

子どもミライ学習
子どもミライマルシェ編



子どもミライマルシェの手引き



目 次

1. 子どもミライマルシェとは？	1
2. ワークショップとは？（確認）	1
3. ワークショップのルール（確認）	1
4. 流通の仕組みを学ぼう	2
(1) 実際に販売するためには「流通の仕組み」を学ぼう	2
(2) 価格を決定しよう	2
① 価格とは何か？（基本的な考え方）	
② 価格は何によって決まるのか？	
③ 価格を決める要素は何か？	
④ 価格戦略を決めよう	
(3) 流通（チャンネル）を決定しよう	5
○ 流通（チャンネル）を決めるポイント	
○ チャンネル製作の特徴を知ろう	
○ 販売する手段を考えよう	
(4) 最適な「プロモーション・メディアミックス」を考えよう	7
① プロモーション・メディアミックスって何？	
② まず、どんな「ツール」をつくるの？使うの？	
③ 「プロモーション」には、どんなものがあるの？	
5. 演習（架空の新商品の販売計画を立てよう）	8
○ 架空の新商品	
○ 演習 1 活動の見通しをもとう	
○ STEP 1 新商品の「価格」を決めよう	
○ STEP 2 新商品の「流通（チャンネル）」を決めよう	
○ STEP 3 新商品のプロモーションを考え、販売計画書をつくろう	
○ 演習 2 自分流の「販売計画書」を作成しよう	
6. ワークショップ「クラスの販売計画を立てよう」	12
(1) 事前準備	
(2) グループワーク「クラスの販売計画書を作成しよう」	
7. 販売体験をしよう	16
(1) 事前準備 (2) 販売実践	
8. 3年間の学習を振り返ろう	17
○ 振り返りシート ○ アンケート	

タイムスケジュール

I【子どもミライマルシェ 1コマ目】(50分)

内容	ワーク	所要時間	トータル	開始時刻	終了時刻
◆子どもミライマルシェについて	説明	5分	5分	:	:
◆講義「流通」の仕組みを学ぼう ① テーマ「価格」	講義	20分	25分	:	:
② テーマ「流通」				:	:
③ テーマ「プロモーション」				:	:
◆自分流の新商品販売計画書をつくろう	個人 グループワーク	25分	50分	:	:

II【子どもミライマルシェ 2コマ目】(50分)

内容	ワーク	所要時間	トータル	開始時刻	終了時刻
◆事前準備 ワークショップの進め方	説明	5分	5分	:	:
◆グループワーク 「グループの販売計画書」を作成しよう	グループワーク	30分	35分	:	:
◆グループの新商品販売計画書を発表しよう	グループワーク	15分	50分	:	:

III【販売体験】(1日 8:00~15:00) 実施日 11月3日: かすみがうら祭り会場

内容	ワーク	所要時間	トータル	開始時刻	終了時刻
◆事前の準備	作成・準備・納品	随時	1日		
◆販売実践	新商品の販売 等	1日			
◆後片付け・振り返り	後片付け 等	随時		:	:

IV【3年間の学習を振り返ろう】(50分) 実施時期 1月~3月

内容	ワーク	所要時間	トータル	開始時刻	終了時刻
◆振り返りシートを作成する	個人	20分	20分	:	:
◆子どもミライ学習を通して学んだことなどを話し合う	グループワーク	15分	35分	:	:
◆グループの代表が発表し、共有する	全体	10分	45分	:	:
◆アンケートの記入	個人	5分	50分	:	:

1. 子どもミライマルシェとは？

「子どもミライマルシェ」とは、中学 1 年生「子どもミライ出前授業」中学 2 年生「子どもミライワークショップ」で活動してきたことをもとに、流通の仕組みや経済観念の基礎を学びます。特に「子どもミライワークショップ」において決定した各学校の「新商品プラン」を実際に販売できるように取り組んでいきます。

新商品プランを地元の事業所と協力して試作し、販売するためには綿密な「販売計画書」が必要です。その際、子どもミライワークショップで取り組んだ「ワークショップ」の形態で「販売計画書」を作成していきます。自分たちが考えてきた「新商品プラン」をもとにした商品を人気商品にしていきましょう。

※「マルシェ」とは、フランス語で「市場」という意味です。



2. ワークショップとは？(確認)

「ワークショップ」とは、学びや創造、問題解決などに用いられる手法です。参加者がグループを形成して、自発的に発言や作業ができる環境を整理し、司会進行役(ファシリテーター)を中心に、参加者全員が体験するものとして運営されます。

今回の学習では、「販売計画書を作成する」ことを目的として、個々が考え、お互い協力し合い、与えられたテーマを元に展開するスタイルで運営していきます。まずは様々なアイデアを出し合い、それを整理しながら集約してアイデアを進化させ、最終的には「販売計画書」としてまとめていく作業を実施していきます。

それまでの概念にとらわれず、自由な発想で積極的に意見を言うことを心掛けましょう。そして、円滑にワークショップを進め、これまでにないような新商品の販売に向けて販売計画書を作成してみましょう。



3. ワークショップのルール (確認)

