

令和 6 年度 第 38 回販売学習京都すばるデパート まとめ

2025 年 3 月
デパート事務局(教育推進部)

－ 目 次 －

1. 探究的な学習としての取り組みの成果について p.2

1.1: 意義・目標について

1.2: 事務局としての取り組み

1.2.1: 答えのない「問い」

1.2.2: EdvPath による成長の見える化

2. デパートの運営について p.6

2.1: 対面販売とオンライン販売のハイブリッド実施

2.2: キッチンカー経営へのチャレンジ

2.3: キャッシュレス決済の強化

2.4: 探究的な学習活動の深化

2.5: 年間スケジュールについて

2.6: 会場の設営、後片づけについて

2.7: オーダーカード方式による販売について

2.8: 当日の役割分担について

3. 決算書等について p.13

3.1: 損益計算書

1. 探究的な学習としての取り組みの成果について

1.1 意義・目標について

昨年度に引き続き、デパートの企画にあたっては、以下のように意義・目標を設定した。

<意義>

- (1) 「答えのない問い」を解く力を身に付けるための、実学を兼ねた探究的な学習の環境を構築する。
- (2) デパートの準備から実施までに、教職員・生徒・市民(地域企業)が協働して取り組むことで、生徒に社会人基礎力を身に付けさせる。

<目標>

「令和 6 年度 京都府立京都すばる高等学校ビジョンマップ」で掲げられた、《生徒のキャリア形成》《育てたい資質・能力》を重点として、その実現につながる取り組みの企画・実施を行う。

1.2 事務局としての取り組み

1.2.1 答えのない「問い」

- 1st ミッション 取締役への問い「チケットの発行範囲と来場ルール」

6 月中旬に HR 掲示で周知・配信した「R6 京都すばるデパート生徒ガイダンス」において、取締役生徒の募集にあたってこのミッションを課題として投げかけた。

取締役には 2 年生から 15 名、3 年生から 8 名の生徒が立候補し、デジタル投票によって社長を決定、取締役会を発足して準備をはじめた。

7 月下旬に取締役生徒はこの問いについて話し合い、以下の答えを出した。

- 4 年ぶりの対面販売を実施した R5 年度は、チケット制を導入して 1,056 名が来場した。会場のキャパシティとしては、もう少し来場者を増やしてもよいと思われるため、R6 年度は来場者数を増やすようにしたい
- R5 年度はチケットの発行枚数 2,550 枚に対する来場率(回収率)が約 40%であり、この数値は低いと考えている
- R6 年度に来場者数を増やすためには、チケットの配付範囲を拡げるのではなく、回収率の目標を 60%以上にする事で来場者数を増加させる
- そのために、R5 年度は生徒間でのチケットの融通を禁止していたが、R6 年度は店長の管理においてクラス内でのチケットの融通を OK とすることでチケットのロスが減らす方策をとる
- 以上の事から、R6 年度もチケット制とし、全校生徒・教員に 1 人 3 枚のチケットを配付する
- ただし、同窓生(卒業生)の方々からの要望に応じて、同窓生はチケット不要で入場可とする
- また、近隣住民の方々からの要望に応じて、開催前に枚数を限定して近隣住民へのチケット配付を行う

以上のように、議論に時間は掛かりながらも、建設的に議論を進めて問いに対する結論に到達できていた。また、担当教員によるある程度の助言は行ったものの、目標や方策の設定を論理的かつ適正な内容にまとめることができた。

また、この取り組みの結果を担当生徒が以下のようにまとめた。

来場者数結果				
クラス	来場者数	在籍人数	チケット枚数	回収率
1-1	65	39	117	55.6%
1-2	68	41	123	55.3%
1-3	61	40	120	50.8%
1-4	75	40	120	62.5%
1-5	81	40	120	67.5%
1-6	88	40	120	73.3%
1-7	75	40	120	62.5%
計	513		平均	61.1%
2-1	39	31	93	41.9%
2-2	50	30	90	55.6%
2-3	64	35	105	61.0%
2-4	61	35	105	58.1%
2-5	54	34	102	52.9%
2-6	42	39	117	35.9%
2-7	50	39	117	42.7%
計	360		平均	49.7%
3-1	39	28	84	46.4%
3-2	39	28	84	46.4%
3-3	43	28	84	51.2%
3-4	51	33	99	51.5%
3-5	59	32	96	61.5%
3-6	59	32	96	61.5%
3-7	29	36	108	26.9%
3-8	21	35	105	20.0%
計	340		平均	45.7%
先生	25			
まんだい(地域住民)	26			
年・組なし	105			
計	156			
チケット来場者数合計	1,369			
チケットなし	46			
同窓生	161			
全体来場者数合計	1,576		全校平均	56.7%

