

3 ビジネスの諸活動に目を向けさせる指導の実践例

事例1 ビジネスの諸活動に目を向けさせ、専門的な学習への動機付けを図る指導の工夫

1 ねらい

新学習指導要領において「ビジネス基礎」は、原則履修科目として位置付けられ、商業科の基礎的・基本的な内容で構成されている。この科目は、より専門的な学習への動機付けや卒業後の進路について、生徒の意識を高めることを目的としている。

指導に当たっては、商業教育全般の導入として基礎的な内容を取り扱うとともに、単に知識や技術の習得にとどまらず、新聞、放送、インターネットなどの活用、経済活動の具体的な事例を取り上げたケーススタディやグループでの考察などを通して、経済活動の動向に着目させることが大切である。

本事例では、科目「ビジネス基礎」の調査研究を行った。

ビジネスの諸活動の一つである販売促進に目を向けさせ、身近な企業の販売促進を通して考察させるとともに、同業種間での販売促進の違いに気付かせ、商業に対する興味・関心を高めることをねらいとした。「ビジネス基礎」は、商業教育全般の基礎的な内容で構成され、低学年で履修される科目である。そのため、今後学んでいく商業の科目の導入として身近なものを題材として取り上げ、経済社会の動向に着目させることで、商業の科目に対する興味・関心が高まることを期待した。また、調べた内容を発表したり、文章でまとめたりする活動を通して、表現力を育成することも目指した。

2 授業実践

(1)指導内容

- ・企業活動におけるマーケティングの中から販売促進の重要性とその内容について理解させる。
- ・興味・関心のある業種の販売促進の方法についてインターネット等を利用し調べ、班内で意見交換することで企業の販売促進に関する捉え方を考察させる。
- ・自分自身で調べたことや、他の班の発表から各業種についての販売促進を理解させる。

(2)評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
①販売促進についての自分の考えを班の中で積極的に話し合っている。	①販売促進について様々な角度から考察するとともに活動の概要と変化を捉えている。	①調べた情報を活用して、販売促進の活動について把握している。	①販売促進の基本的な知識を身に付け、その役割や活動の概要を理解している。
②販売促進について関心を持ち、その活動について、意欲的に調べたりまとめたりしようとする。	②自ら調査対象を定め、調べたり、他者の意見も聞くことで様々な角度から主体的かつ客観的に考察している。	②収集した情報を的確に文章にまとめている。 ③まとめた資料を活用して発表している。	②業種による販売促進の違いを理解している。

(3) 単元の指導計画

時間	学習内容	評 価					
		関	思	技	知	評価規準	評価方法
1	・ 班ごとに調べる業種を決める。 ・ 各業種における販売促進について考えられることを書き出す。	①			①	・ 自分の考えを積極的に発言している。 ・ マーケティング活動の一つに販売促進があることを理解している。	ワークシート 発言 行動観察
2	・ 各業種について販売促進だと思いを班で話し合う。 ・ブレインライティングを用い意見を集約する。	①	①			・ブレインライティングを用いた中で調査対象に基づき積極的に話し合いを進めている。 ・他者の意見も聞くことで様々な角度から主体的かつ客観的に考察している。	ワークシート 発言 行動観察
3	・ 班で決めた調査対象についてインターネットや新聞等の情報源を活用し調べる。 ・ 発表に向け調べた内容をまとめる。	②		①		・ 多大な情報の中から調査対象に沿って必要な情報を選んでいる。 ・ 収集した情報を的確に文章にまとめている。	ワークシート 行動観察
4	・ 班ごとにまとめた内容を簡潔に発表する。 ・ 各業種での販売促進について感じたことを文章でまとめる。			③	②	・ 調べて理解した内容と、考察した内容とを明確に区別し発表している。 ・ メモを取るなど、情報を得る工夫をしている。	ワークシート 行動観察 発表

(4) 授業の概要

ア. 1 時間目の授業

段 階	学習活動	指導上の留意点
導 入	・ 本時の学習内容の予告と教科書における内容を確認する。	
展 開	・ 販売促進についての説明を聞き理解する。 ・ 販売促進であると思う点についてワークシートに書き出す。 ・ 班ごとに調べる業種を決定する。 ・ 各業種における販売促進について考えられることを書き出す。	・ マーケティング活動の一つに販売促進があることを理解させる。 ・ 各自が販売促進であると思う点についてできるだけ数多く書き出させる。 ・ 自由に発言できる雰囲気をつくる。 ・ 各自が販売促進だと考えられることを文章で表現させる。
まとめ	・ 次時の学習内容の概要をつかむ。	

