

H30年度 北海道 食クラスター 「地域フード塾」カリキュラム（予定）

◆第1回研修【全体研修】

9月11日・12日／札幌市 北洋銀行セミナーホール

【1日目】（9：30～18：30） テーマ：『絶品マーケティングの基本戦略』

テーマ	目的 と 内容
オリエンテーション	(1)挨拶(北海道経済部食関連産業室) (2)「地域食マーケティング人材育成塾」の狙いと進め方 (3)受講生自己紹介
基調講義 なぜ、絶品マーケティングなのか — この塾の狙いと心構え—	◆講座全体の基調となる講義。絶品マーケティングの目的 (1)生活者起点という原点・・・今の市場、今の流通 (2)なぜ、塾なのか・・・全人格的な課題解決力づくり (3)地域企業が持つ強みと弱み (4)なんといっても商品力・・・MD戦略 (5)地域企業の経営とマーケティング戦略
マーケティング戦略と 地域絶品作り	(1)地域絶品マーケティングとは (2)地域企業のドメインとSWOT (3)STP分析 (4)4Pミックス (5)PDCAサイクル、仮説検証の力
地域絶品と ブルーオーシャン戦略	(1)価格でなく、価値で勝負する (2)新しい市場を創造する
グループ討議	◆地域フード塾で何を学ぶのか (1)自分達が抱えている問題・悩み (2)何をテーマに塾に取り組むか (3)認識の共有
【商品開発事例】 多様化する 消費者ニーズの中で 市場が求める 商品開発とは	◆事例：「缶つま」誕生から定着まで ・「缶つま」の開発背景 ・「缶つま」成功への仕掛け ・国分が目指す商品開発とは ・北海道における商品開発の可能性 ・当社が目指す「モノ売りからコト売り」への転換

※終了後、仲間づくりとコミュニケーションづくり、講師とのコミュニケーション強化を図ることを目的とした懇親会を開催。

【2日目】（9：30～18：00） テーマ：『地域絶品商品開発』

テーマ	目的 と 内容
地域絶品商品開発の 進め方	◆消費者視点の売れる商品づくり、地域マーチャンダイジングの取り組みで市場開拓と経営戦略に繋げる。 (1)地域の特徴を自社の強みに活かすMD (2)地域絶品開発事例
モスのブランド戦略	(1)モスのマーケティング戦略 (2)マインド視点で見たモスの強み

	コープさっぽろの商品開発	◆コープさっぽろの「商品開発」の考え方と流れ ◆コープさっぽろのオリジナル商品（PB）開発の視点
	「品質と品揃えで、競争に強い店舗づくり ラッキーが目指すもの」	◆ラッキーが求める商品品質 ◆消費者に支持される商品とは ◆バイヤーとのつきあい方
	売れる商品は何が違うのかー売場視点から	(1)どさんこプラザの売れ筋商品とは (2)売れる商品と売れない商品の違いは何か
	海外展開の実務	(1)海外市場における北海道ブランドの価値 (2)海外展開の具体的方法
	SWOT分析と マーケティング3か年計画	◆本塾における最終課題である「マーケティング3か年計画」の概要説明とそのために必要な自社(自社製品)の強み・弱みの把握のための技法「SWOT分析」を学ぶ

◆第2回研修【地域研修】

10月15日～18日（うち2日間 / 道内4会場）

10月15日～16日：旭川会場（北洋銀行旭川中央支店）

函館会場（北洋銀行函館支店）

10月17日～18日：札幌会場（北洋銀行セミナーホール）

帯広会場（帯広信用金庫）

テーマ：『地域資源の活かし方と先輩OBの取組みから学ぶ知恵と工夫』

【1日目】（12：30～18：00）

テーマ	目的と内容
なぜ地域別研修なのか	◆地域研修での狙い、進め方 ◆絶品マーケティング戦略の念押し
わが社の3か年計画 私の悩みと、それをどう乗り越えたか。 その結果は・・・。 ーフード塾OBに学ぶー	◆地域内にあるフード塾OBの3か年計画とその後の展開事例を学ぶ
企業視察	◆地域内の企業（参加者企業/塾OB企業）を訪問 ◆リアルな問題点の把握 ◆地域の資源（食材・観光・歴史・文化・風土など）をどのように考えているかを学ぶ
視察報告会 懇親会	◆視察報告 ◆仲間づくりとコミュニケーションづくり ◆講師とのコミュニケーション強化

※終了後、仲間づくりとコミュニケーションづくり、講師とのコミュニケーション強化を図ることを目的とした懇親会を開催。

【2日目】(9:30~17:00)

テーマ	目的 と 内容
グループ討議 《各自SWOT分析討議》	◆各自のSWOT分析結果を一人一人グループで議論し、内容を深める ◆他社のSWOTを考えることによって、自社の気づかない点を考える
個人相談	◆SWOTから3か年計画につなげるための個別アドバイス
東京研修 オリエンテーション	◆首都圏研修のポイント ◆視察先の見方

