

商業科「マーケティング」学習指導案

1 単元について

(1) 単元名「第2章 市場調査

1. 市場調査の意味 2. 市場調査の手順 3. 実態調査の方法」

(2) 単元の概要と目標

何ができるようになるか	
市場調査の目的と方法など市場調査に関する知識、技術などを基盤として、市場調査や統計に関する理論などを科学的な根拠に基づいて、マーケティングに必要な情報の収集と分析について、組織の一員としての役割を果たすことができるようになる。	
何を学ぶか	どのように学ぶか
・統計的手法を用いた情報の分析方法について学ぶ。	マーケティングにおける様々な市場調査の目的、仮説の構築からその検証までの手順、既存の資料による調査と実態調査から考察や討論を行う。

(3) 単元の評価規準

知識・技術	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
市場調査の目的と方法を理解し、簡単な統計分析の技法が身についている。	様々な既存資料を科学的な根拠に基づいて分析し、調査仮説を設定し、それらを適切に絞り込み、残った仮説を検証するという一連の考察ができる。	学んだ知識を活用しながら自ら考え判断し自らの学習を調整しながら粘り強く主体的かつ協働的に取り組もうとしている。

(4) 指導と評価の計画 (6) 時間

太枠が本時の授業

次程	学習活動	評価の観点			評価規準・評価方法
		知	思	主	
第一次 (3時間)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> [ねらい] 統計資料を用いて課題を設定し、マーケティングに必要な情報の収集と分析を行う。 </div>				
	<p>■現代市場の動向を整理し、物ばなれ変化、わが国の人口ピラミッドから統計を読み取り、気付いたことをワークシートに整理する。</p> <p>■ワークシート記入</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産方式の変遷と多品種少量生産の必然性、産業構造の変化とサービス経済化の傾向を理解させる。 ・マーケティングの全体像をつかむとともに、内容と手順、管理手法を理解させる。 <p>■ワークシート記入</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全数調査と標本調査について理解させる。 ・標本調査の正しい手順について把握させる。 <p>■単元テスト</p>	●		<p>【知技】</p> <p>[単元テスト]</p> <p>市場調査の内容を理解している。</p>	

<p>第二次 (2時間)</p>	<p>■グループワーク 「調査仮説の設定→絞り込み→本格的検証」という形で理解させる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場調査の手順を、具体的な事例を元に把握させる。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>都城市の統計データを元に、市場調査の手順を踏みながら予備調査を基本に検証していく。</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> 調査仮説「少子化問題は、生涯未婚率が原因ではないか」 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>総務省統計局出典の「生涯未婚率の推移」の調査結果から分かることを自ら考え、その後グループワークで共有する。</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> 調査仮説→予備調査の手順を実際に行う。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>クラス内で、アンケート調査を実際に行い、集計し分析する</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> アンケート調査の結果から、仮説の検証を行い、未来志向で考える。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>都城市の人口増加のために、私たちは何ができるかグループで考え、発表させる。</p> </div>		●	<p>【思判表】 [グループワーク] ・統計から課題を発見し、問題解決の方策を考えることができる。</p>
<p>第三次 (2時間)</p>	<p>■「宮崎県観光入込客統計調査」における学習</p> <ul style="list-style-type: none"> 資料から SWOT 分析を行わせる <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>教科書で振り返りを行わせて、統計資料から自ら考えさせ、グループで共有させる。</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> 上位 10 県の傾向を考えさせる。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>グループで 1 つの県を選び、インターネットで検索させその特徴について考えさせる。</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> 経営者の視点から考えさせる。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>宮崎の晴天日数等を考慮し、敢えて 6 月の梅雨時期に設定することで課題を明確化し考えを深めさせる。</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> 授業の振り返り 		● ● ●	<p>【思判表】 [ワークシート] 経営者の視点からマーケティング手法を用い考えることができる。 【主体】 [グループワーク] 話し合いをリードし協働的に取り組むことができる。 【主体】 [グループワーク] 学びを振り返ることができる。</p>

(5) 本時の授業計画

段階	学習内容・活動	指導上の留意点	評価規準 ・評価方法
導入 5分	<p style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px;">[ねらい] 市場調査で得られた情報などに基づいて、統計的手法を用いた情報を分析し、ビジネスの観点で提案を行う</p> <p>■宮崎県観光入込客統計資料を用いて、宮崎の観光を統計的に分析させる。</p>	<p>・前回までの授業で学習した基本的な知識について確認する。</p>	
展開 35分	<p>■宮崎県観光入込客統計資料からSWOT分析を行わせる。</p> <p>■上位10県からどのような傾向があるか</p> <p>■経営者の視点から宿泊者の増加に向けた方策を考える。</p> <p>■発表</p>	<p>・統計資料を読ませ、課題に取り組みさせる。 机間指導を行い、課題内容を理解できていない生徒(グループ)には互いに相談するように促す。</p> <p>・1つの県を選びインターネットを活用させながら、他県の傾向から学ばせる。</p> <p>・6月の梅雨時期を設定し、経営者の視点から統計資料やインターネットで検索を行いながら方策を考えさせる。 ・それぞれ自分の班の考えと理由を述べさせ、他の人の意見をつなげ、発表者の意見を反復し、否定せず認め自分の考えについて振り返らせる。また「ビジネス」の観点で考えるように指導する。</p>	<p>【思判表】 [ワークシート] 経営者の視点からマーケティング手法を用い考えることができる。 【主体】 [グループワーク] 話し合いをリードし協働的に取り組むことができる。</p>
まとめ 10分	<p>■[ワークシートのまとめ 振り返り]</p>	<p>・授業内で感じたこと、気づいたことを書かせることで、リフレクションを行い、定着を図る</p>	<p>【主体】 [グループワーク] 学びを振り返ることができる。</p>

第2章 市場調査の意味

1 市場調査の意味

1 市場調査の必要性

() を効果的に行うためには、市場の () や () に関して、あらゆる () を入手し、活動の方向性を見極める必要がある。そのために実施するのが**市場調査**である。

- ・ () : 何か足りないという感じ、またはその人をその解消へと駆り立てる心理状態のことである。
- ・ () : () を具体化する、躯体的な () や () を入手しようとする意図のことである。

