

平成28年度東北六県商業教育研究発表大会
総合的科目 分科会資料

～今後求められる普通科高校における商業教育の意義～

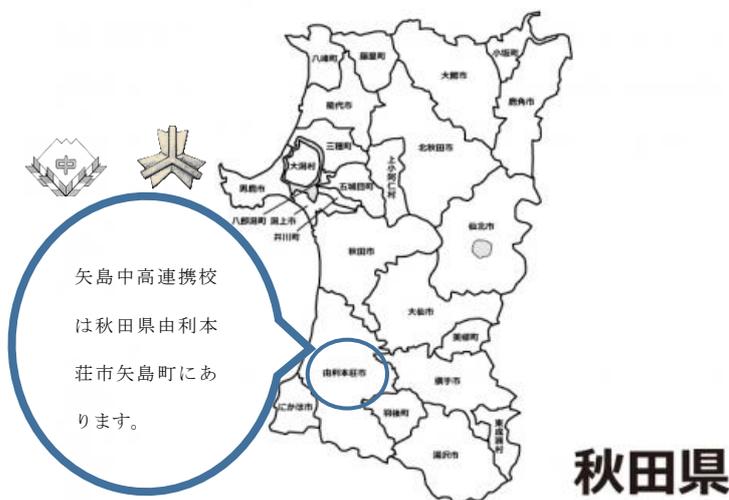
秋田県立矢島高等学校

教諭 土田伸也

I はじめに

本校は、秋田県由利本荘市矢島町（人口は平成27年9月末現在で由利本荘市80,934人、矢島町4,885人）にあり、今年度で創立90周年を迎える。

少子化により地域の生徒数減少に歯止めがきかず、存続が危ぶまれる時期もあった。しかし、地域の方々の「矢島高校を存続させたい」という強い思いから、本校の将来の在り方を模索した結果、「第五次秋田県高等学校総合整備計画後期計画（平成17年7月発表）」により、平成21年度に由利本荘市立矢島中学校と全国で初となる校舎一体型中高連携校として、新たな歩みを始めた。



(1) 学校概要

- ①名称：秋田県立矢島高等学校
全校生徒 168名
- ②所在地：秋田県由利本荘市矢島町七日町
字助の淵1-5
- ③校訓：不憤不啓
～矢島中高連携校共通理念～
立（りつ）：高い志を持ち、自立を目指す
錬（れん）：自身を鍛え、粘り強い心を育てる
情（じょう）：助け合い、支え合う優しい心を育てる
- ④課程：全日制普通科
2年次より文理コース（文系・理系）、
地域創造コース（ビジネス系・福祉系）の2コース4系統を選択する。
- ⑤職員数：32名（内、商業科教員2名）

(2) 今年度の教育目標

- ①生徒を伸ばす学習指導
- ②心に響く生徒指導
- ③自己実現を図る進路指導
- ④教師力の向上
- ⑤中高連携による教育活動の充実
- ⑥地域活性化への取組

(3) 商業科重点目標と具体的取組

- ①重点目標
 - ア 基礎的基本的な学力の定着
 - イ 地域社会に貢献できる人材の育成
 - ウ ビジネスマナーを身につけた職業人の育成
- ②具体的取組
 - ア 基礎学力の確実な定着につながる教材の工夫と開発
 - イ 社会人講話の実施
 - ウ 地域ブランディングを創造する授業展開
 - エ ビジネスマナーの育成
 - オ 資格取得に向けた添削指導の推進

(4) 特色ある取組

①総合的な学習の時間『鳥海総合Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ』

矢島鳥海地区の自然環境や歴史・文化・風俗を体験的に学習し、地域を理解し将来の自分自身の生き方・在り方について考えを深める。

②学校設定科目『地域学』

矢島鳥海地区に伝わる伝統芸能（番楽体験）や地域の産業（就業体験）、ボランティア活動、町おこしなどの活動を通じて、地域住民との交流を深め、地域を理解し、地域の将来と自分が担う役割について考えを深める。

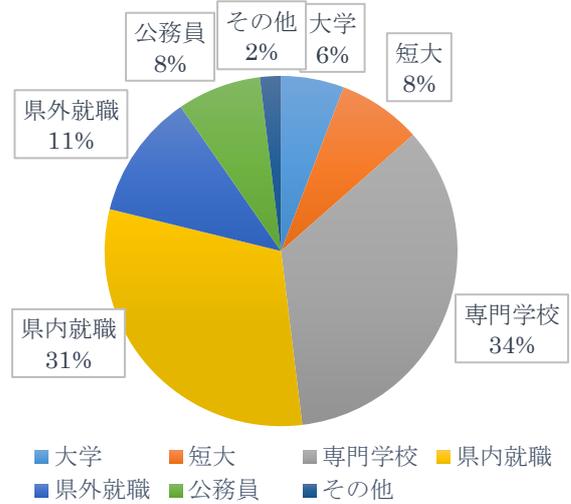
③ボランティア活動

菜の花祭り、矢島駅前花壇整備、矢島カップ、矢島ひまわりプロジェクト、除雪、矢島冬祭り、矢島雛巡りなど、全校生徒参加型の活動も多く、年間を通じて様々なボランティア活動を推進・実施している。



(5) 進路状況

平成27年度進路状況



大学：秋田県立大学、東北公益文科大学

短大：聖園学園短期大学、秋田栄養短期大学

専門学校：秋田リハビリテーション学院、秋田林業大学校

秋田県立鷹巣技術専門学校、秋田県歯科医療専門学校

由利本荘看護学校、東京商科法科学院専門学校

県内就職：土田牧場、秋田ルビコン（株）、大東精機（株）

秋田精工（株）、廣瀬産業（株）、秋田プリマ食品

（株）たけや製パン、社会福祉法人本荘久寿会

県外就職：（株）三ツ和、ホテルニュー水戸屋

湯河原中央温泉病院、飯能中央病院

公務員：自衛官一般曹候補生、自衛官候補生

※主な進路決定先を掲載

(6) 教育課程

平成25～27年度入学生教育課程表

秋田県立矢島高等学校		全日制課程		普通科				2年次より2コース・4系統に分かれます				履修単位数			
教 科	科 目	標 準 単 位 数	1 年 共 通	2 年				3 年				文 理		地 域 創 造	
				文 理		地 域 創 造		文 理		地 域 創 造		文	理	ビ ジ	福
				文 系	理 系	ビ ジ ャ	福 祉 系	文 系	理 系	ビ ジ ャ	福 祉 系				
国 語	国 語 総 合	4	4									4	4	4	4
	国 語 表 現	3				1	1			1	1			2	2
	現 代 文	4		3	3	2	2	3	3	2	2	6	6	4	4
	古 典	4		3	3			3	2			6	5		
地 理 歴 史	世 界 史 A	2				2	2		2					2	2
	世 界 史 B	4		2				2				4			
	日 本 史 A	2								②	②			②	②
	日 本 史 B	4		③				③		②	②	⑥			
	地 理 A	2		③	3			③		②	②	3	②	②	
	地 理 B	4		③				③				⑥			
公 民	現 代 社 会	2	2									2	2	2	2
	政 治 ・ 経 済	2						3				3			
数 学	数 学 I	3	3									3	3	3	3
	数 学 II	4		4	4	2	2	2			3	3	6	4	5
	数 学 III	5								⑤			⑤		
	数 学 A	2	2									2	2	2	2
	数 学 B	2		2	2			2				4	2		
	数 学 特 講	設定科目									⑤		⑤		
理 科	科 学 と 人 間 生 活	2	2									2	2	2	2
	物 理 基 礎	2			②							②			
	物 理	4							④			④			
	化 学 基 礎	2		2	2	2	2					2	2	2	2
	化 学	4							4			4			
	生 物 基 礎	2			②			2		2	2	2	②	2	2
	生 物	4							④			④			
保 健 体 育	体 育	7～8	3	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	7	7
	保 健	2	1	1	1	1	1					2	2	2	2
芸 術	音 楽 I	2	②									②	②	②	②
	音 楽 II	2				②	②							②	②
	音 楽 課 題 研 究	設定科目									②	②		②	②
	美 術 I	2	②									②	②	②	②
	美 術 II	2				②	②							②	②
	美 術 課 題 研 究	設定科目									②	②		②	②
外 国 語	コ ミ ュ ニ ケ ー シ ョ ン 英 語 基 礎	2	2									2	2	2	2
	コ ミ ュ ニ ケ ー シ ョ ン 英 語 I	3	3									3	3	3	3
	コ ミ ュ ニ ケ ー シ ョ ン 英 語 II	4		4	4	3	3			3	3	4	4	6	6
	コ ミ ュ ニ ケ ー シ ョ ン 英 語 III	4						6	6			6	6		
	英 語 表 現 I	2		2	2							2	2		
家 庭 情 報	家 庭 基 礎	2	2									2	2	2	2
	社 会 と 情 報	2	2									2	2	2	2
学 校 設 定 教 科	地 域 学	設定科目	0	0	0	2	2	0	0	1	1	0	0	3	3
商 業	ビ ジ ネ ス 基 礎	2～6				2								2	
	課 題 研 究	2～4								2				2	
	簿 記	2～8				3								3	
	財 務 会 計 I	2～6								4				4	
	情 報 処 理	2～8				4					2			4	2
	ビ ジ ネ ス 情 報	2～6								4				4	
家 庭	生 活 と 福 祉	4～6					4								4
	フ ー ド デ ザ イン	2～6					2				2				4
福 祉	社 会 福 祉 基 礎	2～6					3				2				5
	介 護 福 祉 基 礎	2～6									4				4
各 教 科 ・ 科 目 単 位 数 計			28	28	28	28	28	28	28	28	28	84			
総 合 的 な 学 習 の 時 間		3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3			
特 別 活 動		ホ ー ム ル ー ム 活 動	3～6	1	1	1	1	1	1	1	1	3			
合 計			30	30	30	30	30	30	30	30	30	90			

II 普通科高校で行う商業教育の意義と在り方

(1) 秋田県の商業教育の現状

現在、秋田県内において単独の商業高校は秋田市立秋田商業高等学校（以下：秋田商業高校）1校のみとなっている。また、商業を専門とする学科を設置する高等学校は平成28年現在で5校であり、このうち商業科の名称を残している高校は秋田県立大曲高等学校（以下、大曲高校）のみである。また、人口減少・少子化が進み、中学校卒業

者数は今後10年間で2,000人以上の減少が見込まれている。

こうした状況下にあっても、高等学校教育の質を維持・向上させ、今後ますます変化が激しくなる時代において生徒が逞しく生きていく力を身につけるために、現在秋田県では「第七次高等学校総合整備計画」が推し進められている。

