

平成30年度
教育課程研究指定校事業 中間発表
学習指導研究会マーケティング研究会

[研究授業 資料]

目 次

教育課程研究指定校事業実施計画書（平成30年度）	1
科目「マーケティング」を通して育成する人物像及び資質・能力	5
商業科「マーケティング」学習指導案	6
(1) 単元について	
(2) 単元の概要と目標	
(3) 単元の評価規準	
(4) 指導と評価の計画	
(5) 本時の授業計画	
パブリックディベートにおけるルーブリック評価	11
第5章 製品政策における授業プリント	12
パブリックディベートまでの「コンセプトシート」	16
パブリックディベートまでの「プレゼンテーションシート」	18
パブリックディベートまでの「プレゼンテーション評価シート」	15
パブリックディベートにおける「シナリオシート」	19
パブリックディベートにおける「想定問答ワークシート」	25
パブリックディベートにおける「振り返りシート」	26
パブリックディベートにおける「ジャッジフローシート」	27

教育課程研究指定校事業実施計画書（平成30年度）
 — 研究課題 1 高等学校 —

都道府県・指定都市番号	45	都道府県・指定都市名	宮崎県
-------------	----	------------	-----

公立・私立・国立（○で囲む）

1 研究指定校の概要

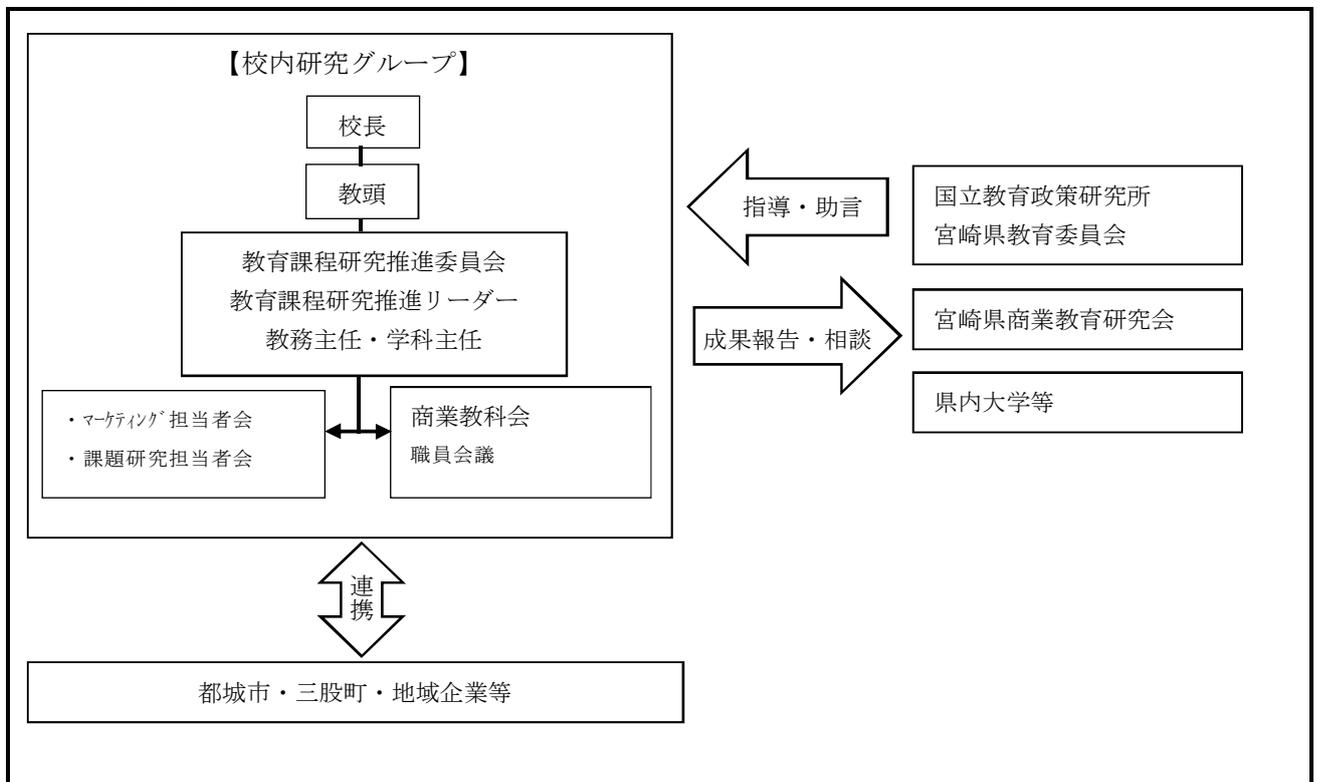
ふりがな 学校名	みやざきぎまりつみやこのじょうしょうぎょうこうとうがっこう 宮崎県立都城商業高等学校			ふりがな 校長氏名	はなもり かずや 花盛 和也
所在地	〒885-0053 宮崎県都城市上東町31街区25号 電話 0986-22-1758 FAX 0986-22-1759 E-mail tosho@miyazaki-c.ed.jp				
設置する 課程 (H30.4.1見込)	商業科 会計科 経営情報科			(H30.4.1見込。臨時的任用の者は常勤の者のみ含む) 教員数 40名	
生徒数 (H30.4.1見込)				[調査研究にかかわる教科等の教員数]	
学科名	1年	2年	3年	計	
商業科	82	81	82	245	
会計科	41	41	37	119	
経営情報科	40	40	40	120	
計	163	162	159	484	
特記事項					

