビズを通して得られた最大の反省点であると考えています。私たちのチームは販売に加え、商品の製作まで行っていたので時間がかかるのは想定していたのですが、それでも想定外は付き物で試作品の製作に時間が予想以上にかかりました。試作品の製作に時間をかけた分、製品の製作は順調に進んだ方ですがそれでも時間は足りませんでした。また、学校の試験期間をスケジュールに組んでいなかったため、試験期間中の製作ができず製作が注文に追いつかなかったのが現実でした。注文も数多く非常に嬉しかったのですが、ネットショップの販売を停止しました。これについては非常に悔しかったですが、ネットショップ販売停止後の再販の依頼も数多く、慰められたことでもありました。最終的に、私たちのチームは納品期間内に１個しか売り上げを上げることができませんでした。自分たちのスケジュール管理の甘さが明るみに出た結果であると反省しています。さらに、リアビズを通して仕入れ業者や運送業者など社会にでて働く多くの大人と関わる機会がありました。そのような中で運送業者との間で運送日などを決めることがあり、自分たちの都合で運送日を変更していただいたりすることがありました。今はまだ高校生の立場ですが、これは「友人同士」の約束ではなく「社会人と社会人」の約束事であるため、社会に出ると絶対にあってはいけないことであると反省しています。自分たちのスケジュール管理の重要性に改めて気づかされました。

今年で人生最後の高校生という時期にリアビズを通し、ビジネスにおいて重要なことを多々学べて非常に良い機会であったと感じています。最後に、この企画に私を誘ってくれた社長を含め、ともに製作に携わったチームメンバーの皆、私たちを最後まで運営していただいたメンターの皆様、私たちのチームに協力していただいたばうむ合同株式会社様、ヤマト運輸様、商品を広報していただいたふじぴこ様、私たちに協力していただいた皆様に感謝したいです。ありがとうございました。

髙橋蓮舜
経理部長

今回のリアビズの活動を通してとても貴重な経験ができました。この経験から得たことを活動を振り返りながら書き出し、感想文としたいと思います。

1つ目は、計画的に一つ一つの仕事を終わらせることの大切さに気付けたことです。リアビズへの参加を社長の三澤に誘われ参加することを決めた後、最初に期限を迫られたのはどのようなビジネスを行うかを決めることでした。なかなか最終案が決まらず最後に決定したのは、社長の三澤の趣味の1つである爬虫類の飼育に関係して小動物ケージのビジネスでした。この他にも、ケージのデザインの最終決定・材料の仕入れ・ケージの製作なども期限を迫られることとなり計画性がなかったと感じています。計画的に仕事を終わらせることができていればもっとできることもあったのになと思っています。

2つ目に、協力してくださった方々への感謝の重要性を改めて感じられたことです。今回、顧問の先生を含めた先生方、工場の使用の許可や機械の使い方を教えてくださった工場の先生方、木材の特徴やケージ制作についてアドバイスをくださった木材会社の社長様、発送の手伝いやアドバイスをしてくださった運送会社の方々などたくさんの人にお世話になりました。直接関わった方以外にもお世話になった方がたくさんいると思います。1人でも欠けていれば結果は変わっていたかもと思うと感謝の気持ちでいっぱいになりました。

3つ目に、経理作業を経験できたことです。実際にお金の動きがある中での経理はなかなか経験できるものではないと思います。それを経験できたことは1つの自信に繋がったと感じています。今回は複雑な状況でありとても難しい作業でしたが全力で取り組むことができました。リアビズへの参加を決めたときにも経理をやってみたい、経験したいと思っていたので本当に良かったです。

4つ目に、わくわくするような知識を得られたことです。実際に社会に出ている社会人の方々とのお話を通して、知らないことを新たな知識とすることができたのは大きかったと思います。触れたことのない分野の知識は聞いているとわくわくするもので、もっともっと聞きたい知りたいと感じたくらいでした。

最後になりましたが、このようなグランプリを開催していただきありがとうございました。関係者の皆様に感謝申し上げます。1次審査を通過した9校の企業の皆様も今回一緒に企業し活動出来てよかったです。ありがとうございました。私の成長につながりとても充実した時間でした。まだまだ書き出したいことは数えきれないほどありますがこのくらいで感想文としたいと思います。皆様本当にありがとうございました。

髙瀬展佳
経理部

私はこの模擬起業グランプリで、「的確な連携」と「情報の共有」の重要性を強く感じました。私たちは高専ならではの製作力を活かして商品の製作を行ってきましたが、その背景には学校との連絡をとって下さった顧問の先生、工場について指導を下さった方々、木材の加工について教えて下さった方、配送に関わって下さった方、そしてリアビズのメンターさん達とこのようにたくさんの方々と関わりを持って、活動をしてきました。全体を通じて、活動が始まった時に自分が想像していたよりも多くの人と関わりがあり、日程の調整が頻繁あったという印象が受けます。相手方にも都合というものはあり、自分達が計画、想像しているようにはいかないことのほうが多く、見通しの甘さによって計画が後回しになってしまうことも多々ありました。そのため、最低限かつ素早い連絡は短期間でのプランには必須であると感じました。また、製作に関しては全員で行っていましたが、序盤はメンバー内でも情報の共有・伝達ができておらず何をするべきかその都度聞いたり同じことを何度も伝えることになっていました。結果として、効率的に作業が行えなかったり、連携不足で足踏みする状況となってしまいました。そのため、情報は全体に共有し、スケジュールの管理や見直しは徹底して行うことが重要だと感じました。反省の多い文章となりましたが、この半年間は企業の体験や社会で働く人たちとの交流によってとても貴重な経験をさせていただきました。メンバーと真剣に話し合うことも生活の中では少ないですし、自分達のアイデアのみで方針を決定し、活動することもなかなかできない状況なのでさまざまな刺激を貰いながら楽しんでここまでやってこれたかと思います。この経験を自信に変えてこれからもアクティブに挑戦していきたいと思います。関わって下さった皆様ありがとうございました。

古味浩之
仕入部

私が今回のリアビズで学んだことは、商売だけの話ではなく多くの人々との繋がりとそれを取り巻く環境が非常に大切であるということがよく分かりました。私たちのグループはどちらかというと、どうやって売るかより、どうやって作るかの方がメインに据えられていたのでリアビズの主旨としては少しずれていたのかなとも思います。特に私は仕入れ担当をしていましたが、配送や物を仕入れることが予定通りに動いたことがほぼなく、今振り返ってみると予定通りに動かない理由は私たちがあやふやな時間をを設定していたからだと思います。今回のリアビズでどれだけ予定を細かく設定しておくことが大事か身に染みて理解しました。私たちのグループは小動物用ケージを自分たちで作り、それを販売するという、実際の企業のようなことを行いました。作るところからですので、どれだけ設計図が完璧にできていてもそれ通りに作るのは私たちにとって非常に難しいことで、本当に小さな誤差から見過ごすことができない致命傷のような大きな誤差まであり、中には作り直しになったものもありました。実際作成の方法がしっかりと理解できて誤差が少なくなってきたのはネット注文が始まって二週間ぐらい後の事です。それだけ、先がほとんど見通せず当初は注文もほぼ入っておらずモチベーションも下がっていたころだったので、余計に作業が進まず YouTuber の方に送る用のケージも完成したのはネット注文が終わる2週間前ぐらいのことでした。ただ、YouTuber の方に宣伝してもらってからは非常にことが進むのが早かった気がします。宣伝してもらってから一気に注文が来て、勢いも凄かったので、完売まで行けるのでは?! とビースティケージの面々と喜びあっていたことを思い出します。もちろんモチベーションも大きく上昇し、ケージを作る速度も多少は上がった記憶があります。さらにこの頃、技術部の人も合流し、本当に完売まで行けるのでは?! とかなり楽観的に考えていました。ですが、作っていくところで大きな壁に当たります。扉が上手く付けられない、最初に作っていた部品が寸法が大雑把にしすぎて全く合わない、溝を掘った場所と穴を開けた場所が合わない … など様々な困難に苛まれていくことになっていきました。結果的に送れる個数を考えても当初の予定の 20 個は絶対に不可能であるとして大幅に売る個数を下げ、利益は出ませんが、とにかく売れる個数を売ることに専任することに舵をきりました。これが企業として果たして良い事なのかはよく分からないのですが、1番良くないのは在庫を多く抱えたまま注文が来たのに送れないということが1番良くないとかんがえていたので、売る個数を下げざるを得ませんでした。ただ、売る個数を下げたことによって、結果的にゴールが見えたので細かい予定が決めれるようになりました。売ることも非常

に難しいことですし、実際私たちは YouTuber の方の宣伝が無ければ 1 個も売れなかった可能性がありました。ですが、宣伝以上に商品が作れなくては本末転倒であるということがよく理解出来ました。ものを作ってうるということの大変さと、売れた時の喜びと、どれだけ企業が商品を作成するのが難しいのかということと、ものを作る技術がある人の重要性など商売だけの話ではなく様々なことを学ぶことが出来ました。ただ、私としては利益を出せなかったことがとても非常に心残りで、広報をもっと活発していれば実はもっと早く注文が来ていたのではないか、試作品を作成するのに 1 ヶ月もかけず全員が完成図を想像出来ていれば、もっと効率よく作成できていたのではないか、工場の機材が故障しなければもっと早く作成できたのではないか、作成で使うものをもっと細かくリスト化し前々から購入しておけば作成にもっと早く製作できていたのではないか、という思いが今もあります。ですが、今回の経験は自分が就職した時に役に立つことだと思うので本当にためになるコンテストでした。関係者の皆様、特にリアビズ運営の方々、社会人メンターの方々お忙しい中、ミーティング等でご指導、アドバイスをして下さり本当にありがとうございました。そして、木材を提供してくださったバウム合同会社様、配送を主に行って下さったヤマト運輸様皆様方の助力なしにこのコンテストは成り立ちませんでした。本当にありがとうございました。

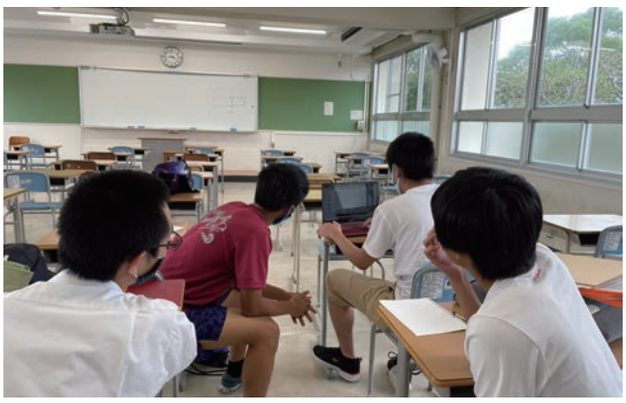
中東真生
広報マーケティング部長

今回高校生模擬起業グランプリ大会に参加してビジネスのノウハウやスケジュール管理の重要性について学びました。 参加するきっかけは友達からの誘いで起業から運営、製作までどこから、どう始めるのか最初は不安でしたが、メンターの方々やオンラインセミナーを通してビジネスを行うための考え方やアドバイスを質問などから的確にいただきました。また、材料の仕入れ先である藤川社長から木材の性質から用途まで指導していただき、実務をされてる方の意見をいただきながら製作に取り組むことができました。 そんな中で課題も多くありました。製作する途中で使用可能なはずの機械が故障し作業の難易度と時間が大幅に上がりました。また、コロナ禍ということもあり学校の規定から工場の使用時間が通常より少なくなりました。そのため始めはスケジュール通りに進まないことも多く、チーム内での情報共有や連携が不十分で製作は大変でしたが、各々が隙間時間に作業したり、工場でできる作業と持ち帰ってできる作業とを分けることで製作の効率化と短縮ができました。販売を開始した当初は売れ行きが良くありませんでしたが、SNS や YouTuber 、各新聞社の方々にアポイントメントをとり宣伝していただいたことで知名度が上がりたくさんの方に応援していただけました。商品が売れたときは皆で喜び、販売がテスト期間と被り受注生産だったため製作は大変でしたが、売れるたびにチームワークや連帯感が上がりチーム一丸となるのを実感しました。今大会を通して本格的なビジネスを経験する機会はそうないため今回学んだ、リスクマネジメントを踏まえたスケジュール管理などの反省点は今後に活かし、製作から自分であれば広報活動までの責任や達成したことについては自信として身につけていきたいと思いました。

山根豪太
技術部

主に技術面で関わった感想として、” お客さんが喜んでもらえるものを作る ” というのがものづくりの楽しいところでありものづくりの本質だと感じました。自分たちで作った製品で人々の暮らしが少しでもプラスになれば嬉しいし、私たちは高専生としてハードウェア、ソフトウェア、どのような形であってもものづくりに関わっていくと考えられるが、お客さんの喜ぶ顔を想像して作ることでより良い製品、より良い世界になっていくと思いました。

MonotaRO
10105076
CLEANE



安田女子高等学校
アカイカンナ

【商品名】
折り鶴ブックカバー

【セールスポイント（応募書類より抜粋）】
　広島市は千羽鶴の処分に約 1 億円の支出をしています。ですがこの商品は、広島市に送られてくる千羽鶴を使用しているので、その問題にも貢献することができます。また、売り上げは広島の平和推進事業への寄付につながります。 そして、ブックカバーは身近に使えるので、戦争の忘れてはいけない記憶や 思いを忘れずにいることができます。デザインは、オリジナルと無地があるので老若男女、誰でも使いやすい仕様となっています。また、折り鶴の再生紙を使用しているため、無地でも折 鶴の色が散りばめれていて、綺麗なブックカバーになっています。 本を汚れから守ったり、表紙を隠したりと、ブックカバー元々の性能を活かしながら、平和活動に貢献することができます。

【実現可能性（応募書類より抜粋）】
1. 仕入れ・制作について
世界中から平和の願いを込めて送られてくる千羽鶴を、広島市から約 100kg 譲り受けます。その千羽鶴の紐を私達で取り除き、木野川紙業さんで、再生・加工していただきます。そして、木野川紙業さんと提携を結んでいる第一美術印刷株式会社さんで、私たちが考えたデザインを印刷していただきます。紙質は私たちが 10 種類の中から選びました。そのサンプルと木野川紙業さんと第一美術印刷株式会社さんから参考見積書を作成していただき同封いたしましたので、ご参考にしてください。
2. 感染症対策・顧客対応
商品の梱包は、感染症対策のためマスク、ゴム手袋を着用し、全て消毒をしたうえ、手作業で行います。商品とともに感謝のメッセージと、アンケートの QR コードを同封します。アンケー トにはどこでこの商品を見つけたか・商品の評価・商品や対応の改善点 の 3 つの項目を入れようと考えています。
3. 梱包・発送
商品とメッセージ、アンケートの QR コードを防水の為 opp 袋に 入れます。それを折れや曲げ防止のため、段ボールで補強し、定形外郵便の規格内で発送します。100g 以内だと送料は全国一律で 140 円となります。送料は購入者負担で行います。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：安田女子高等学校
模擬企業名：アカイカンナ

損　益　計　算　書　(P/L)

自　2021年 7月 28日　　至　2021年 12月 16日

(単位：　円)

科目	金額	
	内訳	合計
Ⅰ　売上		① 663,985
Ⅱ　売上原価		② 176,672
売上総利益　(＝①ー②)		㋐ 487,313
Ⅲ　販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 3,470	
支払手数料	④ 14,295	
旅費交通費	⑤ 13,340	
通信費	⑥ 17,098	
荷造運賃	⑦ 0	
消耗品費	⑧ 3,604	
	⑨	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費　合計（＝③～⑫）		㋑ 51,807
営業利益　(＝㋐ー㋑)		㋒ 435,506
Ⅳ　営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益　合計　(＝⑬)		㋓ 0
Ⅴ　営業外費用		
雑損失	⑭ 350	
営業外費用　合計　(＝⑭)		㋔ 350
当期純利益　(＝㋒＋㋓ー㋔)		㋕ 435,156

貸　借　対　照　表　(B/S)

2021年 12月 16日　現在

(単位：　円)

資産の部			負債の部	
科目		金額	科目	金額
現金預金		539,252	借入金	198,396
製品		0	純資産の部	
仕掛品		0	科目	金額
未収金		94,300	資本金	0
			当期純利益	435,156
資産合計		633,552	負債純資産合計	633,552

1. 企業概要

企業名	アカイカンナ
学校名	安田女子高等学校
監査人（顧問）名	田口智之
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	池上桃愛, 社長　城山藍子, 人事法務部　楠咲乃, 経理部　大森瑠依, 仕入れ部　宮川佳子, 広報マーケティング部　山本綾乃, 広報マーケティング部

2. 事業概要

私たちは、広島の平和記念公園の原爆の子の像に届く折り鶴の再生紙でブックカバーを製作しました。
広島の平和記念公園の原爆の子の像に捧げられた、折り鶴を使用しています。再生紙の模様は、実際の折り鶴の色がそのまま浮かび出ています。ひとつひとつの模様が異なっており、世界にひとつしかない模様となっています。
再生紙ならではの凹凸のある触りごごちで、厚みは普通のコピー用紙より厚い素材を使用しています。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

広島には年間10トン、1000万羽もの折り鶴が届きます。ですが、その保管や再生などに使われる税金はたくさんかかっています。私たちは、その問題に貢献したいと思い、再生紙として昇華させこの商品を製作しました。
そして、現在被爆された方は年間約1万人亡くなっています。その現状を踏まえ、私たちのような若い世代が次の世代へ、平和の想いを伝えなければなりません。私たちは、広島で生まれ、育ちました。幼い頃から平和教育を受け、原爆の残酷さ、平和の尊さについては人一倍学んできました。そんな私たちだからこそ出来ることがあり、しなければいけないことがあります。

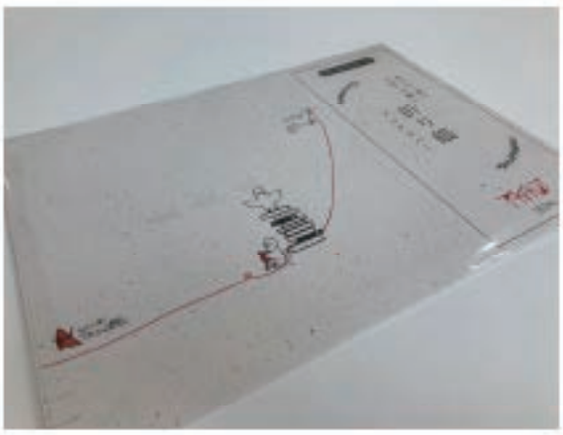
商品名：折り鶴ブックカバー

値段：３５０円（税込）

〈概要〉
３種１セット（３枚入り）

〈デザイン〉
・鳩
・折り鶴
・無地

・無地



〈素材〉
折り鶴再生紙『おりひめ』（木野川紙業）

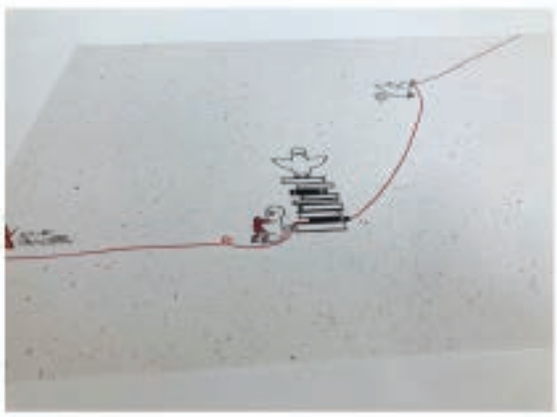
〈サイズ〉
２２０×３０５

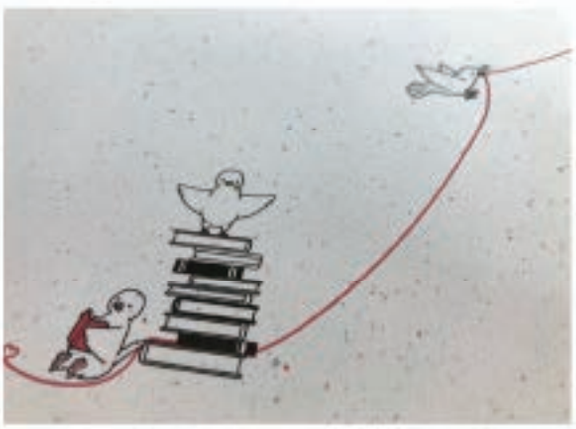
対応：文庫本、新書、コミック

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

デザインの意味

・鳩…鳩と咥えられているオリーブの葉はどちらも平和の象徴です。その鳩が赤い糸を運んでいます。これは、次の世代に平和の想いを繋いでいくという意味が込められたデザインとなっています。





・折り鶴…佐々木貞子さん（原爆の子の像を作るきっかけとなった方）が折った折り鶴に赤い折り鶴が多くあり、それをデフォルメ化し誰でも使いやすいデザインにしました。

・無地…折り鶴再生紙を活かすためにロゴのみを入れたデザインになっており、白のベースに鮮やかな折り鶴の破片が散りばめられています。

←本につけた状態（左、文庫本
右、新書）

==========

買取、委託、手売り販売、ネットショップ、での販売をした。

	卸値	販売価格
買取	280	350
委託	300	350
手売り	350	350
ネットショップ	350	350

3. 事業活動報告

活動の経緯を、部署ごとに時系列に沿って具体的に記載してください。複数の部署で行った活動は、その他に記載してください。

○社長(池上)

9/28、29、10/11、22　ひろしま夢ぷらざ電話
・ひろしま夢ぷらざに初めての商談のお願いをした。
・前日に聞いた商談の日程調整を行なった。
・手売り販売の日程の調整を行なった。
・手売り販売の最終日程調整を行なった。

11/4　廣文館来校
11/5　ひろしま夢ぷらざ電話
手売り販売の最終確認
11/9,10　ひろしま夢ぷらざ電話
・もう一度手売り販売のお願いを頼んだ。日程調整があるため後日かけ直すことになった。
・日程の都合上2回目の手売り販売はできなかった。

○人事法務部(城山)

7/2　国際平和推進部 平和推進課に電話した
7/5　木野川紙業に電話
7/16　木野川紙業に1次審査通過の報告
7/28　Facebookを開設
経営スケジュールを作成
経営スケジュールに担当者を書く所があったが人事法務は何をすれば良いのか分からないので自分の役職がない間は、みんなの役職を支えていこうと思った。
7/29　iPadで共有アルバムを作った
30daysアルバムでは動画を記録に残すことが出来ないので制作した。
7/30　国際平和推進部 平和推進課に電話

8/27　おりづるタワーに問い合わせ
所さんお届けモノです！に応募
メールで商品や私たちについて送らないといけないのでどうしたら短い文で良さを伝えられるかに頭を悩ませた。

9/28　レストハウスに問い合わせ

10/24　郵便局に視察
何枚だと送料が何円かかるかを実際に郵便局に行き確認した。

11/1　所さんお届けモノです！に応募
11/5　第三回プレスリリースの投げ込み
プレスリリースは予約が無くても良いとHPには書いてあったが予約をして行った方が丁寧だ

と思った。
11/10　広島テレビに電話、メールした。
11/15　5up! に電話、メールした。
5up！は SDGs に関するコーナーがあったので問い合わせた。
11/17　5up!取材決定
次の手売り販売で取材に来てくれることが決定した。
初めての TV の取材が決まり嬉しかった。
11/18　広島県県政記者クラブに電話した

12/3　書類の整理
納品書、受領書、領収書、請求書などの今までのプリントを全て整理した。

○経理部(楠)

8/24　note 開設
PR の幅を広げようと開設した。
8/26　公式 LINE 開設
8/29　夏の報告動画提出

9/1　引き続き解体

10/12　ネットショップ構築の極意　オンラインセミナー
ネットショップはコンセプトをしっかりすると、目につきやすく買ってもらいやすいことが分かった。商品の PR も大切だが、周りの SNS、ネットショップの雰囲気作りもやっていきたいと思った。
10/20　商品紹介動画提出

11/4　廣文館委託販売書記入
11/10　夏の報告動画訂正版
名札が映っていたりしたので，編集して再アップした。
11/29　平和記念資料館に問い合わせ
28 日の手売り販売の際、中國新聞の取材を受けた。記事に誤りがあり、それについて事情を説明した。

○仕入れ部(大森)

7/3,5 木野川紙業電話
お話を聞いていただく日程を 7/6 に決定しました。（3 日）
7/16　tiktok 開設
アカイカンナ用の tiktok アカウントを制作しました。
主に若い世代をターゲットにした SNS です。
7/28,30　木野川紙業電話

8/12　平和推進課電話
折り鶴受け渡し予定日だったのですが、大雨により延期のご連絡をいただきました。
8/15　平和推進課電話
折り鶴受け渡しの日程を再度決め直し、8/19 に決定しました。
8/29　木野川紙業電話

9/1,2　折り鶴解体・木野川紙業電話
9/7　フタバ図書電話
フタバ図書に商品を実店舗で販売していただけるかの交渉のため、電話をしましたが後日かけ直して欲しいとのことでした。
9/8　多山文具連絡・フタバ図書電話
父からの紹介で、初めて多山文具に連絡しました。
フタバ図書にもう一度電話をしたのですが、担当の方が午前中しかいらっしゃらないということだったので断念しました。
9/9,15,29　木野川紙業電話
9/10,13　多山文具連絡
商談の日程を決めました。18 日に安田女子高校での商談が決定しました。

10/1,4,5,8　木野川紙業電話
デザインの最終チェックのお願いのご連絡をいただきました。（5 日）
10/11　木野川紙業電話
商品受け取りの日程を 10/15 に決めました。
10/15　商品受け取り
出来上がった商品を受け取り、サインをしました。
出来上がった商品を見て、本当に販売するんだと実感が湧きました。
10/17,18　多山文具連絡
次の商談の日程を 10/20 に決定しました。
10/21　多山文具連絡
多山文具から 100 セット買取のご連絡をいただきました。
10/31　プレゼント用手紙作成

11/20　廣文館フジグラン店視察
実店舗で売られている商品の視察に行きました。私達が制作した POP 等も置いてありましたが、やはり手売り販売で直接売った方が気持ちが伝わると思いました。

○広報マーケティング部(宮川)

7/4　ブックカバーデザイン制作開始
メンバーでどんなイメージのデザインにするか話し合いながら描き始めた。
7/6　ブックカバーデザイン完成
7/16　Twitter アカウント開設、投稿開始
活動報告や平和、本を中心に Twitter の投稿を始めた。読書好きのアカウントから思っていたより反応がもらえた。工夫した点は以下の 3 つ。
・「#読書好きと繋がりたい」など毎日多くの人が確認する有効なハッシュタグを付ける

・投稿する時間帯を Twitter を見ている人の多い 20 時前後に固定
・TL に流れた際、目に留まるように 1 枚は画像をつける
7/17　アイコンのイラスト作成
7/27　オンライン説明会
　　30DAYS 投稿開始
7/28　ブックカバーデザイン制作
一次審査で出したデザインでなく他 2 つのデザインを考え、描き始めた。なかなか考えがまとまらず描き進めれなかったが、仲間の意見などを聞かせてもらいながら 2 種類目のデザインイメージがまとまった。
7/30　ブックカバーデザイン制作
試作品に向けて少しずつデザインを進めていった。この日に 3 種類目を折り鶴再生紙の素材を活かすためロゴのみにすることを決めた。
ここまでで、全 3 種類のイメージが以下のように決まった。
・白い鳩
・赤い折り鶴
・無地

9/1　第一弾プレスリリース完成&訂正開始
学校が実際に出したプレスリリースを参考にしながら書いた。より伝わりやすいものにしたかったため、顧問の先生に添削を頼んだ。
9/6　3 種類のブックカバーデザインのデータが完成
9/9　木野川紙業の方からメールがきた
データの件についてのメールで内容は以下の 3 点だった。
・データを印刷データに落とし込むことは可能だった
・印刷用のデータに落とし込むことは可能だったが、イラストレーター(印刷会社のデータソフト)で修正することは出来ない
・頂いたデータは黒い線で全体をフチ取りしてあったが、黒いフチ取りの線は消せたので消した状態で校正した
9/9　第一弾プレスリリース完成&再訂正
プレスリリースが 2 枚になったので、情報をまとめて 1 枚にしたほうが良いと判断した。本校の事務の広報担当の方に一度見ていただいた。
9/10　第一弾プレスリリース完成
初めてプレスリリースを作って上手くまとめたり、伝えたりする難しさを学んだ。
9/18　試作品が届いた
デザインの修正、表紙のデザインの制作を開始
実際に本につけてみるとイメージしたサイズ感や雰囲気と違いデザインの修正をすることにした。見直した点は以下の通り。
・線の太さを均一に揃えた
・色味を整えて統一感を出した
・対称のデザインが非対称で歪んでいたため整えた
・画質が悪くボケていたため画質を印刷解像基準の 350dpi まであげた
・ロゴの位置がずれていたので調整

9/13　第一弾プレスリリース投げこみ
時間が作れず父に出してもらった。印刷部数が足りず、足りない枚数を印刷してくれていた。
9/13　学校からもプレスリリースを出してもらった
私が制作したプレスリリースの文章をそのまま使用してもらった。影響力のある学校から出してもらえたのはとても嬉しかった。
9/15　学校からのプレスリリースを見て全私学新聞が記事にしてくれることが決定
9/20　商談用のスライドの制作開始
iPad の keynote にてスライドを制作し、この後も少しずつ修正しながらスライドを完成させた。
9/21　WordPress にてホームページを制作開始
兄のサポートを受けながら初めてホームページの制作に挑戦した。最初は使い方も分からなかったが、少しずつできるようになっていた。

10/3　ブックカバーのデザインのデータが完成、メールで木野川紙業にデータを送った。
10/6　2 回目の試作品が届いた。
以下の点を修正した
・表紙と商品の境目が分かりづらかったので表紙に枠をつけた
10/7　修正したブックカバーのデザイン、表紙のデータをメールで木野川紙業に送った。
10/9　折り目の線を加え、再修正したブックカバーのデザインのデータをメールにて木野川紙業に送った。
10/17　WordPress でのホームページ制作を中止、STUDIO でホームページの制作を開始
WordPress での操作が思っていたより難しく、作業がなかなか進まなかったため、ノーコードで制作できる STUDIO での制作に切り替えた。
10/19　独自ドメインを取得
お名前ドットコムにて https://akaikanna.com/という独自ドメインを取得した。
10/20　BASE のドメインを独自ドメインに変更
アカイカンナのホームページと繋げて、BASE のドメインを https://shop.akaikanna.com/に設定しました。
10/21、22　ホームページの制作
10/23　独自ホームページ開設、ホームページのレイアウト崩れを修正、お知らせのページに投稿を開始
知らない作業ばかりでとても疲れたが、初めて自分でいちから作ったホームページを見て達成感を感じた。
10/25　学校のホームページでアカイカンナのホームページの紹介をしてもらった。
10/30　第二弾プレスリリースを作成
手売り販売の日程についてを記載した。記者の方は電話のほうが連絡しやすいのではないかと考えた。そのため、今回からいつでも対応できる学校の電話番号をお借りして記載することにした。

11/1　第二弾プレスリリース投げ込み
本当は、加盟している報道者さんの数だけプリントして持って行かなければいけなかった。それぞれ 1 部ずつしか持っていっていなくて、それぞれの記者クラブの方にコピーしてもら

った。
11/1　ホームページのリンクをリアビズのホームページに貼ってもらった。
11/2　学校からも第二弾プレスリリースを出してもらった。
11/2　ホームページから問い合わせがあった
個人の活動として開催する吉本のイベント「小さなブックマルシェ」で販売させて欲しいとの事だったので、20 セットの買取が決定した。
11/5　第三弾プレスリリースを作成
11/6　小さなブックマルシェの方へ商品を発送
11/6　ホームページから問い合わせがあった
商品の購入方法がわからなかったようだったので以下のように説明した。
=====ここから=====
折り鶴ブックカバーのネットでのご購入はこちらからになります。
▶□
https://shop.akaikanna.com/items/54179531https://shop.akaikanna.com/items/54179531%C2%A0

ネットショップ BASE でのご購入方法は
①「カートに入れる」ボタンを押す
②「カートに入っている商品」のところで個数を選択
③お届け先情報を入力
④お届け先情報を確認し「購入ボタン」を押す
という流れになります。
====ここまで=====

11/16　iPad でチラシを制作
手売り販売の際に貼ったりチラシ配りを出来たらと思い制作した。実際にチラシ配りは出来なかったが 27 日、28 日のおりづるタワーの手売り販売でお店のレジなどに貼ってもらった。
11/17　第四弾プレスリリースを作成
11/18　にしき堂の社長と商談
電話で事前に渡しておいた資料を見てもらいながら、商品のプレゼンをした。他会社へのプレゼント用として買い取ってくださることが決定。次の電話で、個数を決めて発注することになった。
11/22　小さなブックマルシェへ領収書を発行
料金の振り込みを確認したため、領収書をメールで送った。
11/22　ホームページから問い合わせがあった
・カード支払い以外の方法は無いのか聞かれたため、コンビニ支払いも出来る様に設定した。
・コンビニ支払いの方法を聞かれたため、説明した。
11/24　第五弾プレスリリースを作成
11/24　にしき堂 250 セット買取決定
電話にて買取個数と納品日が決定した。
11/28　Facebook にて投稿を宣伝した。商品紹介の投稿をクーポンを使って 28 日、29 日、30 日の 3 日間宣伝した。宣伝によって得たリンクのクリック数は１２だった。

○広報マーケティング部(山本)

9/14 9 ジラジ
はじめてのラジオ出演、わからないことだらけだったがスタッフさんが最後までフォローしてくれた。ラジオ出演までのミーティングなどを通してプロは本当にすごいなと思った。

11/4 9 ジラジ
2 回目の 9 ジラジ。一回出演したこともあり、緊張はあまりしなかった。ラジオをたまたま聞いてくれていた高橋優さんがアカイカンナのブックカバーを次の日のライブで紹介。それを聞いたファンが直接商品を買いに来てくれた。人と人との繋がりは本当に大事なんだなと思った。ラジオの影響力がとにかくすごい。ラジオに出演した次の日の BASE の売り上げが伸びていてさらにメディアの強さを実感することができた。

※Facebook について
私はリアビズを機会に初めて Facebook をやってみた。Instagram や Twitter とは雰囲気が違って本当にほぼゼロからのスタートだった。私の印象に残った活動をあげていった。それにいいねやシェアをしていただいたりした時は本当にうれしかった。メンバーのお兄ちゃんが Facebook に詳しく、いちからわかりやすく教えてくださった。Facebook には企業アカウントがあるらしく、アカイカンナもそのアカウントでも投稿することにした。企業アカウントはどの時間帯に私たちのアカウントを見てくれた、など細かいことがわかり、普通のアカウントとは全く違っていて感心した。Facebook について最後まで、詳しくなるということは難しかったが、新しいことに挑戦するのはとてもいい経験になったと思う。

○その他

7/2　山陽製紙・木野川紙業・平田紙管に電話（全員）
再生紙を作ってもらうため、候補の製紙会社３社に電話をした。
私たちが考えたデザインを印刷してもらい，低コストという条件にあう製紙会社はなかなかなく、苦戦した。最終的に木野川紙業に決定した。（大森）
7/6　木野川紙業視察・相談（全員）
木野川紙業に直接交渉しに行った。
ブックカバーの紙質を 10 種類の中から決め、かかる費用の資料ももらった。
その他にも価格設定のアドバイス等、親身になって考えてくださり、企画書を書く時参考になりました。（大森）
7/27　一次審査通過チーム説明会（全員）
初めて他企業との顔合わせをし、今後の説明を受けた。
これから戦っていくライバルが目にみえて燃えた。（楠）
どのチームのコンセプトも素晴らしく，他のチームと競いながら起業できるのは誇らしいと感じた。（城山）

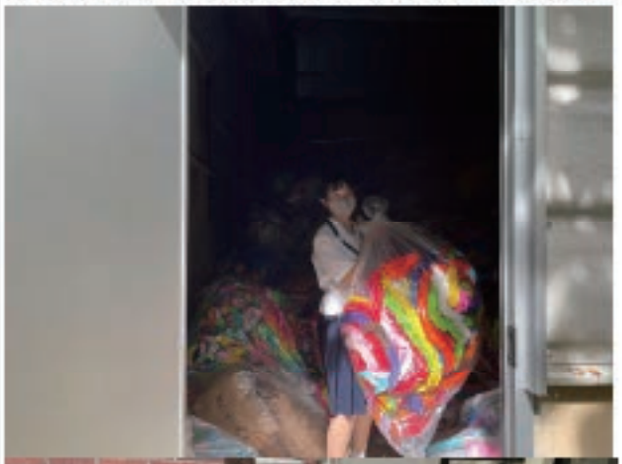
7/30　経営スケジュールを作成。（池上，大森，楠，城山，宮川）

7/31　模造紙を購入した（池上，楠，城山、大森）
模造紙を購入する際まだ 30 万円の資金がなかったので先生が立て替えた。
立て替えは将来どんな仕事についても使えることなのでこの時に立て替えのやり方について知れてよかった。（城山）

