

R&D担当者のための『事業開発手法』の基礎知識

～ 事業開発担当者に求められる技術シーズをベースとした
事業創出のための知識を平易に解説 ～

《開催要領》

●日 時● 2017年5月17日(水) 10:00～17:00
●会 場● 企業研究会セミナールーム(東京:麹町5丁目)

講師 エヌ・コンサルタンツ 代表取締役 西村健一 氏



講師紹介
1985年同志社大学法学部法律学科卒業。大手証券会社にて中堅企業の事業継承対策やIPO業務を経験後、コンサルタントに転身。国内独立系コンサルティング会社の取締役東京オフィス代表を務めた後、エヌ・コンサルタンツ設立。企業の経営革新、新事業進出における戦略立案と指導を主要な業務分野とする。(独)中小企業基盤整備機構、(研)宇宙航空研究開発機構などにおいてコーディネータを歴任。中小企業診断士。各種団体において、セミナー・講演実績多数。著書に『中堅企業・中小企業の経営革新・事業転換戦略構築法』(平原社)『営業マンに言わせてはいけない7つの言い訳』(CCCメディアハウス)。

《ご参加いただきたい方》

- ・ 研究開発部門、新規事業部門、事業部企画部門などにおいて、事業開発の実務を担当される方
- ・ 事業開発の基本について体系的に習得されたい方

《申込書》一般社団法人 企業研究会 セミナー事務局宛

FAX:03-5215-0951

*申込書をFAXで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。
*申込書にご記入頂いた個人情報は、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

■受講料:1名(税込・昼食代含)

正会員 37,800円(本体価格 35,000円) 一般 41,040円(本体価格 38,000円)

171040-0101 R&D担当者のための『事業開発手法』の基礎知識			
ふりがな 会社名			
住 所			
TEL	FAX		
ふりがな ご氏名	所 属 役 職		
E-mail			

■参加要領: 申込書はFAX、または下記担当者宛E-mailにてお送り下さい。当会ホームページからもお申込み頂けます。
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。

※よくあるご質問(FAQ)は当会HPにてご確認ください。([TOP] → [公開セミナー] → [よくあるご質問])

※お申し込み後のキャンセルはお受けいたしかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願いします。

■お申込・お問合わせ先: 企業研究会 公開セミナー事業グループ 担当/民秋・川守田 E-mail: tamiaki@bri.or.jp

TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町 5-7-2 麹町 M-SQUARE 2F

R&D担当者のための『事業開発手法』の基礎知識

5/17
(水)

10:00

1. イントロダクション -我が国のR&D部門の現状と課題-

- (1) イントロダクション
- ・ 我が国においてR&D部門は優位性を発揮できているか
 - ・ R&D活動に関する経営上の課題とは
 - ・ 知的財産の状況

2. 環境分析による事業開発分野の検討

- (1) 外部環境分析から有望分野を策定する
- ・ マクロ環境の変化: PEST分析
 - ・ ミクロ環境の変化: 5Forces分析
 - ・ 競争環境分析: 3C分析、バリューチェーン分析
- (2) 内部環境分析から進出可能分野を検討する
- ・ 事業ポートフォリオ分析: PPM、ビジネススクリーン
 - ・ 競争要因分析: CVCC(カスタマー、バリュー、コア・コンピタンス)

3. 事業コンセプト立案① -ターゲット選定と製品開発コンセプト立案

- (1) ターゲット市場選定
- ・ STP(セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング)
 - ・ ターゲット市場調査の基本手法
- (2) 新製品コンセプト立案
- ・ 製品開発の種類とそのポイント
 - ・ R&D担当者による顧客価値創造の意義
 - ・ 差別化戦略のポイント
 - ・ 顧客ニーズの探索と技術シーズの関係
 - ・ 新製品開発の成功要因

4. 事業コンセプト立案② -ビジネスモデルとビジネスシステム

- (1) ビジネスモデル構築
- ・ ビジネスモデルとは何か
 - ・ 主要ビジネスモデルに対する理解
 - ・ ビジネスモデルの設計とCVCCの具現化
- (2) ビジネスシステム構築
- ・ バリューチェーンの検討とコア・コンピタンス
 - ・ 経営機能への分化とKPIの設定
 - ・ ロードマップへの展開

5. マーケティング戦略検討

- (1) 商品価値とは何か
- ・ 機能的ベネフィットと意味的ベネフィット
 - ・ 意味的ベネフィットの創出ポイント
- (2) ターゲットへのアプローチ
- ・ チャネル戦略の検討
 - ・ プロモーション戦略の検討

6. 事業リスク要因の抽出と対応

- (1) 外部環境前提の変化リスク把握(PEST、5Forces)
- ・ マクロ環境前提の確認と対応策検討
 - ・ ミクロ環境前提の確認と対応策検討
- (2) 事業構築ステップ上のリスク把握(STAR法)
- ・ 参入障壁と技術的優位性による収益可能期間の検討
 - ・ 市場性(需要、成長可能性、継続性)の検討
 - ・ 事業化コストの確認と収益性の検討
 - ・ 内部環境に基づく事業化可能性の検討

17:00

※最少催行人数に満たない場合、開催中止となる場合がございます。

裏面もご覧下さい! 一枚のパンフレットで 2種類のセミナーをご案内しております。