

## 第38期「女性マーケター養成講座」プログラム（2012年10月～11月）

	日時	講師	テーマ	内容	ご参加経験者の感想
第1回	10月19日 (金) PM1:45 ～ PM4:45	笠原 耕三氏	<p>◇ いま商品企画に求められているポイントは何か</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・脳や五感から「人」理解、マーケティング環境の変化と対策</li> </ul> <p>◇ 商品企画のグループ演習Ⅰ（未知・未充足ニーズを探る）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ヒット商品の顧客提供価値解析から「時代のKW」抽出</li> <li>・テーマ商品選択、VOC収集をグループでブレスト</li> <li>・VOCを提供価値に転換し有望な複数のテーマ価値を抽出</li> </ul>	<p>商品開発、マーケティングの豊富な実務経験をもつ笠原講師に、「現在の消費者・市場環境の中でメーカーの商品開発とその担当者には何が求められているか」についてご解説頂いた後、商品企画の基本になる消費者ニーズ表（商品価値構成表）の作成と活用を入門体験して頂きます。</p> <p>各グループでテーマ商品を選び、「VOC：顧客の生の声」（問題点や期待点、使いこなし、想定外用途など）を収集、それを基点に未充足ニーズおよび価値を抽出し、表にまとめる作業をグループですて頂きます。</p>	<p>「商品企画の演習が楽しく体験できた」</p> <p>「笠原講師の豊富な実務体験から生み出された手法（商品価値構成表や発想法）は実際に役に立った」</p>
第2回	10月26日 (金) PM1:45 ～ PM4:45	日本工業大学大学院MOT教授 商品企画・調査コンサルタント	<p>◇ 商品企画のグループ演習Ⅱ （アイデア発想～商品コンセプトづくり）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客価値構成表からのコンセプト発想</li> <li>・ブレークスルーを可能とする各種アイデア発想法と体験</li> <li>・魅力的な新商品コンセプトづくりとブラッシュアップ</li> </ul>	<p>グループで作成して頂いた顧客価値構成表をもとに、どのようにして魅力的な商品コンセプトを創り上げていくかを演習して頂きます。</p> <p>グループでも出来るし、個人でも出来て、即使えるアイデア発想法を体験して頂き、各グループで「これは売れる！」という商品コンセプトを練り上げ、最後に発表して頂きます。</p>	<p>「女性講師の方々には立場的に自分に近く、具体的な話の中に明日から仕事に生かせるヒントも多く、私もがんばろうと思った」</p> <p>「社内における関連部署や上司とのコミュニケーションの取り方や人間関係づくり、さらには納得してもらおうための手順と方法などあらためて実感した」</p>
第3回	11月1日 (木) PM2:00 ～ PM4:30	千股 万里子氏  (株)マンダム 第二商品開発部 商品開発二課 課長	<p>◇ピフェスタ「うる落ち水クレンジング」開発の実際 ～市場導入～ブランド育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開発の背景</li> <li>・商品コンセプト</li> <li>・市場導入</li> <li>・ブランド育成</li> </ul> <p>◇開発担当として実感していること</p>	<p>疲れてすぐに寝たい時に、簡単に落せてすぐに休める！「うる落ち水クレンジング」2007年8月発売～2012年6月で750万本突破。開発～市場導入後のブランド育成まで担当された千股さんに、開発の市場背景、商品コンセプト、市場導入、ブランド育成までご紹介頂きます。</p> <p>また、どんなところに苦心されたのか、嬉しかったことは、等々を折りこみ、女性マーケターの視点からお話し頂きます。</p>	<p>「グループ演習等を通していろいろな会社の方と友達になり、同じ仕事と悩みあるいはやりがいを持つ仲間に来て、たくさん元気もらえた」</p>
第4回	11月2日 (金) PM2:00 ～ PM4:30	瀧澤 奈美氏  キリンビバレッジ(株) マーケティング部 新商品担当 兼 デザイン担当 部長代理	<p>◇「世界のKitchenから」開発の実際と女性マーケターの役割</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド開発背景</li> <li>・「世界のKitchenから」のものづくり</li> <li>・今後のブランド育成</li> </ul> <p>◇女性マーケターの役割とところがまえ</p>	<p>2007年5月発売の「ピール漬けハチミツレモン」の発売以来、世界中のお母さんの、家族へのやさしい想いとおいしさの知恵をヒントに、“ひとてま”加えた新しいおいしさをお届けするブランド「世界のKitchenから」を担当された瀧澤さんにブランド開発の背景をご紹介頂きます。</p> <p>2011年7月発売の「ソルティライチ」は、節電による暑さ対策が話題になる中、年間販売目標を発売からわずか1カ月後に突破、その年の大ヒット商品となりました。</p> <p>本年6月にリニューアルをし、さらに勢いを増す「ソルティライチ」に加え、8月に新発売のブランドとして20品目の商品となる「真っ赤な果実のビタミンナ」の開発事例を中心に、女性ならではの視点のものづくりなどについてお話し頂きます。</p>	<p>「消費者の声を企画にどのように結びつけるか長年悩んでいたが、その考え方と手法がわかった」</p> <p>「その日からマーケティングの仕事に使える実践的内容だった」</p> <p>(以上各期のご参加者に共通して多かったご感想です)</p>
第5回	11月5日 (月) PM2:00 ～ PM4:30	大峠 美貴氏  (株)ロッテ 商品開発部 ブランド担当ガム企画室	<p>◇ZEUS－感性を刺激せよ－開発の実際</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開発背景</li> <li>・商品コンセプト</li> <li>・市場導入</li> <li>・今後のブランド育成</li> </ul> <p>◇女性マーケターとしてのワークライフバランスについて</p>	<p>ガム離れ？が進む若年層の購買意欲を揺り動かし、縮小傾向にある市場を活性化するには・・・初回出荷数700万個を達成した「感性を刺激する」ガム「ZEUS」の開発背景～商品コンセプト～市場導入についてご紹介頂きます。</p> <p>また、2度の育児休暇を経て12年間現職を続ける女性マーケターの視点からワークライフバランスについてもお話し頂きます。</p>	

◎第3回～第5回は、講師のご解説終了後、ご参加メンバー同士の情報交換タイムを含みます。(30分程度)

※本講座は全5回通しでの受講が基本となっていますが、第3回～第5回につきましては、開催日が連続していますので、お仕事の都合上、連続のご参加が難しい場合は、個別参加も可能です。参加費等、詳しくはお問い合わせください。