

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
107-111	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		

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）。 ・ブレインストーミングや 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
107-111	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		

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	<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。	(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	
	<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。	(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
	<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。	(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	<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。		14頁～15頁		
商品の企画	<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。	(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	
	<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。	(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>	<p>(3)事業計画 ア 商品仕様の詳細設計と評価</p>	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>	<p>(3)事業計画 イ 商品デザインの制作</p>	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>	<p>(3)事業計画 ウ 知的財産の登録</p>	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>	<p>(3)事業計画 イ 商品デザインの制作 ウ 知的財産の登録</p>	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>	<p>(3)事業計画 オ 事業計画書の作成</p>	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>	<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</p>	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。また、近年注目される新技術として、生成 AI や VR などについても取り上げた。	(3)事業計画 カ 商品開発の動向・課題	132 頁～139 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	140 頁～141 頁	
			計	70

常用漢字以外の使用漢字一覧表

熾	嗜	膿	餃	頁
(p 21)	(p 23)	(p 29)	(p 33)	(p 59)
嚙	錫	罨	什	乖
(p 63)	(p 65)	(p 77)	(p 115)	(p 122)
馴	堵	嬉		
(p 123)	(p 123)	(p 139)		

出 典 一 覧 表

申請図書			出典					備 考
ページ	名 称	種別	名 称	ページ	著作者等	発行者	発行年次等	
口絵⑥	日常で役立つ ユニバーサルデザイン	写真	コクヨ株式会社①	—	コクヨ株 式会社	コクヨ株 式会社	—	—
口絵⑥	日常で役立つ ユニバーサルデザイン	写真	コクヨ株式会社②	—	コクヨ株 式会社	コクヨ株 式会社	—	—
口絵⑥	日常で役立つ ユニバーサルデザイン	写真	コクヨ株式会社③	—	コクヨ株 式会社	コクヨ株 式会社	—	—
口絵⑥	動作を補助する ユニバーサルデザイン	写真	ユニバーサルデザインの 食器	—	時事通信 フォト	時事通信 フォト	2012年2月21 日	0013800214
口絵⑥	動作を補助する ユニバーサルデザイン	写真	ユニバーサルデザインの 食器	—	時事通信 フォト	時事通信 フォト	2012年2月21 日	0013800220
口絵⑥	動作を補助するユニバーサル デザイン	写真	バリアフリーの自販機	—	時事通信 フォト	時事通信 フォト	2011年6月21 日	0011005198
11 ページ	コンビニのプライベート ブランド商品	写真	セブンイレブンのPB商 品	—	時事通信 フォト	時事通信 フォト	2011年6月20 日	0011001026
19 ページ	キャッシュレス決済	写真	ファミマがバーコード決 済を開始	—	時事通信 フォト	時事通信 フォト	2019年7月1 日	0031908099
38 ページ	商品コンセプト	写真	Wii	—	任天堂株 式会社	任天堂株 式会社	—	—

38 ページ	商品コンセプト	写真	G-SHOCK	—	カシオ計算機株式会社	カシオ計算機株式会社	—	—
38 ページ	商品コンセプト	写真	LIBERA	—	江崎グリコ株式会社	江崎グリコ株式会社	—	—
38 ページ	商品コンセプト	写真	MEDIFOAM	—	アキレス株式会社	アキレス株式会社	—	—
43 ページ	高校生が地域のお土産として商品企画に取り組んだ例	画像	商品の特徴①	—	富山北部高等学校情報デザイン科	富山北部高等学校情報デザイン科	—	著者提供
43 ページ	高校生が地域のお土産として商品企画に取り組んだ例	画像	商品の特徴②	—	富山北部高等学校情報デザイン科	富山北部高等学校情報デザイン科	—	著者提供
44-45 ページ	商品企画のプレゼンテーション資料例	スライド画像	まわしてとやま	—	富山北部高等学校情報デザイン科	富山北部高等学校情報デザイン科	—	著者提供資料を社内で改変して使用
56 ページ	流通に配慮したプロダクトデザイン	写真	フラットパック	—	イケア・ジャパン株式会社	イケア・ジャパン株式会社	—	—

58 ページ	環境や安全に配慮した自然素材のクレヨン	写真	おやさいクレヨン	—	mizuiro 株式会社	mizuiro 株式会社	—	—
59 ページ	プロダクトグラフィックス (アイコン)	写真	ハイブリッド式 スリムタワー加湿器 Regina	—	スリーアップ株式 会社	スリーアップ株式 会社	—	—
59 ページ	プロダクトグラフィックス (木目調)	写真	ハイブリッド加湿器 フロート	—	スリーアップ株式 会社	スリーアップ株式 会社	—	—
59 ページ	プロダクトグラフィックス (メタリック)	写真	Aromatic air washer	—	株式会社 アピック スインター ナショナル	株式会社 アピック スインター ナショナル	—	—
59 ページ	プロダクトグラフィックス (色×パターン)	写真	スリムハンディファン POKEPII.2	—	株式会社 パイン・ クリエイト	株式会社 パイン・ クリエイト	—	—
61 ページ	商品のイメージと色	写真	ハピコオリ 手動かき氷器	—	株式会社 ドウシシ ヤ	株式会社 ドウシシ ヤ	—	—
61 ページ	商品のイメージと色	写真	内面ふっ素加工 キャン ドル用 チーズフォンデ ュセット	—	株式会社 ニトリホ ールディ ングス	株式会社 ニトリホ ールディ ングス	—	—

