

マーケティングを学ぶボードゲーム 「スウィート・マーケット」をリリース、法人研修などで提供 コロナ禍で減少した社員間の交流・コミュニケーションにも最適

企業研修を提供する株式会社東風社（広島市、代表取締役：幸本陽平）は、ゲーム型マーケティング研修プログラム「スウィート・マーケット」を2024年5月8日に提供開始したことをお知らせいたします。「スウィート・マーケット」は2-4人1組で、商品・流通・販促など76枚のカードとゲームボードを用いて遊ぶ独自開発のゲームです。座学の企業研修は「退屈、つまらない」「実務で役立たない」と敬遠されがちです。それに対して当社は現在流行しているボードゲームを企業研修と組み合わせ、ゲームを遊びながらマーケティングを学べるよう、3年をかけて開発しました。



特徴

本ゲームはチョコレート、どら焼き、ショートケーキといった「お菓子」をテーマとしています。初めて遊ぶ方でも親しみやすいデザイン・ルールとしています。

- ・ 「知識」を研修で学び、「感覚」をゲームで体得します。
- ・ 聞くだけの研修で終わらず、ゲームに能動的に参加します。
- ・ ゲームを通じて、社員同士の交流が生まれます。
- ・ ゲーム自体が楽しく、わかりやすいルールです。
- ・ ゲームは約1時間で完結します。（他社ゲームは数時間～数日かかるものも）



ゲームの基本ルール

1. プレイヤーは「商品」などのカードを手に入れます。
2. 「商品」カードを顧客に販売すると MP（マーケティングポイント）を得られます。MP は様々な要素によって変化します。
3. もっとも多くの MP を獲得した人の勝利です。

所要時間…約 1 時間 ※前後の研修（講義）と併せて、全部で 3 時間または 7 時間が基本
参加人数…最大 32 名（1 組 2-4 人、標準 4 人）

こんな目的に

- 新入社員研修、若手向け研修
- 店長候補研修、管理職向け研修
- 経営者会合や交流会に



開発の経緯・きっかけ

1. 代表・開発者は約 15 年企業研修の講師を務め、その経験から、「学び」は「遊び」を通じて効果が高まることを発見しました。
2. 代表・開発者の息子が、コロナ禍でボードゲームやカードゲーム（総称：アナログゲーム）に熱中し、ゲームの潜在的可能性を感じました。
3. コロナ禍に社員間の交流が減ったと嘆く経営者が多く、コミュニケーションが促進する交流の場を提供できればと考えました。

市場背景：ボードゲーム人気の高まり

ボードゲームは現在注目を集め、市場が伸びています。ボードゲームを楽しめるボードゲームカフェの国内店舗数は 2024 年●月●日現在で 577 店舗で、これは 2019 年 6 月の 346 店から 5 年間で約 1.7 倍となっています（ボードゲームの情報サイト「ボドゲーマ」より）。また、電源を使用しないアナログゲームのイベント（展示会）であるゲームマーケットの入場者数は、コロナ禍前の 2019 年秋の参加者数は 2 日で 29,300 人であり、これはその 5 年前の 2014 年秋の 6,500 人（単日）の 4.5 倍であり、出展数も 2.2 倍となっています。

研修ニーズ・トレンドに対応

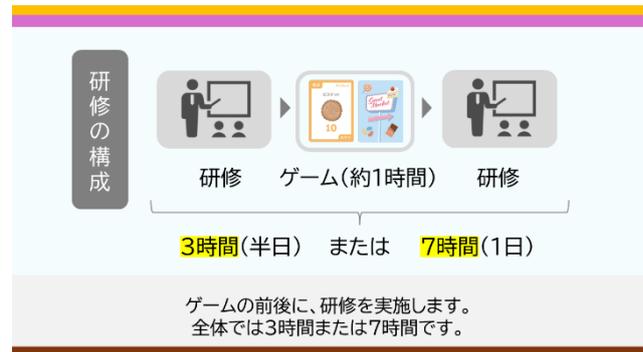
当社は以前からマーケティングの研修を提供していたものの、多くの企業・受講者は「研修と実務は別、学んだことの実践は難しい」と考えていました。※当社アンケートより

