

食品・健康食品・サプリメント業界の研究開発
・商品企画・技術部門の方へ

研究成果は、 なぜ市場で選ばれないのか

理系のためのマーケティング講座 第2期
—サイエンスを価値に変える実践プログラム—

マーケティングを教える講座ではありません。

研究者・技術者の「思考のOS」を、市場価値を生み出す思考へアップデートする講座です。

開催日（全5回）：

2026年9月10日・17日・24日、10月1日・8日

時間：15:50～17:30（100分）

会場：アットビジネスセンター池袋駅前別館（対面開催）

定員：10名（少人数制・原則1社1～2名）

良い研究成果があるのに、
なぜ市場で選ばれないのか。

その理由は、「伝え方」ではなく、
価値を設計する思考にあります。

本講座では、研究成果を単なる機能説明で
終わらせず、生活者にとって意味のある価値
へと翻訳し、市場で選ばれる商品进行設計する
ための「思考のOS」を身につけます。

GLOBALnutritionGROUP

講師

武田 猛

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・ニュートリション分野で850件超の支援実績。
法政大学大学院MBA。
研究開発・商品企画・マーケティングをつなぐ
「逆算式商品設計」を提唱。
著書『健康食品ビジネス大全』ほか。

第2期受講生募集2026年9月開講予定

募集開始・詳細は順次ご案内いたします。

株式会社GNGで検索



株式会社GNG



お問い合わせ

株式会社
グローバルニュートリショングループ
TEL 03-5944-9813
info@global-nutrition.co.jp
<https://global-nutrition.co.jp>

こんなお悩みありませんか？

- ✓ エビデンスはあるのに、商品の価値として伝わらない
- ✓ 優れた技術が営業・マーケティングで十分に活かされていない
- ✓ 成分や機能の違いだけでは差別化できない
- ✓ 「良いものを作れば売れる」という考え方に限界を感じている

セミナー受講者の声

“機能”だけでは
価値は伝わらない。

科学→機能→
ベネフィット→
価値→意味の理解で
見え方が変わった

素材メーカーにも
マーケティング思考
が必要だと実感した

研究開発担当

商品企画担当

素材メーカー

この講座で身につくこと

サイエンスを価値へ変える3つの思考OS

① 翻訳 (Why)

科学を「価値」に翻訳する

科学的事実やエビデンスを、生活者が「欲しい」と感じる価値へ変換する思考。

② 逆算 (What)

価値から商品进行設計する

成分起点ではなく、市場ニーズから逆算して商品进行設計する思考。

③ 選択構造 (How)

市場で選ばれる理由进行設計する

AI・市場・制度を踏まえ、「競争」ではなく「選ばれる構造」进行設計する思考。

第2期受講生募集2026年9月開講予定

募集開始・詳細は順次ご案内いたします。

株式会社GNGで検索



株式会社GNG



お問い合わせ

株式会社
グローバルニュートリショングループ
TEL 03-5944-9813
info@global-nutrition.co.jp
<https://global-nutrition.co.jp>