

# 実践的なマーケティングの指導法

仙台商業高等学校教諭 梶原 純一

## 1. はじめに

本校は、創立107年（明治29年創立）の伝統をもち、国際経済科・情報管理科・商業科の3学科から構成される各学年7クラス（生徒総数840名）の男子のみの商業高校である。4年前に仙台市北西部の地下鉄泉中央駅近くに移転し、施設設備の充実した環境のなかで、ビジネス教育に取り組んでいる。本校生の卒業後の進路は多様で、大学進学者が5割、専門学校進学者が2割、就職者は3割となっている。

本校では、ビジネス教育を魅力あるものにするために、マーケティングの授業に特色ある実践的な実習を取り入れている。また、流通ビジネス分野の資格取得として、日商販売士検定2級に挑戦させ、実社会で活躍するために必要なマーケティング能力の育成に努めている。これからのビジネス教育は、校内での模擬実習や実社会での体験実習を積極的に取り入れながら、生徒自身がビジネス活動を主体的に考え、計画・実行できるような資質を育成することに主眼が置かれなければならない。そして、生徒は様々な実習を通して、働くことの意義や社会の厳しさを理解し、ビジネスに関する理解を深めていくことが重要である。

このような観点から、本校におけるマーケティングの指導を紹介し、これからのマーケティング指導に生かしていきたい内容の集約と、年間学習指導計画の立案を行いながら、魅力あるマーケティング教育の指導を考えてみたい。

## 2. 実践的なマーケティングの指導法

現代社会は、経済のサービス化・ソフト化が進み、顧客のニーズはますます多様化する傾向にある。こうした状況のなかで、ビジネスの担当者には、顧客ニーズを満たすためのマーケティング能力の習得が求められている。このような観点から、生徒が魅力を感じるマーケティングの指導法について研究した。

まず、本校で実施しているマーケティング指導の

なかから、今後のマーケティングの指導に生かしていきたい内容を精選した。その結果、次のような指導事例を抽出することができた。

### 本校におけるマーケティングの指導例

#### (1) マーケティング室にPOSシステムを導入した実践例

生徒が、セルフサービス方式を採用している小売店のPOSターミナル前で、接客実習を行うことを想定した模擬実習を実施している。模擬実習では、POSターミナルの操作実習を体験しながら、販売員2対顧客1の接客実習を行っている。生徒は販売員と顧客の両者を体験することによって、売場における顧客の心理を理解できると同時に、販売員としての接客態度を習得することができる。

模擬実習では、お客様にお買い上げいただいた商品を確認しながら、POSターミナルの入力操作と商品代金の受領を行っている。その際の入力データは、商品に関する情報だけでなく、顧客情報の入力も含まれている。POSターミナルの入力操作では、来店客の傾向を知るために、客層一覧の画面から顧客情報を入力する操作を行っている。こうして集めたデータから、自店への来店客が、どのような構成になっているかを知ることができる。来店客の客層を把握することにより、顧客ニーズを考えた品揃えが検討できる。また、こうして得た情報は、販売計画や仕入計画の立案に有効である。

POSシステムから入手できる主なPOS情報とし



マーケティング室でのPOSターミナルの操作と接客実習

ては、次のものが挙げられる。

- ①売れ筋（ベスト）を示した単品別の商品累計
- ②死に筋（ワースト）を示した単品別の商品累計
- ③取引別累計（商品代金決済方法別累計）
- ④部門別累計
- ⑤地域行事や天候・気温などの情報

仕入計画の立案や商品の発注には、売れ筋商品の把握が大切である。顧客ニーズを反映した仕入には、刻々と変化する売り場での商品の売れ行き把握は欠かせない。この観点から、顧客が生活している地域の行事や天候などの把握は、顧客ニーズを知るうえで有効な情報である。また、商品の陳列スペースを確保しながら、在庫管理を適切に行うために、死に筋商品の把握も大切である。さらに、商品代金の決済方法別累計額の情報は、資金管理のうえで重要である。こうしたPOSシステムからのリアルタイムの情報提供は、販売競争を勝ち抜くための販売戦略立案に欠かせない価値のあるものとなっている。

## (2) インターンシップを導入した実践例

この実践例は2年生が2月中旬に行った校外における販売実習である。目的は、実際の・体験的学習の充実を図り、その学習を通じ職業観や勤労観及び倫理観を育成するためである。また、将来に生かせる職業学習となり得るように、流通活動の専門的な知識や技術の習得を通じ、ビジネス全般に対する理解を深める機会となっている。