8/3　折り鶴譲り受け書類作成・木野川紙業電話（池上，大森，楠，城山）
平和推進課から折り鶴を譲り受けるため、利用目的や配布量等を記載して FAX で提出した。希望配布量は 10 袋。（1 袋・・・1000 羽×10 束）
8/5　もみじ銀行　来校（池上，城山，宮川，山本）
リアビズ本部に送る書類の確認。口座開設についての説明。
口座開設のやり方も教えてもらいとても勉強になった。
この時に、もみじ銀行が私たちの活動に感動して 9 ジラジに紹介していただくことになった。
アカイカンナの創設日を 8 月 6 日にした。
会社・銀行開設書類チェックと印鑑を初めて押したのでとても緊張した。また、銀行の方から直接お話を聞けることができ、ビジネスや会社に大切なことを学べることができとてもよい経験となった。（池上）
私たちの平和への願いが伝わった 1 人目だと思うのでとても嬉しかった。（城山）
このときに 9 ジラジに紹介してもらえたのは本当に大きかったと思う。人との繋がりの大切さを感じた。（宮川）

8/10　ビジネス基礎オンラインセミナー（楠，城山）
高校でも大人になっても教わらないビジネスマナーなどを教えていただき良い勉強になった。（城山）
8/12　矢野に折り鶴を取りに行った（池上，楠，城山）
11 袋約 110 キロ。
想像以上の折り鶴だった。この瞬間から解体作業を頑張る気持ちでいっぱいだった。（池上）

折り鶴1袋1袋が想像していたよりも重く、運ぶのが意外と大変だった。（城山）



8/19　第1回MTG

初めてメンターの方と顔を合わせて話した。（全員）

自己紹介後社会人メンターの皆さんにアカイカンナの会社概要・折り鶴ブックカバーの商品説明・販売目的を伝え、社会人メンターからの質疑応答をした。

また、以下のようなアドバイスを社会人メンターにいただいた。その後，商品の値段設定や商品目的の伝え方をもう一度考え直した。

・付加価値をどうつけるか考えてみる。

・千羽鶴の処分数字が分かることで、アカイカンナの活動から周りの人が様々な活動をしてくれたら社会 的インパクトになる。

・幅広い世代に買ってもらうのは難しい。

最初ブックカバーの値段に不安をもっていた。その頃の値段設定は、ブックカバーは消耗品でありあまり高くしても良くないし、梱包を抑えて、買っていただけそうな額にした。そして、この頃はターゲットを幅広い世代にしていたので、値段設定に苦戦した。

社会人メンターに相談したところ、幅広い世代に買ってもらう場合値段設定は難しい。サンプルを作っていくらで買ってもらえるかいろんな人に聞いてみるのも手。高いと売りにくいが、プロモーションを頑張るという考えも必要。と回答をいただいた。このようなアドバイスをこれから企業するにあたって大切にしたいと思った。商品説明では社会人メンターさんを目の前にして凄く緊張した。（池上）

メンターさんからは新しい視点のお話を聞けて参考になりました。（大森）

初めの頃は緊張してた。これから商品を販売する実感が湧いた。社会人メンターさんからの指摘は、自分たちでは見えてなかった部分が多くあり、これからの活動の参考になった。（楠）
アカイカンナの社名や商品を作ろうと思った経緯などについて質問されみんなでちゃんと答える事ができ起業をしたという実感が湧いた。（城山）
例として１つ面白い話を聞いた。カンボジアのサッカーの試合で綿飴を売る時に、ある事をして売った。という話だった。それは、綿飴を食べるのは子供だが、買うのは親、なので親にアピールをすると引き寄せれる。結果それは、綿飴と一緒にお酒をつけるサービスをすることだった。これをする事で、売り上げも上がったらしい。
この時の課題は、
・商品の PR の仕方
・値段設定
プレスリリースについて詳しく聞かれ、広報の中心になる大切なものだとわかった。ミーティングの後、詳しく記者クラブやプレスリリースについて調べた。
結果以下の２つの記者クラブにイベントごとに送ることに決定した。
・広島経済記者クラブ
・広島県政記者クラブ
プレスリリースの受け付けをどうするかも決めた。私たちは授業があるため個人のメールアドレスのみを記載することにした。（宮川）

8/23　経理セミナー（池上，楠，城山，宮川，山本）
ここでは、経理についていちから教わった。全く経理について知らない状況だった。とにかく大切なことはお金が動くたびに記録を残すこと。私は経理なので、このセミナーでしっかりやらないとなと思った。（楠）
経理ということもあり、何も知らない私にとってとても難しかった。このセミナーを通し、自分たち自身でも経理について調べてみた。自分たちで調べることでとても身についたと思う。（池上）
経理の話はとても難しかった。理解が難しい所もあったが友達にも教えて貰いながら話を聞くと少しずつ理解ができた。（城山）
8/24　ビジネスプランブラッシュアップ基礎オンラインセミナー（全員）
ビジネスのことについて普段聞けない貴重なお話だった。
企業や起業について、難しいところもありましたが分かりやすかったです。（大森）

9/3　折り鶴解体・プレスリリース用写真撮影（全員）

9/6　ビジネスに必要なクリティカルシンキング　オンラインセミナー(池上，楠，城山，宮川，山本)

ここでは、商品の本質について教わった。私たちからしたらゴミなものを必要としている人もいることや、商品に対してのイメージについてだった。商品に対してそんな見方があるんだと感心した。（楠）

9/7　折り鶴の解体と糸やテープ等を取り除く最終確認を終え木野川紙業に折り鶴持っていった，商品の最終確認（大森，楠，城山，宮川）

木野川紙業と話し合い，商品の最終チェックを行った。

・発注枚数
・デザイン
・送り方　　など

85ｇの紙質を改めて確認した。テスト用に各５～１０枚くらい作ってもらい、修正があれば対応。初回の校正は無料、２回目以降は有料（１～３万くらい）になるので注意が必要と言われた。

販売枚数の確認、各 5000 枚だと予算オーバーになりそうなので、いくつかのパターンでの見積もりをお願いした。説明用チラシが必要であることがわかった。

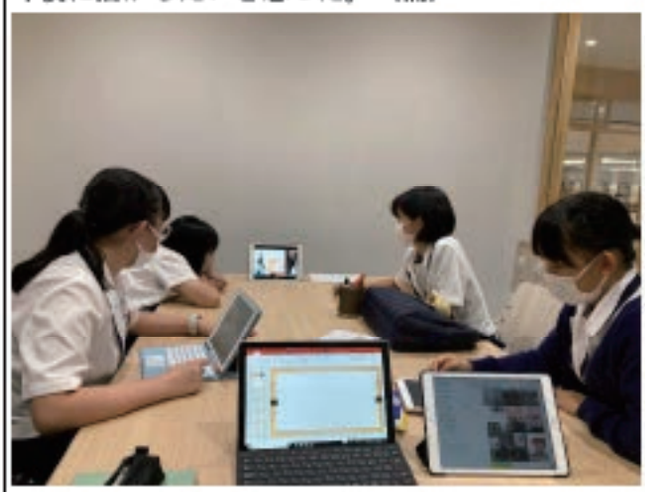
アイビスペイントで作ったデータ形式を印刷用のイラストレーター等に変換可能か分からないと言われたため、確認してもらうよう頼んだ。

この時に表紙を付けたいと相談をしたところ、ブックカバーと同じサイズの折り鶴再生紙で制作するのが最適と教えていただいた。紙の一部を折り返して表紙にして、ブックカバーを間に挟み込む形にして、裏には折り方と私たちの想いを書くことにした。
納品は学校にしていただくことにした。

9/9　第2回MTG（楠，城山，宮川，山本）
この時も値段はあまり確定していなかった。1枚50円～100円で3枚セットにする予定だった。この値段だと、販売戦略を考える必要があった。ブックカバーは無料で貰えるものだが、売り方、ストーリー性を考えるともう少し値段を上げても良いと思う、と社会人メンターから回答をいただいた。
私たちが頭を悩ましているなか，例として、社会人メンターに聞いた話がある。四葉のクローバーコレクターの友人が、四葉のクローバー三つを額縁に入れて販売し ている、それを3万円で販売しているそうだ。これを聴き価格設定の面白さに気づいた。（楠）
商品のストーリーなどの付加価値をつけるべきだと教えていただきそのような考えが私たちは一切なかったので新鮮味を感じた。（城山）
9/10　平和記念公園に視察（池上，楠，城山，宮川，山本）
改めて見る原爆ドームは平和や戦争について沢山考えさせられ、商品を完成させる手助けとなった。（池上）

観光旅行や修学旅行に来ている人が意外と多かった。（城山）

9/15　オンラインセミナー　～写真の極意～（池上，楠，城山，宮川，山本）
ブックカバーは白色で、写真を撮る時困っていたので写真の撮り方を直接教えていただくことができ安心した。（池上）
商品の魅力を伝えるための１つの方法で、写真があるが、私たちの商品は紙製品なので苦戦していた。凹凸がなく、色も少ないからであった。そこで、実際に本につけた様子や、再生紙なので素材（折り鶴）と一緒に撮る。ということを教わった。
今後に活かしたいと思った。（楠）



9/18　多山文具商談（全員）
初めての商談となり厳しいながらも成長に繋がるようなアドバイスを沢山いただいた。
次回の商談までの課題を沢山いただいた。
・リアビズの過程～現状が分かる情報
・委託か買取か
・価格設定と手数料
・ロット数
・他の店とどのように商談しているか。
・商品のパッケージを含めた見本&POP など
・誰にどう売っていきたいかのコンセプト
・日程調整・・・いつまでに取引決定する必要があるか

初めての商談で、私たち自身何を準備していいか分からなかったため話しがあまりまとまらなかった。この時、実際に社会人の方々に厳しいアドバイスと意見をもらった。しかし、この商談から反省点を踏まえて必要な内容をしっかり決めることができ、今後の商談にも役立った。（池上）

私たちにとって初めての商談でした。プレゼンもまだ辿々しく、厳しいご意見と課題をいただきました。委託と買取の違いやコアターゲット等についてです。ですが、この商談が私たちにとって成長のための一歩となりました。（大森）

商談というものを分かっておらず、殆ど用意をせずに話を始めた。一通り私たちの商品について話したが、多山さんからはもう少しはっきりとした詳細が知りたいと話された。ターゲットや販売場所、販売方法、など様々なことが私たちの準備不足だということに気づいた。買取と委託についても初めて気づいた。

もし、買取を頼むであるのなら、まだ詰めが甘いとご指摘をいただいた。

この日、言われたことは私たちにとってとても良い時間だったと思う。初めて本物に触れた感じがした。あちらも本気で向かってきてくださっていることが分かり嬉しかった。

多山文具さんからは、商店街や本屋さんに行ったらどうかと言われた。そこで、廣文館さんを紹介していただいた。（楠）

多山文具さんが学校に来てくださった。広報マーケティング二人で最初にプレゼンをした。こんなに緊張するプレゼンは初めてだった。この社会で商品を売るという厳しさを突きつけられ、ショックを受けて泣きたくなった。だが、多山文具さんが私たちと対等に向き合ってくれたことに感謝した。ビジネスの厳しさを実感することができた。（山本）

9/19　おりづるタワー商談，多山文具本通り店視察（全員）

おりづるタワーの方から、ブックカバーをただ売るならもう少し何か、プラスでセールスポイントがあると買う人も増える。と言われた。
ブックカバーのままだと、本を読まない人は目を向けてくれない。なので、無地のデザインの物には、自分で絵が描けるなど「ただの紙」では無く、「捨てれない紙」にすると良いかも。他の用途として、タンブラーやスマホケースに挟むなど、自分でリメイクができるという、商品にするのもあり。色々なアドバイスをおりづるタワーからはいただいた。
私たちが実際に店頭に立って商品の良さを伝えながら売る実演販売はどうかという案をいただいた。
2回目の商談だったので、1回目の商談の反省点などをうまく使いまとまった話し合いができたと思う。（池上）
多山文具さんで学んだことを改善し、おりづるタワーの商談に挑みました。（大森）
前回の商談を活かしスムーズに、話が進んだと思えた。おりづるタワーさんも前向きに考えてくださっていて、活動の自信もついた。（楠）
9月21日　第3回MTG
このMTGでは、ターゲット層など様々なことが決まるきっかけとなった。その後、3000セット作ることを決め、ターゲット層の話し合いを進めた。値段の設定の背景は、安すぎてもダメだし、高すぎてはダメという課題があった。周りの友達に聞いてみたところ、3枚セットは350～500円くらいが妥当という話になり、3枚セットで350円に決まった。高校生が買うには高いが、親や祖父母が子供や孫にプレゼントとして買ってもらうという、設定で販売していく事になった。社会人メンターからは、祖父母をターゲットにするならもう少し値段を高くしても良いんじゃ無いか。ということを言われた。
ここでの課題は、契約の仕方だった。買取か委託の問題。
買取だと私たちのリスクはなくなり、委託だと私たちのリスクが大きくなることになる。どちらになるかは私たちのPRにかかっていた。
次の商談からは、プレゼンをして行く方向にした。
課題：
・制作数を4000から5000セット、というのは甘い。何セットかは慎重にしっかり決める。
・ターゲットで値段を操作するなら、もっと詰めた方が良い。ターゲットがぶれると良くないので迷っているならもっと考えてみるべき。
折り鶴ブックカバーは新書・文庫サイズだと思っていたがコミックは入るのかと聞かれ試した結果コミックにも対応していることが分かった。
メンターさんに聞かれる前に自分たちで気づけたら良かったと思った。
もっと色んな視点から物事を考えていきたいと思った。（城山）
9/23　全私学新聞掲載（全員）
学校から出したプレスリリースから取り上げていただけた。

学校
中学
女子
学校
等
安田
高

リアビズ 高校生模擬起業グランプリ

融資30万円で模擬起業（折り鶴再生紙使用）

宮田女子中学高等学校（川本有美校長、広島市）のTEAMコンナ（広島市）の女子生徒3人が、折り鶴の再生紙を使ったオリジナルブックカバーを創作する。リアビスは高校生が自分で考えたビジネスプランを基にネットショップを運営するプログラム。先輩たちが起業したきっかけは、世界中から広島に毎年贈られてくる折り鶴だった。

模擬グランプリに参加した生徒6人

商品サンプル

9/24　讀賣新聞取材（池上，楠，城山，宮川，山本）
プレスリリースを出して初めて、取材をしてもらった。
コメントとしてアカイカンナが達成したいことや商品を販売する目的を言った。
初めてのメディアからの取材だったので，これが私たちの活動を知ってもらえる機会になると思い嬉しかった。（楠）
記者さんにプレスリリースがとても分かりやすくまとめられていいと言ってもらえたことがとても嬉しかった。（宮川）
9/28　讀賣新聞掲載（池上，楠，城山，宮川，山本）

折り鶴 本カバーに再生

安田女子高生が模擬起業

安田女子高（広島市中区）STEAMコースの1年生6人が、折り鶴の再生紙を使ったブックカバーを企画、販売する「模擬起業」に挑戦している。生徒には「ブックカバーを、日常生活で平和への思いを感じるきっかけにしたい」と意欲を燃やしている。

同コースは課題解決力を持った人材を育てようと、4月に新設された。6人は、被爆地・広島に平和を願って送られてくる折り鶴を再利用する方法を広げようと考え、ブックカバーを思いついたという。

アイデアは7月にNPO法人が主催する模擬起業コンテストで1次審査を通過し、30万円の融資を受けた。田口智之教諭(45)の指導を受けながら週1、2回ミーティングを開き、デザインや価格設定、販売店舗との交渉なども生徒たちで行っている。

ブックカバーは[illegible]で、新書や文庫本、コミックにも対応できる。ハト、折り鶴、積本の3種類セットで税込み1[illegible]0円。11月1日から1か月間、インターネットや書店で販売を予定している。

「社長」を務める池上[illegible]愛さん(15)は「平和への思いを後世に伝え、地域貢献とビジネス学習を両立させたい」と張り切っている。

①模擬起業に挑戦している安田女子高の生徒たち（広島市中区で）②折り鶴の再生紙を利用して作られたブックカバー

10/4　朝日新聞 9 ジラジ新聞掲載

9 ジラジの担当のオオクボックスさんが書いている朝日新聞のコラムにアカイカンナのことを書いていいかと Twitter にて dm を貰い、掲載していただくことになった。

広島　広1　13版S　2021年（令和3年）10月4日（月）

大窪シゲキの9ジラジ新聞

平和への願い会社に込め

現在、安田女子高校STEAMコースの1年生7人が「リアビズ（高校生模擬起業グランプリ）」に出場しています。同じ学校の生徒同士で模擬会社を作り、予算30万円を使い、自分たちで企画した商品を実際にネットショップで販売するという大会です。9ジラジでも紹介したくて広報活動をするメンバーに電話出演してもらいました。

「私たちの会社名は「アカイカンナ」といいます。社名は広島の原爆投下のときのエピソードから頂きました。被爆後75年は草木は生えないだろうと言われていましたが、崩れた広島の街から一輪の赤いカンナの花が咲き、人々に勇気や希望を与えたと聞きました。そんな存在でありたいと名付けました」

僕らは社名の由来に感動しつつ、どんなことをするのか？どんな商品を販売するのか？も聞きました。「実際の会社と同じで、原材料の仕入れや加工、PR活動や価格設定、他社さまと交渉することもあります。販売する商品は平和記念公園に捧げられている折り鶴の再生紙で作った文庫サイズの「ブックカバー」です。身近で使用するものなので、平和への願いを忘れずにという気持ちも込めました。私たち自身も本から学ぶことは多く、戦争を抑止し、世界を平和へ導くことにも繋がると信じています」

素晴らしい。まさに、広島の意思を持った会社です。彼女たちは平和への願いが詰まった折り鶴を、新たに羽ばたかせようと頑張っています。本人たちがデザインした商品はネットショップBASEで11月1日から販売予定。実店舗での販売も視野に入れているそうです。ぜひ、読書のお供にどうぞ。「アカイカンナ」で調べてみて下さいませ。

おおくぼ・しげき　1979年、大阪府生まれ。07年から広島FMで「9ジラジ」（月～木曜・午後8時）のDJとして活躍中。ご意見、ご感想は広島FMのホームページ（hfm.jp）から。

10/5　第4回目MTG

ターゲット層は40～70代、買取と委託の時の値段設定を正式に決めた。

- ネット販売、おりづるタワーでの手売り 350円
- 委託用 300円
- 平和記念資料館無料休憩所（委託）280円
- 卒業記念品（一枚ずつ、予定）100円←これはのちに、できないことが分かった。

交渉もどんどんしていった。廣文館、ひろしま夢ぷらざ、紀伊國屋書店、この時点では3つに交渉をした。社会人メンターから交渉に大切な事は、自分たちのコンセプトをきっちり伝えれられ資料を作ること、と教わった。

以前は5000セット製作予定だったが、それを3000セットに抑えた。それでも、その販売先の分解については考えなおす必要があった。商品を実際に身近な人に見せて感想を言ってもらうべきとアドバイスをいただいた。

商談のパワーポイントを完成させることが出来た。

〈アドバイス〉

・自分たちのコンセプトを きっちり伝え、計画通りに売るためにも資料作りは大切だが、資料のストーリーはしっかりと練る必要があり、プレゼンテーションの仕方 も大事になってくる。価格やターゲット等をしっかり入れ込んだ資料を作ったうえ で、発表の練習もすべき。

10/8　廣文館商談（全員）

以前２回の商談を踏まえ、プレゼン形式で自分たちの商品について説明をした。廣文館も前向きに考えてくださっていた。多山文具からの紹介で廣文館と商談しました。手売り販売や、バーコードや値段シールの案等をいただいた。
廣文館が広島発祥の会社であること、平和活動として被爆体験の自主出版をしていることから全面的に賛同するというありがたいお言葉をいただいた。
ポップなども作った方が良いとアドバイスをいただいた。そして、ブックカバーのデザインについて折り目の線があった方が良いとアドバイスを貰い急遽訂正することになった。
商談にも慣れてきて、とても良い手応えを感じた。（池上，楠）
自分達では思いつかなかったので、新しい気付きになりました。（大森）
このブックカバーや私たちの活動をとても褒めていただき意欲が湧いた。（城山）

10/15　ひろしま夢ぷらざ商談（池上，楠）
ひろしま夢ぷらざでは、買取や委託ではなく、手売り販売のみとなった。ひろしま夢ぷらざでは、食品の扱いが多くあまり売れないと判断された。手数料を 18%で店舗のレジとスペースを借りて手売り販売を進めて行くことになった。
10/16　紀伊國屋商談　レストハウス突撃　梱包開始（池上，楠）
廣文館の時と同様、商談をしていった。
ここで、初めて交渉成立した。30 セットの買取が決まった。
初めてだったので、とても嬉しかった。（池上，楠）
10/19　第 5 回 MTG
販売前最後の MTG だった。多山文具、おりづるタワー、廣文館の 2 回目の商談を控えていた。前回との MTG の間で、かなり話が進んでいて良いと、社会人メンターからは好評だった。販売期間になるまでは、しばらく梱包作業をしていた。私たちの課題は、手売り販売の準備だった。領収書をひとつひとつ切るのか、袋はどうするのか、など色々あった。
〈アドバイス〉
・相手方に伝えた言葉や話し方が響いた・響かなかった、リアクションがどうだったかなどは共有しておくと全体としてうまくいくと思う。

最後のメンターさんからのお言葉に改めて私たちがどれほどの方々に応援されているかを実感した。（城山）

10/20　多山文具商談（2 回目）（池上，大森，城山）
総務の方と社長が来てくださった。前回よりも成長したプレゼンができたと思う。

プレゼンの際，映像を活用した方がいい（販売先にも提供すべき）と言われた。
できれば手売り販売をしていただきたいと言ってくれた。
10/21　プレスリリース文章作成（大森，宮川）
この時芸能人の方に宣伝していただきたくメールをしたが、返信はなかった。
10/23　STU48 の HP に問い合わせ（池上，城山）
広島や本に関係する方に使ってもらいたいと思い連絡した。

10/26　平和記念資料館ミュージアムショップ商談（池上，大森，城山）
平和資料館のミュージアムショップに商談に行った。
資料館のコンセプトに合っているので、置いていただけるか会議に提出すると話された。確定ではないが、委託・振込手数料についてのお話を伺った。
私たちの商品の目的である平和を次世代に繋ぐということを改めてしっかり伝えた。（池上）
SDGs にも関連しているのでそこもアピールしていくべきだと思った。（城山）
10/28　紀伊國屋書店納品（池上，楠，城山）
初めての納品に行った。POP を持っていき、どこに置いてもらうかを話した。
初めての納品作業で緊張した。（城山）
10/29　中國新聞取材　廣文館納品（全員）
コメントとしてリアビズに参加する経緯からアカイカンナについて詳しく話した。

10/30　おりづるタワー2 回目商談　中國新聞掲載（池上，楠）
おりづるタワーの 2 回目の商談だった。手売り販売をする事が決まった。実際に売る時の台や場所の相談をした。おりづるタワーでの、買取、委託の契約は難しそうだった。

10/30　学内に貼るポスター作成（池上、楠、城山）
いかに、生徒のみんなに気づいてもらうかを考え、私だったらどんなポスターだったら見たいかを考えながら作成した。（池上）
模造紙に手売り販売の時に貼るチラシのようなものを書いた。一目ですぐわかるようにこだわった。実際、手売り販売の時、通る人殆どがその模造紙を見てくれて結構必要なものだったんだなと思った。その模造紙を見て声をかけてくれる人もいた。（山本）
10/30　中國新聞掲載（全員）

折り鶴ブックカバー 1日発売

安田女子高生 再生紙で制作

制作したブックカバーを手にする安田女子高の生徒

安田女子高（広島市中区）の1年生6人が、原爆の子の像（同）にささげられる折り鶴の再生紙を利用したオリジナルブックカバーを制作し、11月1日から販売する。模擬企業を立ち上げてビジネスを体験する「リアビス高校生模擬起業グランプリ」への挑戦の一環。市内の書店やインターネットで売り出す。

制作したのは、文庫本サイズのカバー3種類。平和の象徴とされる白いハトや赤い折り鶴などをあしらっている。今年8月、広島市から折り鶴約110キロを譲り受け、糸などをほどいた後、市内の紙卸会社に依頼して、再生紙のカバーに仕立てた。暮らしの中で平和について思いをはせてもらおうとカバー制作を考えついたという。

同高で教科の枠組みを超えたSTEAM（スティーム）コースで学ぶ6人は、実践的なスキルを身に付けようとリアビスに応募。全国25校計49チームの中から、書類審査で1次審査通過の10チームに選ばれた。企業名は、被爆後の焼け野原に咲いたとされるカンナにちなみ「アカイカンナ」と名付けた。

「社長」を務める池上咲愛さん（15）は「幅広い世代に気に入ってもらえるデザインになった。原爆の恐ろしさや平和の大切さを感じ取ってほしい」と願う。

3種セットで3500円。11月1～30日の期間限定で、原爆資料館（中区）や広文館新幹線店（南区）などで販売。インターネット販売はアカイカンナのホームページからリンクできる。（石井雄一）

11/1　第二回プレスリリースの投げ込み（城山，宮川）

11/3　多山文具手売り販売（全員），讀賣新聞取材（城山，宮川，山本）

初めての手売り販売だった。13 時～17 時に行った。多山文具の方が、ひとりひとりに名札を作ってくださっていた。

初めての手売り販売だったため声掛けは少し緊張した。でも、興味を持ってくださったり購入してくださるととても達成感があった。（池上）

思った以上の売れ行きに驚きました。幅広い世代から買っていただけて嬉しかったです。（大森）

はじめは緊張して声があまり出なかったし、無視される言葉が多かったので心が折れそうになった。それでも、予想していた数より売ることができて良かった。買ってくださった方の中には、新聞を見てきてくださった方や SNS を見て来てくださった方もいて、私たちの活動が知られていることを実感した。最後に多山文具さんがお駄賃として、ドーナツをくれた。みんなで大喜びして食べた。（楠）

初めての手売り販売で緊張してあまり声も出せなかった。商品を見て行ってくれるお客様が「頑張って」と言ってくれるのはとても嬉しかった。（城山）

11/4　讀賣新聞掲載

「折り鶴」本カバー販売

再生紙使用 安田女子高生6人

ブックカバーを販売する生徒たち（広島市南区で）

安田女子高（広島市中区）生6人が3日、ゆめタウン広島（南区）で、折り鶴の再生紙を使ったブックカバーの販売に取り組んだ。

同コースは今年度、生徒の課題解決力を養おうと創設。6人は「あなたへ繋ぐ、平和への願い。」をテーマに被爆地・広島に送られてくる折り鶴を再利用し、ブックカバーを作った。

この日は、ハトや折り鶴の絵が入ったカバーをセットで用意。「私たちが一から作ったものなので、手に取ってみてください」と買い物客らに呼びかけた。

城山薫子さん（16）は「最初は緊張したけど、デザインがかわいいと褒めてくれる人もいて、うれしい」と話していた。

STEAMコースの1年

11/6　ひろしま夢ぷらざ手売り販売（池上，楠，城山，山本）
2回目の手売り販売だった。10時～17時まで行った。この日は、沢山の方が来てくださった。11月4日に9ジラジに出演した際に、シンガーソングライターの高橋優さんが私たちが出演しているラジオを聞いてくださっていたようで、次の日の広島であった公演で、私たちのことを話していただいて、高橋優さんのファンがきてくださった。そして、友達や知り合い、先生方が足を運んでくださって、たくさん差し入れもいただいてとても嬉しかった。夢プラザに来られるお客様はこの商品のコアターゲットにピッタリだったので，137セット売り切ることができた。ひろしま夢ぷらざの好意で手数料をとらずにさせてもらうことになった。
想像以上に売ることができ、とても楽しかった。私たちのターゲット層とお客様がマッチしていたためよく売れたと思う。また、だんだん慣れてきて大きな声で呼び掛けができるようになった。（池上，楠）

11/7　おりづるタワー手売り販売，おりづるタワー視察（池上，城山，山本）
目標個数を売ることが出来たのでこれから目標を上げていきたいと思った。（山本）
ずっと広島にいたもののまだ原爆について知らないことが沢山あり、学びの深い１日となった。（池上）
3回目の手売り販売で慣れてきたので手売りをはじめてすぐに大きな声を出せるようになった。2日続けての手売り販売だったので疲れもあってか最後にはあまり声が出なかった。（城山）
11/8　廣文館新幹線店視察（楠，城山，山本）
手売り販売のための下見に行った。大雨で大変だった。
11/10　hit 広島観光大使に就任（楠、城山、山本）

おりづるタワーで手売り販売をしていた際に hit 広島観光大使にならないかとお誘いを受け就任した。
11/11　歌川広重展　商談（楠、城山）
大きな展覧会なのでコラボしたい気持ちはあったが、歌川広重の絵は特別平和に関連がないので、今回は見送ることにした。
11/13,14　廣文館手売り（13 日：全員，14 日：池上，楠，城山，山本，宮川）
廣文館新幹線口店で手売り販売をした。
3 回目の手売り販売だった。両日とも 13 時～17 時まで行った。
13 日の午後から 1 分弱のプレゼン形式で呼びかけをおこなうことにした。プレゼン形式にした事で話を聞いてくださるお客様が増えた。新幹線店ということもあってお土産として買って帰ってくださるお客様もいた。
13 日は、手売り販売をした中で唯一の本屋なので本を買いに来た方にダイレクトに商品の魅力が伝わるよう心掛けた。14 日は、アドバイスをいただき、呼び掛け方を口頭発表のように変えてみるとお客様が足を止めてくださって新しい気づきとなった。（池上）
商品への想いや、私たちについて等声かけが上手くなったと思います。（大森）
広島駅の廣文館だったので、県外の方が多くいた。この時からプレゼン形式で販売をした。商品を前に声を出して私たちをアピールしていった。このことで、足を止めて見てくださったり、買ってくれることが多くなった。近くにいた修学旅行生にも、話しかけ SNS の宣伝をしたりもした。（楠）
他県の方々にも平和への願いが伝えられたのでとても嬉しかった。（城山）
11/16　オンラインセミナー　～凄腕社長　興亡記～（池上、楠、城山）
高校生の時の活動力が凄く、私も今まで以上に積極的に物事に参加できるようになりたいと思った。（池上）
11/16　広島経済レポート掲載

令和3年11月16日　2857号

経済レポート

スイーツ付ランチ

リーガロイヤルホテル広島（中区基町、冨樫幸総支配人）は、33階「スカイダイニング　リーガトップ」でランチの食後にチョコレートとナッツのスイーツ20種を楽しめる「スイーツビュッフェ付スカイランチ」を12月31日まで販売している。

内容は、アミューズブーシュ・前菜（4品から選択）・メイン（同）・スイーツビュッフェ（オーダー制）・コーヒー。スイーツにはガトーショコラ、ピスタチオのクレームブリュレ、ヘーゼルナッツとピスタチオのヌガーに加え、広島レモンを使った逸品も用意する。

時間は午前11時半～午後2時半。料金は一人3993円。

1カ月限定で販売

安田女子高校は今春から、Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematicsについて横断的に学ぶSteamコースを創設し、地域企業や大学と連携を結び、より良い社会を実現していく為の人材を育成している。

同コースの1年生6人は今月高校生模擬企業グランプリ「リアビズ」に出場している。

リアビズは、高校生が自分たちで考えた商品を実際にネットショップで販売する会社を運営するプログラムで、1日からオンラインショップ「アカイカンナ」をオープン。

木野川紙業（陳場健社長）と連携し平和記念公園に捧げられた折鶴から作った折鶴再生紙を使用した「折り鶴ブックカバー」＝写真＝を販売している。

価格は350円。販売期間は今月30日まで「アカイカンナ」で発売。

冬用マスク

このみや（中区西十日市町1－20、柳瀬克宏社長）は、昨年に引き続き冬用マスク「さわやか抗菌保湿マスク」を販売しているが、12月からブラックを追加販売する。

洋服のリフォーム等を手掛ける同社には、マスク不足になった昨年から「マスクを作って欲しい」という多数の要望があり、現在まで夏用マスクと冬用マスクを合わせて約2万5000枚を販売している。

冬用マスクの色は、ホワイトとグレーがあるが、メール等で「ブラックはないのか」かという問い合わせがあり、それに応えたもの。ちなみに冬用マスクは、ビタミンE・アロエ・ホホバオイル等を配合することで肌にやさしく保湿性に優れており、抗菌、抗ウイルス、UVカット、防臭、SR加工（化粧汚れが落ちやすい）など多方面に対応している。価格は935円。このみや本店とネットショップで販売しているが、送料が無料なので遠方からの注文も多いそうだ。

11/17　平和記念資料館ミュージアムショップ納品（池上、楠、城山）
11/19　第四回プレスリリース投げ込み（池上、楠）
11/19　hit 広島観光大使就任（大森，宮川）
11/23　多山文具ゆめタウン広島店手売り販売、5up!　取材（池上，楠，城山，宮川）
4 回目の手売り販売だった。この日は、以前私たちの方から取材に来て欲しいと、電話をかけたホームテレビの 5up！の取材があった。最終手段で色んなところに電話をかけた事が良かったと思った。
TV 取材があってか小さい子供の購入が多かった。前回の手売り販売とは違い、台の上の商品の位置などを気にしながら行なった。
様々な年代の方が購入してくださってとても嬉しかった。（楠）
取材では，商品を通して平和の大切さを伝えたいということを話した。（池上）
平和への願いを次世代に繋ぐと言うコンセプトにあっていて嬉しかった。（城山）
11/25　5up!　取材（全員）プレスリリース投げ込み（楠，宮川）
学校で行っている梱包の作業などの映像を撮っていただいた。
緊張したし、撮られながら話すことに慣れていなかったのでどこを向けばいいのかわかりませんでした。（大森）
間近でテレビのカメラを前にすると，緊張した。（楠）
11/26　にしき堂に納品（楠，城山，宮川）

11/27,28　おりづるタワー手売り販売

最後の手売り販売をした。おりづるタワーでは、海外の方や県外の方がたくさん購入してくださった。私たちのコンセプトにとてもあっているなと思った。この時、海外の方やお子様に私たちが折った折り鶴を渡していたのもあってか、沢山の方が足を止めて見てくださった。

海外の方も多く買ってくださり平和への願いが世界中に伝わっていると思った。買ってくださった方から応援の声をいただくことが多くとてもやりがいを感じた手売り販売だった。また、メンバーとお互に励まし合いながら売ることが出来た。（池上）

最後らしく、私たちが今まで学んできた事全てを出し切れた手売り販売でした。（大森）

27、28 両日とも最後の追い込みとして手売り販売を 1 日中したのでとても疲れた。

おりづるタワーに訪れるお客様は、平和に関心を持っている方が多く他県から来てくださった方にも私たちの平和への願いを伝えることができた。（城山）

11/29　中國新聞掲載

（21）　2021年（令和3年）11月29日（月曜日）　中國

広島都市圏

報道センター社会担当　FAX(236)2321
電子メール　houdou@chugoku-np.co.jp
安佐北支局　☎082(812)0018　FAX(819)0068
西広島支局　☎0829(31)0317　FAX(20)1035
大竹支局　☎0827(52)2925　FAX(54)0020
安芸海田ステーション　☎082(822)0301　FAX(821)2636
北広島支局　☎0826(72)2171　FAX(72)7021

高校生が折り鶴再生商品

安田女子の模擬企業「アカイカンナ」
ブックカバー中区で販売

平安祭典

三滝少年自然の家 再開
1日から 広場応急復旧終える

事業所製品 本通でフェア

障害者週間（12月3～9日）に合わせ、県内の福祉事業所がつくった品を販売する「セルプフェア」が12月1日、広島市中区本通のひろしま夢ぷらざで始まる。各事業所は新型コロナウイルスの影響で…

11/30　hit 広島観光大使就任（池上）

12/1　5UP！放送
https://hread.home-tv.co.jp/post-120005/
折り鶴をブックカバーへ　高校生「企業」が平和を発信｜地球派宣言
12/3　讀賣新聞取材（池上，楠，城山，宮川，山本）
コメントとして販売期間が終わった後の今の気持ちやどのような思いかを話した。
12/14　最終 MTG（全員）
メンターによるひとりひとりの質疑応答とメンターに対する感謝の気持ちを伝えた。
メンターさんからの言葉がとても嬉しかったです。（大森）
販売期間があっという間で、私たちの頑張った成果がもうすぐ目に見えると思うと、達成感がとても湧いた。（楠）

4. 決算サマリー
総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	¥676,760	¥633,552
経常利益	¥500,088	¥458,254

5. 経営成績に関しての説明
売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

最初に，卒業式の贈呈品として考えていたが，聞いたところ公立の学校は難しいことが分かり断念をした。それによって，計画より少なくなってしまった。
だが，それ以外の売り上げは予想よりもはるかに上をいった。
要因は，５つある。

《SNS》
Twitter と Instagram は毎日投稿し、SNS で商品の感想や宣伝をしてくださった方には何らかのアクションを起こすようにした。（リツイート、いいね、など）
私たちの商品に関連している投稿をしている人を、フォローしたりリツイート、いいね、した。
➡私たちの活動に興味を持ってくれる人が多くなった。応援してくれたり、実際に手売り販売に来てくださったり、ネットショップでも購入してくださった。

《ネットショップ》
ネットショップでは初日から売れていた。売れていない日は 4 日しかなかった。
➡プレスリリースや SNS の宣伝により、気軽に買えるネットショップで購入されたと思う。

《手売り販売》
私たちの商品はストーリー性が大切だと考えた。
➡店頭で 1 分弱のプレゼン形式で商品について話した。
足を止めて聞いてくれる方や、1 回店を出たが戻って買いに来てくれたりと、かなりの集客が

できたと思う。

《プレスリリース》
販売を開始してからは、毎週プレスリリースを投げ込みに行った。(5回)
➡プレスリリースを見て取材に来てくださった新聞社が多かった。(4社)
新聞に掲載されることで新たな出会い(カンナプロジェクトの方々)や、購入者が増えた。

《電話交渉》
販売期間後半になるにつれ、もう少し広報活動に力を入れたいと思い、様々なテレビ局に「取材に来てくれないか」という電話をした。(4件)
➡1件取材が決まった。(広島ホームテレビ:5up!)

