

学校間連携・高大連携・産学連携を目指した 長野県の取り組み

レポート①「デパートサミット事業について」

デパートサミット実行委員会事務局

長野県長野商業高等学校教諭 宮原 明和

1 はじめに

県内の商業高校および商業科目を置く総合学科や普通高校の生徒は、これまでさまざまな学校行事や校外活動の場で、販売実習、商品企画開発、高大連携、地域連携等に取り組んできた。

長野県商業教育研究会では、学校間連携により各校の取り組みや情報を共有し、より質の高い商業教育の実践を行うため、平成25年1月からデパートサミット実行委員会を組織し、大野整長野商業高等学校長を実行委員長に、7校9名の商業科の教員を委員として本事業をスタートさせた。

この取り組みは、県内の商業教育を学ぶ生徒が一同に集うことで、①キャリア教育の推進 ②ホンモノ志向の教科「商業」の実践 ③ビジネスのスキルとマインドを養成できる学習環境の構築 ④各校が持つノウハウの共有化等をねらいとしている。そのため「デパートサミット」事業は、専門的な知識・技術を実践的に学ぶための高校生合同学習会「マーケティング塾」と、そこで学んだ内容を検証する全国高校生合同販売「デパートゆにっと」の開催を2本の柱として活動することになった。

本年度は、「マーケティング塾」に県内の高校12校45名、「デパートゆにっと」には県外の高校4校を含めた16校75名の生徒が参加した。

2 高校生合同学習会「マーケティング塾」

「マーケティング塾」の運営にあたっては、県内の大学および百貨店や食品会社などの民間企業の全面的な協力を得て取り組むことができた。それは、高校現場では難しい、より専門的かつ実践的な講義や実習であり、生徒にとって貴重な体験となった。そのなかで、商品の企画開発から、価格戦略、流通政策、プロモーション等のマーケティングに関する

講義・演習とグループディスカッションやプレゼンテーションを組み合わせで実施した。

下表は、マーケティング塾の開催経過である。

回	期日	場所	内容
第1回	平成25年 4月27日	松本大学	【講義】 ・地域資源を生かしたブランド作り ・コンセプトの作り方と資源の発掘 ・商品のネーミング 【グループワーク】 ・商品企画
第2回	平成25年 5月24日 ～25日 (合宿)	松本大学 および 総合教育 センター	【講義】 ・価格戦略 ・消費者心理 ・ビジネスマナー 【グループワーク】 ・商品企画開発
第3回	平成25年 6月29日	松本大学	【プレゼンテーション】 ・企画開発商品発表会 【講義】 ・商品開発とデパート催事
第4回	平成25年 7月15日	ながの東 急百貨店	【講義】 ・百貨店における顧客満足 【演習】 ・販売マナー研修 ・POP制作研修
第5回	平成25年 8月3日	ホテル長 野犀北館	【プレゼンテーション】 ・商品発表会 ・記者会見・試食会

第1回・第2回は、大学の先生から「地域の課題を見つけ解決の方策をビジネスに結びつける」「商品の裏側にあるストーリーを明らかにする」「真の顧客満足とは何か」「消費者目線で考える」等の講義を受け、



塾生は企画開発する際に、これらのキーワードを積極的に取り入れ、商品化の実現に努力しようとする姿勢が見られた。

また第3回では、企画開発商品発表会後の講評で産業界の講師から「商品のネーミング」「プレゼンテーションの方法」に関して助言があった。特にインパクトのあるネーミングの必要性や原稿を見ないで自分の言葉で伝えるプレゼンテーション技法についての助言は、その後の生徒の取り組みの参考になった。

さらに第4回では、百貨店の担当者の講義と演習から「百貨店が考える顧客満足の本質」「おもてなしの捉え方」「百貨店の接客」などの売り場における姿勢や実践的な技術を学んだ。「顧客満足とは、販売員がお客様を満足させるのではなく、お客様が満足していただくためにどう接するか」という基本的な考え方や、お辞儀の角度や接客用語の形も重要だが、心が伴わないと真の顧客満足に繋がらないことを教えていただいた。



商品の企画開発の取り組みでは、企業のコンプライアンス（特に食品衛生法の遵守）が、塾生の前に大きな課題として立ちはだかった。地域の食材を活かした弁当を企画開発したが、調理してから販売までの輸送時間や温度管理が懸念され、当初、販売が許可されなかった。この課題解決のため長野市内の業者にレシピを譲渡し、一部の商品は販売することができたが、保健所の許可は得ることができても前述の懸念を最後まで払拭できず、今回の販売を見送ることとしたものもあった。高校生が企画したからという甘えが許されない、塾生にとって厳しい現実を突き付けられた事例となった。

マーケティング塾では、回数を重ねるごとに高校生の目の輝きが増し、実践力を支える基本と姿勢が培われていくことが、塾での取り組みの様子

や生徒の感想文からうかがうことができた。

3 全国高校生合同販売「デパートゆにとつと」

長野市内の百貨店を舞台として、準備を含めて4日間の日程で開催した合同販売は、文字どおり本物（ホンモノ）に触れる機会となった。事前の研修では、百貨店担当者から入退店の方法、言葉づかい、接客態度等の指導を受け、「百貨店の社員と同じ立場で働く」緊張の中で合同販売がスタートした。



「モノを売る」仕事ではなく「接客してお買い上げいただく」仕事であること、金銭授受（お客様から商品代金をいただいてから、商品をお渡ししお釣りとレシートをお返すまでの作法）に戸惑いながらも、イメージカラーのオレンジのエプロンを身につけた高校生が、笑顔で接客する活気の溢れるおもてなしの空間づくりができた。

県内外16校、総勢75名の高校生が集う合同販売は、来店していただいた多くのお客様に、ホンモノ志向の商品とサービスを提供することができた。

売上高は目標金額に届かなかったが、最終日、最後の終礼で百貨店の担当者から「皆さんの活動を見ていて、私どもも接客の基本を改めて見つめ直すことができた」という賛辞をいただき、「3日間お疲れ様でした」の挨拶と拍手のもと、初めての「デパートゆにとつと」は幕を閉じた。

