

技術者のための 高付加価値製品を生む実践マーケティングセミナー

～潜在ニーズを掘り起こし、市場参入成功のための事例とノウハウを大公開!!～

— 講師 —

合同会社バリューアップ 代表社員

中小企業診断士、キャリアコンサルタント 米澤 裕一 氏

日時 2025年6月11日(水) 午後1時～5時
受講方法 ライブ配信/アーカイブ配信(2週間、何度でもご視聴可)

[重点講義内容]

技術者マーケティングは、技術を活用して顧客に新たな価値を提供するための一連の活動です。このためには、自社が保有する技術の強みをどのように活かし、顧客価値をいかにして創造するかがポイントとなります。本セミナーは、「マーケティングの基礎」から、「自社の保有する技術や開発テーマがどのような市場価値を生むのか」「市場のニーズにマッチした高付加価値製品をいかに開発するか」「市場参入をどのように成功させるか」を豊富な事例とワークを交えて学ぶセミナーです。

1. 技術を市場につなげるマーケティングとは

- | | |
|------------------------------------------------------|-----------------------------|
| (1) マーケティングの基本フレームについて | (4) STP 分析とは |
| (2) 技術者に求められるマーケティングスキルとは | (セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング) |
| (3) セルフワーク: 市場環境分析
(外部環境分析、5C 分析、差別化の方向性、SWOT 分析) | (5) マーケティングミックスについて |

2. 自社の「保有技術の活用と応用」

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------------------|
| (1) 「シーズ志向」「ニーズ志向」とは | (5) ニーズ志向の事例紹介(ミツカン、アイリスオーヤマ) |
| (2) シーズ発想とニーズ発想のすり合わせ | (6) セルフワーク: 引き算型製品開発 |
| (3) シーズ志向の事例紹介
(キヤノン、富士フイルム) | (7) シーズ志向の市場開発の進め方
(技術の棚卸→技術評価→顧客価値への変換) |
| (4) ニーズ志向の市場開発の進め方 | |

3. 高付加価値製品開発の進め方

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| (1) 高収益製品の構造 | (7) セルフワーク: 潜在ニーズの探索について |
| (2) 顧客提供価値を分解して考える | (8) 潜在ニーズに基づく製品開発事例(キーエンス) |
| (3) セルフワーク: 顧客提供価値の算出方法 | (9) 潜在ニーズに着目して高収益製品を目指す |
| (4) 顧客提供価値を高めるための潜在ニーズの探索 | (10) マスカスタムとは |
| (5) 潜在ニーズを探索する質問について | (11) マスカスタム製品の構造と事例 |
| (6) 潜在ニーズ・顕在ニーズの事例紹介 | |

4. 成功確率を高めるための市場参入戦略

- | | |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------|
| (1) 参入市場の見極めで使えるフレームワーク | (6) PPM から見る事業成長の流れ |
| (2) セルフワーク: 参入市場のアイデア創出 | (7) 市場の魅力度の分析方法(BMO 法) |
| (3) プロダクトライフサイクル理論と5つの購買層 | (8) ランチェスター戦略に基づく市場参入時期別の戦い方
(ゲーバーチョコキ理論) |
| (4) 市場参入における
「先発企業」「後発企業」のメリット・デメリット | (9) 導入期の戦略(ゲーの戦略)と事例紹介 |
| (5) PPM
(プロダクト・ポートフォリオ・マネージメント)とは | (10) 成長期の戦略(パーの戦略)と事例紹介 |
| | (11) 成熟期/衰退期の戦略(チョコキの戦略)と事例紹介 |
| | (12) 事業撤退の判断基準 |

5. まとめ/質疑応答

PROFILE 米澤 裕一(よねざわ ゆういち) 氏

1985年にキヤノン販売(現キヤノンMJ)に入社後、30年間で2500社以上の経営者と面会し、儲かる企業と儲からない企業の違いを体感。着実に利益成長する企業になるための方法について研究を行う。独立後はランチェスター戦略の専門家として、小規模 NO1、部分的 NO1 を目指す企業の戦略づくりや実践の支援、黒字化支援コンサルティングなど、200社以上の経営力向上に貢献している。近著「小さな会社の儲けの仕組みの教科書」(クローバー出版社)。

