

## <プログラム内容>

第1回 7月14日(金曜)18時~20時
<b>「自社分析① 自社・競合・状況を十分に分析する」</b> 自社の現状や他社商品などまわりの状況について、つくりたいモノの周辺状況を整理します。
第2回 8月17日(木曜)、18日(金曜) 時間別途調整
<b>「参加企業訪問」</b> 自社分析フェーズにおいて、参加企業を実際に訪問し、ヒアリングします。
第3回 9月15日(金曜) 18時~20時
<b>「自社分析② 現在の自社のポジションを確認する」</b> 参加企業訪問を通じて、前回分析した状況を掘り下げ、自社の立ち位置を見つめ直します。 自社の事業、商品にとって差別化のキーワードになる単語を使って、強みや弱みなどを分析します。
第4回 10月19日(木曜) 18時~20時
<b>「市場・顧客のターゲティング① 自社の差別化できる場所を見出す」</b> 前回の分析をもとに、自社の商品やサービスの強みを探ります。自社にしかできないこと、自社だからできること、自分では日頃見えなくなっていることを、面談を通して丁寧に整理しながら、見つけ出します。
第5回 11月16日(木曜) 18時~20時
<b>「市場・顧客のターゲティング② 自社の行きたい場所を想定する(=戦い方を導く)」</b> どんな市場をねらうのか。どんな顧客を想定するのか。自社ブランドの方向性を追求し、ターゲットを定めることがブランドコンセプトにつながります。
第6回 12月14日(木曜) 18時~20時
<b>「コンセプト固め① 「自社の想い」や「志」をもとにビジョン設計を行う」</b> こうなりたい自社の姿、こうありたいモノづくりへの想い、自社や製品のブランドコンセプトを固めます。
第7回 1月18日(木曜) 18時~20時
<b>「商品企画 コンセプトを満たす事業(商品/サービス)を考える」</b> 前回かためた自社のコンセプトを満たす商品やサービスは、どんなビジュアルイメージ(世界観)になるか考えます。イメージした方向性でぶれはないか、もう一度考えてみて、確定します。
第8回 2月16日(金曜) 18時~20時
<b>「企画プレゼン演習 ブランドコンセプトの確立」</b> これまでのまとめとして、つくりあげた商品企画を軸に、なりたい姿、作りたいモノについてプレゼンし、今後の展開についてのアドバイスを受けます。