

マーケティング手法による政策形成

● 講座のねらい

多様化する住民ニーズを把握しつつ、住民が満足するより良い施策を企画・立案するために、民間で活用されているマーケティングの理論や手法を学び、自治体での導入事例や演習等を通して、政策を形成する能力を身に付ける。

● 研修について

【対象者】 受講を希望する職員

1泊2日

【日程】 令和6年12月16日（月）～17日（火）

【会場】 自治研修センター

【予定人員】 40名

【講師】 ヒューマンリソースデザイン株式会社 中村 誠司 氏

● カリキュラム（2日間）

	午前	午後
1 日 目	(9:30～10:00) ・オリエンテーション (10:00～12:00) ・自治体経営について ・経営環境の把握 ・公共マーケティング ・問題発見 問題の正しい認識	(13:00～17:00) ・あるべき姿と実際の姿とは ・マーケティングの4P ・事例演習 ・現状分析・原因・対策検討 ・自治体のマーケティング成功事例の紹介
2 日 目	(9:00～12:00) ・マーケティングの基礎 ・SWOT分析 ・マーケティングを導入した事例演習 ・マーケティングの先行研究 「鹿児島ブランド」 ・統計手法の紹介 (住民満足度調査の重回帰分析方法、主成分分析の方法、自由回答記述などの統計解析法)	(13:00～16:00) ・問題の明確化・原因の追究・課題の設定 ・政策立案・まとめ ・商品、サービスの差別化 ・戦略及びマーケティングの基本について ・鹿児島ブランド商品サービスと住民満足の関連について ・発表 まとめ 総括 (16:00～) ・閉講

● 受講者の声

- 自らの企画の説得力、再現性を向上させるには、マーケティング手法を学ぶことが有効であると思い、受講した。
- 民間のマーケティングの手法について、発表等を通して学ぶことができてよかった。

● センター職員からの オススメポイント♪

ターゲティングの細分化、自社ブランドの強み・弱み、脅威について分析するSWOT分析等のマーケティング基礎について学びたい方にオススメです。