

穂高商業高等学校

ビジネス探究PBL～地域企業における課題解決の提案～

1 はじめに

穂商版「ビジネス探究システム」では、1年次ビジネス基礎で「ケースメソッド」、2年次ビジネス探究で「PBL」、3年次課題研究で「地域人教育HOTAKA」という3年間の系統的なビジネスを探究する学びを展開している。令和7年度から新たに導入した2学年「ビジネス探究」では、地域の企業と連携し、企業における課題に対してビジネスにおける多様な視点から解決策を検討（仮説の設定）し、企業に提案するPBLを実践した。これらの取り組みにより、文部科学省からキャリア教育優良学校として表彰された。

2 取組企業と課題

令和7年度は地域企業9社について課題解決のためのアイデア創出に取り組んだ。まず、事業内容や、経営活動で生じる実際の問題について講義を受けた。その後、担当する企業を決定し、グループごと企業へ訪問して理解を深めた。企業と課題は次のとおりである。

企業	課題
株式会社松本マツダオート (自動車販売)	お客様に点検待ちの1時間をどのように過ごしてもらうか また来てもらうためにどんな関わりするか
有限会社本郷鶏肉 (食肉・惣菜の製造・販売)	若者にも山賊焼を身近に感じてもらうためには 若い人向けの宣伝方法は
株式会社ノムラ (精密部品加工)	展示会などで配布するノベルティ製品の企画 株式会社ノムラのオリジナルのプラスチック製品
大信州酒造株式会社 (日本酒醸造・販売)	廃棄される酒粕を有効活用する方法 廃棄費用がかかるため、商品化したりほかに転用して資金化したい
有限会社ヤマモト (スーパー・弁当惣菜販売)	SNSやWebをフル活用した広報活動 オーガニック部門に注目して宣伝ほしい
株式会社つなぐ(企業紹介冊子「TSUNAGU」の発行)	進学を希望している高校生に『将来、地元で働く』ということを意識してもらうには
有限会社小柴屋(食堂・お座敷宴会場)	SNSを利用した情報発信と集客活動 広報活動や集客のツールとして公式Instagramを確立してほしい
株式会社小川原塗装店 (屋根・外壁塗装)	「SNSや動画などによる広報」「ガテン」×「塗装」×「小川原塗装店」『働いてみたいと思ってほしい』『会社を知ってほしい』
株式会社藤澤組 (建設業)	建設業に興味をもてるプレゼンテーションの作成 動画の作成、ウェブページでの公開
松本信用金庫 (金融サービス)	ビジネス探究PBLにご協力いただいた企業さんとの仲介をしていただきました

3 穂商フェアおよびビジネス探究PBL発表会

10月24日(土)穂商フェアでは企業と課題について紹介するポスターセッションを行った。1月29日(木)ビジネス探究PBL発表会では、企業の皆様をお招きし、課題解決のアイデアや実践について、プレゼンテーションを実施した。企業の皆様からは質問や助言をいただき、今後の研究に活かすことができた。



ポスターセッションの様子



山賊焼きを使った新商品の試作



最高に美味しい
老舗の信州サーモン丼

有限会社小柴屋のPR動画

4 取組の例

有限会社ヤマモトを担当したグループは、ヤマモトが経営している食品スーパー「デリデリ」から受けた「SNS や Web をフル活用した広報活動」「オーガニック部門に注目して宣伝ほしい」という課題をテーマに、デリデリがすでに運営している Instagram のフォロワーを増やすための方法について探り、提案を行った。以下は取組についてまとめた、ビジネス探究PBL発表会のスライドである。

<p style="text-align: center;">ミッション SNSのフォロワーを増やせ！</p>  <p>2年1組 小野紗苗 小林紅葉 堀江逞真 綿内春花</p>	<p style="text-align: center;">自然食品の店 安曇野デリデリ DELI+DELI</p> <p>創業1911年の昔からあるお店 お店では主に惣菜などを販売 幅広い年齢層に人気 主婦の助けになるお店</p> 
<p style="text-align: center;">インスタのフォロワー 目指せ1000人!!</p> 	<p>解決策①</p> <p style="color: red;">SNS(TikTok)で動画を発信!!</p> <ul style="list-style-type: none"> ・流行に合わせた動画をつくる ・おすすめ商品紹介など <p style="text-align: center;">↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・TikTokを利用したことがない ・TikTokへの不安（誹謗中傷など） 
<p>解決策②</p> <p style="color: red;">クーポン券の配布</p> <ul style="list-style-type: none"> ・穂商フェアでDELI+DELIの商品を販売 (2組) ・お客さんにインスタのフォローを勧める 	 <p style="text-align: center;">引換券 DELI+DELI 牛乳寒天 プレゼント 有効期限11月30日まで 安曇野市穂高北穂高 2991-1</p>

