

# 【 第11期 】 商品開発基礎講座

## ◆ 期 間 ◆

2023年1月23日～2023年3月27日  
(全5セッション・7日間、計35時間／単科受講も可能)

## ◆ 開催方法 ◆

オンライン(Zoom)

## ◆ 受講対象 ◆

商品開発・新規事業・研究技術開発部門の  
担当者、グループリーダーなど

## 商品開発に関する基礎知識を体系的に学ぶ

企業研究会では開講25年目を迎えた「開発塾」をはじめ、商品開発に関する研修プログラムを多数開催し、先進企業の成功例などについて実践的な研究活動を活発に展開しています。

※「開発塾」では過去24年で約850名が受講、卒業生は所属企業の研究開発・商品開発部門のキーマンとして活躍しており、所属企業の研究技術開発・商品開発部門のトップとなっている卒業生も多数おります。

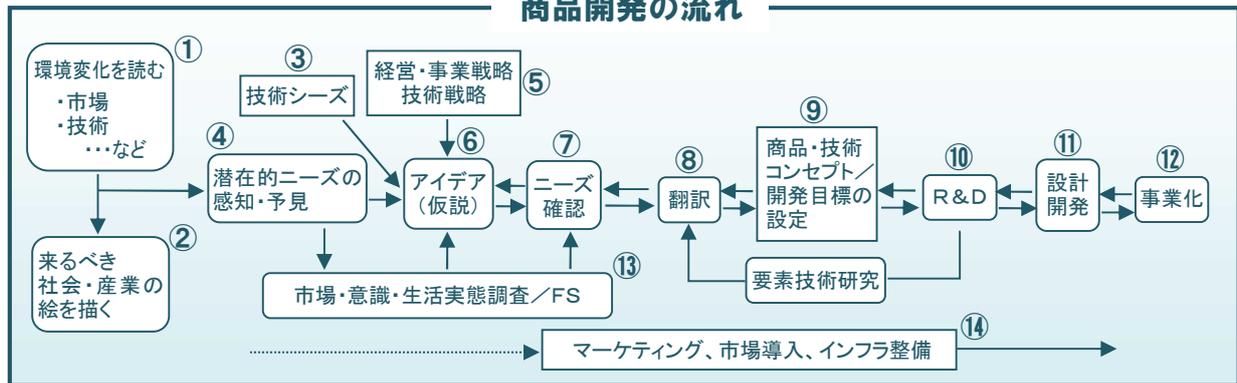
しかし、最近では企業内の異動サイクルが短くなる傾向も踏まえ「事例(ケーススタディ)を聞く前に商品開発に関する基礎知識を体系的にきちんと身につけたい」というリクエストもいただくようになりました。例えば商品開発の現場でなんとなく使ってしまう「戦略」「マーケティング」という言葉について“商品開発における本来の意味や、商品開発の現場ではどうすべきことか”は、実は知らない、知っているつもりで違う解釈をしていた、という方も意外と多いようです。

「商品開発基礎講座」では文字どおり商品開発に関する基礎知識の習得に特化し、商品開発のプロセスに沿って用語や手法の詳細な解説を行うことで、商品開発に関する基礎知識を体系的に学びます。また座学だけではなく演習も随所に盛り込み、受講生自らが考えながら能動的に学べるようになっています。

