

# 自国を売り込むツアー企画プロジェクト

## 【旅行観光業】

講師用手引き

ver. 2.0



監修



財団法人 海外技術者研修協会

## 学習スケジュール

◆はじめに .....	3
<b>Part 1 オリエンテーション</b>	
第1回 旅行業について考えよう .....	5
<b>Part 2 基礎知識の習得</b>	
第2回 旅行業の基礎知識を知ろう .....	7
第3回 旅行業・ビジネスパーソンの講演を聴こう .....	10
<b>Part 3 情報収集について学ぶ</b>	
第4回 マーケティングについて知ろう .....	12
第5回 旅行・観光情報を収集し分析しよう .....	15
<b>Part 4 商品を企画する</b>	
第6回 パッケージツアーを企画しよう .....	17
<b>Part 5 情報を収集する</b>	
第7回 商品企画のための調査をしよう (1) .....	21
第8回 商品企画のための調査をしよう (2) .....	23
第9回 調査をまとめよう .....	25
<b>Part 6 宣伝方法について学ぶ</b>	
第10回 販売促進(プロモーション)について知ろう .....	26
第11回 企画書をまとめよう .....	29
<b>Part 7 企画発表の準備をする</b>	
第12回 ツアー企画発表の準備をしよう .....	31
第13回 ツアー企画発表のリハーサルをしよう .....	33
<b>Part 8 企画発表をする</b>	
第14回 ツアー企画発表のプレゼンテーションをしよう .....	34
<b>Part 9 評価</b>	
第15回 評価・振り返りをしよう .....	35
◆評価シート .....	36

## ◆はじめに

教師という仕事の楽しみは、学生と協力しながら授業を作り上げることにあります。この仕事の醍醐味は、「支援した学生の成長を実感すること」と言えるでしょう。

したがって、この「講師用引き」では、多くの指示を一方向的に提示するのではなく、授業のヒントを提示するにとどめたいと思います。ここにある素材（授業案・タスク解答例など）を現場（学習者・授業環境）に合わせて上手に料理するのは、講師であるあなたです。

このプロジェクトワークでは、各回の内容によって、講師の役割も変化します。インストラクター（知識や技術を伝授・解説する役）→ファシリテーター（参加型学習における参加者自身の気づきを促す役）というように、状況に応じて役割を使い分けることが求められます。回が進むと、参加者（学習者）が主体となる場面が多くなるので、彼らを上手に刺激して、「主体的な学び」を支援するような姿勢を心がけましょう。

## ◆最終目標

本プロジェクトワークは、日本の旅行観光業に関する知識を習得しつつ、自国の観光産業の実態と日本人の旅行・観光へのニーズを理解し、自国への観光を日本人に売り込むためのパッケージツアーを企画立案するものです。また、その企画を説得力のあるプレゼンテーションにまとめ、発表することを目標にしています。具体的には、クラス全体を4～5人のグループに分け、グループごとに企画を立案し、バーチャルカンパニーのプロジェクトチームとして活動を進めていきます。

プロジェクトワークは大きく分けて①「基礎知識の習得」と②「プロジェクトワーク遂行」の2つの過程に分けられます。まず、日本の旅行観光業の基礎知識を習得し、自国の観光産業の実態や日本人の旅行・観光へのニーズを把握した上で、企画立案から企画のプレゼンテーションを行うまでの過程で、情報収集力、情報分析力、チームワーク力、企画力、調整力、各種文書作成力を身につけていくようにデザインされています。これらすべてのプロセスを体験することで、バランスよく知識・スキル・問題解決能力を育み、日本の旅行観光業界で役立つブリッジ人材の育成を目指しています。

## ◆全 15 回の構成

プロジェクトワーク全 15 回の主な構成は次の通りです。

オリエンテーション ⇒ 基礎知識の習得 ⇒ 情報収集・調査 ⇒ 分析 ⇒  
企画・立案 ⇒ プレゼンテーション ⇒ 評価・振り返り

上記の流れの中に「旅行観光業界」に的を絞ったコンテンツを盛り込みました。

## ◆各回の構成

簡単な語彙テスト（5分）

※読解文から 5～10 のキーワードがそれぞれ抜き出してあるので、その中から適宜選択して下さい。

タスク： 課題が 2～5 種類用意されています。リソース集やタスクシートを活用しながらタスクを進めて下さい。グループディスカッションや調査活動なども含みます。

まとめ： 次回の活動へとつなげて下さい。

## ◆レベル別の対応

日本語レベルは日本語能力試験 N1 レベルを対象としています。それ以下の場合は、語彙表などを活用したり、読解タスクを一部口頭で説明するなどの支援を行って下さい。

## ◆教材構成

1. 「活動冊子」………「課題」を中心にまとめたプロジェクトの指針的な内容  
⇒ 学生用
2. 「リソース集」……知識を補う読解文や各種資料など  
⇒ 学生用
3. 「講師用手引き」…プロジェクトを進めていく際の留意事項タスクの解答例など  
⇒ 講師用

Part 1 オリエンテーション

第1回 旅行業について考えよう

◆この回の目的・目標

1. 効果的な自己紹介をする。
2. プロジェクトの全体像を理解する。
3. グラフの読み取りを通して旅行について考える。

●ポイント

1. アイスブレイキング等を行い学生の緊張をほぐし、クラスの雰囲気作りを行う。
2. 本プロジェクトは、グループワークを通して協働的問題解決能力を育成することを目的としている。この回ではチームで取り組む姿勢の重要性を認識させる。
3. 旅行業界の現状を知る第一歩として最近の旅行動向についてのグラフを読み、日本人の旅行傾向を理解させる。グラフを読み解く能力は情報収集の上で必要なビジネススキルの一部であることの確認を行う。

●時間配分（例）

1. 【課題1】自己紹介文を書く (15分)
2. 【課題2】自己紹介をする (1分×学生数)
3. オリエンテーション (20分)
4. 【課題3】グラフリーディング (25分)
5. まとめ (15分)