61 ページ	商品のイメージと色	写真	スターバックス 「SAKURA シリーズ 2020」	—	スターバ ックス コーヒー ジャパン 株式会社	スターバ ックス コーヒー ジャパン 株式会社	—	—
61 ページ	商品のイメージと色	写真	紅茶と茶器「サパン」	—	株式会社 ルピシア	株式会社 ルピシア	—	—
63 ページ	ベビー用ハブラシの プロダクトデザイン	写真	HAMICO 12 Animals	—	株式会社 ホクビ	株式会社 ホクビ	—	—
64 ページ	クレイモデル	写真	Male designers creating plasticine car model	—	PIXTA	PIXTA	PIXTA	95682172
65 ページ	簡易プロトタイプの例	写真	Ui designer working in office at desk.	—	PIXTA	PIXTA	PIXTA	47681966
65 ページ	試作品の作成－食品の場合－	写真	ローソン プレミアムロールケーキ	—	株式会社 ローソン	株式会社 ローソン	—	—
69 ページ	商品パッケージの役割	写真	落としても割れない卵の パッケージ	—	カネパッ ケージ株 式会社	カネパッ ケージ株 式会社	—	—
69 ページ	商品パッケージの役割	写真	2 種類の開け口により利 便性を高めたパッケージ	—	江崎グリ コ株式会 社	江崎グリ コ株式会 社	—	—
69 ページ	実践事例 商品のネーミング	写真	高校生によるオリジナル 商品「RARE (られ)」	—	山科博子	山科博子	—	著者提供

70 ページ	パッケージの情報提供機能	写真	ハウス シチューミクス (クリーム) パッケージ	—	ハウス食 品株式会 社	ハウス食 品株式会 社	—	—
71 ページ	パッケージの種類 (缶)	写真	缶 箱無 (鳩)	—	株式会社 ルピシア	株式会社 ルピシア	—	—
71 ページ	パッケージの種類 (缶)	画像	Two aluminum can design with green leaves	—	PIXTA	PIXTA	—	48446372
71 ページ	付加価値を高める パッケージデザイン	写真	祇園辻利パッケージ	—	株式会社 祇園辻利	株式会社 祇園辻利	—	—
72 ページ	パッケージの種類 (びん)	写真	蜂蜜とケーキシロップ	—	PIXTA	PIXTA	—	44659482
72 ページ	パッケージの種類 (びん)	画像	Strawberry jam in glass jar - realistic mockup of sweet red jelly container	—	PIXTA	PIXTA	—	68444671
72 ページ	パッケージの種類 (プラスチック)	写真	紅茶のペットボトル	—	PIXTA	PIXTA	—	1727755
72 ページ	パッケージの種類 (プラスチック)	写真	シャンプーと石鹸	—	PIXTA	PIXTA	—	15914471
76 ページ	パッケージ制作のプロセス (ラフモデル)	写真	ラフモデル①	—	—	—	2020年7月3 日	社内撮影
76 ページ	パッケージ制作のプロセス (ラフモデル)	写真	ラフモデル②	—	—	—	2020年7月3 日	社内撮影
77 ページ	パッケージ制作のプロセス (モックアップ)	写真	モックアップ (正面)	—	—	—	2020年7月3 日	社内撮影

77 ページ	パッケージ制作のプロセス (モックアップ)	写真	モックアップ (背面)	—	—	—	2020年7月3日	社内撮影
79 ページ	高校生がおこなったパッケージ制作の例	画像	おわら玉天パッケージ	—	富山北部 高校情報 デザイン 科	富山北部 高校情報 デザイン 科	—	著者提供
81 ページ	実践事例 商品の完成	写真	商品の完成 — 大学生による商品開発 「ユニバンド」	—	加茂商事 株式会社	加茂商事 株式会社	—	—
85 ページ	特許審査の流れ	図	特許審査の流れ	—	特許庁	特許庁	—	出典を基に図を作成
86 ページ	意匠権・商標権の審査の流れ	図	意匠権・商標権の審査の流れ	—	特許庁	特許庁	—	出典を基に図を作成
87 ページ	事例 知的財産の活用と ブランド力の強化	写真	食べる宝石 MIGAKI- ICHIGO	—	農業生産 法人 株 式会社 GRA	農業生産 法人 株 式会社 GRA	—	—
90 ページ	第3章 練習課題 5	写真	キットカット さくら風味	—	時事通信 フォト	時事通信 フォト	2006年1月20日	0004202000
108 ページ	オンライン上での消費者間取引 のためのアプリ	写真	「メルカリ」の スマホ画面	—	時事通信 フォト	時事通信 フォト	2018年8月	0027956145
108 ページ	事例 アプリでの顧客管理	写真	MUJI passport	—	株式会社 良品計画	株式会社 良品計画	—	—