2 研究主題等

教科等名	商業	教科課題番号等	1
学校における研究主題	学習指導要領を踏まえた「主体的・対話的で深い学び」の実践における、指導と評価の一体化に向けた研究 ～地方創生時代を生き抜く力を育むための商業教育の在り方～		
研究主題設定の理由	<p>本校では、商業科（大学科）の目標として、「①都城商業高校生としての自覚と誇りを身につける取組を図り、教師自身が高い志を持ち、何事にも誠意を持って全員で取り組み、可能な限り生徒の可能性を伸ばす。」「②教科における学力の基礎基本を徹底させるとともに、生徒の興味・関心、進路希望に応じた授業内容の充実を図る。」「③自ら学び自ら考える学習態度の育成に努める。」「④集団の中で考え、協力して行動できる場を積極的に設け、「社会力」の育成に努める。」の4つを掲げている。</p> <p>地方創生時代に商業教育に期待されるのは、複雑で多岐にわたる問題に対応するための対話力や、その対話をまとめていくファシリテーション力を高める教育であると考えられる。そのため、本校における商業科の目標の下、自ら情報を集め、分析・判断し、それを表現する力を生徒が身に付けるための指導の在り方及び学習評価を工夫改善し、授業改善につなげていくことを研究することとして研究主題を設定した。</p>		
研究の内容	<p>1 1年生「マーケティング」</p> <ul style="list-style-type: none"> ○マーケティングの動向・課題を捉える学習活動とマーケティングに関する具体的な事例について多面的・多角的に分析し、考察や討論を行う学習活動及びその評価に関する研究 ○マーケティングに関する理論を実験などにより確認する学習活動とマーケティングに関する具体的な課題を設定し、科学的な根拠に基づいてマーケティング計画を立案して提案などを行う学習活動及びその学習評価に関する研究 		

	<p>2 3年「課題研究」</p> <p>本校の取組である「フューチャーセンター」における調査、研究、実験について、次のことを研究する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○課題設定の指導の工夫・改善 ○外部評価の導入を含む、評価方法の工夫・改善 ○時代の変化に対応した新たな商業教育に関する研究体制の構築 ○地域を学びのフィールドとした調査、研究、実験 ○対話を通じた多様な人々と協働しながら感性を豊かに育むとともに、新たな価値を創造し問題の発見や解決につなげる学習活動 ○地域活動をベースとしたさまざまな対話手法（サークル、ブレインストーミング、OST オープンスペーステクノロジー、プロアクションカフェ、ワールドカフェ、フューチャーセッションなど）を用いたファシリテーション力の育成 ○生徒の対話力を中心とした、コミュニケーション力の育成
--	---

3 研究体制等



4 研究計画

実施時期	研究内容、研究方法、成果の公開等		期待される成果等
【前期】 4月～9月	マーケティング (1年)	課題研究 (3年)	○研究内容、研究方法、指導と評価の単元及び基本となる学習過程を職員間で共通理解を図ることができる。
	<ul style="list-style-type: none"> ・課題を踏まえた到達目標設定、内容、方法の設定 ・年間指導計画（シラバス）の作成 ・教育課程研究指定校視察 ・評価基準の作成 		

平成 30 年 度		<ul style="list-style-type: none"> ○協調学習及び対話手法を活用する単元決定 <ul style="list-style-type: none"> ・ケーススタディ ・知識構成型ジグソー法 ・対話手法 ○教材の開発 ○生徒の変容を把握するための事前アンケート調査の実施 ○教育委員会、大学等との連携及び情報収集 <ul style="list-style-type: none"> ・ケーススタディ研究、ワークシート作成 ・知識構成型ジグソー法の教材研究、ワークシート作成 ・対話の講習会 ・ルーブリック評価研究 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域連携先の決定 <ul style="list-style-type: none"> ・外部評価の連携 ○生徒の変容を把握するための事前アンケート調査の実施 ○教育委員会、大学等との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・対話手法に関する講習会 ・ルーブリック評価研究 ・研究日誌の作成、自己評価作成 ・発表方法の検討 ○指導方法の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ○協調学習の指導の他教科への波及が期待できる。 ○校内アンケートを用い、生徒の変容を把握することができる。 ○外部機関からの指導助言を受け、研究の視野を広げることができる。
	【後期】 10月～3月	<ul style="list-style-type: none"> ○校内研究授業実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ケーススタディ ・知識構成型ジグソー法 ・ルーブリック評価 ○授業改善 <ul style="list-style-type: none"> ・ケース教材の修正、改善 ・観点別評価基準及び評価基準の修正・改善 ・知識構成型ジグソー法の工夫改善 ・観点別評価基準及び評価基準の修正・改善 ・対話手法の工夫改善 ○教育課程研究指定校事業研究授業実施（11月） <ul style="list-style-type: none"> ・教育課程調査官指導訪問 ○生徒の変容の調査と分析 <ul style="list-style-type: none"> ・校内アンケート実施 ○中間報告（2月） ○年間指導計画の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・PDCA サイクルでの次年度の指導方法等の工夫・改善 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域活動における対話手法の活用の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・対話手法の研究 ・ルーブリック評価 ・研究日誌及び報告書評価 ○オープンスクールでの成果発表の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・発表方法の工夫 ○課題研究発表会 <ul style="list-style-type: none"> ・1年生、2年生及び外部参加者への発表の検討 ・外部評価者からの評価とその分析 ・研究日誌の評価とその分析 ・プレゼンテーション ○教育課程研究指定校事業研究授業実施（11月） <ul style="list-style-type: none"> ・教育課程調査官指導訪問 ○生徒の変容の調査と分析 <ul style="list-style-type: none"> ・校内アンケート実施 ○中間報告 ○観点別評価基準及び評価基準の修正・改善 ○年間指導計画の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・PDCA サイクルで次年度の工夫・改善 	<ul style="list-style-type: none"> ○指導と評価の一体化を図ることができる。 ○授業参加者からのアンケートを踏まえ、成果と課題を明らかにすることができる。 ○中間報告において、情報発信を行い、2年目に向け、研究の工夫改善を図ることができる。 ○校内研究授業において、教職員からの評価を受けることで、次年度に向け、研究の工夫改善を図ることができる。
	【前期】 4月～9月	<ul style="list-style-type: none"> ○前年度取組内容の工夫改善 <ul style="list-style-type: none"> ・課題を踏まえた目標、内容、方法の工夫改善 ・年間指導計画（シラバス）の見直し ・評価基準の完成 		<ul style="list-style-type: none"> ○前年度の反省を元に、研究の一層の工夫改善を図ることができる。