実行した結果

- ・ターゲット：主婦層
SNS利用者が少なくフォロー獲得は少数
 - ・クーポン配布数：100枚
 - ・受け取り数：32枚 ・利用者：4人
- 実物プレゼント 満足度UP??

そもそも主婦の人たちは
SNSを使っているの??



主婦が集まる場所 スーパー!!

西友 ✕ (※許可下りなかった)

ツルヤ ○ (※許可下りた)

ツルヤでインタビュー

- ・普段SNSを利用しているか
- ・どんなアプリを使っているのか
- ・お得なクーポンを貰えるならフォローするか

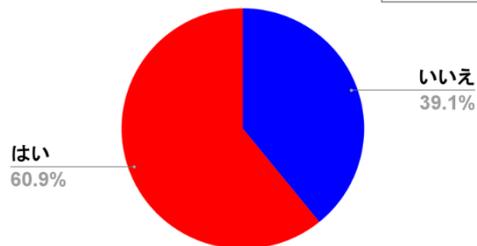
仮説

Q1 普段SNSを利用しますか

- ・主婦のほとんどがSNSを利用
- ・SNSは情報収集の手段として利用

場所：ツルヤ穂高店
日付：12月22日
約50名の主婦を対象

Q1:普段SNS投稿をみますか。



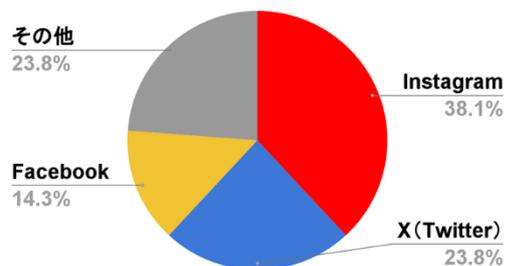
仮説

Q2 どのSNSを利用しますか

- ・ティックトックが多い
- ・インスタは少し多い
- ・Xは少ない

Q1ではいと答えた人のみ回答

Q2:どのSNSをよく利用しますか。



仮説

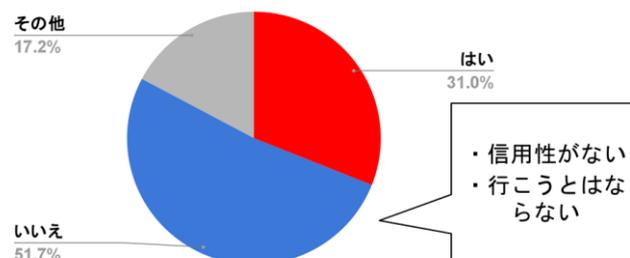
Q3 フォローするとお得なクーポンが
貰えるならフォローしますか



フォローする!!!

Q1ではいと答えた人のみ回答

Q3:フォローするとお得なクーポンが貰えるならフォローしますか。



まとめ

- ・フォロワー1000人は達成できず
- ・クーポンだけでフォロワー獲得につながらない
- ・主婦にはティックトックではなくInstagramの方がいい
- ・主婦の人はSNSをまあまあ使っている

感想

実践だけじゃなく調査も！
考えが出たら行動を！
コミュニケーションが大切！

ご清聴
ありがとうございました



是非フォロー
お願いします！！



株式会社ノムラのグループでは、「展示会などで配布するノベルティ製品の企画」「株式会社ノムラのオリジナルのプラスチック製品」を課題としてノベルティ制作に取り組んだ。実際に製品化することはできなかったが、企業の方からはペルソナの設定と具体的で実現可能なアイデアについて高く評価をいただいた。

株式会社ノムラ

2年1組 田辺 美咲
2年1組 両角 陽花
2年1組 東田 愛加

株式会社ノムラとは？

- ・プラスチック製品の「型」をつくる
 - ・機械の中で使われる小さな部品をつくる
 - ・車、家電、医療機器を支えている
- 見えないところで暮らしを支えている

