

全国生徒商業研究発表大会に向けて ～本校マーケティング部の1年間の取り組み～

北海道札幌東商業高等学校教諭 高橋 秀幸

はじめに

「やったー！」という喜びの声を上げる生徒、涙を浮かべる生徒、じっと喜びをかみしめる生徒。平成15年度全国生徒商業研究発表大会（於：栃木県宇都宮市）において、念願の文部科学大臣奨励賞を受賞したときの光景である。

1年間、この大会を目標に行ってきた様々な取り組みが思い出され、そして、活動を支援援助して下さった方々への感謝の念で一杯になった瞬間であった。

以下、本校マーケティング部が1年間取り組んできた内容について紹介させていただく。



1. 本校の概況

本校は、今年創立40年の学校である。平成11年度に学科改編を行い、「商業科」8学級から「流通経済科」「国際経済科」「会計ビジネス科」「情報処理科」の4学科各2学級となった。校舎は、交通の便の良い札幌市東部の新札幌地区にあり、市内や近郊の中学校から生徒が入学している。生徒は学習や資格取得に対して熱心であり、例年、全商協会1級3種目以上取得者が40名を超え、今年も46名が表彰を受けている。部活動も盛んで、珠算部、情報処

理部、マーケティング部、陸上部が全国大会に出場し、珠算部は2年連続全国優勝を果たしている。

2. マーケティング部の概要

本校のマーケティング部は開校当時から活動し、日々、全国生徒商業研究発表大会への参加を目標に活動している。今年度は、1年生3名、2年生6名、3年生6名の15名と顧問2名で活動している。全国大会ブロック予選である北海道高等学校商業クラブ研究発表大会では、4年連続で総合賞を頂き全国大会出場権を得ている。

3. 研究発表大会に向けた取り組み

(1) テーマの設定

大会終了後はすぐに、次年度に向けてのテーマ設定を行う。テーマは、例年「生徒自らが興味を持った内容」を採用している。長い時間をかけて調査研究をしていくためには、自分たちの興味・関心のある内容でなければ続けられない。去年は企画したラーメンの商品化ができず悔しい思いを経験し、今年は何かを「商品化」することが大前提であった。折しも韓国見学旅行が、SARSやイラク戦争の影響から国内旅行へ変更になったことをきっかけに、今回の「旅行」というテーマが決まった。なお、過去4年間の本校の発表タイトルは図1の通りである。

過去の発表タイトル（図1）

- 平成12年度 YOSAKOI ソーラン
～SHOWからDOへ～
- 平成13年度 札幌ラーメンうまいっしょ！
～とんしょう軒創業への道～
- 平成14年度 Tonsho-Ken Presents
～from product to promotion～
- 平成15年度 一期一会
～東商的一日游～

(2) 調査内容検討・資料収集

テーマが決まれば、次に「そのテーマの何を具体的に調べていくか」という、調査研究内容の検討に入る。今年度の調査研究の具体的内容は、次の図2の通りである。

平成 15 年度の調査研究の具体的内容 (図2)
I. アンケート調査と既存資料の利用
II. 日帰りツアーの商品企画 (企画力)
III. ツアー販売に向けた広告・宣伝 (訴求力)
IV. 企業訪問 (じゃらん・名鉄観光)
V. 最近の旅行業界について
VI. 6月14日 雨の日のツアー催行 (実践力)
VII. 参加者の方々の声
VIII. 利益計算 (損益分岐点分析)

ここで、テーマに対して何を調査していくかをしっかりと考え、「商業の視点から調査できるか」「実際のビジネスの手順を踏んで調査できるか」を検討し、興味・関心がある題材と、授業で学んでいる各科目とを関連づけて柱を組み立てていく。

次に、どのように資料を集めるかを考える。「どこで、どのような内容を調査するのか」を決め、関係企業や参考文献を選び出す。最近では、webページにより多くの資料を集めることも可能だが、実際に企業訪問を行い、直接担当者から話を伺うようにしている。また、この企業訪問は、普段のマナー学習や就業体験学習、総合実践で得たものを生かす場ともなっている。

