

選ばれる食品づくりのための企画力とは！

コースNo.
56

思わず食べたくなる商品開発力講座

対象者 ▶ 経営者・経営幹部

実施期間 | 2014年2月17日(月)～18日(火) 2日間

研修時間 | 14時間

受講料 | 26,250円(税込)

● 研修のねらい

食料資源に恵まれた北海道の原料をもとに良い商品をつくったものの、思うように売れないという声をよく耳にします。どれだけ良いものであっても消費者ニーズに合致した付加価値をつけなければ、多くの商品の中から選んでいただく消費者の心をつかむことはできません。

本研修では、顧客ニーズを捉え、売れる商品を開発するための考え方や着眼ポイント、さらに付加価値向上策などを事例を交えて学びます。

● カリキュラム概要

※カリキュラムについては一部変更する場合がありますのでご了承ください。

月/日	時間	科目	内容	講師
2/17 (月)	8:50～		2階教室前で受付を開始します	
	9:20～ 9:30	オリエンテーション	開講にあたってのお願い、研修スケジュールの確認、講師紹介等	
	9:30～ 12:30	戦略的な 新商品開発の意義	<ul style="list-style-type: none"> ● 中小企業ならではの新商品開発の基本プロセス ● 世界の視点から北海道における食品業界の状況を捉える ● 価値観の多様化時代における商品開発の重要性 	株式会社カルナ 取締役社長 フードプロデューサー 小畑 友里香 【ゲスト講師】 フードスタイリスト 中川 みどり
	13:30～ 17:00	女性顧客視点の マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> ● 「商品戦略」のカギは一般家庭の食卓に潜む、という時代 ● 商品開発における明確なビジョンの打ち出し ● 現代社会の女性をターゲットとした具体的なマーケティング法 ● マーケティング情報を商品開発へ落とし込むプロセスと商品コンセプト ● 自社商品開発ビジョンと商品コンセプトの考え方【レポート実習】 	
	17:00～ 18:30	【ゲスト講演】	<ul style="list-style-type: none"> ● 東京の第一線で活躍するスタイリスト中川氏にフォルムデザインを学ぶ ～食品ブランド“tsunagaru-tsunagaru”の立ち上げ時のコンセプト ～消費者が心惹かれるネーミングやパッケージデザインについて 	
	18:45～ 20:15	交流会	受講者同士、講師との情報交換と異業種交流（懇親）	
2/18 (火)	9:00～ 12:00	商品に合った 販路拡大手法	<ul style="list-style-type: none"> ● 事例に学ぶ販路拡大のポイント ● 販路拡大の土台は「商品企画書」のデザイン力にあり ● 商品コンセプトに応じた様々な販売アクション企画とその展開方法 ● コミュニティの場の形成と効果的なSNSへの情報発信 	
	13:00～ 16:00	具体的な自社商品 開発計画案作成	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社商品開発の課題点を抽出する ● 自社商品開発プランの素案作成 ● グループ代表発表と質疑応答、および講師フィードバック 	
	16:00～ 16:20	修了式	閉講の辞・修了証書授与	

講師紹介

小畑 友里香 (おばた ゆりか)

道内では数少ない、食材の研究から商品の企画、開発、販路の開拓・提供までトータルに対応できるフードプロデューサー。病院給食の栄養計算やカロリー計算、データ入力支援ソフトを開発する中で、道産食材の可能性とその活用に強い関心を持ったことがきっかけでフードプロデューサーとなる。2008年中小機構北海道経営支援チーフアドバイザーに就任後、2009年8月に株式会社カルナ取締役社長に就任。北海道情報産業クラスター参加企業、北海道栄養士会賛助会員、道産食品独自認証制度（きらりっぶ）運営委員などを担い、道内食品の可能性を世界にまで拡大すべく精力的に活躍している。

【ゲスト講師】中川 みどり (なかがわ みどり)

フェリス学院短期大学卒業後、フリーのスタイリストとしてBrutus、流行通信、WWD等のファッション雑誌を中心に活動開始。その後、数多くのミュージシャン、タレント、CMの仕事をごなし、YOSHIKI、ウルフルズ、米米クラブをレギュラーとしてもつ。2009年食品ブランドtsunagaru-tsunagaruをスタート。商品開発、デザイン、イベント、コンサルタント業務をプロデュースする。取り扱い先に、新宿伊勢丹、明治屋各店など多数。2011年4月、奈良県代官山スタジオに『coconara』をオープン。施設内にギャラリースペースとカジュアルフレンチのカフェレストランをつくる。日本各地で大切に育てられた野菜を、色々な場所で、様々な人と繋げるコンセプトで現在も大活躍中。