

研究課題	ビジネス社会での実践力を高めるために、商業教育の全校生徒の学校行事である「宇部商デパート」において情報端末機器を用いたソフトスキル（能力）の育成とその活用を図る
副題	～アクティブなビジネスシーンを体感する～
キーワード	ICT活用 コミュニケーション能力 広報力 即戦力
学校名	山口県立宇部商業高等学校
所在地	〒759-0207 山口県宇部市大字際波字岡の原220
ホームページ アドレス	http://www.ube-c.ysn21.jp/

1. 研究の背景

山口県立宇部商業高等学校では、「社会に出て即戦力として働ける人材の育成」を商業科の目標に掲げた学習を重要視し、教育活動を実施している。本校は、昭和60年度より販売実習である「宇部商デパート」を実施している。普段授業で学習している商業の専門的な知識や技術を駆使することにより、生徒自身の経営管理能力やビジネス遂行能力を高め、ビジネスにおける心構えや態度を養い、一定の成果をあげている。

また、ビジネスシーンにおいて様々な状況に対応するため、ソフトウェアを活用した文書作成やデータ処理に関する情報活用能力は、授業や実習をとおして一定の教育効果をあげることができている。

その一方で、収集・整理した情報を他者にわかりやすく説明するなどのコミュニケーション能力の育成については、生徒が苦手とするところであり、課題となっている。すでに社会でビジネスツールとなっている情報端末を活用し、他者とのコミュニケーションを効果的に行える能力を育成することが課題解決の糸口であると考ええる。様々な場面でプレゼンテーションを行う時間を増やすことでコミュニケーション能力や広報力が身につく、本校の教育目標である“即戦力になりうる人材”として必要なスキルが習得できると仮定して本研究のテーマとして設定した。

2. 研究の目的

「宇部商デパート」は、生徒全員がデパート経営の実践活動に参加する教育活動であり、生徒自身が最寄品や買回り品を中心に仕入活動・販売活動・経理活動等にあたりながら商業高校で学習してきた商業に関する専門科目の知識や技術を、生徒各自が経営管理という感覚

や、それらを活用して実際にビジネスを遂行していく能力・態度を養うことを学習のねらいとしている。

一方、情報活用能力については、デスクトップ型パソコン（コンピュータ実習室）が整備され、生徒は文書作成や表計算、プレゼンテーションといった実務で必要とされるソフトウェアの技能習得や、情報の収集・整理等の能力を身につけている。そのため、ソフトウェアを活用した文書の作成やデータの処理は十分に行える状態である。しかし、その情報を活用して他者（社会人）と効率よくコミュニケーションをはかるまでには至っていない。また、教室外での情報機器の活用は必ずしも円滑にできてない。このため、「宇部商デパート」ではタブレット型情報端末を活用した効果的なコミュニケーション能力、創造力、分析力、傾聴力等のソフトスキル（能力）を高めたいと考えている。タブレット型情報端末は現在既に実際のビジネス社会で活用されており、主に情報提示等のプレゼンテーションを中心とするビジネスツールとしての利用価値が高い。具体的な展開として生徒が企画を考え、整理、報告をする際や校外において仕入先等との交渉をする際などのコミュニケーションツールとして活用することを考えている。さらに、各部署で得た情報を整理し、報告することによりソフトスキル（能力）をはじめ、思考力、判断力、表現力、情報活用能力等を高め、卒業後ビジネス社会での即戦力となる人材を育成することができ、次のような成果が期待できると考える。

- ① タブレット型端末を活用することにより、自分が伝えたいことを整理し、創り出した情報を他人に伝えることができるようになると思う。生徒の効果的なコミュニケーション、他者と触れ合う際に影響を与えるなど、ソフトスキル（能力）の向上が期待できる。
- ② 販売実習では、ビジネス社会と同様に、責任をもって整理・報告する必要がある、情報を的確に把握し、整理する能力が身に付くと思う。また、情報端末の取り扱い方を習熟することで、情報活用能力の向上が期待できる。
- ③ 実社会での実務で活用されている情報機器に触れることで、実践経験を積むことができ、実務で活用できる即戦力となる人材の育成をはかることができる。

