

# Startline マーケティングスクール 商品企画<基礎>コース カリキュラム表

	タイトル	講師	ワークシート	内容
第1話	マーケティングって何だろう？	四元正弘		ビジネスの世界でよく聞く「マーケティング」とは一体何なのか？経営の神様：ドラッカーの言葉などからマーケティングが目指す理想の状態について考えていきます。
第2話	物語マーケティングを学ぶ	四元正弘		ものづくりとは物語作り。みなさんが生み出す商品やサービス、コンテンツはお客さまにどんな物語を生み出すことができるのか？その考え方を学びます。
第3話	ニーズの深い世界	四元正弘		「ドリルの歯を買った人」の本当のニーズとは？一般的によく耳にするニーズという言葉は、その本質を理解しないと「売れない企画」になってしまう可能性も。
第4話	実際にやってみよう物語づくり	児島永作	あり	商品企画の入り口を「モノ」ではなく「人」からはじめると何が違うのか？ 実際の商品を例題にしながら生活者側にある「物語」を考えていきます。
第5話	自社の可能性を見つめ直す方法：SWOT分析	児島永作	あり	自社のSWOT分析を行います。自分たちの強み、弱み、そして外部環境の状況などから、ビジネスの新しい可能性や進むべき道を見つけていきましょう。
第6話	人物像分析（演習）	児島永作	あり	ターゲット設定やニーズの分析をしていくときに、まずどのような視点で分析していけば良いのか？例題をもとに実際に人物像分析をやってみます。
第7話	自社のターゲット設定	児島永作	あり	ご自身が取り組まれる企画で、ターゲットにするべき人物像とは？これまでの講義のポイントをまとめた上で自社の「真の顧客像」を見出しいきましょう。
第8話	設定したターゲットのニーズ分析	児島永作	あり	前回設定したターゲットの人物像について、今度はターゲットの具体的な欲求や課題を掘り下げていき、ニーズからインサイトへと近づいていきます。
第9話	コンセプトワーク～掟の文章とは～	児島永作	あり	モノの形を具体的に考える前に必ず決めておかなければいけないのが「コンセプト」。迷ったときに立ち戻るべき「掟の文章」をどのように設定していくのかを学びます。
第10話	商品デザインの思考プロセス（1）	星加ルリコ		“ブランディングの魔法使い、こと星加ルリコ先生が老舗の鉛屋さんからリブランディングを任された際、どんな思考プロセスでブランディングに取り組んだのかを伺います。
第11話	商品デザインの思考プロセス（2）	星加ルリコ		鉛屋のリブランディング事例をもとに、店舗などの全体デザインから商品デザイン（中身、パッケージ、表現など）が完成していくまでの考え方を学びます。
第12話	プランナーの視点で街を歩いてみよう	星加ルリコ		星加ルリコ先生やStartlineの児島はいったいどんな視点を持って街を歩いているのか？ いっしょに街を歩きながらヒットプランナーの視点や着眼点を教わります。
第13話	はみ出す商品企画とは	児島永作		ヒット商品を作るためには既存概念にとらわれない柔軟な発想が必要不可欠です。そのときに重要になってくるキーワードが「はみ出す」です。
第14話	考具（1）：湯水のようにアイデアを出すコツ	加藤昌浩		アイデアが出ない、煮詰まった、そんな時でも大丈夫！まるで湯水のようにアイデアを生み出す方法を「考具」の著者である加藤昌浩先生から教わります。
第15話	考具（2）：アイデアスケッチ&プレスト	加藤昌浩	A4白紙	例題を元に「云い出し」のブレンストーミングを解説。ここではとにかく数を出すことが重要！自分の体と脳を実際に動かして「企画力アップ」につなげます。
第16話	考具（3）：自社商品のアイデア出し	加藤昌浩	あり	いよいよ自社商品の具体的なアイデアを出していくステップ。最低でも50案、目指せ100案！これまで習った発想方法を使って具体的なアイデアを生み出します。
第17話	それだ！感のあるネーミング（1）	加来幸樹		商品名だけでも売上が変わると言われるネーミングの深い世界。「それだ！」と思えるネーミングを目指すためのテクニックやステップを学びます。
第18話	それだ！感のあるネーミング（2）	加来幸樹		ネーミングの作業を料理に例える加来幸樹先生。これまで共創してきたネーミングの事例も交えながら、そのテクニックの具体的な使い方を学んでいきます。
