

群 教 科 書	G08 -03
	平28.261集
	高・商業

# 商業科目「広告と販売促進」における 実社会との結び付きを実感させる指導の工夫

— 取材による体験的な活動を通して —

特別研修員 関上 信也

## 研究テーマ設定の理由

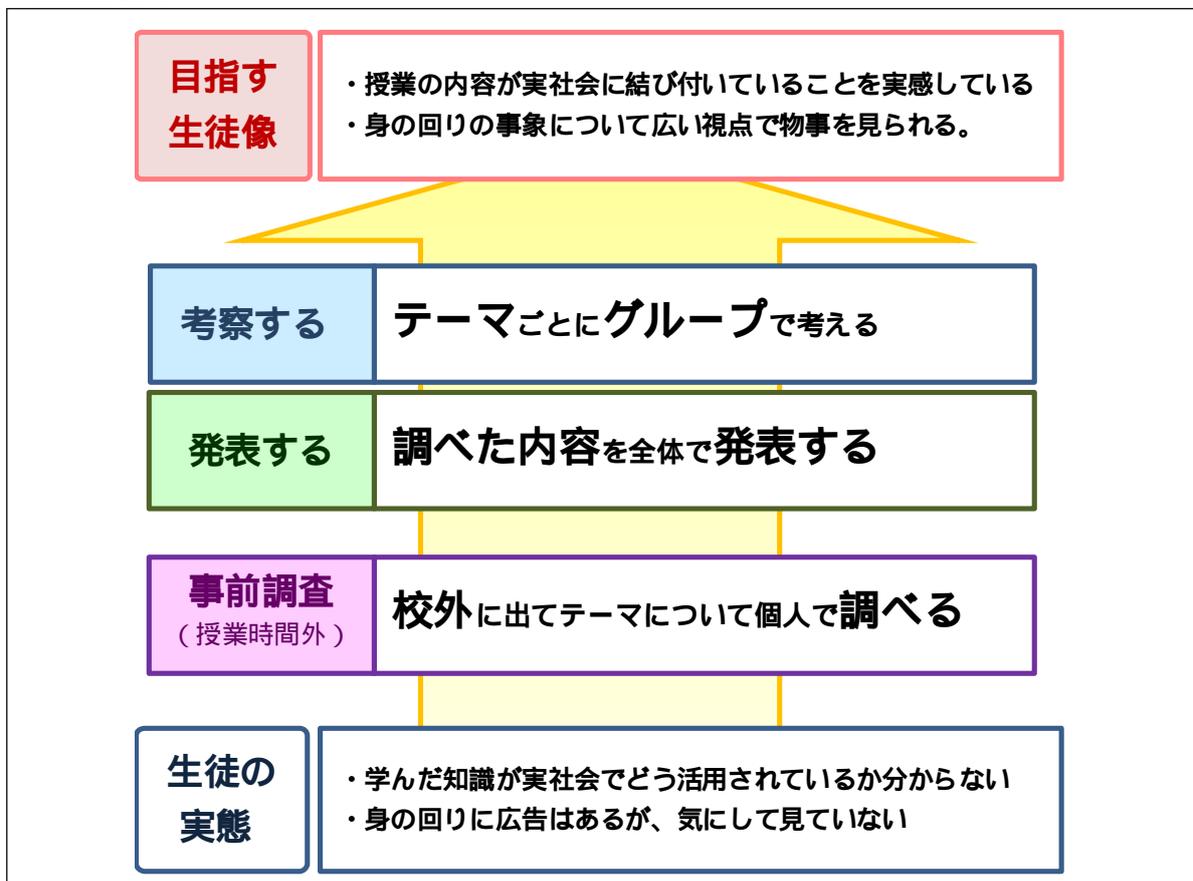
学習指導要領の広告と販売促進の目標に「企業と消費者間のコミュニケーションの意義や役割について理解するとともに、販売に関する活動を主体的、創造的に行う能力と態度を育てる。」とある。

