令和5年度
市町村専門研修
新潟県自治研修所

オンライン（Zoom）

県との合同

地域を活性化するマーケティングの基本

～マーケティングの基本手法を学び、住民ニーズに応える～

ねらい

基本となるマーケティング手法及び活用法を学び、地域活性化に向けた政策形成・事業立案への活かし方を習得します。

特徴

・自治体としてのマーケティングのポイントとなる知識を総合的に学習することができます。

・地域を活性化するための視点や具体的な手法等について、講義や演習を通じて学習したり意見交換することで、政策形成をはじめ、様々な業務に応用できる考え方を身に付けることができます。

形式

本研修は、Zoomによるオンラインで実施します。

■日程【1日間】 11月13日（月）	■予定人数 16名
■対象	・住民ニーズを捉えた政策形成の重要性を感じている方 ・地域振興策の立案や情報発信に当たって、考え方のヒントを得たい方 ※「戦略的情報発信」を併せて受講することで、より効果的なマーケティングのスキルを身に付けることができます。
■講師	株式会社インソース　菅野　聡之

プログラム（予定）

9:00　12:00　13:00　17:00

はじめに
1. マーケティングとは何か
2. マーケティング戦略の立て方
3. 環境分析～市場環境と組織の状況を分析する

4. 戦略の策定～誰に何を提供するか
5. 戦術の考案～マーケティングの4P
6. 戦術の考案～公共マーケティングの4P
7. まとめ

カリキュラム（予定）

時　間		内　容
1日目	9:00	**はじめに**
		1．マーケティングとは何か （1）マーケティングとは、相手を動かすこと （2）マーケティングの重要性 （3）マーケティングの視点 （4）「プロダクトアウト」と「マーケットイン」
		2．マーケティング戦略の立て方
		3．環境分析　～　市場環境と組織の状況を分析する （1）外部環境の分析 （2）内部の課題分析 （3）SWOT分析
	12:00	
	13:00	**4．戦略の策定　～　誰に何を提供するか** （1）STPマーケティングとは （2）「S」　～　セグメント化 （3）「T」　～　ターゲット選定 （4）「P」　～　ポジションの確立
		5．戦術の考察　～　マーケティングの4P （1）製品（Product） （2）価格（Price） （3）流通（Place） （4）プロモーション（Promotion）
		6．戦術の考察　～　公共マーケティングの4P （1）製品（Product）　～　ニーズを満たすもの全て （2）価格（Price）　～　4種類の価格 （3）流通（Place）　～　顧客との接点 （4）プロモーション（Promotion）　～　適切なメディアの選択
		7．まとめ
	17:00	

※研修内容は現段階での予定であり、今後、変更となる場合があります。

受講者の声（令和4年度）

- 分析方法やアイデア出しのみならず、今の観光形態や社会情勢、これまでの研修で出たアイデアが形になった話など、参考になる話が多く織り交ぜてあり、研修内容に厚みを持って理解することができた。
- 具体的なSWOT分析とSTPマーケティングの基礎を学ぶことができた。日頃の業務でも生かせるよう、分かりやすくご説明いただいた。