

1983年から35年間
新しい概念を取り入れて
だいに重ねてきました。

4000人以上の受講者
みなさん 飛躍、チャレンジして
プロの開発者として活躍しています。

コンサルティング経験をセミナーに
トップ企業300社以上のコンサルティング経験を
セミナーのプログラムにしました。

＜知識・知恵・マインド・事例・実践を学ぶ＞

《商品開発プロになるための実践講座》

トータルマーケティングに基づく商品企画・開発のプロセス、スキル・マインド・発想を「深く学ぶ」36時間

第150回 商品開発プログラムのたて方 4月スタート <36時間コース>セミナー

【開催日程】

第150回 2019年

- I. 4月18日（木）・ II. 4月19日（金）
III. 5月16日（木）・ IV. 5月17日（金）
V. 6月13日（木）・ VI. 6月14日（金）

全6講 10:00～17:00（6日間・総講義時間36時間）

第I講終了後、参加者による異業種交流懇親会を開催

《松本勝英とゲスト講師》

講師：日本オリエンテーション代表取締役

松本 勝英：まつもと かつひで

食品・菓子・トイレタリー・化粧品・医薬品・
住宅・自動車・家電・エンターテイメント等の
新商品、新規事業、商品開発システムの革新
など、30年以上のコンサルティング経験



ゲスト講師：梅野 匡俊
横浜国立大学客員教授
元キンビール株式会社勤務

ゲスト講師：忽那 公範
元花王株式会社マーケティング部門勤務
現在大手素材メーカー勤務

ゲスト講師：真海 英明
株式会社コネクト代表取締役
ブランド戦略の専門家

★お申し込みは日本オリエンテーションのホームページから

<http://www.jorien.com/>

日本オリエンテーション

検索

ご参加のすすめ

役員の方から商品開発担当者まで、商品企画開発、マーケティング、研究開発などの各層の方々が参加されています。

1983年から35年、総受講者4,000人以上
新商品開発を、体系的に、深く学ぶ『場』です。

- ★これからの“消費者と社会の支持と満足”を得るための新商品開発。
生活スタイルが変わる、市場が変わる、社会が変わる。
- ★トータルマーケティングにもとづき、商品開発を体系的に学ぶ。
価値を創造し、商品を創造し、需要を創造し、市場を創造する。
- ★本から学べない、コンサルタント体験の集約を通して実践的に学ぶ。
発想、スキル、マインドを学び、知恵化し、商品開発を自分化し、身につける。

開催概要 第150回 2019年4月スタート

	テーマ	内容
第 I 講	利益を生み出す新商品開発セオリー 終了後、異業種交流懇親会(17:00~19:00)	・なぜ成功し、なぜ失敗するのか、その本質は ・利益を生み出す新商品開発 ・カテゴリー・ナンバーワンを目指す新商品開発
第 II 講	「ニーズリサーチ」から「ニーズ発見・開発」へ 顧客適応型ニーズ開発と顧客創造型ニーズ開発 ※ゲスト講座「新商品開発の具体的手順 —具体的商品を通して」	・変化を引き抜く力を強く ・ニーズ開発のための市場洞察力を高める ・ニーズ開発手法を体系化する
第 III 講	「商品コンセプト発想・開発法 I」 —変化を捉え、価値を創造し、魅力コンセプトを開発する ※ゲスト講座「花王における成功・失敗商品から、成功 商品の本質を探る」	・これからの「魅力」とは ・モノあふれ時代における魅力的な商品コンセプトとは ・商品コンセプト定義の明確化
第 IV 講	「商品コンセプト発想・開発法 II」 ※ゲスト講座「商品コンセプト開発コーチング —ミニ演習」	・効用開発、ターゲット開発、場面開発、商品コンセプト 開発ノウハウ体得 ・商品コンセプトクリエーション ・商品コンセプトシートづくり ・商品コンセプトのブラッシュアップ
第 V 講	消費者テストによる「商品コンセプト力・製品力・競争 力の評価手法」 ネーミング、キャッチフレーズ、パッケージング開発	・商品コンセプトテスト、製品テスト、競争力テスト、 分析テスト ・ネーミング、パッケージで商品力を高める ・魅力を高める外見づくりのいろいろ
第 VI 講	※ゲスト講座「ブランドクリエーションとブランド戦略」 新商品導入「マーケティング・サクセス・シナリオ開発」	・導入プランづくりのマーケティング・セオリー ・オピニオンの発見とマーケティング ・マーケティング・ミックス・プランづくり

