

1. 研究テーマ

「スパイスの実践販売」

2. 目的

本校では商業の実践活動としての販売機会が非常に少ない状況にある。そこで、消費者へのアプローチや地域の販売店に対する卸売りの役割を学ぶために、商品（スパイス）の販売を行うことにした。

3. 内容

委託販売の仕方は以下のとおりとした。

- ・ 委託販売期間：令和6年9月上旬～令和7年1月上旬（4か月間）
- ・ 販売方法：生徒が販売店を決め、委託販売を行う
- ・ 販売促進：POP広告を作成し、店頭に掲示する
- ・ 委託販売協力店には販売手数料を支払う

4. 研究経過

- ・ 4月 スパイスについて学ぶ
- ・ 5月 スパイスについて学ぶ・調理実習（試作）
- ・ 6月 商品名・ターゲットの決定
- ・ 7月 POPの制作
- ・ 8月 委託店を探す
- ・ 9月 委託販売の打ち合わせ
- ・ 10月 委託販売・経過観察
- ・ 11月 委託販売・調理実習（レシピ開発）
- ・ 12月 委託販売・活動のまとめ
- ・ 1月 委託販売終了・活動報告



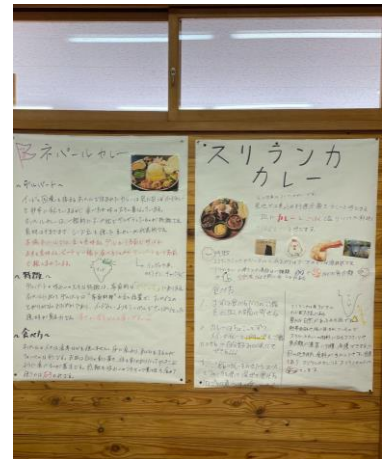
① スパイスについて学んだこと

スパイスに関する知識がほぼゼロの状態から活動をスタートしたため、まずはスパイスとは何かを知ることから始めた。スパイスについて調べる中で、スパイス自体には味がないが香りが強いこと、また「スパイス＝辛い」というイメージがあるが、実際には風味や色味を加えるものであり、必ずしも辛いものばかりではないことが分かった。さらに、玉ねぎやショウガ、ニンニク、ハーブなどもスパイスの一種に分類されることを知った。

また、北インド・南インド・スリランカ・ネパールのカレーについて、それぞれの地域による違いを調べた。スパイスを使ってカレーを作ることには共通していたが、カレーに入れる野菜や肉は地域ごとに大きく異なっていた。特に、宗教上の理由で使用する肉の種類が異なり、また地域の気候によって肉メインか野菜メインかが変わることも分かった。

② スパイスの委託販売

委託販売を行う店舗の選定 スパイスは飲食店での販売では売れ行きが少なくなる可能性があると考え、美容院や衣類店、パン屋など、飲食以外の店舗などにも目を向けた。店舗への委託販売の依頼 は一人2店舗ずつ交渉を行い、連絡を取りながら販売の承諾を得た。なお、委託手数料は販売店と相談をさせていただきながら設定した。委託販売の実施期間は9月～1月とし、委託販売店と定期的に連絡を取り、商品の売れ行きやお客さんの意見を確認した。また商品が少なくなったら補充を行った。



③委託販売を行った感想

(生徒の意見)

- POPの宣伝と委託販売店での声掛けだけでも予想以上に売れた。
- 子どもがいる家庭では、辛いスパイスが好評だった。
- 初回は売れ行きが良かったが、補充後は売れ行きが落ちた。

(購入者のアンケート結果)

- カレー以外のスパイスアレンジレシピも一緒に載せてほしい。
- 家で本格的なカレーを手軽に作れるのが良かった。
- 子どもでも食べられる味にしてほしい。
- 今回はいつも使っているゴールデンカレーはいつも通りと、軍艦カレー系の粉タイプのルーを少し減らしてこちらのスパイスカレー足しました。香りに立体感が出ていつもの数倍美味しく感じました。今回は辛いタイプを使いましたが、次は辛いタイプも試したいです。カレー一つでこれだけ幸せを感じる事ができましたので、今後とも研鑽して下さい。

(販売協力店の意見)

- 地域のお客さんとのコミュニケーションツールになった。
- 赤穂高校の商業科に興味を持つお客さんもいた。
- 県外のお客さんにも購入された。
- 地元の学生さんたちのお役に立ててうれしい。

5. 課題と改善策

課題

- (1) 初回は売れ行きが良かったが、補充後に売れ行きが落ちた。
- (2) カレー以外のスパイスアレンジレシピの掲載が求められた。

改善策

- (1) 商品にカレーのレシピしか掲載していなかったため、スパイスを活用したアレンジレシピを掲載し、販売促進を図る。
- (2) 今年度はアレンジレシピの開発までしか進められなかったため、来年度の活動でレシピ掲載を実施することとする。

6. 学んだこと

- ・ 世界のスパイスカレーの種類と、地域ごとの文化的背景を学ぶことができた。
- ・ 辛さの好みは人それぞれだが、適度な辛さのあるスパイスが人気だった。
- ・ クミン、コリアンダー、ターメリックの配合によって味が大きく変わることに驚いた。
- ・ スパイスは味付けだけでなく、色付けや臭み消し、食欲増進など多様な役割を持つことを知った。
- ・ POP広告のデザインや配置によって売れ行きが変わることを学んだ。
- ・ POP広告の作成で相手の視点も考えることが大切だということを学ぶことができた。
- ・ 販売協力店の入り口に置くなど、商品の置き場所を工夫することでお客さんの目に入りやすくなり、売れ行きも変わってくることを学んだ
- ・ 委託販売を通して地域の方からの意見を聞いて、その地域に合わせた販売方法で商品を売ることによってさらに売り上げが伸びるのではないかとということを学ぶことができた
- ・ 小さな子供のいる家庭での売り上げは少なかったためスパイスの辛さの程度を調整しながら商品開発をすることがいいと感じた



- ・ アレンジレシピなどをレシピに乗せるなどしてお客さんに寄り添った形のものを作成することを学べた
- ・ 社会に出た際に役立つ知識を委託販売や商品開発を通して学ぶことができた
- ・ 領収書や納品書など授業でしか扱ってこなかったものを、実際に委託販売で使うことができて改めて勉強になった
- ・ 販売活動では、自ら積極的に商品の魅力を伝えることが重要だと実感した。
- ・ 販売期間が長くなると売れ行きが落ちるため、新たな宣伝方法を考える必要がある。

7. 来年度への要望

- ・ 今年度はアンケートの回収率が低かった。購入者アンケートは私たちと消費者がつながる大事なツールなので、販売協力店に声をかけていただくとか、アンケートの形を見直すなどアンケート回収率を上げるための対策が必要である。
- ・ カレーのレシピ以外にもアレンジレシピを載せてほしいという声が上がったため、急遽アレンジレシピの作成に取り組んだ。しかし今年度はアレンジレシピを考えて試作する段階で終わってしまったため、来年度の活動ではアレンジレシピの試作を完成させ、商品にレシピを載せてほしい。
- ・ POP広告の作り方を一から学んだことで顧客にとってどのようなデザインが惹かれるのかを考えながら制作することができ、商業科らしい学びをすることができたので継続してほしい。
- ・ 私の村内では「スパイスカレーを作って食べたよ」などと声をかけてもらう機会が以前にもまして増えたように感じる。確実にスパイスカレーが広がっていることを感じて嬉しかった。来年はもっとたくさんの方にスパイスカレーの魅力を届けてほしいと思う。