ワークショップを実施するにあたり、参加者が必ず守らなくてはならないルールがあります。ルールを守って円滑なワークショップの運営を心掛けましょう。

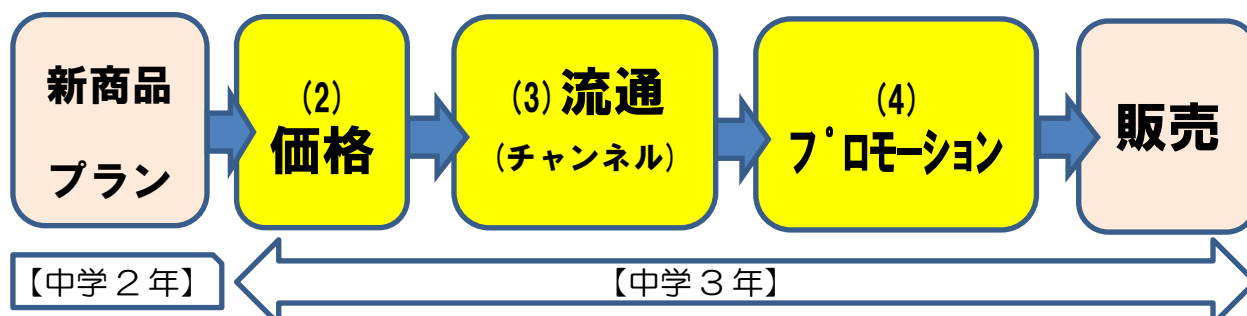
- ①ワークショップ楽しむ
- ②他の人の意見を否定しない
- ③発言は簡潔明瞭に時間短縮（時間厳守）
- ④必ず発言をする（書く）



4. 流通の仕組みを学ぼう

(講義資料)

(1) 実際に販売するために「流通の仕組み」を学ぼう



中学2年生の時に皆さんが取り組んだ「新商品プラン」を販売するためには、流通の仕組みを学ぶことが大切です。商品を実際に売るためには「戦略」が必要です。ここでは、「価格を決定する」「流通(チャンネル)を決定する」「プロモーションを考える」の3つのテーマについて学びましょう。

(2) 価格を決定しよう

① 価格とは何か？(基本的な考え方)

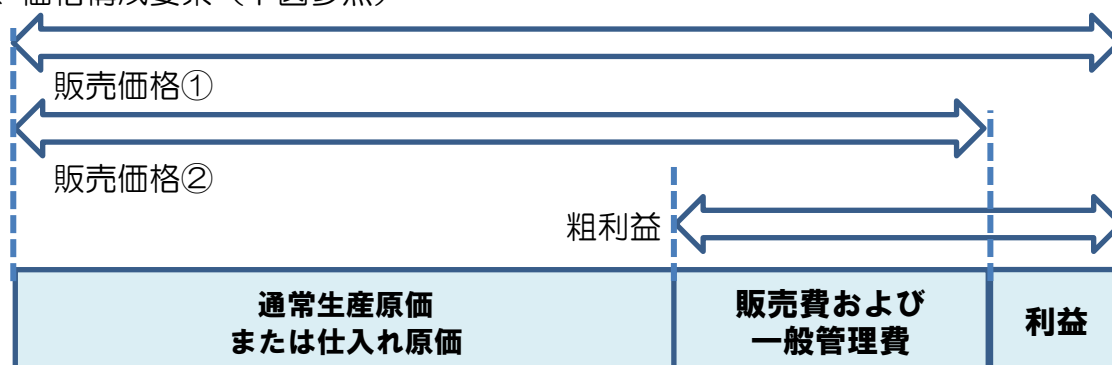
(今までに全くない新製品・公共料金(水道・電気・ガスなど)の場合)

原価基準 (価格)	=	通常生産原価 (仕入原価)	+	販売費や一般管理費 (人件費・機材代等)	+	利益 (もうけ)
--------------	---	------------------	---	-------------------------	---	-------------

【用語の解説】

- ※ 原価基準 : 一般的に「価格」のこと。
- ※ 通常生産原価 : 商品を作る際に必要な材料費のこと
- ※ 仕入原価 : 商品を作る際に他の業者等から買った値段のこと
- ※ 販売費 : 商品を売る際にかかる経費・人件費や輸送費などのこと
- ※ 一般管理費 : 商品を作るための機材やメンテナンス代・衛生管理代など
- ※ 利益 : 企業が目標とする「もうけ」のこと
- ※ 販売価格 : 実際に販売する際につける価格のこと
原価基準をそのまま販売価格にする場合(①)と通常生産原価と販売費や一般管理費を合計した額を販売価格とする場合(②)の2種類がある。
- ※ 粗利益 : 利益と販売費及び一般管理費を合計した額のこと

※ 価格構成要素(下図参照)



② 価格は何によって決まるのか？

価格は、市場基準で決まります。では、市場基準について考えていきましょう。

(ア) 価格は”競争の中”で決まる

売ろうとしている商品に似ている商品（競合商品）や代わりになりそうな商品（代替商品）と「品質」「ブランド力」「販売力」などで比べてみましょう。どのくらいの価格なら買ってもらえるでしょうか？

売ろうとしている商品と同じ業界や市場分析を行い、競合商品等が「どのような価格で売られているか」を調査し分析しましょう。

(イ) 実際に商品を使う人（顧客・エンドユーザー）の“評価”で決まる

その商品を実際に使う人の欲求にあった「品質」と「価格」はいくらであうかということを調べましょう。特に、「原価基準だけで算出した価格が、エンドユーザーに受け入れられるのか」については、よく考える必要があります。

③ 価格を決める要素は何か？ ～価格を決めるときに考えなくてはならないこと～

価格を決める要素（価格決定要素）は、「内部の要因」と「外部の要因」の2つです。これを総合的に考えて、価格を決めていかななくてはなりません。

内部要因

- ・マーケティング目標（戦略的に爆発的普及をめざす？テスト的？）
- ・コスト（原価はどのくらい？もうけはどのくらいにする？）
- ・マーケティングミックス（マーケティングの使用可能な複数の手段を組み合わせて戦略をたて、計画、実施すること・4P？4C？）

