

# 22 実例に学ぶ ヒット商品開発のための理論と手法



対象

- 商品開発部門の管理職の方
- 商品開発部門のスタッフ、マーケティング部門の管理職、スタッフ

## ねらい・特徴

昨今は、「ヒット商品が生まれない時代」と言われています。しかし、そのような時代にあってもヒット商品をコンサルタントに生み出している商品開発手法があることをご存じでしょうか？

本セミナーでは、大ヒットした商品の開発事例とともにヒット商品開発のための開発理論や開発手法を学習いただきます。

講師である今村氏は、マーケティングコンセプトハウス(株)においてヒット商品開発のコンサルティングに従事した後、2009年にエバラ食品工業に開発部長として入社。わずか5年の間に「黄金の味 具だくさん(2011年)」、「ブチッと鍋(2013年)」、「ブチッとうどん(2015年)」など、売上10億円を超える大ヒット商品を連発させた実績をお持ちです。2015年に同社の経営企画部長に就任。2020年にエバラ食品を退職し、MIPマーケティング(株)を設立。現在は同社の代表コンサルタントとしてヒット商品開発やブランドリニューアルのコンサルティングに従事されています。本セミナーは、商品開発部門の管理職や開発スタッフの皆様、マーケティング部門の皆様にとって非常に有意義なセミナーです。

◆ ヒット商品開発のための開発理論、手法、開発フローを短時間で体系的に学ぶことができる。

◆ ヒット商品開発に不可欠なリサーチフローを学ぶことができる。

## 会期・開催地

オンライン開催 2023年11月 8日(水)

会場(東京) 2024年11月 6日(水)

## 講師 (敬称略)

今村 隆之 MIPマーケティング 代表コンサルタント

## 参加料 (税込)

日本能率協会法人会員: 56,100円/1名

会員外: 61,600円/1名

(注)テキスト(資料)費が含まれております。

## プログラム

(昼食12:30~13:30)

時間	1日目
10:00	<p>1. 最初に：本日の内容／自己紹介・講師略歴</p> <p>2. 多くの企業でヒット商品が生まれない理由 ～新商品開発の問題点～</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多くの企業が陥る商品開発の蟻地獄</li> </ul> <p>3. 「ヒット商品開発」のための基本理論</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>C/Pバランス理論</li> <li>未充足ニーズ理論</li> <li>MIP理論(ロングセラー商品の多くはMIP)</li> <li>新カテゴリー名/カテゴリー No.1の重要性</li> </ul> <p>4. ヒット商品分析「なぜ、あの商品は売れたのか」</p> <p>～ヒットのカギは消費者の「未充足ニーズ」～</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ヒット商品のベネフィット分析</li> <li>未充足ニーズ創造法「CAS」のご紹介</li> </ul> <p>5. ヒット商品の開発事例(●●のケース)</p> <p>6. ヒット商品を生み出す開発フロー(モデルフロー)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ヒット商品開発と消費者受容性検証(リサーチ)</li> <li>リサーチ手法のご紹介</li> </ul> <p>7. ヒット商品の開発事例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者の“不”と消費者ニーズ</li> <li>ベネフィット開発</li> <li>ベネフィット評価(開発に直するか)</li> <li>PD(Product design)の作成</li> <li>パフォーマンス/スペック検討</li> <li>商品コンセプトシート作成</li> </ul> <p>8. 質疑応答</p>
17:00	