愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2023年度	開講期(Semester)	後期
授業科目名(Course name)	東邦プロジェクトＡ		
担当者(Instructors)	安藤 真澄	配当年次(Dividend year)	1
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	選択

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

【中国・台湾・韓国からの旅行者向けに東海地方の魅力の発見と発信を考える】 新型コロナの感染拡大も落ち着きを見せる中、日本においてインバウンド観光への期待が再び口にされるようになっている。新型コロナ感染拡大前は中国人旅行者がインバウンド観光を牽引し、韓国、台湾の旅行者がそれに続いていた。彼らはゴールデンルートと呼ばれる東京⇔富士山⇔京都⇔大阪というところに集中していると考えられていた。しかし、旅行者のニーズは本来多様であり、リピーターが増えれば関心も変わって行くものである。 ものづくりの中心地と言われる東海地方は多様で美しい自然と豊かな文化遺産、そして特徴あるグルメがありながら、それらを上手く生かせていない。そこには外国人旅行者が何を期待して日本に来ているのか、その中で東海地方が集客するにはどのようなポジショニングが必要なのかといった顧客目線のマーケティング視点の不足がうかがえる。 そこで、この授業ではトップ3の中国、韓国、台湾の旅行者に旅行先として愛知・岐阜・三重の東海三県に興味を持って貰うための方策として、どのようなネタがあり、どう伝えたらよいかを考える。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	演習
授業の方法(Class method)	始めにインバウンドマーケティングの基本視点に関する講義を行う。次にグループワークとして中国、韓国、台湾からの旅行者の特徴の調査と分析を行い、ターゲットに対する東京や京都、大阪とは異なる愛知・三重・岐阜の魅力の発見とその発信方法についてグループで考察し、発表をする。

■各回のテーマとその内容(Each theme and its contents)

回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	イントロダクション	講師自己紹介、授業の狙いと進め方、講義ノートの作り方等を説明する	□
第2回	マーケティングの基本概念の復習	消費者マーケティングの基本概念を学ぶ。STPと3Cについて観光の観点で考える	□
第3回	インバウンド観光客の現状	新型コロナ感染拡大前のインバウンド旅行者の推移と最近の動向を探る。 旅行統計からわかること	□
第4回	外国人から見た日本の観光資源	外国人旅行者が何を期待して日本に来るのか、その結果、何に満足したのかを調べる。 旅行統計や各種調査からわかることは何か。	□
第5回	東アジアからの旅行者の現状	中国、韓国、台湾からの旅行者数の推移を探る。 団体ツアー旅行者と個人旅行者の違いを考える。	□
第6回	東海三県の魅力	外国人旅行者にとっての東海三県の魅力について考える	□
第7回	前半のまとめと振り返り	前半のポイントの確認 プレゼンのためのグループ分け 評価基準の提示	□
第8回	グループワーク 調査分析1	【ターゲット】中国、韓国、台湾の中で対象国を選択し、ターゲット国を決める。文献やネット検索、ヒアリング等を通じて、そのターゲット国の旅行者が一般的に何を期待しているのかを考える。	□
第9回	グループワーク 調査分析2	【ネタ】中国、韓国、台湾の中で対象国を選択し、具体的なターゲット旅行者を決める。文献やネット検索、ヒアリング等を通じて、そのターゲットの旅行者が何を期待しているのかを考える。ターゲットに人気の日本の他の観光地の事例を調べ、その理由を考える。	□
第10回	グループワーク 調査分析3	【伝え方】中国、韓国、台湾の中で対象国を選択し、具体的なターゲット旅行者を決める。文献やネット検索、ヒアリング等を通じて、そのターゲット旅行者が何を期待しているのかを考える。ターゲットに人気の日本の他の観光地の事例を調べ、その理由を考える。彼らが観光情報をどうやって得ているかを探る。	□

第11回	グループワーク プレゼン準備1	選んだ国のターゲットの旅行者が具体的にはどんな人で（ペルソナ）、彼らに対して売り込みたい東海三県のネタ（モノやコト）を考える。なぜ、それを売り込みたいのかその理由も考える。	□
第12回	グループワーク プレゼン準備2	選んだネタ（モノやコト）をどうやってターゲットに伝えるか、その方法を具体的に考える。なぜそれが効果的なのか、その理由も考える。	□
第13回	グループワーク プレゼン準備3	チーム内での発表者の割り振り、不足する情報の調査、提案のブラッシュアップ	□
第14回	グループワーク プレゼンテーション	グループごとに提案し、質疑応答をする	□
第15回	まとめ	全体の振り返り	□

■授業時間外学習（予習・復習）の内容(Preparation/review details)

中国、韓国、台湾の来日旅行者の記事や情報を文献、新聞、ネット検索等で調べておく（2時間程度）。授業後に提示されたキーワードの確認とグループで考えたことの整理をする(2時間程度）。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

授業内にミニテストを行い、回答を提示します。また、グループのプレゼンテーションを講評し、企画書については必要に応じて指導し、評価します。

■授業の到達目標と評価基準(Course goals)

区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)
主体性	◆ 2019全学共通DP3	多様な人びとの中で自己を理解し、主体的に他者と協働して問題を解決することができる。チームの一員として課題解決策立案に貢献できる。

■成績評価(Evaluation method)

筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験（in-class exam)	その他(Other)
			100%	

授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)

ミニテストとプレゼンテーションにより総合的に評価します。チーム員全員がプレゼンターとして参加してください。

■テキスト(Textbooks)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	石井淳蔵『1からのマーケティング〈第4版〉』碩学舎、2019年	978-450-232771-1
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	安藤真澄「顧客視点のインバウンド観光マーケティング―モノからコトへ―」『南山経営研究』第31巻第3号pp.133-160(28p.)、2017年	researchmap.jpで検索
2	安藤真澄「中部圏のインバウンド観光施策の現状と課題―顧客視点のインターネット・コミュニケーション―第Ⅰ部」『南山経営研究』第32巻第2号pp.93-127(35p.)、2017年	同上
3	安藤真澄「中部圏のインバウンド観光施策の現状と課題―顧客視点のインターネット・コミュニケーション―第Ⅱ部（愛知・岐阜・三重・名古屋市編）」『南山経営研究』第32巻第3号pp.195-227(33p.)、2018年	同上
4	JTB総合研究所『インバウント概論』 JTB総合研究所 、2020年	978-4902772661

5		