

職業教育—『商品プランナー』の資格取得とその活用—

Vocational Education — Qualification of “Product Planner” and utilization —

館 和彦 Kazuhiko Tachi
(家政学部管理栄養士専攻)

抄 録

学生の職業教育として、管理栄養士にプラスαとなる『商品プランナー』資格を学生に取得させる取り組みを行った。一般社団法人日本販路コーディネータ協会が定める認定教育連携校に登録後、指定の専門テキストを使用して講義を実施した。学生には、社会人基礎力を意識、発揮させながら、予習→本時→復習の流れで学修させ、模擬試験も実施して、『商品プランナー』に関する専門知識・技能を修得させた。授業内容の感想では、全員が興味深いと答え、難しいと答えた学生はいなかった。また、ほとんどの学生が内容を理解できていると答えた。資格認定試験は学内で実施でき、受験料も認定校特典の学生割引で安く受験できた。結果は20人の内、18人が合格し、全体の平均得点率は71.5%（60%以上で合格）であった。就職活動における資格の活用を合格者に調査したところ、履歴書資格欄に記載したのは16人、エントリーシートに記載したのは12人であった。就職面接で資格に関する質問をされたのが3分の1の6人で、質問内容は「どのような資格か」、「何を学んだのか」、「当社でどう活かせるのか」などであった。最終的に資格が就職活動で役立ったと答えたのは半数の9人であった。今後の課題としては、合格者を増やす、実践的な取り組み（商品提案やプレゼンテーションなど）を多く行う、就職活動での活用指導が挙げられる。

キーワード

職業教育 Vocational Education
資格取得 Qualification acquired

商品プランナー Product Planner
就職活動 job hunting

目 次

- 1 はじめに
- 2 認定教育連携校登録制度について
- 3 「商品プランナー」の授業について
- 4 資格認定試験の概要と結果
- 5 就職活動における「商品プランナー」の資格活用について
- 6 まとめと課題

1 はじめに

「職業教育」、「キャリア教育」の定義については、文部科学省中央教育審議会が平成23年1月に「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について」（答申）の中で示されており¹⁾、「キャリア教育」とは、「一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育」、「職業教育」とは、

「一定又は特定の職業に従事するために必要な知識、技能、能力や態度を育てる教育」となっている。両者の関係はややもすると、混同しがちだが、キャリア教育は、どのようなライフロールを果たす上でも「基礎」となり、かつ「汎用性のある」能力の育成が主眼であるのに対し、職業教育では、「プロフェッショナル・キャリア」において必要とされるスキル等を育成することが主眼となる²⁾。

最近の職業教育に関する動向では、実践的な職業教育を行う新しい高等教育機関として「専門職大学」、「専門職短期大学」を設立しようとする学校教育法改正案が閣議決定され、2019年4月からスタートしている³⁾。

本学家政学部管理栄養学科(2020年度より名称変更、定員80人)は、国家資格である『管理栄養士』取得を目指す学科で、教育方針としては、「食」の専門家として、疾病治療、疾病予防、食育と食環境に関わる知識と技能を持ち、人々の日常生活を健康の面から支援することのできる管理栄養士を育成している。職業教育にも、数年前から力を入れて取り組んでいる。具体的には、管理栄養士が活躍する「臨床栄養」、「福祉栄養」、「食品・メニュー開発」、「地域栄養・食育政策」の領域を3年次から選択し、進路の明確化や専門知識や技能をより高めることを目的とし、職業教育に取り組んでいる。

本稿では、4つの専門領域のうち「食品・メニュー開発」を選択した学生21人への職業教育として、『商品プランナー』資格を取得させる取り組みを行ったので報告する。また、就職活動における『商品プランナー』資格の活用についても紹介する。

『商品プランナー』は、時代の動向によって変化する社会ニーズを察知し、具現化した商品やサービスをつくる仕事である。市場調査に基づいたコンセプト、商品の企画提案、試作品の評価や価格決定など、商品プランニングの役割を担う。詳細な学修内容は、“3「商品プランナー」の授業内容について”で述べる。管理栄養学科で学修する医療や栄養などの知識に『商品プランナー』の資格が加われば、健康増進や安心・安全な「食」の企画、提案も可能になると思われる。よって、『商品プランナー』は管理栄養士プラスαの資格として、活用が大いに期待される。

