

「市場の知識」の強化・「技術の知識」の強化・「自社の強み」の利用 意図的に革新的テーマを創出する要件  
社内カリスマ等の個への依存、偶発的な思い付き、取引先の御用聞き的な対応からの脱却



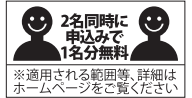
価値づくりセミナー

# 革新的テーマ・アイデアを『継続的に多数』創出する 『体系的・組織的』な仕組みづくり

～競合に先んじて新規テーマを創出する全体体系、具体的な活動とその運用・機能化～

- 革新的テーマを創出する大きなメカニズム■
- そこに基づく、革新的テーマを創出する全体体系■
- 革新的テーマを創出するための様々な方策・活動■

<価値づくり特集セミナー>



日時 2019年2月20日(水) 10:30～16:30 会場 東京・港区浜松町 芝エクセレントビル B1F KCDホール

受講料 48,600円 ⇒S&T会員 46,170円 ※S&T会員(郵送DM案内あるいはE-mail案内を希望される方)は価格が5%OFFになります。  
(定価:本体45,000円+税3,600円 会員:本体42,750円+税3,420円)

資料・昼食付

講師 ベクター・コンサルティング(株) 代表取締役 浪江 一公 氏

## 趣旨

今、新興国の企業は日本企業の経営や技術を徹底して研究し、それまでリードしてきた日本企業を追い上げ、既に少なからぬ分野で日本企業を凌駕する状況が生まれています。日本企業が、欧米企業はもとより、このようなますます厳しくなる新興国の企業との競争に勝つためには、研究開発においても同じ土俵で研究開発を競うのではなく、競合企業に先んじて革新的なテーマを継続的に創出し取り組むことが極めて重要になってきています。なぜなら、5社が同じテーマに取り組んでいたら、一位になれる確率は平均で20%に過ぎないからです。しかし、革新的なテーマを継続的に創出するためには、多くの企業でこれまで行ってきたような、取引先からの依頼への対応や研究者個人に依存したテーマ選択、小手先のアイデア発想法だけでは不十分です。今、革新的テーマを継続的に創出するために求められているのは、そのための体系的な組織的仕組みです。

本セミナーではこの『体系的な組織的仕組み』をテーマに議論を行います。既に先進的な企業においては、このような取り組みが行われています。また、このような考え方をもとに、実際の企業の事例をあげながら『体系的な仕組み』について議論していきます。セミナーの最後では、アイデア創出演習を「鉄道車両」を例に行っていただきます。

## プログラム

1. なぜ革新的テーマの創出が必要なのか？
2. 革新的アイデアを継続的に創出するメカニズム
3. 顧客価値の提供機会を見つける視点
4. 革新的テーマ創出に向けてのスパークのための3つの原料
5. スパークを起こし革新的テーマを創出するための4つの要件
6. アイデア創出の演習(グループワーク)  
-鉄道車両メーカーのアイデア創出  
-顧客価値拡大モデル(VACESモデル)を使って
7. 最後に  
□質疑応答□

■2名同時申込みで1名分無料■  
(1名あたり定価半額の24,300円)

※2名様ともS&T会員登録をしていただいた場合に限りです。※受講券、請求書は、代表者にご郵送いたします。  
※同一法人内(グループ会社でも可)による2名同時申込みのみ適用いたします。  
※3名様以上のお申込みの場合、左記1名あたりの金額で受講できます。  
※「価値づくりセミナー専用クーポン」以外の割引は適用できません。  
※請求書および領収書は1名様ごとに発行可能です。(通信欄に「請求書1名ごと発行」と記入ください。)

※講師、プログラムの内容が変更になる場合もございます。最新の情報はHPにてご確認ください。※申込用紙が複数枚必要な場合等は、本用紙をコピーしてお使いください。