

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第1回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	本コースの全体目標を確認し、1年次の「入門」で学んだ人間中心のデザイン思考や8つのマインドセットを振り返る。また、地域の課題解決に向けた最終成果物「リーンキャンバス」の概要を理解し、今後の学習プロセスを展望する				
学習目標(複数可)	1. 本演習の目的(地域の企業・行政の課題解決)とゴールを理解する。 2. 8つのアントレプレナー・マインドセットを再確認し、自身の強みを意識する。 3. リーンキャンバスの構成要素を把握し、ビジネスモデル構築の基礎を知る。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:自立への問い】「あなたは、なんのために学んでいますか?」という問いを投げかける。アントレプレナーシップを「自分で自分のキャリアを切り拓く力」と定義し、自分事としての学びを促す。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入:地域への貢献】最終ゴールは、地域の企業・団体が抱える実社会の課題に対し、独自のビジネスアイデアを「リーンキャンバス」で提案することであると提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、「入門」で学んだデザイン思考、アイデア出し(サークルチャレンジ等)、SWOT分析の知識を想起させる)				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:リーンキャンバス】ビジネスアイデアを1枚に凝縮する「リーンキャンバス」の9項目(課題、解決策、独自の価値提案など)について、その役割を解説する。		10	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【プロセス説明:伴走のロードマップ】ヒアリング、リサーチ、中間発表、最終ピッチに至る全30回の流れを説明する。学生同士の「協働的な学び(Think-Pair-Share)」のスタイルを周知する。		10		
6.練習の機会を作る	【学習活動:デザイン思考の応用】手法を思い出するためのワークを実施(テーマは自由)。マインドセット(独創的発想力など)を発揮し、既存の枠に留まらないアイデア出しをグループで行う。		30		学習活動
7.フィードバックを与える	【対話の深化:気づきの共有】ワークで出たアイデアをグループ間で共有する。教員は、マインドセットがどのように活用されたか(例:従来の常識を疑ったか)をフィードバックする。		10		
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:自己内対話】本日の学びや、今後強化したいマインドセットを「ふりかえりシート」に記入する。EMIアンケートを実施し、自身の現在のマインドセットを客観視する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング:次なる挑戦へ】次回の「市場調査(How Much is that Doggy?)」に向け、ペット関連ビジネスの事前リサーチを指示し、実社会への好奇心を喚起して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第2回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	ペットにまつわるビジネスアイデアを題材に、市場調査(インタビュー)の重要性を学ぶ。2～3人のグループに分かれ、実際の飼育経験者へのインタビューを通じて、ニーズを掘り下げるワーク「How much is that Doggy? Part 1」を実施し、ビジネスの決断に必要な情報の収集・分析手法を体験する				
学習目標(複数可)	1. 市場調査の目的(ビジネスの決断に必要な情報の収集・分析)を理解する。 2. インタビューを通じて、ターゲット(飼い主)の潜在的なニーズや課題を特定する手法を習得する。 3. アントレプレナー・マインドセットの「計画実行力(Initiative & Self-Reliance)」を意識してワークを推進する。				
成績(理解度)評価方法	小テスト (各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:自発的な行動への問い】 マインドセット「計画実行力」の導入として、「見知らぬ人に助けを求めたり、道を尋ねたりした時のこと」を思い出すよう投げかける。初対面の相手に話を聴く際の緊張感や、なぜ一歩踏み出せたかをグループで共有し、調査への心理的ハードルを下げる。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入:市場調査の役割】 本日のワークの目的は「ペットの飼い主のニーズに基づいたビジネスアイデア」を出すための材料集めであることを提示する。市場調査は、人間中心のデザイン思考における「共感」を深める必須の作業であることを強調する。		5		
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、「入門」で学んだデザイン思考のステップと、今回の市場調査がどう繋がるかを想起させる)				
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:注目ワードの解説】 ビジネスの決断に必要な情報を収集・分析する「市場調査」、特定の共通点を持つ顧客を特定する「カスタマーセグメント」などの定義を解説する。		10	展開	
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:インタビューの準備】 2～3人のグループに分かれ(1人は飼育経験者を含む)、最初の10分で質問内容をブレインストーミングするよう指示する。単なる事実確認ではなく、悩みや願望を引き出す質問を考えるよう促す。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動:飼い主へのインタビュー】 考え出した質問をグループ内の飼い主役に問いかけ、回答を詳細にメモする。マインドセット「計画実行力」を発揮し、自発的に深掘りする質問を行う。		25		
7. フィードバックを与える	【対話の深化:気づきの共有】 インタビューで得られた「意外なニーズ」や「有効だった質問」をクラス全体で共有する。教員は、質問の質が市場調査の有効性にどう影響したかをフィードバックする。		15		
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】 「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、ワークへの参加度や内容理解、インタビュー中に「計画実行力」をどのように活用したかをシートに記述させる。		10	まとめ	
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング:次なる創造へ】 市場調査で得られた情報は簡単に得られるものではないが、解決策を見出すための土台になることを確認する。次回の「Part 2(製品アイデアの検討とスケッチ)」に向け、本日のメモを見返しておくよう指示して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第3回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	前回の飼い主へのインタビュー結果を分析・整理し、顧客の潜在的なニーズや課題を解決するための具体的なビジネスアイデアを立案します。デザイン思考のプロセスである「共感」を「アイデア」へと繋げ、解決策を視覚的なスケッチとして可視化する手法を体験します。				
学習目標(複数可)	1. 顧客(飼い主)のニーズや要望を十分に満たす製品・サービス案を立案できる。 2. 市場調査の結果が製品設計や解決策の導出にどのように役立つかを説明できる。 3. マインドセット「独創的発想力(Creativity & Innovation)」を発揮し、従来の常識を疑う新たな解決策を考案する。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:独創的発想力への問い】「最後にファストフードを食べたのはいつですか?なぜそこを選んだのでしょうか?」と問いかける。その店がどのような「独創的発想力」を駆使してあなたを顧客として取り込んだのかを考えさせ、差別化の重要性を提示する。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入:共感から形へ】前回のインタビューで得た「生の声」に基づき、飼い主の悩みや要望を解決する「ビジネスアイデアのスケッチ」を完成させることが本日のゴールであると提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回のインタビュー内容と、デザイン思考における「共感」のステップがアイデア出しの土台になることを想起させる)				
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:注目ワード】「競合」「差別化要因」「競争優位性」の定義を解説する。単なるアイデアではなく、他社と比較してなぜ自社のビジネスが選ばれるのかという「独自の価値」を意識させる。		5	展開	
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:製品設計のプロセス】インタビュー内容の整理 → アイデア創出 → 試作(スケッチ) → 顧客(飼い主役)への提示とフィードバック → 最終版の完成、というワークの手順を説明する。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動:How Much is that Doggy? Part 2】2～3人のグループで実施。マインドセット「独創的発想力」を意識し、既存の手法に留まらない解決策を検討してスケッチにまとめる。		35		
7. フィードバックを与える	【対話の深化:気づきの共有】スケッチを飼い主役に見せ、ニーズが満たされているか確認する。教員は、マインドセットが発揮されているか(例:従来の常識を疑っているか)を確認し、個別に助言する。		10	学習活動	
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、調査後のアイデア発案が容易だったか、ワークの中でどのように「独創的発想力」を実践したかをシートに記述させる。		10	まとめ	
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング:実社会への接続】市場調査はデザイン思考の必須の作業であり、これがリーンキャンバスの「解決策」タイルの精度を上げることを強調する。次回「クライアントヒアリング(地域課題)準備」に向けたリサーチを指示して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第4回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	地域の企業や行政が抱える実社会の課題解決に向け、連携先の事業内容や社会的役割をリサーチします。第2回・第3回の「市場調査」の経験を応用し、クライアントから深層的なニーズを引き出すための具体的なインタビュー項目をチームで策定します				
学習目標(複数可)	1. ビジネスアイデア立案において、当事者の声を直接聴く(ヒアリング)ことの重要性を理解する。 2. 連携先の企業・団体の事業概要をリサーチし、その社会的影響力を整理できる。 3. 課題解決のヒントを得るために、相手の悩みや背景を深掘りするインタビュー項目を作成できる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:独創的発想力への問い】「最後にファストフードを食べたのはいつですか?なぜそこを選んだのでしょうか?」と問いかける。その店がどのような「独創的発想力」を駆使してあなたを顧客として取り込んだのかを考えさせ、差別化の重要性を提示する。		15	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入:共感から形へ】前回のインタビューで得た「生の声」に基づき、飼い主の悩みや要望を解決する「ビジネスアイデアのスケッチ」を完成させることが本日のゴールであると提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回のインタビュー内容と、デザイン思考における「共感」のステップがアイデア出しの土台になることを想起させる)				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:注目ワード】「競合」「差別化要因」「競争優位性」の定義を解説する。単なるアイデアではなく、他社と比較してなぜ自社のビジネスが選ばれるのかという「独自の価値」を意識させる。		15	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:製品設計のプロセス】インタビュー内容の整理 → アイデア創出 → 試作(スケッチ) → 顧客(飼い主役)への提示とフィードバック → 最終版の完成、というワークの手順を説明する。				