4Pとは？

売り手側の視点に基づいたマーケティングツールを組み合わせること

Product（製品）

サービス、品質、デザイン等

Price（価格）

割引、支払条件、信用取引 等

Promotion（プロモーション）

広告宣伝、ダイレクトマーケティング 等

Place（流通）

チャネル、輸送、流通範囲、立地、品揃え、在庫 等

教えて！
ワンポイント
アドバイス

？

4Cとは？

買い手側の視点で捉えマーケティングツールを組み合わせること

Consumer

消費者のニーズやウォンツがある商品、顧客への解決策の提供

Customer cost 顧客コスト

Communication

コミュニケーション

Convenience 流通の利便性

外部要因

- ・市場に出されている製品ライフサイクルから考えてどうか？
- ・価格の弾力性から見てどうか？
- ・競争状況から見てどうか？
- ・流通の状況から見てどうか？
- ・法律や規制の状況から見てどうか？

④ 価格戦略を決めよう



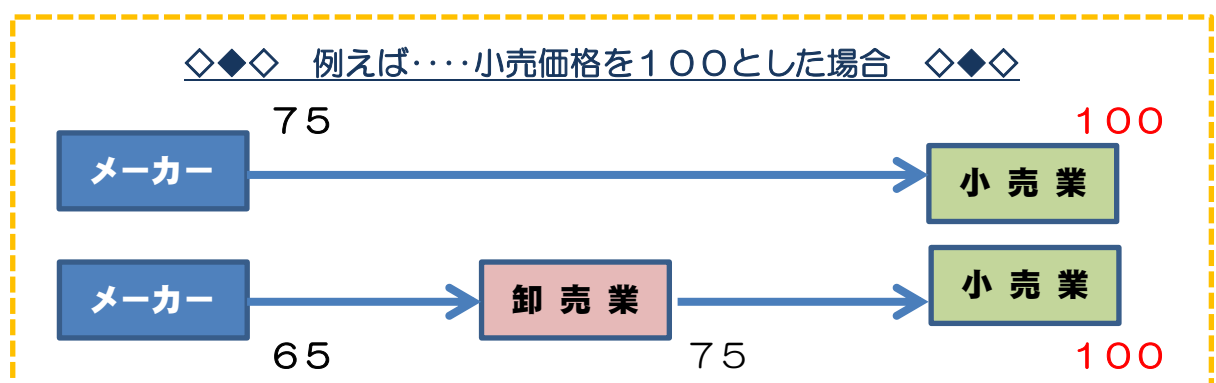
※ コスト重視？ 競争重視？ 需要重視？

- コスト重視：原価基準から考える（生産原価，仕入原価＋マージン）
- 競争重視：競合商品や代替商品より売れるために…品質，販売力の比較など
- 需要重視：消費者ニーズにあった品質と価格

小売価格 と メーカー出し値 の決め方

※小売価格：商品を製造するメーカーや販売店など、小売業者以外の者が、自己の供給する商品について設定した販売する上での価格。

※メーカー出し値：商品の製造したメーカーが卸売業や販売業の会社に売る際の価格



(3) 流通(チャンネル)を決定しよう

流通(チャンネル)を決めるポイント

- 新商品を、どのように 流通させるのか？
- 新商品を、どのように エンドユーザーまで届けるのか
→流通の仕方によって、販売する際の価格が変わってくるので注意が必要！
- 新商品の性格によって、使う流通(チャンネル)が違う
→新商品の性格：単価は低いのか高いのか？使い切りなのか耐久性のあるものなのか？
- 今までの流通を使うのか？新しく流通経路をつくるのか？
- インターネット販売をするときの準備ができているのか？
- プロモーションについての考えを反映してあるのか？
- オープンチャンネル(できるだけ多くの店で)？
クローズドチャンネル(販売する店舗を限定で)？

① 0 段階チャンネル

メーカーが直接消費者に販売するケース
(通販・直営店販売・ネット)