(3) 関係機関の訪問・アンケート調査の実施・資料整理と具体化

相手企業の都合上、訪問はどうしても平日の放課後となり、時間が十分取れないことも多かったが、どの企業からも懇切丁寧に指導していただいた。

「アンケート調査」は、マーケティングの教科書や参考文献を利用して質問事項や調査方法を検討する。また、調査後の分析は、表計算ソフトで集計した後にグラフなどで視覚化し、事実の読取りと自分たちの意見をまとめるという作業を行う。ここで数値データをしっかりとおさえ、自分の意見を出していくことが研究の柱となっていく。

また、「既存資料の利用」という点では、教科書はもちろん、旅行業界や旅行全般に関する市販の参

考文献から必要な資料を集め、ワープロソフトを利用してまとめていく。その他の参考文献は部の予算で購入したり、図書館を利用したりした。さらに、まとめ方や表現方法の点では、過去に他校が全道・全国大会で用いた発表資料も参考にした。

今回はテーマが「旅行」ということで、普段お世話になっている名鉄観光株式会社札幌支店の担当者から、ツアープランニングについて指導をしていただいた。旅行全般の話を伺い、何度も見学先や温泉地と電話連絡を取り、全員で150本ほどの企画案を出した。しかし、最後に担当者から了解がでた企画はわずか2本であった。なお現在では、企業担当者と生徒の連絡方法をメールで行うことが可能なため、以前に比べ随分便利になっている。

図3：Aプランパンフレット



Bプランパンフレット



次に「ツアー販売に向けた広告・宣伝」では、広告手段として「パンフレット」を選択し、2コース分を、街頭で配布した(図3)。しかし、実際にパンフレットを配布しても申込人数が伸びなかったため、「新聞に記事として載せてもらおう」という意見が出され、週末に北海道新聞の記事として掲載していただいた。その後申込者が増え、Bプランの催行が決定した。生徒も、自らの企画が実際に催行できるかどうか不安だったが、催行決定の電話があったときは、皆大喜びであった。企画を立てるときも販売のときも、企業担当者でも思いつかないような提案をする生徒の創造力にはいつも驚かされている。

「企業訪問」では、旅行雑誌を発刊している北海道じゃらんを訪問し、旅行の企画方法やパンフレット作成について話を伺った。次に、企画でお世話になった名鉄観光札幌支店を訪問し、ツアーを作るときにの注意点や旅行業会全体についてのお話を伺った。実際に企業を訪れることで、普段の学習が机上のものだけではなく、生きたものへ変わっていくことを生徒も実感していた。

「ツアー催行」の部分では、生徒が見よう見まねでバスガイド役を行ったが、素人が上手に案内できるわけもなく、お客様に助けられながら何とか最後までやり遂げられた。ツアーの最後に、お客様から「今日はありがとう」と言われ、全員が感動し涙していた。商業高校で学ぶ生徒が、利益を得るということを前提に活動するのは当然かもしれないが、それ以上に出会いの大切さが理解できた瞬間であった。このときの思いが「一期一会」という発表タイトルにつながっているのである。

また、心の部分を大切にしながらも、しっかりと



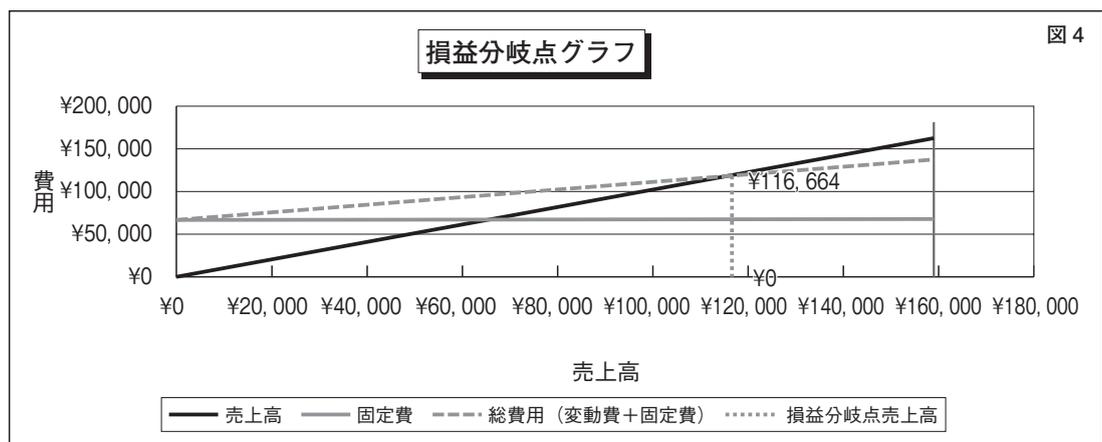
した計画を立て、「利益計算」面での分析も行った。図4のようなグラフも、情報処理の授業で表計算ソフトを学習している生徒にとっては、無理のない簡単な作業であった。また、収益・費用をきちんと表にまとめ、利益計算を行うには簿記の知識も必要となり、普段の授業で学んだことを総合的に発揮できる場として調査研究はたいへん有意義であった。

