新商品開発
マネジメントフォーラム2015

アイディアの着想から上市まで～商品開発プロセスの効果的なマネジメントとは？

2015年2月26日(木) 13:00～18:00 懇親会あり

会場 TKP 赤坂駅カンファレンスセンター 赤坂駅から徒歩 1 分　定員 80 名

少子高齢化を伴う市場縮小、市場の成熟化、コミュニケーション媒体の急速な発展など、市場環境は大きく変化している。多様化、飽和する市場において、新しい価値を提供する商品をいかに提供していくか？新商品開発マネジメントの在り方が、改めて問われている。

そのような中、従来には無い概念の商品作りや、新分野・新事業の取り組み、基幹ブランドを軸にした商品展開など、新しい顧客やニーズの取り込みに力を入れる企業が多い。しかしながら、消費者調査の延長線上に、ニーズやマーケットを新たに見つけることは容易でなく、新商品の多くはブランドを確立できないまま姿を消している。

本フォーラムでは、該当テーマにしたがってマネジメントの観点から議論を進める。参加企業の商品開発体制を強化し、新たな商品やブランドを立ち上げる、新たな学びを提供することを本フォーラムの目的とする。

フォーラムの焦点

- 新商品のアイディア・着想を、どの様にマネジメントするか？
- 消費者参加型の商品開発やプロモーションの在り方
- エクステンションによる新需要掘り起こしと、基幹ブランド強化の両立
- 商品開発プロセス～上市までのフローや重視するポイントなど
- 新商品投入時のマーケットへのアプローチ～売れる土壌を如何につくるか？
- 企画開発からマーケティング、販売戦略まで一気通貫な社内体制の構築

[協賛企業]

Avec Lab.
To create a Worldwide Community
since 1996

ご講演企業

[エバラ食品工業株式会社]
商品開発部　新カテゴリー商品開発課長 **石渡　宏美 氏**
「『プチッと鍋』で提案する鍋のイノベーション～新カテゴリーの創造を目指して～」

[サンスター文具株式会社]
常務取締役　経営企画本部長、クリエイティブ本部副本部長 **奥山　峯雄 氏**
「たまごが先かにわとりが先か？　にわとりが先！　金のたまごを産みたい！」

[株式会社エイベック研究所]
代表取締役 **武田　隆 氏**
「ユーザーイノベーションを実現する消費者コミュニティ」

[アサヒビール株式会社]
マーケティング本部　マーケティング第一部　担当部長 **岡島　徹 氏**
「アサヒスーパードライ　ドライプレミアム～ドライブランドのエクステンション戦略～」

©リバイバル・マネジメント・フォーラム All Rights Reserved.

2015年2月26日(木) 13:00～18:00 終了後 懇親会を開催

[エバラ食品工業株式会社]

エバラ食品工業株式会社　商品開発部　新カテゴリー商品開発課長 **石渡　宏美　氏**

「『プチッと鍋』で提案する鍋のイノベーション～新カテゴリーの創造を目指して～」

■『プチッと鍋』の開発経緯
■ 商品化に向けての苦悩と喜び
■『プチッと鍋』で実現する新たな価値と今後の展開

・2013年8月に発売した「プチッと鍋」。発売開始約2ヶ月半後の10月には、翌年3月までの発売目標をクリア、12月には2倍の数字に達した。
　発売２年目を迎えた今期、更なる育成の為に企業としてどのように取り組むべきか？
・消費者に受容される商品アイディア発想と商品化までのプロセス、新カテゴリーならではの苦悩と喜びを体験に基づきリアルにご紹介します。

[サンスター文具株式会社]

常務取締役　経営企画本部長、クリエイティブ本部副本部長 **奥山　峯雄　氏**

「たまごが先かにわとりが先か？　にわとりが先！　金のたまごを産みたい！」

■ 発想　アイディアについて
■ 商品　ブランドについて
■ あの大ヒットキャラクター」について　リスクについて
■ 大切なことは

商品に勝る営業もプロモーションもない。わかっちゃいるけど、そう簡単にヒット商品は生まれない･･･ 金もない　頭脳もない　金の卵を産みたいが･･･ 考えられること、工夫できること、やれることだけやるしかない･･･　語れることは語ります。

