

インバウンド対応研修② 観光マーケティング編

- *対象者** 観光産業に従事している実務者・マネジメント層
- *時間** 半日（3時間程度）
- *費用** 研修運営費 ※プログラムカスタマイズ費、講師交通費・宿泊費、会場費は別途

研修の目的

自地域の強み・弱みを理解すること

観光マーケティングの概要を理解すること

デジタルマーケティングを理解すること

訪日外国人旅行者に選ばれる地域になるためにはどうすればよいのかを学びます。自地域の強みや弱みを客観的に捉え、ターゲットとなる顧客層へどのように訴求すべきかを観光マーケティングの基本に従って理解します。今後、ますます注目されるデジタルマーケティングの重要性や概要も学習します。

研修の特徴

1. アクティブラーニングの活用

講義を一方的に聞くのではなく、グループワーク、グループディスカッション、プレゼンテーションなど受講者の皆様が主体的・能動的に学習できるような環境を創出します（アクティブラーニング型研修）。

3. 経験豊富な講師陣が担当

観光産業の第一線で活動している講師が担当します。実務と理論の両方を駆使して受講生と共に双方向の学習を演出します。

2. JTBグループのノウハウを活用

観光業界で様々な経験を有するJTBグループのケースや知見を活用。観光業界の「今」を題材に実践的な学習が可能となります。



学習プロセス

自地域を客観的に捉える
-SWOT分析-

観光マーケティングの理解

マーケティング戦略策定

学習項目

自地域の強み・弱み

マーケティングミックス2
商品流通

観光客ニーズの確認

マーケティングミックス3
プロモーション

マーケティングミックス1
商品開発

マーケティングミックス4
デジタルマーケティング

マーケティング戦略策定

プログラム例

項目	概要	時間	スタイル
自地域の強み・弱み	SWOT分析を活用して自地域の強み・弱みを客観的に捉える	30分	講義形式／個人ワーク
観光客ニーズの確認	観光客が求めているもの、トレンドを把握します	30分	講義形式／個人ワーク
マーケティングミックス1（商品開発）	マーケティングデータを活用した商品開発の考え方と方法を理解します	20分	講義形式
マーケティングミックス2（商品流通）	OTAの特徴を理解しながら、現代の商品流通の仕組みを理解します	20分	講義形式
マーケティングミックス3（プロモーション）	ターゲットの特徴に合わせたプロモーションの考え方を理解します	20分	講義形式
マーケティングミックス4（デジタルマーケティング）	今後注目されるデジタルマーケティングの重要性を理解します	20分	講義形式
マーケティング戦略策定	マーケティングの理論を活用して、顧客獲得・創造のための戦略書を策定します	40分	グループワーク

担当講師紹介



宮口 直人（みやぐち なおと）
《株式会社JTBコミュニケーションデザイン コンサルタント》

■プロフィール

大学卒業後、株式会社ジェイティービーに入社し、法人営業・顧客企業のセールスプロモーション活動に従事。その後、日本精工株式会社にて、外資系自動車会社の営業担当として、担当部品のコストダウン、生産地移管などの業務に携わる。2009年より経営コンサルタント、講師職に従事。コンサルタントとして、宿泊施設の再生、地域活性化プロジェクト、観光人材育成等の領域で豊富な経験を有する。

■経歴等

Australian Catholic University経営学修士（MBA）会計学専攻
株式会社ビズユニテッド代表取締役（観光コンサルティング会社）
株式会社バリューシップクリエイション代表取締役（宿泊施設運営会社）
和歌山大学 国際観光学術センター客員研究員
神田外語大学講師（キャリア教育、企業分析担当）
東京国際大学講師（観光学、観光インバウンド担当）