

# 〈商品開発&ブランディング〉 マーケターフォーラム開催のご案内

## 【このフォーラムで得られること】

ヒット創出の成功要因を、実践事例と専門講義を通じて体系的に学べる

## 【フォーラム開催の目的】

現代の消費市場は、従来とは異なる構造的な変化に直面しています。消費者の「モノ」から「コト(経験)」への消費傾向の変化など、不確実性の高い市場環境のもと、新商品をヒットへと導く難易度は年々高まっています。本マーケターフォーラムは、こうした環境変化を踏まえ、インサイトの発掘から商品開発、店頭への導入・育成戦略までを一気通貫で学ぶ全7回の連続プログラムです。第1部の〈商品開発&ブランディング〉マーケターフォーラム(全5回)では、開発担当者が実際のヒット商品事例をもとに、開発の背景から、チャレンジしたこと、成功要因について講演していただきます。さらに、パネルディスカッションにて事例の肝となる部分を深掘りすると共に、各回著名なマーケターや学術研究者による講演も行うことで、理論と実践の両面から理解を深めていただきます。加えて、情報交流会を通じたネットワーキングにより知見を共有し、商品開発からブランド育成までを体系的に学ぶことが可能です。

## 【主な参加対象者様】

メーカー、卸売業、小売業の商品開発・マーケティングご担当者様及び  
営業企画ご担当者様など

▶ 2026年6月～11月 《各回 13:30～19:00》

開催日  
全5回

2026年

6月18日(木)・7月8日(水)・9月8日(火)・  
10月7日(水)・11月11日(水)

開催時間：13:30～19:00 (情報交流会に参加されない場合は18:00終了を予定)

開催形態：リアル会場&Web配信 (ZOOM・ウェビナー)

会 場：市ヶ谷近郊の会場を予定

## 〈商品開発&ブランディング〉マーケターフォーラムの内容と構成

	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回
	6月18日(木)	7月8日(水)	9月8日(火)	10月7日(水)	11月11日(水)
ヒット商品事例紹介&深耕タイム	<b>アサヒビール 未来の レモンサワー</b> 	<b>カバヤ食品 タフグミ</b> 	<b>サントリー ウエルネス VARON</b> 	<b>ロッテ プレミアム ガーナ</b> 	<b>味の素 白米どうぞ</b> 
事例まとめ&商品開発ステップ	インサイトを掘り起こすために何が必要か？	商品アイデアの拡散と収束商品コンセプトの仕上げ方	世界観をどのように創るか？商品コンセプトの具現化	商品をブランドにするために必要なこと	ヒット商品を生み出すマーケティング組織のあり方とは？
有力マーケターによる特別テーマ講演	テーマ： インサイトを提供価値へ変換するプロセス	テーマ： アイデアのつくり方	テーマ： 商品コンセプトを表現する	テーマ： 今の時代のブランディングへ必要なこと	テーマ： マーケティング組織の類型とパフォーマンス
情報交流会	多くのマーケターとご交流いただき、ネットワークを広げる場としてご活用ください。				

## 登壇者・講演者一覧

※登壇者・講演者は事情により変更となる場合がございます。

## 各回のスケジュール

### 第1回



アサヒビール株式会社  
**佐藤 猛博 氏**



株式会社デコム  
**大松 孝弘 氏**

### 第2回



カバヤ食品株式会社  
**荒殿 郁海 氏**



株式会社  
樋口景一事務所  
**樋口 景一 氏**

### 第3回



サントリーウエルネス株式会社  
**酒巻 真琴 氏**



味の素株式会社  
**向井 育子 氏**

### 第4回



株式会社ロッテ  
**神原 浩二 氏**



株式会社  
Preferred Networks  
**富永 朋信 氏**

### 第5回



味の素株式会社  
**高廣 佐奈恵 氏**



早稲田大学  
**守口 剛 氏**

時間	内容
13:30~13:35	開会挨拶 (登壇者・パネラー紹介含む)
13:35~14:20	成功事例 共有講演
14:25~14:55	成功事例 深耕タイム (パネルディスカッション)
14:55~15:05	休憩
15:05~15:55	岡本 達也 氏による事例まとめ& 商品開発STEPテーマ講演
15:55~16:15	Q & A
16:15~16:25	休憩
16:25~17:15	有力マーケターによる 特別テーマ講演
17:15~17:35	Q & A
17:45~17:55	休憩・会場移動
17:55~18:55	情報交流会
18:55~19:00	閉会挨拶

## 研究・運営体制

### パネリスト

※パネリストは事情により変更となる場合がございます。  
※役職名は2026年3月時点のものとなります



(全回に登壇)

