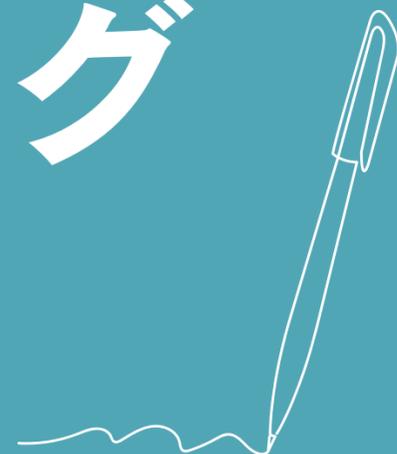


石狩管内社会教育主事等研究協議会

地域をつくる一流の

マーケティング



石狩管内社会教育主事等研究協議会について

社会教育推進上の課題解決に向け、管内市町村の社会教育主事等関係職員が年5回程度集まり、生涯学習社会の充実に向けた具体的方策を究明することを目的に、スキルアップ研修や研究協議を行っている。

対象市町村：江別、恵庭、千歳、北広島、石狩、当別、新篠津、札幌、石狩教育局 等

石狩管内社会教育主事等研究協議会について

研究協議メインテーマ

「持続可能な社会の実現に向け、地域の可能性を引き出す学びをつくる社会教育のあり方」

サブテーマ

R5：地域をつくる一流のコミュニケーション

R6：地域をつくる一流のファシリテーション

R7：地域をつくる一流のマーケティング

R5：地域をつくる一流のコミュニケーション

- **話しやすい雰囲気をつくり、まずは聞くこと**

聞くことで相手を知り、会話が広げやすくなる。

会話で信頼関係ができて、相手との調整・意識の擦り合わせがスムーズになる。(傾聴→会話→調整)

- **主体的に地域づくりに関わる人を増やすプロセスであり想い。**

一流のコミュニケーションを交わすことで、人の心を揺り動かしたり、一歩踏み出すあと押しができる。

R6：地域をつくる一流のファシリテーション

●「終わってみれば、みんな自分事」の立役者

会議メンバー全員がチームの一員として主体的に会議に参加し、安心して話せる雰囲気づくりが大切。チーム一丸となってより良い意見をつくっていくことで、「参加してよかった！」と思ってもらえることができる。

●地域に溶け込み、意見を引き出し、互いに理解できるように導き発展させる

会議に集まった知らない者同士、各々の思いを互いに知ることで、理解し合うことができる。ファシリテーターとしてそこに溶け込み、意見を引き出すことで、「そば打ち職人」のように多様な意見を混ぜ合わせ、よりよい意見を導き出すことができる。

R7：地域をつくる一流のマーケティング

集客やターゲティングなど、本来企業戦略で用いられる手法。

社会教育分野や行政では触れられることの少ない分野であるが、地域の課題を捉え解決する社会教育にどのように生かせるのかも含め、研究協議を行う。

目次

01. **マーケティングとは？**
02. **マーケティングリサーチの分析手法**
03. **マーケティングからの学び**
04. **社会教育の“ならではの価値”とは**
05. **マーケティングを社会教育に
どう生かすか**

01. マーケティングとは

1

“顧客志向”の、製品やサービスを適切に届ける仕組み。

2

本当に必要としている人に、滞りなく、適正な対価で。

3

リサーチ→分析→試行 データと仮定による論理的な企業戦略

02。マーケティングの分析手法①

ここにお水があります。

コンビニで、100円で売っています。

もっと売るようにするには

どんなことをすればよいでしょう。



02。マーケティングの分析手法②

ここにお水があります。

これを1本1,000円で売るには
どうしたらよいでしょうか。



03. マーケティングからの学び

自社を知ること

自社の“**ならではの価値**”が明確に確立されているほど、競合との差別化やターゲティングに成功し、マーケティング戦略がうまくいく。

顧客を知ること

顧客との絆を太くする。自分の心を顧客にシンクロさせる努力をする。顧客は誰かを想像する。その人がどんな気持ちになるか、解像度を高め続ける。考え抜く。

社会教育の“**ならではの価値**”とは

04。社会教育の“ならではの価値”とは

“自由”であること（cf.学校教育）

非日常の体験や出会いから、偶発的な学びが生まれる

多様なスキル、多様な出会いの中で一生涯続く …

05。マーケティングを社会教育にどう生かすか

その事業は、本当に届けたい人に向けたものか？

届けるために、どのような働きかけが必要か

→マーケティング思考を身に着けることで、

事業を届けたい人の段階に応じた行動変容に、

論理的にアプローチできる。(ナッジ理論)

「地域をつくる一流のマーケティング」とは

- ・自分たちの「ならではの価値」を知ること。
- ・顧客（＝事業を届けたい人）が誰か、どんな気持ちになるか、諦めずに考え抜き、解像度を高め続けること。
- ・マーケティング思考を身に着けることで、事業を本当に届けたい人に向けたものとする道標となり、その人の行動変容に、論理的にアプローチできる。

THANK YOU

質疑応答は、お手柔らかにお願いします。