【講師】



松本勝英 まつもと かつひで
(株)日本オリエンテーション代表取締役/マーケティング・アジア戦略担当
 ドイツシーメンスを経て、1969年マーケティング・コンサルティングを
 業務とする日本オリエンテーションを設立。
 食品、トイレタリー商品、薬品、家電商品、ミュージシャン、出版など、
 パッケージ商品、耐久消費財およびサービス商品のマーケティング、
 新商品戦略の立案を担当。現在、文化人類学、動物行動学、神経
 生理学、民族学、言語学、などを統合した「新人間学」とマーケティング
 戦略との融合を追及中。
 ボクシング鑑賞、映画鑑賞大好き。日本、世界の一人旅に出かける。

【ゲスト講師】梅野 匡俊
 横浜国立大学客員教授
 元キリンビール株式会社勤務

【ゲスト講師】忽那 公範
 元花王株式会社マーケティング部門勤務
 現在大手素材メーカー勤務

【ゲスト講師】真海 英明
 株式会社コネクト代表取締役
 ブランド戦略の専門家

第Ⅰ講義 第150回 4月18日(木)

I. 利益を生み出す新商品開発セオリー

- なぜ成功し、なぜ失敗するのか、その本質は
- 成功商品開発の根本的視点
- 利益を生み出す商品開発 - ナンバーワンを目指す
 1. 新商品開発はリスクBUT企業成長の要
 2. 商品と製品の違いを認識する
 3. 成功のための商品力の三角形
 4. 利益を生み出す商品開発とは
 5. カテゴリー・ナンバーワンを目指す
 6. 市場創造型商品開発
 7. 後発の逆先発化商品開発
 8. 市場細分化による商品開発
 9. ニッチ商品開発
 10. 意図的2位戦略の商品開発



Point

1. 「良い製品」なのになぜ売れないか
生活メリットが提案できなければ売れる商品にはならない。「製品」と「商品」は異なる。
2. 成功のための、商品力の三角形
・欲しい、買いたい、のフックを(トライアル)
・使ってみて満足(リピート)
・競合商品に勝つ3点のクリアーが成功のポイント
3. カテゴリー・ナンバーワン商品が利益を生み出す
・新視点開発による市場創造ナンバーワン
・30%以上のリアルイノベーションで後発ナンバーワン
・狭く、深くのセグメンテーションナンバーワン
・高満足ニッチづくり
・トップとの選択軸の明確化による意図的2位
・売り方開発・売り先開発・売りモノ開発による独自化戦略

第Ⅱ講義 第150回 4月19日(金)

II. 「ニーズリサーチ」から「ニーズ発見・開発」へ

顧客適応型ニーズ開発と顧客創造型ニーズ開発

- 変化を引き抜く力を強く
- ニーズ開発のための市場洞察力を高める
- ニーズ開発手法を体系化する
 1. 「満腹の王様にごちそうを提供」する時代
 2. 過去、現在情報から新しい情報を創造する
 3. 直接体験による感性の高め方
 4. 顧客創造型ニーズ開発
 5. 時代・市場・生活価値観の変化を捉える
 6. 顧客適応型ニーズ開発
 7. ギャップの発見とニーズ開発
 8. 先行指標の見つけ方
 9. 生活比較分析によるニーズ開発
 10. 商品の進化パターンの把握によるニーズ開発
 11. 生活システム分析によるニーズ開発
 12. ニーズ開発のための訂正調査、定量調査



Point

1. 時代・市場・生活価値観の変化を捉える
ニーズ開発とは過去、現在の情報から未来を創造すること。気づく力を高める。本質を見抜く力を高める。変化のキーワードを貯える。変化とテーマをスパークさせて仮説を作る。
2. ニーズ発見・開発のいろいろな視点
生活場面・行動分析からニーズを捉える。商品は進化する。例えば、単一→組み合わせ→システム化 いろいろな進化パターンを把握する。生活比較をすることによってニーズがあぶり出される。先行意識情報を見逃さない、先行分野のウォッチング。意識と行動のギャップを発見する方法など。
3. いろいろな調査手法
消費者の生の声を拾い上げる、定性調査。定性データを定量的に分析する。定量調査による仮説検証、多変量解析など。