第1学年を対象に授業実践を行った。1時間目を実施するにあたり、クラスを8班に分け、班編成をしておいた。本時では、販売促進について説明し、いかにして自社のサービスや商品の情報を消費者に提供して市場を開拓し、サービスを維持し、消費者の利用を定着させるかを考えさせた。その後、生徒に販売促進であると考えられることをワークシート【資料1】へ書き出すよう促し、販売促進に対する考えを整理させた。この一連の学習活動から、生徒の主体的な学習から商業に対する関心・意欲を高めるようにした。

各自ワークシートに記入後、班ごとに調べる業種を決めさせた。生徒は、ワークシートにまとめたことを中心に検討を進めた。その際、他の意見を尊重させ、発言をしやすい雰囲気になるよう配慮した。各班で業種が決定した後、業種における販売促進であると思われることをワークシート【資料1】へ書き出させたが、今後の話し合いの中で多面的に考察させるため、考えられることをできるだけ多く書き出すよう促した。生徒は、実際の企業が行っている販売促進に対して、興味・関心をもって取り組んでいる姿が見られた。

なお、本時で、各班が調べようとしている業種を以下【表1】のとおり決定した。

【資料1】

～ マーケティング活動 販売促進 について考えよう ～

1年 組 番 氏名 _____

1. 販売促進とは・・・

2. 販売促進の内容にはどのようなことがあるか書き出してみよう。

3. 班で調べる業種を決めよう。

4. 上記の業種における販売促進について考えられることを書き出してみよう。

5. 班で調べるテーマを決めよう。

【表1】

各班で検討した調査対象（業種）	
1 班	コンビニエンスストア
2 班	スーパーマーケット
3 班	餃子店
4 班	大型家具店
5 班	ハンバーガーチェーン店
6 班	牛丼チェーン店
7 班	レンタル店
8 班	家電量販店

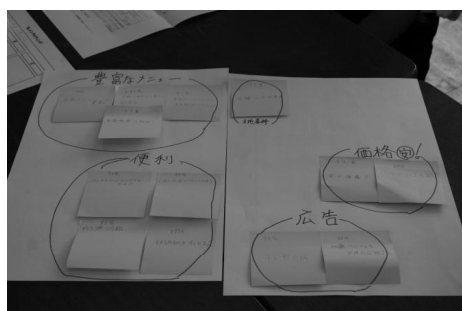
イ. 2時間目の授業

段 階	学習活動	指導上の留意点
導 入	・ 本時の活動内容を把握する。	
展 開	・ ブレインライティングを用いて意見を集約する。 ・ 班ごとに調べる業種の販売促進であると思う点について話し合う。 ・ 班で調べる業種やキーワードをまとめる。	・ ブレインライティングを用いることで班員全員に発言の場を与え、積極的に話し合いに参加させる。
まとめ	・ 次時の学習内容の概要をつかむ。	

前時にワークシート【資料1】に記入したものを班ごとに検討させた。この学習活動では、多くの意見や事例が挙げられたりすることが予測されるため、ブレインライティングを学習活動に取り入れ、班ごとに意見を集約させた。付箋を活用して班の全員に発言の機会を与えるようにしたため、消極的な生徒も意見を述べる事ができた。この学習活動は多くの生徒に好評であった。それらの意見をグルーピングして共通項目や課題など明確にすることができた。各自が積極的に意見を出し合う雰囲気生まれ、話合いがスムーズに進んだように思われる。話合いを進める中で、適宜助言をしたが、自主的・主体的な学習活動を進めさせるために、生徒に自由な発想から販売促進を検討させ、業種及びキーワードをまとめさせた。各班で調べる内容は以下のようになった。