2 市場調査の内容

(1) 需要の分析

- ・ **需要量分析** : 現在の () だけでなく、() についても分析する。
- ・ **消費者分析** : () の消費者集団について、年齢や性・職業といった () を分析する。
- ・ **購買行動分析** : 顧客の () や () 、企業からの刺激への反応などを分析する。
- ・ **商品分析** : 商品の特性と () との間の () を分析する。

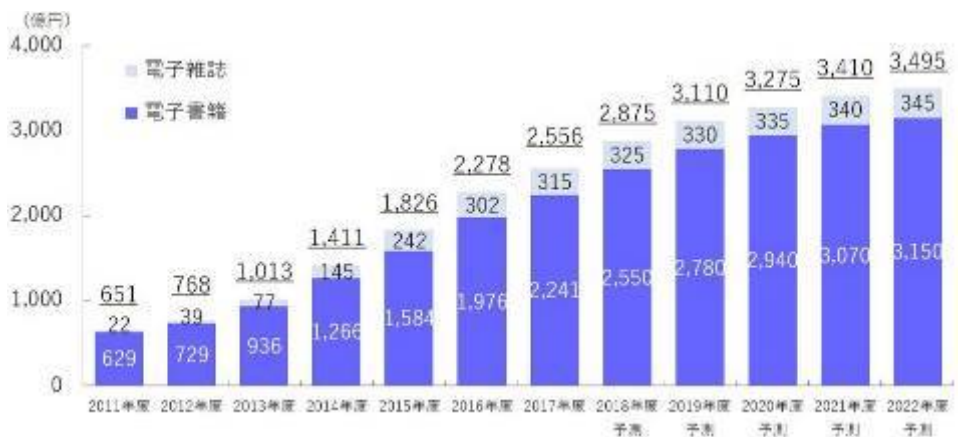
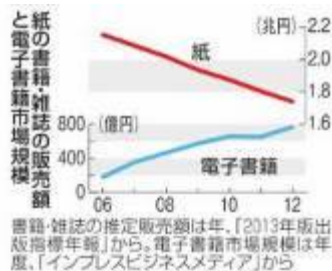
(2) 販売効率の分析

- ・ **販売員活動分析** : 自社の () や () について、活動上の改善点を探る。
- ・ **広告効果分析** : 実施した広告について、その () と () の関係を分析する。
費用対効果
- ・ **販売経路分析** : 自社商品の () や () について、() のための方策を探る。

(3) 企業環境の分析

- ・ **競争関係分析** : 競争企業の () や () を、自社との () で分析する。
- ・ **景気動向分析** : () や () など、様々な指標を用いて、景気の () を分析する。
- ・ **環境条件分析** : これから自社の活動に () を与えそうな () を分析する。

電子書籍についての分析資料



第2章 市場調査の意味

2 市場調査の手順

1 状況分析

実態調査を実施する前に、既存資料を（ ）・（ ）し、問題点の周辺を整理して、予想される（ ）を（ ）として設定する活動。

(1) 内部（既存）資料の利用

・（ ）の記録を用いた販売分析、（ ）・（ ）の分析、（ ）の分析などを行う。

(2) 外部（既存）資料の利用

・（ ）や（ ）、統計資料、専門書、雑誌、業界新聞などを用いて分析を行う。



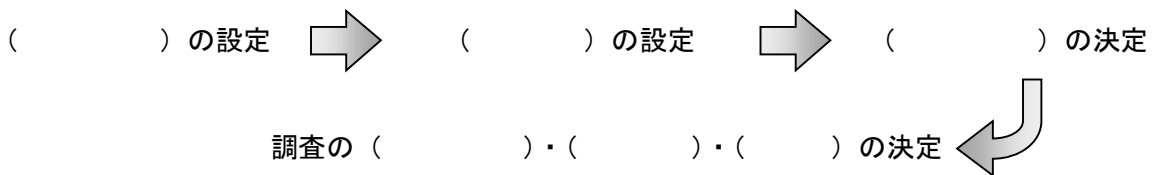
2 予備調査

（ ）に先立って、少量の（ ）：（ ）、（ ）など）を対象に調査を実施し、（ ）の点から仮説を絞り込む活動。

3 本調査

十分に絞り込まれた（ ）を本格的に検証する活動。いわゆる（ ）のことである。

(1) 調査計画の立案



第2章 市場調査の意味

(2) 資料の収集

・ 詳細な () に基づいて行う。

(3) 資料の () ・ () ・ ()

・ 回収した資料から () を得る作業である。

(4) 調査結果の () と ()

・ () を作成して関係者に配布し、さらに説明会を開催して () や () を行う

・ 提案や勧告の実施状況を見守り、その () を検証して () の必要性を探る。

3 実態調査の方法

1 ◎調査対象を決める方法

○有意抽出法

○無作為抽出法

・ () …… もっとも簡単で基本的な標本抽出法。調査対象者全体のリストがあることを前提として、乱数表やくじなどを用いて標本を選ぶ。

・ () …… 母集団全員に通し番号 (1, 2, 3, 4, 5, ……) をつけ等間隔で標本を抽出し
ていく方法。労力が少なく誤りが少ない。

・ () …… 調査目的に応じて母集団を層化し、各層からその割合に応じて必要な標本を抽出する。

・ () …… 母集団を、その縮図となるようないくつかの小集団に分け、原則としてその各小集団からそれぞれの標本を抽出する。

・ () …… 母集団の中から第一次標本を抽出し、更にその中から第二次標本を抽出するというように抽出作業を多段階にわたって行う方法。

◎資料を集める方法

○ () …… 事実調査、意見調査、解釈調査の三種類がある。総合的にアンケートとして質問票にして全てを調査する。

○ () …… 調査員が調査対象を直接観察してデータを収集するところに特徴がある。

○ () …… 特定のマーケティング活動の成果を知るために、実験を行って情報を収集する方法。

復習問題

3. 【標本抽出の手順例】

手順1. 母集団の設定

自校の生徒 600 人 (1 年生 205 人 2 年生 200 人 3 年生 195 人) を母集団とする。

手順2. 調査台帳の設定

自校の生徒 600 人を調査台帳に掲載し、次のように通し番号をつける。

1 年生 : 1~205 2 年生 : 206~405 3 年生 : 406~600

手順3. 標本数の算定

第2章 市場調査の意味

$$600 \text{ 人} \times (\quad) = (\quad) \text{ 人}$$

手順4. 標本の抽出

下記のように乱数表から3桁の数字60個を読み取り、その番号の生徒を標本として調査台帳（母集団）から抽出する。ただし、600以上の数字が出た場合は読み捨てる。

【乱数表から読み取った数字】

245 339 423 550 164 216 399
 521 263 472 334 440 510 239
 233 391 434 449
 224
 (合計 60 個)

