

第5期インバウンド需要に対応した MICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	インバウンド・マネジメント	担当者	松田 充史	実施年月	2024年6月～7月
-------	---------------	-----	-------	------	------------

■講義目的

本講義では、受講生がインバウンドマーケットとは何かについて理論的枠組みから理解するとともに、国や地域、さまざまな観光産業のケーススタディから、自らの課題解決の実践的手法を構築することを目的とする。

■各回の授業内容

第1回1-2講時 6月9日 日曜日 (13:00～16:20)

「インバウンドマーケットの歴史的背景と理論的枠組み」

- ・インバウンドマーケットの歴史的背景を理解し、ニーズおよび経済効果の面からインバウンドマーケット市場を把握する。受講生のインバウンドに関する課題認識を共有し、理論的枠組みの探索と考察、課題解決につなげる。
「なぜインバウンドが必要なのか」

第2回3-4講時 6月16日 日曜日 (13:00～16:20)

「日本におけるインバウンドの現状と課題」

- ・訪日観光客の誘致に取り組む公的機関 JNTO は、いかにインバウンドに取り組んでいるのか、またプロモーションを行っているのかについて理解を深める。受講生の課題について基本フレームを使い明確にした上で対策を考える。
ゲストスピーカー：日本政府観光局 (JNTO) 理事 中山 理映子 氏
「ケース：日本のインバウンドの現状」

第3回5-6講時 6月23日 日曜日 (13:00～16:20)

「大阪・関西におけるインバウンドの現状と課題」

- ・大阪・関西におけるインバウンドについての現状と具体的な取り組みから市場把握の視点を獲得。そして、それらの事例をいかに地域やビジネスでの販売戦略に実践・応用できるかを議論する。
ゲストスピーカー：大阪観光局 観光事業部長 塩見 正成 氏
「ケース：インバウンドの市場細分化」

第4回7-8講時 6月30日 日曜日 (13:00～16:20)

「インバウンド消費動向からみるマーケティング戦略」

- ・訪日観光客の消費動向を販売現場の事例から学び、基礎的理論を踏まえ、インバウンド観光におけるマーケティング戦略を学ぶ。その上で、現場レベルでのインバウンド・ビジネスとグローバリゼーションについて検討する。
スピーカー：大丸松坂屋百貨店 大丸心齋橋店 山本 昭二 先生
「ケース：インバウンドの営業戦略」

第5回9-10講時 7月7日 日曜日 (13:00～16:20)

「インバウンドにおける日本の価値」

- ・ヨーロッパ人が設立した DMC の日本マーケットのビジネス・デザインから、インバウンドにはどのような商品開発のアイデアが求められるかを学ぶ。更に、インターナル・マーケティングについてもアプローチする。
ゲストスピーカー：THE J TEAM 取締役 James Kent 氏
「ケース：ビジネス・デザイン」

第6回11-12講時 7月14日 日曜日 (13:00～16:20)

「2025 大阪・関西万博」

- ・いよいよ来年 (2025 年) に開催される「2025 大阪・関西万博」について知見を深める。
ゲストスピーカー：公益社団法人 2025 年日本国際博覧会協会広報・プロモーション局 企画部 係長 橋間 望 氏
「ケース：2025 大阪・関西万博」

第7回13-14講時 7月21日 日曜日 (13:00～16:20)

「受講生によるプレゼンテーション」

- ・これまでの講義での理論的枠組みとケーススタディの知見を基に、受講生がそれぞれのインバウンド課題に関するプレゼンテーションをおこない、双方向の議論によりコ・クリエーションによる新たな理論の構築をめざす。

* 講義日程によりプログラムが変更になる場合があります。

■授業方法

毎回、前半は講義により理論的枠組みを学び、ゲストスピーカーのケーススタディにより考察を深める。後半でディスカッションを行い、受講生間の対話を通し、コ・クリエーションによる現場課題解決をめざす。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

講義時に紹介します。

■成績評価の基準と評価方法

平常レポート：60% グループワークへの参加：20% プレゼンテーション：20%