

関東支部 平成 30 年度第 1 回油化学セミナー 開催報告  
日本油化学会関東支部 太陽化学㈱ 小山匡子

日本油化学会関東支部主催の平成 30 年度第 1 回油化学セミナーが、5 月 31 日（木）12:30 ~ 17:00, 油脂工業会館 9 階大会議室にて開催されました。

今回のセミナーは「研究開発マネジメントの真髄」のタイトルのもと、技術志向に偏らない多角的視野での研究開発マネジメントを考えるためのヒントとなる講演が繰り広げられました。「テーマ創出」、「人財育成」、「マーケティング」、「実践例」の観点から、4 名の著名な先生をお招きし、研究者・技術者がさっそく業務に役立つようなお話をいただきました。

当日は企業からの聴講者を中心に 57 名の参加をいただき、活発な質疑応答も含め大変有意義なセミナーとなりました。今回の講演演題と内容を以下に紹介します。

**1. 自社コア技術から発想するテーマ創出法 ~技術機能展開法を利用して~**

**ベクターコンサルティング株式会社**

**代表取締役社長 浪江 一公 氏**

**日本工業大学 大学院 技術経営研究科(MOT)教授**

イノベーションとは「今まで存在しなかった顧客価値を創出すること」であるが、市場が何か分からないと顧客価値が定まらない。このため、自社の技術をベースとしたテーマ創出は、市場が特定されていないため難しい。この問題を解決する方法が解説された。

まず、自社技術を機能で表現し、「どんなことができるか」が重要であり、様々な機能を MECE（もれなく・だぶりなく）で創出することで技術展開図が描ける。これらを基に「技術」と「市場」を「スパーク（新結合）」すること、そして発散思考（妄想）することから、アイデアやテーマが生まれると語られた。

**2. クリエイティブ人財を育てるものの言い方**

**アカラ・クリエイト株式会社**

**代表取締役 井上 健一郎 氏**

クリエイティブ人財を育成・開発するためには、個人の創造性を待つだけではなく、「組織としての創造性」が重要だ。そのためのマネジメントは「関係の質」を向上させ→「思考の質」→「行動の質」→「結果の質」の好循環が得られる。この関係の質を高めるための“ものの言い方”が紹介された。仮説を楽しむこと・仮説を否定しないことが、創造のために大切な風土であり、例えば「何か面白いね」と言うだけで、思考を繰り返して出した結論を認めてくれた、と捉えられる。「何があったの?」と聞けば答えてくれるが、「なぜ?」と聞けば言い訳を言いたくなるなど、多々事例を浴えて“ものの言い方”について解説された。

**3. 研究者が知っておきたいマーケティング基礎知識**

**ライオン株式会社 顧問 今井 秀之 氏**

マーケティングは抽象的な学問でありサイエンスではない。「人の心にふれる」ためには論理的な考え方とのバランスが重要だ。マーケットはポジティブに捉え、予見力、洞察力の発揮が必要であるが、それは本質を知らないとできない。マーケティング戦略の全体概要を把握した上で、ポジショニング（購入動機）を客観化し、生活者ニーズとインサイト（潜在意識）から本質を探り、狙うべき生活者ターゲットを得る考え方が解説された。インサイトの発見の事例や商品コンセプトの絞り込み、飽きられた商品のリポジショニングなどを紹介された。

#### 4. キリングループの健康領域へのあらたな取組み～ プラズマ乳酸菌～

キリン株式会社 事業創造部  
部長 佐野 環 氏

健康志向の高まりを背景に、健康づくりに役立つ食品への関心が高まっており、キリングループでは人々の健康増進に貢献する食品の研究・開発に取り組んできた。研究者の研究成果を「お客様に届けたい」思いから、消費者にどう届けるかが課題であった。既に市場には様々な乳酸菌製品が出ている中、プラズマ乳酸菌をどうアピールし販売していくかについて語られた。消費者ニーズと消費者インサイトのギャップがターゲットと仮定し、そこに示す企業からのメッセージとして「iMUSE (イミューズ)」ブランドを立ち上げ展開している。そのブランド戦略が紹介された。



浪江 一公 氏の講演風景



今井 秀之 氏の講演風景



井上 健一郎 氏の講演風景



佐野 環 氏の講演風景

以上