●留意事項

- ・グループでグラフリーディングを行いますが、このグループは暫定的なグループ分けです。ツアー企画を行うためのグループは5回目に決定するので、ここでは講師主導で、なるべく多様性のあるグループ作りを行います。誕生日、血液型など簡単な方法で決めたほうがよいでしょう。また、作業をスムーズに行うために、グループ内で進行役、発表役を決めます。グループワークをスムーズに行うために、アイスブレイキングを行い、緊張を解きほぐしてから役を決めるのも1つの方法です。

■アイスブレイキングの参考文献

『授業にいかす 教師がいきる ワークショップ型研修のすすめ』（村川雅弘編著、ぎょうせい、2005）

- ・第3回の講演に備え、事前の準備を始めます。
  - 1) このプロジェクトを始めるとわかった時点で、専門家に講演を依頼します。それぞれの地域にある総合旅行会社（支店）、または最近のトレンドを把握しているようなネット販売中心の会社などに依頼します。このプロジェクトの主旨、講演の目的を伝え、学生の状況や読解文など教材などを示して参考にしてもらいます。
  - 2) 謝礼や交通費などの額、支払い方法など細かい点も明確にしておきます。
  - 3) 学生に事前に伝えるために講演者、会社の簡単なプロフィールを教えてください。（この情報は第2回の「講演」を聴く準備をしよう！で使用します。）
  - 4) 講演時に必要な機器など、講演者の要望を伺います（あるいは後で連絡してもらいます）。
  - 5) 受講者でなくても聴講可能な場合は、事前に広範にPRをして多くの聴衆者を集めます。

●タスクの解答例

【課題1】 省略

【課題2】 省略

【課題3】

1. 為替レート、テロ、戦争など。
2. 日本人はリフレッシュや癒しを目的に旅行の計画を立てることが多いといえそうだ。また、旅行中の食事も重要視していることがわかる。
3. 旅行費用は年々減少している。

Part 2 基礎知識の習得

第2回 旅行業の基礎知識を知ろう

◆この回の目的・目標

1. 旅行業の基礎知識を学ぶ。
2. 旅行業の近年の動向を知る。
3. 講演を聴く準備をする。

●ポイント

1. 読解教材を通して旅行業の基礎知識と近年の動向を把握する。
2. 本プロジェクトワークは「ホールセラーとして募集型企画旅行を企画する」ものであり、「既存のパッケージツアーとは一線を画すツアーを企画すること」が到達目標であることを、読解活動を通して意識化させる。
3. 講演を効率的に聴くことができるように、事前に講演者や業界の情報を学生に調べさせる。

●時間配分（例）

1. 【課題1】読解「旅行業入門」（リソース集 pp6-8） (20分)
2. 【課題2】読解「旅行業界の動向」（リソース集 pp8-9）  
インターネット時代の旅行業・ニーズの多様化と団塊世代商戦 (20分)  
※コラム「こんな旅行ビジネスも」（活動冊子 p.7）と「ビジット・ジャパン・キャンペーン」（活動冊子 p.8）は次回までの宿題とする。
3. 【課題3】タスク「講演」を聴く準備をしよう！ (45分)
4. まとめ (5分)

●留意事項

1. 読解教材は前の週の宿題にしてあらかじめ読ませておき、授業ではグループワークを通して内容理解のチェックを行うものとします。
2. 講演者のプロフィールや講演の概要を示すプリントを作成し、学習者に周知させます。

3. 次週の講演に備えて、講演者や業界に関する情報を調べ、どのような質問をするかあたりをつけておきます。また、どのような質問が失礼にあたるか、学生に考えさせるといいでしょう。
4. 質問する場合、最初に「大変有益な内容のご講演をありがとうございました」、質問に答えてもらったあとに「どうもありがとうございました」などと礼を述べるよう指導しておきます。
5. 講演のはじめと終わり、そして退場時に拍手をさせます。
6. 情報検索ができるようにコンピュータ室を使用します。

### ●タスクの解答例

#### 【課題1】

1. 人々の忘れ得ぬ思い出となる旅を企画し、「サービス」や「非日常性の演出」など独自の付加価値をつけて商品化すること。

主な収入源は①食事 ②交通 ③宿泊の手配から得られる手数料収入。

2. ①ホールセラー

パッケージツアーを企画し、それを旅行会社（リテーラー）へ卸売りする。

- ②リテーラー

ホールセラーが企画した商品を、実際に旅行者に販売する。

- ③総合旅行会社

ホールセラーとリテーラー双方の機能を持つ会社。

3. 手配旅行

企画旅行  募集型企画旅行  
受注型企画旅行

4. 市場調査 → 商品の企画 → 観光素材の仕入れ → 料金の決定  
→ 販売 → 航空券・ホテル・レストランなどの手配 → ツアーの実施

#### 【課題2】

1. インターネットのみで商品を販売するネット専業旅行社が進出してきたり、ホテルなどのサプライヤーが直接インターネット上で商品を販売するようになったりしたため、既存の大手旅行会社も次々とパッケージツアーなどの商品をインターネット

で販売するようになってきた。また、ダイナミックパッケージのように顧客自身がインターネットでニーズに合わせた旅行の手配ができるようになってきた。

2. 多様化しているニーズに対し、きめ細かい対応を行う。
3. 「企画した旅行商品を売る」だけの旅行ビジネスから、イベント関係のビジネス企画や、地域振興のコンサルティングなど今まで培ってきた企画力、手配力、ホスピタリティなどの「ノウハウ」を総合的に活かすビジネスへと移行していくことが必要。

## 第3回 旅行業・ビジネスパーソンの講演を聴こう

### ◆ この回の目的・目標

1. 旅行業の専門家の講演から専門的知識、最近の動向等を学ぶ。
2. 企画旅行の作り方のポイントを学ぶ。
3. 講演の内容を整理する。

### ●ポイント

1. 今後の活動に備えて、専門家から最新の業界情報を学ぶ。
2. 効率的に話が聴けるように、メモの取り方を工夫させる。
3. 理解が深まるように、講演の内容を自分のことばで整理させる。

