

## ビジネス探究プログラム「ビジネス探究Ⅱ (PBL)」カリキュラムシート

分野名	マーケティング分野
目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 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。</li> <li>2 マーケティングに対する課題を発見し、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。</li> <li>3 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。</li> </ol>

時間数	学習活動	指導の留意点及び到達目標
2時間	<p>【SDGsとマーケティング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 講義（1時間） 教科書、ワークシートを用いて講義を実施する</li> <li>・ ケースメソッド（1時間） 講義後、ケース教材を配付し、事前学習させる。ケースメソッドではグループ意見共有実施後、全体の意見共有を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 講義では顧客満足と顧客の創造について取り扱い、顧客と企業の関係性と社会と企業の関係性について学習させる。</li> <li>・ ケースメソッドではSDGsについての事前学習後、持続可能な世界を創り上げるための企業の役割についてと課題について意見交換をさせる。</li> </ul>
2時間	<p>【Society5.0とマーケティングの広がり】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ グループワーク（2時間） 個人ワークの後、グループでの意見共有を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 講義にてSociety5.0について学習させる。</li> <li>・ 講義にてサービスマーケティング、観光地マーケティング、グローバルマーケティング、ソーシャル・マーケティングの事例について調べ学習をさせ、グラフデータから今後のマーケティングの動向を考察させる。</li> <li>・ グループワークでは、サービスマーケティング、観光地マーケティング、グローバルマーケティング、ソーシャル・マーケティングの必要性についてと実践する上で留意しなければならない点について意見交換をさせる。</li> </ul>

## ビジネス探究プログラム「ビジネス探究Ⅱ (PBL)」カリキュラムシート

時間数	学習活動	指導の留意点及び到達目標
4時間	<p><b>【市場の創造・製品政策】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループワーク（4時間） アイデア出しの練習を行い、ペルソナの生活や悩みを想像し、課題を解決する新製品を考案する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サービスマーケティング、観光地マーケティング、グローバルマーケティング、ソーシャル・マーケティングに関する時事問題を調べ、社会の出来事に目を向けさせる。</li> <li>・複合連結型発想法によってアイデア出しの練習をさせる。</li> <li>・ペルソナの基本データから、生活習慣や悩み事を想像から課題を発見、解決する新製品を考案させる。</li> </ul>
2時間	<p><b>【3C分析・価格政策】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループワーク（2時間） グループで考案した新製品の3C分析を行い、価格を設定する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・考案した新製品の3C分析を行い、紳士製品の強みを確認させる。また、誰に届けたのか「ターゲット」を再確認させる。</li> <li>・フェルミ推定によって、新製品の価格と収支計算をさせる。</li> </ul>
2時間	<p><b>【チャンネル政策・プロモーション政策】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループワーク（2時間） 新製品の販売チャンネルとプロモーションをする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」から電子商取引市場について分析させ、考案した新製品の販売チャンネルについて考えさせる。</li> <li>・SWOT分析を行い、新製品の環境について確認させ、プロモーションの目標を立てさせる。ターゲットを再確認し、広告を作成させる。</li> </ul>
4時間	<p><b>【ビジネスプレゼンテーション】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プレゼンテーションの準備（2時間） 考案した新製品についてプレゼンテーションを行うための準備を行う。</li> <li>・プレゼンテーションの実施（2時間） 考案した新製品についてプレゼンテーションを行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・動画を視聴し、プレゼンテーションについてのイメージを沸かせる。</li> <li>・プレゼンテーションのテーマ設定し、アウトラインを考えさせる。</li> <li>・表情や話し方を工夫させて、伝えやすいプレゼンテーションを意識させる。</li> <li>・地元の自治体や企業の方に向けたプレゼンテーションであることを意識させる。</li> </ul>

分野名	マーケティング分野（マーケティング）	
教科書	マーケティング（実教出版）	
単元	章	第1章 マーケティングの概要
	節	第1節 マーケティングの歴史と発展
ケースメソッド ドタイトル	SDGsとマーケティング	
ケースメソッド からの学び	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 SDGsを理解する。</li> <li>2 顧客と企業、社会と企業の関係性を理解する。</li> <li>3 ケースメソッドを行い、企業のSDGsの取り組みについて意見交換を行い、問題解決に向けて主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。</li> </ol>	
時間数	2時間（講義1時間、ケースメソッド1時間）	
授業の進め方	<p>&lt;1時間目 講義・個人学習&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 社会の変化に伴うマーケティングの変遷について講義を行い、その後タブレット端末を用いて社会情勢とマーケティングの変遷について調べ学習を行う（20分）。</li> <li>2 社会志向のマーケティングの重要性について講義を行う（10分）。</li> <li>3 SDGsについての調べ学習を行う（20分）。</li> </ol> <p>&lt;2時間目 ケースメソッド&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4 ケースメソッドにて企業の社会的責任について考察し、課題を解決するための意見交換を行う。ケースメソッドは個人ワーク、グループワーク、クラスのワークの順番で行う（50分）。</li> </ol>	

## 「SDGsとマーケティング」 授業計画

### ■本単元の位置付け

#### 第1章 マーケティングの概要

### ■本単元の目標

#### 1 時間目

ワークシートを用いて、歴史的な背景からマーケティングの変遷について理解をする。現代の社会志向マーケティングにおいて必要なSDGsについて調べ学習を行い、基本的な知識を身に付ける。

#### 2 時間目

ケースメソッドを実施し、持続可能な社会の実現に向けて企業の役割についてと事例に基づいた課題解決の方法について意見交換を行う。

### ■評価の規準

#### 【A】 知識・技術

- ・社会の変化に伴うマーケティングの変遷に関する知識を身に付けている。
- ・企業の社会的責任やSDGsの取組に関する知識を身に付けている。

#### 【B】 思考・判断・表現

- ・企業のSDGsの取り組みについてまとめることができている。
- ・課題解決について考察しまとめることができている。
- ・自分の意見を他者に伝えることができている。

#### 【C】 主体的に学習に取り組む態度

- ・事前学習を含め、各問に対しての取組状況。
- ・グループワーク、クラスワークにおいて積極的に取り組むことができている。

### ■留意事項

- ・評価はケースメソッド評価シートを用いて行う。
- ・発言しやすい雰囲気を作り出すとともに、他者の意見を否定しないルールを設定する。

【SDGsとマーケティング】 テーマ：「顧客と企業、社会と企業」

<基礎学習>

1 マーケティングの歴史的発展から企業と顧客の関係性についてキーワードを記入しよう。

※教科書やインターネットを参考にしよう。

生産志向 「作れば売れる」	製品志向 「良いものを作れば売れる」	販売志向 「作ったものを売り切る」
消費者志向 「欲しいものを作って売れる ようにする」	社会志向 「ソーシャルマーケティング」	

2 「顧客創造」と「顧客満足」についてまとめよう。

「顧客の創造」

「顧客満足」

3 「顧客創造」がなぜ、重要なのか考えてみよう。

4 SDGsについて調べ、まとめよう。

1 貧困をなくそう	2 飢餓をゼロに	3 すべての人に健康と福祉を

4 質の高い教育をみんなに	5 ジェンダー平等を実現しよう	6 安全な水とトイレを世界中に
7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに	8 働きがいも経済成長も	9 産業と技術革新の基盤を作ろう
10 人や国の不平等をなくそう	11 住み続けられるまちづくりを	12 つかう責任つくる責任
13 気候変動に具体的な対策を	14 海の豊かさを守ろう	15 陸の豊かさも守ろう
16 平和と公正をすべての人に	17 パートナーシップで目標を達成しよう	

年 組 番 氏名

## <ケースメソッド>

SDGsは2015年に国連で採択された国際目標であるが、注目度を高めたきっかけは2017年の「ダボス会議」で取り上げられたことである。「ダボス会議」とは、国際連盟本部が位置するスイス・ジュネーブを拠点に活動する非営利財団「世界経済フォーラム(WEF)」が、同じくスイスのダボスという場所にて開催する年次総会のことである。「ダボス会議」には、世界的に有名な政治家や元首相、民間企業のトップ、各団体のリーダーなど、さまざまな豪華メンバーが参加する。世界のリーダー有識者が一同に集まり、各年に世界的に問題視されている課題を解決することを目的に議論される。この会議で企業が国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」を達成することで2030年までに少なくとも12兆ドルの経済価値がもたらされ、最大3億8000万人の雇用が創出される可能性があり、エネルギー、都市、農業、保健の4分野で行動を起こすことで達成できるとしている。

## <参考資料>

### — 分野別の市場規模 —



引用 数字で見るSDGs 2030年、市場機会は世界で年12兆ドル|事業構想 PROJECT

### — 各目標の市場規模 —



引用 「SDGsビジネス」の市場規模|デロイト・トーマツ グループ

## <アサインメント>

- 1 企業の役割は何ですか？
- 2 国連は、なぜSDGsを採択したのだろうか？
- 3 知っている企業のSDGsの取り組みについて調べてみよう。

4 次のA社の事例を読み、課題の解決策を考えてみよう。

〈課題〉

岡崎市にあるケーキ屋さん。毎年クリスマスの時期になるとクリスマスケーキの販売をしている。ただ、毎年食品廃棄に悩んでいる。クリスマスケーキの事前予約も実施しているが、当日販売の売上げが良いのが現実であるため、完全予約制度には踏み切れない。