※「年・組なし」分を含める

結果として、取締役が実施した施策により来場者数は520名増加し、目標とした60%には届かなかったものの回収率を56.7%に増加させることができた。

このように、ミッションを軸としてデパートの基本的な運営方法を「じぶんごと化」でき、PDCAとして自分たちの活動を評価できたことで、取締役として積極的に活動できた生徒が成果を実感でき、探究的な学習効果はあったのではないかと判断できる。

● 各クラス(ゼミ)への問い「来場者数と売上高の予測」

昨年度に引き続き、各クラス(ゼミ)に対しては、以下のように2つのミッションを課した。

- ミッション①「来場者数予測」 9/25(水)第2回店長会議～10/23(水)までの期間
- ミッション②「売上高予測」 10/23(水)第4回会計長会議～11/6(水)までの期間

取締役からの来客率向上の呼びかけに対し、店長は各クラス(ゼミ)の目標来客率を設定しつつミッション①「来場者数予測」に取り組んだ。まったく情報のなかった前年度とは異なり、ある程度の目標が見えた点でより取り組みやすかったのではないかと考える。

このミッション①への生徒の関心度合いを分析すると、当日レポートより「Q. クラスが予測を立てた来客人数は何人でしたか？」との問いに対し、475人/679人(70.0%)が有効とする範囲内の数値を回答していた。昨年度の同じ質問で「覚えている」と回答した生徒の割合が22%であったことから、この取り組みへの理解と関心は大幅に上昇させることができた判断できる。

ミッション②については、内容の性質から会計長を中心として取り組ませた。このミッションの目的としては、適正な仕入量の見極めを学習させる事であったが、以下の集計表を見て分かる通り、実際には予測と実績の比較による評価となってしまった。そのため、「完売＝達成率100%」となり、実際には早い時間に完売した店舗が多かったため、それが適正な仕入量とはいえず、ミッションの目標と評価方法がちぐはぐなまま運営してしまったことは反省点である。

クラス	チケット 来場者予測	来場者予測 実際(1,343人) との差	売上高予測	売上高実績	売上高予測 実際との差
1-1	2,188	845	¥ 154,540	¥ 247,930	¥ 93,390
1-2	1,314	29	¥ 42,000	¥ 118,470	¥ 76,470
1-3	1,899	556	¥ 172,171	¥ 200,481	¥ 28,310
1-4	1,132	211	¥ 360,000	¥ 365,900	¥ 5,900
1-5	1,547	204	¥ 303,728	¥ 439,722	¥ 135,994
1-6	1,395	52	¥ 120,000	¥ 179,986	¥ 59,986
1-7	1,645	302	¥ 219,000	¥ 214,330	¥ -4,670
2-1	2,024	681	¥ 80,000	¥ 91,000	¥ 11,000
2-2	1,935	592	¥ 210,000	¥ 215,990	¥ 5,990
2-3	2,213	870	¥ 239,000	¥ 297,800	¥ 58,800
2-4	1,640	297	¥ 311,600	¥ 314,419	¥ 2,819
2-5	1,826	483	¥ 390,000	¥ 469,050	¥ 79,050
2-6	1,827	484	¥ 120,850	¥ 133,950	¥ 13,100
2-7	1,811	468	¥ 100,000	¥ 175,000	¥ 75,000
3-1	2,215	872	¥ 214,400	¥ 412,400	¥ 198,000
3-2	1,135	208	¥ 175,250	¥ 454,740	¥ 279,490
3-3	1,293	50	¥ 110,700	¥ 352,650	¥ 241,950
3-Pゼミ	1,131	212	¥ 454,050	¥ 453,824	¥ -226
3-Gゼミ	1,840	497	¥ 866,200	¥ 584,280	¥ -281,920
3-Dゼミ	1,445	102	¥ 110,000	¥ 93,450	¥ -16,550
3-78	1,350	7			

1.2.2 EdvPath による成長の見える化

昨年度に引き続き、生徒のコンピテンシー(行動特性)について定量的・定性的に測定を行うため、Edv Future 株式会社が提供する非認知能力成長支援サービス「Edv Path(エデュパス)」によって、7月(デパート実施前)と11月(デパート実施後)にアセスメントを実施し、分析を行った。