109 ページ	デジタルサイネージ	画像	アパレルショップに設置されたデジタルサイネージ	—	PIXTA	PIXTA	—	117419160
109 ページ	端末つきのカート	写真	スマホレジで商品をスキャンする女性手元 次世代セルフレジレジアプリ	—	PIXTA	PIXTA	—	85111125
122 ページ	コンビニに設置された市場テストの専用棚	写真	県庁コンビニを地元企業の市場調査に活用		時事通信 フォト	時事通信 フォト	2015年3月16日	0018974045
124 ページ	実践事例 事業計画の実践	写真	高校生による開発商品「まわしてとやま」	—	富山北部 高校情報 デザイン 科	富山北部 高校情報 デザイン 科	—	著者提供
132 ページ	事例 I社のデザイン思考により生まれた新たなパッケージデザイン	写真	ベビーフードパッケージ	—	IDEO JAPAN, Plum Organics	IDEO JAPAN, Plum Organics	—	—
136 ページ	生成 AI と人との共創によるパッケージデザイン	画像	伊藤園お〜いお茶 パッケージデザイン	—	株式会社 プラグ, 株式会社 伊藤園	株式会社 プラグ, 株式会社 伊藤園	—	—

(備考) 1 「申請図書」の欄については次のとおりとする。

- ① 「ページ」の欄には、引用又は新たに作成した教材や資料等の申請図書における掲載ページを示す。
- ② 「名称」の欄には、引用した教材や資料等の申請図書における名称を示す。
- ③ 「種別」の欄には、国語教材、楽譜、写真、図、挿絵、表、グラフ、地図などの別を示す。

2 「出典」の欄については次のとおりとする。

- ① 出典が一般図書の場合は、当該図書の名称（版次を含む。）、掲載ページ、著作者・編集者等、発行者及び発行年次を各欄に示す。
 - ② 出典が定期刊行物の場合は、発行年次等欄に巻号、発行月日等を示す。
 - ③ 出典が図書でない場合には、備考欄に資料提供者や所有者の氏名又は名称、及び当該資料に付された整理番号等を示すなど、出典を確認することが可能な情報を記入する。
- 3 出典を基に申請図書の発行者が改変を行った場合又は新たに作成を行った場合は、「備考」欄にその旨を示す。
- 4 （1）写真等については、肖像権等の権利処理を必要に応じて行うこと。
（2）著作物の掲載に当たっては、著作権法第 33 条に基づき、掲載する旨を著作者に通知するとともに、
補償金を著作権者に支払う必要があることに留意すること（別途契約を締結する場合を除く）。

