

# マーケティングワークブックを活用した商業教育

宮崎県立宮崎商業高等学校教諭 長澤 良彦  
宮崎県立都城商業高等学校教諭 鎌田 英也

## 1. はじめに

宮崎県では、これまでに各高等学校で特色ある取り組みが行われてきた。例えば、小林商業高校では常設店舗を設けたり、宮崎商業高校では「電子商取引」や「デジタルカメラサポートサービス」を行ったり、都城商業高校では「チャチャ茶」の商品開発を行い、これまで、地域活性化に貢献してきた。しかし、それらの取り組みは地域活性化には貢献したものの、長続きはせず、一過性のものであるというのが現状である。

宮崎県の商業教育の方向性、そして私たち商業科職員の願いは、「宮崎県から世界に通用する起業家を輩出したい」そして「進学や就職で県外に出たとしても、将来は宮崎県に帰ってきて、地域活性化に貢献してほしい」それが「真の地域活性化」であると考えている。

昨今のビジネスを取り巻く環境は経済のグローバル化、国際化、ICT化、サービス経済化が進みめまぐるしい変化をしている。その変化に対応していくためにはより専門的な知識・技術を有した人材育成が必要となる。その人材育成のために、宮崎県教育研究会商業部会では「アクティベート研究会」を平成16年度に設置した（平成20年度までの時限の研究会）。「アクティベート」とは「活性化」を意味する。

## 2. 「ビジネス教育研究」とワークブックについて

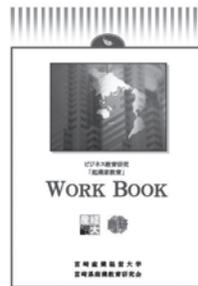
アクティベート研究会「ビジネス教育研究」では、新たなビジネス教育の高度化に対応し、教員の資質向上や指導者養成、生徒に対しては「魅力ある商業教育」を展開することを目的に研究を進めてきた。

本来であれば、学習指導要領の改訂後から研究に取り組んでいたものを、このアクティベート研究会では、次期学習指導要領の改訂も視野に入れつつ、研究に取り組み、改訂後からすぐに全力を挙げて教育が展開できるように努めてきた。その研究会の活動のなかで完成したのが、「起業家教育ワークブック」（写真1）と「高校生のための知的財産権&マ

ーケティングワークブック」（写真2）である。

「起業家教育ワークブック」は宮崎産業経営大学との高大連携事業の一環で取り組み、完成した。このワークブックの特徴は「宮崎県独自のワークブック」となっており、県内で活躍する社長のインタビューや高校生へ向けてのメッセージ、また生徒商業教育研究発表大会の取り組みなどを紹介することで、生徒にとって身近な学校の取り組みや、生徒が普段から利用しているお店の社長の考えを知ることができ、身近な教材となっている。

一方の「高校生のための知的財産権&マーケティングワークブック」は、マーケティングの内容をより深化させた内容となっている。現在の「マーケティング」や「商品と流通」などの科目の資料集として使える内容となっており、商品開発や顧客満足について、より深く理解できる内容となっている。



(写真1)



(写真2)

## 3. 宮崎商業高等学校の特色ある取り組み

本校は今年で創立90周年を迎える伝統と歴史のある学校である。商業科、経営情報科、国際経済科、経営科学科の4学科があり、「進学ができる」「就職ができる」「高度資格がとれる」「部活動が思いっきりできる」をキャッチフレーズに日々の教育活動が展開されている。進学においても国公立大学への進学者も多い。

高度資格取得に対しても日商簿記検定1級に2名合格。また、部活動も活発であり、県内だけではなく全国や九州を舞台に活躍しており、すばらしい実

績を残している。

本校のビジネス基礎の特徴は①評価規準に基づいた評価、②共通した評価システム、③ニューモラルの3つである。平成16年度・17年度に文部科学省指定研究「全国のかつ総合的な学力調査の実施に関わる研究」の中で「ビジネス基礎」における評価研究について都城商業高校と合同で研究に取り組み発表を行った。その中で生徒へ望ましい姿である評価規準(表1)と評価の判断基準を生徒へ提示し、それに基づき、担当者が年間を通して、共通した評価システム(表2)に評価を入力していく。評価システムは「関心意欲態度」「思考判断」「技能表現」「知識理解」の4観点に分け、定期テストもこの4観点に基づき、評価を行っている。レポートなどについては担当者が成果物を持ち寄り、担当者間で調整を行っており、他のクラスの評価も閲覧することができるようになっている。

