MCCA マーケター養成講座

第3回 太田昌宏のActive Learning

演習、ケースを中心にしたディスカッション形式で実践的な商品開発・マーケティング力を身につける

基礎コース

この講座の特徴

1. **著書を使ったライブ感のある講座内容です！**
『商品企画できない社員はいらない』を用いて、商品開発の勘所を豊富な経験談と様々な事例で、リアル感を持って伝えます（受講料に書籍代を含みます）。

2. **アクティブラーニング（能動的学習）で、行動変革を促します！**
グループ演習、ケーススタディ、ゲストスピーカー等の変化に富んだ内容で、自分事として学でいただき腑に落としていただきます。

3. **「リフレクティブシート」で、学びを定着させます！**
当日の気づきと疑問を整理し、次回の講義で講師がフィードバックすることで毎回の講義が確実に定着します。

4. **講座終了後も継続できる多様なマーケター人脈が形成できます！**
講義中のグループ演習、講義後は講師を交えた交流会（自主参加）を毎回実施し、濃厚な共有時間を重ねることで、財産となる人脈が形成できます。

このような方に受講をお勧めします

- いま一度商品開発のやり方を見直してみたい！とお考えの商品開発ご担当者
- マーケティング部門に配属されて数年の若手メンバー
- 他部門からあらたにマーケティング部門に配属された方

セミナー概要

【日程】 全5回のプログラム

5月24日（金） 初回13:30～17:30
6月14日（金）
6月28日（金） 2回目以降 13:00～17:30
7月 5日（金）
7月19日（金）

【定員】 25名
※最少催行人数に達しない場合、講座が開催されないことがございます

【費用】
CMSメンバー：1名 94,500円（税込）
一　　般：1名113,400円（税込）
※同一企業、2名以上の場合はご相談ください

【会場】
京華スクエア 中央区立ハイテクセンター
（詳細裏面）

講師プロフィール

太 田昌 宏氏

神戸大学大学院修士課程修了後、神戸大学農学部大学院修士課程修了後、江崎グリコ株式会社入社。菓子開発研究所でチョコレートの開発に従事。社命によりテキサス大学に留学、ＭＢＡ取得。帰国後、菓子の商品企画に携わり10年間ポッキーのブランドマネージャーとして、新製品開発、広告プロモーション、営業戦略、市場導入策、商品リニューアル等ブランド全般を運営する。その間、メンズポッキー、ムースポッキーをはじめ多くの新製品を開発。チョコレート全般の統括マネージャーを経験した後、退職。
現在は、公益財団法人日本生産性本部のコンサルタントとして、食品及び消費財メーカーでのコンサルティ ング、企業や公開セミナーの講師として活動中。同時に、（財）生涯学習開発財団認定コーチとして、階層別研修等で、人財教育にも活動を広げている。能動的マーケティング研修は、分かりやすく、共感できる内容で、多くの気づきを得れると受講生に好評。著書は他に、「ヒット商品が面白いほど開発できる本」（中経出版：タイ語の翻訳本もある）、共著に「１ からの商品企画」（碩学舎）がある。

著書紹介『商品企画できない社員はいらない』太田昌宏
出版社: クロスメディア・パブリッシング（インプレス）

お陰さまで、発売以来、企画担当者だけでなく、先生や営業、技術者等、多くの方にご購読いただいています。読まれた方の感想をご紹介します。

- 著者が実際にグリコで商品企画・開発をされていた方なので内容にリアリティが有り信頼がおける。
- 企画～開発～販売までを解り易く丁寧に説明してあり、その合間に実際にあった開発秘話が挿入されていて、商品企画・開発の進め方を学ぼうとした際に大きく役立つ内容。
- 知りたかった仕事の現場のことが書かれてありますし、企画の職種を深めていこうとしているステージにぴったりです。

過去の受講者の声

★太田先生の人間的な魅力に圧倒された5回の研修でした。開発の大先輩として生の意見を沢山聞かせていただいたことが、非常に学びになり、刺激になりました。★マーケティングについてきちんと講習会などで学ぶ機会がなかったので、商品企画の一連の流れ、マーケティングの手法について非常に参考になりました。★そのコンセプトが受け入れられるかどうか調査するためのグループインタビューは、独自でも行えるということは大きな発見となり、その手法についても勉強となりました。★コア商品と新商品の共存、ロングセラーブランドの留意点、変えていかなくてはならないものなど、自分が問題意識を持っていた内容に関して具体的に講義の中で触れられていて、考えるヒントを沢山頂きました。★マーケターを志す皆さんと話し合い、触れ合い、対峙する中で次のステップに向かっていく「勇気」や「覚悟」を得ました。メンバーに出会えたこの機会に感謝です。★今回の研修を通じて、企画としての意識の持ち方が変わりました。企画がいかに人との連携が必要なのか考えました。★客観的に自分の知識・理解・経験を整理でき、自信がもてた。

【会場地図】

京華スクエア・中央区立ハイテクセンター
・住所：東京都中央区八丁堀三丁目17番9号
・電話：03-3551-3200

＜最寄駅＞
・地下鉄日比谷線・JR「八丁堀駅」A3出口徒歩2分
・地下鉄浅草線「宝町駅」A1・A2出口徒歩5分

＜会場までの行き方＞
「八丁堀駅」ご利用の場合：
A3出口を出てコンビニ（サンクス）がある交差点を左方向に進みます。大通り側に面したグレーの建物が京華スクエアです。

