

普通科における商業教育の取り組み

静岡県立熱海高等学校教諭 小見山 秀彦

1. はじめに

近年、商業教育において「商品開発」はマーケティング分野の中で生徒の顧客満足実現能力等を育成し、起業家精神を育む科目として期待されており、全国の商業高校にて多く行われている。一方、普通科校における「商品開発」は、商業科教員数も少なく、開設商業科目数も少ないため実施するには困難な状態である。

拙稿では、筆者の本校における商品開発の取り組みの実践例を紹介する。それを通してこれからの商業教育における「商品開発」を考える一助となれば幸いである。

2. 本稿の沿革と特色

本校は昭和16年に熱海市桃山町に、熱海市立熱海高等女学校として開校した。昭和23年に学制改革により静岡県に移管し、男女共学の普通科高等学校となった。熱海市内唯一の高等学校として、地域を支える人材を育成してきた。昭和42年に桃山から現在地の下多賀に移転した。昭和58年から普通科・英語科の併設校となる。平成11年から英語科の募集を停止し、これから迎えるであろう日本の高齢化社会を見据えた福祉類型、地域の基幹産業である観光業に対応したビジネス観光類型を柱とした普通科類型制（福祉・情報・ビジネス観光・文理教養・国際教養）とした。平成18年に類型変更（福祉・ビジネス観光・文理・総合）を行った。

本校の開設商業科目は、簿記、文書デザイン、情報処理、商品と流通、総合実践である。その他に、学校設定科目としてホテル実務、観光資源があり、この2科目が本校商業科の特色である。

3. 学校設定科目①「ホテル実務」

「ホテル実務」は、熱海・伊東地区の旅館・ホテルにおいて2年次の11月に5日間、3年次の6月

に5日間、合計10時間実施している。教員は約15カ所の実習先におよそ1カ月前に訪問をして打ち合わせをする。その後、実習2週間前に生徒から電話にて実習先へアポイント取りをさせ、直接実習先に打ち合わせに伺わせる。そこで、当日の持ち物、服装など説明を受け準備をする。事前指導として、専門学校の講師を招き実習への心構えを講義していただく。当日各実習先には生徒2名前後が調理場、フロント、客室などで様々な業務を体験する。実習日誌を常に携帯し、実習終了後反省を記入する。教員は実習先に開始日と最終日の2日間を基本として巡回をする。その際、評価票を持参し、実習写真を撮影する。事後指導として御礼状の作成、実習写真を取り入れた実習新聞や実習報告書（プレゼンテーションソフト使用）を作成し発表する。

近年、旅館・ホテルの営業形態や観光客減少による経済的影響を考慮し、宿泊施設での実習だけでなく観光業における販売実習・営業実習・事務実習などを取り入れ、ビジネス実習へと移行を行っている。

4. 学校設定科目②「観光資源」

「観光資源」は、国内旅行業務取扱管理者資格の一部を取り上げ観光業に興味を抱かせる授業と、観光地活性化に向けた観光土産商品開発を行う授業の2本柱で構成している。国内旅行業務取扱管理者資格の授業では、おもに旅行業約款や運賃計算、観光地理を取り上げている。観光土産商品開発の授業は、商品と流通の科目を基礎知識として理解させた上で地元企業である株式会社TTC様の御協力のもと行っている。

では次項で、普通科における商業教育の取り組みについて、時系列に沿って紹介したい。

5. 商品開発の流れ

単独商業高校と違い、商業の開設科目数が少ない本校では、開設しているすべての科目を商品開発に

繋げている。商品と流通の授業では、商品やマーケティングの基礎知識を習得し、簿記や情報処理で学んだ知識を商品開発の原価計算で活かし、あるいは販売促進のためのPOP作成などでは文書デザインで身に付けた技術を発揮する等、あらゆる科目を活かして新商品を誕生させる。実際に今回作り上げた商品開発の流れは以下の通りである。

(1) 最初に、仮想会社「ATAMI－新商品開発－」をビジネス観光類型3年14名の生徒で設立した。実際の会社と同様に社長、専務、秘書、営業・交渉部長（販売促進、外部との交渉）、宣伝・広報部長（ホームページ作成、市長にアポイントメント）、デザイン部長（キャラクター作成、パッケージ作成、容器提案）の役職を設けた。毎授業終了後活動日報を提出させ、常に報告・連絡・相談の体制を確立させた。

(2) キャラクター・コーポレートカラー・ロゴ作成・名刺作成をした。熱海名産「橙」を使ったキャラクター名称「だいだーまん」を考えた。

(3) 平成22年9月27日(月)アカオリゾート公国様に社長・専務・秘書を連れ昨年度の商品提案（卒業生が案の段階で終了していた企画）をもとに、今年度の実践的商品開発の御協力と先行販売先としての依頼を行った。



