



# 2026 Digital x Future

宮崎県デジタル人財育成コンソーシアム

Advanced Course  
企業寄添い型リスキルプログラム

## 思わず買いたくなる儲けの仕掛けづくり

～ AIが解き明かす「顧客のホンネ」と次世代マーケティング ～

全3回コース（初回7月15日）第2回8月19日、第3回9月16日

\*3回すべてを受講できなくても参加が可能で、後日オンデマンドでも配信します。

### コース概要

### 担当講師

本プログラム「儲けの仕掛けづくり」は、AIとマーケティングの強力な親和性を活かし、単なる「顧客満足」を超えた「顧客幸福」を実現するための実践的な3回コースです。従来のアンケート評価や表面的なニーズ分析にとどまらず、最先端のAI技術を駆使して顧客の言葉の裏に隠された「本音」を解説します。顧客がどのような場面で安心し、納得し、感動し、もう一度関わりたいと強く願うのか。そのメカニズムを紐解き、自社のビジネスにおける「儲けの仕掛け」をデザインしうの一助とします。

第1回で最先端の理論と視点を獲得し、第2回で実際のデータを用いたAI分析ワークショップを体験。第3回では分析結果を具体的なマーケティング施策へと昇華させ、明日から使える「顧客幸福」へのロードマップを描き出します。



日高 光宣

早稲田大学商学部卒、同大学院商学研究科で広告論を研究。宮崎産業経営大学教授として長年マーケティング教育に携わり、現在は宮崎大学学び・学生支援機構 特任教授。

専門はマーケティング戦略、ブランド論。『現代マーケティングの革新と課題』など著書・論文多数。

QRコードを読み取って  
お申込みください



### 受講対象者

対象者カテゴリ	こんな方におすすめ
マーケティング・営業担当者	顧客アンケートの分析に限界を感じており、顧客の「本音」をより深く掘り起こしたいと考えている方。AIを活用した新しい顧客理解手法を実務に取り入れたい方。
中小企業・店舗の経営者・オーナー	日々の業務に追われながらも「なぜ選ばれるのか」「なぜ離れるのか」を体系的に把握したい方。少ないリソースで最大の顧客満足を実現したいと考えている方。
商品企画・サービス開発担当者	顧客ニーズの把握に課題を感じており、データに基づいた商品・サービス改善を実践したい方。顧客体験（CX）の設計に関心を持つ方。
地域活性化・観光・行政関係者	地域住民や観光客の声を政策や施策に活かしたいと考えている方。住民満足度調査や観光アンケートをより有効に活用したい方。
医療・教育・福祉関係者	患者・生徒・利用者の「満足」だけでなく「幸福」を高めるサービス設計に関心がある方。非営利・公共分野でのマーケティング手法を学びたい方。
AIに興味はあるが活用できていない方	ChatGPTなどの生成AIを試したことはあるが、業務での具体的な使い方がわからない方。AIを「実務で使える武器」として身につけたい方。

### 受講にあたって必要な前提知識

AIや統計の専門知識は一切不要です。スマートフォンやパソコンで文章を書いた経験があれば十分です。自社・自店舗・自組織の顧客について「もっと知りたい」という好奇心と、3回の講座に継続して参加できる意欲が最大の条件です。

### このコースが目指すもの

本コースは、AIの使い方を学ぶだけのIT講座ではありません。AIという強力なレンズを通して顧客の心の奥底を覗き込み、愛され続けるビジネスをつくるための「儲けの仕掛け」を構築する、実践的マーケティングプログラムです。受講者には、講座終了時点で「自社の顧客の声をAIで分析し、顧客満足から顧客幸福へつなげる提案書の原型」を持ち帰っていただくことを目標とします。AIとマーケティングは、まさに最高の相棒です。その力を最大限に引き出し、あなたのビジネスに「儲けの仕掛け」を実装しましょう。

### 開催情報

開催日時	第1回2026年7月15日（水） 第2回2026年8月19日（水） 第1回2026年9月16日（水） 18:00～19:30
開催場所	宮崎大学ひなたキャンパス
受講料	無料

ひなたキャンパス  
宮崎市錦本町4番5号



お問合せ

宮崎大学 学び・学生支援機構 リカレント教育推進室

☎ 0985-58-7133 ✉ recurrent@miyazaki-u.ac.jp

## プログラム構成（詳細版）

### 【第1回】マーケティング理論の最前線：顧客満足から顧客幸福へ

～AI時代に顧客の本音を読むための新しい視点～

マーケティングの焦点は「不満の解消」から「幸福の提供」へとシフトしています。第1回では、このパラダイムシフトを理解し、AIを「知的パートナー」として活用するための基礎理論を学びます。AIの技術的な知識は一切不要です。「顧客の声をどう読むか」という視点の転換が、この回の最大の学びです。

