

研究課題	1人1台端末を活用した商品開発実践とマーケティング戦略
副題	～ビジネスプラン作成から商品化・販売までを見据えて～
キーワード	ビジネス教育、ICT活用、モノづくり、一人一台端末の活用
学校/団体名	公立大阪府立東住吉総合高等学校
所在地	〒547-0026 大阪府大阪市平野区喜連西2丁目11-66
ホームページ	<a href="https://higashi-sumiyoshi-sougou.ed.jp/">https://higashi-sumiyoshi-sougou.ed.jp/</a>

## 1. 研究の背景





本校は大阪府大阪市平野区にある6系列のコースを有する総合学科全日制の高等学校である。2年次より、英数系列・文化と教養系列・ビジネス系列・機械技術系列・電気技術系列・住環境系列の6系列に分かれ学習することを本校総合学科の魅力としている。また本校は大阪府で唯一の総合学科(クリエイティブスクール)である。

本校では、令和6年度2・3年生ビジネス系列において、2つの実践を学校の特色として取り組んだ。1つ目は、「販売と広報にかかわる取り組み」、2つ目は、「起業家精神(アントレプレナーシップ)醸成プログラム」である。





1つ目の「販売と広報にかかわる取り組み」としては、令和5年度から近隣のパン屋と連携して、ビジネス系列の定番商品である「ビジパン」を文化祭で継続的に販売する実践をおこなった。また販促物やチラシ、POP等は授業内で作成し当日の店舗装飾としている。また大阪府下の商業高校と三重県にて合同販売実習をおこない、販売実習や商品企画の経験の乏しい生徒たちに他校の進んだ実践を肌で感じさせることで、生徒たちはその技術やノウハウを学んでいる。

またその2つの取り組みが良い相乗効果となり、令和6年度は2つのビジネスプランコンテストで決勝大会まで出場し、1つの大会では初出場にもかかわらずグランプリを受賞することができた。(以下の活動実績を参照)本研究ではその背景と総合学科の特色を活かし、商業科と工業科の特色を生かした商品の企画から製造、販売までを一連の商品開発実践とする計画で実践研究をおこなった。

### (研究の背景 R6)

6月 アイディアジェネレーション入門編 (STP分析協働学習)	7月 大阪公立大学高校生起業家講座(4日間) (起業家教育課外活動)	7月 府立学校 SNS 魅力発信セミナー (広報活動課外活動)	8月 第9回全国高校生SBP交流フェア (販売実習課外活動)
			
2年生「ビジネス基礎」	3年生「マーケティング研究」	2年生「ビジネス基礎」	2年生「ビジネス基礎」

9月 スタートアップチャレンジ甲子園書類審査 (起業家教育課外活動)	9月 スタートアップチャレンジ甲子園面談審査 (起業家教育課外活動)	9月 ビジパン企画プレゼンテーション (STP 分析協働学習)	10月 関西 NBC B-hack2024 書類審査 (起業家教育課外活動)
			
3年生「マーケティング研究」	3年生「マーケティング研究」	3年生「マーケティング研究」	3年生「マーケティング研究」

9月 ビジパン企画プレゼンテーション (STP 分析協働学習)	9月 ビジパン企画プレゼンテーション (STP 分析協働学習)	9月 ビジパン企画持ち込み営業 (企業連携課外活動)	10月 アイディアジェネレーション初級編 (小売店分析協働学習)
			
3年生「マーケティング研究」	2年生「ビジネス基礎」	3年生「マーケティング研究」	3年生「マーケティング研究」

10月 スタートアップチャレンジ甲子園交流会 (起業家教育課外活動)	11月 文化祭ビジパン販売決定のお知らせ (広告デザイン授業)	11月 関西 NBC B-hack2024 ビデオ審査 (起業家教育課外活動)	11月 ビジパン製造体験 (企業連携課外活動)
			
3年生「マーケティング研究」	3年「情報処理研究」	3年生「マーケティング研究」	3年生「マーケティング研究」

11月 文化祭販売実習 (企業連携課外活動)	11月 文化祭販売実習 (企業連携課外活動)	11月 文化祭広告制作 (広告デザイン授業)	11月 キャッチコピー制作 (広告デザイン授業)
			