6.練習の機会を作る	【学習活動:How Much is that Doggy? Part 2】2~3人のグループで実施。マインドセット「独創的発想力」を意識し、既存の手法に留まらない解決策を検討してスケッチにまとめる。		35	学習活動	
7.フィードバックを与える	【対話の深化:気づきの共有】スケッチを飼い主役に見せ、ニーズが満たされているか確認する。教員は、マインドセットが発揮されているか(例:従来の常識を疑っているか)を確認し、個別に助言する。		10		
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、調査後のアイデア発案が容易だったか、ワークの中でどのように「独創的発想力」を実践したかをシートに記述させる。		5	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング:実社会への接続】市場調査はデザイン思考の必須の作業であり、これがリーンキャンパスの「解決策」タイルの精度を上げることを強調する。次回「クライアントヒアリング(地域課題)準備」に向けたリサーチを指示して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第5回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	山口県内の企業や行政、団体の担当者を学校に招き、彼らが実際に直面している社会課題や事業内容について直接話を聴きます。前回の準備ワークで策定した質問リストを基に詳細なヒアリングを行い、実社会の課題解決に向けた「共感」のプロセスを深化させます。				
学習目標(複数可)	1. クライアントの事業目的と、解決したい社会課題の背景を正確に理解する。 2. 直接対話を通じて、二次リサーチでは得られない「現場の本音」や「具体的な困りごと」を引き出す。 3. アントレプレナー・マインドセットの「コミュニケーション力&コラボレーション力」を発揮し、専門家に対して適切な姿勢で接する。				
成績(理解度)評価方法	小テスト (各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:他者の思いへの共感】「目の前の人が、本当に困っていることは何だと思えますか?」と問いかける。本日来訪するクライアントは地域の「未来」を担う当事者であることを強調し、聴き手としての敬意と好奇心を促す。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入:ヒアリングの目的】本日のゴールは、クライアントが直面している「解決すべき課題」の核心を掴み、ビジネスアイデアの種を見つけることであると提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回作成した質問リストの確認と、第2・3回のワークで学んだ「悩みや背景を深掘りする」姿勢を想起させる)		15		
4.新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:クライアントによるプレゼンテーション】来訪したクライアント(地域企業・行政担当者等)より、自社の事業紹介、現在挑んでいる社会課題、解決したい課題の具体的な現状についての説明を受ける。		5	展開	
5.学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:対話のマナーと役割分担】3~4名のチームに分かれ、質問役、記録役などの役割を再確認する。専門家との対話における「コミュニケーション力&コラボレーション力」の重要性を説く。		5		
6.練習の機会を作る	【学習活動:詳細ヒアリング】チームごとにクライアントを囲み、インタビューを実施する。事前に準備した問いに加え、プレゼンで気になった点や相手の感情が動いた部分をさらに深掘りする。		35		
7.フィードバックを与える	【対話の深化:クライアントからの即時助言】ヒアリングの最後に、クライアントから質問の鋭さや姿勢についてフィードバックをもらう。現場の視点で、学生の理解が的を射ているかを確認する。		5	学習活動	
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:気づきの整理】「ふりかえりシート」に、ヒアリングで明らかになった課題の核心と、自身のマインドセットの発揮状況(自発的に深掘りできたか等)を記述する。		5		
9.保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング:次なるアイデア創出へ】得られた情報が「リーニキャンパス」の「課題」タイルを埋める重要なピースになることを確認する。次回「課題の整理とリサーチ」に向けた指針を示して締めくくる。		5	まとめ	

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第6回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	第5回で実施したクライアントヒアリングの結果を振り返り、追加リサーチを基に解決すべき課題を深掘りします。具体的な「ペルソナ」を設定し、リーンキャンパスの「課題」タイトルを論理的に言語化するプロセスを学びます。				
学習目標(複数可)	1. クライアントのニーズを客観的に分析し、課題の背景にある動向やトレンドを捉えることができる。 2. 課題を抱える具体的な人物像(ペルソナ／顧客セグメント)を明確に設定できる。 3. リーンキャンパスの「課題」タイトルを、裏付けデータを用いて記述できる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト (各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:本質への問い】「クライアントの『言葉』の裏にある『本当の困りごと』は何ですか?」と問いかける。表面的な要望ではなく、未だ解決されていない「真の課題」を見抜く重要性を提示する。		15	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入:課題の言語化】本日のゴールは、ヒアリング内容と追加リサーチを統合し、リーンキャンパスの「課題」と「顧客セグメント(ペルソナ)」のタイトルを完成させることであると提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、第5回のヒアリングメモを読み返し、クライアントが強調していた言葉や感情の動きを想起させる)				
4.新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:ペルソナの具体化】「対象とする顧客イメージ」を詳細に描くペルソナ設定の手法を解説する。なぜその課題が未だ解決されていないのかを説明するロジックを提示する。		15	展開	情報提示
5.学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:リサーチの視点】ヒアリングで得た情報を補強するための「追加リサーチ」の進め方を説明する。客観的なデータ(トレンドや統計)を用いて課題を裏付ける方法を例示する。				
6.練習の機会を作る	【学習活動:リーンキャンパス・アップデート】チームで追加リサーチを行い、具体的なペルソナを設定する。マインドセット「批判的思考力&課題解決力」を発揮し、多角的な視点で「課題」を再定義する。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	【対話の深化:ピア・レビュー】設定した課題とペルソナを隣のチームと共有(Think-Pair-Share)し、「その課題は本当にその人のものか?」という視点で相互にフィードバックを行う。		5		
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:課題タイトルの記述】「ふりかえりシート」に、本日導き出した「課題の核心」を記述する。教員は、他者の課題に共感を示しつつ、客観的に分析できているかを確認する。		5	まとめ	
9.保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング:次なる解決策へ】明確な「課題」の定義が、次の「解決策」の精度を決定することを強調する。次回「第7回:解決策の検討」に向けたリサーチを指示して締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2	
学習タイトル(第7回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～					
学習概要(使用教材・事前学習)	前回のワークで設定した「課題」と「ペルソナ」に対し、それを解決するための具体的なビジネスアイデアを検討・具体化します。リーンキャンパスの「解決策」タイルを埋め、中間プレゼンテーションに向けた準備を開始します					
学習目標(複数可)	1. ターゲット(ペルソナ)の課題を解決するための具体的かつ独自の解決策を立案できる。 2. リーンキャンパスの「解決策」タイルに、ビジネスの特徴や利益を明瞭に記述できる。 3. マインドセット「独創的発想力」を発揮し、従来の常識に留まらない解決策を検討できる。					
成績(理解度)評価方法	小テスト (各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席					
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間			
1.学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:解決への問い】「あなたが最近『これがあって助かった!』と感動した製品やサービスは何ですか?」という問いを投げかける。それが顧客のどの課題を解決し、どのような価値を生んだのかを考えさせ、解決策の重要性を直感的に理解させる。		10	10		
2.授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、設定した課題に対する「解決策(ソリューション)」を言語化し、リーンキャンパスの該当タイルを完成させることであると提示する。		5			
3.前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回設定した「課題」と「ペルソナ」の内容を再確認させ、解決策を考える土台を想起させる)。					
4.新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:ソリューションと独自の価値】リーンキャンパスにおける「解決策」タイルの役割を解説する。単なる機能説明ではなく、顧客の課題をどのように解決し、どのような利益(ベネフィット)をもたらすのかを具体的に示す必要性を説く。		15	展開	情報提示	
5.学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:アイデアの具体化プロセス】解決策を具体化するためのチームワークの手順を説明する。アイデアを出すだけでなく、それがペルソナのニーズを本当に満たしているかを常に検証するルールを徹底する。		5			
6.練習の機会を作る	【学習活動:解決策の創出ワーク】チームごとに、ペルソナの課題を解決するアイデアを練り上げる。マインドセット「独創的発想力」を意識し、今までにない革新的なアプローチを検討して、内容をリーンキャンパスに記述する。		40			
7.フィードバックを与える	【対話の深化:ピア・チェック】案をチーム間で共有し(Think-Pair-Share)、課題と解決策の整合性が取れているか、革新性があるかを確認し合う。教員は巡回し、現実味と独創性のバランスについてフィードバックを行う。		5			
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:成果の記録】本日導き出した解決策をリーンキャンパスに反映させ、「ふりかえりシート」に記入する。教員は、解決策がデータや根拠に基づいているかを確認する。		5	まとめ		
9.保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】次回は「フィードバックをもらう準備(中間チェック準備)」であることを伝え、解決策をより説得力のあるものに磨き上げる意欲を高めて締めくくる。		5			
			合計	90	分	

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2		
学習タイトル(第8回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～						
学習概要(使用教材・事前学習)	これまでに作成したリーンキャンパスの「課題」と「解決策」を中心に、連携先の企業・団体から直接フィードバックを受ける。自分たちのアイデアが実社会のニーズや実現可能性と合致しているかを客観的に評価し、改善に向けた指針を得る。						
学習目標(複数可)	1. 自身のビジネスアイデア(課題と解決策の整合性)を、クライアントに対して明確に説明し、説得力のある提案ができる。 2. 専門家や当事者からのフィードバックを真摯に受け止め、アイデアの「革新性」や「実現性」における改善点を特定できる。 3. マインドセット「適応力(Flexibility & Adaptability)」を発揮し、指摘事項を柔軟にアイデアの修正に活かす姿勢を養う。						
