

☆ユーザー（BtoBの場合は顧客企業、BtoCの場合は消費者）の

意識下のない市場の欲求を掘り起こして、研究開発や価値づくりに活かす！

1名分料金で
2人目無料

『市場』の潜在ニーズを見つける方法

※職場や自宅のPCでオンライン会議アプリZoomを使って受講できます。受講方法などは申込後にご連絡いたします。

◆日時：2024年12月12日（木） 10:30～16:30

◆形式：ZoomによるWEB配信

◆聴講料：1名につき55,000円（税込、資料付）

※会員登録（無料）をさせていただいた方には下記の割引・特典を適用します。

・1名でお申込みされた場合、1名につき44,000円（税込）

・2名同時でお申し込みされた場合、2人目は無料（2名で55,000円（税込））

セミナーお申込みFAX

03-5857-4812

※お申込み確認後は弊社よりご連絡いたします。

☆HPはこちらから ⇒ <https://www.rdsc.co.jp/seminar/241287>

●講師：ベクター・コンサルティング（株） 代表取締役 浪江 一公 氏 ※元 日本工業大学大学院技術経営研究科（MOT） 教授

【受講対象】

研究開発部門、研究企画、技術企画、新事業開発部門、経営企画、商品企画などの部門の方々で、

- テーマ創出に携わっておられる方

- テーマ創出の仕組み構築に携わっておられる方

- 潜在ニーズ探求に関心のある方 など

【講座の趣旨】

20年ほど前から、潜在ニーズを見つけることの重要性がさまざまな機会で、議論されるようになりました。なぜ潜在ニーズが重要かという、潜在ニーズを充足することで、顧客に提供する価値、すなわち顧客価値を拡大することができるようになり、さらにその大きな顧客価値は顧客の数を拡大し、加えて潜在ニーズは無限に存在し尽くることではないからです。その結果、継続的な大きな収益を生んでくれるからです。

しかし、現実にはほとんどの企業で、この潜在ニーズを見つける具体的な体系的な活動を行っていません。それは、潜在ニーズの重要性が明確にとらえられておらず、また潜在ニーズを見つけることは必ずしも簡単なものではなく一方で、潜在ニーズを見つけるための具体的な活動とどのようなものかが、理解されていないためです。本セミナーにおいては、市場の潜在ニーズを見つけることの重要性を詳しく議論した後、市場の潜在ニーズを見つける具体的な活動を、大きなフレームワークを提示した上で、そのフレームワークを実行する具体的な活動を、事例を示しながら詳しく提示いたします。

本セミナーでは、以上より市場の潜在ニーズを見つける方法を学ぶことができます。

【プログラム】

1.なぜ研究開発部門が事業戦略を考えなければならないのか？

- キーエンスの例/日立の例

- 潜在ニーズを見つけることの2つの重要な意義

・大きな売上/高い利益率を実現

・無限の収益機会を提供

2. 潜在ニーズを見つけるフレームワークとプロセス

- 潜在ニーズの継続的収集のためのプロセスの全体像

- なぜこのような一見冗長なプロセスとなるのか

・顧客は、自分のニーズを明確にとらえてはいないもの

・提案をぶつけ続けると、潜在ニーズが見えてくる（矢的的のアナロジー）

・そのために「製品アイデア候補の創出/進化」や

「製品アイデア候補の顧客への提示」が必要となる

3. 潜在ニーズ候補の抽出/進化

- 競合他社や顧客がもたない広い視野で市場ニーズを探す

- 市場ニーズを探すための2つの視野と活動

- 提供顧客価値を拡大する：顧客価値拡大モデル<VACES>

・顧客自身の製品・サービスの提供価値向上

日本触媒の例

・顧客の懸念・面倒の払拭

日東電工/IBMの例

・顧客の全体コスト低減

東洋電機の例

・顧客社員の作業環境や能力の向上

加賀屋/コマツ/日本ペイントの例

・顧客の社会的価値の向上

ダウジョーンズ/住友化学の例

- 市場を多面的に見る：市場を見る3軸とその活動

<TAD>

・時間軸（Time）の施策 ・分野軸（Area）の施策

4. 潜在ニーズ候補の抽出/進化（続き）

- 市場を多面的に見る：市場を見る3軸とその活動

<TAD>

・深度軸（Depth）の施策

5. 製品アイデア候補の創出/進化

- 製品アイデア創出プロセス

・発散と収束を繰り返す

- タスク1：良いアイデアとはの定義

- タスク2：対象市場の選定

- タスク3：VACESの視点で市場ニーズリスト化

・効果的なブレインストーミングの実施法

- タスク4：製品アイデア候補創出<1次>

- タスク5：製品アイデア評価・選択<1次>

- タスク6：まとめ<1次>

- タスク7～タスク9<2次>の活動

6. 製品アイデア候補の顧客への提示

- 「製品アイデア候補の顧客への提示」の目的

- どういう形で製品アイデアを顧客に提示するか？

7. 最後に

【質疑応答】

『潜在ニーズ』WEBセミナー申込書

FAX番号：03-5857-4812

会社・大学			
住所	〒		
電話番号		FAX	

お名前	所属・役職	E-Mail
①		
②		

会員登録（無料） ※案内方法を選択してください。複数選択可。

 Eメール 郵送

● セミナーの受講申込みについて ●

左記の欄に必要な事項をご明記の上、FAXでご送付ください。弊社で確認後、必ず受領のご連絡をいたしまして、請求書などをお送りいたします。

セミナーお申込み後のキャンセルは基本的にお受けしておりませんので、ご都合により出席できなくなった場合は代理の方がご出席ください。

お申込み・振込に関する詳細はHPをご覧ください。
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/entry>個人情報保護方針の詳細はHPをご覧ください。
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/privacy>