【ゲスト講座】 15:00~17:00

「新商品開発の具体的手順—具体的商品を通して」

講師：梅野 匡俊 横浜国立大学客員教授 元キリンビール株式会社勤務

Ⅲ.「商品コンセプト発想・開発法 I」

—変化を捉え、価値を創造し、魅力コンセプトを開発する



- これからの「魅力」とは
- 商品コンセプト定義の明確化
- 消費者が求める期待効用

1. これからの魅力とは
 - ・消費者の想像を超える提案を
 - ・「で」型から「が」型へ
 - ・「ネガティブ」の解消から「ポジティブ」の拡大
 - ・生活DELIGHTの提案を
2. 効用発想 効用と製品の違いを具体的に把握する
3. 効用から製品アイデアの開発
4. 商品コンセプト定義の明確化
 - 効用・ターゲット・場面との魅力的関係の開発
5. シーズ、ニーズからの商品コンセプト開発のアプローチ
6. 消費者が期待している効用とは；実質的効用、感覚的効用、意味的効用

Point

1. これからの魅力の開発
提案することによって需要を創造する。「で」型商品から「が」のつく商品へ。ネガティブの解消からポジティブの拡大。生活DELIGHTのこと・もの開発。
2. 商品コンセプト開発
効用・ターゲット・場面との魅力的関係の開発。シーズ(技術の種)からの商品コンセプト開発。ニーズからの商品コンセプト開発。魅力的ターゲット・プロフィールの描き方。時、場所、状況の開発と新場面 — 第3の場面開発など。
3. 消費者の期待効用の開発・クリエーション
マスカスタマイズなどの新実質効用。嗜好・快の開発。「らしさ」の情緒的効用の開発。既存視点を捨てる、上位概念を考える。OR型からAND型へ、などいろいろな視点から効用を開発する。

【ゲスト講座】 15:00~17:00

「花王における成功・失敗商品から、成功商品の本質を探る」

講師：忽那 公範 元花王株式会社マーケティング部門勤務 現在大手素材メーカー勤務

Ⅳ.「商品コンセプト発想・開発法 II」

- 効用開発、ターゲット開発、場面開発、商品コンセプト開発ノウハウ体得
- 商品コンセプト・シートづくり
- 商品コンセプトのブラッシュアップ



1. 魅力的効用の発見開発
2. ターゲットを切り口にした商品コンセプト開発
3. 場面開発にもとづく商品コンセプト開発
4. 商品のポジショニングによる商品コンセプト開発
5. 商品コンセプト・シートづくり
6. 商品コンセプトのブラッシュ・アップ

Point

1. 効用のクリエーション方法;参加企業の商品を事例に今までにない新しい効用を開発する、既存効用の進化法、成熟市場における効用開発など。
2. テーマ商品からターゲットを開発する方法
人口統計的なターゲット開発から、商品から見たターゲット開発へ。
3. 時、場所、状況からの場面開発
状況がこれからより重要な切り口に。
4. ワンペーパーによる商品コンセプトシート
多数の商品コンセプトを書いてみる。
5. 商品コンセプトのブラッシュ・アップ
チェックリストを作ってみる。

【ゲスト講座】 15:00~17:00

「商品コンセプト開発コーチング演習」

講師：忽那 公範 元花王株式会社マーケティング部門勤務 現在大手素材メーカー勤務

V.消費者テストによる「商品コンセプト力・製品力・競争力の評価手法」

- 商品力を評価するテスト体系の把握
- テストの方法—テスト方法、質問項目作り、分析方法
 1. 商品力の三角形とテスト方法
 2. 商品コンセプトテスト—コンセプトボード、調査方法、質問項目の作り方、分析方法
 3. 製品力を評価する使用テスト
 4. 競合商品との比較テスト—テスト方法、質問項目、分析方法

ネーミング、キャッチフレーズ、パッケージング開発

- 魅力を高めるネーミング、パッケージング
- 成功するネーミング、パッケージングの原則
 1. 売れるネーミングの原則—・聞きやすい、覚えやすい、発音しやすい ・製品特長、コンセプトのネーミング化 ・独自ネーミング ・ネーミングテスト
 2. 売れるパッケージの原則—・目立つ工夫 ・購入を刺激するための工夫 ・商品イメージを増幅するための工夫 ・差別化の工夫 ・パッケージングテスト

Point

1. 商品力の三角形とテスト手法
テストにより、早い段階で魅力的なテーマ、コンセプト、製品に絞り込むことで、開発のスピードを速め、リスクの少ない効率的開発が可能になる。
2. 評価完成を高める
ヒットのモノコトの評価をして、市場の評価結果と比べ、フィードバックする。
3. テスト結果の分析
総合評価は、独自の特徴が評価されているか。購入意向はどうか。コンセプト=製品か。何対何で競合に勝っているか。
4. ネーミング、パッケージングは商品を魅力化させる
気付き、サプライズ、差別化を明確にする。
5. パッケージは商品のシンボルデザイン
目立つための色、配色、形、サイズインプレッション、商品のイメージを表現する色、形、デザイン。



