

商業（商品開発と流通）

履修単位	4単位	学 年	3年
学科コース	商業科 ・ 地域連携	区 分	必修 ・ 選択
使用教科書	商品開発と流通（実教出版）		
副教材等	商品開発と流通準拠問題集（実教出版）		

1. 科目を通じた学習内容と学習目標

商業の見方・考え方を働かせ、実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、商品開発と流通に必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

- (1) 商品開発と流通について実務に即して体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身に付けるようにする。
- (2) 商品開発と流通に関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。
- (3) ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら学び、商品開発と流通に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

2. 授業を受けるにあたってのアドバイス

商業の見方・考え方を働かせ、実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、ビジネスを通じ、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人として必要な資質・能力を育成することを目指します。

・授業の中で実際の企業で行われている商品開発を事例として取り上げることもあります。日頃から新聞、テレビ等のニュースに触れたり、普段の生活の中で買い物をしたりするときなど、様々な場面で身の回りの商品や企業活動に興味をもち、学習内容と関連付けてほしいです。

・地域連携活動に取り組む際、地域の方とやりとりをしながら活動をする機会もあります。自分の考えを伝えたり、相手と意見交換をする活動などを通して、他者との良好な人間関係をつくる力を身につけ、地域の良さや課題と向き合い、自分も地域の一員であるという気持ちや郷土を大切にすることを育んでください。また、商品開発と流通の学習内容と関連付けながら活動し、どうすればより良くなるのだろうという視点をもって学習に取り組みましょう。

・2月に実施される商業経済検定に挑戦し、学習の到達度をはかることができます。

3. 科目を通じた評価の観点と評価方法

観点	知識・技能（技術）	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
観 点 の 趣 旨	商品開発と流通について実務に即して体系的・系統的に理解し、商品の企画からプロモーションまでの様々な場面で役に立つ商品開発に関する知識と、流通の立場から捉えた取引対象としての商品に関する知識を身に付けている。	商品開発と流通をはじめとした様々な知識や情報などを活用し、商品開発と流通の動向や課題を発見するとともに、ビジネスに関わる様々な立場に立って、妥当性と課題などの視点から、科学的な根拠に基づいて商品開発と流通に関する計画を立案したり、提案したりしている。	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら商品開発と流通について学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して当事者としての意識をもち、他者と信頼関係を構築して積極的に関わり、商品開発と流通に関する学習活動に責任をもって取り組もうとしている。
評 価 方 法	定期考査, 単元テスト, 小テスト レポート 等	定期考査, 単元テスト, 小テスト グループ活動, レポート 発表(プレゼンテーション) 等	振り返りシート 授業への取り組み 等

上に示す観点に基づいて、学習のまとめ（単元）ごとに評価し、学年末に5段階の評定にまとめます。学習内容に応じて、それぞれの観点を適切に配分し、評価します。

4. 年間を通じた学習計画

(より詳細な「学習内容・ねらい」・「評価の観点・評価方法」等については、各単元の最初の授業等で説明します。)

知識・技能＝【知技】 思考・判断・表現＝【思判表】 主体的に学習に取り組む態度＝【態度】

学期	単元の学習内容	単元の学習目標（ねらい）	単元の評価規準	主な評価の観点			備考
				知技	思判表	態度	
1 学期	Introduction 1なぜ商品開発と流通は行われるのか？ 2なぜ『商品開発と流通』を学ぶのか？	日常生活を送るために、商品が必要不可欠なものであり、それを入手するためには流通も重要であることを理解する。	・商品開発と流通が一連のものであることを理解している。	○			
	1章 商品開発と流通の概要 1 私たちの生活と商品	『商品開発と流通』の概要を理解する。 商品の成り立ちおよびその捉え方について理解する。	・『商品開発と流通』の学習内容について理解している。 ・現代市場における商品開発と流通の概要について理解している。	○			
	2 商品開発の意義と手順	商品開発の意義、新商品の捉え方、商品ライフサイクルについて理解する。 商品開発の手順について理解し、学習の見通しをたてる。	・現代市場の特徴と関連付けて、商品開発の意義と課題を見出すことができる。 ・商品開発の手順とともに、学習計画を立てられている。	○			
	3 商品と流通との関わり	流通の仕組みについて、事例を調査して考察する。 市場環境とマーケティングの変化、流通チャネルの多様化について理解する。	・商品と流通との関わりについて、具体的な事例と関連付けながら、思考できている。 ・経済や消費者の動向について自ら学び、主体的かつ協働的に学習に取り組んでいる。		○		
	確認問題		・商品開発の流れを理解している。	○			
	中間考査	教科書P6～35		○	○		
		考査返却		○	○		
	2章 商品の企画 1 環境分析と意思決定の準備	商品の企画に必要な環境分析について、企業における事例と関連付けて理解する。 商品開発の方針を策定し、標的市場を整理して開発する商品テーマを決定することを理解する。	・企業の事例を取り上げられている。 ・マクロ分析、ミクロ分析の技術が身に付いている。 ・商品ライフサイクルおよびSTPについて理解している。	○	○		
	2 市場調査	環境分析に基づいて、市場調査を行い、そこから商品の企画に関する課題を発見する。	・市場調査から商品の企画に関する課題を発見する。		○		
	3 商品コンセプトの策定 4 商品企画の提案	商品コンセプトの内容について理解するとともに、ブレインストーミングなどの技法を用いて、商品企画につながるアイデアを考える活動を行う。	・ブレインストーミングなどの技法を用いて、アイデアの創出が行えている。 ・アイデア創出に当たり、主体的かつ協働的な取り組みを行っている	○			
	実習 商品の企画	商品コンセプトを考察し、具体的に商品企画書の各項目をまとめる。 商品企画書を基にプレゼンテーションを行い、評価、改善を行う。	・商品の企画について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、商品の企画に主体的かつ協働的に取り組んでいる。 ・プレゼンテーションに必要な技術を用いて、表現活動が行えている。			○	
	確認問題	実習に積極的に取り組む。	・実習に積極的に取り組んでいる。		○	○	
			・商品の企画について理解している。	○			
	期末考査	教科書P36～69		○	○		