● 全体での傾向

◎測定結果サマリ

スキル	SEL・EQ	GRIT	自己理解	社会/他者理解	セルフマネジメント	責任ある意思決定	対人関係スキル	度胸	復元力	自覚性	執念
全国平均	3.8	3.4	4.1	4.0	3.6	3.8	3.5	3.1	3.5	3.4	3.3
2024-07	3.8	3.3	4.1	3.9	3.6	3.7	3.4	3.0	3.5	3.3	3.3
2024-11	3.7	3.4	4.0	3.9	3.6	3.7	3.5	3.1	3.6	3.4	3.4

心理的側面	周辺環境	自己肯定感	コミュニティへの満足度	教師との関係性	友人との関係性	保護者との関係性	クラスの心理的安全性	他者信頼	自己開示	適切な被評価意識	自己受容	自己実現的態度	充実感
全国平均	3.6	3.5	3.3	3.1	3.9	4.2	3.4	3.3	3.5	2.5	4.0	3.8	3.9
2024-07	3.5	3.5	3.1	2.9	3.9	4.2	3.4	3.2	3.6	2.6	4.0	3.7	3.8
2024-11	3.6	3.5	3.3	3.1	4.0	4.1	3.5	3.2	3.6	2.7	3.9	3.8	3.9

総評:全国平均と比較すると、特に「自己開示」への強い自信/安定感が見られる。

- ・ SEL/EQ:「対人関係スキル」に苦手意識を持っており、全国平均と比較すると「セルフマネジメント」に自信を持てている。
- ・ GRIT:「度胸」に苦手意識を持っており、全国平均と比較すると「復元力」に自信を持てている。
- ・ 周辺環境:「教師との関係性」に不安を抱えており、全国平均と比較すると「友人との関係性」に安定感がみられる。
- ・ 自己肯定感:「適切な被評価意識」に課題を抱えており、全国平均と比較すると「自己開示」への安定感がみられる。

SEL/EQ	自分や他者の気持ちを理解し、自分を動かす力 学校生活だけでなく、学外での他者との関わり合い方や、自分の感情についての健全さや安定性を表します
自己理解	学校生活の中で感じた自分自身の気持ちや考えを理解し、自身の態度や行動がクラスや部活動などの友人にどう影響しているかについての理解度を表します
他者/社会理解	様々な生い立ちや環境、文化を持つ他者に対して共感する力を表します
セルフマネジメント	自分自身の目標（進路、学習、部活動など）に対して計画を立て実行し、修正する力を表します
責任ある意思決定	自身がより良く生きるために、自分自身で行動することを決められる力のことを表します
対人関係スキル	様々な人々と関わるグループにおいて、他者と適切に関係を作り、保つ力を表します
GRIT	物事をやり抜く力 学力はもちろん、スポーツマンやビジネスの成功者が共通して持つ特性とされています
度胸	難しいことにも挑戦し、物事を解決するために立ち向かう力を表します
復元力	何度も失敗をしても、あきらめずに立ち直れる力を表します
自発性	自分から先立って物事に取り組む力を表します
執念	最後までやりとげる力を表します
周辺環境	生徒自身を取り巻く環境を表します 周囲との関係の質は、生活や学習に向かう姿勢に影響を与えるとされています
コミュニティへの満足度	部活動、課外活動や学校外の活動を含んだ満足度を表します
教師との関係性	教師に対して生徒自身がどう感じているかを表します
友人との関係性	友人との関係性をどのように感じているかを表します
保護者との関係性	保護者と将来や今後の進路について話す機会を設けられているかを表します
クラスの心理的安全性	クラス内で何を言っても人間関係が壊れることなく、安心できているかどうかを表します
自己肯定感	自分の価値や存在意義を肯定できる度合いを表します SEL/EQやGRITとの関係性があり、学習に向かう姿勢に影響を与えるとされています
他者信頼	他者に対して自己を開き、相手と距離をおいてしまわないかを表します
自己開示	自己を他者に表明し、積極的な対人コミュニケーションを取れるかどうかを表します
適切な被評価意識	他者から評価されることを恐れていないかどうかを表します
自己受容	自己の良い点と悪い点の両面をそのままに受け入れることができているかを表します
自己実現的態度	自己実現のために、自身の能力を最大限に伸ばそうと行動をしているかを表します
充実感	日々の学校内外の生活において生徒自身が充実していると感じているかを表します

「自己理解」「社会や他者への理解」「責任ある意思決定」の項目において、2 回目の結果にスコアの上昇がみられた。「度胸」「自発性」の項目においては、若干の低下がみられた。「自己理解」「社会や他者への理解」「責任ある意思決定」の項目において、2 回目の結果にスコアの上昇がみられた。「度胸」「自発性」の項目においては、若干の低下がみられた。

