

高等学校 商業 観光ビジネス 訪日外国人の動向理解

『「観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴」でのRESAS活用』

※2025年3月のRESAS新システムへの移行に伴い、従前のマップ・メニューと内容が異なる場合があります。そのため、新システムが正式に稼働しますと、一部記載のとおり授業を進められなくなりますことをご了承ください。

1. 実施学年, 教科など

教科「商業」科目「観光ビジネス」

単元「観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴」

2. 単元の見直し

観光情報の発信、観光キャンペーンの実施、対象となる顧客や顧客の居住地域などを踏まえたプロモーションなど実際の観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴について扱い、具体的な事例を用いて分析し、考察する学習活動を取り入れる。

3. 本単元で活用するRESASのマップ

観光マップ⇒外国人⇒

外国人訪問分析・滞在分析・メッシュ・入出国空港分析・移動相関分析・消費の比較・消費の構造（クレジット・免税取引）

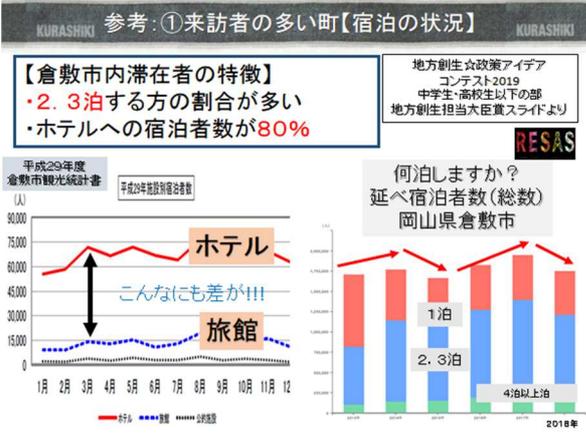
4. 指導計画（4時間）

指導項目「観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴」

時	学習活動・学習内容	指導上の留意点、教材・資料																					
1	<p>○観光ビジネスの動向を理解する。 （観光の多様化及び訪日旅行について）</p> <p>○訪日外国人上位国の滞在スタイルや動向などを RESAS を活用して収集する。 その際、ワークシート①②を活用し、情報整理する。 【ワークシート①】</p> <div data-bbox="183 884 699 1261" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">ワークシート① RESAS副教材検討委員会 教科「商業」科目「観光ビジネス」</p> <p style="text-align: center;">データ整理ワークシート：観光マップ<外国人の動向</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">分析</th> <th style="width: 45%;">例) A県</th> <th style="width: 40%;">県の様子</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>滞在 ランキング 推移など</td> <td>台湾・大韓民国・香港 中華人民共和国・アメリカ合衆国が多く、台湾からの訪日外国人が圧倒的に多い。 2017年から台湾からの旅行者が急増している。</td> <td></td> </tr> <tr> <td>入出国 空港</td> <td>中国地方の入出国は香川県が多く、次いで広島県、岡山県は3番目であった。</td> <td></td> </tr> <tr> <td>移動 相関</td> <td>A県の直前の滞在地は大府府が一番多く、次いで広島県、兵庫県。 直後の滞在地は広島県、次いで大府府、京都府。</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>【ワークシート②】</p> <div data-bbox="183 1294 699 1671" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">ワークシート② RESAS副教材検討委員会 教科「商業」科目「観光ビジネス」</p> <p style="text-align: center;">データ整理ワークシート：観光マップ<外国人の動向</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">分析</th> <th style="width: 45%;">例) A県</th> <th style="width: 40%;">県の様子</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>消費 比較 (クレジット・免税)</td> <td>A県での消費額は、台湾・香港・中国の順である。 一般のデパート、宿泊施設、ファッション小物などのクレジットカード取引が多い。</td> <td></td> </tr> <tr> <td>消費構造 (クレジット・免税)</td> <td>小売<家電小売<家電量販店の消費額上位は、大府府が1位、次いで北海道、福岡県知。A県は11位である。 表示する部門を指定すると部門<中分類<小分類までの消費の構造を把握できる。</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>	分析	例) A県	県の様子	滞在 ランキング 推移など	台湾・大韓民国・香港 中華人民共和国・アメリカ合衆国が多く、台湾からの訪日外国人が圧倒的に多い。 2017年から台湾からの旅行者が急増している。		入出国 空港	中国地方の入出国は香川県が多く、次いで広島県、岡山県は3番目であった。		移動 相関	A県の直前の滞在地は大府府が一番多く、次いで広島県、兵庫県。 直後の滞在地は広島県、次いで大府府、京都府。		