3. 研究の内容と経過

上記目的を達成するために次の5つを柱として実践を行った。

（1）教員向けの情報機器活用講習会の実施（指導者側のスキルアップ）

今回の研究に際して、まずは教員側のスキルアップが急務となった。よって、全教員対象に iPad の活用講習会を約2時間程度実施し、教員側の iPad に対する苦手意識を取り除き、授業に ICT を導入してもらうきっかけを作る運びとなった。



テーマ「様々な場面で情報機器を活用してみよう！」

①カメラ機能【静止画】を使って教材を提示する

②ビデオ機能【動画】を使って教材を提示する。

③データを共有する【Air Drop】

【補足１】様々な場所で情報機器を活用してみよう！

【補足２】タブレット端末（iPad）に使用ファイルを追加してみよう！



こちらのねらい通り、この講習会后、商業科以外の先生方の興味関心度が高まり、授業へのICTの活用につながっている。これにより、生徒がタブレット端末に触れる機会が増え生徒の需要にも応えられるようになった。生徒は、昨年度との授業形態の変化を感じている。

（２）総合実践の授業（「宇部商デパート」）におけるICT活用授業

「宇部商デパート」及び実施に向けた授業における取り組み

「宇部商デパート」は、全校生徒480人を17店舗に振り分け、生徒自身が仕入活動・販売活動・経理活動等にあたり、日頃の学習の成果を確認する学校行事である。3年生は、それぞれが店長、副店長、経理部、店舗設営部、商品管理部に所属し、店舗経営に必要な知識の習得に入る。実施日は2日間で、各店舗の経営分析実施後、行事が終了する。各部署の仕事の中でiPadを使用し、社会に即した形に持っていくことにより生徒の成長につながると考える。

・授業形態をiPadを使用した形に変化させ、生徒の理解度等の向上につながるか研究していく。

①教員が情報端末を活用し、店舗における役割等を指導・指示する。



スクリーン2台にiPadを投影し、テキストの説明や「宇部商デパート」の根幹の部分の説明。昨年度までは、口頭だけの授業形態で実施。今回、下記のアンケート結果にも反映されているが、生徒の評判も好評で分かりやすいとの意見が多数あった。この環境が授業内での生徒の発表の場面を増やし、外部へのプレゼンテーションの予行練習にもなり、この授業が研究の中心を担った。

②各店舗会議（各店舗が毎時間会議をし、各部署の進捗状況や情報を共有する）



総合実践の中での店舗会議で使用。昨年度までは iPad を使用せず、会議を実施していたが情報の共有が取りにくい。調べごとをするのにパソコン教室まで行かないといけない等の煩わしさを全て解消でき、生徒にも好評価であった。問題としては Wifi の電波の強弱によってつながりにくい場所も存在し、ストレスを感じていたこと、また 1 台しかない関係上、8 名から 10 名の店舗全員で画面を見ることが困難であったという反省点も出てきている。

③販売促進用動画の作成（経理部）

生徒には、次の内容を注意するように指示を出した。

- ・店舗としての方針が短い動画の中に最大限に反映されるように、情報の共有をはかる。
- ・仕入先に許可をとらないといけないことを再度確認しておくこと。
- ・おおまかな動画構成を決定しておき、2 学期から作成に入れるように準備を怠らないこと。
- ・宇部商デパート当日は各店舗の動画を一本にまとめ、全体で投影する。（各店舗先では 1 部上映）

・注意事項【趣旨】

A：基本コンセプト ＝ 何のために作るのか？作成者の独りよがりにならないようにする。

B：ターゲット ＝ 誰の気を引くのか？

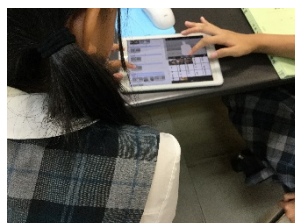
C：作成時の目線はお客様目線。お客様がどんな情報をほしがっているのか？

上記のような内容を留意しながら生徒が作成に入る。作成した販売促進用動画を接客ツールとして、各店舗の商品売上のきっかけをつくり、プレゼンテーションしやすい状況を作り出すことを目的としている。

販売促進用動画作成日程

4月	趣旨説明
5月	素材収集・クライアントの意見集約
6月	
7月	① テンプレートの決定（8月17日 登校日提出） ② 絵コンテの決定（8月17日 登校日提出） ③ 字幕の編集（8月17日 登校日提出） ④ タイトル、クレジットの構成
8月	夏休み（仕入先訪問①）
9月	テンプレート提出
10月	動画完成・確認 仕入先訪問②
11月	動画修正・確認・完成
12月	当日（各会場にて上映）