〈解決策〉

5 身の回りの企業について、今後どのようなSDGsな取組を行えばいいか考えてみよう。

年 組 番 氏名

---

これより教師用参考資料

【SDGsとマーケティング】 テーマ：「顧客と企業、社会と企業」

<基礎学習>

1 マーケティングの歴史的発展から企業と顧客の関係性についてキーワードを記入しよう。

※教科書やインターネットを参考にしよう。

生産志向 「作れば売れる」	製品志向 「良いものを作れば売れる」	販売志向 「作ったものを売り切る」
3種の神器 規模の経済	3C（カラーテレビ、自動車、クーラー） シーズ志向	コンシューマーリズム クーリング・オフ制度
消費者志向 「欲しいものを作って売れるようにする」	社会志向 「ソーシャルマーケティング」	
消費者ニーズ 顧客満足 リピーター 顧客創造	寄附付き商品 アップサイクル	

2 「顧客創造」と「顧客満足」についてまとめよう。

「顧客の創造」

顧客の集合体としての市場を創り出すこと  
企業がマーケティングで顧客を生み出すこと

「顧客満足」

製品やサービスを購入や使用するなど、顧客が感じる満足のこと

3 「顧客創造」がなぜ、重要なのか考えてみよう。

顧客満足に対応しては、社会の変化のスピードに遅れてしまうため。

顧客の欲求は顧客自身がそれを明確に認識していないことが多いから。

4 SDGsについて調べ、まとめよう。

1 貧困をなくそう 極めて貧しい暮らしを強いられる人は6億3040人でそのうちの約半数が子どもである。	2 飢餓をゼロに 食料不安を抱えていない人70.4%である。 中程度の食料不安18.3% 深刻な食料不安11.3% 世界の飢餓人口は増加に転じている	3 すべての人に健康と福祉を サハラ以南のアフリカ地域では、2人に1人の子どもが、風邪で肺炎になっても治療を受けられない。
--	--	--

<p>4 質の高い教育をみんなに サハラ以南のアフリカ地域では、5人に1人が小学校に通えない。</p>	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう 日本において6歳未満の子どもを持つ家庭で、夫が一日に家事育児に費やす時間は平均1時間23分、妻は7時間34分。</p>	<p>6 安全な水とトイレを世界中に 水道の設備がない暮らしをしている人は22億人以上いる。 →2030年までに誰もがトイレを利用できるようにする。</p>
<p>7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 再生可能エネルギーを使って作られたものは全体の17.7%である。 世界で電力を使えない人は6億7,500万人である。</p>	<p>8 働きがいも経済成長も 世界では4人に1人の若者が教育や職業訓練を受けられず、仕事にもつげずにいる。</p>	<p>9 産業と技術革新の基盤を作ろう 世界では約26億人の人がインターネットにアクセスできる、11%の人が携帯電話の電波の届かない所に暮らしている。</p>
<p>10 人や国の不平等をなくそう 失業手当をもらう失業者の割合22%、社会保障給付を受ける子どもの割合35%、年金を受ける定年退職者の割合68%となっている。</p>	<p>11 住み続けられるまちづくりを 2023年、災害によって家を失った人は2,640万人いる。</p>	<p>12 つかう責任つくる責任 フードロス毎日大型トラック1,433台分の食品ロスがある。</p>
<p>13 気候変動に具体的な対策を 日本の熱帯夜の平均日数は1910年からの30年間の平均の約2.8倍である。</p>	<p>14 海の豊かさを守ろう ペットボトルやビニール袋などのプラスチックごみは年間で900万~1,400万トンである。</p>	<p>15 陸の豊かさも守ろう 絶滅の危機にさわされている割合は鳥類14%、針葉樹34%、哺乳類25%、両生類41%である。</p>
<p>16 平和と公正をすべての人に 1億6,600万人の5歳未満の子どもの出生届が出されておらず、法的に存在していない子どもとなっている。</p>	<p>17 パートナーシップで目標を達成しよう 2018年に政府開発援助に使われたお金は、前年に比べて40億ドル減少した。</p>	

## <ケースメソッド>

SDGsは2015年に国連で採択された国際目標であるが、注目度を高めたきっかけは2017年の「ダボス会議」で取り上げられたことである。「ダボス会議」とは、国際連盟本部が位置するスイス・ジュネーブを拠点に活動する非営利財団「世界経済フォーラム (WEF)」が、同じくスイスのダボスという場所にて開催する年次総会のことである。「ダボス会議」には、世界的に有名な政治家や元首相、民間企業のトップ、各団体のリーダーなど、さまざまな豪華メンバーが参加する。世界のリーダー有識者が一同に集まり、各年に世界的に問題視されている課題を解決することを目的に議論される。この会議で企業が国連の「持続可能な開発目標 (SDGs)」を達成することで2030年までに少なくとも12兆ドルの経済価値がもたらされ、最大3億8000万人の雇用が創出される可能性があり、エネルギー、都市、農業、保健の4分野で行動を起こすことで達成できるとしている。

## <参考資料>

### — 分野別の市場規模 —



引用 数字で見るSDGs 2030年、市場機会は世界で年12兆ドル|事業構想 PROJECT

### — 各目標の市場規模 —



引用 「SDGsビジネス」の市場規模 | デロイト・トーマツ グループ

## <アサインメント>

### 1 企業の役割は何ですか？

- ・ 製品やサービスを提供して市場の活性化をさせ経済発展を支える。
- ・ 税金を払い公共サービスを充実させる。
- ・ 多くの人を雇用し、経済安定を提供する。

### 2 国連は、なぜSDGsを採択したのだろうか？

- ・ 貧困や紛争、気候変動、感染症などのさまざまな課題を解決してすべての人々が平和と豊かさを楽しむ世界を実現するため。
- ・ 地球環境に深刻な課題が残り、国際紛争で差別や貧困問題があり、先進国においても積極的に取り組む必要があるため。

3 知っている企業のSDGsの取組について調べてみよう。

日本航空：成田＝ニューヨーク線にてユニセフ募金として機内募金を実施してる。

アートコーポレーション：引っ越しで使う梱包資材を減らすように「エコ楽ボックス」を開発。

トヨタ自動車：EV車、水素エンジン車の開発

4 次のA社の事例を読み、課題の解決策を考えてみよう。

〈課題〉

岡崎市にあるケーキ屋さん。毎年クリスマスの時期になるとクリスマスケーキの販売をしている。ただ、毎年食品廃棄に悩んでいる。クリスマスケーキの事前予約も実施しているが、当日販売の売り上げが良いのが現実であるため、完全予約制度には踏み切れない。

〈解決策〉

- ・ 予約販売特典をつける
  - ・ 予約販売の宣伝に力を入れる
  - ・ 当日販売は電話での受付のみ
  - ・ ホールケーキの販売をやめる。
- 食べ切りサイズのみの販売にする代わりに、プレートやデコレーションのカスタマイズを可。

5 身の回りの企業について、今後どのようなSDGsな取組を行えばいいか考えてみよう。

- ・ マイボトルやエコバックの使用をしている社員についてSDGs手当を付ける。
- ・ 残業を減らすために業務の見直しをする。
- ・ 業務のペーパーレス化。

分野名	マーケティング分野（マーケティング）	
教科書	マーケティング（実教出版）	
単元	章	第9章 マーケティングの広がり
	節	第2節 サービス・マーケティング 第4節 観光マーケティング 第5節 グローバル・マーケティング 第6節 ソーシャル・マーケティング
PBLの タイトル	Society5.0 とマーケティングの広がり	
PBLか らの学び	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Society5.0 について理解を広げることができる。</li> <li>2 マーケティングの広がりについて、事例を調べることで理解を深めることができる。</li> <li>3 グラフを分析と企業の事例から今後の動向について、グループワークにて意見交換をすることで、科学的な根拠に基づいて考察することができる。</li> </ol>	
時間数	2時間	
授業の 進め方	<p>〈Society5.0 とマーケティングの広がり〉</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Society5.0 について調べ学習を行い、Society5.0 が実現した社会について考えさせる（20分）。</li> <li>2 サービス・マーケティング、観光マーケティング、グローバル・マーケティング、ソーシャル・マーケティングについて事例を調べさせる（10分）。</li> <li>3 観光地マーケティングについて、訪日外客数の推移（日本政府観光局）のグラフからなぜ、訪日外客数が増えている背景と今後の動向について考察させる。また、オーバーツーリズムについても考察させる（20分）。</li> <li>4 グローバル・マーケティングについて、東アジア、東南アジア、欧米の国との文化の違いについて調べ学習をさせ、グループにおいて情報共有をさせる（20分）。</li> <li>5 企業が行っているローカライゼーションに事例について調べさせる（10分）。</li> <li>6 2で挙げた事例をグループで情報共有し、なぜソーシャル・マーケティングが必要なのを消費者、従業員、企業の目線に立って考察させる（20分）。</li> </ol>	