### ●時間配分（例）

- |                   |       |
|-------------------|-------|
| 1. 開会、講演者の紹介      | (3分)  |
| 2. 【課題1】講演        | (40分) |
| 3. 質疑応答           | (20分) |
| 4. 閉会             | (2分)  |
| 5. 【課題2】講演内容の振り返り | (20分) |
| 6. まとめ            | (5分)  |

### ●留意事項

1. 講演会場の設定、機器の設置等を事前に終えておきます。講演台には飲み水を用意しておきます。できれば花を飾るなど歓迎の意を表するとよいでしょう。(講演者が液晶プロジェクター (Microsoft® PowerPoint®等) を利用する場合、観客席はメモを取れるくらいの明るさを保てるよう工夫しておきます。)
2. 講演者と約束してある迎えの場所に早めに行って到着を待ちます。学生にプラカードを持たせて迎えさせてもよいでしょう。
3. 終了後は講演者を見送ります。学生にエスコートさせてもよいでしょう。その場合は事前にどの学生にさせるかを決めておくともよいでしょう。

●タスクの解答例

【課題1】 省略

【課題2】 省略

Part 3 情報収集について学ぶ

第4回 マーケティングについて知ろう

◆ この回の目的・目標

1. マーケティングの概念を知る。
2. マーケティング調査について知る。
3. マーケティングに必要な情報収集の方法を知る。

●ポイント

1. 読解教材は活動に必要な前提知識を与えるものである。読解タスクによってそれらの知識を理解しているかどうかを確認する。時間の制約があるので、必ずしもグループ活動にする必要はない。この時限の中心的な活動は情報収集の方法を知ることである。
2. 関連サイトや参考資料（巻末参照）を紹介後、タスクをさせる。その際、このタスクで入手する情報が企画案作成のためのものであることに注意する。
3. 既存のツアーとは一味違うコンセプトのツアーを企画することが本プロジェクトワークの最終目標である。パンフレットの検討はその基礎となる活動であることを認識させる。

●時間配分（例）

- |                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 1. 【課題1・2】 読解（リソース集 pp10-13）  | (30分) |
| 2. 【課題3】 情報収集についての説明・情報収集のタスク | (30分) |
| 3. 【課題4】 パンフレットの検討            | (25分) |
| 4. まとめ                        | (5分)  |

●タスクの解答例

【課題1】

1. 「作ったものをいかに販売するか」ではなく、「売れるものをいかに作り効果的に販売していくか」という考え方
2. 製品計画(product planning) 価格政策(pricing) 販売経路政策(placing) 販売

促進策(promotion)

3. 4 P と呼ばれる活動を複合的に進めること
4. 製造業では他社と差別化した製品を生産することが重要なので、4 P のうち製品計画に重点が置かれる。それに対して、小売業では立地、商圈づくり、品揃えがマーケティングの中心になるので販売経路政策に重点が置かれる
5. 企業のマーケティングに社会性が求められるようになってきたこと、情報技術の発展による電子化・ネット化

### 【課題2】

1. 売り上げ・利益を上げるために必要な消費者の動向、嗜好などの情報を得ること
2. 1次データは調査者自身が収集したデータで、2次データは他の調査者、調査機関が収集した既存のデータ
3. 企画の立案、立案した企画の妥当性の検証
4. 調査の目的、課題を明確にすること、課題の解決ができるデータを得られるアンケート項目を作成すること、必要なデータを効率的に収集できる調査方法を選択すること

### 【課題3】

\*日本人の海外旅行の実態を探る情報の一例として、年代別の旅行者数、旅行にかかる費用、年間旅行回数、海外旅行の行き先などが挙げられます。

これらの情報は下記の参考ウェブサイトや参考資料に出ているので、講師はどのような情報があるのか事前にチェックしておきます。

#### ■参考ウェブサイト

国土交通省観光庁	<a href="http://www.mlit.go.jp/kankocho/index.html">http://www.mlit.go.jp/kankocho/index.html</a>
ビジット・ジャパン・キャンペーン	<a href="http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/vjc.html">http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/vjc.html</a>
社団法人日本旅行業協会	<a href="http://www.jata-net.or.jp/">http://www.jata-net.or.jp/</a>
財団法人日本交通公社	<a href="http://www.jtb.or.jp/">http://www.jtb.or.jp/</a>
財団法人日本交通公社 旅の図書館	<a href="http://library.jtb.or.jp/">http://library.jtb.or.jp/</a>
ツーリズム・マーケティング研究所	<a href="http://www.tourism.jp/home/">http://www.tourism.jp/home/</a>
JATA 世界旅行博	<a href="http://jata-wtf.com/">http://jata-wtf.com/</a>
日本政府観光局 (JNTO)	<a href="http://www.jnto.go.jp/jpn/">http://www.jnto.go.jp/jpn/</a>

観光地づくりデータベース <http://www.kankouchidukuri.jp/>

日本 ASEAN センター <http://www.asean.or.jp/>

#### ■参考資料

『旅行者動向 2006—国内・海外旅行者の意識と行動』（財団法人日本交通公社著、財団法人日本交通公社、2006）

『Market Insight2006—日本人海外旅行市場の動向』（財団法人日本交通公社著、財団法人日本交通公社、2006）

『JTB REPORT 2007 日本人海外旅行のすべて』（ジェイティービー監修、ツーリズム・マーケティング研究所、2007）

『JNTO 国際観光白書 2006—世界と日本の国際観光交流の動向』（日本政府観光局編著、国際観光サービスセンター、2006）

『JNTO 日本の国際観光統計 2005』（日本政府観光局編著、国際観光サービスセンター、2006）

『JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2005-2006』（日本政府観光局編著、国際観光サービスセンター、2006）

