

2 ワークショップ型授業への挑戦：「商品と流通」

年間指導計画案

(3単位想定)

学期	単元名	配当	学習内容のアイデア
1 学 期	(1)産業経済の発展と消費生活 ア 我が国の産業の変化 イ 消費生活の変化	10	【テーマ】 「ヒットメーカーはあなた」 【内容】 ヒット商品の開発担当者になりきり、ヒット商品の歴史絵巻から商品の特性（効用、適性、評価基準やサービス）の調査研究し、商品PRの情報収集に来た販売店の店員のインタビューに答える。
	(2)商品 ア 商品の成り立ち イ 商品の特性 ウ 商品売上の成立要件	20	【テーマ】 「発見！ヒット商品見聞録」 【内容】 マーケティング部になりきり、「ヒット商品」や「商品の多様化」、「特許」などをテーマとしたビデオを視聴し、ヒット商品ができるまでの背景（歴史）やその過程を探り見聞録を作成する。
	(3)商品の多様化 ア 商品のソフト化 イ 商品開発の基本的考え方 ウ 商品研究	20	【テーマ】 「マクドを越える」 【内容】 ハンバーガー会社の開発部になりきり、新商品の企画・試作品の製作・商品テストから販売・出店計画など一連の流れを実践する。
2 学 期	(4)流通の仕組みとその担い手 ア 流通の仕組みと市場 イ 流通の担い手 ウ 流通手段の多様化	20	【テーマ】 「あなたも迷コンサルタント」 【内容】 コンサルティング会社の社員になりきり、「地産地消」をテーマとした販路拡大プランを企画する。
	(5)流通を支える関連活動 ア 物流活動 イ 金融・保険活動 ウ 情報通信システム	20	【テーマ】 「追跡！踊る商品 大捜査線」 【内容】 消費者サービス室になりきり、クレームの出ている商品の生産から店頭あるいは市場に並ぶまでの経路や流通を支える関連活動を追跡調査し、改善内容をプレゼンテーションし合う。
3 学 期	(6)ビジネスの創造 ア 新しいサービス産業 イ ベンチャービジネス	15	【テーマ】 「一攫千金 ビジネスチャンスを掴め！」 【内容】 携帯電話の商品開発担当者になりきり、オリジナル商品の企画・開発という過程において、発生すると考えられる知的財産権の重要性も踏まえ新たなビジネスを創造する。  【テーマ】 「偉人（成功者）は 奇人？変人？」 【内容】 経営者になりきり、過去の成功例を基に未来を創造し、予想図を描く。
備 考	<p>(1)この科目のキーワードの「商品」も「流通」も市場経済の基本的な概念であるので、身近なビジネス活動に接しながら、具体的に学習させる。</p> <p>(2)高校2年・3年時に学習することが多いことから、ワークシート（課題プリント）による基礎的知識の確認と大学・実務につながる高度な専門性を育成できる授業（ワークショップ形式）で展開する。</p> <p>(3)配布したプリントや新聞などのメディア情報は、スクラップなどのアナログ的管理はもとより、情報機器も利用して保管させる。</p> <p>(4)予習・復習の習慣を身に付けさせ、資格自体は保有して損になることはなく、学習意欲も増加させるので、商業経済検定、販売士検定など具体的な目標を設定させる。</p>		

