



英語×マーケティングで身につける国際力

GLOBAL MARKETING CAMP 2026

イントラックス グローバルマーケティングキャンプ

2026.9.1 [TUE] >> 9.4 [FRI]

4
days

場所：国立オリンピック記念青少年総合センター（東京都渋谷区代々木）および観光ロケーション

募集締切：2026年7月31日(金) 対象：大学生、大学院生 参加費用：30,800円(消費税込)

使用言語：メイン 英語 / サブ 日本語 英語力不問(英語でのやり取りに前向きな方)

本プログラムは、観光地や地域を一つのケース（素材）としてフィールド調査を行い、現場でしか捉えられない実態や気づきをもとに価値を設計・発信する力を養うことを目的とする。あわせて、英語による発信力と、現代ならではのソーシャルメディアを最大限に活用したマーケティング手法を実践的に学び、観光分野に限らず、あらゆる商品・サービス・ブランドに応用可能な国際マーケティング思考とスキルの習得を目指す。



グローバルな
マーケティング知識

Marketing Skill

STPや4Pなど、マーケティングの基本フレームワークを英語で理解・説明。グローバル市場での事例分析や戦略立案の理解を深める。



英語での実践的
コミュニケーション

English Skill

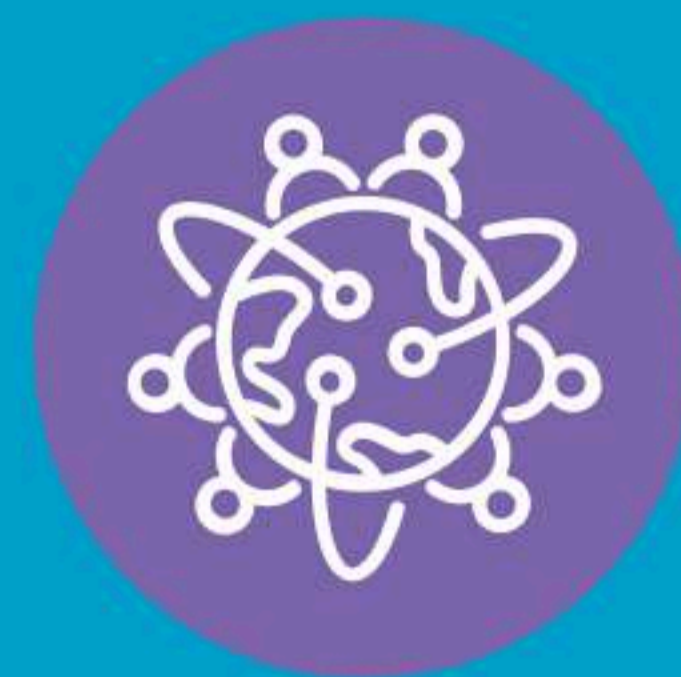
マーケティングレポートやプレゼンを英語で作成・発表。顧客インタビューや市場調査の質問を英語で設計・実施。



データ・リサーチ
スキル

Reserching Skill

海外のマーケットデータや消費者調査を読み解き、分析。観察・インタビューから洞察 (insight) を導き出すスキルを磨く。



グローバル視点
文化理解

Global Mindset

異なる文化・価値観を理解し、マーケティング戦略に反映。国や地域による消費者行動の違いを踏まえた提案力が身につく。



キャリア
進学でのアドバンテージ

Career Advantage

外資系企業や国際プロジェクトへの参加に有利。英語でマーケティングを行える人材として専門性をアピール可能。

お申し込み・お問い合わせ：株式会社 イントラックス

intrax



03-3434-2729 平日10:00~18:30



intrax@intraxjp.com

〒105-0022 東京都港区海岸1-9-11 マリンクスタワー7F

<https://marketing-camp.intraxjp.com/>

Intrax
Website



LINEで
お問い合わせ



GLOBAL MARKETING CAMP 2026

SCHEDULE スケジュール例

記載スケジュールはサンプルのものです。天候等の諸条件によって行き先が変更となることもあります。

■ 開催日

2026.9.1 [TUE] >> 9.4 [FRI]

■ 場所：国立オリンピック記念青少年総合センター
〒151-0052 東京都渋谷区代々木神園町3-1
および観光ロケーション

■ 募集締切：2026年7月31日(金) ただし、定員に達し次第締切

■ 対象：大学生、大学院生

■ 参加費用：30,800円(消費税込)

※開催場所までの往復、およびプログラム参加中の移動費等は含まれません。

■ 使用言語：メイン 英語 / サブ 日本語

■ 英語力不問 (英語でのやり取りに前向きな方)

Day 1 観察を通じて観光地の価値を理解する

学習目標 観光資源、訪問者行動、現地体験の観察を通じて、観光地価値がどのように生まれているかを理解する。

午前(教室)

- ・マーケティングの基礎概要
- ・観光商品・体験の特性
- ・都市・地域を「価値提供主体」として捉える視点
- ・価値創造の考え方
- ・ディスティネーション・バリューに関する短いディスカッション

午後(フィールド:浅草エリア)

- ・ディスティネーションウォークと体系的観察
- ・観光資源・課題・訪問者タッチポイントの特定
- ・想定ターゲット(ペルソナ)仮説の現地検証



Day 2 フィールドデータから実行可能なインサイトへ

学習目標 表層的な観察と、訪問者の本質的なニーズ・課題を区別し、マーケティングに活かせるインサイトへ転換する。

午前(教室)

- ・Day1の観察内容レビュー
- ・データ・観察・インサイトの違いの理解
- ・訪問者のニーズ、動機、ペインポイントの特定
- ・基本的な定性分析フレームワークの紹介
- ・午後のフィールド調査に向けたインタビュー視点・仮説設定

午後(フィールド:上野公園・博物館エリア)

- ・観光客・地域関係者へのストリートインタビュー
- ・訪問者行動・サービス動線の観察
- ・定性データ(発言・行動・不満点など)の収集



Day 3 国際市場向け価値の設計と検証

学習目標 外国人訪問者に響く価値提案とメッセージを設計し、現地で検証・改善する。

午前(教室)

- ・Day2フィールドワークの主要インサイト整理
- ・外国人訪問者向け価値提案(Value Proposition)の設計
- ・地域課題と海外市場の関心の接続
- ・分かりやすく一貫性のあるマーケティングストーリー構築
- ・午後の現地メッセージ検証準備

午後(フィールド:渋谷交差点周辺)

- ・現地でのメッセージテスト
- ・外国人観光客への価値説明練習
- ・フィードバックを踏まえたナラティブ修正
- ・海外向け発信に適した場所・物語・体験の特定



Day 4 観光地価値の戦略的発信

学習目標 設計した価値を、プレゼンテーションおよびSNSを通じて、戦略的かつ明確に伝える。

午前

- ・マーケティング提案「中身・設計図」準備・リハーサル
- ・ピッチ「伝え方・アウトプット」準備・リハーサル
- ・国際向けSNSメッセージの完成
- ・キーメッセージおよびビジュアルの最終調整

午後

1. **フィールドベース・マーケティング提案**
ターゲット訪問者定義、観光地の課題整理、国際市場向け価値提案
2. **マーケティングピッチ(5~6分)**
明確な戦略ストーリー、実現可能性のある提案
3. **グローバル向けSNSコンテンツ**
インサイトに基づくメッセージ、海外市場に適したトーンと表現