■本単元の位置付け

第9章 マーケティングの広がり

第2節 サービス・マーケティング

第4節 観光地マーケティング

第5節 グローバル・マーケティング

第6節 ソーシャル・マーケティング

■本単元の目標

1 時間目（講義・意見共有）

Society5.0 について調べ学習を行い、理解をする。また、Society5.0 が実現した世界について考察させる。文部科学省「動画で分かる Society5.0 令和3年版科学技術・イノベーション白書」の動画を視聴させ、Society5.0 の世界を考察する。

サービス・マーケティング、観光地マーケティング、グローバル・マーケティング、ソーシャル・マーケティングについて事例を調べ、理解を深める。

観光地マーケティングについて、日本政府観光局のサイトより「訪日外客数の推移」のグラフを読み取り、数値が増えている背景と今後の動向について考察し、グループで情報共有をする。また、同サイトより「都道府県別訪問率ランキング」のグラフより愛知県の観光客を増やすためにどうすればよいか考察した後、グループにて情報共有をする。

観光地マーケティングについての注意しなければならないことを考え、グループで情報共有をする。

2 時間目（講義・意見共有）

グローバル・マーケティングについて、東アジア、東南アジア、欧米の国との文化の違いについて調べ、グループにて情報共有をする。企業のグローバル・マーケティングを意識したローカライゼーションについて事例を調べた後、情報共有をする。

1 限目の調べ学習をもとにソーシャル・マーケティングについて、消費者、従業員、企業のそれぞれの目線に立ってなぜ必要なのかを考察する。

■評価の規準

【A】知識・技術

- ・ Society5.0 について説明することができる。
- ・ 各マーケティングの事例について調べ、説明することができる。

【B】思考・判断・表現

- ・ 自らが調べた事例やグラフデータを読み解き、今後の動向について考察することができる。
- ・ 自らの意見について他者に伝えることができ、また他者の意見に耳を傾けることができる。

【C】主体的に学習に取り組む態度

- ・ 各課題について積極的に取り組もうとしている。
- ・ グループワークにおいて、主体的かつ協働的に取り組もうとしている。

【Society5.0 とマーケティングの広がり】

テーマ：「今後のマーケティングの動向を考えよう」

1 Society5.0 について調べてみよう。

Society1.0	
Society2.0	
Society3.0	
Society4.0	
Society5.0	

2 Society5.0 が進むことによって世の中はどのように変化すると思いますか？

3 次の各マーケティングについて事例を調べてみよう。

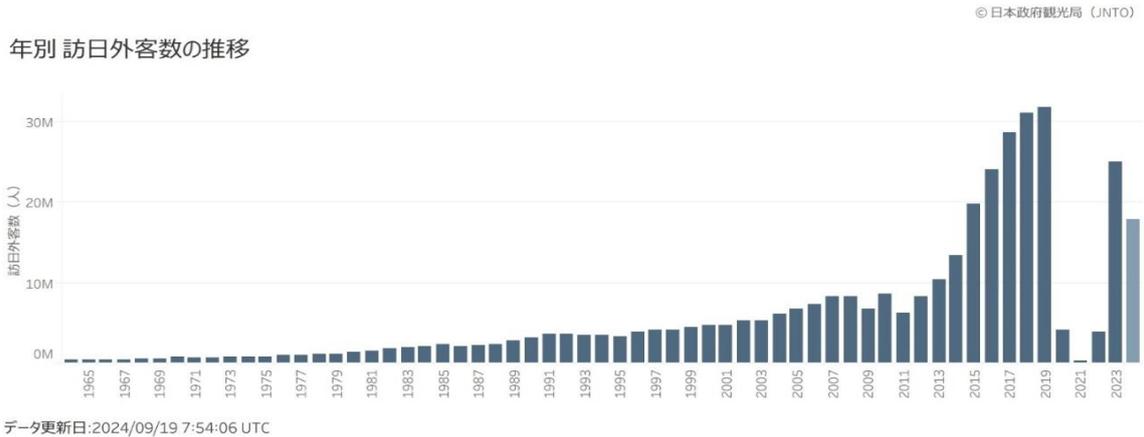
サービス・マーケティング	グローバル・マーケティング
ソーシャル・マーケティング	観光地マーケティング

4 なぜ、訪日外国人が増えているのでしょうか。また、今後の動向を予測してみよう。

- ・訪日外国人が増えている理由

・今後の動向の予測

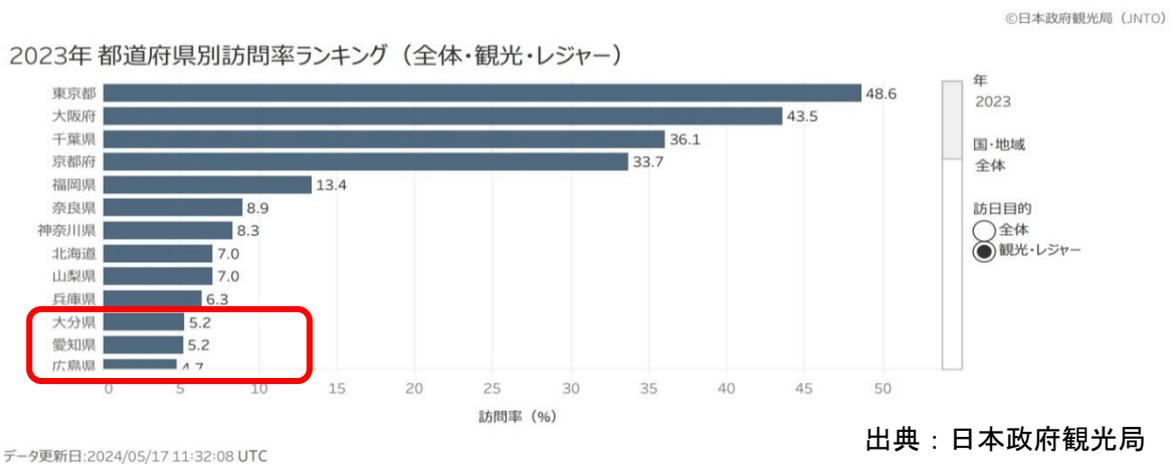
<参考資料>



出典：日本政府観光局 (JNTO)

5 愛知県の観光客を増やすためにはどうしたらよいでしょうか。

<参考資料>



出典：日本政府観光局

6 観光地マーケティングを行う上で注意しなければならないことを考えよう。

7 グローバル・マーケティングについて、次の国の文化の日本と異なる点を挙げてみよう。

韓国

フィリピン

米国

フランス

8 企業のローカライゼーションについて実践事例を調べてみよう。(外資系企業可)

9 なぜ、ソーシャル・マーケティングが必要なのでしょうか。

〈消費者目線と従業員目線、企業目線になって考えてみよう。〉

消費者

従業員

企業

## これより教師用参考資料

### 【Society5.0 とマーケティングの広がり】

テーマ：「今後のマーケティングの動向を考えよう」

#### 1 Society5.0 について調べてみよう。

Society1.0	農耕が始まるまでの社会を指す。狩猟や採取を生活基盤とした原始的な社会。
Society2.0	田畑を耕し、小麦や米などの作物を育て収穫していた社会。農耕により人々が土地に定住し始めた社会の基盤を形成した。
Society3.0	機械製品の発展に伴い、工業化した社会を指す。農業から工業へ社会構造が変化した。
Society4.0	インターネットや携帯電話、スマートフォンなどの普及によって世界がネットワークで繋がった社会を指す。世界のどこにいても瞬時にあらゆる情報を手に入れることができる。
Society5.0	サイバー空間とフィジカル空間の融合を目指している。

#### 2 Society5.0 が進むことによって世の中はどのように変化すると思いますか？

ロボットと共存する世界、自動運転、多様な働き方の実現、地方の活性化、遠隔医療の実現

#### 3 次の各マーケティングについて事例を調べてみよう。

サービス・マーケティング ・ 旅客輸送業が魅せる 7 分間の清掃サービス (JR 東日本)	グローバル・マーケティング ・ 現地の気候や味の好みに合わせた商品開発 (グリコ)
ソーシャル・マーケティング ・ プラスチック製品の削減のため紙ストローの開発 (マクドナルド)	観光地マーケティング ・ 秋田犬ツーリズム (秋田県)