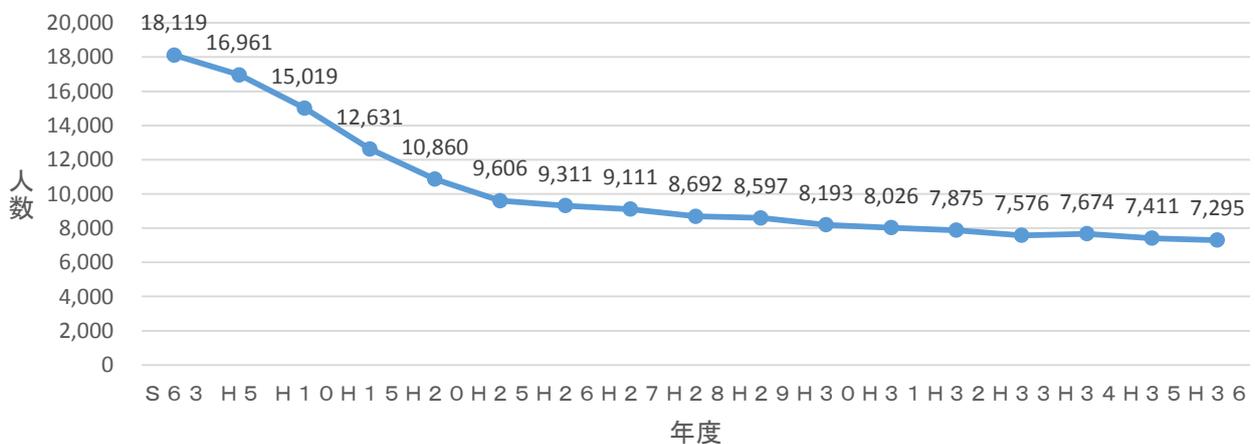
年度	18	19	20	21	22
商業専門高校数	2校	2校	2校	2校	2校
生徒数	1,294名	1,252名	1,212名	1,177名	1,180名
年度	23	24	25	26	27
商業専門高校数	2校	2校	1校	1校	1校
生徒数	1,155名	1,131名	717名	718名	720名

秋田県の商業専門高校数及び生徒数の推移

秋田県の専門高校を除く商業科設置校数及び生徒数の推移

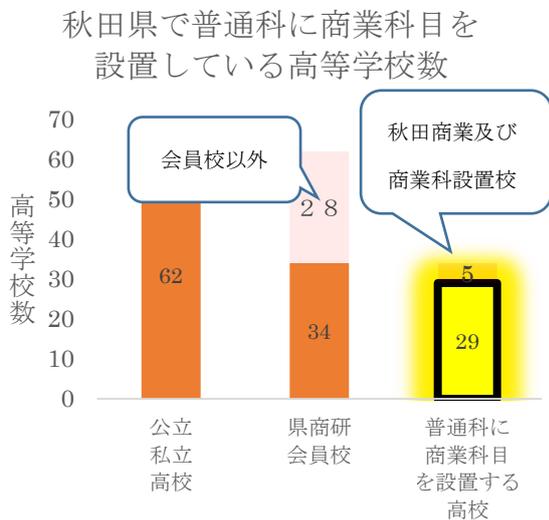
年度	18	19	20	21	22
専門高校を除く商業科設置校数	7校	6校	6校	6校	5校
生徒数	1,231名	1,293名	1,277名	1,021名	799名
年度	23	24	25	26	27
専門高校を除く商業科設置校数	4校	4校	5校	5校	5校
生徒数	698名	683名	1,011名	919名	888名

秋田県中卒者数の推移



(2) 普通科の高等学校数と商業科目設置校数

秋田県の高等学校数は、公立が全日制51校(本校49校、分校2校)、定時制6校、通信制1校であり、私立が全日制5校、通信制1校で、公立・私立合わせて62校ある。このうち、秋田県高等学校商業教育研究会(以下、県商研)会員校数は34校ある。この34校から、秋田商業高校と商業を専門とする学科設置校5校を差し引くと、普通科で商業科目を設置している高等学校数は29校となる。人口減少・少子化により、単独商業高校や商業を専門とする学科設置校が減少している中において、秋田県の高等学校では、その半数近くの普通科高校で今現在も商業科目を設置している。

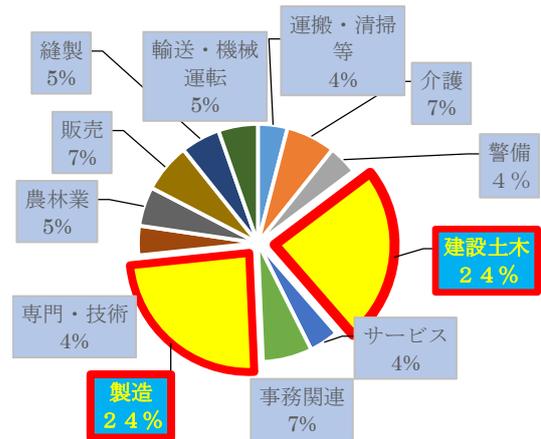


(3) 由利本荘管内求人状況と本校卒業生の就職先

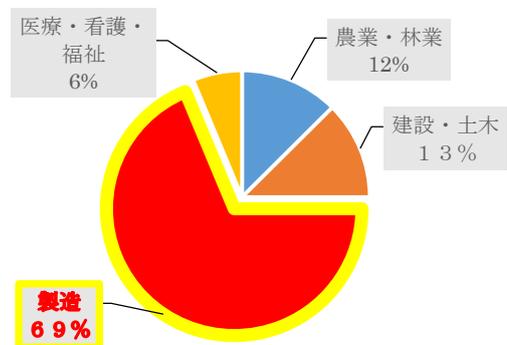
前述した29校の各校の実態は様々であるが、普通科高校に商業科目を設置している理由の多くは、卒業後の進路を「就職」としている生徒に向けて、簿記や情報処理、流通、経済、法規などの知識・技能を授ける必要があるからではないだろうか。

さて、次に示すのは、本校がある由利本荘管内の求人状況と、本校の生徒の就職先をグラフ化したものである。

平成27年度由利本荘管内求人状況



平成27年度矢島高校卒業生の県内就職先(職種)



上のグラフが示すとおり、由利本荘管内では「建設・土木」と「製造」の求人数が圧倒的に多く、事務・サービス・販売といった求人はほとんどない。また、ここでは掲載していないが、勤務条件をみると、製造業は基本給・昇給・賞与・手当等の面で他の職種よりも待遇が良い。近隣のにかほ市・由利本荘市はTDKを中心に、その関連企業で成り立つ自治体であり、この地域では、「製造業に就職することで生活の安定が得られる」という考えが根強い。

本校においても圧倒的に製造業を希望する生徒が多く、内定も得ている。これは平成27年度に限ったことではなく、例年同様の傾向がある。

(4) 普通科高校で行う商業教育の在り方と意義

私は以前、商業科設置校（大曲高校）に勤務していたが、その頃から、「単独商業高校や商業科設置校が減少している中であって、普通科の小規模校では商業科目が残り続けていることに着目し、これからは普通科高校で行う商業教育の意義や真価が問われる時代が訪れる」と考えていた。同時に、「昔ながらに“進路希望が就職だから”という理由で商業科目を設置しては、現在の実態に合わない」とも考えていた。事実、私自身由利本荘市にある高校を10年以上前に卒業しているが、その当時は事務や販売の求人が豊富にあり、事務職に就く友人も多くいたと記憶している。しかし、現在の状況は当時とは明らかに違う。

また、本校の生徒は、明るく社交的な生徒が多く授業に臨む姿勢も良好だが、改まった場面で意見を求められると自分の考えに自信がもてず、積極的に表現しようとしなかったり、他校の生徒が交わるような場面で消極的な姿勢が目立ったりする実態がある。実際に、地元企業の人事担当の方から「他校の生徒と比較すると積極性が足りない、そのため採用に消極的になる」と御指摘をいただいたこともある。

さて、秋田県の商業教育の現状、由利本荘管内の求人状況と本校生徒の進路希望先職種、本校の生徒の実態、冒頭で触れた本校が地域に根ざして90年もの間存続・発展してきていることを踏まえると、今後本校で行う商業教育の在り方と意義は次のようにあるべきと考えた。

また、この在り方と意義は本校のように普通科高校で商業科目を設置している高等学校にも通じる部分があると感じている。

本校のような普通科高校で行う 商業教育の在り方と意義

在り方	由利本荘管内の求人状況と本校生徒の進路希望先職種を受けて、企業人として必要となる簿記や情報処理等に関する最低限のスキルを身につけさせる必要がある。最低限のスキルとして資格取得に関しては基本級の取得を目標とするが、資格取得のための授業は行わない。
意義1	本校の生徒の実態を受けて、社会に出れば全てがビジネスであり、自己表現力やコミュニケーション能力はどの場においても求められることから、教科商業の特性を生かしてこれらの能力を育成する。
意義2	本校が地域に根ざして存続・発展してきていることから、授業が地域社会から逸れてはならず、これまで以上に地域に貢献する心や態度を養い、矢島高校生としての帰属意識を高めて生徒の自信につなげ、将来の地域社会の担い手となる意識を醸成する。

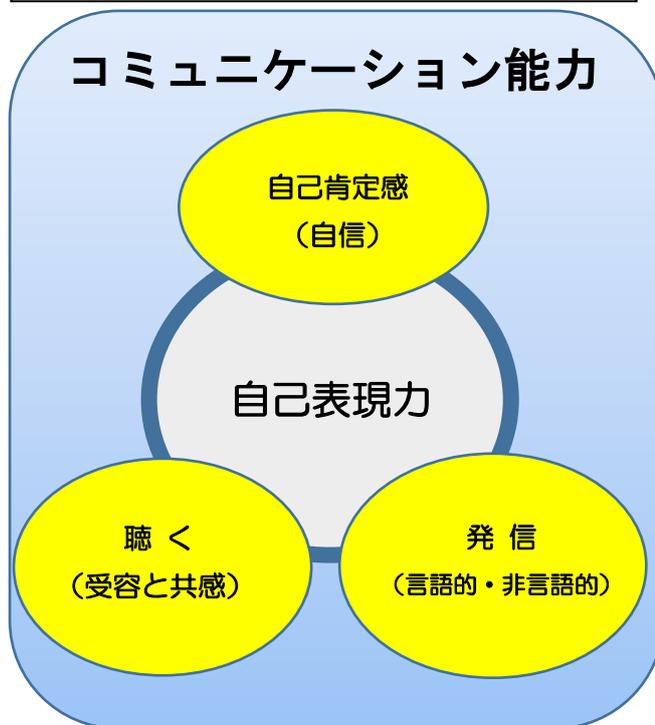
以上を踏まえて、地域社会に貢献できる、地域に根付いた教育活動を行いながら、実社会で通用する自己表現力やコミュニケーション能力を高める学びを実現したいと考えた。

