

物流・SCM担当者のための マーケティング活用セミナー ～顧客目線に立って組織の壁を克服するためのヒント～

開催日

2025年7月22日(火) 13:00～17:30

会場

公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会 会議室
(東京都港区) ※オンラインでの配信は行いません。

参加対象

- ・顧客価値を起点としたサプライチェーン構築に関心のある方
- ・製造業や流通業等の荷主企業において生産、販売、在庫、物流・ロジスティクス等の計画立案に携わる方
- ・各業種においてロジスティクス、SCMに携わる方で、企業内外の組織間連携に問題・課題を抱えている方 など

講師

中村 潤 氏 (中央大学 国際経営学部 教授)

参加のおすすめ

需要の多様化や供給網におけるグローバル化の進展等から、**サプライチェーンマネジメント(SCM)**の重要性がますます高まっており、SCMを企業の経営戦略と結びつけることが求められています。

戦略的にサプライチェーンを構築するためには、**マーケティングの視点**を取り入れ、市場動向や顧客ニーズを探ることで需要見通しの整理を行い、販売計画へのインプットを行うことが重要となります。さらに、PSI(生産・販売・在庫)の計画が見える化し、効率的な製品供給を実行することで競争力を生み、顧客満足度や売上の向上に繋げることが欠かせません。

本セミナーでは、顧客目線に立ったSCM実践の手段としてマーケティングの視点を取り入れる際の考え方や、SCMにおける意思決定を行う上で必須となる「**組織の壁の克服**」について、以下の形で参加者の皆様へお伝えし、「**顧客目線に立ってサプライチェーンを考えること**」を実践していただきます。

- ✓講師の経験を交えた解説や、参加者の皆様と講師との意見交換
- ✓グループ演習を通じた、戦略立案の実践

プログラム

1. マーケティングの全体像

- ・製品やサービスのポジショニング
- ・顧客を知ることの重要性(3直3現主義)
- ・マーケティング施策の検討(製品・価格・流通・プロモーション)

2. 「SCM視点」と「マーケティング視点」の比較と組み合わせ

- ・市場の定義……販売計画からスタートするSCM
- ・需給計画……PSI(生産・販売・在庫)の見える化
- ・業務プロセス ……競争優位を生み出すための実行業務スピード
- ・顧客満足………競争力を生むインフラとしてのSCM・物流
- ・モニタリング ……SCMの進化を促す管理指標

3. 組織の壁の克服

- ・組織をまたぐ意思決定に必要なデータやフレームワークを考える
- ・組織の壁を乗り越えるために必要な観点

【グループ演習(例)】

- ✓**ポジショニングを考える**:市場における自社や競合他社の位置づけをどのように考えるか?
- ✓**意思決定に必要なデータの取捨選択**:新規市場への参入において重要なデータとその理由は?
- ✓**サプライチェーンを考慮した現地生産による新規市場参入**:検討結果をどのように整理し、どのように伝えるか?

※上記は過去に実施したグループ演習の一例です。諸事情によりプログラムが変更になる場合がございます。

中村 潤 氏 (なかむら じゅん)

中央大学 国際経営学部 教授

東京大学 工学系研究科 博士(工学)。総合商社15年(含 海外駐在)、外資系コンサルティングファーム10年、自動車メーカー4年を経て、エンジニアリング会社の経営に参画。現在は、複数企業の顧問並びに、中央大学 国際経営学部教授(Global Marketing論担当)。科学技術融合振興財団よりFOST熊田賞、NPO法人ニューロクリアティブ研究会より創造性研究奨励賞を受賞。東京大学・博士課程(技術経営戦略学専攻)にて最優秀成績賞(首席)。国際戦略経営研究学会 常任理事を3期6年間務めた。日本個人情報管理協会 理事、厚生労働省傘下の独立行政法人の企画提案書評価委員。共著「Bridging the gap between AI, cognitive science, and narratology with narrative generation」(出版社:IGI Global)他。

