

編 修 趣 意 書

(教育基本法との対照表)

※受理番号	学校	教科	種目	学年
103-30	高等学校	商業科	商品開発と流通	
※発行者の 番号・略称	※教科書の 記号・番号	※教科書名		
190 東法	商業 733	商品開発と流通		

1. 編修の基本方針

- ・編修にさいしては、教育基本法第2条の各目的の実現に資する題材を選定し、科目の特性と調和をとりつつ、各目的がこの教科書を通して無理なく達成できるように心がけた。
- ・生徒が主体的に考え、商品開発と普段の生活との関連性などについて理解を深めることができるよう、生徒にとって身近な例や問いかけなどを本文内に取り入れることを方針として著述した。特に、キャラクターの「考えてみよう！」や「探してみよう！」などによる問いかけでは、生徒が身近なものや普段の生活を思い返し、それらと学習内容を結びつけて考えることができるような内容になるよう心がけた。

2. 対照表

図書の構成・内容	特に意を用いた点や特色	該当箇所
口絵①～⑦	・口絵⑥「ユニバーサルデザイン」で、身近な暮らしの中にあるユニバーサルデザインについて示すことにより、商品開発と身近な暮らしとの関連について理解を深めることができるように配慮した（第二号）。	・口絵⑥
第1章 「商品開発の基本」	・身近な暮らしの中にある、暮らしを便利にするさまざまな商品を例に、商品開発が人びとの暮らしを豊かにし、経済を活性化させることについて著述し、みずから興味をもって主体的に商品開発の知識を身につけ、商品開発を通して主体的に社会の発展に寄与しようとする心の姿勢を養えるように配慮した（第一号、第三号）。 ・商品開発をおこなうにあたって必要となる環境への影響や安全性などに対する配慮について著述した（第四号）。	・4 ページ～5 ページ 6 行目 ・9 ページ 15 行目～17 行目
第2章 「商品の企画」	・開発途上国の原料や商品を適正な価格で継続的に購入するフェアトレードについて著述した（第五号）。 ・新商品のアイデアを創出するための発想法について具体例とともに著述し、発想力を伸ばし、創造性を培うことができるように配慮した（第二号）。 ・ブレンストーミングや KJ 法、アイデアソンとハッカソンなど、自他のアイデアを尊重しながら協力してアイデア創	・17 ページコラム ・35 ページ ・36 ページ～37 ページ 8 行目

	出をおこなう方法について著述した（第三号）。	
第3章 「商品の開発」	<ul style="list-style-type: none"> ・流通や物流、環境に配慮したプロダクトデザインの事例を掲載した（第四号）。 ・環境や安全に配慮した素材を使用した商品の事例を掲載した（第四号）。 ・商品やブランドのもつ伝統や和の心などを表現したパッケージデザインの事例を掲載した（第五号）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・56 ページ事例 ・58 ページ事例 ・72 ページ事例
第4章 「事業計画」	<ul style="list-style-type: none"> ・身近な店舗の陳列方法やレジ前に売られている商品の種類などを調べてみるように問いかけ、身近な暮らしと学習内容とを関連づけて理解を深めることができるように配慮した（第二号）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・116 ページ、117 ページ側注
第5章 「商品開発の動向と課題」	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン思考のプロセスについて具体例とともに著述し、創造性を培うことができるように配慮した（第二号）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・132 ページ～133 ページ
口絵⑧⑨⑩	<ul style="list-style-type: none"> ・教室でグループを編成し、商品開発に挑戦する実習を通して、発想力や創造性を培い、自他のアイデアを尊重し、協力する姿勢を養えるように配慮した（第二号、第三号）。 	口絵⑧⑨⑩

3. 上記の記載事項以外に特に意を用いた点や特色

商品開発に関する幅広い知識を身につけるうえで、教科書の内容がより理解しやすくなるように、口絵①②や各章の序節に学習内容の流れ図や内容のまとめ、キーワードなどを掲載した。

編 修 趣 意 書

(学習指導要領との対照表, 配当授業時数表)

※受理番号	学校	教科	種目	学年
103-30	高等学校	商業科	商品開発と流通	
※発行者の 番号・略称	※教科書の 記号・番号	※教科書名		
190 東法	商業 733	商品開発と流通		