評価規準

科目名：「商品と流通」

内容	関心・意欲・態度	思考・判断	技能・表現	知識・理解
(1) 産業経済の発展と消費生活	わが国の産業の変化や消費生活の変化について、自分からすすんでまとめたり確認しようとしたりする。	わが国の産業の変化と消費生活の変化を様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、その因果関係を見つけようとする。	わが国の産業の変化と消費生活の変化に関する様々な資料を適切に選択して活用し、その因果関係について客観的に把握し、その過程及び結果を適切に表現する。	産業構造・就業構造・消費構造やサービス経済化・情報化・国際化・技術革新などに関する基礎的・基本的な知識を理解し、わが国の産業の変化と消費生活の変化を説明することができる。
(2) 商品	商品の成り立ちや特性、商品売上の成立要件について、自分からすすんでまとめたり確認しようとしたりする。	商品そのものの成り立ちや特性、品質と価格の関係など様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、商品売上の成立要件を見つけようとする。	商品に関する様々な資料を適切に選択して活用し、成り立ちや特性、商品売上の成立要件との関連性について客観的に把握し、その過程及び結果を適切に表現する。	商品を成り立ちや特性という視点から基礎的・基本的な知識を整理、理解し、商品売上の成立要件との関連性を説明することができる。
(3) 商品の多様化	商品のソフト化から商品開発の基本的な考え方について、自分からすすんでまとめたり確認しようとしたり、商品研究をすすんでおこなおうとしたりする。	商品のソフト化を様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、商品開発の基本的な考え方や商品研究などをとおして、新たな商品の提案を見つけようとする。	商品のソフト化や商品開発に関する様々な資料を適切に選択して活用し、商品研究によって新たな商品の提案をし、その過程及び結果を適切に表現する。	商品のソフト化に関する基礎的・基本的な知識を理解し、商品開発の基本的な考え方や商品研究に対する望ましい心構えを身に付けることの大切さに気づいている。
(4) 流通の仕組みとその担い手	流通の仕組みとその担い手について、自分からすすんでまとめたり確認しようとしたりする。	流通の仕組みを様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、その担い手や流通手段の多様化を見つけようとする。	流通の仕組みに関する様々な資料を適切に選択して活用し、流通手段やその担い手について客観的に把握し、その過程及び結果を適切に表現する。	流通の仕組みに関する基礎的・基本的な知識を理解し、流通手段の多様化やその担い手について説明することができる。
(5) 流通を支える関連活動	流通を支える関連活動（物流・金融・保険・情報通信）について、自分からすすんでまとめたり確認しようとしたりする。	流通を支える関連活動（物流・金融・保険・情報通信）を様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、それぞれの活動の関連性を見つけようとする。	流通を支える関連活動（物流・金融・保険・情報通信）に関する様々な資料を適切に選択して活用し、その過程及び結果を適切に表現する。	流通を支える関連活動（物流・金融・保険・情報通信）に関する基礎的・基本的な知識を理解し、それぞれの関連性について説明することができる。
(6) ビジネスの創造	新しいサービス産業やベンチャービジネスについて、自分からすすんでまとめたり確認しようとしたりする。	新しいサービス産業やベンチャービジネス様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、起業家精神の必要性を見つけようとしたり、ビジネスの創造をおこなう。	新しいサービス産業やベンチャービジネスに関する様々な資料を適切に選択して活用し、起業家精神について客観的に把握し、その過程及び結果を適切に表現する。	新しいサービス産業やベンチャービジネスに関する基礎的・基本的な知識を理解し、起業家精神を身に付けることの大切さに気づいている。

# ロールプレイング

「 ヒットメーカーはあなた 」

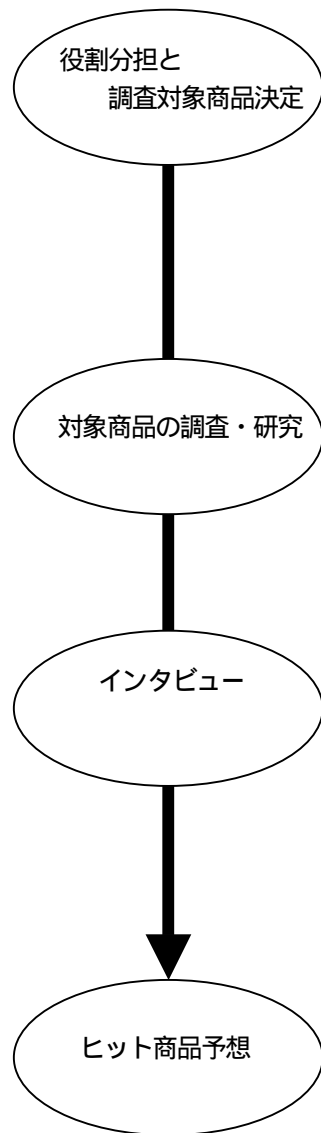
題材：商品開発者になりきり、ヒット商品の歴史絵巻から商品の特性（効用、適性、評価基準やサービス）の調査研究し、商品PRの情報収集に来た販売店の店員のインタビューに答える。

