

講座	内容
第1講座 13:00～13:30	なぜ食品原料・添加物メーカーは、 「商品開発パートナー」という立ち位置を狙うべきなのか ▶ 食品メーカーは、我々に一体何を求めているのか？ ▶ 「商品開発パートナー」になるための条件を整えれば、新規の食品メーカーからおのずと相談・引合が来る ▶ 成長する食品原料・添加物メーカーが導入している、最新ビジネスモデルの全貌 兵庫県神戸市須磨生まれ。大阪大学理学部物理学科、神戸大学大学院修了後、株式会社船井総合研究所に入社。入社以来、一貫して製造業の分野を中心に、マーケティング戦略の構築及び実行を手がける。 現在は法人向け(BtoB)事業の中でも製造業、建築材料メーカーを中心にデジタルマーケティングを活用した提案・実行支援を行っている。特に特殊技術を持つ会社や研究開発型の会社に対して、その技術を活かしたマーケティングを得意としている。 従業員10人以下の企業から上場企業までクライアントの幅は広く、クライアントの規模や技術に即したその業績アップ手法は、高い評価を得ている。 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ 製造業商社チーム リーダー 山崎 悠
第2講座 13:40～14:20	商品開発・R&D部門を攻略するための 「デジタル×ソリューション」戦略の全貌 ▶ 自社製品の魅力を伝え、受注率を上げるため「ソリューション」を見つけ、活かすポイント ▶ 人的営業によらずとも、「デジタル」をフル活用し、大手食品メーカーを「いますぐ」「効率よく」攻略する方法 ▶ 「1年で1億円増収」、「2年で売上125%成長」など、業績を伸ばしている食品原料・素材 メーカーの事例を大公開 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ 製造業商社チーム リーダー 山崎 悠
第3講座 14:30～15:00	食品原料・添加物 メーカーの社長に 今すぐ取り組んでいただきたいこと ▶ 自社および製品の「真の魅力」を伝えることこそ、持続的経営を実現する近道 ▶ これから生き残る食品原料・素材 メーカーが取るべき戦略とは 製造業特化の経営コンサルタント。電子機器開発・プリント基板設計/実装・電子部品メーカーなどのエレクトロニクス企業のほか、機械加工業・板金加工業などの加工業や装置メーカーなどに対し、戦略構築からマーケティング・生産性向上・人材開発の仕組みづくりを一貫して提供することで、クライアントの売上・利益率アップに貢献する。「仕事を通じて、人と企業を幸せにする」がモットー。 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ マネージャー 中小企業診断士 高野 雄輔

開催日時	2025年 9月22日 月	開催方法	オンライン開催
	2025年 9月25日 木	お申込み期日	銀行振込み : 開催日6日前まで クレジットカード : 開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます。
	13:00～15:00 (ログイン開始: 開始時刻30分前～)	受講料	一般価格 税抜10,000円 (税込11,000円) / 一名様 会員価格 税抜8,000円 (税込8,800円) / 一名様 ※会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へ ご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法

	【QRコードからのお申込み】 右記QRコードからお申込みください。
	【PCからのお申込み】 https://www.funaisoken.co.jp/seminar/132250 船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)の右上検索窓に「132250」をご入力し検索ください。

【お問い合わせ先】船井総研セミナー事務局 E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000(平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。 ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。