平成 31 年度		<ul style="list-style-type: none"> ○教材の工夫改善 <ul style="list-style-type: none"> ・ケース教材作成の修正 ・知識型ジグソー法教材作成の修正 ・対話手法の効果的な活用 ○評価の工夫改善 <ul style="list-style-type: none"> ・ルーブリック評価の修正 ○生徒の変容の把握のための事前調査 <ul style="list-style-type: none"> ・校内アンケート実施 ○校内授業研修 	<ul style="list-style-type: none"> ○調査、研究、実験の工夫改善 <ul style="list-style-type: none"> ・対話手法の効果的な活用 ・評価の工夫 ○生徒の変容を把握するための事前調査 <ul style="list-style-type: none"> ・校内アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○前年度の評価を元に教材開発等の工夫改善を行うことができる。 ○校内研究授業により、研究の工夫改善を図ることができる。 ○前年度と今年度の校内アンケートの比較検討により、研究の検証を行うことができる。
	<p>【後期】 10月～3月</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○校内研究授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・校内教員で前年の反省を踏まえた工夫改善 ○教育課程研究指定校事業研究授業実施（11月） <ul style="list-style-type: none"> ・教育課程調査官指導訪問 ○生徒の変容の調査と分析 <ul style="list-style-type: none"> ・校内アンケート実施 ○調査研究のまとめ <ul style="list-style-type: none"> ・研究報告書作成 ○ホームページ情報公開 <ul style="list-style-type: none"> ・研究成果の公表 ○研究協議会（2月） 	<ul style="list-style-type: none"> ○オープンスクールでの成果発表 <ul style="list-style-type: none"> ・発表方法の工夫 ○教育課程研究指定校事業研究授業実施（11月） <ul style="list-style-type: none"> ・教育課程調査官指導訪問 ○生徒の変容の調査と分析 <ul style="list-style-type: none"> ・校内アンケート実施 ○課題研究発表会 <ul style="list-style-type: none"> ・1年生、2年生及び外部参加者へ発表 ・外部評価者から評価とその分析 ・研究日誌及び報告書の評価とその分析 ・プレゼンテーションの評価とその分析 ○調査研究のまとめ <ul style="list-style-type: none"> ・研究報告書作成 ○ホームページ情報公開 <ul style="list-style-type: none"> ・研究成果の公表 ○研究協議会（2月） 	<ul style="list-style-type: none"> ○前年度及び前期の反省を生かした2年目の研究の一層の工夫改善ができる。 ○研究授業を実施し協議を行うことで、課題とその解決方策及び研究のまとめの方向の確認を行うことができる。 ○研究成果を積極的に情報発信し、成果と課題について、県全体での共有を図ることができる。

5 研究のまとめの見通し

- ・新学習指導要領を見据え、「主体的・対話的で深い学び」の視点から、指導と評価の一体化の工夫改善を図るための実践的な調査研究を行うことで、効果的な学習・指導方法及び指導に必要な教材を開発し、その成果の普及を図る。
- ・地域の人的・物的資源を活用し、時代の変化に対応してビジネスを展開する力、学びに向かう力を身に付けさせる。
- ・地域と連携・協働しながら新しい価値を創造していく人材を育成する。
- ・成果発表会や学校ホームページにおいて研究成果を公表するとともに報告書を作成する。また、公開授業を積極的に行い、各校の教育内容の改善・充実に活用していただけたらと考える。

科目「マーケティング」を通して育成する人物像及び資質・能力

校 訓
進取敢為 友愛奉仕 自律礼讓
学校経営ビジョン
自信と誇り、高い志を持つ自立した経済人の育成を目指し、地域及び県民の負託にこたえる学校の創造

教育目標（目指す生徒像）
<p>1. 学力向上 普通教科、専門教科を問わず、授業を通して高い教養と専門性を身につけさせ、産業社会に貢献できる生徒を育成する。</p> <p>2. 自律した品格のある生徒の育成 本校生徒としての誇りを持ち、言動に責任のある自律した、品格のある生徒を育成する。</p> <p>3. 部活動を通して高い人間力を持つ生徒の育成 体育系部活動・文化系部活動とも、本校部活動の輝かしい伝統を継承すると共に、さらに高い目標に挑戦する。競い合い、助け合い、学び合う中で、高い人間性、人間力を持つ生徒の育成を図る。</p> <p>4. 地域の文化を担い、貢献できる生徒の育成 地域社会と積極的に様々な交流を行うことで、生徒の見識を広めさせ、社会性や公共心の育成を図る。</p>

商業科の目標
ビジネスの基礎的・基本的な知識や技術を習得させ、専門性を身につけるための職業的資質を育成し、時代の変化に対応できる「確かな学力」と、よりよい社会に変えていく力「社会力」や、豊かな人間性を備えた「都商ビジネスパーソン」を育て、地域や全国に誇れる「都商ブランド」を確立する。

育成を目指す人物像	マーケティングを通して自ら情報を集め、分析・判断し、それを表現する力を育み主体的に地域に携わることができる経済人の育成
------------------	---

育成を目指す資質・能力	知識及び技術	マーケティングについて実務に即して体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身に付けるようにする。
	思考力、判断力、表現力等	マーケティングに関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。
	学びに向かう力、人間性等	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら学び、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

商業の見方・考え方	企業活動に関する事象を、企業の社会的責任に着目して捉え、ビジネスの適切な展開と関連づける
------------------	--

商業科「マーケティング」学習指導案

1 単元について

(1) 単元名「第5章 製品計画

1. 製品計画の概要 2. 製品ミックスと製品政策」

(2) 単元の概要と目標

単元の目標
製品計画の種類と特徴を理解させる。また、製品計画の概要及び製品ミックスと製品政策の重要性についても理解させる。

何ができるようになるか	
製品政策の概要と目的など製品政策の知識を基盤として、経済や消費者の動向、製品政策に関する具体的な事例など科学的な根拠に基づいて、製品政策について、組織の一員としての役割を果たすことができるようになる。	
何を学ぶか	どのように学ぶか
製品政策の目的、重要性などを学び、製品の多様化とサービス化、企業と顧客との関係の変化及び他の企業との協働による製品政策の動向について学ぶ。	製品政策の目的と重要性について学ぶ。 ブランドの考え方、ブランドを構築することの重要性、受容性について扱い、具体的な事例を用いて考察する。

