

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養成する。

○対象者

受講を希望する職員

○日程

令和4年11月24日（木）～25日（金）2日間

○会場

自治研修センター（午前9時30分までに集合）

○予定人員

40名

○講師

ヒューマンリソースデザイン(株)
中村 誠司



○カリキュラム

	午 前	午 後
1 日 目	(9:40~10:00) ・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	(13:00~16:30) ・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	(9:40~12:00) ・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

【令和3年度受講生のアンケートから】

- 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、発表等を通して具体的に学ぶことが出来てよかった。