

第3回 GCAキャリア教育研究会 リポート

<内容> 第1部:教科によるキャリア教育の実践 広告のコミュニケーションプロセス「AIDMA理論」を授業に転用した授業の提案。 第2部 AIDMA授業のプランニング AIDMA論を利用し、お菓子を教材にした授業プランを考え、グループでブラッシュアップする。	日時 2014年7月12日17:30-20:30
	場所 東京都池袋 参加者 12名 ・教員…10名 ・社会人…2名

ワークショップの様相



教材は、高校生に人気のアイス、チョコ、ガム



同じ専門科目の教員が集まって、熱い議論



各自のプレゼンテーションの様相

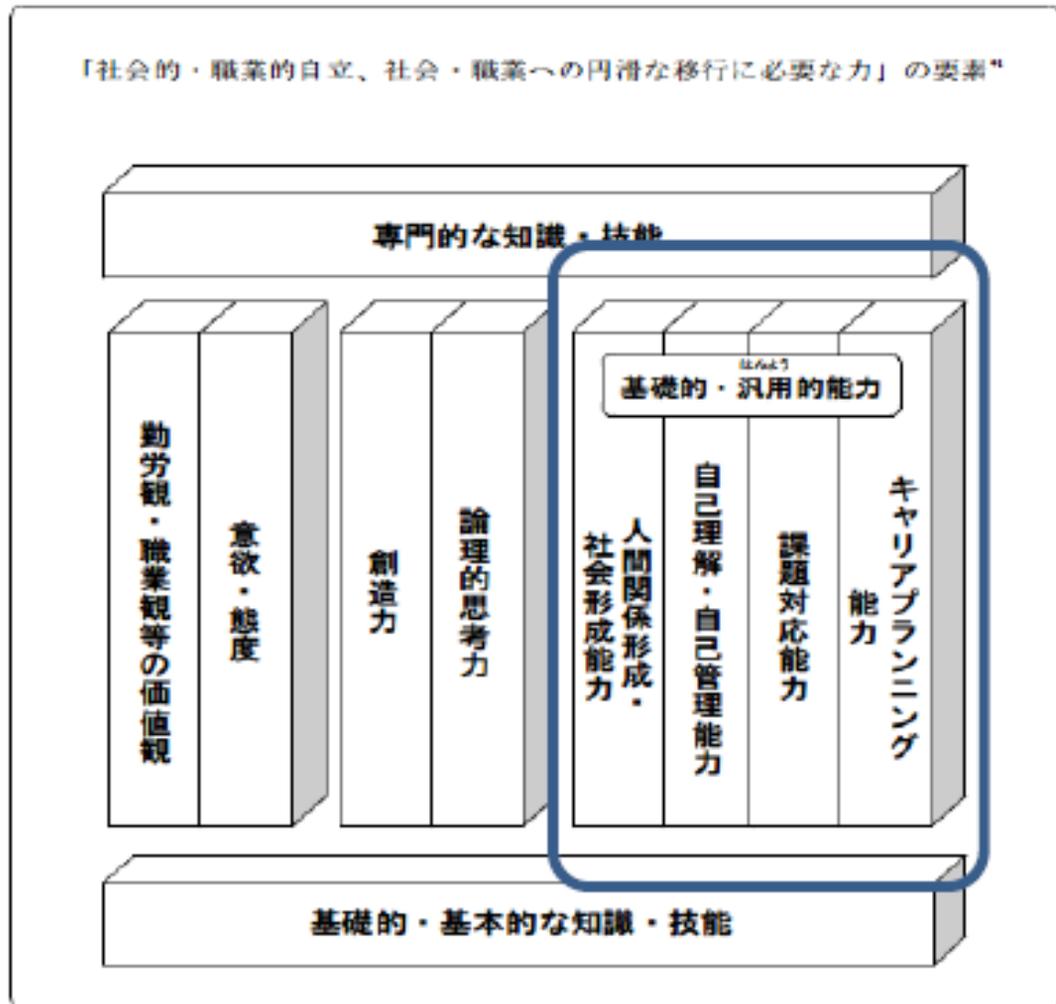


図2 「社会的・職業的自立、社会・職業への円滑な移行に必要な学力」の要素（文部科学省）



- その日の課題
- 過去の授業記録
- ポートフォリオ
- 動画、画像へのリンク
- 掲示板
- 辞書
- 生徒情報
- 他



教壇から離れて、子どもたちの近くで、子どもたちの側で授業を行える。

学びが
教室を
飛び出す



立体図形を、自分の手で動かすことにより、視覚的に実感として理解が進む。

既に大学においては、学生達は自分専用の端末を持ち、授業に私生活に活用しております。

教科で行う、キャリア教育



自分の関心があるコト・モノ

自分の成長に役立つコト・モノ



中高生を振り向かせる3種の神器



1. コンビニ



2. スマートフォン



3. お菓子

商品

- ・形状
- ・パッケージデザイン
- ・製法
- ・成分
- ・味
- ・商品アイデア
- ・機能・効能
- ・原料
- ・産地
- ・調査
- ・工場

価格

- ・割引
- ・セット販売
- ・季節割引
- ・価格弾力性

広告

- ・タレント
- ・広告費
- ・代理店との取引
- ・コピー
- ・撮影
- ・キャンペーン
- ・POP広告
- ・テレビ
- ・ラジオ
- ・新聞
- ・雑誌
- ・SNS(ツイッター他)
- ・キャラクター
- ・レシピ
- ・記念日

流通

- ・自動販売機
- ・コンビニ売り場
- ・並べ方
- ・輸出
- ・輸入
- ・在庫管理



法律

- ・規制
- ・表示

職業観

自己理解・自己管理能力

人間関係・社会形成能力

キャリアプランニング能力

課題解決能力

- ・開発秘話
- ・営業秘話
- ・裏方(経理、財務、人事)
- ・競合他社
- ・市場
- ・会議
- ・交渉

学びが、教室から飛び出す
AIDMA授業！

専門科目で行う、
これからの、「キャリア教育」の実践。

AIDMAとは、広告宣伝に対する消費者の
心理のプロセスを示した略語であり、

1. Attention(注意)



2. Interest(関心)



3. Desire(欲求),



4. Memory(記憶)



5. Action(行動)

の頭文字をとったもの。この心理プロセスを授業応用し、
