

世界とつながる
教室

高校生が BOPビジネスに挑戦!

日本の高校生でもできる国際協力があるはず。そう信じて、宮崎県立富島高等学校の生徒たちが取り組んだのは、ウガンダの子どもたちのポストカード作りだ。



授業で学んだパソコンのスキルを生かしてポストカードをデザイン。地元の印刷会社からもアドバイスをもらった



地元の飲食店や美容室を回り、ポストカードを置かせてもらえないか交渉。営業トークに使った知識は地道な研究のたまものだ



ウガンダの子どもたちにカメラの使い方を教える藤岡先生。初めてカメラを手にして、大盛り上がりだった

世界とつながる ビジネスを探そう

「家のお手伝いで学校に行けない子がいるなんて!」
「1日3食は当たり前じゃないだね」
会話の中に、張り詰めた空気が流れる。
「授業で学んだことを生かして何かできないかな」

今から約2年前、宮崎県立富島高等学校の「課題研究」の授業でのこと。開発途上国の現状について調べていた生徒たちは、次のアクションに頭を悩ませていた。

「課題研究」は富島高校の3年生の必須科目。週1回、全クラスが5班に分かれて、研究に取り組み。その一つ、「生徒商業研究班」では、2012年の春に「途上国について調べてみたい」という声が上がった。「東日本大震災で世界中が日本を支援してくれたのを知って、自身も困難な中で手を差し伸べてくれた途上国に興味を持ったようです」と担当の藤岡裕

巳先生は話す。

その名の通り、この班のテーマは、商業を軸にした研究。それならビジネスを通じて、世界とつながる方法はないか。みんなで話し合った結果、見つけたのがBOPビジネスだ。生徒たちにとっては想像もつかなかった分野。まずは日本で、そして海外で、どのような実践例があるのかを調べた。

そして、実際に途上国でBOPビジネスに携わっている人に話を聞こうと、縁あってつながったのが、鹿児島県に事務所を持つ公益財団法人ネイチャリング財団。松村一芳代表を授業に招き、活動地の一つであるウガンダの現状について聞いた。

「私たちができるBOPビジネスって何だろう」。松村さんから聞いた情報を頼りに、意見を出し合う生徒たち。そして、たくさんアイデアの中から選ばれたのが「ポストカードの共同制作」だった。現地の子どもたちに写真を撮ってもらい、その写真を使ってポストカードを作り、日本で販売する。その収益を現地の学校支援に充てようというものだ。

しかし高校生にとって、アフリカはやはり遠い。そこでまずは、藤岡先生が松村さんの協力を得てウガンダを訪問して現地の様子を見てみることにした。実は、藤岡先生にとっても初めてのアフリカ。自分が見て、感じてきたことをそのまま生徒に伝えることも意味があると思っただ。帰国後に藤岡先生から話を聞いた小川真由さんは「一番衝撃的だったのは、人身売買です。人の価値までもがお金で決められてしまうなんて悲しいと思います」と、唇をかみしめていた。



商店街でポストカードを販売。買い物帰り、生徒たちの熱心な呼び掛けに足を止める人も多かった



日本とウガンダで ものづくりに取り組む

試験販売を目指して、現地で藤岡先生が集めてきた写真でポストカードの制作に取り掛かった。パソコンでのデザインは、授業で習った技術から応用できる。何といっても、売れる。商品であることが大事。写真選び、デザイン、ロゴの作成。何度も何度も繰り返し直し、ついに8種類のポストカードが完成した。その次は、販売戦略会議だ。まずは身近なところから。文化祭や地域のお祭りなどで販売するために、看板作りなどにも奮闘した。

そして1年がたった2013年の春、3年生は後輩に活動を託して卒業。後輩たちは販路拡大のため、街中の飲食店やカフェなどに置いてもらおうと営業活動を始めた。その収益で購入した2台のデジタルカメラを携え、夏には藤岡先生が再びウガンダへ。もちろん、カメラなんて手にしたことのない子がほとんど。新しいポストカードの素材を撮ってもらうために、生徒たちは、写真の撮り方のDVDを作って藤岡先生に託した。

そこから、メールでのやり取りが始まった。ウガンダから撮影された写真が送られてくるたびに、どの画像が日本人の心に響くかを検討する。ポストカードに加え、しおりやメモ帳、カレンダーも作ることにした。「ウガンダとの縁から生まれた商品を通じて、私たちの思いを皆さんに届けたいと思います」と柳井和佳奈さんは話してくれた。

置かせてもらえるように。活動を知った県外の人からも「イベントで販売したい」と声が掛かるようになった。「今まではより便利なもの、より楽な道を選ぶようになっていました。でもウガンダでがんばる人たちのことを知って、僕も大学進学を決めました」と大坪冬輝くんは目を輝かせる。



魅力的な商品になるよう、写真の配置や字体など何度もデザインをやり直した



小さな子どもたちもアフリカの写真に興味津々

※年間3,000ドル以下で暮らす貧困層(BOP: Base of the Pyramid)を対象としたビジネス。