

# 不確実性がある中での 医薬品の売上予測実施ノウハウ

1名分料金で  
2人目無料

- ◆日時:2018年9月18日(火) 12:30~16:30
- ◆会場:江東区産業会館 第2会議室
- ◆聴講料:1名につき49,980円(税込、資料付)

※会員登録(無料)をしていただいた方には下記の割引・特典を適用します。

- ・1名でお申込みされた場合、1名につき**47,250円**
- ・2名同時でお申し込みされた場合、**2人目は無料(2名で49,980円)**

※大学生、教員のご参加は、1名につき受講料10,800円です。  
(ただし、企業に籍者は除きます。また、2人目無料も適用外です。)

## セミナーお申込みFAX

03-5857-4812

※お申込み確認後は弊社よりご連絡いたします。

### ●講師:北陸大学 教授 地域連携副センター長 武田 幸男 氏 【前ファイザー(株)取締役】

#### <ご略歴>

1975年ファイザー社(旧台糖ファイザー)入社。ファイザー社では、約15年間マーケティング部門に所属し、多数の新製品発売に関与。多くの製品が発売成功となっているが、特に、高血圧治療薬ノルバスクは、年間売上高1千億円超を達成し、日本で最も処方される医薬品としての記録を樹立した。ファイザー株式会社において、上級マーケティング部長、取締役Vice President of Sales, 取締役Vice President of HR & Corporate Affairs 等を歴任。MBA(慶應義塾大学)。その後、北陸大学未来創造学部教授(現在は経済経営学部教授)に就任(2010年~)、北陸大学未来創造学部国際マネジメント学科長(2012年)、北陸大学地域連携センター長(2014年~2018.3、現在は副センター長)

<最終学歴>・慶應義塾大学大学院経営管理研究科(MBA)修了(1983年) ・ハーバード大学ビジネススクール エグゼクティブコース修了(2000年)

#### <地域活動>

- ・経済同友会(2006-2011)、金沢経済同友会(2010-)に所属。
- ・加賀市産学連携円卓会議委員、加賀市ロボット研究会委員長、加賀市総合戦略検討会議委員長などに就任。
- ・地域における活動として、金沢市産学連携事業運営委員会委員、

#### ●習得できる知識:

- ・マーケティングにおけるMECEの考え方
- ・フィッシュボーン分析の考え方
- ・製品ライフサイクルでの予測方法
- ・ブルーオーシャン戦略やポジショニングの重要性
- ・Best Estimationの考え方
- ・競争理論
- ・ゲーム理論など

#### ●趣旨:

売上予測の難しさはマーケティング担当者が常に遭遇する問題であり、新製品の発売前にもとより、発売後においても、競争環境の変化や自社のプロモーションが顧客にどの程度受け入れられるかといった不確実性の高い中で予測作業を行わなければなりません。しかも、売上予測によって、購買、生産、卸との販売契約、マーケティング施策、営業、経費管理まで全ての企業の経営資源に影響を及ぼす重要な作業といえます。では、その売上予測はどのように行えば精度が上がるのでしょうか、情報が少ない場合の売上予測はどうすればいいのか、新しい営業施策を展開した場合の売上に及ぼす影響はどう予測すればいいのか、これらの難問にマーケティング担当者は毎年のように直面し頭を悩ませています。本講義では、新製品発売前の売上予測や、製品ライフサイクルに応じた売上予測の方法についてご説明したいと思います。

#### ●ポイント:

売上予測には、処方数量予測と薬価予測の2つの大きな要素によって決定されます。これらの2大要素の予測、特に処方数量に及ぼす要因を因数分解して、それらの要素がどの程度売上に影響を及ぼすのかといった考え方についてご説明します。

また、売上予測の精度を上げるためには、幾つかの方法を駆使することも重要です。本講義では、マーケティング担当者が簡単に使える方法についてご説明します。

さらに、予測には幅があります。マーケティング担当者は、予測範囲の上限に到達するように施策を実施することが期待されますが、それを実現するためにはマーケティングの基本的理論に加え、競争理論、ゲーム理論についても理解しておくことが必要であり、本講義ではこれらについてもご説明いたします。

以上のような理論については、なかなか理解することが難しいため、実践例を紹介して、理解の一助にさせていただきます。

- |                    |             |                                 |
|--------------------|-------------|---------------------------------|
| 1. はじめに            | 2. 売上予測の全体像 | 7. 売上予測の幅の設定                    |
| 3. 薬価の予測           |             | 8. 売上予測の上限を達成するためのマーケティング施策の考え方 |
| 4. 処方箋量に及ぼす要因      |             | (1)ブルーオーシャン戦略                   |
| 5. 5P              |             | (2)差別化戦略                        |
| 6. 売上予測をするための4つの手法 |             | (3)ランチェスター戦略                    |
|                    |             | (4)ゲーム理論:PARTS                  |
|                    |             | 9. 事例提示                         |

【質疑応答・名刺交換】

## 『売上予測』セミナー申込書

会社・大学	
住所	〒
電話番号	FAX

お名前	所属・役職	E-Mail
①		
②		

会員登録(無料) ※案内方法を選択してください。複数選択可。

Eメール 郵送

### ●セミナーの受講申込みについて●

必要事項をご明記の上、FAXでお申込み下さい。弊社で確認後、必ず受領のご連絡をいたしまして受講券、請求書、会場の地図をお送りいたします。

セミナーお申込み後のキャンセルは基本的にお受けしておりませんので、ご都合により出席できなくなった場合は代理の方がご出席ください。

お申込み・振込に関する詳細はHPをご覧ください。  
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/entry>

個人情報保護方針の詳細はHPをご覧ください。  
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/privacy>