1. 編修上特に意を用いた点や特色

- ・商品開発と流通に関する基礎的な知識と技術を習得させるために、章末に練習課題を設けた。
- ・生徒の主体的な学習を促すために、第1章の練習課題では身近な商品の開発の歴史について調べてまとめさせる問題、第2章の練習課題ではグループを編成して具体的な商品企画書を作成する実習課題、第3章の練習課題では具体的なパッケージをもとに、パッケージやグラフィックデザインの効果についてまとめさせる問題、第4章の練習課題では具体的な事例をもとに、流通経路の開拓やプロモーションについて考察しまとめさせる問題、第5章の練習課題では具体的な事例をもとに、デザイン思考の商品開発による効果について考察しまとめさせる問題などを掲載した。
- ・授業の配分をしやすいように、本文は見開き構成とした。
- ・すべての見開きに図やイラスト、写真などによる具体例を掲載して、生徒の興味・関心を引きつけ、理解が高まるように配慮した。
- ・身近な開発事例として実習などの参考にできるように、実際の企業の事例だけでなく、高校生の実践事例を多数掲載した。
- ・キャラクターの吹き出しを用いて、クラスで話し合ったり、生徒が自発的に考えたりできるような問いかけをおこない、生徒の理解を促進し、学習意欲を高めるように配慮した。
- ・全体を通して商品開発の流れに沿った構成を心がけることで、実際の開発の手順を意識しながら学習することができるように配慮した。また、各章の内容が相互に関連し合うような著述を心がけ、学習内容に対する理解を深められるように配慮した。
- ・商品を開発するだけでなく、開発してから発売するまでや発売後の動きなどについても扱うことで、商品が生産者から消費者にわたる仕組みについても理解できるように配慮した。
- ・有形財だけでなく、サービスや権利なども含めて商品として扱われることを示すため、図やイラストなどによる具体例を掲載し、理解を促すようにした。

2. 対照表

	図書の構成・内容	学習指導要領の内容	該当箇所	配当 時数
	序 節 第1章ガイダンス 第1章から第5章までに学ぶ内容や流れについてははじめに説明することで、学習がはじめやすくなるように配慮した。		2頁～3頁	

第一章 商品開発の基本	<p><u>第1節 商品と商品開発</u> キャラクターの吹き出しを用い、具体的な設問を通して商品開発について考えさせ、生徒の学習意欲を高めるよう配慮した。第1節の冒頭では、身近な商品を例に挙げ、日常生活に商品開発がどのように関わっているかを示し、商品開発の意義を理解し、学習の動機づけをおこなうことができるように配慮した。</p>	(1)現代市場と商品開発・流通 ア 商品の概念と商品開発の流れ	4頁～7頁	2	
	<p><u>第2節 商品開発プロセス</u> 商品開発の流れについて図を用いて説明することで、商品開発に対する理解を深め、1章以降の学習内容も理解しやすくなるように配慮した。</p>	(1)現代市場と商品開発・流通 ア 商品の概念と商品開発の流れ	8頁～9頁		1
	<p><u>第3節 商品開発とブランド</u> 商品開発とブランド構築の違いやナショナルブランドとプライベートブランドの違いなどを図解し、視覚的に内容が理解しやすくなるように配慮した。</p>	(1)現代市場と商品開発・流通 ア 商品の概念と商品開発の流れ イ 流通の仕組みと商品との関わり	10頁～11頁		1
第二章	<p><u>序節 第2章ガイダンス</u> 第2章の学習内容と学習の流れについてまとめ、第2章の学習がはじめやすくなるように配慮した。</p>		14頁～15頁		
商品の企画	<p><u>第1節 環境分析</u> マクロ環境とミクロ環境の説明について、図やイラストを用いて理解の促進をはかった。また、具体的なイメージをもって学習を進められるように、スーパーマーケットで販売されているラーメンなど、身近な例を用いて著述した。</p>	(1)現代市場と商品開発・流通 ア 商品の概念と商品開発の流れ ウ 市場環境の変化 (2)商品の企画 ア 環境分析 (3)事業計画 カ 商品開発の動向と課題	16頁～23頁	4	
	<p><u>第2節 開発方針とテーマの決定</u> SWOT分析やPPM分析、新商品の分類などを組み合わせて開発方針とテーマを決定する方法や流れについて、前節や各学習項目同士のつながりが見えるように心がけ、丁寧に著述した。また、教科書の内容をもとに開発実習をおこなうことを考え、実習の際に参考になるような具体例などを入れ込むように心がけた。SWOT分析、PPM分析、六つの新商品のタイプについて、図やイラストを用いて視覚的にも理解しやすくなるように配慮した。</p>	(2)商品の企画 ア 環境分析 イ 開発方針とテーマの決定	24頁～29頁	6	