分析	例) A県	県の様子	消費 比較 (クレジット・免税)	A県での消費額は、台湾・香港・中国の順である。 一般のデパート、宿泊施設、ファッション小物などのクレジットカード取引が多い。		消費構造 (クレジット・免税)	小売<家電小売<家電量販店の消費額上位は、大府府が1位、次いで北海道、福岡県知。A県は11位である。 表示する部門を指定すると部門<中分類<小分類までの消費の構造を把握できる。		<p>・訪日旅行者をイメージさせる。（画像・資料・新聞など）</p> <p>・観光マップ⇒外国人⇒外国人訪問分析・滞在分析・メッシュ・入出国空港分析・移動相関分析・消費の比較・消費の構造（クレジット・免税取引）のデータから調査対象地域の傾向を考察させる。</p> <p>・観光マップの活用事例（スライド資料）を説明する。推移・ランキングなどの見方を解説する。</p> <div data-bbox="909 974 1268 1254" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">教科「商業」科目「観光ビジネス」</p> <p style="text-align: center;">国・地域別訪問者数推移 岡山県 2018年10-12月期 すべての目的</p> <p style="text-align: center;">観光マップ⇒外国人⇒外国人訪問分析</p> <p style="text-align: center; font-size: small;">© 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部 ビッグデータチーム RESAS副教材検討委員会</p> <p style="text-align: center;">外国人訪問 国別の推移</p> </div> <div data-bbox="909 1310 1268 1601" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">教科「商業」科目「観光ビジネス」</p> <p style="text-align: center;">国・地域別訪問者数 岡山県 2018年10-12月期 すべての目的</p> <p style="text-align: center;">観光マップ⇒外国人⇒外国人訪問分析</p> <p style="text-align: center; font-size: small;">© 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部 ビッグデータチーム RESAS副教材検討委員会</p> <p style="text-align: center;">外国人訪問ランキング</p> </div>
分析	例) A県	県の様子																					
滞在 ランキング 推移など	台湾・大韓民国・香港 中華人民共和国・アメリカ合衆国が多く、台湾からの訪日外国人が圧倒的に多い。 2017年から台湾からの旅行者が急増している。																						
入出国 空港	中国地方の入出国は香川県が多く、次いで広島県、岡山県は3番目であった。																						
移動 相関	A県の直前の滞在地は大府府が一番多く、次いで広島県、兵庫県。 直後の滞在地は広島県、次いで大府府、京都府。																						
分析	例) A県	県の様子																					
消費 比較 (クレジット・免税)	A県での消費額は、台湾・香港・中国の順である。 一般のデパート、宿泊施設、ファッション小物などのクレジットカード取引が多い。																						
消費構造 (クレジット・免税)	小売<家電小売<家電量販店の消費額上位は、大府府が1位、次いで北海道、福岡県知。A県は11位である。 表示する部門を指定すると部門<中分類<小分類までの消費の構造を把握できる。																						
2	<p>○RESAS以外の活用、情報収集・共有・整理をする。 （例）訪問者分析の上位国もしくは、RESASで把握できる情報を分担し、情報収集する。</p> <p>○様々な情報共有をする。 ワールドカフェ形式により、情報共有をする。</p> <p>○対象となる顧客や顧客の居住地域にあわせたサービス、プロモーションなどマーケティングの事例を理解する。</p>	<p>・観光庁、市町村の観光統計書、空港情報などを提示する。POS 情報（True Data）、観光プラットフォームなどの民間事業者のデータも参考となることを紹介する。</p> <p>・RESAS以外の情報収集をする。</p> <p>・RESASと関連する情報を結び付ける。</p> <p>・情報共有を行うことで、情報が増えたり、多様な視点を持つことができるように指示をする。</p> <p>・訪日外国人をターゲットとしたサービスやプロモーションなど実際の観光ビジネスにおけるマーケティングの事例を例示し、次回の予告と準備を指示する。</p>																					

3	○RESASデータと他のデータを関連させ、来訪する外国人について仮説を立て、資料を読み取り、総合的に理解する。 ○訪日外国人を対象としたマーケティングを考察する（本時）	・訪日外国人へのマーケティングを専門とする情報サイトなどを参考にニーズを捉えさせる。 ・創生計画、市町村のデータ、新聞なども活用
4	○ワークシート③④にまとめたことを発表する。 ○情報共有、他者評価をする。	