(5) 自己表現力

Ⅱ (4) 意義-1に記載した「自己表現力」であるが、本校の生徒に身につけさせたい力として次のように定義づけした。

【定義】

自己表現力とは、コミュニケーション能力の一要素であり、自己肯定感（自信）をもち、他者の考えや気持ちを理解（受容と共感）しようと努めた上で、自分の考えや意見を適切な表現（言語的・非言語的）で発信できる力。



以下、この在り方と意義-1②に基づいて行った、本校地域創造コースビジネス系の「課題研究」授業実践を報告する。なお、以下に報告する内容は資料作成の都合上、平成27年度の実践の全てと平成28年度の実践の一部である。

Ⅲ 本校地域創造コースビジネス系の「課題研究」授業実践①

(1) 1学期の取組 生徒主催の社会人講話

～普通科高校で行う商業教育の意義-1を達成するために～

①科目と目標 (年間共通)

クラス	3年B組	教科	商業
コース	地域創造コース	科目	課題研究
	ビジネス系	単位数	2単位
目標	商業に関する課題を設定し、その課題の解決を図る学習を通して、専門的な知識と技術の深化、総合化を図るとともに、計画実行能力、自己表現力、コミュニケーション能力、課題解決能力を向上させる。		

②評価の観点 (年間共通)

a 関心・意欲・態度	b 思考・判断・表現
課題を解決する学習を通じて、自ら課題を発見し、解決しようとするとともに、生涯にわたる自発的な学習態度を身につける。	これまでに学習した知識技能を活用し、課題を解決するために思考を深め、適切な判断ができ、情報の受け手を意識した表現活動ができる。
c 技能	d 知識・理解
これまでに学習した知識技能を計画的かつ建設的に活用し、ビジネスシーンを意識した対応ができる。	これまでに学習した商業に関する知識を総合的に活用できる。

③ 1学期授業計画

	学習内容	到達目標	評価の観点				評価方法
			a	b	c	d	
1学期	I 社会人講話						授業観察 レポート 課題
	(1)ガイダンス	社会人講話を実施する意義を理解し、意欲的に取り組もうとしている。	◎	△			
	(2)リレー式プレゼン	働くことに関して自らの考えをもち、積極的に表現しようとしている。	◎	△			
	(3)取材①	PDSサイクルに沿って活動し、取材する際の留意点を理解している。	◎			○	
	(4)取材②	適切な態度で取材活動を行っている。	◎		○		
	(5)取材レポート	5W1Hを理解して体裁良く適切にレポートにまとめることができる。		○	◎	△	
	(6)取材報告	適切な表現(態度・声量・補足説明)で発表を行っている。		◎	○		
	(7)1分間プレゼン	時間内に内容をまとめ、効果的にプレゼンしようとしている。	◎	○			
	(8)企業調べ	必要な情報を収集・分析・活用し、体裁良くレポートをまとめている。		◎	△	○	
	(9)企業プレゼン	適切な表現で発表を行い、聴衆を引きつけるプレゼンができる。		○	◎		
	(10)班編制	協力する姿勢をもち、組織を意識した役割分担を行っている。	◎			△	
	(11)ビジネス文書	班員と協力し、6W2Hを意識しながらマンダラ発想法を理解・実践している。マンダラ発想法をもとに、開催要項・依頼状を作成できる。	○	◎		◎	
	(12)名刺作成	ソフトウェアを活用し、ビジネスの場に相応しい名刺を作成できる。	○		◎	△	
	(13)テーマ学習	テーマごとに内容が簡潔にまとめられ、適切に発表・報告ができる。		◎	○	△	
	(14)席次	状況に応じた席次のルール・マナーを理解している。		○		◎	
	(15)名刺交換	名刺交換の作法を理解し、実践できる。		○		◎	
	(16)お茶出し	プロの作法を見て学び、実践できる。		○		◎	
	(17)司会原稿	スムーズな進行について考察し、原稿としてまとめることができる。		◎	△		
	(18)質問事項	企業の特徴を知り、質問事項を具体化できる。		◎	○		
	(19)社会人講話	班員と協力し、講演会を成功させる。	◎	○	○		
(20)礼状・レポート	季語や挨拶文を活用しながら礼状を丁寧に作成できる。			◎	△		

(2) 経緯

本校では平成 21 年度より生徒が主催する社会人講話を実施している。これは現在秋田商業高校に勤務する大久保薫教諭が中心となって始まったものである。当時の由利本荘管内の高卒求人状況はリーマンショックの影響で壊滅的であった。しかし、このような状況下であっても、生徒に逞しく生きる力を身につけさせる方法を模索した結果、「進路を視野に入れた生徒主導の体験的学習活動（以下、社会人講話）」を「課題研究」で行っていくことを決めた。

社会人講話ではどの活動も生徒自身が行うことになり、必要に応じて企業の担当者の方への電話連絡等も行っている。また、実際に就職を希望している企業の方を社会人講話に招きたいと考えることが多く、生徒は社会人講話を成功させることで自己PRにつながるとの思いから、熱心に準備に取り組む様子が見受けられる。接待を始めとするビジネスマナーについては、本校の校長や事務職員にも指導を受ける機会があり、学校全体をあげて社会人講話を支援していただいている。

私自身、平成 21 年度当時に講師として本校に勤務しており、当時大久保教諭と共に社会人講話に携わっていた。現在、再び本校に勤務しているが、過去の先輩たちが社会人講話を開催した企業から実際に内定をいただいていることが多いことから、本校で商業を学ぶ生徒の良き伝統となっていることを強く感じている。

①社会人講話の内容

- ア 就職を希望する職種ごとにグループを編成する。
- イ 講話をしていただく企業や講演内容は生徒自身が決定する。
- ウ 実施要項、依頼状、礼状等の一切の書類の作成、送付、電話連絡等は生徒が行う。
- エ 社会人講話当日の接待、名刺交換、司会進行、講演内容の記録も生徒が行う。

②生徒に身につけさせたい力

社会人講話の大まかな内容は、①のアからエの 4 点となる。これらの活動を通じて、生徒に身につけさせたい力は次の通りである。

- ア 職業観・勤労観、職業理解能力と将来の地域社会の一員としての意識
- イ ビジネスマナー
- ウ 計画実行能力、コミュニケーション能力、課題解決能力

(3) 意義-1 を達成させる仮説-①

これまで取り組んできた社会人講話の内容に、今後本校のような普通科高校で行う商業教育の意義-1 を付け加え、平成 27 年度以降は次のように仮説立てし、教育活動の内容を充実させた。

【仮説-①】 ~本校のような普通科高校で行う商業教育の意義-1 を達成するために~
これまでの社会人講話の教育活動に加え、生徒の主体性を育むアクティブラーニング型の活動を取り入れて授業実践することで、生徒の自己表現力・コミュニケーション能力は向上する。

(4) 仮説-①を達成する具体的取組

①リレー式プレゼン

自己表現力やコミュニケーション能力を高める手立てとして、今年度まず取り組んだことがこのリレー式プレゼンである。昨年度は、後に触れる 1 分間プレゼンから取り組んだのだが、1 分間という時間の長さへの戸惑いや緊張から、ぎこちなく発表を終えてしまう様子が大半の生徒に見られた。これも経験といえれば経験になるが、プレゼンによって効率よく自己表現力を高めたいという思いから、導入段階で有効だと考え、実践した。

最初に教師が生徒 1 名を指名し、その生徒は他の生徒を指名する。この生徒による指名を何度か繰り返し、指名された生徒は揃って前に立つ。次

に、生徒はプレゼンをする上で重要な要素を板書し、話す際にはその要素をもとにプレゼンする。複数の生徒をあらかじめ前に立たせることで自分一人が見られているのではないと感じ、また、次の発表者との間隔も短くすることができ、発表がテンポ良く進む。このことが発表しやすい雰囲気を作る上でかなり役立っていると感じている。

この時は、“働くこと”をテーマに、次のお題を用意した。

- ア 高校生と社会人の違い
- イ 人はなぜ働くか
- ウ なぜ仕事が続かない若者が増えたか
- エ 企業の社会的役割とは何か
- オ 仕事は自分の人生においてどのような存在であってほしいか



②取材活動 (Plan-Do)

リレー式プレゼンで働くことに関して自分なりの考えをもった生徒たちは、次の段階として身近にいる大人（学校教職員）に、働くことの意義や自分たちの進路活動上の不安などを取材する活動を行った。取材にあたっては、PDSサイクルに沿って活動を進め、教職員へのアポ取り、質問内容の考察、想定される回答から会話を膨らませるための話題作りなど、様々な準備を行った。

生徒には、校長・教頭以外の教員から1名、校長・教頭・事務職員・技師から1名の計2名の取

材を行わせた。取材であるため、普段話し慣れている教員でも改まった形で会話しなければならないこと、また、普段話し慣れていない教職員にも取材しなければならないことから、生徒は緊張感をもって取材活動に臨んでいた。取材を終えた生徒は、安堵の表情を浮かべ、達成感に満ちた表情をしていた。



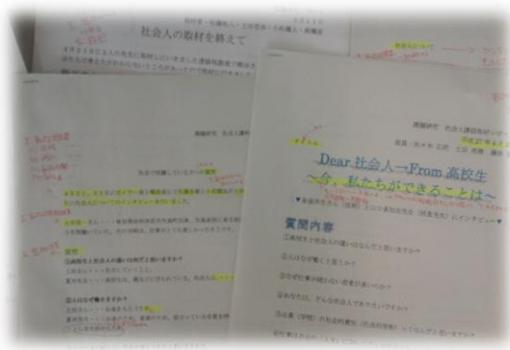
③取材レポートの制作 (See)

取材した内容はレポートにまとめる。この時、項目の作り方や5W1Hの要素を伝えた上で作成させた。

When	いつ取材を行い、いつレポートを作成したかを明確にする。
Where	どこで取材を行ったかを明確にする。
Who	誰が、誰に対して取材を行ったかを明確にする。
What	何をしたのかを明確にする。
Why	なぜ取材活動を行ったのかを明確にする。
How	どのように取材したのか、取材を終えて抱いた感想を明確にする。

提出されたレポートは、1部ずつ添削を行い、再度提出させた。後で触れる企業レポートを作成・提出する際にも添削を行ったが、レポートのまとめ方は添削を通じてかなり上達したといえる。