● 役職について生徒と一般生徒との比較

◎測定結果サマリ

スキル	自己理解	社会/他者理解	セルフマネジメント	責任ある意思決定	対人関係スキル	度胸	復元力	自発性	執念
A/取締役及び店長・会計長	4.2	4.0	3.9	3.8	3.7	3.5	3.8	3.7	3.5
B/副長・動画担当	3.9	3.9	3.6	3.7	3.4	3.0	3.4	3.4	3.4
C/一般生徒	3.9	3.9	3.6	3.7	3.5	3.1	3.5	3.4	3.4

心理的側面	コミュニティへの満足度	教師との関係性	友人との関係性	保護者との関係性	クラスの心理的安全性	他者信頼	自己開示	適切な被評価意識	自己受容	自己実現的態度	充実感
A/取締役及び店長・会計長	3.7	3.1	4.2	4.2	3.7	3.4	4.0	2.8	4.2	4.1	4.2
B/副長・動画担当	3.3	3.1	3.9	4.2	3.4	3.0	3.6	2.6	3.8	3.7	3.9
C/一般生徒	3.2	3.1	3.9	4.1	3.4	3.2	3.5	2.7	3.9	3.8	3.9

※各生徒群の属性

A:取締役・店長・会計長 B:副店長・副会計長・PR 動画担当 C:一般生徒

「GRIT」の項目である、「度胸」「復元力」「自発性」に比較的大きな差が見られた。

デパートの役職者について生徒は、そもそも高い意欲や能力を持つ生徒であることが多いため、デパートの取り組み自体がコンピテンシーを成長させているとは言えない。この EdvPath の結果をもとに、いずれかの項目のスコアを高めることを方針として取り組みの企画を行うことは有効ではないかと考える。

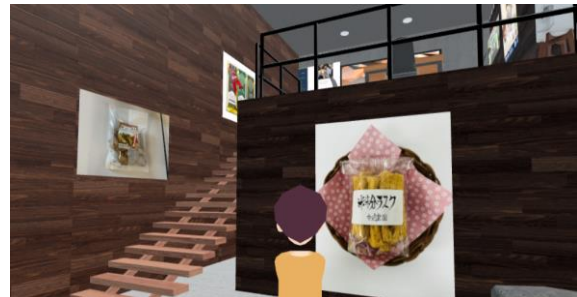
2. デパートの運営について

2.1 対面販売とオンライン販売のハイブリッド実施

昨年度は3年生が対面販売とオンライン販売の両方を担当したことが大きな負担になったことから、対面販売とのいかに両立するかが課題となったが、今年度は学年部との相談を経て、情報科学科の3年生(3年7組・8組)が対面販売は行わずに、オンライン販売とメタバースを担当する計画とした。

まず、オンライン販売については、対面販売の協力業者が任意でオンライン販売にも出品するかたちで商品を掲載することにしたが、オンラインへの参加企業は5社にとどまり、掲載商品数が非常に限定的となった。また、オンラインで販売する商品の選定や掲載するための情報提供は、対面分の商品が決まってからのタイミングとなるため、サイトの制作が直前に偏ることとなり制作を担当する一部の生徒の大きな負担となった。オンライン販売の売上金額は¥51,376であった。生徒の保護者等は対面販売がメインとなる以上オンライン販売の売上は限定的となるが、昨年度の¥104,420からさらに減少した。

つぎに、メタバースについては、メタバース空間の制作について、昨年度までは制作会社の支援を受けていたが、今年度はすべて生徒の手によって制作を完了することができた。基本となる部分は以前からのものを引き継いで入るものの、売り場にあたる建物の内部については創意工夫あふれるレイアウトが見られ、生徒のアイデアが十分に表現されていた。



次年度のオンライン販売については、以下の項目について検討が必要である。

- オンライン販売を継続するならば、ターゲット顧客を明確化し、開発商品などデパートでしか手に入らない商品の販売を行う
- メタバース空間の作成は技術的には内製化できたが、現在はオンライン販売への導線として存在している以上、メタバース単体では存在理由がなくなってしまう。デパート本体とメタバースの関係を再構築する。