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席						
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間				
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:視点の転換】「自分の『最高』は、顧客にとっても『最高』でしょうか?」という問いを投げかける。独りよがりのアイデアに陥るリスクを提示し、外部からの「フィードバック」がいかにビジネスを成長させる栄養になるかを強調する。		10	導入			
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、クライアントからの助言を「アイデアを否定する言葉」ではなく、解決策をより強固にするための「ヒント」として捉え、次回の修正に繋げることだと提示する。		5				
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、第6回で定義した「具体的なペルソナ」と、第7回で考案した「解決策」の内容、およびそれらを裏付けるリサーチ結果を再確認させる)。						
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:評価の観点】外部講師やクライアントが使用する評価ルーブリック(課題と解決策の関係性、ビジネスモデルの明瞭さなど)を共有し、どのような視点で評価されるかを理解する。		10	情報提示			
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:中間チェックの進め方】各チームの発表時間と、クライアントとのQ&Aセッションのルールを説明する。特に「相手の意図を深く聴く」ためのコミュニケーションの重要性を説く。		10			展開	
6. 練習の機会を作る	【学習活動:中間プレゼンテーション】連携企業・団体の担当者に対し、現在のリーンキャンパスをピッチする。自分たちの仮説(課題)が、いかに顧客のニーズを満たす解決策に繋がっているかを論理的に説明する。		35				
7. フィードバックを与える	【対話の深化:フィードバックセッション】クライアントから、実現可能性や独自性についての直接的な助言を受ける。質問に対して簡潔かつ明瞭に回答し、アイデアの改善に向けた深い対話を行う。		10				
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:気づきの整理】受けた指摘を整理し、現時点で「修正が必要なタイル」や強化すべきマインドセットを特定して「ふりかえりシート」に記入する。		5	まとめ			
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】得られた知見を基に、次回の「リーンキャンパスの修正・アップデート」への意欲を高める。フィードバックを反映させる事後学習の重要性を伝え、締めくくる。		5				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第9回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	これまでに作成したリーンキャンパスの「課題」と「解決策」を中心に、連携先の企業・団体から直接フィードバックを受ける。自分たちのアイデアが実社会のニーズや実現可能性と合致しているかを客観的に評価し、改善に向けた指針を得る。				
学習目標(複数可)	1. 外部フィードバックを客観的に分析し、アイデアの改善点を具体的に特定できる。 2. フィードバックに基づき、リーンキャンパスの各タイトル(特に「課題」「解決策」)を論理的に修正できる。 3. マインドセット「適応力(Flexibility & Adaptability)」を発揮し、当初の仮説に固執せず柔軟にプランを進化させる姿勢を養う。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:適応への問い】「指摘を受けて、最初に感じたことは何ですか?」と問いかける。当初のアイデアに固執するのではなく、マインドセット「適応力」を発揮して、フィードバックを「アイデアを殺す言葉」ではなく「成長させる鍵」として捉える重要性を提示する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入:Iteration(反復)の価値】本日のゴールは、クライアントの懸念点を解消し、期待を上回る第2版の「リーンキャンパス」を完成させることであると提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回のチェックで評価者から指摘された「実現性」や「革新性」に関する具体的なコメントを再確認させる)				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:評価基準の再確認】外部講師が重視する「課題と解決策の関係性の明瞭さ」や「ビジネスモデルの理解しやすさ」という観点を改めて解説し、修正の優先順位を整理させる。		15	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:ピボットの判断】フィードバックを基に、「どのタイトルを、どのような根拠(データ)で修正するか」をチーム内で議論し、変更履歴を明確にする手順を説明する。				
6.練習の機会を作る	【学習活動:キャンパスのアップデート】チームごとに、指摘事項を反映したリーンキャンパスの修正を行う。マインドセット「適応力」を発揮し、必要であればターゲット(ペルソナ)の再設定まで踏み込んで検討する。		30	学習活動	
7.フィードバックを与える	【対話の深化:ピア・レビュー】修正したポイントをチーム間で共有する(Think-Pair-Share)。「修正によって、より応援したいプランになったか?」という視点で相互に意見を交換する。		15		
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえりシート」に、本日修正した箇所の論理的根拠と、マインドセット「適応力」をどのように活用したかを記述する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング:次なるステップへ】ビジネスモデルは一度作って終わりではなく、常に更新し続けるものであることを確認する。次回「第10回:顧客セグメントに関するふりかえり」に向け、事例リサーチを指示して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第10回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	これまでのワークや中間チェックでのフィードバックを踏まえ、ビジネスの成否を分ける「顧客セグメント(ペルソナ)」を再検討します。関連事例の分析を通じて、ターゲットを絞り込むことの重要性を理解し、リーンキャンパスの該当タイトルをデータに基づきアップデートします。				
学習目標(複数可)	1. ターゲットとなる市場において、共通の特性を持つ顧客を具体的に特定・選別(セグメンテーション)できる。 2. 人口動態、心理的要因、消費行動パターンなどのデータを用いて、潜在顧客のニーズを論理的に説明できる。 3. マインドセット「転換力(Opportunity Recognition)」を発揮し、顧客と起業家の両方の視点から課題を多面的に捉える。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:ターゲットへの問い】「世界中のすべての人を顧客にしようとするビジネスは、なぜ失敗するのでしょうか?」と問いかける。特定の「誰か」に深く刺さる価値を提供することこそが、ビジネスの出発点であることを提示する。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、中間チェックでの指摘を反映させ、リーンキャンパスの「顧客セグメント」タイトルを「なんとなく」ではなく「具体的なデータ」で埋め直すことであると提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、第6回で設定した初期ペルソナと、第8回の中間チェックでクライアントから得た「顧客のリアリティ」に関する助言を想起させる)				
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:セグメンテーションの視点】成功しているビジネス事例(地域企業等)を提示し、彼らがどのように顧客を分類しているか(デモグラフィクス、心理的要因等)を解説する。セグメントを絞ることで解決策がより具体的になることを示す。		10	情報提示	
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:リサーチ分析の深化】「顧客セグメント」を裏付けるためのデータの探し方を説明する。統計データや、ヒアリングで得た「生の声(カスタマーフィードバック)」をどのようにキャンパスに反映させるかの指針を与える。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動:顧客セグメントの再定義】チームで議論し、リーンキャンパスをアップデートする。マインドセット「転換力」を意識し、顧客が自身のビジネスを利用することで課題が解決されると確信できる根拠を整理する。		45	学習活動	
7. フィードバックを与える	【対話の深化:ピア・レビュー】修正した顧客像を隣のチームに提示する(Think-Pair-Share)。「その人は実在しそうか?」「その人の悩みは本当に深いか?」という視点で相互にフィードバックを行い、客観性を高める。				
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、本日のワークで「転換力(多角的な視点)」をどのように発揮したか、顧客分析から得られた新たな発見は何かをシートに記述する。		5	まとめ	
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「顧客が定まれば、次は競合が見えてくる」と伝え、次回の「差別化」をテーマにした「レストラン戦争 Part 1」への興味を喚起して締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第11回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	特定の業界(飲食業)を題材に、競合他社との「差別化」の重要性を学びます。地域の既存レストランを調査・分析し、独創的発想力を活用して、その地域には未だ存在しない新たなレストランのアイデアを立案・可視化(ポスター作成)します。				
学習目標(複数可)	1. 起業家にとって競合との「差別化」を図ることがなぜ重要であるかを説明できる。 2. 地域の既存店をリサーチし、自社のビジネスを他社より優位にする「競争優位性」の概念を理解する。 3. マインドセット「独創的発想力(Creativity & Innovation)」を発揮し、従来の常識に留まらない解決策を考案する。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:選択の理由】「最後にファストフードを食べた時のことを思い出してください。なぜその店を選びましたか?」という問いを投げかける。その店がどのような「独創的発想力」を駆使してあなたを顧客として取り込んだのかを考えさせ、差別化が選択の決め手になることを提示する。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、地域に今は存在しないが住民から必要とされるであろう「新しいレストラン」のアイデアを出し、店名や価格等を明記したポスターを完成させることであると提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、事前学習で調べた「地域のレストランの特徴」と、これまで学んできた「ペルソナのニーズ」を想起させる)				
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:注目ワード】ビジネスを他社より優位にする強みである「競争優位性」や、他社と明確に区別する特徴である「差別化要因」の定義を解説する。		10	展開	情報提示
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:レストラン戦争の進め方】グループで地域にないアイデアを練り、ポスター(店名、料理、場所、価格)を作成する手順を説明する。「誰に、どのような独自の価値を提供するか」を意識するよう指針を与える。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動:レストラン案の立案とポスター作成】マインドセット「独創的発想力」を意識し、既存の手法に留まらない解決策を検討する。チームで議論しながら、地域住民の課題を解決する独創的なレストラン案をポスターにまとめる。		45		