【ゲスト講座】 10:00~12:00

「ブランドクリエイションとブランド戦略」

講師：真海 英明 株式会社コネクト代表取締役 ブランド戦略の専門家

VI.新商品導入「マーケティング・サクセス・シナリオ開発」

新興成長国の商品開発・マーケティング

- 導入プランづくりのマーケティング・セオリー
- オピニオンの発見とマーケティング
- マーケティング・ミックス・プランづくり
 1. 導入プランづくりのための三つの視点
 2. オピニオン・リーダーの発見
 3. 口コミの活用と同調者への波及化
 4. 新商品の採用過程とマーケティング・プラン—効果的な広告・トライアルユース確保の販売促進
 - ・ストアカバー計画・プレゼンテーション
 - ・マーケティング計画書
 5. 新興成長国のマーケティングと商品開発



Point

1. 成功のための十分条件—売り方の三角形
売り方は店頭現場で完結する。トライアル、リピート、ロイヤル化のための販促プラン。口コミ、広告の連動。50%以上の配荷計画を。
2. ヒット商品は「10%」から—オピニオンの発見
商品の普及過程は、10%前後のオピニオンから同調者へ波及する。オピニオンのオピニオンなどを対象に、「小さなサクセス」をすることが情報化時代では重要な影響をもたらす。
3. 「小さな声」が大きく広まる—口コミ効果の活用
口コミの特性は、“小さい”発信がポイント。マスメディアよりミニメディア、大きな記事より小さな記事、大きな声より小さな声が効果的。
4. 新興成長国のマーケティングと商品開発

商品開発プログラムのたて方《36時間コース》セミナー

【開催日程】

第150回 2019年

- I. 4月18日(木)・II. 4月19日(金)
III. 5月16日(木)・IV. 5月17日(金)
V. 6月13日(木)・VI. 6月14日(金)

※2019年7月以降の開催未定

各回全6講/各講10:00~17:00(6日間・総講義時間36時間)

第I講終了後、参加者による異業種交流懇親会を開催

【開催会場】

島根イン青山 2F会議室 東京都港区南青山7-1-5

【参加費用】

1名	¥194,400	税込
2名	¥311,040	税込
3名	¥466,560	税込

【お申し込み】日本オリエンテーションのホームページからお申込みください。

<http://www.jorien.com/>

日本オリエンテーション

検索

お申し込み受け付け後、受講証・請求書を発送致します。

商品開発メールマガジン「マツモト・ミネラル」「ヒントビット」ご紹介

メールマガジン配信中 ~商品開発の切り軸・切り口提案~ 無料

■【マツモト・ミネラル】

新聞・雑誌・本、色々な人との話し合いや自分で考えたことのメモをまとめたマーケティング・ミネラルです。
(毎月第1・第3火曜日配信)

◇マツモト・商品開発ミネラル 第450号より

『チェーン店の時代-終結』

『ファクトリエ』

『100食限定で残業ゼロの店』

『ファインファイバー』

『2019年 世界の10大リスク』

『「商品の価値は、効果だけではなく総合力」：消費者視点で「わくわく商品開発のススメ」 忽那公範』

■【ヒントビット】

マツモト・ミネラルでは表現できない、小さな・小さなヒント=ヒントビット

商品開発、マーケティングへの小さなヒント

(毎月第2・第4火曜日配信)

◇ヒントビット 第219号より

『「4つ星」以上の商品販売 アマゾン、NYに新型店』他

新規購読申し込みは、日本オリエンテーションのHPから <http://jorien.com/>

メールマガジン配信申し込み

【お問い合わせ】

株式会社日本オリエンテーション office_j@jorien.com

〒102-0093東京都千代田区平河町1-3-6 BIZMARKS麹町2F

TEL 03-4540-6254/FAX 03-6869-3802

■「商品プログラムのたて方」全コース参加企業 – これまで4000名以上の方々にご参加頂いております。

(旧社名は、そのまま掲載しています。)

