

梅澤式商品開発メソッドによる 成功商品開発 ベーシックセミナー

～ 商品開発の成功率を飛躍的に向上させ、
長期シェアNo.1の商品に育てるノウハウを学ぶ ～

会期 2026年10月19日(月)～20日(火) 2日間とも 10:00～17:00

会場 日本能率協会 研修室 (東京都港区芝公園)

対象 ・メーカー、サービス業の商品企画部門・マーケティング部門・営業企画部門などのスタッフの方々
・ブランドマネジャー、プロダクトマネジャーの方々
・本テーマにご関心のあるの方々

講師 清水 孝洋 氏 商品企画考房 代表 / 一般社団法人日本市場創造研究会 理事

■ 特長

「成功商品」とは「長期間 No.1 商品」であり「新市場創造型商品」によってもたらされるということが明らかになりました。「新商品」は誰でも作れます。しかし「成功商品」をつくる方法は多くはありません。永年にわたって洗練されてきた「成功商品開発」の理論とノウハウを余すことなく学びます。

■ このような方におすすめです

- 次のような実務上の課題をお持ちの方が本コースを受講しています。
- ◆ 競合メーカーの売れ筋商品の類似品開発を上司から指示されることがあるが、ロングセラー商品にはなり得ない、と悩んでしまう
 - ◆ 商品開発のためのネタをコンセプトに昇華させる方法が構築されていない。また、定性調査による着眼点を、どう商品開発につなげていけば良いかわからない
 - ◆ 開発が技術シーズからのプロセスが中心であり、ニーズが後づけになってしまっている
 - ◆ 毎年、相当な額の投資をするが新しいカテゴリーを開拓できない
 - ◆ 仕組みは理解しているが、どうやって何から進めるのが効率的なのか、クリアになっていない

■ プログラム

各日 10:00～17:00 (昼休み 12:00～13:00)

1日目

- 1 戦わずロングセラーをコンスタントに生む仕組み**
 - (1) なぜ成功率が低いのか (2) なぜ「MIP」が少ないのか
 - (3) MIPが生まれにくい企業内環境
 - (4) 競い合いのメリット/デメリット
- 2 「MIP」による成功商品開発 — 非戦マーケティング**
 - (1) 「MIP (新市場創造型商品)」とは何か
 - (2) MIP開発とMIP化 (3) カテゴリーの重要性と代表度
- 3 成功商品が生まれる環境**
 - (1) ドメイン設定の重要性 (2) 成功商品が生まれる環境
- 4 売れる商品とは何か**
 - (1) 消費者ニーズ理論 (2) C/Pバランス理論
 - (3) 未充足ニーズ理論 (4) MIP理論
- 5 キーニーズ独創法**
 - (1) 商品コンセプト開発の重要性
 - (2) 非常識反転発想法
- 6 キーニーズ洞察法**
 - (1) ニーズの探求
 - (2) GDIによる洞察
- 7 MIPコンセプト開発 (キーニーズ法) 実習**
 - (1) 未充足ニーズの発掘
 - ・ 問題・行動・ニーズ表
 - ・ CAS分析による未充足化

2日目

- 7 MIPコンセプト開発 (キーニーズ法) 実習**

(前日のつづき)

 - (2) 商品コンセプト開発
 - ・ 要するにアイデア出し
 - ・ MIPコンセプト完成
 - ・ IBUによるアイデアの具体化
- 8 MIPコンセプト発表**
 - (1) 発表
 - (2) 講評

【用語解説】

(MIP)MIPとはMarket Initiating Productの略で、それまでの商品にはできなかった生活上の問題を(商品上以外の問題)を解決する、すなわち、消費者の未充足の強いDoニーズに応じて生活変化(新しい生活)をもたらす、独自性の高いベネフィットを持った商品です。MIPは市場を創造し、長い間企業を支えるロングヒット商品となるのです。

〈未充足度〉未充足度とは、ニーズが満たされていない度合いを指します。よって、未充足度が高ければ高いほど売れる商品が得意な商品です。

〈Haveニーズ〉消費者ニーズの深層構造の最下位に位置するニーズ。別名所有ニーズや商品ニーズと呼ばれ、「○○が欲しい」で表されます。「水が欲しい」はHaveニーズです。

〈Doニーズ〉消費者ニーズの深層構造で中位に位置するニーズ。別名生活ニーズや行為ニーズと呼ばれ、「○○したい」で表されます。成功商品開発の重要なポイントとなるニーズです。「喉を潤したい」はDoニーズです。

〈キーニーズ洞察法〉商品コンセプトを構成する要素は「消費者ニーズ」とそれを解決する「商品アイデア」です。成功商品開発メソッドであるキーニーズ法の「消費者ニーズ」発掘プロセスをキーニーズ洞察法とよんでいます。