7. フィードバックを与える	【対話の深化:差別化要因の共有】作成したポスターを提示し、他のレストランと比較してどのような独自性があるかを発表する。教員は、そのアイデアが「従来の常識を問う」ものになっているかを確認し、助言する。				
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえりシート」に、アイデア立案時に何を意識したか、ワークの中でどのように「独創的発想力」を実践したかを記述させる。		5	まとめ	
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「差別化要因が多いほど、ビジネスの可能性が見込める」ことを伝え、次回の「レストラン戦争 Part 2(SWOT分析と立ち退き通知)」への興味を喚起して締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第12回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	教室を一つのコミュニティに見立て、前回考案した自分のレストランとクラスメイトのレストランを比較・分析します。SWOT分析を用いて競合の脅威レベルを判断し、重複するアイデアには「立ち退き通知」を出すワークを通じて、ビジネスにおける独自の強み(競争優位性)の重要性を体感します				
学習目標(複数可)	1. SWOT分析を活用して、自社と競合の相違点や脅威を客観的に評価できる。 2. 「立ち退き通知」ワークを通じ、差別化要因が多いほどビジネスの成功確率が高まることを理解する。 3. マインドセット「独創的発想力」を発揮し、競合との重複を避けるための「発想の転換」を試みる				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	指導内容(教員側の働きかけ)・学習活動		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【Sensing:生存への問い】「あなたの店のすぐ隣に、全く同じメニューを安く出す店ができたらしどうしますか?」と問いかける。ビジネスが生き残るためには、他社には真似できない「独自の価値」が必要であることを提示し、競争への意識を高める。		5		
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	【導入】本日のゴールは、クラス内の全レストランを競合と見なし、自社の「差別化要因」が通用するかを検証すること、そして最も脅威となる相手を見極めることであると提示する。		10		
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	(導入の中で、前回作成したポスターの内容と、差別化要因・競争優位性の定義を想起させる)		15	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【情報提示:SWOT分析の応用】自社の内部環境(強み・弱み)と外部環境(機会・脅威)を整理するSWOT分析の手法を解説する。特に競合の存在を「脅威」としてどう捉えるかに重点を置く。		5		
6.練習の機会を作る	【ワーク説明:立ち退き通知のルール】クラスメイトのポスターを見て回り、自社のアイデアと重複(例:移動販売、ターゲット層が同じ等)がある場合に「立ち退き通知」を出すルールを説明する。通知が最も少なかったグループが「最も差別化に成功した」と見なされることを伝える。		20	学習活動	
7.フィードバックを与える	【学習活動:レストラン戦争の実践】教室を自由に動き回り、他チームのポスターをSWOT分析しながら、競合の脅威レベルに応じて「立ち退き通知」を貼る。マインドセット「独創的発想力」を意識し、相手の盲点を突く独自の強みを再確認する。		15		
8.学習の成果・達成度を評価する	【対話の深化:分析結果の共有】通知の多かったチームと少なかったチームの差がどこにあったかを全体で共有する。教員は、直接競合(似た店)と間接競合(異なるがニーズが重なる店)の違いについてフィードバックを行う。		5	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、SWOT分析で導き出した具体的な根拠や、ワークでどのように「独創的発想力」を実践したかをシートに記述させる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第13回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	前回までの「レストラン戦争」で学んだ競合分析と差別化の視点を、自分たちのビジネスプランに応用します。リーンキャンパスの中核となる「独自の価値提案(UVP)」と「優位性(Unfair Advantage)」のタイトルを検討・具体化し、プランの競争力を高めます。				
学習目標(複数可)	1. ターゲット顧客の課題を解決する「独自の価値(ベネフィット)」を明確に言語化できる。 2. 他社が容易に模倣できない、自分たちならではの「成功の秘策(優位性)」を特定できる。 3. リーンキャンパスの該当タイトルを、これまでのリサーチ結果やフィードバックに基づきアップデートできる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing: 選ばれる理由への問い】「世の中に似たような製品は溢れていますが、なぜ人は特定のブランドを指名買いするのでしょうか?」と問いかける。顧客が他ではなく「あなたのビジネス」を選ぶ決定的な理由(独自の価値提案)の重要性を提示する。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、リーンキャンパスの「独自の価値提案」と「優位性」のタイトルを、競合を意識した説得力のある内容に書き換えることであると提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回の「レストラン戦争」で見出した差別化要因や、中間チェックで受けた改善のヒントを想起させる)。		5		
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示: UVPと優位性】顧客への利益(ベネフィット)を示す「独自の価値提案」と、競合が容易に真似できない「優位性(成功の秘策)」の違いを解説する。特に自身の知識や体験をビジネスに繋げる視点を示す。		15	展開	情報提示
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明: 言語化のコツ】「独自の価値提案」はミッションステートメントのように簡潔に、「優位性」は自分たちだけが知っている知識やアイデア(Underlying Magic)を具体的に記述するよう指導する。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動: キャンパス・アップデート】チームで議論し、これまでの顧客分析や差別化ワークの結果を統合してリーンキャンパスを更新する。マインドセット「独創的発想力」を発揮し、従来の常識を疑う提案を目指す。		30	学習活動	
7. フィードバックを与える	【対話の深化: ピア・レビュー】更新した内容をチーム間で共有する(Think-Pair-Share)。「その強みは本当に真似できないものか?」という厳しい視点でフィードバックし合い、内容を磨き上げる。		10		
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ: ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、本日作成したタイトルの整合性や、ワークを通じて「独創的発想力」をどのように実践したかをシートに記述する。			まとめ	
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】独自の価値が固まれば、それをどう伝えるかというマーケティングが必要になることを伝える。次回の「雑誌ゲーム(マーケティングの理解)」への興味を喚起して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第14回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～				
学習概要(使用教材・事前学習)	雑誌に掲載されている広告のデザインや内容を分析し、企業がどのようなターゲットに向けてメッセージを発信しているかを理解します。特定のターゲットに対して「有効な広告」と「有効でない広告」を選別するワークを通じて、マーケティングの基礎であるターゲット選定の重要性を学びます				
学習目標(複数可)	1. マーケット、マーケティング、ターゲットマーケットの定義を理解し、説明できる。 2. 広告のデザインや内容からターゲットの属性(人口動態等)を推察し、その妥当性を分析できる。 3. マインドセット「計画実行力(Initiative & Self-Reliance)」を発揮し、自発的に分析ワークに取り組む				
成績(理解度)評価方法	小テスト (各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:オーナーシップへの問い】「なかなか取り組むことが難しかった仕事を任された時、あなたはどの向き合いましたか？」と問いかける。主体性や責任感(オーナーシップ)を持って困難を払拭した経験を共有し、ワークへの自発的な姿勢を促す。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、雑誌広告の分析を通じて、自分のビジネスアイデアを「誰に届けるべきか」というターゲット選定の視点を得ることであると提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、事前学習で収集した広告の特徴や、これまで学んできた「顧客セグメント」の重要性を想起させる)。				
4.新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:注目ワード】「マーケット」「マーケティング」「ターゲットマーケット」の定義を解説する。広告は特定のターゲットに向けて、意図を持って制作・掲載されていることを説明する。		10	展開	情報提示
5.学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:雑誌ゲームの手順】雑誌から2つの広告(有効なもの・有効でないもの)を選び、ターゲットを特定した理由をポスターにまとめる手順を説明する。属性(高齢者、若年層など)を具体的に挙げるよう指導する。		10		
6.練習の機会を作る	【学習活動:ターゲット分析ワーク】グループで雑誌を読み込み、広告のデザインや内容に注目して分析を行う。マインドセット「計画実行力」を発揮し、誰かに頼まれなくても必要な情報収集を自発的に進める。		30		
7.フィードバックを与える	【対話の深化:分析の共有】作成したポスターを発表する。なぜその広告がターゲットに有効だと判断したかの論理性をクラス全体で検討し、教員はターゲットを絞ることの重要性についてフィードバックを行う。		15		
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】ワークを通じて「計画実行力」をどう実践したか、消費者の視点からマーケティングについて何を学んだかを「ふりかえりシート」に記入する。		5	まとめ	
9.保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】マーケティングは自身のアイデアを適切に人に伝えるために必須の作業であることを強調する。次回「雑誌ゲーム Part 2(広告の作成・修正)」に向けたウェブ調査を指示して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2		
学習タイトル(第15回)	イントロダクション ～自分のキャリアを切り拓く力～						
学習概要(使用教材・事前学習)	第14回の「雑誌ゲーム Part 1」で得たターゲット分析の視点を活かし、自分たちのビジネスアイデアを再検討します。チーム内およびチーム間での共有(Think-Pair-Share)を通じて、解決策の有効性を多角的に検証し、リーンキャンパスの各タイル(課題・解決策・ターゲット)を具体化します						
学習目標(複数可)	1. マーケティング視点を取り入れ、ビジネスアイデアの「課題」と「解決策」の整合性を高めることができる。 2. チーム間共有を通じて客観的なフィードバックを取り入れ、プランの弱点を補強できる。 3. マインドセット「計画実行力(Initiative & Self-Reliance)」を発揮し、自発的にアイデアの改善に取り組む						
成績(理解度)評価方法	小テスト (各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席						
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間				
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:自発的な意思決定への問い】「他人からの助けや助言なしに、困難な状況を克服しなければならなかった時のことを想像してください。あなたはどのように向き合いましたか?」と問いかける。ビジネスアイデアを磨く過程での「生みの苦しみ」を、自らの「計画実行力」で乗り越える意欲を促す。		10	導入			
