

〈今の時代に考えるべき新製品導入・育成のセオリー〉 マーケターフォーラム開催のご案内

新製品導入の常識を、いま問い直す ～その新製品、どこで、誰に、どう育てるか～

このフォーラムで得られること

1. 今の時代に「ありたいチャネル戦略」を学ぶ
2. 生活者のデータをベースとした「論拠のある店舗や商圈に合わせた導入戦略」を学ぶ
3. 商品開発・マーケティング・営業の役割分担、連携、情報共有に存在する課題を考察する

フォーラム開催の目的

生活者の価値観の多様化、情報量の爆発的な増大、買い場のオムニチャネル化など、消費市場を取り巻く環境は大きく変化しています。

こうした中、従来の全国一律のデータを基盤とした新製品導入戦略では、十分なアウトレットの拡大や市場への定着を実現することが難しくなっています。

今後は、ID-POSなどの生活者データを活用し、店舗・商圈ごとの顧客特性に応じた導入・育成戦略と、リアル店舗とECを有機的に組み合わせた買い場づくりが求められます。

本フォーラムでは、注目すべき新製品の導入・育成事例から成功の要諦を深掘りするとともに、「ありたいチャネル戦略」、「顧客情報に基づく論拠ある店舗・商圈別のマーチャンダイジング」、「マーケティングと営業の連携」をテーマに、これからの生活者起点の導入・売り場戦略を考えるための実践的な視座を提供します。

第2回目の最後には、情報交流会で参加者皆様の情報交流、ネットワーキングをお手伝いいたします。

【開催概要】

開催日及び時間:

2026年12月9日(水) 13:30～18:00

2027年1月13日(水) 13:30～19:00 (情報交流会1時間含む)

開催形態:リアル会場&オンライン配信(ZOOM・ウェビナー)

会場:市ヶ谷近郊の会場を予定

参加費用:1社24万円(税抜)*1社あたりご参加人数2名まで

*2名を越える人数でご参加の場合は、1名につき12万円(税抜)

*年間売上200億円未満の企業様は参加費用を18万円(税抜)に割引いたします。

お問合せ:ご不明点などがございましたら、下記事務局担当者までお問合せください。

担当:伊藤、緒方

T E L:03-5213-4532

詳細
お申込みはこちら
(QRコード)



<今の時代に考えるべき新製品導入・育成のセオリー>マーケターフォーラム プログラム

DAY1: 2026年12月9日(水)

13:30~13:35	開会挨拶
13:35~14:25	テーマ講演①「今の時代にありたいチャネル戦略」 岡本 達也 氏
14:25~14:35	Q&A
14:35~14:45	休憩
14:45~15:35	事例共有講演「ZENB: Mizkanが挑み続ける新規事業」株式会社 Mizkan 吉永 智征 氏
15:35~15:50	Q&A
15:50~16:00	休憩
16:00~16:20	ラップアップとエッセンス 岡本 達也 氏
16:20~16:40	Key Take Awayのためのパネルディスカッション
16:40~16:50	休憩
16:50~17:40	テーマ講演②「生活者データを論拠とした店舗や商圏に合わせたマーチャンダイジング」 迫田 和良 氏
17:40~17:55	Q&A
17:55~18:00	閉会挨拶

DAY2: 2027年1月13日(水)

13:30~13:35	開会挨拶
13:35~13:45	DAY1の振り返り 迫田 和良 氏
13:45~14:35	事例共有講演「データをベースにしたマーチャンダイジングの実践」 サントリー株式会社 前田 由紀子 氏
14:35~14:50	Q&A
14:50~15:00	休憩
15:00~15:40	テーマ講演「新製品導入・育成のためのマーケティング・営業部門の関係性」 岡本 達也 氏
15:40~15:50	Q&A
15:50~16:00	休憩
16:00~16:50	事例共有講演「『ザ★』シリーズ:新製品導入・育成の実践」 ~商品への手応えを、売場と生活者へつなげるまで~ 味の素冷凍食品株式会社 保崎 光次 氏
16:50~17:05	Q&A
17:05~17:15	休憩
17:15~17:35	ラップアップとエッセンス 岡本 達也 氏
17:35~17:55	Key Take Awayのためのパネルディスカッション
17:55~18:00	閉会挨拶
18:00~18:10	会場移動
18:10~19:10	情報交流会(別会場)

