

# 商業科「マーケティング」授業実践紹介

授業者：杉本 祥汰  
 学 年：2 年  
 単元名：販売計画 ～“三色小町”の販売計画を考えよう～

## 本単元のねらい

- ①昨年度の閑谷學において2年生（現3年生）が開発したハンドクリームである“三色小町”についてその売り上げ増加や和気閑谷高校、和気町のPRにつながるよう販売計画を立案する。
- ②計画立案の実践を行うことによって、マーケティング活動の意義を学ぶとともにマーケティング活動を合理的・計画的に行う能力を養う。

## 単元の流れ（全5回）

- ①計画立案（コンセプト、売上目標、利益計算）
- ②コンセプトをもとに情報収集
- ③販売員調査（質問紙を分析）
- ④企画会議、プレゼン資料作成
- ⑤コンペ（プレゼンテーション）



マーケティング  
 『“三色小町”の販売計画を考えよう』企画書（下書き）  
 （ ）年（ ）組（ ）番 氏名（ ）

平成30年6月13日

販売計画コンセプト (why・how)  
 →特に重点を置いてどのように販売するのか（利益重視、PR重視、とりあえず東京etc.）

期間 (when)  
 →いつ実行するのか（夏休みならその日付etc.）

場所 (where)  
 →どこで販売するのか（とっとり・おはやま新機郡など具体的な店舗名や住所まで）

売上目標高 (how many・how much)  
 →どれだけ売りたいのかを単価×数量で具体的な数字で示す

販売促進計画  
 →販売促進をどのように行うのか、どれくらいの予算で何をやり、実行するのか

イラスト等



## 単元の評価の観点とルーブリック

[評価の観点] 次の点を通じて、新たな視点やユニークなアイデアが提案されている。

- ①テーマ性
- ②地域性
- ③企画の実現可能性
- ④デザイン力・表現力
- ⑤プレゼンテーション力やPR力などの「伝える力」

	A（素晴らしい）	B（合格）	C（改善が必要）
評価の観点 ①～③	テーマに沿ってよく調べられており、必要な情報が豊富に盛り込まれ、実現の可能性があり、説得力のある提案ができています。	テーマに沿ってよく調べられており、必要な情報が盛り込まれ、具体的で概ね説得力のある提案ができています。	テーマに沿って調べているが、必要な情報が不十分のため根拠不足で、説得力のある提案になっていない。
評価の観点 ④	表現が独創的で、提案内容に興味を持たせる工夫が随所に見られる。	提案内容に興味を持たせる工夫が見られる。	提案内容への興味を喚起するような工夫がほとんど見られない。
評価の観点 ⑤	発表内容が具体的かつ論理的で、プレゼン方法にも独自の工夫が見られ、説得力あるものになっている。	発表内容が具体的で、プレゼン方法にも工夫が見られ、概ね説得力のあるものになっている。	発表内容に具体性がなく、プレゼン方法にも工夫が見られず、説得力に欠ける。

## 単元を通して身につけてほしいこと

身近にある商品についてどこでどうやったらたくさん売れるのか、いくらでどれくらい売ればもうかるのかをグループで考えることによって、マーケティングや販売に関する考え方を深めてもらいたいと考えています。この単元での学習を通して、日常生活においてもコスト感覚を身につけた職業人になってほしいと考えています。

## 実践の背景

- 本校は学びに向かう力、互いのよさを生かしながら、よりよい社会を実現しようとする態度を養うことを目標としています。また、自分で深く考え学ぶ時間を創ろうとしています。
- 商業科では多くの授業で検定取得を目指しており、マーケティングにおいても検定を意識した授業を行っています。しかし検定だけではなく、職業人として実践的な力を身につけさせるにはどうしたらよいか試行錯誤しています。

## 授業改善のアプローチ

- 担当者は、実在する商品の販売計画を立案することによって、コンセプトの設定からプレゼンテーションまで一連のマーケティング活動を実践する力を身につけさせたいと考え、単元を設定しました。これは習得した知識を活用して実践へとつなげることができるようになってほしいとの思いからです。また消費者のみならず、生産者や販売者の視点でユニークなアイデアを提案することで、独創性やPR力の育成も目指しています。
- この単元では、多くの課題に対して短い時間での解決を求めることでグループにおける役割分担やチーム力の向上を目指しています。
- 生徒の案に対して指導者が問い直すことで何のために何をするのか明確になるように支援しました。

## 単元のヤマ場となる授業場面

### 単元の構成

第1時	第2時	第3時	第4時	第5時
グループ分けを行い、各グループにおいて販売計画のコンセプト、売上目標、利益目標を設定する。その際には、ユニークなアイデアを提案する。	前時に設定したコンセプトをもとに、どこで、どう売るのがかを考えるために情報収集を行う。情報をもとに販売促進計画を考える。	閑谷學において開発・販売を行った3年生を対象に実施した質問紙を分析し、販売計画の修正を行う。また、企画書やプレゼン資料の下書きを行う。	プレゼンテーションに向けて、パワーポイント資料や企画書、実習概要を作成する。資料は説得力あるものになるよう、論理的かつ独自の工夫を取り入れる。	各グループ5分でプレゼンテーションを行い、どのグループのプランが評価の観点に即して優れているか、コンペを開催する。

### パフォーマンス課題

昨年度の閑谷學において2年生（現3年生）が開発したハンドクリームである“三色小町”について販売計画を立案する。

<条件> ○“三色小町”について販売計画を立案する。ただし、コンセプトは各グループによって特色あるものにする。

○販売を行う期間や場所・売上目標高、販売促進計画を明示する。

<課題> ・昨年度開発したハンドクリームについて販売計画を立案する。

・自分たちの考えたプランを説得力のあるものにするプレゼン資料を作成する。

・企画したプランをさまざまな技法を使って論理的に伝える。

### 評価

前述したルーブリックによる評価のほか、プレゼンテーションの自己評価や相互評価を行った。

評価項目	段階
①論理的に発表することができた	
②プレゼン方法に独自の工夫ができた	
③説得力のあるプレゼンができた	
④姿勢を正し、聞き手の方を向いて発表できた	
⑤発表時間を守ることができた	
⑥聞き取りやすい声の大きさではっきり話すことができた	

段階	評価
4	よくできた
3	できた
2	あまりできなかった
1	できなかった