#### 【課題4】

\*持ち寄ったパンフレットがどのような視点から企画されたものであるのかを分析します。ターゲットの年齢層、旅行の同伴者(子供連れ、夫婦、友人他)、価格、日程、現地での行動、ホテル、食事・添乗員・オプションツアーの有無、などについて検討し、プロジェクトワークのゴールである企画に結びつけられる情報を得ます。

## 第5回 旅行・観光情報を収集し分析しよう

### ◆ この回の目的・目標

1. 自国の観光リソースについて知る。
2. 日本人のレジャーに対する意識を知る。
3. 既存のツアーの現状や1～2の活動を踏まえて、新たなビジネスチャンスをさぐる。

### ●ポイント

1. 課題として調べてきた情報をグループ内で発表し合い、情報を整理して現状分析を行う。
2. 自国の観光資源のうち、日本人にあまり知られていない場所（穴場）を探して、企画立案の参考にする。
3. 調べてきた資料から、属性（年代・性別・家族形態など）別に日本人の旅行に対するニーズを明らかにし、ツアーのターゲットを絞り込むための資料整理を行う。
4. 1～3の現状分析を踏まえた上で、自国を売り込むために、どのような人をターゲットに、どのようなコンセプトの旅行を企画したらヒットするか、企画案を練る。
5. 企画名・ターゲット・コンセプトを各自タスクシート（活動冊子に掲載）にまとめ、すべての企画案を回収して類似するものをまとめて今後の活動グループを決定する。

### ●時間配分（例）

- |                       |       |
|-----------------------|-------|
| 1. 【課題1】現状分析（グループワーク） | (45分) |
| 2. 【課題2】企画案の作成（個人作業）  | (20分) |
| 3. 【課題2】グループの決定（全体）   | (20分) |
| 4. まとめ                | (5分)  |

### ●タスクの解答例

【課題1】 省略

【課題2】

商品名： 蜀への旅 ―三国志の舞台へ―

ターゲット： 「三国志」をテーマにしたゲームのユーザー

コンセプト： 「三国志」をテーマにしたゲームのユーザーの間では、三国志の舞台である蜀（中国西部）への関心が高まっている。しかし、従来の旅行コースは中国の東部に集中し、中国西部への旅行プランはほとんど見られない。そこでゲームユーザーへのアンケート調査を基に、バーチャル世界と現実世界とをつなぐ三国志の旅を企画する。

Part 4 商品を企画する

第6回 パッケージツアーを企画しよう

◆ この回の目的・目標

1. 議事録の書き方を知る。
2. 企画書の重要性を学ぶ。
3. グループ内企画会議で企画案を立てる。

●ポイント

1. この時限の活動の中心は、企画案を立てることであるので、議事録の書き方はポイントを押さえるのみにする（手引き p.18：参考1「議事録とは」を参照のこと）。
2. 読解タスクは、事前課題であるので、内容確認する程度となるが、このプロジェクトワークの最終目標が決済を得ること、即ち「企画を通すこと」であることを意識化させ、企画書の重要性を確認させる。
3. この時限では、ツアー企画グループとしての初回のグループワークとなる。「企画会議」を通して、チームのメンバーがそれぞれ積極的に作業に関わっているかチェックを行う。
- 4.ブレインストーミングは制限時間内に結果を出す能力を養うものであり、チームワーク力、ディスカッション力、問題解決力が必要であることを認識させる。

●時間配分（例）

- |                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| 1. 議事録作成上のポイント                    | (10分) |
| 2. 【課題1】読解「狙いは企画書」(リソース集 pp14-15) | (15分) |
| 3. 企画会議                           |       |
| マッピング・コミュニケーションの手順                | (5分)  |
| (ア) マッピング・コミュニケーション実施             | (45分) |
| (イ) グループによるアイデア発表                 | (10分) |
| 4. まとめ                            | (5分)  |

## ●留意事項

1. 企画会議での議事録が課題となる旨を伝えます（参考1「議事録とは」を参照）。
2. この時限では、ブレインストーミングとして齋藤孝が提唱している「マッピング・コミュニケーション」を使います。これは、自由にアイデアを出し合い、まとめていくというブレインストーミングの方法の1つです。事前にやり方を十分に理解させる必要があります（参考2「マッピング・コミュニケーションの手順」を参照）。
3. 企画会議という形をとるので、役職を決めてもよいでしょう。

## 参考1： 議事録とは

議事録とは、会議で決定した内容を記録し、資料として保存するために作成する社内文書である。日時、作成者名、場所、出席者全員の役職と名前、決定事項、保留事項、次回までの行動目標、次回開催の日時、添付資料などを記す。決定事項に関しては、要点を簡潔に箇条書きでまとめ、敬語は使う必要はない。議事録は社内での公式な記録として残されるので、個人的意見は入れない。また、わかりやすい表現で正確に記録しなければならない。

■参考文献：『ビジネス能力検定2級テキスト2007年版』（財団法人専修学校教育振興会監修、日本能率協会マネジメントセンター、2007）

## 参考2： マッピング・コミュニケーションの手順

- ① グループに1枚、B4判（またはA3判）の白紙を配り、②の手順を説明する。
- ② 手順
  1. 話し合いをしながら、「どんな旅行がヒットするか？」について、思いついたキーワードを紙に書いていく。第5回で「既存のツアー」「自国の観光リソース」「日本人の意識調査」について学習しているので、その知識を基にアイデアを出し合う。同じキーワードが出てきてもよい。キーワードは、「客観的に重要」は赤、「まあ重要」は青、「主観的に面白い」は緑で書くことを指示する。この区別は、直感でかまわない。例えば、「万里の長城でマラソン大会」、「不老長寿の水を求めるツアー」といったアイデアが面白いと思ったら緑色で書いたり、丸で囲んだりする。実現可能かどうかは考えない。これらのアイデアが重要だと思ったら、赤でも青でもいいということになる。