#### 4 なぜ、訪日外国人が増えているのでしょうか。また、今後の動向を予測してみよう。

##### ・ 訪日外国人が増えている理由

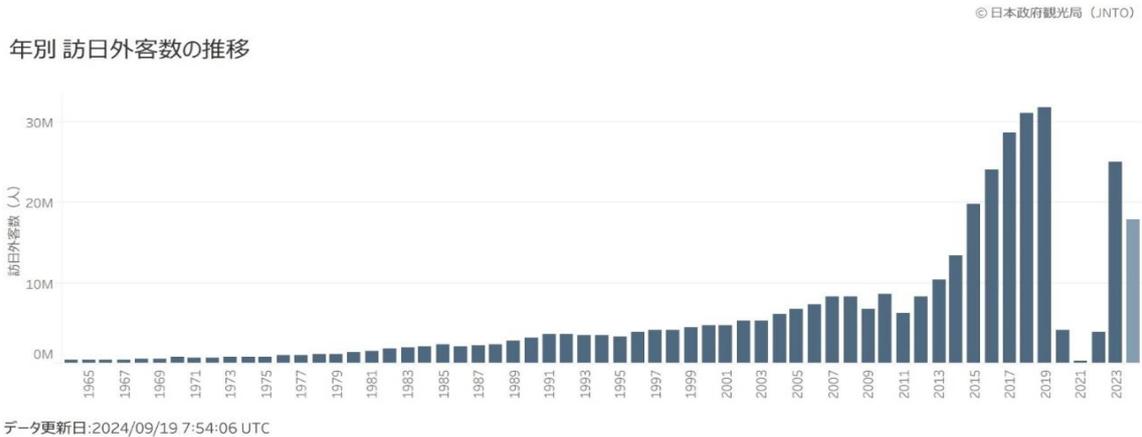
日本の文化的魅力 (伝統文化、アニメ、漫画、四季折々の自然景観など)

短期滞在のビザの緩和、円安

・今後の動向の予測

日本の人口が減少傾向である点から、訪日外国人からのインバウンド消費により経済の活性化を図るため、また政府が観光に力を注いでいることもあり今後も訪日外国人は増えると考えられる。

<参考資料>

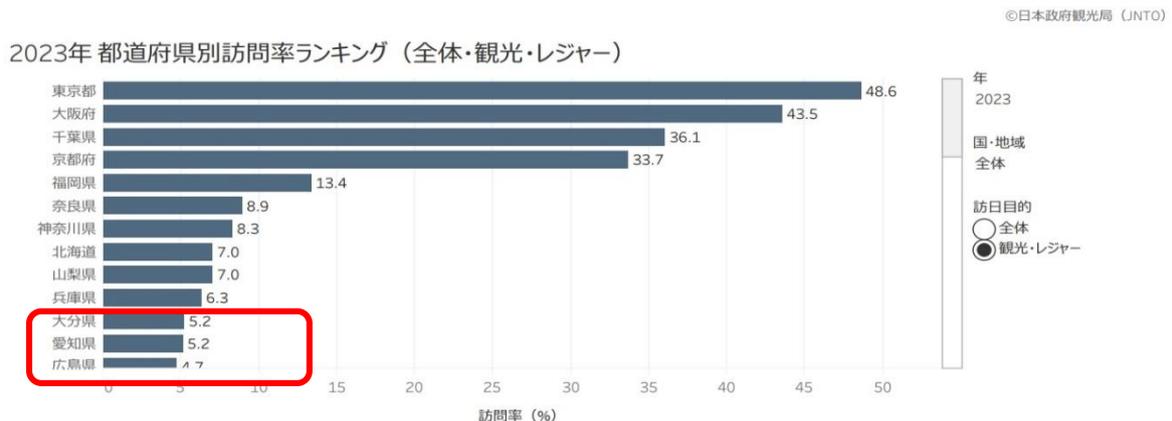


出典：日本政府観光局 (JNTO)

5 愛知県の観光客を増やすためにはどうしたらよいでしょうか。

・温泉街があるため、愛知県より岐阜県のほうが外国人の観光客は多いと予想する。岐阜県へ行くためには、飛行機であっても新幹線であっても愛知県を経由する。空港の付近や新幹線の駅から愛知県の観光地へ移動がしやすいように交通網を整備する。

<参考資料>



出典：日本政府観光局 (JNTO)

6 観光地マーケティングを行う上で注意しなければならないことを考えよう。

渋滞やゴミの問題などのオーバーツーリズムに注意しなければならない。

ゴミのポイ捨てによる罰金や、さまざまな言語での注意書き、渋滞緩和に向けてのルール作りを検討する必要がある。

7 グローバル・マーケティングについて、次の国の文化の日本と異なる点を挙げてみよう。

韓国

- ・食事文化：食器を持ち上げずに食べるのが一般的でお箸とスプーンをセットで使うのがマナーとされている。
- ・上下関係：年長者や社会的地位の上の人に対して敬うことが大切とされている。
- ・兵役義務がある。
- ・カード・モバイル決済社会（キャッシュレス先進国）。

フィリピン

- ・バヤニハン：マレー系の祖先から受け継いだ血族や友愛を重んじる心。
- ・食事文化：右手にスプーン、左手にナイフを持つ。面を一口サイズに細かくする。
- ・コミュニティ精神：家族だけでなく、友人や周囲の人々とのコミュニティも大切にする。

米国

- ・個人主義：個人の自由や選択を重んじている。
- ・チップ：サービス業に対してチップの支払いがある。
- ・駐車：バック駐車はしない。
- ・時間感覚：電車やバスは時間通りに発着しない。

フランス

- ・食事文化：食事をシェアしない（前菜→メイン→デザートとなっているため）。  
食事時間が長い。
- ・美容関係：髪は3日に1回程度しか洗わない。
- ・車関係：マニュアル車が多い、信号が少ない。

8 企業のローカライゼーションについて実践事例を調べてみよう。（外資系企業も可）

- ・インドの道路は整備されていないため、インド向けの車には最低地上高を上げている。また、全長4m未満の車には税金などの優遇があるため、4m未満の車を展開している（スズキ）。
- ・英語圏では {CALPICO} という名称で販売（カルピス）。
- ・テリヤキバーガー、月見バーガーは日本の風土を意識したメニューである。また、インドでは牛肉や豚肉を一切使わず、非ベジタリアンメニューは鶏肉や魚、羊肉を使っている。

9 なぜ、ソーシャル・マーケティングが必要なのでしょうか。

〈消費者目線と従業員目線、企業目線になって考えてみよう。〉

#### 消費者

社会の問題に目を向けている企業は、利潤の追求だけを目的としないイメージがあり、安心して利用することができる。自分が購入した製品やサービスが社会への悪影響をもたらすものであったら気持ちよく利用できないから。

#### 従業員

利潤追求しか関心がない、企業は従業員も大切にできないと感じるため。  
社会からの企業のイメージ=従業員のイメージとなってしまうため。  
会社が良いイメージであれば、そこで働いている社員も良いイメージ。

#### 企業

消費者から信頼される。消費者から信頼されれば従業員の働くモチベーションになる。

分野名	マーケティング分野（マーケティング）	
教科書	マーケティング（実教出版）	
単元	章	第5章 製品政策
	節	2節 新製品開発
教材 タイトル	市場の創造と製品政策	
教材から の学び	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 時事問題から社会で話題になっている製品やサービスについて理解できる。</li> <li>2 ターゲットの課題を分析し、新たな新製品を見出すことができる。</li> <li>3 ペルソナの生活や悩み事から、新たなビジネスチャンスを見出すことができる。</li> </ol>	
時間数	4時間（調べ学習及びグループ学習）	
授業の 進め方	<p>〈市場の創造と製品政策〉</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 タブレット端末を活用し時事問題を調べ、各マーケティング（サービス、観光地、グローバル、ソーシャル）に分類する個人ワークを行う。個人ワークでの学習後、グループにて情報共有を行う。量を重視し、多くの時事問題を取り扱うことを意識する（個人ワーク10分、グループ学習15分）。</li> <li>2 ペアワークにて複合連結型発想法を行い、アイデア出しの練習をする。制限時間は1問につき30秒で、思いつかなかった場合は次の問題へ進むようにする（20分）。</li> <li>3 グループワークにて「1歳～2歳児に向けた歯ブラシ」の新製品を開発する。まずは、親と乳幼児の歯磨きをする際の課題を調べる。その後、課題を解決するためのアイデア出しを行う。イメージ図と説明を記入する（50分）。</li> <li>4 グループワークにてペルソナの生活と悩み事を分析し、新製品の開発をする。SDGsやSociety5.0などの社会志向に沿った商品開発を意識する。考案した商品のプロトタイプ作成と商品説明を記入する。プロトタイプは適宜教員が確認をし、何度も試作を繰り返す（50分）。</li> </ol>	

■本単元の位置付け

第5章 製品政策

■本単元の目標

1 時間目（個人ワーク及びグループワーク、ペアワーク）

タブレット端末を活用し、時事問題を調べ、各マーケティング（サービス、観光地、グローバル、ソーシャル）への分類分けの個人ワークを行い、マーケティングの知識の理解を深める。

複合連結型発想法のペアワークを行い、アイデア出しの力を養う。

2 時間目（グループワーク）

グループワークにて、「1歳～2歳児向けの歯ブラシ」の新製品を開発する。保護者と乳幼児の歯磨きに関する困りごとを発見し、課題を解決するための新製品開発をすることができる。イメージ図の作成と考案した歯ブラシの説明ができる。

3、4 時間目（グループワーク）

ペルソナの生活や悩み事を分析し、課題解決するための新製品を開発する。SDGsやSociety5.0などの社会志向を意識した製品を開発する。考案した製品のプロトタイプの作成と製品の説明を記入する。