【調査台帳から抽出した標本】

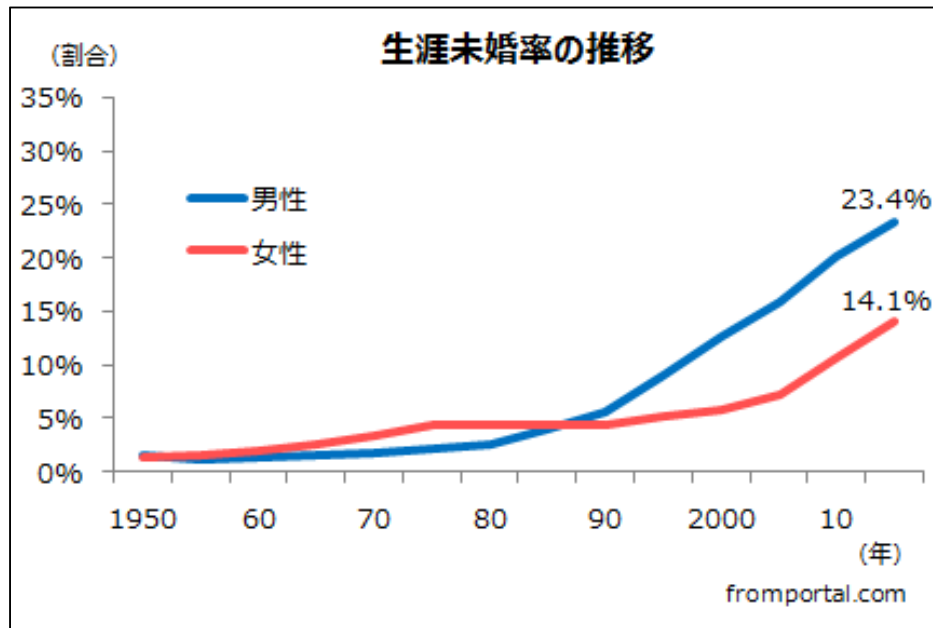
245 21HR39 番 女 ○○花子
 339 24HR25 番 女 ××美智子
 423 31HR12 番 男 △△太郎
 ・
 ・

自己評価

自ら進んで学習に取り組むことができましたか。	5	4	3	2	1
学習内容を理解することができたか。	5	4	3	2	1
自ら考えグループ活動でも積極的に取り組むことができましたか。	5	4	3	2	1

第2章 市場調査

調査仮説「少子化問題は、生涯未婚率が原因ではないか」



(出典) 総務省統計局

問1 上記の調査結果からどのような事がわかるでしょうか。自分自身で考えてみましょう。

問2 4人グループで意見交換をしましょう。

第2章 市場調査

予備調査

クラス内で、アンケート調査をしてみましょう。

アンケート調査

当てはまる所に○で囲んでください。

問 あなたは結婚したいですか、したくないですか。

結婚したい ・ 結婚したくない

問 あなたは子どもが欲しいですか。

子どもが欲しい ・ 子どもが欲しくない

ご協力ありがとうございました。

クラス内で集計をしましょう。

問 あなたは結婚したいですか、したくないですか。

結婚したい ・ 結婚したくない

問 あなたは子どもが欲しいですか。

子どもが欲しい ・ 子どもが欲しくない

第2章 市場調査

問3 アンケート結果から、結婚したい人が（ ）のにデータからは、未婚が多いのかグループで話し合ってみましょう。

問4 少子化対策として、都城市の人口を増やすためにはこれから私たちは何をしなければならないのでしょうか。

個人ワーク

グループワーク

授業で学んだことや感想を書いてください。

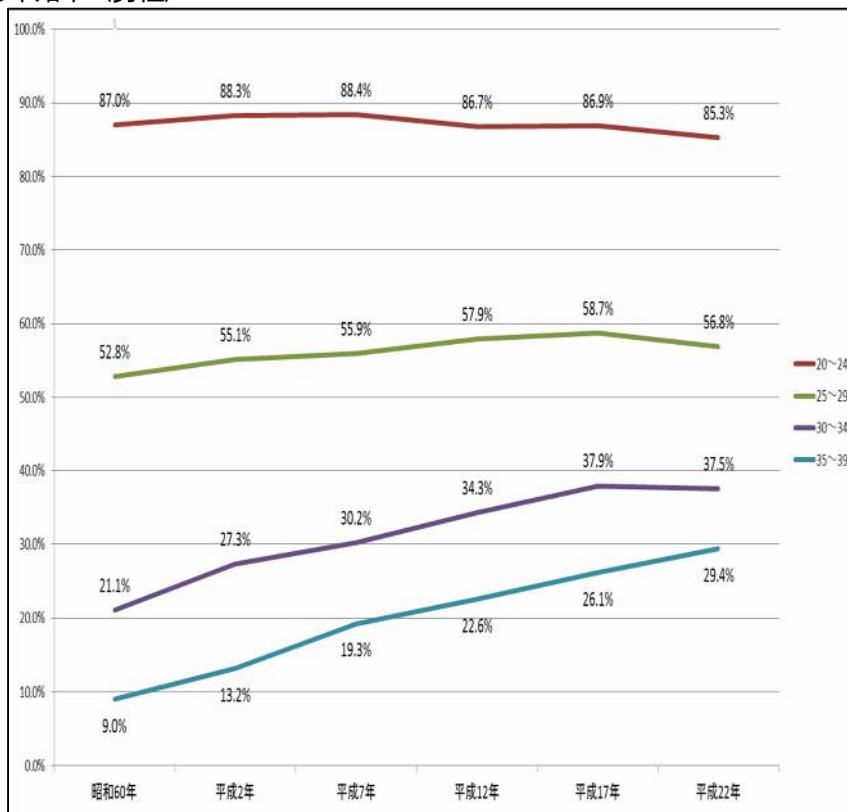
評価【思判表】

評価【主体】

() HR() 番氏名 ()