3年生「マーケティング研究」	2年生「ビジネス基礎」	3年生「マーケティング研究」	3年生「マーケティング研究」

11月 アイディアジェネレーション初級編 (小売店分析協働学習)	11月 スタートアップチャレンジ甲子園決勝 Best Potential Award 受賞	11月 関西 NBC B-hack2024 グランプリ受賞(課外活動)	12月 大阪府総合学科大会研究発表 学校代表(課外活動)
			
2年生「ビジネス基礎」	3年生「マーケティング研究」	3年生「マーケティング研究」	3年生「マーケティング研究」

## 2. 研究の目的

本研究の目的は、ビジネス系列の2年「ビジネス基礎」、3年「マーケティング研究」の授業内にて、商品の企画・製造・販売・広告発信までを ICT を効果的に活用し、生徒のアントレプレナーシップ(起業家精神)を育むことである。またその過程で、自分たちの生まれ育った地域やコミュニティを学び、技術や伝統・文化に触れることで郷土を愛する生きる力を持った職業人を育てることである。

ビジネスプラン計画から CAD を活用した試作品製造をおこなう上で、私たちには「ものづくりの町おおさか」の特色を生かした商品開発をおこないたいという思いがある。本研究では製品化した商品を文化祭で販売することを考えていたが、将来的には販売生徒の活動範囲を広げ、地域の祭事や地元商店街での商品販売、大阪府産業教育フェアへの出店等、一般の方への販売を見込んでいる。

高校生として、ものづくりから販売までをおこなう実践は、今後校内でおこなう、商業科の実践、工業科の実践、総合学科の実践と、多くの分野で発展的で継続的な取り組みに繋がると考えている。例えば商業科の授業でおこなった商業開発から試作品を作り、試作品を持って企業先にプレゼンをおこなうという実践も可能となる。

この研究のもう1つの目的は、総合学科の魅力を全国に伝え、職業人として社会に貢献する一つの実践モデルを作ることである。そして、本校の魅力を中学生に SNS で伝えることである。商品の販売・広告方法が昨今大きく変化したように、学校の魅力発信の手法も今後は変えていく必要性を私たち教職員は日々感じている。本校の総合学科の魅力を伝えるためには、教科横断的に教員と生徒が連携した実践を動画等を活用し視覚的に中学生へ伝える手法が効果的であると考えている。





この研究を継続的に進めることで、企画・プレゼンは商業科、設計は建築科、製造は機械科、組み立ては電気科、販促物は情報科、ダンスCMは体育科と芸術科、販売・経理は商業科というように学校全体で商品企画から生産・販売をおこないたいという今後の展望が私たちにはある。今回の本実践研究は、研究1年目であり、ビジネス系列と機械技術系列の連携実践の柱と考え実施している。

## 2. 研究の経過

(令和7年度 研究活動)

5月 ビジネスプランの手法について(入門編)	6月 アイディアジェネレーション(STP 分析)	6月 キャッチコピー制作(広告デザイン授業)	7月 EO One World Dayへ招待(大阪万博内)
			
2年生「ビジネス基礎」	2年生「ビジネス基礎」	2年生「ビジネス基礎」	2・3年ビジネス系列生徒

7月 第2回 ICT 研修会(Kahoot、Quizizz 活用)	9月 ビジパン企画プレゼンテーション(AI 生成)	9月 ビジパン企画プレゼンテーション(AI 生成)	9月 グッズのプロタイプ制作機材の導入
			
校内教職員対象	2年生「ビジネス基礎」	3年生「マーケティング研究」	工業科「機械技術系列」

10月 大阪万博 NICT ネクスト アントレプレナーピッチ	10月 教員側でプロトタイプ制作・機材の調整	10月 グッズデザイン案の作成 (Canva 活用)	10月 ビジパン企画持ち込み営業 (企業連携)
			