事例講演ご登壇者プロフィール



吉永 智征 氏
株式会社 Mizkan
代表取締役副会長

1993年、株式会社中野店(現・株式会社 Mizkan)に入社。以来、営業・マーケティング部門を中心に、新商品開発やブランド育成、新規事業に長く携わる。中でも、課題を抱えていた納豆事業の再建プロジェクトでは、市場や生活者ニーズを捉えた商品開発・マーケティングを推進し、事業の黒字化に貢献。その後も新たな市場・需要の創造に向けた商品・事業開発に取り組む。2017年10月、株式会社 Mizkan代表取締役社長兼CEOに就任。社長就任後も、新商品・新規事業の創出や、SNSなどを活用したロングセラーブランドの活性化に積極的に取り組む。2026年3月、株式会社 Mizkan代表取締役副会長に就任。



保崎 光次 氏
味の素冷凍食品株式会社
執行役員 マーケティング本部
国内リテールカスタマー
ソリューション部 管掌

2001年入社。家庭用営業として首都圏を中心に活動した後、営業企画部門で営業情報共有の仕組みを構築。2011年から販売企画部門にて、販売管理に加え、「ザ★チャーハン」をはじめ、生活者や売場の巻き込みを意識したプロモーションに取り組んだ。2016年に九州エリアの家庭用営業責任者に着任し、地域に根差した活動を通じて顧客との関係強化を推進。CVS営業部門責任者、営業企画部長を経て、2023年より全国家庭用営業を統括する。「面白い、やってみよう」という共感を、人と組織を動かす原動力と考え、アイデアを否定せず、仲間とともに実現へつなげることを大切にしている。



前田 由紀子 氏
サントリー株式会社
新・麦の根運動推進室 室長

1999年、サントリー株式会社入社。小売流通営業、輸入酒ブランドマーケティングを経て、営業DXプロジェクトを推進。営業・マーケティング・データを横断し、事業部門と営業現場をつなぐ変革に従事。現場起点と全社視点の両輪で組織変革に携わり、2026年4月より新・麦の根運動推進室 室長に就任。国内約2万人のサントリー従業員を対象に、社内外のファン化を促進するグループ横断プロジェクト「麦の根運動」の統括責任者。企業理念の浸透と組織風土の変革に取り組む。

講演者・パネリスト

岡本 達也 氏

味の素株式会社アドバイザー、公益財団法人流通経済研究所 特別顧問、
合同会社オフィス マーケ・島 代表



1987年味の素入社。数多くの家庭用商品の開発・販売戦略などマーケティング業務に従事。味の素冷凍食品への出向を経て、執行役常務、マーケティングデザインセンター長を歴任。味の素のマーケティングプロセスの組織改革を推進し、ブランド価値向上に取り組む。2026年退社後、現職。

迫田 和良 氏

公益財団法人流通経済研究所 特任研究員、
アド・パリュール・ライブ株式会社 共同経営者・パートナーコンサルタント



1991年味の素株式会社入社。営業企画、マーケティング部門等で店頭・ショッパーマーケティングの高度化や、VOC分析を起点とした商品開発支援などに従事。2018年退社後、コンサルティングファームを経て現職。消費者・ショッパー起点のマーケティングを専門とする。

及川 剛 氏

サントリービバレッジ&フード(株) 顧問
株式会社あらた 社外取締役、公益財団法人流通経済研究所 特別顧問



1984年、サントリー(株)に入社。酒類、飲料の営業推進、マーケティングを幅広く経験。2017年からは、サントリー自動販売機事業の代表取締役社長として、構造改革、PMIを推進。2026年、日用品卸(株)あらたの社外取締役、流通経済研究所の特別顧問に就任。

プロジェクトマネージャー

緒方 務

(公財)流通経済研究所 流通・店頭部門 長

山崎 泰弘

(公財)流通経済研究所 理事

三坂 昇司

(公財)流通経済研究所 主任研究員