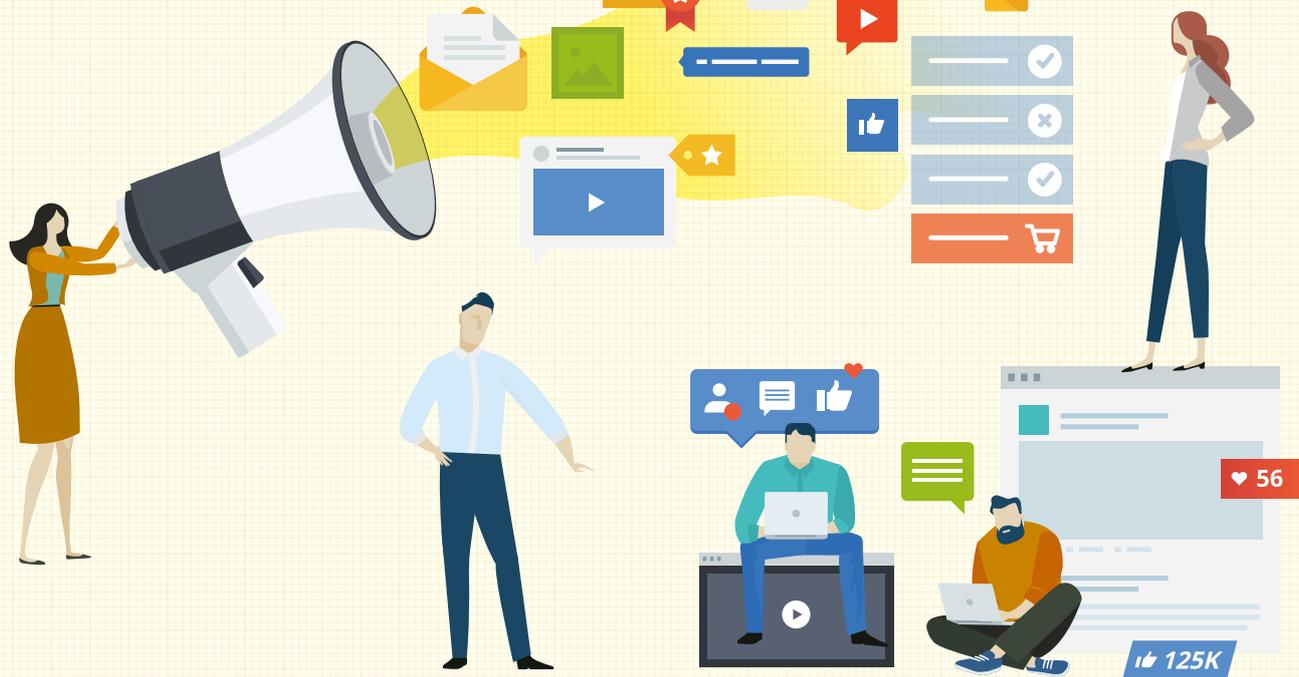


# マーケティング 戦略コース 2022

Marketing strategy

先見性・革新性・戦略性で  
成熟市場を打ち破る  
マーケターの養成



期間

6月～翌年2月

日程

月曜日(月3～4回程度) 18:20～20:50(他 合宿3回)

対象

マーケティング・営業部門の部長、課長、リーダー、戦略スタッフ(定員24名)

会場

経営アカデミー 東京都千代田区丸の内1-6-2 新丸の内センタービル6階  
(東京駅丸の内北口より徒歩3分/地下鉄 大手町駅B2b出口よりすぐ)



日本生産性本部  
JAPAN PRODUCTIVITY CENTER

# 経営アカデミーとは

## 時代の変化を捉え、意識を変え、 行動を変える学びの場

経営アカデミーは、1965年創設以来、絶えずテーマ、カリキュラム等を進化させながら長く支持されるビジネススクールとして、これまで15,000名を超える方々に受講いただきました。修了者には経営アカデミー・マスターの称号が与えられ、産業界のリーダーとして多方面で活躍されています。

※「経営アカデミー・マスター」称号(全日本能率連盟登録資格称号第14号)



「多視点で構想する力」「価値を実現する力」「主体的に革新する力」

この3つの力を兼ね備え、次代の経営を創っていくことのできるリーダー

### 経営アカデミーが目指す経営人材とは

現在は経営を取り巻く環境の複雑性が増し、想定外の出来事が次々起こり、将来予測が困難な環境にあります。急速な技術革新は、産業構造変化を加速させて脅威となるとともに、組織の生産性を高める機会ともみなされています。経営アカデミーは、このような大きな時代の変化の中で、自ら課題を設定し、仮説を立て、多様なステークホルダーを巻き込みながら、主体的に価値を創造していく行動力あるビジネスリーダーの養成を目指します。

