

商業科「商品開発」授業実践紹介

授業者：安東 真美

学 年：キャリア探求科2年

単元名：商品の企画

単元のねらい（7つのチカラ：考える力、行動する力、コミュニケーション力、チームワーク力）

- ・企業内の企画会議で提案することを想定して、マインドマップなどの思考ツールを用いて商品コンセプトを考案する。
- ・商品名、商品コンセプト、キャッチコピー、商品イメージ、開発背景、競合商品に対する優位性を含めた、具体的な商品企画書を作成する。

単元の流れとパフォーマンス課題

パフォーマンス課題

あなたは地元の企業と協働して備前市・赤磐市・和気町の特産品を使った商品を開発し、11月23日に「和気町ふるさとまつり」で販売します。そこで、商品企画書を作成して和気商工会の方に助言をいただくことになりました。2市1町がPRできる商品を開発し、商工会の方にあなたのアイデアが伝わる商品企画書を作成しましょう。

授業の流れ【9時間】

- ①環境分析をしよう！
(フィッシュボーン図)
- ②特産品を見つけよう！(ベン図)
- ③協力企業を見つけよう！
(キャンディーチャート)
- ④個人の考えを共有しよう！（発表）
- ⑤環境分析を整理しよう！
(XYチャート)
- ⑥商品コンセプトを決めよう！
(マインドマップ、アイデアシート)
- ⑦魅力のある商品企画書を作成しよう！

目的の達成		商品の特性をわかりやすく明確にあらわすには？		
2年3組	() 番 氏名 ()	() () 番 氏名 ()	() () 番 氏名 ()	() () 番 氏名 ()
商品開発の方針とテーマ				
方 針				
テ ー マ				
タ ー ゲ ッ ト				
販 売 経 路				
販 売 時 期				
達成基準	S	A	B	
	環境分析をしっかりと考慮した方針を立て、その方針とターゲット、販売経路、販売時期が合っている。	方針は環境分析にしたがって立てた。ターゲット、販売経路、販売時期が検討できている。	方針は環境分析にしたがって立てた。	
商品アイデアシート				
アイ デ ァ				
特 徴 ①				
特 徴 ②				
特 徴 ③				
商品コンセプト				
達成基準	S	A	B	
	商品コンセプトももとめて商品の特性がはっきりとわかりやすいものである。	商品の特性がわかり、方針・テーマに沿ったコンセプトである。	商品の特性のわかるコンセプトである。	

⑥アイデアシート

目的の達成		魅力のある商品企画書にするには？		
2年3組	() 番 氏名 ()	() () 番 氏名 ()	() () 番 氏名 ()	() () 番 氏名 ()
地域の特性を生かした新商品の企画書				
環 境 分 析				
商 品 コ ン セ プ ト				
タ ー ゲ ッ ト				
商 品 の 詳 細 情 報				
販 売 経 路				
販 売 時 期				
競 合 商 品 に 対 する 優 位 性				
達成基準	S	A	B	
	商品の詳細情報がイラスト等使って丁寧に説明されており、その他の情報とつながりを持ち説得力がある。	商品の詳細情報が十分に説明されており、商品に魅力を感じ、商品に魅力を感じる。	すべての項目が記入されているが、つながりが不明瞭なところがあり説得力に欠ける。	

⑦商品企画書

①～④⑦は個人作業、⑤⑥はグループ作業

パフォーマンス課題の評価

	2	1	0
商品開発の方針とテーマの立案	環境分析をしっかりと考慮した方針を立て、その方針とターゲット、販売経路、販売時期が合っている。	方針は環境分析にしたがって立てた。ターゲット、販売経路、販売時期が検討できている。	方針は環境分析にしたがって立てた。
商品コンセプトの立案	商品コンセプトを見ただけで商品の特性がはっきりとわかりやすいものである。	商品の特性がわかり、方針・テーマに沿ったコンセプトである。	商品の特性がわかるコンセプトである。
商品企画書の作成	商品の詳細情報がイラスト等使って丁寧に説明されており、その他の情報とつながりを持ち説得力がある。	商品の詳細情報が十分に説明されており、商品に魅力を感じる。	すべての項目が記入されているが、つながりが不明瞭なところがあり説得力に欠ける。