2. 話し合いの中で、他の人が言った言葉で「いい」と思ったら、どんどん書いていく。
3. 関係のあるキーワードが出てきたら、線で結んだり、矢印を書いたり、反対の概念には反対マークの矢印を書いたりしてグルーピングを行う。
4. 書きながら話す、話しながら書くという作業を続け、アイデアを出し切る。
5. 制限時間 45 分以内に具体的なコンセプトを決め、商品名を考える。
6. グループごとに発表する。

※マッピング・コミュニケーションについては、『会議革命』（齋藤孝、PHP 研究所、2002、p. 172-203）を参照のこと。

※学生は青・緑・赤の3色ボールペンを持参することが前提である。

③ 右の留意事項を確認する。

シートを配布するか PT のスライドで提示する。

**留意事項**

1. 「会議中の目的は結論を出すこと」を念頭に！
2. 何かを決めて終わるようにする。後戻りをしない。
3. 出てきたアイデアが実現可能かどうかは考えない。
4. 相手の考えを否定しない。
5. ひたすらアイデアを出す（キーワードのみ）。
6. 相手の思考をなぞるようにアイデアを出す。
7. カオスをつくるように、書きなぐる。
8. 用紙全体を使うようにする。
9. 真ん中から書き始める。
10. 時間内にアイデアを出し切る。

■参考文献・参考サイト

『会議革命』（齋藤孝著、PHP 研究所、2002）  
VANILLACHIPS 「会議革命・効果的な会議の進め方」  
[http://vanillachips.net/archives/20050419\\_2254.php](http://vanillachips.net/archives/20050419_2254.php)

●タスクの解答例

**【課題 1】**

1. これから進める仕事のヤマ場、大事な局面がどこにあるかを押さえておくこと。
2. 仕事のヤマ場をチームメンバーが全員認識していること。
3. 企画会議で、自分たちが立案した計画の実施決済を通すところ。
4. 1. 企画を提案する背景、2. 当社の現状・競合他社の現状、3. 市場動向・消費者動向の部分（2と3に関しては一部）

**【企画会議】**

第5回【課題2】の回答例を参照。

Part 5 情報を収集する

第7回 商品企画のための調査をしよう（1）

◆ この回の目的・目標

1. 調査の狙いを考える。
2. アンケートの作成方法を知る。
3. 調査依頼書の書き方を知る。

●ポイント

1. この時限の活動の中心はアンケート調査票の作成である。読解教材「アンケートの作成と調査実施について」（リソース集 pp16-18）はアンケート作成のための知識を与えるものである。事前に読んで理解してくることを課題とし、授業では項目作成の方法を確認する。
2. 今回のアンケート調査の目的は、作成した企画案がターゲットのニーズと合っているかどうかを確認することであり、その結果を基に企画案を修正することになる。学生がその目的に合った質問項目を作成しているかどうか活動中にチェックする。
3. アンケート調査は面接調査法で行うことを学生に伝える。これはデータ収集だけでなく、教室外でのインタラクションも調査活動の狙いとしているためである。

●時間配分（例）

- |                    |       |
|--------------------|-------|
| 1. 【課題1】アンケート項目の作成 | (50分) |
| 2. 【課題2】フェイスシートの作成 | (15分) |
| 3. 【課題3】調査依頼書の作成   | (20分) |
| 4. まとめ             | (5分)  |

※便宜的に時間配分を示しましたが、質問項目がある程度決まった段階で、グループ内で作業分担をして質問票全体の完成を目指した方が効率的です。

●留意事項

1. 各グループ最低20人程度（グループの人数にもよりますが、1人当たり対象者5人くらい）にアンケート調査をしてくるように指示します。

2. 授業中に Microsoft® Excel®, または Microsoft® Word® でアンケート調査紙の作成を進めてもよいでしょう。なお、回答形式の見本や質問例は提示してありますが、アンケート調査票（どのような分野のものでも構いません）の見本を見せると学生にとって参考になるでしょう。

### ●タスクの解答例

#### 【課題1】

質問内容の例：

海外旅行経験の有無、旅行の目的、同伴者、今までに行った国・都市、行ってみたい国・都市・場所、希望するツアーの形態、ツアーの日数、旅行時期（1年のいつ頃）、希望価格帯、添乗員の必要性、オプションツアー、ツアー選択の際に重視すること、企画案に対する評価など

\*ここに挙げたのは質問内容の一例です。質問内容だけでなく、それをどのような形式で質問すればいいかを考えさせましょう。

#### 【課題2】

性別、年齢、職業、家族構成など。

\*個人情報なので必要最低限の項目に絞った方がよいでしょう。

#### 【調査依頼書】

\*タスクシートに簡易版のひな形を示しました。必要事項を書き入れれば、簡単な依頼書が作成できますが、必ずしもこの通りに作成しなくても構いません。

## 第8回 商品企画のための調査をしよう（2）

### ●この回の目標

1. ロールプレイでインタビューの依頼のしかたを知る。
2. インタビューを通して、質問紙項目を推敲する。
3. 質問紙を修正し、完成させる。
4. 報告書の書き方を学ぶ。

### ●ポイント

1. ロールプレイを通してインタビュー依頼のしかたを学ぶ。特にインタビューの依頼の開始部分、終結部分に留意させる。
2. ロールプレイを通してインタビューのシミュレーションを行う。具体的には、学生がインタビューする役（interviewer）とされる役（interviewee）になって、第7回に作成した質問事項をインタビューするという設定のロールプレイを実施する。
3. インタビューを通して質問紙の問題点をチェックし、質問項目の適切さについてグループディスカッションを行った上で、質問項目を修正する。
4. 報告書の書き方を学ぶ。次週に報告書を書くので、リソース集（p.20）「報告書」の例を参照し、報告書に何を盛り込むべきかを検討する。

### ●時間配分（例）

- |                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| 1. 【課題1】 質問の仕方の検討                  | (5分)  |
| 2. 【課題2】 ロールプレイ                    | (20分) |
| 3. 【課題3】 グループディスカッション<br>質問紙の最終版決定 | (45分) |
| 4. 【課題4】 報告書の書き方の指導                | (15分) |
| 5. まとめ                             | (5分)  |

