

1 単元名 市場調査

2 本単元（題材）の目標

- (1) 市場調査について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。
(知識及び技術)
- (2) 市場調査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養う。
(思考力、判断力、表現力等)
- (3) 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、市場調査に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。
(学びに向かう力、人間性等)

3 単元（題材）の評価規準

知識・技術	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
市場調査について企業における事例と関連付けて理解するとともに、必要な作業を一通り行うことができ、簡単な統計解析の技法が身に付いている。また、市場調査の手順を正しく理解し、調査結果を文書にまとめ、報告会を開催し、必要な機材の活用やビジネスマナーが身に付いている。	市場調査に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、調査計画を立案して実施し、評価・改善するとともに、市場調査で得られた情報を科学的に分析できる。	市場調査について興味のある企業やそのマーケティング活動を継続的に観察しようとしている。また、市場調査に主体的かつ協働的に取り組み、その結果に基づいて科学的に解決しようとしている。

4 単元について

(1) 教材（題材）観

提案する商品について仮説を設定し市場調査を行い、情報の収集・分析に基づく販売戦略を考え、報告書を作成しプレゼンテーションを行うことで、市場調査に関する知識と技術の定着を図り、市場調査で得られた情報を科学的に分析する力を育てる。

(2) 生徒観

本時の対象は簿記会計分野を軸として学ぶ商業科の生徒である。生徒の学習意欲は高いが、積極性に乏しく、率先してリーダーシップを発揮する生徒は少ない。本単元を通して、計画的に主体性をもって行動する力や他者と意見を交わし、協働することで一つのことを成し遂げる力を養いたい。また、商業は実学といわれ生きた学問であるため、今まで学んできた商業科目をどのようにマーケティングに生かしていくのかという思考力も養いたい。

(3) 指導観

市場調査を通して探究心をもって主体的に新しい分野を開拓していく力や、マーケティングを合理的に行うために計画性をもって行動する力、他者と協働し市場のニーズを追求し、顧客満足に繋げようとする力を身につける。このために、グループワークを行い、市場調査に関する技術の定着と思考力の多様性を向上させる。また、「提案する商品をプレゼンテーションする」という課題に対し、プレゼンテーションにより、互いのグループの考え方やアプローチの違いに着目させる。

*-5 単元（題材）の指導計画（16時間扱い）

○は指導に生かす評価場面、◎は記録に残す評価場面

次	時	学習内容・活動	知技	思	態	評価方法・留意点等
1	1	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>課題</p> <p>① マーケティング分野を選定しよう。</p> <p>② 参考企業を選択しよう。</p> <p>③ 企業理念を考えよう。</p> </div> <p>・グループのメンバーで話し合い、課題について決定する。</p> <p>※ グループでマーケティングを行う商品について決定する。</p> <p>・グループでまとめた内容をデータで保存する。</p>		○	○	<p>態：グループ内で積極的に協働し、課題解決に向け意見を出し合っている。 【机間指導、観察、助言】</p> <p>思：時間配分を考え計画的かつ合理的に目標を達成できている。 【提出データ】</p>

		<p>まとめ グループで協働し、マーケティング分野、参考企業および企業理念を決定できる。</p>				<p>観察・提出データ分析</p>
2	1	<p>課題 ① プレゼンテーション発表の手順を考えよう。 ② 探求型フィールドスタディからマーケットターゲットを学ぼう。</p> <p>・商業研究発表（関東大会）を視聴し、プレゼンテーションの流れを掴む。 ※ 商業研究発表は商品開発から販売までの一連の流れをまとめたものである。 ・探究型フィールドスタディで学んだことをフィードバックすることで企業側の視点を学ぶ。 ※ 探究型フィールドスタディは総合的な探究で実施した取り組みである。</p> <p>まとめ ① プレゼンテーション発表の全体像を理解できる。 ② 探求型フィールドスタディからマーケットターゲットを理解することができる。</p>	○	○	<p>知：商業研究発表を視聴し、プレゼン全体の流れや発表の仕方について理解している。 【観察・提出データ】</p> <p>思：探究型フィールドスタディで伺った各企業のマーケティング（マーケットターゲット）について理解している。 【助言・データ保存】</p> <p>観察・提出データ分析</p>	
3	1	<p>課題 ① 発表までの計画を考えよう。 ② メンバーの役割を考えよう。 ③ 仮説前アンケートを作成しよう。</p> <p>・グループ内で意見を出し合い発表までの計画を立てる。 ・メンバーの資質に合わせて役割を考え決定する。 ・仮説前にアンケートを必要に応じて作成し実施する。（市場調査①）</p> <p>まとめ（結論） ① 発表までの合理的で実行可能な計画を作成できる。 ② 発表に必要な資料作成や発表時のメンバーの役割を決定できる。 ③ 仮説前アンケートの作成と実施ができる。</p>	○	○	<p>思：発表までの合理的で実行可能な計画をグループ全体および役割ごとに作成している。 【観察・提出データ】</p> <p>知：仮説を立てるために客観的資料の一つとして仮説前アンケートを作成し、Google Classroom を活用し実施している。 【提出データ】</p> <p>観察・提出データ分析</p>	
4	1 2 3 4	<p>課題 ① 仮説前アンケートの集計と検証しよう。 ② 仮説を考案しよう。 ③ スライドと原稿を作成しよう。 ④ 検証アンケートを作成しよう。</p>		○	<p>態：グループ内で合理的に協働してアンケートの検証や仮説の考案などに積極的に意見を出し合っている。 【観察】</p>	