「ア」アース製菓(株)、(株)アイランドエス、アシア(株)、アイン精機(株)、会津天宝醸造(株)、(株)アイビー化粧品、アイビーファクター、(株)アキュラホーム、(株)アグリフーズ、朝日医理科(株)、アサヒ飲料(株)、アサヒグループホールディングス(株)、アサヒビール(株)、アサヒフードアンドヘルスケア(株)、(株)アシックス、(株)アーチャー新社、(株)アテナ、(株)アデランス、アマゾン・ジャパン(株)、アルソア本社(株)、(株)アルソアねむの樹トラスト、(株)アルタモダ、アルパイン(株)、(株)アルビオン、アルプス電気(株)、アロン化成(株)、あけぼのパン(株)、赤城乳業(株)、秋田酒類製造(株)、朝日ウッドテック(株)、旭化成(株)、旭化成建材(株)、旭化成ホームプロダクツ(株)、旭硝子(株)、朝日食品工業(株)、(株)朝日広告社、旭松食品(株)、(株)あじかん、味の素(株)、味の素ゼネラルフーズ(株)、味の素ペーカリー(株)、味の素冷凍食品(株)、安曇野食品工房(株)、あづま食品(株)、石屋製菓(株)、(株)泉屋東京店、イエエヌ大塚製菓(株)、イオインターナショナル(株)、イカリフーズ(株)、いすゞ自動車(株)、(株)伊勢半、いなば食品(株)、(株)飯倉総合研究所、(株)池田模範堂、(株)井田ラボラトリーズ、イチジク製菓(株)、(株)一正蒲鉾、(株)一坪製作所、市田(株)、イチビキ(株)、イトウ製菓(株)、伊藤ハム(株)、伊藤忠ファッションシステム(株)、伊藤忠食品(株)、(株)INAX、(株)イブサ、井村屋製菓(株)、正塚製菓(株)、ウエラジャパン(株)、(株)ウェル・ビーイング、(株)ウテナ、(株)上野風月堂、(株)うなぎバイ本舗、浦島海苔(株)、雲海酒造(株)、(株)AOB慧央グループ、(株)NBCメッシュテック、NSファーファ・ジャパン(株)、(株)NTTドコモ、FDKワイセル(株)、SCG(株)、エーザイ(株)、(株)エアウィーブホールディングス、エイボン・プロダクツ(株)、(株)エクセディ、エスエス製菓(株)、エスエスケイフーズ(株)、エスティローダー(株)、エスビー食品(株)、エスフーズ(株)、(株)エテュセ、エバラ食品工業(株)、(株)エフティ資生堂、(株)エポック社、(株)えがお、江崎グリコ(株)、愛媛県酪農業共同組合連合会、(株)エリザベス、オーツタイヤ(株)、(株)オーデオテクニカ、(株)オールドリバー、王子ネピア(株)、大関(株)、大阪ガス(株)、(株)太田胃散、大塚化学(株)、大塚食品(株)、大塚製菓(株)、大宮製紙(株)、小倉屋昆布食品(株)、小田原鈴廣(株)、オッペン化粧品(株)、オムロンヘルスケア(株)、オリエント時計(株)、オリンパス(株)、オリンパスイメージング(株)、(株)オリンピア、オルガノ(株)、オルビス(株)

「カ」カール事務器(株)、ガイア・エスビー(株)、カインダストリーズ(株)、貝印(株)、(株)カイゲン、カゴメ(株)、カバヤ食品(株)、カメイ・プロダクト(株)、カルビス(株)、(株)カンセイ、カシ(株)、花王(株)、香椎化学工業(株)、(株)樫山、(株)柏屋、春日井製菓(株)、片岡物産(株)、かどや製油(株)、(株)学研クレジット、カネハツ食品(株)、鐘紡(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウコスミオン(株)、カネボウプロダクツ販売(株)、亀田製菓(株)、(株)がまかつ、(株)川口技研、(株)キスミーコスメティクス、キッコーマン(株)、キッコーマン飲料(株)、キッコーマン食品(株)、キッコーマンニュートリケア・ジャパン(株)、キッセイ薬品工業(株)、木徳神糧(株)、(株)キナリ、キヤノン(株)、(株)キャビン、(株)ギャルソン、キャンベルナカノ(株)、キューサイ(株)、キュービー(株)、京セラ(株)、キリン(株)、キリン・シーグラム(株)、キリン・トロピカーナ(株)、キリンビール(株)、キリンビバレッジ(株)、菊池食品工業(株)、(株)紀文、(株)木村コーヒー店、牛乳石鹸共進社(株)、協同乳業(株)、(株)協和ウェルネス、協和発酵バイオ(株)、霧島酒造(株)、(株)金冠堂、金印わさび(株)、九鬼産業(株)、クノール食品(株)、くめ・クオリティ・プロダクツ(株)、クラシエ製菓(株)、クラシエホームプロダクツ(株)、クラリオン(株)、(株)クラレ、グリコ栄養食品(株)、グリコ乳業(株)、グリコハム(株)、グリコアップ(株)、クローバー(株)、クローラ工業(株)、クボタ(株)、(株)クリオス、(株)クレハ、グンゼ(株)、(株)公文教育研究会、月桂冠(株)、(株)ケンウッド、ケンコーマヨネーズ(株)、(株)湖池屋、小泉産業(株)、(株)小糸製作所、小岩井乳業(株)、(株)興人、合同酒精(株)、興和(株)、コーシン乳業(株)、(株)コーセー、コーセー化粧品販売(株)、(株)ゴーセン、コカ・コーラウエストジャパン(株)、コクヨ(株)、コクヨS&T(株)、(株)コスガ、寿精版印刷(株)、コニカミノルタビジネステクノロジー(株)、コニカミノルタフォトイメージング(株)、コビシ(株)、国分(株)、小林製菓(株)、近藤忠商事(株)

