

内地留学報告

内地留学報告 高知工科大学 経済・マネジメント学群

「ICTを活用したマーケティング分野の指導方法の研究」

報告者 高知県立安芸桜ヶ丘高等学校

教諭 中越 陽一

1. はじめに

近年、学校における ICT 活用の充実にむけての動きが活発である。特に GIGA スクール構想の推進によって 1 人 1 台端末の整備が進められ、ICT を活用した授業スタイルは「当たり前」となりつつある。そのような環境下で、マーケティングの授業においては効果的に ICT を活用することができていないのではないだろうか。現行のマーケティングの授業は、教科書をもとに理論やフレームワークの意味や内容を習得させることに特化（知識伝達型）している。

また、学習指導要領の改訂により「何ができるようになったか」を明確にすることが求められる。これまでのマーケティングの授業では暗記中心のテストが主な評価の対象となっており、それでは「何ができるようになったか」を明確にすることが難しい。

このように、生徒にとってマーケティングはテストで高得点を取る為に学習する教科となっている。こういった現状から脱却するために、ICT を効果的に活用し、マーケティングに関する思考力・活用力の習得を目指す「新しいマーケティングの指導方法」の研究に取り組んだ。

2. 研究概要

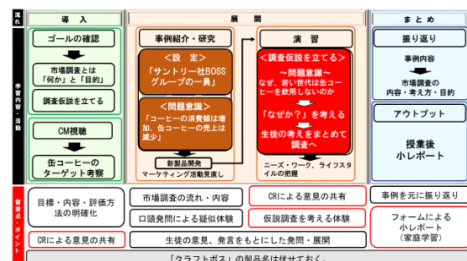
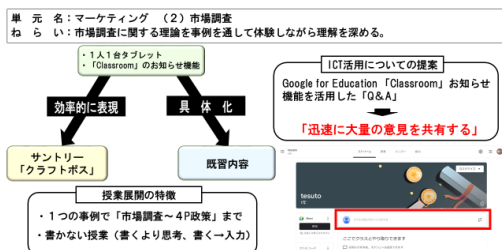
2.1 最新のマーケティング事情

昨今の新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けての消費者行動の変化と広告費の推移から最新のマーケティングについて研究、考察を行った。デジタルマーケティングの強化、最適なメディアミックスの変化などをまとめることができたが、スペースの都合上今回は報告を省略する。

2.2 事例を中心としたマーケティングの指導方法

事例を中心とした授業を展開することで実践的・体験的な学習活動を実現し、理論・フレームワークの習得に加え、マーケティングに関する思考力、活用力の習得を目指し研究を行った。事例を中心とした指導方法提案に向けて授業実践を実施した。(10/26 安芸桜ヶ丘高校 2 年生「マーケティング」)

2.2.1 授業実践について（市場調査）



内容

授業展開

授業後に課した小レポートに対する生徒の回答(抜粋)は図 1(A)に示す。なお、市場調査の授業にて活用したスライドは図 1(B)の QR コードにて共有する。

(図 1 市場調査の授業実践)

市場調査とは何か、内容とその目的をまとめなさい。(生徒のレポートから抜粋)

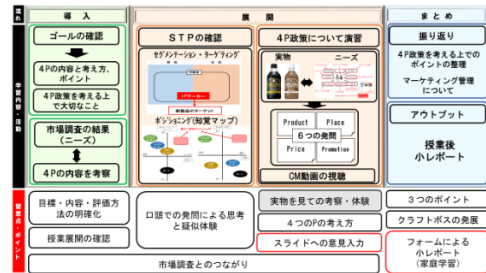
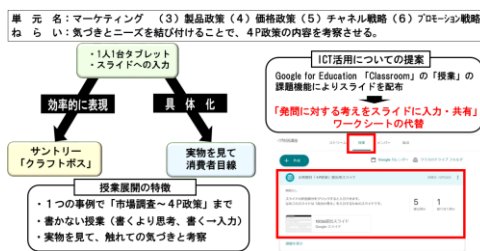
- どのような商品を販売するか決めるために**消費者が求めているもの**を調べる事
- 消費者が**どんな商品を欲しがっているか**、調査すること
- マーケティング活動をするときに必要な調査で、商品を買ってもらうためには顧客の**ニーズなどを調べて分析**しないといけないこと
- 消費者の**ニーズや、問題点等を調査**し、ターゲット設定を見直しながら**新製品開発**に生かすこと
- お客さんの**ニーズを調べてニーズにあった商品を作って**販売し利益を出す

(A) 小レポートに対する回答(抜粋)



(B) スライド

2.2.2 授業実践について(4P 政策)



内容

授業展開

授業内での各発問に対する生徒の発問(抜粋)は図 2(A)、授業後に課した小レポートに対する回答(抜粋)は図 2(B)に示す。なお 4P 政策の授業実践で活用したスライドは図 2(C)の QR コードにて共有する。

(図 2 4P 分析の授業実践)

Q1. なぜ透明ペットボトルを採用したのか?

