

『売るより大切なこと』

生産者ご自身でも気づいてない「お客様に選ばれる独自の価値」に着目し、「売ること」だけではなく「伝えること」の大切さを、バイヤー（消費者の代理人）目線でご紹介。

皆様が輝くための「気づき」や「動き出すためのきっかけ」を越品バイヤーで培った経験に基づき、お伝えさせていただきます。

日時

令和5年

6/30 (金)

午後2時～午後4時
開場：午後1時30分

参加無料



会場

魚沼市役所本庁舎3階 301会議室

講師

長谷川 雅史氏

株式会社新潟三越伊勢丹 総務・経営企画部事業・経営戦略担当 事業企画マネージャー

2003
NIIGATA

2,000

2018

NIIGATA

2015
400

お申込み

FAX 793-1016 MAIL nousei@city.uonuma.lg.jp

締切日：6月22日(木)

お問合せ先

TEL 793-7647 FAX 793-1016 MAIL nousei@city.uonuma.lg.jp

■ゼミナール内容

”

”

■スケジュール等

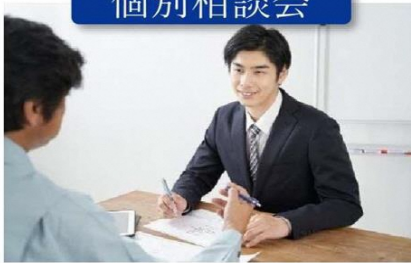
日時	内容	備考
6月30日（金） 2	1	
7月27日（木） 2	2	
8月30日（水） 8月31日（木） 2		
10月上旬	3	
11月8日（水）～ 11月14日（火）		10 5 11 7 7 11 14 7
12月上旬	4	

セミナー



- ・商品開発の時のアイデア着想源
- ・お客様の頭の中に入り込む重要性
- ・「越品」での事例共有
- ・百貨店バイヤーのバイイング視点
- ・百貨店口座取得の基準

個別相談会



- ・事業者それぞれのプロダクトの相談
- ・お客様目線でのアドバイス
- ・販路開拓の相談
- ・デザイン、パッケージの相談

越品販売会



- ・直接販売でお客様の声を直接ヒアリング
- ・百貨店客に対し自社製品を認知
- ・接客のノウハウ
- ・お客様の気に留める展開、店頭表現
- ・売上獲得



新商品開発・新規事業開発 のポイント

新商品や新事業の開発のヒントをお伝えします。
また、麒麟『氷結』の開発秘話や第三者の目からみた
新潟の魅力についてもお話いたします。

日時

令和5年

7/27 (木)

午後2時～午後4時
開場：午後1時30分

参加無料



会場

魚沼市役所本庁舎3階 議会会議室

講師

梅野 匡俊氏

公立大学法人新潟県立大学 地域連携推進センター
特任教授（産学官金連携担当）

講師プロフィール

〈講師経歴〉

麒麟ビール入社、初任地は新潟支店。マーケティング部副部長として発泡酒参入や『氷結』開発を担う。横浜支店長、原料資材部長を経て、退職後は横浜国立大学でマーケティングの研究・教育に携わり、合わせて大学発ベンチャーの立ち上げに参画。2022年4月より新潟県立大学で産学官金連携を担当。

お申込み

魚沼市プレミアム認定協議会事務所（農政課内）へ別紙の参加申込書をご提出ください。

FAX：793-1016／MAIL：nousei@city.uonuma.lg.jp

締切日：7月18日（火）

お問合せ先

魚沼市プレミアム認定協議会事務所（魚沼市産業経済部農政課）

TEL：793-7647 FAX：793-1016／MAIL：nousei@city.uonuma.lg.jp



■ゼミナール内容

セミナー（座学）、個別相談（兼選定会）、実際の販売会（※）という一連の過程を通じて、“県内唯一の百貨店企業”である新潟三越伊勢丹から、「だれに・なにを・どのように」というお客様目線の考え方を学び、魚沼市産品の商品力、販売力及び訴求力の向上を目指します。

※選定会があります。

■スケジュール等

日時	内容	備考
6月30日（金） 午後2時～	第1回セミナー	内容：お客様目線について 講師：(株)新潟三越伊勢丹 長谷川 雅史氏
7月27日（木） 午後2時～	第2回セミナー	内容：商品開発について 講師：新潟県立大学 梅野 匡俊 教授
8月30日（水） 8月31日（木） 各日午後2時～	個別相談会 兼販売選定会	内容：市産品に対してのアドバイス 新潟三越伊勢丹への出品商品の選定
10月上旬	第3回セミナー	内容：販売会に向けた諸連絡、心構えについて 講師：(株)新潟三越伊勢丹
11月8日（水）～ 11月14日（火）	新潟伊勢丹販売会の 実施	内容：選定会を通過した商品の販売会 市内10～5事業者の出品を予定 準備日：11月7日（火）午後7時～（閉店後） 撤去日：11月14日（火）午後7時～（閉店後）
12月上旬	第4回セミナー	内容：販売会参加事業者に対しフォローアップ の実施 講師：(株)新潟三越伊勢丹

セミナー



個別相談会



越品 販売会



- ・商品開発の時のアイデア着想源
- ・お客様の頭の中に入り込む重要性
- ・「越品」での事例共有
- ・百貨店バイヤーのバイイング視点
- ・百貨店口座取得の基準

- ・事業者それぞれのプロダクトの相談
- ・お客様目線でのアドバイス
- ・販路開拓の相談
- ・デザイン、パッケージの相談

- ・直接販売でお客様の声を直接ヒアリング
- ・百貨店客に対し自社製品を認知
- ・接客のノウハウ
- ・お客様の気に留める展開、店頭表現
- ・売上獲得