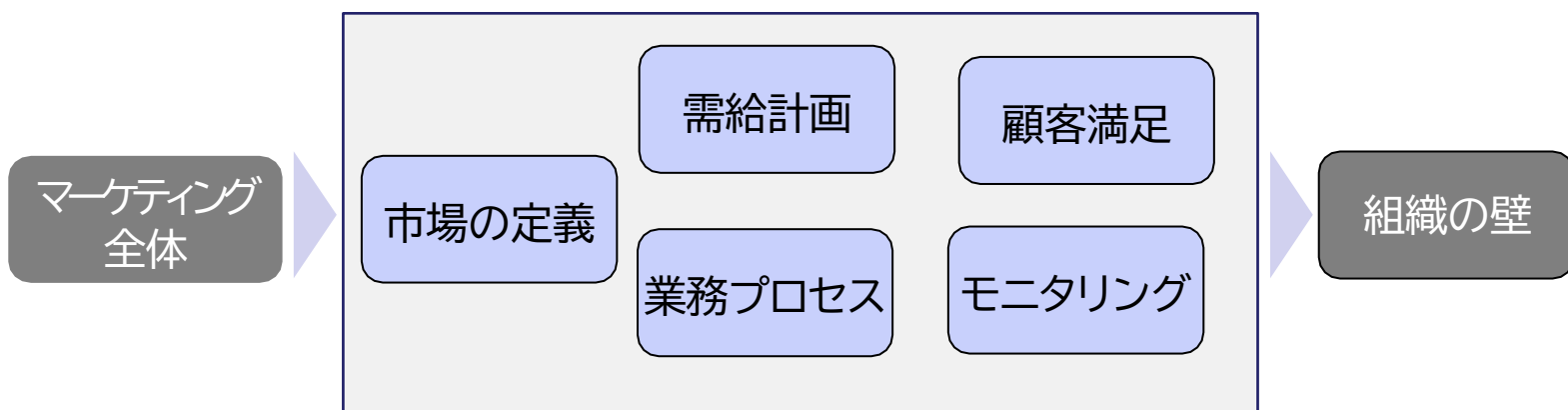
セミナー全体の構成

本セミナーでは、マーケティングの全体像を俯瞰しながら、顧客視点に立った戦略立案の重要性を学びます。企業戦略や事業戦略と密接に関わるマーケティングの役割を、4P(Product: 製品、Price: 価格、Place: 流通、Promotion: 販促)といった基本概念を軸に整理し、実際の事例を交えて考察していきます。

市場の定義に関するパートでは、STP(Segmentation: 市場の細分化、Targeting: 標的市場の選定、Positioning: 立ち位置の明確化)といった手法を学び、ポジショニングの考え方を検討します。

その後の章では、需給計画、顧客満足、業務プロセス、モニタリングといった実務上のテーマを取り上げ、SCM(サプライチェーン・マネジメント)とマーケティングの両方の視点から、それらの重要性について説明します。

その中で、PSI(Product: 生産、Sales: 販売、Inventory: 在庫)やS&OP(Sales & Operations Planning)などの販売とSCMの橋渡しもとなる重要な概念にも触れ、最後に組織の壁を越えた連携のあり方を探るヒントとして、他部門との協働や組織横断的な取り組みの事例・工夫についても考察します。



参加申込規程

※本セミナーは日本ロジスティクスシステム協会の会議室(東京都港区)にて実施します。
オンラインでの配信は行いませんので、予めご了承ください。

■ 参 加 料 ■

公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会会員

参加料 27,500円 (税込/1名)

会 員 外

参加料 38,500円 (税込/1名)

■ 参 加 申 込 方 法 ■

当協会ホームページの本プログラムのページより申し込みください。

HOME

事業案内

教育研修

セミナー

※当協会のホームページは <https://www1.logistics.or.jp/>
または「JILS」で検索してください。

【開催日直前のお申し込みについて】

開催間近のお申し込みについては、事務局へお問い合わせください。

■ 参 加 定 員 ■

30名 ※最少催行人数 6名

■ 参加料支払い方法 ■

- WEB請求書で請求いたします。
- WEB請求書は原則として参加者のE-mail 宛に送付いたします。それ以外をご希望の方は、協会への連絡事項欄にご指示ください。
- WEB請求書が届き次第、指定の銀行口座にお振込みください。
- お支払いは、原則として開催前日までお願いいたします。(開催後になる場合は、参加申込書の支払予定日欄に明記してください。)
- 振込手数料はお客様にてご負担願います。

【お願い】

参加予定の方のご都合が悪い場合は、代理の方がご出席ください。なお、代理の方のご出席も不可能な場合は、下記の規定によりキャンセル料を申し受けますので、あらかじめご了承ください。

【キャンセル規定】

開催7日前～前々日(開催日を含まず起算)……参加料(消費税を除く)の30%
開催前日および当日……参加料(原則として消費税を除く)の全額
※参加申込をキャンセルする場合は事前に問い合わせ先にお申し出ください。

■ ご 注 意 ■

- テキストは会場でお渡しいたします。テキストのみの販売はいたしておりません。
- 講義の撮影ならびに録音・録画は禁止させていただきます。

■ 問 い 合 わ せ 先 / 会 場 ■

公益社団法人 日本ロジスティクスシステム協会 業務管理部
東京都港区海岸1-15-1 スズエパティウム3階
E-mail: shien@logistics.or.jp

個人情報の取り扱いについて

公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会では、個人情報の保護に努めております。詳細は、当協会のプライバシーポリシー(<http://www1.logistics.or.jp/privacy.html>)をご覧ください。なお、ご記入いただきましたお客様の個人情報は、本講座に関する確認・連絡・受講者名簿の作成および当協会主催の関連催し物のご案内をお送りする際に利用させていただきます。