

担当の先生方用 疑問の答え 生徒に助言する際にご活用ください

※1時間目は、生徒の疑問がコンビニコーヒーからあまり離れた所に行きすぎないように指示してください
コンビニコーヒーから離れていってもよいのは2時間目です

疑問① なぜアイスの方が高いのか？ なぜレギュラーサイズは同じ値段なのか？

DIAMOND online 「なぜセブンカフェのラージサイズはホットよりもアイスの方が高いのか？」



セブンイレブンは、ホットは紙コップ（重ねて保管してある）

アイスはカップに氷が入った状態で冷凍ケースに保管されている

→アイスは、冷凍庫での冷凍費用や冷凍物流の費用がかかる→その分値段設定も UP

では、なぜレギュラーは同じ価格なのか？ それはホットもアイスも 100 円というインパクトのある価格を訴求するために政策的に価格を合わせたのでしょう。前述のようにセブンカフェは年間 10 億杯以上を売り上げるメガヒット商品となり、コーヒー目当てで来店するお客さんも多く、結果的に他のついで買いも増えているはずです。ついで買いで他の商品の販売が増えればレギュラーのアイスコーヒーがあまり儲からなくても問題ないという考えでしょう。

※ローソンの話も上記 QR コードに載っています

疑問② ローソンはなぜアイスも紙コップ？



◎プラごみ削減のため

◎手渡しだから(プラに入れて冷凍ケースで保管しておく必要がない)

疑問③ ローソンはなぜ手渡し？



◎コーヒーは客と会話が生まれる要素が強いため

人と人との温かみ

セブンとローソンの方針の違い ↓

セブンは回転率重視 セブンの方が一日の利用客がローソンより 3 割くらい多い
ローソンは「マチカフェ」というコンセプトの通り、
基本的に人と人との温かみや環境保護みたいなのを重視している

「問いを深める」ということ

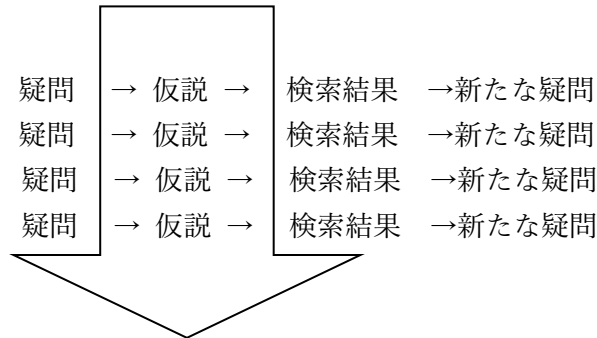
2024.09.04(水)

1 時間目にやったこと

コンビニコーヒーについてそもそもそんなに知らないのに、最初にみんながやっていたことは、
浮かんだ疑問をひたすらに明らかにしていくというもの

問いを深めているというよりは、ただの「調べる」という作業に近い

◎自分の知識を深めているだけで、問いはあまり深まっていない



「調べる」を進めた先に「深める」がある

どんなに新たな問いを立てても、自分の知識が深まっているだけで、基本的には調べるという作業である
価格設定やコップの材質の違いなどは、各コンビニの経営戦略が背景にあり、調べたら答えが出てきてしまう

→どんなに深めたつもりでも、知識が少ないうちは調べているだけなので、問いはあまり深まってない

→既知の問い(既に分かっていること)を抜け出せない 未知の領域にいけない

既知の問いでは、研究ではなく調べ学習になってしまう

研究をするためには、未知の問いにたどり着く必要がある！



2 時間目のイメージ 目標: 未知の問いにたどり着こう！

知識が深まったここからが、本当の意味で「問いを深める」という作業

1 時間目の結果を踏まえて、知識が深まったけど分からないことを「問い」として立て、深めていく

○深めていく中で、行き詰まったり、関連する分野の問いが出てきたりしたら、

「コンビニコーヒー」から、関連する内容に派生していこう

その場合はもちろん、1 時間目にやった「調べる」という作業がまずは必要になる

○「問いを深めていく流れ」は、メソッド p.46,47 を参照しよう

明らかにすることで何か世の中の役に立つ「問い」であることが望ましい

※研究分野によっては、そうとは限らない場合もある

このプロセスをたどって、問いを深めていくことで、未知の問いにたどり着く
→調べ学習じゃなくて「研究」になる