実習では、販売員活動を中心とした販売促進、商品の受注・引き渡し、代金の受領、店頭での接客、商品管理などを体験している。事前準備としては、接客その他の関係する内容について事前指導を行い、その後、実習先企業の担当者を外部講師として依頼し、販売員としての接客の心構えや、マナーなどの指導を実施している。販売実習の依頼企業としては、本校から比較的近い泉中央周辺の大型小売店やホームセンター及び家電量販店などをお願いした。実際の実習内容は、各企業によって多少異なるものの、基本的には「オリエンテーション」から始まり、「挨拶の仕方」、「接客の仕方」、「商品管理」などの研修を受けた後に、通常の勤務時間のなかで社員同様の仕事を体験している。なお、実習中はマーケティング担当の教員が、チームを組んで担当企業を巡回し、実習状況の把握に努めている。実習終了後の生徒の感想は、「大変印象深い体験ができた」「笑顔の大切さやお客様とのコミュニケーションの大

切さを感じた」というものが多かった。生徒の感想から「販売実習」は、実習の目的である職業観や勤労観、倫理観の育成につながり、販売員活動における知識や技術を習得することのできる貴重な場であることが分かった。そして、販売実習は、実社会におけるコミュニケーションの在り方を学ぶよい機会となった。また、家庭や学校で経験することのできない体験を通じて、生徒は人間的にも成長できたと思われる。なお、事後指導としては、体験実習した企業への「礼状」の作成や「販売実習」の感想文集の作成と実習の体験談を発表する体験発表会を行っている。実習後の生徒の反応は大変よく、生徒は実習中の体験談を生き生きと話し、同時に他の生徒の体験内容を聞いて、自分が体験した内容との違いを確認しながら、販売実習の思い出を話し合っている。インターンシップの導入にあたっては、実習先事業主の理解を深めるために、数多くの事業所を訪問し、販売実習に関する説明を実施している。校外における販売実習では、受入先事業主や指導担当者の理解を深めることが大変重要である。同時に、事前指導を充分に行うことが、校外での販売実習を充実させるために有効であることも再認識できた。



店舗でのラッピング実習

## (3) 販売士検定2級への挑戦を通じたマーケティング能力の育成

本校では、流通ビジネス分野の資格取得として、日商販売士検定2級に挑戦させながら、実社会で活躍するために必要なマーケティング能力の育成に努めている。本年度は30名が受験し、18名が合格した。販売士2級の学習内容には、実社会で販売のプロとして活躍している販売員の技術や戦略が数多く取り扱われており、実践的な知識を得ることができる。

また、2級の検定科目のなかには、人事管理に関する分野が含まれており、企業目的を達成するための組織編成の在り方や責任・権限・義務の三面等価の原則などを学習する貴重な機会になっている。販売士検定2級分野には、生徒達が実社会で販売や営業のプロとして活躍するための知識を得る実践的な内容が数多く含まれている。販売士検定で取り扱われている内容をマーケティングの指導に活用することは、実践的な知識の修得に効果的である。

### 3. 新学習指導要領に基づく科目「マーケティング」の指導

情報通信ネットワークや高齢化の進展に伴う顧客ニーズの多様化は、企業にとって急速な市場環境の変化をもたらした。マーケティングの指導には、こうした社会の変化を踏まえた顧客のニーズを満たすマーケティング能力の育成がより重要になっている。

こうした観点から、今回の学習指導要領の改訂では、これまでの指導内容に含まれていた「マーケティングと経営管理」の内容を削除し、新たに「顧客満足の実現」という内容を加えることにより、改善が図られた。

さらに、マーケティングの指導では、意義や役割に加えて、市場環境の変化に対応したマーケティングの在り方を理解させ、効果的なマーケティングを行うための知識と技術を習得させることが示された。特に、マーケティング実習の項目では、内容の(2)市場調査から(5)顧客満足の実現までの関連を図りながら実践的体験的な実習を行うことが示された。

そして、マーケティングの指導項目としては、6つの大項目(章)とそれぞれに小項目(節)が設定された。

マーケティングの指導項目を列記すると、次のような構成になる。

- (1) 現代市場とマーケティング
  - ア 現代市場の特徴
  - イ マーケティングの発展と内容
  - ウ マーケティング管理の必要性
- (2) 市場調査
  - ア 市場調査と調査方法
  - イ 実施手順
  - ウ 資料の収集と分析
- (3) 商品計画と販売価格

- ア 販売計画と販売予測
  - イ 仕入計画と商品管理
  - ウ 製品開発と商品の品揃え
  - エ 販売経路と販売価格
- (4) 販売促進
- ア 販売促進の方法
  - イ 広告活動
  - ウ 販売員活動
  - エ 店舗の立地の設計
  - オ その他の販売促進活動
- (5) 顧客満足の実現
- ア 合理的物流活動の方策
  - イ 消費者対応活動
  - ウ アフターサービス
- (6) マーケティング実習

以上のように、「マーケティング」の指導においては、新たな内容として、(5)顧客満足の実現が加えられ、顧客のニーズを満たすマーケティング能力の育成がねらいとしてあげられた。