(3) 単元の評価規準

関心・意欲・態度	思考力・判断力・表現力	技能	知識・理解
〔主体的に取り組む態度〕	〔思考力・判断力・表現力等〕	〔知識・技術〕	
・製品政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、製品政策に主体的かつ協働的に取り組むことができる。	・製品政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、製品政策を立案して実施し、評価・改善を行う。	製品政策について企業における事例と関連付けて理解する。	製品政策に関する基礎的・基本的な知識を身に付け、ビジネスの意義や役割を理解している。

次 程	ねらい・学習活動	評価の観点				評価規準 ・評価方法
		関	思	技	知	
		〔主体〕	〔思・判〕	〔知・技〕		
第 一 次 (3 時 間)	<p>製品計画の概要</p> <p>[ねらい] マーケティングに適切に取り組むことができるよう、製品計画は、企業の利益の実現と社会の長期的発展の基礎となるものであることを把握させる。</p>					
	<p>■ワークシート記入</p> <p>商品計画の内容、製品計画の重要性及び内容をワークシートに整理する。</p> <p>製品計画の内容や流通業者による商品開発を具体的な事例を用いながら気づかせる。</p> <p>製造物責任と環境保全についてを具体的な事例を用いながら気づかせる。</p>				● [ワークシート] ・製品計画の概要を整理できる。	
	<p>■ワークシート記入</p> <p>・製品ミックスと製品政策を整理する。</p> <p>製品ミックス構成、製品ミックスの拡大・縮小の取り扱いについて、具体的な事例を用いながら気づかせる。</p>				● [ワークシート] ・産業構造の変化からサービス経済化や商品のソフト化について整理する。	
	<p>■調べ学習（個人ワーク）</p> <p>・製品ミックスの拡大、製品政策についてインターネットを使い情報を収集し、考察させる。</p> <p>教科書のL社の事例と地元企業の事例を用いながら、情報を収集し考察する。</p> <p>製品標準化政策及び製品多様化政策について情報を収集し考察する。</p>				● [個人ワーク] ・教科書のL社の事例と地元企業の事例を用いながら、情報を収集し考察する。	

[ねらい] マーケティングの動向・課題を捉え、製品政策について具体的な事例を用いてディベートによりビジネスに関わる様々な立場に立って妥当性と課題などの視点から、企業で行われているマーケティングについて理解を深めることができる。

■問いの発表及び企画提案

- ・パブリックディベートの説明
- ・「イオン都城に九州パンケーキを出店すると仮定して新メニューを考えてみましょう」5名1組

- ・コンセプトシートに沿って、自らインターネットを活用し、それをグループで共有し企画提案を考えさせる。
- ・必要な資料を収集できるよう適宜助言する。

■プレゼンテーションシートへの記入

- ・STP分析を行い、商品コンセプトやメニュー名、イラストをシートに書く。

- ・役割を決める。リーダー、書記、調査、発表者を決めそれぞれの役割を果たすよう促す。
- ・プレゼンテーションシートにまとめさせる。

■プレゼンテーションで上位2チームを決める。

- ・プレゼンテーションシートを元に、各班発表する。

- ・キーワードを用いて、発表させる。

キーワード

垂直的分化、水平的分化、異質的分化、製品標準化政策、製品多様化政策、製品差別化政策

- ・発表後、質疑を行う。
- ・評価シートに点数の記入を行い、コメントを書く
- ・上位2チームを評点により確定する。

- ・上位2チームは、代表としてパブリックディベートの準備を行う。その他のチームは振り返りシートを記入する。

- ・上位2チームは、企画会議のための流れをシートに沿って考える。また想定問答を考える。
- ・他のチームは選出されなかった原因やその改善点を評点コメントを参考にしながら、振り返りシートに整理する。また、上位2チームに担当者としての質疑を考える。

[コンセプトシート]

- ・企画提案を資料やインターネットなどを活用して情報を入手し活用することができる。

[授業内]

- ・準備時間において他者と協働しながら主体的に取り組む態度

[プレゼンテーションシート]

議論を通して、思考を深め、適切に判断した考えを発表している。また、質疑に回答できている。

[振り返りシート、パブリックディベート用シート]

議論を通して、思考を深め、適切に判断した考えを発表している。また、質疑に回答できている。

第二次 (4時間)

■パブリックディベート

- ・先攻チーム企画提案
- ・先攻チームへの質疑・意見交換
- ・後攻チーム企画提案
- ・後攻チームへの質疑・意見交換
- ・準備時間 [評価]
- ・後攻チームへの論点明示と再企画提案
- ・先攻チームへの論点明示と再企画提案
- ・グラフィックレコーディングでの振り返り
- ・ジャッジ

・5名1組でグループを組み、それぞれ企画提案、質疑・意見交換・再提案・書記等の役割を持たせ、チームで協働しながら、批判的に捉えながらも相手チームを敬い、議論を行うよう促す。