② 1 段階チャンネル

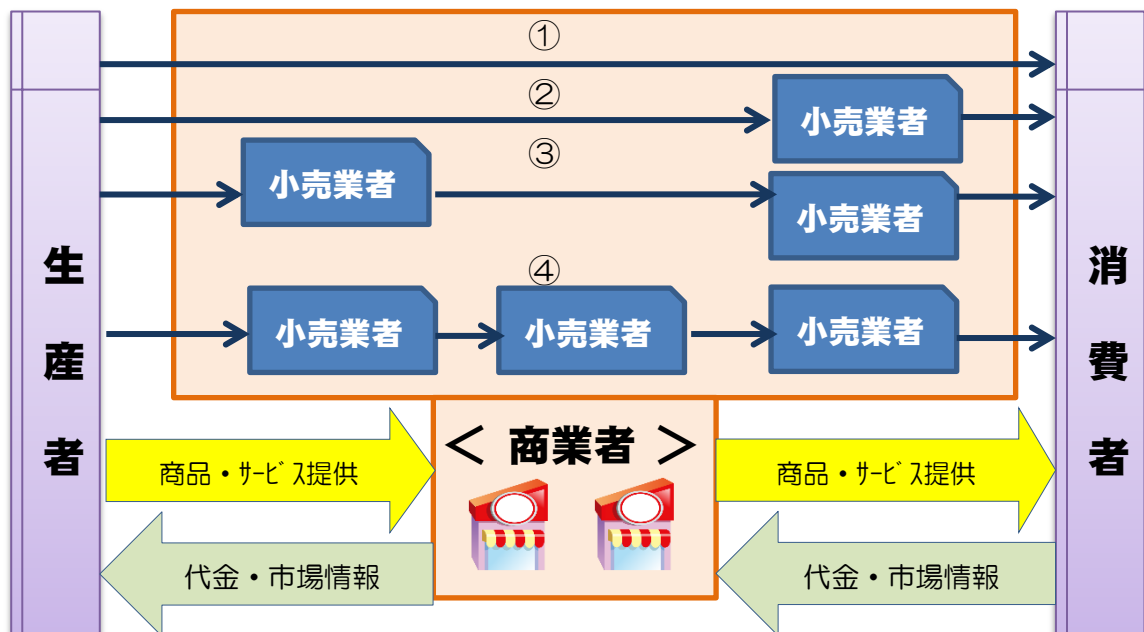
大型店が卸売業者を入れメーカーと直接取引するケース

③ 2 段階チャンネル

メーカーが広範囲に販売。小売業者が多数分散しているケース

④ 3 段階チャンネル

製品単価が低く、最寄り品(食料品・消耗品等)の販売するケース



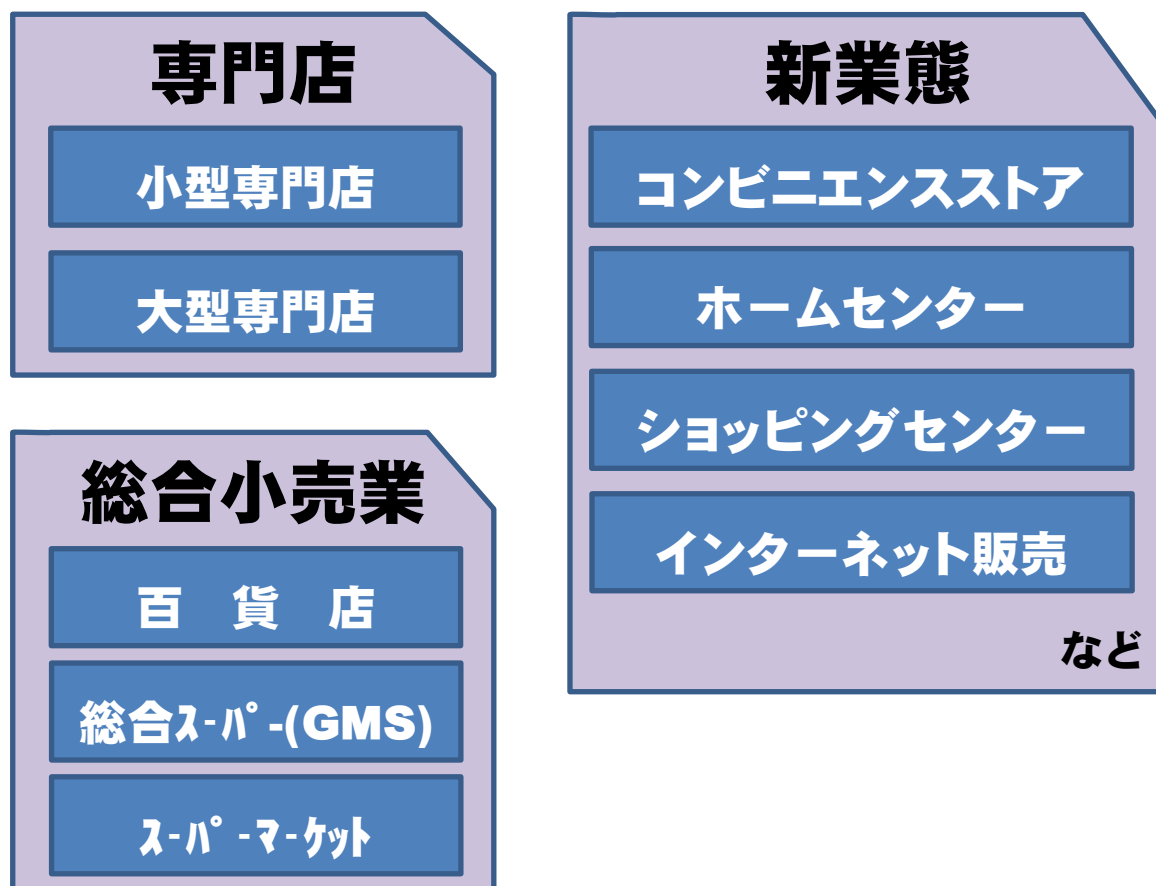
※ 商業者の役割：生産者の商品を消費者の欲求に従って品揃えすること

※ 商業者は、多種品目の製品を多数の生産者から仕入れ、幅広い品揃えの中から小分けして出します。

※ チャンネル政策の特徴を知ろう

	特 徴	メリット	デメリット
オープン チャンネル	・最寄り品・日用品が多い ・製品ライフサイクルの成長期や成熟期で行うことが多い	・広範囲の店で取扱い ・比較的ローコストで展開可能 ・利益は薄いが多く売れる可能性	・店頭価格の値崩れの危険 ・ブランドイメージが管理しづらい ・販売方法はコントロールできない ・競合商品の排除は無理
クローズド チャンネル	・説明・説得に時間がかかる商品 ・製品ライフサイクルの導入期で行うことが多い	・店頭価格維持 ・ブランドイメージが管理しやすい ・競合商品を排除しやすい ・高い利益が得られる	・扱う点数を拡大することは難しい ・多くのノウハウや資金が必要