		考査返却		○	○		
2 学 期	3章 事業計画の立案						
	1 事業計画の概要	商品開発と流通における事業計画について、その目的や手順について理解する。	・事業計画の目的に合わせて、一連の流れを理解している。	○			
	2 価格計画	競争環境や需要予測等に基づいた、価格の設定の考え方を理解する。	・価格の設定方法を理解している。	○			
		さまざまな価格政策について、企業における事例と関連付けて考察する。	・企業の事例を取り上げられている。 ・価格政策ごとに戦略に違いがあることに気付いている。		○		
	3 流通計画	流通チャネルの種類と特徴について理解する。	・流通チャネルの種類と特徴から、流通計画について理解している。	○			
	4 プロモーション計画	プロモーション計画について、企業における事例と関連付けて理解する。	・企業におけるプロモーション活動の事例を取り上げ、それぞれの特徴を理解している。	○			
	5 事業計画書の作成	事業の展開に必要な項目をまとめ、事業計画書を作成する。	・科学的な根拠に基づいて事業の展開に必要な項目をまとめ、事業計画書を立案できている。		○		
	実習 事業計画の立案	作成した事業計画書を基にプレゼンテーションを行い、評価、改善を行う。	・事業計画の各項目について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、事業計画書を主体的かつ協働的に作成している。 ・プレゼンテーションに必要な技術を用いて、表現活動が行えている。				
	確認問題	教科書P70～97	・事業計画の立案について理解している。	○	○		
	中間考査	考査返却		○	○		
4章 商品の開発							
1 商品仕様と詳細設計	商品仕様と詳細設計について、企業における事例と関連付けて理解する。	・企業の事例を取り上げられている。		○			
2 プロトタイプ	プロトタイプの種類と目的について理解する。	・プロトタイプの種類と目的を理解している。	○				
	プロトタイプを用いたテスト及び評価により、課題を書きらかにすることを理解する。	・プロトタイプを用いたテストと評価により、課題を見つけ、改善する必要性を理解している。	○				
3 商品とデザイン	商品デザインの役割や要素、種類等について理解する。	・市場調査から商品の企画に関する課題を発見する。	○				
	商品デザインの技法について、具体的な事例と関連付けて分析する。	・企業の事例を取り上げて、商品デザインの技法について分析できている。		○			
実習 パッケージをデザインする	パッケージに必要な機能、要素等について考察し、パッケージデザインを行う、	・パッケージについての考察が行えている。 ・パッケージデザインを作成できている。		○	○		
実習 ポスターをデザインする	コンピュータを用いて、ポスターのデザインを行う。	・コンピュータを用いて、ポスターデザインが行えている。			○		
4 ブランド	ブランドについて、機能、構成要素等を理解する。	・ブランドの機能、構成要素等を理解している。	○				
5 知的財産権の登録	知的財産権の内容、重要性について理解する。	・知的財産権の内容や、手続き方法の違いを理解している。	○				
	偽ブランドや偽キャラクター商品等の知的財産権の侵害について、具体的な事例と関連付けて分析、考察する。	・知的財産権の侵害について、科学的な根拠に基づいて、具体的な事例について分析、考察ができている。		○			

	確認問題		・商品の開発について理解している。	○			
	期末考査	教科書P98～149		○	○		
		考査返却		○	○		
3 学 期	5章 商品の販売	販売員活動について、プロセス、役割等を理解する。	・販売員活動におけるプロセス、役割等を理解している。	○			
	1 販売員活動 2 セールスプロモーション	セールスプロモーションについて理解し、企業における具体的な事例と関連付けて分類する。	・企業の事例を取り上げ、顧客の購買心理に基づいたセールスプロモーションが行われていることに気付いている。		○		
	実習 商品の販売	実習に際して、流通とプロモーションに関する課題を発見する。	・流通とプロモーションについて、自ら学び、経済や消費者の動向を踏まえて、主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	
		実習のための計画を立案して実施し、評価・改善を行う、	・科学的な根拠に基づいて、実習計画を立案し、実施後に課題を見つけ、評価・改善している			○	
	確認問題		・商品の販売について理解している。	○			
	6章 商品と流通に関わる新たな展開	顧客ニーズの多様化から、デザイン思考について企業における具体的な事例と関連付けて理解する。	・企業の事例を取り上げて、デザイン思考の商品開発について理解できている。	○			
	1 商品開発の新たな展開						
	2 流通の新たな展開	流通の新たな展開として情報システムの変化が流通に影響を及ぼしていることを理解する。	・情報システムの変化が効果的・効率的な流通に結びついていくことを理解している。	○			
	3 感覚を活かした商品開発・流通	感覚を活かしたプロモーション活動等を、企業における事例と関連付けて考察する。	・企業の事例を取り上げて考察できている。			○	
	確認問題		・商品開発と流通に関わる新たな展開について理解している。	○			
学年末考査	教科書P150～183			○	○		
	考査返却			○	○		