6.事業におけるトラブルへの対応
事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

11月15日に私たちの商品を店頭で買ってくださった方から、メールが届いた。
内容:「現在広島では、折り鶴の処分は行っていない」「以前処分をしていたが、その費用に1億円はかかっていなかった」

対応:メールが送られてくる前に自分たちで気づいてはいたが、SNSでは公言していなかった。最初の頃のSNSで上記の内容を発信していたので、編集をして内容を変えて再投稿をした。だが、保管や再生するのにお金がかかっていることは確かなので、このメール以降は「保管や再生にお金がかかっている」という内容で発信をしていった。

SNS、TikTok
販売前に投稿をしたTikTokの内容に指摘を受けた。
内容:折り鶴の解体の動画に「折り鶴の扱いが雑」。普段の様子という内容であげた動画に「動画の雰囲気があまりよくない、学校の品が下がる」。というクレームがはいった。

対応:今後は、いろんな考えを持っている人がいることを自覚して行動しようと思った。

11月6日と27日の手売り販売でお金の計算が合わなかった。
内容:6日は50円すくなかった。お釣りを返す際に100円玉と50円玉を渡し間違えたと考えられる。

対応:50円の損失として計上した。

メディア間違え
11月目の中國新聞の内容に誤りがあった。
内容:中國新聞に11月29日に掲載されたものに「原爆資料館などでは在庫がなくなるまで販売する」と掲載されていたが,実際には資料館では30日までの委託販売で,その他の多山文具や廣文館では在庫が無くなるまでとしていた。

対応：掲載されたその日のうちに資料館に電話をして事情を説明した。資料館の方から、中國新聞に伝えてもすぐに解決ができることではないということだったので，中國新聞には説明をせずに，資料館に商品の問い合わせが入ったら「在庫はもう無くなった」と話してもらうようにした。

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明

今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

今回の活動で会社を運営をすることの難しさに気づいた。
改善点は大きく 2 つある。

1 つ目は、役割分担をしっかりしていなかったことだ。
今回は，気づいたらやる，思いつきで行動をしていたことが多かったと思う。
だが，しっかり話し合いをして，やらなければならないことはしっかりメンバーと共有することと、やったこと，仕事などは記録を残すことが大切だ。
そして、仕事を忘れて急いでやったり，期限ギリギリになったりと，忙しくなる時もあった。これは，上記の事に気をつけていたら，起こらなかったと思う。
2 つ目は、自分たちの PR 方法だ。
1 番簡単な PR 方法は SNS だが，怠っていた SNS があった。
これも役割分担をすることで，改善できたと思う。
それに，販売を開始してからは毎週プレスリリースを出していたが，販売を開始する前も出しておくべきだった。実際，電話でのテレビ局の取材の交渉が販売終了間近だったため，取材に来ていただいたが販売後の放送となってしまった。
そして、何人かの広島のタレントに商品を送ったが 1 人も反応はなかった。
次からは，ただ送るだけではなく，私たちの伝えたい想いが伝わるように文章や電話などで，私たちを PR をしていきたい。

8. 監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

アカイカンナはＢＡＳＥでの販売以外で、実店舗での委託販売と買取販売もおこないました。最初は委託手数料など何も知らない状態でした。しかし、外部の業者と交渉して質問対応や交渉を重ねるうちに、商品コンセプトや価格設定、顧客設定などが明確になっていきました。そして、それらのことを荒削りながらプレゼンテーション資料としてまとめて、業者と交渉し販路を拡大していきました。これらの過程の中で、とっさの対応力や商品の魅力を説明する力、資料をまとめる力がどんどんとついていきました。これらはリアビズという本物のビジネスを経験したからこその成長であり、通常の学校活動では難しいことだったと思います。
さらに、実際の販売が始まり、店頭での手売り販売やＳＮＳでの発信、独自ホームページの開設やチラシの作成など、生徒たちが予想を超える行動力を発揮してくれたことが一番の喜びでした。
学校での活動でもあり、学校の規則に準じなければならないという大変な部分もありました

が、生徒の活動や頑張りをみてくれた結果、ＳＮＳでの発信など例外として認めてもらった活動もありました。このように、生徒が努力する姿が周りの大人に与える影響と、何よりあたたかく見守ってもらえる環境で生徒が活動できたことが、相乗効果を発揮して生徒の成長につながったと感じています。リアビズ関係者をはじめ、学校関係者、地元の企業関係者、ブックカバーの購入者に感謝しています。

感想文

池上桃愛
社長

今回初めてリアビズに参加し、商談や手売り販売などを通して、想像以上の多くの学び、貴重 な体験をすることが出来た。
商談の際には、実際に販売してもらいたい会社に自らが電話してアポ取りをすることなど、多くのビジネスの常識を実際に体験して知ることが出来た。私が、商談の時に特に大事にしたことが 1 つある。それは買い取りや委託など料金設定をしっかり伝えることだ。一番最初の商 談の時、私達はあまり値段や利益について考えておらず、また情報が曖昧だったため、相手会 社の方から価格設定や販売するターゲット層など、私達が気付かなかったことに対し様々な意 見をいただいた。そして、その経験から価格設定など商談に大切な内容や伝えたい内容を明確 にして、パワーポイントなどにしてまとめることができた。実際に社会人の方から意見やアドバイスをいただくことで良い経験になり、多くのビジネスに対する学びがあったと思う。 手売り販売の際に私が大事にしたことは、通りがかった方に私達の商品の魅力をいかに感じ てもらえるかだ。最初の手売り販売では、「是非見てみてください」「私達が一から作った折り鶴ブックカバーです」といった呼び掛けで販売していたが、手売り販売では何秒かで多くの 人が通り過ぎてしまうため、大切なことは短く分かりやすく伝えた方が良いというアドバイス をいただき、私達は短い口頭発表の様に掛け声を変えてみた。すると、多くのお客様が足を止 めてくだり、お客様から「頑張って」など嬉しい声をいただいた。手売り販売では、ビジネス だけでなく私達自身が売り方を考える良い経験になった。また、手売り販売の際に多くの新聞 やテレビなどの取材に来ていただいた。その際に社長としてコメントを言う時に私が大事にしたことは、私自身の今の気持ちやこの商品を売る目的、購入してくださったお客様に対する感 謝の気持ちをしっかり伝えることだ。私は、初めての手売り販売や取材対応を通して、多くのことに挑戦することが出来たと思っている。
最後に活動を振り返ると、私自身多くの挑戦もしたし多くの失敗もした。しかし、挑戦や失敗を通して多くのことを学ぶことができ、私自身の新たな可能性を見つけられたと思う。高校 生でこのような貴重な経験ができ、本当に有意義な時間を過ごせたと思う。また、多くの方に アドバイスや私達が気付かないような鋭い指摘などいただきとても助けられた。私達に関わっ ている全ての人に感謝をすると同時に人との繋がりをこれからも大切にしていきたいと思う。 このリアビズで学んだこと、経験を将来に生かしていきたいと思う。本当に貴重な体験をさせていただきありがとうございました。

城山藍子
人事法務部

私は今回のリアビズを通して、今まで高校生だから通用していた事も社会に出てみると通用しない事 が沢山あるということに気付きました。
リアビズの一次審査通過チーム発表後、協力してくださる企業に一次審査通過の報告をしたり SNS ア カウントを開設したりと一気に忙しくなりました。
ですが私は、自分が起業をするなんて考えた事も無かったので、何をどうしたらいいのかも分からな い状況でした。
そんな右も左も分からないなか、私が初めてした仕事は企業に電話でアポイントメントを取ることでした。
最初は、アポイントメントは日程を合わせるだけだと思っていたので、販売終了後の在庫の取り扱いなど私達が考えていなかった事も質問された際に狼狽えてしまいました。
この事から予め何を話すべきなのかを自分の中でまとめてから電話をかけるようにすると、どんな質 問にもしっかりと答えられるようになりました。
また、実店舗での商品を販売してもらうための商談では、学校の試験などが重なりアポイントメントを 取るのが遅くなってしまった事により商品をお店に置いてもらう事ができなくなってしまったお店もありました。
高校では期限ギリギリでも許されるのに、ビジネスでは高校と違いスピードとタイミングが大事という事が分かりました。
また、ビジネスではミーティングをしたり約束事をしたりする度に書類を残しますが、最初はその大切 さがわかっていませんでした。
ですが顧問の先生に「書類で残しておかないと、後で言った言ってないということのすれ違いやトラブ ルになることがある。書類はそれを防ぐ証拠になる」と教えてもらい、書類で記録を残すことの大切さに気付きました。
私はリアビズの活動を通して、自分たちで考えた商品を実際に製作・販売し会社を運営する、という普通の高校生ではできない貴重な体験ができたと思います。
何も分からない私達がここまでやり遂げられたのは顧問の先生、メンターの方々及び支えてくださっ た方々のおかげです。
この度はこのような貴重な機会をいただいたことに、改めて感謝いたします。

楠咲乃
経理部

私にとってこの活動はすごく良い経験になったと思います。
私は、本校に今年度初めてできた「STEAM」コースに進学しました。このコースは、失敗を恐 れず色々なことにチャレンジしていこう！というコースです。そんなコースに進学してこのグ ランプリに出会いました。
クラスの 6 人で集まり頑張りました。みんな挑戦するからには、一次審査に通りたいという気 持ちで何回も話し合いをしました。事前に売り出したい商品を決め、協力してくださりそうな 会社に電話をしたのが私たちの活動の始まりだと思います。
今回の活動で商品を作るにあたって、いろんな人が商品を売るまでに携わっていて、お金が動 いている事を知りました。私たちの商品は、見た目は長方形の紙ですがその紙を作るのに、紙 をセットして、印刷をして、カットをして、梱包をします。ただ 1 枚の紙ですが人が動いてい ます。その事を私は考えていませんでした。発注するセット数によって 1 枚の単価が変わるな んてもちろん知りませんでした。
世の中の基本ではありますが、全く知らずに始めたこの活動はやっていくうちにたくさんの事 が知ることができたし、体験をできたと思います。
例えば、初めての商談では買取販売と委託販売のことも分からないまま商談をし、商談先の 方々に沢山の助言をいただきました。この時は、今まで私たちが準備した物が完全な物だと甘 く考えていました。ですが、全く違いました。商談するには詰めが甘く、自分たちの本当に伝えたい事が伝わっていない状態でした。
これを踏まえて、社会人メンターさんや先生などに相談をし、自分たちのことをよりアピール できるようにプレゼン形式で商談を進めていきました。それからの商談では、スムーズに進め られたと思います。

販売期間が始まる前には、商品の PR 方法に悩んでいました。ブックカバーという無料で貰える ものを買う人がいるのだろうか、値段をあまり高くしすぎても買いづらいのではないかと悩んでいました。ですが、ミーティングで社会人メンターさんに「付加価値をつけたほうがいい」と言われ、感心しました。今まで、私たちは安いほうが良いとばかり思っていました。この時 私たちは、自分の商品の価値を、自分たちで下げていることに気づきました。
今回この活動で、社会人の方とたくさんお話をする機会がありました。その中で、私たちだけでは考えつかない事をアドバイスしてくださったり、私たちの活動を好意的におもってくれたりと、ここまで私たちが来ることができたのは色々な人のおかげだとしみじみ思います。私たちは､同じクラスで毎日一緒にいます｡この約5ヶ月間喧嘩もなく、みんなが協力してひとりひとりが自分の仕事をこなしていたと思います。ここまで来ることができて本当によかったです。このような機会を与えてくださったリアビズには感謝いたします。

大森瑠依
仕入れ部

私は今回の活動で学んだことが沢山あります。
まず 1 番に感じたのは、人との繋がりの大切さです。アカイカンナは、ネットショップの他に実店舗での販売を考えていましたが、大型の店舗は何度掛け合っても取り合って貰えないこと がありました。ですが、大人からの紹介だとスムーズに話が進み、実店舗販売に 5 店舗も応じてくださいました。それに、企業の方は価格設定の案や、自分達では考えていなかった年齢層の狙い等沢山の知識やアイデアをくださいました。そのおかげで次の商談のクオリティが上がり、実店舗に商品を置いてもらうだけでなく、自分達の想いを直接伝えられる手売り販売も行うことができました。手売り販売では、応援してくださる言葉をお客様から直接いただけたので、とても嬉しかったです。色々なお客様がいらっしゃり、平和への想いに共感してくださった方、観光でいらした方、私達の学校の OG もいらっしゃいました。その中で印象的だったのは、他県の教師の方々で、「この活動をしている事を生徒に伝えるね。」と仰ってくださいました。次世代に平和を繋げたいという気持ちが伝わったのがとても嬉しかったです。 また、声かけの大切さも学びました。手売り販売で、初めは挨拶程度のことしかできませんでしたが、慣れてくると私達の想いや商品の詳細、リアビズについて等積極的に大きな声でアピールすることができるようになりました。そうすると、足を止めて聞いてくださる人が増え、商品について興味を持っていただけました。それに SNS での発信や新聞を見たり、ラジオを聞いたりした方々が、手売り販売に足を運んでくださったこともありました。また、平和の活動 をしている方からお声がけいただいたり、SNS で活動している方に商品を紹介していただくこともできました。販売期間初期と比べ、売り上げ数が上がり、やはり声かけを続けることは大切だと思いました。また私は、私達の SNS 閲覧者の年齢層に驚きました。高校生から 50 代くらいの方まで見てくださっていて、SNS の幅広さは商品の PR に向いていると感じました。ネットショッピングで購入された方は、SNS やメディアからアカイカンナを知った方が多く、これからも SNS 等を積極的に活用していきたいです。
リアビズでは、普通の授業では聞けないようなお話や、起業していなければ関わりがないような企業の方、商品販売の体験等貴重な経験が沢山できたなと思っています。夏から準備を開始し、11 月の終わりまで大変な事もあり忙しかったけれど、とても楽しい期間でした。メンバーとの大きな衝突も無く、お互いを思いやり、支え合いながら活動できて良かったです。今回学んだ事をこれからも活かしていきたいし、残った在庫を売り切るまでもっと頑張っていこうと 思います。

山本綾乃
広報マーケティング

私はこのリアビズのメンバーとして約 5 ヶ月間活動をしてきました。リアビズに参加する前の私は、高校生活の中で与えられたことをこなすばかりで、積極的に何かをやるわけでもなく、ただただ平凡に過ごしてきました。そんな私に、この 5 ヶ月間で起こったことは本当に初めてのことばかりでした。この活動を通して特に印象に残ったことが 2 つあります。まず、初めてのミーティングでメンターさんの言葉に刺激を受けました｡いくつか質問をされた中で､「もし仮に 1 億円を使ってよかったら何に使う？」という質問が印象に残っていま す。私たちは初めのころ､折り鶴の処分に約 1 億円かかっていると言う認識でブックカバーの製作をしていました。その問題に対してどうしたら貢献できるんだろう、と一つの面からしか考えていませんでした。そこでメンターさんに私の考えていたことと真逆のことを聞かれ、そ の考え方もあるんだ、と思いました。全く逆の発想から何か新しいことを見つけることができれば、実際にブックカバーを製作するときにも一方的な製作する側だけの立場だけではなく、消費者側の立場になって考えたりすることができます｡このメンターさんの質問に私は刺激を 受け、自分でもこのような発想をできるようになりたいと思いました。与えられたことをそのままその通りにやるのではなく、新たに自分でプラスアルファのことを考えて、最終的にはブックカバーに関わった人全員が良い思いができるようになればいいなと思いました。次に、実際に社会で働いている人の凄さです。ブックカバーが完成するまでに本当にたくさんの人と関わり、お世話になりました。その中でも私は、ラジオ局のスタッフさんにとてもお世話になりました。アカイカンナをラジオで紹介していただけることになり、代表で私が出ると決まったので、そのラジオのスタッフさんと電話で当日の打ち合わせをすることになりました。もちろんラジオに出ることも初めてだったのですが、そんな私にも流れや時間などをわかりやすく説明していただきました。そのミーティング以外にもラジオ直前に最終確認で電話を いただいたり、緊張している私に応援の言葉をかけてくれたりしました。そして､ラジオ出演を無事に終えることができました。ラジオが終わった後も声をかけてくださりとても安心した のを覚えています。実際に私がラジオに出たのは 15 分ほどでラジオの放送時間の 8 分の 1 ほどで す。この 15 分間に多くの時間をかけているにも関わらず、そのスタッフさんは説明などもわかりやすく、気遣いもしていただきプロってすごいと思いました。それと同時に私が普段聞き流していたラジオの一部には、時間をかけて作ってくれている人がいたんだと知ることができま した。
この活動ではいろいろなことに出会ってきましたが、出会うたびに新しい発見をしてとても楽しかったです。もちろん思っていたように物事が進んでいかないこともたくさんありました。ですが私たちの顧問の先生はそれをどう解決するかが大切だ、とおっしゃっていて確かにそうだなと思い、たくさん失敗した分、たくさんみんなで解決方法を考えました。このように、普通の高校生ではできない体験をさせていただきありがとうございました。ここで学んだことを将来に生かしていけたらいいなと思います。

宮川佳子
広報・マーケティング

私はこの模擬起業を通して、人との出会いの大切さや社会で仕事をする方法を学びました。 最初に、私がこの活動の中で 1 番心に残った

のは、多山文具の担当の人です。この方は初めて私たちと商談してくれた方です。私達はその商談を甘く考え、準備をあまりしていませんでした。パワーポイントも用意していなかったのです。その時、学生としてでなく仕事を一緒にしていく相手として、あえて厳しい言葉をくださいました。私たちはそこで社会の厳しさを知りました。一時は涙が出そうなほど打ちのめされていましたが、私たちはこれをバネにしようと思えました。そう思えたのは、その方が商談の最後に私たちの説明に足らなかった事を細かくお教えいただき、２回目の商談の機会を作ってくださったからです。２回目の商談に向けて、私はわかりやすく私達の想いの伝わるパワーポイントを作ろうと頑張りました。私は２回目の商談には参加出来なかったのですが、多山文具の社長もいらっしゃって、しっかりとしたお話をさせていただくことができたそうです。社長からも良いプレゼンだったとお褒めの言葉をいただいたことを知った時の達成感はなにものにも変えがたかったです。私たちはこの経験のおかげでその後の商談や、活動の中では準備をきちんとして臨むことができました。この方と出会っていなければここまでリアルな起業体験はできていなかったのではないかと思 います。

次に、私はこの活動の中でとても自分に影響を与えた体験が１つあります。私達が初めてブックカバーの発注先である木野川紙業の担当の方に会った時、初対面なのにも関わらず商品の値段の明細書や折り鶴再生紙の見本を用意してくださっていたことです。私達は、商品を制作する予定があるので話を聞かせて欲しいとしか連絡していなかったのにも関わらず、ここまで先を見越した準備をしてくださっていたのです。この後も､木野川紙業の方は私達の手がまわらなった事をフォローしてくださ いました。この時仕事をしている大人の凄さを知りました。この経験から頼まれた事だけ、必要最低限の事だけをするのではなく、周りの状況を考えて仕事を見つけるようにしようと思いました。 そして私はこの考えを実践するために、周りの手助けも受けながらも独自ホームページ、チラシの制作などに自ら挑戦しました。実際にホームページからお問い合せをしてくださる方もいて、自分がしたことが良い方向に働いていると実感してとても嬉しかったです。

最後に私はこのグランプリでリスク無しに起業させていただけて、沢山の事に恐れる事なく挑戦でき たと思います。このような貴重な時間を下さった主催の方々や関わってくださった大人の方々には感謝しかありません。そして、私たちが繋げたいと思った平和への願いに沢山の人が賛同してくれた事をとても嬉しく思っています。自分のやったことがこんなにも人の感情を動かし影響を与えることが出来たのだと、とても自信にもなりました。加えて私は元々人と話したり説明したりということが苦手なのですが、この活動をする前よりコミュニケーション能力が上がったのではないかと思います。社会の中でコミュニケーションは人を繋いだり、チャンスを掴んだりなどとても大切なものだとより分かった今、この活動が出来て本当に良かったと思います。私がこの活動を通して知った仕事の楽しさ、難しさを忘れず社会に出た時に活かしていきたいと強く思いました。

江戸川学園取手高等学校
グルック

【商品名】
グルソープ

【セールスポイント（応募資料より抜粋）】
セールスポイントは大きく 4 点あります。1 点目は , 用途に合わせた購入が出来ることです。グルックの「グルソープ」は日常の利用だけでなく , 自宅で石鹸の香りや形を楽しむコレクション用や , 家族 , 友人 , 大切な人などに送るプレゼント用としても購入することが出来ます。さらにプレゼント用には箱のラッピングや形状が豪華になるだけでなく , 石鹸の形がより華やかになります。使うたび , 見るたびに家族や大切な人を思い出すことが出来る商品は , 私たちに温かさをもたらしてくれます。2 点目は , 地域貢献です。「グルソープ」は、農家の方の廃棄野菜を使います。右図のように , 農家の方は新型コロナウイルスにより , 野菜の大量廃棄を余儀なくされました。その現状を踏まえて , 私 たちは使わなくなった野菜や廃棄直前の野菜を使って石鹸 を作ることにしました。それによって農家の方も廃棄する際にかかるコストを削減でき、新たな価値を見出すことで地域 の農家の方に貢献できるのではないかと考えています。3 点目は , 環境に対する取り組みです。 実際に SNS を通して SDGs の認知度を高めるクイズを行 い , 環境に対しての取り組みを増やしていきたいと考えています。そのため ,SDGs の目標 12「つくる責任 , つかう責 任」に関連して , 廃棄野菜を使うことはもちろん , 使う商品 を包装する箱も , パーム油を製造した後に廃棄されるヤシカサを使用しており , 十分環境に配慮した商品を作っています。(参考 :https://www.seiwa-p.co.jp/shop/e/eeco05/) また最終的にリアビズさんへ支援金を返すことができ , 私たちの手元にお金が残った場合は , その一 部を more trees という森林保全団体に寄付することで環境の保全活動を促進させることを約束します。(参考 :https://www.more-trees.org/)4 点目は , 新型コロナウイルスによる衛生面への配慮と巣ごもり需要の増加を考えたことです。日々の生活の中でより衛生面への配慮が気にされるようになったため、子供から大人までたくさんの人に 利用していただく狙いがあります。またリモートワークなど , 自宅で一日を過ごす方も増えてきてい るため、自宅でも楽しめるようなものを作りたいと思いました。

【実現可能性（応募書類より抜粋）】
私達の商品「グルソープ」が実現可能性の高いものである理由として主に 3 点あります。 1 点目は材料の廃棄野菜を提供してくれる方として , 今のところ牛久市農家の鈴木様 , 佐原市農家の 飯田様 , 富里市農家の木村様 , 取手市農家の福田様の 4 つの農家の方から承諾を得ていることです。 もちろん , 野菜作りは天候によって大きく左右されるため、制作にかかる野菜の量は少量だとしても 確実に用意できるとは言えません。この点を踏まえて、販売期間までの時間を利用し , 今後も継続して 農家さんとの追加の取引や交渉を行っていきたいと考えています。2 点目は商品の制作が非常に簡単な点です。グルソープの制作過程について軽く説明させていただきます。
①グリセリンソープを湯煎で溶かします。②①を石鹸一個分の量に分け、野菜をミキサーしたものを入れて、色を付けます。 さらに同じ色で濃度の異なるものを数種類作成します。③②に香料を入れます。④③をグラデーションが出来るように型に流し込みます。⑤冷却します , 常温でも 30~40 分ほどで固まります。⑥完成です。(参考 :https://media.365market.jp/post_detail.php?post_no=18111) このようにグルソープは制作過程において複雑な工程を要することなく作ることが出来ます。ご注文 後 5 日以内に商品を届けることを目標に制作を進めていますので , 注文を受けてからスムーズに配送 の段階まで進むことが出来ます。 また、石鹸の形状についてですが , カットする量を基本統一にし、重さは均一にさせていただきます。 型を利用する形ではないため , それぞれがオリジナルの商品となります。
3 点目は「化粧品」としてではなく「雑貨」として販売する点です。石鹸は通常「化粧品」に分類されてしまい、資格がないと販売することはできませんが、匂いを楽しん だり , 彩りを堪能したりすることを目的とした「雑貨」として販売するため、特別な資格を持っていな い私たちでも販売することができます。

事務局作成：修正版財務諸表

学校名：江戸川学園取手高等学校
模擬企業名：グルック

損　益　計　算　書　(P/L)

自　2021年 8月 19日　　至　2021年 12月 20日

（単位：　円）

科目	金額 内訳	金額 合計
Ⅰ　売上		① 344,031
Ⅱ　売上原価		② 78,513
売上総利益　（＝①ー②）		㋐ 265,518
Ⅲ　販売費及び一般管理費		
広告宣伝費	③ 5,150	
支払手数料	④ 800	
旅費交通費	⑤ 0	
通信費	⑥ 6,506	
荷造運賃	⑦ 8,126	
消耗品費	⑧ 7,398	
仮払金	⑨ 2,264	
	⑩	
	⑪	
	⑫	
販売費及び一般管理費　合計（＝③～⑫）		㋑ 30,244
営業利益　（＝㋐ー㋑）		㋒ 235,274
Ⅳ　営業外収益		
雑収入	⑬ 0	
営業外収益　合計　（＝⑬）		㋓ 0
Ⅴ　営業外費用		
雑損失	⑭ 0	
営業外費用　合計　（＝⑭）		㋔ 0
当期純利益　（＝㋒＋㋓ー㋔）		㋕ 235,274

貸　借　対　照　表　(B/S)

2021年 12月 16日　現在

（単位：　円）

資産の部			負債の部	
科目		金額	科目	金額
現金預金		453,843	借入金	218,569
製品		0	純資産の部	
仕掛品		0	科目	金額
			資本金	0
			当期純利益	235,274
資産合計		453,843	負債純資産合計	453,843

1. 企業概要

企業名	グルック
学校名	江戸川学園取手高等学校
監査人（顧問）名	松永　啓佑
メンバー （氏名の後ろに担当部署を記載してください）	小松　風雅（社長） 木村　直道（人事法務部・仕入れ部） 星野　織彩（経理部長） 横井　海翔（経理部・仕入れ部） 川崎　しき（仕入れ部） 宮久保　隼（広報マーケティング部長・人事法務部） 菅原　莉香（広報マーケティング部） 鈴木　菜桜（広報マーケティング部）

2. 事業概要

本製品は市場に出回らなくなった野菜、傷んでしまった野菜などを地元の農家や農園から提供していただき、それを原料とした手作りの宝石石鹸である。

【商品詳細】
商品名：グルソープ
品名：台所用複合石鹸
販売方法：2色で1セットとし、6色展開の3セットを販売した。
　　BASE(オンラインショップ)と店頭販売にて商品を販売。
＜BASE（オンラインショップ）＞
価格：690 円＋送料
＜店頭販売＞
価格：990 円

商品①：Original Jewel Soap

(1)relax time

・緑色(正面左)
使用している野菜：小松菜、白菜
エッセンシャルオイル：オレンジスイート
マイカパウダー：白
・白色(正面右)
使用している野菜：カブ、大根
エッセンシャルオイル：グレープフルーツ
マイカパウダー：金

成分表示：

グルソープ(緑：正面左)

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) (純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、 ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸)) 野菜液(小松菜、白菜) エッセンシャルオイル(オレンジスイート) マイカパウダー(白)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。
●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

グルソープ(緑：正面左)

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) (純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、 ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸)) 野菜液(小松菜) エッセンシャルオイル(オレンジスイート) マイカパウダー(白)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。
●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

グルソープ(白：正面右)

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) (純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、 ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸)) 野菜液(カブ) エッセンシャルオイル(グレープフルーツ) マイカパウダー(金)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。
●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

グルソープ(白：正面右)

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) (純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、 ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸)) 野菜液(大根) エッセンシャルオイル(グレープフルーツ) マイカパウダー(金)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。
●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

(2)rich time
・赤色(正面左)
使用している野菜：赤パプリカ、トマト
エッセンシャルオイル：オレンジスイート
マイカパウダー：白
・紫色(正面右)
使用している野菜：レンコン
エッセンシャルオイル：グレープフルーツ
マイカパウダー：金

成分表示：

グルソープ(赤：正面左)

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) (純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、 ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸)) 野菜液(赤パプリカ、トマト) エッセンシャルオイル(オレンジスイート) マイカパウダー(白)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。
●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

グルソープ(赤：正面左)

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) (純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、 ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸)) 野菜液(赤パプリカ) エッセンシャルオイル(オレンジスイート) マイカパウダー(白)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。
●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

グルソープ(紫：正面右)

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) (純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、 ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸)) 野菜液(レンコン) エッセンシャルオイル(グレープフルーツ) マイカパウダー(金)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。
●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

(3)fresh time
・橙色(正面左)
使用している野菜：人参
エッセンシャルオイル：オレンジスイート
マイカパウダー：白
・黄色(正面右)
使用している野菜：黄パプリカ、カボチャ
エッセンシャルオイル：グレープフルーツ
マイカパウダー：金

成分表示：

グルソープ（黄：正面右）

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(23.3%) 純粋石けん分(9.1%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (14.2%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸) 野菜液(黄パプリカ、カボチャ) エッセンシャルオイル(グレープフルーツ) マイカパウダー(金)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

グルソープ（橙：正面左）

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) 純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸) 野菜液(人参) エッセンシャルオイル(オレンジスイート) マイカパウダー(白)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

グルソープ（黄：正面右）

品名	台所用複合石鹸
成分	界面活性剤(24%) 純粋石けん分(9.4%、脂肪酸カリウム) 純粋石けん分以外の界面活性剤 (15.4%、ラウレス硫酸ナトリウム、ラウリル酸、ステアリン酸、ミスチリン酸、ラウリン酸) 野菜液(黄パプリカ) エッセンシャルオイル(グレープフルーツ) マイカパウダー(金)
販売・製造元	模擬企業グルック 住所:〒302-0025 茨城県取手市西1丁目37-1

〈使用上の注意〉●肌や顔、体への使用は成分上認められておりません。●万が一、肌や体へのご使用によってお客様に健康被害が生じた場合、医療機関の受診をしてください。当社は一切の責任を負いかねます。

商品②：Original Jewel Soap ～Eco Friendly～
Original Jewel Soap（以下商品①とする）を宝石の形に仕上げる際に出る削りかすを再利用して作成し、販売した。商品①との主な違いは色の層やラメの出方である。

(1)relax time eco

・緑色(正面左)
使用している野菜：小松菜、白菜
エッセンシャルオイル：オレンジスイート
マイカパウダー：白
・白色(正面右)
使用している野菜：カブ、大根
エッセンシャルオイル：グレープフルーツ
マイカパウダー：金
成分表示：商品①(1)に記載したものと同様

(2)rich time eco

・赤色(正面左)
使用している野菜：赤パプリカ、トマト
エッセンシャルオイル：オレンジスイート
マイカパウダー：白
・紫色(正面右)
使用している野菜：レンコン
エッセンシャルオイル：グレープフルーツ
マイカパウダー：金
成分表示：商品①(2)に記載したものと同様

(3)fresh time eco

・橙色(正面左)
使用している野菜：人参
エッセンシャルオイル：オレンジスイート
マイカパウダー：白
・黄色(正面右)
使用している野菜：黄パプリカ、カボチャ
エッセンシャルオイル：グレープフルーツ
マイカパウダー：金
成分表示：商品①(3)に記載したものと同様

梱包について：梱包はBASE販売用と店頭販売用で違いがある。BASE販売では箱にて梱包、
店頭販売では箱で梱包したものと袋で梱包したものを販売した。

箱での梱包(中身はOriginal Jewel Soap)：写真1～5

写真1

写真2

写真3

写真4

写真5

感謝状を写真5のように貼り、成分表示と購入者アンケートを紙パッキンの下に同梱した。

袋での梱包(中身はOriginal Jewel Soap ～Eco Friendly～)：写真6～10

写真6

写真7

写真8

写真9

写真10

写真10のように感謝状の上に成分表示を入れ(店頭販売の際に成分表示が見えるようにするため)、感謝状の下に購入者アンケートを同梱した。

【本製品の特徴】
・地元の廃棄野菜を使用
「グルソープ」は地元の農家さんから頂いた廃棄野菜を用いて着色をしている。
それにより、自然由来の色味を楽しむことができる。
・宝石石鹸であること
「グルソープ」は宝石のような形をした“宝石石鹸”であるため、美しい見た目を楽しむことができる。
・自宅を彩る雑貨
「グルソープ」は自宅を彩る雑貨として利用できる。マイカパウダーというラメを使用し、石鹸の見た目をより華やかにしている。マイカパウダーには、水溶性があるため水に流せるという特徴がある。また、香りにもこだわり、天然成分100%のエッセンシャルオイルを使用した。オレンジスイートとグレープフルーツのエッセンシャルオイルを使用しており、２種類の香りを楽しむことができる。

雑貨としての使用例(写真11、写真12)

写真11

写真12

・台所用複合石鹸であること
「グルソープ」は分類上「台所用複合石鹸」という扱いになる。本製品は、「台所用複合石鹸」として使用していただくことができ、主に台所で食器を洗うなどといった利用方法がある。
・思いのこもったハンドメイド商品
「グルソープ」は色の抽出から梱包まで全ての工程を手作業で行っているハンドメイド商品である。石鹸の形や色合いに一つとして同じものがないという特別感を感じることができる。また、本製品にはグルックのロゴシールが貼られており、思いのこもった商品となっている。

【本製品の背景】
・環境問題の解決策
SDGsの目標12「つくる責任、つかう責任」をはじめ、持続可能な社会を作っていくためにも、廃棄されてしまう野菜を有効活用し、今後の環境を守っていく目的がある。
・農家さんを応援
コロナ禍により農家さんが心を込めて作った野菜の廃棄量が増えてしまっていた。廃棄野菜の増加は処分費用の増加や食糧廃棄の発端になる。そこで何とか農家さんを応援したいと思い、地元の茨城県を中心とした農家、農園の方から廃棄する予定の野菜を提供していただくことに決めた。
・就農支援プログラムへの寄付
売り上げの一部は就農支援の取り組みを行う NPO 法人「農スクール」様に寄付。これにより高齢化と人手不足に悩んでいる農家さんを支援することができる。

3. 事業活動報告

〇社長

4/11
共有カレンダーをTimetreeというツールを使って作成
4/25
スケジュール共有
4/28
企業理念について話し合った。
7/4
進捗確認ミーティングを実施
7/16
一次審査通過を踏まえて、これまでの活動を振り返るミーティングを行った。
活動を客観的に評価し、反省点を出した。
全体でTo Doを洗い出し整理
7/21
各自のTo Doを全体に共有
7/24
全体でTo Doを洗い出し整理
7/28
経営スケジュール作成開始
仕事の担当を振り分けた。
8/8
役職の認識統一のためのミーティングを実施
8/13
スケジュール管理について全員で会議
8/29
タスク確認ミーティング開始→以降毎週水曜日曜で開催
10/11
いままでの振り返りのミーティングを実施
メンターミーティングで進捗を確認した時、予想以上にタスクが終わっていないことに気づ