## 先見性・革新性・戦略性で 成熟市場を打ち破るマーケターの養成

変化が激しく、複雑で先行きの見通しを立てるのが難しいといわれる時代。

顧客のニーズもめまぐるしく変化する中、「昨日までの前提が今日には通用しない」ような状況となりつつあります。経営アカデミーの「マーケティング戦略コース」では、そのような時代に、変化を迅速に捉えて、自ら様々な前提を壊し、新たな価値を創造し、その価値を顧客に継続的に提供できる「先見性・革新性・戦略性」を備えたマーケターの養成を目指しています。普遍的な理論やフレームワークと共に、デジタルマーケティングなどの先端手法も学習し、成熟市場を打ち破るための知識とスキルを身につけます。

### 本コースで高める3つの能力

#### 01 マーケティング発想力

市場の変化を捉え、顧客価値創造のできるマーケティング力と営業力を身につける



#### 02 顧客価値デザイン力

顧客に選ばれる新製品や新サービスを開発し、売れる仕組みを創り出す力を磨く

#### 03 主体的革新力

マーケティング企画、営業現場の先頭に立って、実践・実行できる力を養う



コース  
委員長

コーディネーター

グループ指導講師



**金井 政明**  
良品計画  
代表取締役会長



**石井 淳蔵**  
神戸大学・  
流通科学大学  
名誉教授



**池尾 恭一**  
慶應義塾大学  
名誉教授



**古川 一郎**  
一橋大学 名誉教授  
武蔵野大学 教授



**西川 英彦**  
法政大学  
教授



**藺部 靖史**  
東洋大学  
教授



**中川 正悦郎**  
成城大学  
准教授

井上 哲浩	慶應義塾大学大学院 教授	栗木 契	神戸大学大学院 教授	余田 拓郎	慶應義塾大学大学院 教授
小野 謙司	青山学院大学 教授	隅田 浩司	東京富士大学 教授	米山 茂美	学習院大学 教授
川上 智子	早稲田大学大学院 教授	本庄 加代子	東洋学園大学 准教授		
木村 浩	立正大学 教授	松下 光司	中央大学大学院 教授		

※2021年度の実績です。

日程概要

Schedule Summary

月	テーマ	講義・演習	グループ研究	自己課題
6月	マーケティング 発想の習得 基本フレーム ワークの理解	<ul style="list-style-type: none"> <li>●マーケティング発想</li> <li>●マーケティングマネジメントの基本理解</li> <li>●消費者行動の基礎理論</li> <li>●プロモーション戦略</li> <li>●デジタル・マーケティング</li> <li>●プラットフォーム戦略【ケース:ぐるなび】</li> </ul>	グループ編成 グループ研究【1-3】	現状の課題整理 目標設定
春合宿 (1泊2日)				
7月	マーケティング の本質	<ul style="list-style-type: none"> <li>●日本型マーケティングの新展開</li> <li>●競合他社への対抗戦略【ケース:P&amp;G】</li> </ul>	グループ研究【4-6】	各講義における 学びと気づきの記録
8月	顧客志向と ブランディング	<ul style="list-style-type: none"> <li>●顧客サービスとサービスマーケティング【ケース:アコーホテルズとデジタル変革】</li> <li>●セグメンテーションと成長マーケティング【ケース:シアルス】</li> </ul>	グループ研究【7-8】	
9月		<ul style="list-style-type: none"> <li>●ブランド・マネジメント</li> <li>●戦略的ネゴシエーション</li> </ul>	グループ研究【9-11】	
10月	新規事業開発と イノベーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新規事業開発【実務家講演】</li> <li>●イノベーションと市場創造【ケース:任天堂wii】</li> <li>●ユーザーイノベーション</li> </ul>	グループ研究【12-14】 中間発表会	前半の振り返り 後半に向けた目標設定
秋合宿 (1泊2日)				
11月	戦略と ビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none"> <li>●B to B マーケティング【ケース:コンピュートロン2006年】</li> <li>●ビジネスモデル構築とマーケティング</li> <li>●知覚とマーケティング</li> </ul>	グループ研究【15-16】	各講義における 学びと気づきの記録
12月		<ul style="list-style-type: none"> <li>●製品戦略【実務家講演】</li> <li>●思想と戦略【コース委員長講話】</li> </ul>	グループ研究【17-18】	
1月	マーケティングの 実践		グループ研究【19-24】	研修全体の振り返り 目標達成度度合いと 成果の業務への応用検討
2月			グループ研究【25-28】 最終発表会	
	フォローアップ	●研修後の取り組みに関する情報交換		