「宝町駅」ご利用の場合：
A2出口を出た反対側の交差点を左折し、鍛冶橋通りを東に首都高の高架がある方向へと進みます。桜橋交差点を渡って数メートルのところが京華スクエアです。

本講座へのお申込みは、下記ホームページからお申し込みください。
http://www.marketing.or.jp/

お問い合わせ先
1957年設立の販売実務協会の志を引き継ぎマーケティング共創協会は活動しています
一般社団法人マーケティング共創協会
〒104-0041 東京都中央区新富1-8-2, 4F
TEL:03-3297-3141 FAX:03-3297-3810
E-mail / mcca@marketing.or.jp

太田昌宏のActive Learning 講座のメリット

自ら課題を実習する事で、気づき力向上やコンセプト作りのツールの使い方やツールのコツを会得して頂きます。

当日の気づきと疑問を「リフレクティブシート」で整理し、次回の講義で講師がフィードバックするので、毎回の講義が確実に定着します。

グループ演習やケーススタディ等を通して、他社のマーケターの方と議論することで、考える力を養い、人脈作りができます。

	日　時	テ　ー　マ	内　　容
第 1 回	5月 24日 （金） 13:30 ～17:30	◇マーケティングの基本を学ぶ ・マーケティングとは？ ・なぜ、ターゲティング、ポジショニングが必要か ・4Pを知っていると使えるは違う ◇商品開発を進める際のポイントは何か ・商品開発の6つのステップ ・アイデア実現のためには、「巻き込み力」を鍛える ・日々の気づきを生むには、人間ウォッチング	・分かっていそうで、腑に落ちていないマーケティングの基本を分かりやすく解説 ・マーケティングの大枠を最初に理解、確認していただきます ・気になる現象や商品についての「気づきシート」を各自作成し、メンバーと議論し、発想を拡げる ・市場の観方やアイデアの練り方の勘所、マーケターが陥りやすいポイントは何か ※初回終了時、太田昌宏のALの第1回、第2回参加メンバーとの懇親会を予定（自由参加）
第 2 回	6月 14日 （金） 13:00 ～17:30	◇商品企画のグループ演習（Ⅰ） ・各自の「気づきシート」をメンバーで議論し発想を拡げよう ・アイデア5原則を守り“ノリ”を大切に、アイデア会議を楽しもう ◇アイデアをひねり出す～コンセプトを練り上げる ・商品開発のネタに困ったら、違う業界を観察すべし ・誰に売るかをまず考えよう	◇グループ演習（Ⅰ）気づきシート お互いが持ち寄った気づきシートを基にアイデア会議を実施。各メンバーの市場の観方の違いから刺激を受けると同時に、気づきシート活用のポイントを会得していただきます。 ・差別化のための差別化コンセプトに陥らない為のポイント ・ネーミング、価格設定、デザイン等、企画を詰める際の定石と禁じ手
第 3 回	6月 28日 （金） 13:00 ～17:30	◇商品企画のグループ演習（Ⅱ） ・誰に、何を、どのように提供するかの設計図をつくろう ・アイデア5原則を守り“ノリ”を大切に、アイデア会議を楽しもう ◇マーケティング戦略、ブランド確立のポイントは何か ・広告代理店を生かすマーケティング戦略とは ・ブランド確立には、新旧顧客のバランスが肝	◇グループ演習（Ⅱ）コンセプトシート 前回のグループ演習で選抜した気づきシートのネタを各自が具体的にコンセプトシートに書き上げ、グループディスカッションでさらにブラッシュアップし、コンセプトシート作成のポイントを会得していただきます。 ・販売戦略を詰める際の定石と禁じ手 ・ロングセラー、ブランド創りの勘所
第 4 回	7月 5日 （金） 13:00 ～17:30	◇商品企画のグループ演習（Ⅲ） ・市場で長年親しまれている商品を自らピックアップし「ロングセラーのわけ」を考え、受講生や講師と議論します ◇ケーススタディ ・マーケティング・ブランド戦略を先人の事例から学ぶ 「キットカット」 ・MBAの授業の定番であるケースメソッドで新たな気づきを得ます	◇グループ演習（Ⅲ）ロングセラーのわけ 身近にあるロングセラー商品（特にブランド化している商品）を探し、その理由を考察していただきます。ケースに登場する人になったつもりで、その人と同じ立場、同じ条件で問題を直視し、マーケターの苦労と醍醐味を味わいます。そして、受講生や講師と議論することで、ロングセラー、ブランド創りの勘所を腑に落としていただきます。 受講生には、事前課題としてケースを配布し、自分なりの戦略をご持参いただき、グループディスカッション及び講師を交えて全体で議論します。
第 5 回	7月 19日 （金） 13:00 ～17:30	◇ライブケース: 比較的受講生の立場に近い方から、ヒット商品を生み出す醍醐味、苦労など生々しいお話をお聞きします ◇ありたいマーケター像とは ・自らが目指すマーケター像とは？自らの強みは？ ・そこに到達するための課題は何か？	事前にゲストスピーカーの事例を頭に入れ、自身がその立場なら悩むであろう課題をグループでディッスカッションした後、お話をお聞きします。その後、スピーカー、講師を交えて議論し、自分なりの気づきを得ます 講義、グループ演習、ケーススタディ、ライブケース等の多様な内容を踏まえて自らを内省していただき、今後目指したいマーケター像を、自らの強みと課題と共に明らかにしていただき、今後の成長の為の道標を作成していただきます。 ※終了後、有志による懇親会を予定しています（自由参加）。