### ●留意事項

1. 答えにくかった質問項目、予想していた答えが出なかった質問項目、答え方が不明

確な項目などを出し合い、質問項目を改正し、追加、削除する項目を検討します。  
時間に余裕がある場合は、次回利用するデータ入力フォーマットを作成すると効率的です。

2. 質問紙（最終版）を完成させ、調査を実施します。

コンピュータ教室であれば、質問を時間内に完成させます。一般教室の場合は代表者が最終版を完成させ、それを他の学生にメール（添付ファイル）で送り、各自がそれを印刷し、それを持って次週までにできるだけ多くのインタビューをするようにします。

●タスクの解答例

【課題1～4】 省略

## 第9回 調査をまとめよう

### ◆ この回の目的・目標

1. 収集したデータの入力や分析方法を知る。
2. 効果的なデータの示し方を考える。
3. 調査報告書を作成する。

### ●ポイント

1. 【課題1】読解教材「データの分析について」（リソース集 pp22-29）をあらかじめ読んで理解していることを前提に授業を進める。この教材には入力、分析方法の一例を簡単にまとめてあるが、分析方法はこれ以外にも多数あるので、学生が可能な手法で行わせてよい。
2. 調査の目的や課題を意識させ、それと整合性のある分析になるように指導する。今回の調査はサンプル数が少ないので、統計的な分析はできない。度数分布表やその構成比、クロス集計表を作成し、それをグラフ化することを目標にする。

### ●時間配分（例）

- |                           |       |
|---------------------------|-------|
| 1. 【課題2】データ入力             | (20分) |
| 2. 【課題2】データ分析             | (40分) |
| 3. 【課題3】報告書の作成（アウトラインの決定） | (25分) |
| 4. まとめ                    | (5分)  |

### ●留意事項

- ・グループワークが授業の多くを占めるので、特定のメンバーだけが作業に従事することがないように留意します。全員が個人でデータを分析しながら、グループで話し合いを進めることも考えられます。

### ●タスクの解答例

【課題1～3】 省略

Part 6 宣伝方法について学ぶ

第10回 販売促進（プロモーション）について知ろう

◆ この回の目的・目標

1. これまでまとめてきた「ツアー企画」商品を、どのように売り込んでいくかを考える。
2. 販売促進（プロモーション）について学ぶ。
3. 「ツアー商品」のセールス・プロモーションとして、チラシを作成する。

●ポイント

1. 販売促進の必要性を認識させる。
2. 第4回で学んだ「マーケティング」について、もう一度身近なテーマとして復習した上で、販売促進（プロモーション）について学ぶ。
3. 広告・宣伝分析を通して販売促進計画を立案する。
4. 立案した計画の中で、チラシの表現案をチームで検討作成する。

●時間配分（例）

1. 【課題1】読解「販売促進と広告」（リソース集 pp30-31） (15分)
2. 【課題2】広告宣伝物の分析 (15分)
3. 【課題3】販売促進計画の立案 (25分)
4. 【課題4】宣伝チラシの制作 (30分)
5. まとめ (5分)

●留意事項

1. 調査企画してきた「ツアー企画」商品がいくら魅力的な企画商品でも、顧客に対してその良さが情報提供されて理解されなければ、商品として成功しないことを学習者に意識させます。
2. 販売促進（プロモーション）について、以下の4点を知識として理解させます。
  - ①マーケティングの4Pの1つである販売促進（プロモーション）にはどんなものがあるか
  - ②狭義の販売促進（セールスプロモーション＝SP）にはどんなものがあるか

- ③「広告」と他の販売促進活動との違いは何か
- ④広告を立案・実施する際にはどんな会社が参画するのか
3. 販売促進計画を立案するために、以下の方法で広告・宣伝分析を行います。
- ①他社のマーケティング情報の収集を兼ねて、既に市販されているツアー企画商品の広告物や宣伝物を学生に事前に集めさせておき（第1回の宿題）、その中からお気に入りの作品を持参させる。
- ②導入として、学習者が持ち寄った広告・宣伝物のどこが良いと思うのかをグループで検討する。
- ③広告・宣伝物の分析を基に、自分たちの「ツアー企画」（商品）にはどのような販売促進策が必要かつ最適なのかを考え、販売促進計画を立案する。
- 以上のプロセスを通して、マーケティングの理解が具体的なものになるように指導します。また、この計画の概要は最後の「企画書」の一部に織り込むことを意識させます。
4. 立案した計画をもとに、チラシの表現案をチームで検討し、作成します（Creative Meeting：この部分は創作の要素であり、実際に表現をするという意味で、クリエイティブ・ミーティングと呼ぶ）。ここでは、学習者のクリエイティブな面をフルに発揮させます。商品の魅力を最大限にアピールできる表現アイデアは、この企画の採否に影響を与えることを意識させます。ただし、制作物を作成することが目的ではないので、このタスクには時間をかけすぎないように留意して下さい。授業内は30分以内、未完の場合は宿題とします。

## ●タスクの解答例

### 【課題1】

1. product/price/place/promotion
2. 「広告」「PR」「販売促進（狭義）」「人的販売」「ダイレクト・マーケティング」
3. 展示会、デモ、サンプル販売、コンテスト・懸賞・値引きなど様々な施策。「チラシ」も販売促進（セールスプロモーション＝SP）に含まれる。
4. 「広告」も「宣伝チラシ」も販売促進（プロモーション）の1つであるが、「媒体（メディア）を利用して送り手のメッセージを受け手に到達させる」という特徴が「広告」と「宣伝チラシ」との大きな違いである。

