

株式会社HIMico-bridge

事業計画書

高校生が株主・社員・生産者として本気で取り組む、
地域を動かす新しい挑戦が始まります。

Updated 2026年2月

INDEX

- 企業の目的 01
- 企業の形 : 氷見高校生と会社の3つの関わり方 02
- 経営方針 / Mission / Vision / Values 03
- 組織図 : 大人と高校生が共に創る組織体制 04
- 顧客ターゲット : 3つの優先順位で見る顧客戦略 05
- 事業内容 : 4つの柱で展開する事業ポートフォリオ 06
- 無人販売所が目指す6つの価値 07
- 成果指標 : 本企業における4つの成果指標 08
- 成長する力 : 社会を生き抜く力 = 問題解決能力が伸びる 09

高校生の社会に繋がる挑戦と学びを原動力に、
地域に新しい価値と変化を生み出す



高校生の学びは目的ではなく、地域の未来へのドライバーです。
社会における高校生の強みを活かした事業を展開し、地域の役に立つこと。
その結果として、社会を生き抜く力を高校生が身につけられることを目的とします。

高校生は当事者

価値を生み出す主体者として、判断し、
成功し、失敗し、学びを得る存在です。

社会に繋がる挑戦

自分の判断で社会に価値を差し出し、
選ばれる・選ばれないという現実に向き合う具体的な行為です。

社会に繋がる学び

起きた事実を受け止め、なぜそうなった
かを考え、次にどう動くかを自分で
決められるようになることです。

原動力としての位置づけ

高校生がいなければ動かない、高校生が形骸化すれば止まる。
高校生を飾りにはしません。高校生は価値を生み出すための推進力です。

地域に向けた会社

世界でも社会でも市場でもなく、地域に向けた会社です。
一番近いところから良い影響を広げていきます。



株式会社HIMIco-bridgeは、高校生を単なる体験者ではなく、
本物の株主・社員・生産者として迎えます。

責任と権利を伴う真剣な関わりが、本質的な学びと成長を生み出します。

① 株主として

生徒持株会を組成し、株主総会での議決権、
配当の使用道の決定など、会社における
株主の立場を実際に経験します。
本物の株を所有する経験を通じて、
経営への責任感を養います。

② 社員として

無人店舗責任者、広報責任者などとして
会社と生徒の橋渡し役を担います。
ただの職業体験ではなく、役割と責任、
報酬を社会人と同じように受け取ります。

③ 生産者として

授業で作った作物や製品、企画などを
会社に卸す生産者としての関わり。
自分たちが作ったものが実際に商品として
選ばれる経験を積みます。

会社として大人が担う領域

- 事業の最終責任(持続性や安全性など) ●法務(契約・個人情報・商標など) ●会計・税務・決算処理
- 出資管理・株式管理(名義・議決権の取り扱い含む) ●安全管理(衛生・労務・危機管理) ●賠償が発生する可能性のある判断
- 最終意思決定の責任 ●高校生の健全な成長に関する様々な事項(就業時間や業務内容、物心両面での負荷管理など)

経営方針

今ここに無い“欲しい”は、私たちが創る

使命(Mission)

私たちの毎日と地域の暮らしに、
まだ無い価値を生み出す。

目指す未来(Vision)