■評価の規準

【A】知識・技術

- ・タブレット端末を活用し、必要な情報を収集し内容を理解している。

【B】思考・判断・表現

- ・集めた情報について理解し、各マーケティングに分類している。
- ・ターゲットやペルソナの悩みを分析し、課題を発見している。
- ・課題解決に向けたアイデアを、論理的に説明している。

【C】主体的に学習に取り組む態度

- ・個人ワーク、ペアワークにおいて積極的に取り組もうとしている。
- ・グループワークにて自らの意見を伝えるだけでなく、他者の意見に耳を傾け、協働的に課題発見、課題解決に向けた活動に取り組もうとしている。

■留意事項

- ・本時以降、継続的な活動になるためグループを固定する。
- ・新製品の開発は、SDGsやSociety5.0の目線も意識させる。

【市場の創造と製品政策】

テーマ：「新製品、新サービスを考案しよう」

1 マーケティングに関するニュースを調べよう。※質より量を重視

2 1で調べたニュースを各マーケティングに分類してみよう。

サービス・マーケティング

観光地マーケティング

グローバル・マーケティング

ソーシャル・マーケティング

3 複合連結型発想法でアイデア出しの練習をしてみよう。

(1) 思いつく名詞を書き出してみよう。

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12

(2) ペアの子と同じ番号の単語を組み合わせて新しいアイデアを出してみよう。

例) 自分1 : 時計 相手1 : ハサミ → 時計付きはさみ

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12

4 「1歳児～2歳児のための歯ブラシを開発してみよう」

(1) 1歳児～2歳児の歯磨き事情について調べ課題を書き出してみよう。

保護者にとっての課題「負の感情」	乳幼児にとっての課題「負の感情」

\_\_\_\_\_ 年 組 番 氏名

(2) (1)で挙げた課題を解決するためのアイデアを出し合い、新しい歯ブラシを開発しよう。

〈イメージ図と説明〉

5 次のペルソナに向けて、新しい製品を開発してみよう。

(SDGsやSociety5.0も意識しよう)

濱田さつき	
<b>基本属性</b> 愛知県在住、25歳 自動車販売営業職、入社3年目 年収450万円 独身、家族と同居3人家族、未っ子 家族との人間関係は良好	<b>行動属性</b> 趣味はカフェ巡り、読書、推しのライブ 情報収集は基本SNS友人からの口コミ 休日はカフェ開拓やウィンドウショッピング 推しのライブ参戦 美容グッズ集め
<b>性格</b> 甘えん坊で人見知り 失敗をしたくないため、先頭を切って物 事に取り組むのは苦手	<b>悩み</b> ダイエットが長続きしない 1人暮らしをしたいけど、料理と掃除が苦手 将来に向け貯蓄をしたいが、美容や健康、推し 活にはきちんとお金をかけたい

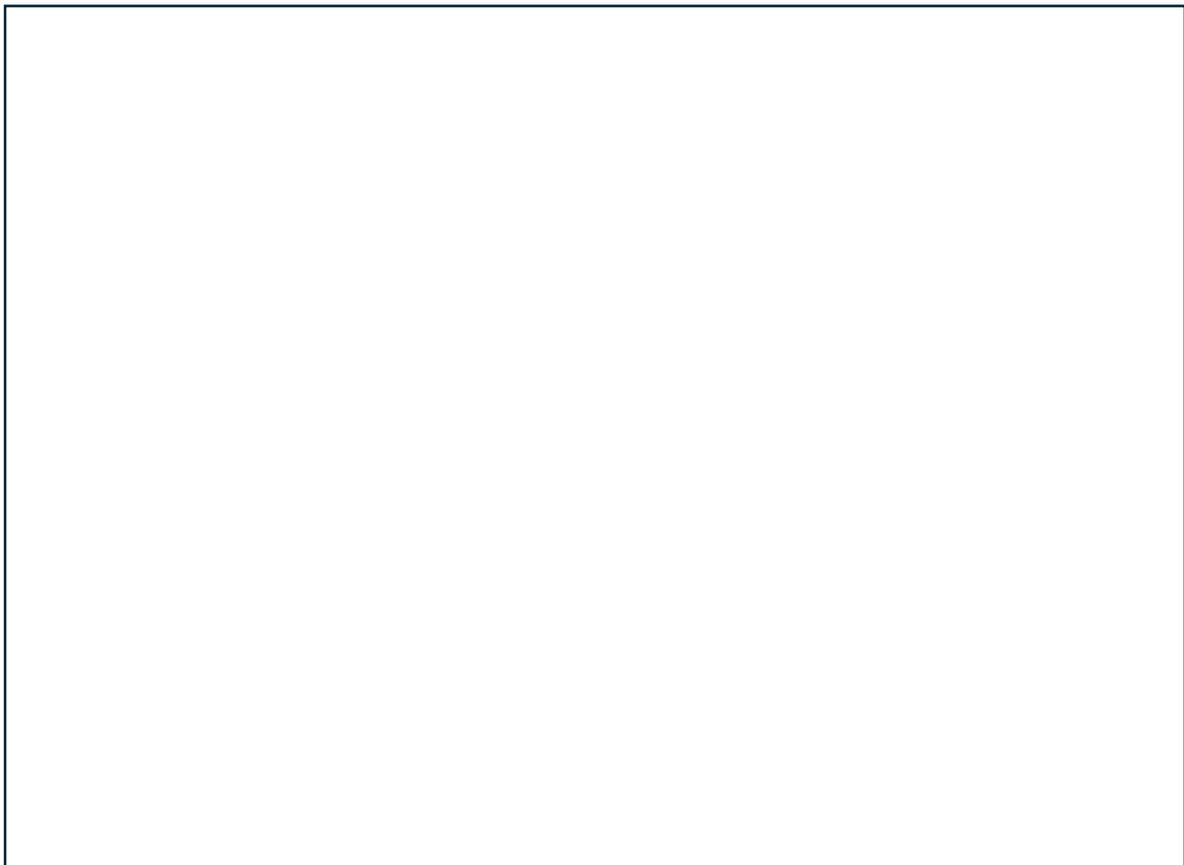
アイデアメモ

アイデアメモ



私たちが濱田さつきに提供する新商品は \_\_\_\_\_ である。

商品説明



\_\_\_\_\_ 年 組 番 氏名

## これより教師用参考資料

### 【市場の創造と製品政策】

テーマ：「新製品、新サービスを考案しよう」

1 マーケティングに関するニュースを調べよう。※質より量を重視

- ・ ラーメン×とんかつ 岡山で愛されるソウルフード「かつラーメン」とは
- ・ カット野菜、原料高騰も価格転嫁は進まず
- ・ 愛媛の高校生が運営、年1万人来る長高水族館
- ・ 釜めしの素 虫混入で回収
- ・ HIS 決算延期、子会社で不正受給か
- ・ 全国各地でイルミネーション点灯式
- ・ COP29、途上国が支援額批判
- ・ ラリージャパン愛知県で開催
- ・ 全日空、空港サービス最高評価「WORLD CLASS」初受賞

2 1で調べたニュースを各マーケティングに分類してみよう。

#### サービス・マーケティング

- ・ 全日空、空港サービス最高評価「WORLD CLASS」を初受賞

#### 観光地マーケティング

- ・ ラーメン×とんかつ ソウルフード「かつラーメン」
- ・ 全国各地でイルミネーション点灯式
- ・ 愛媛の高校生が運営する水族館
- ・ ラリージャパン愛知県で開催

#### グローバル・マーケティング

- ・ COP29、途上国が支援額批判

#### ソーシャル・マーケティング

- ・ 釜めしの素に、虫混入
- ・ カット野菜、価格転嫁

3 複合連結型発想法でアイデア出しの練習をしてみよう。

(1) 思いつく名詞を書き出してみよう。

1 筆箱	2 時計	3 イヤホン	4 スマホ
5 書籍	6 ペットボトル	7 スクバ	8 教科書
9 定期	10 ジャージ	11 黒板	12 お菓子

(2) ペアの子と同じ番号の単語を組み合わせて新しいアイデアを出してみよう。

例) 自分1 : 時計 相手1 : ハサミ → 時計付きはさみ

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12

4 「1歳児～2歳児のための歯ブラシを開発してみよう」

(1) 1歳児～2歳児の歯磨き事情について調べ課題を書き出してみよう。

保護者にとっての課題「負の感情」	乳幼児にとっての課題「負の感情」
きれいに磨きたい	じっとしているのがつらい
飲み込まないか心配	口に入れて気持ち悪い
口を傷つけない	つまらない
衛生的であってほしい	歯磨きがこわい
壊れにくい	
安いほうがいい	
楽しく歯磨きをしたい	
環境にいいものであってほしい	

年 組 番 氏名

(2) (1)で挙げた課題を解決するためのアイデアを出し合い、新しい歯ブラシを開発しよう。

〈イメージ図と説明〉

**お花の形をした歯ブラシ**

お花の形をした歯ブラシのデザインにすることで、お花を食べるような感覚で歯磨きができる。  
香りをつけることで、味がする感覚になり、子どもが口に入れる抵抗を減らせる。

5 次のペルソナに向けて、新しい製品を開発してみよう。

(SDGsやSociety5.0も意識しよう)

濱田さつき	
<b>基本属性</b> 愛知県在住、25歳 自動車販売営業職、入社3年目 年収450万円 独身、家族と同居3人家族、未っ子 家族との人間関係は良好	<b>行動属性</b> 趣味はカフェ巡り、読書、推しのライブ 情報収集は基本SNS友人からの口コミ 休日はカフェ開拓やウィンドウショッピング 推しのライブ参戦 美容グッズ集め
<b>性格</b> 甘えん坊で人見知り 失敗をしたくないため、先頭を切って物 事に取り組むのは苦手	<b>悩み</b> ダイエットが長続きしない 1人暮らしをしたいけど、料理と掃除が苦手 将来に向け貯蓄をしたいが、美容や健康、推し 活にはきちんとお金をかけたい

アイデアメモ

ペルソナのデータから自分自身が注目したものやグループの子が注目したものをメモする

アイデアメモ

Large empty rounded rectangular box with a dashed border for writing ideas.