レポートから読み取れた反省は、「取材対象者の答えが想定外のものが多く、会話を膨らませるのに苦労した」ということである。働くことやコミュニケーション能力について考えを深める、良い機会とすることができた。



④ 1分間プレゼン

これは以前、県商研の「商業科教員指導力向上研修県外視察事業」で東京都立葛飾商業高等学校を訪れた際に、当時同校に勤務する会津拓也教諭から伺ったものであり、社会人講話に向けた活動の中でも取り入れた。自己表現力・コミュニケーション能力を高める手立てとして、かなり有効だといえる。

生徒にはA3用紙・マジックの2種類を渡す。生徒は自分で選んだテーマごとに、調査(20分)・まとめ(10分)・発表(1分)を行う。プレゼンをする際は、必要に応じて実物投影機も活用できるが、ソフトウェアは一切活用させていない。ソフトウェアを活用すると、スライドやアニメーションに頼ったプレゼンになってしまい、本来高めたい力が薄れてしまうと考えている。トヨタ自動車の社内会議の会議資料はA3用紙1枚にまとめることが義務づけられているそうだが、このようなことの趣旨も伝えながら、調査・まとめ・発表の時間を設定することで、回数を重ねるごとに自己表現力やプレゼンテーションスキルが上達してい

る。今年度1分間プレゼンで用意したお題は次の通りである。1分間プレゼンはこの後に行っていくプレゼン活動の練習として位置づけており、お題は生徒にとって話しやすいものを用意している。

- ア 最近買った商品
- イ 最近気になること
- ウ 好きなブランド(メーカー)
- エ 趣味について
- オ 好きな有名人
- カ 自分という人間は
- キ 自分の親紹介
- ク 整容検査はなぜ必要か
- ケ セブンイレブンが本荘に出店することでどんな影響があるか
- コ 好きな色とその理由



⑤ 企業プレゼン

社会人講話で講話をいただく方は、生徒自身が選択する。企業を決定したら、その企業について調査・まとめ・プレゼンの活動を行う。「企業レポートを作成すること」、「A3用紙2枚とマジックを活用すること」、「企業レポートをプレゼンの中で1回でも活用すること」という3つのルールを設定した。また、「なぜその企業の方を招きたいか」の視点でレポート作成やプレゼンを行うように指示した。



⑥開催要項と依頼状の作成（マンダラ発想法）

企業プレゼンを終えた後は、社会人講話に向けて、開催要項・依頼状の作成を進めていく。この時はマンダラ発想法（6W2H）を活用して、作成に必要な要素を十分にまとめてから作成させた。依頼状は、便箋に手書きで清書し、進路活動で行う履歴書書きや礼状書きを意識させながら行った。

⑦ビジネスマナーに関する学習

ア テーマ別学習（プレゼン）

社会人講話当日は、講師の出迎え・控え室への案内・名刺交換・接待・司会など全てのことを生徒自身が行う。そのため、社会人講話に向けて、ビジネスマナーの内容も扱っている。授業では社会人講話で必要となるビジネスマナーを「名刺交換」「案内と席次」「お茶出し」の3要素（3班）に分け、それぞれの分野について調べて、各班が各要素をプレゼンで報告し合うことを行った。プレゼンで使用できる道具は、A3用紙2枚、マジック、大きめの付箋紙2色とした。また、必要に応じて実物投影機も使用でき、プレゼンを終えた後は、他要素を担当する生徒達から質問を受け、これに答えるところまで行った。

この頃になるとプレゼンの技術は最初の頃より見違えるように上達している。聴衆を意識して話ができるようになり、聴衆への投げかけ等もみられるようになった。また、付箋紙2色を渡したことで各要素をさらに2要素にわけて丁寧にまとめる様子もみられた。

調べ学習、プレゼン活動後の授業では各要素を実践的に学習する時間を設定した。

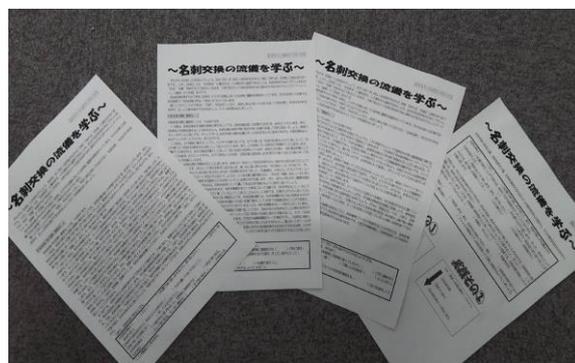


イ 名刺交換の実践学習（ジグソー法）

テーマ別学習の後、「名刺交換」の要素はジグソー法を使って再確認する時間を設定した。名刺を渡す側・受け取る側・保管することの3要素に分けて、作法の意味を考えさせるように、授業展開した。

名刺を渡すエキスパート・名刺を受け取るエキスパート・名刺を保管するエキスパートはその後、初期グループに戻り、自分たちが学んだことを報告する。その後は、事前に作成（フリーソフトを使用）していた自分の名刺を使って、生徒同士、生徒と授業担当で名刺交換を実践した。目上・目下の関係作りについては、生徒の誕生日の順とした。

名刺交換はなぜ立つて行くか、名刺上の文字にはなぜ指一本かけてはならないのか、なぜ目下のもの（訪問者）から先に渡すのか、そもそもなぜ「名刺」と表記するのかなど、その意味を把握した上で名刺交換を行ったことで、模倣するだけの名刺交換にはならず、その意味を噛みしめながら名刺交換をする様子が見られた。



（エキスパート資料）

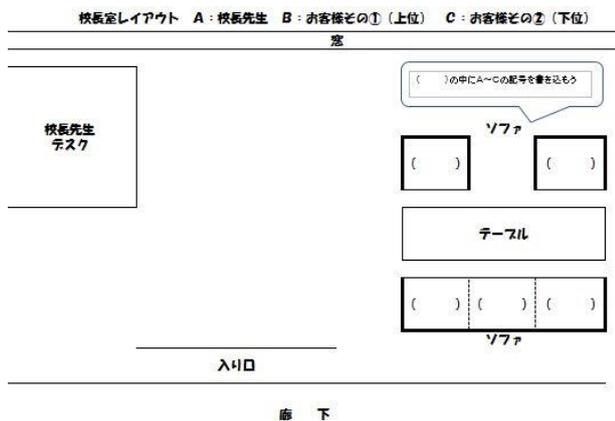


ウ 席次・案内・接待（お茶出し）の実践学習 （校長・事務職員の協力）

席次・案内・接待の実践学習では校長室を使用した。

下図は本校校長室のレイアウトで教材としても使用したものである。一般的には、長いすが入り口より遠くに配置されるが、本校校長室は逆である。生徒には、まずこのことに気付かせ、その意味を考えさせた。自分たちで調べた内容とは異なることから、実務上の都合も考えさせるようにした。

また、本校事務職員にはお茶の準備の仕方、出し方等も教えていただいた。このように社会人講話では取材活動も含め、学校教職員から様々な協力を得て進めることができている。



エ ビジネスマナー講習会

開催日時 平成 27 年 7 月 10 日 (金)

9 時 30 分から 10 時 30 分まで

場 所 本校大会議室

講 師 北都銀行 ビジネスサービス部

研修担当 時田 悦子 様

社会人講話に向けてビジネスマナーを学習した後は、日ごろ官公庁や企業向けにビジネスマナーを指導されている方を本校に招き、プロの指導によるビジネスマナー講習会を開催した。この講習

会でも、講師の出迎え・案内・接待（お茶出し）・名刺交換・司会等の一切の役割を生徒が行った。自分たちが学習してきたビジネスマナーをプロの方に見ていただく機会としても捉えていて、生徒は緊張感をもって実践し、更に理解を深めているようだった。特にお茶出しの際に茶たぐの木目を客人と平行にすること等の意味について教わった際には、感心しきりの様子であった。

講習会では、メラビアンの法則、語先後礼、姿勢、立ち居振る舞い、名刺交換、お茶出し等について実践的に御指導いただいた。今後の社会人講話や進路活動に向けて、まもなく社会人になる生徒たちに対し、有意義な講習会にすることができた。



⑧社会人講話

ビジネスマナーを学んだ後は、社会人講話に向けて司会者原稿・質問事項・演題作成などの諸準備を整え、入念なりハーサルも行い、いよいよ本番を迎えることになる。

第1回目

開催日時 平成27年7月15日(水)

11時35分から12時20分まで

場所 本校大会議室

講師 小林工業株式会社 総務部
総務グループ 土井 一哉 様
総務グループ 木村 洋 様

講話内容 「働くことの意義、社会人の役割」



第2回目

開催日時 平成27年7月16日(木)

11時35分から12時20分まで

場所 本校大会議室

講師 秋田ルビコン株式会社 取締役
常務執行役員 小松 俊太郎 様

講話内容 「働くことの意義、社会人の役割」



第1回目は小林工業株式会社より2名の方にお越しいただいた。働く上では、一にも二にも笑顔で挨拶することが大切であること、責任をもつこと、時間を始めとして約束を守ることが大切であることを御自身の経験から語っていただいた。ま

た、社会人講話のメモを見ると、「同じ職場の同僚や仕事上関わりをもつ人を、豊かにすることを考えて仕事をすれば、自分も豊かになり、これが働くことの意義や社会人の役割となる」という言葉が生徒にとって特に印象深い言葉となったようである。

第2回目の秋田ルビコン株式会社小松俊太郎様の講話では、御自身が一般社員から取締役になられるまでに学び、経験したことをお話しいただいた。希望・挑戦・勉強・幸せ・悩むこと・挫折・時間・自己投資・絆・生きがい・利害関係者・掃除・努力・健康・家族・友達など働く上で欠かせない要素を多岐に渡ってお話しいただき、まさに経営哲学ともいえる内容であった。

