



第6期 太田昌宏のActive Learning

グロ時代とコンサルの現場で得た経験をベースに「リアルな開発の課題」が教材！
ワークショップとディスカッションを通じた能動的＆共創的な学びの場

この講座の特徴

- 1 リアルな体験をベースに、ライブ感のある講座内容で、すぐに使える実践力がつきます！
『商品企画できない社員はいらない』を用いて、商品開発の勘所を講師の豊富な経験（自身の開発経験とコンサルティング現場での体験など）様々な事例で、リアル感を持って伝えます。
- 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とディスカッションを通じ、自分事として学び考え、胸に落としていただきます。
- 3 「リフレクティブシート」で、学びを確実に定着させます！
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 マーケティング個別相談会を実施！
2日目以降、希望者に対し、講師による個別相談会を午前中に実施します。コーチングのプロでもある講師が具体的な各個人の課題解決を丁寧に指導いたします（分かりにくかったところの復習でも結構です）。
- 5 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、マーケターとして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！の商品開発ご担当者
マーケティング部門・商品企画部門に配属された若手メンバー
他部門からあらたにマーケティング部門・商品企画部門に配属された方

セミナー概要

【日程】 全5日間のプログラム

2016年6月10日（金） 各回
6月24日（金） 13:30～18:00
7月 8日（金） 2回目以降
7月22日（金） 午前中に太田講師の
マーケティング相談会
8月 5日（金）（希望者、個別指導）
を開催致します。

【定員】 25名

【費用】

CMSメンバー：1名 97,200円（税込）
一般：1名 116,640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
東京都中央区八丁堀三丁目17番9号

テキスト



『商品企画できない
社員はいらない』
太田昌宏 著

出版社:
クロスメディア・パブリッシング(インプレス)
企画担当者だけでなく、先生や営業、技術
者等、多くの方に読まれています。
※テキスト代は、受講費用に含まれています

これまでの参加企業

アサヒ飲料／アルピオン／アントステラ／カイゲンファーマ／貝印刃物開発センター
／片岡物産／くらこん／寿精版印刷／三幸製菓／三和シャッター工業／
シャローム／昭和産業／大日本印刷／大鵬薬品工業／タキロン／
ちふれ化粧品／ディーエイチシー／東洋ナッツ食品／ニチバン／日清食品冷凍／
日清ファルマ／日本水産／ハーゲンダッツジャパン／ビルボックスジャパン／ポーラ
／明治／メタボリック／森永乳業／ロート製薬／ロマンライフ／YKK AP

※株式会社など敬称略 五十音順

講師プロフィール



太田 昌宏 氏 (Masahiro Oota)
商品開発コンサルタント

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に入社。
菓子開発研究所勤務後、社命によりテキサス大学に留学、MBA取得。
帰国後、菓子開発企画部にて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、プロモーション、営業戦略、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、ムースポッキー等多くの新製品を開発する
とともに、ポッキー & プリッツの日を制定。チョコレート全般の統括マネージャー
を最後に退職。
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、階層別研修等で人材教育
にも活動を広げている。(元)立命館大学大学院客員教授。
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
得ら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。

講師からのメッセージ

「日本のマーケターを元気にしたい！」と言う一念で始めたセミナーですが、お陰様で6回目を迎えることができました。
その間、色々な業界のマーケターが巣立ち、会社の成長に貢献するヒット商品も生まれました。
「成功体験」(勇気を奮って決断して、結果が伴う経験)は、人に自信を与え、意思決定の軸を作り、行動を早く
することで、次の成功体験を生み出します。今回のセミナーへ参加が、皆さんに「成功体験の連鎖」を生み出す
きっかけになるように、誠心誠意取り組みます！ぜひ、私と一緒に、移り気な消費者の気持ちや企業の深い戦略
について、楽しく、しつこく、多面的に議論して、マーケターとして大切な「2つのソウゾウヨク」(想像力&創造力)
を鍛えましょう！

新刊紹介

この本では、メーカー勤務、その後コンサルタントとして25年に渡って企画に携わってきた著者が
様々な失敗と成功を糧に、企画担当者が乗り越えるべき「7つの壁」とその乗り越え方を紹介
します。本書は7つのチャプターから成り、各チャプターは「物語＋解説」という読みやすい作り
になっています。あなたのアイデアを最高の形で世に出し、多くの人に喜んでもらうために本書を
活用していただけたらと思います。



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

プログラムの概要

Day1

6/10
(金)

13:30
~18:00

■マーケティングの基礎を確認しよう

- 1. 就活でも合コンでも必要なマーケティング
- 2. なぜ、ターゲティング、ポジショニングが必要か？
- 3. 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？

- 1. 中小も大企業も基本ステップは同じ
- 2. 発売タイミングを逃すとどんなによい商品でも売れない
- 3. アイデア実現のためには、巻き込み力を鍛える
- 4. マーケターに休みはない
- 5. 兆しを捉えるポイントは人への興味と問題意識
- 6. 競争が注目度を高めて購入を喚起する



※初回終了時、昨年までの
Active Learning参加メンバーを含めた
「合同懇親会」を予定(参加自由)

課 題：気になる現象や商品についての「気づきシート」を作成してくる

Day2

6/24
(金)