(4) 平成22年度9月29日(水)14時から15時に熱海駅周辺にて52人にアンケートを実施した。質問内容は、「今日は、どちらからきましたか。熱海にきた目的はなんですか。熱海には何回訪れましたか。お土産を買う場合どのようなものを買いたいですか。商品を選ぶのに重視した点は何ですか。どんな新商品を開発して欲しいですか。最後に熱海のイメージを教えてください。」である。



アンケートの結果熱海特有のお土産商品はないことを知った。

(5) 商品開発をするにあたり地元を知らずに良い商品を作り出すことはできない。そこで地元の観光資源を調べ理解させた。

(6) 地元企業で人材育成に力を入れ全面的に学校教育に御協力いただける企業として株式会社TTC様を訪問して商品開発のお願いをした。今後TTCグループの株式会社フジノ様様が、総合プロデュース（味・パッケージ・販売指導・販売促進など）をしていただけることになった。

(7) 平成22年10月8日(金)企画会議にてフジノ様に御来校の上、講義していただいた。内容は以下の通り。

新商品開発を行う上での留意点

- ア. 開発の目的を明確にする
- イ. ターゲットを明確にする
- ウ. 販売リスクについて
- エ. 販売する上では多くの支援者を創る
- オ. フジノ様様の6つのこだわりについて
- カ. 競合品の調査
- キ. その他（実際にフジノ様様が開発した商品でヒットした事例）

(8) 平成22年度10月20日(水)熱海高校生と教員275人を対象としたアンケートを実施した。質問内容は、「イカメンチを知っていますか。イカメンチを食べたことがありますか。イカメンチを販売している所を知っていますか。」である。

アンケートでは8割の生徒がイカメンチを食べたことがないことを知った。

(9) 平成22年10月21日(木)網代イカメンチの会の「和食処味里」様にてイカメンチを試食した。先日の校内アンケートをもとに、以下の内容を提案した。

- ① 戦う土俵を変える。発想の転換をする
- ② 網代イカメンチの会の団体名に活動するためのサブ団体名を設ける
- ③ 新商品として販売する



(10) 平成22年11月11日(木)商品企画案プレゼン

テーションにフジノネ様から2名、網代イカメンチの会様から1名来校。10品を発表し、最終的に3品と改良提案商品の1品をアカオリゾート公国様にプレゼンテーションすることが決定した。

(11) 平成22年12月3日(金)ホテルニューアカオ様にて第1回商品企画案プレゼンテーションを実施した。最終的にイカメンチチップスを作ることが決定した。

(12) 平成23年1月21日(金)デザイナー様との企画会議及び試食会議を行った。パッケージと味の決定をした。



(13) 平成23年1月28日(金)熱海市産業振興課へ御挨拶に伺った。熱海市長との対談依頼と協力要請をし、開発商品写真を熱海市ホームページトップに掲載していただけることになった。

(14) 平成23年2月8日(火)熱海市長に御挨拶および商品紹介をした。

(15) 平成23年2月11日(祝)ホテルニューアカオ様と熱海駅商店街にて販売した。事前の校内販売と当日販売の合計約1,000個販売した。



(16) 平成23年2月11日(祝)社長・専務・営業部長がFM熱海に生出演し宣伝をした。

(17) 平成23年4月 第2期ATAMI－新商品開発－社長就任後、部署を3つに分け活動開始した。

①地域商品開発部

フジノネ様との共同開発を継続して販売分析や既存商品の改良を行う部署

②コンビニ商品開発部

コンビニエンスストアと共同開発を行う部署

③三ツ星郷土料理部

高校生のアイデアで熱海に新グルメを誕生させる部署

(18) 平成23年5月3日(祝)網代かつちゃくれ市にてイカメンチチップス200個が完売した。

(19) 平成23年6月18日(土)「B級グルメフェスタ in 三島」にてイカメンチチップスをチャリティ販売した。200個完売し、義援金として15,100円を東日本大震災の被災地に寄付した。

(20) 平成23年6月22日(水) TBS「Nスタ」にてテレビ報道された。

(21) 平成23年7月 三ツ星郷土料理部を主体として「F級グルメ甲子園」に向けて校内企画会議をした。

① 橙を使った商品

② イカメンチを使った商品の2案から検討

(22) 平成23年9月 橙を使った商品として橙のシュークリームを企画した。しかし、F級グルメ甲子園の開催時期が秋であり屋外でもあるため、温かい商品や匂いがでる商品を検討することにした。そこで、イカメンチを使った商品としてイカメンチまん(atami spring ball), イカメンチ春巻き(atami spring roll), イカメンチ餃子(揚げる・焼く・茹でる)を考えた。

(23) 平成23年9月16日(金)網代イカメンチの会様より3名が御来校、イカメンチの作り方や昔の熱海についてなどを教えていただいた。

(24) 平成23年9月20日(火)網代イカメンチの会様より7名御来校、生徒と共にイカメンチを作った。そこで、イカメンチまんにチャレンジしたが、イカメンチはおいしいが生地が固く上手にできなかった。

