

新聞活用によってビジネスの理解力・実践力を向上させる取り組み

～新聞を継続的・多面的に読み、よりよい情報を主体的に選択し、
発信できる生徒の育成を通して～

新潟県立新潟商業高校

1 N I E実践のねらい

新聞を活用することにより、ビジネスの理解力・実践力を向上させる。課題の発見と解決に向け、主体的・協働的に学ぶ学習場面を設定し、そのうえで1人1人の思考力や判断力を高めることをねらいとする。生徒があるテーマを追究するには、「やってみて、考え、気づく」という過程を踏むことが重要である。新聞を教材として活用することにより、授業内容の理解を深めるばかりではなく、社会の動きと授業の関連に気づかせ、最終的には進路や生き方の問題へと生徒の意欲や興味・関心を高めるきっかけとしたい。

(1) 校内研究テーマ

- ①よりよい情報を選択する力を育成し、ビジネスの理解力向上を図る。
- ②情報を活用し、課題解決の方策を提案として発信し、ビジネスの実践力向上を図る。
- ③主体的・協働的な学習場面を設定する。「気づき」や「発見」を促し、情報の整理や提案によって思考力や判断力を育成する。

(2) 研究の内容

2年目にあたる本年度は、国語及び商業の科目でN I Eに取り組む。

- ①学習している内容との関連付けを図る。(ビジネスの理解力)
- ②課題の設定に新聞を活用する。情報収集の場面に外部講師による講演会やインタビューの機会を設定し、「気づき」を促し、複数の視点を加える。
- ③課題を解決するための方策を提案として発表する。(ビジネスの実践力)

(3) N I Eでめざす生徒像

①情報を選択できる生徒

- (ア)新聞・インターネット等から情報を収集、分類・整理することができる。
- (イ)課題を設定し、レポートとしてまとめることができる。

②ビジネスの理解力を深め、実践力として「新たな提案」ができる生徒

- (ア)「ビジネスの理解力」向上として、得た情報からグループでの話し合い・発表を通して、現状における企業の課題を理解する。
- (イ)「ビジネスの実践力」として、考察した結果を提案として発信できる。

③主体的・協働的な学びから、「気づき」「発見する」ことによって思考力や判断力を高めることができる生徒

2 本年度実践の概要（NIEに関連する授業実践）

月日	主体	おもな活動の内容
平成 28 年 7 月	2 学年	<ul style="list-style-type: none"> ● 朝学習にて「日報抄ノート」記入の取組。 ● 修学旅行「平和学習」の一環として新聞記事感想文に応募し、団体賞・佳作 3 名入賞
7 月 14 日 (木)	NIE 担当者	<ul style="list-style-type: none"> ● 授業研修 教科「商業」、科目「マーケティング」(実践例 3 参照) 指導者：新潟大学人文社会・教育科学系 教育学部人間社会ネットワーク講座 准教授 釜本 健司 様 新潟県 NIE 推進協議会 事務局長 土屋 修 様
10 月 6 日 (木)	NIE 担当者	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業の活動について理解を深める (1) 総合ビジネス科 2 年生講演会 演題「経済新聞の読み方～顧客をつかむセブンの P B 戦略を中心に」 講師：日本経済新聞社新潟支社長 管野 宏哉 様
10 月 20 日 (木)	NIE 担当者	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業の活動について理解を深める (2) 総合ビジネス科 2 年生講演会 演題「AEON 株式会社におけるフェアトレードの活動について」 講師：イオントップバリュ株式会社 有本 幸泰 様
10 月 27 日 (木)	NIE 担当者 及び本校職員	<ul style="list-style-type: none"> ● ネットワーク部会 (公開授業 実践例 1・2・4 参照・分科会・講演会) 講演会講師：新潟大学人文社会・教育科学系 教育学部人間社会ネットワーク講座 准教授 釜本 健司 様

3 実践例

(1) 実践例 1

①日 時 平成 28 年 10 月 (6 時間)

