

何から始めればいいのか？

「新商品・サービス・事業」サポート

◆今までの今までよいのか、不安はありませんか？

情報が多すぎて
どうすればいいか
分からず

経験がない
自分たちにも
できるのか？

新しいアイデアが
なかなか
出てこない。

思い付きを
実現するには
どうすれば？

どのくらい、
人、もの、金が
かかるのか？

最初から最後までご一緒にします。

◆まずは「全体の状況を」自分達で整理しよう！

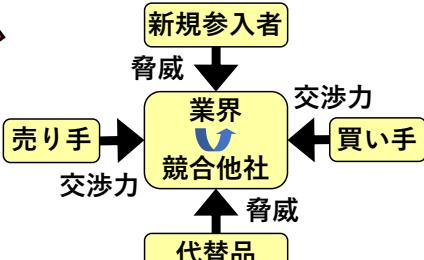
PPM分析
(今の競争力はどんな状況?)



SWOTクロス分析
(どう守り、どう攻める?)



ファイブ・フォース分析
(外の状況は?)



アンゾフのマトリックス
(どこを攻める?)



【コンサルのねらい/特徴】

- ・マーケティングの原点「顧客が求める価値を届け、対価を頂く」から考える。
- ・自社のありたい姿を明確にし、実現手段として、新商品・新サービス・新事業を考える。
- ・顧客の具体的な声や行動から、本音のニーズを引き出し、新しい価値軸を提案。
- ・新価値実現のアイデアを組合せ、具体的な商品・サービス・事業として成立させる。

担当分野：新事業・商品開発、健康経営、ものづくり効率化

＜経歴＞

- ・1982年4月 本田技術研究所に入社 シャシー設計に配属
- ・1991年4月 商品企画室に異動、新市場、新商品企画担当
- ・2010年4月 企業戦略・組織改革部門に異動
- ・2017年7月 定年退職後、技術系コンサルティング会社起業
- ・2017年9月 東京ナレッジプランのメンバーとなる

＜主な講師履歴＞

- ◆ボリテクセンターに対して2回の講師を担当
- ◆酒類卸会社に対して6回の講師を担当
- ◆大阪大学工学部機械工学科において、特別講義を担当

講師紹介



田中尋真

コンサルティングメニュー（新商品・サービス・事業サポート）

コンサル対象：ものづくり、ハード/ソフトウェア開発・製造、卸販売、サービス業

コンサルテーマ

「新商品・新サービス・新事業」サポート

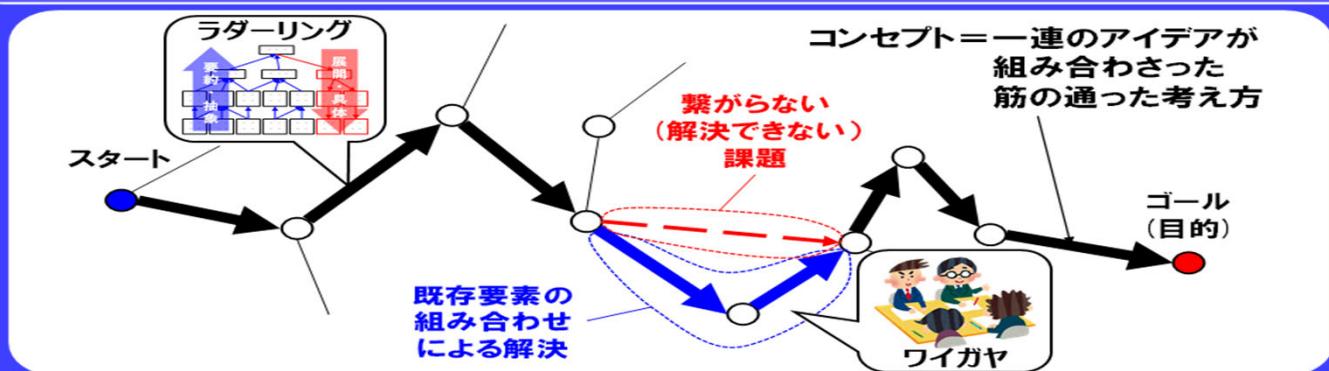
【課題】

- ・情報が多くてどうすればいいかわからない。
- ・経験がない自分達にもできるのか？
- ・新しいアイディアがなかなか出てこない。
- ・思い付きを実現するにはどうすれば？

【課題解決・目標達成】

- ・過去新規事業開発に関わって来たメンバーの経験を活かし、結果が出るまで支援します。
- ・現状に合わせた最新の手法をフレームワーク化して、未経験者にも分かりやすく対応出来るようになります。