※ 販売する手段を考えよう ～ どこでどうやって売るか ～



(4) 新商品に最適な「プロモーション・メディアミックス」を考えよう

① プロモーション・メディアミックス って何？

プロモーション（英: promotion）とは、販売促進、宣伝 - 提供する商品やサービスを、その特長も含めて一般大衆に知ってもらおうとする活動の事です。マーケティングミックスの 4P 理論の一つで、販売促進活動のこと。広告はそのひとつです。

一方、メディアミックス（Media Mix）は 広告活動の一環として、複数のメディアにまたがるように商品やサービスを展開することです。

一般的に、広告業界の用語で商品を広告・CM する際に異種のメディアを組み合わせることによって各メディアの弱点を補う手法のことでした。

□ 「メディア」について

4媒体	即効性	コスト	ターゲット絞込
テレビ	大きい	大	△
新聞	大きい	大	△
ラジオ	小さい	小	○
雑誌	小さい	小	○

ノンマスメディア

折込チラシ
屋外広告
交通広告
イベント

② まず、どんな「ツール」をつくるの？ 使うの？

- 新商品に関すること
パンフレット・カタログ・リーフレット・説明資料・POP など
- その他
教育のためのツール・各種マニュアル など

③ 「プロモーション」には、どんなものがあるの？

流通向けのプロモーション		提供	消費者向けのプロモーション	
プレミアム(特別感)	コスト低	モノ	懸賞(オープン)	コスト高
販売ツール(陳列キット)	コスト低		懸賞(クローズド)	コスト高
テレビデオ+テープ	コスト中		懸賞(ベタ付け)	コスト高
POP	コスト低		プレゼント(読者企画)	コスト低
カタログ・リーフレット	コスト低		サブリング(街頭配布)	コスト低
販売員の派遣	コスト中	ヒト		
リポート	コスト中	カネ	クーポン	コスト中
コンテスト	コスト中		キャッシュバック	コスト高
ノウハウの提供		その他	短期的特別仕様	
店頭演出方法	コスト低		増量パック	コスト中
販売マニュアル	コスト低		マルチパック	コスト中

5. 演習 （架空の新商品の販売計画を立てよう）

【架空の新商品】

新商品名	Amakaraハーモニー ベリ・ベリ・ベリ
------	--------------------------

解説：甘辛をアルファベットにしておしゃれ感を表現。和洋が融合していることを「ハーモニー」。
Very(極めて、とても)、Belly(膨らんだ部分・食欲)、BlueBerry(ブルーベリー)の意味で語呂良く繋げて表現。

テーマ	塩気が絶妙な和洋折衷スイーツ
-----	----------------

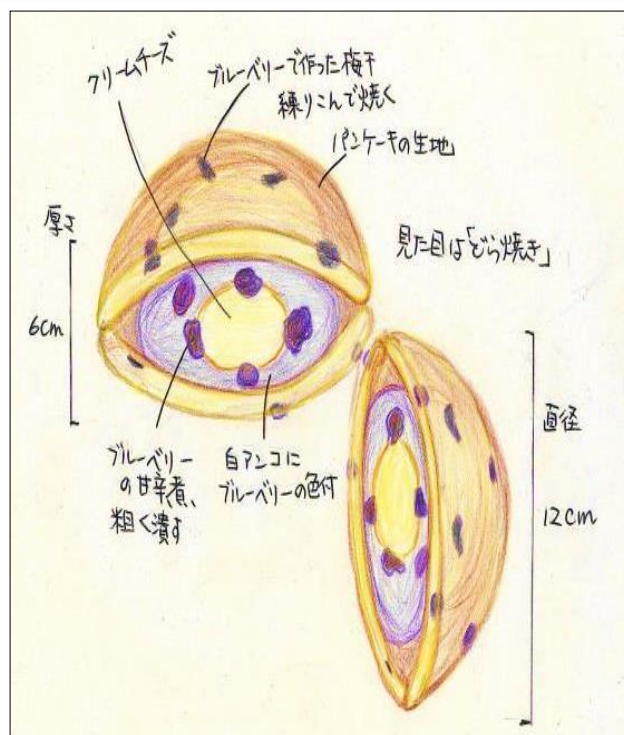
人物像 (ターゲット)	放課後を満喫する食いしん坊な女子 高校生・中学生
----------------	-----------------------------

販売予定金額	350 円	ボリュームの割に安めに設定 でお得感。安くも高くも感じさせない。
--------	-------	-------------------------------------

解説：女子高校生でも買いやすい値段設定としています。ちょっと大きめの割に値段が安ければお得感を感じてもらえる可能性は高い

新商品の特徴	主役：甘辛／補助：和洋折衷／機能：加工した素材 ブルーベリーを梅干しのようにしたものを入れたパンケーキ生地。甘辛に味付けしたブルーベリーの粒入りの餡子の中にレアチーズを入れる。どら焼きのように餡を挟む。
--------	--

解説：甘辛い味のスイーツは食べ慣れていない分めずらしい。和テイストのものに洋のテイストを融合させ意外性を向上させる。変わった加工を施した素材を利用したかったので、パンケーキの生地に練りこむことにした。大きな3つの要素を上手に組み合わせることで、これまでにない商品を開発した。また、ブルーベリーやあんこと相性のいいクリームチーズも追加することとし、より洋風となるように意識した。