2.2 キッチンカー経営へのチャレンジ

起業創造科の特色をより強めることを目的として、学びの特色でもある「会計・原価計算」に関するスキルを活用したキッチンカーの経営を取り入れた。

当初の計画では、これまでのデパートで行ってきた仕入と販売による「小売業」としての業態だけでなく、材料から商品を製造する過程での原価計算の実習を行うためのスキームを作ることを目標としてキッチンカーのオーナーと協議したが、キッチンカーにとっても繁忙期である11月の時期は他のイベントでより多くの売上を見込めるため、デパートの企画に協力できるキッチンカーを集めることができないとの結論に至り、売上金額の一定の割合(10%)をデパートの収益とするかたちで実施することとなった。そのため、原価計算の実習としての意味合いは薄れるものの、接客・注文管理といった店舗運営の経験をさせることを目標とし、起業創造科のEゼミの生徒が地域イベントでのキッチンカー経営を先行して行い、デパートではクラスの先導役として運営を行った。

中庭スペースを会場として行ったが、当日は想定以上の来客があり混雑の中で担当生徒たちは懸命に運営し、お客様として来場していた協力企業の方からも生徒の様子を高く評価された。しかし、昇降口からの導線がやや分かりづらく、バリアフリーの対応が十分でなかったこと、敷地内での食べ歩きを抑止できなかったこと、総菜パンの開発商品と競合関係になってしまったことなどが指摘された。



(キッチンカー 準備の様子)



(当日の様子 予想を大きく上回る来場者があった)

次年度の計画にあたっては、以下の項目について検討が必要である。

- 起業創造科の特色として実施するために、可能であれば原価計算の実習のかたちが取れるよう再度協議を行う
- 会場については、全体の導線とバランスを考慮して再検討する
- 飲食ルールとゴミの管理について、今回の内容を検証して改善する

2.3 キャッシュレス決済の強化

昨年度から PayPay によるキャッシュレス決済を導入したが、昨年度に発生したようなトラブルへの対策と来場者の利便性向上を目的として、Square(スクエア)のシステムを導入し、クレジットカードや他のQRコード決済も利用可能として強化を図った。

当初は、クレジットカードとQRコード決済をメインとして複数社の決済サービスが利用可能になることを見込んでいたが、直前のタイミングになって楽天Payやd払いなど一部のサービスの審査が間に合わない事が判明し、返金が現金でしか行えないために利用を敬遠していた交通系ICカードを急遽利用可能とする対応を行った。この対応にあたっては、当日のトラブルが発生した際の緊急用として準備した現金を返金のためにも使用できるよう事務部に協力いただいた。

結果として、決済そのもののトラブルは発生することなく、交通系 IC カードを使用して返品された際の現金での返金実績は¥3,780 だった。決済用の端末として LTE モデルの iPad を使用することで回線トラブルを防ぐつもりであったが、実際には数台の端末で回線トラブルがあり(原因は不明)、ポケット Wi-Fi による代替によって対応した。

次年度の計画にあたっては、以下の項目について検討が必要である。

- 現時点においても、一部の QR コード決済の審査が完了できておらず、Square を運営する企業とのコミュニケーションが十分に取れないという課題への対応が必要
- 決済用端末となる iPad は生命線でもあるため、iOS と Square アプリのバージョン管理や事前の入念なテストは不可欠である
- 交通系 IC カードの使用については現金対応の課題があるが、実際には大幅に利便性が向上するため、返金のルールや操作間違いの予防などによって、使用可能になる環境を整備する



2.4 探究的な学習活動の深化

探究的な学習の深化のため、

(1)「来場者数の予測に基づいた仕入・売上計画」

(2)「『Edv Path(エデュパス)』による、生徒のコンピテンシー(非認知能力)の分析」

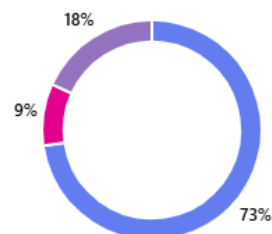
の2つを柱として取り組んだ。

(1)については、前項の通りである。(2)については、2年間にわたって「Edv Path」の導入によるコンピテンシー(非認知能力)の見える化を図り、探究学習の一環として位置づけたデパートの取り組みの改善と、担任の指導のための新たなアプローチ方法となる可能性を模索した。この2年間は、EdTech 導入補助金の活用などにより無償で利用できたが、R7年度からは有償となり家庭からの負担が必要になることから、このサービスを継続して利用するか否かを検討する必要があり、学年の先生方にはクラスでの利用とアセスメントの報告会への参加など協力をいただき、最終的にはアンケートに回答してもらいサービス導入可否の意思決定の材料とした。

◆ EdvPath の導入に関するアンケート(抜粋)

