

特集 ソーシャルビジネスの現状と支援のあり方

第2章

教育と地方の改革に挑む ファーストペンギン

株式会社Prima Pinguino 代表取締役社長 藤岡 慎二 氏



小林 真実

東京都中小企業診断士協会 / 長野県中小企業診断士協会

日本では、人口流出により過疎化・高齢化が進む地域が年々増加しており、大きな社会的課題となっている。

株式会社Prima Pinguino（プリマペンギノ）は、そんな社会的課題の解決にいち早く取り組み始めた企業の1つである。同社が手がける学校教育の改革は、地域活性化・地方創生につながっている。本章では、代表取締役社長の藤岡慎二氏に具体的な取り組み内容や、取り組みにかける思いなどを伺った。



Prima Pinguino 代表取締役社長の藤岡氏

1. 「高校魅力化プロジェクト」とは

日本の公立高校は、少子高齢化の影響で統廃合が進み、その数は年々減少している。高校がなくなれば、その地域から子育て世代は出て行ってしまいます。そして人口が減れば、その地域の経済は衰退していく、という負の連鎖が起きる。それを食い止めるべく、同社が

取り組んでいるのが「高校魅力化プロジェクト」（「高校魅力化」とも表現する）である。

高校魅力化プロジェクトは、①高校でのカリキュラム改革、②公営塾、③教育寮、④放課後における特徴ある部活動の4つで構成される。本項では①から③について紹介する。

①高校でのカリキュラム改革

高校が独自に設定する「総合的な探究の時間」や学校指定科目を活用し、その地域・学校でなければ学べない独自のカリキュラムを作る。たとえば、地域住民や行政とともに地域の問題を発見し、課題の設定から解決策の策定、実行を行う地域学などがある。

②公営塾

地方には塾や予備校が少なく、都市部との教育格差につながっている。そこで、公営の塾を作り、ICTやAI、映像授業を活用した、生徒それぞれの志望校や進路に合わせた授業を行う。それに加え、公営塾でも地域の課題を発見・解決しながら学ぶことができるカリキュラムを組む。

③教育寮

食事と寝床を提供するだけではなく、先輩や大学生、社会人とも交流できる場を作り、調和のある人格を育成する全人教育を施す。

これらの取り組みで魅力ある高校を作り出し、学生の課題解決力やリーダーシップ、社会性などを育む。これらが評判となり、子育て世代を中心とした人口の流入等にもつながっている。

2. 「高校魅力化」との出会い

(1) 学生からいきなり起業

藤岡氏は大学院卒業後、すぐに教育コンサルティング会社として同社を設立。父親も起業家ということがあり、起業への抵抗感はあまりなかったという。

自分自身がAO入試を経験し、学生時代もそのノウハウを教えていたことを生かして、推薦・AO入試（現在の学校推薦・総合型選抜）対策のための教材開発やコンサルティングを始めた。当時、そういった事業を行っている企業はほかになかった。

「やったことがないことを恐れても仕方がない。自分がやるしかないなら、やってみればいい」

藤岡氏が始めた事業は順調に成長し、他社から真似されるほどとなっていた。

(2) 「高校魅力化」の世界に飛び込む

ある時、藤岡氏は推薦・AO入試対策に関する講演をするために秋田県へと向かった。そこで目にしたのは、下りたシャッターばかりが広がる街並みだった。夕方6時、本来あるはずの賑わいが無い。「日本にこんなところがあるのか」と愕然としたが、同時に「自分に何かできないか」という思いがわいた。

その2ヵ月後、高校魅力化プロジェクトのプロデューサー・岩本悠氏からのメールが友人づてに届く。

「離島での教育改革に挑戦したい人はいないか」

教育業界で交友関係が広い藤岡氏に、「島根県の離島、隠岐島前（おきどうぜん）と一緒に高校魅力化に取り組んでくれる人を紹介してほしい」という意図で送られてきたものだった。