き、全体で反省会をした。
＜反省点＞
・スケジュールに間に合わせるという意識が薄かった。
・議題を事前に共有し、効率的に会議を行うべきだった。
・振り分ける仕事の内容を一度全体で確認し、抜けがないようにすべきだった。
10/12
タスク確認ミーティングの共有項目に「気づき」を追加
→仕事をやっていて“気づいたこと”を共有
10/22
商品製作スケジュール共有
10/26
商品製作スケジュールを共有
11/7
商品製作の分業を提案→スケジュールに余裕がなかったことから断念
11/26
商品製作スケジュールを共有
11/27
商品製作スケジュールを共有
12/1
決算書類作成の方針決めミーティング
※毎週日曜日に、次の日曜日までに行うタスクを共有し、次の日曜日にそれが達成されたかを確認。達成できなかった場合にはなぜできなかったか、今後の改善できる部分はないかなどを振り返る。水曜日はその中間報告をすることにした。

○人事法務部

【人事部】
4/17
会議の振り返りが出来るファイルを作成
→会議の生産性を向上するために匿名で書き込める会議の振り返りファイルを用意。会議を行うごとに意見や反省を各自記入し、挙げられた点について全体で共有し次回の会議で話し合う。
5/1
初期の進捗確認シートをWordファイルで作成→モチベーションを維持し、企業としての成功を収めるためにはこういったメンバーからの本音を引き出し、さらには自分事としてその問題をとらえることで問題解決につながるのではないかと考え、進捗確認シートを作成した。

進捗確認シート

前回の会議の振り返り (会議の内容が全体でしっかり共有されていたか，疑問を解消できたか)	① ② ③
最近あったネガティブな出来事 (仕事の阻害となるもののせいで気持ちがダウンしてモチベが下がったことは？)	① ②
今後どうしていくべきか (上記の内容を解決するための方法は？) ※なくてもOK	① ②

左写真：グルックで用いた進捗確認シート

進捗確認シートに「進捗」の欄が載っていないのはミーティングでの進捗の状況を確認しており、再度記入する必要はないと考え、記載しなかった。
仕事のモチベーションを下げる行為というのは例えばメンバーからの尊重の気持ちがなかったことや、仕事の自由度を制限されたことなどが当てはまる。

7/15
第1次選考通過後から仕事の適性の部分でメンバーから「人事担当を変えてほしい」と言われ、人事担当が変更
7/17 20:30～22:20
メンバー1と1on1ミーティング
→第1次審査通過にあたり、メンバー1から相談があり、初めての1on1ミーティングを行った。
メンバーが他のメンバーを尊重する気持ちが薄くなっていたことや、連絡のミスなどがあり、メンバー1の気持ちを阻害していることに気付いた。
メンバー1にはこうして本音を打ち明けてくれたことに対して感謝の気持ちもある。
それと同時にメンバー間での認識の共有をする、連絡をわかりやすく、かつ定期的に取るなどの改善策が見えた。

第1次選考通過後の主な役職配分は以下のとおりである。なおメンバー1～8の番号と下記の番号はプライバシー上一致させていない。

広報班
①InstagramとTikTokでの広報、夏の報告動画作成、商品紹介動画作成、店頭販売のチラシ作成、配送
②Twitteとnoteでの広報、プレスリリースの原稿作成、仕入れ、ターゲティング、マネジメント、ミーティングの進行
③プレスリリースの原稿作成、BASEページ作成、農家さんの動画撮影および編集、在庫確認、仕入れ、ミーティングの進行
④梱包及び石鹸デザイン決定、ポップ作成、夏の報告動画作成、商品紹介動画作成、成分表示表作成、在庫確認
経理班
⑤仕入れ、グルソープの値段決定、梱包決定、銀行口座管理、経常計算

⑥配送、法務の確認、BASEページ作成、購入者への確認及び謝罪メール担当、企画説明書及び販売委託所の作成
⑦仕入れ、経常計算、領収書管理、グルソープの酸化実験
⑧仕入れ、動画編集

基本的にミーティングは毎週日曜日に行っていたが、夏休みに入った8月第1週は一度もミーティングをしなかった。この際にモチベーションの維持が大変になるのではないかと思い、メンバー全員と1対1でミーティングをし、この1週間全体でのミーティングがなかったことに対して個人個人の感想と今後の方針について聞いた。

8/6
メンバー1と1on1ミーティング 14:00～14:40
メンバー5と1on1ミーティング 15:05～16:00
メンバー4と1on1ミーティング 20:35～21:10
8/7
メンバー3と1on1ミーティング 10:00～10:50
メンバー6と1on1ミーティング 13:25～14:10
メンバー7と1on1ミーティング 21:00～21:45
8/8
メンバー2と1on1ミーティング 16:00～16:45

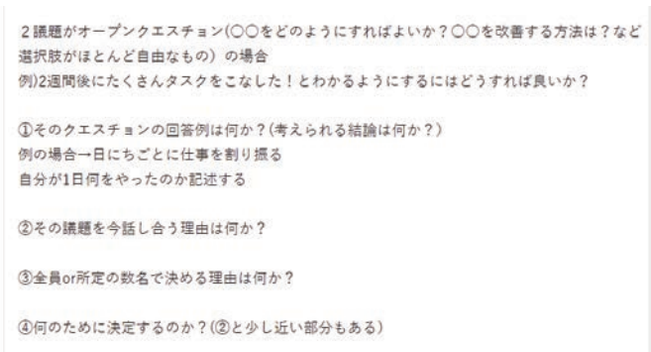
メンバーの意見として出たものは以下のとおりである。
・仕事を細分化する
・企業の仕事を忘れないように週1日でミーティングをする
・メンバーへの尊敬の気持ちを持つ
・終わらない仕事は早めに終わらないと伝える
・問題点がないという状況が問題である
・判断材料が少ないので意見、判断がしづらい
・俯瞰的に物事を見る力がなかった
個人的な意見はメンバーの意向やプライバシーを考え、ここには記載しないことにする。

人事部としては、
・発言する人が固定されていたこと
・仕事を怠ることに対する責任感が薄れていたこと
・1on1ミーティング、全方位評価等によるモチベーション維持の仕組みがないこと
がこの問題の本質にあると結論付けた。
人事部としては内容よりこういった本音を聞き出せたことが非常に嬉しく、今後の業務改善に非常に有効的だったと感じる。さらにメンバーからもこういった1on1をしてくれるだけで助かるという声を聴いた時には役に立てているという実感がわいた。

8/13
ミーティングのなかった8/1から8/13を振り返る形でミーティングを実施
→上記の内容だけでなく、今後行動に移せるような段階の反省点を考え、共有した。
8/20

進捗確認ミーティングを実施
→部署ごとに新たに決まったこと、今後行う仕事について共有した。
8/25
週振り返りミーティングの形式について話し合った。
Before：反省点のみ考える。
After ：反省点に加え、やったことも考える。
何をやったかを記録することで、仕事の進捗を実感し、モチベーションが上がるだけでなく他部署間との連絡効率を高めるためにも、反省点だけでなく実施したことも記録することにした。
8/29
週振り返りミーティングを実施
→それぞれ一週間の活動について、やったこと、反省点を考えた。
9/7
今後やるべき仕事の整理、リストアップ、分担のためのミーティングを実施
→それぞれでやらなければいけないことを考え、全体で共有、仕事を分担した。
9/8
会社の仕事効率をより良くするためのミーティングを実施
9/10
メンバー5と1on1ミーティング 14:20～15:10
→メンバー5が抱える悩みについて議論し、解決に向けて動こうとした。
具体的な悩みについてはメンバーの意向により伏せることにするが、的確なアドバイスというよりはまずヒアリングをし、そこから落ち着いた状態で一緒に問題を解決しようという形になったと認識している。
やはり人事だからと言って話を聞いただけで簡単に解決できる問題ばかりではないということを学んだ。
9/12
経営スケジュールの見直し
メンバー4と1on1ミーティング 16:00～16:55
→仕事の内容に関してしっかりとタスクがこなせているかどうか、またモチベーションの維持について以前に少し悩んでいたところがあったため、その件の進捗状況について確認をした。
他にも問題解決をしたい場合はなぜ？(Why?)本当にそうなのか？(True?)だから何なのか？(So What?)という疑問を投げ続けることで問題解決につながるというアドバイスも同時にした。現状としては問題がなかったが、今後仕事量がたくさん増えてきたときが心配だと発言していた。
9/24
メンバー4と1on1ミーティング 20:35～21:30
→メンバー4がミーティングに参加できていなかったため、会議でのミーティングの結果を報告し、一緒に問題について議論し合った。タスクの進捗状況についても確認をし、日曜日の欠席の分は難なくカバーできた。
9/28
メンバー3と1on1ミーティング 15:00～15:30
→人事側の仕事の確認が遅れていたこともあり、仕事内容の確認とその進捗状況を確認した。また仕事をする際に起きた障害や仕事のモチベーションが下がった出来事についてもし

っかり話してもらい、今後の業務改善に役立てた。
10/13
ミーティングの議題提案方法の統一
→ミーティングの生産効率を上げるために、何かを全体で共有する際や、そのためのミーティングを実施する際の注意事項をまとめたものを全体に共有した。
下：実際に使用したもの



メンバー2と1on1ミーティング 15:40～16:05
→全方位評価を意識したミーティングを行った。これは監査人からのアドバイスによるもので、メンバーが全員に対して評価をする仕組みである。メンバーが相手に対して何を思うのか、抱えている問題は何かを引き出すことができるので、人事の私に対しても評価をもらう。このころになって個人的な問題となっていたのが、人事の私を誰が評価するのか、そしてそのモチベーションを維持してくれる人は誰なのか？という問題にぶつかっていた。その部分で全方位評価はかなり仕組みとして素晴らしく、自分のモチベーションが上がり、さらには相手のモチベーションも上がることになったので、かなり効果的だったと考える。
10/22
メンバー6と1on1ミーティング 20:30～23:00
→社長として現在のタスク確認において何が問題なのか話し合った。グルックは社長の提案から毎週日曜日に次の日曜日までに何のタスクをするのかをリストアップするように仕組み作っていた。
場合によっては絶対的な仕事量として終わらない仕事を自分から設定してしまっている場合もあり、それで次の日曜日にミーティングをしたときに「タスクが終わりませんでした」と報告をすることもある。
終わってない場合はなぜ終わらなかったのか、理由を説明し、さらにそこから「なぜ」を4回繰り返すような方法で振り返りをし、次回に生かしてもらうように取り組んでいた。
業務改善につながった部分もあったが、この仕組み上、タスクをたくさん課している人がある種責任を問われ、仕事をそこまで課していない人は何も問題がないというような形になっていた。いわゆるマイクロマネジメントに近い状態であった。
果たして仕事の量で見るのか、成果で見るのか、それともまた別の見方でその人の仕事の成果を測るべきなのかがわからなかった。
そこで社長や監査人と1on1でミーティングをし、今の人事評価、日曜のミーティングにおける問題点を話し合ったところ、私の中で「マイクロマネジメントであるがゆえにある種恐怖感を感じているのではないか？」という結論に至った。
タスクが終わっていない場合も「これは自分でできるので大丈夫」とまとめてしまい、最終的にメンバーが遅くまで起きて作業するということがあった。この部分をしっかりメンバーから「この仕事は終わっていないので誰か手伝ってほしい」という発言があれば誰かがサポ

ートに回ることもあったが、恐怖感がゆえに「自分でできる、そうでなければ責任を問われる」というマインドになっていたと強く感じた。こちらは本当に反省するべきところであったと考える。
ただ、マイクロマネジメントが最初から愚策ではなかった。
仕事をするとはどういうことなのか、相手と円滑にコミュニケーションを行うにはどうしたら良いのかという部分でメンバー全員の認識が共有されていなかったため、この部分に関しては多少細かいところではあるものの、深く掘り下げることで、メンバーの意識が変わったと感じるところがあった。
実際に自分から行動することでこういった問題は見えてくるが、「タスク」という概念に縛られてしまったせいでマイクロマネジメントから抜け出すことが出来なかった。どうしても「タスク」と聞くと「必ずやらなければならない仕事であり、その成果は問わず、とりあえず達成すれば良い」という考えが残っていた。
それではチームの成果は上がらず、毎度中途半端なレベルで終わってしまう。もっと論理的に考えて、問題が起きた際の次の方法を用意し、さらにミスが起きたら今後の成功につながるような振り返りが出来る仕組みを作ることが非常に大変であった。ここは人事部としては非常に悔いが残る形になった。
さらに初めからメンバーに判断をゆだねた形で仕事をしてもらう仕組みづくりを目指していたのもあり、「判断基準を任せる仕事のスタイルはどうしたら確立できるのか」をずっと考えていた。しかしこの問題の本質は「まず一般的なマネジメントの状況下で要望通りの結果、あわよくばそれ以上の成果をメンバーが出せるか」という前提条件の見落としにあった。
少しずつマイクロマネジメントから徐々に仕事の裁量権を増やしていく形が理想ではあったが、初めからメンバーに判断がゆだねられる仕事の仕組みづくりはコミュニケーションでの問題やメンバーが長い間仕事を行ってきて構築された感覚なども必要であり、私たちにとってはかなりハイレベルなことであった。
この前提条件の見落としに気付くのが遅くなったのも失敗の要因の1つになっている。
10/24
振り返りの方法についてミーティングを実施。
→「なぜ？」を意識して根本の原因を突き止めるようにアドバイス
タスク確認ミーティングの水曜の中間報告ミーティングの廃止を提案し、可決された。
主な理由としては製作に時間がかかることがあげられた。今までは仕事が予定より早く終わることもあったが、製作はかなり時間がかかるので、中間報告を用意する必要はないと結論付けた。
10/25
人事としての意見をメンバーに共有
→仕事を宿題と認識していることや、仕事を引き受けたメンバーが全責任を負う仕組みになっていることが事実としてあったので、人事の方から①週ごとに設定するタスクの中に「メンバーの○○が設定した△△というタスクが終わっているか確認する」という欄を設けること、②議事録を毎回取ることの2つを義務として課した。
仕事を宿題として認識しているというのは、部署間での連絡が乏しく、自分の業務が終われば連絡や確認は行わなくても良いという考え方である。部署間での連絡が行われないとメンバーは何をすれば良いのかわからなくなってしまい、時間効率が非常に悪い。
また、仕事を引き受けたメンバーが全責任を負うというのは、諸事情でメンバーの仕事が別のメンバーに移った際にその仕事の方法や終わった場合にどうすれば良いかなどが全く共有

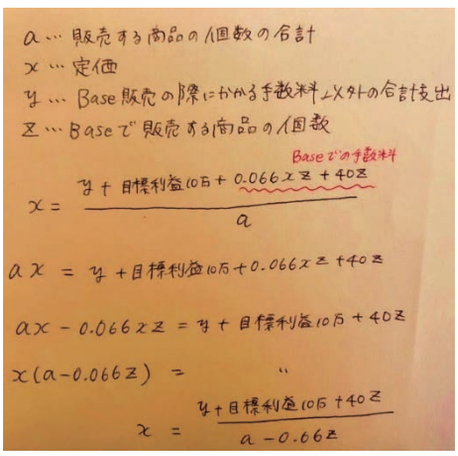
されておらず、仕事を善意で引き受けてくれたメンバーが全責任を負わされていた。
そもそも誰にその仕事が渡ったのかわからない状況も数回あった。これでは仕事を引き受けてくれたメンバーのモチベーションも下がることは容易に想像できる。また、人事としてもそういった場面を極力少なくすることで、モチベーションを維持できるという側面もあるため、対応策として、毎週日曜日に設定するタスクの中に、メンバー間でのタスク確認を入れること、そして議事録を取ることを提案した。
このような事態に至ってしまった理由は、前日の水曜の中間報告ミーティングの廃止がかかわっている可能性がある。中間報告ミーティングを行うことで忘れていた仕事や部署間との連絡が行われることもあったので、水曜の中間報告はある程度意味があった。しかしそのミーティングがなくなったことで一気にメンバーの中で連絡の意識が薄れたと推測される。
11月以降はエキスの用意やグリセリンソープの仕入れ、製造個数の見直しが遅れてしまったせいで、1on1ミーティングや全方位評価を行うことが出来なかった。メンバーに対しては仕入れや製造個数の見直しに関して「これくらいは出来るだろう」という過度な期待があったことやマイクロマネジメントからの脱却を意識しすぎたことで、実際にふたを開けてみたら予定と全く違う状況になっていたことが発覚した。
メンバーに対しては精神的にも肉体的にもつらい思いをさせたと感じるところはあり、シミュレーションの重要性を認識するとともにマネジメントの基礎的な能力のなさを痛感した。
以上が人事部としての活動報告になる。
〈学んだこと・感想〉
今回は初めてのマネジメントということもあり、知らないことがある中で読書をしたり、監査人からのアドバイスをもらったりして、何とかマネジメントいうものを形にすることができた。「小さな進捗」をテーマにこの半年以上の期間、メンバーとマネジメントを通して一緒にモチベーションを高め合っていけたことは本当に貴重な体験だったと感じている。さらに1on1ミーティングを定期的に行う取り組みは、メンバーにとっても私自身にとってもかなり効果的で、1on1ミーティングを発案出来たこととそれを実行できたことは誇りに思う。
社会人になる際にもマネジメントは必要な力なので、今後もマネジメントについて学びを深めていき、最高の組織作りを目指していきたい。

【法務部】
9月7日～21日
グルソープ販売に関わる法律を全てまとめたWordファイルを作成。下記がWordファイルに記載された法律である。なお、あいうえお順に並べてある。
化管法・化審法・家庭用品品質表示法・環境基本法・景品表示法・商業法・製造物責任法・毒物及び劇物取締法・労働安全衛生法・容器梱包リサイクル法薬機法
〈学んだこと・感想〉
企業が活動する際にはどんな些細なことでも法律の問題が付きまとう。今回は「模擬企業」という形であったため、株主総会などで様々な問題を問われることはなかったが、実際の企業の場合は細心の注意を払う必要がある。今後の活動に向けて、より一層法律の問題に関しての意識・注意が高まった。

○経理部

7/28
口座開設を常陽銀行で行うことを決定
8/6

大まかな今後の経営スケジュールを決定
8/13
決算業務内容を洗い出す。
経理部長を決定
8/27
常陽銀行にて口座を開設
8/29
taxnoteという会計アプリをインストールし、通常業務の効率化を図る。
9/3
資材の購入についてメンターさんに質問をし、返答を頂く。
9/11
印刷をする際のお金の計算方法についてメンターさんに質問をする。
9/18
宅急便コンパクトでの自分たちに可能な最安値を調べる。
9/26
商品の値段検討
9/27
領収書について全員で発行方法の統一を行う。
9/28
利益を10万円とし、販売予定個数を変更した際の最適な定価の変化をまとめるために、Excelのファイルを作成
→計算式を作成
定価を求めるための計算式は下の写真のようになる



この写真をもとに、Excelで使用する関数の勉強を行い、計算式に関数を含めた数式に置き換えた。
例)図３の緑の枠に囲まれている、店頭販売とBASEショップでの販売でグルソープの箱数を１：９の割合で販売したときの適正な定価を求める数式は
=SUM(SUM(B$40:B$48)、100000、40*B$38)/SUM(B$37-0.066*B$38)となる。

下の図1、2は価格シミュレーションの一部である

図１

販売箱数ごとの10万円利益の出る商品値段									
店頭：base=0:10	140	160	180	200	220	240	260	280	300
	1675	1542	1435	1366	1316	1264	1236	1200	1169
店頭：base＝1:9	140	160	180	200	220	240	260	280	300
	1613	1481	1375	1306	1256	1205	1177	1141	1110
店頭：base=2:8	140	160	180	200	220	240	260	280	300
	1551	1420	1314	1246	1197	1145	1118	1082	1052
店頭：base=3:7	140	160	180	200	220	240	260	280	300
	1582	1441	1326	1256	1206	1153	1126	1089	1057
店頭：base=4:6	140	160	180	200	220	240	260	280	300
	1554	1409	1293	1222	1172	1118	1092	1056	1023

図２

販売箱数ごとの10万円利益出る商品値段(店頭販売：base＝0：10)									
販売箱数(箱)	140	160	180	200	220	240	260	280	300
base販売(箱)	140	160	180	200	220	240	260	280	300
店頭販売(箱)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
グリセリン	25000	25000	25000	27740	31520	33830	38980	41660	44500
石けん包装袋	300	400	400	400	500	500	600	600	600
紙パッキン	1099	1099	1099	1099	1099	1099	1099	1099	1099
包装箱	2758	3152	3546	3920	16550	16550	5096	5488	5880
研究費	8810	8810	8810	8810	8810	8810	8810	8810	8810
香料	4400	5060	5280	5940	6600	6820	7480	8140	8360
諸経費	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
送料	56000	64000	72000	80000	88000	96000	104000	112000	120000
配送用箱	9800	11200	12600	14000	15400	16800	18200	19600	21000
合計支出	113167	123721	133735	146909	173479	185409	189265	202397	215249
base分支出	113167	123721	133735	146909	173479	185409	189265	202397	215249
base目標利益	100000	100000	100000	100000	80000	80000	100000	100000	100000
base目標売上	213167	223721	233735	246909	253479	265409	289265	302397	315249
店頭分支出	0	0	0	0	0	0	0	0	0
店頭目標利益	0	0	0	0	0	0	0	0	0
店頭目標売上	0	0	0	0	0	0	0	0	0
最終価格	0	1539.88892	1433.11325	1364.60921	1276.42106	1226.84248	1234.00181	1199.132	1167.91221

図３（金額決定のための価格計算の図）

販売箱数ごとの10万円利益出る商品値段(店頭販売：base＝1：9)									
販売箱数(箱)	140	160	180	200	220	240	260	280	300
base販売(箱)	126	144	162	180	198	216	234	252	270
店頭販売(箱)	14	16	18	20	22	24	26	28	30
グリセリン	25000	25000	25000	27740	31520	33830	38980	41660	44500
石けん包装袋	300	400	400	400	500	500	600	600	600
紙パッキン	1099	1099	1099	1099	1099	1099	1099	1099	1099
包装箱	2758	3152	3546	3920	4312	4704	5096	5488	5880
研究費	8810	8810	8810	8810	8810	8810	8810	8810	8810
香料	4400	5060	5280	5940	6600	6820	7480	8140	8360
諸経費	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
送料	50400	57600	64800	72000	79200	86400	93600	100800	108000
配送用箱	8820	10080	11340	12600	13860	15120	16380	17640	18900
合計支出	106587	116201	125275	137509	150901	162283	177045	189237	201149
base分支出	101850	111349	120362	132218	145117	156207	170339	182157	193724
base目標利益	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000
base目標売上	191850	201349	210362	222218	235117	246207	260339	272157	283724
店頭分支出	4737	4852	4914	5291	5784	6076	6707	7080	7425
店頭目標利益	10000	10000	10000	10000	50000	50000	10000	10000	10000
店頭目標売上	14737	14852	14914	15291	55784	56076	16707	17080	17425
最終価格	1607.08211	1474.86312	1368.83668	1300.81331	1009.1286	978.643951	1171.12236	1136.49722	1105.49649

10/17
原価をもとに利益・損益分岐点の予想を行う。
→当初の損益分岐点は118個であった。
10/19
ヤマト運輸で発送を委託する際の、領収書について調べる。
→ヤマト運輸では発行をお願いしなくても緑色の領収書が頂け、正式な書類にも対応できると会社の方に教えていただく。
10/25

領収書の書き方について調べる。
10/26
ヤマト運輸の電子マネーを発行する。
10/28
損益分岐点のズレを修正
10/31
店舗販売の際に必要なお釣りを用意するために、銀行で両替を行う。
11/7
アトレ取手様で手売り販売をする際に領収書をどうするのかを検討していたところ、アトレ取手様側でレジを貸していただけることになり、そのレジで精算書を発行し、それを証憑とすることにする。
アトレ取手様に貸して下さるレジからレシートが出るのかを問い合わせる。
11/18
11月18日までの利益計算を行う。
11/19
予想以上に店頭販売での売り上げが多くなり、追加で仕入れるために、この時点での利益を計算し、そこから自分たちが目標とする利益を再設定する。
11/28
領収書の番号の書き方について、リアビズ側での指定があるのか確認する。
12/1～12/17
決算業務

○仕入れ部

6/30
箱のサンプルを取り寄せる。
7/6
石鹸製作にあたり必要な材料をリストアップ
7/29
野菜仕入先リサーチ開始
用具リサーチ開始
用具の購入先をすべて決定
8/14
夏の報告動画撮影の為の梱包道具を取り寄せる。
8/17
実験用にグリセリンを仕入れる。
8/21
梱包デザインをもとに、梱包に必要な資材を洗い出す。
シール作りができる印刷業者を調査
必要な資材をまとめたファイルをWordで作成
8/29
箱の大きさが合い、かつ安いものをリサーチ
8/30
タグ作りができる印刷業者を調査・梱包資材購入のための業者を調査
当初予定していた非木材の箱にするか、コスト削減を重視するかについて会議

→全体で4000円の経費削減に成功
9/10
グリセリンを購入に関する問い合わせをTAISO様にする。
商品サンプルをもとに必要な資材の量を再度計算
コスト削減のために梱包箱を再度調査
グリセリンソープの販売元であるTAISO様にグリセリン購入に関する問い合わせをする。
9/11
龍ヶ崎市内のスーパー2店舗で廃棄寸前だった野菜を頂く契約を行う。
TAISO様と交渉しグリセリンソープを通常価格より安く購入できる。
9/12
「カスミ松が丘店」・「小菅農園」・「パサール守谷やさい村」(守谷SA)・「タライヤ並木店」・「道の駅 しょうなん」に出品に来る農家さん3人に交渉
→「小菅農園」、「やさい村」、「タライヤ並木店」と契約
契約したスーパーさんに紙媒体で諸書類をお渡しし、今後の計画などをお伝えする。
現在不足している野菜をもう一度メンバー間で確認し、今後の予定を立てる。
TAISO様に石鹸に含まれている成分についてお聞きする。
9/16
梱包の際使用する箱をより安いものにするためにリサーチ
9/17
委託販売で使用するトレー探し
委託販売用の梱包探し
梱包に使用するリボン探し
感謝状で使用する紙を厚紙にするか普通紙にするかを検討
9/20
れんこん農家中村様と契約

9/23
仕入れスケジュール管理ファイル作成
9/25
「小菅農園」から野菜を頂く。

れんこん農家折本さんと契約
9/28
TAISO様からグリセリンソープ11.4kgの塊を2つ購入
9/30
トマト農家の木村様からトマトを5kg頂く。

10/1
野菜必要量を計算
10/2
龍ヶ崎市内のスーパー2店舗で野菜を頂く。
10/3
マスダ取手店様、九州屋様から野菜を頂く。
10/4
石鹸を入れる袋の大きさ検討
「小菅農園」から野菜を頂く。
10/9
龍ヶ崎市内のスーパーで野菜を頂く。
イオンモールつくば様から野菜を頂く。
10/11
農家の麻生様から小松菜を8kg頂く。

10/12
オレンジスイートとグレープフルーツの香料をそれぞれ50mlずつ購入
マイカパウダーを購入
10/14
グリセリンソープ追加購入を決定
10/15
石鹸を入れる袋決定
香料の変更を検討
OPP袋ピュアパックを購入

10/16
委託販売では商品が見えたほうが良いという意見が出て、委託販売のみ透明の袋で梱包することに決定
箱を仕入れる際に送料が660円かかってしまい追加購入は避けるため、販売個数が変わった際の調整は袋で行うこととする。
10/17
さらに原価を安くするために、梱包するため箱の変更を検討
梱包用ダンボール購入
えるふ農国から野菜を頂く。
レンコン農家の島様に農業に関するお話を聞かせて頂く。
龍ヶ崎市内のスーパー2店舗で野菜を頂く。
10/25
龍ヶ崎市内のスーパー2店舗で野菜を頂く。
10/27
グリセリンソープ11.4kgの塊を１つ追加購入
10/29
購入者アンケートを商品に同封することが決定
成分表示・感謝状・購入者アンケートの印刷
11/1
納品書の折り方のマナーについて調査
11/7
えるふ農国から野菜を頂く。
11/18
追加で購入するグリセリンと梱包道具の量を残りの販売期間で売れる個数予測をもとに計算
11/20
グリセリンソープ11.4kgの塊を1つ追加購入
オレンジスイートとグレープフルーツの香料をそれぞれ30ml購入
11/21
緊急で必要だったため、必要最低限の分のグリセリン6kgをamazonで追加購入
11/23
梱包材を追加で購入
11/24
農家の麻生様から人参を頂く。

11/25
マイカパウダーを追加で購入

○広報マーケティング部

【Instagram】
・グルックをより多くのお客様に知っていただくためにInstagramにて広報活動を行い、最大フォロワー数は408人まで到達した。一次審査通過発表前から広報活動を行うことで、効果的な投稿の作成方法、フォロワーさんの獲得方法などをいち早く学ぶことができ、通過後の広報活動をスムーズに行うことができた。
・Instagramでは投稿、リール、ライブ、☆ストーリーズ、ストーリーズハイライト（ストーリーズを種類ごとにまとめたものをプロフィールの下に載せ、過去のストーリーをいつでも見られるようにした。）を行った。
・ストーリーについては投稿をするたびに毎回新規投稿についてお伝えした。以下はこれを省略したストーリーについて記載する。
投稿については以下の通りである。

［一次審査通過発表前］
4/10
アカウント作成
5/12
初投稿　チーム名発表
6/12
☆メンバー紹介予告
6/13
メンバー紹介1
6/14
メンバー紹介2
6/30
☆グルックのロゴ紹介
7/4
グルックのロゴ投稿
SDGsクイズ1
7/8
SDGsクイズ2

一次審査通過発表前は、どのような投稿をすると見やすいのかなどを知るために、グルックの詳細の投稿や商品に関係するSDGsクイズの発信を通して学ぶことができた。

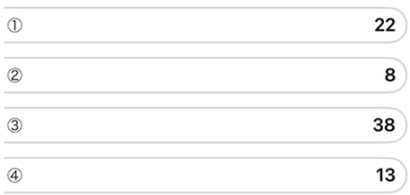
7/17
☆一次審査通過を報告
7/20
☆メンバー写真公開
7/21
☆一次審査通過前までの反省点、やるべきことのミーティングの様子
7/22
SDGsクイズ3

8/2
☆メンバーへの質問募集
→あまり回答を得られず。
8/3.5.7.9.11.13.16.18
メンバー趣味紹介
→まずは私たちグルックがどういう人たちの集まりなのかをもっと詳しく知ってもらいたいと思い、メンバーが好きなことを語った。

8/10
☆フォロワー200人突破を報告
8/16
☆石鹸の好きな香り募集
→たくさんの回答を得られた。これも参考にしつつ香料を決定した。
8/17
☆Tik Tokアカウント宣伝
8/19
☆写真撮影報告
集合写真投稿
8/21
☆noteアカウント宣伝
8/23
☆商品を購入する際に気にすることアンケート募集
→値段、見た目、梱包など初めてみる商品に対して抱く第一印象で一番見られるところを調査した。半分以上の人が見た目と回答したので、石鹸の見た目、梱包の丁寧さを徹底的に研究していこうと気づけた。
8/25
グルックSNS紹介

9/1から毎週日曜日にメンバーで振り返りの会議を行い、Instagramのフォロワー数の変化や閲覧数・いいねの数をまとめて次の週に繋げるための振り返りの時間を設けた。
以下は1週間ごとに気づいたことや投稿したもの（投稿、ストーリー、ストーリーズハイライト、リール動画、インスタライブ）をまとめたものである。（ミーティング議事録引用）

［8/29～9/4］
8/30
☆好きな色アンケート
（①赤系/②緑系/③青系/④紫系）



9/1
夏の活動報告動画の冒頭投稿
9/2
☆夏の活動報告動画がYouTubeに投稿されたので宣伝
→全色野菜を用意できるかはわからないができるだけ人気色を取り入れたいと思い、ストーリーにてアンケートを実施した。結果は青系が一番人気だった。だが全色票が同じくらい入っていたので、できるだけ色とりどりな石鹸が作れるように努力する必要があると感じた。また、冒頭部分だけ投稿することによって続きが見たくなるような投稿をした。この投稿によってYouTubeに投稿された夏の活動報告動画の再生数も600回を超えることができた。

［9/5～9/11］
9/5
☆学校が再開せず、電話会議をしている様子を紹介
9/7
☆Twitterフォロワー300人突破
9/8
さくらアリーナの写真投稿（新設したばかりの体育館）
9/9
☆休校延長につき、写真更新が遅れることを謝罪
9/10～9/11（～9/14）
夕日　グリッド投稿(写真右)

9/10
☆石鹸販売まであと50日
9/11
☆TikTokをリール動画としてInstagramに投稿
・校内の様子を投稿することで「高校生」のビジネスであることをお伝えしたかった。
・商品ができた後、グリッド投稿という形で写真を大きく投稿することでお客さんにわかりやすく見えるようにする予定だった。まだ商品の撮影が完了していなかったため、学校の近くで撮った夕日の写真で代用し、見やすさなどを実験した。また毎日写真を一つずつ投稿することで明日の投稿も見たいなと思ってもらえるような工夫をした。
・先週と比べアクション（いいねやフォロー）を実行したアカウントが48.1%増加した。
→この週は初めてTikTokの動画をリール動画として投稿した。この投稿により、フォロワー以外の人の目に留まることが増え、アクションを実行したアカウントが増えたのだと考えた。

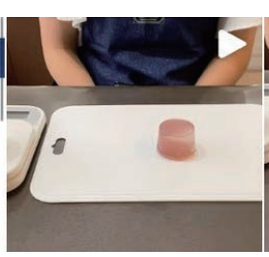
［9/12～9/18］
（9/10～）9/12～9/14

夕日　グリッド投稿
9/14
☆夏の活動報告動画の再生回数が400回直前を迎える
9/15
小菅農園に廃棄野菜をもらった写真
香料写真　全員で取手に集まった時の写真&動画（3回にわたって投稿）

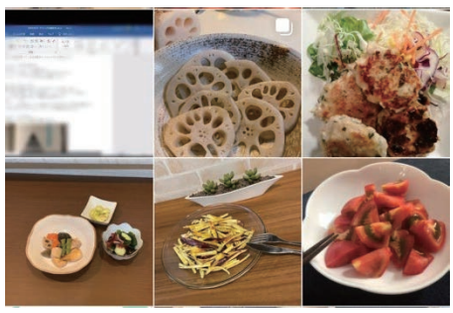
9/17
☆ラメ石鹸写真公開
→先週に引き続き、グリッド投稿を完成させた。毎日写真を投稿することで明日も見たいと思ってもらえるようにしたかったが、写真のインパクトが弱かったのか、いいね数はあまり獲得できなかった。次のグリッド投稿は写真のインパクトがあるものやメンバーが映っている写真を使用したいと思う。
・9/15に投稿した写真、動画はたくさんのいいね数を獲得することができた。アクションを実行したアカウントは先週より65%増加した。理由は、メンバーの様子を動きのある動画で投稿したことで活動を楽しんでいる様子が伝わり、いいね数増加につながったのだと考える。来週以降もメンバーの動画など、日常的なものも投稿して楽しんでいる様子を皆さんにお伝えしていきたいと思う。

［9/19～9/25］
9/21
☆Instagramフォロワー300人突破
9/22
石鹸カット動画
グルックの石鹸の試作品を投稿で紹介していただきました。
☆石鹸販売まであと40日であることを紹介する(写真右)
この数字は石鹸で作成した。

9/23
石鹸カット動画NG集
9/24
note紹介(写真右)



9/25（～9/29 ）
メンバーの野菜料理紹介(写真下)



→この週、一次審査通過後初めてきちんとした石鹸の写真を投稿した。NG集も同時に載せることによって見ている人が楽しむことができたと思う。しかし、アクションを実行したアカウントの数はあまり増加しなかったため、「おもしろい」で終わってしまい、内容が少し薄かったのだと考える。
また、廃棄野菜から作った石鹸を販売することにつき、メンバーが作った野菜料理を栄養素なども紹介しながら投稿することで主婦層や料理好きの方、栄養士の方などさまざまな方達に届くような工夫をした。結果はリーチしたアカウント数（グルックのインスタにたどり着いたアカウントの数）が先週に比べて199%増加した。効果的なハッシュタグも同時に使うことでリーチしたアカウント数が増えたのだと考える。来週以降も様々な層の方達に届くような投稿をしたいと思う。