時間配分	セッション	講義・演習の具体的内容
00:00 - 00:10	オリエンテーション	【講座の目的共有】 顧客満足を高めるだけでは選ばれ続ける企業にはなれない理由を解説します。これからのマーケティングでは不満解消だけでなく、顧客が幸福感や誇りを感じる体験を設計する必要があることを共有します。
00:10 - 00:25	マーケティングの進化	【従来型から新しいマーケティングへの変化】 4P・STP・ブランド・顧客満足・顧客ロイヤルティといった基本概念を短く確認したうえで、現在は顧客体験・感情価値・顧客幸福・共創価値へと焦点が移っていることを整理します。
00:25 - 00:45	「満足」と「幸福」の違い	【事例で学ぶパラダイムシフト】 顧客満足は期待と実際の評価の差から生まれる短期的評価。顧客幸福は「自分の生活が少し良くなった」「自分らしくなれた」「誰かに勧めたい」と感じる深い心理的価値。この違いを銀行・観光・飲食・教育・医療・地域サービスの身近な事例で解説します。
00:45 - 01:00	AIマーケティング最前線	【知的パートナーとしての生成AI】 生成AIは広告コピーを作る道具にとどまらず、顧客の声を分類し、感情を読み取り、隠れたニーズを抽出し、顧客体験を再設計するパートナーになります。アンケート自由記述・口コミ・SNS投稿・問い合わせ内容などをAIで分析する考え方を説明します。
01:00 - 01:15	顧客の「本音」分析フレーム	【5つの視点による価値分類】 顧客の発言を「機能的価値」「感情的価値」「社会的価値」「自己表現価値」「幸福価値」の5つの視点で整理するフレームワークを紹介します。「なぜそう感じたのか」「どの体験が心を動かしたのか」を読むことの重要性を強調します。
01:15 - 01:30	演習と次回への準備	【ミニ演習と課題設定】 自社または関心のある企業について、顧客が本当に喜んでいる場面と、表面上は満足していても幸福にはつながっていない場面を考えます。第2回に向けて、各自が分析対象にしたい商品・サービス・店舗・観光地などを1つ選んでくるよう案内します。

### 【第2回】Customer Insight Lab：AIで顧客の本音を採集する

第2回は実践的なワークショップです。少量のデータ（スモールデータ）からでも、AIを活用することでどれほど深く顧客の感情やインサイトを抽出できるかを体験します。「AIは難しい」という先入観を払拭し、実務で今すぐ使えるスキルとして身につけることがこの回の目標です。

時間配分	セッション	講義・演習の具体的内容
00:00 - 00:10	イントロダクション	【前回の振り返りと本日の目標】 顧客の声を集め、AIに読み込ませ、顧客の本音を仮説として取り出す目標を共有します。分析対象は大きなデータでなくてよいこと、実務では「小さな声」を丁寧に読むことが重要であることを説明します。
00:10 - 00:25	データ収集の手法	【スモールデータの集め方】 アンケート自由記述・口コミサイトの公開レビュー・問い合わせ内容・店頭で聞いた顧客の声などを使用します。個人情報や機密情報は使わず、公開情報または匿名化したデータのみを使うルールを確認します。
00:25 - 00:45	スモールデータセット作成	【データの整理ワーク】 5～10件程度の顧客の声をテンプレートに記入します。誰が・どの場面・何に満足し・何に不満を感じ・どのような感情を持ったのかを整理します。データの量よりも、顧客の言葉を丁寧に拾うことを重視します。
00:45 - 01:05	AIによる顧客の声分析	【AIを用いた感情・要因抽出】 集めた声をAIに入力し、肯定的感情・否定的感情・期待・失望・驚き・安心・誇り・推奨意向などの観点で分類します。さらに、顧客満足に関係する要因と、顧客幸福に関係する要因を分けて抽出させます。
01:05 - 01:20	人間の視点による再検討	【AIと人間の壁打ち】 AIが出した分類をそのまま信じるのではなく、本当に顧客の本音を捉えているか・見落としている感情はないか・自社の思い込みが入っていないかを確認します。AIは答えを出す機械ではなく、顧客理解を深める壁打ち相手であることを強調します。
01:20 - 01:30	最終課題の設定	【次回に向けたインサイト抽出】 分析対象の顧客の声から、最も重要なインサイトを1つ選びます。そのインサイトをもとに、顧客満足から顧客幸福へ高めるための小さな改善提案を作成していただくことを次回の課題とします。