学びが教室から飛び出るような仕掛けを盛り込んだ授業を、
AIDMA授業と呼んでいます。

授業実践に置き換えれば、授業の冒頭で生徒の注意を獲得し、
生徒の関心事との接点を見出し、生徒の知的欲求を刺激し、
記憶させ、教室外での行動に結びつけるものです。

AIDMA授業 主宰
学習コーチアカデミー 主席研究員 佐々木 宏

AIDMA授業 構成案

単元	社会科 第3学年 私たちの暮らしと経済 ～流通がもたらす社会貢献について考えよう～		
目標	○身近で具体的な事例を通して、現実の経済に対する関心をもたせ、さらに個人と社会とのかかわりを客観的にとらえ直し、その意味についての理解を深めさせ、経済についての見方や考え方の基礎を育てる。 ○学習活動を展開するなかで、経済活動に関する諸課題について関心を高め、自ら考えようとする態度を育てる		
	学習内容	授業の進め方	留意点
Attention (注意喚起)	○POSシステムの画像をネット上から抽出し、この画像が何か、何のために、何を測っているのかを発問する。	○日頃、何気なく利用しているコンビニでは、様々な人間に購買心理を刺激する仕掛けがあることを伝える。	○経済に焦点を当てるとき、マクロの視点とミクロの視点があり、本時ではミクロの視点を扱うことを伝える。
Interest (関心喚起)	○コンビニに行けば、欲しい商品がいつでも気軽に手に入るが、その背景には、POSデータを基にした、緻密な仕入れ計画があることを伝える。	○ワークシートを渡しながら、コンビニのポスターデータについて説明する。	○コンビニでバイトをした経験のある生徒がいたら、業務について説明してもらい、双方向になる。
Desire (欲求刺激)	○ワークシートに取り組みせ、消費者心理を掘り起こす演習をする。	○生徒が店長になったつもりで、顧客の購買データから、どのような仮説が考えられるか、個人で考えた後、グループで協議。最後に、全体で共有する。	○用意した以外の仮説が出されることが想定されるが、決して否定せず、その仮説の面白さを承認する。
Memory (記憶)	今度コンビニに行ったら、どんな「工夫」があるのか、アンテナを立てて観察すると、いろいろな発見があることを伝える。	教員のコメント 「お客のカユイところを見つけ、1円でも多くの商品を購入してもらい“工夫”をするのが、経済活動」	「工夫」には、正解がなく、常に試行錯誤を繰り返すことが要求されており、すべての仕事が「工夫」と「試験」の不断の努力によって成り立っていることを伝える。
Action (行動)	身の回りの消費者心理について考えさせ、「自分が店長だったら」という発想で、どんなアイデアが思いついたか、次回の授業で発表してもらおう。	○身の回りにある、「合わせ買い」には、どのようなものがあるのだろうか。 ○お天気や気温によって、売上が左右される商品やサービスにはどんなものがあるか。	コンビニとスーパーやデパートとでは、扱う商品や価格、対象など、どんな違いがあるのかまで調べて報告してくれる生徒がいるのが望ましい。