販売予定金額は、あくまでも商品イメージから考えた価格です。原価などは考慮されていませんので注意！

使う材料の値段や他の店から購入する材料などが多いとその分値段も上がってしまいますね

演習 1

活動の「見通し」をもとう

STEP① 価格を決める

*材料費？ *一般管理費？ *売上原価？
*販売数量？ *プロモーション費 など

STEP② 流通を決める

*この学習では、業者に商品製造を委託します。
新商品にとって最適な流通を考えましょう

STEP③ プロモーションを決める

*新商品を、より魅力的にするためには？
最適なプロモーションを考えましょう



STEP 1

新商品の「価格」を決めよう

① 新商品にかかる「生産原価・仕入原価」を求める

【生産原価】

種	材料	量	平均価格	1 個分の使用量	1 個分の原価
パンケーキ	薄力粉	1Kg	500 円	約 45g	22.50 円
	砂糖	1 kg	240 円	大さじ 1/3(約 3g)	0.72 円
	ベーキングパウダー	100 g	300 円	小さじ 1/2(約 2g)	6.00 円
	塩	1Kg	50 円	小さじ 1/6(約 1g)	0.05 円
	牛乳	1 リットル	300 円	80cc	24.00 円
	バター	450 g	900 円	10 g	20.00 円
	卵 L サイズ	12 個	240 円	1/3 個	6.67 円
中身	白あん	150 g	600 円	20g	80.00 円
	クリームチーズ	1 Kg	1200 円	60 g	72.00 円
	ブルーベリー	2Kg	2800 円	40 g	56.00 円
その他	蜂蜜	1Kg	1500 円	小さじ 1/3(約 3g)	0.45 円
	水	水道水を使用		適量	※一般管理費
新商品 1 個分の「生産原価」合計					288.39 円

※大さじ 1(15ml) = 小さじ 3 ※精製塩大さじ 1(18g) ※上白糖大さじ 1(9g)

② 「販売費及び一般管理費」を考える

○ 販売費・試作費

* ラッピング・包装代 * 販売経費 (POP・広告など)

○ 一般管理費

* 水道代 * ガス代 * 電気代 * 機材使用代 * 人件費

すべてを考えると、1 個分で どのくらいかな？



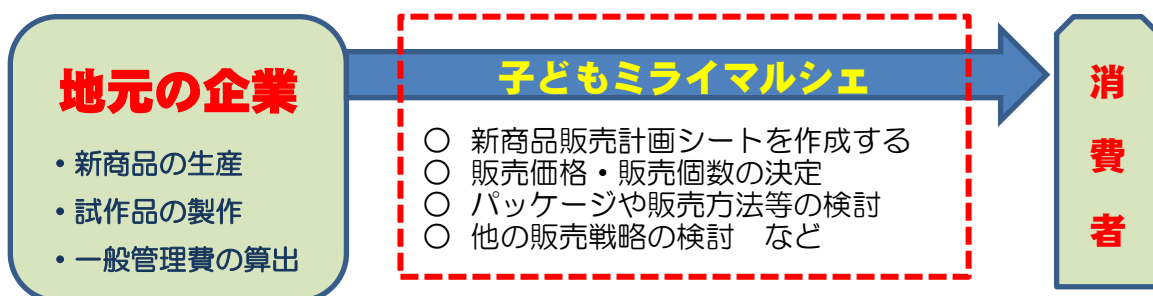
③ 「利益」を①と②に上乗せして考える

ここでは「1 個分」の新商品で考えましたが、100 個単位くらいで考える方が考えやすいと思います。(この新商品の販売価格は「350 円」位でしょうか)
あなたたちの新商品では、地元の企業が「一般管理費」を算出してくれます

STEP 2

新商品の「流通（チャンネル）」を決めよう

子どもミライマルシェでは、「流通チャンネル」はゼロ段階チャンネルが基本となります。



STEP 3

新商品の「プロモーション」を考え、「販売計画書」をつくろう

- ① 新商品をより魅力的なモノにするための「プロモーション」を考えます。



- ② 新商品の販売計画書を作成しよう

今まで学習してきたことを活かして「販売計画書」を作成してみましょう。

演習2

自分流の「販売計画書」を作成しよう

◇ 学校代表の新商品について、自分流の「販売計画」を考えましょう。

- * 自分なりに分かっているところから書き込もう。
- * この後のグループワークで使用しますので、じっくり考えてね



新商品販売計画書				新商品イメージ	
新商品名				イラストや文字を使って、新商品のイメージが誰にでも分かるように工夫して書きましょう。	
商品コンセプト(テーマ)					
ターゲット					
I 販売価格		価格		販売予定価格 円	
原材料・仕入代	価格	管理費	販売費	販売予定個数 個	
新商品に使う材料などをすべて書き出す。		試作費用や電気代・ガス代・人件費等・	商品包装代・ポップパッケージ代等	II 流通(チャネル)・労務管理等 ・ゼロ段階チャネル(直接販売)	
				II ① 販売 STAFF の役割分担等 ・当日の役割 (人) 販売当日に直売店で販売するときに、どんな役割の人が何人くらい必要かな？	
300 個の価格		円	円	円	労務
III プロモーション					
III ① 商品包装・パッケージなど				II ② 陳列方法・POP など	
包装		使用するもの(円)		販売日当日に直売店で、新商品をどんな風に陳列したほうがいいかな？ 新商品のセールスポイントを分かりやすくするにはどうすればいいかな？	
イラストや文字で分かりやすく！ 使う物も書き出そう				設営	
III ② 広報・PR					
事前		当日		広報	
販売当日の前にはできるPR、どんなことができるかな？		販売当日にできるPR、どんなことができるかな？		II ③ 他の販売方法 直売店での販売以外、どんなことができるかな？	
				戦略	