ねらい：ヒット商品の歴史絵巻から商品特性の歴史的变化に気づかせ、商品の効用と密接な関係があり、商品選択に大きな影響を与えていることを理解させる。また、聴くことの難しさも体験させる。

展開の：生徒たちの興味を引きそうなヒット商品を5～6点探し、各商品の歴史絵巻を用意する。

コ ツ

（日経トレンドムックトレンド歴史絵巻 日経ホーム出版社）



## 役割分担と調査対象商品決定

- ・商品開発者・店員・観察者分担する（1h）
- ・3人1組のグループを作り、商品開発者グループ（答える役）、店員グループ（質問する役）、観察者グループの役割が輪番になるよう決める。
- ・用意されたヒット商品の歴史絵巻5～6点から興味に応じて他のグループと重ならないように1点を選ぶ。

## 対象商品の調査・研究

- ・ヒット商品の調査・研究をする（2h）
- ・店員グループからの質問を想定しながら商品の特性（効用、適性、評価基準やサービス）を調査・研究し、その内容をまとめる。
- ・店員グループになることを想定し、質問対象グループの商品への質問事項をまとめる。

## インタビュー

- ・インタビューロールプレイをする（1h）
- 店員グループは、ルールに従って商品開発グループに質問する。観察者グループは、見ている気づいたことをワークシートに書きとめる。役割を交代しながらインタビューを2～3回は行う。

### インタビュールール

- 第1ラウンド「YES-NOで答えられる質問」（3分）
- 第2ラウンド「YES-NOで答えられない質問」（3分）
- 第3ラウンド「YES-NOで答えられる質問」を3つしてから「YES-NOで答えられない質問」を1つする（3分）

## ヒット商品予想

- ・今後のヒット商品を予測する（1h）
- 各役割の立場で対象商品の今後の予想をワークシートにまとめる。

（思考・判断）

A	B	C
課題をよく理解し、わが国の産業の変化と消費生活の変化を様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、その因果関係を見つけて表現しようとする。	課題を理解し、わが国の産業の変化と消費生活の変化を様々な角度から考察するとともに、その因果関係を見つけて表現しようとする。	課題に対して、その因果関係を見つけて表現しようとする。

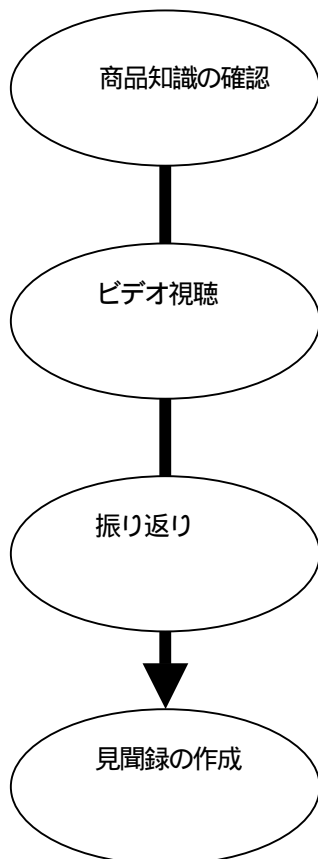
## ケーススタディ

### 「発見！ヒット商品見聞録」

題材：マーケティング部担当者になりきり，“ヒット商品”や“商品の多様化”，“特許”などをテーマとしたビデオを視聴し，ヒット商品ができるまでの背景（歴史）やその過程を探り見聞録を作成する。