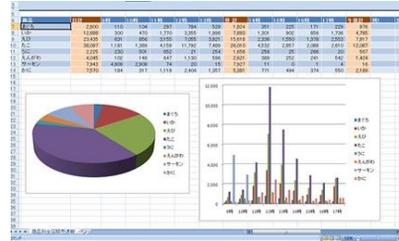
AIDMA授業 ワークシート

問題

下記のデータは、コンビニエンスストアのPOSレジのデータです。これらのデータから、顧客の購買傾向を読み取り、どんな日にどんな商品を揃えたら売上が上がるか、班で話し合ってください。

例)曇りのち雨の日は、傘が売れる

>>天気予報で、雨が降る日は、傘を多く仕入れる



顧客A	女性20～29歳	気温27度
	曇り後雨	AM11:30来店
牛乳、パンソウコウ、お茶、雑誌、バニラアイス、傘、ビスケット		
顧客B	男性20～29歳	気温31度
	晴れ	PM5:45来店
氷アイス4個、花火、チャッカマン、冷麺4個、ビール4本		
顧客C	女性30～39歳	気温27度
	晴れ	PM7:00来店
スパゲティ、サラダ、ビスケット、牛乳、ケチャップ、チョコレート、チョコアイス		
顧客D	女性40～49歳	気温31度
	雨	PM5:00来店
野菜、お肉、氷アイス、卵、ティッシュ3箱		

回答と解説

1. スパゲティとトマトピューレが合わせ買いされる傾向がある(顧客A,C)

その他、花火と着火マンなど、ある商品Aと別の商品Bが合わせ買いされることがあります。食材の多いスーパーでは、いちごの横に練乳を置いたり、お肉売り場に焼肉のたれを置くなど。このようにして、データから顧客心理を読み取り、陳列に工夫をしています。

2. 気温が高くなると、バニラ系より氷系アイスが売れる(顧客A,C,D)

コンビニは、気温によって売上が左右する商品がいくつかあります。アイスは27度を超えると多く売れ、30度を超える真夏日には、氷系のアイスが売れ始めます。その他、ビールは22度以上になれば売れ、逆におでんなどの鍋物は15度以下になれば売れ始めます。このように、コンビニのオーナーは、気温の変動に注目しながら、商品を発注しています。

3. 雨の日には、ティッシュや野菜など、日常品が売れる(顧客D)

コンビニに訪れるお客は、お店に行く前に購入するものを決めているお客や、時間がないお客が多いため、割引はせず、加工した食品が多く売られています。よって、ビジネスマンや学生が多いのですが、雨の日などは、価格に敏感な主婦でも、遠くのスーパーに出かけるのがいやになり、近くのコンビニで食材や日用品を購入する傾向にあります。よって、翌日が雨の日は、これらの商品をいつもより多めに仕入れることがあります。

コンビニエンスストアからのコメント

コンビニの強みは、欲しい時に、ほしいものを提供すること。よって、一日一店舗に商品が配送される頻度は、米飯(パンを含む)4回、チルド(冷蔵)3回、常温1回(曜日により納品されるものが違う)、フローズン(アイス)1回(季節により週3~7回に変動)、ヤマザキ2回(ヤマザキは専用の配送網がある)雑誌1回(週1日以上休配日あり)、新聞2回(取次会社の配送となっています)。一方、当社では、利便性を提供すだけでなく、お客様の健康を願い、これまでの「マチのほっとステーション」から「マチの健康ステーション」へとスローガンを変更し、食を通じて、お客様により健康的な生活をおくってもらえるような商品、ならびにサービスを提供してゆく予定です。先生方にあらまはしては、コンビニにどんな商品やサービスを期待するか、生徒にヒアリングしていただき、当社にお寄せいただければ幸いです。

