

商品企画力 をつける！

2026. 3/12(木)・13(金) 10:00~17:00

中部生産性本部 セミナールーム(豊島ビル11階)

〒460-0003 名古屋市中区錦2-15-15

「ロングヒット商品の企画・開発術」

講師 商品企画考房 代表
(一社)市場創造学会 理事 清水 孝洋 氏

トニックシャンプー、カビキラー、風呂釜洗浄剤ジャバ、禁煙パイポなど30年以上ロングヒットを続けている商品を生み出した梅澤式商品開発メソッド。今でも有名企業の商品企画で使用されている理論です。本セミナーでは、この梅澤式商品開発メソッドの理論と手法を活用し、新商品の成功率とロングヒットの確率を上げるためのノウハウについて実習を踏まえながら取得できます。

梅澤式商品開発メソッドとは

梅澤伸嘉氏によって1969年に創始された「キーニーズ法」を中心とした、理論と合理的手法によって体系化された「成功商品開発手法」。これまで偶然で生まれていたヒット商品を必然的に生み出すためのもの。ニーズ探求から、コンセプト開発、パフォーマンス開発、表現コンセプト開発等の発売までのプロセスを備え MIP 開発法とも呼ばれる。

商品企画力をつける！

新規事業開発塾ご参加のすすめ

技術革新や市場の劇的な変化により、多くの企業が業績の向上、事業の拡大に悩んでいます。

業績向上に寄与する方策の一つとして

「売れ続け、利益を生む新商品・新サービスの開発」があります。

新商品の約50%が3年未満で市場から姿を消し、さらに10年では、約70%の商品（サービス）が姿を消しています。新商品を数多く出せば、いつかは売れる。そんな商品企画を続けていないでしょうか？

企業体力がある間は、そんな商品企画も続けられますが、いつかは息切れが起こります。

メソッドを学ぶことなく、これまでの慣例にのっとった商品企画に追われ、企画が通らず、商品も売れず、社内が疲弊していくばかりです。

これまでの商品企画から脱却するために、梅澤式商品開発メソッドを活用し、新市場を開拓するために消費者も気づかない真の消費者ニーズを導き、新発想の商品・サービスを企画しましょう。真の消費者ニーズをとらえた上で理論的に導かれた「明快な商品開発コンセプト」は、新商品企画の成功率とロングヒットの確率を上げます。

これら商品企画の成功率を向上させるノウハウを、実習を踏まえながら学びます。

本セミナーの教材（一部）

成功商品とは何か

成功商品の定義

長期間（10年以上）一定以上の利益を生みつづける商品

成功商品とは—
= 長期間高利益商品
= 長期間NO.1商品
≡ M. I. P.
(Market Initiating Product)

市場づくりは差別化でなく独自化

未充足ニーズ理論：Me too商品はいらない
4種のニーズに対応した商品の市場での消費者の反応

◎-X 凡人コンセプト 他になければ欲しいけど、他にあるから間に合っている。安くするなら買っていい	◎-◎ 天才コンセプト 今まで欲しくても得られなかった。だからとても欲しい
X-X 出来の悪い凡人コンセプト めずらしくも欲しくもない	X-◎ 変人コンセプト めずらしくてもおもしろいけど、欲しくない

↑ D ニーズの強さ ↑
X ← その未充足度 → ◎

消費者は2度評価する

C/Pバランス理論：消費者の購買メカニズム

買う前 → 商品を買う (行動) → 買った後

欲しい(ニーズ) → 商品力 → 良かった(満足)

C (商品コンセプト) → 商品力 → P (商品パフォーマンス)

「MIP（新市場創造型商品）」とは何か

MIP理論：ヒットとロングの違い

ヒット商品、ロングセラー商品 = MIP

新カテゴリーである

パフォーマンス(P)がよい、コンセプト(C)がよい

- ・ヒット商品とは、C/Pバランスの良い商品
- ・ロングセラー商品とは、C/Pバランスの良い「新カテゴリー」商品

参加者の感想

- ・未充足という視点が、これまでにない視点で大変参考になった。(30代 研究開発)
- ・企画は楽しいと改めて感じた。(30代 メーカー)
- ・プロダクトアウトではなく、これからは全体を見ながら企画していきたい。(30代 メーカー)
- ・サービスの企画にも使える理論で実務に生かしていきたい。(50代 メーカー)
- ・これまで捨てがちなアイデアを新たな視点から見ると有用なアイデアになると発見した。(20代 メーカー)
梅澤式商品開発メソッドは商品開発する際に重要に感じた。これから使っていきたい。
- ・新たな発想を生み出すヒントとなった。(20代 商 社)

プログラム（全日程リアル開催）

	1日目 3月12日（木）	2日目 3月13日（金）
10:00	1. 戦わずに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)商品コンセプト開発 ・要するにアイデア出し ・IBUによるアイデアの具現化 ・MIPコンセプト完成 8. MIPコンセプト発表 (1)発表・講評
17:00		<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px;"><p>2日目は1日目に学んだ理論を生かし、グループワークを交えながら、新市場創造型商品コンセプトを作成いただき、発表していただきます。</p></div>