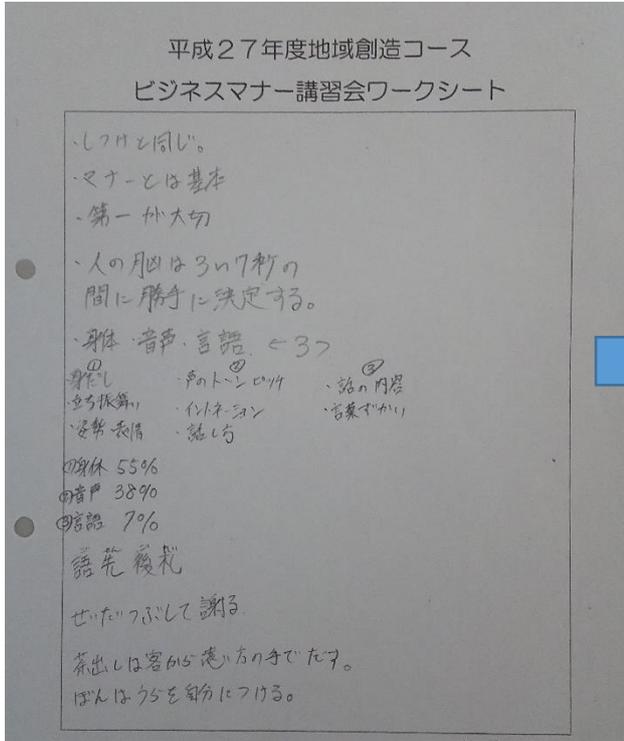
⑨メモをとる技術

これまで社会人講話に向けた取組を掲載してきたが、授業を通じてメモを取る技術向上にも取り組んでいる。最初のうちは「メモをとるように」と指示してもなかなかメモの量が増えずにいた。そのため「一言も聞き漏らさずメモをとるように」と言い換えたところ、若干メモの量は増えたが、生徒全体の伸びを考えると十分とは言えなかった。どのようにすればメモの量が増え、短時間で他者の話をまとめられるようになるかずっと考えていたが、小林工業株式会社の講話中、生徒の手元を見ていて、なぜメモの量が増えないのか気づいた行為があった。それは、“メモを取るときにペンを持ち、メモを終えるとペンを置く”という行為であった。次の秋田ルビコン株式会社に講話をしていただいた際には、「講話中、ずっとペンを握っていること」という指示に変えたところ、メモの量は格段に増え、短時間で話の内容をまとめられていた。単純なことではあったが、私自身大きな気付きの部分でもあった。

次ページに同一生徒のメモを掲載するが、他の生徒も同様にメモの量を確実に増やすことができた。

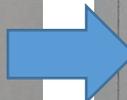
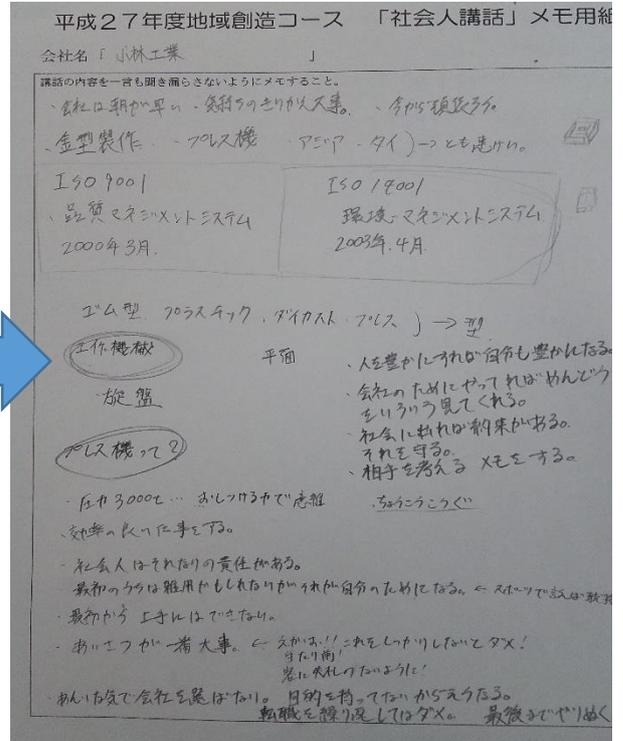
ア ビジネスマナー講習会のメモ

この時の指示は「メモをとるように」しかし、
まだまだ余白が目立つ状態。



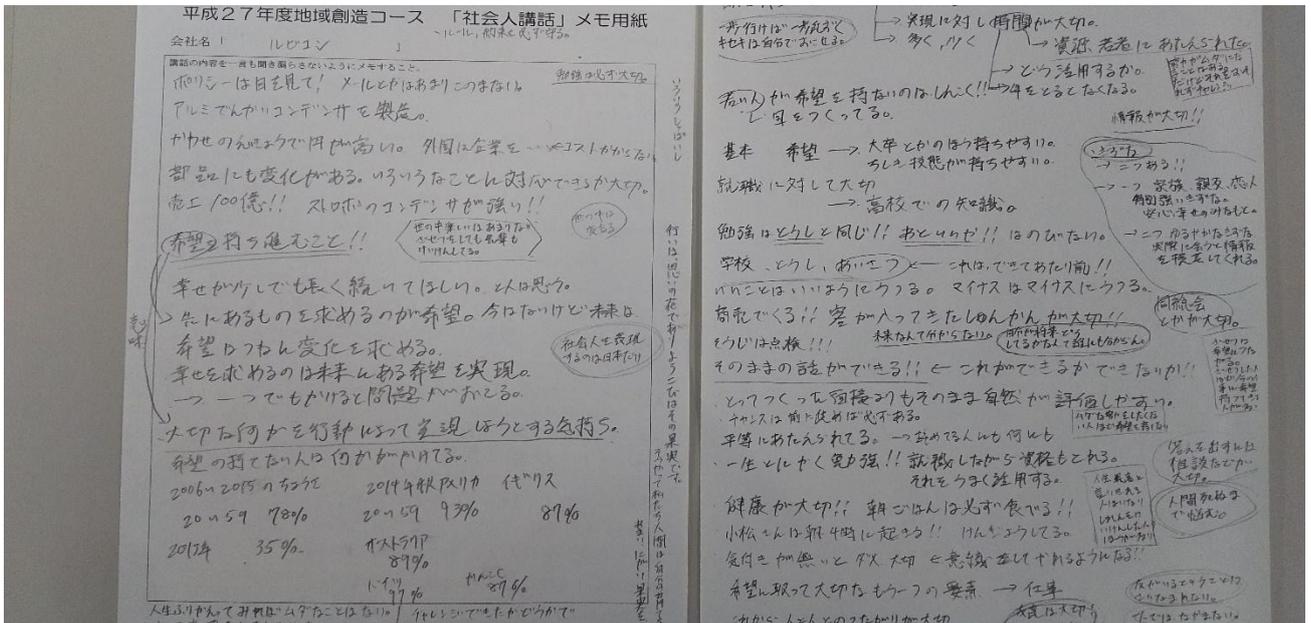
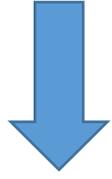
イ 社会人講話「小林工業株式会社」のメモ

この時の指示は「一言も聞き漏らさずメモをとるように」若干、量が増えてきた。



ウ 社会人講話「秋田ルビコン株式会社」

この時の指示は、「講話中、ずっとペンを握っていること」その結果、裏表隙間無くメモができるようになった。



IV 本校地域創造コースビジネス系の「課題研究」授業実践②

(1) 2・3学期の取組 YBP (やしまブランディングプロジェクト)

～普通科高校で行う商業教育の意義-2を達成するために～

① 2学期授業計画 (2・3学期)

	学習内容	到達目標	評価の観点				評価方法
			a	b	c	d	
2・3 学期	II YBP						授業観察 レポート 課題
	(1) ガイダンス	ブランディングによってもたらされる効果、矢島高校生が果たす役割を理解し、実践しようとしている。	◎			○	
	(2) 現状把握	国勢調査資料より収集した情報を分析・活用し、適切に発表を行っている。		◎	○		
	(3) SWOT	SWOT分析を理解し、各要素をまとめることができる。		○		◎	
	(4) 戦略	SWOT分析から得られた情報をもとに、マインドマップを活用し、戦略を立てることができる。		◎			
	(5) 仮説設定	矢島町の特産品を理解し、ブランディングに結びつく仮説を設定できる。		◎	○		
	(6) 販売戦略	5W3Hを理解し、仮説を具体化できる。		◎	○		
	(7) マーケティング 4P	マーケティング 4Pを理解し、各要素を考察・判断・表現できる。		◎		○	
	(8) プレゼン	創造した商品・サービスを適切な表現でプレゼンできる。	◎		○		
	(9) 販売実習①	仕入・販売の計画を立て、実践できる。		◎	◎		
	(10) 販売実習②	矢島産業文化祭・矢島雑巡りボランティアで販売実習を成功させる。	◎		○		
(11) まとめ	1年間の総括レポートを作成し、これからの地域社会を担う立場として自覚をもつ。	◎		○			

② 意義-2を達成させる仮説-②

【仮説-②】 ～本校のような普通科高校で行う商業教育の意義-2を達成するために～

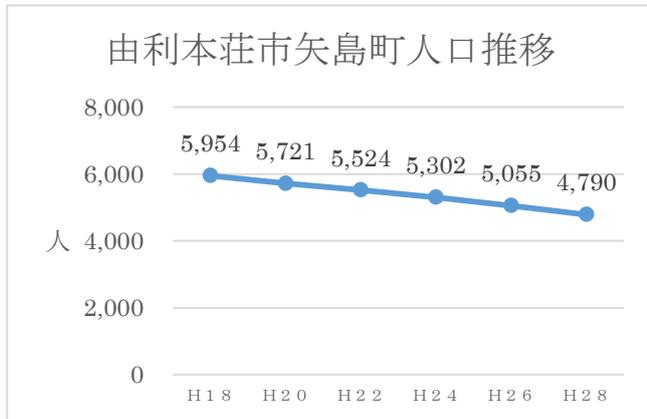
地域教材を取り入れ、地域社会に貢献できる取組をアクティブラーニング型の授業で実践する。このことで、将来地域社会の担い手となって貢献しようとする態度が生まれ、矢島高校生としての帰属意識が高まり、自信につながるとともに、実社会で通用する自己表現力・コミュニケーション能力は向上する。

(2) 研究テーマ設定の経緯

『やしまブランディングプロジェクト (以下、YBP)』
～矢島町のブランド価値を高め、地域経済の活性化を図る～

本校がある矢島町は、鳥海山を始めとする壮大な自然と、城下町の歴史を感じられる風情ある町並みに特徴がある。由利本荘市で唯一の国指定文化財土田家住宅や 400 年の歴史がある八朔祭り、鳥海山登山を目的とした観光客が多いことも特徴だが、年間を通じた誘客には結びついていない。また、年々人口は減少し、少子高齢化が加速して

いる。そこで矢島町を活性化させ、本校が地域社会に貢献できる取組を模索した結果（後述①から③）、矢島町がもつ観光資源を活用して、矢島町に継続的に観光客を誘客できるビジネスが必要であると考えた。



なお、YBPの取組は本校学校設定科目「地域学」と連携しながら進められている。

①SWOT分析

最初に矢島町の現状を把握し、強みや機会を分析するためにSWOT分析を行った。



内部

Strength (強み)