OB「起業家精神醸成プログラム」	工業科「機械技術系列」	2年生「ビジネス基礎」	3年生「マーケティング研究」

10月 オリジナルグッズ制作のための生徒研修	10月 文化祭広告制作 (広告デザイン授業)	11月 文化祭ビジパン販売決定のお知らせ (Canva 制作、本校後援会による Google Form 投票)
		
3年生「機械実習4」	3年生「情報処理研究」	3年「情報処理研究」・「マーケティング研究」

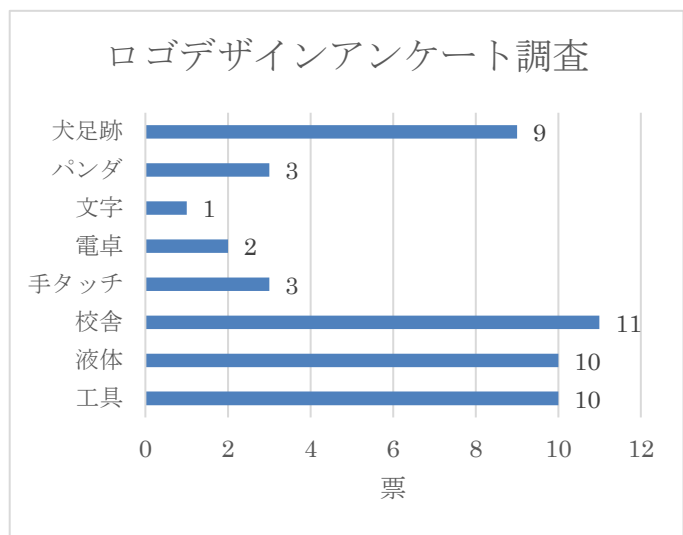
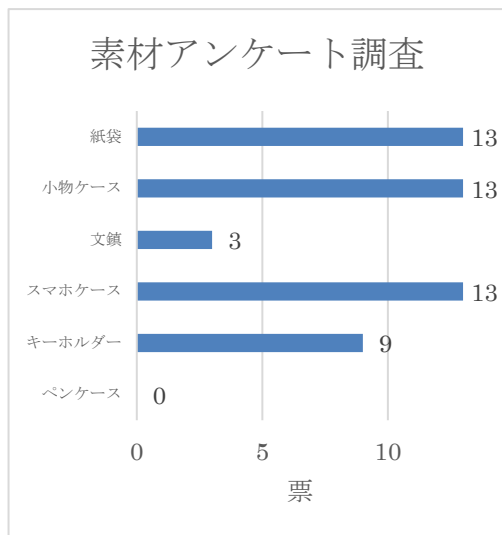
11月 オリジナルグッズ制作 (課外活動にて)	11月 文化祭販売実習 (企業連携課外活動)	11月 文化祭オリジナルグッズアンケート調査	12月 アイディアジェネレーション (小売店分析)
			
3年生「機械実習4」	3年生「マーケティング研究」	2年生「ビジネス基礎」	2年生「ビジネス基礎」

#### 4. 代表的な実践

本研究の代表的な実践として、本校独自のオリジナルグッズを制作した「ヒガソウ オリジナル グッズ プロジェクトHIGASO ORIGINAL GOODS PROJECT」が挙げられる。今回このプロジェクトを企画し、来年度の商品販売に向けて試作品のロゴデザインと試作品制作をおこなった。また下記表



のように試作品の素となる素材の選定も今年度おこなっている。ラピッドプロトタイピングをおこなう機材としては、今年度本校に導入された「Roland VersaSTUDIO MPX-90SS」(メタルプリンター)、「Roland VersaSTUDIO GS2-24」(カッティングマシン)、「DGSHAPE Laser Decorator LD-300」(レーザー箔転写装置)が挙げられる。本校の機械技術系列の教員・生徒がオリジナルグッズの試作品として、これらの装置をデスクトップ型PCに接続し試作品を制作している。またビジネス系列生徒と教員が一人一台端末上のCanvaにて作ったデザイン案(jpeg、png形式)をGoogleドライブから接続端末へ移行させ、機械技術系列の生徒が、そのデザインデータをアウトライン化し、上記の機器でのオリジナルグッズを制作をおこなった。また今年度は、目標としていた系列の垣根を超える実践という意味では、一定の成果目標を達成したと考えている。またその試作したオリジナルグッズは、文化祭で展示し中学3年生、保護者へのアンケート調査をおこない次年度製品化のための市場調査を実施した。この調査をもとに来年度は、具体的なオリジナルグッズを再モデリングし、将来的な試作品完成から販売を目指したい。