そこで、マーケティングの主要素をゲーム化することで、ゲームを楽しみながら自然とマーケティングの勘所や要所が身につくよう、「スウィート・マーケット」を開発しました。ゲーム前後の研修（講義）と組み合わせることで、マーケティングの知識が身につくだけでなく、自社の取り組みとして実行できるようにすることが狙いです。

ご提供方法

当社、株式会社東風社提供のマーケティング研修の中で実施します。前後の研修と組み合わせて効果を発揮します。

※ゲーム単体の販売は行いません。



費用・価格

マーケティング研修内で実施するため、研修の費用に準じます。

研修の費用は内容・規模などによって異なります。

無料体験会

研修の導入を検討される法人・団体向けに、ゲームプレイの体験を含めた説明会を実施します。

5月24日(金) 大阪 13:30 - 15:30

6月13日(木) 東京 13:30 - 15:30

詳しくは公式サイト <https://www.marketing-game.com> をご覧ください。

体験者の声

※テストプレイ時のアンケートを抜粋

20代 男性	研修であることを忘れるほど、ゲームに夢中になりました。 3P や 4C などゲームを通じて体感することができ、今後の仕事に生かせそうです。
30代 女性	通常の座学やグループワークの研修よりも盛り上がりました。 身近なお菓子を題材にしていたこともあり、ゲームも取り組みやすかったです。
50代 男性	ゲームの高得点になる条件と実際のマーケティングがつながっていて、面白かったです。 同僚と交流できたのも良い機会となりました。

開発者

株式会社東風社 代表取締役 中小企業診断士

幸本 陽平 (コウモト ヨウヘイ)

【プロフィール】

外資系・日系のデパート化粧品ブランドでマーケティング・経営企画・海外事業などを担当する。その後、経営コンサルタント・研修講師に転身、(株)東風社を創業。

これまで 300 社 5,000 人以上を指導する。その中で、学びは過程での楽しさや面白さによって効果が大幅に変わることを実感する。その体験を活かし、約 3 年をかけて「スウィート・マーケット」を開発した。



これまで執筆した書籍は 4 冊 (2024 年 5 月現在)。マーケティングについての書籍は、Amazon のマーケティングカテゴリーで 1 位を獲得しました。

代表・幸本陽平の過去の著作



開発者コメント

「スウィート・マーケット」は、身近なお菓子をテーマにして、商品を販売して得られる MP (マーケティングポイント) を競い合うゲームです。ゲームは単に遊んで楽しいだけではなく、マーケティングの「勘所」をつかめるよう設計しました。本や研修などでマーケティングを知識として学ぶことはできますが、「実践」することは困難です。しかし、実践することで体感し、初めて身につくマーケティングの要素もあります。そのような「体感してわかること」をゲームに盛り込み、かつ競い合う楽しさと両立できるように、開発には約 3 年を要しました。

遊ぶためにマーケティングの知識・経験は必要なく、経営者から小学生まで遊ぶことができます。遊ぶうちに「知識としては知っていたが、実際にはこういうことか」「マーケティングではここが大事なんだな」などとポイントがつかめるよう設計しています。さらに前後の研修 (講義) と組み合わせることで、マーケティングを「わかる」、そして「使える」状態に変えることがこのプログラムの目的です。

さらに、カードゲームを楽しむ過程で、自然と受講者同士のコミュニケーションが生まれます。研修内のゲームではあるものの、遊びを通じて「オフ」の状態となり、活発な交流が生まれることも副次的な効果として期待できます。「通常の研修はマンネリ化している、普段とは違う刺激が欲しい」と考える方にもおすすめです。

株式会社東風社 概要

マーケティング・ロジカルシンキング・プレゼンテーションなどの研修・コンサルティングを提供しています。これまで 300 社 5,000 人以上を支援・指導しました。2024 年より本ゲームのように「遊び+学び」を組み合わせたコンテンツ開発・サービス提供・コンサルティング等の事業を本格的に開始しています。

設立	2010年4月1日（法人化：2018年9月5日）
本社所在地	733-0861 広島県広島市西区草津東 2-10-12
資本金	100万円
代表取締役	幸本 陽平

本件に関するお問い合わせ先

株式会社東風社 代表取締役 幸本陽平

企業サイト：<https://www.tofusha.co.jp>

サービスサイト：<https://www.marketing-game.com>

サービス紹介 Youtube：https://www.youtube.com/watch?v=naJmDBRS_Jg