私たちが濱田さつきに提供する新商品は

商品名を記入する

である。

商品説明

Large empty rectangular box with a solid border for writing product details.

商品の概要説明とイメージ図を記入する

年 組 番 氏名

分野名	マーケティング分野（マーケティング）	
教科書	マーケティング（実教出版）	
単元	章	1章 マーケティングの概要（4節 マーケティング・マネジメント） 6章 価格政策
教材 タイトル	3C分析と価格政策	
教材から の学び	1 考案した新製品の3C分析から、類似のビジネスとの違いを理解する。 2 身近な商品、サービスの収益費用計算から利益の計算を理解する。 3 考案した新製品にかかる費用を計算したのち販売価格について考察する。 4 基本データを活用して、考案した新製品の収益を計算し利益計算をする。	
時間数	2時間	
授業の 進め方	〈3C分析・価格政策〉 1 グループで考案した新製品について3C分析を行うことで、“誰に向けた“商品なのか（ターゲット）を確認する。また、競合他社についても調べ学習を行い市場分析し、開発した製品の強みを確認する（40分）。 2 グループで身近な商品（サービス）としてYouTubeのフェルミ推定に基づいた収益、費用計算を行う（10分）。 3 グループで考案した新製品を作るのに必要な費用を計算する（25分）。 4 グループで基本データを活用して新製品の売上高についてフェルミ推定をする（25分）。	

## 「3C分析と価格政策」 授業計画

### ■本単元の位置付け

第1章 マーケティングの概要（4節 マーケティング・マネジメント）

第6章 価格政策

### ■本単元の目標

#### 1 時間目（グループワーク）

前時に考案した新製品について3C分析を行う。自社と顧客、競合を分析することで考案した新製品の強みを確認するとともに市場を分析する。

身近なサービスとしてYouTubeの収益と費用について計算する。

#### 2 時間目（グループワーク）

考案した新製品について必要なコストを計算する。

考案した新製品についてフェルミ推定によって売上高の計算を行い、利益計算をする。

### ■評価の規準

#### 【A】知識・技術

- ・必要な情報を収集する力が身に付いている。
- ・数値データを分析し、基本的な計算をすることができる。

#### 【B】思考・判断・表現

- ・集めた情報を論理的な思考で、答えを導き出している。
- ・自分の意見を他者に論理的に説明している。

#### 【C】主体的に学習に取り組む態度

- ・グループワークを積極的に取り組もうとしている。
- ・課題解決に向けて粘り強くかつ協働的に取り組もうとしている。

### ■留意事項

グループワークにおいて役割分担を決め、全員で課題に取り組めるよう留意する。

### 【3C分析と価格政策】

テーマ：「新製品の価格を考えよう」

1 開発した新製品の3C分析をしよう。

Company（自社） “自分たちに何ができるか”	Customer（お客様） “誰に売るのがか”	Competitor（競合） “他社は何をしているのか”

2 フェルミ推定によるYouTubeの売上や費用を計算してみよう

#### 収益計算（1か月）

1か月の動画本数15本、1本あたりの視聴数10万回、1視聴あたりの収入0.7円だった場合

売上＝式： \_\_\_\_\_ 売上額 \_\_\_\_\_ 万円

#### 事業の費用計算（1か月）

脚本・演出作成費用1万円、撮影スタッフ費用1万円、編集スタッフ費用1万円、動画数15本

費用＝式： \_\_\_\_\_ 費用 \_\_\_\_\_ 万円

#### 利益の計算（1か月）

利益＝式： \_\_\_\_\_ 利益額 \_\_\_\_\_ 万円

3 新製品にかかる費用を計算しよう。

新製品に必要な材料は？ 作るのに必要な人材は？ 新製品に必要な技術は？

4 基本データから収益をフェルミ推定しよう。また、上記3より利益の計算をしよう。

基本データ

人口：12,500万人（2050年1億人、2060年9,000万人）  
平均寿命：84歳  
世帯：5,000万戸  
平均世帯数：2.5人  
国土面積：38万平方キロメートル（30%平地、70%山岳地）  
小学校の数：20,000校  
中学校の数：10,000校  
高校の数：5,000校  
短期大学の数：300校  
大学の数：750校  
大企業の数：1.1万社  
中企業の数：55万社  
小企業の数：330万社  
市の数：800か所  
町の数：750か所  
村の数：200か所  
給与所得者：5,000万人  
平均年収：430万円

フェルミ推定

年 組 番 氏名

これより教師用参考資料

【3C分析と価格政策】

テーマ：「新製品の価格を考えよう」

1 開発した新製品の3C分析をしよう。

Company (自社) “自分たちに何ができるか”	Customer (お客様) “誰に売るのがか”	Competitor (競合) “他社は何をしているのか”
自分たちは、自動運転車を作れる	安全に車を運転したい人 ペーパードライバー 高齢者	スポーツカータイプの自動運転車

2 フェルミ推定によるYouTubeの売上や費用を計算してみよう

収益計算 (1か月)

1か月の動画本数15本、1本あたりの視聴数10万回、1視聴あたりの収入0.7円だった場合

$$\text{売上} = 15 \text{本} \times 10 \text{万} \times 0.7 \text{円} \quad \underline{\text{売上額 105万円}}$$

事業の費用計算 (1か月)

脚本・演出作成費用1万円、撮影スタッフ費用1万円、編集スタッフ費用1万円、動画数15本

$$\text{費用} = (1 \text{万} + 1 \text{万} + 1 \text{万}) \times 15 \text{本} \quad \underline{\text{費用 45万円}}$$

利益の計算 (1か月)

$$\text{利益} = 105 \text{万} - 45 \text{万} \quad \underline{\text{利益額 60万円}}$$

3 新製品にかかる費用を計算しよう。

新製品に必要な材料は？ 作るのに必要な人材は？ 新製品に必要な技術は？

4 基本データから収益をフェルミ推定しよう。また、上記3より利益の計算をしよう。

#### 基本データ

人口：12500万人（2050年1億人、2060年9,000万人）  
平均寿命：84歳  
世帯：5,000万戸  
平均世帯数：2.5人  
国土面積：38万平方キロメートル（30%平地、70%山岳地）  
小学校の数：20,000校  
中学校の数：10,000校  
高校の数：5,000校  
短期大学の数：300校  
大学の数：750校  
大企業の数：1.1万社  
中企業の数：55万社  
小企業の数：330万社  
市の数：800か所  
町の数：750か所  
村の数：200か所  
給与所得者：5,000万人  
平均年収：430万円

#### フェルミ推定

例題：小学校から大学までに子供は何人いるだろうか。

→ 小学校から高校までの進学率は100%として、 $100\text{万人} \times 12\text{学年} = 1,200\text{万人}$   
大学の進学率は約50%であるため、 $1,200\text{万人} \times 50\% \times 4\text{学年} = 200\text{万人}$   
 $1,200\text{万人} + 200\text{万人} = 1,400\text{万人}$

※フェルミ推定はある程度細かい数字を無視することが大切

年 組 番 氏名

分野名	マーケティング分野（マーケティング）	
教科書	マーケティング（実教出版）	
単元	章	7章 チャンネル政策
		8章 プロモーション政策
教材 タイトル	チャンネルの選択と新製品の宣伝をしよう	
教材から の学び	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 電子商取引に関する資料を分析し、電子商取引市場について理解できる。</li> <li>2 資料を分析し、新製品のチャンネルの選択について考えることができる。</li> <li>3 新製品のSWOT分析を行うことで、内部環境と外部環境について理解できる。</li> <li>4 ターゲットにリーチする広告を考えることができる。</li> </ol>	
時間数	2時間（グループワーク）	
授業の 進め方	<p>〈チャンネル政策、プロモーション政策〉</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 電子商取引に関する市場調査のグラフを分析し、電子商取引市場について分析する。参考資料だけで不十分な場合は、「経済産業省の電子商取引に関する市場調査」のから必要な情報を収集する。新製品を実店舗で販売するのか、無店舗で販売するのかを決定する（20分）。</li> <li>2 SWOT分析を行い、新製品の環境について理解する。その後、広告目標とターゲットの確認を行う。目標設定数値に関しては、前時のワークシートの基本データを参考にフェルミ推定する（30分）。</li> <li>3 何をどのように表現するのかに重点を置き、広告を作成する（50分）。</li> </ol>	

