

消費者に伝える 「コンセプト」



あらゆる商品企画やマーケティングコミュニケーションの
カギとなるのが「コンセプト開発」です。

そこで、軽自動車「Nシリーズ」のネーミング・広告・店舗開発
などのブランド戦略を企画してきたホンダの原 寛和氏をお招きし、商品やサービスの「本質」が伝わるコンセプトに
ついて学びます。

さらに、お客様に本質が伝わるようになると、商品・サービスの高付加価値化が可能になります。そこで、高付加価値
化のポイントについても、事例を交えて分かりやすく解説していただきます。

昨年、土佐MBAで行った講義の中で好評だった部分を中心に、新たな内容を追加してお送りします。

令和5年 10月6日 金 14:00~15:30

オーテピア 4F ホール（高知市追手筋2-1-1）

参加費
無料

定員
30名



アメリカンホンダモーター(株)
サステナビリティ&事業開発部
ヴァイスプレジデント

はら ひろ かず
原 寛和 氏

1996年入社。東北地区の営業担当などを経て、海外向け四輪車の商品企画を担当。その後、
日本営業本部にてハイブリッド車や軽自動車「N シリーズ」のブランド戦略(ネーミング・
広告・店舗開発等)を企画。

2013年から四輪事業のブランドマネージャーとして、安全技術「Honda SENSING」など
のネーミングやWebを活用したデジタルマーケティング、社内向けブランディングまで
幅広く従事。

2021年からはカーシェアや交換式バッテリーなどのモビリティサービス開発に取り組み、
現在は米国で新事業企画と顧客開拓を推進。

筑波大学大学院ビジネス科学研究科 博士後期課程 在学中。中小企業診断士。

申込はこちらから

<https://forms.gle/bhDhwCJ3Ei6dmk9t7>

申込締切

令和5年10月4日(水)



お問い合わせ先

食のプラットフォーム運営事務局

(株式会社ひととコーポレーション オフィス内)

088-879-5092