企画提案の際、キーワードを用いて述べさせる。

キーワード

垂直的分化、水平的分化、異質的分化、製品標準化政策、製品多様化政策、製品差別化政策

・ジャッジについても、両チームの企画提案を評価を行い、どちらの企画提案が良いか考えさせる。また、上位2チームに対して担当者の立場で質疑を行う。

・各チームの再提案後、今回の議論をグラフィックレコーディングを用いながら外部指導者に行ってもらおう。

・ジャッジを行う、白と赤で勝敗を決める。

- ・発表者
- ・ジャッジ

【思・判・表】

議論を通して、思考を深め、質疑に対し適切に判断した考え回答している。また質疑を行っている。

(5) 本時の授業計画

段階	学習内容・活動	指導上の留意点	評価基準・評価方法
導入 10分	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>[ねらい] 具体的な事例を用いてパブリックディベートによりビジネスに関わる様々な立場に立って妥当性と課題などの視点から、企業で行われているマーケティングについて理解を深めることができる。</p> </div> <p>■パブリックディベート及び問いについての確認を行う。</p> <p>■ルーブリック評価の確認</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・相手チームの質疑や意見交換では、批判的に捉えながらも敬う気持ちを持つことを指導する。不快にならないコミュニケーションを意識させる。 ・評価項目を再度確認させる。 	
展開 30分	<p>■パブリックディベートの実践</p> <ul style="list-style-type: none"> ・先攻チーム企画提案 2分 ・先攻チームへの質疑・意見交換 2分 ・後攻チーム企画提案 2分 ・後攻チームへの質疑・意見交換 2分 ・ジャッジ側の質疑・意見交換 2分 ・準備時間 5分 ・後攻チームへの論点明示と再企画提案 2分 ・先攻チームへの論点明示と再企画提案 2分 ・ジャッジ 5分 <p style="text-align: right;">[合計 24分]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・他者と協働しながら、チームで取り組む事を促す。その際、役割分担ができていないか確認させる。発表の際は聞き取りやすく表現することを確認させる。 ・書画カメラに投影し提案する ・ ・質疑の際、ジャッジ側も担当者として両チームに行い判定材料にしてもよい。 ・ジャッジについて 試合評価をフローシートで行うことを確認させる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・発表者 ・ジャッジ <p>【思・判・表】議論を通して、思考を深め、質疑に対し適切に判断した考え回答している。また質疑を行っている。</p>
まとめ 10分	<p>振り返り</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>フローシートを振り返りながら、論理的に提案できたか考えさせる。</p> </div>	<p>企画提案から質疑さらに再提案することで、多角的な視点を持ち、マーケティングに適切に取り組むことの大切さに気付かせる。</p> <p>フローシートを提出させる。</p>	

「製品計画」パブリックディベート
パフォーマンス評価におけるルーブリック

			A(5)	B(3)	C(1)	D(0)
【主体】	関・意・態	態度等	論題発表から試合まで、主体的に取り組み且つ協働的である。また、リーダーシップを発揮している。	論題発表から試合まで、主体的に取り組み且つ協働的である。	論題発表から試合まで、個人で主体的に取り組むことができるが協働の部分が少々欠ける。	論題発表から試合まで、個人で主体的に取り組むことができない。
【思・判・表等】	思・判・表	発表等	声の大きさは聞き取りやすくはっきりしており、スピードも適している。相手へしっかり目線を向け伝えることができる	声の大きさは聞き取りやすく、適したスピードである。	ワークシートをただ棒読みし、声、動きも小さく、相手を見て主張する点では少々弱い。	ワークシートをただ棒読みし、声、動きも小さく、相手を見て主張できない。
			質疑・意見交換の際、的確に即答することができる。	質疑・意見交換の際、答えることができる。	質疑・意見交換の際、答えるまでに時間がかかる。	質疑・意見交換の際、答えることができない。
【知・技】	技能	内容等	フローシートに細かく要点を的確にメモする事ができる。	フローシートにメモする事ができる。	フローシートにメモする事が少ない。	フローシートにメモしていない。
			マーケティングの学びを系統的に活用する事ができる。	マーケティングの学びを活用する事ができる。	マーケティングの学びを活用する要素が少々欠ける部分がある。	マーケティングの学びを活用する要素がない。
思・判・表	【思・判・表】	内容等	はじめの企画提案において、実行可能で効果的な提案を具体的に提案している。	はじめの企画提案において、実行可能な提案を行っている。	はじめの企画提案において、実行可能な提案の可能性が低い。	はじめの企画提案において、実行可能な提案ができない。
			改善し、再提案する企画が当初のそれよりも優れていること	改善し、再提案することができる。	改善し、再提案したがあまり改善されていない。	改善せず、再提案できない。
		ジャッジ内容等	担当した立場から、多角的・多面的な質問をすることができる。また、フローシートに最後まで丁寧にしっかり記述している。	担当した立場から、質問をすることができる。また、フローシートに記述している。	担当した立場を踏まえていない質問をしている。また、フローシートにはあまり記述していない。	担当した立場から、質問を行わない。また、フローシートに記述していない。
			投票後、なぜその班に投票したか記述されている。さらに、具体的な根拠に基づいており説得力がある。	投票後、なぜその班に投票したか記述されている。	班に投票後、なぜその班に投票したかあまり記述されていない。	班に投票後、なぜその班に投票したか記述されていない。

製品計画の概要

1 商品計画の内容

考えてみよう！製品と商品の違いは何でしょう。近くの人と話をしてみて（ ）
なかを埋めてみよう。

商品・・・（ ）のために用いられる品物

製品・・・（ ）に（ ）を施してできた品物

商品計画（ ）は、（ ）を適切に取り揃えるための活動であり、主体の違いから次のように分けられる。そして、どちらにも共通した活動として、それぞれ商品管理が含まれる。

メーカーの場合：適切な（ ）づくりをめざす（ ）計画

流通業者の場合：適切な（ ）選びをめざす（ ）計画

2 製品計画の重要性

製品計画は、消費者の（ ）に適合し、社会の（ ）にも応えられる製品をつくりだす。したがって、それは企業の（ ）と社会の（ ）の基礎となる、重要なマーケティング活動である。

3 製品計画の内容

（1）新製品の開発

新しい（ ）や（ ）を反映させた製品を企画し、実際に提供する。

（2）既存製品の改良

既存（既にある）製品への（ ）の不満や希望、意見や提案を生かした製品を提供する。

（3）既存製品の新用途の開拓

既存製品の使用実態から新しい（ ）を発見し、それに適した製品を提供する。

（4）既存製品の継続的な生産

既存製品を大量に（ ）し、できる限り（ ）提供して、大幅な普及を図る。

4 流通業者による商品開発

（1）総合スーパーの場合

簡素で低価格のPB商品を開発し、NB使用品との差別化を図っている。

PB（ ）流通業者が自主企画し販売する商品

コスモス薬局・・・（ ）

イオングループ・・・（ ）

NB（ ）有名なメーカーが生産し、全国的に販売する商品

(2) 生活協同組合の場合

() の高いPB商品を開発し、顧客に() を与えている。



生活と株式会社の違い

	生活	株式会社
出資する人	組合員(人に限定)	株主(人に限らず、法人も可)
出資者の主たる目的	方便の利用 より良い暮らし、より良い社会の実現	配当金、株の値上がり
組織面での特徴	利用者と出資者は同一人(組合員)	利用者と出資者は同一でない(資本の社会性)
意思決定の特徴	一人一票の原則 組合員参加による民主的運営	一株一票の株主優待 株主は、日常運営に通常参加しない
財務面での特徴	出資者に利益あり 剰余金の利用と配当を行う場合がある	剰余金の配当に制限がない 剰余金への配当は特になし