- 中身が見えるからおしゃれに見える
- 持ち運びやすい(軽くなる)
- フタができる
- ITワーカーの敬愛スタイルだとより層が多いことが必要だから、残りがどのくらいあるかわかる。
- 量が少ないというニーズからよりペットボトルの方が大容量だから。

Q2. 透明されたコースに基づいたデザイン(特約的なデザイン)

- 色が白くなくさらさら
- 全体的に清潔らしいデザインで女性が良いと思う
- 「クラフト」という言葉は手作り感がある
- 凸凹のデザインがオシャレ
- おじさんっぽいくない
- 感動がぶよぶよ
- 音階に直線字が書かれているし、字が読めている。

Q5. どこで売っている?

- コンビニエンスストア
- ドラッグストア
- スーパーマーケット
- 自動販売機
- 駅

Q6. どうやって知ってらっしゃる?

- CM
- ネット上
- 人が飲んでいた
- 自動販売機で見た
- インスタの広告
- 友達に勧められた
- YouTubeのCM

(A) 授業内の発問に対する生徒の回答

あなたは4P政策の内容を考える上で何が大切だと考えましたか。理由も教えてください。(生徒のレポートから抜粋)

- 自分達の商品の**問題を見つけて改善することが大切**。理由はより完成度の高い商品を作り出すことが出来ると思うからです
- 消費者のニーズ**にできるだけ答えることが大切
- 商品が**売れて利益が上がる**こと。商品が売ればもっと良い商品を開発しようという気持ちになるから
- 時代が変わっている中、ターゲット設定を見直す事も大事だと思った。また、**ターゲットが利用しやすいような商品を開発**していくことが大切だと考えました
- 何回も試行錯誤して**常に改善していくことが大事**。理由は売れていても、いつか飽きたり、他の会社のいい商品が販売されたりするから、よりよい商品を目指すため

(B) 小レポートに対する回答(抜粋)



(C) スライドの共有

2.2.3 事例を中心とした授業実践に関する分析

【ICT 活用について】

- 「Classroom」のお知らせ機能を活用した「Q&A」

リアルタイムで生徒の意見を、共有・反映しながら授業を展開できる記録として残るので評価の対象となり、平等な評価につなげることができる。以上の理由から効果的であると感じた。

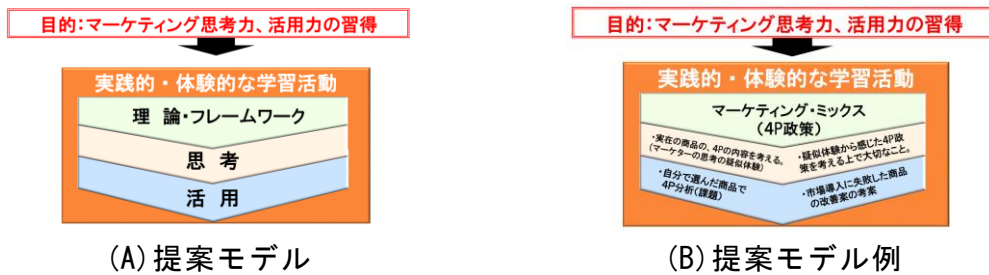
- Google スライドへの質問の回答の入力

共有という面に関しては高い効果は感じられなかったが、ワークシート等に手書きする余地も良く入力できているように感じた。生徒によっては「書く」という作業が思考の妨げになっているのではないかと感じた。

【事例を中心とした指導方法について】

生徒の反応や小レポートの内容を見て、一定の手応えを得ることができた。事例を中心に体験的に学ぶことでマーケティングの学習が深まっていく可能性を感じた。事例を中心とした指導方法の提案モデルを図 3(A)、モデル例を図 3(B)に示す。

(図 3 事例を中心とした指導方法の提案モデル)