第19話	自社商品のネーミング 実践編	加来幸樹	あり	いよいよネーミングの実践編。ゲスト生徒が今企画中の商品を題材にして、これまで習った5つのステップを順番に辿りながらネーミング案を考えていきます。
第20話	買いたい気持ちと言葉	児島永作		自分の商品に興味を持ってもらうための「言葉の使い方」について学んでいきます。実際に10倍レスポンスを上げることができたコピーライティングテクニックとは？
第21話	売れっ子プランナーに学ぶ 山根雄作編(1)	山根雄作		株式会社フェリシモで数多くのヒット商品を企画されている売れっ子プランナーの山根雄作先生を講師にお招きし、商品企画の仕方や着眼点について教えてもらいます。
第22話	売れっ子プランナーに学ぶ 山根雄作編(2)	山根雄作		世界的大ヒット商品であるペットボトルホルダー「ミュニデ」について企画立案～ヒットまでの道のりとは？当時のノートをもとにミュニデ誕生秘話を掘り下げていきます。
第23話	売れっ子プランナーに学ぶ チョコレートバイヤーみり編(1)	チョコレートバイヤーみり		毎年世界中を回りながらローカルのショコラティエが作る逸品たちを紹介するチョコレートバイヤーみり先生。これまでを振り返りながら大切にしていることを伺います。
第24話	売れっ子プランナーに学ぶ チョコレートバイヤーみり編(2)	チョコレートバイヤーみり		チョコの企画で悩みを抱えていたみり先生が、あるアートと出会うことで考え方が大きく変わり、結果として売上も倍になったそう。その転換点について教わります。
第25話	売れっ子プランナーに学ぶ 檜崎友里編(1)	檜崎友里		「深海魚シリーズ」や「セクシー大根抱き枕」などユーモアあふれる世界観でマニアの心を掴む檜崎友里先生。いつもどのような観点から商品企画をしているのかを伺います。
第26話	売れっ子プランナーに学ぶ 檜崎友里編(2)	檜崎友里		「バズり系プランナー」とも呼ばれる檜崎先生。広告費0円で100万人に商品を見てもらえたという事例から、戦略的に「バズらせる」ための考え方を学びます。
第27話	パッケージデザインの考え方 有田真一先生（1）	有田真一		売上にも直結しやすいパッケージデザインの役割や考え方を学んでおくことはとても重要です。有田真一先生の実際のデザイン事例から基本的な考え方を学んでいきます。
第28話	パッケージデザインの考え方 有田真一先生（2）	有田真一		なぜそのロゴ、デザイン、色なのか？有田真一先生が手掛けたデザインの中でも、ブランディングやトータルデザインに近い事例についてその考え方を掘り下げていきます。
第29話	パッケージデザインの考え方 佐藤哲也先生（1）	佐藤哲也		デザインにも方言があっていい！？福島県を拠点にしている理由や「伝えるべき本質を見極める」という佐藤哲也先生の思考プロセスについて伺っていきます。
第30話	広義のデザインとは 佐藤哲也先生（2）	佐藤哲也		企画やデザインの考え方は、地域活性やコミュニティデザインにも応用できます。実際に外国人旅行者の獲得に成功した温泉宿の事例から「広義のデザイン」について学びます。
第31話	プロモーションテクニック（1）	四元正弘	あり	効果的なプロモーション方法とは？四元先生から「リアリティの法則」と「ポジティブの法則」を学びます。ライブ感の演出やハロー効果などを使った販促方法を考えます。
第32話	プロモーションテクニック（2）	四元正弘	あり	「低カロリーなら大丈夫か」「頑張ったし今日だけご褒美！」と思わず買ってしまった経験はありますか？ここでは「言い訳の法則」と「希少性の法則」について学びます。
第33話	プロモーションテクニック（3）	四元正弘	あり	「権威性の法則」と「返報性の法則」について学びます。ちょっと難しそうなタイトルですが、実は身近なところでも目にするテクニックかもしれません。
第34話	プロモーションテクニック（4）	四元正弘	あり	「コミットメント&一貫性の法則」、「社会的証明&同調性の法則」、「男性脳&女性脳の違い」について学びます。自社商品に置き換えて考えていきましょう。