鳥海山、歴史深い、おばこ号がある、酒、自然が豊か、有形文化財が多い、特産物が多い、地域のつながりが強い、高齢者が多い（知恵が豊富）

Weakness (弱み)

買い物が不便、暑いし寒い、人口が少ない、子供が少ない、遊ぶところが少ない、若い人が少ない

外部

Opportunity (機会)

雑巡りやおばこ号目的の来客が多い、雪が多い、八朔祭りの来客が多い、花立高原を目的とした来客が多い

Threat (脅威)

矢島町が遠い、イベント期間が短い、高齢化、雪が多い、若者が少ない、おばこ号の運賃が高い、おばこ号が1時間に1本しか走らない

回避するために

子育て支援、住みやすい環境作り
移住用住宅を建築、空き家活用
雇用場所を増やす
高齢者と関わる行事を増やす
ゆるキャラを作る

伸ばすために

イベント用の冊子作り、登山体験
SNSの活用、矢島の歴史を伝える
雪を活用、観光客限定品土産開発
自然を生かしたイベント
文化財活用

②マインドマップ

次に、SWOT分析から伸ばす方策・回避する方策を具体化させるためマインドマップを作成した。グループによる活動だったが、発想が連鎖する過程で矢島町の特産品（ジャージー牛製品、清酒）や矢島町にある歴史的に価値ある建造物（土田家住宅・大井家住宅・佐藤家住宅など）をどのグループもあげていたことが特徴的であった。



③仮説と具体的な目標設定

SWOT分析・マインドマップ作成から、次のように矢島町を活性化させる仮説を設定し、具体的な目標を5W3Hの要素を使って設定した。

【仮説】

矢島町の特産品を活用して、矢島町にある歴史的に価値のある建造物をPRし、矢島町の知名度を上げることで、年間を通じた観光客の誘客に結びつき、矢島町の活性化に貢献できる。

【具体的な目標】

- ①特産品を用いた商品、ラベル、ストアバックの提案・開発(What/Howmany/Howmuch)
- ②商業の基本原則「より良い商品を最も売れる場所で提供する」を実現する販売経路の考察・実践(Where/How)
- ③本校文化祭・地域産業祭・矢島冬祭り、矢島雛巡りでの販売実習(When/Where)
- ④メディアを活用した広告戦略の考察・実践(When/Howmany)
- ⑤これらの活動を具体化させ矢島町のブランド価値を向上させる。(Why)

(3) マーケティングミックス 4P

次に、マーケティングミックス 4Pに照らし合わせ、4Pの各要素を担当する生徒を決定した。生徒は自分が担当する各要素について具体的な案を出すことになる。

各要素	決定事項
Product (製品) デザイン ネーミング ラベル	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO法人「鳥海高原矢島まるごとブランド作り協議会」との連携 ・矢島町の歴史的な建造物にちなんだお菓子の製作
Place (流通) 販売場所 販売機会	<ul style="list-style-type: none"> ・矢島町のイベントと関東圏での販売 ・NPO法人「鳥海高原矢島まるごとブランド作り協議会」との連携 ・「やさい王国」と常時販売交渉
Price (価格) コスト+マージン 値頃感	<ul style="list-style-type: none"> ・製造協力業者との連携
Promotion (販売促進) ちらし・ポスター キャラクター マスコミ	<ul style="list-style-type: none"> ・矢島高校生が携わっていることが一目でわかるキャラクター考案 ・秋田魁新報への掲載

(4) NPO法人「鳥海高原矢島まるごとブランド作り協議会」との連携

マーケティングミックス4Pの各要素をもとに、いよいよ矢島町のブランディングに向けて本格的な取組をスタートさせた。

最初に取り組んだことは、NPO法人「鳥海高原矢島まるごとブランドづくり協議会（以下、協議会）」と連携体制を構築することであった。この協議会は、「秋田県由利本荘市矢島町の地域発進力を高め、地産都消活動を推進し、矢島地域の食・農・観光の地域資源を活用した6次産業化事業を構築し、持続的な地域活性化と地域経済の自立化を図る（協議会規約より一部抜粋）」ことを目的とし、平成25年度に発足した。矢島町農林水産物直売組合やNPO法人あきた菜の花ネットワークなど10以上の団体によって構成されており、矢島町を活性化させたいという共通理念があることから、YBPの構想を練り始めていた頃から連携したいと考えていた。

協議会プロジェクトリーダーである佐藤晃一様にお会いし、私たちの趣旨を伝えたところ、快く連携することに応じていただいた。

(5) 鳥海高原産とうもろこしの活用

ユースパーク開発カップアイスのラベルデザイン

協議会では、事業の一つとして矢島町桃野地域で鳥海高原産とうもろこしの試験栽培を行っている。また、このとうもろこしを活用して、協議会のメンバーである鳥海高原ユースパークではとうもろこしアイスを開発した。協議会との連携を進める中で、本校にはカップアイスのフタと帯のデザインを依頼していただいた。生徒が考えたデザインは、本校卒業生のイラストレーターに仕上げを依頼し、アウトソーシングの要素も取り入れることができた。



カップのフタ

(KIMIはとうもろこしの意味)



カップの帯



H19年度本校卒業生
株式会社 d a k
黒木華絵氏



完成品



秋田魁新聞掲載

(6) 商品開発

次に、鳥海高原産とうもろこしを活用した商品開発に取り組んだ。生徒のアイデアから、開発する商品はスイーツ 3 種類に決まり、製造は地元の洋菓子店「風月堂」に依頼した。また、商品の原材料は可能な限り、矢島町の特産品を活用することにした。その一つが花立高原ミルジーのジャージー牛乳である。同牧場には毎年県内外から多くの観光客が訪れており、知名度は抜群である。商品にもこの要素を取り入れることで、ブランディングの効果を高められると考えた。(以下は開発商品、上段から商品名・主な原料と特徴)

①	<p>ぎゅ〜っと、モウ〜っと、ふわっ粉ロール (ロールケーキ) @¥150</p> <p>秋田県産あきたこまち米粉とジャージー牛乳を使用。濃厚なジャージー牛乳のカスタードクリームが最大の特徴。イチゴジャムも入っていて、ほどよい酸味が広がる。</p>
②	<p>家 紋 やしま COMEON (マカロン) @¥130</p> <p>とうもろこし粉とジャージー牛乳バターを使用。矢島町の歴史的価値をPRする商品。商品には、歴史的価値のある住宅の位置や紹介文、家紋が掲載された観光マップが同封される。商品を通じて歴史的価値に着目させ、観光客を呼び込みたいという願いが込められている。</p>
③	<p>キミルクシュー (シュークリーム) @¥130</p> <p>とうもろこし粉とジャージー牛乳を使用。しっとりした生地と濃厚なカスタードクリームが最大の特徴。「きみ」は秋田弁でとうもろこしの意味。</p>

(7) ラベルシール制作

次図は、商品パッケージに貼るラベルシールである。私たちがブランディングに取り組んでいることが一目でわかるように、矢島町の特産を一枚の絵に盛り込むことにした。これもアウトソーシ

ングの要素を取り入れ、生徒がデザインした後、本校卒業生のイラストレーターに仕上げを依頼した。

制作したラベルシールは、矢島町を象徴する「鳥海山」「歴史的に価値のある住宅(土田家住宅がモデル)」「鳥海高原産とうもろこし」が描かれている。YBPはやしまブランディングプロジェクトの略表記。



(8) マカロンに同封するちらし

IV (6) ②でも触れたが、マカロンにはブランディングの要素が強く含まれている。購入者には矢島町を歴史的に価値ある町としてPRするための観光マップが手渡される。しかし、県外にも販路を広げ、矢島町をPRするためには、改良すべき点が多々あるため、今後の課題としたい。



(9) 取材

こうした取組が、平成27年10月30日(金)の秋田魁新聞に掲載された。また、ラジオ番組でも取り上げられ、販売実習で訪れたお客様の中には、新聞やラジオで本校の取組を知り、購入したいと思って訪れたお客様もいて、絶大な広告効果があったと感じている。



三回の販売実習での合計

商品	販売個数	売上高(円)
ロールケーキ	420	63,000
マカロン	337	43,810
シュークリーム	250	32,500
合計		139,310



(10) 販売実習

これまでの販売実績は以下の通りである。

矢島高校文化祭(1日間)

商品	販売個数	売上高(円)
ロールケーキ	50	7,500
マカロン	30	3,900

矢島産業文化祭(2日間)

商品	販売個数	売上高(円)
ロールケーキ	250	37,500
マカロン	170	22,100
シュークリーム	250	32,500

矢島雑巡り(1日間)

商品	販売個数	売上高(円)
ロールケーキ	120	18,000
マカロン	137	17,810

(11) YBPの活動を通じて

ブランディングをテーマとした授業展開をしてきた背景には、平成26年度の県商研県外視察で都立葛飾商業高校を訪れ、同校の会津先生(現都立芝商業高校)より、様々なアイディアをいただいたことにある。会津先生は「とにかくやってみる」「失敗から学ぶ」「リスクが大きいほど学びが大きい」と繰り返しお話されていて、私もこの言葉に重きをおきながら授業を進めることができた。

YBPで今年度取り組み始めていることは、関東地区にある商業高校との連携である。商業の基本原則である「より良い商品を最も売れる場所で提供する」を実現させ、矢島町のブランド価値を高めていけるよう、今後も生徒とともに研究を続けていきたい。

(12) 由利本荘市雇用創造協議会との連携

秋田魁新聞に掲載されたことを契機に、外部から様々な依頼をいただけるようになった。その一つが由利本荘市雇用創造協議会（以下、協議会）からの依頼であった。

①研究テーマ設定の経緯

『「真田ゆかりの地」由利本荘市を活性化させるために』

2016年1月からNHK大河ドラマ『真田丸』が放映されている。主人公である真田幸村の五女、直（なお、後の名は「お田の方」）は、幕末まで出羽の国亀田（現由利本荘市岩城町亀田）を治めていた岩城宣隆に嫁いでいる。後に宣隆との間には、長男であり名君と言われた亀田藩三代藩主重隆を残している。直は、宣隆を献身的に支える良き妻として、また、重隆を育てる教育熱心な母として、正に良妻賢母といえる女性であった。

そのため、由利本荘市は「真田ゆかりの地」として、『真田丸』の放映開始後ひそかな脚光を浴びている。由利本荘市役所の方によると、『真田丸』の放映後、岩城町を始めとする由利本荘市に訪れる観光客は例年に比べて約3割の増加だという。