［9/26～10/2］
（9/25～）9/26～9/29
メンバーの野菜料理紹介
9/30
会議の様子紹介（LINE通話）
☆Twitterフォロワー500人突破
10/1
レンコン農家中村さんとの写真
10/2
農家さんからいただいたトマト
☆石鹸販売まであと30日であることを紹介する(写真右上)

・先週に引き続き、野菜料理の投稿をし、リーチしたアカウントの数も先週に比べ少し増加した。
・農家さんから野菜をいただいている写真を投稿したところいいね数がとても増えた。理由は、農家さんと実際に撮らせていただいた写真を投稿することで、人と人との繋がりを示すことができたからだと考えた。

［10/3～10/9］
10/3
☆販売に向けてInstagram毎日投稿開始を報告

10/4
学校ミーティング
10/5
農家さんからいただいた大量の野菜を紹介
(写真右)
10/6
グルソープの写真を投稿(写真右)
10/7
石鹸製作の様子(写真右)
10/8
衛生面に配慮している様子を紹介
10/9
放課後の様子(写真右)

→10/9に投稿した放課後の様子でかなりラフな動画を投稿した。高校生感がある動画を投稿したことで見ている人も楽しめるような内容になったと思う。先々週の反省を生かし、内容が薄くならないよう最後まで楽しそうにしている様子を投稿でき、アクションを実行したアカウントが増加した。動画を投稿する際は、見ている人の満足感を得られるように考えようと思う。
また、今週は本格的なカメラで商品のサンプルを撮影した。いいね数もたくさん獲得できた。見た目が綺麗な写真を投稿したことでリーチしたアカウント数が増加したと考える。このことより来週以降も商品の写真を撮る機会があったら必ず撮影し、SNSに掲載していこうと思う。

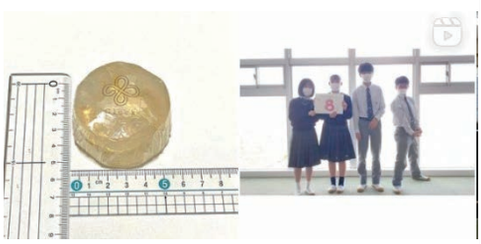
［10/10～10/16］
10/10
放課後の会議の様子を投稿
10/11
メンバーの仕事終わりの写真を紹介
10/12
農家さんから野菜をいただいているところの写真を投稿
☆石鹸販売まであと20日(写真右)
10/13
メンバーの様子1（動画）を投稿
10/14
メンバーの様子2（動画）を投稿
10/15
男子メンバーの様子を紹介
10/16
会議の様子の未公開映像を投稿

→10/10の会議の様子、10/11のメンバーの仕事終わりの写真のリアクションが良かった。メンバーの顔が写っている写真や動画は毎週伸びが良く、いいね数も安定してきた。できるだけメンバーで活動している様子が写っているものを投稿していこうと思う。

［10/17～10/23］
10/17
女子メンバーの様子を動画で投稿(写真右)
10/18
グルソープの写真　再撮影(写真右)
10/19
商品紹介動画　サムネイル投稿(写真右)
10/20
商品紹介動画　撮影の裏側を投稿(写真右)
10/21
商品紹介動画　撮影の裏側２&NGシーン
☆商品紹介動画がYouTubeにて公開されたので宣伝
10/22
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと10日）
あやめ薬局委託販売交渉
商品紹介動画NG集２
10/23
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと９日）
グルックメンバーの放課後の様子（動画）

・再撮影したグルソープの写真を投稿した。自分でもかなり納得のいく写真が撮れ、アクション数も先週より増加した。また写真好きや写真家の方からいいねを獲得することができ、リーチしたアカウント数も増加することができた。これからも様々な層の方に楽しんでいただけるような投稿をしていこうと思う。
・商品紹介動画のサムネイル画像を投稿した。夏の活動報告動画は冒頭部分を投稿したが、今回は商品紹介動画の切り抜きをリール動画として投稿した。しかしあまりいいね数は増加せず、YouTubeの再生数も思うように伸びなかった。見て欲しい動画はリール動画ではなくメインの投稿欄に投稿するべきだと学べた。
・10/22より販売開始までのカウントダウンの動画を投稿した。これらの動画はとても伸びが良く、来週以降も毎日継続して投稿していこうと思う。

［10/24～10/30］
10/24
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと８日）
石鹸の大きさをわかりやすく投稿
10/25
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと７日）
10/26



カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと６日）
グルソープを部屋に飾っている様子
10/27
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと５日）
BASEで注文した場合の梱包
☆シンヴィング様にグルックについて掲載していただいたので記事を宣伝
10/28
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと４日）
10/29
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと３日）
グルソープグリッド投稿
10/30
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと２日）
グルソープ使用方法
☆インスタライブ予告

・グルソープを肌に使用する石鹸として販売できないため、家で雑貨として使用する様子を投稿した。「肌に使えないのならどのようにしてグルソープを楽しむのかわからない」というコメントがあったので、テレビ台や棚の上などに飾って、部屋を彩るのに使え、おうち時間を華やかなものにすることができるということをアピールした。
・「グルソープは台所用複合石鹸」であることを正式に発表した。だが、この投稿をしたにも関わらずグルソープが台所用複合石鹸であることは広まらなかった。TikTokなどの動画作成の際にこのことについてもっと触れておくべきだったと思う。

［10/31～11/6］
10/31
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと１日）
商品紹介インスタライブを実施
→他社のInstagramアカウントにて商品紹介を、ライブ配信を通じて行っているところがあったので参考にした。たくさんの人が見にきてくださり、宣伝効果はかなり大きかったと考える。
☆グルソープ販売開始
カウントダウン投稿（グルソープ販売まであと０日）
Twitterプレゼント企画宣伝
☆あやめ薬局勝田台店様にグルックの紹介をしていただきました。
11/2
委託販売の場所発表
11/3
BASE定形外郵便など注文時の注意点投稿
☆商品紹介動画URL添付

11/5
relax time / rich time　商品概要投稿
（写真右）
11/6
fresh time　商品概要投稿
(写真右)

・11/1にプレゼント企画の宣伝、11/2には委託販売の場所を発表、11/3にはBASE注文の注意点など事務的な事柄を投稿した。この3つの投稿を見たメンバーが「1枚目のタイトルの文字をもっと大きくしたほうが読みやすいのではないか」とLINEでアドバイスをしてくれ、来週以降は意識していこうと思えた。見てくださる方にどのようにしたらわかりやすく伝わるかを意識していこうと再確認できるきっかけとなった。

［11/7～11/13］
11/7
アトレ取手　手売り販売発表
☆プレゼント企画当選者発表
11/9
利益の寄付について改めて発表
☆第二回プレゼント企画宣伝
11/10
石鹸を持ったグルックメンバーグリッド投稿
11/11～15(写真右)
アトレ取手　手売り販売担当メンバー発表
11/12
☆茨城新聞に掲載していただいた記事を紹介
11/13
☆えるふ農国で手売り販売している様子

・アトレ取手で手売り販売を行うことを発表した。休日や放課後など多くのお客さんに知ってもらえる絶好のチャンスだと思い、他の委託販売とは別で投稿した。
・テスト期間ということもあり、本来は１日で投稿しても問題のない手売り販売のメンバー担当者発表を毎日一組ずつ紹介した。

［11/14～11/20］
11/14～15
アトレ取手　手売り販売担当メンバー発表
(写真右)
11/15
☆Yahoo!ニュースに掲載され、URLを添付
11/16

えるふ農国手売り販売報告
☆お客様がグルソープを紹介してくださいました。
11/17
relax time eco　商品概要投稿
11/18
rich time eco 商品概要投稿
☆アトレ取手での手売り販売の様子を紹介/本日分の完売を報告
11/19
fresh time eco　商品概要投稿
☆アトレ取手での手売り販売の様子を紹介/本日分の完売を報告
11/20
アトレ取手　手売り販売写真投稿
☆あやめ薬局勝田台店様に期間限定商品を紹介していただきました。
☆Instagramフォロワー400人突破

・期間限定販売の石鹸の商品概要を発表した。一つ反省点があり、それは満足のいく石鹸の写真が用意できなかったことだ。学校との両立もあり、なかなかゆっくり期間限定石鹸の写真を撮影する機会がなく、良い写真を使用できなかった。
・この週に初めてアトレ取手での手売り販売を実施し、広報活動を知ってもらうことができ、新規フォロワーが先週よりも15件増加させることができた。

［11/21～11/27］
11/21
発送前のグルソープ写真（写真右）
11/23
手売り販売用のグルソープ写真（写真右）
11/24
エコフレンドリー値下げ発表（写真右）
11/26
BASEで利用できるBlack Fridayクーポンを配布
☆アトレ取手での手売り販売の様子を紹介
（写真右）
11/27
ラップをしていないグルソープの写真を投稿
（写真右）

・販売終了間近に迫ってきたので最後は石鹸の見た目をよりよく見せる努力をした。BASEで配送する前の写真や、手売り販売をするときの写真など、見た目について少しでも興味を惹けるような写真撮影に取り組み、多くの人の目に留まるようにした。

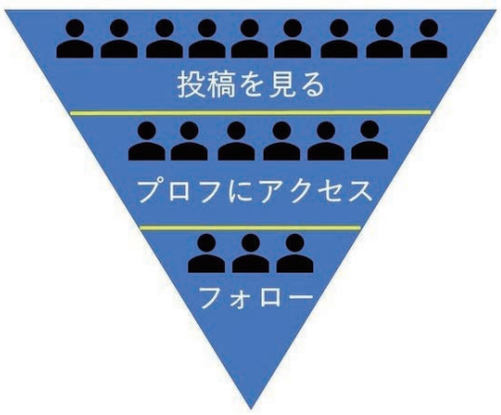
［11/28～12/4］
11/28

グルソープ写真再撮影(写真下)
→商品を撮影できる機会があったのでグルックの美しい見た目を持つ石鹸の写真を撮影し、投稿した。見た目が良かったので、アクションを実行したアカウント数が先週に比べて増加した。少しずつだが魅力を感じてくれる人が増え、達成感を感じた。
☆Lucky Boxを販売しないことを発表
→11月28日、Lucky Boxを販売しないことを発表したが発表が大分遅れてしまった。当初から通常販売する石鹸に売れ残りがあった場合、販売形式を変えて安く販売する予定だったが、在庫管理を怠ったためにこうなってしまった。商品についての重要事項はいち早く投稿するべきだということを学んだので、以降、気をつけていこうと思う。
11/29
手売り販売最終日であることを投稿(写真下)
12/1
集合写真を投稿し、商品完売のお知らせをする(写真下)

・手売り販売が終了し、メンバーの写真を投稿。そして販売が終了し、メンバーの集合写真、商品完売をお知らせした。グルックの活動を応援してくださった方からメッセージをいただき、活動を続けてきてよかったと感じられた。また、12/1の投稿は今までの投稿で最も多くの「いいね」を獲得することができ、最後まで宣伝活動をやり遂げることができた。

○下の写真は9/16から12/7※までのグルックのInstagramで獲得した全てのアクション数の合計である。
※Instagramのシステム上、過去90日間のデータしか遡ることができなかった。

【Twitter】
Twitterは7/5の初投稿から合計2009件のツイートをし、最大フォロワー数は629まで到達した。以下にTwitterの集客の仕組み、投稿内容、運用を通して学んだことについて記載する。
まず、Twitterは集客に関して下の図のような逆三角の仕組みがある。



まずはアカウントが発信している投稿を見る。それからどのようなアカウントなのか興味を持ち、そのアカウントのプロフィールにアクセスする。そしてプロフィールの内容を確認し、最終的にフォローにつながる。
つまり、これらの条件が全て揃ってからフォローにつながる。投稿を見るためにはユーザーにとって有益な情報を発信していたり、ユーザー視点で独自の世界観が広がっていたりすると効果的である。それからプロフィールも投稿者の経歴(グルックの場合は高校生で知識0からの挑戦)や投稿者のコンセプト(グルックの場合は小さな力で明日をよりよく)、さらにはどのようなツイートをするのか(グルックの場合はハンドメイド、野菜など)を掲載することでアカウントを長期的に見てもらえるようになり、最終的なフォローにつながる。
この集客の仕組みを学んでから、自社アカウントでどういった情報を投稿するべきなのか、どういったプロフィールにしてユーザーを惹きつけるのか考えるようになり、最終的にはフォロワー629人を持つアカウントに成長した。
以下にその投稿内容と目的及び効果について、またTwitterの自社アカウントのデータを掲載する。
7/5
初投稿

ロゴについての説明
7/9.16.17.20.22.29
SDGsクイズを実施
目的：SDGsの認知
7/31
メンバーの写真(背景)を公開
8/5
Twitterにて質問箱を公開
目的：認知度向上
8/8
メンバー紹介をスタート
目的：認知度向上
効果：あまりなかったので、自分で何かを創作するべきだと学んだ。
8/9
廃棄野菜から作った石鹸を販売すること、梱包と石鹸の種類を公開(写真下)

これは第1次審査を通過した際に書類に載せたものと同じである。
目的：絵で紹介することでわかりやすくする
効果：最終的に25リツイート、192いいねのアクションを得ることになり、このツイートを10月20日まで固定ツイートとして表示した。
8/12
石鹸のサンプルを紹介

8/15
石鹸の様子がわかる動画を公開
8/17
カッティング前の石鹸の動画を投稿
サンプルづくりとして作った試作品の石鹸を公開
効果：色合いや形など、改善点は様々あった。
8/19
グルックメンバーが集まり、そのミーティングの様子を公開
目的：高校生で起業したことをリアルに実感してもらう
8/20
廃棄野菜から作った宝石石鹸をなぜ販売することにしたのか、その理由を投稿
8/21
宝石石鹸の試作の梱包動画を紹介
目的：起業活動の様子をよりクリアにすることで信頼度を上げてもらう目的があった。
8/22
宝石石鹸の試作品の動画を公開
8/24
廃棄野菜の現状を投稿
目的：廃棄野菜の現状を伝えることでSDGsに興味を持ってもらう
8/25
ウニカさんが行っている野菜を消費できるサービスを紹介

目的：同じ廃棄野菜の減少、SDGsへの貢献をしている企業を紹介することで、少しでもSDGsに興味を持ってもらう狙いがあった。
8/26
もし宝石石鹸を買うなら？をアンケートで実施
目的：商品を実際に購入することを想定してもらうことで購買意欲を増加させる
効果：エメラルド(緑)が好評だった
8/27
RT、引用RTを開始
YouTubeにアップロードされた夏の報告動画のURLを投稿
8/28
フォロワーが100人を突破
夏の報告動画の続編を公開(なぜ廃棄野菜を使うのか、石鹸のデザイン、グルソープについてなど)し、プレゼント用の石鹸としても使えることを公開
このアカウントの目的、何を投稿するのかを紹介
目的：ベジタブルロス解決に向けて活動していること、農家さんを応援したい！と思っていることを知ってもらうことでターゲット層を絞る

8/29
箇条書きツイート、チェックマークを使ったPREP法のツイートを公開
8/30
自宅で野菜から作る最強のドレッシングを紹介
目的：野菜に関してユーザーに興味を持ってもらう
効果：たくさんの人に興味を持ってもらえた
宝石石鹸作成の秘話を紹介
・色が変色した理由が酸化によるものだったということを投稿
起業秘話を紹介
・仲の良い友達とやろう！とノリで参加することになったということを投稿
目的：高校生が本当に起業しているということをリアルに伝える
グルックの経理班の活動の様子を紹介
8/31
野菜の日にちなんで野菜をふんだんに使った鍋料理を紹介
目的：野菜が体に良い理由を紹介し、野菜を提供していただいている身として野菜の良さを紹介し、野菜に興味を持ってもらう

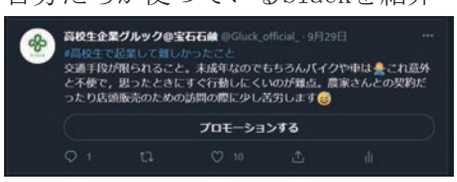
8月のまとめ
8月は後半にかけて投稿が本格的になった。またアカウントの目的や野菜に関する投稿をたくさんすることでグルックの「農家さんを応援したい」という気持ちを強く押し出した。さらにTwitterを運用していくうえでTwitter社が提供しているTwitterAnalyticsというツールで自社アカウントのデータを見るようになり、主にプロフィールクリック率(プロフィールへのアクセス数÷インプレッション)と、フォロー率(フォロー数÷プロフィールへのアクセス数)を見るようになり、毎週データを集計するようになった。
インプレッションというのはアカウントが投稿したツイートがユーザーに表示された回数で、プロフィールへのアクセス数は、ユーザーが投稿を見てからあるアカウントのプロフィール欄にアクセスした数になる。フォロー数というのはそのアカウントをフォローした数になる。

こちらがグルックのTwitterアカウントの8月のデータになる。
プロフィールアクセス率は47.8%、フォロー率は0.1%となった。プロフィールアクセス率は目標が2.5%程度だったので、目標の19倍の結果になった。考えられる原因としては、インプレッション数が増えるようにTwitterのトレンドへの投稿を行ったことがあげられる。しかし、この時期にはプロフィールへの重要性には気づいておらず、私自身もここまでプロフィールアクセス率が高かった理由は不明である。フォロー率に関しては1%程度が良いとのことだったので、フォロー率の上昇は今後の課題となった。

9/1
フォロワー200人を達成
代官山青果店さんの取り組みを紹介
・市場に出回ることのなかった野菜を有効活用
9/5
給料なしでも頑張れる理由を公開
・チームに対する貢献をたくさんした自負があること、そしてそれを認めてくれる環境があるからこそ活動を継続できるということを紹介
目的：メンバーへの感謝の思いを示すことで信頼関係をより構築する
メンバーの写真をグリッド形式で投稿
9/7
7つの健康食を紹介
目的：世の中にはまだ知らないたくさんの野菜があることを紹介することで、野菜に興味を持ってもらう
石鹸から色素が取れること、そして野菜の彩りを紹介
フォロワー300人を達成し、感謝企画を実施
目的：認知度向上
効果：インプレッション数がかなり伸びた
9/8
Twitterコンサルタントを受ける
・自社の商品の強みは動画にして紹介することでその彩や綺麗な様子を楽しむことができるため、今後は動画の部分で力を入れたほうが良いのではないかという指摘をいただいた。その上で、TikTokが今ビジネスとして伸びてきていること、動画による波及効果は一発で有名になる可能性が高いので、企業として発信したい場合はTikTokに力を入れてみても面白いということを教えていただいた。また第1次審査を通過する前にも活動をしていればもっと可能性はあったのではとのご指摘もいただいた。
そのため、Twitterは今後も運営しつつ、動画を通しての商品紹介を心がけるようになった。
9/10
石鹸がプレゼント企画でもらえるなら？というアンケートを実施
目的：ユーザー参加型にすることによる認知度向上
プレゼント企画実施の是非の決定
効果：11人が回答し、全員が「応募する」を選択
→プレゼント企画の実施を決定、最終的に効果が出た
9/11
販売まで残り50日を投稿
ここからTwitterのプロフィールに残り日数を表示、Twitterのヘッダーを更新
9/12
高校生でnoteをやって良かったことを紹介
9/13
1日10投稿、さらに30リプライ(ユーザーへの返信)をスタート
目的：ユーザーに近づくことで起業活動をより間近に知ってもらうこと、たくさんの人に見てもらう
9/12にメンバーが小菅農園を訪問した時の様子を写真で投稿

目的：様々な人に支えられてこの活動は成り立っているということを自覚し、支援してくださっている方に感謝の思いを示す
効果：たくさんの人の共感を呼び、16いいねを頂いた。
石鹸の材料を提供していただいたTAISOさんを紹介
9/14
高校生で起業してどんなことをしているのかを紹介
自分の仕事に対する考えを紹介
目的：自分の仕事に対する考えを示し、高校生なりに仕事に対する工夫を紹介することで、同世代で活躍している、もしくは今後活躍しようとしている高校生を応援する目的があった
高校生で起業して難しかったことを紹介
9/15
高校生で起業して難しかったことを紹介(毎度別の内容)
メンバーが農家さんからいただいた野菜の写真を投稿
9/16
9/15にメンバーが集まり、野菜の香料選定を行ったのでその様子を公開
高校生で起業して難しかったことを紹介
企業名のグルックの由来を紹介
目的：企業のストーリーを話すことで、企業価値を高める目的があった。
弊社インスタグラムを紹介
9/17
石鹸に使う際の香料を選定している動画を紹介
高校生で起業して難しかったことを紹介
9/18
広報として行っていたPRの活動の中で下矢一良さんが書いた「小さな会社のPR戦略」に対するアンケートをweb上で返したところ、下矢さん本人のTwitterアカウントでグルックの回答が公開される
試作品の石鹸の様子を公開
販売まで残り43日を投稿
ラメが入った際の石鹸の様子を公開
高校生で起業して難しかったことを紹介
下矢一良さんが書いた「小さな会社のPR戦略」を読んで、PRの勉強をしたことを報告
投稿が大変になってきたので投稿頻度のアンケートを行う
目的：ふさわしい投稿数は何回なのか

効果：3回が最も多い回答だった
・Twitterをどのようにたくさん投稿しているかを紹介することで、企業活動の一貫として広報活動があり、その仕事の様子を公開することで興味を持ってもらう目的があった
9/19
試作品の石鹸の様子を公開
9/21
高校生で起業して難しかったことを紹介
9/22
高校生で起業して難しかったことを紹介
販売まで残り40日であること、PRやTikTok、梱包などを行っていると報告
農家さんとして活動している方、グルックの活動を応援してくれている方にRT、リプライをする
9/24
モチベーションが簡単に下がる行動を紹介
これは実際に企業で起きた問題をもとに紹介した
目的：企業活動をクリアにすることで信頼度を高める
9/25
新たな石鹸の写真を公開
高校生で起業して難しかったことを紹介
広報ではなく、経理班の活動を紹介
9/26
自宅でできる最強ドレッシングを紹介
noteをなぜ無料で公開するのか、その理由を紹介
9/27
BASE公式ツイッターアカウントにフォローされる。
高校生で起業して難しかったことを紹介
9/28
高校生で起業して難しかったことを紹介
メンバーの手作り料理を紹介
9/29
マーケティングの際に重要なことを紹介
高校生で起業して難しかったことを紹介
自分たちが使っているSlackを紹介



9月のまとめ
9月からは本格的にTwitterの運用を開始し、「利用者に価値のあるコンテンツを提供する」ことを目標に様々な活動を行った。しかし、投稿数やリプライ数は増えたものの、
ターゲット設定が甘かったため、自分たちにとって今後顧客となりうるお客様を効率的に集客することが出来なかった。改善点としてはターゲットをしっかり分析し、その人たちが見たら気になるような投稿をより心がけることを意識することにした。

こちらがグルックのTwitterアカウントの9月のデータになる。
プロフィールアクセス率は51.6%、フォロー率は0.7%となった。先月に比べ、かなりインプレッション数が増加し、ツイート数も大幅に増えた。インプレッション数が増えた主な原因としては投稿数の増加と、@ツイート(ユーザーに対しての返信や引用RTなど)の増加があげられる。投稿数が増えることで自然と投稿が表示される回数が増える上に、ユーザーに対して自主的な返信を行っていたので、興味を持ったユーザーが固定ツイートなどを確認し、さらに表示されるようになった。フォロー率は先月の7倍の0.7%となり、目標の1%に向けては望ましい結果となった。考えられる原因としてはアカウントのプロフィールの文言を二週間に一度ほど見直し、その時その時で最善なプロフィールを作成したことである。それにより、投稿を見たユーザーがアカウントのプロフィールに流れ込み、最終的にフォローをするという逆三角の仕組みがうまくできた。
10/1
レンコン農家様にレンコンをいただいたことを投稿
高校生で起業して難しかったことを紹介
プレゼント企画アンケート回答してもらうよう宣伝
10/2
販売まで後30日壁紙を投稿
10/3
高校生で起業して難しかったことを投稿
削りカスから石鹸を作ってみたことを投稿
実際に実店舗で商品を販売されている方のお話を聞いてきたことを投稿
メンバーが石鹸を作った様子を投稿

10/4
高校生で起業して難しかったことを投稿
夢とりでさんからいただいた野菜を紹介

10/5
家庭科室を借りて活動していることを投稿
起業して難しかったことを投稿
自宅で作れる最強ドレッシングを紹介
10/6
役職ごとに仕事の特徴を理解しておく必要があることを投稿
10/7
プレゼント企画の予告を投稿
10/10
高校生で起業して難しかったこと
ビジネスとはいろいろなものを学べる世界であるということを投稿
グリセリンソープの写真を投稿
メンバーの野菜料理を紹介
10/11
コミュニケーションとして最初に結論言うのも〇ということを投稿
農家さんに小松菜8kg頂いたことを投稿
高校生で起業して難しかったことを紹介
10/12
明日からできる老化対策５選を紹介
高校生で起業して難しかったことを投稿
フォロワー500人を達成
10/13
メンバーで作った影絵の写真を紹介
高校生で起業して難しかったこと
販売まで後19日を投稿
10/14
メンバーの写真
企業を通して思考の幅が圧倒的に広がった
高校生×起業ってこんなに忙しい&楽しい！を投稿
10/15
ビジネスはお金をいただくこと以上にいろいろなことを学べる
人事の仕事
商品紹介動画オフショットを公開
10/16
10月20日に重大発表があることを投稿
石鹸の製作途中の様子を公開
作業中の早送り映像
10/20
商品案と値段がわかるものを投稿

目的：8月9日に投稿した状態から商品案や値段が大幅に変更されていたので、ユーザーに分かりやすく伝え、イメージをしてもらう
効果：かなり拡散され、フォロワーも増加した
高校生で起業して難しかったことを紹介
高校生カメラマンの撮ってもらった写真を投稿
10/23
人事として学ぶことを投稿
10/24
3月に起業したいと言って半年経過したことを投稿
梱包動画を投稿
10/25
グルソープの大きさ
グルソープ販売まで後7日
今日の学び
石鹸の写真　これ実はハンドメイドです
10/26
グルソープ販売まで後6日
雨の日にとってもグルソープは映える
グルソープの外装
10/27
シンヴィング様に掲載されたことを投稿
グルソープを自宅に飾った様子
プレスリリースを通して伸びた力を紹介
10/28
制作順調　おはようツイート
石鹸の様子を紹介
店頭販売紹介（薬局）
10/30
中村さんからレンコン提供していただいたことを投稿
第一回プレゼント企画を実施することを投稿
グルソープ販売の経緯を投稿
１週間のダイジェスト
10/31

販売まであと1日
インスタライブ宣伝
あびこ本町薬局店頭販売

10月のまとめ
10月は投稿数が減ってしまったが、その分最小限で必要な投稿をたくさんした。
特に「＃高校生で起業して難しかったこと」では実際にリアルにビジネスをしていることを伝えられる良い取り組みであったと考える。同じ高校生の方からの応援があったり、フォロワーさんにより興味を持ってもらったりし、最終的に活動を見てもらえる機会になった。また、Twitterは写真と同時にテキストを投稿することが多くなり、
石鹸の美しさがより表れている写真ほど反応率が高いこともわかった。

こちらがグルックのTwitterアカウントの10月のデータになる。
プロフィールアクセス率は38.8%、フォロー率は0.3%となった。先月と比較して、プロフィールアクセス率が減少した原因としては、投稿数が減ってしまったことがあげられる。しかし、目標の2.5%に対しては15倍の結果であったので特に問題はないと言える。また先月と比べ投稿数は減ったものの、フォロー率が下がらないようになるべく投稿を最小限にし、プロフィールも改良を行ったので、来月に向けてはフォロー率0.5%程度を目指せるように意識した。

11/1
BASEショップオープンを投稿
プレゼント企画の実施を投稿

目的：アカウントの認知向上
効果：アカウントのフォローとリツイートを参加条件としたので、かなりフォロワーも増え、参加者は30人に上った。

在庫の様子を投稿
最初に購入していただいた方が弊社Twitterのフォロワーだったので感謝の気持ちを投稿
11/2
googleフォームで回収したお客様の声を投稿
目的：購入者目線の感想を紹介することで購入者に興味を持ってもらう。
効果：たくさんの人に興味を持ってもらえた。
ティーワン様の委託販売の様子を投稿
11/3
文化の日に合わせて石鹸の可愛らしい様子を投稿
BASEのblogを投稿したことを投稿
お客様の声をご紹介
TwitterProのスタートを報告
商品購入解説動画を投稿

目的：注文方法がわからないとそれだけで購入率が低下するので、購入を検討している方に向けてわかりやすく説明する。
11/4
TwitterPro開設の様子を紹介
石鹸の写真を公開

目的：商品の購入を呼び掛けることで売上を伸ばす。
効果：2日後のBASEショップでの注文が合計6箱になったので、この投稿による影響が推測できる。
11/7
プレゼント企画の当選者を発表
11/8
レオスキャピタルワークスさんにご紹介いただいたことを紹介

11/9
第2回プレゼント企画を公開
アトレ取手店での手売り販売決定を報告

目的：売上個数の増加、地域密着型の企業としての宣伝
効果：最終的にアトレ取手の手売り販売では182箱のグルソープが販売できた。店頭販売が遅れてしまったのはあったが、地域密着型の企業として宣伝効果があり、収益を上げることができた。
茨城新聞社さんの取材を受けたことを報告
起業の面白さを紹介
11/12
お客様のグルソープが届いたというツイートを引用RT
商品の梱包、石鹸の写真を公開
11/13
第2回プレゼント企画の当選者を発表
11/15
アトレ取手店、エルフ農国の委託販売の日時、メンバーを動画形式で公開
11/19
11/19の委託販売のメンバーの写真を公開
委託販売で完売したこと、委託販売の様子を公開
11/21
販売終了まで残り10日をメンバーの写真とともに投稿
商品を購入したお客様からのコメントを投稿
11/22
eco friendlyシリーズの値下げ発表
11/23
fresh timeの色が改良されたことを報告
11/24
起業活動のストーリーを紹介
石鹸販売に向けての様子を紹介
在庫管理が大変であることを写真とともに公開

目的：企業活動をクリアに紹介することで企業としての信頼度を高める
効果：想像以上にたくさんの人から反応があり、集客効果があった
11/25
BASEのクーポン利用の写真を投稿
高校生で挑戦することの面白さを紹介
11/26
アトレ取手で11/26に手売り販売が始まることを宣伝
高校生で挑戦することの面白さを紹介
クーポンコードの利用をしてもらうように石鹸の写真とともに投稿
11/27
11/26の委託販売の様子を公開
起業して学んだことを公開
11/28
学校に集まって石鹸を梱包、その石鹸の様子を動画で投稿

BASEページのAboutを更新したことをBASEページのリンクとともに投稿
11/29
11/29に行う委託販売を宣伝
今までの活動の写真をまとめて公開
最後の委託販売を強調するためにもう一度宣伝

目的：販売個数の増加
効果：最終日は57箱販売したので、Twitterの拡散効果は多少なりともあったと考える。
11/29の委託販売の様子を投稿
11/30
起業活動の最終日であることを写真とともに投稿
再度起業活動が最終日であることを投稿
商品を購入くださったお客様の声を投稿（2件）
活動最終日に撮ったメンバーの写真を投稿

11月のまとめ
11月は製作や店頭販売の準備、BASEショップの問題確認など様々な問題に時間をかけたせいで投稿数が減ってしまった時期もあったが、BASEページでの注文の動画の投稿、BASEページで使えるクーポンの掲載さらにご購入いただいたお客様の声を投稿するなど購入を検討している人が購入の決断を下してもらえるような投稿を意識した1か月であった。

こちらがグルックのTwitterアカウントの11月のデータになる。
プロフィールアクセス率は43.9%、フォロー率は0.2%となった。11月はプレゼント企画を実施したものの、製作活動の方で忙しく、思った以上に広報活動が出来なかった。それによりフ

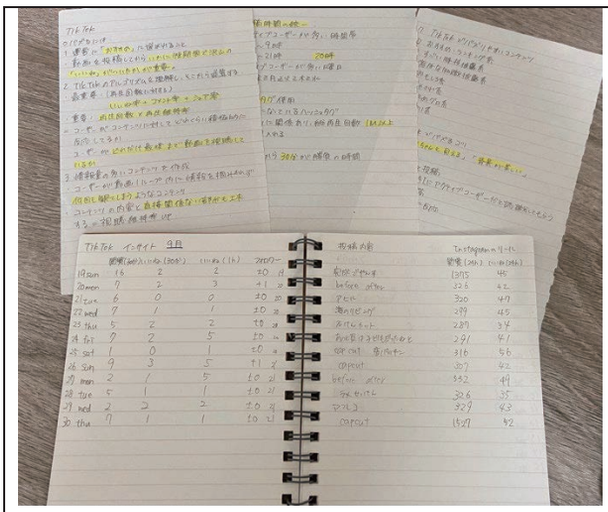
ォロー率が1%を達成できなかったと考える。11月は企業の活動がより具体的になり、配送の様子や梱包された箱の様子などの写真も投稿できるようになったため、プロフィールアクセス率にはそこまで影響は出なかった。

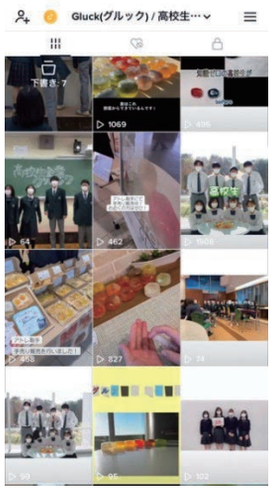
〈学んだこと・感想〉
フォロワーは最終的には629人まで到達した。そしてBASEショップへの流入率は30%とInstagramと比べるとかなり少なかったが、決して小さい数字ではなく、ここまで運用できたことには満足している。また、BASEのオンラインショップが11月1日に開設された際に最初に購入していただいたお客様はTwitterで知り合ったユーザーで、これを知った時には今までのTwitterの運用の成果を実感できた。Twitterの運営は初挑戦であったものの、「＃高校生起業して難しかったこと」としての継続的な投稿やTwitterを通して私自身がプレスリリースを送付する際に参考にした下矢一良さんやセールスコピーを書く際に参考にした大橋一慶さんとTwitter上で交流することができ、Twitterが世界中のたくさんの人と交流できるツールであるというのも改めて実感した。

【TikTok】
TikTokが今ビジネスとして伸びてきていること、動画による波及効果は一発で有名になる可能性が高いことからTikTokを始めた。それに伴い、TikTokについて調べ、TikTokのメカニズムについて学んだ。
投稿してから30分のデータが重要であるとのことだったので、30分ごとに「閲覧数」と「いいね数」を記録し、分析した。それ以外にも「どのくらいの人が動画を最後まで見てくれたのか」のデータで「おすすめ」の欄に掲載される確率が変わってくるとのことだった。ただ最後まで思うような結果は得られず、TikTokでの広報活動は成功とは言えなかった。しかし、全くユーザーに関心を持ってもらえなかったわけではないのでやって良かったと思う。

〇投稿日
8/20、8/23、8/26、9/2、9/10、9/16、9/18～10/12（この期間中毎日投稿）10/21～10/24（この期間中毎日投稿）10/26、10/29、10/30、11/1、11/3、11/5、11/17、11/19、11/20、11/24、11/28(この日は2度投稿)、11/29、11/30

編集アプリでメンバーの写真を繋ぎ合わせ、音楽に合わせてアニメーションをつけた動画を主に投稿した。他にも手売り販売の様子、学校で撮った動画など動きのある動画も投稿した。11/30に投稿した石鹸の動画が３0分で閲覧数1000を超えたのが最高記録となった。見た目が綺麗だったことで興味を惹けたことが伸びた原因だと考える。





（左：30分ごとに「閲覧数」と「いいね数」を記録し、分析してまとめた書類/右:グルックのTikTokのプロフィール画像）

30分で閲覧数が最も多かった投稿は先述した石鹸の動画だったが、動画をフル視聴した人の割合が最も多かったのは11/24に投稿した動画だった。
この動画は当時流行していた編集方法を真似した動画だった。流行動画を投稿することによって、フル視聴率が増え、閲覧数増加といいね数増加、合計視聴時間の増加に直結したのだと考える。

【30daysAlbum】
グルックの活動の様子を随時、30daysAlbumに投稿した。
〇投稿日
8/8、8/19、9/15、10/4、10/11、10/18、11/2、11/7、11/8、11/9、11/13、11/18、11/19、11/21、11/27、11/28、11/29、11/30