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、前回の雑誌広告分析で学んだ「ターゲットに届くメッセージ」の視点を、自分たちのビジネスアイデアに反映させ、プランをより強固なものにアップデートすることであると提示する。		5				
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、第14回で分析した「有効な広告」の共通点と、現在の自分たちのリーンキャンパスの内容を想起させる)。						
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:多角的な検証の重要性】アイデアはチーム内だけで完結させず、他チーム(=外部の目)と共有することで、盲点や「従来の常識」に囚われた部分が見えてくることを解説する。		10	情報提示			
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:チーム間共有のルール】チーム内での検討(15分)と、他チームとの「対話(Think-Pair-Share)」(15分)の手順を説明する。「否定」ではなく、プランを育てるための「質問」や「気づき」を交換するよう指針を与える。		10			展開	
6. 練習の機会を作る	【学習活動:アイデアの検討・共有ワーク】マインドセット「計画実行力」を発揮し、自発的に必要なリサーチや議論を行う。チーム内で現在の課題解決策(ソリューション)を磨き、その後他チームと進捗を共有して、客観的な意見を収集する。		30				
7. フィードバックを与える	【対話の深化:気づきの統合】他チームから得たフィードバックを整理し、自分たちのアイデアのどこが「伝わったか」、どこに「無理があったか」をチームで確認する。教員は巡回し、整合性の取れていない部分に助言を行う。		10				
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、ワークへの参加度や、本日「計画実行力」をどのように実践したかをシートに記述する。		10	まとめ			
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】次回の「雑誌ゲーム Part 2」では、本日磨いたターゲットに向けて実際に新しい広告を作成・修正することを予告する。事後学習として、リーンキャンパスのアップデート(課題・解決策・ターゲット)を指示して締めくくる		5				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第16回)	Marketing Businessのふりかえり ～共感を生むマーケティングの実践～				
学習概要(使用教材・事前学習)	雑誌ゲームでのターゲット分析を総括し、マーケティングの重要ポイントを再確認します。地元企業や行政の具体事例から「誰に何をどう伝えるか」の戦略を学び、クライアントの事業領域に関連する既存の広告や施策をリサーチすることで、自身のビジネスアイデアへの転用を目指します				
学習目標(複数可)	1. ターゲットに響くマーケティング(マーケット、ターゲットマーケットの定義)を、具体例を通じて説明できる。 2. 地元企業等の事例から、独自の価値を伝えるためのメッセージやメディア選択の妥当性を分析できる。 3. クライアントの事業領域における市場動向や競合の広告戦略を自発的にリサーチし、整理できる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:共感への問い】「あなたが最近、思わず『いいな』と思ってクリックしたり、手に取ったりした広告はありませんか?」と問いかける。単なる情報の提示ではなく、個人の感情やニーズに寄り添う「共感」の設計が、ビジネスの成否を分けることを提示し、リサーチへの意欲を高める。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、雑誌ゲームでの気づきを理論(マーケティング概念)と結びつけ、実社会の事例から自分たちのビジネスに応用できる「伝え方のヒント」を見つけることであると提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回の雑誌ゲームで分析した「有効な広告」と「有効でない広告」のターゲット選定の差を想起させる)。				
4.新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:マーケティングの要諦】マーケット、マーケティング、ターゲットマーケットの定義を再確認する。広告は「媒体(伝え方)」もターゲットに沿ったものでなければ効果が薄いという、雑誌ゲームのまとめを深掘りして解説する。		10	展開	
5.学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【事例解説:地元企業・行政の戦略】山口県内の企業や行政が、限られたリソースでどのようにターゲットへ訴求しているかの事例(SNS活用、イベント等)を提示する。どのような仮説に基づいてその施策が行われたかを推察する視点を与える。		10		
6.練習の機会を作る	【学習活動:領域リサーチ】クライアントの事業領域に関連する広告、PR記事、競合他社のキャンペーンをリサーチする。マインドセット「計画実行力」を発揮し、自分たちのアイデアを「伝える」際に参考になる事例を自発的に収集する。		45		
7.フィードバックを与える	【対話の深化:リサーチ共有】見つけた事例が「なぜ効果的だと考えたか」をチーム内で共有し、教員は「ターゲットとの親和性」や「独自性(差別化要因)」の観点から助言を行う。				
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:全体リフレクション】「ふりかえりシート」に、本日得たマーケティングの知見と、それが自身のプランをどう強化するかを記述する。教員は、マインドセット(計画実行力)がどのように活用されたかを確認する。		5	まとめ	
9.保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「良い製品も届かなければ価値がない」ことを強調する。次回「第17回:Lean canvasアップデート」に向け、本日得たリサーチ結果をキャンバスに反映させる準備を指示して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第17回)	ビジネスアイデアの中間チェック② ～顧客分析の客観的検証～				
学習概要(使用教材・事前学習)	第14回から第16回にかけて実施したマーケティング分析の結果に基づき、ビジネスアイデアのターゲット顧客を再検討します。課題、解決策、ターゲットの3つのタイルの整合性を高め、リサーチデータを裏付けとした論理的なビジネスモデルへとアップデートを行います				
学習目標(複数可)	1. マーケティング視点を取り入れ、ターゲットとなる顧客(ペルソナ)を人口動態や心理的要因などのデータを用いて具体化できる。 2. 設定した「課題」と「解決策」が、ターゲット顧客のニーズと合致しているか論理的に説明できる。 3. 成果物であるリーンキャンバスを、最新のリサーチ結果に基づき適切に更新できる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト (各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:顧客への問い】「あなたの解決策を一番喜んでくれる人は、具体的にどんな人ですか?」と問いかける。万人に受けるサービスは誰にも届かないリスクを提示し、ターゲットを絞り込む「転換力」の重要性を強調する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、第14回～16回のマーケティング分析を統合し、リーンキャンバスの「課題・解決策・ターゲット」の3項目をアップデートすることだと提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回のマーケティングリサーチで得た他社の成功事例や、ターゲットに響く広告戦略のポイントを想起させる)		10		
4.新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:整合性の検証】課題(Problem)、解決策(Solution)、顧客セグメント(Target)が三位一体となって機能する重要性を、生徒発表フォーマットを例に解説する。		15	展開	
5.学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:具体化の指針】リサーチデータやカスタマーフィードバックを根拠に、「なぜこのターゲットなのか」「どのように課題を解決するのか」を具体的に記述するよう指導する。		5		
6.練習の機会を作る	【学習活動:キャンバス・アップデート】チームで議論し、ターゲット顧客の詳細情報(人口動態、消費行動パターンなど)を具体化して、リーンキャンバスに反映させる。		20		
7.フィードバックを与える	【対話の深化:ピア・レビュー】他チームと内容を共有し(Think-Pair-Share)、ターゲットと解決策の整合性が取れているか、顧客視点でフィードバックを交換する。		15		
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:全体リフレクション】「ふりかえりシート」に、本日更新した内容の論理的根拠と、ターゲット分析から得られた新たな発見を記述する。		5	まとめ	
9.保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】次回は「ビジネスアイデアの中間チェック②」であり、クライアントから顧客分析へのフィードバックを受ける回であることを伝え、準備を指示して締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2		
学習タイトル(第18回)	ビジネスアイデアの中間チェック② ～顧客分析の客観的検証～						
学習概要(使用教材・事前学習)	連携先の企業や行政の担当者に対し、特に「顧客セグメント(ターゲット)」に焦点を当てたプレゼンテーションを行い、専門的な視点からフィードバックを受けます。顧客のニーズがデータやトレンドに基づき客観的に捉えられているかを検証し、ビジネスプランの実現可能性を深化させます						
学習目標(複数可)	1. ターゲット顧客の課題が、客観的なデータやトレンドに基づいていることを論理的に説明できる。 2. 顧客分析(人口動態、心理的要因、消費行動パターン等)を通じて、ビジネスが市場で成功する可能性を提示できる。 3. 外部からのフィードバックに対し、マインドセット「適応力(Flexibility & Adaptability)」を発揮して改善点を特定できる。						
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席						
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間				
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:共感の質への問い】「あなたの想定したペルソナは、実在する誰かを確実に救えますか?」という問いを投げかける。顧客の声を「主観」ではなく「客観的な事実」として捉える重要性を提示し、検証への意欲を高める。		10	導入			
2.授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、クライアントから顧客分析(セグメンテーション)に対する率直な評価をもらい、プランの「確実性」を担保することであると提示する。		5				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、第14回～17回のマーケティング分析プロセスや、第8回の中間チェック①で得た対話の経験を想起させる)		5				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:評価の観点】中間チェック用のループリックを共有する。特にスライド5(ターゲットマーケット)における人口動態や市場規模データの妥当性が、評価の重要なポイントであることを解説する。		15	情報提示			
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:ピッチとQ&A】チームごとの発表時間と、クライアントからの質問に対して「簡潔かつ明瞭に回答する」ためのコミュニケーション上の注意点を説明する。		10			展開	
6.練習の機会を作る	【学習活動:中間プレゼンテーション②】連携企業・団体の担当者に対し、顧客分析を中心としたピッチを行う。自分たちの仮説がどのようにデータで裏付けられているかをアピールする。		30	学習活動			
7.フィードバックを与える	【対話の深化:フィードバックセッション】クライアントから、分析の鋭さや市場の捉え方の妥当性について直接アドバイスを受ける。専門家ならではの「改善が必要な点」を真摯に受け止める。		10				
