

【経済記者クラブ資料配布】

平成 27 年度 第 2 回食品・バイオ技術セミナー開催のご案内

～近大マグロヒットのポイント

欲しい！と言わせるブランドづくり～

平成 27 年 9 月 14 日

京都府中小企業技術センター

担当：応用技術課 植村

電話：075-315-8634

中小企業の商品開発にとって自社の強みを活かしたブランドづくりは重要です。これを実現するために、本セミナーではブランド構築の実例から顧客が求める商品づくりの基本を理解し、事業戦略のポイントを明確にしてプロジェクト実践方法を学びます。また、ワークショップにより実践的に新商品企画成功に向けてのポイントを理解することを目的とします。

なお、今回の食品・バイオ技術セミナーでは食品関連の業務等に携わっている方に限らずブランディングに興味、あるいは必要性を感じておられる方ならどなたでも参加していただける内容となっています。

【講師】 株式会社キャリア特待館 代表取締役 大久保 良雄 氏

【日時】 平成 27 年 10 月 22 日（木）13 時 30 分から 17 時

【場所】 京都府産業支援センター 5 階 研修室

【定員】 60 名（先着順） ※定員を超えた場合、その旨本人に連絡

【参加費】 無料

【申込方法】 当センターホームページ(<https://www.mtc.pref.kyoto.lg.jp/>) 申込みフォームから、または、申込書を、FAX、郵送またはメール(pdf ファイル添付)により申込み

【申込・問合せ先】

京都府中小企業技術センター 応用技術課 食品・バイオ担当

〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町 134 京都府産業支援センター内

TEL 075-315-8634 FAX 075-315-9497 E-mail ouyou@mtc.pref.kyoto.lg.jp

【申込期限】 平成 27 年 10 月 9 日（金）※ただし期限前であっても定員になり次第締め切り

近大マグロはなぜヒットしたのか

欲しい！と言わせるブランドづくり

目的

- ✓ 近大マグロブランド構築の実例から顧客が求める商品づくりの基本を理解する
- ✓ 事業戦略のポイントを明確にしてプロジェクト実践方法を学ぶ
- ✓ 実践的ブランディング商品を企画する
- ✓ 商品企画成功に向けてのポイントを理解する

効果

- ✓ 商品のブランディング戦略を企画・立案からプロデュースできるようになる
- ✓ 商品・サービス価値向上につながるブランディングの重要性とその効果が認識できるようになる
- ✓ 自立的に考え、行動し、挑戦する習慣の必要性を理解し、組織の活性化に貢献できるようになる
- ✓ 効果的ブランディング戦略構築法を習得する

講演の概要

<第1部・講演>

1. 近大マグロを知っていますか
2. ブランドとは
3. ブランドマグロ誕生の背景
4. 完全養殖誕生までの道のり
5. 養殖よもやま話
6. 近大マグロのビジネスモデルとは
7. 近大マグロがメジャーになった理由
8. 商品ブランディング企画作成上のポイント
9. ブランディングスポンサーとは
10. オークボ式ブランドモデル

<第2部・ワークショップ>

11. プロジェクトの構築手順
12. ブランドシーズを探る
13. シーズの評価およびターゲットの決定
14. プロジェクト企画書(概要)をつくる
15. ブランディングとは



オークボ式ブランドモデル

講師プロフィール

株式会社キャリア特待館 代表取締役 大久保良雄
 大阪市北区梅田1-2-2-303-310 大阪駅前第2ビル3Fコモメンタルオフィス310号
 TEL: 06-6342-0310 Mobile: 090-6986-1503 Email: yokubo@tokutaikan.com

近畿大学在職中に「近大マグロ」ブランドを企画・立案からプロデュースし、誰もが知るメジャーブランドへと導き、大学ブランディング戦略構築の礎を築く。

著書:「卒業証書もらったマグロ」PHP研究社(電子書籍版)
 「欲しい!と言わせるブランドのつくり方」漂標より好評発売中



実施概要

- 【日時】 2015年10月22日(木)13:30~17:00
- 【場所】 京都市下京区中堂寺南町134
- 【主催】 京都府中小企業技術センター