

# 活きたビジネス教育をめざして ～マーケティングの授業実践を中心に～

北海道深川東商業高等学校教諭 柏原 真人

## I はじめに

本校では、平成10年度学科転換により、商業科3学級が流通経済科3学級となり、情報処理科1学級を合わせ4学級となった。

学科転換に先立って、平成9年度に、新しい流通経済科の教育課程の編成と施設設備の導入のために、プロジェクトチームを編成して準備を進めた。

流通経済科の特色を「経済社会に適応し活躍できる社会性や想像力、企画力、コミュニケーション能力の育成」に求めた。また、教育課程の編成にあたっては、経済活動全般に関わる「マーケティング」を柱として科目の体系化を図った。

具体的な科目の指導においては、実際の経済社会におけるさまざまな事象を教材とし、指導内容に取り入れ、できるだけ体験的に学ばせる工夫を凝らした。また、経済のグローバル化、インターネットの普及を背景とした国際化への対応を行うとともに、社会性やコミュニケーション能力の育成をめざして、インターンシップや体験的学習も積極的に取り入れた。

施設設備については、総合実践室をマーケティング実習室として改修し、接遇練習のための応接室やコンビニエンス・ストアをモデルとした店舗設計用の実習室を設けた。また、より効果的な体験的学習を実施するために、情報処理機器や視聴覚機材の充実を図った。

## II 教育課程について

### 1 教育課程編成の方針

#### (1) 基礎的・基本的知識・技術の習得

豊かな発想や創造力を培うために、その基礎となる知識や技術の習得を図ることを目的とする。

ゆとりある授業の中で、基礎・基本の習得の徹底を図ったり、工夫のある授業展開を行うことで生徒の興味・関心を引き出し、探求心や向上心に基づいた自ら学ぶ姿勢を養う。

#### (2) 選択制の充実

生徒が主体的に取り組み、資格取得や進路目標を達成できるように、選択制の充実を図る。また、両学科の専門性を尊重し追求しながらも、流通経済科に学ぶ生徒にとって、情報処理の知識や技術も必要であるので、互いに必要な知識・技術を選択制によって共有しあう柔軟性を持たせる。

#### (3) 資格取得と学ぶ目標の設定

基礎的な知識・技術の習得の目標として、1年次に簿記や情報処理の3級の取得の徹底を図る。また、資格取得によって自ら学ぶ意欲と自信を持たせることにより、上級資格取得や目標を持たせる。

#### (4) 国際化への対応

経済のグローバル化、インターネットの普及、交通手段の発達など、我々の身近に国際化を意識させる。教育課程上に国際化に対応できる科目を配置し、流通経済科としての国際化への取り組みを展開する。また、教育課程の編成にあたり、選択科目として「英語実務」2単位を導入する。

#### (5) 流通に関する科目の体系化

流通に関する科目は1年次から3年次にかけて体系的に配置し、その指導内容は発展的・応用的になるように構築する。また、それぞれの段階において科目の指導内容の深化を図る目的で、体験的学習を取り入れる。

## III 特色ある科目について

流通経済科の特色ある科目として「マーケティング」と「ビジネス実務」を体系化の柱とした。これらの科目の指導においては、実社会との接点に配慮し、実践的・体験的に学ばせることに重点をおいた指導内容や指導方法を構築した。

### 1 ビジネス実務（学校設定科目）

平成11年度に導入した学校設定科目で、従来の接遇指導の幅を広げ、職業人としてのルールやマナーなど、社会生活に必要な知識や態度を身につけさせる指導内容とした。

< ビジネス実務における具体的指導内容 >

#### (1) 礼儀作法について（挨拶や言葉遣い）

社会人としての基本となるコミュニケーションの在り方やTPOをわきまえた言葉遣いや挨拶など、実社会の豊富な資料を用いて具体的に指導する。

#### (2) 社会慣習について(冠婚葬祭マナー, ルール)

実社会で経験的に学ぶ慣習や儀礼について, 具体的な例を用いて指導する。

#### (3) 職場のマナー, ルールについて

実際の職場における就業規則などを用いて, 集団生活における規律の意味や必要性を学ぶ。また, 組織における人間関係の在り方を理解することで, チームワークやリーダーシップの在り方, 会社のしくみ, 組織における役割の重要性や責任について学ばせる。