本校の生徒は、商業に関する知識や用語については積極的に学習し理解をしている。しかし、多くの生徒はその学んだ内容が実社会に結びついていることが、漠然としていて理解できていない。授業の中では、教科書の例だけでなく、実際の例を取り上げているが、授業の中の知識として捉えてしまい、実社会で活かされていることを実感できていないと考えている。また、実社会と学習した内容が結びついていることを実感させることは、商業高校生として社会へスムーズに進出させるために必要だと考えている。

そこで、科目のねらいにもあるように、企業と消費者間のコミュニケーション活動を体験的に習得させることで、実社会で行われている販売活動と生徒をより近づけ、身近なものに感じさせたいと考え、研究テーマを設定した。

## 研究内容

### 1 研究構想図



## 2 授業改善に向けた手立て

生徒が授業で学んだ内容が実社会に生かされていることを実感させ、社会に目を向けさせるために、次の三つを手立てとして考えた。

- 手立て1 授業で学んだ内容をもとに、それぞれのテーマについて校外で調べさせる
- 手立て2 調べた内容をまとめさせ、発表により伝え合わせる
- 手立て3 同じテーマのグループで、店舗側の狙いについて考察させる

手立て1では、授業で学んだ内容をもとに、個人個人でテーマを設定する。また、そのテーマについて、個人個人が放課後等を利用して宿題として調べる。具体的には、個人で身近な店舗に行き、その店舗の陳列について写真撮影をさせ、陳列の工夫点等をまとめさせた。写真撮影時には、生徒個人が店舗に許可を得た。身近にあるショッピングセンター等の店舗では、様々な陳列の工夫がされている。普段目にしていながら、気付くことができていなかった事例に対して目を向けさせ、授業で学んだ内容が実際に使われていることを実感させるものである。

手立て2では、調べてきた内容を全体に発表させ、全体で共有する。撮影した写真を教材提示装置とプロジェクタで大きく投影し、指し示しながら説明させた。ここでは、自分以外の発表を聞くことにより、授業で学んでいる内容が、実社会の多くの場面で活用されていることを確認するものである。

手立て3は、手立て1において同じテーマを調べた者同士がグループとなり、共通点や狙いなどを共有し、考察する。グループの人数は3～4名で構成した。ここでは、グループ内で自分が調べた陳列について、どの顧客層がターゲットなのか等、意見交換をさせた。実社会における実際の事例について、より深く考えることにより、社会へ向けての視点をつけさせようとするものである。

以上の活動を通して、授業内での内容が実際に社会で生かされていることを確認させ、授業で学んだ内容と社会活動とのつながりを実感させるものである。

## 研究のまとめ

### 1 成果

ほとんど全員の生徒が、自ら設定したテーマに対して、その内容に沿った写真を撮影することができていた。また、その際、大半の生徒が自分の取材する対象に対してのターゲットやねらいを考えながら取材をしていたことが、後のアンケートによって明らかになった。

調べた内容を授業内で発表する中では、自身の考えを適切にまとめ、分かりやすく伝えようとする姿勢がみられた。また、調べさせるだけではなく、発表させたことで、ターゲットやねらいなど、自分で考えたことをまとめさせることができた。

同じ内容を調べたもの同士がグループとなり、考えや共通点を共有し、狙いやターゲットなどを考察する時間の中で、それぞれの持ち寄った取材の内容から共通点を考察し、狙いなどをまとめようとする姿勢が見られた。その中で、消費者側の視点だけではなく、発信者側からの視点で考える「違った立場からの視点」を意識しながら取り組んでいた。

### 2 課題

取材をさせる中で、生徒が授業で学んだ内容とそれた取材をしてきた生徒が数名いた。このことから、授業での内容を正確に伝え、事前課題の指示の中でもある程度の指示を伝えおく必要があった。グループ討議の中で、発信者側からの視点からの視点で討議をしているグループも見かけられたが、すべての班では起こらなかった。実社会へ出てからは受信者側ではなく発信者側での思考が必要になってくるので、ワークシート等の工夫が必要であった。