◆第3回研修【全体研修（道外）】

10月31日~11月2日（3日間 / 東京都 大和証券コンファレンスホール）

テーマ：『流通現場視察／マーケティング実務の習得』

【1日目】(12:00~18:30)

テーマ	目的 と 内容
<視察 Part1 >	◆東京の最新商業施設（ミッドタウン日比谷など） ◆食のセレクトショップ(AKOMEYA など) ◆アンテナショップ（どさんこプラザ有楽町店など）視察
農商工連携の取組み実践	◆規格外農水産物を活用した地域絶品の開発 ◆農商工連携の重要な視点
売れる地域絶品とは	◆北海道の魅力を伝える商品戦略 (1)何が、首都圏の消費者を引き付けるのか (2)北海道産品の魅力はこれだ

※終了後、ゲストスピーカーを囲んでの懇親会を開催。

【2日目】(9:00~17:00)

テーマ	目的 と 内容
<現地視察 Part2 >	◆食品工場見学（日本エアポートデリカ:弁当工場） ◆提案型食品スーパー視察（福島屋 or スーパーアオキ）
視察の感想と意見交換	◆2日間の視察を通じて感じたこと、学んだこと、自分の絶品づくりに参考になったことをお互いに発表し、それぞれの視点・観点を学び合う
売れる商品は何が違うのか —編集者視点から—	(1)消費者が感動する誌面からのヒント (2)どんなパッケージが人の心を動かすか (3)女性目線で考えよう

【3日目】(9:00~16:30)

テーマ	目的 と 内容
流通システムと 流通業マーケティング	(1)流通システムの激変 (2)価値創造のチャンネル 絶品のチャンネル (3)オープンチャンネルとクローズドチャンネル (4)流通サービスビジネスのマーケティング (5)なんといっても商品力 チャンネルの役割

マーケティング営業の戦略実務	(1) トップの資質が成果を左右する (2) チャネル力が売り上げを決める (3) マーケティング営業の5つの基本戦略 (4) 5つの統合戦略と成功事例
ネット通販の経営実務	(1) ネット通販のフルフィルメント (2) ネット通販で成功するためのポイント (3) 成功事例・失敗事例
株式公開を目指す	(1) 将来の夢を持つ (2) 北海道の小企業が時価総額1100億円企業になった
3か年計画づくり説明	◆最終課題である3か年計画作成に当たってのポイント指導と宿題の説明

◆第4回研修【全体研修】

11月29日・30日（2日間 / 札幌市（北洋銀行セミナーホール））

テーマ：『わが社の3か年計画とマーケティング戦略の構築』

【1日目】（12:00～21:00）

テーマ	目的と内容
地域絶品とロジスティクス ー北海道流通の鍵は物流ー	<ul style="list-style-type: none"> ◆兵站という組織分野・最前線が弱ければ戦いには負ける ◆問屋の役割と運輸保管の機能、その分解 ◆流通機能の流通コスト この効率化がなければ価値が生まれない ◆ハブ&スポーク、というロジスティクスの革新 ◆宅配便ロジとコンビニに学ぶ、コスト吸収力を持つ絶品
＜グループ討議/個人指導＞ 地域絶品マーケティング 3か年計画の検討・作成	<ul style="list-style-type: none"> ◆各自が宿題として作成した中から事例として取り上げた「3か年計画」をグループに分かれて討議する。 ◆他社の分析を通して自分の「3か年計画」の課題・問題点の再整理を行う ◆それを受けて自分自身の3か年計画の完成に向けて講師の個人指導を受けながら完成させる

【2日目】（9:00～18:00）

テーマ	目的と内容
修了レポート発表と講評 （昼食を挟む）	<ul style="list-style-type: none"> (1) 論文プレゼンテーションと決意表明 (2) 各講師からの講評
北海道のアグリビジネスの今後	<ul style="list-style-type: none"> (1) 道内各地の農産業ビジネスの現状 (2) 北海道のアグリビジネスの可能性 など

◆発表会

1月21日（札幌市 札幌パークホテル）

- ・作成した「3か年計画」に基づく取組の成果発表と修了式を開催。あわせて、フード塾OB会「E-ZO」と共催による交流会を開催予定。

※上記カリキュラムについては参考に掲載いたしましたが、現時点で検討中のものであり、変更となる場合があります。カリキュラムは確定次第、後日、塾生の方にお知らせいたします。

主な講師陣（予定）

三浦 功（みうら いさお） 1936年高知県生まれ。青山学院大学卒業後、(株)日経映画社、(株)日本リサーチセンターを経て、1964年流通問題研究協会の創立に参画。同協会専務理事、会長を経て、2011年から理事相談役、2013年から相談役を努める。日本マーケティング塾取締役。主な著書に『地域絶品づくりのマーケティング～地方創生と北海道フード塾』『顧客創造の経営』『日本の心がマーケティングを変える』（共著）等がある。