教材等	評価A (自発的に、自主的に取り組み、積極的である。具体的に特徴を複数見いだしている。)	評価B (得意がある。探求しようとする姿勢がある。ある程度、理解している。)	評価C (項目の内容についての記入があるが、整理されていない。理解が不十分)	評価D (項目の内容についての記入がない。整理されていない。理解が不十分)
	5点	4点	2点	1点
スクラップ	単元のテーマに沿った適切な記事の収集で、適切に要点を捉えてまとめられている。	記事の内容を適切に要点を捉えてまとめられている。	各項目について記入がなされている。 【日時・新聞名・感想】	提出期限を守らない。まとめ方が悪い。感想も少ない。
レポート(課題)	テーマ設定の理由、自分の意見、資料の引用等が適切に読みやすくまとめられている。	字数制限等の条件をクリアしている。誤字、脱字が少ない。提出期限を守っている。	テーマに沿った意見や感想がかけられている。誤字、脱字が多い。提出期限を守れなかった。	提出期限を守らない。まとめ方が悪い。感想も少ない。

(表1)

ニューモラルは授業開始の5分程度を使い、毎回実施している。「月刊ニューモラル(社団法人モラルロジー研究所)」「職場の教養(社団法人日本倫理研究所)」などを題材としており、豊かな人生や楽しい家庭、住みよい社会を作るための日々の行いや心遣いが提案されている。生徒はそのエピソードを読み、感想を述べる。また担当者もエピソードについての感想や人生観を述べる。非常に落ち着いた雰囲気です。授業を始めることができ、生徒にも大変好評である。

9月に、ビジネス基礎を履修しているクラスに「あなたは将来社長になりたいですか」「あなたは自分でアイデアを考えたり、実行したりすることが好きですか」とアンケートを行った(1クラス40名)。将来、社長になりたいという生徒は9名(23%)、なりたくないという生徒は31名(77%)、アイデアを考えたり、実行したりすることは好きと答えた生徒は11名(28%)、嫌いだと答えた生徒は28名(72%)であった。アンケートを通して見えてきたことは、自分の考えたアイデアを人に伝えることが苦手(コミュニケーション能力不足)、自らすすんで、リーダーをしたくない生徒が多いことがわかり、「自ら考え、行動できる姿勢を養う起業家精神の育成」が急務であることが分かった。起業家精神についてはいろいろな捉え方があると思うが、今回は生徒の実態からリーダー育成、コミュニケーション能力の育成を主に研究を進めた。「起業家教育ワークブック」の内容より生徒に学びたい内容を選ばせて授業を行った。生徒のニーズを把握することで生徒は高

「ビジネス基礎」評価シート(1学期)																										平成 年度									
観点		関・意・態					思・考・判・断					技・能・表・現					知・識・理・解					期 末 評 価					評 価	評 点							
得点	5	5	5	5	20	0	5	5	5	15	00	90	20	0	15	30	125	100	A	B	C	D	計	格											
項 目	オリエンテーション	提出物	態度・出席	期末考査	小 計					オリエンテーション	期末考査	ニューモラル	小 計													関心・意欲・態度	思考・判断	技能・表現	知識・理解	合 計	評 価	評 点			
評 価 材 等	10年後の私	字彙ノート等	授業態度等	期末考査						10年後の私	期末考査	ニューモラル	期末考査							A B C D	A B C D	A B C D	A B C D	合 計	格	評 点									
番号	氏 名																																		
1		2	0	1	0	3				0	2	2	0	4	69	69	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	76	B	61				
2		2	2	4	5	13				0	2	2	3	7	79	76	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	76	A	77	
3		4	0	1	4	9				0	4	2	3	9	72	72	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	90	A	72
4		5	4	4	5	18				0	5	2	5	12	72	72	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	102	A	82
5		4	4	4	5	17				0	4	2	5	11	69	89	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	117	A	94
6		4	4	4	4	16				0	4	2	5	11	67	67	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	94	A	75
7		5	4	4	5	19				0	5	2	5	12	60	60	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	90	A	72

(表2)

興味関心をいだいて授業に臨むと考えたからである。生徒のニーズ調査よりワークブックのうち、「第2章 儲けの種を考えよう（アイデア発想法）」「第1章 社長ってどんな人，どんな仕事」「第4章 宮崎で商売をしよう」の3つの内容について授業を行った。

