

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。

＜ゲスト講師参加で より充実したプログラムに＞

## 《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148回 商品開発プログラムのたて方 12月スタート <36時間コース>セミナー

企業の事例発表  
もあります

### 【開催日程】

第148回 2018年/2019年

I. 12月 6日 (木) ・ II. 12月 7日 (金)  
III. 12月20日 (木) ・ IV. 12月21日 (金)  
V. 1月17日 (木) ・ VI. 1月18日 (金)

第149回 2019年

I. 2月14日 (木) ・ II. 2月15日 (金)  
III. 3月 7日 (木) ・ IV. 3月 8日 (金)  
V. 3月28日 (木) ・ VI. 3月29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148回 2018年12月スタート／第149回 2019年2月スタート

	テーマ	内容
第 I 講	トータルマーケティングにもとづく「商品開発成功原則」 ※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」 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 ・マーケティング戦略にもとづく新商品開発成功方程式 ・成功のための10の原則—継続的イノベーションを
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	・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	・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「花王における成功・失敗商品から、成功商品の本質を探る」	・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究中。  
 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148回 12月6日(木)／第149回 2月14日(木)

## I. トータルマーケティングにもとづく「商品開発成功原則」

- なぜ成功し、なぜ失敗するのか、その本質は
- マーケティング戦略にもとづく新商品開発成功方程式
- 成功のための10の原則—継続的イノベーションを

1. 新製品成功率を高める
2. 製品開発から商品開発の視点へ
3. 製品と商品の違いと商品力の三角形
4. 競争に勝つためのカテゴリー・ナンバーワン商品づくり
5. 市場創造型商品開発
6. 後発の逆先発化商品開発
7. 細分化市場の1位商品開発
8. 高満足型ニッチ商品開発
9. 意図的2位戦略



【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

### 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、深い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148回 12月7日(金)／第149回 2月15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. 時代・市場・生活価値観の変化をキーワード化する
  4. 直接体験、感性アップによる市場洞察力を高める
  5. 既存データの収集分析と仮説づくりのためのチェックリスト
  6. 生活システムの分析によるニーズ開発手法
  7. 商品の進化パターンの把握によるニーズ開発
  8. 比較分析によるニーズ開発
  9. 先行指標発見法
  10. ギャップの発見とニーズ開発
  11. ニーズ開発のための定性調査、定量調査法マスター



### 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。

## 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
7. 実質的効用—基本効用、補助的効用、関連効用
8. 感覚的効用—嗜好開発、快の開発、効果の確認増幅
9. 意味的効用開発—アイデンティティ、自己表現、いまらしさ

**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. 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。
3. 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。

## 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

「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

## 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

「ブランドクリエー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

マーケティング  
計画書  
をつくる

#### 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148回 2018年/2019年

I. 12月6日(木)・II. 12月7日(金)  
III. 12月20日(木)・IV. 12月21日(金)  
V. 1月17日(木)・VI. 1月18日(金)

第149回 2019年

I. 2月14日(木)・II. 2月15日(金)  
III. 3月7日(木)・IV. 3月8日(金)  
V. 3月28日(木)・VI. 3月29日(金)

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442号より

『「カテゴリー外競争商品」を競合にして飛躍を』

『サービスイノベーションとは何か(6)サービスをシステムとして設計』

『儉約癖、アラフォーの憂鬱』

『微細藻類使ったマヨネーズ(フランス発)』

『戦略・組織セットで改革 刀CEO 森岡毅氏』

『「自分がわくわくする商品像にこだわる」：消費者視点で「わくわく商品開発のススメ」 忽那公範キーワード』

### ■【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210号より

『リーダーズ』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、アルバイン(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)一正簿録、(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)、岩塚製菓(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)オールドライバー、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・プロアクト(株)、カルビス(株)、(株)カンセイ、カノロ(株)、花王(株)、香椎化学工業(株)、(株)桎山(株)、(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)、グリナップ(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、シュワルツコフ(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)、シルバークロム(株)、ジュエフィアーズ(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、ソーニー(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、テルモ(株)、テオー食品(株)、テーブルマーク(株)、(株)デンヨ武田、(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)、東罐興業(株)、(株)トーカイ、(株)トーカー、トソー(株)、(株)トール、(株)トクホン、(株)トールコーヒー、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)、東レアイリブ(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)ナガシキヤ、(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、日清オイオグループ(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)、日東ペスト(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)、日本デルモンテ(株)、日本ヒルズコルゲート(株)、日本フリップス(株)、日本ハム(株)、日本ゼット(株)、日本ベック(株)、日本ベイトフード(株)、日本メナード化粧品(株)、日本リバー(株)、日本レダリー(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)、日油(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(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)、ビジョントヒラ(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)、プリマハム(株)、(株)ブルックス、(株)ブレント、ブルドック(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)ポーラ、(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)、ママー・ママーカロニ(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)、森永製菓(株)、森永乳業(株)、モランボン(株)、(株)モンテール、(株)モントワール

「ヤ」(株)ヤギヤ、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)、ロラント(株)、ロフター(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