

製品開発プロジェクトリーダーに必要なスキルと最適な議論のプロセスを学ぶ

# 新製品開発プロジェクトの進め方

～技術シーズも市場ニーズも抜けもれなく掘り起こし、  
差別化アイデアを実現する方法を平易に解説～

【開催要領】

●日 時● 2017年9月29日(金) 10:00～17:00  
●会 場● 企業研究会セミナールーム(東京:麹町)

講師 株式会社経営技法 代表取締役 鈴木俊介 氏

**講師紹介**  
1992年、出光興産株式会社入社。販売支店にて、新製品マーケティングなどを経験後、物流・需給部門へ異動。海上物流オペレーションと企画、副製品の需給戦略立案に携わる。2002年米国オハイオ州 Case Western Reserve 大学院にて経営学修士号を取得。在学中に医療器具ベンチャー企業の新製品マーケティング戦略立案、NPOの拡大戦略立案、電子計測機器企業の日本進出のアドバイス等のプロジェクトに携わる。KPMGビジネスアシュアランス、株式会社ケブナートリゴナー・ジャパン LLCを経て、2009年株式会社経営技法を設立。「思考技術」のコンサルティングとして、国内製造業を中心に、不良削減、製品歩留まりアップなどの問題解決の技法、及び創造的思考による新製品創出支援に携わる。2011年創造力強化のための思考トレーニング・エクササイズ体系「ユニークブレインラボ」を開発、上市。2800人が受講。個人の創造性強化を起点に、生産技術革新から新製品、新事業発案、BoB マーケティング、事業戦略、社内意思決定プロセス改善までの一連の支援を、国内大手製造業を中心に展開。NPO法人ランチェスター協会理事、ユニークブレインラボ®開発者、等価変換創造学会認定講師

【開催にあたって】

既存の市場の拡大が見込めない、少ない成長市場は競争が激しいなかで、「当たり」の新製品をいかに早く沢山出すか、経営者も管理職も焦りは強くなります。では、どうすべきか、チームや組織として先ずは何を目指すべきか、重要なポイントは3つです。

① 個人技ではなく、議論のプロセスが共通言語化されていること、それによって仮説検証のサイクルをスピーディにまわせること ② 「沢山の」「ユニークな」案が、製品案はもちろん、観察や分析の段階でも挙がること ③ ①②の過程がすべて可視化、記録化され、組織として知見が貯まっていくこと 結果として、一部の限られたスタープレイヤー開発者に依存する、当たり外れの大きい「丁半博打」から、チーム総和の力を発揮する「確率論の戦い」が実現します。経営者としても自信をもって投資ができる、リスクをとれる態勢をつくることになるでしょう。本セミナーでは上記を踏まえ、新製品の開発にあたり必要なスキルと最適な議論のプロセスを解説致します。

【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に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)

171721-1010 新製品開発プロジェクトの進め方			
ひらがな会社名			
住所	〒		
TEL	FAX		
ひらがなご氏名	所	属	職
E-mail			

■参加要領: 当会ホームページからもお申込み下さい。FAX、または下記担当宛E-mailで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致しかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願い致します。

■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

## 新製品開発プロジェクトの進め方

9/29  
(金)

10:00

【プログラム】

### 1. 製品開発プロジェクトにおけるよくある問題点

- (1) 何がいけなかったのか?失敗、頓挫の事例に学ぶ
- (2) 成功する新製品開発プロジェクト・マネジメントの要諦

### 2. 共通議論のプロセス～分析、創発、評価の効率よい手順

- (1) 商品コンセプトづくりの基本
- (2) シーズ発展型の場合
- (3) ニーズ発掘型の場合
- (4) ソリューション開拓型の場合
- (5) ネーミング・コンセプト起点型の場合
- (6) 案件の選択基準のつくりかた

### 3. 市場の可能性、事業の可能性をどう見積もるか

- (1) 見積もりスキル: 予測精度を上げる～市場規模、供給コスト
- (2) 事業を選ぶ、市場を選ぶ前に知っておくべきこと

### 4. 案の創出方法～差別化案をどう沢山うみだすか?

- (1) 創造力強化のアプローチ～「ユニークブレインラボ®」の概要
- (2) 差別化の原点: 分析の差別化、創発の差別化
- (3) 「売人」としてのビジネスの発想法～経営資源をむだなくビジネス機会に変換する、単品技術をビジネスモデルに仕上げる

### 5. 仮説検証をいかに早くまわすか?

- (1) 検証とは何か?検証基準をいかに組み立てるか
- (2) 実験コストを下げ、回数を増やすには
- (3) テストマーケティングの要諦～確度と効率(スピード、コスト)を両立するには?

### 6. 新製品を創発する組織のありかた

- (1) 適任な人材とは?隠れた才能を見出す、引き上げるには?
- (2) 創発を醸成するための組織構造、役割分担
- (3) 創発の組織文化: 学習する組織、起業家的集団

※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。

17:00

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。