

# とやま観光マーケティング入門講座 受講者募集資料

とやま観光推進機構

## 講座概要

### ■ 講座タイトル とやま観光マーケティング入門講座

#### ■ 概要／目的

観光データをもとに、来訪者理解、課題把握、施策立案までを体系的に学ぶ実務者向け講座です。  
TOYTOS等のデータを活用し、地域の観光振興施策を考える視点と実践手法を身につけます。

#### ■ スケジュール（全4回）

回	年月日	構成
第1回	2026/7/3	第1部 13:00-14:30, 第2部 14:45-16:15
第2回	2026/7/10	第1部 13:00-14:30, 第2部 14:45-16:15
第3回	2026/7/17	第1部 13:00-14:30, 第2部 14:45-16:15
第4回	2026/7/24	第1部 13:00-14:30, 第2部 14:45-16:15

#### 開催方式

第1,2回（講義）：対面・オンライン・オンデマンドでの受講可能

第3,4回（演習）：対面でのグループワーク

※受講料無料、定員15名（先着順）

※場所、持ち物は別途お知らせいたします。

#### ■ 講座イメージ

01 実データから  
観光のリアルを  
知る

TOYTOSを使って「誰が・  
何に満足し・何に課題を  
感じたか」を読み解く

02 来訪者像を描き、  
富山の魅力を  
考える

来訪者像や旅の流れを  
整理し、来訪者にとっての  
魅力や改善点を言葉にする

03 アイデアを形にし、  
提案する

チームで施策案をまとめ、  
観光マーケティングの  
提案を実践的に体験する

観光マーケティングの考え方を学び、  
演習で実データの分析から提案・発表までを体験します

#### ■ 講師／受講者

講師：富山大学経済学部 唐渡 広志 教授

受講者：市町村・観光協会職員、とやま観光推進機構会員等  
富山大学学部生・大学院生

※本講座は富山大学経済学部データサイエンス寄付講座として開催し、  
富山大学の学生も共に学びます。

## この講座で身につくこと

### 01 観光マーケティングの基礎

”セグメンテーション”、”ペルソナ”、”OMO”の  
基本を理解する

### 02 データに基づく現状把握と課題抽出

”TOYTOSデータ”の特徴を理解し、読み解く力を  
身につける

### 03 ターゲット設定と施策立案

来訪者像から施策仮説と  
”カスタマージャーニーマップ（CJM）”を考える

### 04 関係者との合意形成に向けた説明力

成果物をもとに、伝える力と合意形成の力を養う

## ”ペルソナ”、”セグメンテーション”、”OMO”、”カスタマージャーニーマップ”とは？



### セグメンテーション

来訪者を「年代」「目的」「同行者」などの違いで、いくつかのタイプに分けて考えることです。



### ペルソナ

来訪者の中の代表的な一人を具体的な人物像として描いたもの。行動、不安、求める価値などを具体的に考えます。



### OMO (Online Merges with Offline)

オンライン（検索・SNS・地図・予約）による情報収集や行動と、現地での体験を結び付けて、旅全体の満足度を高める考え方です。



### カスタマージャーニーマップ (CJM)

旅行前・計画時・現地・旅行後まで、来訪者の行動・気持ち・困りごとの流れを整理したものです。



来訪者をタイプ別に分け、具体化し、情報と現地体験を結びつけ、旅全体を捉える考え方

## ”TOYTOSデータ”とは？

～ツーリズム統計基盤 TOYTOS(トイトス)の主要コンテンツ「富山県観光ウェブアンケートデータ」～



### 誰が来た？

居住地／性別／年代  
職種・世帯年収  
同行者



### どんな旅？

宿泊数／宿泊市町村  
交通手段（来県・県内）  
来県回数／訪問目的  
情報源

訪問場所（複数）  
例：雨晴海岸、ガラス美術館…