「サ」サラー住宅(株)、さいとう製菓(株)、サクマ製菓(株)、(株)サクラクレパス、(株)佐藤園、サッポロビール(株)、サッポロ飲料(株)、サッポロフード&ビバレッジ(株)、サニーヘルス(株)、サンウエーブ工業(株)、(株)サン・クローラ、サンデン(株)、サンスター(株)、サントリー酒類(株)、サントリー食品インターナショナル(株)、サントリービジネスエキスパート(株)、サントリーフラワーズ(株)、サントリーホールディングス(株)、サンヨー食品(株)、(株)サンリオ、(株)三栄水栓製作所、三共(株)、三協アルミニウム工業(株)、(株)三協精機製作所、三協乳業(株)、三幸製菓(株)、讃陽食品工業(株)、三洋電機(株)、三洋電機特機(株)、三立製菓(株)、(株)さんわコーポレーション、三和シャッター工業(株)、三和酒類(株)、(株)シー・シー・ビー、(株)シービー・ジャパン、シチズン時計(株)、(株)シーボン、シボレー(株)、シマダヤ(株)、(株)シマヤ、(株)シモン、シャディ(株)、シャープ(株)、(株)シャルル、(株)シヤローム、(株)シガーレディ本社、ジュワルソコフ(株)、春雪さぶる(株)、(株)ショウエイ、ジョンソントレーディング(株)、(株)白子、シルバー樹脂工業(株)、シルバー精工(株)、ジェティフーズ(株)、(株)J-オイルミルズ、ジブロン(株)、スズキ(株)、敷島製パン(株)、四国化成工業(株)、四国乳業(株)、(株)資生堂、資生堂アメニティグッズ(株)、(株)資生堂ビューテック、島野工業(株)、正田醤油(株)、昭和アルミニウム(株)、昭和産業(株)、昭和シェル石油(株)、シロキ工業(株)、(株)真誠、新日軽(株)、(株)スイートガーデン、寿がきや食品(株)、スギ製菓(株)、(株)スコーラ・コンサルト、(株)鈴廣蒲鉾本店、住友ゴム工業(株)、住友スリーエム(株)、住友不動産(株)、住友林業(株)、セイコー(株)、セイコーウオッチ(株)、セイコーエプソン(株)、セイコーインスツル(株)、セコム(株)、ゼントクエイト(株)、ゼブラ(株)、セメダイン(株)、ゼリア新薬工業(株)、積水ハウス(株)、積水ホームテクノ(株)、積水化学工業(株)、積水化成成品工業(株)、千寿製菓(株)、全農、全酪連、ソーコー(株)、ソニー(株)、ソノト食品工業(株)、双日コスメティクス(株)