香料 甘味料 調味料

食品添加物・素材業界向け

AI時代の
商品開発パートナー戦略

AIミックスのマーケティング・営業を推進し、
大手メーカーから、毎月10件以上の
新規OEM案件を獲得する方法

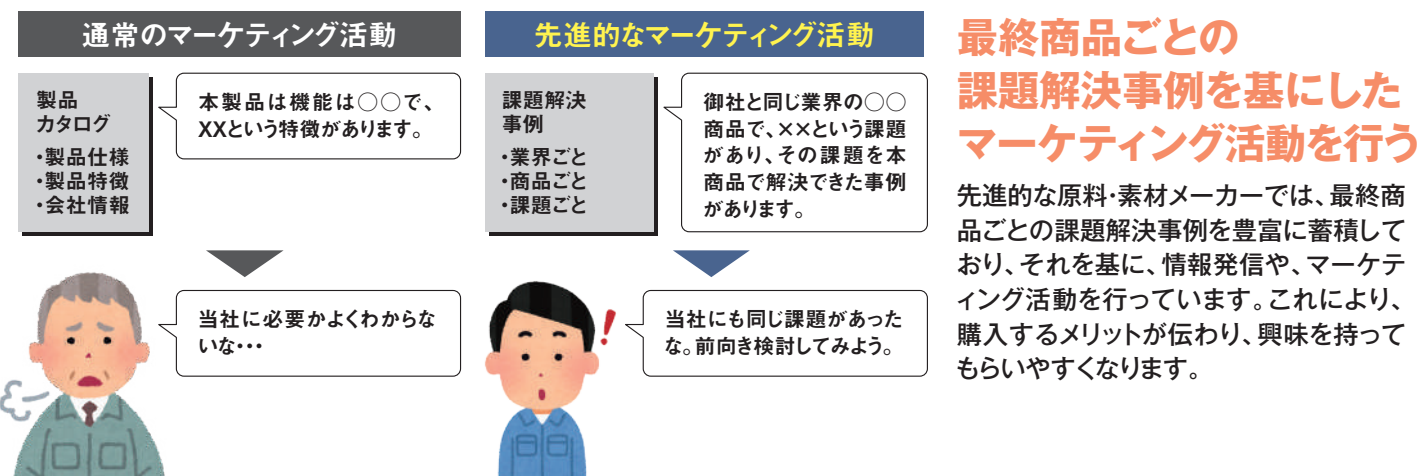


主催	食品原料・添加物メーカー 商品開発・R&D部門 攻略セミナー	お問い合わせNo.S132250	
		サステナブルな成長を促す。	
	株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル		

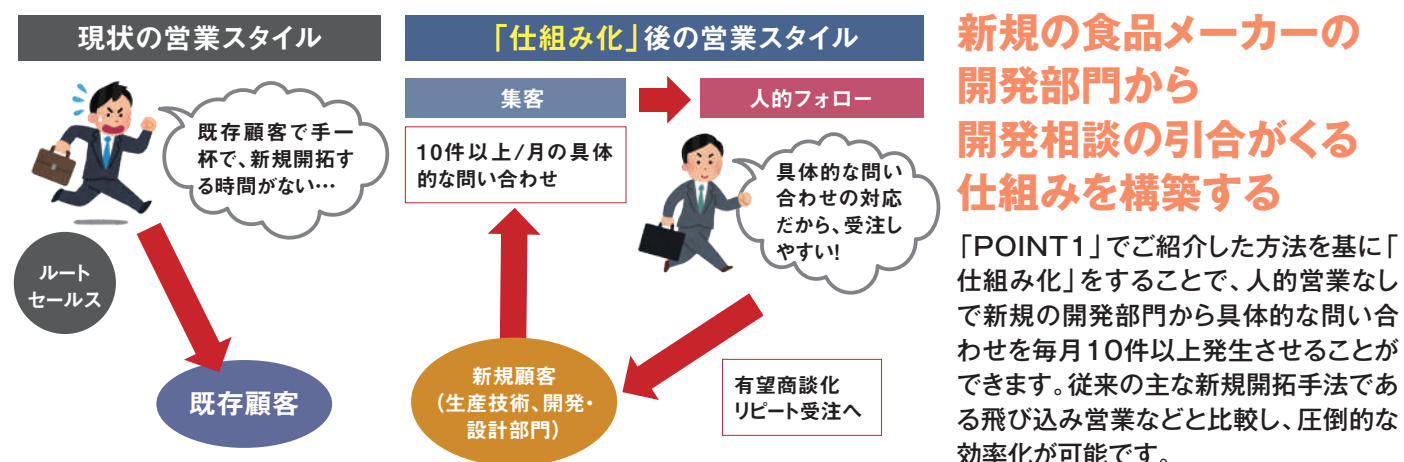
当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。 132250

「脱」飛び込み・「非」ルート営業依存で非価格競争を実現! R&D・商品開発部門から開発相談が集まる仕組みはこれだ!

