

地域創生

key word

- アントレプレナーシップ
- ウエルネスツーリズム
- 360°マーケティング
- グローバル生活研究



上田 雄三郎
Yuzaburo Ueda

産学公連携推進機構特命教授
主任社会連携コーディネーター

【プロフィール】

慶応義塾大学 法学部卒業後松下電器産業株式会社(現パナソニック)に入社。
2018年4月より、滋賀大学。

【主な講演】

- ・地域ブランド戦略フォーラム(2回) 2019年10月 2020年2月 日本・草津
- ・「The Business of Longevity 2017」 2017年10月 香港 The Economist
- ・第151回「未来洞察×社会課題×ビジネスイノベーション」シンポジウム 2018年2月 日本・東京 政策分析ネットワーク
- ・子育て家電というマーケティング 2007年10月 日本・東京 日経マーケティング ジャーナル

【代表的な研究テーマ】

- アントレプレナーシップ教育の展開によるゲームチェンジャーの育成
- 付加価値の高い観光のためのニューツーリズム研究
- 顧客を起点としたストーリーマーケティング/360°マーケティング

課題解決に役立つシーズの説明

1)アントレプレナーシップ教育の展開によるゲームチェンジャーの育成

デジタル技術の進展や経済のグローバル化といった変化の大きい不透明な時代にこそ、自立した個人としての問題意識を持ち、社会をより良い方向に変革するためのアントレプレナーシップの醸成が求められます。講義「アントレプレナーシップ I (公開授業)」「アントレプレナーシップ II (PBL 型授業)」や起業相談会を開催し、時代を変えるゲームチェンジャーの育成を進めています。滋賀大学発ベンチャーも続々生まれています。

アントレプレナーシップの要件		「アントレプレナーシップ I」の効果	
Creativity 創造力	ユニークで独創的なideaを構想する力。非連続。アートシンキング。	2020年度 受講前 4.66 受講後 5.75 差異 +1.09	2021年度 受講前 4.82 受講後 5.68 差異 +0.86
Critical thinking 論理的思考力	事実(データ)に基づいて、判断する力。連続性。デザインシンキング。	2020年度 5.45 6.34 差異 +0.89	2021年度 5.64 6.58 差異 +0.94
Communication 伝達力	自分のコンセプトや考え方を、受け手に理解させるための説明力。	2020年度 5.41 6.23 差異 +0.82	2021年度 5.64 6.62 差異 +0.98
Collaboration 協働力	目的に向かい、一緒になってideaを創り上げていく力。共創力。	2020年度 5.67 6.31 差異 +0.64	2021年度 6.36 6.98 差異 +0.62
Passion 情熱	目的達成のために、惜しみなく前向きに進める力。人間力。		

(各スキルを、10点満点で受講前・受講後に自己採点。2020年 n=195 2021年 n=174)

2)付加価値の高い観光のためのニューツーリズム研究 これからの人口減少時代の地域創生

観光産業のゲームチェンジャー育成

観光事業者
・宿泊事業者
・交通事業者
・旅行代理店
・ガイドなど

多彩な分野から受講生が応募いただき
2019年開講以降、3年間で62名が修了

2022年度も 定員15名に対して18名を選抜
滋賀を中心に日本をウエルネスの聖地に!

においては「稼ぐ力」を持ったまちづくりプロデューサーの活動が新しい観光を支えています。観光産業の高付加価値化を目指し、2018年に観光イノベーションフォーラムを立ち上げ、「ウエルネスツーリズムプロデューサー養成講座」を開講。新たな事業創造・価値提案の育成のお手伝いをしています。

WTPから生まれたツアー商品

Ritto Wellness Tourism
京都府宇治市本町5-1-15 本町5丁目1番15号
9/6 - 9/13 - 9/14

WELLNESS NINJA TOUR
10月11日(土)
松・伊賀市吉良町

3)顧客を起点としたストーリーマーケティング

360° マーケティング

マーケティングは顧客を起点に、商品・サービスの購入前・購入時・購入後の360°の観点で考えねばなりません。ビッグデータにより、今まで見えなかった顧客の動きが可視化できるようになった社会において、ブランド価値を高めるためにもストーリーが不可欠です。各企業の現状の課題分析からソリューションを提案し、戦略的プロモーションを支援しています。

360° マーケティングとは

購入後プログラム 安心・余韻

購入前プログラム 認知・発見

購入時プログラム 感動・驚き

ストーリー

生誕顧客化

タッチポイント

ツーリズムにおいても、「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」がそれを各フェーズに繋がる重要なポイント

マーケティング実例集

企業・自治体へのメッセージ

新しいビジネスプラン創出やゲームチェンジャー等の高度中核人材育成に貢献します。