

グローバルマネジメントの手法を現場で獲得し
顧客の心の声を捉えるマーケティングの実践家



190カ国の消費者へ向けて、ブランド開発・育成に注力するユニリーバにて、マーケターとして、国境を超えたビジネスをリード。

- ・消費者行動学・マーケティング、経営学(戦略論・組織論)を慶応義塾大学総合政策学部で学んだ後、190カ国の消費者へ向けて、ブランド開発・育成に注力するUnilever Japanに入社。異なる成長ステージの7つのブランドを担当。
- ・インドのHindustan Unileverにて、日本人初のマーケターとして、インド全土のブランド育成に携わる。
- ・シンガポールのUnilever Asia Pacific Ltd.にて、グローバルマーケティング・ブランドマネージャーとして、世界中のリーダーとともに、国境を超えたビジネスをリード。中国でブランドを歴史的最高売り上げへと育てたり、トルコの消費者からの歴代最高評価のプロモーションを開発するなど、馴染みのない市場においても、消費者の心が動く「未体験の感動」を届けブランドを育てる。
- ・国内外で、独自に開発した消費者理解とコンセプト開発メソッドを通して、数々の国で大ヒット製品を生み出す。美容先進国日本にて、新ブランド立ち上げも成功させ、ユニリーバより10年に1度の大きな成功として、WINNING IN MARKETPLACE受賞。

人の自己実現を後押しすることに情熱をもち
新事業や企画を起こし続けるイノベーター



子どもから大人まで、様々なステージの人の可能性や強みを引き出し、本人が描く、理想の未来に進むきっかけ作りと後押しを15年継続。

- ・2015年より、顧客の心(インサイト)をつかむマーケティングを人財開発に応用し、消費財業界、洋菓子業界、時計業界、デザイン業界、企業研修業界など、様々な分野で、企業と次世代リーダーの自己実現を両立する、プロジェクト創造型伴走支援をてがけている。5ヶ月で150人以上を伴走。
- ・ユニリーバジャパンのCEO・組織幹部とともに、ビジョンを浸透させ、全社員のリーダーシップを引き出すプロジェクトをリードする。燃えているリーダーだけでなく、すべての社員一人一人に寄り添った提案で、参加者の心をつかむ。退社後も、外部から支援を継続。
- ・2005年より現在まで、フィリピン孤児の自立・進学支援をする団体 parasaiyoで13年間活動。うち4年間、代表としてリード。運営する人、関わる人、支援を受ける人が楽しむ力を価値に変えるファンレイズモデルで、多種多様な企画を0から立ち上げる。約100人の孤児が就職先を得る。
- ・2002年に自身の留学経験を生かし、留学を決意した国内外の高校生を支援する学生団体FACE=DtD=をNPO内に設立。非営利組織の運営や社会変革の挑戦。現在もなお続いている。

INSIGHTON

世界のブランド・新製品開発で培った、人の本音・インサイトに応える
マーケティングを人財・キャリア開発に応用。

個人の自己実現と企業成長を両立させる プロジェクト創造実行支援。

個人が企業へもた
らす変革力

1. ビジョン高浸透プログラム

経営者だけでなく、社員一人一人の心までビジョンを自分ごとに。

ビジョン実現への
高いモチベーション

2. 新価値創造イノベーター育成プログラム

顧客の心を掴み、ヒットを創るマーケティング思考の次世代リーダーを。

成長につなげる
具体的アイデア

3. グローバルリーダーシップ点火プログラム

多様性や不確実性でも 十人十色の力で成果を出す 強い個人とチームを。

変化を起こす
チームのチカラ