

何から始めればいいのか？

「新商品・サービス・事業」サポート

◆今までのままでいいのか、不安はありませんか？

情報が多すぎて
どうすればいいか
分からない

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。

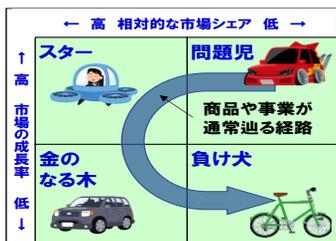
思い付きを
実現するには
どうすれば？

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します。

◆まずは「全体の状況を」を自分達で整理しよう！

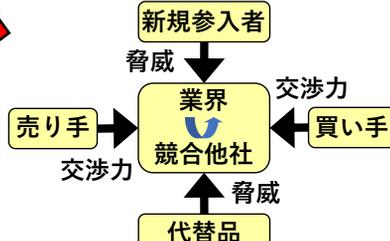
PPM分析
(今の競争力はどんな状況?)



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>

- ◆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



田中尋真

講師紹介

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

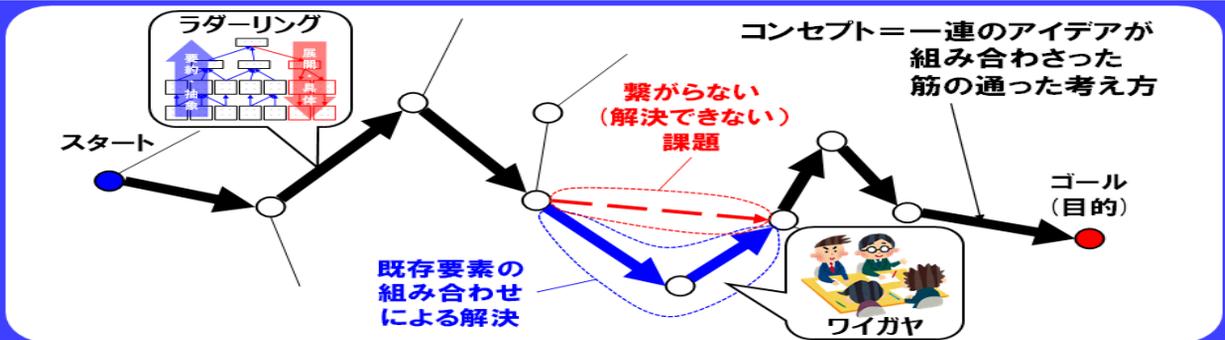
【課題】

- ・情報が多すぎ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します。

◆どうやったらできるのか、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？ ・企業理念と合っているのか？
②タイミングも含めた商品の存在理由の確認	・なぜ今必要なのか？
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	・市場はどうなっているのか？ ・今後どうなって行くか？
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	・顧客はどんな人か？
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	・何が喜ばれるのか？
⑥シーンの想定 いつどこで使われるのかを想定	・いつ、どこで、どんな風に使われるのか？
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	・顧客に何ができるのか？ ・新規性や独自性はどこか？
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	・成立の筋道とポイントは何か？
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	・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

関東中部北陸地区：営業部 内藤 ☎:080-2091-7839

✉:junji_naito@kngplan.com

東北地区：営業部 馬場 ☎:080-2286-2950

✉:shunichi_baba@kngplan.com

西日本地区：営業部 松田 ☎:090-6835-1994

✉:a.matsuda517@gmail.com