「第2章 儲けの種を考えよう」ではワークブックを活用し，ポストイット法やブレインストーミングなどのアイデア発想法の紹介とその実践を行った。

「第1章 社長ってどんな人，どんな仕事」では，自分の抱く社長のイメージとワークブックに掲載している県内の社長の1週間のスケジュールを比較させた。生徒は自分の抱く社長のイメージと違うことに驚き，社長の責任の重さや大変さを理解したようである。

「第4章 宮崎で商売をしよう」では県内を拠点に活躍されている社長のインタビューを読ませ，ワークシートに記入させた。インタビューには社長の苦労話や今の高校生へ向けてのメッセージが書かれており，生徒は，身近なお店の社長のメッセージに感動したようである。

#### 4. ワークブックの効果検証

起業家教育ワークブックを活用して，生徒も高い興味・関心を持ち，授業に臨んでいた。ワークブックを活用しての学習効果は高いと思う。他の商業高校での実践事例や社長の現状，宮崎で商売を営む社長のインタビューを通し，身近に感じたようである。指導者側の立場でも，教材としては非常に使いやすかった。教材を補う話も十分にできたと思う。生徒にも感想を聞いてみたが，「身近な話題で分かりやすい」とか「社長のインタビューを読んでもっと頑張らなくてはいけない。と感じた」など多くの生徒がワークブックを活用してよかったと答えていた。

#### 5. まとめ

起業家ワークブックを活用し，グループ学習を行うことで，生徒の「自ら考え，行動する姿勢」と「コミュニケーション能力」の育成が図られたと思う。今回の生徒はまだ1年生で，販売実習などの「経験」はない。今後はそのような実習を「体験」することで，「経験」を積み，その「経験」が「自信」につながりリーダーになっていくのではないかと考える。本校では大分大学や大阪商業大学が主催する「ビジネスアイデアコンテスト」に毎年応募し，大分大学の方では，毎年のように1年生が1次予選

を通過し，入賞している。また，2年生で行われる販売実習では，保育園や幼稚園に通う子供とその保護者をターゲットに販売実習を行い，3年生が2年生の販売実習の経営指導や「宮商レンジャーショー」をはじめとする子供向けのイベントの企画・運営を生徒達で行っている。「経験」・「体験」を多く積むことでそれが「自信」につながり「真のリーダー」になって，将来は宮崎県の活性化のために貢献してほしい。この「真の活性化」が私たち宮崎県商業科職員の願いである。

#### 6. 宮崎県立都城商業高校での取り組み

本校では，2年生が総合的な学習の時間を活用してマーケティングについて学び，中心市街地で実施する販売実習『コマースoul都商』に臨む。

起業家教育ワークブックを活用した実践例として販売実習『コマースoul都商』について紹介する。

#### 7. 『コマースoul都商』とは

本校の総合的な学習の時間の名称は『都商 Plan Do』である。経済不況や少子高齢化社会，環境問題や国際問題等，様々な困難にも立ち向かい，生き生きと社会生活を営んでいける生徒を育成するためには，自主性や主体性，コミュニケーション能力が必要であると考え。生徒たちが課題を設定した事柄について問題解決を図る際，そこに「たとえ誤りがあっても，まず行動を起こしてみよう。その中から，新しい問題解決の方法を見いだしていこう」という前向きな行動を促したい理由から『都商 Plan Do』という名称を付けている。この『都商 Plan Do』の時間を通してマーケティングを学習。その実践として，文化祭の期間中に中心市街地で販売実習『コマースoul都商』がある。

『コマース (Commerce : 商人)』+『ソウル (Soul : 魂)』=『コマースoul (商人魂)』

中心市街地の活性化への願いも込めたこの取り組みは平成13年から実施。今年で9回目を数え，毎回約1,000人もの市民が集う名物行事として定着してきている。

#### 8. ワークブックを活用した『コマースoul都商』までの取り組み

毎週木曜日に設定されている総合的な学習の時間『都商 Plan Do』。

マーケティングへの興味関心をいかに持たせるかを常に考えながら，授業を計画している。そのために必要な手段は生徒に“WHY (なぜ?)”を提供す

ること。「中心市街地が衰退しているのはなぜ？」「あの店が人気があるのはなぜ？」そういった疑問を解決する資料（ヒント）として、ワークブックをポイントポイントで活用した。