こうした状況を受けて協議会では、新たな雇用創出や市の活性化をねらい、観光客向けに地場産品を活用した商品を開発した。一つは、亀田地区に古くから伝わる、地獄うどん（釜茹でしたうどんに梅汁をかけたもの）から発想されたホイルケーキ、そしてもう一つは、由利本荘市の特産物を詰めたセット商品である。これに伴い、協議会から本校地域創造コースビジネス系に、商品名や商品のラベルデザインの考案が依頼された。

②キャッチフレーズ・キャッチコピー考案

「真田ゆかりの地」を目的として由利本荘市を訪れた多くの観光客に、由利本荘市の魅力をPRするためには、ラベルデザインの他、キャッチフ

レーズ・キャッチコピーが不可欠であると思い、生徒とともに考案を進めた。また、これらが決まることで、ラベルデザインも考えやすくなると考えた。考える際には、企業や自治体で採用されているキャッチフレーズ・キャッチコピーを研究することから始め、読んだ人の心に「インパクトを与える言葉や文章」「由利本荘市を想像してもらえ言葉や文章」にすることを、我々の考案するキャッチフレーズ・キャッチコピーの条件とした。

③出された全てのアイデアを活用する

セット商品のキャッチフレーズである「しっかげ、いいところ」「より、HOT（ほんって おもっしえ ところだよ）」や、新商品のキャッチコピーである「歴史を越えて お田の方」は、生徒から出された様々なアイデアを組み合わせ、決定に至った。

何かしらのアイデアを募る際、生徒は毎回様々な意見を出してくれる。当然といえば当然であるが、発想力の豊かな生徒もいれば、自信の無いまま、アイデアを出すように言われたからしぶしぶ出す生徒も少なくない。授業の目的は、商品を開発したりラベルデザイン等を考案したりすることではなく、これらはあくまでも真の目的を達成する手段であると捉えている。真の目的とは、こうした手段を通じて生徒の積極性や自己表現力等を向上させることにあるため、授業に向けるモチベーションを高め、意見が採用された喜びを体得させるためにも、生徒のアイデアはどのような形であれ、全て取り入れようと努めている。しぶしぶであっても自分の考えたアイデアが、何かしらの形で採用され、実際に商品の一部となって市場に出ていく経験は生徒にとってその後の自信につながると確信している。

例えば「より、HOT（ほんって おもっしえ ところだよ）」は、多くの生徒から出た次のアイデアをまとめたものとなっている。

・“ゆりほんじょうし” にかけて。「より本物の

時を過ごせ荘」はどうだろうか。

- ・由利を“寄り（より）”や“ゆり（より）”の読み仮名で使ってみよう。
- ・本荘の始まりをHにして、Hから何か考えられないだろうか。
- ・由利本荘市は人や風土が温かい町、訪れてホッとする町、HOTとHをかけられるのではないか。
- ・最近、方言を使ったキャッチフレーズが流行っているから採用できるのではないか。
- ・芸能人が話す語録が流行っていることから、HOTと方言をかけてみよう。

この他にも、たくさんの意見を吸い上げ、個々の生徒の何かしらの発想が活用されるように努めた。意見を採用できないことと、意見を否定することは別の話であり、ブレインストーミングの概念にも触れ、話し合いを肯定的に進めることの大切さを実感させ、採用されることの喜びを経験させることで、前述した自信やモチベーションの向上につながっていると感じている。また、職場でのモチベーションの話にも触れ、将来生徒が職場でリーダーとなった際、周囲の意見を尊重することの大切さも伝えられたと感じている。

④ラベルデザイン考案

ア 由利本荘市特産物セット商品

この商品は、「真田ゆかりの地」を目的として訪れた観光客に、広く由利本荘市の魅力をPRするためにセット商品化されたものである。そのため、「真田ゆかりの地」だけをPRするのではなく、手に取ったお客様に由利本荘市の魅力が伝わるようにデザイン化する必要がある。また、真田家の家紋は六文銭であり、協議会からはこの六文銭を基調とすることをお願いされていた。セット商品のラベルデザイン考案は、前述したキャッチフレーズの他に、この2点をベースにしたがらのスタートであった。

由利本荘市は 2005 年に旧本荘市と 7 町が合併

して誕生した。私たちは現由利本荘市を構成する旧本荘市と 7 町の特産物を六文銭の中に詰め込むことで、真田ゆかりの地である由利本荘市の魅力を多くの観光客にPRしたいと考えた。また、キャッチフレーズである「より、HOT（ほんっとおもっしえ ところだよ）」から連想される温かみのあるやわらかいデザインにすることや、六文銭の背景に、由利本荘市を代表する鳥海山、由利本荘市の市標をデザインすることを決め、図案化した。

生徒が図案化したものを本物に仕上げるため、本校の卒業生の黒木氏に制作を依頼した。アウトソーシングの概念に触れながら、卒業生も含め、本校オリジナルデザインとして仕上げたかった経緯もある。



イ ぎゅっとまるごと由利本荘梅のホイル焼き ～お田にとりこ～

これは前述したアとは異なり、由利本荘市が「真田ゆかりの地」であることを強くPRする商品である。そのため商品名を含むラベルデザインは、岩城亀田地区を全面にPRする必要がある。これを前提としながら、生徒から出されたアイデアの数々を随所に取り入れるようにした。生徒から出されたアイデアの一部であるが、

- ・由利本荘市から連想できる色をちりばめよう。
- ・天鷲城（亀田城）を描こう。
- ・「みちのく真田ゆかりの地観光振興協議会」がデザインしたイラストとの差別化を図ろう。
- ・梅の木を描こう。

- ・六文銭を描こう。
- ・お田の方の代名詞である薙刀を描こう。

こうした一つ一つのアイデアを採用しながら、次ようなデザインが完成した。また、ここでも黒木氏に仕上げを依頼し、本校オリジナルデザインとして仕上げる事ができた。



⑤由利本荘市雇用創造協議会と担当企業へのプレゼン活動

商品名を含むラベルデザインが完成し、生徒はラベルデザインのコンセプト等をまとめた「御提案書」を作成した。また、立候補により代表生徒2名を決め、協議会の金子様と(有)高山製麺代表取締役高山様に向けて、プレゼンをさせていただき機会を設けていただいた。

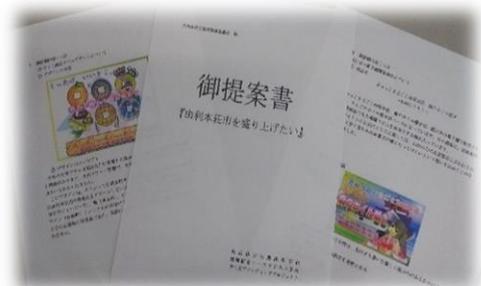
プレゼンといっても、ソフトウェアを活用した大々的なものにはせず、生徒自らが作成した御提案書をもとに説明を行い、質問に答えるという形にした。前にも触れたが、ソフトウェアを活用すれば、スライドに頼ったプレゼンになってしまいがちになり、授業の取組を通じて本来高めたい力(自己表現力等)が薄れてしまうと考えている。代表生徒2名のうち、1名は御提案書をもとに説明する係、もう1名は質問に対して前者が答えに詰まったような時や説明不足と判断した際に援護する係として役割分担した。

御来校頂いた2名の方からは実に鋭い質問が多く寄せられ、実際の社会で活躍される方々の視野の広い見解に触れる事ができた。また、高山様からは、「将来の職場で自分の仕事を上司に説明す

る場面や外部の企業と打ち合わせ等をする場面で生きる活動である」とお褒めのお言葉も頂戴することができた。

プレゼンを終え、商品名、キャッチフレーズ・キャッチコピー、ラベルデザインは、その全てを採用していただき、2016年5月3日より道の駅岩城と天鷲村で商品の一部となり、販売されることが決定した。

⑥由利本荘市雇用創造協議会との連携を終えて
今回協議会より依頼をいただき、一連の活動を行ってきたが、最終段階のプレゼンまでを終え、生徒は達成感に満ちた表情をしていた。また、実際にラベルデザインが貼られた商品を目にして、目を輝かせながら、自分たちが考案したものが市場に出ることが信じられない様子も見受けられた。



由利本荘市雇用創造協議会 金子様(左)と(有)高山製麺代表取締役 高山様(右)へのプレゼン活動

⑦YBPで御協力いただいた皆様

「ビジネスは人と人とを結びつける活動である」と言われている。今年度、矢島町のブランディングをテーマとした授業を展開する過程で、たくさんの方々とのつながりをもたせていただくことができた。生徒にも、自分たちのビジネス活動が多くの人々との結び付きの中で展開され、新たなビジネスが創造されていることを実例として示し、ビジネス活動の意義を実感させている。

所 属	氏 名
NPO法人あきた菜の花ネットワーク	嵯峨佳苗 様
NPO法人あきた菜の花ネットワーク	佐藤晃一 様
NPO法人あきた菜の花ネットワーク	鈴木秀雄 様
NPO法人秋田の民話で親子と障害者とローカル沿線を元気にする会	長坂博行 様
秋田魁新報社本荘支局	藤原 剣 様
大井家住宅	大井せつ子 様
株式会社 d a k	黒木華絵 様
株式会社 d a k	三浦亮介 様
武田家住宅の皆様	
千葉商科大学	近藤真唯 様
鳥海高原矢島まるごとブランドづくり協議会の皆様	
鳥海高原ユースパーク	土田 元 様
鳥海高原ユースパーク	土田とし子 様
土田家住宅	土田喜一郎 様
土田牧場	土田雄一 様
都立芝商業高校	会津拓也 様
風月堂の皆様	
矢島教育学習課	植村俊一 様
矢島総合支所	小松 正 様
矢島総合支所	佐々木 茜 様
有限会社高山製麺	高山康樹 様
有限会社北斗種苗園	柳澤 泉 様
由利本荘市雇用創造協議会	金子理咲 様
由利本荘市雇用創造協議会	佐藤伴夫 様