	<p><u>第3節 探索的調査</u> 「商品開発における市場調査の目的と手法」について、表を用いて一覧化することで、市場調査の全体像について理解の促進をはかった。</p>	(2)商品の企画 ウ 市場調査	30 頁～33 頁	4
	<p><u>第4節 アイデアの創出と評価</u> 顧客ニーズと商品アイデアの関係について、前節で学んだ内容や第1章で学んだ内容に関連づけて著述し、教科書全体をとおした学習内容のつながりが見えやすくなるようにした。また、本文の内容への理解を深め、開発実習でも参考にすることができるように、イラストや図を用いて具体例を示した。</p>	(2)商品の企画 エ 商品企画書の作成	34 頁～37 頁	4
	<p><u>第5節 商品コンセプトの考案</u> 商品コンセプトについて具体的にイメージを持つことができるように、実在の商品のコンセプトを例として示した。</p>	(2)商品の企画 エ 商品企画書の作成	38 頁～39 頁	2
	<p><u>第6節 検証的調査（コンセプト・テスト）</u> 「コンセプト・テストにおけるサーベイ調査例と検証方法」について具体例を掲載し、本文の学習内容への理解の促進をはかった。</p>	(2)商品の企画 エ 商品企画書の作成	40 頁～41 頁	2
	<p><u>第7節 商品企画書の作成と承認</u> 高校生の実践事例として、具体的な商品企画書とプレゼンテーション資料を掲載した。商品企画書の例では、各項目に参考となる教科書のページを示し、開発実習の際に本文と関連づけて企画書を作成できるように配慮した。</p>	(2)商品の企画 エ 商品企画書の作成	42 頁～45 頁	4
	<p><u>実習課題</u> グループを編成し、各グループで環境分析や市場調査をおこない、具体的な商品企画書の作成とプレゼンテーションをおこなう学習活動を取り入れた。</p>	(2)商品の企画 ア 環境分析 イ 開発方針とテーマの決定 ウ 市場調査 エ 商品企画書の作成	48 頁	
第三章	<p><u>序 節 第3章ガイダンス</u> 第3章の学習内容と学習の流れについてまとめ、第3章の学習がはじめやすくなるように配慮した。</p>		50 頁～51 頁	1
商品の開発	<p><u>第1節 商品仕様書の作成</u> 商品仕様書の具体例を掲載し、本文の学習内容への理解の促進をはかった。</p>	(3)事業計画 ア 商品仕様の詳細設計と評価	52 頁～53 頁	
	<p><u>第2節 プロダクトデザイン</u> 高校生や実際の企業の開発事例を複数掲載し、生徒が興味を持って学習できるような構成を心がけた。また、イラストや写真な</p>	(3)事業計画 イ 商品デザインの制作 カ 商品開発の動向・課題	54 頁～63 頁	10