「タ」ダイオーペーパーマーケティング(株)、ダイセル化学工業(株)、(株)ダイト、ダイハツ工業(株)、ダイワ精工(株)、タカナシ乳業(株)、タカノフーズ(株)、(株)タカラ、宝酒造(株)、(株)タカラブネ、タカラベルモント(株)、タキロン(株)、(株)ダスキン、(株)タナックス、(株)タニタ、ダノンウォーターズオブジャパン(株)、大王製紙(株)、第一三共ヘルスケア(株)、第一製菓(株)、第一屋製パン(株)、大建工業(株)、大正製菓(株)、太子食品工業(株)、大山ハム(株)、台糖(株)、大東建託(株)、大日本製菓(株)、大日本除虫菊(株)、大鵬薬品工業(株)、太陽油脂(株)、(株)大冷、大和ハウス工業(株)、大和製罐(株)、大和紡績(株)、宝酒造(株)、武田薬品工業(株)、竹本油脂(株)、立川ブラインド工業(株)、田辺製菓(株)、玉川衛材(株)、(株)田村電機製作所、チョーヤ梅酒(株)、(株)チョイスホテルズジャパン、中央物産(株)、中外製菓(株)、月星化成(株)、筑波乳業(株)、(株)ソムラ、TDK(株)、TDKマーケティング(株)、ティールイフ(株)、(株)ティップネス、(株)デサント、(株)デリカシェフ、テルモ(株)、テオー食品(株)、テールマテック(株)、(株)テンヨ武田、(株)デンソー、田苑酒造(株)、(株)でん六、常盤薬品工業(株)、同和薬粧(株)、東鐘興業(株)、(株)トカイ、(株)トカーン、トソー(株)、(株)ドール、(株)トクホン、(株)ドールコーヒー、トミー工業(株)、トヨタ自動車(株)、トヨタホーム(株)、トリンプインターナショナル(株)、東亜紡織(株)、東海光学(株)、東海漬物製造(株)、(株)東海理化、(株)東芝、東芝ライテック(株)、東陶機器(株)、東洋アルミニウム(株)、東洋ガラス(株)、東洋ゴム工業(株)、(株)東洋新薬、東洋水産(株)、東洋製罐(株)、(株)東洋ビューティサプライ、(株)戸田屋、凸版印刷(株)、東リ(株)、東レ(株)、東レアリアル(株)、東レインターナショナル(株)、(株)トンボ、(株)トンボ鉛筆

「ナ」(株)ナイガイ、(株)ナガサキヤ、(株)中村屋、中山式産業(株)、長瀬産業(株)、ナショナル住宅産業(株)、ナスステンレス(株)、(株)ナチュラルグループ本社、(株)ナムコ、西川リビング(株)、西田精麦(株)、西山製麺(株)、ニチパン(株)、(株)ニチペイ、日油(株)、日糧製パン(株)、(株)ニチレイ、(株)ニチレイフーズ、(株)ニチロ、ニッカウキスキー(株)、日華化学(株)、(株)ニッセー、(株)ニッセン、(株)ニトムズ、日産自動車(株)、日清ジーシーエー食品(株)、日清食品(株)、(株)日清製粉グループ本社、日清オリオグループ(株)、日清ファルマ(株)、日清フーズ(株)、日石三菱(株)、日東ステンレス工業(株)、日東ベスト(株)、日本アムウェイ(株)、日本コロンビア(株)、日本クラウンコルク(株)、日本ケロッグ(株)、日本コカ・コーラ(株)、(株)日本香堂、日本ゴム(株)、日本盛(株)、(株)日本色材工業研究所、日本水産(株)、日本製粉(株)、日本レリモンテ(株)、日本ヒルズコルク(株)、日本フリップス(株)、日本ハム(株)、日本ゼット(株)、日本ビクター(株)、日本ベトフード(株)、日本メナード化粧品(株)、日本デルマ(株)、日本レダグリー(株)、日本酸素(株)、日本食研(株)、日本生活協同組合連合会、日本曹達(株)、日本たばこ産業(株)、(株)日本通信教育連盟、日本通信工業(株)、日本電気(株)、日本電気ホームエレクトロニクス(株)、日本電信電話(株)、日本電熱(株)、日本農産工業(株)、日本丸天醤油(株)、日本山村硝子(株)、日本ルナ(株)、任天堂(株)、(株)にんべん、(株)ヌマズペーカリー、ネスレ日本(株)、(株)ノビア、(株)ノーリツ、野村貿易(株)