## 実践例

### 1 単元(題材)名 「店舗の棚割と設計」(第3学年2学期)

#### 2 本単元(題材)について

本単元では、商品の陳列の特徴を理解し、ターゲットへの効果的な発信方法を適切に選択することを学ぶ。生徒にとって、商品の陳列については、何となく目にしているものである。様々な陳列に対して、具体的な事例から知識を身に付けさせ、何となく見ていたものについて、少し視点が変わることで、これまで気付くことができなかつたものに気づかせる。

1・2時間では商品の陳列について、基本的な知識を身につけさせた。2時間の後半では、どの陳列について調べるかテーマを設定させた。調べる陳列方法については、「平台陳列」「ショーケース陳列」「ステージ陳列」の3種類とした。

次時までには、各自が設定したテーマについて、実際の店舗に個人で取材(写真撮影)をさせた。店舗の種類等は自由にしたが、いつどの店舗に行くのかを事前に報告させた。

3時間(本時)では、各陳列方法について各自が取材した写真を提示し、その特徴などについて全員に発表させた。発表後は、テーマごとのグループで、各陳列方法の共通点、ターゲットは誰なのか、伝えたいことは何なのかを話し合わせ、ワークシートにまとめさせた。特に、消費者にどのようなことをどのように伝えようとしているか企業側の狙いを考えさせるように意識させた。

4時間では、グループの代表者に話し合った内容について発表させ、全体で共有させた。

以上のような考えから、本題材では以下のような指導計画を構想し実践した。

目標	調べてきた陳列方法について発表し、発表した内容をもとに、グループごとにワークシートにまとめ考察させる。	
評価規準	関心・意欲・態度	陳列方法を意欲的に調べている。 グループ活動に積極的に参加している。
	思考・判断・表現	調べた陳列方法についてお互いの陳列を比較検討し、共通点などを探し出し、その結論を自分自身の言葉で表現することができる。
	技能	陳列方法に関する基礎的な知識をもとに、調べた内容をまとめることができる。
	知識・理解	適切な陳列方法について理解している。 陳列や棚割によって店舗の売上が変化することを理解している。
過程	時間	主な学習活動
課題把握	第1時 第2時	<ul style="list-style-type: none"> <li>それぞれの陳列の種類、特徴について学習する。</li> <li>適切な陳列方法が、効果的な売り上げとなること学習する。</li> <li>各自でどの陳列について調べるかテーマを設定する。</li> </ul>
課題追究	第3時	<ul style="list-style-type: none"> <li>調べてきた内容について発表する。</li> <li>グループとなり、それぞれの共通点などを話し合い、ワークシートにまとめる。</li> <li>次の発表に向けて、代表者を中心に準備をする。</li> </ul>
まとめ	第4時	<ul style="list-style-type: none"> <li>まとめた内容を発表する。</li> <li>章末問題に取り組む。</li> </ul>

### 3 本時及び具体化した手立てについて

本時は全4時間計画の第3時にあたる。前時まで学んだ内容が実社会で実際に活用されていることを実感させるために、実際の店舗で調べる時間と、調べた内容をもとに考察をさせる時間が必要である。そこで、三つの手立てについて具体化した。

手立て1 授業で学んだ内容をもとに、それぞれのテーマについて校外で調べさせる

授業で学んだ陳列の内容から「平台陳列」「ショーケース陳列」「ステージ陳列」を取り上げ、本時の前に取材（写真撮影）をする。

手立て2 調べた内容をまとめさせ、発表により伝え合わせる

手立て1で調べた広告の特徴を、全体に分かりやすく自分の考えを発表する。

手立て3 同じテーマのグループで、店舗側の狙いについて考察させる

それぞれ同じ内容を調べたもの同士がグループとなり、共通点や狙いを考察する中で、授業内で学んだ内容が実社会で生かされていることを確認する。

### 4 授業の実際

前時までの授業において、陳列についての一通りの内容を伝え、陳列の効果的な活用について学んだ。本時の授業に向けて生徒は、実際の陳列方法について調べ、調べてきた内容をまとめるように指示をした。本時では、各自が調べてきた内容について、相手に分かりやすく相手に伝え、その内容から陳列の狙いや効果的な発信方法について考察することを目標とした。