若い感性と行動力で、
氷見の未来を動かす会社になる。

価値観(Values) | 何を大切にするか

誠実 | 正直であり、信頼を大切にす

尊重 | 違いを理解し、尊重しあう

共創 | 仲間と地域とともにつくる

創造 | まだ無い価値をつくり出す

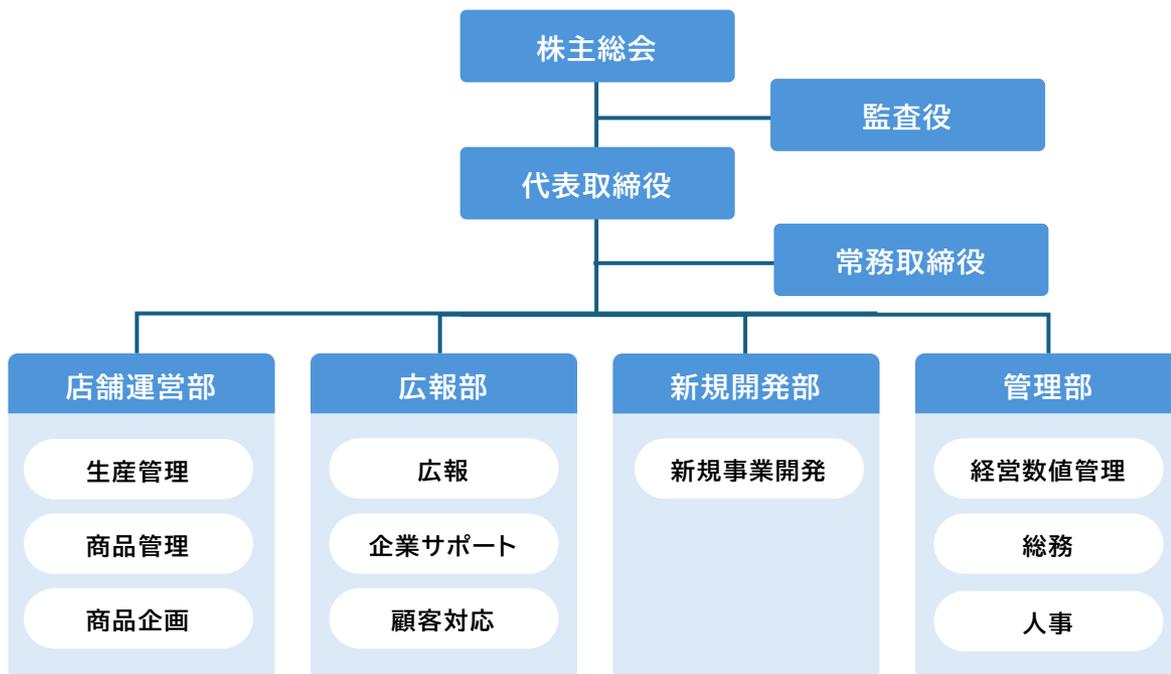
誠実でなければ、尊重は生まれず。

尊重がなければ、共創は生まれず。

共創でなければ、創造に至らず。

価値の源泉は高校生の誠実さにある。

株式会社HIMIco-bridgeは、大人が最終責任を持ちながら、高校生が実際の業務を担う組織です。
各部門に高校生の課長を配置し、意思決定と実行の両方を経験できる体制を整えています。



構成メンバー(大人)

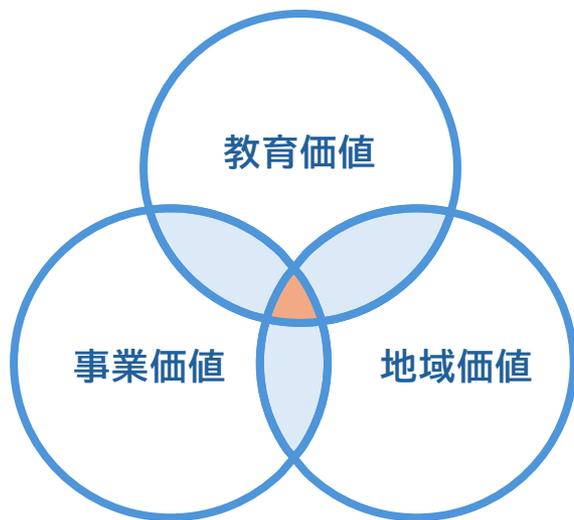
発起人	徳前紀和
監査役	田中宏昌
代表取締役	松木佳太
常務取締役	堂故尚生
店舗運営部長	
広報部長	荒川健生
新規開発部長	松木佳太
管理部長	堂故尚生
水見高校連携	山田航大(DX授業) 西田朱里(HIMI学)

構成メンバー(高校生)

店長	●●(●●科●●年)
生産管理課長	●●(●●科●●年)
広報課長	●●(●●科●●年)
●●事業課長	●●(●●科●●年)
●●担当	●●(●●科●●年)
●●担当	●●(●●科●●年)

私たちは「誰に価値を届けるか」を明確に定義しています。

教育価値・事業価値・地域価値が重なる順に優先順位を設定し、持続可能な事業モデルを構築します。



01 氷見市内の消費者(市民)

無人店舗という確定した事業の主要顧客層です。生活者の声を聞きやすく、高校生が企画改善を学びやすい環境が整っています。地域の応援を得られ、生徒の成長体験が最も大きくなります。

■対応する事業：無人店舗、地域イベント、生活者向けサービス

02 氷見市内の企業

PR・SNSサポートなど高校生の得意領域で価値提供できます。

大人と高校生の協働が生まれ、成長効果が高まります。

地域の中小企業が新しい視点を求めており、安定したBtoB収益源になりやすい特徴があります。

■対応する事業：SNS運用代行、PR動画制作、ポスターデザイン、企業取材、広報企画

03 全国の高校生

同世代だからこそ商品の相性が良く、企画やデザインの感性が最大限活かせます。

“若者が若者に売る”市場は将来性が高い一方、物流・販売システム構築が必要。

■対応する事業：オリジナル商品、高校生活のためのアプリ、Z世代向けSNSコンテンツ、企画イベント

株式会社HIMIco-bridgeは、無人販売所を核としながら、
SNS運用、地域貢献、新規事業開発まで、多角的に事業を展開します。
それぞれの事業が高校生の挑戦と学びの場となり、地域に新しい価値を生み出します。



