

授業11-3 市場規模を推定する① 市場規模を推定する考え方			
ねらい	市場規模を推定するための基本的な考え方やデータ収集方法を学び、その結果をもとにビジネスの可能性を判断させる。	教材	ワークシート 1 枚

展開時間	指導内容	留意事項
導入 3分	1 前時の振り返り	
	・ 前時を振り返らせる。	
展開 1 7分	2 [ワーク①]フェルミ推定を活用して「日本全国で消費されるハンバーガーの年間販売数」を推定しよう。	
	(1)(2)文章を読んで計算式を作成し、計算させる。 (個人 5 分、ペア共有 2 分) ・ 答えを確認させる。	(1)1億2600万人×70% = 8820万人 (2)8820万人× 5 回 = 4億4100万個
展開 2 10分	3 [ワーク②]フェルミ推定を活用して「日本全国のピザの年間販売枚数」を推定しよう。	
	(1)(2)(3)文章を読んで計算式を作成し、計算させる。 (個人 8 分、ペア共有 2 分) ・ 答えを確認させる。	(1)1億2600万人×50% = 6300万人 (2)6300万人×5回 = 3億1500万回 (3)3億1500万回×1.5枚 = 4億7250万枚
展開 3 25分	4 [ワーク③]自分の考案している商品・サービスの市場規模を推定するための情報収集について考えよう。	
	・ 「高校生向け文房具販売ビジネス」の例を用いて、TAM・SAM・SOMを説明する。 (1)自分の考案している商品・サービスの市場規模を推定するためにどのような情報が必要か記入させる。 (2)推定をするための「情報元」をどこにするか調べ記入させる。 (3)情報がない場合、仮説の数字を何にするか検討させる。 (個人：15分、グループ共有 5 分)	・ e-Statや文章生成 A I 等を使用する。 ※文章生成 A I は正確な情報ばかりではないことに留意させる。
まとめ 5分	5 [ワーク④]本時の振り返り	
	・ 本時の気づきを記入させる。 (個人 5 分)	