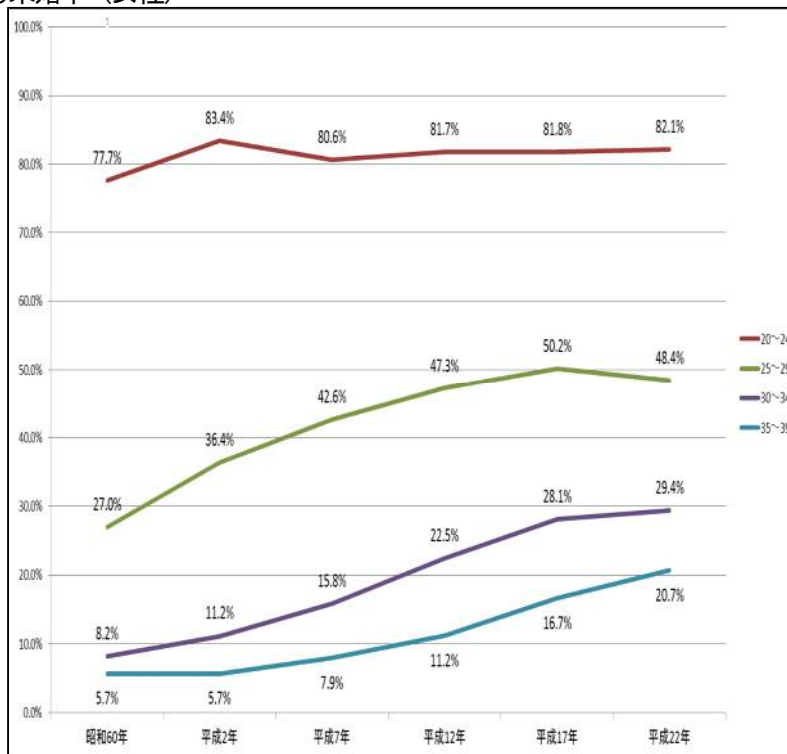
第2章 市場調査

都城市における未婚率（男性）



(出典) 都城市少子化対策強化計画

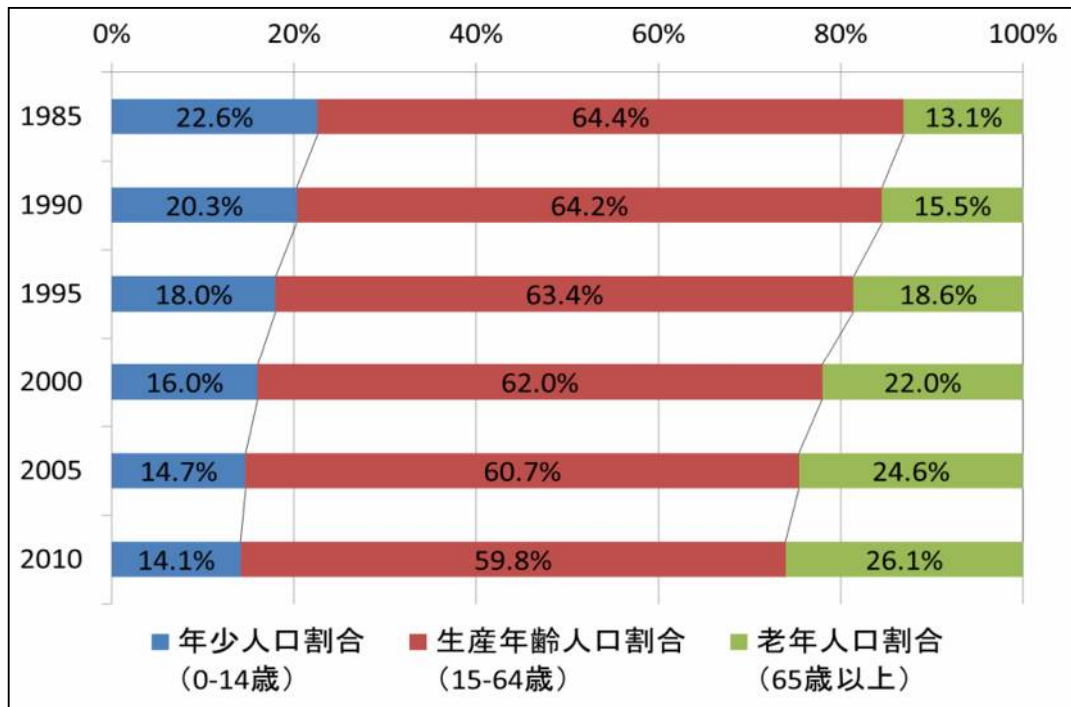
都城市における未婚率（女性）



(出典) 都城市少子化対策強化計画

() HR () 番氏名 ()

