

# 事業の基本となる商品力の評価方法の解説と簡易演習 「新規事業テーマの評価ロジックチャートの使い方」 セミナー

～ 評価力の向上は企画力の向上につながる ～

開催日：2019年7月22日（月）  
10:30～17:00

「この商品は売れるのか」、「どの程度売れるのか」の判断は、新規事業テーマ評価のもっとも基本となる項目です。市場規模の信頼できるデータがある場合はそのデータを活用することができますが、そのようなデータ存在していない新しい商品やサービスカテゴリーの場合は、拠り所がなく困ってしまいます。この場合、アンケート調査での購入意向調査なども行なわれますが、しかし、調査方法、客観的考察が難しいというのが実態です。

このような調査による検証や“勘”により判断するという方法もありますが、そのような方法で判断するにあたって、もう少し論理的に考察したいという要望はあるのではないのでしょうか。この“ある程度テーマを論理的、体系的に評価したい”という要望に応えるツールが「評価ロジックチャート」になります。

売上規模に影響を与える基本項目は、“商品力”、“戦略力”、“実行力”の3つと考えますが、もっとも基本となる項目は“商品力”になります。そして、この商品力を評価するキーワードは、“置き換え”になります。

評価ロジックチャートは、“置き換え”をキーワードに構築された評価方法であり、特に、新規事業テーマの探索企画活動の初期段階での評価に有効なツールになります。

本セミナーは、新市場が生まれるメカニズム、顧客の商品選択のプロセスを解説した上で、評価ロジックチャートの使い方を解説すると共に、簡易的な演習を行なう実践的な内容となっています。

## 本セミナーの特徴

- ◆“商品力”にフォーカスした評価方法を解説します。
- ◆簡易的な演習により、評価ロジックチャートの使い方のコツを学んでいただきます。
- ◆評価力を向上することで企画力の向上につなげていくための考え方と進め方も解説します。

【講義と簡易演習】

【講義】

1. 一般的なテーマ評価の考え方の洞察

- ・“他社と同じテーマ”の方が評価点が高くなる理由は？
- ・他社やっていないことを提案すると反対される、他社がやっていることを提案すると遅いと言われるのは何故？
- ・何故、90%が賛成するテーマは成功しないか？
- ・新規性が高いテーマは市場性が評価できない、そのため“最後は勘”で結論づける？
- ・市場性が評価しやすいテーマとしにくいテーマは？
- ・適社度で評価すると新しいビジネスモデルは採用されない？
- ・適社度で評価することはいつも正しいのか？
- ・現状のテーマ評価の仕組みは新しいコトをさせないようになっている

2. 新規事業、新市場が生まれるメカニズム

- ・新規事業、新市場が生まれるメカニズム
- ・何故、新しいテクノロジー、流行りのキーワードに注目するのか
- ・新規事業開発は、“置き換え”市場開発と考えると分かりやすい

3. 商品・サービスの価値を顧客はどのように判断するのか

- ・顧客は商品・サービスをどのようなメカニズムで選択するのか
- ・顧客価値を構造的に捉えて整理する
- ・基本価値と付加価値に分ける意味
- ・意味のある価値の差別化の見つけ方
- ・需要予測が難しい理由の本質

4. 商品力の評価ロジックチャートの使い方

- ・論理的検証と調査的検証
- ・購入意向調査が高めに出る理由
- ・新規事業テーマ評価の基本3要素は、商品力、戦略力、実行力
- ・“置き換え”とはどういうことか
- ・商品力評価のキーワードは“目的”、“相対評価”、“未来リスク”
- ・評価ロジックチャートの考え方
- ・評価ロジックチャートの体系
- ・商品力評価のために必要な未来のリスク予測
- ・評価ロジックチャートによる商品力の評価のポイント
- ・新規事業テーマのチェックリスト

【簡易演習】

- ・評価ロジックチャートによる商品力評価演習①
  - － 評価が比較的容易なテーマ
- ・評価ロジックチャートによる評価演習②
  - － 評価が難しいテーマ

【講義】

5. 魅力ある新規事業テーマの発案の考え方と進め方

- ・一般的テーマ探索と目的指向アプローチの違い
- ・目的指向のアプローチの進め方とポイント
- ・自社単独では難しい置き換え市場の狙い方と進め方
- ・2社によるフュージョン型新規事業開発とは
- ・2社間の情報交換で終わらないための工夫

【質疑】

講師プロフィール

株式会社リーディング・イノベーション 代表取締役社長／新規事業開発上級職人 芦澤誉三  
 1982年 早稲田大学理工学部卒業。石油開発のエンジニアリング会社を経て、日本能率協会コンサルティングに入社し、約13年間、新規事業開発、及びマーケティング関連のコンサルティングを行なう。その後、一部上場メーカーにて新規事業開発に携わり、別会社として独立し取締役に就任。現在、(株)リーディング・イノベーションの代表取締役／新規事業開発上級職人として、大手・中堅の新規事業開発、研究所発の新規事業開発、研究テーマ開発など、中小企業の新規事業プロデュースの支援を行なっている。

専門領域

新商品・新規事業開発、シーズtoビジネス、フュージョン型新規事業開発

主な著書、論文

「ビジネスレイヤー別新規事業開発実践ガイド」(企業研究会)、「事業化プロデューサー養成講座」(明日香出版社)、「LLPとLLCの基本と仕組みがよ〜くわかる本」(秀和システム)、「新規事業意開発の通説と現状を掘り下げる」(ビジネスリサーチ:企業研究会)、「新規事業開発に立ちふさがる壁に挑む」(ビジネスリサーチ:企業研究会)、顧客満足を先取りする“提案開発アプローチ” (ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス・レビュー)、等多数。

事業の基本となる商品力の評価方法の解説と簡易演習  
「新規事業テーマの評価ロジックチャートの使い方」セミナー  
～ 評価力の向上は企画力の向上につながる ～

◆お申し込み方法

下記のいずれかの方法にてお申し込みください。

- ①下記のお申し込みフォーマットに必要事項を記入し、FAXにてお申し込みいただく。
- ②下記お問合せ先にあるメールアドレスより、お申し込みいただく。

◆開催日

2019年7月22日(月) 10:30～17:00

◆会場

都道府県センター 会議室  
東京都千代田区平河町2-6-3  
TEL 03(5212)9162

◆参加費用

40,000円(消費税込み)／人

貴社名			
住所	〒		
ご参加者①	部署	役職	
	お名前	TEL.	E-mail
ご参加者②	部署	役職	
	お名前	TEL.	E-mail

お問い合わせ

株式会社リーディング・イノベーション  
東京都千代田区丸の内2-2-1 岸本ビル6階  
Tel.03-5953-8950 FAX.03-5953-8862

担当:高橋

URL:<http://www.lead-in.com>

E-mail:[takahashi@lead-in.com](mailto:takahashi@lead-in.com)



あなたの会社の新しい売上を創出する  
「事業化プロデューサー養成講座」  
リーディング・イノベーション著  
明日香出版社



図解入門ビジネス 最新LLPとLLCの  
基本と仕組みがよくわかる本」  
リーディング・イノベーション著  
秀和システム



「ビジネスレイヤー別-新規事業開発  
実践ガイド」  
リーディング・イノベーション 芦沢誉三著  
企業研究会