ねらい：具体的に商品の歴史を見ることで，“商品”の特性と商品開発という観点からの理解が深まり，興味・関心を引き出す。

展開の：サマリーとしてキーワードやメモ・感想を書かせるだけでなく，内容について話し合いをさせ，コツ調べさせてもよい。



#### 商品知識の確認（1 h）

- ・題材となる商品について，発売時期や販売経路，商品の特徴や価格など，現在知っていることを確認・整理をする。

#### ビデオ視聴（1 h）

- ・“ヒット商品”や“商品の多様化”，“特許”などをテーマとしたビデオを視聴する。事前に視聴のポイントやキーワードを確認し，メモをとりながら視聴する。

#### 振り返り（0.5 h）

- ・気づいたことや感想を発表し合い，キーワードやヒットの要因について，その背景や商品の特性を確認・整理をする。

#### 見聞録の作成（1.5 h）

- ・さらに改良を加えたらよい点やあったらいいなと思う関連商品について考案し，発表する。
- ・対象商品の今後の予想を見聞録（ワークシート）にまとめる。

### （技能・表現）

A	B	C
課題をよく理解し，商品に関する様々な資料を適切に選択して活用し，成り立ちや特性，商品売上の成立要件との関連性について客観的に把握し，その過程及び結果を適切に表現する。	課題を理解し，商品に関する様々な資料を活用し，成り立ちや特性，商品売上の成立要件との関連性について把握し，その過程及び結果を表現する。	課題に対して，商品に関する様々な資料を活用し，その過程及び結果のみ表現する。

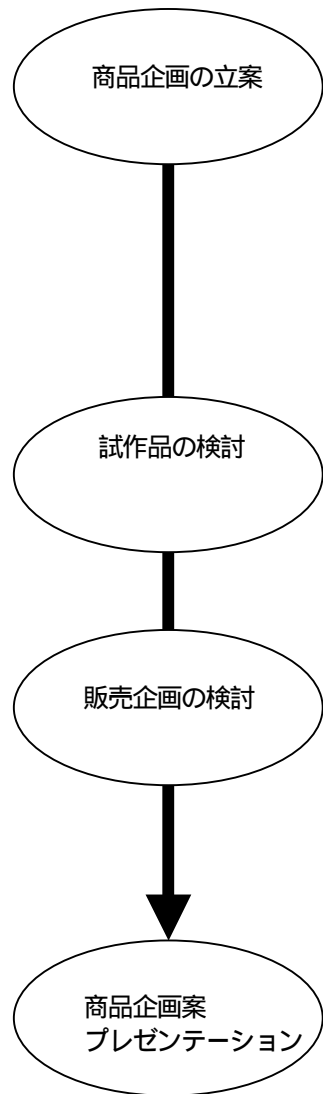
# シミュレーション

## 「マクドを越える」

題材：ハンバーガー会社の開発担当者になりきり、新商品の企画・試作生産から販売・出店計画までの一連の流れを体験する。

ねらい：体験的に商品開発を行い、完成した新商品をクラスで検討し、よりよい新商品の提案ができるようにする。また、その体験を通して、創造力や発想力を育成する。

展開の：「失敗おめでとう」・「答えは一つじゃない」・「自分の強みを活かす」をテーマにグループの中で活発コトツに話し合える環境づくりをおこなう。



### 商品企画の立案

- ・既存の商品（ハンバーガー）やハンバーガー業界を調べる（1h）  
いくつかの既存商品を比較しながら、商品名・価格・品質・機能・デザイン・包装などの違いを表にまとめる。
- ・新商品の企画を考える（3h）
  - ・ターゲット・ニーズ・商品名・時期・機会・場所・場面・価格・販売方法・デザインスケッチ・課題などを個人で考える。
  - ・3人～4人のグループにし、個人で考えた意見を出し合い、みんなで企画案を、ブレインストーミング、KJ法、チェックリスト法などで整理し1つにまとめる。

### 試作品の検討

- ・試作品を生産し検討する（3h）
  - ・試作に必要な食材の価格や分量を調べ、製造工程や役割分担を決める。
  - ・試作を実施する。準備・製造段階で気づいたことをメモする。互いに試作品を提供し合い、アンケートを実施する。
  - ・アンケート結果を集計し、改善点を考える。

### 販売企画の検討

- ・出店計画を検討する（2h）
  - ・販売が可能と考えられる地域図を用意し、競合店の位置や商圈データ（住民人口・就業人口・男女比・夜間・昼間人口）を調べる。
  - ・出店場所上記のデータをもとに考える。
- ・広告媒体を検討する（2h）
  - ・POP・テレビCM・ちらしのいずれかから広告媒体を1つ選び、制作する。