授業風景



当日の全体上映（第2体育館）



④ビジネスマナーの指導（挨拶等の様子をカメラ機能を使用し、ふりかえりを行わせる。）

⑤仕入先訪問（iPad を用いて、仕入業者とデータの集約や仕入交渉を行う）



8月から数回にわたって実施される「宇部商デパート」の仕入先訪問。

各店舗が仕入先に訪問し、自己紹介、本年度の店舗コンセプト、店舗のイメージカラー、取扱商品、行事日程、販売促進用動画の内容提示と上映許可等の会議をする大切な場面である。従来はプリントや口頭での説明で終了していたが、その場面で iPad を使用。視覚で訴えることができるので、確認作業や取扱商品の写真撮影、会議録の録音等で活躍。

iPad の利点を活かし、仕入先訪問に行っていない店舗メンバーにも記録したもので説明でき、情報の共有につながった。

⑥「宇部商デパート」の実施

（iPad を用いて、仕入商品の検収、商品提示のプレゼンテーション、売上情報の確認等を行う）

実施日 平成28年12月3日（土）4日（日）

営業時間 9：30から15：30まで

生徒組織 3年生を中心として縦割りの構成で組織される。

・生徒作成販売促進用動画を使用した接客風景。



お客様の評判も良く、生徒も接客しやすいとの意見多数。会場の上映を見て店舗に足を運んでくださるお客様もいて効果的であった。

接客は、まず店舗に興味を持ってくれないと始まらない。店舗に興味を持ってもらえたらお客様の足を止めないと話を聞いてもらえない。生徒にとって一番勇気のいる場面だと思う。今回

販売促進用動画がお客様との接点を持つ“きっかけ”のツールとなった。後にアンケート結果にも反映されているが次年度も継続したいという意見が多数であった。

(3) 体験入学での「うちわ」のプレゼンテーション



・中学生向け体験入学（オープンスクール）

平成28年8月18日・19日実施

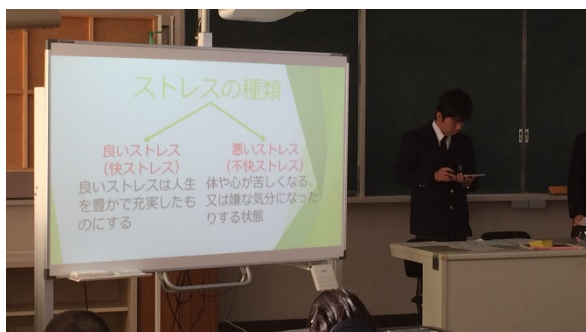
課題研究でデザインを中心に作品制作を手がけた生徒によるプレゼンテーション。

デザインチームは①体験入学の“うちわ”のデザイン、②宇部商デパートのチラシ作成、③宇部商デパートのパンフレット作成等、外部

に情報を提供する印刷物を一手に引き受けるグループである。今回はこの研究の一環として教員が実施する「パソコン講座」の前に作成者が iPad を使用し、作成時のコンセプト、作成手順、作成時の注意点、作成期間等、中学生にプレゼンテーションを実施した。2日間通して11回のローテーションのプレゼンを実施した生徒は徐々に感覚をつかみ、最後にはすばらしい発表を実施した。



(4) 普通科目による実践



平成28年12月7日（水）実施

「心の健康の維持と増進～ライフスキルを高めよう～」

保健の授業にて、総合情報科で電子黒板と iPad を使用して説明会が実施された。ストレスチェックでは一人ひとり結果が異なり、その結果を撮影し、瞬時に全体提示していた。受講側もスピード感ある展開に「分かりやすい」と好評をえていた。