(25) 平成23年9月26日(月)イカメンチ春巻きとイカメンチ餃子(揚げる・焼く・茹でる)の試作をした。どちらも美味しくできたが、餃子といえば宇都宮や浜松餃子がありインパクトに欠けるため取り止めた。また、春巻きは、自分たちで生地を作れないため取り止めた。

(26) 平成23年10月12日(水)イカメンチまんの生地の作り方を勉強させていただくため、熱海市にある中華料理店「壹番」様を訪問した。



(27) 平成23年10月13日(木)網代漁港にて網代で獲れる魚を実際に目で見たり、競りの様子を見学

したりして、流通の仕組みを理解させた。生徒は、自分たちが手にする食材はたくさんの方々がいるからこそ手に入ると実感していた。

(28) 平成 23 年 10 月 26 日(水)網代イカメンチの会の方々と一緒に 29 日に行われる校内文化祭用 200 個と F 級グルメ甲子園用 200 個の合計 400 個のイカメンチまんの作成をした。

(29) 平成 23 年 10 月 27 日(木)NHK ラジオ「ここはふるさと旅するラジオ」に生出演した。

(30) 平成 23 年 10 月 29 日(土)校内文化祭にて 200 個販売した。

(31) 平成 23 年 10 月 30 日(日)浜松市三ケ日で行われた F 級グルメ甲子園に出場した。F 級グルメ甲子園とは高校生を対象としたグルメ甲子園である。地元の食材を使ったレシピにより当日会場で調理し、来場者の投票で日本一の F 級グルメを決定する。F 級グルメの「F」には、高校生がふるさと(Furusato)の未来(Future)を創るグルメという意味が込められている。他の出店校は、岩手県立宮古水産高等学校「サンマ&サケ缶詰」、宮城県立大河原商業高等学校「うめ輝り、うめ果り、うめらむね」、福島県立小高商業高等学校「小高だいこんかりんとう」、福島県立修明高等学校「凍み豆腐&玉こんにゃく揚」、千葉県立東金商業高等学校「サーディンライスバーガー」、富士市立高等学校「だい蕎麦」、静岡県立磐田西高等学校「いわた飯」、静岡県立浜松東高等学校「浜松五平餅」、愛知県立岡崎商業高等学校「八丁味噌たません」、愛知県立豊田東高等学校「米コメこめーぷ」、京都府立海洋高等学校「サバカレー缶」(商品のみの販売)、静岡県立三ヶ日高等学校「MKB サンド、いそぶた焼、みかん蒸しパン、みっかび肉巻おにぎりなど」の 12 校。



(32) 平成 23 年 11 月 14 日(月)地域商品開発部はフジノネ様にてパッケージ変更案を提示した。初代イカメンチチップスは 600 円の販売価格で観光客をターゲットとしてきた。今回、価格を下げ地元の

方々や子どもをターゲットとしたパッケージ変更を考えている。

(33) 平成 23 年 11 月 25 日(金)F 級グルメ甲子園出場報告会を開催した。内容は、① ATAMI - 新商品開発 - の取り組みを地域の食品業界や観光業界の方々に知っていただき、F 級グルメ甲子園にて販売した「イカメンチまん」を販売していただけるお店を募集すること②来年度の F 級グルメ甲子園に向けて地域一丸となって商品開発に取り組みたいというお願い③高校生が作るフリーマガジンについての御意見を伺うことの 3 点。

6. 今後の課題

初代イカメンチチップスは予め販売場所と提携を結び開発した。しかし、高校生が考える「地域活性化」には結びつかなかった。原因として、どこでも販売できる要素はあるがフジノネ様やアカオリゾート公国様、和食処味里様の知名度と経営力が高く、各商店さんが自分の店で販売しなくてもいいという考えが生まれ熱海全体が一体感を得られる状態にできなかったことにある。そこで、F 級グルメ甲子園出場をキッカケに固定した飲食業や観光業との提携ではなく、熱海市すべての飲食業や観光業に呼びかけ高校と街が一体感を持って開発を行い、来年の第 2 回 F 級グルメ甲子園出場後、あらゆる施設で販売してもらえる(著作権フリーのような状態)ことを目標としている。一部だけ(少数の店)が活性化するのはなく、街全体が一丸となるためにはどうしたらいいのか生徒と日々苦悩している。

7. 終わりに

普通科における商業教育は、いかに地域企業・行政と連携を図り学校教育が孤立することなく、未来ある生徒が地元で育ち、地元で貢献できる人材を育成することができるかが課題である。商業高校と比べ履修商業科目が少ない普通科において、商業科目だけにこだわった授業展開ではなく、教科をまたいだ連携も必要不可欠である。地域の方々に愛され、期待されるためにも、学校側から常に情報を発信し、地域の方々と共に作り上げていく学校と街づくりを忘れてはいけない。商品開発では、多くの方々の御支援をいただき完成できた。継続的に御協力頂ける企業様にとても感謝しております。ありがとうございました。