〈キーニーズ独創法〉商品コンセプトの要素である、「商品アイデア」を発想するための独創法をキーニーズ独創法と呼んでいます。強制結合やメラキアの発想などを駆使して、消費者ニーズに応えるユニークなアイデアを独創します。

〈メラキ直り〉商品開発上のカベ(問題)に遭遇した場合、通常は「問題を解決」することを検討しますが、メラキ直りでは、「問題でもよい」、「問題のほうがよい」というキーワードを使って問題を解決します。梅澤氏が提唱するメラキアの発想に由来するもので、メラキアとはアキラメの反対。アキラメないの意です。

*最新の参加申込規定、参加料はお申込みページにございますので、ご確認、同意のうえお申込みください。

*プログラム内容は変更される場合があります。あらかじめご了承ください。



梅澤式商品開発メソッドによる 成功商品開発ベーシックセミナー

講師紹介 (敬称略)

清水 孝洋

商品企画考房 代表

一般社団法人日本市場創造研究会 理事

1989年大手文具事務用品メーカーに入社。

広告宣伝、販売促進、デザイン部門、営業部門、調査部門、中期計画策定事務局を経て、2005年よりマーケティング部門責任者、営業企画部門責任者、海外企画部門責任者を歴任。メーカー勤務でありながら小売バイヤーを経験したり、デザインディレクターとしてグッドデザイン賞を受賞するなど幅広い業務を担当。

長年にわたりヒット商品に関わる、調査、コンセプトづくり、パフォーマンスづくりを実践。

そのかわり、梅澤伸嘉氏に師事し、独創法の研究やキーニーズ法コンセプターとして、社内外の教育研修、産学連携による学生の技能向上、各種講演会などを通じて梅澤式商品開発メソッドを知らしめる活動に従事。

2011年からは市場創造研究会理事として各種分科会リーダーとして活動。

お申し込みについて

定員になり次第、申込受付を終了します。お早めにお申し込みください。

1



パソコン(各種検索サイト)からダイレクトで

セミナーID(半角数字) で検索

もしくは、<https://school.jma.or.jp/>

※貴社の情報セキュリティ方針等でwebからのお申し込みが難しい方は
JMAマネジメントスクールまでお電話にてお問い合わせください。

TEL : 03(3434)6271

2



スマートフォン
タブレットから



参加料 (消費税込)

一般社団法人日本能率協会法人会員	114,400円/1名
上記会員外	126,500円/1名

※参加料にはテキスト(資料)費が含まれています。

※昼食の提供はございません。(各自でご用意ください。)

※法人会員ご入会の有無につきましては、下記HPIにてご確認ください。

<https://www.jma.or.jp/membership/>

※参加申込規定はJMAマネジメントスクールのWebページ(<https://school.jma.or.jp/>)に掲載しておりますのでご確認ください、ご同意のうえお申し込みください。

キャンセル規定

キャンセルのご連絡日	キャンセル料
開催15日前～開催8日前 (開催当日を含まず)	参加料の10%
開催7日前～前々日 (開催当日を含まず)	参加料の30%
開催日 前日	参加料の全額
開催日 当日	参加料の全額

無断でご欠席された場合も参加料の100%を申し受けます。

※一部のセミナーにおいて上記規定と異なる場合がございますので、ご確認のうえお手続きをお取りいただきますようお願い申し上げます。

会場開催の会場案内

会場地図は、参加証送付時にご案内いたします。

日本能率協会 研修室 〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22

参加定員 15名

※開催催行最少人数に満たない場合は中止する場合がございます。

申込に関するお問い合わせ先 (参加証・請求書・キャンセル・変更などに関する内容)

JMAマネジメントスクール TEL : 03(3434)6271

電話受付時間 月～金曜日9:00～17:00 ただし祝日を除く

E-mail : seminar@jma.or.jp FAX : 03(3434)5505

プログラム内容に関するお問い合わせ先 (企画担当)

一般社団法人日本能率協会 経営・人材革新センター

〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22 TEL : 03(3434)1955(直通)

会員制度のご案内

一般社団法人日本能率協会は法人を対象とした法人会員制度を設け、セミナー参加料割引をはじめ各種サービスを提供しております。

是非この機会にご入会をご検討ください。

詳細は <https://www.jma.or.jp/membership/>

日本の経営革新

×
学びと成長



日本能率協会(JMA)は、企業経営の要である「ひと」の力を最大にするを通じ、新たな経営・組織づくりに貢献します。

社長・役員向けプログラムのほか、次世代経営者・幹部育成のための長期プログラム、役職別の能力開発研修、人事・教育、マーケティング、営業、開発・設計・技術、生産、購買・調達など専門領域のスキルアップ研修など年間2,000本以上の公開型研修を開催しています。また、企業・自治体・学校に向け、個別課題解決支援も行っています。

JMAが選ばれ続ける4つの理由

1 現場課題に合わせた
プログラム内容

2 実践力のつく演習

3 研修結果を
継続させる仕組み

4 多様な業界、業種と交流