

学びのデザインシート（授業前）

主体的・対話的で深い学びを実現する授業構想【商業／商品開発】

1. 対象（実施を想定する学校・生徒の実態の概要）

対象クラスは総合学科の2年生（選択）である。選択理由は様々で、将来を見据え商品開発に対して意欲的な生徒がいる一方、グループワークなどに消極的で他者に頼りきりな生徒もいる。このような生徒の実態を踏まえ、「ふじのくに実学チャレンジフェスタ」での販売を目標に授業を展開してきた。現在生徒たちは売るための仕組み作りの重要性に気が付き、企業事例に興味を抱きつつある。今後は、地域課題の解決に向けたオリジナル商品の開発や販売を目指し、事業計画の立案をしたいと考えている。そのため、「ふじのくに実学チャレンジフェスタ」への参加を題材にグループ学習を発展させ、思いつきの提案ではなく、根拠に基づいた考察力を身に付けさせたい。

2. 単元名「事業計画の立案」（全4時間）

3. 単元で育成すべき資質・能力の三つの柱につながる単元の評価規準

| | |
|----------------|--|
| ①知識・技能 | 流通とプロモーションについて企業における事例と関連付けて理解している。 |
| ②思考・判断・表現 | 流通とプロモーションに関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、流通プロモーションに関する計画を立案して実施し、評価・改善している。 |
| ③主体的に学習に取り組む態度 | 流通とプロモーションについて自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、流通とプロモーションに主体的かつ協働的に取り組もうとしている。 |

4. 本時の目標

コロナ禍での流通とプロモーションに関する課題を発見し、時代に合わせた計画を立案する。

5. 授業展開【 本時 ・ 単元 】

解決したい課題や問い

秋の屋内イベントにおいてラスクの販売を行うことになった。来場者の購入意欲を高めるためにできることは何か。（来場者が安心して、満足な買い物をするためにすべきプロモーションは何か。）

| 考えるための材料A | 考えるための材料B | 考えるための材料C |
|--|--|--|
| ・教科書 販売促進、プロモーションミックス、AIDMAを確認するための資料 | ・企業事例 Kデンキ（あんぜんパスポート） その場で現金値引き M製麺（うどん手形） 集めた枚数により次回還元 | ・画像、ポスター 行列や人だかり、大きな声での呼び込み風景（過去の写真） 消毒やパーティションによる仕切り、注文方法、感染予防ポスター（現在の写真） |
| 想定される活動 | 想定される活動 | 想定される活動 |
| イベント当日、消費者に直接働きかけ購買につなげるため、販売促進活動の中の販売員活動及びセールスプロモーションについて検討する必要があることに気付く。 イベントは一日限りであるが、継続して買ってもらえるような長期的な効果も必要性であることに気付く。 | ①事例をもとに本イベントで取り入れるセールスプロモーションではどちらのタイプを取り入れることが望ましいのか理由とともに付箋に書き出す。グループ内で付箋を見合わせ、自身が気付かなかった部分に気付く。（共有する。） ②本イベントではどのような特典が考えられるのかグループで検討する。 | ①画像を見て気付いた販売促進活動やコロナ対策を書き出していく。 ②自身が見た画像及び気付いたことを発表し、グループで共有する。 ③材料Bを基に考えた特典や提案がWithコロナに対応したものかどうか検討し改善する。（グループ） |

対話と思考（対話を通じた協働的な問題解決のプロセス）

考えるための材料A

〈対話の方法〉講義

〈材料Aに対する対話（予測）〉

発問：本時の問いは、主な販売促進活動の中のどの領域について検討するのが良いだろう。

- ・販売員活動とセールスプロモーション。

発問：企業にとって、イベントに出展する目的は何だろう。

- ・商品を知ってもらおう。買って欲しいから。
- ・気に入ってもらえれば、イベントの後も買ってくれるから。 ←長期的な効果に気付く。

考えるための材料B

〈対話の方法〉グループワーク

〈材料Bに対する対話（予測）〉

発問：まずは、セールスプロモーションについて考えましょう。

企業事例をもとに今回のイベントに相応しいセールスプロモーションはどちらのタイプなのか考えてみよう。（付箋へ書き出し）

| Kデンキ | M製麺 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">・値引きされるならすぐ買ってくれそう。・お得に感じそう。 教員：なぜ？ →その場での支払額が安くなるから。 | <ul style="list-style-type: none">・ポイントを貯めるのが好きな人とかは喜びそう。・その場で使えなくても、次回使える特典に惹かれて買ってくれると思う。・今回だけでなく、また買いに行ってくれる。・特典の内容次第では諦めたり、店に行くのを忘れたりしそう。 |