第2章 市場調査



(出典) 都城市少子化対策強化計画

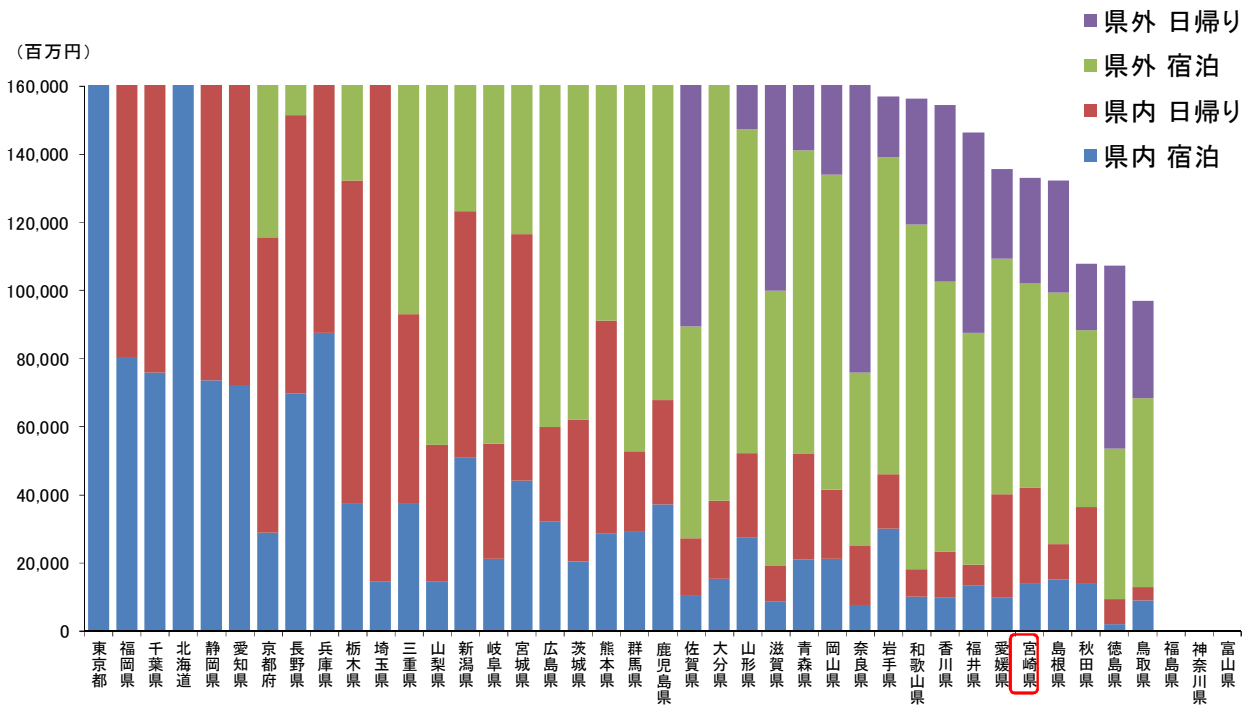
観光消費額（全国との比較）

(百万円)

順位	都道府県	県内		県外		合計
		宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	
1	東京都	430,638	1,346,401	1,907,615	2,005,100	5,689,754
2	福岡県	80,265	516,862	306,788	441,232	1,345,147
3	千葉県	75,950	193,830	598,562	339,285	1,207,627
4	北海道	214,136	141,918	643,594	4,175	1,003,823
5	静岡県	73,677	162,532	395,242	236,322	867,773
6	愛知県	72,149	244,469	283,224	232,199	832,041
7	京都府	29,078	86,712	325,898	301,118	742,806
8	長野県	69,850	81,775	397,436	182,892	731,953
9	兵庫県	87,591	128,663	246,755	240,068	703,077
10	栃木県	37,502	94,841	234,414	252,714	619,471
11	埼玉県	14,788	261,732	88,596	216,540	581,656
12	三重県	37,617	55,570	207,005	189,545	489,737
13	山梨県	14,682	40,187	188,960	171,834	415,663
14	新潟県	51,197	72,247	162,626	66,694	352,764
15	岐阜県	21,321	33,823	121,878	134,357	311,379
16	宮城県	44,283	72,377	153,289	34,468	304,417
17	広島県	32,225	27,826	200,645	33,713	294,409
18	茨城県	20,590	41,499	111,226	99,755	273,070
19	熊本県	28,876	62,315	118,906	59,961	270,058
20	群馬県	29,199	23,635	163,026	49,954	265,814

(百万円)

順位	都道府県	県内		県外		合計
		宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	
21	鹿児島県	37,234	30,627	172,709	16,979	257,549
22	佐賀県	10,414	16,863	62,220	153,382	242,879
23	大分県	15,443	22,901	130,085	36,669	205,098
24	山形県	27,550	24,844	95,083	57,341	204,818
25	滋賀県	8,883	10,378	80,873	86,206	186,340
26	青森県	21,039	31,137	89,142	32,159	173,477
27	岡山県	21,337	20,235	92,649	36,097	170,318
28	奈良県	7,687	17,435	50,853	85,429	161,404
29	岩手県	30,220	15,891	93,166	17,745	157,022
30	和歌山県	10,192	8,195	101,087	37,107	156,581
31	香川県	10,046	13,336	79,358	51,846	154,586
32	福井県	13,540	6,149	68,034	58,772	146,495
33	愛媛県	9,992	30,358	69,178	26,228	135,756
34	宮崎県	14,083	28,041	60,020	30,962	133,106
35	島根県	15,279	10,323	73,848	33,026	132,476
36	秋田県	13,917	22,589	51,985	19,467	107,958
37	徳島県	2,038	7,377	44,247	53,820	107,482
38	鳥取県	9,121	3,937	55,353	28,646	97,057
	福島県	※集計中				
	神奈川県					
	富山県					
	石川県					
	山口県					
	高知県					
	長崎県					
	沖縄県					
	大阪府	※大阪府は当調査を導入していない。				



出典：観光庁「平成28年観光入込客統計調査」

観光入込客数（全国との比較）

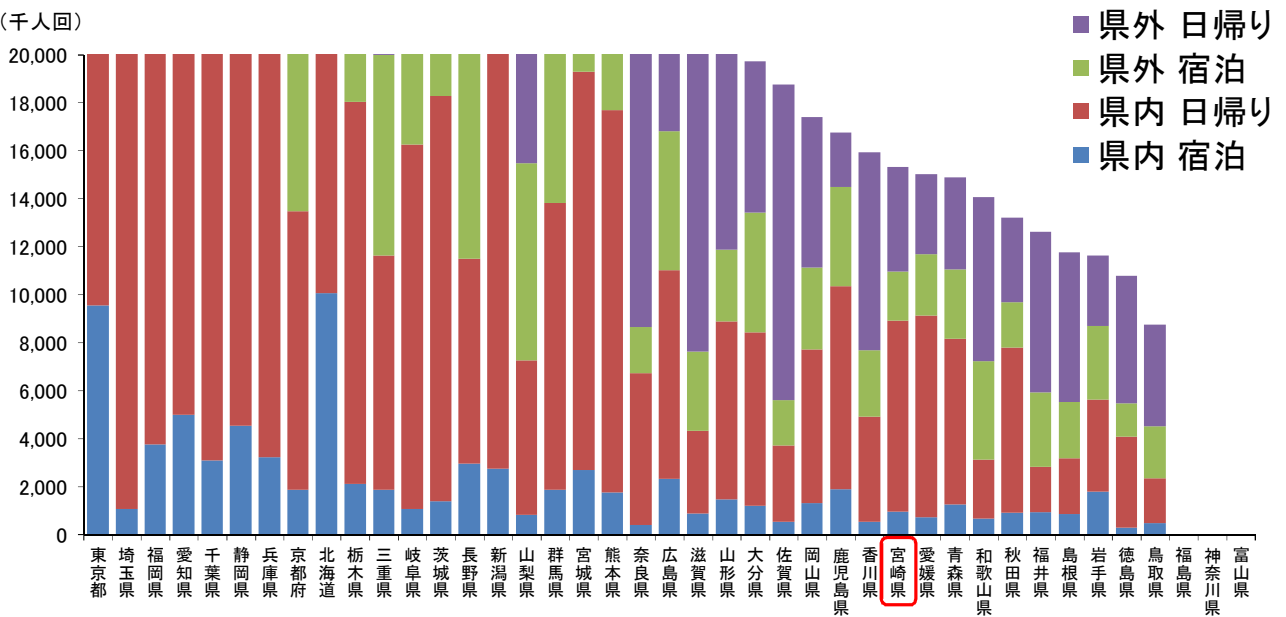
(千人回)