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:全体リフレクション】「ふりかえりシート」に、指摘された顧客分析の不足点と、適応力(Flexibility)をどのように発揮して修正に繋げるかを記述する。			まとめ			
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「顧客の解像度が上がれば、次なるコストや収益構造も見えてくる」と伝える。次回の「実地研修(クライアントのビジネスを知る)」への期待を高めて締めくくる。		5				
			合計	90	分		

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第19回)	クライアントのビジネス・現場を知る(実地研修)				
学習概要(使用教材・事前学習)	連携先の企業や行政機関の現場(オフィス、店舗、施設等)を訪問し、実際の業務フローや顧客との接点を直接観察します。事前学習で作成した「フィールドワークアンケート」を活用し、これまでのデスクリサーチやヒアリングでは見えてこなかった「現場のリアルな課題」や「顧客の細かな動き」を肌で感じることで、ビジネスアイデアの解像度を極限まで高めます。				
学習目標(複数可)	1. クライアントのビジネス環境を直接観察し、現場特有の制約やビジネスチャンスを特定できる。 2. 顧客が実際に製品・サービスを利用する様子を観察し、ペルソナ(顧客セグメント)の行動特性をデータとして収集できる。 3. アントレプレナー・マインドセットの「批判的思考力&課題解決力(Critical Thinking & Problem Solving)」を発揮し、現場の「当たり前」に潜む課題を発見する。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:現場の空気感への問い】「現場の『におい』や『音』、働く人の『表情』までWebサイトに載っていますか?」と問いかける。一次情報の圧倒的な価値を提示し、五感を使って「言葉にならない情報」をキャッチする重要性を強調する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入:検証としてのフィールドワーク】本日のゴールは、自分たちのリーンキャンパスの「課題」と「解決策」の仮説が、現場の事実に対応しているかを確認し、新たな発見を1つ以上持ち帰ることであると提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(現場到着時、第18回の中間チェック②でクライアントから指摘された「顧客分析の不足点」や、事前学習で作成したアンケート項目を想起させる)		10		
4.新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:観察の視点】「エスノグラフィ(行動観察)」の初歩的な視点を解説する。働く人の動線、顧客の滞在時間、物理的な不便さなど、数値化しにくい「定性的な事実」の見つけ方を提示する。		15	展開	
5.学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:役割分担とマナー】チームごとに、観察、記録(写真・メモ)、インタビューの役割を再確認する。クライアントの業務を妨げない配慮と、マインドセット「批判的思考力」を用いた「なぜ?」の繰り返しを徹底させる。		5		
6.練習の機会を作る	【学習活動:実地リサーチ(フィールドワーク)】実際に現場を歩き、事前に準備したアンケートや観察項目に沿ってリサーチを行う。クライアントの担当者や、可能であれば利用客の動きを詳細に記録し、マインドセットを最大限に発揮して課題を掘り下げる。		20		
7.フィードバックを与える	【対話の深化:現場での即時共有】観察終了直後、チームで「最も意外だったこと」を共有する。教員(またはクライアント担当者)は、学生の気づきがビジネスの「優位性」や「課題解決」にどう結びつくかをその場で助言する。		15	まとめ	
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:実地研修レポート(簡易)】「ふりかえりシート」に、現場で見つけた「新たな課題の種」と、自身のマインドセット(批判的思考力)の発揮状況を記述させる。		5		
9.保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング:次なるアップデートへ】現場で得た生きた情報が、プランに命を吹き込むことを強調する。次回「第20回:ビジネスアイデアのアップデート(全体共有)」に向け、本日の発見を整理しておくよう指示して締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第20回)	ビジネスアイデアのアップデート ～現場の事実をプランに宿す～				
学習概要(使用教材・事前学習)	第19回で実施した実地研修(フィールドワーク)での発見を基に、ビジネスアイデアをブラッシュアップします。現場で目にした顧客の行動やクライアントの課題を証拠として活用し、リーンキャンバスの各タイルをより解像度の高い内容へ更新します。チーム間での共有(Think-Pair-Share)を通じて、アイデアの客観性と説得力を検証します。				
学習目標(複数可)	1. 実地研修で得た一次情報を分析し、リーンキャンバスの「課題」や「解決策」に具体性を持たせて記述できる。 2. 現場での観察結果から、他社には真似できない独自の強み(優位性)のヒントを特定できる。 3. アントレプレナー・マインドセットの「計画実行力(Initiative & Self-Reliance)」を発揮し、自発的にプランの不整合を修正する。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing: 仮説と事実のギャップ】「現場に行く前と後で、最も驚いたことは何ですか?」と問いかける。机上の空論ではなく、現場の「生の情報」こそがビジネスを成功に導く唯一の証拠であることを提示する。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、実地研修の成果を反映させ、外部講師(起業家等)による個別アドバイス(次回以降)を受けられるレベルまでリーンキャンバスを完成させることだと提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回の実地研修で収集したアンケート結果や観察メモを再確認させる。また、第18回の中間チェックで指摘されたポイントを想起させる)				
4. 新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示: エビデンスに基づく修正】「解決策にはデータなどの根拠が含まれているか」という評価視点を解説する。現場で得た「顧客の困った表情」や「現場の制約」を、いかにプランの必然性(なぜ自分たちがやるのか)に繋げるかを例示する。		10	展開	情報提示
5. 学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明: 全体共有の進め方】チーム内で研修結果を統合(15分)し、その後「全体共有」として他チームとの対話(15分)を行う手順を説明する。他者の視点を入れることで「独りよがりな解釈」を防ぐルールを徹底する。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動: プランの再構築と全体共有】マインドセット「計画実行力」を発揮し、自発的にリーンキャンバスをアップデートする。次に、他チームと現在のプランを共有し(Think-Pair-Share)、現場の事実と解決策が整合しているかを確認し合う。		25		
7. フィードバックを与える	【対話の深化: 客観的検証】他チームから「その解決策は現場の状況で本当に実行可能か?」という視点でフィードバックをもらう。教員は巡回し、現場の一次情報を「独自の価値(UVP)」に昇華させるための助言を行う。		15		
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ: ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、実地研修の結果をどのように学習内容(リーンキャンバス)に結びつけたか、積極的な貢献ができたかをシートに記述させる。		10	まとめ	
9. 保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「現場の声がプランに命を吹き込んだ」と強調する。次回「第21回: セグメントする! Part 1」に向け、顧客をさらに絞り込むための事前調査を指示して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第21回)	あなたの“顧客”は誰？ ～セグメントしよう！ Part 1～				
学習概要(使用教材・事前学習)	マーケティングの一環として、潜在的な顧客を<共通の特性>によってセグメントに分類する方法について調査・体験します。自分自身やクラスメイトを対象としたワークを通じて、ターゲット市場内での顧客の特定・選別(カスタマーセグメント)の重要性と、人によるニーズの違いを理解します				
学習目標(複数可)	1. ターゲット市場において、共通の特性を持つ顧客を特定・選別する「顧客セグメント」の定義を理解し、説明できる。 2. 共通点を持つターゲット内でも、個々人には「製品やサービスを異なる方法で楽しむ可能性」という違いがあることを発見できる。 3. マインドセット「転換力」を発揮し、物事を多面的に捉え、他者の属性や課題に共感を示す姿勢を養う。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:共通点への問い】「あなたの最も親しい友達グループを想像してください。メンバーに共通していることはありますか？全員で何かをする時、合意形成のためにどうしますか？」と問いかける。共通項の中にある「個々の違い」に目を向けさせ、転換力を刺激する。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、クラスメイトを題材にした「セグメントしよう！」ワークを通じ、ビジネスにおける顧客の絞り込み(セグメンテーション)が価値創造にどう繋がるかを体験的に理解することだと提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、事前学習で調べた「顧客セグメントとは何か」という定義を想起させる)。				
4. 新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:注目ワード】「マーケット」と「ターゲットマーケット」、「カスタマーセグメント」の言葉の定義を解説する。起業家は、製品を売り込む方法をより適切に決定するために、顧客を分類する必要があることを説明する。		10	情報提示	
5. 学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:セグメントの実践】3～4名のグループに分かれ、まず全員の「共通点(例:映画が好き)」を見つけ、次に1つ以上の「違い(例:映画館派か自宅派か)」を見つけて分類する手順を説明する。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動:セグメントしよう！】グループを2つ以上くっつけ、より複雑な「共通点」と「違い」をマトリクス状に整理する(例:映画館派かつチーズピザ好きなど)。ワークシートを使い、メンバー全員を複数のカテゴリに分類する。		45	学習活動	
7. フィードバックを与える	【対話の深化:驚きと発見の共有】分類した結果をクラス全体で共有する(Think-Pair-Share)。教員は「そのセグメントに対して、どのような特定のサービス(例:映画館へのピザデリバリー)が考えられるか」を問いかけ、アイデアを広げる助言を行う。				
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、ワークの中で転換力をどう実践したか、自分の好きな製品の最大顧客セグメントは何かをシートに記述する。		5	まとめ	
9. 保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「ターゲットが共通でも、楽しみ方は多様である」という本日のまとめを確認する。次回「Part 2」では、実際のB2C/B2Bビジネスにおける顧客プロフィール作成を行うことを予告して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2		
学習タイトル(第22回)	顧客セグメントの実践 ～プロフィールの具体化と価値の創造～						
学習概要(使用教材・事前学習)	第21回の基礎を基に、より実践的な顧客セグメントの手法を習得します。B2C(消費者)およびB2B(企業)の両視点から顧客プロフィールを作成し、具体的なデータ(人口動態、心理的要因、消費行動等)を各項目に割り当てるワークを通じて、ターゲット市場における「顧客の解像度」を極限まで高めま						
学習目標(複数可)	1. B2Cビジネスの「消費者プロフィール」、B2Bビジネスの「企業プロフィール」の構成要素を定義できる。 2. 収集したデータ(人口動態、地理的要因、心理的要因)を適切にプロフィール項目へ割り当て、分析できる。 3. マインドセット「転換力(Opportunity Recognition)」を発揮し、顧客の属性データから未解決の「問題」を価値創造の「機会」として捉え直すことができる。						