②対 象 情報処理科 3 年 6 組 40 人 (男子 21 人 女子 19 人)

③実施科目 総合実践

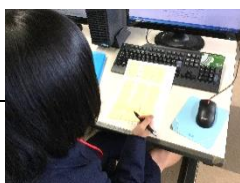
④目 標




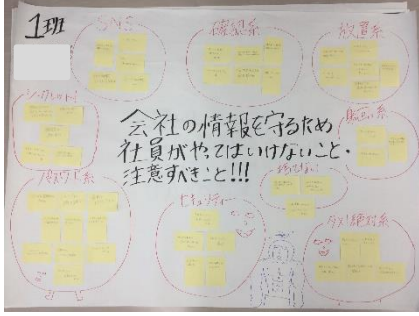


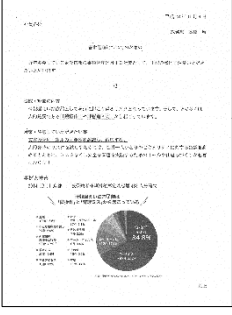



- ・情報セキュリティに関するトラブルが企業のビジネス活動に及ぼす影響を知り、セキュリティ管理の必要性について考える。
- ・新聞を読むことで、これまでに学んだ知識と社会を結びつけることができることを理解する。

⑤内 容 情報処理科の 3 年生は、情報に関する知識と技術を学んできており、多くの資格を取得している。一方、それらの知識が実際の社会でどのように活用できるか分からない生徒が多い。科目「総合実践」は、ビジネスの諸活動を模擬体験することで、知識と技術を総合的に活用する方法を学ぶ。本実践では、情報セキュリティのトラブルに内容を絞り、「朝日新聞 for school」の記事検索を活用し、生徒が既に持っている知識と実際の社会で起きている出来事を結びつけることを体験的に学習した。

単元の構成 (全 6 時間)

時間	目標	学習活動
1 2	<ul style="list-style-type: none"> ・情報漏えいが企業経営に大きな影響を及ぼすことを理解する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報セキュリティの脅威に関する I P A の動画を観る。 ・情報セキュリティの脅威について、持っている知識を付箋紙に記入し、班ごとに模造紙にまとめる。



	<ul style="list-style-type: none"> 情報セキュリティの脅威にどのようなものがあるか考えることで、これまでの学習を振り返る。 		
<p>3 (公開授業)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 新聞記事を検索し、実際の社会でどのような事故が起きているのか知る。 新聞を読むことで、学んだ知識と社会を結びつけることができることを理解する。 	<ul style="list-style-type: none"> 班で考えた内容が本当に社会で起きているのか、「朝日新聞 for School」で検索し、模造紙の内容を検討する。 	
<p>4 . 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> 自分たちが興味を持った内容について新聞記事を集め、どう予防することができるか考える。 	<ul style="list-style-type: none"> 情報セキュリティの脅威に関して、興味を持った内容を1つ選択し、社員教育用の資料を作成する。 	
<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> 社員を想定したロールプレイを体験することで、社会人として必要なコミュニケーションスキルを学ぶ。 	<ul style="list-style-type: none"> 作成した社員向け資料を配布し、ロールプレイ（班ごとに社員の前で予防策を話す）を行う。 観察者は相互評価を行う。 	

⑥生徒の感想

- 情報の紛失や漏えいの事件が多々あり、日常生活でも起こりうる事件もあったので、まだ学生の自分たちでも気を付けなければいけないと思いました。
- 記事検索では、知りたい情報のキーワードを入力するだけで、すぐに過去の記事が出てきたので驚きました。
- 新聞の記事だから他のホームページと違い、安心して調べることができました。
- 社員朝礼の雰囲気を感じられ、このようなシチュエーションで勉強できることは高校生では経験できないことだと思いました。
- これから社会に出たときに学んだことを生かし、会社に貢献できたらいいなと思います。