「いや、僕が行きたい」

とっさに手を挙げた。これが、高校魅力化プロジェクトにかかわるきっかけとなった。

(3) 他人ごとから自分ごとへ

2010年3月、藤岡氏は周囲の反対を押しきって、島根県隠岐島前の海士町へ移住した。

自分は必ず成功させると意気込んでいた矢先、頼りにしていた役場職員から「半年間しゃべらないでいなさい」と言われてしまう。地域住民から、外から来た怪しい人間だと認識されていると諭してくれたのだ。それを聞いて「面白い。なら、半年間黙ってしよう」と思った藤岡氏。とにかく神社の掃除をしたり、スナックの看板の修理をしたりして過ごした。島のお祭りにも片っ端から参加した。

そして半年たったある日、島民の1人から「何のためにこの島に来たのか」と尋ねられる。ようやくしゃべることを許されたのだと思っていると、「なぜ話しかけたかわかるか」と聞かれた。わからないと答えると、「主語が変わったからだ」と返ってきた。

そう言われて気がついた。島に来たばかりのときは、「僕は」、「私は」と言っていた。しかし今は、「僕らは」、「島は」と言い始めていたのだ。島の人たちとともに過ごすことで、島での生活が自分ごとになっていた。

(4) 魅力的な高校づくり

それからは、やりたいことをすべてやったと語る藤岡氏。自身が持つ推薦・AO入試対策のノウハウを活用し、地域の課題を発見・解決するプロジェクト学習を授業に取り入れ、第1節で述べた高校魅力化プロジェクトの取組みを次々に実行していった。

藤岡氏がプロジェクトにかかわり始めてから1年半後には、全国各地から生徒が集まるようになり、1学年1クラスだったのが2クラスに増えた。高校魅力化を始める前は5%だった大学進学率は、現在60%を超え、難関大学に合格する生徒も出ているという。移住者や、大学卒業後に島に戻る若者も増え、地域の活性化にもつながっている。

この高校での成功を皮切りに、同社は現在、全国各地の小・中・高校、大学の魅力化に取り組んでいる。



公営塾「隠岐国学習センター」での高校魅力化プロジェクトの様子（画像提供：株式会社Prima Pinguino）

3. ソーシャルビジネス企業として

(1) ソーシャルビジネスの7原則

藤岡氏が「ソーシャルビジネス」という言葉を認識したのは、2013年頃。その当時、周囲からは「地域活性化・地方創生はビジネスとして成り立つのか」と言われ、同社の取組みはあまり理解されていなかった。

そんな中、ムハマド・ユヌス博士についての記事を見つけた。ユヌス博士が提唱する「ユヌス・ソーシャル・ビジネスの7原則」は、まさに自分たちの取組みを言語化したものだと感じた。

現在、同社の定款には、この7原則が掲げられている（図表）。

図表 ユヌス・ソーシャル・ビジネスの7原則

1. 利益の最大化ではなく、社会問題の解決こそが目的。
2. 財務的な持続性を持つ。
3. 投資家は投資額を回収するが、それ以上の配当は受け取らない。
4. 投資額以上の利益は、ソーシャルビジネスの普及に使う。
5. 環境へ配慮する。
6. 従業員はまっとうな労働条件で給料を得る。
7. 楽しみながら取り組むこと。

出所：株式会社Prima Pinguino 定款より筆者作成

(2) 財務的な持続性を持つ

ソーシャルビジネスとして事業を行ううえで最も困難なことは、財務的な持続性を持つことであろう。同社の収入源の多くは、国や支援先の教育機関が所属する地方自治体の予算である。教育改革の取組みが、地域の活性化につながる。そのため、同社への報酬は地域活性化のための予算として計上される。

「今は国や地方自治体の財源を使っているが、これからは、それらに頼らない新しいビジネスモデルを作っていきたい」と藤岡氏は語る。

4. 「高校魅力化」と地域とのかかわり

(1) 地域の人が立ち上がる瞬間

「地域の人が立ち上がる瞬間です」

高校魅力化の一番のやりがいとは何かという問いに、藤岡氏はこう答えた。

北海道天売島で高校魅力化プロジェクトに取り組んでいたときのこと。全国から生徒を集めようという話になった。しかし、受け入れる場所がない。寮は作れない。そこで受け入れ先の候補として声をかけたのが、地元の旅館だった。