### 商品企画案プレゼンテーション

- ・5分程度の内容でプレゼンテーションの準備をする（2h）  
プレゼンテーションの内容にこれまでの商品企画・試作品の検討・販売企画の検討を必ず盛り込み、会社名・会社概要についても説明できるように準備する。
- ・プレゼンテーションをする（2h）

（思考・判断）

A	B	C
課題をよく理解し、商品のソフト化を様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、商品開発の基本的な考え方や商品研究などをとおして、新たな商品の提案を見つけようとする。	課題を理解し、商品のソフト化を様々な角度から考察するとともに、商品開発の基本的な考え方や商品研究などをとおして、新たな商品の提案を見つけようとする。	課題に対して、商品開発の基本的な考え方や商品研究などをとおして、新たな商品の提案を見つけようとする。

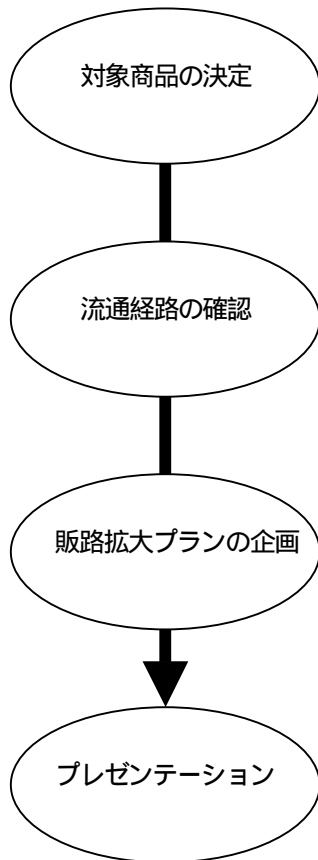
## シミュレーション

### 「あなたも迷コンサルタント」

題材：コンサルティング会社の社員になりきり、「地産地消」をテーマとした販路拡大プランを企画する。

ねらい：テーマをもとに、その販売経路を考案させることにより、流通のしくみとその担い手である流通の各担当者の意義と役割について理解させる。

展開の：生徒の身近な題材をとりあげることにより、地域や社会に目を向けさせ、グループで様々なプランコッ を企画させる。



#### 対象商品の決定（1h）

- ・「地産地消」をテーマに地元の食材や特産品の特徴や産地等を調べる。

#### 流通経路の確認（1h）

- ・対象商品について、既存の流通経路や販売動向について調べる。
- ・類似する他の商品との違いや販路の違いについて調べる。

#### 販路拡大プランの企画（1h）

- ・地域や県内の消費者に向けて、PR活動や消費に関する提案、販売方法等、販路拡大のアイデアを出し合う。
- ・流通経路に介在するビジネスの担当者を整理し、販路拡大の具体的なプランを作成する。

#### プレゼンテーション（1h）

- ・企画をプレゼンテーションし合い、相互評価をする。

#### （技能・表現）

A	B	C
課題をよく理解し、流通の仕組みに関する様々な資料を適切に選択して活用し、流通手段やその担い手について客観的に把握し、その過程及び結果を適切に表現する。	課題を理解し、流通の仕組みに関する様々な資料を選択して活用し、流通手段やその担い手について把握し、その過程及び結果を表現する。	課題を対して、流通の仕組みに関する様々な資料を選択し、その過程及び結果のみ表現する。

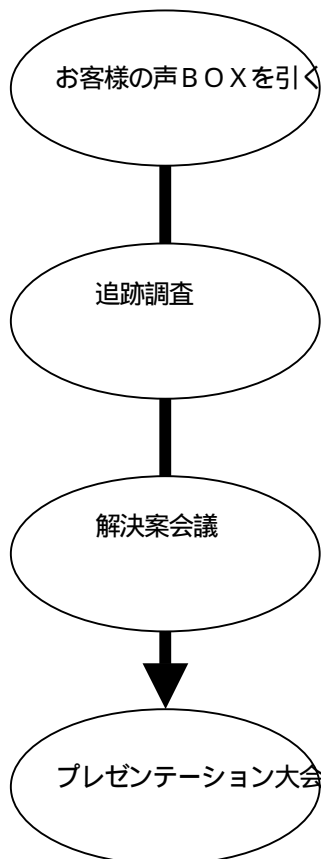
## ディベート

### 「 追跡！踊る商品 大捜査線 」

題材：消費者サービス部門の担当者になりきり，クレームの出ている商品の生産から店頭あるいは市場に並ぶまでの経路や流通を支える関連活動を追跡調査し，改善内容をプレゼンテーションし合う。

