



経営戦略・商品企画・  
イノベーション

戦略立案に必要な考え方・手順・分析手法を基礎から学ぶ

方針管理を効果的に実施するには、市場や製品などの分析を反映した戦略立案が有効です。当セミナーでは、戦略立案に必要な「戦略的思考」「7つの分析ツール」「戦略立案の手順」などを学んでいただけます。講義による概念の理解、演習による実践力養成、2つの特別講演を通し、戦略立案のフレームワークと手法を効果的に習得できます。

特 徴

- 市場や製品・競合などの現状分析や、得られた情報の比較・検討、資源配分や重点ポイントの明確化など、戦略立案に必要な“ステップ”と“7つの分析ツール”を学んでいただけます。
- 専門家による講義のほか、仮想データを用いたグループ演習により、“ステップ”と“7つの分析ツール”をより実践的に習得できます。
- “特別講演”では、実践事例や最近の戦略ツールに関するトピックスなどを紹介します。

戦略立案のための7つの分析ツールとは？

- ①環境分析 ②製品分析 ③市場分析 ④製品・市場分析  
⑤プロダクト・ポートフォリオ分析 ⑥戦略的要因分析  
⑦資源配分分析

\*方針策定までのプロセスを構築します。

対 象	事業分析、戦略立案、方針への展開を習得したいすべての方、経営企画部門、TQM推進部門、事業展開を実施するすべての部門のマネージャーおよびスタッフ
会 場	東京・日科技連 本部
講 師	長田 洋 (文京大学／東京工業大学名誉教授) 運営委員長他、経営コンサルタント、企業実務家など経験豊富な講師が指導にあたります
参 加 費	72,360円(一般) / 64,800円(会員)

カリキュラム～2日間コース

	午 前	午 後	回数	日程
第1日 9:20～18:50	【講義】戦略立案(戦略的方針管理)のフレームワーク	【講義、演習】環境分析、製品分析、市場分析、製品市場分析 【特別講演1】オープンイノベーション戦略	1	10月2日(火)～3日(水)
第2日 9:00～16:30	【演習】製品分析、市場分析、製品市場分析	【講義、演習】プロダクト・ポートフォリオ分析・資源配分分析、戦略的要因分析 【特別講演2】ブルーオーシャン戦略		

新・商品企画七つ道具セミナー

“Neo P7”を短時間で効率的に習得

ヒット商品を創り出すための手法として数々の実績を誇るP7(商品企画七つ道具)。その最新版・Neo P7(新・商品企画七つ道具)を2日間で学ぶ密度の高いコースです。Neo P7は最初から仮説やアイデアを大量に(最低100件)創出し、その後、検証しながら最高の商品案を完成するのが特徴で、マーケティング手法と統計手法を巧みに融合したツール集です。具体的には、次の7手法です。

- ①仮説発掘法 … 顧客の行動・考えを探り、仮想アイデアを創出します。
- ②アイデア発想法 … さらにユニークなアイデアを多数考案します。
- ③インタビュー調査 … 得られた仮説の中の代表案の印象を顧客に問いかけます。
- ④アンケート調査 … 仮説評価データを収集して概要を掴みます。
- ⑤ポジショニング分析 … データの構造を見える化し、顧客の理想方向を求めて仮説を絞り込みます。
- ⑥コンジョイント分析 … 仮説の重要要素を組み合わせた商品案を顧客に提示し、その評価の分析から最高のコンセプトを決定し、売れる可能性を予測します。
- ⑦品質表 … 顧客の要望を技術にきちんと橋渡しします。

特 徴

- グループ演習を重視し、Neo P7手法のステップを踏んで現実の企画プロジェクトをシミュレーション的に実習していただけます。
- フリーソフト「P7かんたんプランナー」を実際に使用しながらその使い方を学んでいただけます。
- 希望者には、セミナー受講後に「指導講師による無料フォローアップ指導」を実施します。

対 象	企画(事務系)・設計(技術)などのスタッフ、管理者(業種は問いません)
会 場	東京・日科技連 東高円寺ビル
講 師	神田範明(成城大学)他、運営委員を中心とする多数の経験豊富な講師が指導にあたります
参 加 費	70,200円(一般) / 62,640円(会員)

