

有形商材(プロダクト)開発カリキュラム

月次	週次	フェーズ	アクション(生徒の具体的な活動)	アカデミックな視点での学び(得られる力)
Month 1	第1週	課題発見	キックオフ・チームビルディング。モノづくり・流通ビジネスの基礎知識インプット。	【課題設定力と市場調査の基礎】 思い込みで作らず、社会事象に対し「自らの問い」を立てる力を養う。
	第2週		既存土産物市場とターゲット市場の分析。高価格帯でも選ばれる「付加価値」とは何かを学ぶ。	
	第3週		独自リソース(未利用資源や伝統工芸等)と社会・顧客課題の発掘。	
	第4週		商品コンセプト策定。「誰の、どんな課題を解決し、どんな感情を生み出す商品か」の言語化。	
Month 2	第1週	企画・設計	プロダクトの仕様検討。素材、デザイン、サイズ、機能性、耐久性などの要件定義。	【数理的思考・システム思考】 ビジネスを数字で捉え、体験やシステムを構造化する論理的思考を鍛える。
	第2週		製造パートナー検討とパッケージ構想。製造委託先への打診。刺さるパッケージの方向性決定。	
	第3週		原価計算・プライシング。ロット数による原価変動の理解。卸売・小売価格の損益分岐点設計。	
	第4週		プレゼンテーション構築。中間発表に向けた商品企画書・事業計画書の作成。	
Month 3	第1週	審査・検証	試作品の評価と検証。試作品の品質チェック、ターゲット層へのヒアリングと改善点の洗い出し。	【論証力と客観的評価の受容】 自らのアイデアを論理的に説明し、プロからの厳しい意見を受け入れ改善する。
	第2週		ToB向け営業ストーリー構築。法人顧客を説得する「導入メリットと課題解決ストーリー」の磨き込み。	
	第3週		商談ロールプレイング。原価率やロット数、陳列戦略を含めた説得力のある商談プレゼン練習。	
	第4週		【模擬商談・事業化ジャッジ】 プロの大人を相手にしたシビアな模擬商談。初回ロット発注承認を得る。	
Month 4	第1週	販路開拓	ToB(法人向け)営業資料の作成。セレクトショップや法人窓口向けの企画書・パンフ作成。	【社会心理学・コミュニケーションデザイン】 他者の心を動かし、行動(購買や参加)を促すアプローチを実践する。
	第2週		ToB営業戦略立案とアポ取り準備。アプローチ先リストの作成と、テレアポ・DM・メール文面の作成。	
	第3週		ToC(直販)イベントの企画立案。ポップアップ等への出店計画、ブース設計、SNS準備。	
	第4週		営業ロールプレイングの徹底。アポ取りからシビアな条件交渉(卸値、納期等)の切り返し訓練。	
Month 5	第1-3週	実践・営業	【ToB営業活動の実行とPDCA】 生徒自ら法人へアポを取り商談。「門前払い」を分析し即座に改善。	【アクション・リサーチとレジリエンス】 絶望的な反応や断られる挫折を味わい、粘り強く行動し続ける力を鍛える。
	第4週		直販イベントのオペレーション構築。納品数確定、決済準備、商品陳列(VMD)、接客マニュアル構築。	
Month 6	第1-2週	振り返り	【ToC向け直販イベント等の実施】 対面でエンドユーザーに販売。「在庫を抱えるプレッシャー」から解放される。	【メタ認知とキャリアデザインへの接続】 泥臭い半年間を俯瞰・言語化し、学問へと繋がる「志望理由書のコアエピソード」を完成。
	第3週		販売データ分析と在庫・収支報告。ToB卸先開拓の成果、ToC販売実績の集計、残在庫把握と損益計算。	
	第4週		【最終発表会&リフレクション】 泥臭い営業現場を乗り越えた経験を、大学での学びに繋げる言語化ワーク。	