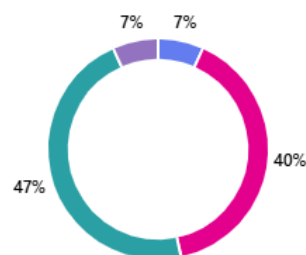
2.「EdvPath」のサービスは、誰にとって有意義なサービスだと思いますか？

- | | |
|----------------------|---|
| ● A. 教員と生徒の両方にとって有意義 | 8 |
| ● B. 教員にとっては有意義 | 1 |
| ● C. 生徒にとっては有意義 | 0 |
| ● D. 有意義と思わない(わからない) | 2 |



3. 有償となる場合、生徒一人当たり年間3,960円を徴収することになりますが、継続の可否についてどのようにお考えになりますか？(複数回答可)

- | | |
|-----------------------|---|
| ● A. 継続して利用すべきと思う | 1 |
| ● B. 価格が安くなれば利用すべきと思う | 6 |
| ● C. 無償ならば利用すべきと思う | 7 |
| ● D. もう利用しなくてよい | 1 |



5. EdvPath の導入について、回答頂いた内容の理由や、其他のご要望やご意見についてお書きください。

- 統計の内容としては興味深いものがいくつかあったが、その信憑性も疑いの余地があることから、生徒個人利用料を徴収してまで導入すべきものではないと思う。仮に利用料を徴収して継続するのであれば得られたデータをどのように活用していくかを入念に検討すべき。
- とりあえず、2学期終業式の LHR で PDF のデータをロイロノートで配信はしてみたが、生徒が実際に活用できるスキルやきっかけがあるのかは現状の利用頻度ではわからないと感じた。導入すれば、利用頻度や運用にも慣れると思うので、期待感を抱いている。
- 保護者負担はできるだけ下げたい。デパート以外で継続的に活用する機会がないともったいない。
- 来年も引き続き利用したい。まず生徒にとっては自己を振り返り、自分では知りえなかった悩みや課題を見つけるいい機会になると思う。2年生になり進路実現に向けて具体的な動きが始まると、面接や小論文・自己 PR など活用できる場面が多くなるのではないかと。事実、自己認知力が低く、自分の強みや弱みを言語化できない生徒はたくさんいると感じている。また教員に関しては、生徒のことをよく知っているつもりでも見えていなかった側面が EdvPath の結果から見えることや、生徒と同様に進路の面談等でも活用ができる。併せて、着任してすぐに担任業務に入っていただく先生への引継ぎ資料として活用することもできる。
- 学校として回答の時間を確保し、生徒や教員にフィードバックできる体制が整うのであれば、大変有効なツールだと思う。

以上のアンケート結果をもとに、協議をした結果、さまざまな背景から有償でのサービス活用を行うことは状況として難しいとの結論に至り、R7年度の導入は見送ることとした。探究的な取り組みの改善と深化については、すでに実施しているスタディサポートの学習リサーチの結果を活用するなどして、取り組み自体は継続できるものとする。

2.5 年間スケジュールについて(R6 年度スケジュール)

