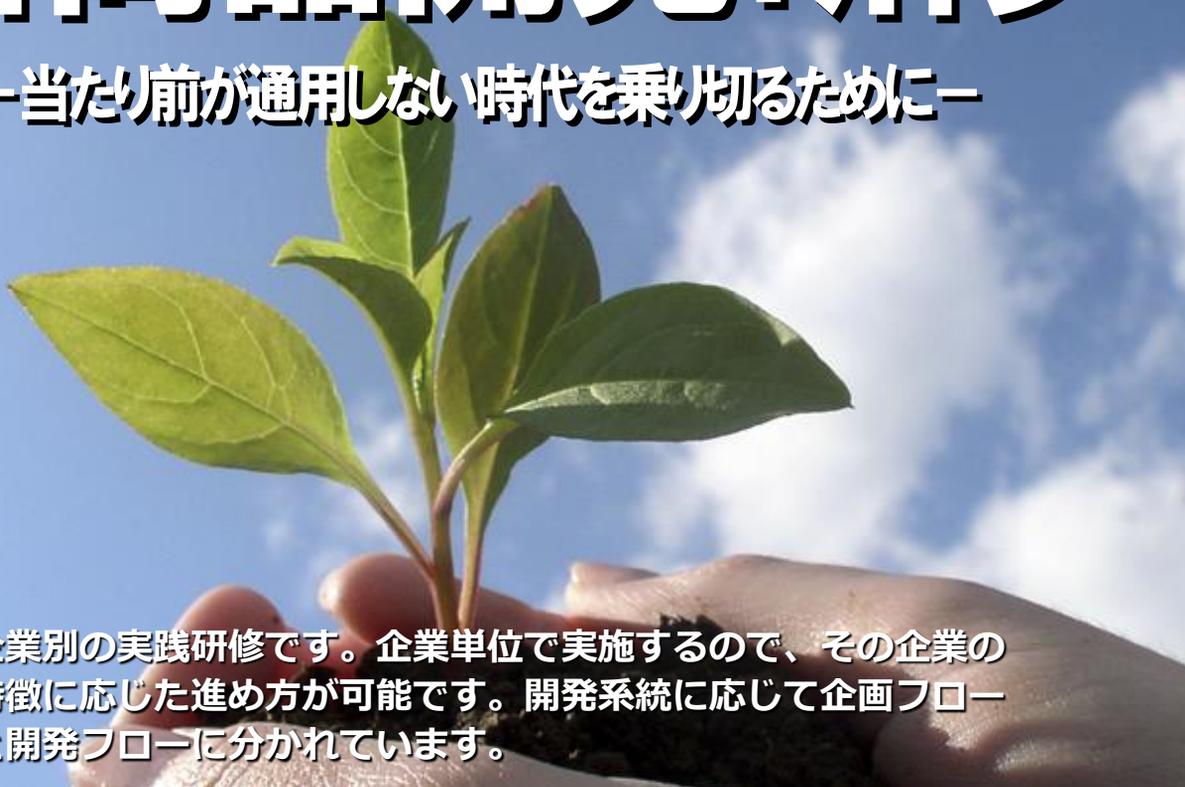


# 新商品開発研修

— 当たり前が通用しない時代を乗り越えるために —



企業別の実践研修です。企業単位で実施するので、その企業の特徴に応じた進め方が可能です。開発系統に応じて企画フローと開発フローに分かれています。

## 開発系統に応じて選ぶ2つのコース

### 新商品開発研修

#### <企画フロー>

- 5名～15名（2～3チーム）
- 新商品開発担当者、企画担当者
- 営業担当、管理職者、女性社員
- トップから指名された方

商品開発のうちの企画を中心とした前半の流れを対象にした研修（全10回）

経営課題の抽出から現状分析、基本コンセプト設定、アイデア発想からフィルタリングまでを実施し、最終的に新商品企画の作成までをターゲットとする研修。

### 新商品開発研修

#### <開発フロー>

- 5名～15名（2～3チーム）
- 新商品開発担当者、技術開発者
- 生産技術担当、製造担当、管理職
- トップから指名された方

商品開発の後半の流れを対象とし、企画を実商品に展開していく部分を対象として研修を実施する（全10回）

製造環境調査から新商品ベースプランの作成から具体的な開発手法（ゲート管理、品質機能展開などを学びます。

企画型の商品開発、自己完結型の新商品開発を行う企業向けの研修。

各種現状把握を行った後にアイデア発想で新商品プランを作成し、フィルタリング通じて具体的な新商品プランに落とし込む。最も基本的な商品開発の流れを学ぶ内容です。

## <研修の目的>

新商品開発の基本である市場分析、自社資源調査を通じて“売れる”新商品開発のアイデアを出す。最終的に企画にまとめ、発表会を行います。

## <研修期間>

- ・全10回(3~6カ月)
- ・間隔を空け過ぎないほうが良い

新技術開発要素や製造要素が強い新商品開発の進め方を学ぶ研修。

実際の商品開発工程において必要なスケジューリング技法や技術課題解決手法などを中心に学んでいく。開発から実生産へ転換時の注意ポイントなども実施していきます。

## <研修の目的>

具体的に新商品を開発・製造する上での考え方や開発手法を学ぶ。ターゲット商品を設定し開発を進めていく。終了時には発表会を行います。

## <研修期間>

- ・全10回(3~6カ月)
- ・間隔を空け過ぎないほうが良い

## 企画フロー研修 プログラム

ステップ	実施項目
ステップ1 (1日)	①オリエンテーション
	②経営課題の抽出
ステップ2 (3日)	③現事業・現状保有資産把握
	④業界、競合企業の動向調査
	⑤基本コンセプトの確認
ステップ3 (3日)	⑥アイデア発想の実施
	⑦候補テーマの抽出
ステップ4 (2日)	⑧1次フィルター(絞込み)
	⑨候補テーマの深耕
	⑩2次フィルター(絞込み)
ステップ5 (1日)	⑪企画書作成
	⑫研修のまとめ、発表会

## 開発フロー研修 プログラム

ステップ	実施項目
ステップ1 (1日)	①オリエンテーション、ターゲット商品選定
	②開発ステップの設定
ステップ2 (2日)	③製造環境現状調査(ハード面)
	④製造環境現状調査(ソフト面)
ステップ3 (2日)	⑤新商品の製造概要明確化
	⑥新商品ベースプランの作成
ステップ4 (3日)	⑦新商品開発技法1
	⑧新商品開発技法2
	⑨新商品開発技法3
ステップ5 (2日)	⑩新商品販売プランの作成
	⑪生産移行の行い方
	⑫研修のまとめ、発表会

お問い合わせはこちらまで

TEL: 06-6101-0134

E-mail: [astec@ast-c.co.jp](mailto:astec@ast-c.co.jp)