○業種及びキーワード

〈1班〉 コンビニエンスストア
・販売方法 ・カード ・季節商品 ・店舗設計、運営
〈2班〉 スーパーマーケット
・価格設定 ・ポイント制 ・チラシ広告
〈3班〉 餃子店
・価格設定 ・広告方法
〈4班〉 大型家具店
・サービス ・店舗、立地 ・価格設定 ・流通経路 ・広告
〈5班〉 ハンバーガーチェーン店
・広告宣伝 ・価格設定 ・店舗運営
〈6班〉 牛丼チェーン店
・価格設定 ・広告 ・メニュー設定 ・店舗設計
〈7班〉 レンタル店
・サービスの違い
〈8班〉 家電量販店
・ポイントカード ・販売方法 ・立地



付箋を用いて意見を集約して販売促進をまとめている様子

段 階	学習活動	指導上の留意点
導 入	・ 本時の活動内容を把握する。	
展 開	・ 前時に決めた業種やキーワードをインターネット等を活用して調べる。 ・ 同業種の企業間で販売促進を比較し、「発表用原稿」をまとめていく。 ・ 発表時に用いる資料等をまとめる。	・ 班ごとに調査対象に沿って各自が調べた結果をまとめさせる。 ・ 発表を想定した上で原稿をまとめる。
まとめ	・ 次時の学習内容の概要をつかむ。	

各自が調査した内容を要約し、「発表用原稿」【資料2】にまとめさせた。次時は「発表用原稿」をもとに、班でまとめたものを発表することを予告した。

【発表用原稿】

～ マーケティング活動 販売促進 について考えよう ～

1年 組 番 氏名 _____

1. 私たち（ ）班は、『 』についての販売促進について「 」と「 」を比較して調べました。

2. 使用した資料等

・

・

・

・

・

3. 調べた結果

※箇条書きで簡潔に書いてみよう。



生徒はインターネット等からの情報を活用し、班で検討した販売促進の共通点や相違点を確認しながら情報の共有化を図っていた。ビジネスの諸活動では情報の共有化は重要な要素であるので、学習の中で意識させることが大切である。

エ. 4 時間目の授業

段 階	学習活動	指導上の留意点
導 入	・ 本時の活動内容を把握する。	
展 開	・ 「発表用原稿」に沿って簡潔に発表する。 ・ 各班の発表を聞き、必要な情報をメモする。 ・ 各業種での販売促進について感じたことを文章でまとめる。	・ 聞き手にとって分かりやすい発表をさせる。
まとめ	・ 各業種での販売促進の違いについて理解する。	

各班が検討したワークシート【資料2】から、同種企業における販売促進の特徴など整理し、5分間で発表するよう指示した。また、発表を聞く側に対して、各班の発表について理解できたことや疑問点を発表評価シート【資料3】へ記入させた。

【資料3】

《発表評価シート》

～ マーケティング活動 販売促進 について考えよう ～

1年 組 番 氏名 _____

※各班の発表を聞いて他業種の販売促進についてまとめておこう。

() 班 ()

() 班 ()

() 班 ()

この学習活動の中で、聞く側の生徒も発表内容をメモしたり、自分たちの内容と比較しながら評価するなど、意欲的に授業に参加していた。班の発表内容を要約したものをいくつか紹介すると次のとおりである。

〈2班〉 スーパーマーケット A社・B社

発表内容

- ・販売価格の設定について、両社とも、例えば100円での売価設定ではなく 99円というように桁数を一つ下げることで、視覚的にも、心理的にも「安い」という印象をつけて、安さをアピールするようにしている。
- ・両社とも店内において、試食品や試供品の配布をしている。
- ・A社は全国展開の大型スーパーであるが、ネットスーパーとしてもインターネット上で買えることができる。
- ・B社は曜日によって3倍ポイントセールや店頭朝市を実施して集中的な集客を狙っている。

〈5班〉 ハンバーガーチェーン店 A社・B社

発表内容

- ・A社は年間を通して折り込みチラシを配布している。その結果、多くのお客様の目にとまり売り上げを伸ばしている。これに対して、B社では入学式や卒業式のなど、節目の行事で人の動きがある時期を狙い集中的にチラシ等を配布することでお客様を増やしている。
- ・価格設定においては、A社の平均単価は250円、B社の平均単価は370円となっている。
- ・A社は品数を少なくすることでコストを抑え、低価格で販売している。一方、B社は品数が豊富で、価格が多少高くてもお客様のニーズに応えることにしている。
- ・店舗運営では、A社は店員数を増やすことで、お客様を待たせずに商品を早くお渡しするようにしている。B社はお客様がくつろげる空間の提供に心掛けている。また、A社は衛生面にも気を配り、ドリンク類は紙コップを使用し、リサイクルを行っている。B社は環境保護のため、店内ではグラスを使用している。両社とも環境には十分配慮している。