※プログラムとスケジュールは変更される場合があります。

・適宜オンラインを活用し、参加者の利便性を向上させています。

講義・演習

産業界の課題に精通した講師陣による最新の理論と実践を学ぶことができます。参加者同士の活発な議論により本質に迫ります。



グループ研究

異なった視点をもったメンバーと協働で、一つのテーマについて研究を進め、50ページ程の論文にまとめます。コースの最後に発表を行います。

Point 01

1つのグループに1人、担当の指導講師がつき、専任でグループ研究をサポートします。

Point 02

テーマ設定から仮説構築、検証、理論構築に至るまで、グループメンバー、指導講師と徹底した議論を戦わせる過程で、**本質を見極め、新しいコンセプトを創造していく力が養われます。**

Point 03

仮説構築の重要性、切り口の大切さを再認識し、その手法を身につけます。

Point 04

他社の選抜人材からの刺激や気づきと生涯にわたるネットワークが得られます。

Check! 最近の研究テーマ (抜粋)

～ 2020年度～

- コロナ禍の新たな顧客価値創造
- 観光業における共通価値の創造  
～企業主導による地域連携～
- 日本型D2Cの成長可能性の研究  
～顧客エンゲージメント価値の創出方法に注目して～

～ 2019年度～

- スマートストアにおける買い物価値と購買行動の関係
- マーケティング戦略による持続的イノベーションからの脱却  
～商品開発と販売チャネル戦略を中心に～
- サブスクリプション型ビジネスモデルにおける顧客との継続的な関係構築に関する研究

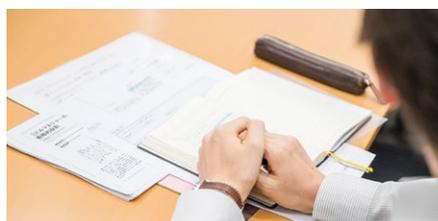
グループ研究の流れ

問題意識の共有	研究テーマの設定	研究テーマの深化	コンセプトの提示	実践
参加メンバーの問題意識を踏まえグループを編成。指導講師と共に討議し、問題意識の掘り起こしを行う。	テーマを設定。そのテーマを明確化し、仮説の設定を行う。その後、文献や事例の調査、指導講師・メンバーと徹底的な議論を重ねる。	研究の進捗状況を発表。コーディネーターからのレビューをもとに、討議や企業訪問・ヒアリング・データ分析等を実施し、仮説の検証。	テーマの背後にある本質を突き詰め、理論構築と施策への落とし込みを行う。成果発表に向けた詰めと報告書の作成を行う。	実務へ落とし込み。
6月～7月	8月～9月	10月～11月	12月～2月	修了後

講義とグループ研究を並行して進めることで、体系的な学習と実務の往復を促し、自己課題フィードバックにより実践へと橋渡ししていきます。

自己課題

講義ごとに学んだこと、自社の経営や業務にどう具体的に活用するかレポートを作成。研修前、中間・終了時点で自己の振り返りを行い、研修効果を確実にします。



## 01 マーケティングを基礎から体系的に学べるプログラム

約9カ月のコースの中で、マーケティングの理論を体系的に学習いただきます。マーケティング初学者にとっても基礎からしっかり学んでいただけるプログラム構成と指導体制になっています。



## 02 マーケティングの「理論」と「実務」をバランスよく学べるプログラム

講義によるマーケティング「理論」の体系的な学習と共に、各種演習（ケーススタディ、グループ討議）やマーケティングの最前線で活躍されている「実務家」の講演を多く組み込んだバランスのよい内容になっています。

## 03 マーケティング分野を代表する「一流の講師陣」による指導

マーケティング分野を代表する一流の講師陣から理論（基礎から最先端まで）を、第一線のビジネス・パーソンから最近の実践事例を学ぶことができます。講師の方々には、講義やグループ研究の指導の他、コース全体やプログラム内容に関するアドバイザーとしても協力いただいています。



## 04 「グループ研究」による他社の選抜人材との他流試合、新しいコンセプトを共創する力の養成

個人学習としてマーケティングの知識をインプットするだけでなく、他社から選抜された人材との“協働ワーク”（グループ研究）を通して、多様な視点や価値観に触れ、切磋琢磨しつつ、実践につなげるためのアウトプット（新しいコンセプトを共創する力）を行います。

