

市場創造型事業開発の強化推進のポイント

～研究開発と事業を連携させ、独自の顧客価値を生み出すための方策～

- 日 時■ 2015年 8月24日(月) 13:00～17:00
- 会 場■ 企業研究会セミナールーム(東京・麹町)
- 講 師■ 東京工業大学 特任教授 イノベーション人材養成機構 コーディネーター
TIMコンサルティング 代表 古田 健二 氏

【講師紹介】73年東京工業大学大学院修士課程修了。(株)日立製作所入所、開発技術者として活動した後、80年米国スタンフォード大学大学院において、Degree Of Engineer を取得。
ADL(ジャパン)ディレクター、SRI インターナショナル日本支社代表を歴任。TIMコンサルティング代表として、主に「経営と技術の融合」を基本的な活動テーマとした経営コンサルタントとして活躍。また、東京工業大学において特任教授も兼務。「第5世代のテクノロジーマネジメント(中央経済社)」の著者として、新しい時代のテクノロジーマネジメントを提唱。

◆ 開催にあたって

日本企業が、為替変動の恩恵による見かけの成長を乗り越え、真の成長を実現するためには、イノベーションの促進にしか道はありません。そのためには市場を起点にした商品概念の案出がポイントとなりますが、この実現のためには研究者が積極的に市場に分け入り、未決の課題(顧客が気づいていない課題)を発見することができるかどうか鍵となります。課題探索を研究者の重要な職務と位置付け、事業化までを視野に研究開発活動に取り組むことによって、顧客に対して独自の価値を提供する「市場創造型事業開発」ができるようになります。

本セミナーでは、まず日本企業の現状と停滞に原因を解説し、それに対して事業戦略と一体化した技術戦略をどのように構築すれば良いのかを説明します。そのうえで、「市場創造型事業開発」を行うための方策について詳解します。また、講義のなかでは、ロードマップの活用、オープンイノベーションの重要性と促進、新規事業のスタート段階のポイントについても解説いたします。

《プログラムは裏面をご覧ください》

●受講料●1名(税込み、資料代含む)

正会員	35,640円 本体価格 33,000円
一般	38,880円 本体価格 36,000円

- 申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてに FAX いただくか、当会ホームページからお申し込みください。後日(開催日1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。
- 申込書をFAXにてご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。
- 会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより〔TOP〕→〔公開セミナー〕→〔よくあるご質問〕をご参照下さい。
- お申込み後のキャンセルは原則としてお受けいたしかねますので、お申込者をご出席できない場合には、代理の方のご出席をお願い申し上げます。
- 最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきますことでもありますので、ご了承下さい。

一般社団法人企業研究会

担当：倉島 E-mail: kurashima@bri.or.jp
〒102-0083
東京都千代田区麹町5-7-2 麹町31MTビル2F
TEL 03-5215-3515 FAX 03-5215-0951

企業研究会 セミナー事務局宛

FAX 03-5215-0951

*当会ホームページ(<http://www.bri.or.jp>)からもお申込みいただけます。

151434 -1010	※	2015.8.24
申込書		
会社名	フリガナ	
住所	〒	
TEL	FAX	
ご氏名	フリガナ	所属 役職
Eメール		

*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

市場創造型事業開発の強化推進のポイント

～研究開発と事業を連携させ、独自の顧客価値を生み出すための方策～

8月24日(月)

● プログラム ●

13:00

1. 日本企業の現状と停滞の原因・問題点、新しい経営環境への理解
 - (1) 日本企業の現状
 - ・ 事業開発意識の弱い研究開発活動
 - ・ 弱い時間価値への意識
 - ・ 偏った成長戦略
 - ・ コア技術戦略神話からの脱却の遅れ
 - (2) 新しい経営環境の理解と対応
 - ・ 競争環境の変化
 - ・ 研究開発マネジメントからテクノロジーマネジメントへの変革
 - ・ スピードの重要性の増大
 - ・ 継続的成長の鍵を握るイノベーションの促進
2. 技術の戦略的位置づけの明確化
 - (1) 技術の要素分解とコア技術、プラットフォーム技術の認識
 - (2) 独自の顧客価値創出するには
 - (3) 商品化技術の重要性の増大
3. 市場創造型事業開発の強化
 - (1) テクノロジーロードマップからMPTロードマップへの転換
 - ・ MPTロードマップの考え方
 - ・ MPTロードマップの作り方と活用方法
 - (2) 研究開発担当者にテーマ発案を最重要業務と捉えてもらうポイント
 - ・ 研究開発テーマの考え方
 - ・ 新規テーマへチャレンジさせるための評価の工夫
 - (3) 市場起点の発想の強化
 - ・ 市場発想の重要性
 - ・ 市場の課題の把握
 - (4) マーケティング活動と研究開発活動の一体化
 - ・ 研究開発活動におけるマーケティング活動のモデル
 - ・ ベストなマーケットターは研究開発技術者
 - ・ 研究開発活動におけるマーケティング活動の強化に向けて
 - (5) オープンイノベーションの重要性
 - ・ 進展する世界のオープンイノベーション
 - ・ オープンイノベーションの意味
 - ・ オープンイノベーションの促進へ向けて
 - (6) ビジネスモデルイノベーションの必要性
 - ・ 「真」の顧客の要望への対応の重要性
 - ・ サービスイノベーションによる事業価値構造の転換
 - (7) 事業貢献を強く意識した新規事業開発の強化
 - ・ ピボット戦略的発想の意味と重要性
 - ・ M&Aへの意識強化の重要性
 - ・ トップダウンプロセスの重要性
 - ・ 価格への意識変革（プライスとコストの区別）

17:00