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席						
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間				
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:解像度への問い】『「20代女性」という言葉だけで、その人が何を欲しがっているか分かりますか?』と問いかける。属性を絞り込むほど解決策が鋭くなることを提示し、顧客を「一人の人間」として捉える転換力を刺激する。		10	導入			
2.授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、クライアントのビジネスに関連する具体的な顧客プロフィールを完成させ、データに基づいた「顧客の姿」を浮き彫りにすることであると提示する。		5				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回の「セグメントしよう!」で学んだ、共通項の中にある個々のニーズの違いを想起させる)。		10				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:B2C/B2Bプロフィールの構造】B2C(個人の年齢、性別、価値観等)とB2B(企業の業種、規模、決断権者等)のプロフィールの違いを解説する。デモグラフィクス(人口動態)やサイコグラフィクス(心理的要因)などの重要ワードを定義する。		15	情報提示			
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:項目の定義とデータ割り当て】プロフィール項目の定義を考えた上で、事前調査で得たデータをそれぞれの項目にどう割り当てるか、論理的な手順を説明する。		5			展開	
6.練習の機会を作る	【学習活動:顧客プロフィールの作成】チームで協力し、クライアントの事業領域における顧客プロフィールを詳細に書き出す。マインドセット「転換力」を意識し、データの中から顧客が抱える深いニーズや課題の予兆を発見する。		20	学習活動			
7.フィードバックを与える	【対話の深化:ピア・レビュー】作成したプロフィールをチーム間で共有する(Think-Pair-Share)。「この顧客は本当に実在しそうか?」「解決策とターゲットは一致しているか?」という視点で相互に助言し合う。		15				
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:ふりかえり評価】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、本日のワークで転換力をどのように発揮したか、データ分析から得られた新たな発見をシートに記述する。		5	まとめ			
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「顧客が具体的にになれば、ビジネスは成功に一歩近づく」と強調する。次回、本日の成果を自身のリーンキャンパスの「顧客セグメント」タイトルに反映させ、プランを最終アップデートすることを予告して締めくくる。		5				
			合計	90	分		

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第23回)	ビジネスアイデアの最終アップデート ～専門家による個別メンタリングと完成～				
学習概要(使用教材・事前学習)	これまでアップデートを重ねてきたリーンキャンバスを最終化します。外部講師(地域起業家等)からチームごとに個別フィードバック(相談会)を受け、実社会での「実現性」「革新性」「発展性」の観点からプランを磨き上げます。次回の最終ピッチに向け、説得力のあるビジネスモデルを完成させます。				
学習目標(複数可)	1. 外部講師からの専門的な指摘を柔軟に取り入れ、リーンキャンバスの全タイトル(課題、解決策、UVP、優位性、顧客、チャネル、コスト、収益)の整合性を高めることができる。 2. ビジネスアイデアが、既存の常識を疑う「革新性」と、現実的な「実現性」を兼ね備えていることを論理的に説明できる。 3. マインドセット「適応力」を発揮し、専門家のアドバイスを元にプランを最終進化させる姿勢を養う。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:最終化への問い】「あなたのプランは、誰に、どのような変化をもたらしますか?」と問いかける。単なる「課題解決」を超えて、実社会で「応援したい」と思われるビジネスに昇華させるための、最後の情熱と論理の詰めを促す。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、外部講師との対話を通じてリーンキャンバスを最終確定させ、次回の「ビジネスアイデアピッチ」に向けた準備を完了させることであると提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回の顧客セグメント分析や、これまでの実地研修、中間チェックでの指摘事項を想起させ、現在のプランの「残り火」を確認させる)。		5		
4. 新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:最終評価の観点】外部講師が使用する「評価者用ルーブリック」を改めて確認する。課題と解決策の関係性、成功の秘策(独自の知識・体験)、コスト構造の妥当性が評価のポイントであることを再認識させる。		15	展開	情報提示
5. 学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:メンタリングの活用法】外部講師への相談時間を最大限に活かす方法を指導する。自分たちが「特に自信がない点」や「検証できていない仮説」を正直に伝え、具体的な解決策を共に探る「協働的な対話」の作法を徹底する。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動:個別フィードバック&相談会】チームごとに外部講師と対面し、個別のアドバイスを受ける。講師のいない時間は、マインドセット「適応力」を発揮して、指摘された箇所を即座にリーンキャンバスへ反映・修正する。		30		
7. フィードバックを与える	【対話の深化:チーム内統合】講師から得た「金言」をチーム全員で共有し、プランの最終的な「独自の価値提案(UVP)」を再定義する。教員は巡回し、整合性の取れていない箇所の最終チェックをサポートする。		10		
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:最終ピッチに向けた宣誓】「ふりかえりシート」に、本日修正した核心的なポイントと、次回のピッチで最も伝えたい「熱量」を記述する。また、事後学習としての「EMIアンケート」の実施を指示する。			まとめ	
9. 保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「このキャンバスには、あなたたちの努力が詰まっている」と激励する。次回「第24回:ビジネスアイデアピッチ準備」では、この内容を「伝える技術」へ変換することを予告して締めくくる。		5		
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第24回)	ビジネスアイデアピッチ準備 ～「共感」と「論理」で伝えるプレゼン設計～				
学習概要(使用教材・事前学習)	前回の最終アップデートで確定したリーンキャンパスの内容を、プレゼンテーション資料(10枚のスライド形式等)に落とし込みます。外部審査員が使用する評価規準(ルーブリック)を深く理解し、自身のビジネスがいかに「革新性・実現性・発展性」を備えているかを効果的に伝える構成を練ります				
学習目標(複数可)	1. 評価規準(課題、解決策、ターゲット、コスト構造、プレゼンスキル)を理解しそれに沿った資料構成ができる。 2. リーンキャンパスの各要素を、聞き手の興味を惹く視覚的・論理的なスライドへと変換できる。 3. マインドセット「コミュニケーション力&コラボレーション力」を発揮し、自身のアイデアを明確に表現して他者の期待に応える姿勢を養う。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:応援されるプレゼン】「どんなに優れたビジネスモデルも、伝わらなければ存在しないのと同じです。あなたが『思わず応援したくなる』発表には、何がありますか?」と問いかける。熱量と論理の両立が、「共感」を生む鍵であることを提示する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、評価規準を完全に理解した上で、ピッチ用スライドの初稿を完成させ、自身のビジネスの「独自の価値」を言語化することだと提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回の最終メンタリングで得た外部講師からの助言や、確定したリーンキャンパスの各タイトルを再確認させる)。		10		
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:評価規準と構成】外部審査員用のルーブリックを公開し、スライド2(課題)からスライド6(コスト構造)までの必須項目を解説する。また、ボディランゲージや簡潔な回答などの「プレゼンスキル」も評価対象であることを伝える。		15	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:スライド作成のコツ】「生徒発表フォーマット」に基づき、文字を詰め込みすぎず、イメージ図や具体的なデータを活用して「解決策の根拠」を示す手法を指導する。		5		
6.練習の機会を作る	【学習活動:プレゼン資料作成】チームごとに、デジタルツールを用いてスライドを作成する。マインドセット「計画実行力」を発揮し、自発的に役割分担を行い、目標売上高や損益分岐点などの数値データの妥当性も再考する。		20	学習活動	
7.フィードバックを与える	【対話の深化:ピア・レビュー】作成途中の資料を他チームと共有し(Think-Pair-Share)、「課題と解決策の関係が明確か?」「応援したいと思えるか?」という視点でフィードバックを交換し合う。		15		
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:進捗チェック】「ふりかえりシート」に、本日作成したスライドがルーブリックのどの項目を強みとしているか記述する。教員は、全スライド(10枚程度)の構成が整っているかを確認する。		5	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「ピッチは、自分の夢に仲間を募る儀式である」と伝え、次回「第25回:ピッチ準備(リハーサル)」に向け、発表原稿の作成を事後学習として指示して締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第25回)	ビジネスアイデアピッチ準備 ～リハーサルによる最終ブラッシュアップ～				
学習概要(使用教材・事前学習)	前回作成したプレゼン資料を完成させ、クラス内でのリハーサル(学生同士の相互評価)を実施します。実際の審査で使用される「評価者用ルーブリック」を意識し、ボディラングージや質疑応答のシミュレーションを通じて、自身のビジネスアイデアの価値を説得力を持って伝える技術を磨きます				
学習目標(複数可)	1. 作成したスライドを効果的に活用し、制限時間内で「課題」から「コスト構造」までを論理的にピッチできる。 2. ボディラングージや適切な言葉選び、簡潔な質疑応答など、審査員に好印象を与えるプレゼンスキルを実践できる。 3. マインドセット「コミュニケーション力&コラボレーション力」を発揮し、他者への的確なフィードバックと自己の改善に繋げることができる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:伝え方の力】「同じ内容でも、話し手によって『応援したい』気持ちが変わるのはなぜでしょうか?」と問いかける。ピッチ(短いプレゼン)においては、論理だけでなく、話し手の「熱量」や「信頼感」が成功の鍵であることを提示する。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、リハーサルを通じて自分の発表の「弱点」を発見し、次回の本番ピッチ(地域アントレプレナーによる審査)に向けて完璧な準備を整えることだと提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回の資料作成で意識した「評価規準」と、リーンキャンバスで定義した「独自の価値提案(UVP)」を再確認させる)。				
4. 新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:非言語スキルの重要性】「評価対象ではないが、評価に影響する要素」として、アイコンタクト、声の抑揚、適切な身振り手振りを解説する。また、想定外の質問に対する「簡潔かつ明瞭な回答」のコツを伝授する。		10	展開	