5. 本時の学習（3／4時間）

	学習活動・学習内容	指導上の留意点、教材・資料								
導入	<ul style="list-style-type: none"> 本時の目標を示す。 「訪日外国人の動向について根拠にもとづいて考察する。」 地域に来訪する外国人の動向の仮説を立てる 	<ul style="list-style-type: none"> 前時までの情報を整理する。 								
展開	<ul style="list-style-type: none"> RESASデータと他のデータや資料から訪日外国人の動向を分析し、考察する。 RESASデータと関連すると考えられる他のデータを組み合わせることを確認する。 【ワークシート③】プレゼンテーションソフトを活用 	<p>参考として、地方創生☆政策アイデアコンテスト2019（中学生・高校生以下の部 地方創生担当大臣賞）スライドから RESAS データと関連データを組み合わせる例を紹介する。</p> <p>【参考スライド】</p>  <p>(例) RESAS 観光マップから見る外国人訪問分析</p>  <p>(例) 岡山空港 就航路線マップ</p> 								
	<p>ワークシート③ RESAS副教材検討委員会 教科「商業」科目「観光ビジネス」</p> <p>仮説:</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>RESAS グラフを貼り付ける</p> </td> <td> <p>だと思える RESAS以外 関連するデータを貼り付ける</p> </td> </tr> <tr> <td>このデータについて文章説明</td> <td>このデータについて文章説明</td> </tr> <tr> <td>利用マップ(例) 観光→外国人→訪問分析</td> <td>出典(例) 市観光統計書 県観光連盟など</td> </tr> </table> <p>【ワークシート④】</p> <p>ワークシート④ RESAS副教材検討委員会 教科「商業」科目「観光ビジネス」</p> <p>テーマ:</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>① 見方 データから読み取れること、理解したことを客観的に述べる。 このことが根拠となる観光プロモーション例を調べる。</p> <p>画像などははりつけてもよい。ただし、出典を明記しよう。</p> <p>まとめ:</p> </td> <td> <p>② 考え 効果的な観光情報の発信 観光キャンペーンの実施など 自分のなりの考え方をまとめる。</p> </td> </tr> </table> <p>である。</p> <ul style="list-style-type: none"> 効果的な観光情報の発信、観光キャンペーンの実施、対象となる顧客や顧客の居住地域などを踏まえたサービスやプロモーションなど実際のマーケティングを考察する。 	<p>RESAS グラフを貼り付ける</p>	<p>だと思える RESAS以外 関連するデータを貼り付ける</p>	このデータについて文章説明	このデータについて文章説明	利用マップ(例) 観光→外国人→訪問分析	出典(例) 市観光統計書 県観光連盟など	<p>① 見方 データから読み取れること、理解したことを客観的に述べる。 このことが根拠となる観光プロモーション例を調べる。</p> <p>画像などははりつけてもよい。ただし、出典を明記しよう。</p> <p>まとめ:</p>	<p>② 考え 効果的な観光情報の発信 観光キャンペーンの実施など 自分のなりの考え方をまとめる。</p>	<p>・効果的なサービスやプロモーションなどのマーケティングの在り方を考察させる。</p>
<p>RESAS グラフを貼り付ける</p>	<p>だと思える RESAS以外 関連するデータを貼り付ける</p>									
このデータについて文章説明	このデータについて文章説明									
利用マップ(例) 観光→外国人→訪問分析	出典(例) 市観光統計書 県観光連盟など									
<p>① 見方 データから読み取れること、理解したことを客観的に述べる。 このことが根拠となる観光プロモーション例を調べる。</p> <p>画像などははりつけてもよい。ただし、出典を明記しよう。</p> <p>まとめ:</p>	<p>② 考え 効果的な観光情報の発信 観光キャンペーンの実施など 自分のなりの考え方をまとめる。</p>									

ま と め	<ul style="list-style-type: none"> ・個人または、グループでの発表および評価をする。 ・振り返り 	<ul style="list-style-type: none"> ・データとデータの関連性、考察についてポイントを絞っての発表を促す。
-------------	---	--

6. 本時（または本単元）でRESASを活用する意義

観光振興策の考案などの際には科学的な根拠に基づいて行うことが重要とされている。RESASでは、都道府県単位までのデータ把握に留まり、さらなる探究は、観光プラットフォームや観光庁のデータ、都道府県、市町村の観光統計などと組み合わせながら、学習活動を進めていくことが有効である。

本授業案の時数は、最も短時間で実施する場合を想定している。データ分析をより丁寧に深く取り組んだり、発表に時間をかけるなど、時数を増やして実施することも考えられる。

設定した単元「観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴」では、RESAS データと他のデータを関連させて、仮説を立てた上での考察に注力した。4 時間を想定しているため、効果的なプロモーションまで着地できないことも予想される。指導項目「顧客の理解」まで引き継ぐことも想定される。