

JTB 広報室 2023年6月26日

中高生向け企業訪問の学習教材を、正頭英和教諭と共同開発 ～キャッチコピーで心をつかめ！『ことば de スナイパー』新発売！～

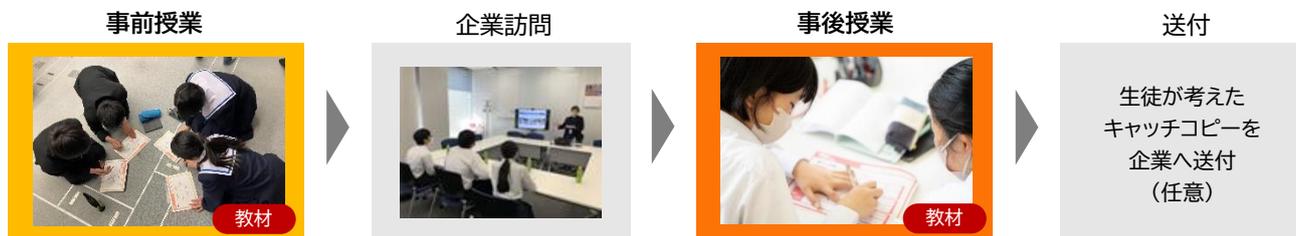
株式会社 JTB は、現役小学校教諭の正頭英和氏他と共同して、「企業訪問」を行う中学高校のための事前事後学習教材『ことば de スナイパー』を開発し、2023年7月3日より、全国の中学高校向けに発売します。私たちは、この教材を通して、キャリア教育や探究学習の一環として企業を訪れる中高生の学びの充実を図るとともに、受け入れ企業にキャッチコピーづくりを題材とした Z 世代^(※)との双方向コミュニケーション機会を提供します。



■『ことば de スナイパー』とは

キャリア教育や探究学習の一環として「企業訪問」を実施する中学高校の生徒が、訪問先企業や商品の魅力をキャッチコピーで表現するための事前事後学習教材です。事前授業では、身の回りにあるキャッチコピーを題材にキャッチコピーへの理解を深め、キャッチコピーづくりに必要な要素やインタビューのポイントを学びます。事後授業では、言葉で心を惹きつけるポイントを学んだ後、訪問先でのインタビュー内容をもとにグループに分かれてキャッチコピーづくりに取り組みます。生徒は自分たちでつくったキャッチコピーを訪問先企業に送ることもできます。

<教材を使った活動の流れ>



しょうとうひでかず

■正頭英和教諭プロフィール

小学校教諭。株式会社 Edutainment Education 代表取締役。2019年に日本人の小学校教員として初めて「教育界のノーベル賞」と呼ばれる「Global Teacher Prize(グローバル・ティーチャー賞)」トップ10に選出される。エンターテインメントを教育の世界で活用する「エデュテインメント」を推進し、「桃鉄教育版プロデューサー」などを務める。著書に『子どもの未来が変わる英語の教科書』(講談社)などがある。



■これまでの「企業訪問」の課題

- ・生徒の取り組み姿勢によっては、企業からの一方的かつ一般的な説明になりやすい
- ・先生が事前事後学習をどのように進めればよいかイメージがつかみにくい
- ・企業が受け入れのメリットを感じにくく、受け入れ先企業の拡充が難しい

■教材活用の効果

- ・生徒に「企業の魅力をキャッチコピーで表現せよ」という課題を与えることで、「面白そう」「やってみたい」という感情を引き起こし、積極的な参加意欲を引き出すことができる
- ・先生は用意されたスライドに沿って授業を進めればよく、大きな負担なく取り入れることができるほか、先生独自のアレンジを加えれば、より効果的な授業とすることもできる
- ・企業は、生徒が考えたキャッチコピーを通して、自社が若い世代にどのように受け止められているかを把握でき、届いたキャッチコピーをプロモーション活動などに利用することができる