5. 学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:相互リハーサルの進め方】3~4人のグループに分かれ、発表(5分)とフィードバック(5分)を交互に行う手順を説明する。フィードバックは「素晴らしかった点」と「改善が必要な点」を具体的かつ建設的に伝えるよう指導する。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動:ピッチ・リハーサル】グループ内で実際にピッチを行う。マインドセット「コミュニケーション力」を意識し、自分のアイデアを明確に表現すると共に、仲間の発表に対しても真剣に評価シート(簡易版)を記入する。		25		
7. フィードバックを与える	【対話の深化:フィードバックの共有】リハーサルで得られた「最も多かった指摘事項」をチーム内でまとめ、スライドの微調整や発表原稿の修正を行う。教員は巡回し、特に「損益分岐点」などの数値説明の明瞭さをチェックする。		15		
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:最終チェック】「ふりかえりシート」に、本日見つけた自分の課題と、それを次回の本番までにどう克服するかを記述する。また、自身のアイデアの価値を改めて一言で言語化する。		10	まとめ	
9. 保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「リハーサルの回数こそが、本番の自信に変わる」と激励する。次回「第26回:ビジネスアイデアピッチ(本番)」の集合場所や持ち物、審査員の紹介をして締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第26回)	ビジネスアイデアピッチ ～地域への提案と価値の証明～				
学習概要(使用教材・事前学習)	山口県内の企業経営者や行政担当者など、地域のアントレプレナーを評価者として迎えた最終プレゼンテーション大会を実施します。各チームは、特定した課題に対する「革新的な解決策」と「実現可能性」を、独自のデータと情熱を持ってピッチします。専門家からの直接的な評価とフィードバックを通じ、ビジネスプランの実効性を検証します				
学習目標(複数可)	1. 評価規準(課題、解決策、成功の秘策、ターゲット、コスト構造)に基づき、自身のビジネスアイデアを論理的かつ魅力的にピッチできる。 2. 専門家からの鋭い質問に対し、マインドセット「コミュニケーション力&コラボレーション力」を発揮し、簡潔かつ明瞭に回答できる。 3. ビジネスにおいて「伝える」ことの重要性を理解し、非言語スキル(ボディランゲージ等)を含めた説得力のあるパフォーマンスを実践できる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:本番の緊張と価値】「今日、あなたのアイデアが誰かの未来を変える第一歩になります」と問いかける。教室を「ビジネスの最前線」と見立て、専門家に自分の声を届けることの重みと、失敗を恐れない「リスクを負う(Comfort with Risk)」姿勢を促す。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、単に発表を終えることではなく、審査員から「そのビジネスを応援したい」という共感を引き出し、実社会での可能性を証明することだと提示する。		5		
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、第25回のリハーサルで修正したポイントや、実地研修で得た「現場の証拠」を再確認させる)。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	【情報提示:審査員紹介と評価視点】本日招聘した地域アントレプレナーを紹介する。審査員が使用するルーブリック(革新性、実現性、発展性)と、ピッチの制限時間を改めて提示する。		10	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:ピッチの作法】「発表5分+質疑応答」の形式と、回答時の「簡潔さ・明瞭さ」の重要性を説明する。また、他チームの発表中も「学ぶ姿勢」を持ち、仲間のアイデアに対する評価視点を持つよう指導する。		10		
6.練習の機会を作る	【学習活動:ファストピッチ・チャレンジ】チームごとに、地域のアントレプレナーに対しビジネスピッチを行う。マインドセット「コミュニケーション力」を最大限に発揮し、アイコンタクトや抑揚を意識してアイデアをアピールする。		45	学習活動	
7.フィードバックを与える	【対話の深化:即時講評】各ピッチ直後、審査員から「素晴らしかった点」と「改善が必要な点」について口頭でのフィードバックを受ける。専門家視点でのアドバイスを、次なる成長の糧として記録する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:自己リフレクション】「ふりかえりシート」に、本番で力を出し切れたか、審査員からの最も印象的な言葉は何か、自身のマインドセットをどう発揮したかを記述する。		5	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「ピッチが終わった今、このアイデアをどう育てたいですか?」と問いかける。次回「第27回:ビジネスアイデアピッチ～最終結果発表」での優秀チーム発表と審査員講評を予告して締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第27回)	ビジネスアイデアピッチ ～最終結果発表と挑戦の記録～				
学習概要(使用教材・事前学習)	前回は引き続きチームごとのピッチを実施し、全チームの発表終了後、地域のアントレプレナーによる厳正な審査結果を発表します。表彰式と審査員からの総括講評を通じて、自身のプランの社会的な立ち位置を客観的に理解するとともに、これまでの学習プロセス全体をふりかえり、自己の成長を確認します				
学習目標(複数可)	1. 専門家からの講評を真摯に受け止め、自身のビジネスアイデアの更なる発展に向けた課題を明確にできる。 2. 優秀チームの発表内容や審査員の視点を分析し、実社会で「応援される」ビジネスの本質(革新性・実現性等)を理解する。 3. これまでの全27回のプロセスを省察し、自身の中でどのアントレプレナー・マインドセットが最も成長したかを言語化できる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト(各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing:最終局面への問い】「この数ヶ月、皆さんが向き合ってきた課題は、今、どのように見えていますか?」と問いかける。結果の如何に関わらず、ゼロから価値を創り出した(Creating something from nothing)という起業家的な挑戦そのものの価値を提示する。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入】本日のゴールは、全ピッチを完遂すること、そして審査員からの「金言」を自身の将来のキャリア(キャリアを切り拓く力)の糧にすることであると提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、前回のピッチ内容や、中間チェックから今日に至るまでのブラッシュアップの軌跡を想起させる)。		10		
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示:審査の総評】全チームの発表終了後、審査員がルーブリックに基づき集計・協議した結果を待つ間、教員から「専門家が特に注目していたポイント(独自の知識、実現可能性、プレゼンスキル等)」を解説する。		15	展開	
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明:ふりかえりの視点】結果発表を待つ間、または発表後に記入する「最終ふりかえりシート」の書き方を説明する。マインドセット(8つのマインドセット)を具体的にどう発揮したかを重視するよう指導する。		5		
6. 練習の機会を作る	【学習活動:残りのピッチと表彰式】(残りのチームがある場合)ピッチと質疑応答を実施。その後、優秀チームの発表と表彰を行う。マインドセット「リスクを負う(Comfort with Risk)」を体現した全員に拍手を送る。		20		
7. フィードバックを与える	【対話の深化:審査員講評】地域のアントレプレナーから、総括としての講評を受ける。個別のビジネスアイデアの枠を超えて、地域社会における「起業家精神」の重要性について直接的なメッセージを受け取る。		15		
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ:全体リフレクション】「ふりかえり評価ルーブリック」に基づき、本日のピッチの手応えと、一連の学びのプロセスを通じた自身の変化をシートに記述する。		5	まとめ	
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「ピッチは終わりではなく、次なるアクションの始まりである」と激励する。次回「第28回:コースのふりかえり(レポート作成)」に向けた案内と、事後学習の指示をして締めくくる。		5		

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	アントレプレナーシップ演習	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第28回)	コースのふりかえり ～自己の成長と起業家精神の統合～				
学習概要(使用教材・事前学習)	全28回の講義と実践(デザイン思考、リーンキャンバス作成、実地研修、ビジネスピッチ)を振り返り、個人レポートを作成します。自身の中でどのアントレプレナー・マインドセットが成長したか、そしてこの学びを将来のキャリア(自分で自分のキャリアを切り拓く力)にどう活かすかを言語化し、クラス全体で共有します				
学習目標(複数可)	1. ビジネスアイデア立案からピッチまでのプロセスを省察し、自身の行動と成果を客観的に評価できる。 2. 8つのアントレプレナー・マインドセットで、自身が特に強化できたものと今後の課題を明確に説明できる。 3. 本演習での学びが、自身の将来のキャリア形成においてどのような意味を持つかを自分の言葉で表現できる。				
成績(理解度)評価方法	小テスト (各セクションで1回ずつ、計4回)、レポート、出席				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1. 学習者の注意を喚起する (注意をひく、興味を持ってもらう)	【Sensing: 変容への問い】「第1回の自分と今の自分、最も変わったと思うのはどこですか?」と問いかける。ゼロから価値を創造し、専門家にピッチした経験が、単なる知識ではなく「生きる力」に変わっていることを提示し、ふりかえりへの意欲を高める。		10	導入	
2. 授業の目標を共有する	【導入: 学びの集大成】本日のゴールは、演習全体のプロセスを総括するレポートを完成させ、自身の「アントレプレナー・マインドセット」の現在地を確認することであると提示する。		5		
3. 前提条件を思い出させる (以前の学習を思い出してもらう)	(導入の中で、デザイン思考のワークから始まり、レストラン戦争、雑誌ゲーム、実地研修、そして最終ピッチへと至った15週間の軌跡をスライドで提示する)。		5		
4. 新しい事項を提示する (学習内容を伝達する)	【情報提示: マインドセットの再確認】8つのアントレプレナー・マインドセット(計画実行力、批判的思考力、適応力、独創的発想力等)を改めて提示し、それぞれの定義を再確認する。起業家精神とは「自分で自分のキャリアを切り拓く力」であることを強調する。		15	情報提示	
5. 学習の方針を与える (理解を促進する手法を用いる)	【ワーク説明: レポート作成の視点】最終レポートの構成案を示す。「どの事象でどのマインドセットを発揮したか」「他者との協働(コラボレーション)で得た気づきは何か」など、具体的なエピソードを交えて記述するよう指導する。		10		
6. 練習の機会を作る	【学習活動: 個人レポート作成】15週間のワークシートやリーンキャンバス、ピッチのフィードバックを見返しながら、個人レポートを作成する。マインドセットの成長を、自身の具体的な行動変容と結びつけて深く内省する。		30	学習活動	
7. フィードバックを与える	【対話の深化: 全体共有】作成したレポートの一部を、隣の席やクラス全体で共有する(Think-Pair-Share)。仲間の変化や気づきを聴くことで、自分自身の学びを多角的な視点から再確認し、互いの挑戦を称え合う。		10		
8. 学習の成果・達成度を評価する	【まとめ: 成果物の提出】最終レポートおよびEMIアンケート(事後)を提出する。教員は、学生が自身の言葉で「キャリアを切り拓く力」を定義できているかを確認する。			まとめ	
9. 保持と転移を高める (次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	【最終クロージング】「演習は終わるが、君たちのアントレプレナーシップはここから始まる」と伝える。学んだスキルとマインドセットを、明日からの学生生活や将来の仕事にどう応用するか、最後の問いを投げかけてコースを締めくくる。		5		
			合計	90	分