生活のはじまり

生活のはじまりはイギリスのロッズデールに始まることになりました。世界で初めて生活の協同組合が成功した、ロッズデールの経緯が協同組合の発展を促しました。

(3) 百貨店など

百貨店：PB商品に独自性を持たせ、() を演出している。
 コンビニエンスストア：PB商品に() を持たせ、集客を図っている。
 ローソン・・・()
 セブンイレブン・・・()
 ファミリーマート・・・() など

5 製造物責任と環境保全

(1) 製造物責任

() 法() 法の制定により、社会的な考え方として定着した。

訴訟社会() では製造物責任法(PL法)が厳しいため、訴えられて莫大な損害賠償を支払うことにならないよう、過剰なまでの注意書きが発達していききました。

ヘアドライヤー：「寝ながらの使用は避けてください」
 ナッツの袋：「袋を開けてナッツをお食べください」
 ピーナッツ：「ナッツが含まれています」
 スーパーマンコスチューム：「このコスチュームによって空が飛べるようになるわけではありません」
 睡眠薬：「眠くなる場合があります」
 アイロン：「着用している衣服にアイロンをかけるのはおやめください」
 ダイアル石鹸(普通の石鹸)の使い方：「普通の石鹸としてお使いください」

「環境」が第三の商品選択基準として定着し、() の建設が進んでいる。

米コーヒーチェーン大手() は、プラスチック製の使い捨てストローの使用を、2020年までに世界中の店舗で全廃すると発表した。微細なプラスチックごみによる環境汚染への懸念が高まっていることに対応した。

製品ミックスと製品政策

1 製品ミックス

製品ミックスとは、企業が市場に供給する製品の最適な（組み合わせ）のことであり、これは、通常、複数の（ ）によって構成される。また、製品ラインとは、密接に関連する製品群のことであり、これは複数の（ ）によって構成される。

