

別紙1—1

第1回（1月実施分）研修カリキュラム概要（計画フェーズ）（案）

〈テーマ〉

観光地域マーケティングの基礎と、データを用いた戦略設計について

〈研修の位置付け〉

本研修は、おおいた観光データカタログを「操作する研修」ではなく、観光施策を考えるための“共通言語”としてデータを使えるようになることを目的とするもの。

〈主な内容〉

1. 観光マーケティングの全体像の理解

観光施策における「セオリー」を踏まえた一連のプロセスを整理して、観光マーケティング全体の構造を体系的に理解するもの。総花的な計画に陥るのではなく、地域ごとに選択と集中によって施策の優先順位を明確にし、評価を前提とした運用の重要性を学ぶもの。

2. 環境分析の考え方

観光施策の目的を「地域経済の維持・拡大」という視点から整理し、宿泊データや訪問データを用いて、地域の現状や課題を客観的に把握する方法を学ぶもの。併せて、得られた現状認識を地域関係者と共有し、共通認識として言語化するための基本的な考え方を身につけるもの。

3. 戦略策定（STP）の基礎

地域特性を踏まえたセグメンテーションの考え方を整理し、ターゲット設定の基本を学ぶもの。また、選定したターゲットに対して、どのような訴求メッセージを設計すべきか、ロジックに基づいて検討することで、施策の質を高める方法論を学ぶもの。

4. 事例共有

他地域のDMOにおけるデータ活用事例を紹介し、成果につながった要因や工夫点を整理するもの。その上で、自地域に応用する際の視点や考え方を整理するもの。

〈研修後の到達イメージ〉

「なぜそのターゲットを設定したのか」を、データに基づいて論理的に説明できる、次回研修（アクションフェーズ）に向けて、検討すべき課題が整理できている状態となることを目指す。