〈6班〉 牛丼チェーン店 A社・B社

発表内容

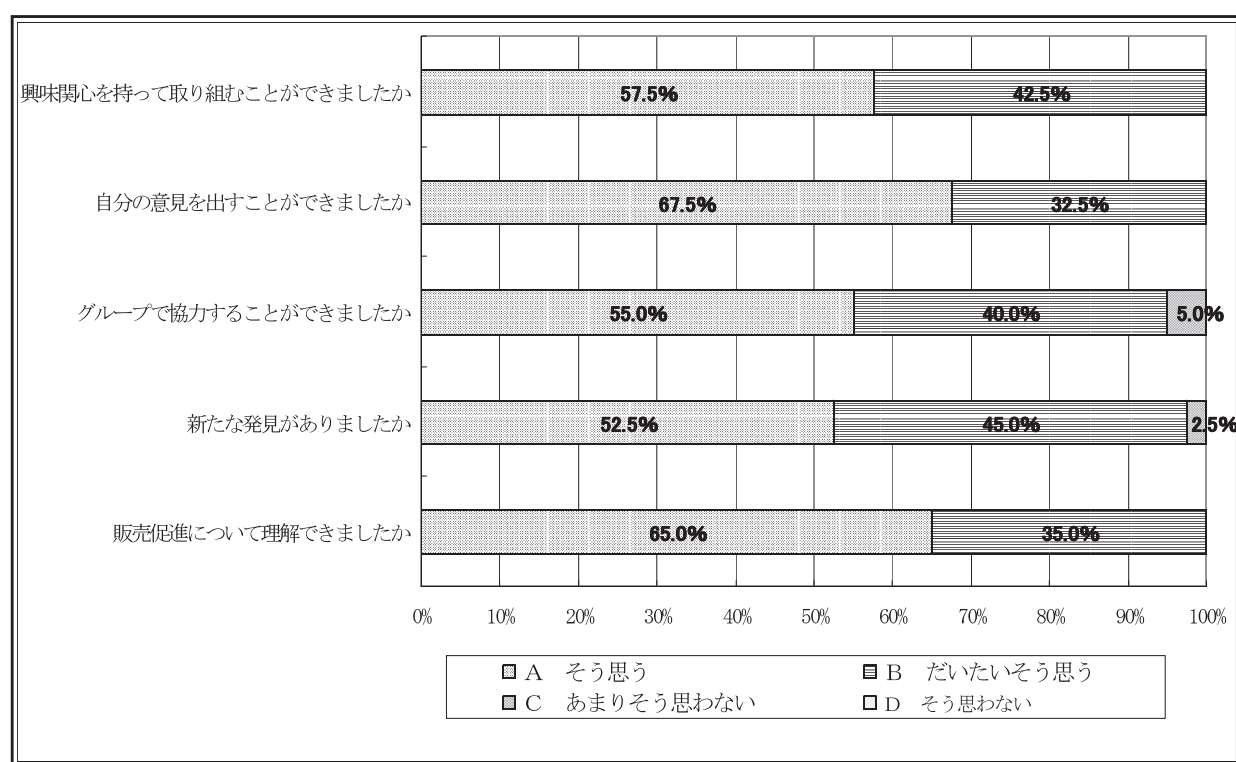
- ・両社とも共通していることは、①持ち帰り可能なメニューの設定、②季節限定メニューの設定、③好みに合わせてサイズを選べる、④店舗は外から店内が見えることでお客様が入りやすい雰囲気になっている。
- ・両社とも牛丼(並)が主力商品であり、いずれも低価格で設定され、安さをアピールしている。
- ・A社は定食メニューがあり、カウンター席を多く設置することで回転率を上げているように思う。B社はお子様メニューの設定があり、家族が入りやすくしている。
- ・A社はソフトドリンク半額キャンペーン、B社はトッピング30円引きキャンペーンを実施し、お客様を引きつけていると思う。