単元	
目標	
	学習内容
Attention (注意喚起)	
Interest (関心喚起)	
Desire (欲求刺激)	
Memory (記憶)	
Action (行動)	

・意外性のある
モノ、画像、動画
・ホットな話題
・クイズ他

・雑学
・生徒の興味関心
事へのブリッジ

・こんな問題なら、
解いてみたい、課
題を発見したい、
作ってみたい、み
んなと協議したい
と思わせる。

・生徒がお菓子に
触れた時に思い出
して欲しい授業の
内容。

・強制的な家庭学
習でなくても、思わ
ず調べてみたくな
るようなオープンエ
ンドな質問で終了。

第2部 ワークショップ

お菓子で作る、授業プラン

単元	チョコで英語
Attention (注意喚起)	カカオ50%、78%、90%のチョコを試食させ、どれが何%か当てさせる。チョコレート の製造法や産地を英文にすることで、受動態を定着させる。
Interest (関心喚起)	カカオ含有率で、健康に良い影響があることを英文で紹介する。
Desire (欲求刺激)	バレンタインに贈るチョコを選び、理由を受動態で表現させる。
Memory (記憶)	チョコレートを、買う、食べる時に受動態を思い出して欲しいと伝える。
Action (行動)	お店で変わったチョコを見つけたら、それを受動態で表現する

主宰者コメント

最初に試食させて英語の受動態につなげる。これはもう、生徒たちは一生、チョコを食べるたびに受動態の構文を思い出すでしょう。(笑) しかも、クイズの要素があるので、つかみはOK. 原料がわからないチョコレートと、原型を残したアーモンドから作られる、アーモンドチョコは be made from かbe made ofかなどの議論をさせると、さらに理解が深まりそうです。Desire のところで、気の利いた受動態の英文で男性の心を掴めるような文章例を紹介できるとさらに盛り上がりそうです。

単元	チョコで国語
Attention (注意喚起)	チョコに関する文章を準備。
Interest (関心喚起)	読後に、チョコにまつわるエピソードで議論
Desire (欲求刺激)	上の議論をもとに、小論文を作成
Memory (記憶)	グループで小論文を評価。人の良いところ、自分の足りないところ。
Action (行動)	次は改善して書きたいな。

主宰者コメント

これはシンプルですが、小論文に対して苦手意識を持つ生徒さんにとって、導入が身近なチョコレートであることによって、小論文に対して「関心」を惹きつけることができそうです。また、小論文指導では、まずは幾つかの型を覚えさせることが有効だと言われます。そのために、まずはチョコレートに関する生徒の意見を引き出すための、オープンエンドな発問リストを渡し、ワークシートに記入させたあと、順番通りに型にはめてゆくことで小論の形になることを伝えるのは面白いかもしれません。宿題として、チョコレートと社会性、チョコレートの意外性などを調べることで、論文がさらにブラッシュアップされることを体感させるのもありでしょう。また、チョコレートという身近な商品に対し、友人と様々な視点をシェアすることで、キャリア教育の必要な多様性と自己のメタ認知につなげることも可能。

単元	チョコで国語
Attention (注意喚起)	たけのこの里、きのこの山で、どっちが好きか、理由も含め、フリーディスカッション。
Interest (関心喚起)	チョコレートにまつわるエピソードをまとめる
Desire (欲求刺激)	グループ内発表、相互評価
Memory (記憶)	話の構成、話し方、聴き方、それぞれについての気づきをまとめる
Action (行動)	本、ドラマ、落語など、「構成の面白さ」の特徴、セリフの言い回し、間の取り方に関心を。

主宰者コメント

たけのこ vs きのこ の論争は、大人がやっても盛り上がります。つかみはOKです。Actionでは、気づいたことを踏まえ、次回の発表でリベンジさせても面白いかもしれません。ネットで「話 構成 面白い」「話 構成 コミュニケーション」等で検索すると、参考になるサイトがいくつも出てきます。生徒たちが、これらのサイトに自らアクセスし、自分にフィットするスキルを身に付け、次回の授業で成長したところを披露してくれるのが理想です。ネット社会では、検索力が問われることとなりますが、検索して答えられる問を出すのではなく、検索してヒントしか得られない問をどう作れるか。今後の教員の発問力が21席型能力を育む鍵になるのではないかと、この案を見て改めて感じました。