⑦成果と課題

Web上には信憑性に問題のあるサイトが多い。しかし、簡単に手に入るため、生徒たちは普段これらのサイトを好んで活用している。本実践では、デジタル版の記事検索を体験することで、生徒の方から「安心して読むことができた」という声を引き出すことができた。スマートフォンに慣れ親しんだ高校生にとって、デジタル版の新聞が便利・安心な情報ツールとして認識されることは情報リテラシーの観点から有効だと考えられる。また、情報処理科の生徒であることから、生徒が既に持っている知識を活用したことで、主体的に学習に取り組めたと考えられる。

課題として、多くの記事が検索結果として表示された際に、リード文を読むことによって記事の全体像が理解できることを生徒に指導する必要があったと振り返った。

(土田 謙吾)

(2) 実践例2

①日 時 平成28年10月(6時間)

②対 象 国際教養科 1年8組 41人(男子12人 女子19人)
1年9組 40人(男子13人 女子17人)

③実施科目 国語総合(現代文) 単元名: 評論「広告の形而上学」



(岩井克人・東京書籍「精選国語総合」)

④目 標 ・ 評論教材を通じ、広告がもつ資本主義社会における役割と本質について筆者の提言を読み取り、グループで考察し、小論文にまとめる。
・ 新聞広告を用いて比較検討することで学習内容と社会とを結びつけて考える力を養い、言語活動を通して思考力、想像力、表現力を高める。

⑤内 容 10月27日の公開授業対象は9組であったが、国際教養科の2クラスとも同様の授業実践と生徒による研究発表を行った。よく話を聞き、積極的に発言し、意欲的に学習に取り組む生徒集団である。本実践で生徒たちは、評論教材の主題とリンクさせて実際の新聞ほか様々なメディアによる広告を調べ、グループワーク、プレゼンテーションと相互評価、小論文作成等の言語活動を重ねることで、教材内容の総合的な理解と新聞活用の方法、自らの意見をより深めて表現することを学んだ。

単元の構成(全7時間)

時間	目標	学習活動
1 ~ 4	・「広告」が現代社会で果たす役割と価値、その背景にある資本主義社会との関連を教材から読み取る。 ・キーワード「形而上学」に込められた筆者の主張と「広告」の意義を理解する。	・ 本文「広告の形而上学」全文の読解。 (4時間) ・ 主題読み取り、題名の言い換え説明、全文の百字要約。 ・ キーワード、キーセンテンスの読解、問題演習。
5	・ 筆者が求める「真の考察」とは何かを、グループワークで考察し、発表できる意見としてまとめる。 ・ 実際の新聞広告、インターネット広告を検索し、筆者の主張とグループの意見との双方を結びつけることができることを理解する。	・ 紙媒体で「朝日新聞」「読売新聞」「毎日新聞」「産経新聞」「新潟日報」「日本経済新聞」等を検索、コマーシャルや雑誌やネット広告と比較し、グループで採り上げる広告を選択してプレゼンテーションの内容を検討する。 ・ パワーポイント原稿作成。

<p>6 (公開授業)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・教室の電子黒板を用いてグループ発表を行う。 ・相互に評価メモをとり、発表後各グループにフィードバックする。 ・相互の振り返りと考察を加え、小論文構想メモを作成する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・研究授業 (①プレゼンテーション ②相互評価 ③フィードバックとグループ討論 ④小論文作成準備) 
<p>7</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「広告」「新聞」について考えをまとめ、文章表現する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・課題として800字の小論文を作成し、提出。 ・授業者による評価ののち、代表生徒の生徒会誌への寄稿をもって発表。

⑥生徒の考察結果 (小論文より一部抜粋)

