

－国連支援機構「日本の食文化と健康」事業－

商品企画セミナー

次世代の健康商品開発の 考え方 創り方

開催のご案内



UNSO

UN SUPPORT ORGANIZATION

2019・7・26

主催：一般社団法人国連支援機構

後援：FSUN (国連支援財団)

拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご厚情を賜り、厚く御礼申し上げます。さて、このたび一般社団法人国連支援機構では、「日本の食文化と健康」事業として、「持続可能な開発目標(SDGs)」対応のために「次世代の健康商品開発の考え方創り方」と題して商品企画セミナーを開催いたします。ご多忙中とは存じますが、お繰り合わせの上、皆さまご参加下さいますようお願い申し上げます。

敬具

セミナーの概要

- テーマ 「次世代の健康商品開発の考え方創り方」
- 日時 2019年9月6日(金) 13時30分～15時30分(受付開始13時～)
- 会場 西新宿ドム会議室
〒160-0023
東京都新宿区西新宿8-14-21 双英ビル2F
<https://www.dom-biz.com/access.html>
- 講師 古西正史(一般社団法人国連支援機構 理事/商品企画コンサルタント)
- 限定数 30名(先着順)
- 会費 10,000円(1名様) 当日受付にてお支払い下さい。
- 申し込み先 <https://www.unso-jpo.org>

※参加のお申し込みはフォームより「会社名」、「部署名」、「氏名」、「E-mail」、「連絡先電話番号」、「参加人数」を入力のうち、送信頂きますようお願いいたします。
お申し込みの締切は9月3日までとさせていただきます。

セミナーの内容

「次世代の健康商品開発の考え方創り方」

昨年のヒット商品番付に「G A F A」が登場するなど市場の構造が大きく変わり始めています。Google Apple Facebook Amazon が指1本で連動する市場は、産業革命後の川上から川下への産業構造とは大きく異なるものです。新しく登場しつつある市場は商品の物的価値より情報価値とスピード性が優先され、結果、時代はOne to OneのDirectMarketingへ移行しています。

情報の中でも「健康」というキーワードは、多様なコンテンツを有しておりあらゆるシーンで重要な意味を持つことから、「持続可能な開発目標(SDGs)」での商品企画では欠くことが出来ないものです。

今回のセミナーではそんな「健康」キーワードをヒット商品にするため必要なコンテンツ、更には企画担当のスキルについて考えます。

健康商品はOne to One市場でヒット 商品企画に大切なことと必要なスキル

① 健康商品は誰が買うのか 市場の読み方

健康な人ほど健康商品を購入する傾向が強いのは何故。「ロジャースの法則」「パレートの法則」「レビットの法則」の基本的理解と効果的実践方法で正しく市場を読み解きヒット商品を創りましょう。

② 健康商品は顧客との情報共有がポイント 情報コミュニケーション

購買に繋がる情報提供と情報共有に必要なマーケティングコミュニケーションの組み立て方を『「マネジメント」ドラッカー』と『もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら』から学びましょう。顧客創出のため情報理解を深めるには情報翻訳力の大切さが解ります。

日本人が遺伝子に持っている江戸のマーケティング創造力を

越後屋三井高利 紀伊国屋文左衛門 井原西鶴 富山の薬売り 平賀源内 から学びましょう。

③ 健康情報の流れはインバウンドが起点 パブリシティと情報発信

テレビやネットで話題になれば市場は大きく動きます。特にインバウンド外国人の行動情報は取り上げられることが多くヒット商品創造効果は絶大です。

「News」「Education」「Weather」「Shopping」で組み立てる商品力とは。

④ ローソン健康プロジェクト成功の仕掛け

「ブランパン」「グリーンスムージー」「からだにやさしいおやつシリーズ」など、ローソン健康プロジェクト大ヒットの仕掛けとは。

プログラム

13:30 開会のご挨拶

「持続可能な開発目標(SDGs)」について

13:40 商品企画セミナー「次世代の健康商品開発の考え方創り方」

講師：古西正史（一般社団法人国連支援機構 理事／商品企画コンサルタント）

15:30 質疑応答

15:30 閉会のご挨拶

15:40 個別相談

講師プロフィール



古西 正史

一般社団法人国連支援機構 理事

「日本の食文化」と健康」プロジェクトリーダー
有限会社オフィスー六 代表
商品企画コンサルタント

1976年国立音楽大学音楽学科卒。

1972年(株)フジプロダクション(フジテレビ制作部)入社。

テレビショッピングの草分け番組、フジテレビ「リビング4」テレビバーゲンコーナーのディレクター兼レポーターとして、マーケティング及びマーチャンダイジングを実施。

日本初のテレビ通信販売システム開発と基礎を構築。「商品はメディア」「物を売らずストーリーを売る」をコンセプトに、情報収集、商品企画、セールスプロモーションを一本の流れにした独特の市場分析方法で数多くのヒット商品開発を行ってきた。

1978年(株)フジサンケイリビングサービス(現(株)ディノス)入社。

1986年フジサンケイ・コミュニケーションズ・インターナショナル ニューヨーク本社勤務。世界初の衛星中継テレビショッピング番組の立ち上げ及び商品企画を実施。

1999年(有)オフィスー六設立。

株式会社 東京シアターダンススタジオ 代表取締役

「のと里山羽咋自然栽培『聖地』化プロジェクト事業」総合プロデューサー

「日本の木で創る『生活習慣病を発症しない家』プロジェクト」総合プロデューサー

株式会社ローソン「健康プロジェクト」コンサルタント顧問



UN SUPPORT ORGANIZATION

一般社団法人国連支援機構とは

- 一般社団法人国連支援機構は、国連憲章の基本精神に基づき、平和、福祉、教育、安全、環境保全、貧困、飢餓、人権など、地球規模での課題解決を目指し、国連の活動を支援することを通じ、世界平和と国際相互理解の促進に寄与することを目指しています。
- 国連支援機構は、国際NGO「FOUNDATION FOR THE SUPPORT OF THE UNITED NATIONS（略称：FSUN、国連支援財団）」のパートナー機関です。当法人は、FSUNの趣旨に賛同し、国連活動の支援に寄与することを目的として設立されました。

組織概要

名称 一般社団法人国連支援機構
設立 2018年11月28日
事務所 〒167-0032 東京都杉並区天沼2-7-11-205 TEL・FAX:03-6755-4614

事業内容

1 国際会議の企画・運営・開催

6 災害発生時における緊急支援および復興支援

2 講演会・シンポジウム・セミナーの企画・運営・開催

7 国連の諸活動の推進支援、情報収集、人々の理解と関心を高めるためのキャンペーン・広報等

3 国際相互理解を深めるための国際交流の企画・運営

8 国内外の国際協力関係団体および政府ならびに国連関係機関等との連携および協力

4 国際社会に貢献できる人材の育成

9 前各号に掲げる活動を行うための個人・団体への寄付活動及び支援・援助

5 開発途上国等の生活環境・教育環境を改善するための開発支援ならびに産業育成支援

10 その他、当法人の目的を達成するために必要な事業



FOUNDATION FOR THE SUPPORT
OF THE UNITED NATIONS

FSUN（国連支援財団）とは

「FOUNDATION FOR THE SUPPORT OF THE UNITED NATIONS（略称：FSUN、国連支援財団）」は、1988年にニューヨーク州で設立された国際NGOです。

国連経済社会理事会の総合協議資格を有する国連の諮問機関であり、国連憲章の基本精神に基づき、国連活動支援及び国際交流、開発途上国援助を行っています。

FSUN（国連支援財団）ホームページ：<http://www.fsun-jpo.org>