01 無人販売所の運営

- ・何を販売するか
- ・商品紹介方法は？
- ・POPや店内装飾は？
- ・どのように宣伝するか？

高校生が商品選定から宣伝まで
すべてを担当します。



02 自社SNSの運用

- ・無人店舗の宣伝
- ・何を発信するか？
- ・何のために発信するか？

若い感性を活かしたコンテンツ
制作と戦略的な情報発信を
行います。



03 高齢者向けIT勉強会

- ・何を伝えるか
- ・どうやったら参加してくれるか？

デジタルネイティブの高校生が、
地域の高齢者をサポートします。



04 その他の事業企画

- ・コラボ商品開発
- ・企業PR動画作成
- ・レンタル農園
- ・お野菜定期便

営業企画で新しい可能性を
常に探求します。

この無人販売所は、単なる「商品売る店」ではありません。
高校生の視点で再編集された“氷見の価値”に出会う場所であり、
誰が、なぜ、それを“推しているのか”、どんな背景・過程・人がいるのかを含めて、
商品の一つの物語として提示します。

01. 店舗の位置づけ

スバックや価格競争ではなく、商品の一つの物語として提示する場所です。高校生の視点で再編集された氷見の価値に出会えます。

04. 顧客ターゲット

メインターゲットは氷見市民です。知っているつもりの氷見を、高校生の視点で再発見したい人に向けた店舗です。観光客は主ターゲットにしません、世界瘤に触れる入口は用意します。

02. キュレーターは高校生

プロではなく、高校生が“推し”を選び紹介することが最大の特徴です。「売れそうだから」ではなく、「これは誰かに伝えたい」という理由を言語化します。高校生の等身大の視点そのものが価値となり、氷見市民にとって新しい発見を生み出します。

05. 価格と応援の考え方

価格は市場価格を基準に設定します。高校生が相場調査、付加価値の言語化、コスト構造を考え、決定します。「この値段なら自分でも買うか？」を最終判断基準とします。応援される店ではありますが、応援だけで成立する店にはしません。

03. 取り扱う商品

高校生が授業で作った商品：完成度ではなく、挑戦と過程を含めて価値として扱います。
氷見の事業者の商品：製造過程、想い、工夫、苦勞に光を当て直します。

06. この店が目指すもの

高校生にとって：自分の判断が社会に出る経験、選ばれる・選ばれない現実と向き合う場。
地域にとって：高校生を価値を生み出す主体として見る視点の転換。
事業として：短期利益より関係性と納得の積み上げ。

成果指標：本企業における4つの成果指標

私たちは売上や利益だけでなく、高校生の挑戦と学び、そして地域への価値創出を測定します。

これらの指標が、事業の持続可能性と教育的価値の両立を証明します。

指標 01

挑戦 **社会に繋がる挑戦は起きたか**

定義: 高校生が自分の判断で社会に価値があるかわからないものを実際に社会に差し出したか

年間の測り方: 商品・サービス・企画・提案の実数。

「やる／やらない」「続ける／やめる」を高校生自身が決めた事例数

指標 02

学び **挑戦の結果は自分の力に変換されたか**

定義: 結果を受け取り、自分の言葉で理由を考え次の行動を選んでいるか

年間の測り方: 何が起きたか(事実)、なぜそうなったと思うか(仮説)、次にどうするか(選択)の3点を自分の

言葉で説明できた高校生の人数

指標 03

価値 **生み出したものは価値として選ばれたか**

定義: 誰かが対価・時間・信頼を差し出したか

年間の測り方: 売上・取引・継続利用の有無。

「購入」「発注」「再依頼」「改善要求」が発生したかなど

指標 04

変化 **地域に行動や意識の変化は生まれたか**

定義: 高校生の挑戦・価値創出を受けて地域側の行動が変わったか

年間の測り方: 地域企業・住民が協力した、継続的に関わった、新しい役割を引き受けた、「高校生とやる前提」の行動が増えたか。

成長する力：社会を生き抜く力＝問題解決能力が伸びる

この会社に関わることで、高校生は具体的にどんな能力が伸びるのか。

それは、社会を生き抜くための本質的な力、「問題解決能力」です。

株式会社HIMIco-bridgeでの実践を通じて、3つの能力を段階的に身につけていきます。

① 課題設計能力

HIMI学で養う

現状把握力: 今何が起きているかを正確に捉える

現状分析力: なぜそうなっているのかを深く考える

課題設定力: 何を解決すべきかを明確にする

地域の現状を理解し、本質的な課題を見つける力を育てます。

② 施策推進能力

HIMIco-bridgeで実践

計画実行力: 考えたことを形にする

巻き込み力: 必要な人を動かす

やり切り力: 最後まで責任を持つ

実際のビジネスの現場で、計画を実行に移す力を磨きます。

③ 検証改善能力

HIMIco-bridgeで循環

検証力: 成果を冷静に振り返る

改善力: 次に活かす方法を考える

学習転用力: 経験をノウハウ化する

失敗も成功も学びに変え、次の挑戦に繋げる力を育てます。

この能力の成長過程を会社事業と連動させることで、

学校での学びと社会での実践が一体となった成長機会を提供します。

HIMIco-bridgeは、高校生が社会を生き抜く力を身につけながら、

地域に新しい価値を生み出し続ける、持続可能な成長エンジンとなります。