佐竹 嘉廣（さたけ よしひろ） 1958年宮城県生まれ。東海大学卒業後コンビニエンスストアサンクスに入社。商品本部食品バイヤー部長として、業界初のチルド米飯の企画開発、よさこいソーラン弁当、カップ春雨などの北海道ご当地商品等を開発。平成19年フード企画コンサルタント合同会社廣龍を設立。森永製菓、ニチレイフーズ、JA富良野カレーなど食のプロデュースから商品企画開発、市場化へのトータルサポート業務を手掛けている。著書に「ふるさとが元気になる『地域絶品づくり』のすすめ」（共著）。

田村 茂（たむら しげる） 1952年岩手県生まれ。1975年、(株)大和銀行（現(株)りそなホールディングス）に入社するも、「モスバーガー」創業期に出合った社長の理念や熱意に惚れ込み、1976年2月、(株)モスフードサービス入社。1989年取締役商品本部長、2011年専務取締役、2014年特別顧問に就任。2017年3月退社。2016年6月、(株)日本マーケティング塾取締役兼特別講師に就任する傍ら、2018年1月に office igatta を設立。

小野 司（おの つかさ） 2005年から実家のリンゴ農家の6次産業化の取り組みの一つとして、りんごのスパークリングワインであるシードルの販路開拓支援を開始。2013年に一般社団法人日本シードルマスター協会を設立、代表理事に就任。2008年、中小企業診断士に登録。2017年12月に、出身地である長野県飯綱町にてシードル（果実酒）の製造会社である北信五岳シードルリー株式会社を農家3軒による共同出資で設立、現在に至る。

橋本 佳往（はしもと よしおう） 1953年石川県生まれ。1976年金沢大学法文学部哲学科心理学専攻を卒業後、(株)リクルートセンター（現リクルートホールディングス）入社。広告事業部門、組織活性化事業部門等を経て、1989年リクルート退社。企画開発会社、コンサルタント会社、IT企業等を経て、2009年流通問題研究協会会常務理事に就任。2010年5月専務理事、現在に至る。（財）いしかわ農業人材機構6次化産業研修講師。秋田絶品マーケティング塾講師。

村澤 規子（むらさわ のりこ） 北海道バリューズコープ株式会社「ぐうたび北海道」編集長。北海道の観光と食をテーマにした記事づくり、地域事業を多数手がける。国内旅行業務取扱管理者、温泉ソムリエ、HBC「今日ドキッ!」コメンテーター、STVラジオ番組審議会委員。過去に「リクルート北海道じゃらん」副編集長、札幌商工会議所附属専門学校北海道観光学科「北海道の食文化」「北海道の土産」講師、宣伝会議「編集者・ライター養成講座講師」など。

※上記のほか、講師として北海道や首都圏を拠点に活躍している実務に精通した専門家やフード塾OB会「E-ZO」会員などが参画する予定です。

※講師については、都合により変更となる場合があります。

<講師候補者(敬称略/50音順)>

- ◆青島 弘幸 (創発コンサルティング代表。中小企業診断士)
 - ◆内田 勝規 (株式会社オフィス内田 会長)
 - ◆大谷 武史 (国分北海道(株) マーケティング部長)
 - ◆小野 司 (一般社団法人日本シードル協会 代表理事/中小企業診断士)
 - ◆小原 繁 ((株)オハラ 代表取締役)
 - ◆吉川 京二 (㈱ケースマーケティング代表取締役/小樽商科大学特任教授)
 - ◆桐生 宇優 (北雄ラッキー(株) 代表取締役社長)
 - ◆木村 一哉 (北海道バリューズコープ(株) 「ぐうたび北海道」副編集長)
 - ◆齋藤 博之 (北海道物流開発(株) 代表取締役)
 - ◆佐竹 嘉廣 (合同会社廣龍代表。IDR主任研究員)
 - ◆白石 薫 (日本貿易振興機構(ジェトロ) 地域統括センター長(北海道))
 - ◆田村 茂 ((株)日本マーケティング塾 取締役/office igatta 代表)
 - ◆田村 哲二 (株式会社ダイレクトマーケティンググループ 代表取締役社長)
 - ◆土屋 俊亮 (北海道銀行 アグリビジネス推進室 産業戦略部長)
 - ◆橋本 佳往 (一般社団法人流通問題研究協会 専務理事)
 - ◆原 宏 (大和証券株式会社 常務執行役員)
 - ◆前田 直樹 (前田直樹経営研究所 代表)
 - ◆三浦 功 (一般社団法人流通問題研究協会 相談役)
 - ◆宮岸 雅樹 (コープさっぽろ 商品本部デイリーバイヤー)
 - ◆村澤 規子 (北海道バリューズコープ(株) 「ぐうたび北海道」編集長)
 - ◆吉岡 史世 (北海道どさんこプラザ 札幌店 店長)
 - ◆北海道食クラスター「フード塾」OB会 (E-ZO) メンバー
- ◆その他、地域研修にあたっては、当該地域の企業経営者等の協力を得ます