商品開発について新任の方はもちろん、現場で得た知識を体系的に整理したいというベテランの方にも受講をお勧めします。

# プログラム

## 商品開発の流れ



### ■セッションⅠ.「戦略策定プロセス入門」

※主に上図 ①～⑤

1/23(月)  
13:00-18:00

1/30(月)  
13:00-18:00

【講師】立命館大学  
長平 彰夫 氏

- (1) 戦略の定義・戦略のフレームワーク
- (2) 我々はそもそも何者なのか? ~Whoレベルの戦略  
価値連鎖の考え方/財物とサービス/製造業と製造サービス業/経営理念、ビジョン
- (3) どこで戦うか? ~Whereレベルの戦略  
ドメイン/ポートフォリオ
- (4) どうやって勝つのか? ~Howレベルの戦略、オープン・クローズ戦略  
競争戦略の考え方/環境変化を読む~来るべき社会・産業の絵を描く
- (5) 戦略策定  
経営戦略/社会的欲求/戦略論/\* 演習1
- (6) オープン・クローズ戦略としての知財戦略  
技術的空白を作らない知財戦略と技術戦略の融合/オープン・クローズ戦略の成功例/\* 演習2
- (7) シナリオ・プランニング策定  
インテリジェンスとは/シナリオ・プランニングのプロセス/シナリオ・プランニングが機能するための条件

### ■セッションⅡ.「商品・技術開発のためのロードマッピング入門」

※主に上図 ①～⑤

2/13(月)  
10:00-18:00

【講師】立命館大学  
長平 彰夫 氏

※受講生特典

『ロードマッピング・クリニック』

講師が受講生各社の  
個別相談に対応します。

- ・1社1時間
- ・複数名同伴可能
- ・日時等は別途相談
- ・無料

ロードマップ…戦略マネジメントおよびプランニングツールのひとつで、戦略的目標達成のためのプロセスを示す座標軸としての機能を持つ(国やNEDOの作成しているものとは異なります)。講師が共同研究している英国ケンブリッジ大学で開発され、欧米の多くの企業で活用されている手法をベースに紹介します。

- (1) ロードマップの定義、目的、意義
- (2) 種類  
基本型 / 戦略的提携等を視野に入れた場合 / 関連分野を視野に入れた場合  
直販・OEMを視野に入れた場合 / ライトハウスカスタマーを意識した場合 / 成熟度・競合分析を反映した場合
- (3) 作成プロセス  
ロードマップの作成の全体像 / マーケットプル型製品・技術ロードマップの具体的作成手順  
機能・技術ロードマップの具体的作成手順 / 不確実性の高い状況でのロードマップ策定技法~シナリオ・プランニング
- (4) 作成演習  
作成後は発表を行い、講師からのコメントおよび参加者も含めたワークショップ方式により検討を行う。
- (5) ロードマップによるマネジメントの具体的な進め方、限界と弊害の防止  
ロードマップ普及のプロセス/ロードマップ導入のプロセス/ロードマップとリンクした研究開発管理手法

### ■セッションⅢ.「商品開発テーマの探索・企画から開発推進・事業化」

※主に上図 ④～⑭

2/20(月)  
13:00-17:30

2/27(月)  
13:00-18:00

【講師】元(株)ブリヤストン  
浦川 卓也 氏

- (1) 商品開発テーマとアイデアの発想  
顕在ニーズと潜在ニーズ / マーケット(ユーザー)・ニーズの探索と商品アイデアの発想  
“真のマーケット(ユーザー)・ニーズ”の確認とアイデアの検証 / マーケット対話型R&Dの実践
- (2) 商品企画  
商品コンセプトとは / マーケット(ユーザー)・ニーズを魅力ある商品コンセプトと開発目標に翻訳する  
ニーズの翻訳とその質を高める方策 / 競争優位を確保する差別化戦略  
開発テーマの評価要素と重視要因
- (3) 商品開発の実施・推進  
要素技術分析と開発計画の策定 / 進捗評価と軌道修正、中止の判断と処置  
ステージ・ゲート・プロセスの運用と留意点 / 開発スピードアップと効率化
- (4) 開発成果の事業化移行  
事業化立上げのプロセスと主要な課題 / 商品評価と事業化への意思決定  
市場導入戦略とマーケティング / NBU(New Business Unit)構築と技術・製品開発戦略
- (5) イノベーションを目指す商品開発

