

顧客の潜在課題を見つけ、自社の技術をビジネスに結び付けていくための実践化 シーズtoビジネスの実践的基礎講座

- 日 時■ 2016年6月23日(木) 10:00~17:00
 ■会 場■ 企業研究会セミナールーム(東京・麹町)
 ■講 師■ (株)リーディング・イノベーション 代表取締役 シニアコンサルタント 芦沢 誉三 氏

【講師紹介】

1982年早稲田大学理工学部卒業。石油開発エンジニアリング会社を経て、84年株式会社日本能率協会コンサルティングに入社。一貫して、新規事業のコンサルティングに従事。50案件以上の新規事業プロジェクトに参画。その後、一部上場メーカーに移り、新規事業開発、拡大を行ない別会社として独立事業化を果たし、取締役就任。現在、株式会社リーディング・イノベーションの代表取締役社長として、新商品・新規事業開発、創業に特化したコンサルティング&エージェントの中核人材として活動している。

主な著書・論文に、「LLPとLLCの基本と仕組みがよ〜くわかる本」(秀和システム)、「顧客満足を先取りする“提案開発アプローチ”」(ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス・レビュー)、等多数。

◆ 開催にあたって

日本企業には、多くの優れた技術シーズが存在しています。しかし、それらをビジネス、特に新規事業に発展させたいがなかなか難しいという声が多く聞かれます。難しさのひとつに、自社技術を単に紹介するだけでは、その先につながらないということが挙げられます。

そこで考え方の方向性としては、顧客が抱えている課題のなかで、まだ顧客自身も抽象的にしか把握していない課題(潜在課題)を発見し、それに対する解決策を打ち出すことがポイントとなります。

本セミナーでは、自社技術を改めて捉えなおすところからはじめ、新規事業を展開するための基礎知識の解説、潜在課題と自社技術の組み合わせ方を解説します。そのうえで、自社の技術シーズをビジネスに発展させるためのポイントについて豊富な事例を交えながら解説いたします。

≪プログラムは裏面をご覧ください≫

●受講料●1名(税込み、昼食、資料代含む)

正会員	39,960円	本体価格 37,000円
一般	44,280円	本体価格 41,000円

●申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてにFAXいただくか、当会ホームページからお申し込みください。後日(開催日1週間~10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。

●申込書をFAXにてご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

●会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより【TOP】→【公開セミナー】→【よくあるご質問】をご参照下さい。

●お申込み後のキャンセルは原則としてお受けいたしかねますので、お申込者をご出席できない場合には、代理の方のご出席をお願い申し上げます。

●最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきますことでもありますので、ご了承下さい。

一般社団法人企業研究会

担当：倉島 E-mail: kurashima@bri.or.jp

〒102-0083

東京都千代田区麹町5-7-2

TEL 03-5215-3515 FAX 03-5215-0951

企業研究会 セミナー事務局宛 **FAX 03-5215-0951**

*当会ホームページ(<http://www.bri.or.jp>)からもお申込みいただけます。

161175-0110	※	2016.6.23
申込書 シーズ to ビジネスの実践的基礎講座		
会社名	フリガナ	
住 所	〒	
TEL	FAX	
ご氏名	フリガナ	所 属 役 職
Eメール		

*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

シーズtoビジネスの実践的基礎講座

6月23日(木)

● プログラム ●

10:00

1. 技術の捉え方を変える

- ・ 技術の要素分解と新規事業のタネ探しの関係
- ・ 新規事業に利用するという観点から見た技術の捉え方
- ・ 技術の捉え方を変えることによる、探索の進め方の変化
- ・ ニーズ指向アプローチとシーズ指向アプローチ

2. 新規事業開発のもっともらしい5つの常識

- ・ “成長分野を狙え” はいつも正しいのか
- ・ “飛び地はやるな” はいつも正しいのか
- ・ “変化はチャンス” いつも正しいのか
- ・ 事業アイデアは発想力が大切なのか
- ・ 市場性と適社度で評価すれば、魅力あるテーマが選定されるのか

12:00

昼食

13:00

3. 新規事業開発のための基礎知識（基礎を深く理解する）

- ・ 商品・サービスの構成要素
- ・ ニーズの構造
- ・ 事業の構成要素
- ・ 顧客価値の構造
- ・ ニーズ指向の落とし穴
- ・ グランドデザイン、問題解決の大きさ
- ・ 意思決定のメカニズムと判断しやすいテーマ

4. 潜在課題と自社技術との組合せを見つける出発点

- ・ 潜在課題とは何か（潜在課題発掘の考え方）
- ・ 自社で対応できる潜在課題には限りがある
- ・ 潜在課題の発掘が先か、自社できることを決めることが先か

5. “目的指向のアプローチ” によるシーズ to ビジネスの進め方と手順

- ・ 目的指向のアプローチとシーズ to ビジネス
- ・ 技術から顧客の目的を定義する
- ・ チャンスのありそうな探索領域の絞り込み
- ・ テーマを決める前に売りたい顧客を決める
- ・ 顧客価値のつくり方について
- ・ 顧客価値とそれを実現する手段の仮説をつくる
- ・ 顧客との対話を行なう
- ・ ビジネス構想づくり

6. 事業の構想に必要な思考のノウハウ

- ・ 洞察思考の必要性
- ・ 創造力の前に想像力がある
- ・ 構造化思考とは
- ・ 商品・事業企画に必要な構造化ツールと構造化思考のノウハウ

17:00