第35話	商品の魅力を引き出す撮影方法～基礎編～	中野幸英		シズル感の正体とは！？「写真」「カメラ」の歴史や基礎知識を知ることで、自分たちの商品をより良く撮影するためのヒントを見つけていきます。
第36話	商品の魅力を引き出す撮影方法～実践編～	中野幸英		カメラを学ぶ学生2人が実際に商品を撮影し、中野先生からアドバイスをいただきます。学生が撮った写真とプロが撮った写真にはどういった違いが出てくるのでしょうか？
第37話	大手流通企業の品質ルールとは	児島永作	参考資料	衣食住・美容などそれぞれの分野で守らないといけない法律であったり、販路の会社が設定する品質基準があります。まずはその基本的な知識から学んでいきましょう。
第38話	雑貨、食品、化粧品品の品質管理	児島永作	参考資料	例えば化粧品を販売するときに、言っていないことと悪いことを理解していますか？ 薬機法をはじめ、景品表示法や品質表示など法律に関するルールを学んでいきます。
第39話	工場チェックシート(食品加工工場、縫製工場)	児島永作	チェックシート	自社で作れないものはOEMのように外注して製造してもらう方法があります。その時、どんな視点で生産工場を評価すれば良いのかチェックシートを使って学びます。
第40話	他社のトラブル事例に学ぶリスクと顧客対応	児島永作		もし品質や表記のトラブルが発生したらどんな対応をするべきなのか？他社のトラブル事例から、自社商品の品質管理や顧客対応について考えを深めていきましょう。
第41話	値付けは経営！販売価格の意味を知る	児島永作		価格って一体どうやって決めたら良いの？掛け率とは？ 実は価格設定について体系的に学べる場所はほとんどありません。まずは価格の意味について解説していきます。
第42話	販売価格の決め方～掛け率の考え方～	児島永作		「A社は70%、B社は30%の掛け率？」なぜ販路によってこんなに取引条件が変わるのか？ その理由を製造～販売に至るまでのステップを分解しながら説明します。
第43話	コストの計算方法と見積書の基本用語	児島永作		「段階見積」「リードタイム」など商品を卸売するときには、商談でこんな会話が飛び交うことも…。ここではコストの計算方法と見積書の基本用語を学びます。
第44話	(演習)実際に販売価格を決めてみよう	児島永作		いくつかの例題をもとに、実際に販売価格を算出する演習を行います。手元に電卓を置いて一緒に取り組んでみてください。
第45話	いちばんやさしいインターネット広告	賣 洋平		HPやECサイトを作っただけでインターネットの対策ができたつもりになっていませんか？たくさん著書を執筆されている賣洋平先生に基礎知識から教わります。
第46話	インターネット広告のための検索分析とは	賣 洋平		検索エンジンに何気なく打ち込まれている「検索ワード」。このデータを分析して、マーケティングで活用するための方法を学んでいきましょう。
第47話	演習：実際にやってみよう検索分析	賣 洋平		前回学んだ方法をつかって、実際にゲスト生徒が自社商品を販売するための分析作業をします。みなさんも一緒に検索ワードの分析をしてPRの方法を考えてみましょう。
第48話	今すぐできるSNS活用術	賣 洋平		今やたくさんの方が利用しているSNSですが、マーケティングリサーチのツールとしても使うことができます。賣先生に、その考え方や活用法を伺います。
第49話	クラウドファンディングの基礎知識	島 征史		新しいお金の集め方として定番化しつつあるクラウドファンディング。ここではその「種類」や「得られるもの」などを掘り下げながら学んでいきます。
第50話	クラウドファンディングの事例から学ぼう	島 征史		実際の事例からクラウドファンディングの活用方法やバリエーションを学び、自社の課題や目的に合わせた挑戦のしかたを検討してみましょう。
第51話	CFキャンパスを作ってみよう	島 征史	あり	クラウドファンディングに挑戦したい人に対して、島征史先生が一番最初に作ってもらうという「CFキャンパス」。このシートについて詳しく解説していただきます。
第52話	オンラインの学びを活かした事例集	児島永作	あり	商品をプレゼンするときの企画シートの解説と、これまでゲスト生徒として参加したメンバーが学びを活かして実際に生み出した新しい商品について紹介します。