■本単元の位置付け

第7章 チャネル政策

第8章 プロモーション政策

■本単元の目標

1 時間目 (グループワーク)

経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より、電子商取引の市場について理解する。

市場分析の結果に基づき、新製品の販売チャネルについて考察できる。

SWOT分析を行い内部環境と外部環境について理解し、新製品の環境について考察できる。

考察結果より、広告目標の設定とターゲットの確認、メディアの選択について考察できる。

2 時間目 (グループワーク)

前時授業より、広告を作成できる。

■評価の規準

【A】知識・技術

- ・グラフデータより電子商取引市場について理解し、市場分析する力を身に付けている。
- ・SWOT分析を行い、内部環境と外部環境について理解している。
- ・広告作成においてメディアの種類について理解している。
- ・タブレット端末を使用して、広告作成をする技術を身に付けている。

【B】思考・判断・表現

- ・市場分析結果に基づき、自らの意見をもち他者に伝えることができる。
- ・SWOT分析から新製品の環境について考察している。
- ・ターゲットにリーチするための、広告を考察している。

【C】主体的に学習に取り組む態度

- ・グループワークを積極的に取り組もうとしている。
- ・課題解決に向けて粘り強く学習に取り組もうとしている。

■留意事項

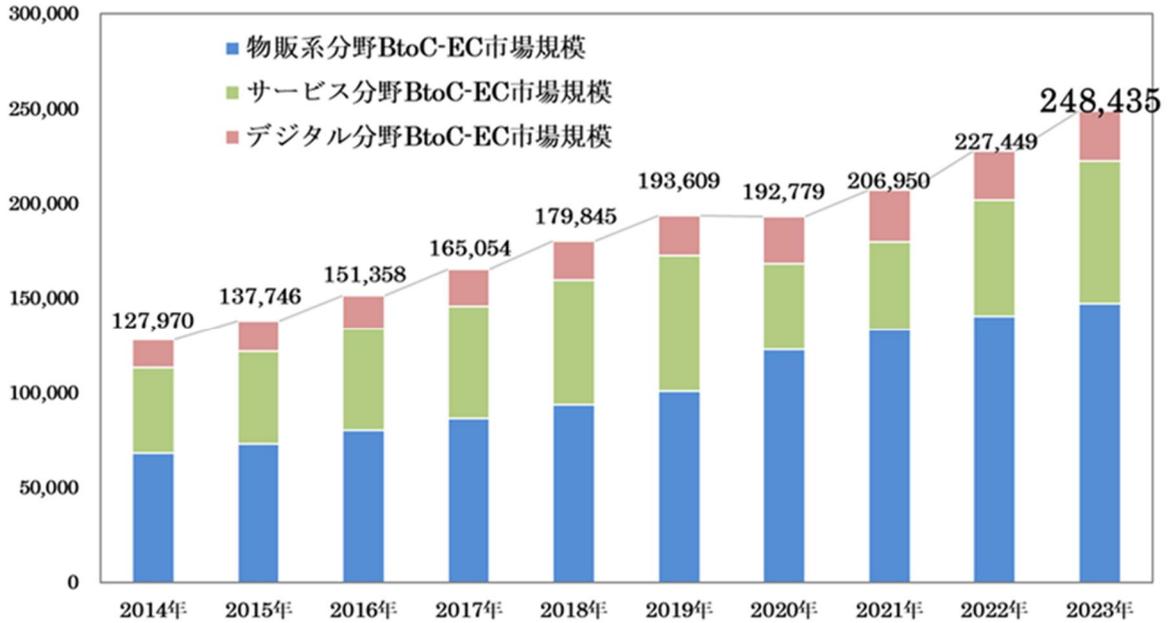
グループワークにおいて役割分担を決め、全員で課題に取り組めるよう留意する。

## 【チャンネル政策とプロモーション戦略】

テーマ：「チャンネルの選択と新製品の宣伝をしよう」

### 1 新製品をどこで販売するのか考えてみよう。(チャンネルの選択)

〈参考資料〉(令和5年度電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました (METI/経済産業省))



経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査」

	2022年	2023年	増減率
A. 物販系分野	13兆9,997億円 (EC化率9.13%)	14兆6,760億円 (EC化率9.38%)	4.83%
B. サービス系分野	6兆1,477億円	7兆5,169億円	22.27%
C. デジタル系分野	2兆5,974億円	2兆6,506億円	2.05%

経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査」

メモ (自分の意見とグループの意見をまとめよう)

## 2 新製品の宣伝をしよう。

### SWOT分析で新製品の環境を整理とメディアの選択

	プラスの要因	マイナスの要因
内部環境	強み	弱み
外部環境	機会	脅威

### 広告で達成したい目標を設定

例：SNSのフォロワー数 2,000 人確保。10 代後半～40 代の利用者を増やす など

### ターゲットの確認 (What to say)

例：10 代後半（高校卒業後）～40 代（保護者世代）の女性 など

### 宣伝するメディアに○をつける（複数可）

1 テレビ 2 ラジオ 3 新聞 4 雑誌 5 インターネット

### 魅力をどのように表現するのか (How to say)

メモ 例：Instagramでの宣伝、キャッチコピーを考え、バズらせる など

### 実際に広告を作成してみよう

メモ

年 組 番 氏名

---

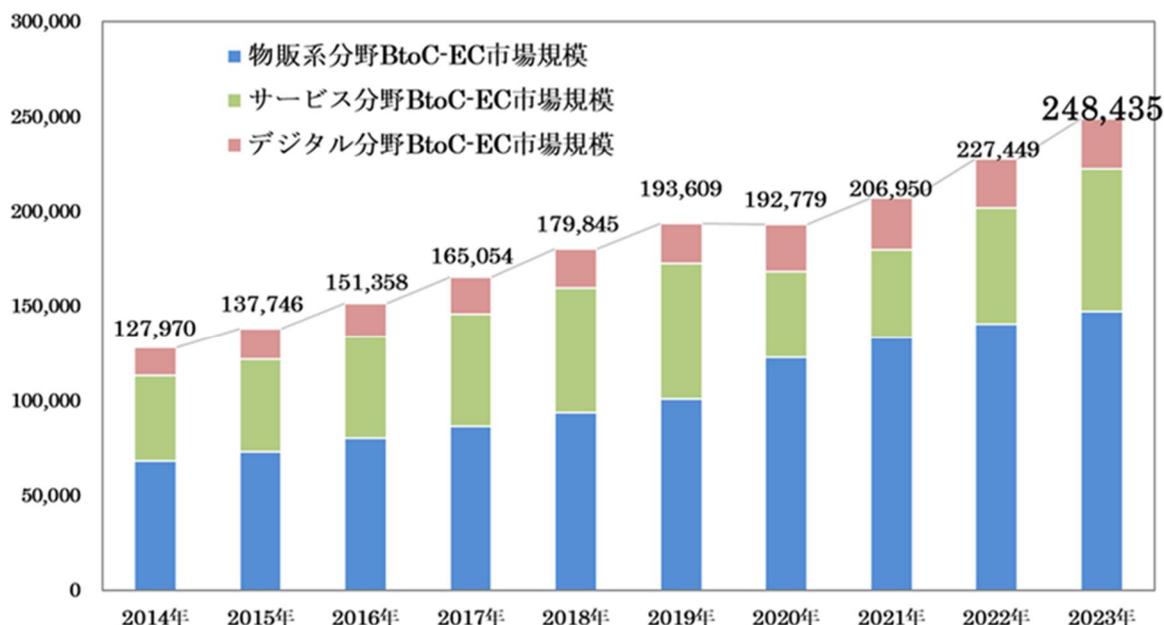
これより教師用参考資料

【チャンネル政策とプロモーション戦略】

テーマ：「チャンネルの選択と新製品の宣伝をしよう」

1 新製品をどこで販売するのか考えてみよう。(チャンネルの選択)

〈参考資料〉(令和5年度電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました (METI/経済産業省))



経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査」

	2022年	2023年	増減率
A. 物販系分野	13兆9,997億円 (EC化率9.13%)	14兆6,760億円 (EC化率9.38%)	4.83%
B. サービス系分野	6兆1,477億円	7兆5,169億円	22.27%
C. デジタル系分野	2兆5,974億円	2兆6,506億円	2.05%

経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査」

メモ (自分の意見とグループの意見をまとめよう)

インターネット販売の推移は上がっているが、EC化率をみると実店舗の販売のほうがよい  
サービス系分野は22%増加しているため、今後も伸びると予想してEC販売にする  
実店舗と無店舗の二刀流で販売したほうがよい

など

## 2 新製品の宣伝をしよう。

SWOT分析で新製品の環境を整理とメディアの選択

	プラスの要因	マイナスの要因
内部環境	強み	弱み
外部環境	機会	脅威

広告で達成したい目標を設定

SNSのフォロワー数2,000人確保

親子での使用を目的とするため、10代後半～40代の利用者を増やす

SNSの口コミ拡散

ターゲットの確認 (What to say)