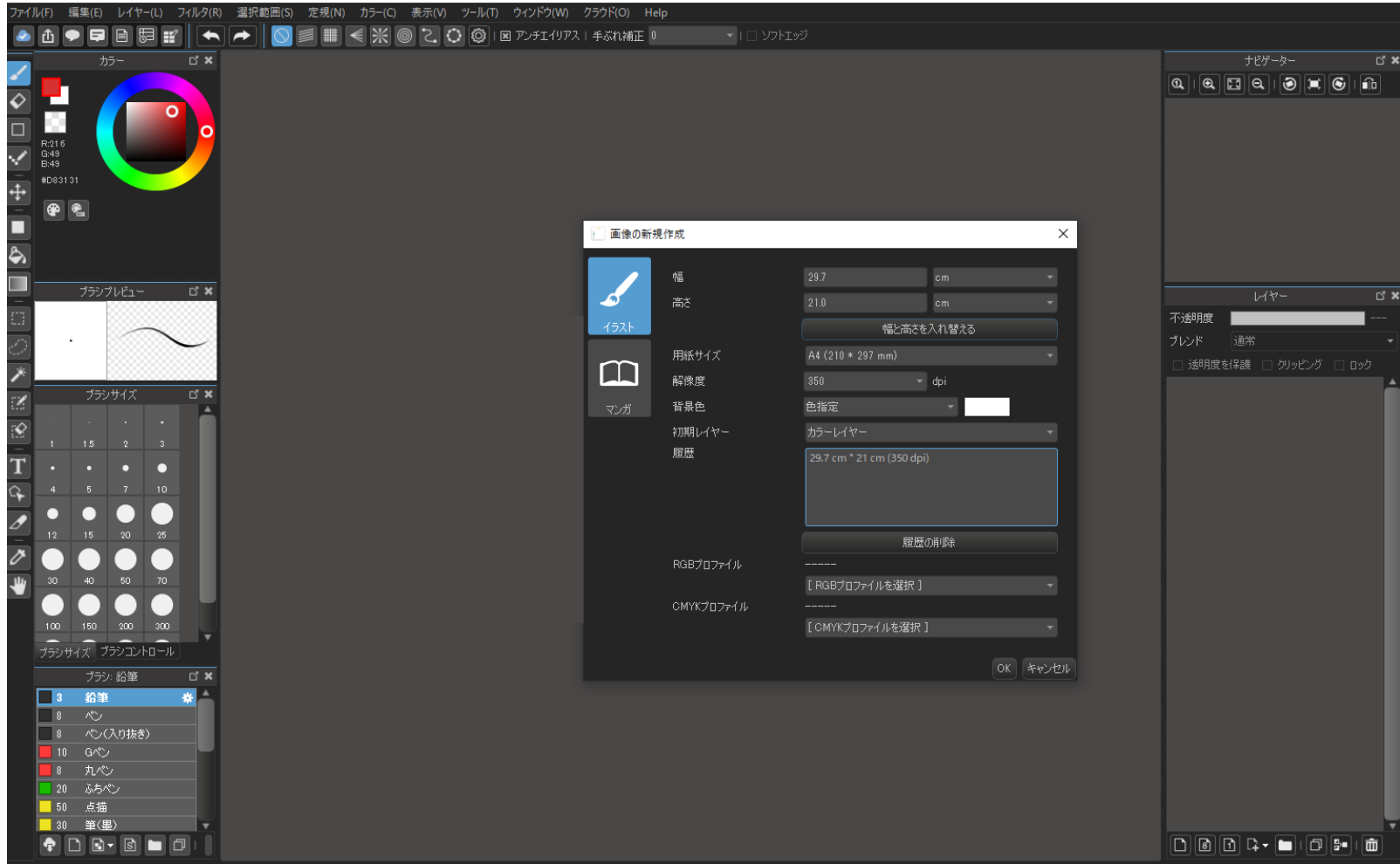
備考 4 の内容について確認しました。

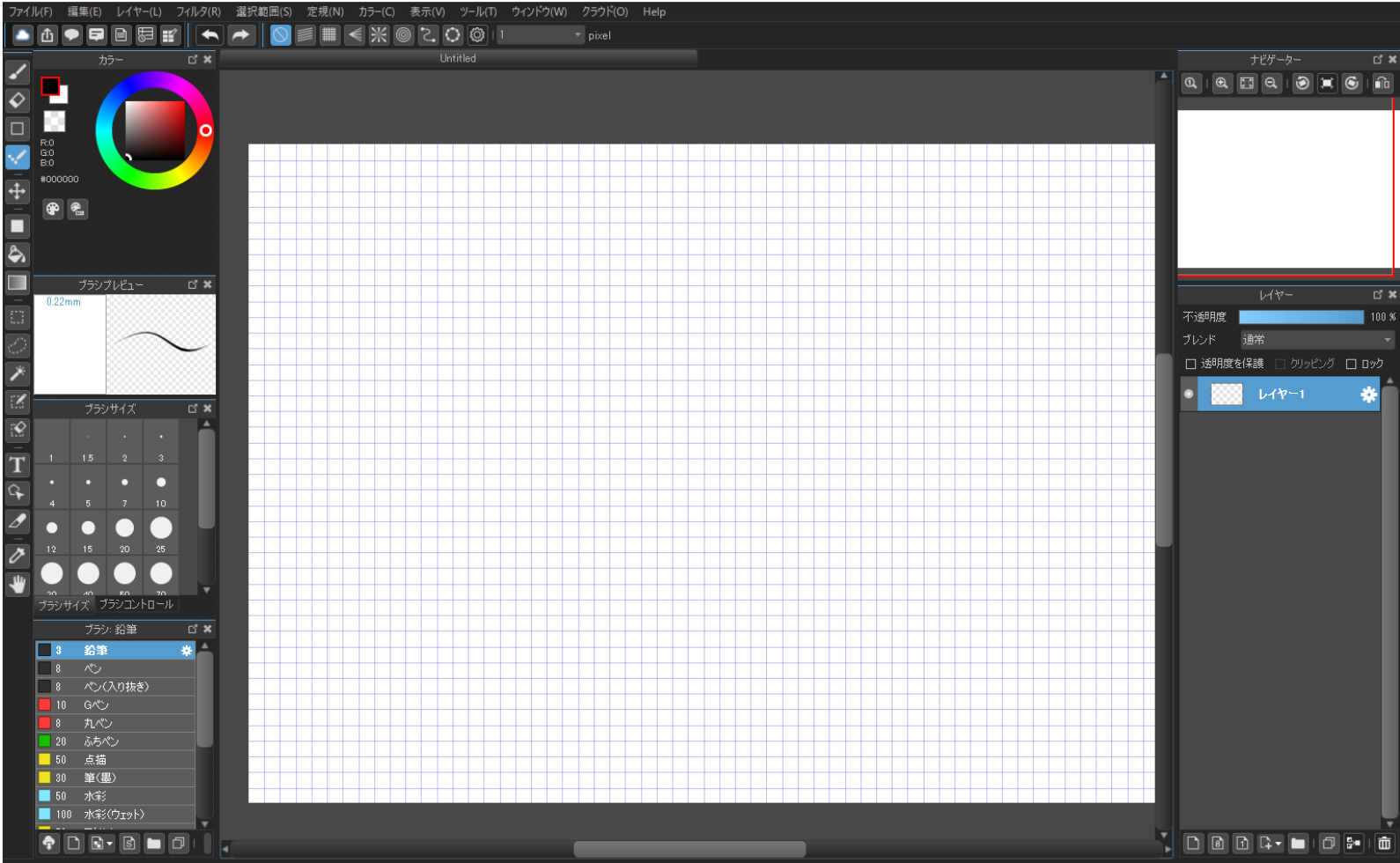


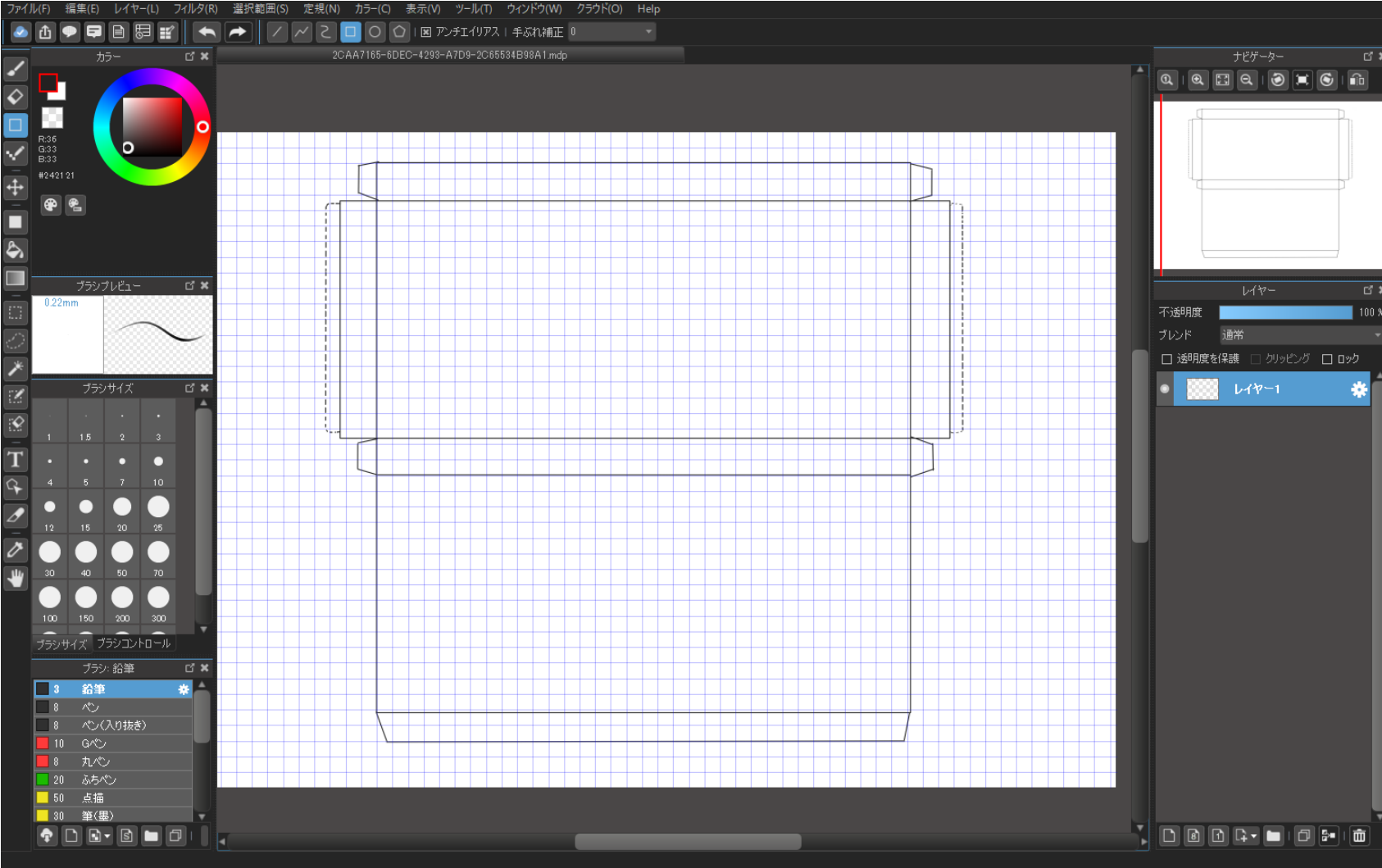
ウェブサイトのアドレスの掲載箇所一覧表

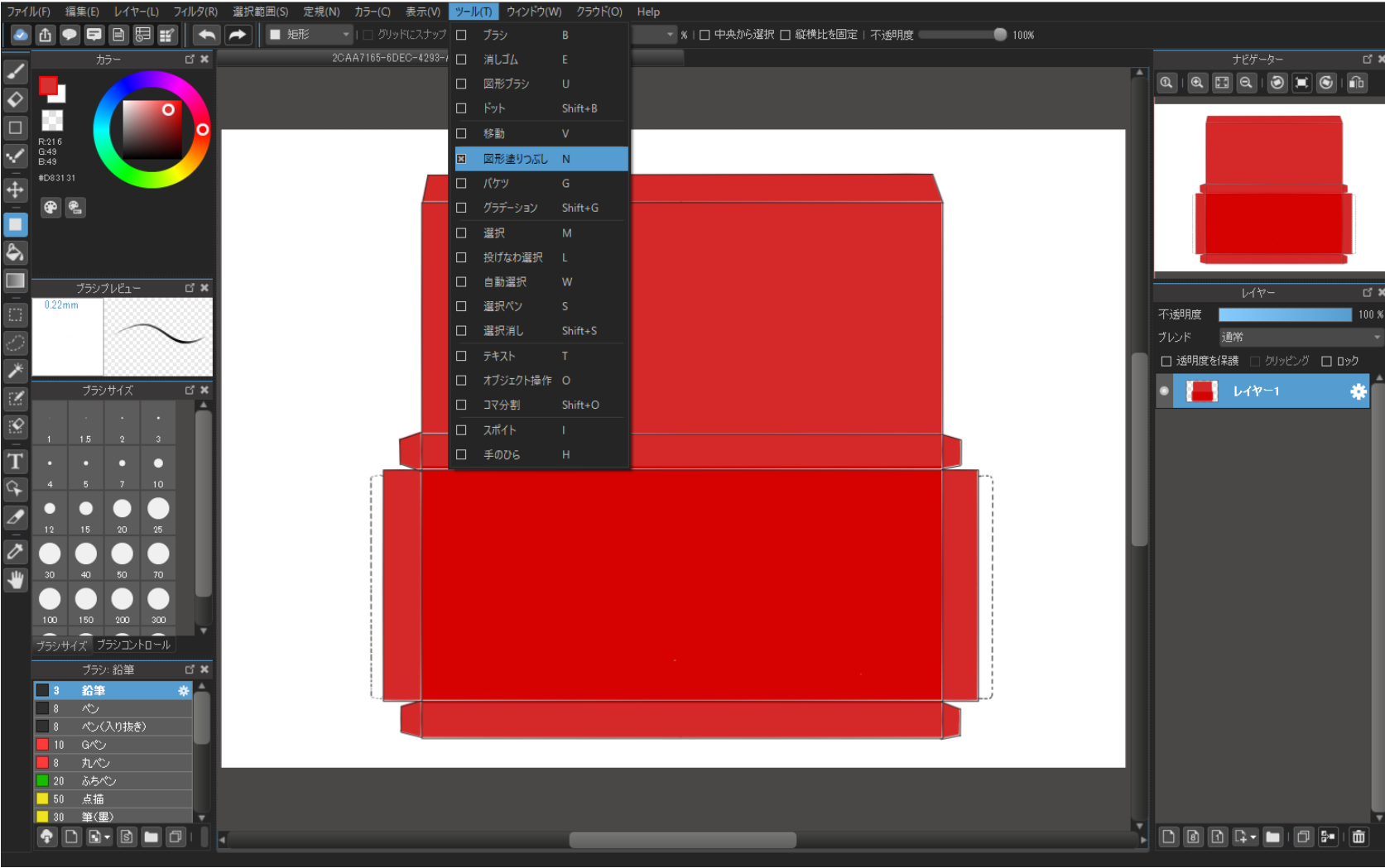
申請図書			学習上の参考に供する情報			備考
番号	ページ	種別	参照先	URL	概要	
1	目次1	二次元コード, URL	NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/bangumi/?das_id=D0005170071_00000	動画「レストランの仕事」	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005311298_00000#in=0&out=103	動画「SDGsとは」	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/bangumi/?das_id=D0005180399_00000#in=0&out=600	動画「プレゼンテーションのしかた」	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005311092_00000#in=0&out=177	動画「ユニバーサルデザイン」	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005311145_00000#in=0&out=160	動画「工場で働（はたら）く人の仕事 ～検査（けんさ）・新商品作り～」	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005390062_00000#in=0&out=172	動画「商品の表示」	
		東京法令出版株式会社	自社ページURL	グラフィックソフト設定の作業の動画を掲載	別紙1添付	
		東京法令出版株式会社	自社ページURL	グリッド線表示の作業の動画を掲載	別紙2添付	
		東京法令出版株式会社	自社ページURL	展開図作成の作業の動画を掲載	別紙3添付	
		東京法令出版株式会社	自社ページURL	展開図着色の作業の動画を掲載	別紙4添付	
		東京法令出版株式会社	自社ページURL	イラスト・写真などの配置の作業の動画を掲載	別紙5添付	
東京法令出版株式会社	自社ページURL	文字配置の作業の動画を掲載	別紙6添付			
NHK for School		NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005320731_00000#in=0&out=44	動画「著作権とは？」		