こうした新学習指導要領の方向性を踏まえながら、マーケティングの指導のなかに、本校として導入していきたい内容を検討した。さらに、新学習指導要領に基づく「マーケティング」の指導内容を検討し、年間学習指導計画の作成を試みた。作成にあたっては、改訂の趣旨を踏まえ、マーケティングの授業で興味、関心が強かった内容を取り入れた。今回の改訂では、顧客ニーズを満たすためのマーケティングの重要性が示されたため、年間学習指導計画の立案にあたっては、商品計画や販売促進そして顧客満足の実現の指導で、顧客ニーズを満たすための実習を積極的に導入した。

### 4. おわりに

本校では、ビジネス教育をより魅力あるものにするためのさまざまな取り組みを行っている。特に、ビジネス分野の科目「マーケティング」の指導では、情報通信ネットワークの進展や顧客ニーズの多様化などの変化を踏まえたマーケティング能力の育成を目指し努力を続けている。今回はそのようななか、実社会の変化を的確に捉えながら、マーケティングの指導法について研究した。その結果、情報通信ネットワークの進展を意識したPOSシステムの導入による実践からは、POS情報を活用することに

マーケティングの年間学習指導計画

教科名 商業	学年 2年	科目名 マーケティング	単位数 3単位
<p>科目の目標</p> <p>マーケティングに関する知識と技術を習得させ、マーケティングの意義や役割について理解させるとともに、マーケティング活動を計画的、合理的に行う能力と態度を育てる。また、実践的、体験的な学習を積極的に取り入れることにより、実社会で生かすことができるマーケティング能力を育てる。</p>			
章及び節	月	時数	実習及び概要
第1章 現代市場とマーケティング 1. 現代市場の特徴 2. マーケティングの発展と内容 3. マーケティング管理の必要性	4	9	
第2章 市場調査 1. 市場調査と調査方法 2. 実施手順 3. 資料の収集と分析	5	10	POS 操作実習 (売上処理) インターネットの活用
第3章 商品計画と販売価格 1. 販売計画と販売予測 2. 仕入計画と商品管理 3. 製品開発と商品の品揃え 4. 販売経路と販売価格	6	10	販売価格戦略の検証→折込チラシ活用 POS 操作実習→売れ筋・死に筋商品の把握と活用
第4章 販売促進 1. 販売促進の方法 2. 広告活動 3. 販売員活動 4. 店舗の立地の設計	7	9	POP 広告の作成実習 商品包装の実習と接客の心得と技術
第5章 顧客満足の実現 1. 合理的物流活動の方策 2. 消費者対応活動 3. アフターサービス→顧客に喜ばれるサービスの提供	8	3	→外部講師
	9	10	小売店の販売促進活動調査
	10	10	POS 操作実習→顧客ニーズの分析と把握
第6章 マーケティング実習 販売実習 (インターンシップ) の計画→実施→評価 事前指導→①テレビ報道や新聞記事で先輩の実習紹介 (動機付け) ②先輩の実習報告書と実習状況(ビデオ)の紹介 ③外部講師による接客指導と実習先担当者との打ち合わせ	12	7	
販売実習の実施→小売業の店舗における販売実習 (班単位の実習)	1	9	販売実習計画書の作成
事後指導→実習企業への礼状や感想文及び実習報告書の作成 課題研究発表会の実施→マーケティング実習の成果と反省	2	11	先輩からのメッセージ 接客実習→実習先担当者
	3	5	校外での販売体験実習 POS 操作実習 (データ保存)
			発表準備 (資料作成) と報告

より、小売店が消費者ニーズを満たす品揃えを可能にし、経営の効率化が図れることが分かった。また、インターンシップを導入した実践からは、生徒自身が実社会で汗を流し働くことの大切さを感じ取ることの重要性を確認することができた。生徒が実習先の店頭で顧客を前にして、接客の難しさを肌で感じることは、顧客ニーズを大切にすることをマーケティング学習では、特に重要なことである。

今回は、マーケティング指導における特色ある実践例を検証することによって、今後の授業展開に生かすことができる指導内容を把握することができたと考えている。そしてその内容の把握により、新学習指導要領に基づいた科目「マーケティング」の指導で、生かしていきたい内容の集約を行うこともできた。さらに、今まで以上に魅力あるマーケティン

グの授業を展開するため、可能な限り多様なマーケティング実習を取り入れた新しい年間学習指導計画の作成を試み、一つの完成をみた。

顧客ニーズを満たすマーケティングの重要性が示されるなかで、本校において実践している指導事例は、今後のマーケティングの指導に生かすことができる内容であると確信している。今後は、こうした研究を参考にしながら、今まで以上に生徒が魅力を感じるマーケティングの指導に努めていきたい。