ねらい：特定商品の調査することにより，流通の役割や流通への理解を深めさせ，その担当者や支える関連活動について認識させる。また，現状での課題を発見させ，よりよい解決策をグループ対抗でプレゼンテーションをさせることにより，ポイントをしばって話し合うことの必要性を体験させる。

展開の：誰でもが知っていて調査しやすい商品を準備しておき，誰でもが話し合いに参加できるようにする。  
コッ



#### お客様の声BOXを引く

- ・お客様の声＝クレーム・要望や世の中の課題をBOXから3班一組でひとつ引き抜き，対象商品の決定と課題を把握する。
- ・調査内容を決める。

#### 追跡調査

- ・対象商品に関連するあらゆる情報（5W2H・・・Who・Why・What・When・Where・How・How much）を収集する。

#### 解決案会議

- ・ の情報を基に課題解決に必要なデータに分析し，KJ法やオズボーンチェックリスト法，ウェビング法で整理する。
- ・ よりよい解決策を協議する。

#### プレゼンテーション大会

- ・ 3班がそれぞれの解決策を発表し合い，他の班がその判定を行う。
- ・ もっとも解決策のよかった班がポイントをゲットする。

#### （思考・判断）

A	B	C
課題をよく理解し，流通を支える関連活動（物流・金融・保険・情報通信）を様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに，それぞれの活動の関連性を見つけようとする。	課題を理解し，流通を支える関連活動（物流・金融・保険・情報通信）を様々な角度から考察するとともに，それぞれの活動の関連性を見つけようとする。	課題に対して，流通を支える関連活動（物流・金融・保険・情報通信）を見つけようとする。

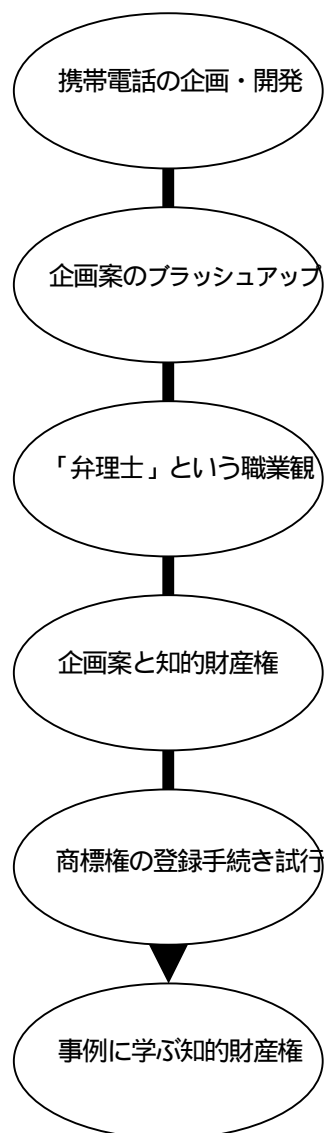
## シミュレーション

「一攫千金 ビジネスチャンスを狙め！」

題材：携帯電話の商品開発担当者になりきり、オリジナル商品の企画・開発という過程において、発生すると考えられる知的財産権の重要性も踏まえ新たなビジネスを創造する。

ねらい：オリジナル商品という知的創造活動を行う研究・開発過程のみならず、商品販売戦略、経営戦略など、企業活動の全てにおいて重要な役割を担っていることに気づかせ、体験的に系統的に学ばせることにより、まず興味・関心を深めさせ、制度に関する正しい知識・実務力を習得させる。また、そこから新たなビジネスチャンスを創造させる。

展開の：これまでの単なるオリジナル商品開発とは違い、知的創造活動という観点から商品開発にあたらせコッる。「オリジナル」にこだわればこだわるほど、他人の権利を侵害しないことに気づかせ、ひいては商標権申請により自分を守ることになることを学ばせる。



