

あの手この手を使い、  
売れそうな商品に仕上げたものは、  
世の中に必要とされていない。  
消費者が喜んで買ってくれる  
商品やサービスを生み出すには  
どうしたらいいのか。 本書から抜粋

開発マンが  
書いた  
調査の本  
マーケティング  
リサーチの使い方  
高見健治

## 開発マンが書いた調査の本 マーケティングリサーチの使い方

### 著者紹介

#### 高見健治

一流食品メーカー  
開発最前線で30余年

1982年同志社大学経済学部卒業。  
同年、明治製菓株式会社入社。  
菓子営業を経て1987年商品企画部へ。  
キャンデー、ガム、チョコレートの開発を担当。  
2002年沖縄支店長。  
2005年顧客情報部長、  
マーケティングリサーチや販売データを使って、開発や営業を支援。  
2011年明治製菓と明治乳業が統合、(株)明治の発足に伴い、  
マーケティング情報部長に就任。  
2012年子会社の洋菓子メーカー株式会社フランセに出向、  
社長に就任。他の子会社やお客様相談部を経て、  
現在（2020年）カカオマーケティング部に所属。

開発マンの仕事は、価値を創り出し、消費者に喜んでもらい、  
それが会社の利益に貢献するという、  
なんともうれしい仕事である。  
一方、それまでの常識や経験に基づく判断を否定し、  
折れない心と立ち向かう勇気が必要な仕事でもある。  
この本を読まれた方は、私のように遠回りせず、  
早く、開発の役割である「世の中に必要とされているものを生み出す」  
を実感してほしい

——高見健治「あとがき」より

#### 発行所

「ふわとろ」シズルワード  
(株)BMFT 出版部

東京都港区南青山7-4-2  
アトリウム青山3F  
03-5466-7190  
info@bmf.co.jp

貴店番線印	注文冊数	開発マンが書いた調査の本 マーケティングリサーチの使い方 高見健治 著 定価2400円（税別） ISBN978-4-9904895-7-1 四六判263頁 発売日 2020年8月25日
ご担当	様	

ご注文は **JRC** へ

FAX 03-3294-2177

※返品条件付き注文扱い  
すべての取次への出荷が可能です