本取り組みは、愛知学泉大学学内GPにおいて、「専門的知識・技術を身につけるための教育に関する研究」に採択され、助成を受け実施したものである。

2 認定教育連携校登録制度について

一般社団法人日本販路コーディネータ協会が定める認定教育連携校登録制度の概要を記す。

2.1 認定教育連携校とは

日本販路コーディネータ協会では、本資格認定制度に基づき、資格認定試験の受験希望者を対象とした教育研修を実施する機関として「認定教育連携校」

の登録制度を開設している。協会では、必要な専門的知識、技能を修得させるとともに、技能者として必要な本分野におけるビジネス知識を高めることを方針とし、認定教育連携校においては、受講生が広く深い理解と専門力を養い、その知識を高めるとともに、普及啓蒙活動に努めることを基本方針としている。

2.2 実施できる研修

研修は公式テキスト⁴⁾および指導要領に基づき、認定講師により商品プランナー資格認定試験受験希望者向け研修を実施することができる。

研修受講生の申込受付は、研修と受験をあわせた受付となる。研修の実施にあたっては、協会本部へ年間計画書を事前に提出し、協会本部の承認の上、実施の後、結果報告をする。試験については、協会本部の管轄になる。通常は6月および11月に実施する全国試験での受験になるが、連携校受験者10人以上が応募申請する場合は、認定教育連携校独自の日程、会場で実施することができる。