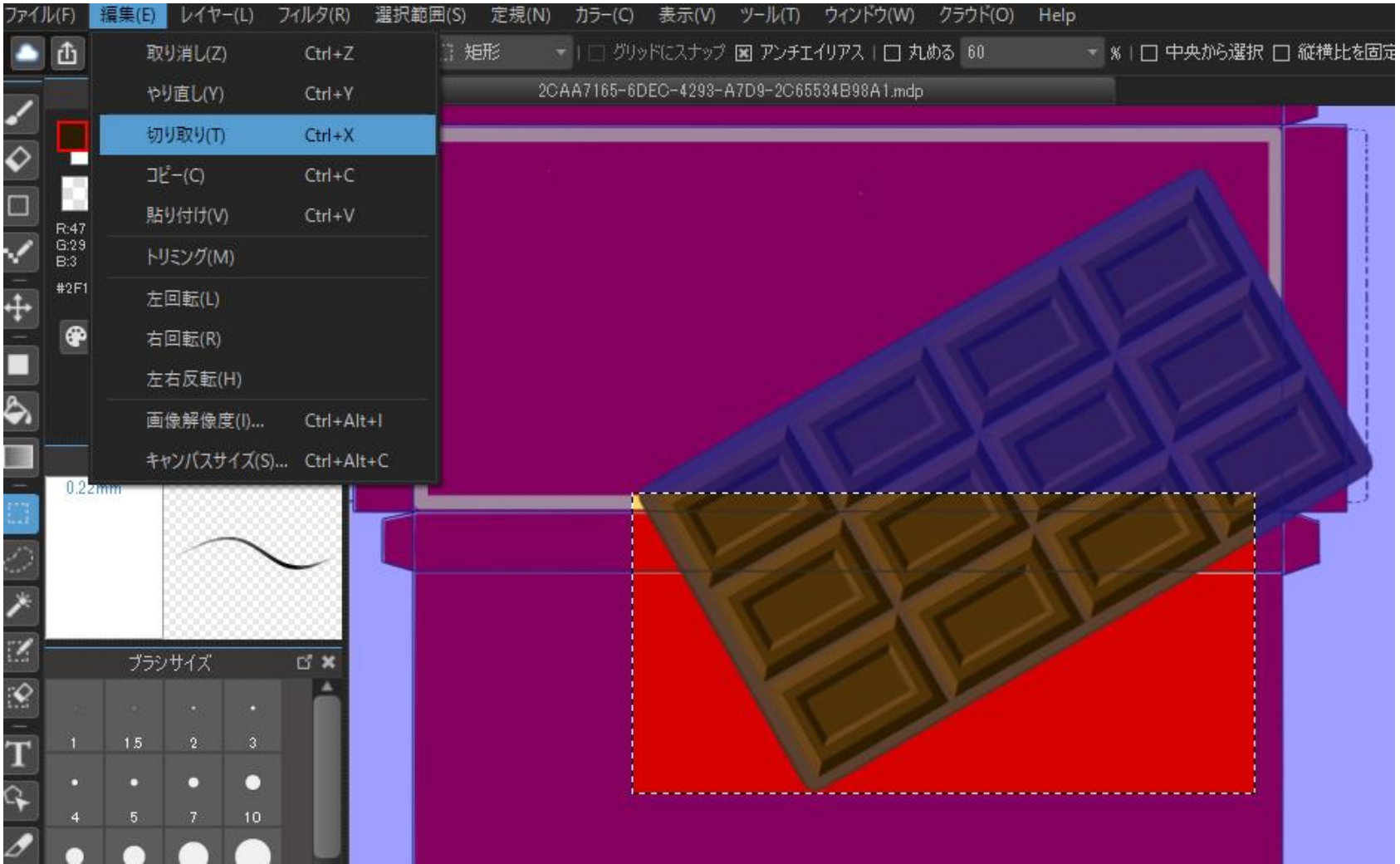
申請図書			学習上の参考に供する情報			備考
番号	ページ	種別	参照先	URL	概要	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005310357_00000#in=0&out=62	動画「需要と供給」	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005311598_00000#in=0&out=189	動画「インターネットショッピング 手早く確実に荷物が届くヒミツ」	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005311132_00000#in=0&out=121	動画「スーパーマーケットの売場づくり」	
			NHK for School	https://www2.nhk.or.jp/school/watch/clip/?das_id=D0005311540_00000#in=0&out=176	動画「生成AIとは？」	
			東京法令出版株式会社	自社ページURL	動画「3Dプリンター」	別紙7添付
			法政大学西川英彦研究室	https://nlab.ws.hosei.ac.jp/wp-content/uploads/575c128319f94.pdf	「ユーザー・イノベーション」PDF	
			クラウドファンディングサイト CAMPFIRE	https://camp-fire.jp/projects/423104/view	クラウドファンディングプロジェクト「高校生10人が豊岡市の保育園・幼稚園・小学校に「手作り絵本」を届けたい！」	

















商品開発と流通 新訂版 デジタルコンテンツ

—— コンテンツ一覧 ——

※  の動画および  のコンテンツは外部サイトへジャンプします。

p.7	レストランの仕事	
p.19	SDGsとは	
p.42	プレゼンテーションのしかた	
p.54	ユニバーサルデザイン	
p.65	工場で働（はたら）く人の仕事 ～検査（けんさ）・新商品作り～	
p.70	商品の表示	
p.75	グラフィックソフトの設定	
p.75	グリッド線表示	
p.76	展開図の作成	
p.76	展開図の着色	
p.77	イラスト・写真などの配置	
p.77	文字の配置	
p.83	著作権とは？	
p.98	需要と供給	
p.106	インターネットショッピング ～手早く確実に荷物が届くヒミツ～	
p.114	スーパーマーケットの売場づくり	
p.136	生成AIとは？	
p.138	ユーザー・イノベーション	
p.138	3Dプリンター	
p.139	クラウドファンディング	

NHK

ミライのしごと〜くレストラン

全国1300店舗以上

ファミリーレストランで働く3人!