旅館に泊まり、そこのご主人と酒を酌み交わした。「皆さんが動かなければ、この高校はなくなってしまう」と説得するも、反応はよくなく、言い合いとなった。言い過ぎたと反省しながら迎えた翌朝、ご主人の妻からの一言に驚いた。

「夫が、昨日は楽しかったと言っていました」

その数日後、この旅館で生徒を受け入れることが決まった。藤岡氏とご主人は言い合いをした日以降、一度も会っていない。「会っていないけれども、協力してくれているのです」と、藤岡氏は嬉しそうに笑った。

(2) 地域の歴史をひも解く

高校魅力化の肝は、その地域ならではの授業を作ること。魅力ある授業づくりのヒントは、その地域の歴史にあると藤岡氏は言う。

広島県大崎上島の高校魅力化プロジェクトに参画したときのことである。大崎上島には昔、村上水軍の一派・大崎衆が住んでいた。村上水軍は潮流が激しい中で、潮目を読むのに長けていた。藤岡氏は歴史をさかのぼり、その潮目を読む力が時代の潮目を読む力につながっていることに気がついた。「生徒たちが潮目を読み、自分の道を切り開いていくことは、先が見えないこの時代に欠かせない力だ」と地域住民に力強く説いた。

その結果、地域住民の協力により、大崎上島から原爆ドームまでの約100kmの道のりを船に乗り、高校生とともに漕ぐというイベントを開催することとなった。1泊2日の行程の最後、数多くのフェリーが行き交う中、数分間のタイミングを見計らって巖島神社の大鳥居をくぐる。生徒たちは、えも言われぬ達成感と自己肯定感を味わった。

こうした試みが若者と地域とのつながりを生み、その地域に貢献したいという思いを育むのだろう。

5. ファーストペンギンでありたい

(1) 自分のことばで生きる

藤岡氏が注力しているのは、高校魅力化プロジェクトだけではない。これから力を入れていきたいと考えているのが、起業家教育だ。

起業家教育は、中小企業庁が推進しており、チャレンジ精神や情報収集・分析力といった起業家に必要とされるマインドや能力を持つ若手人材を育成する取組みだ。藤岡氏は、起業家教育でも全国各地を飛び回っている。「地元に戻りたいが、仕事がない」と言う若者は多い。自ら仕事を作り出せる人が増えれば、地方で活躍する若者も増えるだろう。

こういった取組みの裏に、藤岡氏が掲げるミッションがある。そのミッションとは、「『自分のことば』でいきる、をふやす。」である。「他人の言葉に左右されるのではなく、自分の意思で行動する。そんな人たちが集まれば、世界が変わる。世界を変える人たちが

集まる未来を作りたい」と藤岡氏は語る。

(2) 社名に込めた思い

社名「Prima Pinguino」は、イタリア語で「ファーストペンギン」という意味。ファーストペンギンとは、リスクを恐れず、新しい分野に果敢に挑戦する人を指す言葉だ。この名が藤岡氏や同社にふさわしいことは、ここまで紹介してきたエピソードからも明らかであろう。

今までもそうだったように、これからもファーストペンギンでありたい。そんな思いを社名に込め、藤岡氏は新しいことに挑戦し続ける。

6. 取材を終えて

筆者の住む地域でも、若者の人口流出の危機が叫ばれている。そんな地元の役に立ちたいという思いで、筆者も微力ながら、地元に戻ってくる若者を増やすための活動を行っている1人だ。本稿をきっかけにソーシャルビジネスに関心を抱き、自らも社会的課題の解決のために行動を起こしたいという同志が増えることを期待している。

藤岡 慎二

(ふじおか しんじ)

慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科修了。2006年に現株式会社Prima Pinguinoを設立。「高校魅力化プロジェクト」をはじめとした教育改革に取り組んでいる。



小林 真実

(こばやし まみ)

大学院卒業後、建材メーカーで商品開発業務に従事。2023年中小企業診断士登録。登録を機に、経営コンサルタントに転身。