○ オリジナルグッズ人気アンケート調査 令和7年 11月8日実施 調査人数延べ 100名  
(文化祭会場内の中学3年生、本校高校生1~3年生、保護者を調査対象 投票式調査法)

また今年度の取り組みはすべて、令和7年 12月 12日(金)に大阪府立今宮高等学校でおこなわれた「第 17 回大阪府高等学校総合学科教育研究大会」にて実践研究発表をおこなった。この研究大会は、大阪府下延べ 27 校の総合学科の高校が舞台発表、プレゼンテーション、展示にて各学校の代表となる取り組みを生徒が研究発表する大会である。本校は本研究実践の内容に加えて、「1人1台端末を活用した広告発信技術の習得」についての取り組みも、上記の研究大会で情報共有をおこなっている。Instagram、Tiktok での発信を見越した、生徒が授業内で制作した縦画面 10 秒の動画 3 本を発表し、集まった先生方や各種実践に取り組む他校の生徒たちから貴重な意見を聞くことができる機械となった。



## 5. 研究の成果

研究の成果として、上記の「素材アンケート調査」からも、スマホケースや紙袋、小物ケースなど、実用的な素材が人気であることが分かった。また、「ロゴデザインアンケート調査」からも、校舎や工業の授業のような学校に関するデザインが人気だったが、動物のアイコンのような学校とは直接的に関係がないようなデザインも人気であることが分かった。来年度のデザイン制作では上記の結果も生徒に共有しながら、新しいデザイン案を考えさせるきっかけとしたい。また今回オリジナルグッズの試作品制作を素材変更して継続して試作をおこなっている。上記素材に追加して、アクリルフレーム、写真立て2種類、金属皿、タブレット菓子ケースでも追加で素材の検証をおこなった。こちらは、生徒・保護者のアンケート調査はおこなっていないが、写真のアクリルフレームの評判が良く、来年度末にビジパン販売実践で協力をしていただいている、近隣のベーカリーへ、協力のお礼として渡す予定である。



## 6. 今後の課題

今回の研究では、2点の実践研究の課題が見つかった。1つ目は、商品販売の難しさである。一般的に学校が企業との連携をおこなう場合、製造ラインだけではなく、流通網も企業側のインフラとして利用させていただいている。その点で、オリジナルでグッズを制作したとしても、商品販売において生徒が作った商品を流通網に乗せることは非常に難しい。また企業が制作した商品であれば、作った企業の PL 法(製造物責任)が適用されるが、学校での生産の場合、権利関係を取得することが非常に難しく、継続的に部品を供給する体制をとることが困難である。過去に実践したような企業と連携した商品開発実践は、恵まれた環境下で実践できていたことが今回の研究で理解できた。また2つ目は、生徒が参加する授業として、製品製造をおこなうには、素材選びと準備に非常に時間がかかることが分かった。今年度は、希望した3名の機会技術系列の生徒とともに、放課後に課外活動として試作品の製造をおこなった。しかし、機械技術系列の生徒は 30 名いるため、来年度の実践を授業時間内ですべての生徒が協働して実践をおこなうには、素材やデザインを限定する必要があると分かった。この2点に関しては、来年度の研究課題としたい。

## 7. 今後の展望

次年度は、試作品からいかにして安定した製品が作り出せるかが課題である。ロゴに位置もわずか数 mm ずれるだけで、商品としては販売できない。また生徒研究実践として、授業としておこなう難しさも今年度われわれ教職員としてもよく理解できた。今後は、自分たちだけで研究を完結するのではなく、外部の講師や専門機関、他校の優れた実践校からも情報共有を求め動いていく姿勢が必要だと感じた。