10代後半 (高校卒業後) ~40代 (保護者世代) の女性

宣伝するメディアに○をつける (複数可)

1 テレビ 2 ラジオ 3 新聞 4 雑誌 5 インターネット

魅力をどのように表現するのか (How to say)

インスタグラムでの宣伝

キャッチコピーを考え、バズらせる

実際に広告を作成してみよう

年 組 番 氏名

---

分野名	マーケティング分野（マーケティング）
教科書	マーケティング（実教出版）
教材 タイトル	ビジネスプレゼンテーション
教材から の学び	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 プレゼンテーションに必要な基本的な知識を理解する。</li> <li>2 新製品のプレゼンテーションを行い、論理的に説明をする力を養う。</li> <li>3 グループで協力してプレゼンテーションを完成させることで、他者とのコミュニケーション能力を養う。</li> <li>4 さまざまなプレゼンテーションを聞くことで新たな考え方を習得する。</li> </ol>
時間数	4時間（グループワーク）
授業の 進め方	<p>〈ビジネスプレゼンテーション〉</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 プレゼンテーションをするために必要なものを考える（5分）。</li> <li>2 動画を視聴し、プレゼンテーションのイメージを付ける（15分）。</li> <li>3 プレゼンテーションのテーマを考え、「伝えたいこと」を確認する（20分）。</li> <li>4 プレゼンテーションのアウトラインを考え、プレゼンテーション全体のイメージをグループ内で共有する（30分）。</li> <li>5 図やイラスト、グラフなどを駆使して見やすく分かりやすいプレゼンテーションを作成する（30分）。</li> <li>6 プレゼンテーションをする。他の班の発表を聞き、評価を行う（100分）。</li> </ol>

## 「ビジネスプレゼンテーション」 授業計画

### ■本単元の位置付け

ビジネス探究プログラム総括

### ■本単元の目標

#### 1 時間目～2 時間目（グループワーク）

動画視聴し、プレゼンテーションの基本的な知識を理解する。

グループでプレゼンテーションのテーマとアウトラインを考え、グループ内での情報共有を図ることでコミュニケーション能力と他者と協働する力を身に付ける。

分かりやすいプレゼンテーションを作成することで、論理的思考力を身に付ける。

#### 3 時間目～4 時間目（プレゼンテーション発表）

新製品のプレゼンテーションを他者に向けて説明する表現力を身に付ける。

他のプレゼン発表を評価することで他者の考え方を理解する。

### ■評価の規準

#### 【A】知識・技術

- ・プレゼンテーションの基本的な知識を身に付けている。
- ・プレゼンテーションソフトの基本的な操作の技術を身に付けている。

#### 【B】思考力・判断力・表現力

- ・新製品の魅力について他者にとって分かりやすい説明している。
- ・図やイラスト、グラフなどを使用やテーマに沿った色合いを使い、見やすいプレゼンテーションを作成している。

#### 【C】主体的に学習に取り組む態度

- ・グループワークにおいて、積極的な発言やグループ内の役割を全うし、プレゼンテーションの作成に取り組もうとしている。
- ・他者の意見に耳を傾け、他者と協働してプレゼンテーションを完成に向けて取り組もうとしている。

### ■留意事項

グループワークにおいて役割分担を決め、全員で課題に取り組めるよう留意する。

## 【ビジネスプレゼンテーション】

テーマ「新製品をプレゼンテーションしよう」

1 プレゼンテーションをするにあたって必要なことは何だろう。

プレゼンテーション資料、商品知識、プレゼンテーションソフト、伝える気持ちなど

2 スティーブ・ジョブズのプレゼンテーションを視聴しよう。

[\[英語ニュース\] iphone が世界に初めて紹介された日 | スティーブジョブズ プレゼンテーション | Steve Jobs presentation | iPhone | 日本語字幕 | 英語字幕 |](#)

〈メモ〉

導入	展開	まとめ

3 新製品をプレゼンテーションしよう。

### ビジネスプレゼンテーション

- ・各グループ考案した新製品のプレゼンテーション
- ・制限時間は10分以内（10分を超えたらその時点で終了します）
- ・動画や効果音の使用可

### 準備

(1) 10分間のプレゼンテーションのテーマ

私たちのグループのテーマは

です！

(2) プレゼンテーションのアウトラインを決めよう  
 〈プレゼン内容を書き出してみよう〉※箇条書きで可

導入 ( 分)	展開 ( 分)	まとめ ( 分)

〈メモ〉

#### 4 プレゼンテーションチェックリスト

	プレゼンテーション全体の内容は伝えたいことが伝わる内容になっていますか？
	各スライド、図や表、グラフを使い見やすいものになっていますか？
	配色やトーンなど、テーマに沿ったものになっていますか？
	3C分析やSWOT分析、市場調査の結果など説得力のあるプレゼンテーションですか？
	制限時間は大丈夫ですか？
	聞き手の気持ちを考えたプレゼンテーションになっていますか？

年 組 番 氏名

---

【プレゼンテーション評価シート】

班名 チーム名		内容に関する評価		発表に関する評価		全体 評価
1	班 〈 〉	A	B	A	B	
2	班 〈 〉	A	B	A	B	
3	班 〈 〉	A	B	A	B	
4	班 〈 〉	A	B	A	B	
5	班 〈 〉	A	B	A	B	
6	班 〈 〉	A	B	A	B	
7	班 〈 〉	A	B	A	B	
8	班 〈 〉	A	B	A	B	
9	班 〈 〉	A	B	A	B	
10	班 〈 〉	A	B	A	B	

プレゼンテーションの内容について

A評価・・・さまざまなマーケティングの目線で具体的に説明ができています。

B評価・・・さまざまなマーケティングの目線で説明ができています。

プレゼンテーションの発表について

A評価・・・話し方や各スライドなどを工夫し、聞き手にとって分かりやすい内容である。

B評価・・・聞き手にとって分かりやすい内容である。

全体評価について

とても良かった班に◎（1グループ） 良かった班に○（1グループ）

年 組 番 氏名

## これより教師用参考資料

### 【ビジネスプレゼンテーション】

テーマ「新製品をプレゼンテーションしよう」

1 プレゼンテーションをするにあたって必要なことは何だろう。

プレゼンテーション資料、商品知識、プレゼンテーションソフト、伝える気持ちなど

2 スティーブ・ジョブズのプレゼンテーションを視聴しよう。

[\[英語ニュース\] iphone が世界に初めて紹介された日 | スティーブ・ジョブズ プレゼンテーション | Steve Jobs presentation | iPhone | 日本語字幕 | 英語字幕 |](#)

〈メモ〉

導入	展開	まとめ

3 新製品をプレゼンテーションしよう。

#### ビジネスプレゼンテーション

- ・各グループ考案した新製品のプレゼンテーション
- ・制限時間は10分以内（10分を超えたらその時点で終了します）
- ・動画や効果音の使用可

#### 準備

(1) 10分間のプレゼンテーションのテーマ

私たちのグループのテーマは

簡潔かつインパクトのあるものがよい  
ターゲットに合ったテーマの設定

です！

(2) プレゼンテーションのアウトラインを決めよう  
〈プレゼン内容を書き出してみよう〉※箇条書きで可

導入（ 分）	展開（ 分）	まとめ（ 分）

〈メモ〉

グループでの役割分担、新製品のコンセプトやターゲットの確認、各スライドのトーン  
など、グループで話し合ったことのメモを記入する。

#### 4 プレゼンテーションチェックリスト

	プレゼンテーション全体の内容は伝えたいことが伝わる内容になっていますか？
	各スライド、図や表、グラフを使い見やすいものになっていますか？
	配色やトーンなど、テーマに沿ったものになっていますか？
	3C分析やSWOT分析、市場調査の結果など説得力のあるプレゼンテーションですか？
	制限時間は大丈夫ですか？
	聞き手の気持ちを考えたプレゼンテーションになっていますか？

年 組 番 氏名

【プレゼンテーション評価シート】

班名 チーム名		内容に関する評価		発表に関する評価		全体 評価
1	班 〈 〉	A	B	A	B	
2	班 〈 〉	A	B	A	B	
3	班 〈 〉	A	B	A	B	
4	班 〈 〉	A	B	A	B	
5	班 〈 〉	A	B	A	B	
6	班 〈 〉	A	B	A	B	
7	班 〈 〉	A	B	A	B	
8	班 〈 〉	A	B	A	B	
9	班 〈 〉	A	B	A	B	
10	班 〈 〉	A	B	A	B	

プレゼンテーションの内容について

A評価・・・さまざまなマーケティングの目線で具体的に説明ができています。

B評価・・・さまざまなマーケティングの目線で説明ができています。

プレゼンテーションの発表について

A評価・・・話し方や各スライドなどを工夫し、聞き手にとって分かりやすい内容である。

B評価・・・聞き手にとって分かりやすい内容である。

全体評価について

とても良かった班に◎（1グループ） 良かった班に○（1グループ）

年 組 番 氏名