

# 実践的商品マーケティング講座 基礎編

## セミナー概要

新商品を開発したり、商品をブラッシュアップしたりするために必要なポイントや発想法、企画の基礎を学び、その後「どのように流通させていくのか?」、「市場の区分は?」、「自社の優位性はどうか?」などを明確化し、他県流通にも通用するレベルの商品開発のスキルをグループワークも通じ身につけていただいた講座です。最終的には、バイヤーマッチングなどの実践の機会も設けました。

回数	タイトル	カリキュラム
1 回目	戦略的マーケティング	地域の成長戦略、消費の縮小等を捉えた自社企業、商品についてマーケティングの4Pを学ぶ グループワーク<自社の強み・魅力・開発の方向性を発想>
2 回目	商品企画開発基礎	自社商品付加価値創出の観点について市場の発見と新製品開発コンセプト立案、市場と消費に対する着眼を学ぶ グループワーク<売れている商品の分析、ヒット商品の分析>
3 回目	商品戦略、差別化戦略	商品戦略における手法、差別化戦略における考え方についてプロモーション戦略、広告戦略上のポイント
4 回目	商品企画戦略	商品企画戦略マーケティングについて研究する。 国際的な市場についての見識と大卒の仕組みを説明する
5 回目	実践的視察調査	地域に根差した小売店、販売店の新商品動向を視察し商品開発に活かす
6 回目	新製品の流通戦略	グループワーク<視察後の気づき、戦略的 POP の作成と発表> 流通戦略、コスト戦略におけるポイントの説明
7 回目	11 月 マッチング会開催	





講師

講師プロフィール

FOOD BRANDING 久積 正道 氏



【経歴】

大学在学中に和食処を開業し、スモールビジネスのマネジメントを経験。

2000年、伊藤忠商事系食品ベンチャー企業に入社し、事業の立ち上げメンバーとして活動。営業企画、マーケティング企画管理、マーケティング総括職などを経験。

2007年、マーケティングセバスチャン株式会社を設立、翌年に売上高1億円を計上する。食品メーカーや卸売業、飲食店などを中心に、商品開発、商品企画、プロモーション、ブランディングやマーケティングを行っている。

宮崎エリアを中心とする、県庁、自治体、協会、市・地域等の町おこし活動におけるマーケティングブランディングを代行。支援した商品が「農林水産大臣賞」や「フードアクション日本の100選」を受賞するなど、多数の成果をあげている。

- ・MBA（経営修士）取得
- ・中小機構関東 「中小企業総合展 in FOODEX 『美食百景』」アドバイザー
- ・みやざきフードビジネス相談ステーション マーケティング戦略アドバイザー
- ・みやざきビジネスアカデミー「バイヤーマッチング会に向けた実践的商品ブランディング講座」講師など

受講者の声

市場の細分化が面白かったです。ポジショニングでNOになることや、細かくターゲットを分けることが大切だと思いました。

自社で扱っている商品のPOPを作る際などに、今日の話しにあったプロモーションについての内容がとても参考になると感じました。

国際線（台湾）も飛んでいるので、外国人の方が好む商品を見つけるヒントになった。

STP(セグメント、ターゲット、ポジショニング) 4P (プライス、プロダクト、プレース、プロモーション) を組み合わせてPOPを考える手法を、今後に活かします。

“商品売る”事のむずかしさを実感した。計画的に分析する必要があると思った。

グループでの話し合いが、勉強になりました。