順位	都道府県	県内		県外		合計
		宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	
1	東京都	9,540	260,964	33,528	223,371	527,403
2	埼玉県	1,073	72,643	3,500	38,187	115,403
3	福岡県	3,762	72,515	8,811	26,656	111,744
4	愛知県	4,979	59,763	11,365	33,698	109,805
5	千葉県	3,098	42,674	18,124	38,435	102,331
6	静岡県	4,522	32,961	18,216	22,918	78,617
7	兵庫県	3,220	24,638	8,415	34,993	71,266
8	京都府	1,872	11,597	11,472	32,093	57,034
9	北海道	10,045	36,198	7,965	186	54,394
10	栃木県	2,104	15,921	9,009	24,882	51,916
11	三重県	1,864	9,768	8,346	28,013	47,991
12	岐阜県	1,054	15,184	5,029	25,696	46,963
13	茨城県	1,373	16,898	3,971	19,130	41,372
14	長野県	2,967	8,530	11,985	15,610	39,092
15	新潟県	2,747	19,701	6,322	7,481	36,251
16	山梨県	816	6,445	8,210	16,575	32,046
17	群馬県	1,861	11,963	6,949	11,073	31,846
18	宮城県	2,682	16,617	5,107	5,661	30,067
19	熊本県	1,754	15,923	4,355	7,512	29,544
20	奈良県	397	6,314	1,921	16,256	24,888

(千人回)

順位	都道府県	県内		県外		合計
		宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	
21	広島県	2,327	8,696	5,786	4,284	21,093
22	滋賀県	886	3,442	3,296	12,766	20,390
23	山形県	1,459	7,414	2,993	8,455	20,321
24	大分県	1,191	7,232	4,982	6,316	19,721
25	佐賀県	522	3,186	1,886	13,166	18,760
26	岡山県	1,294	6,413	3,408	6,289	17,404
27	鹿児島県	1,900	8,435	4,150	2,271	16,756
28	香川県	539	4,362	2,774	8,251	15,926
29	宮崎県	950	7,956	2,058	4,340	15,304
30	愛媛県	723	8,392	2,574	3,340	15,029
31	青森県	1,241	6,926	2,877	3,834	14,878
32	和歌山県	661	2,463	4,107	6,830	14,062
33	秋田県	902	6,884	1,887	3,523	13,196
34	福井県	914	1,897	3,106	6,695	12,612
35	島根県	844	2,327	2,357	6,241	11,769
36	岩手県	1,777	3,842	3,068	2,933	11,620
37	徳島県	297	3,784	1,378	5,319	10,778
38	鳥取県	485	1,867	2,158	4,247	8,757
	福島県	※集計中				
	神奈川県					
	富山県					
	石川県					
	山口県					
	高知県					
	長崎県					
	沖縄県					
	大阪府	※大阪府は当調査を導入していない。				

(千人回)



出典：観光庁「平成28年観光入込客統計調査」

観光庁「宿泊旅行統計調査」

【宮崎県】

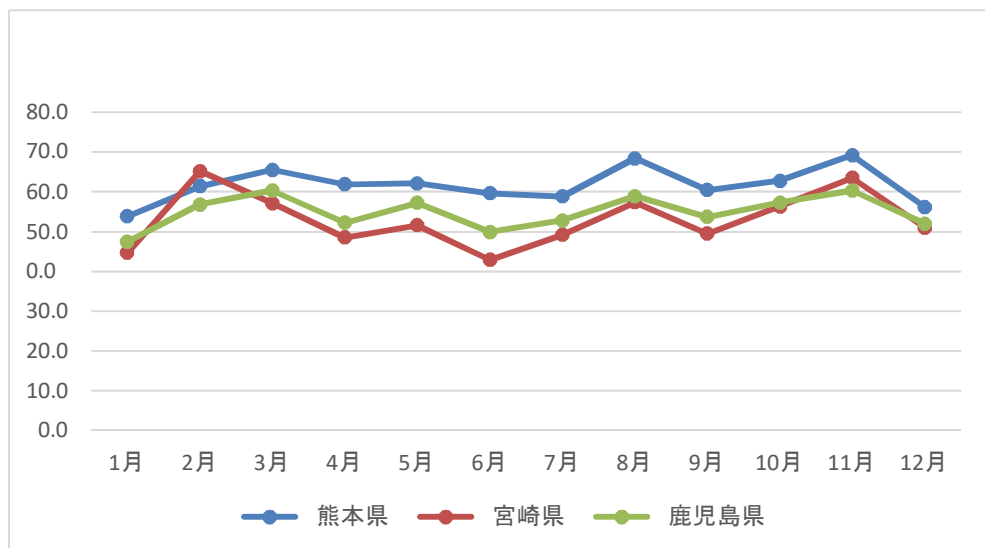
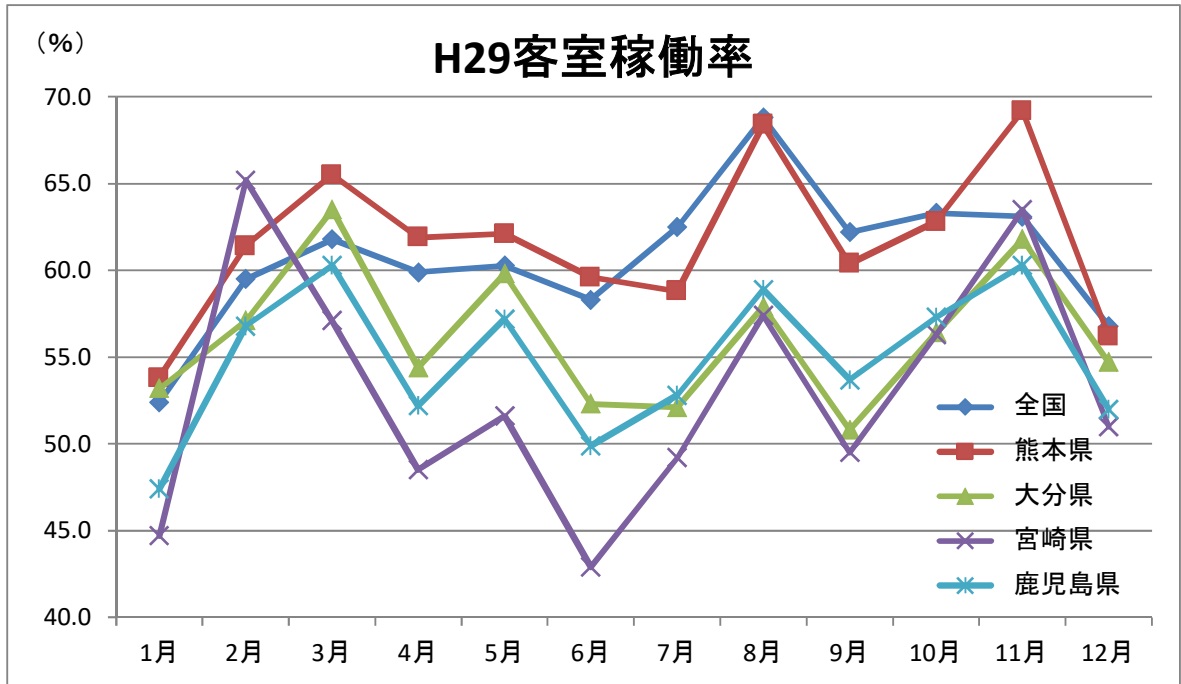
人泊