4月から6月までは、①マーケティングとは何か②店舗コンセプト決定③市場調査④販売品目の決定以上4点を重点学習として進めた。

市場調査を文化祭実行委員会が担当し、中心市街地に繰り出して市民50人にアンケートを実施。

【今年のコマソウル都商で都商生に臨むことは何ですか？】との問いに、約42%もの市民が『販売態度に期待している』という結果が出た。

この結果は、その後の礼法指導でもよい動機づけとなった。また、コマソウル都商でしか買えないオリジナル商品や1,000円から2,000円以内の商品を購入予定である人が多いことなども分かった。

店舗経営のコンセプトや販売品目の決定について生徒自身の自主性、主体性を尊重した。ただし、アイデアを出す手法については、ワークブックからKJ法やマインドマップ等を紹介。これらのいくつかの方法を提示し、店長を中心にクラスでの話し合いを進めてもらった。

7月から9月は、①仕入・販売計画（損益分岐点の学習）②知的財産権・景品表示法・優良誤認③店舗設計

以上3点を重点学習として進めた。特に、損益分岐点については、ワークブックの資料を活用し、次の5点を確認した。

- ・変動費と固定費の分類をする。
- ・損益分岐点の算出をして採算ラインを確認する。
- ・目標利益の設定をして売上目標を確認する。
- ・限界利益を算出して製品の収益性を考える。
- ・今後の計画や修正に役立たせる。

簿記の授業との関連もあり、生徒は意外と興味を持って取り組んだ。知的財産権や景品表示法などもワークブックの資料を活用した。ただ儲かればよいという発想では経営は成り立たない、社会にも迷惑をかけてしまうということを理解してくれたようである。

10月は、①礼法指導②販売促進活動（ポスターや折り込みちらし、メディアへの出演等）③係別集会による役割の徹底（シミュレーション）

以上3点を重点学習とした。各店舗（クラス）の経営理念と主な販売商品の一覧である（表3、4）。

主 体	店 名	カテゴリー	ターゲット	主な取り扱い品目
21HR	mim43 おやつ村	駄菓子系	子供 お年寄り	駄菓子、和洋菓子 携帯ストラップ
22HR	会計キッド	日用品関係	若者(男女) 年配	生活用品、タオル ギフト用品、やきそば、卵
23HR	ハチミツと クローキー	飲食物系	子供から お年寄り	ジュース、パン、キムチ いなり、クレープ サンドイッチ、軽食、綿菓子
24HR	ビクミンの 家～愛～	植物系	主婦や 年配の方	植物の種、苗、土 ポップコーン
25HR	ベジタ坊主 のキッチン	生鮮食料品	主婦、高齢者 子供	野菜、果物、Tシャツ

(表3)

《経営理念》

21HR	どんな世代のお客様にも懐かしい気持ちや純粋に「おいしい」という気持ちを提供する。
22HR	やるからには一番！ 22HR アピールチャンス !!
23HR	お客様は神様！ 接客ほどこよりも丁寧に !!
24HR	笑顔と明るい接客を売りに !!
25HR	何事にもお客様優先

(表4)

## 9. まとめ

10月25日（日）『コマソウル都商』当日は雨。下した決断は“雨天決行！”計画通りに進まず、生徒の動きが鈍くなることも憂慮したが、その心配は無用であった。生き生きとした表情と行動力を見て“商人魂”を学びながらの学習が間違いでなかったことを確信した。随所に自主性や主体性、それらがミックスした店舗（クラス）の団結力が見られたからである。歩行者天国となった中心市街地の道路約50メートルは、都商生のエネルギーあふれる元気な声と多くの買い物客の笑顔で一杯となり、悪天候をも吹き飛ばした。

一方で、商品知識不足で、お客様に適切な接客ができない場面や、仕入数量を誤り、売れ残りを多数出したり、逆に閉店1時間前に全商品が完売してしまい、時間を持て余す結果になってしまうなど改善材料が出てきたことも事実である。このこともまた商売の難しさを実感した勉強であると捉えたい。

今回2冊のワークブックを活用することで、マーケティングに関する興味関心を引き出しながら、総合的な学習の時間『都商PD』をスムーズに計画運営することが出来た。しかし、マーケティングは生き物である。日々移り変わっていく経済状況に対応するため、教材も改良を重ねていかなければならない。生徒たちに次のようなことを伝えることができたら幸いである。

『コマース：商人』+『ソウル：魂』=『コマソウル』

商業人の魂を学ぶこと、マーケティング活動を学ぶことが、地域郷土を愛する心、物を大切に作る心、人への感謝の気持ちを深める心につながる。

今後も積極的に街に飛び出し、活動を継続していきたい。