6. ワークショップ「クラスの販売計画を立てよう」

(1) 事前準備

事前準備として次の項目については、ワークショップを実施するまでに準備を整えて臨みましょう。

- 学校代表新商品プランの内容について、再確認しておきましょう。
(新商品のイメージをできるだけ具体的に捉えておくことが大切です)
- 演習2で作成した各自の「自分流の新商品販売計画書」に、空欄がないようにしておきましょう。
- 各クラスで5～6人のグループを編成しておきましょう。
- グループの役割分担を決めておきましょう
(進行役1名、書記2名、庶務1名、タイムキーパー1名、発表者1名)

進行役・・・ファシリテーターの指示に従いグループワークを進行する
書 記・・・模造紙の作成やグループ内で話し合ったことをメモする
庶 務・・・ファシリテーターの指示に従いグループの庶務を行います
タイムキーパー・・・個人やグループワーク時間の管理を行います
発表者・・・発表の時にグループを代表して説明します

【各担当のポイント】

- グループワークで話し合う場合は、進行役が班員へ問いかけしながら確認し、意見をまとめていきましょう。
- 書記は、グループで話し合った内容をポストイットやワークシートにメモしておき、まとめの時や模造紙作成の時に役立てましょう。
- 庶務は、使用するポストイットや模造紙、マジックの準備をしましょう。
その他、グループ全体のサポート役として他の担当の手伝いも行います。
- タイムキーパーは、残時間を確認して伝える
など円滑運営を管理します。
- 発表者は、説明する重要な部分を確認して、
原稿を作成したりリハーサルするなどして
準備し、グループ発表を行います。



（２）グループワーク「クラスの販売計画書を作成しよう」

① グループワークの概要説明（５分）

産業能率大学の学生ファシリテーター（進行役）から、これから実践する「グループワーク」についての説明を聞いて、どのように進めていくかを学びましょう。

話し合う「６項目」の内容を確認し、グループごとに「新商品販売計画書」を作成します。

<６項目>

【 主な活動内容 】

価格

- ① 原材料を書き出したあと仕入れ価格をもとに、設定条件を踏まえて販売額や販売個数を決定する。

労務

- ② 販売当日の販売スタッフの人数や役割分担を考える。

販売

- ③ 直接販売する方法以外で、他で販売する場合を想定した販売方法を考える。

包装

- ④ 新商品をどのようにすれば売れるか考え、商品に貼るシールや包装の仕方等のデザイン案を考える。

設営

- ⑤ 販売当日の商品の陳列方法（机の位置、商品の並べ方など）やポップ設置などを考える

広報

- ⑥ 事前にどんな PR ができるか、また、かすみがうら祭り当日にどんな宣伝をするか考える。



まず、「④包装」について、グループ全員で考えるのね。



活動の最後に「④包装」の計画を、グループごとに発表してもらいます。
④が終わったら、他の①～⑥を分担して考えていきましょう。

② グループワーク「グループの新商品販売計画を立てよう」

(ア) 自分のアイデア紹介 (10 分)

個人で考えてた「自己流の新商品販売計画書」について、グループ内で発表し、これから考えていくアイデアのヒントとしましょう。

【グループワーク】(10 分)

- ・各個人で考えたアイデアをグループ内で発表します。
- ・発表時間は1人1分程度として簡単に説明します。
- ・全員の発表が終わったら、自分のアイデアを黄色の付せん紙 に記載して「グループの販売計画書」(A3・模造紙) に貼ります。

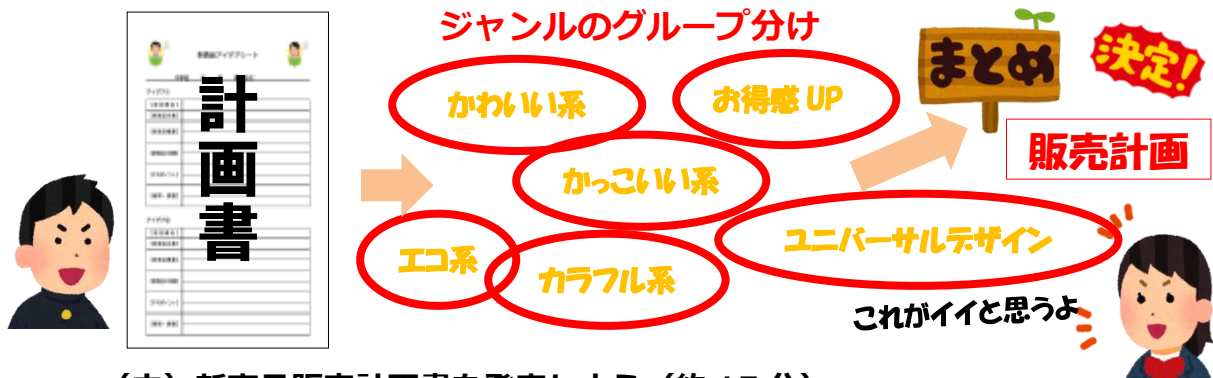


(イ) 新商品販売計画の方向性を検討する (20 分)

グループの中で出た「それぞれのアイデア」から、具体的にどのように商品を販売していくかの方向性(ジャンル)を決めましょう。

【グループワーク】(10 分)

- ・(ア) で作成した 黄色の付せん紙 を種類別に分類します。
- ・きっちり分類できない場合は、「〇〇系」のように広い意味合いで1つのグループとしてみます。
- ・分類ができれば、ポストイットを集めて貼り直し、種類別に赤丸で囲みそのジャンルの名前を直接模造紙に書きます。
- ・グループで話し合い、どのように新商品を販売していくか決めます。
- ・決定したジャンルに☆印をつけます。
- ・「〇〇〇を(使った) 〇〇〇」のように方向性を明確に赤字で書きます。