5. 商品を販売し広告を出す「広告主」  
 広告を企画制作する「広告代理店」  
 広告を掲載する媒体を持つ「媒体社」

**【課題2】**

広告媒体	『経済ビジネス』07.4.23号韓国特集
広告主	ウォーカーヒルズカジノ
コピー	NEW STANDARD. WALKER-HILL
訴求点	ビジネス客へカジノの楽しさ
良いと思ったところ	カジノの楽しさを清潔に訴求している

**【課題3】**

ツアーコンセプト＝ホームステイ視察旅行

狙う顧客層	大学生およびその両親
販売目標	@50万円×100組(200人)＝5,000万円
販売網	自社支店および大学生協
広告	特に行なわない
セールス・プロモーション策	1. チラシ配布 2. 大学でのデモ勧誘 3. ネット告知
その他の特色	在日留学生をキャンペーンに参加させて、自国をPRさせる。 視察旅行の際は留学生がコンダクターとなる

**【課題4】**

省略

## 第11回 企画書をまとめよう

### ◆ この回の目的・目標

1. グループで「企画書」をまとめる話し合いをする。
2. グループで実際に「企画書」を構成し、書く。

### ●ポイント

1. プロジェクトとして調査検討してきた「ツアー商品」を商品企画としてまとめ上げ、新商品としての事業化決裁を得るために「企画書」をまとめる。
2. 第6回で学んだ「企画書」の必要性を理解し、実際に企画書を構成しまとめていく。

### ●時間配分（例）

1. 「狙いは企画書」【リソース集（pp. 14-15）第6回】復習 (5分)
2. 【課題1】読解「採用される企画書を書くには」  
(リソース集 pp32-35) (10分)
3. 【課題2】企画書を書く目的の確認 (5分)
4. 【課題3】企画書のストーリーづくり（グループ活動） (30分)
5. 【課題3】企画書の作成 (30分)

※ただし、時間内に企画書が完成しない場合は、決められた分担で次回までに仕上げてくるように課題を課します。

### ●留意事項

1. 企画書を実際を書く際のグループ内の作業分担については、まず、学習者たちの意向を聞きますが、“遊んでしまう者”が出ないように考慮します。
2. “良い企画書”、“採用される企画書”とはどんなものか、どんな要素が必要なのかを振り返ることを授業に織り込みます。
3. 「採用される企画書」=情報力+分析力+文章力+表現力+創造力+実効性 をチェックリストとして、まず学習者自身が企画書を見直せるように指導します。また決裁を得るためのプレゼンテーション（企画会議）の前に、講師もこの観点から確認を行いフィードバックします。

4. [具体的な進め方]

- ① まず第6回の議事録やメモを参考に「ツアー企画」が商品企画としてまとまっていることを確認する。
- ② 次にそれを事業化する決裁を得るための「企画書」を作成する。  
→ 企画書の構成は「狙いは企画書」（リソース集 pp.14-15）や企画書見本（リソース集 p.35）の例も参照のこと。

●タスクの解答例

**【課題1】**

1. その企画書でまとめられていることに現状のビジネスから遊離していないストーリーがあり、その企画を採用したらその後の事業展開のイメージが浮かんでくること。そのストーリーとは、①この企画の目的と背景、②企画自体の内容と実施方法、③期待できる実施効果、④スケジュール、⑤実施予算と採算、などが一般的。
  2. 自分（たち）の考えをはっきり表現すること。文末表現にも注意する。
  3. マーケット情報・商品情報・顧客情報・競合情報・実現の具体性を明示すること。
  4. 1) 以下の5点を考慮し企画書全体のストーリーをわかりやすく書く。
    - ① この企画書を提案する背景や企画の目的
    - ② これまでの商品（当社・他社）
    - ③ 市場動向・消費者動向
    - ④ この商品企画の概要～この商品のどこがこれまでにない新しさか
    - ⑤ この商品の販売促進策
  - 2) ページ全体のレイアウトや見出しを工夫したり、図表を活用して視覚的に訴える。
5. 読み手（聞き手）に訴える書き手の熱意

**【課題2】** 省略

**【課題3】** 省略

Part 7 企画発表の準備をする

第12回 ツアー企画発表の準備をしよう

◆ この回の目的・目標

1. チラシの評価をする……社内コンペ。
2. プレゼンテーションのポイントを押さえる。
3. プレゼンテーションの準備をする。

●ポイント

1. プレゼンテーションは内容だけでなく、伝え方も重要な要素であることを周知させる。
2. 最終の協働作業のステージであり、チームワークが重要であることを確認させる。
3. わかりやすい、見やすい資料作り、ITスキルなどの今後のビジネスで役立つ具体的なスキルを身につけることを意識化させる。

●時間配分（例）

1. 第10回の宿題回収
2. 【課題1】社内コンペ (10分)
3. 【課題2】プレゼンテーションのポイントを押さえる (10分)
4. 【課題3】プレゼンテーションの準備 (65分)
5. まとめ (5分)

●留意事項

- ・準備段階で作業がプレゼンの目的からずれていないか、グループで特定のメンバーだけが作業をしていないかなどのチェックを行いましょう。

●タスクの解答例

【課題1】 省略

【課題2】

1. プレゼンテーションは「伝える内容」と「伝達方法」の両方が理想的に絡み合い、

最大限の効果を発揮したときに成功したと言える。これは、「伝達方法」が非常に重要な役割を担っているからである。「伝える内容」が、いかに完成度が高いものであっても、声が小さい、アイコンタクトが全くできていない、姿勢が悪いなど「伝達方法」の完成度が低い場合は、「プレゼンテーションの成果」も軽減してしまう。従って、プレゼンテーションでは、「伝える内容」だけでなく、「伝達方法」も重要である。

2. (1) 自国の観光産業を盛り上げる
- (2) ヒットするツアー企画
- (3) 企画案の決済を通すこと
- (4) クラス規模+ $\alpha$ 、上司、他のチーム
- (5) 非常に高い
- (6) 省略
- (7) 省略

