

**授業概要**

旅行会社での実務経験を活かし、この授業では、マーケティングの基本を観光業界の事例に学びながら、どうすれば観光地に多くのお客様を誘客・集客でき、その地域への観光関連消費額を増やすことができるのか考え、また全く資源のない所でもアイデア次第で新しい観光素材が創造でき、地域経済に貢献しているのか講義します。

**授業計画**

第 1 回	授業オリエンテーション（授業の進め方と学び方）
第 2 回	観光（観光資源）の意味と変遷
第 3 回	マーケティングの基本（何をするための理論か）
第 4 回	観光素材と観光業界を切り口としたマーケティング
第 5 回	観光マーケティングの考え方（人が集まれば、お金が落ちる、お金が落ちると地域が元気になる、地域に魅力が生まれ、また人が来てくれる、またお金が落ちる）
第 6 回	事例研究：新しい観光地「道の駅」と地域特性を活用した「富士宮焼きそば」
第 7 回	事例研究：どこにでもある葉っぱがおばあちゃんと地域を元気にした「葉っぱビジネス」、「真っ暗闇がポイント」の観光資源
第 8 回	事例研究：廃線が奇跡の復活、今や人気の「京都嵯峨野トロッコ列車」、アニメ・ドラマの舞台が観光地
第 9 回	M・I・C・E（ミーティング、インセンティブ、コンベンション、エキジビション・イベント）ビジネスと旅行会社
第 10 回	フィルムコミッションとコンベンションビューローの役割（新しい観光資源の発掘）
第 11 回	マーケティングにおける分析方法（P・E・S・T 分析、S・T・P 分析）
第 12 回	3C 分析（自社、競争相手、顧客）と S・W・O・T 分析（強み、弱み、機会、脅威）
第 13 回	4P（商品・価格・流通・販売促進）とブランド戦略（ブランドとおもてなし）
第 14 回	観光資源と訪日外国人と地域・経済活性化（国立公園の活用と活性化）
第 15 回	まとめ（観光産業の未来と展望）
第 16 回	定期試験またはレポート

**到達目標**

観光業界の事例を通して、マーケティングの基本を学びます。マーケティングはいかに企業にとって必要かつ重要であるかを理解することです。マーケティング力は企業で必要とされるもので、常に考える習慣を身につけるきっかけとなることがこの授業の目標です。

**履修上の注意**

関連するニュースや、テレビの旅番組、イベントなどに興味を持ちましょう。授業の順番は変わることがあります。また事例を理解しやすくするため映像を使用することもあります。

**予習・復習**

予習・復習は授業内で適宜指示します。復習のための課題を出すこともあります。

**評価方法**

定期試験またはレポート（60%）、授業内数回の理解度テスト（30%）、授業態度（10%）を総合的に判断します。

**テキスト**

使用しません。毎回授業資料を配布します。