(ウ) 新商品販売計画書を発表しよう (約 15 分)

- ・発表を聞いて、各グループのアイデアを共有しよう

新商品販売計画書				新商品イメージ	
新商品名 Amakaraハーモニー べり・べり・べりー					
商品コンセプト(テーマ) 塩気が絶妙な和洋折衷スイーツ					
ターゲット 放課後を満喫する食いしん坊な女子高校生					
I 販売価格				販売予定価格	350 円
原材料・仕入代	価格	管理費	販売費	販売予定個数	300 個
小麦粉 50g	25 円	委託事業所に一任	(例) 包装代 20 円 POP代 10 円	II 流通(チャネル)・労務管理等	
砂糖 5g	1 円			・ ゼロ段階チャネル(直接販売)	
牛乳 100cc	30 円			II ① 販売 STAFF の役割分担等	
****	* 円			・ 当日の役割 (人)	
****	* 円			・ 商品の補充 (2 人) 中での販売	
****	* 円			・ 呼び込み (2 人)	
300 個の価格	円	円	円	II ② 陳列方法・POP など	
III プロモーション				II ③ 他の販売方法	
III ① 商品包装・パッケージなど				インターネット販売は可能か？	
透明な袋で 中が見えるように	使用するもの(円)			雲形のPOPを掲示	
箱で高級感を出す	少し固めのビニル袋 100 枚 ** 円			祭りの時の机の配置は・・・	
	かわいいシールとラッピングテープ			透明な陳列ケース 中が見えるように	
III ② 広報・PR				常時 販売したいけど	
事前	当日			呼び込みで客を GET !	
学校だよりで広報				試食で味を知ってもらう	
学校 HP に掲載					

7 販売体験をしよう（実施日 月 日）

（１）事前の準備をしよう（役割分担と準備物を用意しよう）

- かすみがうら祭り等での販売体験に参加する代表を選出する。
- 販売日等実に必要な掲示物などを作成する。
- テント出店の手続きや費用などは先生にお任せする。
- 使用する物品の数の確認、納入時期の確認



（２）販売日当日

- 現地集合【 7 時 55 分】（予定）
- 持参物（学校指定のジャージ・エプロン・掲示物

）

- タイムスケジュール

予定時刻	活 動 内 容 等
7 時 55 分	・現地集合
8 時	○ 参加確認・健康観察（引率者・テント内）
	○ 最終打ち合わせ
	・役割分担の確認 ・物品の確認 ・注意点など
	○ 販売テント内の設営
	・商品の陳列 ・POP 等の設置
	・会計準備（金庫・おつり）など
9 時	○ 販売開始
	・新商品販売計画書に基づき、来場者へ新商品を販売する。
	・『販売個数チェックシート』で時間ごとの販売個数と在庫数、売上金の管理を行います。
	・用意した販売品が完売になったら終了とします。
	・「売上金チェックシート」で販売個数と売上金が合っているかを確認します。
	・販売が終了したテントから、後片付けを行います。
時 分	○ 後片付け
	・全クラスの販売が終了したら、全体でテント内の撤収作業を開始する。
	・売上金は、会計処理をしますので事務局に預けます。
	・後片付けが終了したら、全体で打ち合わせをして解散となります。
時 分	○ 解散時打ち合わせ
	・今日の活動の振り返りを簡単に行う。
	・参加生徒の健康観察と帰宅方法の確認を行う。

8 3年間の学習を振り返ろう（実施時期 1月～3月頃）

（１） 新商品の売上結果を確認し、新商品販売計画書の実施状況を振り返る

- クラスごとの売上結果をもとに、新商品販売計画書と見比べながら、利益がどれくらいあったのか確認する。（情報提供）

（２） 「子どもミライ学習」を通して、考えたことや再発見した市の魅力などについて話し合う

- 3年間の学習内容を確認しながら、かすみがうら市の未来像や再発見したこと、自分自身の今後のキャリア（どのような職業に就きたいかなど）などについて話し合う。

Step	内 容
Step 1 （中学1年生） 子どもミライ出前授業	・ 30歳の自分を想像してワークシートを作成 ・ 市の現状や地方創生についての映像学習 ・ 地元で活躍する若手事業者「地域で輝く仕事人」による仕事などについての講演 ・ 「将来のかすみがうら市のために 私たちができること」についてのグループワークと発表
Step 2 （中学2年生） 子どもミライワークショップ	・ 市の歴史や産業、ジオパーク、地域資源などについての映像学習 ・ どんな地域資源を活用したいかなどを考えるグループワーク ・ ワークショップ形式で地域資源を活用した新商品プランのアイデアを考える ・ ワークショップ形式で考えたアイデアを新商品企画書としてまとめて発表 ・ 学校ごとに新商品プラン発表会を実施
Step 3 （中学3年生） 子どもミライマルシェ	・ 流通の仕組みなどについての講義 ・ グループワークで販売計画書を作成 ・ かすみがうら祭りにテント出店して販売体験 ・ 市のホームページを通じて成果を発表

（３） 「子どもミライ学習 振り返りシート」を記入する。

- 3年間の自分の学習したことを振り返りながら、シートに記入していく。
- 「30歳の自分」の姿をイメージすることで、これからのキャリアステージについての考えをもつ。
- 代表生徒による「振り返りシート」の発表

（４） アンケートを記入する。

3年間の学習を通して、自分の考えや意識は高まりましたか？ ☐ ☐





かすみがうら市

学校名

生徒名

中学校	名前
------------	-----------

企画・編集：かすみがうら市教育委員会 教育指導室

発行：平成 30 年 5 月