こうした作業と並行して、資料の整理・具体化を進め、まとめを行っていく。

(4) 資料のまとめ・原稿と図表の作成

調査活動を進め、研究内容の具体化が進むと、発表用資料(冊子)の作成に入る。全道・全国大会では、各校とも「見やすく・わかりやすい」資料を作る努力をしており、参考になるアイデアが多い。

ここでは、これまで得たデータを整理し、様々な内容から必要なものを絞り込み1冊の資料に仕上げていく。単純に貼り付けていくと、B5版で100ページ程の資料になってしまう。これを規定の30ページにしていくにはかなりの労力を必要とした。この



時は、普段から指導いただいている国語科の先生にも相談して作業を進めた。

(5) 発表準備

発表資料作成と並行して、プレゼンテーション用スライドも作成する。スライドは、基本的に前年度の発表で使用したものを参考に作り上げていく。また、過年度の大会ビデオを見ながら上手な学校の手法を参考にしている。

プレゼンテーション用ソフトは生徒も使いやすいため、全員が興味を持って取り組むことができ、自分たちで創り出しているという実感を得られる点が良い。また、自分の伝えたいことをわかりやすく表現することは、これから生きていく上でとても重要な力となる。

発表用資料が完成すると、それをもとにして発表用原稿を作成するが、情報量が多いので12分という時間にまとめるのはかなり難しい。最初から完璧な原稿ができることはなく、仮の原稿を作成し、何度も読み込む中で修正し、最終的に12分の原稿になるようにする。

(6) 発表練習

すべて完成すると最終調整を行い、大会を想定した発表練習を行う。発表練習は読み手、パソコンのスライド、音響(BGM)のタイミングを合わせる事が中心である。顧問だけでは気付かない部分もあるため、商業科をはじめ、多くの先生の手でチェックしてもらうなど、学校全体の取り組みとすることでより良いものとなっていく。

4. 全国大会に向けた取り組み

今回で全国大会は4回目の挑戦となったが、入賞経験がなく、今年こそ文部科学大臣奨励賞受賞を目標に部員が一丸となり、次に示す取り組みに挑戦した。

(1) 全国大会2連覇「珠算部」との交流

全国大会2連覇の経験を持つ珠算部と交流し、「全国に通用する力」とは何かを学んだ。部員同士がこれからの全国大会に向け、どのように取り組んでいけばよいかなどのアドバイスを得た。

(2) 道都大学教授からの指導

発表資料及びプレゼンテーションについて、マーケティングの製品開発を専門とする道都大学の教授にご指導をお願いした。

(3) 北海道文化放送アナウンサーからの指導

本校インターンシップのマナー指導など、日頃からお世話になっている北海道文化放送アナウンサーの方に、相手に伝わる話し方を丁寧にアドバイスしていただいた。

(4) 全国産業教育フェア(北海道大会)への参加

バスツアー企画の実績を評価いただき、学校長から産業教育フェアに参加する方対象の札幌市内観光バスツアーの企画を依頼され、催行した。

おわりに

こうした取り組みの結果、この度幸いにも全国生徒商業研究発表大会において文部科学大臣奨励賞をいただくことができた。生徒一人ひとりの喜んだ顔、泣いた顔を思い出すと、この15名の生徒たちとの出会いと、共にがんばれたことに心から感謝するばかりである。

以上、本校のマーケティング部の取り組みについて述べてきたが、改めて調査研究が、商業を学ぶ生徒にとって重要な教育活動であることを痛感する。商業のまとめとしてはもちろん、導入としても多くの生徒に興味・関心を持たせることが期待できる。

教室で得た知識を調査研究において実際に活用し、ひとつの成果に結びつけることが、すなわち、「自ら学び、自ら考える力」を育むことになるのではないだろうか。そして、それが、実学である商業教育の本来の姿ではないかと思うのである。