<p><b>3/13 (月)</b> 13:00-18:00</p> <p>【講師】元 ライオン㈱ 今井 秀之 氏</p>	<p><b>■セッションⅣ.「マーケティング戦略の基礎理論」</b> ※主に左図 ⑤⑦⑧⑨⑬⑭</p> <p>(1) マーケティング戦略とは何か</p> <p>(2) 市場の捉え方(市場細分化)の勘どころ 生活者理解のための市場構造化 / 消費者行動理論と消費者心理を理解する 購買者理論と購買者心理を理解する</p> <p>(3) マーケティング・ミックス(4P) ・Product : 製品戦略 ~ どういう製品を作るか、ブランドとは何か ・Price : 価格戦略 ~ 価格をどう設定するか、お客様が受け入れてくれる価格とは ・Promotion : プロモーション戦略 ~ お客様にどのような価値をどう伝えるか ・Place : チャネル戦略 ~ お客様にどのように届けるか</p> <p>(4) 競争地位別のマーケティング戦略における留意点 意思決定プロセスの全体概要の理解と意思決定プロセスでのポイント / 新規参入のためのマーケティング情報 後発企業でも勝てる成功要因</p>
<p><b>3/27 (月)</b> 13:00-17:00</p> <p>【講師】FTI Consulting 山崎 忠史 氏</p>	<p><b>■セッションⅤ.「商品開発・事業戦略に有効な知的財産戦略入門」</b> ※主に左図 ③~⑤</p> <p>(1) 競争優位の状態とは イノベーション視点で考える / 事業収益の源泉を考える / 持続化のためには / 勝利の方程式と貢献(儲け)の方程式</p> <p>(2) 事業戦略における知財の位置づけ 知財が事業に与えるインパクトを考える / 知財戦略のポイント=二枚堀戦略</p> <p>(3) ケーススタディ(演習) 事業分析→技術戦略→知財戦略立案への落とし込み</p> <p>(4) 開発に貢献する知財分析手法(事例紹介含む)</p> <p>(5) DX・AI により変化する知財戦略のポイント</p>

## 指導陣プロフィール

### ◆セッションⅠ.「戦略策定プロセス入門」 / ◆セッションⅡ.「商品・技術開発のためのロードマッピング入門」

#### 長平 彰夫 氏 立命館大学大学院テクノロジー・マネジメント研究科 教授 / 東北大学名誉教授

経営学博士。ハンプルク工科大学客員教授、(中国)華中科技大学客員教授。(株)デジタル・イメージ(本社:東京)社外取締役。東北大学卒業後、1979年に現在の日本政策投資銀行に入行し、製造業の設備投資審査、ベンチャー企業への投融資を数多く手掛ける。1999年10月に東北大学未来科学技術共同研究センター(NICHE)専任助教授就任。2002年4月国内最初のMOT専攻である東北大学大学院工学研究科技術社会システム専攻立ち上げの中核的役割を果たす。2019年4月より現職。組織学会、研究・技術計画学会、産学連携学会のほか米国経営学会(正会員)に所属し、国内外で著書、論文を多数発表・出版するとともに、上場企業を対象にした研究開発、技術者の人材育成研修講師を務めている。主要研究分野は、研究開発マネジメント、新製品開発プロセスマネジメント。主な著書「日本企業のイノベーション・マネジメント」(編著 / 同友館,2013)など。

### ◆セッションⅢ.「商品開発テーマの探索・企画から開発推進・事業化」

#### 浦川 卓也 氏 元 株式会社ブリヂストン 取締役研究開発本部長

1963年ブリヂストンタイヤ(株)(現 (株)ブリヂストン)入社、研究開発本部研究管理部長を経て、1985年より取締役研究開発本部長。免震装置をはじめとする新規事業(ノタイヤ分野)のテーマ探索から研究開発、事業化推進の責任者として活躍。1993年当会入職、常任参与、顧問を経て2020年よりフリー。当会主催「開発塾」「技術経営塾」「新しい技術経営を考える会」「R&Dマネジメント交流会議」「新規事業開発担当幹部交流会議」などのコーディネーターを務めている。また、大学や大手企業での研修講師としても豊富な経験を持つ。主な著書「新商品構想力」(ダイヤモンド社,2003)、「イノベーションをめざす“実践”研究開発マネジメント」(日刊工業新聞社,2010)など。