企業からの課題

5×5×5cm程度の小物

展示会で配布されるプラスチック製品



市場調査

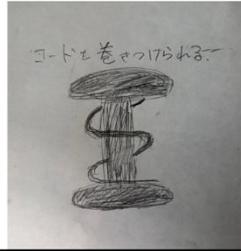
プラスチック製品を見に100円ショップに行った



自分たちの理想

自分たちが欲しいものを書き出してみました

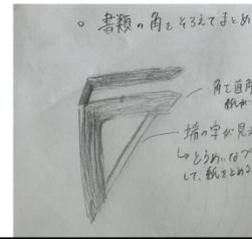
- △手間になってしまう
- △使わなくなってしまう



解決策

かどピタ

紙の「角」を固定するプラスチック製品



ペルソナ

- ・ 立場 会社員
- ・ 年代、属性 30代 女性
- ・ 困りごと 仕事の机が紙でいっぱい散らかっている
- ・ 行動の特徴 片づけるのが苦手



この画像はGeminiを使って生成した画像です。

なぜこのアイデアにしたのか？

このアイデアにした理由

- ・ 子供から大人まで幅広い年代の人達が使える
- ・ ノムラさんの得意な精密加工を活かせる

ベネフィット

使用前

- ・ 机の上が散らかる
- ・ 紙がズレてストレス

使用后

- ・ 書類が揃っていて見やすい
- ・ 机の上が整理整頓される
- ・ 仕事の効率up

実際にやってみたこと

- ・ 試作品の作成
- ・ アンケートの実施

試作品を通してわかったこと

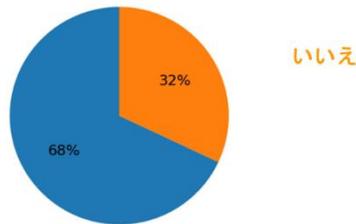
紙粘土で形を作るのが難しかった



アンケート実施

質問 かどピタがあったら使いますか？

日付 1月14日
場所 教室
19人へのアンケートを実施



アンケート結果

- ・ はい : 68%
- ・ いいえ : 32%

考察

- ・ 紙をあまり使わない人には必要性が低い
- ・ 効果が分かりにくい

全員向けではなく「紙を扱う人向け」に改善が必要

今後の方向性

- ・ 紙の厚みに対応できる構造
- ・ 複数枚対応できる設計
- ・ 紙を傷めない加工

このほか、株式会社松本マツダオートのグループは「車の修理など体験型サービスの提案」、有限会社本郷鶏肉のグループは「山賊焼きバーガーの開発と販売」、大信州酒造株式会社のグループは「酒粕を使った入力罪の提案」、株式会社つなぐのグループは「地元企業紹介冊子 TSUNAGU を活用したキャリア学習ワークシートの開発と試行」、有限会社小柴屋のグループは「Instagram に投稿するお店と商品の PR 動画の制作」、株式会社小川原塗装店のグループは「塗装業を知ってもらうための TikTok と Instagram のショート動画制作」、株式会社藤澤組のグループは「高校生が高卒で就職する際にほしい月給と年間休日の調査と藤澤組 PR ポスター」制作などをビジネス探究 PBL 発表会で報告した。発表会は各社を担当したグループのうち代表のみの発表であったため、それぞれの企業には後日、校内発表会の動画を送付した。

5 おわりに

ビジネス探究システムは、1年次ケースメソッドでケース教材に登場する人物の立場に立って、「仮想的な課題」について生徒同士が討論し、解決するために自分自身の意見を表明し、考えを深める学習を行う。2年次ビジネス探究 PBL では、企業から提示された「ホンモノの課題」について解決するためのアイデアを提案したり、実践したりした結果を報告する。これらを通じて身につけた課題発見・解決能力を活かし、3年次地域人教育 HOTA KA では、地域と協働しながら、自ら問題を発見し、設定した課題の解決に取り組む探究的な学びを行う。

今回の2年次ビジネス探究 PBL では、アイデアの創出で終わってしまったグループや、実践した結果、新たな課題を発見したグループなどもあり、企業と連携しながら3年次地域人教育 HOTA KA に接続して継続した取り組みとすることで、さらに学びを深めていくことに期待したい。

地域企業と連携したビジネス探究 PBL では、生徒たちが様々な業種・職種・企業について触れ、自らのキャリアを考えながら、課題解決能力を育成する取り組みができたと考える。2年目以降は企業連携を密にするなどし、さらに充実させていきたい。