■教材概要

(1)授業構成（2コマ・100分）

①事前授業《インタビュー編》（50分）

- ・キャッチコピーってなに？
- ・魅力を発見してキャッチコピーを作成せよ！
- ・インタビューで魅力を引き出す4つのアイテム など



②事後授業《ライティング編》（50分）

- ・心を惹きつける5つの武器
- ・訪問した企業のキャッチコピーを考えよう！
- ・ターゲットを意識してもう一度やってみよう！ など



(2)教材構成

先生用：授業スライド、指導案、授業台本 / 生徒用：ワークシート



(3)関連教科等

国語科、総合的な学習(探究)の時間、特別活動

■共同開発者

- ・一般社団法人次世代教育ネットワーキング機構
- ・株式会社 COLEYO

<https://www.edunet.or.jp/>

<https://www.coleyo.info/>

■教材販売

- ・販売対象 全国の中学校 ※個人のお客様向けの販売はございません
- ・販売場所 全国の JTB 法人営業個所
- ・提供方法 データ納品
- ・販売価格 生徒一人あたり 660 円(税込) ※「企業訪問」に関する費用は含まれていません

■お客様の声

2023年4～5月に、『ことば de スナイパー』を使ったトライアル授業を実施し、東京都内を訪れる修学旅行でグループに分かれて「企業訪問」を行った岐阜市立藍川北中学校の先生、および生徒を受け入れたシナネンホールディングス株式会社の担当者に感想を聞きました。

〈先生の声〉

教材を初めて見せていただいたときは、とてもわかりやすいと感じましたし、生徒たちが興味を持って取り組めるだろうと想像できました。「企業訪問」では、生徒たちは身を乗り出して企業の方の話を聞いてきたようです。そうなのは、キャッチコピーづくりをするという目的があったからだと思います。事後学習のキャッチコピーづくりでは、生徒たちの生き生きとした姿が印象的でしたね。どちらかというとい内向的で、話すことがあまり得意ではない生徒がいるのですが、その子がどんどん言葉を紡いでいるんですよ。生徒たちの表情を見て、やってよかったと思いました。

〈企業担当者の声〉

年間数校の学校を受け入れていますが、生徒さんが、ここまで弊社に興味を持って、積極的に質問してくれることは珍しく、大変驚きました。キャッチコピーを作るという課題があるからか、こちらの話をとても真剣に聞いてくれました。課題の達成という目的は大きなモチベーションにつながると思います。企業側としてもわかりやすく伝え、しっかりと理解してもらいたいと思い、より一層、説明に力が入りました」。

(※)一般的に、1990年代中盤以降に生まれた世代

■関連情報

(1)JTB WEB マガジン

「“学び×遊び”で生徒が夢中になる。正頭英和先生に聞く、エデュテイメントの可能性。」

<https://www.jtbbwt.com/education/trend/detail/id=2930>



(2)サービス紹介ページ

『ことば de スナイパー』

<https://www.jtbbwt.com/education/service/solution/jh/in-school-program/teaching-materials/kotobadesniper/>



(3)事例紹介ページ

「修学旅行で訪問する企業のキャッチコピーを考えさせたら、子どもたちの表情がみるみる輝きだした。」

<https://www.jtbbwt.com/education/case-study/solution/jh/in-school-program/detail/id=2957>



■関連サービス

「産官学マッチングサポート」

学校の実施目的や希望日時、企業のニーズなどに応じて「企業訪問」をマッチングするサービス

<https://www.jtbbwt.com/education/service/solution/jh/domestic/regional-program/matching-support/>



■一般のお客様からのお問合せ先

全国の JTB 法人サービス店舗 <https://www.jtbbwt.com/branches/>

JTB 法人サービスサイト お問合せフォーム <https://www.jtbbwt.com/education/contact/>

■商品の開発に関するお問合せ先

JTB 企画開発プロデュースセンター TEL:03-6704-5527 (9:30～17:30 ※12/30～1/3 及び土日祝休)

■報道関係の方からのお問合せ先

JTB 広報室 TEL:03-5796-5833(東京) 06-6260-5108(大阪)