・《1-8「広告の形而上学」を学んで》～(前略)～筆者は貨幣を例に出し、広告の存在価値を説明している。広告と貨幣とは似ている部分がある。それによって商品の価値が決められる場合と、それ自身が需要の対象となるという二重の存在であることが共通点。広告は、商品を媒介、つまり消費者が商品を知るためのつなぎの役割をする。だからこそ、消費者は広告を通してしか商品を知ることが出来ない場合が多く、消費者の心をつかむためにはより良い出来の広告を作ることが必要なのである。センスの良し悪しや迫力のあるなしで広告の価値は決まり、それによって商品の売り上げも変わる。その時、差異が生じるが、それは広告されている商品同士の差異ではなく、商品とは別に独立したものであり、広告それ自体の間の差異として認識されるべきである。本文では「差異のないところに価値は存在せず、差異こそ価値を生み出す。」と述べられている。確かに、広告が同じだったら違う会社の同じ商品でも、きっとどこか一つの会社の商品に売り上げが偏ってしまうだろう。

今回、私たちはNIE実践発表を行い、広告の形而上学的特性についてたくさん話し合った。普段私たちが何気なく見ている広告やコマーシャルはそれぞれ個性をもっていて、消費者に商品を選ばせる選択肢を与えている。しかし、広告は、商品の付加価値を示すものであり、私たちは広告ではなく商品の本質を理解しなければならない。

固定観念をなくし、できるだけ実際に商品を見たり触ったりしてそれぞれの良い点・悪い点を見極めて判断するべきであり、「広告」に書いてあること全てを鵜呑みにしないことが大切だ、ということが、今回の研究授業を通してわかった。

・《1-9「現代社会と広告」》先日、「広告の形而上学」についての研究発表で各グループが様々な広告を比較検討してプレゼンテーションを行った。私は、広告が現代社会においてどのような影響を与え

るのか、私たちはこの広告という事象に対してどのような考えを持つべきなのかということに着眼点を置いた。～（中略）～

実際に、私たちは商品の媒介である広告同士を商品の価値とは全く別に比較している。例えば、私の班では育毛剤についての広告を紹介した。比較するために、インターネットと新聞の2つのメディアでの同一商品の広告を紹介したが、新聞では明らかに大きく、わかりやすい色の文字やデザインを使用していて高い年齢層をターゲットにしていた。～（中略）～つまり私たちは、様々な企業によって広告を比較させられているのである。

また他の班では、ある商業施設の同一のイベントについて、現在と以前の広告を比較していた。数年前より最近の広告の方がわかりやすくなっているのが明確だった。このことから私は、企業にとって広告が以前よりも重要視されているのではないかと考えた。～（中略）～現代社会では人々が様々なメディアに触れる機会は格段に多い。あるメディアが媒介している企業の商品広告が他の企業よりも強い印象を消費者に与えれば、消費者の購買意欲を強くかき立てることができる。またネット社会と言われる現代社会において、私たちは商品についての情報の殆どを、メディアを介して知る。現代社会の企業にとって広告事業は、商品を売り出していることに等しく、消費者に「広告を買って」もらうのが目的だと言える。

このように、現代資本主義社会において企業と消費者との間に介在する広告は、メディアの需要拡大に従って発達し、その重要性も増した。私たちが留意すべきことは、多用される広告を実際の商品と結びつけすぎないことだ。企業の「広告」を比較するのではなく、あくまで「商品」を比較するという目をもって、選ぶべきである。

⑦成果と課題

生徒たちは今回の実践発表を通して、新聞・インターネットの広告記事を活用し教科書本文の理解・考察を深める機会がもてた。またグループワークを主とした学習活動により主体的に話し合う場面が多くみられ、生徒が意欲を持って取り組めたと考えられる。小論文をまとめる際にも抵抗感なく取り組んでおり、短期間の宿題としたが大多数の生徒が筆者の問いにわかりやすく答える形で考察・論述できていた。一方、課題として、同様の授業実践を継続的に行うことは時間配分の観点から難しいと実感した。今後の教材においても新聞等の関連記事検索や表現活動を限られた時間内でいかに効率よく取り入れられるか、引き続き指導を工夫する必要がある。