月	宿泊者数	外国人延べ宿泊者数	国籍(出身地)(21区分)																					
			韓国	中国	香港	台湾	アメリカ	カナダ	イギリス	ドイツ	フランス	ロシア	シンガポール	タイ	マレーシア	インド	オーストラリア	インドネシア	ベトナム	フィリピン	イタリア	スペイン	その他	
H27	1月	263,780	16,400	12,300	180	940	1,510	120	30	20	*10	0	0	180	40	0	*10	30	*10	0	0	0	0	370
	2月	339,370	15,850	10,060	430	1,180	2,950	90	0	20	20	*20	0	260	*30	20	20	*10	*10	0	*30	0	0	340
	3月	333,270	15,600	7,690	540	1,930	4,120	230	30	40	70	30	0	280	140	*10	*10	*30	20	0	*10	0	0	200
	4月	257,790	20,410	10,750	640	3,300	*4,040	290	20	20	40	*20	*10	*330	70	20	10	50	0	*30	*10	0	0	440
	5月	334,400	16,530	6,170	710	3,640	4,240	320	20	60	30	80	0	390	110	10	0	50	10	10	0	0	0	250
	6月	262,550	14,620	3,530	1,220	3,480	4,740	460	10	*10	20	20	0	640	50	*10	0	70	0	10	30	10	0	200
	7月	307,110	13,380	3,030	890	2,740	4,350	190	40	10	20	40	0	30	40	*10	20	30	10	30	*10	*150	0	770
	8月	436,890	17,420	6,590	1,070	3,120	4,890	280	*50	100	*60	40	*10	10	*20	*10	10	40	0	0	0	30	10	520
	9月	322,860	12,510	5,100	710	2,760	2,690	160	30	70	*10	10	0	150	20	*10	0	40	0	10	0	0	0	350
	10月	322,520	21,360	9,540	990	3,000	5,130	380	40	60	*190	30	10	580	*30	20	0	150	0	10	10	*10	0	390
	11月	314,910	18,550	8,540	440	3,590	3,670	170	60	50	*130	90	0	240	30	*20	0	40	*20	20	0	10	20	490
	12月	296,560	19,260	8,150	790	3,690	4,020	150	20	120	20	*10	0	600	70	20	0	50	40	0	*30	0	0	360
	計	3,792,000	201,880	91,440	8,610	33,380	46,350	2,820	340	570	610	380	30	3,680	640	160	70	570	130	110	130	210	40	4,670
H28	1月	269,820	24,210	13,910	880	2,540	4,360	90	30	20	*20	0	0	60	190	*10	0	30	0	0	10	20	0	310
	2月	336,570	22,980	10,060	780	3,630	4,380	160	50	20	10	10	*20	170	*10	*50	0	*30	*10	0	0	10	0	470
	3月	329,590	23,620	9,970	680	4,670	6,080	300	30	50	50	30	20	490	80	50	0	50	*10	10	0	0	0	490
	4月	242,920	17,130	5,410	690	3,610	5,310	410	30	70	*10	50	0	460	110	*10	0	100	40	*10	0	10	0	270
	5月	271,590	9,960	2,240	760	2,390	2,950	220	10	20	20	20	*10	260	60	30	30	90	*10	10	10	10	0	190
	6月	236,670	10,730	3,140	560	3,490	2,280	160	*10	20	*10	20	0	280	*40	20	*10	80	0	0	10	0	0	370
	7月	304,920	17,420	4,020	800	3,690	3,640	330	60	120	20	40	0	100	30	10	10	30	50	*10	0	0	10	440
	8月	397,050	17,760	4,970	1,000	4,040	3,270	130	20	50	60	60	*10	40	20	*10	0	120	0	0	10	*10	10	280
	9月	293,050	18,250	5,410	530	4,740	3,780	250	*20	*30	70	*10	0	140	*30	40	0	60	*10	10	10	10	*10	440
	10月	323,320	26,470	9,170	840	5,360	4,870	610	*60	100	300	60	20	260	70	90	10	50	10	*190	30	10	0	750
	11月	329,270	30,470	11,900	910	6,540	5,690	350	80	40	30	20	20	590	270	*10	*90	50	0	*30	0	0	10	610
	12月	308,450	26,170	10,950	850	5,830	3,430	120	40	80	10	20	0	550	80	150	*20	60	0	*10	0	0	*20	310
	計	3,643,200	245,180	91,120	9,270	50,530	50,030	3,140	450	590	600	340	100	3,420	1,010	490	180	740	150	290	80	90	60	4,940
H29	1月	296,790	20,960	10,480	1,040	4,080	2,780	200	30	60	10	10	0	100	70	0	80	50	0	*10	*10	10	0	340
	2月	375,200	20,080	9,030	640	3,410	3,550	*250	10	40	10	*30	0	80	20	*30	0	30	0	*20	0	0	0	420
	3月	394,420	31,030	11,900	670	6,570	6,690	250	40	90	20	20	0	250	60	*20	30	60	*30	*10	10	0	0	290
	4月	291,890	26,670	7,940	1,550	6,290	5,610	400	60	40	10	70	0	360	140	40	10	70	*20	*10	10	0	0	590
	5月	355,180	20,800	4,750	1,010	5,710	3,810	210	50	110	20	50	10	250	200	30	*10	50	*60	200	0	*10	0	630
	6月	265,590	20,740	3,240	940	5,290	4,670	210	40	40	60	*10	20	260	130	*30	0	30	*40	*40	40	0	0	240
	7月	345,470	18,850	2,940	1,200	3,960	4,410	170	60	40	30	90	30	60	40	10	10	10	50	0	*10	30	0	440
	8月	454,180	20,210	4,470	950	4,020	4,540	210	30	60	60	60	20	60	40	*20	10	20	10	10	*20	70	10	660
	9月	317,140	23,790	4,580	1,290	5,290	4,600	530	50	170	70	100	0	90	130	10	0	150	*90	0	0	60	30	2,150
	10月	368,660	28,640	10,220	1,260	5,100	5,760	380	40	60	40	90	0	290	50	60	20	100	*10	*120	10	30	10	590
	11月	382,350	34,020	10,420	1,230	5,700	5,440	360	100	90	10	40	380	410	110	80	10	70	50	*50	10	20	0	720
	12月	347,260	30,880	13,690	1,020	5,810	4,330	170	90	60	30	10	*40	660	540	90	10	40	0	*10	0	0	0	330
	計	4,194,130	296,670	93,650	12,810	61,230	56,190	3,340	610	850	360	590	510	2,880	1,530	420	170	680	370	480	120	230	50	7,410

