

【技術者 主任・係長層向け】

事業設計に必要なプロセスと 分析・評価・実行の要諦

～戦略をビジネスに実装するための課題、ツール、実務ポイントを解説～

●日時● 2017年 5月 30日(火) 13:00～16:30

●会場● 東京・麹町『企業研究会セミナールーム』 TEL:03-5215-3512

●講師● 株式会社BtoBマーケティング 代表取締役

藤井 昌樹 氏

【専門】「事業戦略」「事業の設計図づくり」「マーケティング・マネジメント」「産業財」
【経歴】大学卒業後、富士電機(株)本社企画部門にて技術企画、営業企画、経営企画を歴任、「戦略策定・施策立案実施・事業企画開発、教育」など一貫してマーケティング&イノベーション業務に携わる。1999年 専修大学経営学部兼任講師、同年に(株)産業財マネジメント研究所 (B to B Marketing) を独立開業し、インダストリー (製造業・専門商社) でのコンサルティング、産業調査・研究、教育・研修を展開している。
【著書】『産業財マーケティング』<東洋経済新報社>

◆開催にあたって

『秀逸なアイデア』や『卓抜した技術』は事業の種となりますが、誤った認識のもと事業設計を行うと、収益を上げられず事業貢献はできません。担当者は事業計画の全体像を的確に把握し、多角的な検討を行い、事業設計を進める必要があります。

そこで本講座では、まず事業設計で想定される課題を整理し解説します。次に実際に新規企画や事業テーマスクリーニングを行う際に活用できる雛型・ツールを紹介し、さらに一貫した事業設計を行うために押さえるべき実務ポイントについて、事例を踏まえながら検討していきます。

事業設計の「業務の棚卸・再評価」「弱点・盲点の発見・克服・解決」に活かして頂ければ幸いです。

＜詳細は裏面をご覧ください＞

●受講料● 1名<税・資料代含む>

正会員	32,400円	本体価格 30,000円
一般	35,640円	本体価格 33,000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。

●よくあるご質問(FAQ)については当会ホームページでご確認いただけます。

〔TOP〕→〔公開セミナー〕→〔よくあるご質問〕

●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。

一般社団法人企業研究会

担当：福田 E-mail: fukuda@bri.or.jp

〒102-0083

東京都千代田区麹町 5-7-2 麹町 M-SQUARE 2F

TEL 03-5215-3512 FAX 03-5215-0951

一般社団法人企業研究会 セミナー事務局宛 FAX 03-5215-0951

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

171349-0110(※)		2017.5.30	
申込書 事業設計に必要なプロセスと分析・評価・実行の要諦			
会社名	フリガナ		
住所	〒		
TEL		FAX	
ご氏名	フリガナ	所属 役職	
E-mail			
ご氏名	フリガナ	所属 役職	
E-mail			

*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。

事業設計に必要なプロセスと分析・評価・実行の要諦

●プログラム●

13:00

I. 事業設計における課題

(1) 事業設計における技術者の位置づけと課題

- ① エンジニアとスタッフ、分業/専門という垣根
- ② コンピタンスの源泉、技術という経営資源
- ③ 日本の“カイシャ”の問題構造
- ④ Innovation, R&D, Marketing 本来の意味
- ⑤ 変化に適応していくための Thinking Pass (考える道筋)

(2) 現行マネジメントの問題構造

- ① 典型的な中長期計画は“絵に描いた餅”？！
- ② マーケティング&イノベーションの効能
- ③ 求められるロールモデルは ~同期/統合<一貫性>~
- ④ 戦略の不在・行き届かない、単発で終わる、沈滞した風土・体質
- ⑤ 求められる人材像

II. 新規企画、事業テーマスクリーニングの洗い出し

- (1) 的確な雛形、明確な指針・尺度 ありますか？
- (2) 構図「見える」化の意義
- (3) 事業開発シナリオ (ラフドラフト) 雛形
- (4) R&D テーマスクリーニング雛形
- (5) 事業設計の 8 ツール [60/PEST/5F/SWOT/3C/STP/4P/7S]

休憩

【事例 1】「競争関係」の定義・識別の実際: Sier N 社

【事例 2】技術融合型市場の俯瞰マッピングで、戦略基本シフトを迫体験

III. 一貫した「事業査定」「予実管理」「事業戦略」「中長期計画」を策定する

- (1) 事業と技術ドメイン、収益の突合せ・・・？
- (2) 構想力！ 企画/基本/実施/詳細設計を見渡せている？
- (3) 事業設計の見取り図/展開図、要の 3 設計図
- (4) 事業戦略における PDCA の実際、原点「R 調査設計」
- (5) 成果尺度・シェア管理運営の限界、利益マップ整え、顧客シェア志向にシフト！

【事例 3】市場が見えない?! ; 電線メーカー H 社

【事例 4】トップ・シェア商品にありがちな症候群(イナージャ)を検証する

IV. まとめ、質疑

【事例 5】強靱なビジネスモデル「儲かる仕組み」を浮き彫りにする

- ① カスタム製品で突出した好業績を上げる代表格 R 社
- ② 分析ツールで要素分解 戦略・組織の統合・一貫性を検証
- ③ エクセレント・カンパニーのビジネスモデルを描き出す

16:30

※講師とご同業の方は受講をお受けしかねる場合がございます。予めご了承ください。