店長

商品開発 デジタル

再生開始 00 : 00 ~ 再生終了 10 : 00

決定

The image shows a video player interface for an NHK program. The background is a large, golden-brown baked good, likely a loaf of bread. Three people are featured: a man on the left in a white shirt and tie, a woman in the center wearing a white chef's hat and uniform, and a man on the right in a white shirt and tie. The text 'ファミリーレストランで働く3人!' is written in large, stylized yellow characters. Below the video frame, there is a control bar with a progress indicator showing '再生開始 00 : 00 ~ 再生終了 10 : 00', a green '決定' (Decide) button, and a circular icon with a play symbol.

アクティブ10 ミライのしごと〜く

レストランの仕事



SDGsとは



プレゼンの目標を決める

だれに
保護者

いつ

どうなってほしい



再生開始

00

: 00

～ 再生終了

10

: 00

決定



アクティブ10 プロのプロセス

プレゼンテーションのしかた



ユニバーサルデザイン



工場で働（はたら）く人の仕事 ～検査（けんさ）
・新商品作り～



商品の表示

著作物



写真



絵画・イラスト



小説・マンガ



音楽

再生開始 00 : 00 ~ 再生終了 00 : 44

決定



著作権とは？



価格と需要量の関係



再生開始

00

:

00

~ 再生終了

01

:

02

決定



需要と供給



再生開始

00

:

00

～ 再生終了

02

:

01

決定



スーパーマーケットの売り場づくり

NHK

宇宙の探偵

五反田三郎

です

あなた何者?!

オレか?オレは・・・

©shi3z 2022-2023

再生開始 00 : 00 ~ 再生終了 02 : 56

決定

生成系AIとは？

ユーザー・イノベーション*

法政大学経営学部教授

西川英彦

「ユーザー・イノベーション」とは、ユーザーが直面する課題に対して、自らの利用のために製品やサービスを創造や改良することである。ユーザーは、個人ユーザー（消費者）だけでなく、ユーザー企業の場合もある。

だが、こうしたイノベーションの捉え方は、実は新しい見方だ。そもそも何百年もの間、実務でも研究の世界においても、イノベーションはメーカーが行うのが当然だと信じられてきたからだ。つまり、イノベーションを生み出すのはメーカーであり、それを使用するのがユーザーという位置づけであったのだ。作る者を意味する「メーカー」という言葉や、使う者を意味する「ユーザー」、あるいは消費する者を意味する「消費者」という言葉を見ても、それぞれの役割の前提を示していたといえるだろう。

こうした中、70年代になって、MIT 教

授のエリック・フォン・ヒッペルによって、はじめてユーザー・イノベーションの存在が明らかにされた。この研究がきっかけとなり、その実態が明らかとなり、多様な研究に発展した¹。

埋もれた開発資源

彼を中心にした日本、米国、英国の3ヶ国の18歳以上を対象にした調査によると、イノベーションを起こした消費者、つまり消費者イノベーターの割合は、日本3.7%、米国5.2%、英国6.1%である。推定すると日本390万人、米国1170万人、英国290万人であり、多くの消費者イノベーターが存在する²。日本や英国では製品創造に比べて改良の割合が高く、米国では同程度という違いはあるが、単に改良だけでなく、新たな製品の創造も行われているのだ。

図表1 消費者イノベーションの規模

	日本	米国	英国
創造	1.7%	2.9%	2.1%
改良	2.5%	2.8%	4.5%
両方	0.5%	0.5%	0.5%
全体	3.7%	5.2%	6.1%
全体推定値	390万人	1170万人	290万人

出所：Eric von Hippel, Susumu Ogawa and Jeroen P.J. de Jong(2011) "The Age of the Consumer-Innovator," *MIT Sloan Management Review* 53(1), 27-35.

消費者イノベーションが生まれている分野を確認すると、英国では工芸・工作

道具や造園関連、子供関連が高く、米国では医療が高く、そして日本では住居関

高校生10人が豊岡市の保育園・幼稚園・小学校に「手作り絵本」を届けたい！

Toyokou_ehonproject

書籍・雑誌出版



子供の「絵本離れ」が進んでいると言われるなか、絵本の読み聞かせを通して親子の触れ合う機会を増やしたい。高校生が豊岡の様々な魅力を伝える絵本を作りました。自然に恵まれた豊岡の魅力を子供たちに伝え、豊岡から遠く離れた所に住む方にふるさとを語り合う機会とするために、皆様のご支援をお願いします。

¥ 現在の支援総額

1,557,500円

155%

目標金額は1,000,000円

支援者数

246人

募集終了まで残り

終了

このプロジェクトは、2021/06/07に募集を開始し、246人の支援により1,557,500円の資金を集め、2021/07/07に募集を終了しました

もう一度プロジェクトをやってほしい