

- 1 学 年 第☆学年
- 2 教 材 「マーケティング」及びオリジナルプリント
- 3 単 元 名 第1章 現代市場とマーケティング
第2節 マーケティングの概要
- 4 単 元 目 標 (1) ビジネスにおけるマーケティングの概要及び発展について理解させる。
(2) マーケティングの内容及び手順をとおして、適切にマーケティング活動を行う能力と態度を育てる。
- 5 単元指導計画 (1) マーケティングの発展・・・・・・・・・・ 1時間
(2) マーケティングの内容及び手順・・・・・・・・ 2時間
(3) ケースメソッド学習・・・・・・・・・・ 1時間（本時）

6 単元の評価計画（評価規準）

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
マーケティングの意義や役割、一連の流れについて関心をもち、その内容や実践的方法について探究しようとしている。	マーケティングの具体的内容や実践的方法について思考を深め、基礎的・基本的な知識と技術を基に適切に判断し、導き出した考えを表現している。	マーケティングの意義や役割、一連の流れに関する資料を収集し、得られた情報のもつ意味を読み取り、適切に整理している。	マーケティングの意義や役割、一連の流れに関する基礎的・基本的な知識を身に付けることにより、その内容や実践的方法などについて理解している。

- 7 本時の目標 (1) ケースメソッドによる能動的学習を通してマーケティングに関する思考・判断・表現力を身に付けさせる。
(2) チーム単位による協議により、自らの意見をしっかりと表現し相手に伝える学習過程の中で、生徒の言語活動の充実を図る。
(3) 以上の諸点により、マーケティングの意義や考え方について、内発的理解を深めさせる。

8 本時の学習展開

段階 (配当時間)	学習内容 学習活動	学習活動の支援・指導上の留意点 観 点 別 評 価
導入 (5分)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 挨拶及び出欠確認 ○ 前時の復習 ○ 本時の学習目標及び学習計画の確認 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 挨拶をお互いにしっかりと交わし、不適切な態度の生徒がいたら正す。 ○ 前時は、マーケティングの内容及び手順について学習したことを確認する。 その際、これまでの学習内容の大まかな理解度を生徒の挙手により把握しておく。 ○ 本時は、これまで学習してきたマーケティングに関する理解を深めるため、チーム単位でケースメソッドにより協議を行い、発表する学習に取り組むことを告げる。 なお、チームは6つ編成済みであり、座席配置も済んでいる。

段階 (配当時間)	学習内容 学習活動	学習活動の支援・指導上の留意点 観 点 別 評 価
展開 (40分)	<p>3 ○プリント及び透明シート配付</p> <p>課題提示 各チームで、ケース（個人経営のパン屋）を黙読し、解決法を探り、協議の成果を発表する。</p> <p>5 ○ チーム学習 1 ケース把握 各自でケース（別紙プリント内）を熟読する。</p> <p>8 2 協議 課題とその解決法についてチーム内で協議する。</p> <p>5 3 整理 各チームで、協議成果を整理し、模造紙1枚の中に効率よくまとめる。</p> <p>15 4 発表 透明シートを黒板に貼付し、ケースに対する自チームの策を発表する。</p> <p>4 ○ 講評 担当教諭の講評を聞きながら、自らの学習活動を振り返る。</p>	<p>○ 透明シートは、黒板のサイズを6分割したサイズとし、すべて揃うと黒板の大部分を透明シートが覆うようにしておく。</p> <p>○ 課題を確認し、制限時間内に一定のかたちにとりまとめ上げていくよう指示をする。その際、形式にとらわれない自由な発想で、問題解決法を思考する旨を言及する。</p> <p>○ 「ケーススタディ」とならないよう、解決に向けたヒントや解説は一切しないようにする。【思考・判断・表現】</p> <p>○ 教室内を巡回しながら各チームの作成状況を把握し、生徒の能動的な学習態度を評価する。【関心・意欲・態度】</p> <p>○ まとめる際は、ビジュアル表現を意識するよう促す。【技能】</p> <p>○ ストップウォッチで計測して、制限時間をしっかり遵守させるとともに、傾聴する姿勢に問題がある生徒は注意し、正す。</p> <p>○ 透明シート全体を俯瞰して、策の関連付けを図りながら、講評を行う。その際に今後のマーケティングに関する個別具体的学習につながるよう意識する。</p>
まとめ (5分)	<p>○ 学習目標の到達度確認</p> <p>○ 次の予告</p> <p>○ 挨拶</p>	<p>○ 本時の学習により、マーケティングの意義や重要性について生徒が理解を深めることができたかどうかを確認するために、シートを記入させる。 【知識・理解】</p> <p>○ 次の時間は、市場調査について学習することを予告する。</p> <p>○ 適切な態度で挨拶ができたかどうか確認する。</p>

