

科目	課題研究	単位数	1	履修学年・クラス（講座）	2年商業科
使用教科書	なし				
補助教材等	なし				

1 学習の到達目標

ビジネスを通じ、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人として必要な基礎的な資質・能力を次のとおりに育成することを目指す。

- (1) 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。
- (2) ビジネスに関する課題を発見し、科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。
- (3) ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

2 学習方法等（授業担当者からのメッセージ）

- 日ごろから新聞やニュースなどより社会へ関心をもつ。
- 教科書がない科目のため、自ら意欲的かつ積極的に取り組む姿勢が大切。
- 自分自身の将来設計に繋げるため、一つ一つの課題を自分事として捉える姿勢が必要。

3 学習評価

評価の観点	知識・技能	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
科目ごとの評価の観点の趣旨	ビジネスについて実務に即して体系的・系統的に理解しているとともに、関連する知識・技術を身に付けている。	ビジネスに関する課題を発見し、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身に付けている。	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、ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を身に付けている。
主な評価方法	・ワークシート	・ワークシート ・レポート	・授業態度 ・提出物

4 学習及び評価計画

※評価の観点：(a) 知識・技能、(b) 思考・判断・表現、(c) 主体的に学習に取り組む態度

月	単元	時数	学習内容	評価規準
4 5	1. ハンバーガーショップの出店計画。 1. 地図を出し、出店候補地を決定する。 2. 通行量など、基本的な人の動きをつかむ。 3. 商品の価格を検討する。	8	地図を見ながら、自分が売り出そうとするハンバーガーが効果的に売れそうな場所を検討し、それに関連して通行量など基本的な人の動きに注目する。また、商品の適正な価格構成を検討する。	・適切な販売場所を決めるために協働的に取り組んでいる。 ・通行量の調べ方や商品価格の計算について主体的に調べようとし、それを活用して協働的に取り組もうとしている。
6 7 8	4. 材料はどこから調達できるのか。 5. 流通と価格の関係性を調べる。 6. 輸入の場合の為替、関税、国際的取り決めに調べる。 2. 企業組織はどうなっているのか調べる。 3. 店長の仕事を調べる。	10	販売しようとする商品を作るときに、材料はどこから調達すればいいのか検討する。 材料調達の流通経路の違いが価格に与える影響を調べる。 材料等を外国から輸入する場合にかかるコストを調べ、商品価格に反映させる。 企業組織にはどんな形があるかを調べる。 店長はどんな仕事をするのか調べる。	材料調達地調べを主体的かつ協働的に行っている。 流通経路と価格の関係性を主体的かつ協働的に調べている。 輸入するものにかかるコストや価格変動の仕組みを主体的かつ協働的に調べている。 いろいろな企業組織の形があることを主体的かつ協働的に調べている。 店長が行う仕事について主体的協働的に調べている。
9 10 11 12	4. 課題検討 1. ハンバーガーショップの課題を確認。 2. 販売する地域の課題。 3. ハンバーガーショップはレッドオーシャン。別の店を開こう。 1. 販売対象を絞るポイントを決定する。 2. ターゲットを決定する。 3. 販売商品のポジションを決定する。 4. 商品の特徴や個性を検討する。	10	ハンバーガーを売りにする店は多く、顧客の奪い合いになることに気づく。 販売する地域が抱える課題を調べる。(SWOT分析) ハンバーガーを売りにする店は多いので、別の店を検討する。 商品を販売する対象を絞るポイントを決め市場の細分化を図り(セグメンテーション)、その中で販売対象を決め(ターゲティング)、売ろうとする商品の立ち位置を設定する(ポジショニング)。(STP分析) STPを踏まえ、どんな特徴や個性を持った商品にするのか(Product)検討する。	ハンバーガー以外で販売する商品またはサービスを主体的・協働的に調べている。 地域の課題についてSWOT分析などの手法を用いて主体的協働的に調べている。 ハンバーガーに代わる商品の検討を主体的・協働的に検討している。 ハンバーガーに代わる商品を効果的に販売するため、STP分析を用いて主体的・協働的に分析している。
1 2	5. いくらで販売するか。 6. どこで販売するか。 7. プロモーションはどう行うか。 4. まとめ・プレゼン 取り組んだ事をまとめる。 ①なぜそれを選んだか(課題)②何を調べたか③どう調べたか④どう仮説を立てたか⑤課題を解決するためにどんな商品を考案したか。 まとめとプレゼンテーションを行う。	7	検討した商品をいくらで売ることか(Price)、それをどこで売ることか(Place)そしてそれをどうプロモーションするのか(Promotion)を検討する。(4P) 検討した内容を項目立ててまとめ、資料を作成してプレゼンテーションをする。	商品をより確実に販売するため、4Pを意識した検討を主体的・協働的に行っている。 主体的・協働的に資料をまとめ、分かりやすくプレゼンテーションをしようとしている。