



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、Z o o m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23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. 公共マーケティングの基本概念 2. 自地域の現状を分析する 3. 民間マーケティングの応用①		4. 民間マーケティングの応用② 5. デジタルマーケティングとソーシャルメディア 6. まとめ	

カリキュラム（予定）		
時 間	内 容	
1 日 間	9:00	1. 公共マーケティングの基本概念 (1) 公共マーケティングとは何か (2) 民間のマーケティングとの違い (3) 目指すものは何か ～目的を明確化する (4) ニーズと期待を掌握する方法
		2. 自地域の現状を分析する (1) 外部環境の分析 (2) 内部の課題分析 (3) S W O T 分析
		3. 民間マーケティングの応用① ～S T Pマーケティング (1) S T P 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) 地方自治体におけるポジショニングとは
	12:00	
	13:00	4. 民間マーケティングの応用② ～マーケティングミックス (1) マーケティングミックスとは (2) 公共マーケティングの4 P
		5. デジタルマーケティングとソーシャルメディア (1) デジタルマーケティングの基礎 (2) ソーシャルメディアの活用方法 ～S N Sと動画マーケティング (3) 代表的なソーシャルメディア
	17:00	6. まとめ

※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7年度）

- マーケティングというと市場調査・分析のイメージを持っていたが、もっと広い定義があることを知った。現状分析のための手法は分野を問わず業務の課題解決に活用できそうだと感じた。
- 企業マーケティングとの違いを明確に示してもらうことで、公共団体がどのようなマーケティングを目指していけばよいのか学ぶことができた。
- 地域活性化のためのマーケティングについて、これまで学んだことがなかったため、どのように分析し、どのような手法が最善なのかを詳細に学ぶことができ、大変有益な研修でした。