＜農泊経営セミナーワークショップ＞

成功戦略シナリオワークシート
～わたしたちの地域戦略～

株式会社 JTB総合研究所

株式会社 JTB総合研究所

成功戦略シナリオ

Step1：戦略転換

最も自信のある地域資源を軸とした新たなカテゴリーで勝負をすることにより、競争力あるポジショニングを確保する

Step2：ターゲティング戦略

確実に集客を見込める層を取り込むことにより経営を安定化させる

Step3：オンリーワンプロダクト戦略

最も自信のある地域資源の新たなカテゴリーでのプロダクトの展開

Step4：プロモーション戦略

パブリシティを前提としたオンリーワンプロダクトの情報発信

Step5：リピーター戦略

観光における最も重要な戦略であるリピーター戦略を当初からイメージする

©2017 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

株式会社 JTB総合研究所

戦略転換

○農泊エリアは500地域を目指す激戦区
・比較優位性を発揮しにくい既存のカテゴリーでは戦わない。
・新たなカテゴリーを創り出し、ファーストランナーを目指す。

●あなたのまちの資源は？

●あなたのまちの強みを活かした
新たな「カテゴリー」とは？

©2017 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

成功戦略シナリオのフロー②

株式会社 JTB総合研究所

Step2：ターゲティング戦略

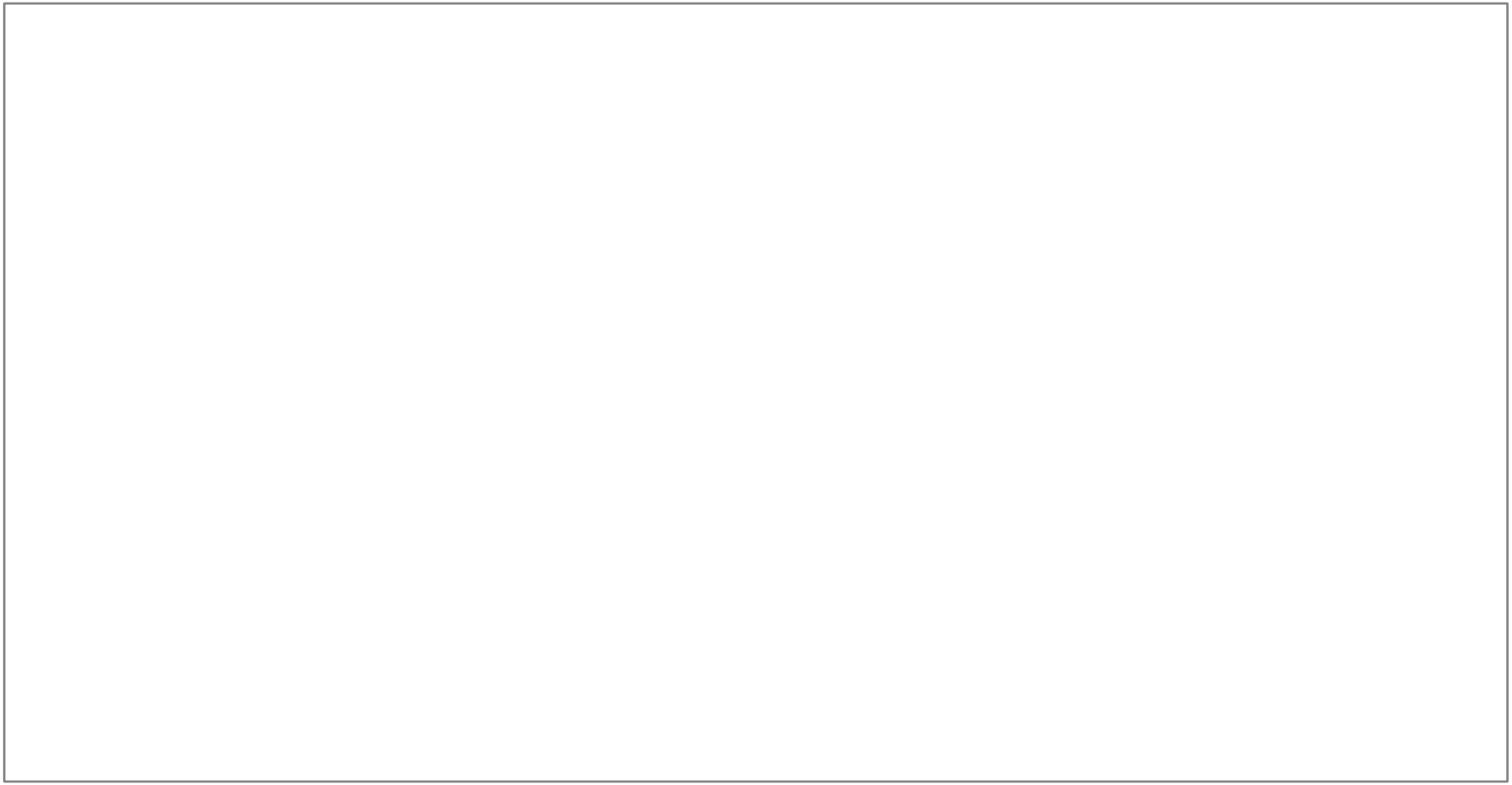
・確実に集客を見込める層を取り込むことにより、経営を安定化させる。
狙うべきターゲットは。

©2017 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

株式会社 JTB総合研究所

Step3：オンリーワンプロダクト戦略

・最も自信のある地域資源の、新たなカテゴリーでのプロダクト展開



©2017 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

Step4：プロモーション戦略

・パブリシティ（広報）を前提とした「オンリーワンプロダクト」の情報発信

それのためにはどのような情報発信が必要か。

©2017 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

株式会社 JTB総合研究所

Step5：リピーター戦略

・観光における最も重要な戦略であるリピーター戦略を当初からイメージする。

それのためにはどのような仕掛けが必要。

©2017 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

成功戦略シナリオのまとめ

株式会社 JTB総合研究所

地域団体名：

STEP	戦略	実施内容
1	戦略転換	
2	ターゲティング戦略	
3	オンリーワンプロダクト戦略	
4	プロモーション戦略	
5	リピーター戦略	

©2017 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製