◆どうやつたらできるのか、考えよう！



【ステップ例】

コンセプトの流れ	コンセプトの検証
①世の中に、どう役立ちたいかという目的の明確化	・なぜつくるのか？
②タイミングも含めた商品の存在理由の確認	・企業理念と合っているのか？
③的確な顧客セグメンテーション 市場の実状、法規・社会動向等の把握に基づく	・なぜ今必要なのか？
④十分な顧客ターゲットの絞り込み デモグラフィック属性、価値観等の特徴による	・市場はどうなっているのか？
⑤ターゲット顧客のニーズ把握 価値観深堀りと価値基準の理解	・今後どうなって行くか？
⑥シーンの想定 いつどこで使われるのかを想定	・顧客はどんな人か？
⑦ポジショニングの明確化 他には無い顧客への提供価値を宣言	・何が喜ばれるのか？
⑧実現方針の明確化 今まで不可能だったことを可能にする筋道を見つける	・いつ、どこで、どんな風に使われるのか？
⑨顧客の反応確認 リードタイムが短く投資が小さい商品などは、地域を限定したテスト・マーケティングも有効	・顧客に何ができるのか？
	・新規性や独自性はどこか？
	・成立の筋道とポイントは何か？
	・本当に顧客に喜ばれているか？

＜基本料金＞

料金につきましては、弊社にご相談ください。

【問い合わせ先】

株式会社東京ナレッジプラン

関東地区：営業部 内藤 ☎:080-2091-7839

✉:junji_naito@kngplan.com

中部地区：営業部 栄山 ☎:080-9756-6260

✉:masato_tochiyama@kngplan.com

関西地区：営業部 吉田 ☎:080-6213-2758

✉:kenichi_yoshida@kngplan.com

メンバー紹介（新事業商品開発）

講師名：田中尋真



田中尋真

担当分野：新事業・商品開発、健康経営、ものづくり効率化

経歴

- ・1982年4月 本田技術研究所に入社 シャシー設計に配属
- ・1991年4月 商品企画室に異動、新市場、新商品企画担当
- ・1996年4月 モータースポーツ開発室に異動、情報分析担当
- ・2010年4月 企業戦略・組織改革部門に異動
- ・2011年10月モータースポーツ開発室に復帰、対外交渉担当
- ・2017年7月 定年退職後、技術系コンサルティング会社起業
- ・2017年9月 東京ナレッジプランのメンバーとなる

講師履歴

- ・ポリテクセンターに対して2回の講師を担当
- ・酒類卸会社に対して6回の講師を担当
- ・大阪大学工学部機械工学科において、特別講義を担当

講師名：羽山正人



担当分野：営業、マーケティング、新事業・商品開発

経歴

- ・1989年4月 パナソニック社に入社 自動車部品部門に配属
 - ・1989年9月～2000年9月 本田技研工業 担当
 - ・1989年10月～2010年3月 トヨタ自動車担当
 - ・2010年4月～2014年3月 マツダ担当
 - ・2014年4月～2019年2月 トヨタ合弁電池会社担当
 - ・2019年3月～2021年9月 マツダ担当
- 32年間一貫して営業部門で、主に新規ビジネススキーム新規商材開発を担当。

講師履歴

- ・パナソニック社において
- 全社自動車新規ビジネスプロジェクト営業リーダー
- 電池ビジネススキーム構築の営業リーダー

講師名：内藤淳二



担当分野：営業・マーケティング、新事業・商品開発
健康経営

経歴

- ・1981年4月 パナソニック社に入社 自動車部品部門に配属
- ・2018年10月 38年間一貫して営業部門を担当
- ・2018年11月 ドイツの自動車部品調査会社に入社
- ・2019年8月 東京ナレッジプランのメンバーとなる
- ・2021年1月 ドイツの自動車部品調査会社を退社

講師履歴

- ・ポリテクセンターに対して6回の講師対応
- ・大手倉庫会社に3回のコンサル対応
- ・酒類卸会社に対して6回の講師対応
- ・パナソニック社において日本経営品質プロジェクトリーダー
- ・北米パナソニック社において新規事業開発リーダー

講師名：東尾雅由



担当分野：
営業・マーケティング、新事業・商品開発

経歴

- ・1983年4月 パナソニック社に入社 自動車部品営業部門に配属
- ・1983年10月 トヨタ自動車を担当
- ・2003年4月 中国販売会社に出向（天津・上海：販売会社責任者）
- ・2009年4月 半導体事業部門に異動（車載モジュール事業責任者）
- ・2016年4月 自動車部品事業部門に異動（新規顧客開拓担当）
- ・2018年9月 中小表面処理企業に転職（営業企画・マーケティング担当）

講師履歴

- ・パナソニック社において
- 営業社員：営業活動の基本及び提案活動の実践等を指導
- 組織責任者：部門運営、部下育成、リーダーシップ等を指導
- 仕入先：B C P 及び Q C D 視点での体制強化について指導
- ・コンサル対応
- 中小の旅館、金型部品企業、カーディーラーに対しマーケティング戦略を提案