「ハ」ハーゲンダッツジャパン(株)、パイオニア(株)、パイオニアコミュニケーションズ(株)、パイロットインキ(株)、(株)パイロットコーポレーション、ハインツ日本(株)、(株)ハウスオブローゼ、ハウス食品(株)、ハウス食品グループ本社(株)、(株)白元、白元アース(株)、白十字(株)、白鶴酒造(株)、(株)はくば、(株)博報堂、長谷川香料(株)、(株)長谷工コーポレーション、(株)ハナヤマ、(株)坂角総本舗、(株)バンダイ、バンビー食品(株)、(株)ヒガシマル、ヒガシマル醤油(株)、ヒゲタ醤油(株)、ビジョン(株)、ビジョンタヒラ(株)、ヒットユニオン(株)、ビーブル(株)、ビップ(株)、日立コンシューマ・マーケティング(株)、(株)日立製作所、日野自動車販売(株)、日立マクセル(株)、ビーンスター・スノー(株)、ビルケンシュトックジャパン(株)、(株)ファンケル、フェザー安全剃刀(株)、藤沢薬品工業(株)、富士フィルム(株)、(株)富士フィルムヘルスケアラボラトリー、富士重工業(株)、不二製油(株)、富士通(株)、(株)富士通ゼネラル、フジ日本精糖(株)、フクビ化学工業(株)、フジッコ(株)、(株)フジボウアパレル、フタバ食品(株)、フマキラー(株)、ブラザー工業(株)、ブラザー販売(株)、ブラス(株)、(株)ブリヂストン、ブリヂストンサイタル(株)、ブリヂストンスポーツ(株)、フミハム(株)、(株)ブレックス、(株)ブレンテ、ブルドックス(株)、ブロッター・アンド・キャンブル・ファー・イースト・インク、文化シャッター(株)、フンドーキン醤油(株)、ベトライン(株)、ぺんてる(株)、宝積飲料(株)、宝水産(株)、(株)ほくさん、ホクセイ日軽家庭用品(株)、ホクレン農業協同組合連合会、ボス(株)、星野物産(株)、(株)ポッカコーポレーション、ポッカサッポロフード&ビバレッジ(株)、北海道立総合研究機構、(株)ポック、ホーユー(株)、(株)ホーラ、(株)ホンダアクセス、ホンダエンジニアリング(株)、(株)本田技術研究所

「マ」(株)マクキャンエリクソン博報堂、マックス(株)、マックスファクター(株)、マツダ(株)、マ・マ・マカロニ(株)、マルトモ(株)、(株)マルハニチロ食品、(株)マンダム、松下通信工業(株)、松下電器産業(株)、松下電工(株)、松下電子工業(株)、丸大食品(株)、(株)丸八真綿販売、丸永製菓(株)、丸美屋食品工業(株)、御木本製菓(株)、ミサワホーム(株)、ミズノ(株)、(株)みつかん、(株)ミツカン、(株)ミツカングループ本社、ミノルタ(株)、(株)ミルボン、三井製糖(株)、三井農林(株)、三井ホーム(株)、三菱ウェルファーマ(株)、三菱鉛筆(株)、三菱自動車工業(株)、三菱樹脂(株)、三菱石油(株)、三菱電機(株)、三菱レイヨン(株)、美峰酒類(株)、明星食品(株)、(株)ムトウ、ムーンバット(株)、(株)村上農園、(株)メビウスソリューションズ、(株)メリーチョコレートカムパニー、メリードゥビューティプロダクツ(株)、メルジャン(株)、(株)メロスコスメティクス、(株)明治、Meiji Seika ファルマ(株)、明治チューインガム(株)、名糖産業(株)、モランボン(株)、森永製菓(株)、森永乳業(株)、(株)モンテール、(株)モントワール

「ヤ」(株)ヤギ、ヤマキ(株)、ヤマサ醤油(株)、山崎製パン(株)、ヤマダ(株)、(株)ヤマダフーズ、ヤマハ(株)、ヤマハ発動機(株)、ヤマイ食品(株)、ヤンマーディーゼル(株)、ヤンマー農機(株)、矢崎総業(株)、山之内製菓(株)、(株)山田養蜂場、(株)山星屋、山村硝子(株)、UHA味覚糖(株)、有楽製菓(株)、雪印乳業(株)、雪印メグミルク(株)、UDトラックス(株)、(株)ユークレナ、(株)ユニカフェ、ユニ・チャーム(株)、(株)ヨックモック、養命酒製造(株)、横浜ゴム(株)、吉富製菓(株)、よつ葉乳業(株)、吉原製油(株)

「ラ」ライオン(株)、ライオン歯科材(株)、ライオン商事(株)、ライフデザイン研究所、(株)リーボックジャパン、理研食品(株)、理研ビタミン(株)、(株)リコー、(株)リチエール、リョービ(株)、ルマル化粧品(株)、(株)レイメイ藤井、レック(株)、(株)レッドビジョン、レプロコ(株)、(株)レミントン、レンゴー(株)、ロゼット(株)、(株)ロッテ、(株)ロッテアイス、ロッテスノー(株)、ロッテ健康産業(株)、ロッテ電子工業(株)、ロート製菓(株)、ローランド(株)、ロフテー(株)、六甲バター(株)

「ワ」ワーナーランバート(株)、(株)ワコール、わかもと製菓(株)、和光堂(株)

株式会社 **日本オリエンテーション** は
マーケティングをR&Dする会社です