### 携帯電話の企画・開発（2h）

- ・消費者ニーズにあった携帯電話をつくるためには、どのような特色が各メーカーあるのか各社比較表を作成する。
- ・上記を基に企画書を作成する。

### 企画案のブラッシュアップ（1h）

- ・互いにアイデアを発表し、ブラッシュアップをする。
- ・同じアイデアが出た場合、すでに既存しているアイデアであった場合を想定し、その際の対応を考えさせる。

### 「弁理士」という職業観（1h）

- ・「士」のつく職業を考える。
- ・それぞれ共通する点を考える。
- ・「弁護士」と「弁理士」の違いを考える。
- ・「弁理士」になる方法を調べる。

### 企画案と知的財産権（1h）

- ・企画案からどれがどの権利に相当するか書き出す。
- ・ブランドについていろいろな角度から考え、偽物の影響を考える。

### 商標権の登録手続き試行（1h）

- ・商標権の登録手続きの手順や出願書の様式、作成要領を体感する。

### 事例に学ぶ知的財産権（2h）

- ・特許庁提供のシミュレーションゲームにネット上で挑戦する。
- ・判決事例集からケーススタディする。

（知識・理解）

A	B	C
課題をよく理解し、新しいサービス産業やベンチャービジネスに関する基礎的・基本的な知識を理解し、起業家精神を身に付けることの大切さに気づいている。	課題を理解し、新しいサービス産業やベンチャービジネスに関する基礎的・基本的な知識を理解し、起業家精神を身に付けることに気づいている。	課題に対して、起業家精神を身に付けることに気づいている。

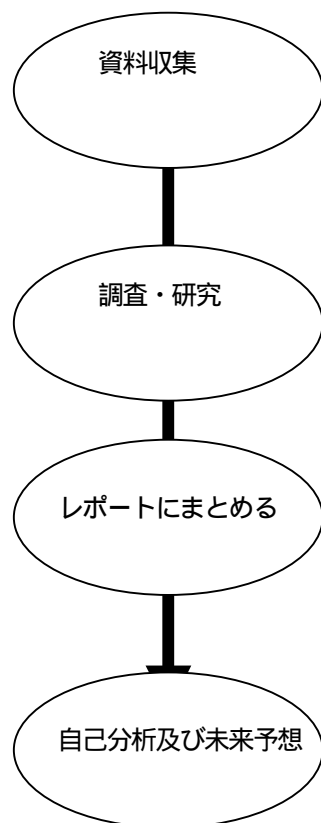
## ケーススタディ

「偉人(成功者)は 奇人? 変人? 」

題材：経営者になりきり，過去の成功例を基に未来を創造し，予想図を描く。

ねらい：過去の成功例を基に，偉人についての資料や本を読み，起業家精神を身に付けることの大切さを気づかせる。

展開の：知名度が高い企業をとりあげて紹介または調べさせたり，地元企業の方に講話をいただくなど，生徒の興味・感心を引き出すように工夫し，未来の自分を創造させる。



### 資料収集 (1 h)

- ・題材となる偉人(成功者)について，テーマを決める。
- ・参考となる本や雑誌，新聞やインターネット等からの情報を集める。

### 調査・研究 (1 h)

- ・なぜ成功したのか，今に至る経緯を様々な角度から調査する。
- ・その人の性格や個性，起業家としての資質について研究する。

### レポートにまとめる (1 h)

- ・偉人(成功者)から見てくる“起業家として大切なもの”，“起業家として身につけておかなければならないもの”は何か等をレポートにまとめる。

### 自己分析及び未来予想 (1 h)

- ・レポートにまとめたものをお互いに発表し合う。
- ・時代が求める起業家精神と自分自身の性格との違いについて，ワークシートを用いて分析する。
- ・分析結果をもとに，今後の目標と未来予想図を描かせる。

(関心・意欲・態度)

A	B	C
課題をよく理解し，新しいサービス産業やベンチャービジネスについて，自分からすすんでまとめたり確認しようとしたりする。	課題を理解し，新しいサービス産業やベンチャービジネスについて，まとめたり確認しようとしたりする。	課題に対して，新しいサービス産業やベンチャービジネスについて，確認しようとする。