### ◆セッションⅣ.「マーケティング戦略の基礎理論」

#### 今井 秀之 氏 北陸先端科学技術大学院大学 産官学客員教授 (元 ライオン株式会社 執行役員)

日本マーケティング協会アカデミックアドバイザー、日本マーケティング・リサーチ協会理事、あしぎん総合研究所客員研究員、栃木県農業大学校非常勤講師。  
1979年学習院大学経済学部経営学科卒業、1985年慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程修了(経営学修士)、2013年和歌山大学大学院システム工学研究科博士課程修了(工学博士)。  
1979年ライオン歯磨(株)(現 ライオン(株))入社、食品事業本部東京営業所、システム、市場調査部、人事部を経て、取締役待遇リビングケア事業部長、執行役員生活者行動研究所長、特命顧問マーケティング・シニアフェローを歴任。

### ◆セッションⅤ.「商品開発・事業戦略に有効な知的財産戦略入門」

#### 山崎 忠史 氏 FTI Consulting, Managing Director / 技術士(機械部門)

(株)ブリヂストン 開発部門に9年間に在籍し、その後ブリヂストン及び京セラ(株)の知的財産部門マネージャーを歴任。知的財産マネジメント・システム開発のプロジェクトリーダー、及び知的財産戦略の企画・立案、グローバルな知財ポートフォリオ・マネジメント実務を数多く経験し、2007年よりEY Japan、2015年より株式会社PROPERTY INNOVATION CONSULTINGを経て、2022年11月よりグローバル・コンサルティングファームのFTI Consultingに在籍。上場企業を中心とした知財戦略支援を含むイノベーション・アドバイザーやコンサルテーション、M&A等の事業・技術・知財のデューデリジェンスなどを担当。早稲田大学ビジネススクール卒、MBA・経営管理修士(専門職)。

## 前期参加企業

東芝ITサービス<2名>、帝人、ハリマ化成、ブラザー工業<2名>、アイピックス<3名>、アルプスアルパイン  
アサヒグループ食品、牧野フライス製作所、藤森工業<3名>、コベルコ建機<3名>、豊田合成<2名>  
シャチハタ、PFU<5名>、オリンパス<2名>、ジェイテクト、リコー、豊田自動織機、大林組、京セラ<12名>  
日本電気<10名>、モルフォ<3名>、富士電機、ハウス食品、オリエンタル酵母工業、プリヂストン

※順不同

## 参加要領 ※事業コード220142

- ・ 分割請求も承りますのでお気軽にご相談下さい。
- ・ お申込み後のキャンセルは原則としてお受け致しかねます。代理参加は可能です。

◆受講料 : 1名分

正会員	一般
154,000円 (本体価格:140,000円)	176,000円 (本体価格:160,000円)

※「正会員」とは、(一社)企業研究会に法人会員として登録いただいている企業です。  
※セッション単発での部分参加を希望の方は空き状況などを担当までお問合せ下さい。

◆お申込方法 : 企業研究会ホームページ内 申込フォームよりご入力ください。 [企業研究会 商品 検索](#)

- ・セッション単位での部分参加をご希望の方は備考欄にその旨ご入力ください。
- ・ご記入いただいた個人情報は、「商品開発基礎講座」に関する事務連絡、および弊社主催事業のご案内に利用させていただきます。ご了承ください。

◆担当 : 「商品開発基礎講座」 担当 薄井 〒110-0015 台東区東上野1-13-7 ハナブサビル  
phone: 080-1393-5399 / e-mail: usui@bri.or.jp