この発表から、同じ業種における企業でも、販売戦略の違いを明確にした販売促進を行うことで、消費者の購買意欲を引き出していることが理解できたようである。また、ビジネスの諸活動は、利益を優先に考えているのではなく、「お客様」を第一に考えて活動していることが、自分たちの資料や他の発表から理解することができたようである。

(5) 生徒による授業評価

4時間目終了後にアンケート用紙を配布し後日回収した。集計した結果【表1】は次のようになった。

【表1】



アンケートの結果から、生徒は、経済活動に着目することで興味・関心をもって取り組むことができた。また、グループ学習において、ブレインライティングを用いたことで、他者の意見を尊重しながら自分の意見を出すことができた。この学習活動はコミュニケーションを図る上で、効果的であった。

「ビジネス基礎」の学習とビジネスの諸活動を関連付けさせることで、理解度も高く、おおむね満足のいく結果となった。

今回の授業についての感想は次のとおりである。

- ・自分の調べた業種はもちろん、他の班の業種の販売促進についてもたくさんを知ることができた。これからは、調べたことに注意しながらお店を利用してみたい。
- ・今まで全く知らなかったことがたくさんあり驚いた。また機会があればこのようなグループで調べる活動がしたい。
- ・班で調べたから発見できたことや、新たな考え方など普段の授業では得られないことを学習できたと思う。
- ・グループで意見をまとめることは大変であったが、知らなかったことがよく分かったのでよかった。
- ・今まで一つのことを調べることはあっても複数のことを比較することがなかった。比較してみて初めて分かったことがたくさんあり、面白かった。
- ・普段利用しているお店には、たくさんの努力と工夫がされていることを知った。
- ・教科書だけでは知ることのできない様々なことを知ることができとても面白かった。これからもこのような調べ学習の場を増やしてほしい。

感想から、学習内容と経済活動と関連付けた一連の学習活動を通して、興味・関心をもって授業に取り組めた様子がうかがえる。この学習活動は、他の商業の科目にも主体的に学習するきっかけとなったようである。

3 まとめ

(1) 成果

本事例では、日常生活の中で、身近に利用している企業の販売促進について考察させることで、ビジネスの諸活動に対して興味・関心を高め、さらに、インターネットや新聞、広告など活用し具体的な企業の活動を調べたり、ブレインライティングによる意見集約、発表など、様々な活動を通して表現力を育成することを目指した。

アンケートからも分かるように、経済活動の具体的事例を取り上げることで、商業に対する興味・関心を高めることができた。また、調べ学習や発表を通して表現力を身に付けさせることができるということも確認できた。グループ学習活動では、生徒が積極的に意見を出し合い、事例について多面的に考察しようとする姿が見られ、ビジネスの諸活動を関連付けた授業の効果は大きいことが分かった。

授業後に生徒からは、さらに多くのことを調べてみたいという肯定的な意見が多数あった。今回の販売促進について調べるという学習活動を通して、消費者の視点に立ち、ニーズを適切にとらえ、顧客満足を実現するための能力「顧客満足実現能力」を養うことにつながった。このことから「ビジネス基礎」指導に当たっては、事例を取り上げたケーススタディやグループでの考察を通して、経済社会の動向に着目させることで、商業の科目に対する興味・関心を高め、その後学ぶ専門的な学習への動機付けにつなげていくことが必要である。

(2) 課題

本事例では、販売促進について意見の集約に至らなかった班もあった。このことから、各自が業種決定をし、テーマに沿って調べた後に班編成を行い、意見集約がしやすい環境をつくり、発表につなげてもらったのではないかとと思われる。その結果、各自の考えや疑問点が整理され、さらに充実したグループでの話し合いがなされたのではないかと考える。

「ビジネス基礎」は、単に知識の習得だけでは、専門的な学習への動機付けは難しい。しかし、商業においては、経済活動の事例を多くあげることが可能であることから、教師側が題材を精選する必要がある。そして、経済活動の事例を題材として授業に活用することで、話し合いや発表を通して表現力を育成することができると考えられる。

〈参考文献〉

『高等学校学習指導要領解説 商業編』 文部科学省 平成22年5月