

商品企画・開発のための マーケティング入門セミナー

～「マーケティングの基礎」と「実践での活用方法」を習得する～

会 期	2025年 9月25日(木)～26日(金) 2026年 2月25日(水)～26日(木)	各回とも2日間 10:00～17:00
会 場	日本能率協会 研修室 (東京都港区芝公園)	
対 象	<ul style="list-style-type: none"> 商品企画・開発部門の方、新たに同部門に配属された方 ビジネススキルとしてマーケティングを学びたい方 顧客視点でのマーケティング思考を身につけたい方 	
講 師	大沢 徹氏 Office Sourcing Worth 代表	

■ ねらい

- ◆ 講師の実践経験を元に、すぐに仕事で活用できるマーケティングスキルの習得をねらいとしています。
- ◆ マーケティング初心者の方でも理解いただけるように進行します。理論はわかり易い言葉で簡潔に説明し、実践方法は事例を含めて具体的にお伝えします。
- ◆ マーケティングの基本、環境分析や市場調査の方法、マーケティング戦略の立て方、フレームワークの使い方など、事例や演習を通して習得していただきます。

■ このような方におすすめです

- ◆ 顧客ニーズの探り方、商品企画の着眼点、商品アイデアの出し方などに悩んでいる方
- ◆ 顧客の心に響くプロモーション方法、ブランド構築方法などを体系的に学びたい方
- ◆ 主要なマーケティングのフレームワークと具体的な活用方法を習得されたい方

■ プログラム

各日 10:00～17:00 (昼休み 12:00～13:00)

1日目

1 マーケティングの基本を理解する

- マーケティングが目指すこと
- 市場や顧客のニーズ、それに応える提供価値とは
- マーケティングの進め方 (基本的な流れ)

2 環境分析の進め方

- 世の中の動きと自社への影響(マクロ環境分析)
 - 顧客や業界の動き、自社の状況(ミクロ環境分析)
 - 他社に負けない優位性(自社のシーズ把握)
- 個人演習** 環境分析の主要フレームワークを習得する

3 市場調査の進め方

- 顧客の要求を見極める(ニーズ調査)
- 顧客の潜在意識を探る(インサイト分析)
- 市場調査の種類と方法(マーケティングリサーチ)

4 マーケティングの基本方針を立てる

- どのようにマーケットを定めるか(セグメンテーション)
 - どのような人が買ってくれるのか(ターゲティング)
 - どのように自社商品の魅力を出すのか(ポジショニング)
- 個人演習** マーケティング戦略の立て方を習得する

5 マーケティングミックス (4P) を組み立てる

- 差別化できる商品とは(プロダクト戦略)
 - 価格のつけ方とは(プライス戦略)
 - 利便性の高い流通・販売方法とは(プレイス戦略)
 - 顧客の心に響く伝え方とは(プロモーション戦略)
- 個人演習** 4Pの組み立て方を習得する

2日目

6 顧客視点で商品を生み出す

- 顧客の気持ちになりきる(ペルソナマーケティング)
 - 顧客の悩みに共感する(キーワードは不便・不満の解消)
 - 顧客にとって嬉しいこと(コンセプト決定方法)
 - コンセプトを商品として具現化する(商品着想ポイント)
- 個人演習** 着想から商品化までのプロセスを習得する

7 顧客の心に響くプロモーションとは

- 顧客が商品を知ってから買うまで(カスタマージャーニー)
 - 購買に応じたプロモーション方法(販促内容とタイミング)
- 個人演習** 購買を促すプロモーションを考える

8 Webマーケティングの活用

- Webマーケティングの種類と方法
- Webマーケティングの目標値(KGIとKPIの設定)
- 目標値達成への工夫(コンバージョンを上げる)

9 顧客に選び続けてもらえる価値を築く

- ブランドマーケティングとは
 - 顧客がもつブランドへの認識を高める(ブランドエクイティ)
 - 世代による価値観の変遷(X-Y-Z-α世代のブランド嗜好)
- 個人演習** 「選び続けてもらうために重要なこと」を考える

10 これからのマーケティング

- BtoCマーケティング、BtoBマーケティングのこれから
- ニーズへの迅速かつ柔軟な対応(アジャイルマーケティング)
- マーケティング思考はあらゆる仕事に対応できる
- まとめ