2.3 手続き手順

以下の手続きに沿って、認定教育連携校登録申請書、年間計画書を提出し、協会本部の承認の上、研修と認定試験を実施する。

- ①登録申請書の提出 ②覚書の締結
- ③年間事業計画書の提出 ④年間事業計画書の承認
- ⑤研修実施 ⑥研修結果報告 ⑦試験実施

3 「商品プランナー」の授業について

3.1 授業内容

授業は、写真1の公式テキスト(小塩稲之編著、「商品開発学 商品はこうしてつくる」)を使用した。以下に、テキストの目次を記す。

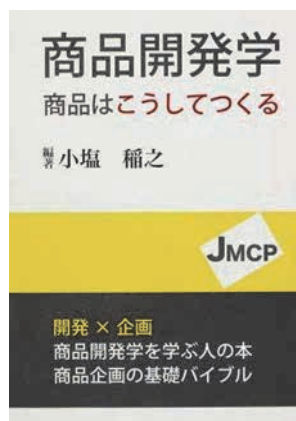


写真1 公式テキスト

<Ⅰ 商品・サービス企画の基礎>

第1章 新商品開発の基本

1. なぜ新商品を開発するのか
2. 商品開発の目的は
3. 商品開発の目標
4. 新商品開発の準備

第2章 商品開発のプロセス

1. 商品開発のプロセス 5つの機能

第3章 市場調査とデザイン志向

1. トレンド
2. 開発におけるテーマ策定

第4章 商品開発のコンセプトメイキング

1. 商品コンセプト段階の調査・情報収集
2. トレンドアイデアの発想法

第5章 商品開発のコンセプトメイキングの事例1

1. テーマの策定

第6章 商品開発のコンセプトメイキングの事例2

1. 利用者像をモデル化する
2. 3つのゴール
3. シナリオ
4. ペルソナの効果と事例
5. 635法（ブレンライティング）

第7章 商品開発ネーミング

1. 商品化の要件
2. 媒体としてのとらえ方
3. ネーミングを企画する
4. 4つのEとネーミング

第8章 商品開発パッケージング

1. パッケージとパッケージ計画

第9章 商品開発デザイン

1. デザイン
2. メーカー製品（販促）の事例
3. その他の課題事例

<Ⅱ マーケティングの基礎>

第1章 商品開発モノづくりとコトづくり

1. 「モノ」と「コト」も違い
2. ニーズ。ウオantz

第2章 商品開発マーケティングの基礎

1. 商品企画のアイデアとマーケティング
2. マーケティングとは
3. マーケティングとセリング
4. プッシュ戦略とプル戦略

5. ベネフィット

6. 顧客志向マーケティング

7. マーケティング環境

8. マーケティング・プロセス

9. デザイン先行型商品企画

第3章 商品開発マーケティングミックス

1. マーケティング4Pとマーケティングミックス

2. Product（商品）

3. 商品ライフサイクル

4. Price（価格）

5. Place（流通）

6. Promotion（プロモーション）

7. 3C分析

8. SWOT分析

第4章 商品開発マーケティング活用の事例研究

1. 3Cと4Pを活用した事例

第5章 メーカー視点の販売促進の事例

1. メーカー視点の販売促進

2. メーカー視点の販売促進策の事例

第6章 店頭マーケティングとその事例

1. 店頭マーケティングの「ISM」に学ぶ

2. 店頭マーケティングの事例

第7章 メディアとイベント

1. メディアの状況

2. イベント

<Ⅲ 商品開発におけるコミュニケーション・プレゼンテーション>

第1章 商品開発ビジネスの基礎

1. 情報力で商品企画

2. ビジネス人のコアスキル

第2章 商品開発コミュニケーションの基礎

1. コミュニケーションの概念

2. コミュニケーションの技術

3. 交渉力

第3章 商品開発ビジネスコミュニケーションスキル

1. ビジネスコミュニケーションを円滑に進めるための基本姿勢

第4章 プレゼンテーションの基礎

1. プレゼンテーションの基礎

2. プレゼンテーションの内容

3. プレゼンターとしての留意点

第5章 アイドマ理論によるプレゼンテーション

1. アイドマ理論とは

2. プレゼンテーションの有効なアイドマスキル
3. 試してみようアイドマによる自己PRプレゼンテーションの方法
4. 企業のアイドマプレゼンテーション方法

<IV MMP コミュニケーション・プレゼンテーションの基礎>

第1章 マネージメントマーケティングの基本

1. マネージメントマーケティングの基本概念
2. MM とアイデア発想法の活用
3. 発想チェックリスト

第2章 「MMP」の実践事例

1. 4P 戦略構築の手順の事例
2. KJ 法を活用した KKP 研修事例
3. KJ 法を活用した新製品アイデアの発想 MMP 研修事例
4. アイデア発掘シート作成の手順

第3章 「グループワーキング研修」のテーマ研修

1. マーケティングの基礎研修「ニーズ」と「ウォンツ」の違い
2. 企画書作成アイデアの出し方研修
3. 商品のライフスタイル研修「まだまだ商品」「これから商品」「いまどき商品」「おつかれ商品」

第4章 MMP 研修の留意点

1. 留意点
2. MMP 統括リーダーからグループリーダーへ
3. グループリーダーの準備

3.2 授業の進め方

商品プランナー公式テキストに沿って、14回授業を行い、15回目に模擬試験を行った。授業の流れは、予習→本時→復習とし、社会人基礎力の7つの能力要素（主体性・実行力・傾聴力・発信力・課題発見力・創造力・規律性）も学生に意識、発揮させながら学修を行った。予習では、予めテキストを一読し、専門用語や理解できない内容を抽出する（発揮する能力：主体性・実行力）。本時では、知識的な内容については整理・確認しながら聴くようにし、技能的な内容は、実践的に行動し、問題点を見い出しながら修得する（発揮する能力：傾聴力・発信力・課題発見力・創造力）。復習では、講義内容のまとめ直し、課題の解決そして理解度を高める学修をするよう学生に促した。個々の授業内容の理解度は、翌週の授業初めに行う練習問題でチェックさせた（発揮する能力：規律性）。15回目の模擬試験では、資格認定

試験と同じ内容、問題数、時間で実施した。

3.2 授業の感想

学生に授業内容に関するアンケートを行った。アンケート項目は、「商品プランナーの内容は興味深いものか」、「内容の難易度はどうか」、「内容は理解できているか」である。授業の中間地点である8週目の終了時点でアンケートを実施した。結果を以下に示す。

●商品プランナーの講義内容は、興味深いか？

- ・とても興味深い・・・8人
- ・少し興味深い・・・13人
- ・興味がわからない・・・0人

●商品プランナーの講義内容は、難しいか？

- ・かなり難しい・・・0人
- ・少し難しい・・・11人
- ・ふつう・・・9人
- ・易しい・・・0人

●商品プランナーの講義内容は理解できているか？

- ・よく理解できている・・・1人
- ・まあ理解できている・・・17人
- ・あまり理解できていない・・・2人

3 資格認定試験の概要と結果

3.1 資格認定試験の概要

資格認定試験は、通常では6月および11月に実施する全国試験での受験になるが、本学は連携校であり、受験者10人以上が応募申請するため、独自の日程、会場で実施することができる。日程は、2019年2月10日（水）、会場は愛知学泉大学2号館345教室で実施した。一般受験料は7,560円（税込）であるが、認定校は学生割引で5,000円（税込）で受験できる。出題範囲は、商品プランナー公式テキストに準じ、テキストの内容と、それを理解した上での応用力を問う問題である。試験時間は70分、出題数は50問、合格基準は満点の60%以上である。