（藤原 裕子）

（3）実践例3（授業研修）

①日 時 平成28年7月14日（木）

②対 象 総合ビジネス2年生1・3組（男子11名，女子23名，計34名）

③実施科目 （選択）「マーケティング」

指導者：新潟大学人文社会・教育科学系

教育学部人間社会ネットワーク講座 准教授 釜本 健司 様

新潟県NIE推進協議会 事務局長 土屋 修 様

④目 標 第3章「消費者心理」総合演習として、「販売活動」における「消費者心理」を事例から理解する。

⑤内 容 販売活動の体験談から、お客さんとの信頼関係が生まれる過程を体験談と新聞記事から読み取る。顧客のニーズや営業から消費者心理の理解を深める。

単元の構成（全3時間）

日程	○学習活動	●手立て ◎評価
7/7(木)	○自動車メーカーのマーケティング調査 (WEB ページより：事前学習)	●WEB ページ検索。◎自動車メーカーの生産車種や生産先・販売先の情報を得ることができる
7/8(金)	講演会(自動車販売の体験談) ○講演会まとめレポート作成	◎「買うと決断させる動機、そのなかで顧客との信頼関係を築く重要性に気付かせる。
7/14 (木)	○講演の内容を振り返り ①付箋紙の記入。(黄色：「そうなのか」、ピンク「そのアイデア GET」) ②グループごとに分類。車：「商品」、セールスマンとお客さんの関係：「人」、各自動車会社は「会社」、それ以外は「それ以外」で分類・考察 ○「シリーズはたらく」新潟日報、2000年7月5日付け朝刊を全員で読む。	●講演会の内容をポストイットカードの色ごとに整理する。 ◎販売活動における「信頼」を具体的な表現で示すことができる。たとえば、足マットに新聞紙を敷いたなど。消費者目線の記述があること。 ◎新聞記事の見出し「積み重ね」「結果はついてくるもの」「曲げない人たち」の解釈がある。
<p>(発問)「今回は体験談をお話し頂いたけれど、買うと決断させるのに何が必要か、特に高い買い物をするときに重要視されるものを考えてみましょう。</p>		
<p>○元自動車メーカー販売トップ職は自動車を販売時に、顧客の何を実現するために販売活動していたのかを考える。 (2)消費者心理について ○新聞記事から現在や未来を考える。 ①自動車の変化(プラグインハイブリッドカー、自動運転、カーシェアなど) ②JR 等他の交通機関との競合 ③機能の変化：移動手段→「思い出」</p>		<p>●自動車に関連する新聞を紹介。 ●不安な面をあげる。 ●記事で紹介し、消費者が求めているものをイメージさせる。顧客が不安を感じる要素から消費者行動や企業の製品計画に関連づける。</p>
<p>(発問)この状況で「不安」や「心配」も出てくると思います。お客さんのニーズをどのようにとらえていきますか。</p>		



⑦振り返り(生徒ワークシートから)営業という仕事は、顧客に良い商品を買って満足してもらうために、顧客に対して全身全霊で対応し、ニーズを正確に把握することが重要である。ニーズを正確に把握したり、お客さんと会話をしたりするためには、新聞を毎日読み、「知識」をつける。さらに商品の特性を熟知する。信頼を得るためには、「笑顔」が大切。

買うと決断させるのに必要であり、重要視されるもの(生徒ワークシートから)

- 価格の安さ、機能の良さ、信頼できる販売員かどうか、デザインの良さ、限定かどうか、流行に乗っているかどうか、必要性があるか。
- 店員さんの対応や(商品を見たり、話をしたりして決める。価格や機能性を重視して必要性を考える。説明が分かりやすく、その機能が分かれば買いたくなる。

「不安」や「心配」などお客さんのニーズをどのようにとらえるか。(生徒ワークシートから)