講師

商品企画考房 代表

(一社)市場創造学会 理事

清水 孝洋 氏

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トターとして、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(一社)市場創造学会 理事として活動し、各種分科会リーダーを務める。



開催要領

と き : 2026年 3月12日(木)・13日(金) 10:00~17:00

と ころ : 中部生産性本部 セミナールーム(豊島ビル11階)

〒460-0003 名古屋市中区錦2-15-15

参加費 : 中部マーケティング協会
一般財団法人中部生産性本部
中部インダストリアルエンジニアリング(IE)協会
— 一般

会員組織 : 88,000円(税込)

: 110,000円(税込)

※税込、資料・参考書籍代含む

対 象 : 商品企画・製品企画・新事業開発・マーケティング
販売促進部門担当者

定 員 : 20名

申込期限 : 2026年 3月 5日(木) ※ 運営準備の都合上、申込締切日前のお申込みにご協力をお願いいたします。
申込締切日以降でも参加申込は可能ですのでお気軽にお問い合わせください。



お申込みについて

- ① 中部マーケティング協会ホームページ(<https://www.cpc.or.jp/mg/>)より申込み手続きをお願いいたします。Web からの申込みができない場合はFAXでも受け付けております。ホームページのトップ画面右上の「セミナー受付」よりセミナー参加FAX申込書を印刷・ご記入の上、FAXにてお送りください。
- ② 複数の申込みをいただく場合、1名申込み後表示される「引き続き申込みをする」のボタンから続けて入力を行ってください。(ブラウザを閉じてしまうと連続入力できませんのでご注意ください。)
- ③ 開催が確定次第、申込者宛て(複数人でお申込みの場合最初の申込者宛て)に請求書を送付申し上げます。参加費の支払いについては請求書記載の振込期限までに指定銀行へお振込み願います。尚、お支払いの際に発生します振込手数料については、お客様にてご負担願います。
- ④ 参加人数が規定の人数に満たない場合は、開催を取りやめる場合がございますこと、ご了承願います。開催可否につきましては、開催の1週間前までに判断いたします。
- ⑤ 3月6日(木)以降のお申込み取消については、キャンセル料が発生いたします。代理の方をご派遣ください。

注意事項 ※下記に記載の注意事項をご確認、同意の上お申込みをお願いいたします。

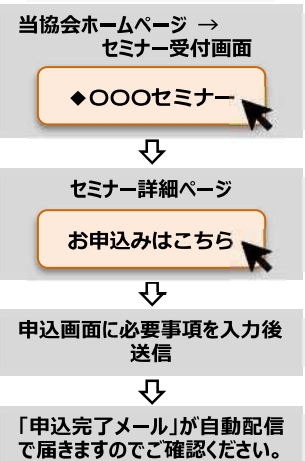
- ① 講演の録画、録音、配布資料記載事項の無断転載、オンラインの場合は画面撮影、画面キャプチャー、SNS などへの掲載を固くお断りいたします。その様な行為が発覚した場合、事務局より削除を要請し、損害賠償を請求させていただきます。
- ② オンラインの場合、当方に起因しないシステムトラブルにより画像・音声に乱れが生じた場合については、再送信や返金はいたしかねますのであらかじめご了承ください。
- ③ 受講者並びに代理参加以外のご参加はご遠慮願います。オンラインの場合、視聴 URL 等は参加されるご本人のみ有効です。第三者への転送はご遠慮ください。
- ④ 本注意事項については、代理参加となった場合は、代理参加者に自動的に適用されます。

Web受付について

当協会ホームページ (<https://www.cpc.or.jp/mg/>) のトップ画面右上の「セミナー受付」の画面からお申込みください。



< 申込手続きの流れ >



※ご不明な点がございましたらお問い合わせください。
※右記 QR コードからもお申し込みいただけます。



※個人情報の取扱いについて

1. 参加申込みによりご提供いただいた個人情報は、当協会の個人情報保護方針に基づき、安全に管理し、保護の徹底に努めます。なお、当協会個人情報保護方針の内容については、当協会ホームページ(<https://www.cpc.or.jp>)をご参照願います。参加されるご本人、ご連絡担当者の皆様におかれましては、内容をご確認、ご理解の上、お申込みいただきますようお願いいたします。
2. お申込みをいただいた方へは各種セミナーのご案内をお送りする場合がございます。
3. 個人情報の開示、訂正、削除については、以下の窓口までお問合せください。
4. 本案内記載事項の無断転載をお断りいたします。

個人情報に関する問い合わせ窓口 担当: 齋藤 TEL052-221-1261

お問合せ
お申込み

中部マーケティング協会 担当: 植田
〒460-0003 名古屋市中区錦2-15-15 豊島ビル11階

<https://www.cpc.or.jp/mg/>
TEL 052-221-1261 FAX 052-221-1265