13:30
~18:00

■商品企画のグループ演習(Ⅰ) 気づきシート

ワークショップ①：事前課題の「気づきシート」を基にグループでアイデア会議を行い、気づきシート活用のポイントを体感する

- ・アイデア5原則を守りノリを大切に、有効なアイデア会議の方法を学ぶ
- ・各メンバーの市場の観方の違いから刺激を受ける

■アイデアをひねり出し、コンセプトを練り上げるポイントは？

- 1. 商品開発のネタに困ったら、違う業界を観察すべし
- 2. 「気づきシート」で世の中の見方を変える
- 3. アイデアは編集作業、ちょっとした組み合わせが大切
- 4. 一言で話せるその商品の売りは何か？
- 5. 営業も技術屋も「コンセプトシート」を使いこなせ
- 6. グループインタビューの本音は1割と心得よ
- 7. ネーミングには、ワードパワーがある言葉を使おう
- 8. 値下げは開発担当者の墓場と心得よ



課 題：「コンセプトシート」を作成してくる

Day3

7/ 8
(金)

13:30
~18:00

■商品企画のグループ演習(Ⅱ) コンセプトシート

ワークショップ②：事前課題の「コンセプトシート」を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する。

- ・<コンセプト><ターゲット><使用シーン>の3要素の連動の難しさを実感する
- ・コンセプトを人に伝える難しさを実感する

■商品導入戦略、ブランド確立のポイントは何か

- 1. 広告代理店や販促会社への丸投げはしない
- 2. ポスター1つも、コンセプトから作る
- 3. 怪しい人物でもかまわない！発売日は1日中、店頭で売れ行きを見る
- 4. 商品育成には子育て同様、愛情が不可欠
- 5. ブランド確立には、新旧顧客のバランスが肝
- 6. ロングセラーは開発・営業・お客様との共同作品



課 題：

課題1 ロングセラー商品(特にブランド化に注目)を選び、その理由を考察する

課題2 ケース「キットカット」を熟読し、自分なりの戦略を考えてくる

Day4

7/22
(金)

13:30
~18:00

■商品企画のグループ演習(Ⅲ) ロングセラーのわけ

ワークショップ③：市場で長年親しまれている商品について、グループディスカッションすること
で、「ロングセラーのわけ」を考える

- ・売れ続ける為の要件を理解し、自社のロングセラー戦略に活かす

■ケーススタディ「キットカット」

- ・ビジネススクール出身の講師のファシリテーションにより、MBAの定番であるケース
メソッドを使い、受講生や講師と議論することで、ブランド創りの勘所を腑に落とす。
- ・チョコレートの2大ブランド「ポッキー」と「キットカット」を比較することで、ブランド作りの
共通点、相違点を学ぶ
- ・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、
マーケターの苦勞と醍醐味を味わう。

課 題：「ありがたいマーケター像」を考えてくる

Day5

8/ 5
(金)

13:30
~18:00

■ライブケース: ゲストスピーカー



ぺんてる株式会社
国内営業本部 マーケティング推進部
筆記具・修正具グループ 課長 丸山雄太さん



大ヒットシャープペンシル オレンズの開発物語

開発現場で活躍しているマーケターをお招きして、その実務経験からの学びを共有して頂きます。

これまでの
ゲストスピーカー

- ・(株)バンダイ 山崎進一 氏(グリコ在任中 ご当地ポッキー 開発者)
- ・アキレス(株) 津端裕 氏 (アキレス瞬足 開発者)
- ・グリコ乳業(株) 有馬卓 氏 (プッチンプリン マーケティング担当者)
- ・つくろう 遠藤千咲 氏(タカラトミー在任中 人生銀行 開発者)
- ・日清シスコ(株) 森河洋一 氏(日清シスコ マーケティング部長)



■ありがたいマーケター像とは… 目標の設定と宣言

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自らを内省して、今後目指したいマーケター像を描く。自らの強みと課題と共に明らかにして、今後の成長の為の道標を作成する

※最終日は懇親会を行います。 ゲスト講師も参加予定。

一緒に悩んで・学び合える仲間を作ってみませんか？

★開発業務に全く自信がもてなかったが、受講して、挑戦したい気持ちが強くなった。自分の不足していることは勉強し、関わる方と自ら協力していけばよいのだと気付いた。日常の気づきを増やすなど、少しずつでもマーケター目線を心がけよと感じた。(食品)

★若手の方はもちろん、ある程度の年齢で異動された方も、更に今まで何となく企画を業務としてこなされて来た方に非常に勉強になるセミナーと思います。(建材関連)

★社内での他部署や現場との関係のポイントや、マーケティング知識だけでなく、リアルなメーカーの視点であらゆる角度からヒット商品の作り方を知ることが出来ました。講座が終わっても、ときどきテキストを読み返し、学んだことを自然に身につけられるよう日々意識していきたいと思います。(化粧品)

★自分の甘さを痛感し、日々の中でも自分の感度を磨く術はたくさんあることを知りました。今後も可能な限り、勉強会に参加したいと思っています。自分が変われば、環境が変わります。まずは積極的にポジティブな人を目指しましょう。(食品)

★他の業界の人と、仕事を介さず親しくなれる機会はなかなかないので、商品開発について一から学べるという点、人と親しくなれるという点でも、とても有意義なセミナーでした。ゲストスピーカーの話もとても面白くて、太田さんからは仕事のハウツーについて、遠藤さんからは仕事をする上での心構えみたいなものを教えて頂き、大変いいまとめでセミナーを終了することができました。(食品)

★毎回セミナーが終わるごとに、仕事に取り組む姿勢の見直しがされたと思います。グリコとはもちろん社内の技術や商品に対する考え方も違い、会社によって応用できることと、できないことははっきりしていますが、そのなかでもできることをやっていきたいと勇気をもらえた気がします。(食品)

★自分が普段仕事で抱えている悩みが共有できて、社外と同じ立場の人たちで解決法を考えるという機会はめったにない。みんな同じようなことで悩んでいるんだな〜とちょっと安心できる。更に普段は関わることのない業界の人だからその意見も聞けて、社内会議では絶対に出てこないような視点もあった。(印刷関連)