## 05 生涯にわたるメンバーとのネットワークの構築

約9カ月の長期間、真剣勝負で学び合う者同士だからこそ築ける深いつながりをメンバー間で築くことができます。コース修了後もビジネスパートナーとして、また、生涯の友人として、関係を継続されているOB・OGの方々が多いいらっしゃいます。



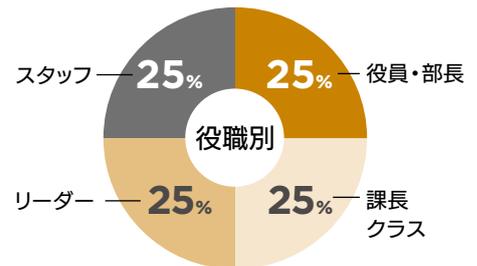
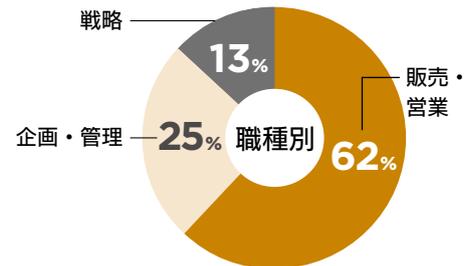
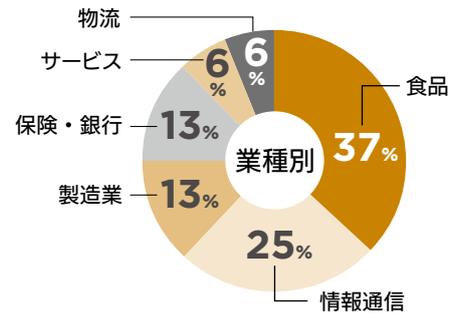
講義ではマーケティングの最新の理論を学べる。同時に、学んだ理論の「実務への落とし込み」を意識した講師の説明や演習が多く、理論と実務の繋がりを意識することができた。

企業文化や業界、年齢や役職が異なるグループメンバーとのグループ研究は、躊躇することなく意見を出し合う、理解し合うことが重要であり、空気を読む・忖度して進めることは研究を進める上では阻害要因となることに気づかされた。また、当研究を通じてグループメンバーと素晴らしい関係を構築できたことが一番の成果であったように思う。研修終了後もメンバーは将来にわたり何でも話せる関係を続けられればと思っている。

長年、井の中の蛙だった自分にとって、バックグラウンドの異なるメンバーとの対話や議論を通して、自分というものを少し俯瞰して捉え知るきっかけになった。ひとつのテーマについて繰り返し違った観点から考察し、様々な考え方に触れることで、自分に足りない視点と自分ならではの視点、両面を知ることができ、物事の本質を捉えるプロセスと考える幅の広がりを実感している。

本コースを受講して、マーケティングの知識を身に付けることができただけではなく、今後、リーダーとして組織を引っ張っていく上で必要な思考力や、多様な価値観をもつ人々と協働して何か一つの目標に向かってものごとを進めていく力を養うことができた。

参加者データ(2021年度実績) 平均年齢 40.3歳



最近の参加企業

アクリフーズ、アルファ、NECディスプレイソリューションズ、ENEOSホールディングス、大崎電気工業、カスタマシステム、きらら保険サービス、ケンコーマヨネーズ、キッコーマン、キッコーマンソイフーズ、キャノンプレジジョン、杏林製薬、共和電業、コスモ石油、コニカミノルタ、埼玉りそな銀行、サミット、ジーエルサイエンス、JTБ、JECC、ジャノメクレディア、スーパーホテル、住友大阪セメント、竹虎、竹中工務店、TDK、テルモ、東京急行電鉄、東京地下鉄、ニチレイロジグループ、

日清オイリオグループ、日本水産、日本製紙、日本製薬、日本通運、日本ユニシス、農林中央金庫、バイエルクロップサイエンス、パンドー化学、日置電機、藤倉化成、富士ソフト、プラザー工業、みずほ銀行、三菱UFJ銀行、明治、メディカルフードサービス、メンテックカンザイ、メルテックス、ヤッホーブルーイング、山星屋、UACJ、雪印メグミルク、理研ビタミン、りそな銀行、良品計画

(50音順、企業名は参加当時のものも含む)

お申込み要領

お申込み手順

参加費 (2022年度予定金額)

01 以下お申込みご案内WEBページより、お申込みください。

<https://www.k-academy.jp/application/>

賛助会員 98万円 (10%税込 107.8万円)  
 一般 108万円 (10%税込 118.8万円)

参加費に含まれないもの

国内合宿費(1回あたり5~8万円程度)、通学・合宿等の交通費他個別に発生する費用

02 申込書受領後、確認のお電話を差し上げます。