単元	チョコで数学
Attention (注意喚起)	月別の売上のグラフを提示 > このグラフは何を示しているでしょうか。
Interest (関心喚起)	チョコの雑学 例)メリーチョコとバレンタインデー
Desire (欲求刺激)	ガーナチョコのような、3列x4列の板チョコを、最小何回でバラバラにできるか。
Memory (記憶)	絶対11回！ポイントは破片の数。 > ①一般化 ②見方を変える
Action (行動)	いろいろと例示してもらおう

主宰者コメント

これぞ数学という活用の仕方です。このような一定の法則(数式?)をチョコで学習させることにより、生徒たちは、板チョコや、パーツごとに分割できる他の食品において、この法則(数式?)を使って友人たちに自慢をすることが予測されます。Memory では、「生活の中に、数式を使わないものはない！」と断言し、最終的に「数学を知らないものは、こんなに人生で損をする(または得をする)」というような内容にまで発展させることができれば、まさに「数学で行うキャリア教育」のモデルになります。

単元	ガムで理科
Attention (注意喚起)	ガムがどこで誕生したか、クイズ。
Interest (関心喚起)	ガムを渡して噛ませる。いろいろな種類。
Desire (欲求刺激)	口の中の情報を集める。
Memory (記憶)	びっくりした気づきのシェア。
Action (行動)	実験しよう！(気づいたことの確認) 例)ガムが柔らかくなるのはなぜ？なぜ唾液がいっぱい出るのか。口の中の機能。

主宰者コメント

唾液とでん粉の授業を思い出しました。唾液の消化作用を可視化する実験の導入としてはガムは最高のツールとなります。「よく噛んで食べなさい」とは、単に食べ物を小さくしたり早食いによる大量摂取を予防するためだけではなく、唾液を十分に分泌させ、消化を助ける効果があるということだけでも、新しい視点を獲得させることができます。この流れにするとしたら、Attentionでは、「ガムは実は、体に良い作用をもたらすことがあります。それは为什么呢？」と、意外性を持ちだしながら、「じゃあ、今日は特別に、実際に食べて考えてみよう」とするのでもいいかもしれません。

単元	ガムで国語
Attention (注意喚起)	ガムについてのクイズ
Interest (関心喚起)	好きなガムと、商品名とキャッチコピーは？
Desire (欲求刺激)	虫歯予防のキシリトールを売る！キャッチコピーと商品名をグループワーク。
Memory (記憶)	他の商品もある
Action (行動)	他の商品はどんな工夫がある？好きな商品にキャッチをつけよう！

主宰者コメント

同じ商品でも、ターゲットや商品の特長によって、コピーが変わってきます。商品を隠して、コピーだけ見せながら、どんな相手に売ろうとしているのか、どんな特徴のある商品なのかを想像させるのも面白いかもしれません。これらの活動を通し、コミュニケーションは「言いたいことを言う」のではなく、「相手の聞きたいこと、知りたいことを伝える」ことで成立するのだということを学ぶこともできます。これはまさに、キャリア教育で育む、「人間関係形成能力」につながるものです。

単元	ガムで社会
Attention (注意喚起)	子供の好きなお菓子、ガムで注意を惹く
Interest (関心喚起)	ガムの原料>原産国、気候等について考えさせる
Desire (欲求刺激)	世界の広がり > 消費地、生産国 …アメリカ、イギリスが19Cに広めた。なぜ、原産国で消費が伸びなかったのか。>帝国主義の理解
Memory (記憶)	戦争との関連 > 日本では1950年代 >アイデア商品 >現在は健康食品的なイメージ
Action (行動)	課題…スマホの普及とガムの売り上げ減の関係を提起して考えさせる

主宰者コメント

ガムが売れなくなったのは事実で、携帯との関連は証明されたわけではありませんが、仮説としてはありでしょう。ガムのヘビーユーザーである、高校生に、ガムメーカーになったつもりで、新しいガムの新市場、または、購買頻度を上げるアイデアを出させるのもよいかもしれません。くには今、社会に新しい価値を創造できる人財を求めており、こういうところから、センスを磨く訓練をしておく、その視点が他の商品、サービス、行政などにも転移し、課題発見・課題解決力を獲得させることができます。