【note】
運用期間が短いことを考えると、自社サイトを新たに作ることは費用対効果がそこまで見込めないと考え、自分たちでサイトを立ち上げるより、インターネット上のプラットフォームで宣伝できないか考えていた。
そして私が運営をしている弊社のTwitterを見ていたところ、偶然noteというブログがあることを知り、それからnoteの運用を始めることにした。
noteの記事を書く目的には高校生がビジネスをしていることをリアルに伝えること、例えば企業で実際に起きた問題、実際に経験したことなど、そしてターゲティング、マネジメント、委託販売など本来大人になってから体験するようなものを高校生なりに分かりやすく解説するというものだった。目的はある程度達成できたと考える。
実際はTwitterの運用だけではなく、プレスリリース(これに関してはもう1人のメンバーと行った)、ターゲティング及びセールスコピー、人事の部分も担当していたので、時間効率を上げることに関しては人一倍考えて動いた自負がある。
いかにnoteの記事を早く、わかりやすく作り上げるかという問題については、記事のタイトルのアイデアをブレインライティングで出し、その後記事の文章を音声入力で入力し、最後に少しだけ編集するというアプローチを取った。
もしnoteのみを運営していたらおそらくここまでのスタイルを確立するということにはならなかったと考える。同時に並行して様々なことを行うことは、体力的にも精神的にも大変だったが、それでも時間効率を上げるための取り組みをこの3ヶ月間で確立させられたことは誇りに思う。

以下に今まで書いた記事のタイトル、そして全ての記事から抜粋して、一部の記事の概要について説明する。

8/16　初投稿

高校生で起業したグルックであるということを紹介した。

さらには第一次審査を通過した時の様子なども紹介した。

8/18～20

「良いアイデアなんて出ねーよ！どうすれば良いの？」という記事ではアイデア出しについて紹介した。

私たちがどのようにアイデア出しをしているのか、またその問題は何かをオープンにすることで高校生が活動しているというリアルな状況を伝える目的があった。

例えばブレインストーミングというアイデア出しの場合、参加者が多ければ多いほど、責任感が薄くなり、それによって考えているふりをするという問題が起きること、内向的な人(意見は持っているが、周りの人から批判されるのではないかと心配する人)の場合、ブレインストーミングは適していないということなどを踏まえた上で、グルックが実際に用いたブレインライティングというものを紹介した。

もちろんブレインストーミングにも利点はあり、ブレインライティングにも欠点はあるが、アイデア出しに困って、ブレインストーミングに固執しすぎると、アイデアというのは生まれにくくなるため、その問題を解消するためにこの記事を書いた。

さらに、このブレインライティングを発展させるものとして、オンライン上でのブレインライティングがあることを6月頃に知り、私たちはビジネスツールであるSlackを第一次審査通過前に利用し、アイデア出しを行ったこともあった。

8/28

本来であれば毎日投稿を予定していたのだが、毎日1000文字以上のブログを書くことが大変になり、一度noteの継続中止することを書いた。
しかしnoteを書いていない間他の仕事を行っていて、「やっぱりnoteを書きたい！」という思いが芽生え、11日間の休止期間を経て、再び毎日投稿を始めた。
9/9
「努力するとは継続すること」では、再び毎日投稿を始めること、そして販売終了までに100記事を目指すことを宣言した。最終的に95記事まで書くことができたので、目標達成にはならなかったものの、一度諦めたものをもう一度やり直して、継続することができたのは自分の自信になった。

9/16
「高校生企業なりの仕事に対する考え方」では、仕事の目的を理解することで、仕事に対するリフレーミングを行い、仕事の効率をあげられるのではないかという記事を書いた。
9/18
学校が休校であったこともあり、朝5時に起きて記事を書くこともあった。

この週は時間があったこともあり、記事の質、内容がとても良く、読者のうち24%が「スキ」を押している。

9/24

「高校生企業はミーティングしないとどうなる？」では実際に僕たちが8月に一週間ほどミーティングが行われなかったことを振り返る形で、ミーティングをしないとモチベーションが下がること、メンバーが何をしているのかがわからない状態では自分も何の仕事をしてよいかわからず、最終的にチーム全体としての士気が下がるということを書いた。

高校生企業の活動は決して楽なものではなく、様々な問題もあったが、こうして記事にすることで再度振り返ることができ、今後の業務改善に向けて改めて考える時間ができたように思う。

この時期からはタイトルに「高校生企業」という文字を入れることで、読者の方に一目で高校生の企業であるということをわかるようにした。

9/26

「高校生企業が無料で記事を公開する理由」では、記事を無料で公開することで、企業の信頼度を高め、安心・安全な企業であるというイメージをもってもらう目的があるということを書いた。

10/7

「チームの成果を上げるミーティング前編」では、画期的なミーティングの特徴をピックアップした上で、その前半部分を紹介した。具体的には会議の目的が設定されていること、未来のゴールが見えること、ファシリテーターがいることを書いた。

こちらも私たちが企業として活動している際に問題として挙がったのは「ミーティングの長さ、効率の悪さ」であった。

その問題を解決するために画期的なミーティングにはどんな特徴があるのかを調べ、それを分かりやすく説明した。

10/12

「高校生企業がぶっちゃける仕事の話」 では、一週間のうちにどんな仕事をしているのか、毎週日曜日のミーティングが終わった後に掲載するメモをそのまま記事に投稿し、それぞれの仕事に対してどういったことをしているのかを説明した。

具体的には委託販売の際の契約書の確認、製造個数の見直し、ペルソナの決定などについてである。

この頃から記事の投稿日時によって読者の「スキ」(Twitterでいう「いいね」のようなもので、記事の読者が面白いと思ったときにつけるものである)の回数が圧倒的に違うことが分かった。それからは夕食前の19時台を狙った投稿を心がけるようにした。

この週は読者のうち15%が「スキ」の反応を示している。

10/23

「高校生で起業して難しかったこと」では僕がTwitterで普段#高校生で起業して難しかったこととして投稿していたものをまとめてnoteで一つの記事にしてみた。想像以上に反応が良く、Twitterと並行して取り組んでいることの良さが改めて見えた。

10/29

「なぜ高校生企業はグルソープを販売しようと思ったのか？」では、販売決定までのストーリーを話すことで企業価値を高める目的があった。Twitter上では140文字のみでしか説明できないため、それ以上のものを伝えるためにこのnoteで伝えようと思った。

初めの 8月16日の「高校生で起業！？」では商品開発のストーリーもある程度説明したが、その時は試作品であったので、6色での販売や委託販売、売上の寄付先など様々な変化があり、新たに商品開発の背景を伝えるべきであると考え、記事の掲載に至った。

このように読者のうち約20%の方から「スキ」を頂けた。これはかなり高い数値で、記事の継続的な投稿、さらには投稿日時の変更によって数値が改善されたと言える。

この時期は学校生活の両立、販売が始まったことによる在庫管理や委託販売に向けた準備などと重なりかなり忙しく、毎日投稿が夜遅くなってしまった。睡眠不足によって忘れ物が増えてしまったり、作業効率が悪くなってしまったりしたことについては反省するべきである。

このころからは一定数の反応を取れるようになってきており、記事の読者のうちおよそ10%～20%の方から「スキ」を頂いたので、記事の内容やコンテンツとしてはかなり良かったものだと言える。

さらにこの週では茨城新聞社さんからの取材を受けたことや、記事の内容について再度精査したこともあり、「中学生でもわかるマーケティングとは？」や、「中学生でもわかるマネジメントについて」を筆頭に前週より内容として濃いものになったが、記事の新規性に欠けていた部分が多く、その点で数値が下がったようにも思える。

11/14

『舞空キャンパス０⇒１クリエイト 』@SDGs products(https://note.com/ishikawa_com)という名前でnoteを運営されている中島様からnoteを通してコラボのご依頼が届いた。

舞空キャンパスというのは大阪の舞洲でまちづくりプロジェクトをしている団体である。

コラボの依頼内容としては作品展のようなものに出品出来ないかというものであった。作品展というのは「彩り」と「ガーデン&フラワー」をテーマに、ついカメラで撮りたくなるようなものを提出し、その美しさを競う取り組みである。優秀アイデアには制作を支援する費用として30万円の支援もされる。

依頼自体が来たことは光栄であり、さらに嬉しいことに今回はその制作費用や送料を負担するという上でのご依頼であった。私もnoteの投稿を通して多くの方と繋がることが出来、大きなやりがいを感じた。

しかし、このリアビズ主催の模擬起業グランプリに全力を尽くしたかった事や、企業活動を通しての問題が浮き彫りになったことを踏まえ、ビジネスの継続という点で疑問符が付いた。軽はずみな気持ちでこの作品展に参加すると、素敵な作品展の価値を下げることにもなりかねないと判断し、コラボのご依頼を断ることになった。

11/20

疲労のあまり寝てしまい、結果としてここで毎日投稿が途切れてしまったが、20日の分はその後すぐに投稿した。しかし。この時期は大量の生産や梱包、委託販売の手伝い、さらには定期試験とも日程が重なり率直に申し上げるとnoteの記事投稿どころではなかった。

アトレ取手での手売り販売が予想以上に売れたこともあり、この週は記事の文字数がかなり少なかった。しかしながらデータとしては記事を読んだ人のうち約39%が「スキ」の反応を示している。分析結果としては、販売期間を通してリアルにビジネスをすることを簡潔に宣伝できたからだと考える。特に「友達や親せきの方から買っていただいて思ったこと」では「友達や親せきの方から商品を満足いただけなければ、必ず一般のお客様には満足してもらえない」ということを記事に書いたところ、かなり反応率が高かった。私としてはビジネスをリアルに届けることが達成できた瞬間であった。

最後の週は企業活動が終わってしまうことに対しての私の率直な思いを述べた。
「ついに完結。高校生企業。」では企業活動が終わることに対しての解放感、悲しさがあるということを書いた。

〈学んだこと・感想〉
noteの投稿を始めようとしたきっかけは本当に偶然で、ここまでの努力をしようとは思ってもいなかった。しかし「高校生で起業した」というのは立派なブランドであり、それを伝えないのはもったいないのではないかと思い、こうしてnoteを継続して投稿できたことについては誇りに思う。
そしてnoteの運用を通して一番学んだことは「自分が伝えたい情報」と「相手が知りたい情報」には小さな差があるということだ。僕が伝えたい！と思っていてもそれが必ずしも読者に響くわけではない。だからといって情報をわざと操作したり、話を大げさにしたりすれば良いのではなく、「この内容でいかに読者にこの記事を楽しんでもらえるか？」これを常に考え続けることが重要である。
同じ内容を書くにしても、説明の順序、話のオチ、文章の構成、イメージに工夫を加えるだけで話の面白さは段違いになる。フォロワー数や、noteからのオンラインショップの流入数を考えると、noteの運用はハードルが高かったかもしれないが、それでも継続出来て悔いはなかった。
そしてこの投稿の裏には、メンバーからの応援、監査人のお力添え、メンターさんからのア

ドバイスだけでなく、家族や友人など様々な方の支援があったからこそ継続できたと考える。この企業活動を支えてくださったたくさんの人に感謝の気持ちを申し上げたい。本当にありがとうございました。

【ターゲティング】
～9/16
大橋一慶さんの『セールスコピー大全』を読み、ターゲティングの重要性を理解。
本来ならば販売する商品を決定する前にターゲティングはするべきだが、ターゲティングの存在を知らなかったため、商品を決定してからのターゲティングとなった。
ここは反省点になるが、ターゲティングの存在を知ることで少しでも誰に向けて商品を販売するべきなのか、それを生かした言葉遣いや販売戦略は何なのかがわかる機会になったので、良い経験だったと思う。
9/19
ターゲティングについての説明をグルックメンバーに共有。
消費者を３パターンに分けることでそれぞれに合わせたセールスコピーがあることを紹介した。
この際の3パターンというのは以下の3つである。
①ブランディングにすでに成功しており、その商品を心から欲しいと思っている消費者
②企業のSNSや商品名は知っているが、商品の購入までには至らない消費者
③そもそもその商品、企業の存在自体を知らない消費者

①の場合は商品名やその値段、さらにはその商品がもたらす効能を多く使うことで消費者に近い距離からアプローチでき、最終的に商品を購入するまでに至る。
②の場合は商品の差別化を図るような宣伝をすることで、商品の価値を知ってもらう取り組みを意識した。
③の場合は商品の効能を新たな視点から宣伝することで押し売りではないことを伝え、商品を別の視点から光を当て、その商品の価値を知ってもらう取り組みを意識した。
以上の3パターンを踏まえたうえで、ターゲット層になるのはどういった人なのか、具体的なペルソナ決定に向けて行動し始めた。
ブランディングには時間もお金もかかり、十分な時間がなかったので、グルックの戦略としては弊社のSNSを知っている人の中で商品の価値にいまだに気付いてもらってない方、もしくはそもそもグルックの活動を知らない方に対してのアプローチをすることに決定した。
9月19日の際は実際に3パターンの消費者を意識したセールスコピーをメンバーに共有することで、ターゲット層によって全くセールスコピーが変わってくるということの共有にとどまった。そしてその3種類の顧客からペルソナを具体的に決めていくことにすると発表した。
9/25
ペルソナ設定に向けて上記の番号通り①、②、③のペルソナの優先度を決める。
ペルソナ設定を始めるが、言語化が弱かったせいでメンバーからの鋭い質問に対応しきれず、会議の進行が遅れてしまった。
例えば、「Instagramはもとからコアなファンを対象にしたSNSなので、その状況で③の人に対してのマーケティングはできるのか？」という質問や、「①に自分の保護者とか友達は入るのか？」という質問に対してしっかりと回答することが出来なかった。
9月25日のミーティングでは自分が理解しているだけでは相手には伝わらないことをよく学んだ。自分が学んだことを再言語化できるかが重要で、それまでは自分が理解しただけで終わ

っており、皆にわかりやすく説明することが出来なかった。
メンバーには貴重な時間を無駄にしてしまって申し訳ないと感じている。10月2日のペルソナ設定会議に向けたドキュメントを共有。ペルソナの番号だけ決定。②、③、①になった。
こちらはメンバー全員から意見を聞いて、最終的に私自身で判断した形になる。
9月25日の全体ミーティングの際にしっかりと共有がされていれば、もう少し踏み込んだ議論ができるはずだったが、初めてだったこともあり、なかなか難しかった。
しかし、現実性を考えるとペルソナ設定の際にしっかりと準備がされていればそこまで大きな問題はないと考えていた。
10/2
具体的なペルソナを決めるためには現実味が帯びやすいように名前を設定し、どんな人が商品を購入する人として想定されるか考えた。

10/15
ペルソナを具体的に決定し、それに対応する宣伝文句を考案した。
具体的には、②の商品の価値にいまだ気付いていない人に対しては「中高生が高いプレゼントを買わずに、この宝石石鹸を買うことでプレゼントになる」ということを宣伝することを考案した。
ペルソナは高校生でプレゼント選びに悩んでいる女性の佐野ひなたさん(仮名)を想定した。
中高生のプレゼントのイメージは2000円ほどする高いものであるというイメージだが、それをさらに安い値段で購入できる、というもので、高校生からの注目を集められると考えた。
③商品および企業の存在にすら知らない人に対しては商品の魅力・良さを新たな視点からわかるように宣伝することで押し売りではないことを宣伝し、さらに別の視点から光を当てることで、その商品の価値を知ってもらう取り組みを意識した。
具体的には「皆さんが普段食べている野菜を作っている農家さんを、このグルソープを購入するだけで支援できる」ということ。この際の支援できるというのは、売上金の一部を就農支援プログラム「農スクール」に寄付するというものである。これに関してはペルソナが具体的に決めにくく、農家に興味がない人で40代の男性稀咲堅さん(仮名)を想定した。
しかし、短期間でのマーケティング、さらにはチラシの用意が間に合わなかったこともあり、最終的にはこういった商品や企業の名前を知らない人に対してのマーケティング効果は薄くなってしまったと考える。
期間が短かったことでターゲット層それぞれに合わせたチラシを用意できなかったこと、自分たちの売り文句を公開することに対する後ろめたさ、さらにはABテストと呼ばれる広告の宣伝効果を測るような実験も行うことが出来ず、本当に効果のあるマーケティングは何なのか、PDCAを回して結論付けることが出来なかった。
そして、最も反省するべき点は、セールスコピーの重要性の認識がメンバー間で統一されていなかったことにある。
メンバーに対して積極的にセールスコピーを開放することで、自分たちの目的に合った人を集客できるということをもっと強調するべきであり、そこでメンバーとの認識に差が出てしまい、最終的に中途半端なマーケティングとなってしまった。

〈学んだこと・感想〉
今回のターゲティングとそれに見合うセールスコピーを考案するというのはハードルとしてかなり高かったのではないかと思う。
一般企業が広告で宣伝し、本当にその宣伝の効果を得るためには何度も何度も試行錯誤を繰

り返し、さらにはターゲット層の見直しすらも行う。
私たちの場合、セールスコピーの考案まではたどり着いたものの、その試行錯誤の回数がなかったため、次回は失敗したら次のセールスコピーを考案し、宣伝すること、さらにはターゲット層の見直しまで含めて集客出来れば効果が出るのではないかと思う。

【プレスリリース】

9/20　プレスリリース配信先リストアップ
→主に全国のテレビ、ラジオ、ネットニュースなどの媒体からプレスリリースの送付先をリストアップしていた。
9/23～9/30　プレスリリース原稿作成
10/1　プレスリリース原稿を社会人メンターの方にチェックをしてもらう。
　　プレスリリース原稿修正
10/3　プレスリリース原稿を顧問の先生にチェックをしてもらう。
10/4～11/5　プレスリリース配信
プレスリリース配信中の活動について
10/16　プレスリリース配信先として追加で記者クラブをリサーチ
10/20　プレスリリースの送付先は全国的に送るのではなく、地元の新聞社や企業として取り組んでいるSDGsに関して放送をしているテレビ番組に対して送る方が効果的であると考え、送付先を大幅に変更。
10/24 シンヴィング編集部にプレスリリースを送付。
10/25 シンヴィング編集部から商品の詳細についての質問があり、メールにて返答。
10/26 シンヴィング編集部からプレスリリースの書類に関しての質問と記事掲載に関しての事実誤認がないか確認を受け、返答。
10/26 とりで魅力発信課からメールにて取手記者会に配属されている各新聞社の記者会名簿を頂く。
10/27 シンヴィング(https://www.thinving.net/)にて紹介される。
10/29 模擬企業ユーカレコと取材を受けることが決定
→先にユーカレコ側で取材が決定しているところに、相乗りする形で取材を受けてもらうことに決定
11/8 茨城新聞の取材を模擬企業ユーカレコと受ける。(写真下)

11/12 茨城新聞に記事が掲載される。
プレスリリースの送付先は以下の通りである。
①郵送で送付

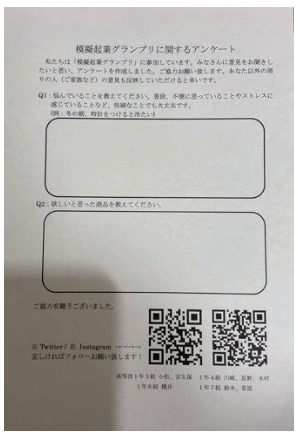
株式会社ビーエスフジサスティナブルワールド
フジテレビフューチャーランナーズ
NHKつくば支局
取手記者会
読売新聞取手通信部
時事通信社つくば支局
日本経済新聞社つくば支局
東京新聞つくば通信部
毎日新聞つくば支局
産経新聞水戸支局
茨城新聞取手龍ケ崎支局
朝日新聞取手支局
②メールの送付先
毎日新聞東京本社
朝日新聞社会部
読売新聞東京本社
共同通信本社
千葉日報
下野新聞
バズフィードジャパン
広報とりで
③入力フォームによるプレスリリースの送付
シンヴィング編集部
ニュースエブリー
サイバーエージェント
FNNプライムオンライン

工夫した点は以下の3つになる。
・特徴を3点に絞ることで簡潔に事実を伝えたこと
→次々と文章を書き連ねていては、一日何件もプレスリリースが来る読み手にとって読みづらいと考え、読みやすくなる工夫をした
・グルソープを作る背景や会社概要の部分を物語のように伝えることで興味を持ってもらうようにしたこと
→物語は頭の中に残りやすいので、事実を伝えつつ、それをストーリーの構成にすることで出版社に大量に届くプレスリリースの中から選ばれる工夫をした
・専門用語や、読み手を過剰に扇情するような文言は控えたこと
→専門用語を多用しすぎると読み手にとっては読みづらく、さらにプレスリリースは事実をもとに取材をするかしないかを決定すると考え、過剰に煽るような文章は商品価値が正確に伝わらない危険があると考え、正確に物事が伝わる言葉遣いに工夫した

〈学んだこと・感想〉
計画的に取り組むことができずあまり成果を得られなかった。
計画性が書けてしまったのは、プレスリリース自体の理解やその目的や効果についての理解が甘かったことが原因だと推測される。

それにより、プレスリリースの送付先に、関東地方だけでなく東海地方や東北地方のテレビ局や新聞社を候補に入れていたため、取材の可能性が高いメディアへのプレスリリースまでに時間がかかってしまった。
取材の可能性が高いメディアというのはSDGs関連の放送を行っているテレビ番組や茨城県の新聞社や記者会などである。
また、プレスリリース配信の目的や効果についての理解不足のため、作業の優先順位が低くなり、リサーチや配信が滞ってしまうことがあった。結果としてシンヴィング(https://www.thinving.net/)編集への掲載と、茨城新聞への掲載のみにとどまった。
プレスリリースの書類自体についてはメディアからのコメントがなかったので、果たして取材をもらえるような原稿や構成であったかは定かではない。私たちの考えとしては書類の方には問題はなく、取材の可能性が高いメディアからプレスリリースを送付することを忘れていたことに問題があった。
次回は取り上げられやすいメディアへのプレスリリースを意識して広報活動ができるとよりメディアへの出演が増えるのではないかと考える。

【その他】
4/18
SNSの投稿内容の方針についてミーティング
4/21
学校の生徒、先生方にアンケートを実施することに決定
→商品開発のヒントにしようと考えた。


模擬起業グランプリに関するアンケート

私たちは「模擬起業グランプリ」に参加しています。みなさんに意見をお聞きしたいと思い、アンケートを作成しました。ご協力お願い致します。あなた以外の周りの人（ご家族など）の意見も反映していただけると幸いです。

Q1：悩んでいることを教えてください。普段、不便に思っていることやストレスに感じていることなど、些細なことでも大丈夫です。
（例：冬の朝、時計をつけると冷たい）

Q2：欲しいと思った商品を教えてください。

ご協力有難うございました。

左 Twitter / 右 Instagram →→→
宜しければフォロー お願い致します！

高等部1年3組 小松、宮久保　1年4組 川崎、星野、木村
1年6組 横井　1年7組 鈴木、菅原

4/23
ロゴ製作についてミーティング
6/27
ロゴ決定
〈ロゴのコンセプト〉
① 日常の生活、日常に溢れていること(三つ葉のクローバー)に幸せをもたらす一欠片(私たちグルックのつくる商品)を加えることでお客さんに幸せ(四つ葉のクローバー)をお届けしたい。
② つくる責任(廃棄物を作らないようにするという責任)とつかう責任(本来廃棄物になるべきものでないものを廃棄物にさせない責任)を大切にしたい、これらの意味を込めSDGsの「つくる責任つかう責任」のロゴ2つをもとにして構成した。

6/29
ロゴのデジタル化(図１)　　図１→

7/3
広告方法について話し合う。
8/5
梱包のイメージ図を作成
8/14・15
夏の報告動画の内容を検討
8/19
TikTok撮影
夏の報告動画に使用する動画の撮影(石鹸作成映像・完成図映像)
著作権についてメンターさんに質問をする。
8/20
梱包の紹介動画作成
8/21～23
夏の報告動画作成
8/29
Instagram投稿内容検討
BASEページ作成開始
9/1
ハッシュタグと閲覧数の関係について調査
9/5
農家インタビュー決定
9/7
Twitterのヘッダー画像作成
9/10
カウントダウンのデザイン検討
9/11
インスタ・リール動画投稿の投稿内容考える。
9/19
SNS用の石鹸の写真撮影
9/22
販売開始までのカウントダウン投稿を作成(あと40日)
10/1
販売開始までのカウントダウン投稿を作成(あと30日)
プレスリリース完成
10/12
チラシ作成

10/13
商品紹介動画　原稿作成
10/17
チラシ決定
『シンヴィング』記事掲載
10/18
商品紹介動画撮影
10/19
梱包の動画撮影(完成版)
11/4
梱包マニュアル作成
11/7
プレゼント企画当選者用商品に同封する感謝状作成

11/9
茨城新聞社さんからの取材を受ける。
PV、CVRを向上させる方法について話し合う。

【店頭販売】
9/26
店頭販売の是非についてミーティング
→行うことに決定
道の駅など、店頭販売を行えそうな場所を調査。
→商品の値段を考慮すると、送料を高いと感じるお客様が多いと考えたため、店頭販売に力を入れようという意見が出た。
9/27
店頭販売先リサーチ
9/28
リサーチした店頭販売先候補地にアポを取る。
9/30
店頭販売先リサーチ
10/20
店頭販売用のバーコードについて検討
アトレ取手に電話
10/21
本町薬局・しらかば薬局へ販売交渉
事前にアポを取って店舗へ行き、企画説明書をもとに企画を説明したのち販売委託契約書にて契約を結んだ。
10/22
本町薬局としらかば薬局との契約で契約書誤記が判明し、お詫びの文章を作成する。
あやめ薬局と販売交渉し、契約を結ぶ。
10/24
今後のビジネスにつなげるために、購入者へのアンケートを実施する意見が出る。
どのような内容にするかメンバー間で投票を行い、どこで商品について知ったか、価格設定は適切か、SNS の宣伝効果について、コンセプトを遵守できているかについての質問を行うことを決定
10/25
しらかば薬局との契約書の誤記のお詫び文作成
アンケートがリアビズ側で用意されていることを知り、アンケート案廃止
10/26
しらかば薬局との契約書の誤記のお詫び文とともに改めて契約を取りに行く。
10/28
販売委託先に置くポップ作成
10/29
委託販売の際の外装を考える。
ポップを作成する。
しらかば薬局と本町薬局に商品やポップの設置に行く。
10/31

アトレ取手に手売り販売について話をしに行く。
11/1
しらかば薬局に商品の陳列に行く。
11/6
販売委託先売り上げ確認(1週目)
11/8
手売り販売(アトレ取手・エルフ農国)で使用するポップのデザイン作成
11/9
しらかば薬局と本町薬局に領収書と売上金を受け取りに行く。
11/12
販売委託先売り上げ確認(2週目)
11/13
委託販売用ポップ作成

えるふ農国にて手売り販売

11/15
しらかば薬局に追加の商品の陳列に行く。
(商品が店頭で売れたことで在庫が減ったため)
本町薬局売り上げ確認
11/18
アトレ取手にて手売り販売
アトレ取手の方が作成してくださった手売り販売の広告がアトレ取手にて掲示される。

店頭で販売する商品の袋と箱の比率を検討
11/19
委託販売で売れ残った分を回収する日時を検討し、委託先にアポを取る。
アトレ取手にて手売り販売
11/26、28、29
えるふ農国にて手売り販売
11/13，20

11/26 店頭販売

11/29 店頭販売

○その他

【店頭販売】
9/26
店頭販売の是非について話し合い。
→行うことに決定
道の駅など、店頭販売を行えそうな場所を調査
→商品の値段を考慮すると、送料を高いと感じるお客様が多いと考えたため、店頭販売に力を入れようという意見が出た。
9/27
店頭販売先リサーチ
9/28
リサーチした店頭販売先候補地にアポを取る。
9/30
店頭販売先リサーチ
10/20
店頭販売用のバーコードについて検討
アトレ取手に電話
10/21
本町薬局・しらかば薬局　販売交渉
事前にアポを取って店舗へ行き、企画説明書をもとに企画を説明したのち販売委託契約書にて契約を結んだ。
10/22
本町薬局としらかば薬局との契約で契約書誤記が判明し、お詫びの文章を作成する。
あやめ薬局と販売交渉し、契約を結ぶ。
10/24
今後のビジネスにつなげるために、購入者へのアンケートを実施する意見が出る。
どのような内容にするかメンバー間で投票を行い、どこで商品について知ったか、価格設定は適切か、SNS の宣伝効果について、コンセプトを遵守できているかについての質問を行うことを決定
10/25
しらかば薬局との契約書の誤記のお詫び文作成
アンケートがリアビズ様側で用意されていることを知り、アンケート案廃止
10/26
しらかば薬局との契約書の誤記のお詫び文とともに改めて契約を取りに行く。
10/28
販売委託先に置くポップ作成
10/29
委託販売の際の外装を考える 。
ポップを作成する 。
しらかば薬局と本町薬局に商品やポップの設置に行く。
10/31
アトレ取手に手売り販売について話をしに行く。
11/1
しらかば薬局に商品の陳列に行く。

11/6
販売委託先売り上げ確認(1週目)
11/8
手売り販売(アトレ取手・エルフ農国)で使用するポップのデザイン作成
11/9
しらかば薬局と本町薬局に領収書と売上金を受け取りに行く。
11/12
販売委託先売り上げ確認(2週目)。
11/13
委託販売用ポップ作成

えるふ農国にて手売り販売。
11/15
しらかば薬局に追加の商品の陳列に行く。
(商品が店頭で売れたことで在庫が減ったため)

本町薬局売り上げ確認。
11/17
アトレ取手の方が作成してくださった手売り販売の広告がアトレ取手にて掲示される。

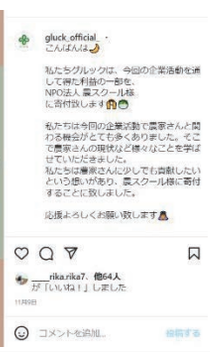
11/18
アトレ取手にて手売り販売。
店頭で販売する商品の袋と箱の比率を検討。

11/19
委託販売で売れ残った分を回収する日時を検討し、委託先にアポを取る。
アトレ取手にて手売り販売。
11/20
えるふ農国にて手売り販売。
11/26、28、29

11/26 店頭販売

11/29 店頭販売

【売り方】
5/22
売上重視か悩み重視か、どちらに趣を置いて商品を製作するかを検討
9/10
当初予定していたプレゼント用の商品の販売について廃止を検討
→需要についての見当がつかないことや、すべての商品をプレゼント用として使用できるようにしたいという狙い
9/11
最低価格と最高価格を今の経理状況から検討
セット売りか、1 個売りかについて検討
→アレルギーなどの面を考慮すると1個売りが望ましいという意見が出たが、在庫に 偏りが出過ぎてしまったり、値段の設定が難しかったりするというリスクがあるが、セットとしては購入する商品を選択できるため、1 個売りでもセット売りでも違いはあまり出ないという意見で一致
削りカス再利用の案を作成・福袋や公表しないデザインの石鹸販売など、注目を集められるような販売方法案の作成
→元々梱包してあるよりも、購買意欲が高めるため、希望された方のみに梱包を施すという意見が出る
9/16
ecoも含めた数の販売個数検討
9/25
農スクールへの寄付を検討



9/26
お客様に2色を選択してもらうようにするか２つセットの色を決めておいてセット売りをするかの検討
9/27
販売計画書の作成完了、提出
→月初めはたくさん売れ、下旬はほとんど売れなくなるという予想から週ごとの販売予定個数を予測し、そこから最適な価格を決める
11/1
事前販売を分析し、レポート作成を開始
11/4
事前販売レポートを提出
→訂正箇所があったため再度提出をした
11/7
商品が台所石鹸であることを再度意識した販売を心がける

【商品開発】
3/30
アイデア出しミーティング
アイデア共有ファイル作成（会議ごとにまとめる）
4/1
アイデア出しミーティング
4/1～6/5
一週間ごとに商品のアイデアの元となりそうな情報をリサーチ、報告する活動をする
参考→4月2週分.docx
4/15
アイデア出し方法について話し合い
4/16
他のアイデア出し方法を検討
→実際に商品化できるような案を出すことを意識
4/18
アイデア出しミーティング。
価格の設定の仕方について話し合い
4/23
アイデア出しの方法について話し合い
4/24
アイデア出しの方法について話し合い
→why、how、whatを使用したアイデア出し
4/25
アイデアのためのアンケートを実施
アイデア出しの方法についての話し合い
5/4
アイデア出しの方法についての話し合い
5/11
アイデア出しミーティング

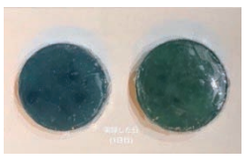
5/15
アイデア出しミーティング
5/16
アイデア出しの方法についての話し合い
5/22
アイデア出しの方法についての話し合い
6/20
チーム内でのアイデア最終案発表
投票の結果“廃棄野菜から作る宝石石鹸”に決定
6/21
商品アイデアの精錬
6/27
商品アイデアの精錬
6/29
箱・袋・紙パッキン・麻紐などの梱包材を調べる
6/30
配送方法を調べ、それに合わせた箱の高さや幅を検討
販売方法について話し合い
7/1
販売方法について話し合い
7/2
梱包サンプル製作
販売方法について話し合い
感謝状同封決定
7/3
型で製作するかカットするかを検討
保存方法としてラップを巻くことが決定
SNSを使用した割引について検討
7/4
販売方法、付加価値について話し合い
商品に同封する感謝状サンプル作成
感謝状のデザイン・サイズ・使用する用紙について検討
梱包に使用するシールについて検討
石鹸サンプルの作成
石鹸の大きさ・重さ検討
石鹸の型検討
箱の変更を検討
7/6
色ごとに分けて石鹸のデザインを決定
色ごとに分けて石鹸に使用する香料を決定
8/15
色の抽出の実験
8/16
梱包デザイン変更案作成

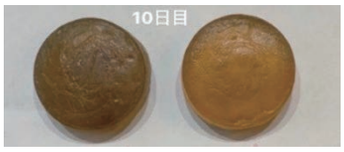
8/19
デザインをもとに石鹸サンプルの作成
8/21
プチプチか紙パッキンどちらを使用するか
8/29
野菜の色素についての知識を深める
プレゼント用に使用する型探し
8/30
エッセンシャルオイル、フレグランスオイルがどのようなものか、香料の実験をすることに決定
一度香料なしで作った石鹸をもう一度溶かして使用
9/3
石鹸作りに必要な材料・道具の洗い出し
9/5
石鹸1つの重さや大きさ検討
石鹸の色について
候補は赤、オレンジ、黄、緑、青、紫、茶、白
赤、オレンジ、黄、緑は確定
その他の色は問題が多くあった
青→紫キャベツでしか色を抽出出来ない、かつこの野菜を作っている農家が少ない
また、色の抽出の実験では茶色に変色してしまったため
紫→紫キャベツ同様、茶色に変色してしまう
また、紫の色を抽出できる野菜が少ない
茶→前回ごぼうで実験して、ごぼうは灰汁が強く石鹸にするには不適切
また、茶色を抽出できる野菜は少ない
そのため、逆に酸化させて色を作るのも案としてあげられる
白→実現はできそうだが色が他の石鹸と変わらない
もし使うなら層にして作成
9/6
酸化の実験のために紫キャベツ購入
酸化防止剤について調査をし、三日目ごろから石鹸が黒く変わり始め、1週間後には真っ黒になる
防止剤を入れても酸化してしまうことが判明
9/10
プレゼント用としてのオプション販売をしないことに決定
人気の香料を調べ、香料を検討
商品の素材・梱包資材を検討
グラデーションを作る方法を検討
型を使用せずカットすることに決定
使用するラメについて検討
9/11
販売方法について話し合い
1個売り不販売決定
買いたくなるような“仕掛け”について検討

→3箱すべて買ってもらった人へプレゼントをつけることについて検討
マイカパウダーの色検討
成分表示について検討
グラデーション方法検討
9/12
成分表示概要まとめ
野菜の抽出液割合計算
使用する野菜を抽出の実験から分かった発色の良さや野菜の仕入れ状況を考慮して検討
9/13
酸化防止対策として青色の石鹸のみレモン汁を入れることを検討
9/17
石鹸を作る手順やカット方法を主に実験し、商品の色や量などのばらつきが減るように石鹸作成のマニュアルを作成
石鹸一つあたりにかかる時間を計測しより効率よく商品の作成を進める方法を検討
ラメなどの商品のデザインを最終決定する
青の色を抽出している紫キャベツが変色しやすいため、市販のレモンジュースとレモン水を購入し、実験を開始

（左から：レモンなし、生のレモン汁、市販のレモン汁の写真）
石鹸1つあたりに使用する抽出液を計算
石鹸の大きさ検討
9/18
石鹸に使用する香料をそれぞれ下記の通りに仮決定
緑：ペパーミント
紫：ラベンダー
赤：ローズ
橙：金木犀
黄：グレープフルーツ
白：石鹸の香り(「石鹸の香り」という香料がある)
青：リラックス(ラベンダーとオレンジスイートのブレンドされたもの)
香料は全部で300ml(1本10ml入りのフレグランスオイルを30本)買うと仮決定
9/21
石鹸の大きさ・重さ(g)の実験
50g～70gの5gおきに石鹸のサンプルを製作

