



授業実践 Part 2

「作れる」から「売れる」へ

—購買心理を踏まえて考えさせる Web 制作授業—

下関商業高等学校 福田 武士

1. はじめに

本校の「ネットワーク活用」の授業では、これまで HTML や CSS を用いた Web ページ制作に取り組んできた。しかし、生徒はページを「作成する」ことには達成感を示す一方で、「そのページで本当に商品が売れるのか」「誰に向けた表現なのか」といった視点まで十分に踏み込めない場面が少なくなかった。見た目を整えることに意識が向き、購買者の心理を踏まえた設計にまで至らないまま制作活動が終わってしまうのである。さらに、生成 AI の普及により、生徒が AI の出力をそのまま利用し、自ら考える前に「それらしい答え」に到達してしまう状況も見られるようになった。便利である一方で、「考え、比較し、修正する」という学習過程が希薄化する危険性も感じていた。

そこで本実践では、生成 AI を「答えを与える道具」ではなく、「自らの考えを見直す比較対象」として位置づけた。そして、「売れるページとは何か」を問う授業を構想した。

2. 実際の授業

(1) 「買いたいと思うか」を問いにする

授業の導入では、あえて「売れにくい」商品ページを提示し、「このページで買いたいと思うか」と問いかけた。生徒からは、「見にくい」「何を伝えたいのか分からない」といった反応が返ってきた。しかし、それらは感覚的な印象にとどまっていたため、「どこが見にくいのか」「自分が購入者なら何が不足していると感じるか」と問いを重ねた。すると、「写真が小さいため商品の魅

力が伝わらない」「説明が少なく不安になる」「誰向けの商品なのかが分からない」といった具体的な意見が出始めた。特に、「誰向けなのかが分からない」という発言は、その後の学習を方向づける重要な視点となった。教員側から「ターゲット」という言葉を提示するのではなく、生徒自身の気づきとして引き出したことに大きな意味があった。

(2) 改善案を考える活動

続くペア活動では、「どのようにすれば売れるページになるか」という課題を提示し、改善案を検討させた。ここで意識したのは、教員が改善方法を先に示しすぎないことである。活動当初は、「何を直せばよいか分からない」と手が止まる場面も見られた。しかし、「誰に売りたいのか」「その人は何を知りたいのか」「その情報は十分に示されているか」と問いを返すことで、生徒たちは徐々に議論を深めていった。「高校生向けなら、もっと親しみやすい表現がよい」「送料が分からないと購入をためらう」「レビューがないと信頼しにくい」など、購買者の立場に立った意見が次々に出され、ページを「作る」視点から、「購入者の気持ちを考える」視点へと変化していった。

(3) HTML・CSS による修正

HTML・CSS を用いた修正作業では、単なる操作指導に終始しないよう留意した。例えば、キャッチコピーを変更する場面では、「その表現で誰に何を伝えたいのか」と問いかけた。また、画像を大きくする場面では、「なぜ大きくする必

要があるのか」を確認した。このように、「なぜその修正を行うのか」を言語化させることで、生徒の作業には明確な意図が伴うようになった。実際に、キャッチコピーを何度も書き直しながら、「こちらの方が商品の良さが伝わる」と自ら修正する生徒の姿も見られた。

(4) 生成 AI との比較

活動の後半では、生成 AI を活用した。AI による改善案を提示すると、生徒からは「完成度が高い」「このまま使えそうだな」といった声が上がった。しかし、「本当にこのままで売れるのか」「自分たちの案と比べて何が違うのか」と問い返すと、「きれいにまとまっているが印象に残りにくい」「無難ではあるが、誰向けなのかが曖昧である」といった意見が出されるようになった。中には、「AI は 80 点だが、自分たちは 100 点を目指せる」と発言する生徒もいた。この発言からは、AI を“正解”として捉えるのではなく、自らの思考を深めるための材料として活用し始めている様子が見えてきた。

3. 成果と課題

発表では、「改善前」と「改善後」を比較しながら、工夫した点とその理由を説明させた。「高校生向けに親しみやすい表現へ変更した」「送料を明記して安心感を持たせた」「商品の魅力が伝わるよう画像を大きくした」など、購買心理を踏まえた説明が多く見られた。授業の導入時には、「見にくい」といった感覚的な発言にとどまっ



改善前の Web ページ

いた生徒が、最終的には「なぜ売れるのか」を、根拠をもって説明できるようになった点は、大きな成果であった。

一方で、生成 AI を活用する際には、AI の提案をそのまま受け入れてしまう生徒も依然として見られた。今後は、AI の出力を比較・検討しながら改善につなげる活動をさらに充実させる必要がある。

4. おわりに

本授業実践を通して、生徒の主体性は、単に自由に活動させることで生まれるものではなく、「考えざるを得ない問い」によって引き出されることを実感した。「誰に売するのか」「なぜその表現なのか」「それで本当に購入したくなるのか」、こうした問いを積み重ねることで、生徒は自らの考えを見直し、比較し、修正するようになる。また、生成 AI を授業に取り入れる際には、単なる便利な道具としてではなく、生徒の思考を深めるための装置として位置づけることが重要である。商業教育における Web 制作は、単なる技術習得ではなく、「価値をどのように伝えるか」を考える実践的な学びである。今後も、生成 AI を適切に活用しながら、生徒が主体的に考え、価値を創造する授業を追究していきたい。



改善後の Web ページ