

第 36 回販売学習「京都すばるデパート」実施について

1 意義目標

〈意義〉

- (1) ビジネス社会と連携した協働的・体験的学習の貴重な機会である。
- (2) 本校教育の成果を、地域社会・中学校・大学・企業に紹介する貴重な機会である。
- (3) 全生徒・全教職員が取り組む高度なコミュニケーション能力を育む貴重な機会である。

〈目標〉

- (1) 他人に依存することなく、主体的に仕事を創り出す創造力を身に付ける。
- (2) 実践的学習から発生する問題を協働的思考により解決する能力を身に付ける。
- (3) 顧客志向・社会利益志向を意識したビジネス感覚を身に付ける。
- (4) コロナ禍でも「どうすれば」と考え続け、行動を止めない姿勢を身に付ける。

2 実施方針

コロナ感染症の影響により社会経済の先行きが不透明であるが、中止することなく販売学習の実施が可能な仕組みを整える。実施にあたり、取り組み内容が「ブラックボックス化」すること無く、全教職員が協力できるように明確化、簡潔化する。

3 実施形態

『オンラインを活用した非対面型の販売形態で実施する』

オンラインによる販売でも確かな商品知識とストーリー性、共感性を重視した販売方法により、お客様に非対面の販売でも満足していただくように工夫する。また、オンライン販売のメリットである全国をターゲットとした広報活動に取り組む。

4 今年度の特徴

- (1) 各クラス動画を活用した販売促進活動の充実
- (2) 協力企業の拡充による品ぞろえの充実
- (3) 販売期間の延長による顧客満足度の充実
- (4) 仮想空間を活用した販売形態の研究およびロールモデルの実施

5 クラス活動のイメージ（具体的な活動内容は今後提示）

- (1) 店長（副店長）・会計長（副会計長）の役割
- (2) クラス内役割
 - ①商品説明文作成担当（オンライン掲載用）
 - ②商品写真担当（オンライン掲載用）
 - ③チラシ（POP 広告）担当
 - ④メッセージカード担当
 - ⑤動画広報担当（オンライン掲載用）：新規実施（企画科課題研究 M ゼミ協力を検討）
 - ⑥その他 販売商品の検討、販売商品の値入れおよび注文商品の納品時の検品等
- (3) 2年生企画科商品開発のクラスについて
2年学年および企画科長、商品開発担当教員と相談（昨年度はオンライン販売を実施していない）

令和4年度「京都すばるデパート」
インターネット活用型販売学習の今後の流れ（予定）

月	日	曜日	予定	企業
9	12	月	販売学習「京都すばるデパート」協力企業説明会（3時～） 販売学習「京都すばるデパート」LHR（販売商品の検討等） 【協力のお願い】：HR 教室にて販売商品の説明、検討をお願いできればと思います。	来校 依頼
10	31	月	販売学習「京都すばるデパート」LHR（販売促進活動等） 【協力のお願い】：HR 教室にて販売商品の販売促進（商品説明、チラシ作成等）のご助言をお願いできればと思います。	来校 依頼
11	11	金	販売学習「京都すばるデパート」準備（終日）	
			販売学習「京都すばるデパート」オンライン販売（～ 日まで） *昨年は11月16日から24日まで	
			商品発注日（11月末、12月初旬を予定）	
12	20	火	商品納品日（～21日）	
	21	水	発送作業開始	
	22	木	発送作業完了（午後）	
	23	金	予備	
1			商品代金支払い（予定）：下旬頃	

*販売想定商品（各企業様とご相談させていただきます。）

- ・常温保管（発送）が可能である。（冷蔵が必要な商品については別途相談。）
- ・消費期限が10日程度以上である。