(1) 製品ミックス構成

製品ミックスとは、（ ）と（ ）を持つ。

幅とは、（ ）の数のことであり、

奥行とは、各ラインの中に含まれる（ ）の数のことである。

(2) 製品ミックスの拡大

幅を広げる（ラインの追加）か、奥行きを深くする（アイテムの追加）かであるが、具体的な方向としては、（ ）、（ ）、（ ）の3種類がある。

水平的拡大：味の素がパルスweet（甘味料）を開発

垂直的拡大：味の素がアミノ酸を知識や技術を使いアミノバイタル（スポーツ補助食品）を開発

異質的拡大：富士フィルムがフィルムの原料であるコラーゲンを使い化粧品開発

(3) 製品ミックスの縮小

幅を狭める（ラインの整理）か、奥行きを浅くする（アイテムの廃棄）かであるが、具体的には、効率の悪い製品ラインの（ ）と不採算製品の（ ）が考えられる。

調べ学習！グループで製品垂直的・異質的拡大について調べてみよう！

教科書の事例ではL社（ロッテ）の話が記載されていますが、どんな会社が、どのような商品作りからスタートし水平的・異質的拡大をしてきたか調べてみよう。

①知っている会社を調べる 例えば、ディーリー牛乳（南日本酪農）のHP

（調べた会社 _____）

②会社がスタートしたときの商品 例えば、ディーリーは牛乳からスタート

（スタートした商品 _____）

③垂直的・異質的拡大について調べる 例えば、ディーリーは乳酸を生かしたジュースやアルコール飲料の開発をした

（垂直的・異質的拡大 _____）

④その商品とは 例えば、ディーリーはスコールやミルキーランドなど

（商品名 _____）

2 製品政策

製品にどのような（ ）を持たせ、どのような（ ）を準備するか、ということに関する一定の方針のこと。

(1) 製品標準化政策

一般的な消費者の（ ）に基づき、できるだけ製品の種類を（ ）とする政策。

(2) 製品多様化政策

消費者の（ ）なニーズを尊重し、製品の種類をできるだけ（ ）にしようとする政策。

製品政策	大量生産	商品管理	販売価格
製品標準化政策			
製品多様化政策			

(3) 製品差別化政策

自社製品の持つ（ ）を強調し、（ ）を引きつけようとする政策で、販売促進活動の側面が強く、独占市場における（ ）の焦点となっている。

確認問題 5

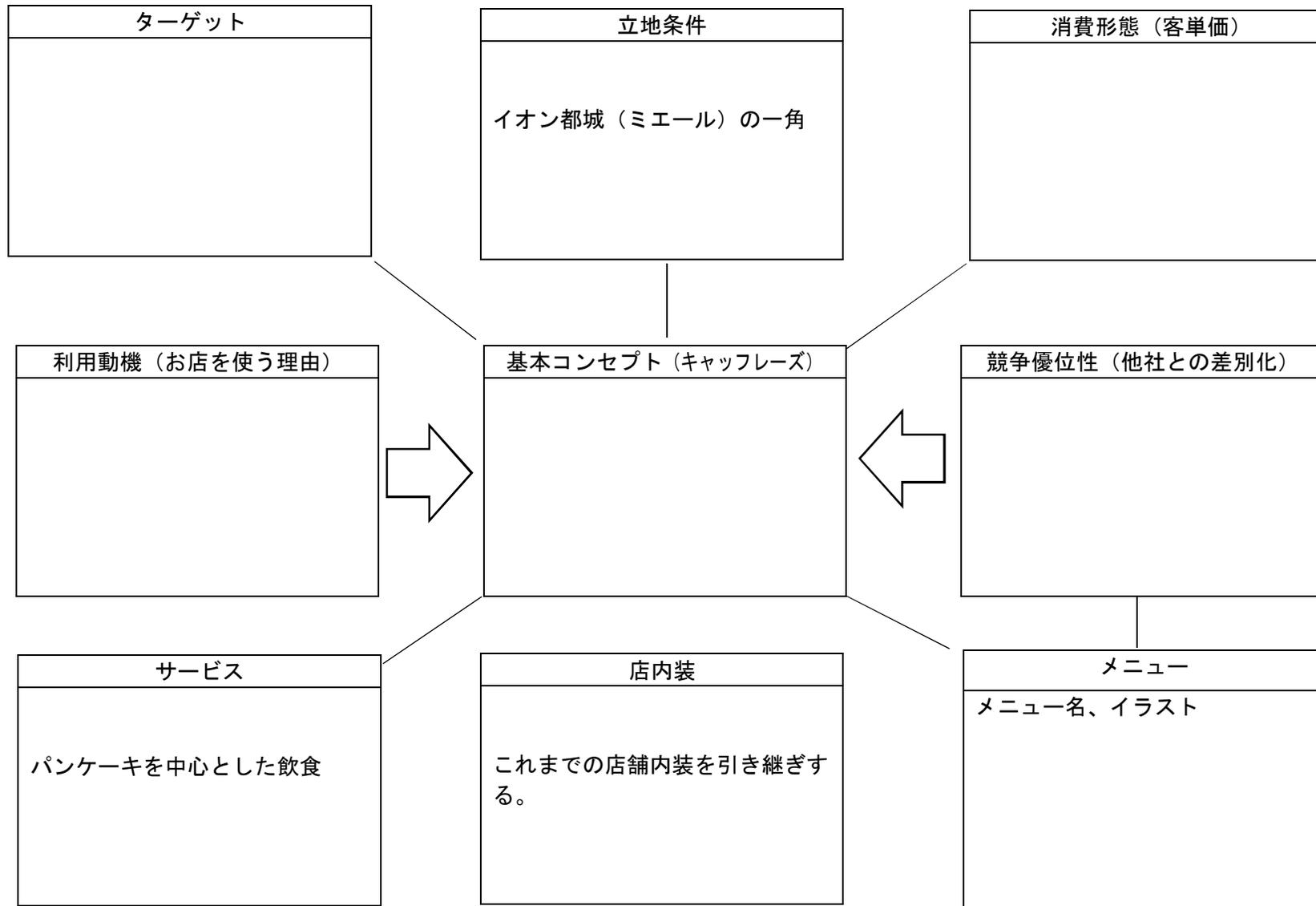
1 次の文中の（ ）に適切な用語を記入しなさい。

企業が、消費者に対して「適切な商品を、適切な場所で、適切な時期に、適切な（ ）を、適切な価格で」提供するための計画を（ ）：（ ）という。これは、メーカーの場合には（ ）となり、流通業者の立場からは（ ）となる。

2 次の文章に誤った個所に線を引き、（ ）に適切な用語を記入しなさい。

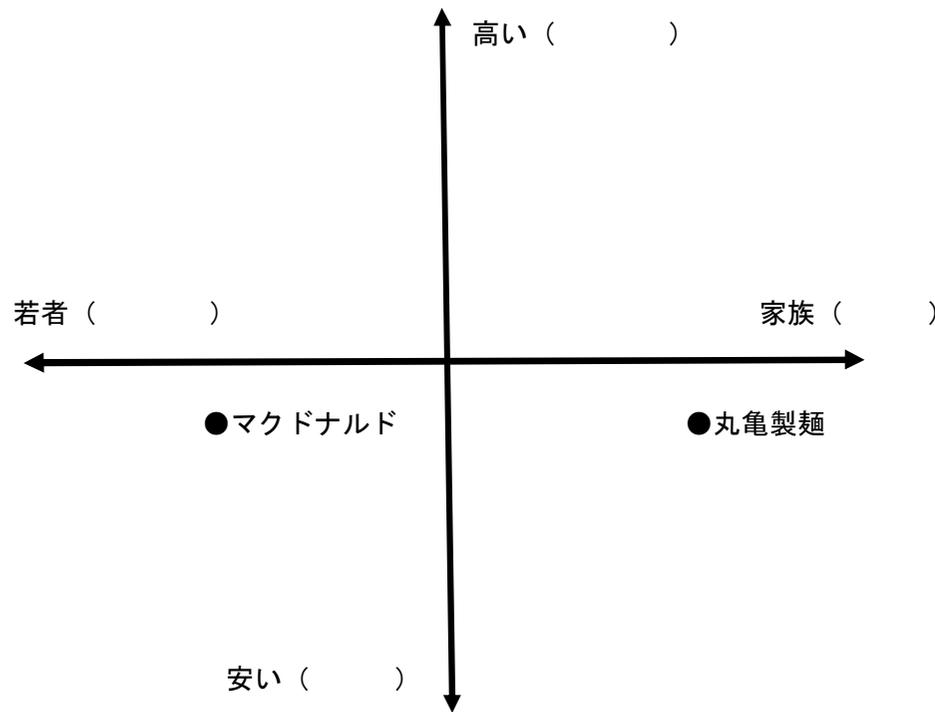
- (1) 現在の製品をもとにして、同種製品や関連製品を製造することを製品ミックスの垂直的拡大という。（ ）
- (2) 既存の製品アイテムとは全くことなる分野へ進出することを製品ミックスの異質的拡大という。（ ）
- (3) 業界各社が製品差別化政策をとると、非価格競争となるが、これはふつう競争市場で見られる。（ ）
- (4) 生産された製品や仕入れられた商品の数量や状態を適切に管理し、保管する活動を在庫管理という。（ ）

コンセプトシート () HR () 番氏名 () () 班



プレゼンテーションシート () 班 氏名 () () () () () () () ()

セグメンテーション	
ターゲティング	
ポジショニング	ポジショニングマップに記入



メニュー名 ()
商品コンセプト ()

イラスト

※ポジショニングマップでは、価値を伝えられるか。
※メニュー名は、消費者を惹きつけられるか。

300万円テスト

() HR () 番氏名 () () 班 氏名 ()

・各グループの報告を新規性、有用性、実行可能性の点から評価して下さい。1口10万円（各100万円）また、コメントをお願いします。

【評価項目】

新規性：内容として新しさがあったか？優れた点があったか？

有用性：目玉商品として売れるか。顧客をよべるか。

実行可能性：実際の商品として活用することができるか？実際、お店で展開することができるか？

	新規性： 100万円	有用性： 100万円	実行可能性： 100万円	合計点 (計300万円)	コメントなど
() 班					
() 班					
() 班					
() 班					
() 班					
() 班					
() 班					
() 班					