**課題** 調べた陳列方法を発表し、グループで共通点や狙いなどを共有し、考察する

授業で学んだ内容をもとにそれぞれのテーマに沿った陳列を調べる活動

多くの生徒が授業の事前課題に意欲的に取り組み、テーマに沿った陳列を調べてくることができた。実際に自分のよく通っている店舗に赴き、今までにない視点で広告を調べてくる様子が見てとれた。



図1 平台陳列の写真



図2 ショーケース陳列の写真



図3 ステージ陳列の写真

調べた内容を相手に合理的に伝える活動

生徒一人一人が全体に向けて発表をした。「どこで調べたものか」「どのような陳列方法なのか」「どんな狙いがあると考えられるか」など、調べてきた内容について発表した。その際に自分の言葉で分かりやすく、伝えることができた生徒が多く見られた。



図4 発表の様子

地域の和菓子店に行きショーケース陳列を調べてきました。季節感を演出した陳列で売上向上を狙っているのではないかと思います。

陳列方法の狙いを考察して、思考を深めるための活動

それぞれが調べた陳列方法ごとにグループになり、共通点や狙い、ターゲットなどを考察した。中には、店側の視点で効果的な陳列方法について考察するグループもあり、より調べた内容について深く考えることができていた。

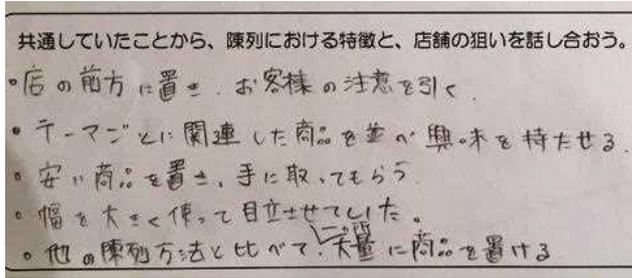


図5 ワークシート



図6 グループ活動の様子

第4時 まとめた内容を発表する活動

それぞれのグループでまとめた内容を、代表者が発表した。前時に発表した内容に加えグループ内で討論した内容を全体に共有することにより、また新たな視点が生まれ、実社会に興味を持ち、目を向ける機会を増やすことができた。



図7 発表の様子

## 5 考察

授業の前段階である事前課題では、生徒がそれぞれのテーマに沿って内容の写真を撮影してきてくれた。生徒が既習事項を元にして、自分のテーマに沿った写真を撮影してきた。しかし、一部の生徒にはテーマとは少し違った内容で取材をしてくる生徒もいた。

アンケートからは、「自分たちが何気なく見ていた身の回りの陳列方法が、実際に調べたりすることによって、また違った視点で見ることができるようになった」といった意見もあった。このことから、生徒の中で学習した内容と実社会での結びつきを考えながら、また新たな視点で物事を見ることができたと考えられる。

発表する活動の中では、全員に調べた内容を分かりやすく発表しようとする意欲が感じられた。その中で、自分自身が調べた内容から自分なりの考察を相手にうまく伝えようとする姿勢も見られた。しかし、発表している生徒が良い反面、聞く側の生徒がメモをとることに一生懸命になってしまい、聞くことがおろそかになりがちであった。聞く時間と書く時間を明確に指示することが必要と感じた。

同じ陳列方法を調べたもの同士でグループとなり、共通点を見つけながら狙いやターゲットを考察する活動では、それぞれ持ち寄った資料をもとに意欲的に活動に参加していた生徒が大半であった。生徒は感じたことを自分の言葉で表現し、共有しており、生徒自らが陳列の狙いやターゲットを考えようとする姿勢が見られた。また、調べたことをもとに消費者側の視点だけでなく、発信者側の視点で考察している生徒もあり、より深く考えようとしている姿も見られた。しかし、一部の生徒は自分が考察したことを機械的に発表するだけで、その他の活動に参加しない生徒もいた。また、ワークシートの課題を行うのみで、考察を終えてしまうグループも見受けられたので、より良いワークシートの作成や具体的な課題の提示等の工夫をしていくことが今後の課題である。