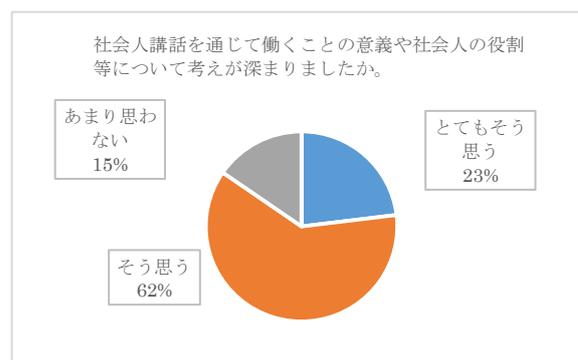
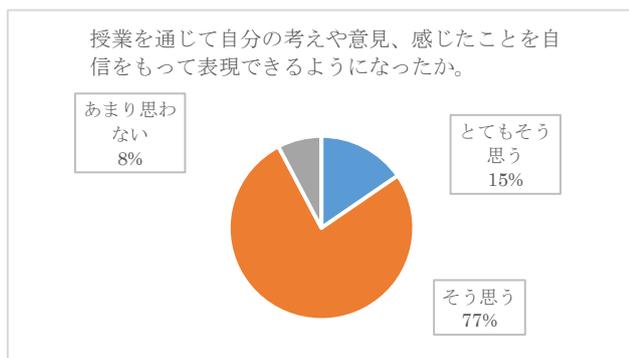
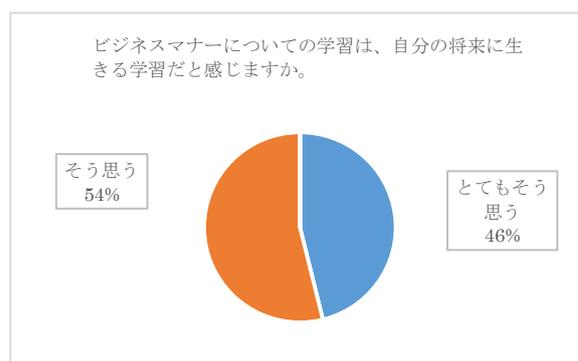
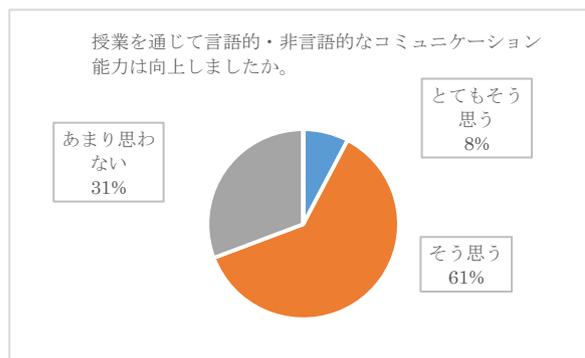
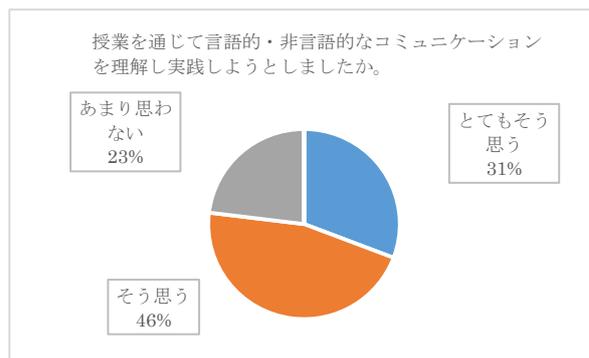
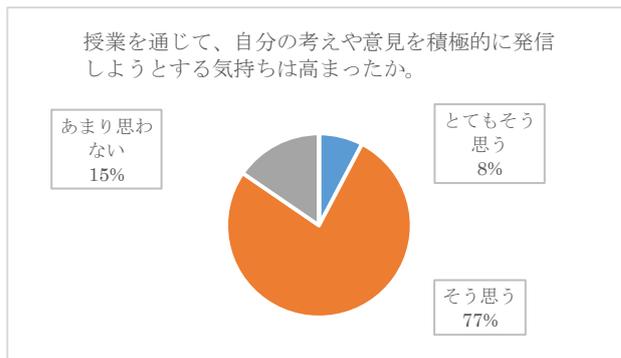
V 検証とまとめ

本校で行う商業教育の意義を考え、これを実践してきたが、これまでの「課題研究」の取組について生徒にアンケートを実施した。どの質問に対しても肯定的に捉えている生徒が多いことから、自己表現力・コミュニケーション能力は向上し、社会人となるにあたっての心構えや地域社会の担い手としての態度も育成できたと感じている。社会人講話や商品開発等は、これら事態が目的ではなく、目標を達成する上での手段と捉えている。アンケート結果から、達成したい目標を概ね達成できたと感じている。しかし、課題もある。VI追記でも触れるが、商業に関する確かな知識・技能を生徒に身につけさせる観点から、カリキュラムを検討・充実させていきたい。

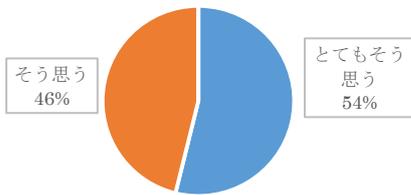
本校は普通科高校であり、このような授業を展開することには、単位数の面で難しさを感じていた。しかし、いざ実践してみて、自己表現力の向上や商品開発の実績等は生徒にとって大きな自信につながり、これらは、やらなければ何も生まれなかったことだと感じている。

また、本校のような地域に根ざした普通科高校で商業科目が残り続けていることは大変意義深いことであり、そのためにも授業のテーマが地域性から逸れないように心がけている。今後も教科「商業」の特性を生かし、目の前にいる生徒にとって必要な力が確実に身につくよう授業展開をしていきたい。

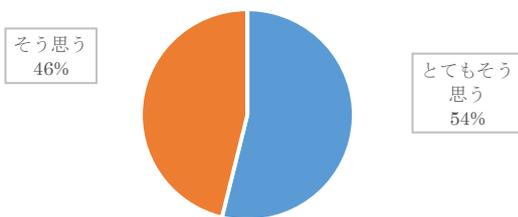
最後に、今回の発表が今後普通科高校で行う特色ある商業教育を推進する足掛かりとなることを願いながら、まとめとしたい。



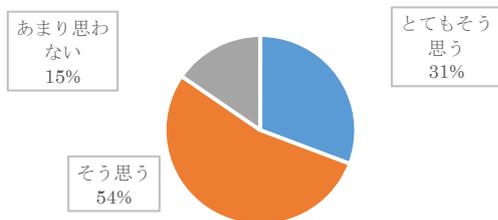
社会人講話は自分の進路活動に役立つ活動だと感じますか。



YBPを通じて地域社会に貢献できたと感じますか。



YBPを通じて、将来地域社会で自分が果たす役割について考えが深まりましたか。



※今年度の3年地域創造コースビジネス系13名にアンケートを実施。質問紙を用いた4段階評定法による。なお、最低段階の評定項目「全く思わない」に回答した生徒はどの質問でも0名であった。そのため、この項目と他の0回答の項目はグラフには載せていない。

VI 追記

現在、課題研究（2単位）の中でマーケティングに関する知識分野を扱っている。今回発表した内容は平成25・26年度入学生の取組であり、十分知識分野を扱っているわけではない。そのため、マーケティングに関する知識を十分に扱い、実践

的な内容をさらに充実させるため、今年度入学生からのカリキュラムでは3年次にマーケティング2単位を設定し、課題研究は2単位増の4単位とした。

平成28年度入学生教育課程表

秋田県立矢島高等学校		全日制課程		普通科				2年次より2コース・4系統に分かれます								
教 科	科 目	標 準 単 位 数	1 年	2 年				3 年				履 修 単 位 数				
			共 通	文 理		地 域 創 造		文 理		地 域 創 造		文	理	ビ ジ	福	
				文 系	理 系	ビ ジ ネ ス 系	福 祉 系	文 系	理 系	ビ ジ ネ ス 系	福 祉 系					
国 語	国 語 総 合	4	4										4	4	4	4
	国 語 表 現	3													2	2
	現 代 文	B 4		3	3	2	2	3	3	2	2		6	6	4	4
	古 典	B 4		3	3			3	2				6	5		
地 理 歴 史	世 界 史 A	2				2	2		2					2	2	2
	世 界 史 B	4		2				2					4			
	日 本 史 A	2								②	②			②	②	
	日 本 史 B	4								②	②		⑥			
	地 理 A	2		③				③		②	②			3	②	②
地 理 B	4		③	3			③		②	②		⑥				
公 民	現 代 社 会	2	2										2	2	2	2
	政 治 ・ 経 済	2						3					3			
数 学	数 学 I	3	3										3	3	3	3
	数 学 II	4		4	4	2	2	2			3	3	6	4	5	5
	数 学 III	5								⑤				⑤		
	数 学 A	2	2										2	2	2	2
	数 学 B	2		2	2			2					4	2		
数 学 特 講	設定科目									⑤			⑤			
理 科	科 学 と 人 間 生 活	2	2										2	2	2	2
	物 理 基 礎	2			②								②			
	物 理	4								④			④			
	化 学 基 礎	2		2	2	2	2			④			2	2	2	2
	化 学	4								4			4			
	生 物 基 礎	2			②			2			2	2	2	②	2	2
生 物	4								④			④				
保 健 体 育	体 育	7~8	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	7	7
	保 健	2	1	1	1	1	1						2	2	2	2
芸 術	音 楽 I	2		②									②	②	②	②
	音 楽 II	2													②	②
	音 楽 課 題 研 究	設定科目					②								②	②
	美 術 I	2		②									②	②	②	②
	美 術 II	2													②	②
美 術 課 題 研 究	設定科目									②				②	②	
家 庭 情 報	コ ン ュ ー シ ョ ン 英 語 I	3	5										5	5	5	5
	コ ン ュ ー シ ョ ン 英 語 II	4		4	4	3	3			3	3		4	4	6	6
	コ ン ュ ー シ ョ ン 英 語 III	4						4	4				4	4		
	英 語 表 現 I	2		2	2			2	2				4	4		
家 庭 情 報	家 庭 基 礎	2	2									2	2	2	2	
家 庭 情 報	社 会 と 情 報	2	2									2	2	2	2	
学 校 設 定 教 科	地 域 学	設定科目	0	0	0	2	2	0	0	1	1	0	0	3	3	
商 業	ビ ジ ネ ス 基 礎	2~6				2									2	
	課 題 研 究	2~4									4			4		
	マ ー ケ テ ィ ン グ	2~4									2			2		
	簿 記	2~8				3								3		
	情 報 処 理	2~8				4								4		
ビ ジ ネ ス 情 報	2~6								4				4			
家 庭 福 祉	生 活 と 福 祉	4~6					4								4	
	フ ー ド デ ザ イン	2~6										4			6	
福 祉	社 会 福 祉 基 礎	2~6											2		5	
	介 護 福 祉 基 礎	2~6										4			4	
各 教 科 ・ 科 目 単 位 数 計			28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	84	
総 合 的 な 学 習 の 時 間	3		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3		
特 別 活 動	ホ ー ム ル ー ム 活 動	3~6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3			
合 計			30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	90			