		<ul style="list-style-type: none"> グループ内で仮説前アンケートの集計を行い、検証も行う。 客観的事実に基づき仮説を決定する。 スライドと原稿を作成し、データを保存する。(発表まで継続) 仮説を検証するためにアンケートを作成し実施する。(市場調査②) 	○		<p>知：アンケート作成や結果の回収など適切なアプリケーションソフトを活用しデータ管理をしている。【提出データ】</p> <p>思：アンケートを作成するにあたり適切な手法を用い設問を作成し実施している。【観察、提出アンケート】</p>
		<p>まとめ</p> <p>① 仮説前アンケートを適切に集計し、検証を行うことができる。</p> <p>② 検証をもとに仮説を立案することができる。</p> <p>③ 調査内容を簡潔に原稿にまとめスライドを作成することでより効果的な資料を作成できる。</p>		○	<p>観察・提出データ分析</p>
5	1 2 3	<p>課題</p> <p>①仮説から検証までの矛盾や資料とスライドの相違を確認する。</p> <p>②発表準備と予行練習をする。</p>		○	<p>思：グループ内で合理的に協働して矛盾や相違点について意見を出し合っている。【観察】</p>
		<ul style="list-style-type: none"> グループで仮説から検証まで矛盾がないか確認をし、資料とスライドの内容に相違がないか確認する。 発表の予行練習を行う。 		○	<p>態：積極的に協働し自己の役割を果たしている。【観察】</p>
		<p>まとめ</p> <p>仮説から検証までの矛盾と資料及びスライドの相違を解消し、発表の準備を完了する。</p>		◎	<p>思：時間配分を考え計画的かつ合理的に目標を達成することができている。【提出データ】</p> <p>観察・提出データ分析</p>
6	1 2 3 本時 4 5	<p>目標</p> <p>プレゼンテーションを主体的かつ協働的に行い、質疑応答に備え必要な情報を分析管理する。また、マーケティングの知識を用いた適切な発表を行い、相互評価を行う。</p>		◎	<p>知：市場調査から得た分析結果を販売戦略に活用し、提案する商品を適切な手法を用い、プレゼンテーションしている。【観察・スライド資料】</p>
		<p>課題</p> <p>① 客観的な資料を用い理論的に発表する。また、ICTを活用し可視化された資料を提供することでわかりやすい説明をしよう。</p> <p>② 客観的な相互評価を行おう。</p>		○	<p>思：仮説に対し客観的な事実にもとづいて課題の解決を図っている。【スライド資料】</p>
		<p>1. プレゼンテーションを行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> 2グループ 15分以内で発表。 参加者は生徒 40人と商業科及び他教科の教員。 <p>2. 質疑応答を 10分間行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> 生徒は、疑問に対する質問や意見を発言し発表者に意見を求める。 		○	<p>態：疑問点について積極的に質問をしているか。また、質疑応答に備え、必要な情報を管理している。【観察】</p>
		<ul style="list-style-type: none"> 教員は経営陣の立場で、より専門的な知識のもと、様々な視点から問題を指摘し、発表者に意見を求める。 			

		<p>3. 生徒間で相互評価を行う。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>まとめ</p> <p>① ICTを活用し、可視化された客観的な資料をもとに、理論的でわかりやすい説明ができる。</p> <p>② 客観的な立場からマーケティングの知識に基づく相互評価を行うことができる。</p> </div>		<p>◎ 態：マーケティングの知識を用いて適切に相互評価をしている。 【提出データ】</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-top: 10px;"> <p>相互評価のデータ (生徒)</p> <p>観察・感想シート (先生)</p> </div>
7	1	<p>課題 問題提起と解決策の提案しよう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 前時での質疑応答で指摘されたことを課題と捉え、改めて検討する。 ・ 提起された課題について解決策を考える。 ・ 発表資料作成のため、新たに発表までの計画を立てる。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>まとめ</p> <p>新たな問題提起と解決策を加えた発表資料を作成し、提案できる。</p> </div>	◎	<p>◎ 態：提起された課題点の内容を理解し、解決を図るために計画性をもって主体的かつ協働的に自分の役割を果たしている。 【観察】</p> <p>知：元の資料（資料・スライド等）の問題点を改善し、新たな資料が作成できる。 【提出データ】</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-top: 10px;"> <p>観察・保存データ</p> </div>