カリキュラム～2日間コース

	午 前	午 後	回数	日程
第1日 9:20～18:30	講義: Neo P7概論 講義・演習: 仮説発掘法 講義: アイデア発想法	演習: アイデア発想法 講義・演習: インタビュー調査	1	7月25日(水)～26日(木)
第2日 9:00～17:30	講義・演習: アンケート調査 講義・演習: ポジショニング分析	講義・演習: コンジョイント分析 講義: 品質表 グループ演習発表, 事例発表, 総合質疑	2	1月16日(水)～17日(木)

組織を発展させ、儲け続けるシナリオの作り方

企業における、顧客価値創造活動における重要な実施事項として、「ビジネスモデルの変革」「新規事業の創造」が挙げられます。BtoB、BtoCを問わず、顧客との関係性を強化し、その要望によりよく応えていくことは、ビジネスの基本です。しかし、「ビジネスモデル」「イノベーション」「ソリューション」などのキーワードがよく聞かれるようになってきていることからわかる通り、製品単体のスペックを強化するだけでは限界に至っているのも、直視しなければならない一つの現実です。当セミナーでは、現状を打破する事業構想・儲け続けるシナリオの作り方を、1日で体験いただきます。

特 徴

- 当セミナーでは、以下の課題について考えます。
  - ・顧客から見て自社がなくてはならない度合いをいかに高めるか？
  - ・いかに単品販売ビジネスを脱却し、ハードとソフトの組合せで勝ち続けるか？
  - ・中長期的見地に立ち、いかに儲け続けるシナリオを構想するか？
- セミナー終了後に自社に合わせた具体的な展開方法(実践編)についても相談を承ります。

対 象

以下の要望をお持ちの事業部門の役員・責任者・マネージャーの方々  
 「新しい事業を構想したい」「既存事業の構造の見直しをはかりたい」「新規顧客を開拓したい」「既存顧客の囲い込みを強化したい」「顧客へのソリューション提供など、事業に新しい視点を取り入れたい」「ビジネスモデル構築の具体的方法論を知りたい」

会 場

東京・日科技連 東高円寺ビル

講 師

加藤雄一郎(名古屋工業大学)

参 加 費

37,800円(一般) / 32,400円(会員)

カリキュラム～1日コース 10:30～17:30

午前	午後
ワーク1: 当事業は顧客の何の実現をサポートしているか?	ワーク2: 具体的に、顧客は何をすることができるようになれば喜ぶか? ワーク3: 上記の顧客Doを実現するために、ハード・ソフトを通じて我々は何をできればよいか? ワーク4: 事業全体でいかに稼ぐか? 総括・まとめ

回数	日程
1	8月27日(月)

経営戦略・商品企画・イノベーション

マーケティングのための見える化技術セミナー

ターゲット市場を決めるには、あらゆる手段での情報収集と解析が必要!

ターゲット市場を選択し、新しい商品・サービスを投入すること等、市場がどのように変化し、自社の対応が市場にどう影響を与えているかを“見える化”することが重要です。当セミナーでは、マーケティング戦略の立案から、ターゲット市場の選定、新商品・サービスの投入までの流れにおいて、どのようにデータを収集し分析することで市場の見える化を実現できるのかを学びます。

特 徴

- マーケティングの基礎についての講義をします。
- 企業戦略に役立つ相関と回帰分析を使ったPC演習を行います。
- インタビュー、アンケート調査、統計手法を駆使することで、「市場を見える化」する方法を学びます。

対 象

企画、開発、営業、事務、販売などの仕事の維持・改善・創造を目的とするあらゆる部門

会 場

大阪・日科技連 大阪事務所

講 師

今里健一郎(ケイ・イマジン)  
今野 勤(神戸学院大学)

参 加 費

50,490円(一般) / 42,930円(会員)

カリキュラム～2日間コース

	午前	午後
第1日 9:30～17:00	マーケティングの定義 マーケティング戦略とマーケティング計画の立案 ビジネス市場の分析	市場セグメントとターゲットの明確化 競争への対応 マーケティングからものづくりへ
第2日 9:30～17:00	企業戦略に活用が期待される相関と回帰分析 ・問題と原因の仮説を立てる連関図 ・営業戦略に活用できる相関と回帰	業務を効率化するプロセスの見える化 ・業務プロセスとプロセス改善 ・事務の流れを見える化するDOA※ ※ Data Oriented Approach

回数	日程
1	10月18日(木)～19日(金)