月	日(期間)	項 目	R7 予定
5	10 ~	第1回デパート担当者会議	5/9(金)
5	27	部長会議 計画骨子提出	5/26(月)
6	12	教職員向けデパート説明会	6/11(水)
	24 ~ 26	取締役/代表取締役 立候補受付(2年)	6/23~25
6	28	代表取締役 オンライン選挙	6/27(金)
7	8 ~ 18	EdvPath 第1回アセスメント実施	-
7	17	第1回取締役会	7/16(水)
	19	デパート協力企業説明会	7/18(金)
	23	第2回取締役会	7/22~25
	25	第3・4回取締役会	7/22~25
	26	第5回取締役会	7/28~31
	29	第6回取締役会	7/28~31
9	2 ~	生徒向け デパートオリジナル動画配信	9/1~(月)
9	9 ~ 11	各クラス 店長等役員選出	9/8~12
	9	第7回取締役会	9/8(月)
	11	第1回店長会議/PR動画担当会議	9/9(火)
	18	第8回取締役会	9/18(木)
	25	第2回店長会議/会計長会議	9/22(月)
	30	第9回取締役会	9/29(月)
10	2	第3回店長会議/会計長会議/PR動画担当会議	9/30(火)
10	7	デパートLHR① 協力企業との顔合わせ	10/15(水)
	7	第10回取締役会	10/10(金)
	9	第4回店長会議/会計長会議	10/14(火)
10	21	第11回取締役会	10/20(月)
	23	第5回店長会議/会計長会議	10/21(火)
	28	第12回取締役会	10/27(月)
	30	第6回店長会議/会計長会議	10/28(火)
11	5	第13回取締役会	10/31(金)
11	6	第7回店長会議/会計長会議	11/4(火)
11	11	デパートLHR② 店舗装飾等準備	11/12(水)
	11	第14回取締役会	11/10(月)
	13	第8回店長会議/会計長会議	11/11(火)
11	14	13:30~14:00 全体連絡・マナー指導 14:00~15:30 体育館・格技場 養生シート敷設 各課設営 講習会 商品搬入・検収・設営準備(HR) 15:30~16:30 長机・什器等搬入 店舗設営 16:30~16:40 終礼(HR)	11/13(木)
	15	8:40~8:50 SHR 8:50~9:10 全校集会(配信) 9:10~11:30 商品搬入・検収 (10:30~11:30 開店式準備・リハーサル) 店舗設営・陳列・開店準備 12:15~14:55 予行販売 14:55~15:20 棚卸作業・本番開店準備 15:20~15:30 一斉ゴミ収集 ※収集所で分別チェック 15:30~15:40 終礼(HR)	11/14(金)
	16	8:30~9:30 集合・開店準備 9:00~9:30 開店式 9:30~14:30 対面販売 14:30~15:30 棚卸作業・撤収 15:30~16:30 体育館・格技場 養生シート撤去 清掃	11/15(土)
	16 ~ 24	オンライン販売期間	未定
	18	代休日	11/17(月)
	25	第15回取締役会	11/25(火)
12	19	オンライン販売 納品・検品・梱包	未定
	20	オンライン販売 発送・引渡し	未定
2	10 月	デパート報告会(LHR)	2/4(水)

全体スケジュールについては、以下項目ごとに総括する。

- 準備から当日の日程のボリューム(準備 1.5 日、実施 1 日)について

日程のボリュームについては、おおむね適正だったとの意見だった。

以前のデパートは、「準備 2.5 日、実施 2 日、片づけ 1 日」という現在の倍以上の日数をかけて実施しており、当時を知る方からは、本番 2 日間で生徒がめざましく成長する姿を目の当たりにした経験からすると、現在の日程に少し物足りなさを感じるとの意見、また、現在の状況ではその大きな負担をかけて実施するのは現実的でないと意見も同時にあった。

次年度も基本的には今回のボリュームをベースとして計画する予定である。

- 実施時期(11 月第 3 土曜)について

実施時期については、問題があるという意見はなかったものの、実際には大学受験によって参加できない生徒が毎年一定数いるため、学校行事として適正な時期や運営方法についての検証は必要と考える。

- 準備期間、予行、本番のプログラム内容

準備期間のプログラムについては、準備のために使える HR の時間がもっと欲しかったとの意見があった。今年度は全体の LHR 数が少なかったこともあるが、意識的に準備時間としての時間確保を行いたい。

予行については、本番の流れを想定した四分割での動きとしたが、分かりづらさやせわしなさがあり、有効に機能させることができなかった。予行は生徒・教職員が買い物できる互いに貴重な時間でもあるが、リハーサルとして運営の確認を十分に行うためのプログラムを検討したい。

準備期間から本番までを通して、掃除の時間をしっかり確保しなかったことについては反省すべき点であった。全体として流動的な動きにはなるが、次年度は準備期間中のしかるべきタイミングで掃除の時間を確保する。

本番においては、早い時間に商品が完売となる店舗がいくつもあった。完売自体はありがたいことではあるが、完売した場合の対応を十分に検討できておらず、当日の判断で順次撤収を指示したことはあまり良い判断ではなかった。次年度は、完売した際の動きについて検討を行うことと、1.2.1 の内容の通り、適正な仕入量についてもっと綿密に計画させられる施策が必要だと感じた。

2.6 会場の設営、後片づけについて

- 体育館・格技場の準備

養生シートの敷設・撤去や会場設営の指導については、生徒指導部の先生方と部活動生徒の協力によりスムーズに設営を行うことができた。机、イス等の移動についても、昨年度課題となった廊下に跡や器具の破損について注意を促し、改善できた。

- 店舗の装飾

昨年度は、キャラクターなどのイラストの不適切な使用について指摘があったことから、店舗の装飾については店長会議で事前に注意と指導を行った。指導の内容は基本的な事柄についてのみだったが、各クラスでの担任の先生方の協力により、著作権について探究的に調べさせるなど、店舗装飾について適切な思考や工夫がなされるような指導について大変感謝している。