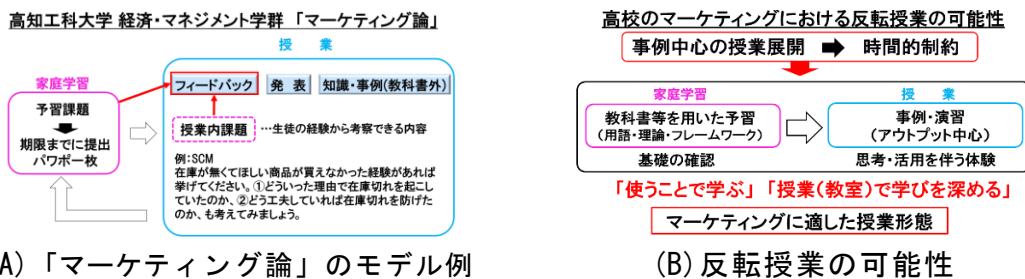
2.3 反転授業を活用した指導方法

事例を中心とした授業を展開すると時間的制約(時数不足等)が生まれることが予測される。時間的制約を解消するために反転授業の導入に向けた研究に取り組んだ。

2.3.1 反転授業の授業モデルと高校における反転授業の導入について

高知工科大学で行われている反転授業を導入した講義のモデルを図 4(A)に、高校のマーケティングにおける反転授業の可能性について図 4(B)に示す。

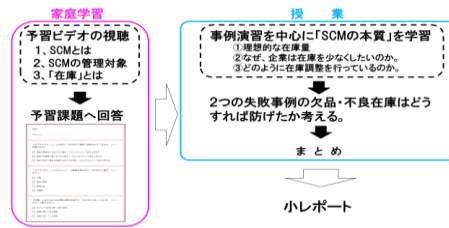
(図 4 反転授業のモデル例と反転授業の可能性)



2.3.2 反転授業を導入した授業実践について

2月1日(本報告書作成日:1/6)に安芸桜ヶ丘高校にて授業実践を予定している。学習内容は、「サプライチェーンマネジメント」について、図 5 に予定している授業内容、授業の流れ等を示す。

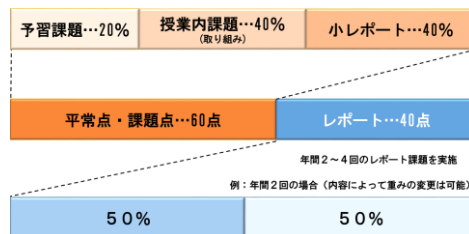
(図 5 授業実践の予定内容、流れ)



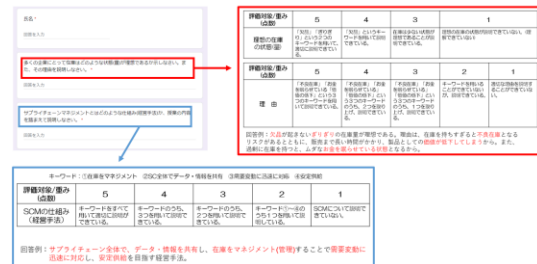
2.3.3 反転授業における評価について

反転授業において生徒の活動をどのように評価するのか明確にする必要があったので、評価モデルについて研究を行い、作成した。ICTを活用することで、従来の授業より多くの観点を評価できることが期待される。大前提として、反転授業を導入したマーケティングでは定期考査は実施せず、レポートを課す。反転授業の評価の概要について図6(A)、2月1日に実施予定の授業実践に向けて作成した小レポートに関するルーブリック評価を図6(B)に示す。また、授業実践の評価方法・対象・内容については図6(C)に示している。

(図6 反転授業に関する評価)



(A) 評価の概要



(B) 小レポートのルーブリック評価

観点	知識・技能	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
評価対象	①予習課題 ②小レポート	・授業内課題	・授業内課題
評価する内容	①予習ビデオの内容に関する小テスト(選択式) ②授業後の小レポートの内容(記述式)	・発問⑤への回答内容。(ジャムボード)	・発問①~④への記入。(ジャムボード)

(C) 授業実践の評価方法・対象・内容

3. まとめ

本研究は、ICTを活用して事例中心の指導方法、反転授業を活用し、実践的・体験的な学習を提供することでマーケティングに関する活用力、思考力を獲得することに重点を置き、取り組んできた。「マーケティングは答えが無限にある」ということに研究を通して再確認することができた。だからこそこれまでの知識伝達だけの指導方法から脱却し、思考し、活用することでマーケティングに対する自分なりの考えや意見、視点をもつこと、そして共有を通して様々な意見や考え方に触れることが、生徒にとって大切なことだと考えた。

今後は、事例中心の指導、反転授業を活用した指導を現場で1年間を通して実践し検証・研究を続け、よりよい指導方法を提案していきたい。

4. 謝辞

今回の研修では、貴重な時間を過ごさせていただきました。1年間という長い期間マーケティングと向き合い、研究することのできる機会を与えてくださったこと、また、この研修に関わってくださった全ての皆様に謝辞を述べさせていただきます。1年間ありがとうございました。