[株式会社エイベック研究所]

代表取締役 **武田　隆　氏**

「ユーザーイノベーションを実現する消費者コミュニティ」

■ なぜ今消費者コミュニティなのか
■ 東証1部上場売上TOP100社(BtoC企業)の37%が導入する
　消費者コミュニティ最新事例のご紹介
■ 消費者インサイトを抽出するコミュニティデータマイニング

ユーザーイノベーションになぜ消費者コミュニティが必要なのか。日本を代表する各社ブランドのコミュニティ活用の最新動向、各社が目指す共創とユーザーイノベーションの最前線をコミュニティ構築市場トップシェア(※)のエイベック研究所がご紹介致します。
(※)矢野経済研究所調べ(2011年8月現在)

[アサヒビール株式会社]

マーケティング本部　マーケティング第一部　担当部長 **岡島　徹　氏**

「アサヒスーパードライ　ドライプレミアム～ドライブランドのエクステンション戦略～」

■『ドライプレミアム』の開発経緯
■ ギフト市場展開からプレミアム市場本格参入までの導入戦略について
■『ドライプレミアム』でご提案する新たな価値と今後の展開

・消費構造の変化に伴い、着実に市場を拡大するプレミアムビール市場に対し、ドライブランドの資産を活かして商品をいかに導入・拡大していくか？という導入戦略
・市場導入後のドライブランド全体の戦略・強化戦略についてご説明いたします。

©リバイバル・マネジメント・フォーラム　All Rights Reserved.

新商品開発
マネジメントフォーラム2015

アイディアの着想から上市まで～商品開発プロセスの効果的なマネジメントとは？

2015年2月26日(木) 13:00～18:00 懇親会あり

会場 TKP 赤坂駅カンファレンスセンター 赤坂駅から徒歩 1 分　定員 80 名

以下のフォームをご記入の上、FAX して頂けますようお願いいたします。

fax.03-6893-6114

会社名			
郵便番号･住所			
参加者①			
お役職･部署			
TEL		E-MAIL	
参加者②			
お役職･部署			
TEL		E-MAIL	
参加者③			
お役職･部署			
TEL		E-MAIL	

ご参加料金 チェックボックスに「印」をお願い致します。

- □ 1 席申込み： **40,000 円**（懇親会込み・消費税別）
- □ 2 席申込み： **75,000 円**（懇親会込み・消費税別）
- □ 3 席申込み： **100,000 円**（懇親会込み・消費税別） ※参加者は随時変更可能

〈申込み要領〉

- フォーラム詳細案内・会場案内は、開催 2 週間前にご案内致します。
- 申込み後、ご都合によりご出席出来ない場合は、代理の方がご出席下さい。
  ※早期割引の方のキャンセルは原則として受け付けておりません。
  キャンセルの場合、1 月 20 日までに書面にてご連絡を頂いた場合、「50%の返金」もしくは「次回無料招待券の発行」をさせて頂きます。
  2 月 25 日以降の欠席のご連絡は原則として受け付けていません。
- お支払いは請求書の到着から、原則 10 日でのお支払いをお願いしております。その際は、経理担当の方をご紹介下さい。
  ※経理上の問題がある場合は、お気軽にご相談下さい。
- 講演者・講演時間スケジュール・会場に関して、変更がある場合がございます。あらかじめご了承ください。
- 地震、台風などによる自然災害により、延期・中止となる場合がございます。あらかじめご了承ください。
- 個人情報に関して：開催フォーラムに関わる全ての方に関する個人情報の重要性を認識し、その管理・利用を適切に致します。

個人情報に関して：開催フォーラムに関わる全ての方に関する個人情報の重要性を認識し、その管理・利用を適切に致します。

リバイバル・マネジメント・フォーラム事務局
〒104-0061 東京都中央区銀座 1-15-7 MAC 銀座ビル 3 階
電話：050-7577-6385 FAX： 03-6893-6114

©リバイバル･マネジメント･フォーラム All Rights Reserved.