合格すると商品プランナー合格証が交付される。合格者は就職活動に際して資格合格の記載ができる。資格登録は必須ではなく、認定校学生への特別措置として、資格登録は在学中および卒業後3年猶予措置が設けられている。資格登録をする際は、資格登録料（初回のみ）10,800円と年間登録料12,960円を納付すれば、商品プランナーとして登録され、認定証（写真2）が交付される。



写真2 商品プランナー認定証

3.2 資格認定試験の結果

資格認定試験は、20人（1人欠席）が受験し、合格者は18人、不合格者は2人、合格率は90%という結果であった。表1に得点率（%）の高い学生から順に結果を示した。得点は公表されないの、自己採点の結果である。得点率は平均71.5%、最高89%、最低56%であった。事前に実施した模擬試験の平均は68.9%だったので、認定試験では2.4%得点が上昇した。不合格の2人については、得点率が58%と56%だったので、惜しい結果であった。全員合格を目指していたので、少し残念である。

3.3 資格認定試験に対する取り組みについて

資格認定試験の後、学生に資格認定試験の取り組みに関するアンケートを行った。アンケート項目は、「やる気について」、「資格認定試験の難易度」である。結果を以下に示す。

- 資格取得の意欲について
 - ・絶対取得する気持ちで勉強した・・・3人
 - ・取得したいのでそれなりに勉強した・・・13人
 - ・取得できてもできなくてもいいので、あまり勉強しなかった・・・3人
- 資格認定試験の難易度について
 - ・すこし難しかった・・・0人
 - ・ふつう・・・・・・・・・・8人
 - ・易しい・・・・・・・・・・9人

4 就職活動における「商品プランナー」の資格活用について

4.1 資格活用に関する調査の概要

資格認定試験に合格した18人に就職活動での資格活用について、調査を行った。調査日は2019年7

表1 資格認定試験の結果

学生	男・女	模擬試験 得点率%	認定試験 得点率%	合格・ 不合格
1	女	73	89	合格
2	男	67	87	合格
3	女	77	83	合格
4	女	100	81	合格
5	女	76	80	合格
6	男	75	80	合格
7	女	76	76	合格
8	女	77	74	合格
9	女	72	72	合格
10	男	70	70	合格
11	女	64	70	合格
12	女	66	69	合格
13	女	57	69	合格
14	男	74	67	合格
15	男	63	65	合格
16	男	70	63	合格
17	女	54	61	合格
18	女	51	60	合格
19	女	59	58	不合格
20	女	57	56	不合格
21	女	73	欠席	
合格者18人、不合格者2人、平均得点率71.5%、				

注）得点は自己採点の結果である。

月4日、調査用紙を学生に渡し、質問（希望就職先、履歴書やエントリーシートに資格を記載したか、面接官から資格に関する質問はあったか、面接で資格のことをアピールしたか、あなたにとって「商品プランナー」の資格は役立ったか、に対する答えを記入させた。

4.2 調査結果

資格活用に関する調査の結果を表2に示した。

学生（18人）が就職を希望する職種の1位は、多い順から委託給食会社5人、食品会社4人、薬局・ドラッグストア3人、病院関係が2人であった。2位は食品会社が6人と多く、委託給食会社は2人であった。これらの結果から、食品会社と委託給食会社への就職希望者が多いことがわかった。