単元を通して身につけてほしいこと

- ・情報活用能力（情報収集をする手段、思考を整理する手段）
- ・表現方法（自分の考えを他者に伝える技術）
- ・コミュニケーション力、チームワーク力

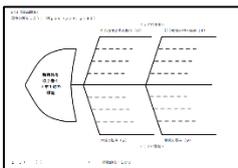
実践の背景

- 本校は令和元年度から文部科学省の地域との協働による高等学校改革推進事業（地域魅力化型）に指定され、8割の生徒が住む2市1町（備前市・赤磐市・和気町）と連携し、コンソーシアムを組織して、生徒が地域の方と一緒に活動しながら学習をする機会を増やしている。昨年までは和気町のみの特産品を活用して商品開発のアイデアを考案していたが、今年は2市1町の特産品を使うことにした。また、商品化するにあたって協力企業も2市1町に広げて探した。

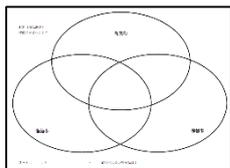
授業改善のアプローチ

■ 思考ツールの活用

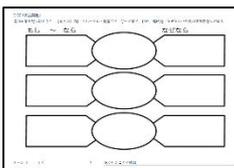
- 昨年は商品企画書を作成する前に、マインドマップのみを使用してアイデア出しをした。今年はマインドマップの前に、複数の思考ツールを用いて、収集した情報を整理した後でアイデア出しを行った。
- ・フィッシュボーン図：新商品を取り巻く2市1町の環境をSWOT分析した。（S 地域の強み、W 地域の弱み、O 社会環境の中の機会、T 社会環境の中の脅威）→特徴的なことを見つけてクラス全体で意見を共有した。
 - ・ベン図：2市1町の特産品を調べてまとめた。→商品化したい特産品について考えた。
 - ・キャンディーチャート：2市1町の企業を調べてまとめた。（もし～なら…特産品名、○…企業名・住所・連絡先、なぜなら…企業の特徴等選んだ理由）→調べて気づいたことや感想をまとめた。
 - ・XYチャート：マクロ環境とミクロ環境の視点で環境分析を再整理し、商品化の必要性を探った。→気になる特徴をまとめた。
 - ・マインドマップ：方針とテーマを元に、商品のアイデア出しをした→商品コンセプトを決めた。



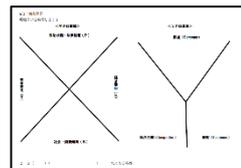
フィッシュボーン図



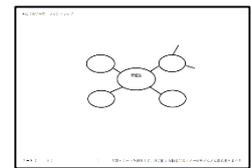
ベン図



キャンディーチャート



XYチャート



マインドマップ

■ 個人作業からグループ作業へ

環境分析から商品企画書の作成まで、当初は個人作業で行う予定だったが、考えに広がりを持たず作業が思うように進まなかった。特に環境分析は難しかったため、考えに深みを出すためにグループ作業にした。他者と相談しながら、別の視点からまとめ直すことで、環境分析に関する理解が深まった。個人作業が進まない場合は、グループ作業に変更することも必要だと感じた。

生徒の変容

- ・生徒が自分の住んでいる地域の特産品を生かすことでより自分ごとにする意識が持てた。
- ・地域を広げたことで対象となる特産品の種類が増え、商品のアイデアも広がりを持てた。
- ・思考ツールを用いることで、自分の考えを見える化してわかりやすく整理することができた。また、授業で使った思考ツールを他の科目（「閑谷学」等）でも使うことができた。
- ・自分の考えた商品企画書が商工会や企業の方の目に触れ、実際に販売する商品になるという経験は、生徒の学習に対する意欲を高めた。11月の販売準備では、仕入・販売、会計、販売促進といったチームごとに任された各自の役割について、それぞれが工夫をしながら主体的に考えて活動することができていた。



販売実習(11月)の様子



商品ラベルやPOP広告を作成

評価

授業取組・ファイル整理・パフォーマンス課題（商品企画書他）50%、定期考査（振り返りを含む）50%