(5) 課題研究全体発表会（プレゼンテーション能力の育成）



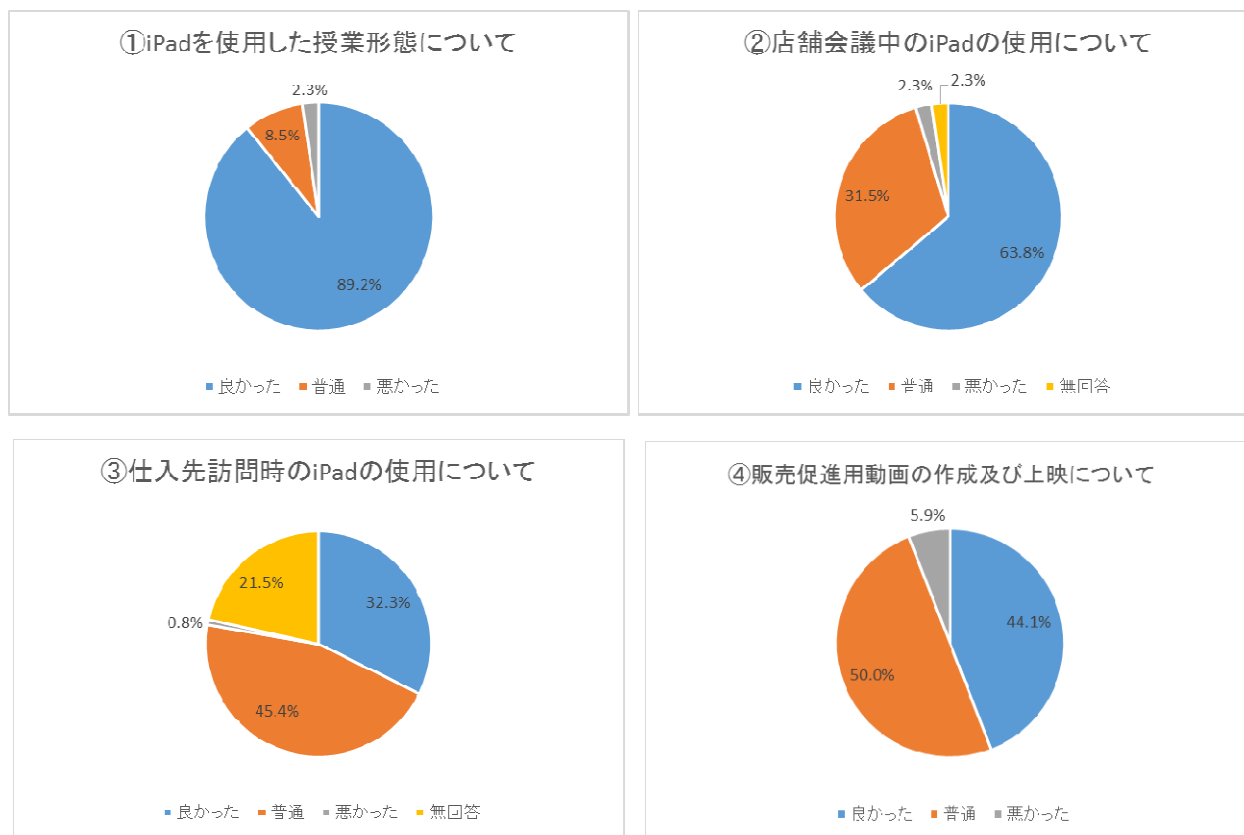
平成29年1月24日（火）実施

調査研究、作品制作、資格取得、産業現場の各分野の代表者が全校生徒の前で1年間の研究成果の発表をした。本年は iPad を使用し、分かりやすく説明をする3年生を見て、1・2年生は刺激を受けていた。特に2年生からは、次年度への期待と不安が感じ取れた。

4. 研究の検証と成果

上記実践を検証するために下記アンケートを行った。

・授業内でのタブレット使用のアンケート実施



アンケートの結果

①「iPadを使用した授業形態について」

このことについては8割以上が「良かった」と解答した。

「良かった」

- ・黒板に書く時間が省けるのでスムーズに授業が進む（授業の進度が速い）
- ・目で見て覚え、それをノートに書くという段階を踏むことで、より理解しやすい授業になっていた
- ・黒板とは違い次から次へと画面が変わるのでスピード感があり集中できた
- ・画像やイラストの提示が分かりやすかった

「悪かった」

- ・目で確認できるから安心感が増し、集中力を欠いてしまう
- ・話を聞かなくても大丈夫と思ってしまう
- ・接続状況が悪いとトラブルになり、時間がもったいなかった