	<p>どを用いて、本文の学習内容を具体的にイメージし、理解を深められるように配慮した。</p>			
	<p><u>第3節 試作品の作成と評価</u> 試作品の評価方法について、機能テストと消費者テストの二つの側面から著述した。特に、消費者テストについては、会場テストやホーム・ユース・テスト、ブラインド・テストなど具体的なテスト方法について扱った。また、第2章31頁の表との関連性を示し、他章の学習内容との関連づけがおこなえるように配慮した。</p>	(3)事業計画 ア 商品仕様の詳細設計と評価	64頁～67頁	4
	<p><u>第4節 商品のネーミングとパッケージの制作・評価</u> <u>第5節 最終試作品テストと商品の完成</u> 71頁～77頁の「パッケージ制作のプロセス」では、イラストや写真などを用いてパッケージ制作の手順を一から説明し、その過程でデザインの構成やコンピュータを活用したデザインの技法などを学べるような構成を心がけた。</p>	(3)事業計画 イ 商品デザインの制作	68頁～81頁	4
	<p><u>第6節 知的財産の登録</u> 商品開発をおこなううえで、知的財産の登録がどのような役割を果たすのかがわかるような著述を心がけた。</p>	(3)事業計画 ウ 知的財産の登録	82頁～87頁	3
	<p><u>練習課題5</u> 具体的な商品パッケージを例に、パッケージデザインの効果を分析し、考察する学習活動を取り入れた。また、偽ブランドや偽キャラクターなど、知的財産の侵害事例について調べ、知的財産の保護の重要性について考察しまとめる学習活動を取り入れた。</p>	(3)事業計画 イ 商品デザインの制作 ウ 知的財産の登録	90頁	
第四章	<p><u>序節 第4章ガイダンス</u> 第4章の学習内容と学習の流れについてまとめ、第4章の学習がはじめやすくなるように配慮した。</p>		92頁～93頁	
事業計画	<p><u>第1節 事業計画の立案</u> 第1章で学んだ商品3層モデルをもとに事業計画の役割について著述し、他章の学習内容との関連づけがおこなえるように配慮した。</p>	(3)事業計画 オ 事業計画書の作成	94頁～95頁	2
	<p><u>第2節 マーケティング計画（価格）</u> <u>第3節 マーケティング計画（流通経路）</u> <u>第4節 マーケティング計画（プロモーション）</u> マーケティング計画の各内容について、イラストや図などによる具体例を多く用いて</p>	(1)現代市場と商品開発・流通 イ 流通の仕組みと商品との関わり (3)事業計画 エ 価格の設定	96頁～119頁	7

	理解を促すように配慮した。また、キャラクターによる「考えてみよう!」「探してみよう!」などの問いかけにより、普段の生活と学習内容を結びつけて主体的に考えることができるような構成を心がけた。	(4)流通とプロモーション ア 流通経路の開拓 イ プロモーションの実施 ウ 流通とプロモーションの動向・課題		
	<u>第5節 事業計画書の作成と検証</u> <u>第6節 事業計画の実践と修正</u> 事業計画書の作成だけでなく、商品が生産者から消費者にわたるまでに必要な動きや発売後におこなう調査などについても著述し、商品開発について、より具体的にイメージできるような構成を心がけた。また、高校生の実践事例について、章をまたいで同じ商品の例を扱うことにより、開発実習などの参考となるように配慮した。	(1)現代市場と商品開発・流通 ア 商品の概念と商品開発の流れ イ 流通の仕組みと商品との関わり (3)事業計画 オ 事業計画書の作成	120 頁～125 頁	6
	<u>練習課題 7</u> 具体的な事例をもとに、流通経路の開拓やプロモーションについて考察しまとめる学習活動を取り入れた。 <u>実習課題</u> グループで具体的な事業計画を立案し、事業計画書を作成してプレゼンテーションをおこない、改善を図る学習活動を取り入れた。	(3)事業計画 オ 事業計画書の作成 (4)流通とプロモーション ア 流通経路の開拓 イ プロモーションの実施 ウ 流通とプロモーションの動向・課題	128 頁	
第五 章 商 品 開 発 の 動 向 と 課 題	<u>序 節 第5章ガイダンス</u> 第5章の学習内容と、第5章に関連する第1章～4章までの内容の復習についてまとめ、第5章の学習がはじめやすくなるように配慮した。		130 頁～131 頁	3
	<u>第1節 商品開発の動向</u> <u>第2節 商品開発の課題</u> 商品開発の動向と課題について、具体的な例を用いて著述するとともに、他章で学んだ内容を振り返ることができる内容を心がけた。	(3)事業計画 カ 商品開発の動向・課題	132 頁～137 頁	
	<u>練習課題 2</u> 具体的な事例をもとに、デザイン思考の商品開発による効果について考察する学習活動を取り入れた。	(3)事業計画 カ 商品開発の動向・課題	138 頁	
			計	70