第1章 現代市場とマーケティング 第2節 マーケティングの概要

自分の街のパン屋さんを救えっ！

_____年 _____組 _____番 氏名 _____

1 次のケースを熟読しよう（3分）。※ケース内容は西川オリジナルです。

千葉市中央区の「アクティブ・ベーカリー」は、創業50年を迎えたパン屋である。『地域の皆様に愛される店づくり』を経営理念とし、これまでに地域一番店としてパンを販売してきた。頑固一徹で職人氣質の店主（45）は2代目。30歳で創業者の父から店を引き継ぐまでは、東京都内の一流ホテルで修業を重ね、その腕前は誰もが認めるものであった。

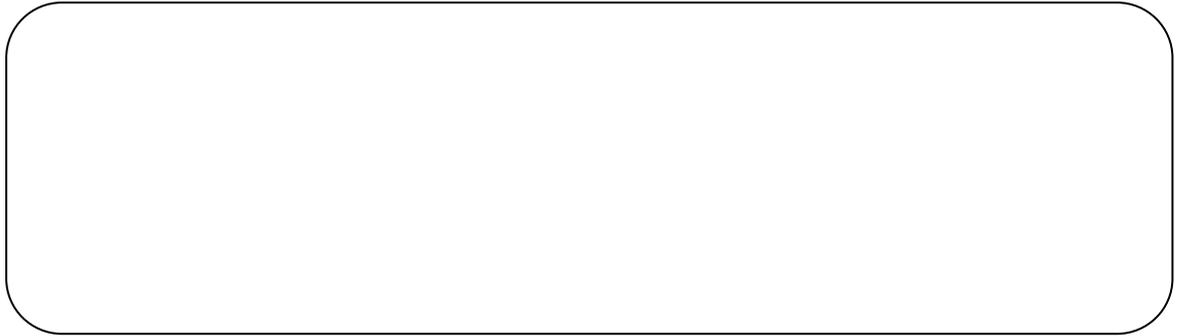
店の主力商品は沖縄の黒糖をふんだんに使用した「黒糖クロワッサン」。大きな窯で焼きあげるバケットも定番商品だが、最近では地域住民の高齢化により固い食感が敬遠されてか、売上は前年比10%減と衰退傾向である。パンの総品数は10種で、店を引き継いで以来若干の入れ替えはあるが、それぞれにこだわりと自信をもっているため、大幅な変更はしていない。店舗面積は40㎡。パン以外の商品は販売しておらず、飲食スペースは用意していない。

経営形態は個人経営。パート2名、高校生アルバイト3名を販売補助要員として雇っている。そのほかに、ホテル時代の後輩の紹介で、調理専門学校を卒業した腕の良い若者を見習いとして雇い、2人でパンを焼いている。

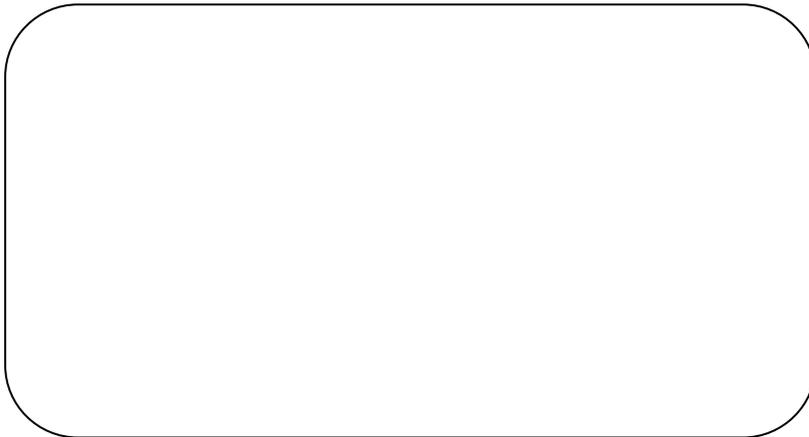
今のところ営業利益は何とか出ているが、3年前に道路を挟んだ向かいにコンビニエンスストアが出店したのが原因で、売上は年を追うごとに減少している。大きな宣伝を打つ余裕はなく、同級生の妻が趣味を兼ねて運営しているブログで割引セールのお知らせをする程度である。さらには来月には最寄駅の中にフランスパンのチェーン店が初出店し、加えて3か月後には200m先の交差点で、大手喫茶店の進出が決まっている。

店舗は高級住宅街を貫く車道沿いに位置するが、車の交通量はさほど多くない。JR千葉駅徒歩5分と、立地条件はよい。駐車場は店前に3台分確保してある。商圈として定める範囲の隣は文教地区となっており、高校や大学が3校存在する。

2 ケースを熟読しながら、自分の考えを書き出してみよう（2分）。



3 各チームでパン屋の利益増加策を考案しよう（8分）。



この間がチーム学習となります。

4 協議した結果を模造紙にまとめよう（5分）。

5 まとめた結果を発表しよう（1チーム2分！）。

6 本時の学習により、マーケティングの意義や重要性についての理解を深めることができましたか。

ア とてもそう思う イ そう思う ウ そう思わない エ まったく思わない

7 その他本時の授業について意見があれば記入してください。