※標準誤差率が30%以上の推定値に*印を付している。

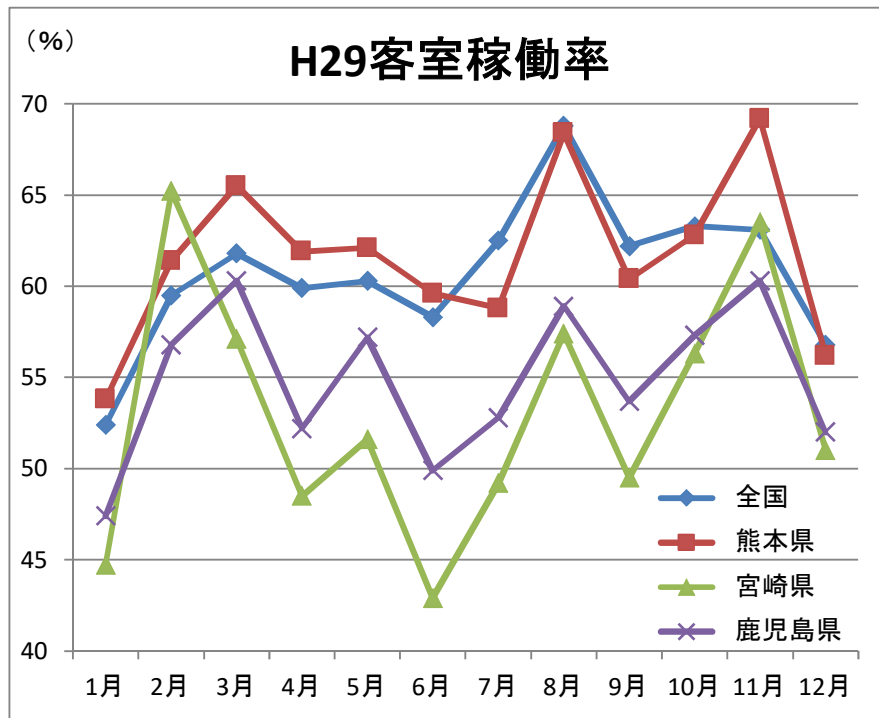
※月ごとの合計値と年計が一部合わない

施設所在地(47区分 及び運輸局等)	1月	2月	3月	4月	5月	6月
全国	52.4	59.5	61.8	59.9	60.3	58.3
熊本県	53.8	61.4	65.5	61.9	62.1	59.6
大分県	53.2	57.1	63.5	54.4	59.8	52.3
宮崎県	44.7	65.2	57.1	48.5	51.6	42.9
鹿児島県	47.4	56.8	60.3	52.2	57.2	49.9



(%)

7月	8月	9月	10月	11月	12月
62.5	68.8	62.2	63.3	63.1	56.8
58.8	68.4	60.4	62.8	69.2	56.2
52.1	57.9	50.8	56.4	61.8	54.7
49.2	57.4	49.5	56.3	63.5	51.0
52.8	58.9	53.7	57.3	60.3	52.0



第2章 市場調査 観光統計

問

「宮崎県客室稼働率」「観光消費額（全国との比較）」「観光入込客数（全国との比較）」「延べ宿泊者数（全国との比較）」「宿泊旅行統計踏査（国籍別）」「観光施設・観光地上位 20」から宮崎県の観光状況のSWOT分析を行いなさい。

企業環境 「ミクロ」	強み Strength	弱み Weakness
社会環境 「マクロ」	機会 Opportunity	脅威 Threat

問1 上位10県から学んでみよう。どのような傾向がありますか。自分で調べてみよう。

() 県

--

問2 ホテル旅館業界の経営者の視点から6月にお客さんに宿泊してもらおう方策を考えよう。
その際、宮崎県の上位観光地の観光統計を分析しながらマーケティングで学んだ手法を用い県内客・
県外客・海外客のターゲットを一つに絞り考えよう。

授業の振り返り 学んだことや感想を記入して下さい。

評価 [主体]	評価 [思判表]

() HR () 番氏名 ()

第2章市場調査 () 記録

令和元年度 () 月 () 日

() 番氏名 () () 番氏名 () () 番氏名 ()

() 番氏名 () () 番氏名 () () 番氏名 ()

発言者	内容
本日の成果	
次回の課題	