- 安全性の高い商品を提供する。また、その商品に対する説明を丁寧に行うことによって商品の安全性を信頼してもらうことが重要。試運転などで体験してもらい、安全性を実感してもらう。
- お客さんにより安心して買ってもらうために、アフターケアのしっかりしたサービスを行うことがと

とても大切だと感じた。お客様の話をしっかり聞いて、そこから一緒に解決策をみつけていく。

(4) 実践例 4

- ① 日 時 平成28年9月～10月（5時間）
 ② 対 象 総合ビジネス科 2年生1・3組（男子11名，女子23名，計34名）
 ③ 実施科目 「マーケティング」単元名：「製品計画 流通業者の商品開発」
 ④ 目 標 ・流通業者の商品開発におけるプライベートブランド（以下PB）商品について理解する。
 ・消費者の視点から，総合スーパーが取り組んでいるフェアトレード商品について理解し，自分自身の行動を振り返るとともに未来に向けての考察を深める。
 ⑤ 内 容 流通業者のPB商品の役割について理解させる。フェアトレード商品を事例とした。新聞社からPB商品発売当初や現在の状況を伺い，とPB担当者から，開発理由を伺う。社会貢献活動としてほとんどの生徒が賛同するが，チョコレートの価格や味，パッケージから選択しないという意見がでてきた。企業の社会貢献活動を通じて「購入」という選択と可能性について考察を深める
 単元の構成（全5時間）

	目標	学習活動
1	・PB商品の記事収集	・製品計画や流通業者の商品開発の記事を新聞から探す。
2	・企業活動について理解を深める（1） コンビニエンスストアのPBを事例にして理解を深める。	（講演会）演題「経済新聞の読み方～顧客をつかむ セブンのPB戦略を中心に～」 講師：日本経済新聞社新潟支社長 管野 宏哉様
3	・企業活動について理解を深める（2） ・総合スーパーの事例を学ぶ。 ・総合スーパーについての情報収集	（講演会）演題「AEON株式会社におけるフェアトレードの活動について」 講師：イオントップバリュ株式会社 マーケティング本部 有本 幸泰 様
4	・PB商品の比較	・コンビニエンスストアと総合スーパーの比較（PB）
5 （公開授業）	・PB商品の役割を理解する。 ・課題や消費者としてできることを考える。	①販売当初は，製造業者のブランドであるナショナルブランド商品に価格面の安さを訴求したPB商品が，現在はその役割が消費者のニーズ及び企業の経営理念を反映させる形で変化をしていることを理解する。 ・「エシカル消費普及に壁 ⁱ 」の記事から考察。 ・「貧困なくすチョコ選ぼう ⁱⁱ 」の記事を紹介 ②消費者の視点で企業の社会貢献活動を例に自分たちの消費行動が社会に影響を及ぼすことを知る。



- 【10/6講演会感想より】とても分かりやすかった。新聞でいろいろ分かる事を改めて知った。自分の家の新聞しか読んでこなかったけど，経済新聞に興味が出てきた。
- この講演会でPB商品やNB商品との関係を知ることができました。かつてPBは安いが悪れやすかったり，あまり長く使えなかったり欠点が多かった。それを改善して今はNB商品より質が高く価格は安いことなどにより，立場が逆転しようとしていることもわかりました。この講演会を授業で活かしたいです。

成果と課題

PB商品を題材に授業で学習した内容と社会の動きについて考える目的で新聞を活用した。

複数の視点から事例を検討することで「気づき」や「発見」が促がされ，効果的な学習となった。しかしながら，深く追求すればするほど時間が必要となり，1つの単元だけではなく継続して多面的に取り組む必要性を感じた。

（蟻塚 宰子）

ⁱ 「日曜に考える カレントスコープ」日本経済新聞（2016.9.4）

ⁱⁱ 「記者有論 フェアトレード 貧困なくすチョコ選ぼう」朝日新聞(2013.3.27)