## プログラム構成（詳細版）

### 【第3回】 Customer Happiness Pitch：顧客幸福をデザインする

最終回は、これまでの学びと分析結果を統合したプレゼンテーションの場です。他者の視点に触れることで、自社のマーケティング施策をさらにブラッシュアップします。発表は完成度を競うものではなく、顧客の本音をどれだけ深く読み、実務に使える改善提案に変換できたかを共有する場です。

時間配分	セッション	講義・演習の具体的内容
00:00 - 00:10	最終回の目的共有	【発表会の主旨説明】 AIで分析した顧客の声をもとに、顧客満足から顧客幸福へ転換するマーケティング提案を発表します。完成度ではなく、顧客の本音をどれだけ深く読み、実務に使える改善提案に変換できたかを共有する場とします。
00:10 - 00:25	発表前の最終整理	【プレゼン構成の確認】 テンプレートに沿って、分析対象・収集データ・AI分析結果・顧客インサイト・満足と幸福の要因・改善提案を確認します。「顧客の声 → 発見した本音 → 提案する打ち手 → 期待される効果」の順で話す型を伝えます。
00:25 - 00:40	マーケティング提案発表	【ピッチセッション】 1人3～5分程度で発表を行います。AI分析の結果だけでなく、自分自身がそこから何を読み取ったのかを重視します。人数が多い場合はグループ発表とし、業種別・テーマ別にまとめる形式も採用します。
00:45 - 00:50	講師講評	【フィードバック】 顧客の本音をどのように読めていたか・満足と幸福をどのように区別できていたか・提案が現場で実行可能か・AIの分析結果を人間の洞察でどのように補っていたかを中心に、講師から実践的なコメントを行います。
00:50 - 01:30	コース総括とマーケティング接続	【マーケティングの未来】 AIマーケティングの本質は効率化ではなく「顧客理解の解像度を上げること」だとまとめます。企業が目指すべきは、売るためのマーケティングではなく、顧客の生活や仕事をより良くするためのマーケティングであると締めくくります。
		【懇親会と未来への連携】 発表で終わるのではなく、他社の視点を持ち帰ることが価値であると伝えます。懇親会では、自社の顧客の本音・自社で使えそうなAI活用・今後連携できそうなテーマについて自由に意見交換してもらいます。

## 本コースで得られる成果物（共通テンプレート10項目）

全3回を通じて、以下の10項目からなる「マーケティング改善提案書」の原型を完成させ、自社に持ち帰っていただきます。

No.	項目名	内容
1	顧客の声	生のデータ（アンケート・口コミ・問い合わせ等）
2	顧客の状況	背景・コンテキスト（いつ・どこで・どんな場面で）
3	表面的な満足/不満	顕在化している評価（良い・悪いの判断）
4	隠れた感情	潜在的な思い（なぜそう感じたのか）
5	AIが抽出したキーワード	客観的なデータポイント（感情語・頻出語）
6	読み取った本音	人間の洞察（AIと自分の解釈を統合したもの）
7	顧客満足の要因	短期的な評価基準（期待に応えた点）
8	顧客幸福の要因	長期的な関係構築の鍵（感動・誇り・推奨意向）
9	改善提案	具体的なアクションプラン（明日からできること）
10	期待される効果	ビジネスインパクト（売上・リピート・口コミ等）

## このコースが目指すもの

本コースは、AIの使い方を学ぶだけのIT講座ではありません。AIという強力なレンズを通して顧客の心の奥底を覗き込み、愛され続けるビジネスをつくるための「儲けの仕掛け」を構築する、実践的マーケティングプログラムです。受講者には、講座終了時点で「自社の顧客の声をAIで分析し、顧客満足から顧客幸福へつなげる提案書の原型」を持ち帰っていただくことを目標とします。AIとマーケティングは、まさに最高の相棒です。その力を最大限に引き出し、あなたのビジネスに「儲けの仕掛け」を実装しましょう。

QRコードを読み取って  
お申込みください



お問合せ

宮崎大学 学び・学生支援機構 リカレント教育推進室

☎ 0985-58-7133 ✉ recurrent@miyazaki-u.ac.jp