パブリックディベートシナリオ

役割分担 企画提案（ ） 質疑・意見交換（ ）

再提案（ ） メモ（ ）

① 企画提案

イオン都城に九州パンケーキを参入させるための、新メニュー
について

（ [] 班 ）としての企画提案を発表します。

問いに答えます。

イオン都城に九州パンケーキを参入させるための、新メニューは

です。

このように考える理由を言います。

キーワード 垂直的分化 水平的分化 異質的分化 製品標準化政策
製品多様化政策 製品差別化政策 のいずれかを用いる

最後に確認します。

イオン都城に九州パンケーキを参入させるための、新メニューは、

です。

これで、（ [] 班 ）の企画提案を終わります。

ありがとうございました。

② 質 疑 ・ 意 見 交 換

これから（ [] 班 ）の立場で意見交換を行います。

（ [] 班 ）は、企画提案では

と言っています。

このことに質問します。1番目の質問です。

（相手が答えた後）



また、（ [] 班 ）は、企画提案では

と言っています。

このことに質問します。2番目の質問です。

（相手が答えた後）では、意見を言います。

したがって、（ [] 班 ）の企画提案は修正したほうがいいです。

これで（ [] 班 ）の立場の質疑・意見交換を終わります。

ありがとうございました。

③ 企 画 提 案

イオン都城に九州パンケーキを参入させるための、新メニュー

について

([] 班) としての意見を発表します。

問いに答えます。

イオン都城に九州パンケーキを参入させるための、新メニューは、

です。

このように考える理由を言います。

キーワード 垂直的分化 水平的分化 異質的分化 製品標準化政策
製品多様化政策 製品差別化政策 のいずれかを用いる

最後に確認します。

イオン都城に九州パンケーキを参入させるための、新メニュー

です。

これで、([] 班) の企画提案を終わります。

④ 質 疑・意 見 交 換

これから（ [] 班 ）の立場で質疑・意見交換を行います。

（ [] 班 ）は、企画提案では

と言っています。

このことに質問します。1番目の質問です。

（相手が答えた後）



また、（ [] 班 ）は、企画提案では

と言っています。

このことに質問します。2番目の質問です。

したがって、（ [] 班 ）の意見は修正したほうがいいです。

これで（ [] 班 ）の立場の質疑・意見交換を終わります。

ありがとうございました。

⑤ 再提案の発表

これから（ [] 班 ）の立場で再提案の発表を行います。

（ [] 班 ）との質疑・意見交換では

ということが大切である、とわかりました。

そこで、次のように再提案します。

わたしたちは意見交換でわかった大切なことをもとにして、再提案しました。審判のみなさんは、わたしたちの意見がよいということを確認してください。

これで（ [] 班 ）の立場の再提案の発表を終わります。

ありがとうございました。

⑥ 再提案の発表

これから（ [] 班 ）の立場で再提案の発表を行います。

（ [] 班 ）との意見交換では

ということが大切である、とわかりました。

そこで、次のように再提案します。

わたしたちは意見交換でわかった大切なことをもとにして、再提案しました。審判のみなさんは、わたしたちの意見がよいということを確認してください。

これで（ [] 班 ）の立場の再提案の発表を終わります。

ありがとうございました。

想定問答集

質疑を想定し、その回答を考えておきましょう。

質疑に答えられる準備を行っておきましょう。

想定される質疑	回 答

企画提案 振り返りシート

[]班
氏名 () () ()
() () ()

評価を元に、振り返りを行いましょ。う。
なぜ、上位2チームに選ばれなかったのか。原因を考えてみましょ。う。
また、改善点を考えましょ。う。

※イラストの得意不得意は除く

氏名	選ばれなかった原因



企画提案の改善点

上位2チームに対して、パブリックディベートの質疑意見交換の際、
各担当者としての質疑を行いましょ。う。

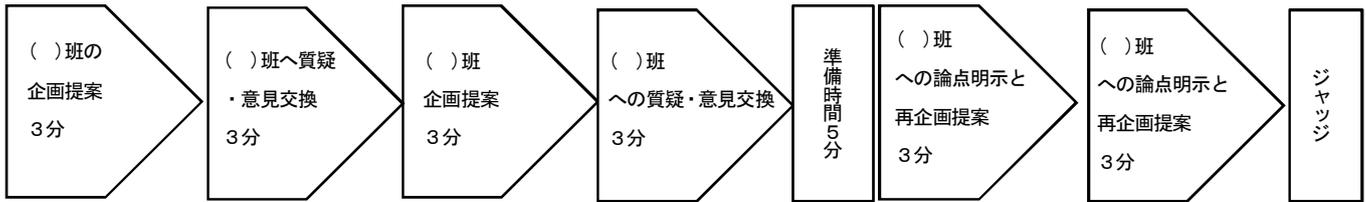
例)・イオン担当者 (目玉となるか)・九パン担当者 (面白いか)・販売の観点 (売れるか)
・ソーシャルマーケティング視点 など

を担当した立場から質疑を行いましょ。う。

以上で質疑を終わります。
ありがとうございました。

本単元のゴール 議論を通して、自分たちの提案を洗練させよう

問 「イオン都城（ミエール）に九州パンケーキを参入させると仮定して、新メニューを考え、提案しましょう」



	企画提案	質疑・意見交換	準備時間	再提案
()班	①	②	準備時間	⑥
()班	③	④		⑤

ジャッジメント 下記の、ア～オの観点について試合評価をすること。

- ア. 全体的にスピーチは聞き取りやすく、議論の楽しさを感じさせている
- イ. マナーも良く、相手と対立しながらも協調して考察を深めている
- ウ. 企画されたものに、内容的に広がりや深まりが認められること
- エ. 議論はいずれも、これまでの学びに支えられた結論を主張していること
- オ. 議論によって、ビジネスについて考察する視野が拡大されること

	企画提案	質疑・意見交換	再提案	合計点
()班	① 点	② 点	⑥ 点	点
()班	③ 点	④ 点	⑤ 点	点

評点	内 容
5点	非常に優れている
4点	優れている
3点	おおむね良い
2点	少々劣っている
1点	劣っている

評定 ()班 ()点 ()班 ()点 試合評価が優れているのは、()班です。その理由は、

--	--

() HR () 番氏名 ()