紙コップ大・小のどちらも製作し比較
箱の大きさや手のひらとも比較し実験の結果60ｇ(70ｇのグリセリンを使用し製作、のち10gカット)での販売をすることが決定
酸化実験で変色が著しかったため、青色の石鹸不販売決定





（左から:実験開始1日目、4日目、10日目の写真）
9/27
販売場所、販売個数についての話し合い
9/28
「廃棄野菜」言い換え話し合い
石鹸の清潔なイメージと、「廃棄野菜」のイメージが合わないのではとのメンターさんからの指摘を受け、「廃棄野菜」の言い換えを検討
→いいフレーズが見つからず断念
石鹸製作実験
グラデーション方法の検討
10/2
石鹸製作(実験・色ごとのサンプル製作)
製造の効率化を図るため、一部のメンバーで石鹸製造の方法を共有する
10/3
商品名称決定
→チーム名「グルック」＋石鹸（ソープ）＝「グルソープ」
10/4
メンバーからメンバーに商品作り方レクチャー
商品の作り方を全体に共有
商品に添付するシールを作成
10/10
梱包する箱に関して、そのまま飾りやすい透明の箱がいいのではないかと検討をしたが、透明の箱はSDGsへの配慮が無いうえ、値段が高いため使用しないことに決定
石鹸に貼るロゴシールの作成
10/11
香料をエッセンシャルオイルのオレンジスイートとグレープフルーツの2種類を使用すること

に決定
10/16
梱包方法について話し合う
10/17
梱包材料について話し合う
感謝状に記載する文を決め、作成
定形外郵便の際の住所の書き方などを検討
10/24
成分表示作成
11/2
BASE用成分表示作成
11/19
成分表示の香料という表記の部分をエッセンシャルオイルに変更

【BASE関連】
7/3
BASE apps（メールマガジンとクーポン）
使い方を学ぶ
8/14
主要配送業者5社の分析を行い、発送業者の候補を絞る
8/29
送料をどうするか（かんたん発送など検討）
9/19
発送方法を検討(クロネコ)
10/24
BASEの定形外郵便のシミュレーション発送をやることを決定
10/30
定形外郵便のシミュレーション発送(販売時に発送を正確かつスムーズに行うようにする為)
→問題なく受注発送できた（10/31）
11/1
送料の仕組みの欠陥を見つける
→2箱買うときでも定形外郵便を選択できてしまう
11/7
SEO設定
11/12
プレゼント企画用の商品を投函

【その他】
4/20
松永先生（監査人）による企業の基礎についての授業
5/23
「市場」についての知識を深める
7/16
一次審査通過

7/23
リアビズのSlackに参加
9/24
ユーカレコ様からのコラボ依頼について意見を出し合う
10/6
名刺作成
11/18
在庫確認
残りの販売期間で売れる個数予測(18日までの売り上げ状況から考察)
11/22
予想以上の個数を販売できたため、全員の予定なども考慮し、製造計画を練り直す
11/25
たくさんの石鹸をBASEでご購入されたお客様には普段より大きな箱で発送することで、コストを削減することを決定
12/2
農家さんへ野菜の提供に対する感謝の気持ちとしてグルソープをプレゼントすることを決定

4. 決算サマリー

総勘定元帳をもとに記入してください。

	計画	実績
売上高	283,000	343,781
経常利益	151,221	235,024

5. 経営成績に関しての説明

売上及び利益に関して、計画と実績の差が生じた場合なぜそうなったのかを分析して説明してください。市場動向、広報戦略の出来など、様々な要素を加味してください。

弊社の売上・利益は当初の計画を大幅に上回る結果となった。
その最も大きな要因は、店頭での手売りの売上が予想以上に伸びたことにあると考える。
経営成績に関して、委託販売とBASE販売で異なる振り返りをする必要があるため、分けて説明する。
1.　店頭販売
―手売り
先述した通り、手売りの売上・利益は予想を上回る結果となった。
↓考えられる要因
①「農家さんを応援したい」というメッセージに共感してくれる人が思っていたより多かったこと。
②委託販売用にポップを用意し、店構えが華やかになったこと。
③学校の最寄り駅での販売を行ったこと。
（③：結果が計画と異なった理由ではないが、今回の売上を説明する上で欠かせない要因なので記載した。）
―委託販売
販売委託形式の販売店頭については、計画通りの売れ行きだった。

2．BASE販売
BASEでの販売に関しては、計画を下回る結果となった。
↓考えられる要因
①計画が根拠に基づかないものだったこと。
商品の販売個数設定の根拠にするものがなく、完全なる予想になってしまった。
②ターゲティングが不十分だったこと。
また、販売に関することではないが、メンバーのモチベーション管理に注力したことも今回の成功の要因の一つである。
作業をメンバーと一緒に行ったり、人事がこまめに連絡を入れたりするなど、メンバー間のコミュニケーションを欠かさなかった。
最終的に全員で団結してモチベーションが高い状態で業務に取り組むことができた。

6.事業におけるトラブルへの対応

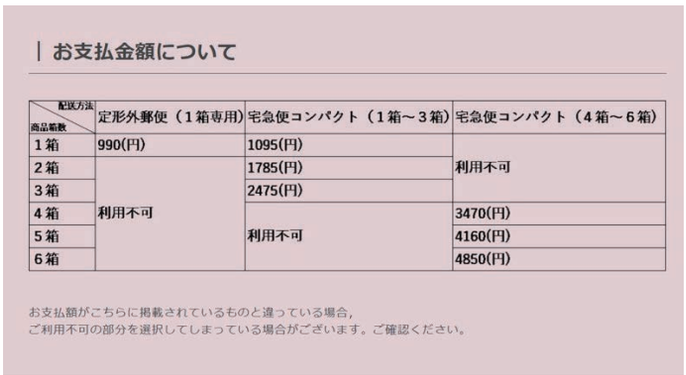
事業運営にあたってトラブルが発生した場合、それにどのように対処したかを書いてください。トラブルがなかったチームは、事前に想定していたトラブルとそれを防ぐために行った工夫を説明してください。

１．手売り販売店(アトレ取手様)とのスケジュール調整ミス
11月18日、アトレ取手様と16：00～18：00で委託販売をさせていただく契約をしていた。
委託販売には準備の時間がかかるため余裕を持っていく必要があったが、その日は学校が7時間授業であったため、到着したのが販売開始1分前であった。
そのことに気づいたのは当日の朝であった。
焦って判断力が低下していたこともありその時点では「できる限り早く行こう」、「間に合うから大丈夫だ」と結論付けてしまった。
その結果、委託販売関係者の皆様へご心配とご迷惑をおかけする事態となってしまった。
対応が不適切なものになり、自身らの仕事・契約に対する認識の甘さが浮き彫りになった。
仕事や商売の重要性、すべてのことに関係者がいるということを痛感した。

2．企画説明書・委託販売店舗との契約書の変更について
10月28日以前まで交渉で用いていた企画説明書・契約書に誤りがあった点があることが発覚。
当時以前に交渉した２か所の店舗に値段・販売開始時刻の部分を変更したことを通知、実際に店舗へ行き謝罪と変更内容の説明を行った。
販売開始前に対応することができ、大きな問題になることはなかった。しかし、値段や販売期間が違うことは委託販売店舗としても重要なことであり我々の認識の浅さが露呈した。

3．石鹸の販売個数変更
11月19日、手売り販売での売り上げが想定を大幅に上回り、今後の手売り販売で販売できる商品の分が確保できる見込みがないことが発覚した。
手売り販売の依頼をしておきながら持っていく商品がない事態は避けたいと考え、
それまでの売り上げと残りの販売期間から、石鹸の元であるグリセリンソープをもともと購入予定であった重さの2分の1を追加購入することを決定。
結果予定していた11月26日、28日、29日の手売り販売に出す分の石鹸を確保することができ、順調に販売は進んでいった。

4. BASEショップを通しての配送
BASEサイト内で配送方法の表記に不足があることが発覚した。
我々が使用した配送方法には個数制限があったが、BASEサイト内の配達方法設定では個数による限定ができないシステムであった。
BASEの販売が開始した直後の11月1日、BASEサイト内での商品配達の方法の表記が「定形外郵便」の名前のみとなっているうえ、詳細説明欄にも個数の制限があることは表記していなかった。
そのため、個数制限があることを知らずに注文個数と対応していない配送方法を選択してしまうお客様が多発した。
対応として配送方法の名前を「定形外郵便1箱限定」というように名前の後ろに対応している数まで記した。
また注文数と配送方法について、以下のような表を作成。BASEサイト上に掲載した。



お支払金額について

配送方法 / 商品箱数	定形外郵便（1箱専用）	宅急便コンパクト（1箱～3箱）	宅急便コンパクト（4箱～6箱）
1箱	990(円)	1095(円)	利用不可
2箱	利用不可	1785(円)	
3箱		2475(円)	
4箱		利用不可	3470(円)
5箱			4160(円)
6箱			4850(円)

お支払額がこちらに掲載されているものと違っている場合，
ご利用不可の部分を選択してしまっている場合がございます。ご確認ください。

5. 香料の変更
10月3日石鹸製作実験と成分表示表作成を進めていく中で使用していた香料に界面活性剤が混入していたことが発覚した。
これにより販売するには香料内の界面活性剤成分を成分分析する必要が出た。しかし、今から成分分析を始めると業者に頼んだ場合でも、自分たちで行った場合でも11月からの販売に成分表示表が間に合わなくなってしまう。
その事態を避けるために香料の変更をした。
百均のアロマフレグランスからセラピストの問屋のエッセンシャルオイルへ変更した。
この変更から、材料の原材料は注意深く見なくてはならない、モノ作りはあらゆるリスクを備えなくてはならないのだとも感じた。

7. 次会計年度へ向けた方針等の説明
今年度の事業運営を振り返り、もし来年度事業を継続するとしたらどのような点をどのように改善できるかを書いてください。

主に3点ある。

1. 何度もシミュレーションを行うことが大切である
BASEショップでの販売の際には送料の選択の際にトラブルが起きたことがあった。こちらはあらかじめシミュレーションを行っていれば、問題の発生を止められる程度の問題であった。
さらに店頭販売に関しても事前販売でシミュレーションを行っていればどれほどの売り上げ

が出るのか予想がついたが、事前販売に準備が時間通りに終わらず、それによって想像以上の売れ行きに製作のスケジュールが混乱してしまった。
店頭販売だけでなくBASEでの販売も予想から反する場合が多くある。それによって急に忙しくなったり、あるいは商品の売り方を急遽変更しないといけなくなったりするため、シミュレーションを行うことは重要である。
また制作のスケジュールに関しても、「製作を全員で担当する」という決定はあったものの全員で初めて製作を行ったのは10月3日ごろで、そこから慣れるのにも時間がかかった。これによって製作個数が伸び悩んだこと、また石鹸の元であるグリセリンソープや香料、マイカパウダーがなくなった場合のプランが全くなかったため、「製作できるのに、材料がないために製作出来ない」という状況が生まれてしまった。通常材料をオンラインショップで注文すると注文から到着までに6日ほどかかる。つまり、材料がなくなると想定される約6日前に注文できれば、製作材料がないために製作できないという問題は発生しなかったが、その問題に気付くのにかなり時間がかかった。

以上を踏まえ、様々な場面で何度もシミュレーションを繰り返すことが重要であると考えた。

2. モチベーションの維持は常に行う

社員は社長や企業と一緒に活動するパートナーである。決して「道具」ではなく、「コンピューター」でもない。
私たちの場合は給料もなければ、解雇されるという心配もない。そこでカギになってくるのがモチベーション維持であった。
全体としてなぜモチベーションを上げる必要があるのか、モチベーションはどういう状況で上がるのか、逆に下がる場合はどういう状況か、そもそもモチベーションとは何なのか、を共有することはかなり効果的である。
自分や相手のモチベーションが下がっているときにすぐに対抗策を打てるからだ。
こういった人間の本質的な部分についての話は少ししにくいところもあり、メンバーが多忙な時期になってからは製作に追われ、モチベーションの維持がおざなりになっていたところがあった。多忙な時期だからこそモチベーションの維持は必要であったが、シミュレーションが少なかったことによる問題の処理などもありその部分に関して多少の妥協があった。

以上を踏まえ、モチベーションの維持はいついかなるときであっても常に行うべきであると考えた。

3. SNSは起業した瞬間に始める

私たちのSNSは基本的に1次審査を通過してから運用が始まった。
しかし、リアルに起業していることを伝えるのにじっくりと待つ必要はなく、出来ることは早く行う方が後々のメリットが多くある。さらにSNSは一度運用しただけで爆発的に人気が出る可能性は低いので、継続性や顧客層になりうる消費者との繋がりで他のアカウントと圧倒することが王道であり、最も可能性が高いやり方であると学んだ。

以上を踏まえ、SNSは起業した瞬間に始めるべきであると考えた。

これら3点が次年度に向けての改善点である。

8.監査人のコメント

監査人（顧問の先生方）は、生徒の事業運営に関してコメントを書いてください。

「小さな力で明日をよりよく」を企業理念に据えたGlückは、「コロナ禍で苦境に陥った農家さんをサポートしたい」という思いを具現化するべく、廃棄野菜（規格外野菜）から色素を抽出した宝石石鹸を販売しました。事業を通して得た収益の一部は、農業振興を担うNPO法人に寄付するとのことです。単に利潤を追求するのではなく、仕入先や協力企業、消費者など、Glückがかかわりを持つ様々な人々や組織の≪共感≫をもとにビジネスを展開するスタイルは、新たな時代を担う若者らしい発想だと驚嘆させられました。

Glückのメンバーたちは、日頃の学校生活では得ることのできない経験や体験を積み重ねられることを前向きに捉え、常に好奇心と熱意を持って事業運営にあたりました。

TwitterやInstagram、TikTokといったSNSを最大限に活用し、周囲の友人たちだけでなく、農業やSDGsなどに関心を持つ人たちにも、自社製品の魅力についてアピールしました。また、学校周辺の駅ビルやショッピングモールにおける手売り販売の実施は、農業と地域社会、そして学校を結ぶ、地域振興のための貴重な機会を創出しました。さらに、廃棄野菜（規格外野菜）を提供してくださった農家の方々に直接取材を行い、その様子を動画にまとめて公表することで、廃棄野菜（規格外野菜）を取り巻く現状をより多くの人々へ知らしめることに成功しました。これらの成果は、取りも直さずGlückによる「行動力」の賜物です。寝る間も惜しんで事業に臨む姿は、社会人のメンターさんにご指摘いただいたように、不夜城のごとし「ブラック企業」さながら、授業中にうつらうつらすることもあり、販売期間中に行われた定期試験の結果には、クラス担任や教科担当として思わず「Oh……」と頭を抱えてしまうこともありましたが、それだけメンバーがこのビジネスに賭ける熱意が高かったことの証です。

最終的には完売となり、より多くの消費者に製品を届けることができたこともあり、メンバー全員が達成感や充実感に溢れる表情で、事業に幕を下ろすことができました。

一方で、Glückによる事業運営が、万事順風満帆だったわけではありません。

メンバー間での交渉や業務分担がうまくいかず、特定のメンバーが苦しい思いを抱えながら職務にあたることもありました。また、報告・連絡・相談が滞り、監査人をやきもきさせた場面もありました。とりわけ、外部の企業や団体、校内における他部門の教職員など、いわゆる「身内」でない人々との交渉や折衝にはたびたびヒヤヒヤさせられ、監査人の関与しないうちに重要な決定がなされているケースもありました。

また、「廃棄野菜」と語の使用にも、工夫の余地が見られました。たとえば、「廃棄野菜」という言葉が持つ負のイメージを払拭するために、「規格外野菜」と言い換えて宣伝・販売したり、店頭販売時にフードロスの解決を前面に押し出して声かけしたりするなど、商品の魅力をより生かすことができる場面がありました。さらに、一部のメンバーによる言動から、規格外野菜に対する理解が十分でないと感じられることもありました。

このような今後乗り越えていくべき課題もありますが、全体としては、熱い気持ちを持って、常に創意工夫を凝らしながら、事業の成功に向けて努力を積み重ねる期間となり、Glück

のメンバー全員がたくさんの学びを得ることができました。

最後になりますが、Glückのビジネスにご協力いただいた農家の皆さまや関係企業の方々、商品の理念に共感してくださった消費者の皆さま、そしてこのような貴重な学びの機会を設けてくださった主催団体やメンターの方々に改めて御礼申し上げます。本当にありがとうございました。

感想文

小松風雅
社長

「良い結果を出すためには時間が不可欠である」。
リアビズの活動で得た気づきの一つです。活動を通して様々な経験をする中で気づくことができました。
リアビズは、平凡な学生生活を送っていた僕にとっては初体験の連続でした。商品開発、仕入れの交渉、商品の広告・販売と、全てが初めてのことでたくさんの苦労を経験しました。
仕入れの交渉では、たくさんの直売所や農家さんのところに足を運んだり、電話を掛けたりして僕たちの活動を熱心にお話しました。最初は、右も左もわからず差し当たり自分が思う方法で話していくしかありませんでした。「相手に失礼のないように」「自分たちの思いをきちんと伝えられるように」――。試行錯誤の連続でした。そうして何度も交渉していく中で、時々相手が今ひとつの反応だったり、表情を曇らせてしまったりする時がありました。そうすると「今の言い回しは良くなかったかな」「タイミングがずれたかな」と反省するのです。こうした小さな反省を積み重ねていくことで、次から同じミスをしないように気をつけるようになり、着実にレベルアップすることができました。このような経験を通して、量をこなすことで少しずつの失敗に気づき一歩一歩成長していけることを学び、時間を掛けることの重要さを理解しました。
「良い結果を出すためには時間が不可欠である」という論理は、一見当たり前のことのように思えます。「学力を伸ばしたければたくさん勉強しなさい」「サッカーがうまくなりたければたくさん練習しなさい」。ごく一般的に言われることです。今までの僕は「そんなことわかってるよ」と聞き流していました。しかし、今回身を持って時間を掛けることの大切さを体感し、その真の意味を理解できたように思います。
「質」と「量」という言葉があります。僕は、この「質」、「量」の概念が一変しました。これまでは、「質」の追求を言い訳に「量」をないがしろにしてしまっていた側面がありました。「質」が良ければ「量」は必要ない、そう思っていました。しかし今回、それが誤りであることに気が付きました。「質」を追求するのにも「量」をこなす必要があるのです。たくさんの「量」学習することで、覚え方のコツや効率のいい勉強方法が身につくのです。勉強以外もそうです。趣味や勉強以外のスキルであっても経験した「量」が重要なのです。このことに気づけたことによって、何かを始める際の、「質」を追求しないといけないというハードルが取り除かれ、「質」は「量」について来るものだからとりあえず始めてみよう、という思考を手に入れることができました。
他にも、企業の社長としてのリーダーの経験や、話し合いを重ねていく中で得られた気づきが数多にあります。どれも初体験の連続の中で得られた貴重な気づきです。
このようなかけがえのない経験は、主催の金融知力の方々、事業を手助けしてくださったメンターの方々、そして親身になってサポートしてくださった顧問の松永先生のおかげでできたことです。本当にありがとうございました。

木村直道
法務部

僕は今回の活動で、とことんやることの難しさと重要性について学ぶことができました。僕が担当した仕事はネットショップ開設、商品の配送、商品販売に関する法律の勉強、店頭販売用の企画説明書・契約書作成など様々な種類のものです。そんな様々な仕事をしていく中で自身が強く感じたのは問題発見能力の低さです。書類を作るにしてもネットショップを作るにしても不備やミスが見つかることが何度も何度もありました。友人に相談したところ「宿題のようにやりっぱなしになってしまっているのかもしれないね」と言われ、ミスのチェックが甘かったのだなと感じました。どんなことも一度でミスなく仕上げられる人間はいません。ミスがあるのが当然とわかるのであれば自らの確認もより精密になります。また、以前に同じような仕事をした経験が、仕事上のミスを未然に防ぐ手段であるとも考えました。そしてこれから同じような活動をする際には「誰のためのものなのか」を念頭に置き、適切な情報なのかということの精査を徹底していきたいと思います。
また企業として全体で活動していく中で、「ほうれんそう」がなぜあそこまで言われ続けているのかを深く痛感しました。今回模擬起業を通して行ってきた活動の中で、僕の携わった活動ではほかの人と全くかかわらない仕事はありませんでした。そして僕にとっては重要度の低いと思っていた仕事がほかのメンバーにとっては最重要の仕事だった、ということもありました。このことから「その仕事の意味と役割、そしてその仕事をこなすというのはどこまでの完成度をもってして言うのか。」この二点について考え、その確認や相談を周囲としてから取り組んでいくことを心がけようと感じました。
しかしそれを達成するにはどうしても時間がかかります。ひっ迫している状況の中、それらを考えている時間はないと思うことも多々ありました。そこで改めて感じたのが計画性とそれを実行する重要性です。いかに環境を整えれば効率よく仕事を進められるのか、自身のやる気のトリガーはどこなのか。僕の場合は「家での作業を減らし、学校や喫茶店などで作業を進めることで、だらだらとしない環境を作る」が答えでした。今回の活動で発見した仕事のクオリティを向上させるこれらのポイントを押さえていこうと思います。
最後に、活動にかかわったリアビズの方々、学校の先生方、農家の方々、店頭販売店の方々、メンバーの家族の方々、たくさんの学びと経験を得る機会を設けてくださり本当にありがとうございました！
このメンバーで様々な活動をして本当に楽しかったです！グルック最高！！

星野織彩
経理部

まず初めに、無事今回の活動が終了できたことは、沢山の方々の協力があってのことだと思います。今まで支えてくださった全ての方々に本当に感謝しています。
私はリアビズ高校生模擬起業グランプリに参加して、期間中何度も人との関わり方について改めて考えさせられました。例えばグルックメンバーとの関わり方です。私たちグルックは二〇二〇年一月二十六日に初めて集まりました。グルックのメンバー七人全員と面識はありましたが、深く関わったことのないメンバーも多く、距離感をつかめないと感じることも多々ありました。グルソープはハンドメイド商品であることもあり、グルックは製造・販売を同時に行う企業でした。色の実験を行ったり、デザインを考えたりするなど、自分たちで一から商品開発をすることはとても難しかったのですが、その分多くの学びを得ました。また放課後などの時間を使い、約四百箱すなわち約八百個の石鹸を作らなければなりませんでした。私は八個の石鹸を作るのに約二時間半をかけていたので、制作に膨大な量の時間を費やしていました。このように、グルックはとても仕事量が多い会社であったと

思います。したがってメンバーとの絆や協力、思いやりが必要不可欠でした。部活を週六回行っていたり十一月に新人戦があったりするなど多忙なメンバーが多く、お互いで励ましあったり相手の体調や精神状態を気にしたり気にしてもらったりしながら起業生活を行いました。人と協力して何かを達成することがどういうことなのかを実感・体験できました。次に監査人の先生やメンターさん、農家さん、委託先の方、取引先の方々との関わり方です。私たちの一番学びが多かった部分だと思います。私の高校ではアルバイトが禁止されているので、社会人と関わる機会はそこまでありませんでした。今回の活動を通して、私は今まで誰かに何かをお願いする際の配慮が欠如していたと感じました。迷惑をかけてしまったことも多かったかと思います。今でも社会人に比べたら、様々な事に考慮できていないと思いますが、起業を行う前の自分よりは確かに成長できました。今回学んだことをきちんと心に留め、これからの学校生活や社会人になったときの生活に活かしていきたいです。

横井海翔
経理部

私の性格を一言で表すなら、「面倒くさがり」が一番当てはまるでしょう。その言葉通り、私は今まで何かと理由をつけ、自分から行事に参加したことなどほぼなく、何か 1 つの事をやり遂げるようなこともしてきませんでした。そんな私は今回グルックで主に経理部を担当しました。そんな私なので、今回模擬起業を体験するうえで、実際に大人の方たちとのコンタクトや、店頭販売、決算など、何もかもが新しく、魅力的でした。そんな多くの魅力的なものの中でも、私にとって一番魅力的だったのは一年間一緒にやってきたメンバー、仲間たちでした。今となっては起業活動以外でも遊びに行くような仲間であり、友人ですが、始めたての頃は知り合いどころか、知り合いですらなかった人もいました。最初の一次審査に向けて協力して案を考えているときに、とても緊張していたのを私自身、今でも鮮明に覚えています。そこで感じたのはメンバーの個性でした。アイデア出しではメンバーの個性が活きた良い案が多く出ていました。また、案自体だけでなく、案の出し方でも会議をしました。私は「アイデアの出し方の会議」などを行ってもあまり変わらないと感じていました。その中でブレインストーミングに少し工夫を加えただけで案が山のように出てくる、とは言い過ぎかもしれませんが、少なくともこのおかげで良い案が出来たのだと感じています。それも、私だけでは絶対に思いつかないようなことを、誰かが思いつき、皆でより良い方向へと変えていく。これは私にとってはとても新鮮でこれからの人生でもこんな風に出来たらいいなと思うことでもありました。それは、メンバーをとても尊敬できる一つの出来事でもありました。このようにアイデア出し一つをとっても私には魅力的でした。そのアイデア出しの努力も実り、無事に一次審査を通りました。この時はみんな大喜びをして、中には泣いている仲間もいました。
それからは順調だった、ということはなく、一次審査が通ったということは実際に販売するのですから、一次審査以上に考えなければいけないことは多くあります。そのためチームとしても何を進めていくかの指針が分からなく、チームの士気が下がってしまったり、販売開始直前に使用する香料を変えなければならなくなってしまったりと、問題もたくさんありました。ですが、そのたびにチームで知恵を出し一つ一つ解決してきました。失敗をしないのがベストだとは思いますが、失敗は誰しもがしてしまうことであり、そこでの立ち直りが私たちよかったと感じます。模擬起業グランプリでは、起業について学ぶことは山ほどありました。それと同じくらい、友人としてではなく、一緒に働く仲間との関わり方のような、社会人になってから学ぶようなことも先に学ぶことが出来ました。それが出来たのはこのような素敵な場を用意してくださった運営の方々、グルックの監査人として忙しい中でもチームを支えてくださった松永先生、分からないことを丁寧に教えてくださったメンターの方々のおかげです。本当にありがとうございました。最後にメンバーへ。とても魅力的な仲間と過ごした、長かったようであっという間だったこの一年間は私の高校生活でのかけがえのない宝物になりました。みんな本当にありがとう！

川崎しき
仕入部

私は今回リアビズ高校生模擬起業グランプリに参加して、初めてビジネスというものを経験しました。自分たちが考えたものを不特定多数の人に見てもらうというのは新しいことの連続でした。自分たちが主体となって商品を提供するには、どうしたらお客さんに自分たちの思いを伝えることが出来るか、どうしたら喜んで貰えるか、そもそもどうやって製造するのか、など考えなくてはならないことが沢山あり、8 人という多い人数で意見がぶつかることもありました。でも、沢山話し合ったからこそ良いものが出来たと思います。そして、11 月にグルソープの販売がスタートしてなんと計 350 個以上のグルソープが完売しました！本当に嬉しかったです。沢山売れて嬉しいのはもちろんですが、それだけでなく私たちの活動を見て応援したいと言って下さる方が沢山いてとても嬉しかったです。特に店頭販売では実際にお客さんと会話をすることができ、「もっと“石鹸”っていうのを分かりやすくしたほうが良いんじゃないかな？」「黄色の文字が遠くからだと見にくいな。」「1 個では買えないの？」「プレゼントにしたいから箱がいいな」など次に活かすことの出来る言葉を頂きました。実際の声を聴くことにより、より良い販売方法にしていけたと思います。また、他にも「すっごく綺麗！」「すごいね」などと言って下さる方もいて嬉しかったのを覚えています。店頭販売はお客さんの声を生で聞けるという良さがあること知りました。このように沢山のお客さんと会話をしてきましたが、私はこのリアビズ高校生模擬起業グランプリに参加していなければ、お客さんとして私たちの活動を見て下さった方だけでなく、野菜を提供してくださった農家さんや店頭販売をさせて下さったお店の方、材料の販売者など、関わることのできなかった沢山の方たちと関わることが出来ました。私は仕入れ部として仕入れ先の方と直接交渉をしたり、メールのやり取りをしたりしました。普段家族や先生以外の大人と関わることはほとんどなく、言葉遣いやビジネスマナー、メールの送り方など使ったことのないことばかりで沢山の迷惑をおかけしてしまいましたが、みなさん優しく対応して下さり、沢山助けて頂きました。1 つのビジネスが完成するまでには本当に多くの方が関わっているのだなと実感しました。材料や野菜の仕入先の方や店頭販売をさせて下さった方、お客さん、そしてメンターさんや先生など私たちを見て下さった方々、家事を変わってくれたりした家族、そして一緒に活動をしたメンバー 7 人には本当にお世話になりました。「自分が考えたものを売れる上に旅行に行けるかもなんて最高じゃん！」という思いで始めたリアビズ高校生模擬起業グランプリでしたが、私たち 8 人が集まった 2020 年 1 月から約 1 年が過ぎて自分でも私は成長したと感じています。他では絶対にできないとてもいい経験ができました。ありがとうございました。

宮久保隼
広報部

まずこの模擬起業グランプリに参加できたこと、そして決算が無事に終了できたことに対して関係者多くの方に感謝の気持ちを表したいと思います。本当にありがとうございました。
今回、この模擬起業グランプリに参加して、最も自分が感じたものは「経営者になってみたい！」という強い気持ちです。そう思ったのは、販売期間中にファッションに全く興味のない僕がたまたま服を買いに行ったときに起こった出来事でした。「ファッションに興味がない男子高校生でも、これだけ買っておけば間違いない！と思えるようなファッションブランドを作っちゃえば良いんだ！」とふと思ったのです。模擬起業グランプリに参加していなかったら「なんか良いブランドないかなー」とか「ここ高すぎるんだよなー」とかいわゆるフツーの考えしか浮かばなかったと思います。その中でふとこういったことが思いついたのには自分でも驚きでした。
さて、模擬起業グランプリでは、私たちは商品を作り、それを販売するシステム、つまり「ビジネスモデル」を構築しました。ビジネスモデルというのは簡単に言うと儲かる仕組みのことです。私たちは、規格外野菜を農家さんやスーパーから無償で提供していただき、それを石鹸の色付けのエキスとして使い、販売するというビジネスモデルでした。
材料代がかなり低コストであったので、利益を載せた値段で販売することで収益を上げました。これが私たちのビジネスモデルです。
ビジネスモデルを作ることは難しく、その一方で面白いという側面があり、私は将来経営者になって新たなビジネスモデルを作り上げたいと思いました。模擬起業グランプリに参加したいと思っている方や起業をしてみたいと思っている方に向けて１つアドバイスをするなら、「その会社が成功するかしないかはビジネスモデルで決まると言っても過言ではない」ということです。もちろんマーケティング、会計、マネジメント、イノベーション、ユーザーエクスペリエンスなども重要ですが、そこに力を入れつつ常にビジネスモデルを見直し、会社が収益を上げるまでのサイクルが成り立つかどうか考えることは本当に大切なことです。もう少し踏み込むと、「自分たちが何を売りたいか」という思いだけでは商品は絶対に売れません。そこに関わるヒト・モノ・カネは何なのか、競合との差別化は何なのか、そういったことを徹底的に考えなければ商品を販売しても“ガラクタ”にしかなりません。本当に欲しい人に自分たちの商品が届くまでにはたくさんの人の思いやお金の動きがあるのです。そのためには「CMでよく見る○○ってどうやって売り上げを出しているんだろう？」「このベンチャー企業ってなんで有名になっているんだろう？」と疑問を持つことが重要です。実際に模擬起業グランプリが終わった今でも、企業のマネタイズやマネジメントについて勉強しているので、まだまだ未熟ではありますがビジネスモデルの重要性は人一倍理解している自負があります。
今回のこの模擬起業グランプリでは、将来経営者になりたいという自分の夢すらも与えてくれました。そして何事においても挑戦する面白さ・楽しさを味わいました。この模擬起業グランプリに参加できたことに感謝をし、今後の人生に役立てていければ幸いです。

菅原莉香
広報部

「絶対一次審査通過して、グランプリをとろう。」とみんなで誓ってからもう、一年が経とうとしています。
私が今回リアビズ高校生模擬起業グランプリに参加して学んだことはたくさんあります。活動開始日から今までずっと、多忙な日々を過ごしてきました。しかし、思い返せばとても充実していて、一生忘れられない活動になりました。私はメンバーの一人にこの活動に誘われ、参加することに決めました。このような課外活動に参加するのは初めてだったので、最初は不安でしたが、他のメンバーがしっかりしている人ばかりということを知り、少し安心しました。メンバーのみんなにはたくさん迷惑をかけてしまいましたが、最後までグルックメンバーみんなが、それぞれの仕事をやり遂げることができ、今回の活動は個人的に大成功に終わったと思います。そんなメンバーとの長いようで短かった活動期間で学んだことはたくさんあります。
一つ目に仲間と協力することの大切さです。販売開始間近や、販売期間中は体力的にも、精神的にも本当に大変な日々が続きました。しかし、メンバー同士で支え合ったことで、最後まで頑張り抜くことができたと思います。メンバーの力は偉大でした。メンバー同士の仲の良さ、団結心はどのチームにも負けていなかったと思います。メンバーのみんな、一年間本当にありがとう。
二つ目に商品開発の大変さです。私たちは今回一から商品を考え、自分たちで商品を開発しました。最初は、まるで石ころの様な石鹸で、商品として販売できる状態とは決して言えませんでした。しかし、メンバー同士でどのようにしたら見た目の美しい宝石石鹸になるか考え、たくさんの実験と改良を経て、今の石鹸が誕生しました。商品を一から開発することの楽しさや大変さを学ぶことができ、他企業の努力を痛感することができました。
今回の私たちの活動に協力してくださった方にはとても感謝しています。私はさまざまな方の協力のおかげでこんなにも貴重な経験ができたことをとても嬉しく思います。
活動開始日から今までのこの約一年間は私にとって間違いなく「青春」でした。
私の「青春」を彩ってくれたメンバーのみんな、迷惑ばかりかけてしまったけれど一緒に活動ができて本当に楽しかったです。ありがとう！

鈴木菜桜
広報部

初めてリアビズのことを知り、参加しようと決めた日から今に至るまでの記憶をたどると、たくさんのことを思い出します。
私がリアビズを通して強く感じたことは、「人との繋がりの大切さ」です。活動を行っていく中で多くの「出会い」がありました。チームの一員として寄り添ってくださったメンターさんや顧問を引き受けてくださった松永先生、協力してくださった農家の皆さん、店頭販売をする上でお世話になった方々、私たちの活動に理解を示し応援してくださった両親や友達、先生方、商品を購入してくださったお客様などたくさんの方々に出会い、支えられていることを感じています。グルックとしての活動をしていく中で、人の優しさに触れ、感動することが多くありました。そして何より、グルックのメンバーと出会い、共に活動したことで「人との繋がりの大切さ」を学びました。同じ志を持つメンバーのみんなは、私にとってとても心強い存在です。私たちの活動は、「メンバー全員で共通のコンセプトを持つ。」という所から始まり、「グルックのつくる商品を生活に添えることでお客様に幸せを届けたい」という思いから「小さな力で明日をよりよく」をコンセプトに活動を行ってきました。その思いをロゴに込め、私たちグルックのロゴが完成しました。実際に商品を販売し、多くの方々にお届けできたことを嬉しく思います。私たちからすると数多く製作する中の一つの商品でも、そのすべてがお客様の手元に届くたった一つの商品になることを忘れず、一つ一つの商品に心を込めて製作しました。商品がハンドメイドであるということもあり、商品開発は試行錯誤の連続でした。試行錯誤を重ねた結

果、自信を持っておすすめできる商品を開発できたのは、メンバー同士の繋がりが強かったからだと思います。自分の担当する仕事は責任を持ってこなす、そして担当していない仕事は仲間を信頼し任せる、時には頼る、ということをメンバー８人で行っていたように感じます。仕事をする際に必ず行っていたことが、「報告」です。誰が何の仕事をしたのかをメンバー間で把握する為に、行った仕事内容を共有していました。それぞれ違った内容の仕事をしていても、報告し合うことによってメンバー全員で仕事をしているという意識が高まり、仕事に対してより前向きな姿勢で取り組むことができたと思います。