また、今年度も模造紙や画用紙による装飾物の作成を指示したが、もっと工夫を凝らした装飾があってもよいとの意見があった。店舗装飾については、顧客目線から一定の規則性や基準は必要だが、著作権の事なども含めたアクティブ・ラーニングの場でもあるため、もっと柔軟性を持たせ、主体的な創意工夫や表現ができるような仕組みにしたいと考えている。

- ゴミの分別

昨年度の課題であったゴミの分別や時間が守られない点を改善するため、取締役生徒とキッチンカー運営を主導する生徒への事前の指導を行い、HR 等からのゴミ出しのタイミングがばらけないよう、時間を明確に限定する施策をとった。

結局のところは保健部の先生方と技術職員の方々に多大な御協力をいただいたおかげで大きな問題は発生しなかったと認識しているが、もし課題があればさらに検証を行う。



2.7 オーダーカード方式による販売について

今年度の対面販売の方法について取締役の生徒が協議した結果、商品の汚損、破損、盗難等の防止、より確実な商品授受と会計作業を目的として「オーダーカード方式」を取り入れた。事務局としては、取締役のアイデアを実験的に取り入れてみたが、大きな混乱はなくうまく機能していたように思う。

アンケートでも、これまでの半券方式と比較しておおむね肯定的な意見が多かったが、客側に明細が残らないという点が課題として挙げられた。今年度は、店舗での領収書・レシート発行は行わず、お客様から求めがあった場合にはクロークで本部の係が明細をメールで送るという対応を行った。（※クレジットカード、QRコード決済については店舗で領収書を即時発行する義務はなく、客の求めがあった際に発行すればよい。現金の場合は発行が必要。）

プリンタを店舗分設置することは現実的に難しいため、来年度はクロークに専用プリンタを設置し、客の求めに応じてレシート・領収書を発行できるようにする予定である。



2.8 当日の役割分担について

- 生徒の役割分担(半日登校・売場外への分散)

売場を縮小したことで1つの店舗で接客を行う人数は最大で8名ほどになり、昨年度は生徒のやりがいについて課題が挙がった。それを受けて、今年度は体育館内の店舗の売り場スペースを2倍に広げた(格技場は昨年度と同じ)。それによって、生徒が店舗で接客できる時間を増やすことはできたものの、広報課の生徒が終日店舗に参加できない、最終シフトの時間帯がほぼ片づけのみとなる、といった課題もまだ残っている。

来年度は、売り場のスペースと各課の業務のバランスについて再度検証して計画を行う。



3. 決算等について

3.1 損益計算書

損 益 計 算 書

令和6年度第38回京都すばるデパート

令和 6 年 4 月 1 日 ～ 令和 7 年 3 月 31 日

費 用	金 額	収 益	金 額
売 上 原 価	4,775,535	売 上 高	5,875,548
売 上 総 利 益	1,100,013		
	5,875,548		5,875,548
販 売 費	296,630	売 上 総 利 益	1,100,013
消 耗 品 費	84,166	受 取 利 息 等	385
広 告 宣 伝 費	17,405		
銀 行 手 数 料	8,910		
雑 費	27,180		
当 期 純 利 益	666,107		
	1,100,398		1,100,398

●利益率について

売上総利益率 = 18.7% (前年度 14.3%)

⇒粗利率とも言われ、全体の売上高に対する売上総利益（売上高－売上原価）の割合です。

当期純利益率 = 11.3% (前年度 10.3%)

⇒全体の売上高に対する当期純利益（売上総利益－経費）の割合です。

売上総利益率は18.7%で、前年度より上昇した。小売業のうち、百貨店・スーパーマーケットの売上総利益率の平均は約28%、人件費の対売上比率の平均は11.6%であることから、人件費分を差し引いたデパートとして目指す売上総利益率の目標値は約16%となる。商品陳列のための器具、会場や店舗の装飾など、各店舗のオリジナリティを高めた取り組みにするためには、売上総利益率(粗利率)を各店舗で意識して仕入れや値付けを行う必要がある。当期純利益として計上された¥666,107は、次年度の運転資金を残し、以下の物品を購入させていただいた。

●利益処分について

No.	品名	用途	数量	金額
1	名入れテント かんたんてんと (2.4m×3.6m)	受付用テントの新調	3	363,440
2	SQUARE ターミナル 決済端末	レシート印刷用(本部設置)	1	44,420
3	STARチャージWi-Fi 100GB	店舗レジ回線 緊急対応用	5	123,220
4	ベルトパーテーション	お客様の誘導用	8	37,240
合計				568,320