

医療機器/体外診断用医薬品の

1名分料金で
2人目無料実例をふまえた市場調査手法【LIVE配信】
【アーカイブ配信】

◆日 時：2026年3月25日(水) 12:30~16:30

【アーカイブ配信:3/31~4/6(何度でも受講可能)】

◆会 場：【WEB限定セミナー】※ご自宅や職場でご受講下さい。

◆受講料：1名につき49,500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名でお申し込みされた場合、1名につき**46,200円**・2名同時にお申し込みされた場合、**2人目は無料(2名で49,500円)**

・ライブ配信視聴、アーカイブ配信視聴いずれも受講料は同じです。

セミナーHP <https://www.rdsc.co.jp/seminar/260334>

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】※講師のご略歴等の詳細は弊社HPでご確認下さい

WaFu Research and Consulting合同会社 代表社員 阿部 史祥 氏 《ご専門》医療機器、医薬品の市場調査、インタビューモデレーション

《ご経歴》 市場調査・コンサルティング業界を経て、独立。市場調査業界に、10年以上従事している。Ipsosで医療機器および診断薬(MD&D)の日本チーム立ち上げをリードし、MD&Dのサービス体制をゼロから組織する。EVERSANA APAC(現Trinity Life Sciences)を経て、The Economist Group, Economist Intelligence, Clearstate(現Clearstate)では、日本市場のビジネスディベロップメント責任者として、医療機器、体外診断薬のシンジケートデータを扱う市場調査の企画提案、プロジェクト管理の傍ら、マーケティング、ソーリーダークシップ活動に従事する。

現在は、WaFu Research and Consultingを立ち上げ、医療機器、体外診断薬メーカー向けの海外調査を中心とした定量、定性を組み合わせた市場調査支援を行う。

【講座趣旨 / プログラム】 ※詳細内容は弊社HPでご確認下さい

ビッグデータやAI(人工知能)などの勃興により、近年市場調査の様相は以前とは大きく変化しました。データ分析、市場調査の手法が加速度的に進化していく中で、データ分析や市場調査に携わる機会が増えた企業の方々も多いのではないのでしょうか。

本セミナーでは、改めて市場調査の概況を体系的に整理するとともに、企業が自社で実施できること、その際の進め方、そして外部の市場調査会社にはどのような事を委託すればよいのかを明らかにすることを目指します。本セミナーを通して、市場調査とはどのように、国内外の製品開発、マーケティング、事業開発に活用できるかのイメージを掴んでもらうとともに、市場調査の進め方、弊社経験をもとに市場調査のテーマにあがることが多い調査について、分析手法・アウトプットイメージについて、実際の調査事例を交えてご紹介をします。本セミナーにご参加いただく皆様が、市場調査を少しでも業務に活かせるようになることを目指します。

1. 市場調査の概要(市場調査の分類、用語、市場調査を実施する目的とは?)

この項目では、そもそも市場調査とは何かについて、基本の「き」からご紹介いたします。調査で当たり前のように使われる馴染みのない言葉から種類までを、ここで一挙にご紹介します。

2. 市場調査の使いどころ

次のセッションでは、市場調査の使いどころ、つまり、いつ、どのような時に市場調査を使うのかについて、ご紹介をします。自社で調べられること、外部に委託する必要があることについて、国内外の調査、医療機器と体外診断薬という業界に合わせて、体系的に整理をしていきます。

- 自社内で出来ることにはどのようなことがあるのか?
- 外部市場調査会社に委託が必要なこととは何か?
- 医療機器と体外診断薬における市場調査とは?
- 海外調査と国内調査に違いはあるのか?

3. 市場調査の設計(自社で調査を進める際の要点)

このセッションでは、いざ自社で市場調査を行う際に、間違った方向へ調査が進まないようにするため、我々市場調査会社が実際に行っている調査の進め方を活用して、各企業が自社でも実施できる方法としてご紹介する予定です。

4. 市場調査の実践 — ケーススタディを交えて

最後のセッションでは、実際に調査依頼が多いテーマを取り扱い、データさえあれば自社でも出来る基本的な分析手法や近年の市場調査で行われている調査手法についてご紹介をします。

- 基礎的な市場規模推定のアプローチ(Market Sizing)
- 顧客体験、顧客満足度分析
(Customer Experience Management、購買決定要因の特定、ニーズ分析)
- 価格最適化分析(Price Optimization、最適な価格設定とは)
- 近年の市場調査手法の事例集
(ヒューマンファクター・ユーザビリティ調査、ソーシャルリスニング、AIの活用など)

本セミナーは「Zoom」を使ったWEB配信セミナーとなります。Zoomを使ったWEB配信セミナー受講の手順

- Zoomを使用されたことがない方は、こちら(https://zoom.us/download#client_4meeting)からミーティング用Zoomクライアントをダウンロードしてください。ブラウザ版でも受講可能です。
 - セミナー前日までに必ず動作確認をお願いします。はじめかたについてはこちら(<https://www.rdsc.co.jp/files/instruction/zoom.pdf>)をご覧ください。
 - 開催日直前にWEBセミナーへの招待メールをお送りいたします。セミナー開始10分前までにメールに記載されている視聴用URLよりご参加ください。
- ・セミナー資料は開催前日までに送りいたします。無断転載、二次利用や講義の録音、録画などの行為を固く禁じます。

『機器・診断薬市場調査』セミナー申込書 ※ご希望の参加形式にチェックを入れて下さい⇒☐LIVE ☐アーカイブ

会社・大学			
住 所	〒		
電話番号		FAX	

お名前	所属	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

●Web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。上記のLIVEかアーカイブにチェックを入れて下さい。弊社から受付完了のご連絡をいたしまして請求書をお送りいたします。

セミナーお申込み後、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下さい。代理の方も見つからない場合、営業日(土日祝日を除く)で8日前まででしたらキャンセルをお受けします。

受講料の支払いに関しては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>