そして、広報マーケティング部としての活動から SNS の偉大さを実感しました。SNS 上で私たちの活動を知り応援してくださったり、商品を購入してくださったりと、SNS を通して多くの方々との関係を築くことができました。手売り販売の際に、応援してくださっている方々と直接お話ができたことも嬉しかったです。私たちグルックの強みの 1 つに広報活動に力を入れているということがあります。グルックとお客様が繋がる機会として SNS を上手く活用できたのではないかと思います。

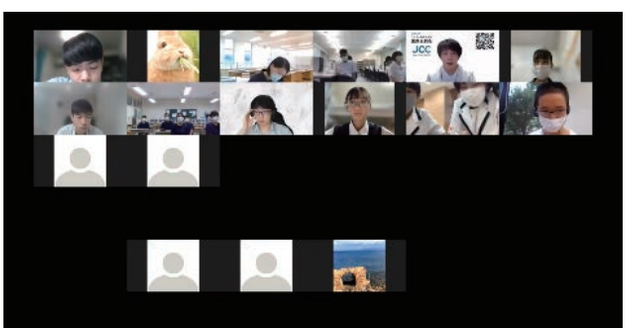
また、リアビズの活動をする際には自分がグルックの社員であるという自覚をもって、社会の一員として適切な行動を心がけていました。「お金を動かしていることへの責任を持つ。」「日頃から関わる相手への敬意を忘れない。」など、文字では表せないほど多くのことをリアビズから学びました。起業をすることに関して知識ゼロからのスタートで、初めは手探り状態だったことを覚えています。「商品を開発し、販売する」とだけ聞くと一見単純そうに聞こえてしまいますが、予想以上に複雑で大変な思いをたくさんしました。しかし、心の底から楽しめたと感じています。高校生でビジネスをしたという貴重な経験を、これからの人生に活かしていきたいです。ただの高校生として過ごすはずだった時間が、グルックの社員として実社会に触れ活動した価値のある時間となりました。この活動を通して関わりを持つことができた全ての方々に感謝の気持ちでいっぱいです。大切な仲間と本気で挑んだ挑戦から得た学びと思い出は、かけがえのない宝物です。

オンラインセミナー

いきなりお金を渡されても、なかなかネットショップ開設までこぎつけるのは大変なことです。ネットショップに知見をもつ方や、参加高校生の将来に役立つお話を聞けそうな方をお呼びしてオンラインセミナーを開催しました。

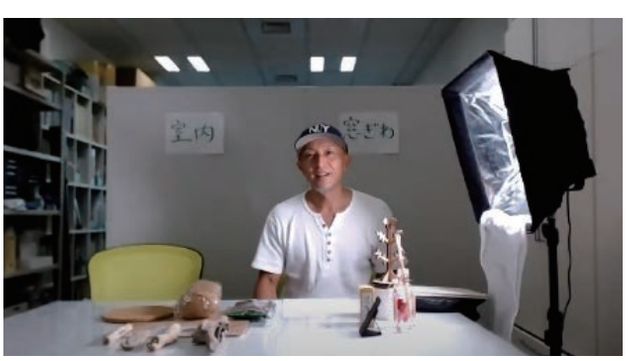
ビジネス基礎
　鈴木 達郎　（金融知力普及協会　常務理事・事務局長）

リアビズ経理
　谷 尚俊（東京大学　リアビズスタッフ）



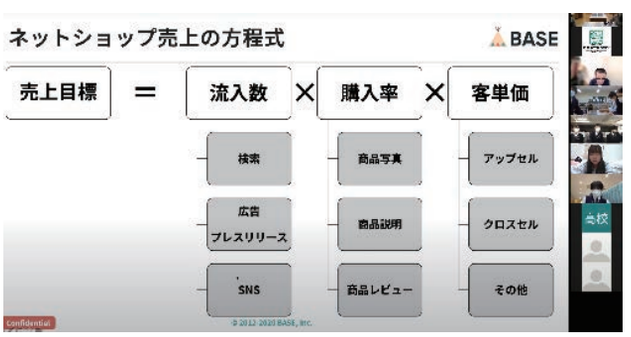
ビジネスプランのブラッシュアップと企業体験
　大浦学様（株式会社日本クラウドキャピタル　代表取締役 COO）

コンサルタントと起業
　辻隆征様（株式会社モンスターラボ BX　代表取締役）

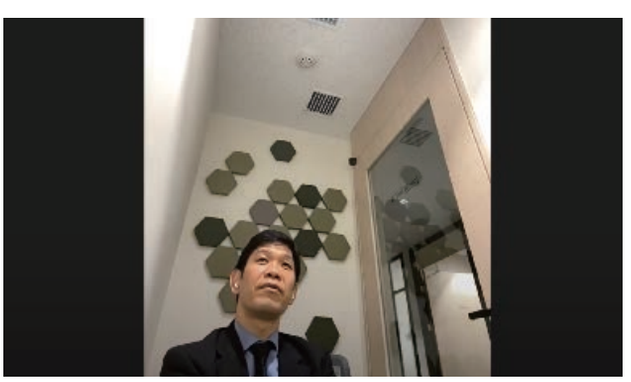


商品写真の極意
　大塚光紀様 (プロカメラマン)

ネットショップビジネスにとって大事な事
　塩沢友孝様（楽天グループ株式会社　地域創生事業・ゼネラルマネジャー）



ネットショップ構築の極意
　宮本順一様（BASE 株式会社　Business & Marketing Division ）



凄腕社長興亡記
　高野研様 (株式会社 Investors HUB　代表取締役)

＊組織名・肩書は当時のもの

ボランティアスタッフ

第二回リアビズ高校生模擬起業グランプリ　リーダー
東北大学２年
白戸 玲寿

おはようございます。第二回 リアビズ 高校生模擬起業グランプリの学生スタッフリーダーを務めました、東北大学２年の白戸玲寿です。皆さん、リアビズに参加してみていかがだったでしょうか。満足のいく結果に終わったチームも、悔いが残る結果になったチームもあると思います。しかしたとえ自分がはじめに思っていたような結果にならず後悔していたとしても、その後悔は皆さんがリアビズに挑戦したからこそ得られたものです。何か目指すものがあって、そのためにリアビズに挑戦した。そのこと自体をぜひ誇りに思ってください。リアビズの活動中の感動も悔しい気持ちも全て、挑戦した皆さんだけが得られた宝物です。大切にしてほしいと思います。

私は昨年度から運営スタッフとしてリアビズに参加する皆さんと関わってきましたが、今年度は第２回ということもあり昨年度以上にレベルの高いチームがそろっていたと感じました。特に参加者の皆さんのリアビズにかける熱意の大きさがどのチームからも感じられ、私たち運営スタッフが圧倒されるほどでした。本当にお疲れ様でした。

リアビズは「君の『プラン』のその先へ。」をテーマに、皆さんの考えたビジネスプランを実行し、その先で待つ経験から学びを得ることができるプログラムです。決して楽ではありませんし、楽しいことばかりではありませんが、ここから得られる学びはとても大きなものです。ぜひ多くの高校生の皆さんに参加していただきたいと思います。

リアビズで得た経験が皆様の将来の一助となることをお祈りいたします。今後ともリアビズをよろしくお願いいたします。

第二回リアビズ学生スタッフ　役職一覧

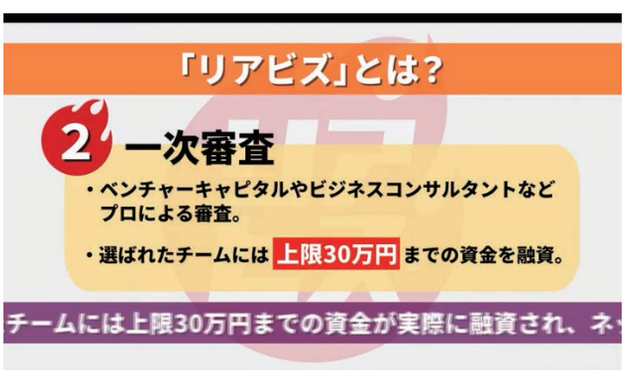
白戸 玲寿	東北大学	２年	リーダー
山本 桐也	東京大学大学院	１年	メンター
田島 祐也	東京大学	４年	メンター
鈴木 悠希	新潟大学	４年	広報担当・メンター
森 愛美	駒沢女子大学	３年	広報担当・メンター
須永 智也	慶應義塾大学	３年	メンター
谷 尚俊	東京大学	３年	募集選考担当・メンター
笹山 順平	大阪大学	３年	メンター
越智 耀亮	九州工業大学	３年	メンター
杉原 諒	北海道大学	３年	メンター統括・メンター
中島 理乃	京都大学	２年	広報担当・メンター
磯部 元政	京都大学	２年	オンラインセミナー担当･メンター
高良 厚公	東京大学	２年	メンター統括担当・メンター
赤井 遥	慶應義塾大学	２年	メンター
梅木 康多	自治医科大学	２年	メンター
坪田 実那美	慶應義塾大学	２年	スタッフ
國﨑 優佑	早稲田大学	２年	スタッフ
井上 博裕	広島大学	１年	メンター
入山 七海	大阪国際大学	１年	メンター
濱田 美和	慶應義塾大学	１年	募集選考担当・メンター統括
安陪 玲音	慶應義塾大学	１年	メンター
菅原 充希	北海道大学	１年	募集選考担当･オンラインセミナー担当・メンター
野口 晃平	関西大学	１年	募集選考担当･オンラインセミナー担当･メンター統括担当･メンター

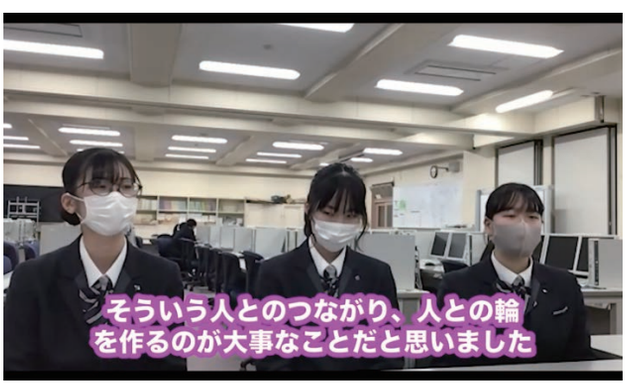
表彰式

1 月 15 日、表彰式を行い、YouTube で配信しました。高校生、メンターの方々とは zoom を繋ぎ、オンラインでご参加いただきました。

金子昌資　認定 NPO 法人 金融知力普及協会 理事

開会に際して、金子昌資 金融知力普及協会理事長よりご挨拶を申し上げました。高校生への労いの言葉に加え、結果として去年を大幅に上回るリターンが上がったことが報告されました。





各チームの賞を発表した後、ご出席いただいた社会人メンターの皆様からコメントを頂戴しました。

定期的なミーティング等、高校生をそばで支えてくださった社会人メンターの皆様のお言葉は高校生にとって大きな財産となりました。

審査員　御手洗 伸 様 （長島・大野・常松法律事務所 弁護士）

審査員　岡辺 公志 様 （TMI 総合法律事務所 弁護士）

審査員　森田 均 （認定 NPO 法人 金融知力普及協会 理事）

審査員　大浦 学 様 （株式会社日本クラウドキャピタル代表取締役 COO）

審査員　佐藤 雅彦 様 （一般財団法人　三菱みらい育英財団　事務局部長）

最終審査を行った審査員の皆様からご講評をいただきました。審査に関わる書類へのフィードバックだけではなく、決算書類を作成する重要性についてのお話や、リアビズの経験をどう人生に活かしていけばいいのか、などの貴重なお話をいただきました。

＊組織名・肩書は当時のもの

本大会をご支援してくださっているスポンサーの皆様より、ご挨拶を頂戴しました。

中尾 悠良 様　（エム・シー通商株式会社　営業部）

石村 賢一 様　（株式会社Ｅストアー　代表取締役）

藤野 英人 様　（レオス・キャピタルワークス代表取締役会長 兼 社長・最高投資責任者）

審査員長であり、メインスポンサー、そしてリアビズのファウンダーでもある、レオス・キャピタルワークス代表取締役会長兼社長・最高投資責任者である藤野英人様よりいただいたご挨拶を紹介いたします。

レオス・キャピタルワークスの藤野英人でございます。この度、リアビズのスポンサーをさせていただいております。

リアビズの趣旨は、高校生が実際にビジネスをインターネット上で展開して、仕事の楽しさ、会社経営の難しさ等、あらゆることを学んでもらうことです。実際にリアルのお金を使って本当にビジネスを展開するというところが、リアビズの面白いところです。やっていることは大人も高校生も変わらず、企画し、仲間で工夫し、資金調達を行い、仕入れを行い、加工し、それをマーケティングしてお客様に販売をし、資金を回収して、またお金を借りたり出資元に返済したりして、最終的には利益を競うという P/S の一連の流れをシミュレーションするということです。

この企画を通じて、感想文からではありますが、チームの結束の難しさ、チームで物事を達成することの難しさと素晴らしさ、ビジネスを展開することの難しさ、一方でお客様に喜んでもらう、評価をしてもらう支持を受けるということの楽しさを感じているということがよくわかりました。

私たちレオス・キャピタルワークスは、主に「ひふみ」という投資信託を通じて、日本の皆様に投資の楽しさすばらしさを伝えています。しかし、投資の背景には企業活動があり、その企業活動の中には、汗と涙と楽しみというようなものが凝縮されています。私たちがリアビズを応援している理由は、そのような会社の活動のすばらしさを、早いうちに、学生のうちによく学んでいただいて、将来、自分たちが会社を作る、就職するという時に、具体的に、ポジティブなイメージを持ってもらいたいという思いで、この企画を立ち上げてスポンサーをすることにしました。

今回参加したすべての高校生の皆さん、素晴らしかったです。私も実際の皆様の記事を見て、本当に感動しました。ぜひ、この次も、多くの人に挑戦していただいて、リアビズが長く続く素晴らしい高校生のビジネスコンテストになることを、心からお祈りしています。それでは、私の挨拶を終わりにしたいと思います。

結果は以下の通りとなりました。

<u>グランプリ</u>
安田女子高等学校　アカイカンナ

<u>金賞</u>
東京農業大学第一高等学校　プルウ
金光学園高等学校　じーんず
東京都立第五商業高等学校　美麗
北海道札幌国際情報高等学校　バルネス
安田女子高等学校　アカイカンナ
江戸川学園取手高等学校　グルック

<u>銀賞</u>
江戸川学園取手高等学校　ユーカレコ
愛媛県立北宇和高等学校　鬼の町工房

<u>銅賞</u>
山形県立庄内総合高等学校　くりーんあーすどるふぃんず
高知工業高等専門学校　ビースティケージ

金賞、銀賞、銅賞は売上、商品の出来、マーケティング、決算書類の正確さを評価して授与されました。

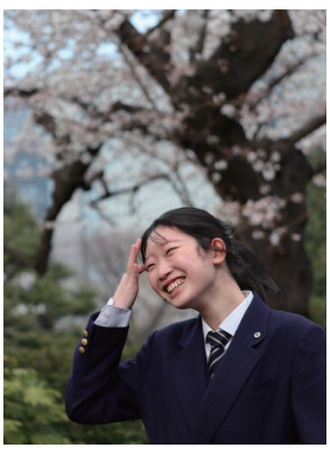
グランプリは、プログラムを通して素晴らしい成果を上げ、最も深い学びを得たチームに授与されました。グランプリに選ばれたチームには、副賞として 100 万円相当のビジネス研修旅行が贈呈されました。

Youtube で配信された表彰式の様子は
下記の QR コードからご視聴いただけます。

研修旅行

グランプリを受賞したアカイカンナには副賞として 100 万円相当の研修旅行が贈呈されました。

DAY1　メンター交流会
DAY2　アクティビティ　富士急ハイランド
DAY3　東京証券取引所・株式会社 E ストアー
　　株式会社レオス・キャピタルワークス　視察
DAY4　タクトピア株式会社研修



大森瑠依
仕入れ部

研修でまず行ったのは、和洋九段女子高等学校との話し合いでした。私たちの活動が東京にまで伝わって、広めたいと思ってくださったことがとても嬉しかったです。

そして、2 日目は富士急ハイランドに行きました。凍結していて乗れないアトラクションもありましたが、ジェットコースターの高飛車や、戦慄迷宮など、とても楽しい思い出になりました。

3 日目からは本格的な研修に入ります。東京証券取引所さんと、Estore さん、レオスさんに伺いました。

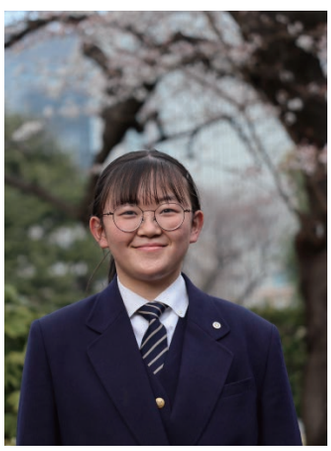
Estore さんでは、私たちがリアビズで経験したビジネスについて、より深く学ぶことが出来ました。仕入れや販売の戦略をアプリで体験でき、分かりやすかったし、自分が入れた数字をもとに利益が出たり、会社が倒産してしまったりするワクワク感がとても楽しく、研修が終わったあともみんなでアプリで遊んだりしました。

東京証券取引所さんと、レオスさんでは、株式や投資について学びました。社会の授業だけでは理解出来なかったり、説明されなかった部分を分かりやすく噛み砕いて説明してくださったので、投資信託や証券取引について理解することができました。株や投資は、自分たちにとって身近なものではなく、あやふやな存在だったけれど、今回の研修を通してとても興味が湧き、もっと知りたいと思いました。

そして最終日には、タクトピアさんに研修に行きました。タクトピアさんでは、未来の自分について考えました。私にとってこの研修が 1 番心にくる研修でした。私は、自分のなかで自分の未来像が確立していないし、将来の夢も決まっていない状態だったけれど、アカイカンナのメンバーはちゃんと自分の将来像を考えられていて、私もちゃんと考えようと改めて思いました。

今回のリアビズに参加したことで得られたものも沢山あったけど、優勝したことでもっとたくさんのことを学ぶことが出来ました。優勝しなかったら、東京の企業の方とお話する機会なんてなかったと思うし、学生メンターの方や運営の方とゆっくりお話する機会もなかったと思います。すごく貴重な 3 泊 4 日でした。

それに、今までの集大成として行けた富士急や、運営の方が用意してくださったご飯も毎回すごく美味しくて、広島には無いお店にも行けました。すごく楽しかったし、色々な経験ができた研修旅行でした。この旅行をこれからの自分に活かしていきたいです。



池上桃愛
社長

3 泊 4 日の東京研修旅行を通して私は、今までリアビズで身に付けきた知識の復習また、新しい知識を取り入れることが出来たと感じている。

1 日目のメンターとの交流会では、私たちがまだ体験したことのないお話や、興味深い体験談を聞くことができ、経験することの大切さをメンターの方々から教わった。

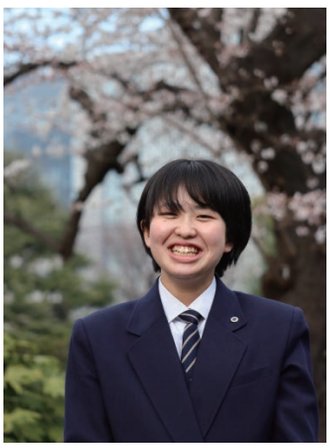
2 日目のアクティビティでは、富士急ハイランドを視察しに行き、商品や乗り物に対する宣伝の仕方や商品の売り方を間近で感じることができ、研修旅行ならではの学びを感じた。

3 日目の東京証券取引所での研修では、お金の長い歴史を学べただけでなく、本物の取引を目にすることで取引の難しさや取引をする中での常識を学ぶことが出来た。

また、株式会社 E-Store での研修では、実際にアプリなどを使って経営のコツを復習しながら学ぶことができると同時に実際に会社を経営されている方目線での経営方法を学び、アプリを使って身に付けることが出来た。レオス・キャピタルワークス株式会社での研修では、投資する側から見た会社の経営方法だったり経営の基礎を学ぶことができ、多くの発見が出来た。

4 日目のタクトピア研修では、LEGO を使って自己紹介や未来の想像など、頭で考えることをまず LEGO にした後でメンバーに伝えるという体験をして、とても楽しみながら相手の意見をしっかり聞きつつ、自分の伝えたいことを他の人にも分かるように説明する技術が短い時間で身に付き、磨かれたと思う。

最後にこの研修旅行を通して、実際に本物の会社に触れることで多くの知識を学び、体験することが出来たと思う。また、この新しく得た知識や経験を今後磨いていきたと思う。



楠咲乃
経理部

今回グランプリの副賞として、東京へ研修旅行に行きました！

今回の旅行で、色々な事が学び、体験することができました。

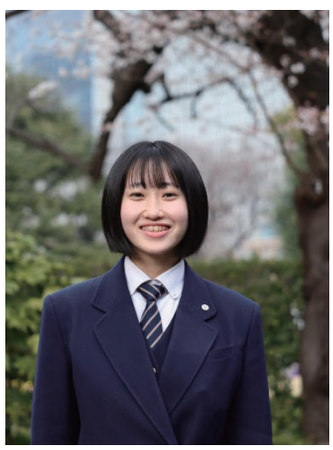
1日目、夕方に東京に着き、和洋九段女子高校の方たちが、私たちの活動を応援してくださり、協力したいと言ってくださって直接お会いしてお話をしました。私たちの商品を買取していただいて東京で販売してくださるようで、私たちの想いがさらに広がると思うと、とても嬉しかったです。その日の晩、初めてシュラスコを食べました。大学生の方々とも交流ができて楽しかったです。

2日目、この日はアクティビティとして、富士急ハイランドへ行きました！初めての富士急でワクワクしていました。あいにくこの日の山梨は雪が残っていたので、滑走路凍結で乗れなかったアトラクションがあったのですが、1番の目的の戦慄迷宮に行けて良かったです。

3日目、この日は1日研修でした。まず、東京証券取引所へ行きました。正直、株のことに関しては知識ゼロで興味も無かったのですが、お話を聞いてかなり興味が湧きました。私なりですが、株のことも理解できました。次にE-storeへ行きました。ここでは、シミュレーションのアプリを使って資産の運用について学びました。最初は、すぐに倒産してしまい、まったく分からなかったのですがやっていくうちになんとなくコツを掴み、かなりの利益を出せるようになりました。少しハマり帰ってもみんなでやりました。次に、レオス・キャピタルワークスへ行きました。ここでは、投資信託について学びました。投資の意味についてあまりわかっていなく、良いイメージもあるわけでは無かったのですが、今回話を聞いて改めて投資について知れて、イメージも変わりました。将来、自分のお金を貯めるだけではなく、使っていきたいなと思いました。

4日目、最後にTAKTOPIAの方に来ていただきました。以前学校に来ていただき研修をしました。今回は前回とはまた違った研修でとても楽しかったです。LEGOブロックを中心に自分を表現しました。架空の生き物や、その生き物を自分に当てはめたり、将来の様子をLEGOブロックを使って創造したりと、色んなことを考えました。まだ、私は将来はっきりとしたい事が決まっていなかったのですが、今回の研修で発表していくうちに「○○したいなぁ」「○○な人になってみたい」など、色々考えることができました。

この4日間で私は、色んなことを吸収できたと思います。初めて食べる物や、初めて考えた事、改めて見直したり、将来に影響しそうな事もあり、凄く濃い4日間を過ごせました。コロナ禍で、あまり旅行も出来てない中この研修旅行ができてとても良かったです。ありがとうございます。



城山藍子
人事法務部

東京証券取引所

東京証券取引所では、リアルタイムで経済の動きを知る事ができました。マーケットセンターなどテレビでしか見たことのない場所だったので、見させていただいた時には、実際の大きさ、株価の変動の速さに驚かされました。まだ私にとっては難しく、全てを理解することは出来なかったですが、これから社会に出ていく身として、社会や経済の動きに目を向けて理解していきたいです。

株式会社E-store

E-storeさんのお話しをお伺いして、事業を継続していく難しさを知る事ができました。アプリを使い経営構造を学ばせていただきました。何にお金をかけたら良いのかを考えながら商売を開始し、3月末日の所持金、現金残高の多さを競うというゲーム形式で学べるアプリでした。実践してみると、倒産したり赤字になってしまったりと、とても難しかったです。そのアプリを通じて店舗の運営で大切な順番などを教わりました。

レオス・キャピタルワーク株式会社

レオス・キャピタルワークさんの元にお伺いして、まず自由な席に座って仕事をするという事に驚きました。お気に入りの席を見つけ、そこで仕事をすることで作業が捗るという発想は、当たり前を覆す素敵な発想だなと感心しました。また、お話の中に出てきた「レオスバリュー　～働く私たちが大切にしていること～」では仕事の時だけでなく日常でもとても大切ないことで感嘆させられました。

タクトピア株式会社

タクトピアさんは、vision workshop という企画をしてくださいました。LEGO を使い「新種の動物」を作ったり、「8 年後の自分」を作ったり、と正解のない自由な発想力で色々な不思議なものが完成しました。LEGO だからこそ表現できる自分があり、友達の新しい部分が知る事ができ、とても楽しい充実した時間になりました。

3 泊 4 日とても楽しい研修旅行でした！！

関わって下さった皆様ありがとうございました！

宮川佳子
広報・マーケティング

私はこの研修旅行でよりレベルの高い社会やビジネスの仕組みを知ることが出来ました。

印象に残った研修は東京証券取引所です。

東京証券取引所では渋沢栄一を中心に株式市場の歴史などを、展示物を見ながら、教えていただきました。証券取引所の成り立ちを聞いて、昔はこんなにもアナログ的だったのかと驚きました。展示物では、昔使われていた実際の株券を見て、想像よりサイズが大くて衝撃でした。

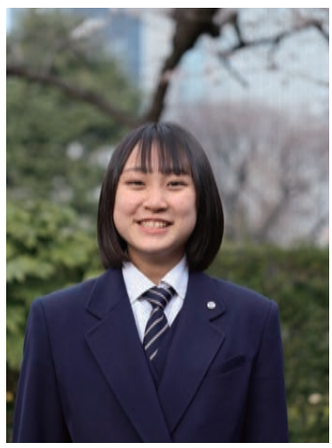
東京証券取引所の中を案内していただいた際にも、様々な事を知れました。カニは、横ばい (相場が上がらない) を連想させるため縁起が悪いそうです。逆に、うなぎはうなぎのぼりを連想させるので縁起がいいとされているそうです。

リング型の株価モニターも実際に見て迫力を感じると共に、アナログ的だった頃からの進化に感激しました。株価モニターの見方なども教えていただき新しい知識、発見が沢山ありました。普段あまり触れない事だったのもあり、とても刺激的で楽しかったです。

その他にも、レオス・キャピタルワークスでは、「投資」について教えていただきました。タクトピアでは、レゴを使ったワークショップで未来の自分を制作しました。E ストアーでは、「豊島商店」というアプリを使って商品販売のシミュレーションをしました。

どの研修も新しく知る事ばかりで、自分のみている世界はまだとても狭いなと感じました。このような機会を与えてくださった、沢山の方々には感謝しかありません。

これからも沢山の事を知り自分の世界を広げていきたいと思います。



山本綾乃
広報マーケティング

今回の研修旅行で色々な方からたくさんの事を学びました。

まず初めに、東京に着いてから和洋九段女子高等学校の生徒さんたちと私たちの商品のことについてお話しする時間をいただきました。以前から、和洋九段の生徒さんたちは私たちの商品を自身の学校でも売りたいというお話を聞いていました。私たちの商品に込められた思いを実際に伝えるのは、オンライン上と全然違い、私たちの思いを相手方により伝えることができたのではと思います。このような機会をいただいて本当に感謝しています。

東京証券取引所では特別に機会をいただいて入らせてもらいました。私自身普段ではあまり考えることのない株について詳しく学びました。東京証券取引所の入り口付近のはステンドガラスでできていて天井がありません、これは株の上昇が行き止まらないようにだそうです。このように一つ一つに意味が込められていて感動しました。

株式会社 Estore では実際にアプリを使って商売について考え学びました。今回の模擬企業体験とも繋がるところがありやっていて楽しかったです。周りのみんなと競争形式で進めていったので効率よくポイントを押さえながらできるように気をつけました。

レオス・キャピタルワーク株式会社さんでは投資についてお話ししていただきました。実際にお世話になった中木さんとお会いすることもでき、メンターをしてくださった時から熱意あるアドバイスをいただいていたので嬉しかったです。正直投資についてあまり詳しくなかったのでとてもためになりました。私の思っているより遥かに上の金額のお金が移動していて衝撃的でした。

最後に、タクトピアの木村さんと一緒に 8 年後の自分について考えました。8 年後の自分をレゴで表すという斬新なもので私自身このような抽象的な表現をすることが好きなのでとても楽しい時間でした。みんな将来の夢が明確に決まっていなくてもレゴで表現をして意味が込められた説明を聞くことが興味深かったです。

今回の研修でたくさんの人と出会い、たくさんのことを学びました。新しいことを吸収するために貴重なお話を聞くのも楽しいし、逆に私

たちの経験を話すことも楽しかったです。この貴重な体験を将来にも生かしていきたいです。とても充実した３泊４日の研修をありがとうございました。

田口智之
教諭

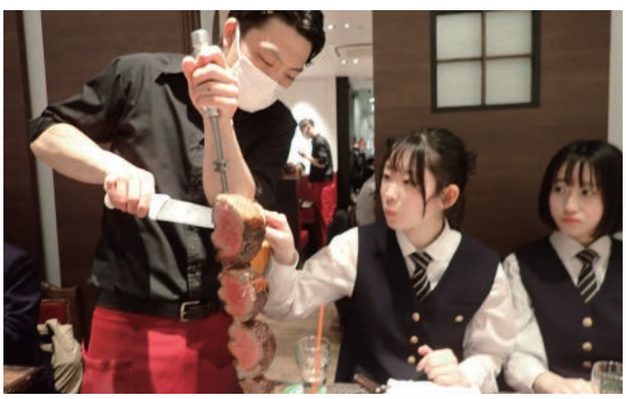
この研修旅行の期間を通して、アカイカンナがグランプリを受賞することができた要因を考えてみた。生徒が失敗を恐れず行動を起こしたこと。最後までやり通したこと。いろいろと思いついたが、やはり最大の要因は、周囲の人たちの力を借りたこと、だと思った。

たくさんの助言をいただいた社会人メンター。実店舗で取り扱ってもらうための交渉に応じていただいた地元企業のみなさん。そして地元企業の方たちを紹介してもらった生徒の家族。など、本当に多くの方の力を借りたからこそのグランプリだったと思う。今回の研修旅行では、レオス・キャピタルワークスの社会人メンターのＮさん、安田女子高校・ＳＴＥＡＭコースでもお世話になったタクトピアのＫさんとお会いすることができ、新しい学びや刺激をいただいた。社会に出てバリバリ働いている人たちは、やっぱりすごい。

高校生だけでできることは本当に限られている。いつもの授業や部活動もあるから、リアビズの活動に使える時間もそこまで多くはない。だからこそ、自分たちでできることと、できないことをしっかりと考え、できないことは周りの人たちに頼るしかないのだ。助けを求め、多くの刺激をもらって、グランプリを目指そう。

フォトギャラリー

JPX
TOPIX
1959.77
JPX-NIKKEI 400
17684.66
日経平均株価
27726.14
JPX
GLOBAL MONEY WEEK
24 March 2022

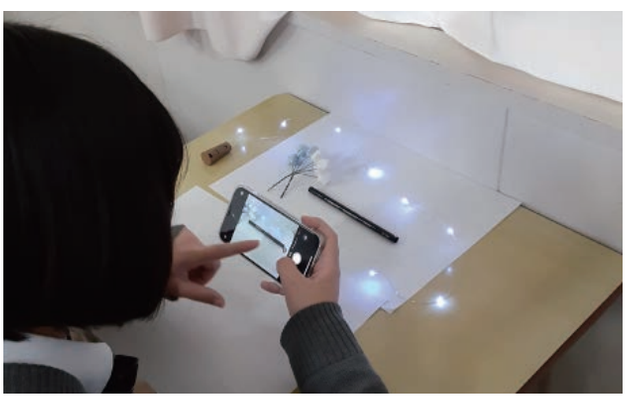


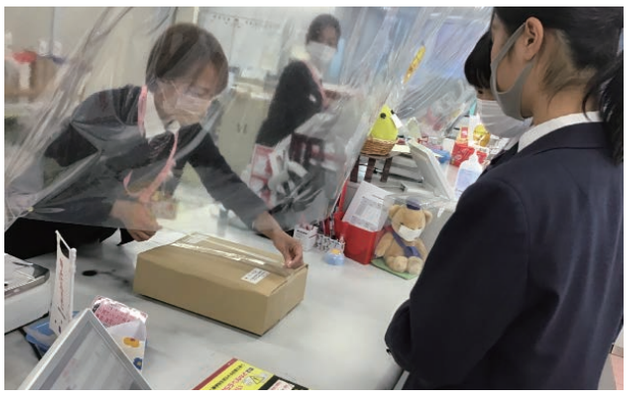
ALEGRIA

歩
金

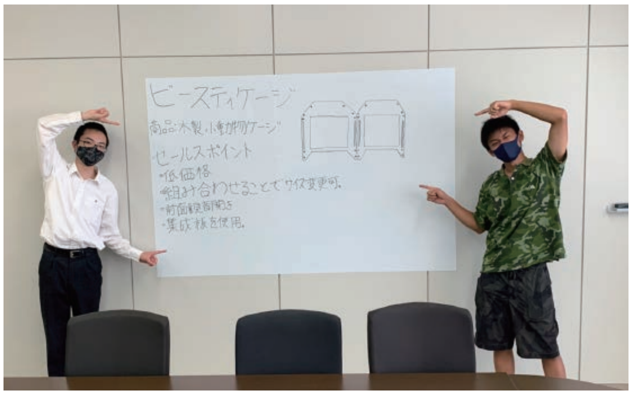
金
歩

金
歩





Ethical Time
POP CORN


ビースティケージ
商品:木製小動物ケージ
セールスポイント
・低価格
・組み合わせることでサイズ変更可。
・集成材を使用。

AED
990

EDO TORI
GLück

第三回大会のお知らせ

リアビズは、リアルなビジネス体験を通じた多様で実践的な学びの場の実現を目指しています。単に「高校生に起業を薦めるプログラム」ではありません。

一次審査に参加するだけでも、事業計画や収支計画を立て、広報戦略を練り、仕入れをお願いするであろう業者の方と交渉する必要があります。

一次審査を通過したら、実際にお金を使って仕入れをし、広報活動をし、商品を販売し、決算書類を作成していただきます。加えて、オンラインセミナーで実践的な知識や将来のキャリア形成に役立つ気付きを得ていただきます。

経理をやってみてその面白さに気付く人。仕入れの話合いを通じて、ビジネス交渉のスリルに夢中になる人。新しい商品を考えて実際に売れて感動する人。ホームページをきれいに作成することに充実感を感じる人。プログラムの中で、将来に結びつく学びを得る箇所は人それぞれです。

お金を使うことで、あなたの「やりたいこと」は実現できます。しかし同時に、お金を使うことには、大きな責任が伴います。

参加者の皆様には、真摯に、そして全力で、プログラムに取り組んでいただきます。でも、だからこそ、お金を通じて得る経験、学びはとても刺激的で、あなたの次の一歩を踏み出すきっかけになると確信しています。

君の『プラン』の、その先へ。人生を変える、リアルビジネス体験プログラムに、参加してみませんか。

第三回大会の実施も決定しております。

【スケジュール予定】

2022 年

４月	大会要項発表
５月～６月	一次審査　準備期間
７月	一次審査　応募書類受付期間
７月	一次審査　結果発表
８月～１０月	出店　準備期間
１１月	販売期間
１２月	決算書類作成・提出

2023 年

２月	表彰式

Special Thanks

一般財団法人
三菱みらい育成財団

助成
一般財団法人三菱みらい育成財団様

本プログラムは、より先進的、特徴的、または効果的な
「心のエンジンを駆動させるプログラム」として助成先に採択され、実施されました。

RHEOS CAPITAL WORKS

協賛
レオス・キャピタルワークス株式会社様

ONLINE MARKETING AND SYSTEMS
Estore

協賛
株式会社Ｅストアー様

エム・シー通商株式会社

協賛
エム・シー通商株式会社様

総務省
MIC Ministry of Internal Affairs and Communications

後援
総務省

高校生模擬起業グランプリ

主催 認定NPO法人 金融知力普及協会
Association for the Promotion of Financial Literacy

助成 一般財団法人 三菱みらい育成財団

協賛 RHEOS CAPITAL WORKS

ONLINE MARKETING AND SYSTEMS
Estore

経済産業省特定新規事業認定56号
エム・シー通商株式会社

総務省
MIC Ministry of Internal Affairs and Communications