## 第13回 ツアー企画発表のリハーサルをしよう

### ◆ この回の目的・目標

プレゼンテーションの練習をする。

### ●ポイント

1. リハーサルを通して、内容のわかりやすさ、伝え方などが適切であるかを確認する。
2. チーム内の役割分担がスムーズに行われているか確認させる。
3. プレゼンテーションの練習リハーサル後に不十分な点を効率よく修正する。
4. 次回に行う、ゲストを招いての発表会本番の進行全体を最終確認する。

### ●時間配分（例）

1. 第12回の宿題回収
2. 【課題1】プレゼンテーションの練習と修正（想定質問を含む） (80分)
3. まとめ (10分)

### ●留意事項

1. プレゼンテーションについては可能な限り、学生自身でチェックし、修正させることを目指します。講師は、第三者の立場からアドバイスをするにとどめましょう。
2. グループ数が少なく時間的余裕がある場合は、ビデオ撮影をして振り返りをします。
3. 会場からの質問なども想定しながら、練習を行います。

### ●タスクの解答例

【課題1】 省略

Part 8 企画発表をする

第14回 ツアー企画発表のプレゼンテーションをしよう

◆ この回の目的・目標

聴衆に訴えるプレゼンテーションを行う。

●ポイント

1. プレゼンテーションを旅行業界関係者から評価してもらい、専門家の考えを知る。
2. 他のチームのプレゼンから学ぶ。

●時間配分（例）

1. 【課題1】プレゼンテーション (15分/グループ 全体で75分)
2. 【課題2】振り返り (10分)
3. まとめ (5分)

●留意事項

1. ゲストに参加してもらうので失礼のないように準備します（紹介原稿）。
2. 準備、進行はすべて学生に任せます（会場・機材のチェック、配布資料）。
3. 聴衆役になる学生には、他のグループのプレゼンテーションを集中して聴くように促します。評価表を完成させることで注意が散漫にならないように、評価表はプレゼンテーションが終わってから記入するよう指示を出します。評価表は簡略化しているので、プレゼンテーション後でも記入が可能であることを伝えます。大事なことはプレゼンテーションを積極的に聴く態度であり、それが聴き手のマナーであることを把握させます。また、最低1人1回は質問をするように指示を出すことも必要です。

●タスクの解答例

【課題1】省略

【課題2】省略

Part 9 評価

第15回 評価・振り返りをしよう

◆ この回の目的・目標

プロジェクト・ワークをグループで振り返り、評価する。

●ポイント

1. オリエンテーション時のコースの目標をもう一度確認し、プロジェクトワーク全体を通して身につけた知識を整理する。ビジネス場面で必要なスキルおよび問題解決能力を意識化し、学生自身が自分の成長を実感することが大切である。
2. ディスカッションを通して、良かった点をきちんと認め、改善点を今後の課題として捉える冷静な姿勢を身につける。

●時間配分（例）

- |                      |       |
|----------------------|-------|
| 1. 【課題1】 自己評価        | (10分) |
| 2. 【課題1】 グループでの反省・評価 | (15分) |
| 3. 【課題2】 発表          | (10分) |
| 4. 【課題3】 感想文         | (45分) |
| 5. まとめ               | (10分) |

●タスクの解答例

【課題1～3】 省略

## 評価シート

各回の課題（タスク）および宿題によって、以下の項目を評価する。評価点は、A<sup>+</sup>、A、B、C、Fとし、それぞれA<sup>+</sup>（90%以上）、A（80%以上-90%未満）、B（70%以上-80%未満）、C（60%以上-70%未満）、F（60%未満）にとする。

評価者： \_\_\_\_\_

評価項目	作業活動	宿題シート	クラス活動・タスクシート	評価
1. 情報収集能力 (分析力・論理力)	資料を読む		第1回、第2回、第4回、 第6回、第7回、第9回、 第10回、第11回、第12回	
	パンフレットやチラシの情報収集や分析	第1回	第4回	
	必要な資料を探す	第3回		
	講演を聴く準備をする		第2回	
	ウェブサイトの検索	第1回	第4回	
2. 文書表現能力 (分析力・論理力・発想力)	資料の情報分析・まとめる		第5回、第6回、第10回	
	講演のメモを取る・まとめる	第3回	第3回	
	報告書を書く	第9回	第8回	
	アンケート質問票の作成		第7回	
	調査依頼書の作成		第7回	
	チラシの作成		第10回	
	企画書の作成	第11回 第14回	第11回	
	発表原稿・レジュメ作成	第14回	第12回	
振り返りレポート		第15回		
3. 口頭表現能力 (論理力)	自己紹介		第1回	
	質問力		第3回	
	ディスカッション		第6回、第10回、第12回	
	アポをとる／インタビューする		第8回	
	アンケートの依頼		第8回	
	口頭アンケート	第8回		
	プレゼンテーション	第14回	第12回、第13回、第14回	

総合評価： \_\_\_\_\_

コメント： \_\_\_\_\_

○監修

財団法人 海外技術者研修協会

○執筆者

堀井恵子 武蔵野大学大学院  
人間社会・文化研究科 文学部 日本語・日本文学科 教授

鈴木洋子 武蔵野大学大学院 人間社会・文化研究科 准教授

高橋 薫 武蔵野大学大学院 非常勤講師

綱島珠美 武蔵野大学大学院 非常勤講師

向山陽子 武蔵野大学大学院 非常勤講師

村澤慶昭 武蔵野大学大学院 非常勤講師

村野節子 武蔵野大学大学院 非常勤講師

山辺真理子 武蔵野大学大学院 非常勤講師

※執筆者の所属は教材作成時（平成19年度）のものであります。

本教材は財団法人海外技術者研修協会が経済産業省より受託し実施した「アジア人財資金構  
想・共通カリキュラムマネジメントセンター事業」の一環として開発されました。

---

監修

財団法人 海外技術者研修協会

〒120-8534 東京都足立区千住東1-30-1

電話 03(3888)8211

<http://www.aots.or.jp>

2011年3月

---

©2011 The Association for Overseas Technical Scholarship (AOTS)

不許複製・転載