就職活動で提出する履歴書に「商品プランナー」を記載した学生は16人で2人は記載しなかった。

エントリーシートでは12人が記載し、6人は記載しなかった。エントリーシートに記載した内容は、“資

表2 資格活用に関する調査の結果

調査日：2019年7月4日（木） 対象：「商品プランナー」認定試験に合格した18人（男性5人、女性13人）																	
<p>●あなたが就職希望する職種について、1位と2位を教えてください。 （すでに誓約書を提出した人も答えてください）</p> <table border="0"> <tr> <td><1位></td><td><2位></td></tr> <tr> <td>委託給食会社：5人</td><td>食品会社：6人</td></tr> <tr> <td>食品会社：4人</td><td>製薬会社：3人</td></tr> <tr> <td>薬局・ドラッグストア：3人</td><td>委託給食会社：2人</td></tr> <tr> <td>病院関係：2人</td><td>薬局・ドラッグストア：2人</td></tr> <tr> <td>農協：2人</td><td>病院関係：2人</td></tr> <tr> <td>福祉・保育関係：1人</td><td>スポーツ施設：2人</td></tr> <tr> <td>その他：1人</td><td>その他：1人</td></tr> </table>		<1位>	<2位>	委託給食会社：5人	食品会社：6人	食品会社：4人	製薬会社：3人	薬局・ドラッグストア：3人	委託給食会社：2人	病院関係：2人	薬局・ドラッグストア：2人	農協：2人	病院関係：2人	福祉・保育関係：1人	スポーツ施設：2人	その他：1人	その他：1人
<1位>	<2位>																
委託給食会社：5人	食品会社：6人																
食品会社：4人	製薬会社：3人																
薬局・ドラッグストア：3人	委託給食会社：2人																
病院関係：2人	薬局・ドラッグストア：2人																
農協：2人	病院関係：2人																
福祉・保育関係：1人	スポーツ施設：2人																
その他：1人	その他：1人																
<p>●履歴書の資格欄に「商品プランナー」を記載しましたか？ 記載した・・・16人 記載しなかった・・・2人</p>																	
<p>●エントリーシートに「商品プランナー」を記載しましたか？ 記載した・・・12人 記載しなかった・・・6人</p>																	
<p>●エントリーシートに記載した人は、どこまで記載しましたか？ 資格を取得したことだけを記載した・・・10人 資格を取得し、専門知識を修得していることを記載した・・・0人 資格を取得し、専門知識を修得しているので、将来貴社で役立つことまで記載した・・・2人</p>																	
<p>●面接において、面接官から「商品プランナー」について質問されたか？ 質問された・・・6人 質問されなかった・・・12人</p>																	
<p>●質問された人は、どんな質問をされたか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・どのような資格か・・・3人 ・どのようなことを学んだのか・・・2人 ・その資格が、当社でどう活かせるのか・・・2人 ・大学の授業で取得したのか、個人的に取得したのか・・・1人 																	
<p>●面接において、自分から「商品プランナー」の資格をアピールすることはあったか？ アピールした・・・6人 特にアピールしなかった・・・12人</p>																	
<p>●あなたにとって「商品プランナー」の資格は役立ったか？ 役立った・・・9人 あまり役立たなかった・・・9人</p>																	
<p>●役立った人は、どんなことに役だったか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・面接でアピールできた・・・3人 ・面接官に注目された・・・2人 ・履歴書やエントリーシートに資格が記載できた・・・2人 ・将来、メニュー企画や開発をしたいという意志を伝えることができた・・・1人。 ・資格を取得したことで、自信がもてた・・・1人 																	

格を取得したことだけを記載した”のが10人、“資格を取得し、専門知識を修得しているので将来貴社で役立つことを記載した”のが2人であった。

次に面接において、面接官から「商品プランナー」について質問された学生は6人、質問されなかったのは12人であった。質問内容は、「どのような資格か」、「どのようなことを学んだのか」、「その資格が、当社でどう活かせるのか」などであった。また、自分から「商品プランナー」をアピールしたのは6人で、特にアピールしなかったのは12人であった。

最後に、「商品プランナー」資格が就職活動で役立ったと答えたのが9人、あまり役立たなかったと答えたのは9人であった。どのように役立ったかは、「面接でアピールできた」が3人、「面接官に注目された」が2人、「履歴者やエントリーシートに資格が記載できた」が2人、「将来、メニュー企画や開発をしたいという意志を伝えることができた」が1人、「資格を取得したことで、自信がもてた」が1人であった。

