

科目名	商品開発論							年度	2025	
英語科目名	Introduction to product development							学期	後期	
学科・学年	応用生物学科 2年次		必／選	必	時間数	30	単位数	2	種別※	講義
担当教員	河内 隆・非常勤講師		教員の実務経験		無	実務経験の職種				
【科目の目的】										
商品開発に関する知識と技術を習得し、顧客満足を実現することの重要性について理解する。なお、本授業で学習した内容は、「商品開発実習」にて実際に商品を企画・開発することにより、流通活動を行う能力と態度を身につけることになる。										
【科目の概要】										
世の中の商品がどのように生み出されてきたのか調査する手法を学び、様々な側面から商品開発の技法を学びます。										
【到達目標】										
A. 授業にはすべて出席する必要がある。体調管理を万全に整え、遅刻欠席のないように務めることができる。 B. 商品開発に関心を持ち、消費者の視点に立った商品の企画・開発・流通に主体的に取り組むことができる。 C. ビジネスの諸活動に携わる者として適切に判断し、外部に表現する創造的な能力を身に付けている。 D. 商品を企画・開発し、流通させるために必要な技術、商品開発に必要なデザインに関する技術を身に付け、活用することができる。 E. 商品開発に関する基礎的・基本的な知識を身に付け、顧客満足を実現することの重要性について理解できる。										
【授業の注意点】										
授業時数の4分の3以上出席していない場合は、期末試験を受験できない。										
評価基準＝ルーブリック										
ルーブリック 評価	レベル5 優れている	レベル4 よい	レベル3 ふつう		レベル2 あと少し		レベル1 要努力			
到達目標 A	本科目の授業に無遅刻・無欠席である。	本科目の授業に1回だけ遅刻した。	本科目の授業に2回以上遅刻または1日欠席した。		本科目の授業に3回以上遅刻または2日欠席した。		出席時数の4分の3以上出席していない。			
到達目標 B	消費者の視点に立った商品の企画・開発・流通に主体的に取り組もうとしている。	消費者の視点に立った商品の企画・開発・流通に取り組もうとしている。	消費者の視点に立った商品の企画・開発を行うことはできないが、商品開発の手順は理解している。		消費者の視点に立った商品の企画・開発について理解できない。		商品開発に全く興味を持っていない。			
到達目標 C	商品開発に必要なデザインに関する技術を身に付け、活用することができる。	商品開発に必要なデザインに関する技術を活用することができる。	商品開発に必要なデザインに関する技術を説明できる。		商品開発に必要なデザインに関する技術のいくつかを説明できる。		デザインに関する知識を全く持ち合わせていない。			
到達目標 D	商品開発の技法を用いて、新しい商品やサービスを具体的に創造することができる。	商品を企画・開発し、流通させるために必要な技術についてすべて説明できる。	商品を企画・開発し、流通させるために必要な技術のいずれか2つを説明できる。		商品を企画・開発し、流通させるために必要な技術のいずれか1つを説明できる。		商品を企画・開発し、流通させるために必要な技術について説明できない。			
到達目標 E	商品開発に関する知識を身に付け、外部との交流で主体的に課題解決へ取り組むことができる。	商品開発に関する基礎的・基本的な知識を身に付け、プレゼン資料の発表等を行うことができる。	商品開発に関する基礎的・基本的な知識を身に付け、企画書の作成を行うことができる。		商品開発に関する基礎的・基本的な知識が乏しいため、企画書の内容が乏しい。		商品開発の顧客満足を実現することの重要性について理解できない。			
【教科書】										
別途指示する。										
【参考資料】										
必要に応じてプリント教材を配布する。										
【成績の評価方法・評価基準】										
試験と課題を総合的に評価する。										
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。										

科目名		商品開発論				年度	2025
英語表記		Introduction to product development				学期	後期
回数	授業テーマ	各授業の目的	授業内容		到達目標＝修得するスキル	評価方法	自己評価
1	商品と商品開発	商品の成り立ちおよび何を商品として考えるのかについて理解する。	1	商品の多様化	技術革新、経済の国際化、消費生活の変化、地球環境の保全などによる多様な商品提供の現状について認識できる。	1	
2			2	商品開発の意義と手順	商品開発の意義、商品のライフサイクルについて理解させる。 現代社会における商品開発の観点から、企業の社会的責任や法令遵守について認識できる	1	
3	商品の企画	環境分析に基づいた市場調査ができる。	1	環境分析	政治状況・法律制度、経済動向、社会・消費傾向、技術動向といったマクロ環境や、自社、競合企業、顧客といったミクロ環境について理解する。	1	
4			2	市場調査と商品企画書の作成	場調査の内容を認識させ、資料調査と実態調査の二つの市場調査の方法について理解できる。 ブレインストーミングやKJ法などを用いて商品コンセプトを考案することができる。	1	
5	商品の開発	商品の仕様書に基づいた詳細設計と、設計に基づいた試作品を作成し、評価項目を設定して試作品を評価し、設計・仕様の変更を行うことを理解する。	1	商品の仕様と詳細設計	商品仕様に関する具体的な事例を取り上げ、開発者のねらいについて考察できる。	1	
6			2	事業計画の立案	生産計画、マーケティング、財務計画といった事業計画の流れとその内容について理解できる。 事業計画をまとめ、社外向けの事業計画書を作成することができる。	1	
7	商品開発とデザイン	商品開発においてデザインが果たす役割について理解する。	1	デザインの基礎	デザインの種類と、商品開発と関わりの深いデザインについて認識できる。 配色や構成などデザインに関する基礎的な知識と技法を身につけることができる。	1	
8			2	パッケージデザイン	パッケージデザインの機能や種類、制作上の重視点について認識できる。 パッケージデザインの具体的な事例を取り上げ、その効果について考察できる。	1	
9	商品開発と知的財産権	知的財産保護の重要性について、偽ブランドなど知的財産権の侵害に関する具体的な事例の考察を通して認識できる。	1	知的財産権の内容	特許権、実用新案権、意匠権、著作権、商標権の概要とビジネスにおける活用の意義を理解できる。	1	
10			2	知的財産権の取得と活用	知的財産の権利化の意義について理解できる。 特許権、実用新案権、意匠権、商標権について、取得手続きの概要を理解できる。	1	
11	商品流通	流通の役割、流通の仕組みとその変化、および流通系列化について理解する。	1	流通の仕組みと市場	商品流通における市場の役割と課題について、具体的な事例を取り上げて理解できる。 業態ごとの流通戦略について、具体的な事例を取り上げて理解できる。	1	
12			2	売買業者の商品計画	卸売業と小売業における商品計画の重要性について理解し、今後の方向について考察できる。 プライベートブランド商品の開発の意義について理解できる。	1	
13	商品流通を支える活動	ダイレクト・マーケティング、通信販売、電子商取引などの無店舗販売を例に、多様化した流通手段について理解する。	1	流通手段の多様化	商品の特性に応じた流通手段の選択について、具体的な事例を取り上げて理解できる。	1	
14			2	物流と流通を支えるその他の活動	物流の働きと仕組み、また流通の支援機能である金融・保険の働きと仕組みについて理解できる。	1	
15	まとめ	第1回から14回までの内容を総復習する。	1	第1回から14回までの内容を総復習する。	第1回から14回までの内容を理解している。	1	

評価方法：1. 小テスト、2. パフォーマンス評価、3. その他

自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった

備考 等