パソコンやワープロなどのOA機器を活用し, ビジネス文書や社内報を作成する実習も行う。

#### (4) 社会人講師による授業について

社会人として第一線で活躍するビジネスマンによる授業(講演)を通して, 職業観, 勤労観等の育成を図り, 企業における実務の内容について学ぶ。

#### (5) 接遇練習について

挨拶やお辞儀のしかた, お茶の出し方など, 社会人として必要な基本的な礼儀作法を, 実習を通して学ばせる。

#### (6) ビジネス能力検定への取り組みについて

学習のまとめとして, 専修学校協会主催「ビジネス能力検定」を受験させる。

2年次…「ビジネス能力検定3級」(流通経済科全員&情報処理科選択者)

3年次…「ビジネス能力検定2級」(流通経済科全員&情報処理科選択者)

## 2 マーケティング

流通経済科の体系において中心となる科目として位置づけた。この科目では, 1年次に学んだ「流通経済」の指導内容を発展的に学ばせるとともに, 広く経済社会の事象をとらえる視点を養う。またマルチメディアを活用した実習によって, マーケティングの知識技術を身につけさせることともに, 創造力, 企画力の育成も図る。

<マーケティングの指導内容>

#### (1) 現代市場とマーケティング

現代市場におけるマーケティングを実社会の豊富な資料から学ぶ。さらにマーケティングの視点から発展的, 総合的に経済のグローバル化やサービス経済化の実際, 高齢化社会, 環境破壊などの課題に目

を向け, 社会全体に対する広い視野を養う。

#### (2) マーケティング実習

現実の市場で展開されているマーケティング活動から適切に取り出した事象を効果的に教材化することにより, 知識技術の深化を図ることができる。また, 実習において, グループによる作業や課題解決型の学習によって, 協調性やリーダーシップの育成, あるいは創造力や企画力などの資質を高めることができる。

さらに, ビデオカメラやデジタルカメラ, パソコンなどのマルチメディア機器を積極的に活用することで, 情報処理機器やソフトの活用能力の育成もねらいとした。

#### ① 市場調査実習

この実習での調査方法として, もっとも広く利用されている標本調査の手法を用いて行う。ここでは, 自分のクラスを標本として集計, 分析することにより, 母集団としての全校生徒の傾向を分析する。

さらに調査の必要性, 有用性あるいは生徒の調査結果が検証できるように, 教師が予め全校生徒に対する全数調査を実施し, その結果を集計・分析しておく。

この実習で大切なことは, 調査の目的や必要性の手法を学ばせることはもとより, 調査活動の事前に行う調査の予測や, 事後に行う調査結果の分析活動において, 生徒に推論する力や分析する力を発揮させることである。

また, 予測や分析, 調査結果をまとめる報告書の作成においては, パソコンなどを利用せず, 鉛筆や定規, コンパスといった道具を使うことにした。

この理由は, 発想やアイデアを自由に表現したり, フリーハンドによる資料作成の技術を学ばせるためである。

#### ② ケーススタディー

企業で行われている実際のマーケティング活動を学ばせる。市販されている書籍やインターネット, また企業と直接アポイントメントを取ることで, 情報収集し資料化することで, 本校独自の教材を作成する。

今日の経済社会において, 成功をおさめている企業の最新のマーケティングの知識・技術を学ばせるとともに, 企業や経営者の独創的なアイデアから可能性や創造力, 企画力の大切さを学ばせる。

### ③ 店舗設計、商品陳列実習

消費者にとって身近なマーケティング活動である商品陳列や広告について、その必要性や効果について体験的に学ぶ。

- ア) 商品陳列や広告の知識と技術を学ぶことにより、商品に対する知識を深めると共に、販売促進活動としての商品陳列や広告の必要性・重要性を理解させる。
- イ) 企業の立場で商品陳列や広告などを企画することにより、販売促進活動の狙いや効果を理解させる。また、商品そのものや商品サービスに関する情報を正しく判断し、取捨選択できる消費者としての資質を養う。
- ウ) グループによる学習を通して、リーダーシップや協調性・積極性を養う。
- エ) 効果的な陳列や広告を作り出す過程において創造力や企画力を養う。
- オ) 情報処理機器の活用による作業能率の向上や、限られた実習時間内における時間管理の重要性、作業の効率化について学ばせる。
- カ) 商品管理をPOPシステムで行い、その重要性を認識させると共に、簡単な模擬販売実習を行い接客の基本を学ぶ。

### ④ CM、商品広告ポスター制作実習

生産者や売買業者は、購買意欲を喚起するために消費者に対してさまざまな情報を発信する。この実習では、消費者の購買心理をとらえたCMや商品広告がもたらす効果を理解させる。テレビCMや商品広告ポスターは、私たちにもっとも身近なプロモーション活動である。実習では、コンピュータやビデオ編集機などの情報処理機器を活用して、実際に作品の制作を行わせ、プロモーションの知識や技術を体験的に学ばせる。