②「店舗会議中の iPad の使用について」

このことについては、6 割の生徒が「良かった」を選択している

「良かった」

- ・検索機能が便利で疑問をリアルタイムで処理できる点が良かった
- ・記録を iPad 内に残せるので便利であった
- ・目で確認しながらおこなった店舗会議は円滑におこなうことができた

「悪かった」

- ・画面を全員で見ることが困難であった
- ・一人が独占して使用するとあまり役に立たなかった
- ・学校のネットワークはセキュリティが高く、見れないホームページが多かった

③「仕入先訪問時の iPad の使用について」

この質問については、こちらの予想よりも意外に「良かった」が伸びなかった。

「良かった」

- ・商品を撮影でき、仕入先訪問に来ていない人にも内容提示ができ情報の共有がはかれた
- ・仕入先の人に説明をする時に説明しやすかった。（目的や趣旨説明）
- ・今年の記録を画像で残せる（次年度の参考になる）

「普通」、「悪かった」

- ・学校の所持品なので壊してはならないプレッシャーがあるので借りるのに勇気がある
- ・写真を撮るという以外に使い道が見つからなかった
- ・サイズが大きいので持ち運びが不便である。

④「販売促進用動画の作成及び上映」

このことについては、「良かった」と「普通」で9割を超えた。

「良かった」、「普通」

- ・動画を見て商品を探しに行くお客様がいた
- ・自分以外の店舗の情報が入ってきた
- ・店舗の宣伝効果が抜群であった（来てくれるお客様が増えた）
- ・伝えたいことが目でわかるため、上映する意味はあった
- ・宇部商デパートの一連の活動を動画にできるので良い

「悪かった」

- ・時間的に長い動画を希望する（2日間、同じ内容の映像は飽きる）
- ・宇部商デパート当日の様子が分からない（当日までに動画を完成させて上映するため）
- ・動画作成時期と商品選定時期の差が不具合を生じさせた
- ・工夫次第で、もう少し目立たせることができるはずである

販売促進用動画のアンケートについては、動画自体を否定するものではなく、こうすればもっと良くなるはずであるという次年度へ向けての反省事項がほとんどであった。

この結果から、授業への iPad の導入は、生徒、教員お互いに有効なツールであることが分かった。また、生徒自身が iPad を用いて企業へのプレゼンテーションをすることに変意味があることも立証された。時と場合によるが、視覚で訴えるものが存在した方が、理解度向上につながると言える。今回の研究成果として次の 2 点があげられる。

- ・ ICT を活用することにより、自分が伝えたい事を整理し、加工した情報を他人に伝達できるようになった。コミュニケーション能力やプレゼンテーション力を養うことにより広報力（情報提供能力）が身についた。
- ・ 生徒の広報力の育成が、本校生徒の成長と目的意識の高い生徒の育成につながり、より高い専門的な教育を展開することで学校の活性化への推進力となることがわかった。

5. 今後の課題・展望

学校で管理している関係上、個人が自由に内容の保存や持ち出し等ができないこと、故障させてはいけないというプレッシャーがあること、使いたい借りにくい手続きが面倒であること、返却しなければならない等の生徒からの意見を集約すると、やはり iPad は個人保持ツールであることが明確である。学校現場での導入が難しいのは“個人の持ち物ではない”ということだと感じている。逆に、その部分を解消できれば、よりレベルの高い指導が可能になるであろう。今回の研究で、商業高校としては常に社会に目線をおくった指導をしなければならないと感じた。また、指導者側の慎重な姿勢とは逆に生徒側は「とにかく使いたい」「使う中から課題を見つけない」という雰囲気が感じられた。まずは“やってみる”という実践的な考え方が次の課題発見の手立てになるであろう。指導者側と生徒側の意識の差を埋めることが今後のスキルアップにつながっていくのではないだろうか。今回の研究で得たものを商業に関する学校に資料提示し、タブレット端末の導入を考えて模索しているヒントになればと考えている。

6. おわりに

今回の研究において、タブレット端末の導入については、使う側の生徒自身には何の障害も無く自由に使いこなせていた。更に発展した使用方法を考えた時、やはり「学校管理の備品である」という点が今後活用する上で課題であると感じた。生徒が使う場面を増やせば増やすほどコミュニケーション能力がついてきているのも確認できた。今後も色々と模索しながら時代の流れに遅れることなく、商業高校として常に社会に目を向けて日々研究を続けていきたい。