発問：“お得”や“特典”というキーワードが出てきましたが、今回のイベントではどのような特典が考えられるのか検討してみよう。

- ・その場で安さを実感できる方がいいと思うから、〇個以上買った人は割引とかにすればいいかも。
- ・おまけを付けたらいいかも。セットにするとか。
- ・試食できるとか。→でも、今コロナだから無理かもよ。
- ・子どもが来るなら小学生以下は、割引とかもいいんじゃない。
- ・イベント後も買ってもらえたら、次回使えるクーポンとかも絶対必要。

考えるための材料C

〈対話の方法〉グループワーク（ジグソー法）

〈材料Cに対する対話（予測）〉

①及び②（ジグソー法 写真やポスターで得た情報の共有）

発問：次に、販売員活動について考えていきます。

コロナについて話が出ましたが、コロナ前と現在ではお店の様子がどのくらい違うのか確認してみよう。（写真やポスターを見て気付いたことを共有する。）

| コロナ前（過去）の写真 | Withコロナ（現在）の写真やポスター |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">・行列ができていて人気がありそう。・試食や呼び込みでお客様の気を引いている。・マスクしていないから顔がよく見える。 | <ul style="list-style-type: none">・密にならないように、テープとかで待つ場所が決められている。・一人ひとり仕切られている。・消毒液や啓発のチラシがある。・店員とあまり接しなくても良い。 |

③グループ活動（ワークシート作成 Withコロナを意識した販売促進の提案）

〈コロナ対策〉

- ・声を出しての呼び込みを避けるためにプラカードを持つ。
- ・予防対策をしていることをアピールする。
- ・間隔をとるために並ぶ場所などに目印をつける。
- ・入り口に手指消毒を持って立つ。 店員何人必要なんだろう。
→販売員の人数によってもできることが変わってくるよね。
会場のレイアウトにも関係するから、販売促進の「店舗の立地と設計」が必要になるね。

〈セールスプロモーション〉

- ・割引をアピールする。
- ・後で使えるクーポンとか、このイベントでは売っていない他の商品のチラシを渡す。
→マーケティングの手法の一つにダイレクトマーケティングというものがあるけど、この提案も興味を持ってくれた人に直接働きかけるという点で効率的だね。後で欲しいと思ったときに、すぐ買うことができたらもっと良いよね。→ネット販売の案内を入れる。
- ・試食（コロナだから無理かもしれないけど）
→コロナでもできる方法はないかな。→直接触らないとか、袋に入ったまま渡すとか。
- ・さくらを用意する。
→ヤラセだと思われるよ。→でも食べたことあるから、感想は嘘ではない。
→それなら、さくら以外に美味しさを伝える良い方法はない？
→口コミ、その場で話す、コロナだから書いて貼っておく。→POP広告の作成だね。

まとめ

グループごとの提案を全体で共有する。

（時間が短いため、掲示し各自見て回り、賛同する提案には「イイネ付箋」を貼付する。）

各企業によるセールスプロモーションの具体的な事例や、過去（コロナ前）と現在（Withコロナ）の違いを比較することで、販売促進活動は時代や消費者ニーズの変化を踏まえたものであり、販売する時は「今求められている活動は何か」を根拠に基づき考えることが大切であると理解する。

学習の成果（予想される生徒のあらわれ）

- ・教科書から販売促進活動の5つの領域に分けられることを知り、本時の活動が販売員活動とセールスプロモーションに関連していることに気付いた。
- ・企業事例からイベントに合ったセールスプロモーションは何かを考えることができた。
- ・セールスプロモーションが時代とともに変化することを理解し、今求められているプロモーション活動は何かを検討することができた。

〈具体〉

- ・自身の知っているセールスプロモーションを他者に伝える。
（○○のポイントカード持っている。○○は学割が使える。他）
- ・経験をもとに、セールスプロモーションを提案する。
- ・グループで協働し、提案内容についてWithコロナ時代に合ったセールスプロモーションに改善し、表現することができた。
（人との距離などを実際に試したり、消毒や予防啓発ポスターの掲示について提案したりすることで、安心して買い物をするための企業側の取り組みを考える。）