



ビジパンのプレゼンテーション



Canvaで制作した販売用ポスター

活用場面

一斉学習

教師による教材の提示

個別学習

調査活動

思考を深める学習

表現・制作

協働学習

発表や話し合い

協働での意見整理

協働制作

学校の壁を越えた学習

活用した機器等

Chromebook
プロジェクター
iPad (携帯端末等含む)
WindowsPC

活用したアプリ等

Google Classroom
Google ドキュメント
Google Forms
Google スライド
Canva
CapCut
iMovie
FigJam



学習のねらい

2年ビジネス系列と3年ビジネス系列の生徒が、文化祭で販売する自校の名物「ビジパン」の商品企画から販売を通して、マーケティングの基本的な流れや商品のプロモーションについて理解する。

学習の流れ

導入
2年生は、小売店についての学習を行い、どのような小売店が人気でまた来たい店舗かを自分たちで考え、発表する。3年生は、S（セグメント）、T（ターゲット）、P（ポジショニング）を学び、どのような商品を考えれば、売り上げが最大化できるかを考える。

展開
2年生、3年生それぞれに、自分たちが考える、文化祭で売れるパンの企画プレゼンテーションをクラスメイトに対して行う。そして、相互評価を行い評価の高い企画を考えた班が、近隣のパン屋に、直接商品の開発の依頼を行うとともに、仕入れ原価や仕入れ数の調整を行う。

まとめ
2年生から1商品、3年生から1商品の企画パンを文化祭で販売する。授業内で作成した販売促進用のチラシを店舗の装飾として利用する。前日に体育館にて、「1分間CM」を放映する。別バージョンの1分30秒版は、「学校公式Instagram」にて配信する。

ここでICTを活用！

①ターゲティング

Chromebookでデータ調査を行った。

②商品イメージ

Canvaで商品イメージを作成した。

③原材料調査

Chromebookのブラウザ検索で、調査活動を行った。

④商品企画プレゼン

Googleスライドでプレゼンテーション資料を作成した。

⑤小売店の課題調査

FigJamで調査項目を検討及び調査結果を共有した。
GoogleドキュメントやGoogleスライドで調査結果をまとめた。

⑥ポスター制作と評価

Canvaで商品のポスターを制作した。
Google Formsでプレゼンテーション及びポスターを相互評価した。

⑦パン屋さんへの依頼

Wordpress等で依頼文書を作成した。

⑧CM作成

CapCutやiMovieで文化祭等に流すCMを作成した。

活用のメリット、実践の課題・振り返り等

商品の企画・開発やプロモーションにおけるICTの活用は、実社会での活用方法につながる点が多く、職業人として必要な資質・能力の育成につながったと考えられる。また、効率的な企画・販売によって、当日、店舗に行列ができたことは、生徒にとって自分たちの学習に対する自己肯定感を向上させる良い機会となった。なお、動画の撮影や編集に関しては、携帯端末等が非常に有効であった。