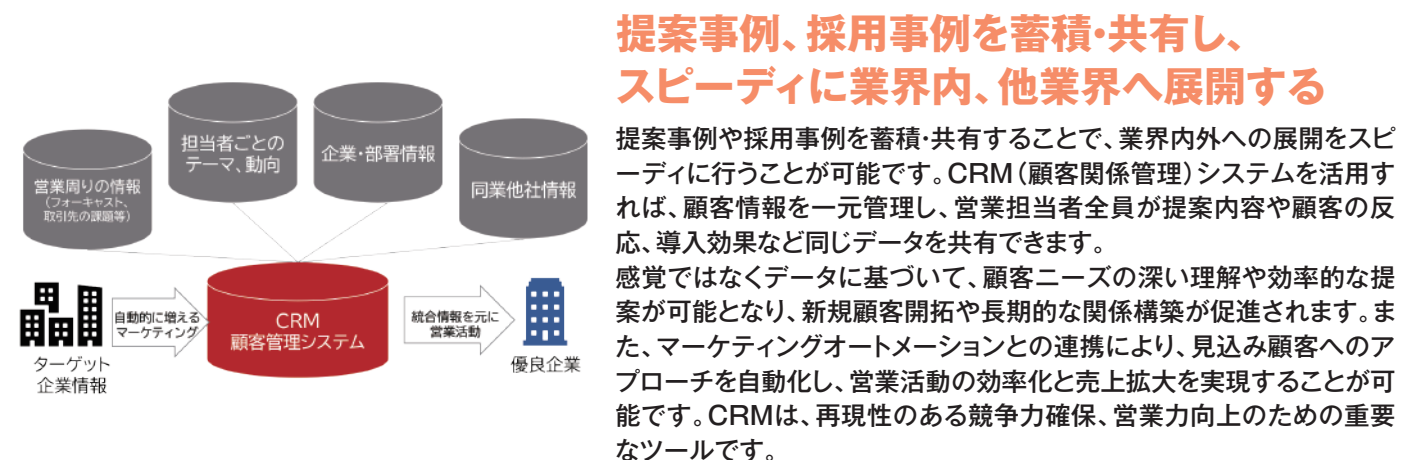
POINT 1 製品の”本当の”強みに集中して高収益化



POINT 2 メーカーのキーマンから引合を得る仕組み



POINT 3 成功事例を横展開でさらに拡大!



このような方にお奨めのセミナーです



既存顧客の売上が頭打ちで、
自社の売上アップに限界を感じている



過去3年間、大口顧客が増えておらず、
新たな顧客づくりに悩んでいる



営業マンの足だのみの営業スタイルを
変えたいと思っている



効率のよい新規開拓、
シェアアップの方法を知りたい

成功事例多数! 食品素材・原料メーカーでの業績アップ事例

- 成功事例 1** 機能性を付加した新たな商品を小規模チェーン、著名個人店に投入。その後食品メーカーへ実績を基にマーケティング展開することで**試作までの到達率を40%向上**させた。製粉メーカー 従業員40名
- 成功事例 2** 商品企画者にあまり知られておらず、競合が少ない人工甘味料を中心にマーケティングを展開。**食品メーカーから毎月10件の新規引合いがWEBサイトから入る**ようになった。人工甘味料メーカー 従業員30名
- 成功事例 3** これまで500種以上提供してきた自社商品のカスタム事例をベースに法人向け(食品メーカー、飲食チェーン向け) **業務用調味料メーカー** レシピ例を200種類公開。**サンプル提供数は年間1.5倍、試作案件は1.3倍に増加**した。業務用調味料メーカー 従業員100名
- 成功事例 4** OEMメーカーとしてシーズニングをメーカーに長年提供してきたが、これまでの1000種類以上の製作実績を自社商品としてカスタムしてラインナップ。**大手製菓メーカー、食品メーカーとの口座開設につながった**。シーズニングメーカー 従業員30名
- 成功事例 5** 新たに開発した可食インクを製菓メーカーや食品メーカーに向けて展開。**3年で年間取引 1億円以上の新規取引先を獲得**。インクメーカー 従業員150名

セミナーで多数の事例と共に、成功のポイントをお伝えします。