5 まとめと課題

学生の職業教育として、管理栄養士にプラスαとなる『商品プランナー』資格を学生に取得させる取り組みを行った。一般社団法人日本販路コーディネータ協会が定める認定教育連携校に登録後、指定の専門テキストを使用して講義を実施した。学生には、社会人基礎力を意識、発揮させながら、予習→本時→復習の流れで学修させ、模擬試験も実施して、『商品プランナー』に関する専門知識・技能を修得させた。授業内容の感想では、全員が興味深いと答え、難しいと答えた学生はいなかった。また、ほとんどの学生が内容を理解できていると答えた。

資格認定試験は学内で実施でき、受験料も認定校特典の学生割引で、一般よりも安く受験できた。結果は20人の内、18人が合格し、全体の平均得点率は71.5%であった。不合格の2人もあと数点で合格出来たので、少し残念な結果であった。

就職活動における資格の活用を合格者に調査したところ、履歴書資格欄に記載したのは16人、エントリーシートに記載したのは12人であった。12人のうち2人は、「資格取得だけでなく専門知識を活かして将来会社で役立つ」と記載していた。また、就職面接で資格に関する質問をされたのが3分の1の6人で、質問内容は「どのような資格か」、「何を学んだのか」、「当社でどう活かせるのか」などであ

った。面接で自分から資格をアピールした学生は6人であった、最終的に「商品プランナー」資格が就職活動で役立ったと答えたのは半数の9人で、役立った内容は、「面接でアピールできた」が3人、「面接官に注目された」が2人、「履歴者やエントリーシートに資格が記載できた」が2人、「将来、メニュー企画や開発をしたいという意志を伝えることができた」が1人、「資格を取得したことで、自信がもてた」が1人であった。

資格の登録を行った学生は、今のところ4人だけであるが、登録は3年間の猶予期間があるため、他の学生は、就職後の活用具合によって登録を行うようである。

今後の課題や改善すべきこととして、①合格者を増やす、②実践的な商品提案やプレゼンテーションを行う、③就職活動での活用指導 が挙げられる。

①については、今回2人が不合格、また、認定試験に対する勉強をあまりしなかったという学生がいたため、来期は試験勉強を促し、全員合格を目指す。

②については、今回講義とその理解中心の内容であったため、実践的な活動を取り入れたいと思う。具体的には、“食品を設定しての市場調査”、“年代別のヒット食品の要因調査”、“テーマを設定してアイデア出し・絞り込み・コンセプト作成”、“商品企画のプレゼンテーション”などである。面接においても、「資格取得を通して何を学んだか」は、質問されやすいため、実践的な活動をしっかり行うことで、学生はアピールしやすくなると思われる。

③就職活動での活用指導については、今回は行わなかった。株式会社リクルート公表の「就職白書」データ⁵⁾によると「企業が採用基準で重視する項目（1176社、複数回答）」は、“人柄”が92%、“企業への熱意”が78%、“今後の可能性”が66%、“性格適性検査の結果”が42%と高く、“取得資格”は8%と非常に低い結果となっている。高い項目が就職活動において重要なのは当然であるが、資格取得の結果が低いからといって、重要でないとはいえない。実際、面接において18人の3分の1である6人は資格に関する質問を受けており、面接官は「商品プランナー」に何らかの興味を示したことになる。大事なものは、資格の保有だけをアピールするのではなく、自分の熱意や今後の可能性と結びつくように、資格を取得した動機や、修得した知識や技能、そしてそれらが企業でどのように役立つかをしっかり説

明できるようにしておくことが大切である。来期は、それらを学生に指導した上で、就職活動を行わせ、多くの学生が希望する職種に就けるように改善したい。

引用文献

- 1) 文部科学省中央教育審議会答申、今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方（第1章）2011年1月31日
(http://www.mext.go.jp/component/b.../02/.../1301878_1_1.pdf)
- 2) 藤田晃之、キャリア教育と職業教育、日本労働研究雑誌 No657、2015年
- 3) 秋永雄一、日本の大学は職業教育にどう定着するか？、日本労働研究雑誌 No687、2017年
- 4) 小塩稲之、「商品開発学」商品はどうしてつくる改訂新版、日本販路コーディネータ協会出版局、2017年
- 5) 株式会社リクルートキャリア、就職白書 2018、2018年2月15日
(<http://www.recruitcareer.co.jp/news/.../2018/180215-01/>)

(原稿受理年月日 2019年10月10日)