### 岡本 達也 氏

味の素株式会社  
執行役常務 食品事業本部副事業本部長兼  
マーケティングデザインセンター長

1987年味の素入社。1996年から家庭用商品（「ほんだし®」、「Cook Do®」、「ピュアセレクト®マヨネーズ」、「クノール®カップスープ®」他）の開発・販売戦略などのマーケティング業務に従事。2014年味の素冷凍食品株式会社に出向。執行役員マーケティング本部家庭用事業部長着任後「ザ★®」シリーズを手掛ける。2019年味の素株式会社執行役員就任。2022年執行役常務食品事業本部副本部長就任。2023年4月にマーケティングデザインセンターを設立しマーケティングデザインセンター長兼任。味の素社のマーケティングプロセスの組織改革を推進し、100年先も愛されるブランドを目指す。



(第1回に登壇)

### 水谷 徹 氏

サントリーコーポレーションビジネス株式会社  
代表取締役会長  
公益社団法人 2025年日本国際博覧会協会 顧問

1983年サントリー入社。RTD事業部長、ウイスキー部長として商品開発・ブランド戦略を推進。マーケティングとブランディングの知見を活かし、数々のヒット商品とブランド価値向上に貢献。サントリー角瓶の魅力を「ハイボール」という飲み方で再提案し、業務用・家庭用双方での需要を創出し、ウイスキー市場の再活性化を牽引した。2014年にはサントリービール(株)代表取締役社長、2019年にはサントリーホールディングス(株)常務執行役員に就任など要職を歴任。2025年には日本国際博覧会協会 理事・副事務総長として、大阪・関西万博のブランド戦略や国内外プロモーションを統括し、万博の認知拡大と共創型マーケティングを推進した。

### プロジェクトマネージャー

※役職・所属は2026年3月時点のものとなります

(公財) 流通経済研究所  
流通店頭部門 部門長

緒方 務

(公財) 流通経済研究所  
流通店頭部門 主任研究員

加藤 応視

## 開催概要

対象企業	メーカー、卸売業、小売業 ※対象業種でない場合、参加をお断りする場合があります。
開催日・時間	6月18日(木)、7月8日(水)、9月8日(火)、10月7日(水)、11月11日(水) 各回13:30~19:00 (情報交流会に参加されない場合は18:00終了を予定)
開催形態・会場	リアル会場&Web配信 (ZOOM・ウェビナー) リアル会場は、市ヶ谷近郊の会場を予定
参加費用	1社 60万円 (税抜) ※1社あたりご参加人数2名まで ※2名を超える人数でご参加の場合は、1名につき30万円 (税抜)
お申込み	(公財) 流通経済研究所のホームページより「〈商品開発&ブランディング〉 マーケターフォーラム」のバナーをクリックし、「お申込みフォーム」へ必要事項をご入力の上、ご送信ください。
お問い合わせ	ご不明点がございましたら、下記事務局担当者までお問合せください。 担当：伊藤、加藤(応視)、緒方 TEL：03-5213-4532 E-mail: shohin-forum@dei.or.jp

詳細はコチラ➡



# 流研マーケターフォーラム2026 第2部についてのご案内

今回第1部の〈商品開発&ブランディング〉マーケターフォーラムに引き続き、第2部となる〈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（全2回）では、広告・PR、販売促進、売場からの情報発信をどのように設計・連動させるべきかを整理し、商品導入後に目標との乖離が生じた際のチェックポイントと具体的な打ち手等を、実務視点で深掘りします。

## 〈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の内容と構成

開催日：2026年12月9日（水）、2027年1月13日（水）

開催時間：13：30～16：50

開催形態：リアル会場 & Web 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名を超える人数でご参加の場合は、1名につき12万円（税抜）

	第1回 12月9日(水)	第2回 1月13日(水)
成功事例共有講演	登壇企業：株式会社 Mizkan	登壇企業：味の素冷凍食品株式会社
ラップアップ & エッセンス	成功事例のまとめと、登壇者とパネリストによる パネルディスカッション	成功事例のまとめと、登壇者とパネリストによる パネルディスカッション
テーマ講演	テーマ： 最適なチャネル選択・売場とは？ いかにしてトライアルを獲得するか？  副題： なぜ広告だけでは売れなくなったのか？ トライアルは“チャネル設計”で決まる	テーマ： いかにしてリピートを獲得するか？ 開発と営業の最適な役割分担  副題： リピートは“商品”だけでなく、“仕組み”で生まれる 開発×営業（売場）の再設計

## 講演者・パネリスト



味の素株式会社  
執行役常務 食品事業本部副本部長兼  
マーケティングデザインセンター長  
**岡本 達也 氏**



（公財）流通経済研究所  
特任研究員  
アド・バリュー・ライフ株式会社  
共同経営者・パートナーコンサルタント  
**迫田 和良 氏**

※役職名は2026年3月時点のものとなります

## 各回のスケジュール

時間	内容
13:30～13:35	開会挨拶
13:35～14:20	成功事例共有講演
14:25～14:35	Q & A
14:35～15:45	休憩
14:45～15:05	エッセンスのショートプレゼン

時間	内容
15:05～15:25	パネルディスカッション & Wrap-up
15:25～15:35	休憩
15:35～16:25	テーマ講演
16:25～16:45	Q & A
16:45～16:50	閉会挨拶