### ⑤ 体験的学習

「体験的学習」を各学年に導入し、流通経済分野の体系化を図り、学習の深化に努めた（例えば、地域の歴史や産業に対する理解等を図る）。

- ア) 地域見学学習（1年次）  
流通経済の学習内容をより深化させるため、地元周辺地域の経済や産業構造を理解させる。また、地歴公民科とのタイアップにより、深川市の歴史についても理解させる。
- イ) 企業見学学習（2年次）  
経済のグローバル化、サービス経済化を背景とした、経済社会における企業活動や商業集積のしくみを学ぶ。人的・物的流通の基点となる空港や港湾などの見学を通して、流通経済科目の学習内容の深化を図る。
- ウ) 職場体験実習（2年次）  
平成11年度から、インターンシップの一環として深川市と近隣町村の企業の協力を得て、3日間の職場体験実習を実施している。  
職場のルールやマナー、態度について体験的に学ぶ。実習をはじめとする事前学習、事後学習を充実させ、ビジネス実務などで学んだ知識を、生きた知識として生徒一人一人に定着させるように配慮した。
- エ) 実習販売会  
3年間、体系的に学んだ流通経済科目の知識や技術を活用して、模擬的な販売活動を行う。

## IV これからの課題

流通経済科がスタートして1年が過ぎた平成11年3月、新学習指導要領が告示され、その翌年の5月には高等学校学習指導要領解説が示され、私たちは、その中の「ビジネス」という視点について再認識を図った。

平成12年度  
ポスター広告作品  
(コカコーラ)



今年度、平成15年度から実施する教育課程の編成作業に着手した。流通経済科において「ビジネス」という明確な視点のもと、現在の「マーケティング」を柱とした体系的な指導展開から、「ビジネス実務」を出発点とした多面的な指導の展開を図り、指導科目・指導内容について、再構築を図っている。

マーケティングにおけるビジネスの視点の内容は、国際化、消費者側、経済社会等のあらゆる場面に存在している。新教育課程においては、指導要領の目的と照らし合わせながらさまざまなビジネスの視点を適切に取り出し、多面的なビジネス教育の展開を

図る。また、適切な学校設定科目を設置し、消費者の視点と国際化の視点からもビジネス教育にアプローチする等、さまざまな可能性にチャレンジしたい。

この他に、社会人講師による授業、実務で活用できる資格取得への取り組みなど、さまざまな可能性について検討を重ねているところである。

そして、何よりも大切な課題は、これからのビジネス教育に関わる我々が、豊かな創造力に基づく斬新な発想を持って、ビジネス教育の発展に取り組む認識が必要であり、全職員の意識の啓蒙を図っていく必要があると考えている。

## 実教出版発行 検定試験模擬問題集

平成14年度版

全国商業高等学校長協会主催

全商ワープロ実務検定 模擬試験問題集

1級	A4/112p.(生問題 16p.)	定価 770円
2級	A4/128p.(生問題 16p.)	定価 680円
3級	A4/104p.(生問題 12p.)	定価 660円
3・4級	A4/120p.(生問題 16p.)	定価 680円
キートレーニング+4級		
	A4/96p.(生問題 8p.)	定価 650円

平成14年度版

4月発行予定

全国商業高等学校長協会主催

全商電卓実務検定 模擬試験問題集

別冊伝票(伝票問題)付

1級	B4/72p.(別冊解答 28p.)	定価 820円
2級	B4/64p.(別冊解答 32p.)	定価 720円
3級	B4/64p.(別冊解答 32p.)	定価 670円

平成14年度版

全国商業高等学校長協会主催

全商コンピュータ利用技術検定  
模擬試験問題集

1級	A4/96p.(別冊解答 32p.)	定価 800円
2級	A4/96p.(別冊解答 36p.)	定価 650円
3級	A4/96p.(別冊解答 36p.)	定価 630円

平成14年度版

4月発行予定

日商簿記検定 模擬試験問題集

2級商業簿記・工業簿記		
	A4/128p.(別冊解答104p.)	定価 820円
3級商業簿記		
	A4/104p.(別冊解答 88p.)	定価 730円

実教出版創立60周年記念出版

商業教育の歩み 現状の課題と展望

一橋大学講師 笈川達男著 A5/304p. 定価 3,150円

- 全商協会理事長などを歴任した著者が、明治以降の商業教育の位置付け、歴史、教育のありかたとその現状、そして将来の商業教育の展望を「商業教育の歩み」としてまとめました。
- 商業教育関係者必携の書！

(定価はいずれも2月1日現在、消費税込み)