

オンライン

# 「脱常識で丁寧に進める事業テーマの探し方」セミナー

～置き換え理論によるテーマ探しと、もうひとつの技術戦略～

開催日：2026年3月27日（金）

13:00～17:00

中期R&Dや新規事業のテーマ探索において、多くの企業が共通して抱える悩みがあります。それは、「成長分野を狙うべき」「自社の強みを活かすべき」「飛び地のテーマは避けるべき」といった“常識”に従って検討しているにもかかわらず、有望な事業テーマにたどり着けないという課題です。

実は、これらの常識は必ずしも現在の事業環境に適したものとは言えません。これらは1980年代前半、成長分野が数多く存在していた時代に、「何を選べばよいのか分からない」という企業ニーズに応える形で生まれた考え方です。しかし、市場の成熟、競争の激化、技術の高度化が進んだ現在においては、同じ考え方では新規事業の可能性を十分に引き出せないケースが増えています。

本セミナーでは、こうした新規事業探索における“思い込み”や“前提条件”を一度リセットし、これからの時代に求められる事業テーマ探索の考え方を分かりやすく解説します。

差別化された価値を持つユニークな事業テーマを見つけるためには、従来の常識に沿った検討ではなく、事業の本質に立ち返ったアプローチが不可欠です。具体的には、「ニーズとは何か」「潜在ニーズをどのように捉えるのか」「顧客価値はどのような構造で成り立っているのか」「後発参入でも勝てる戦略とは何か」「新規事業開発の視点で技術をどう整理するか」「ニーズ・商品・価値の変換方法」など、実務に直結する観点から整理していきます。

これらを体系的に結び付けた実践手法が、「置き換え理論による事業テーマ探索」です。本セミナーでは、この手法を用いて、「検討で終わらない」「次のアクションにつながる」事業テーマ探索の進め方を具体的に解説します。

さらに、事業テーマが明確になることで、次を取るべき技術開発の方向性も自然と見えてきます。本セミナーでは、事業起点で技術戦略を構築する考え方として、応用性・汎用性の高い「機能製品技術」という切り口についても解説します。これにより、単発の開発で終わらない、中長期視点の技術戦略を描くことが可能になります。

本講座は、

- ・新規事業テーマがなかなか定まらない
- ・技術開発と事業戦略のつながりに課題を感じている
- ・中期R&Dテーマの整理・再構築を進めたい

といった課題をお持ちの方に特におすすめの内容です。

皆様のご参加を心よりお待ちしております。

## 本セミナーの特徴

- ◆ 中期R&D、新規事業テーマ探索における重要な考え方について掘り下げた解説
- ◆ 置き換え理論による新規事業テーマ探索の実践的進め方についての解説
- ◆ ニーズ・商品・価値の変換というアイデア発想のやり方についての解説

### 1. 思い込み、前提条件のリセット

- ・「成長分野を狙え」に潜む3つの問題
- ・「強みを活かせ」に固執ことの問題
- ・「飛び地はやるな」が常識化された背景
- ・新規事業の常識は1980年代前半に作られた
- ・「未来予測から始める進め方」の問題
- ・「悪意なくテーマを潰す評価会議」になってしまう理由
- ・常識の思い込みが継続する理由

### 2. 重要な言葉の本質を丁寧に掘り下げる

- ・「ニッチ戦略」と「安全地帯戦略」の違い
- ・ニーズは3層構造で捉える
- ・潜在ニーズを掘り起こす方法
- ・顧客価値はどのような構造で捉えられるのか
- ・価値の差別化とは何を差別化するのか
- ・典型的な商品アイデア発想のメカニズム
- ・商品のアイデア検討は変換のプロセスと捉えられる
- ・目的型商品と機能型商品の違いと重要性

### 3. 新規事業探索から見た技術の体系

- ・要素技術分解をしてもアイデアが出てこない理由
- ・技術の強みと得意技術の違い
- ・新規事業テーマ探索に必要な技術の体系
- ・機能製品技術の重要性と使い方
- ・素材・部品事業のテーマ探索に必要な技術の体系

### 4. 置き換え理論とは

- ・新しい商品カテゴリーは置き換えによって生まれてきた
- ・顧客が商品を判断するメカニズム
- ・コスト、差別化、ニッチ以外の後発参入で勝てる戦略
- ・置き換え戦略から見た事業の4分類マップ
- ・基本価値と付加価値と価格に分ける意味
- ・置き換えが生まれる原則

### 5. 置き換え理論による事業のテーマ探しの進め方

#### (1) 進め方の全体像

- ・成功するテーマ企画は解像度が高い
- ・進め方の全体像(解像度を高めるためのプロセス)
- ・素材・部品事業と最終製品・サービス事業の進め方の違い

#### (2) 自社にふさわしい探索領域を設定する分析方法

- ・事業の歴史に探索領域設定のヒントがある
- ・素材・部品事業の探索領域の設定方法
- ・最終製品・サービス事業の探索領域の設定方法

#### (3) 解像度を上げるための探索領域の絞込み

- ・探索領域を構造化する(ビジネス構造マップの作成)
- ・置き換えの狙い目となるニーズギャップ
- ・特段の不满はない所に潜むニーズギャップ仮説
- ・変化から生まれる新たなニーズギャップ仮説
- ・構造マップから見つけるブルーオーシャン仮説

#### (4) ニーズギャップを顧客価値に変換する

- 素材・部品事業の顧客価値変換プロセス
- ・ニーズギャップ仮説⇒目的⇒顧客⇒具体的ニーズギャップ⇒機能製品技術+商品アイデアの変換プロセス
- ・顧客価値の設計とリファイン検討
- ・もうひとつの技術戦略の検討
- ・単発で終わらない中長期シナリオ
- 最終製品・サービス事業の顧客価値変換プロセス
- ・ニーズギャップ仮説⇒目的⇒顧客⇒具体的ニーズギャップ⇒商品アイデア+実現手段の変換プロセス
- ・顧客価値価値の設計とリファイン検討

### 6. 競争優位戦略の立案

- ・新規事業の成功の核心は既存事業の強みではない
- ・事業成功の核心は事業毎に異なるため戦略発想が必要
- ・事業成功の核心を見つける分析方法

### 7. 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／シニア・コンサルタント 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／シニアコンサルタントとして、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、事業化プロデューサー人材の育成などの支援を行なっている。

#### 専門領域

新商品・新規事業開発、わくわくマネジメント開発

#### 主な著書、論文

「欲求の本質に迫る」(Kindle出版)、「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)、「技術シーズの新規事業開発への結びつけ方」(経営センサー:東レ研究所)等多数。

# 「脱常識で丁寧に進める事業テーマの探し方」セミナー

～置き換え理論によるテーマ探しと、もうひとつの技術戦略～

## オンラインセミナー

### ◆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

2026年3月6日(木) 13:00～17:00

### ◆開催方法

Zoomによるオンライン開催

### ◆参加費用

30,000円(消費税別)／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



「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



「欲求の本質に迫る: ポップで深いニーズの考察」  
ビジネスマンに必要な企画の思考力

リーディング・イノベーション 芦沢誉三 著  
アマゾンKindle版