

【新講座】サイエンスの価値を、社会に正しく届けるために 理系実務者のための「価値設計」思考を養う 『理系のためのマーケティング講座』を開講

～「良い研究が、なぜ価値として届かないのか」という構造課題に挑む～

健康食品・サプリメント業界のコンサルティングを展開する株式会社グローバルニュートリショングループ（本社：東京都、代表取締役：武田 猛、以下「GNG」）は、研究開発や技術部門に携わる理系人材を対象とした講座『理系のためのマーケティング講座ーサイエンスを価値に変える商品設計ー』を開講いたします。

企画の背景：サイエンスの価値が、社会に十分に届かないという構造課題

近年、健康食品・サプリメント業界において、科学的エビデンスの重要性はこれまで以上に高まっています。

一方で現場では、「優れた研究成果があるのに売れない」「科学的には正しいが、生活者に響かない」といった状況が散見されます。これは単なる伝え方の問題ではなく、研究開発と市場の間に存在する「価値の伝達構造」に起因する課題です。理系実務者は成分やエビデンスに強い一方で、それを生活者の文脈における価値へと翻訳する機会が限られています。また、マーケティング側も科学の射程や限界を十分に踏まえないまま設計を行うケースがあります。

本講座は、この断絶を「価値設計の不在」という構造課題として捉え、ピーター・ドラッカーの経営思想なども交えながら、サイエンスを生活者にとって意味のある価値へと変換する思考法を体系的に提供します。

本講座の特徴

1. 「何を伝えるか」ではなく「何が価値として認識されるか」から出発

マーケティングを「売る技術」ではなく、価値を起点に「選ばれる理由」を設計する活動として再定義します。

2. サイエンスと生活者の間をつなぐ“翻訳”プロセス

成分や機能をそのまま語るのではなく、生活者の「状態」や「文脈」として意味づける思考を習得します。

3. 実務に直結するケーススタディ

New Nutrition Business(NNB)等の国内外の最新事例をもとに、科学の扱い方と価値設計の具体像を検討します。

4. 制度と信頼に適合する「王道の商品設計」 規制回避の技術ではなく、科学を適切に価値へと翻訳することで、薬機法・景表法などの制度との整合性と信頼性を同時に実現します。

カリキュラム（全5回・各90分）

講義 30分と実践ワーク・ディスカッション 60分で構成される少人数制プログラムです。

- 第1回：なぜ、良い研究が価値として届かないのか（構造理解）
- 第2回：マーケティングの本質とは何か（価値起点への転換）
- 第3回：機能をベネフィットへ変換する思考法（GNG「4つのベネフィット」）
- 第4回：市場は何を求めているのか（状態設計・文脈設計）
- 第5回：サイエンスを価値に変える商品設計（自社テーマへの実装）

講師プロフィール

武田 猛（たけだ たけし）

株式会社グローバルニュートリショングループ 代表取締役。健康食品・サプリメント分野を中心に、850件を超えるプロジェクトに従事。法政大学大学院 MBA。実務に根ざした視点に加え、経営思想にも学びながら、サイエンスとマーケティングを接続する独自の視点で活動。著書に『健康食品ビジネス大全』『ヒットを育てる！食品の機能性マーケティング』など。

開催概要・企業研修について

本講座は、異なる企業の理系実務者が参加する「公開講座」として実施するほか、各企業の課題に応じた「カスタマイズ研修」としての導入も可能です。

- 定員：10名（少人数制／1社原則1名、最大2名まで）
- 対象：研究開発、商品企画、技術部門などの理系実務者
- 開催時期：2026年6月頃より開始予定（現在最終調整中）
- 詳細（受講料・日程等）：確定次第ご案内いたします

※本講座にご関心のある方には、優先的に詳細情報をご案内いたします

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社グローバルニュートリショングループ

03-5944-9813

info@global-nutrition.co.jp