### いくら使った？

消費金額（レンジ）

- ・交通費
- ・飲食費
- ・宿泊費
- ・買い物（特産品等）
- ・観光・体験費



### どう感じた？

満足度：  
交通、食、宿…旅行全体  
おすすめ度  
再訪意向  
自由記述：  
理由、困りごと、意見



来訪者の行動や気持ちを、わかりやすく“見える化”するアンケートデータ

## 講座内容

講義で基礎を学び、演習でチームの提案へつなげます

### 【講義】基礎とデータ分析

#### 第1回

ペルソナマーケティング基礎 / TOYTOSデータの特徴  
来訪者像を具体化する視点を学ぶ

身につくこと  
来訪者像を具体的に捉える視点

#### 第2回

Excelによるデータ解析 / 統計分析とプロファイリング  
データから仮説を考える力を養う

身につくこと  
来訪者像と打ち手の方向性を考える力

### 【演習】戦略立案と提案づくり

#### 第3回

戦略立案ワークショップ / カスタマージャーニー設計  
来訪者理解をもとに提案方針を具体化する

身につくこと  
顧客体験を設計する力

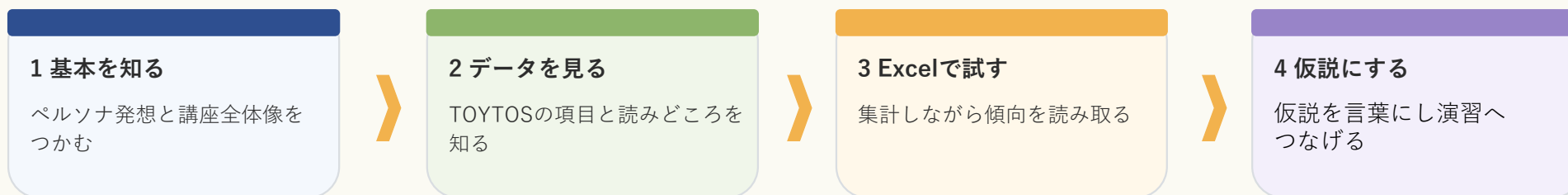
#### 第4回

CJM作成グループワーク / 認識合わせプレゼン実習  
提案を形にし、発表して磨き上げる

身につくこと  
伝える力と改善する力

## 第1, 2回(講義)の進め方

講義は「理解 → データの見方 → 分析 → 仮説づくり」の順に、無理なくステップアップします



### 各回でやること

#### 第1回 | 考え方とデータの全体像をつかむ

- ・ペルソナマーケティングの基本を知る
- ・TOYTOSデータの構造・項目・見方を知る
- ・来訪者を具体的に捉える視点を持つ

ここでのゴール：来訪者を具体的に捉える視点を持つ

#### 第2回 | Excel分析からペルソナの解像度を上げる

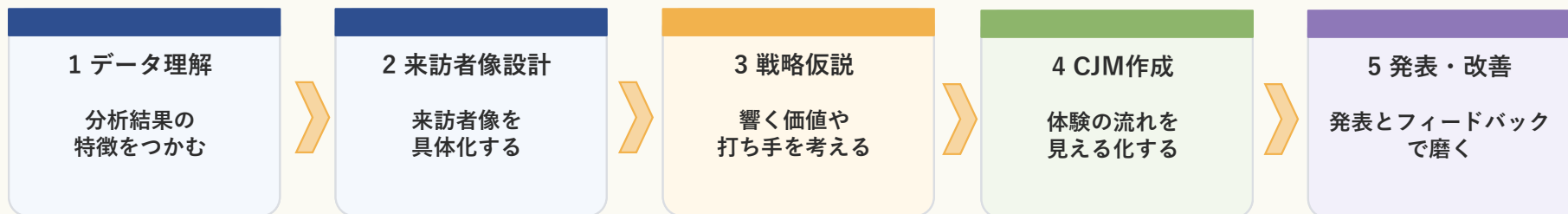
- ・基本的な集計・クロス集計を体験する
- ・セグメンテーションの考え方を学ぶ
- ・分析結果から仮説を言葉にする

ここでのゴール：データから仮説を考える入口がわかる

講義は対面・オンライン・オンデマンド対応。演習に入る前に、全員で基礎をそろえられます。

## 第3, 4回(演習)の進め方

来訪者理解をもとに、提案・発表までを段階的に進めます



### 最終成果物

ペルソナプロファイリングシート

カスタマージャーニーマップ

認識合わせプレゼン

データを根拠に観光施策を考え、チームで提案として形にし、発表まで体験します。  
分析→設計→共有という一連の流れを、短期間で経験できるのがこの講座の強みです。

## こんな市町村・観光協会職員の皆様におすすめです

観光施策をデータに基づいて考えたい担当者向けの実践講座です

01

### 観光施策をデータに基づいて考えたい

来訪者像や満足・課題を整理し、施策検討の土台をつくりたい

02

### 地域の強み・課題を客観的に整理したい

実データを使って現状を把握し、重点ターゲットや打ち手を考えたい

03

### 関係者との認識合わせに活かしたい

提案資料や説明のたたき台となる考え方・整理方法を身につけたい

## 受講申し込み方法

受講を希望する場合は【6月5日（金）まで】に  
受講申し込みフォームのURL又は二次元コードより  
申し込みください。



受講申し込みフォーム  
二次元コード

受講申し込みフォームURL  
<https://forms.cloud.microsoft/r/AWyDdCCc04>

## メッセージ

本講座は富山大学経済学部データサイエンス寄付講座として開催し、富山大学の学生も共に学びます。実務で使える視点を整理し、多様な参加者との意見交換を通じて観光施策を考える機会となります。観光データを読み解き、富山の観光施策に活かす視点を身につけませんか。