

商業科「マーケティング」授業実践紹介

授業者：柴谷 祐人

学 年：2年

単元名：販売促進『2種類のどん兵衛を比べ、なぜ日清食品は地域ごとに味を変えるのかを考察し、自分の意見を持てる。』

単元のねらい（7つのチカラ：職業とつなぐ力）

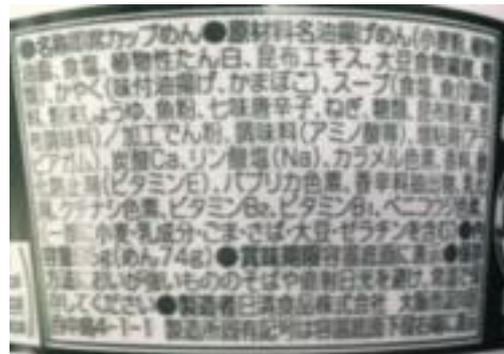
- ・目や舌などからの感覚と、人間の心理の結びつきに気づくことができる。
- ・顧客を確保するために各企業が行っている戦略に触れ、日常生活と結びつけることができる。

単元の流れとパフォーマンス課題

①関西版・関東版と書かれたどん兵衛の食べ比べ（実は両方とも関東版）からパッケージの人の味覚にもたらす効果を体験する。



②なぜ、地域によって味を変えているのかを考察し、ワークシートへ記入する。



②改めて関西版・関東版と書かれたどん兵衛の食べ比べを行い、自分の感覚で感じた違いをワークシートへ記入する。



④成分表示から、味の違いは出汁の違いであることを学習し、出汁の違いが地域ごとの文化の違いであることを学習する。

⑤今回の学習で学んだことを G suite の google jamboard で共有し、自己評価をする。

パフォーマンス課題の評価

ワークシートへの書き込みから、生徒の気づきを評価し、Jamboard への書き込みから、他者に対する表現力を評価する。

どん兵衛から得た学び

- パッケージに騙されて感じた
- 地域によって味の濃さは違うことがわかった。発売
- 先入観というか耳からの情報で味覚にも影響が出ることに驚いた。明
- 地方が好む味に変わっている。神奈川
- 食べ比べた結果、関東と関西の味の違いが分かった。神奈川
- 関西と関東の味の違いが分かった。神奈川
- 関西と関東を間違えて買う人がいる。神奈川
- 思い込みの力はすごいなと思った。関西と関東で出汁の味を変えているのがよく考えられているなと思う。地方によって好みの味が違うことがわかった。
- 地方によって出汁の味を変えている。神奈川
- 関西と関東で味を変えても好みは変わらない。神奈川
- 地方によって味が違うのを感じた。
- 地方によって味が違うのを感じた。

単元を通して身につけてほしいこと

より多くの顧客を得るために、各企業が行っている戦略や、手法を体験することで、日常生活の中に、学んでいる内容がちりばめられていることを意識させ、五感で経験した感覚と体験から、戦略の意図や企業努力を考察できる力を身に付けてほしいと考えています。

評価

達成度	C (1点)	B (2点)	A (3点)
【知識・理解】	関東と関西の違いと工夫がわからない。	関東と関西の違いは分かるが、工夫はわからない。	関東と関西の違いと工夫の両方がわかる。
【思考・判断】	実習において、自分の意見も、企業の意図も考えられなかった。	実習において、自分の意見は持てたが、企業の意図は考えられなかった。	実習において、自分の意見も、企業の意図も考えられた。