

「全国高校生合同販売からはじまる長野モデル若者づくり事業」 (デパートサミット事業)

取組に至る背景・事業の目的

商業高校における、従来の理論中心の教科書による全国標準の学習では、各地域の特産物などを特色ある教材として活かすことができず、若者が地域の課題を理解することができない。また、若者の地域への貢献意識が薄く、県外へ出て行ってしまおう。

長野で生まれ育ち、働く若者のため、これからは身近な地域に視点を向けた学習が必要である。地域の特産物や伝統文化を教材として、地域ブランドの開発や全国への発信など、商品開発や販売を通じた実践的な学習を行い、地域に貢献できる人材の育成を行う。

事業内容

・マーケティング塾

県内13校の商業を学ぶ高校生約60名が一堂に集い、百貨店やマーケティング分野に関する大学教員等を招いてブランドづくり戦略および県内企業と連携した商品開発を行うマーケティング塾を開催した。

・デパートゆにっと

学んだ内容を検証する場として、8月18～20日にながの東急百貨店にて、地域密着型商品企画開発を行っている県外12校(約50名)との合同販売や県内企業と連携開発した商品を中心とした物品販売を行う「デパートゆにっと」を開催した。



【販売の様子】

事業効果

・マーケティング塾での講義を通して地域資源の発掘に対する意識が高まり、地元の特産物を用いた商品の開発を進めることができた。

・地域に根付いた商品を開発し、実際に販売することで地元のブランド力を高めようという意識が高まった。

・ながの東急百貨店でのイベントを全国の商業を学ぶ同士と盛り上げるとともに、生徒同士の輪を広めることができた。そのことにより夏の長野のイベントとして、広く周知することができた。

・本事業を通し、地元企業の方々をはじめ多くの大人たちと生徒が関わることで、主体的に考え動くことの大切さや必要性、販売を通して表現力やコミュニケーション力を養うことができた。

工夫・苦勞した点、課題、今後の取組など

今後はマーケティング塾での学びを通し、引き続き地域産業に貢献できる人材の育成を目指す。

また、松本大学の協力を得ながら、商業を学ぶ生徒たちに質の高いマーケティングの学びを提供するとともに、市場に求められる地域ブランドの確立を目指し、商品開発に携わらせていく。

さらに、デパートゆにっとが長野モデルとして定着し、全国のより多くの生徒たちに参加してもらえよう全国にこの活動を発信する。

【選定のポイント】

高校生が地域の企業と連携して商品開発を行い販売したことにより、次世代の地域を担う人材育成が図られるとともに、地域特産物の消費拡大につながることを期待できる。また、高校生が企画開発した商品が大手コンビニチェーンで販売されるなど事業効果の広がりがみられる。

団体名	長野県商業教育研究会 (長野市)	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	026-234-7666 (長野商業高等学校内)	事業費	4,297,206円
		支援金額	1,326,000円