※プログラム内容は変更される場合があります。あらかじめご了承ください。



商品企画・開発のためのマーケティング入門セミナー

講師紹介 (敬称略)

大沢 徹

Office Sourcing Worth

代表

1982年 オリエンタルランド入社。
人事部にて人材教育を担当後、商品部門へ異動。
商品の企画開発、ブランディング、サプライチェーン構築、
品質管理、および組織内の人事管理・人材育成に従事。
商品開発部長・商品管理部長を歴任。

2020年オリエンタルランド退社後は、若い人材・新しい時代の人材育成に取り組む。
商品企画・開発、マーケティング、購買・調達、人材育成等について、一方通行の講義に
ならないように、受講者へわかりやすく伝えることに力を注ぐ。

お申し込みについて

定員になり次第、申込受付を終了します。お早めにお申し込みください。

1



パソコン(各種検索サイト)からダイレクトで

セミナーID(半角数字) で検索

もしくは、<https://school.jma.or.jp/>

※貴社の情報セキュリティ方針等でwebからのお申し込みが難しい方は
JMAマネジメントスクールまでお電話にてお問い合わせください。
TEL : 03(3434)6271

2



スマートフォン
タブレットから



参加料 (消費税込)

一般社団法人日本能率協会法人会員	108,900円/1名
上記会員外	121,000円/1名

※参加料にはテキスト(資料)費が含まれています。
※昼食の提供はございません。(各自でご用意ください。)
※法人会員ご入会の有無につきましては、下記HPにてご確認ください。
<https://www.jma.or.jp/membership/>
※参加申込規定はJMAマネジメントスクールのWebページ(<https://school.jma.or.jp/>)
に掲載しておりますのでご確認、ご同意のうえお申し込みください。

キャンセル・参加日程変更の規定

キャンセルご連絡日	キャンセル料	日程変更手数料 (年度内一回限り)
開催15日前～開催8日前 (開催当日を含まず)	参加料の10%	無料
開催7日前～前々日 (開催当日を含まず)	参加料の30%	5,500円(税込)
開催前日および当日	参加料の全額	7,700円(税込)

参加日程の変更については、変更後の日程で確実に参加することを条件に1回のみ可能
といたします。
電話でご確認後、所定のお手続きをお取りください。万が一キャンセルの場合、初回
のお申出の日付により上記キャンセル料が発生します。なお変更後の日程のキャンセルの
場合も上記キャンセル料を申し受けますのでご了承ください。変更は同一年度内(4月～
翌年3月)に限ります。
(注)変更・キャンセルの場合は必ずJMAマネジメントスクールの問い合わせフォームより
ご連絡ください。

会場開催の会場案内

会場地図は、参加証送付時にご案内いたします。

日本能率協会 研修室 〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22

参加定員 20名

※開催催行最少人数に満たない場合は中止する場合がございます。

申込に関するお問い合わせ先 (参加証・請求書・キャンセル・変更などに関する内容)

JMAマネジメントスクール TEL : 03(3434)6271

電話受付時間 月～金曜日9:00～17:00 ただし祝日を除く

E-mail : seminar@jma.or.jp FAX : 03(3434)5505

プログラム内容に関するお問い合わせ先 (企画担当)

一般社団法人日本能率協会 経営・人材革新センター

〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22 TEL : 03(3434)1955(直通)

会員制度のご案内

一般社団法人日本能率協会は法人を対象とした法人会員制度を設け、セミナー
参加料割引をはじめ各種サービスを提供しております。

是非この機会にご入会をご検討ください。

詳細は <https://www.jma.or.jp/membership/>

日本の経営革新

×
学びと成長



日本能率協会 (JMA) は、企業経営の要である「ひと」の力を最大にするを通じ、新たな
経営・組織づくりに貢献します。

社長・役員向けプログラムのほか、次世代経営者・幹部育成のための長期プログラム、役職別の
能力開発研修、人事・教育、マーケティング、営業、開発・設計・技術、生産、購買・調達など専門
領域のスキルアップ研修など年間2,000本以上の公開型研修を開催しています。また、企業・自治体・
学校に向け、個別課題解決支援も行っています。

JMAが選ばれ続ける4つの理由

1 現場課題に合わせた
プログラム内容

2 実践力のつく演習

3 研修結果を
継続させる仕組み

4 多様な業界、業種と交流