単元	ガムで社会(道徳、総合学習)
Attention (注意喚起)	なぜ授業中にガムをかんではいけないのか。
Interest (関心喚起)	プロスポーツ選手は集中力を高めるためにかんでいる
Desire (欲求刺激)	ガムの効能<>礼儀 の調査、発表
Memory (記憶)	ルール、マナーというものの存在
Action (行動)	どうしてそのルール、マナーがあるのか。考えてみたり、調べてみたりする

主宰者コメント

社会に限らず、道徳、総合学習でも使える教材になりそうです。特に、スポーツ選手がガムをかむ理由については、意外と知られておらず、このリラックス機能を知るだけでも生徒には新鮮に映るでしょう。人前でガムを咀嚼することについては、海外は日本ほどうるさくはありません。このあたり、海外の文化との違いにも目を向けさせるチャンスとしても活用できそうです。たとえば、「授業中にガムを本当に噛んではいけないのか」というお題で討議をさせてみるのも、論理思考とクリエイティブ思考を育む意味で、面白いかもしれません。

単元	アイスで国語
Attention (注意喚起)	コンビニ店長から、アイスクリームの新商品の調査と調査結果の口頭報告を求められる。
Interest (関心喚起)	アイスクリームの概要を学ぶ
Desire (欲求刺激)	報告内容を各自で検討
Memory (記憶)	報告内容をグループ内で発表 >聞き手は良い部分を記録
Action (行動)	記録内容をグループでシェアし、報告において大切な点を各自でも考える。

主宰者コメント

プレゼンテーションの単元をイメージしました。コンビニの店長が要求するわけですから、プレゼンの内容は、コンビニの売上が伸びるようなアイスの仕入れ法などを、幾つかの資料から仮説を見出すようなイメージです。商品を調べるプロセスで、同じアイスメーカーでも、メーカーによって特徴があることがわかれば、社会が「差異化による競争」によって切磋琢磨しながら成長してゆく背景を知ることになります。そしてその競争に勝つためには、創造と論理が必要であることを理解させることができるのが理想。

単元	アイスで社会
Attention (注意喚起)	文化祭のアイスの出し物を通して、株式会社の仕組みを学ぶ
Interest (関心喚起)	文化祭、学園祭で予算を生徒の人数分で割って、仮想の株式を発行する。
Desire (欲求刺激)	クラスを事業部に分ける。企画販売部、マーケティング部、事業推進部等(名刺も作る)
Memory (記憶)	事業のために、周りの人にヒアリング。原価、売上、仕入れを計算し、利益を出すための計画書を作成
Action (行動)	販売して売上を考える。売上が上がると、ひと株当たりの株価が上がる。下がると、下がる。

主宰者コメント

総合的な学習にフィットする内容です。大学で実践される、PBL (Project Based Learning) の一つです。株式会社のシステムを知る社会、収支計画では数学、販売現場では国語、業務効率化、およびプレゼンなどでは情報等の力が求められます。PBLは、今や大学ではキャリア教育のメインメニュー。高校バージョンのプロトタイプをGCAの研究会で作るのも面白いかもしれません。

単元	アイスで数学
Attention (注意喚起)	グラフを見せる(気温とか)
Interest (関心喚起)	カロリーとかアイスの種別
Desire (欲求刺激)	気温とアイスの売り上げを考えよう
Memory (記憶)	実際のものを見せる。なぜそうなるのかを考える
Action (行動)	課題・・・いろいろな関係を調べる。(変動しないもの) いくつかのグラフを見せながら、そのデータから何が見えてくるか、課題発見力を養う。

主宰者コメント

PISA学力で求められる、情報活用力、読解力につながる授業プランであると感じます。コンピュータができるのは、データ処理まで。そのデータから、どんな仮説を見出すかは、人間の想像力でしかありません。多くの数学の授業では、「なにがわかるか」「どういう法則が導き出せるか」までしか言及しません。Actionに結び付けるまでには、その課題発見をもとに、次に、どう想像力を使って、新しい解の創造につなげることができるか、アイデアコンテストを恒例化するくらいの尖った授業を実践してみるのもよいかもしれません。