

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その活用法を学び、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。
- ・講師による講義や演習、グループでの討議を行います。

■日程【1日間】

7月24日（木）

■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

■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
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日間	9:00 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 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. 戦術の考案 ～ 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. 戦術の考案 ～ 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6年度）

- 観光やまちづくり等の分野ではもちろん、それ以外の各分野においても転用可能な考え方で大変有意義だったと感じた。
- 課題解決を目指すときに漠然とした効用を意識しがちだが、ターゲットを絞ることでアプローチ方法がクリアになるということを学んだ。
- ある事象に対して、分解し、分析するということは、観光以外にも通底することだと思うので、様々な課題解決のプロセスとして応用していきたい。