

R & D現場が実践する技術マーケティング

～ 未来へ向けた新機軸を生み出すテーマ創出の実践手法 ～

【開催要領】 ※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせて頂く場合がございます。

日時▶ 2016年7月19日(火)・20日(水) 両日とも10時～17時

会場▶ 企業研究会セミナールーム (東京: 麹町)

【開催にあたって】

ものづくり企業における成長戦略の柱としてイノベーションが位置づけられるなか、R&Dによる技術マーケティングの重要性が高まっています。技術マーケティングは、優れた自社技術を核にした未来の顧客価値創造へ向けて、従来とは一線を画したR&D戦略の新機軸を生み出すための活動です。しかし、実際のR&D現場では、従来の延長線上の技術開発ばかりになっている。「お客様が言っている」「他社がやっている」といった見えている課題の対応に終始している、単発的に新テーマ企画には取り組んでいるが継続的・組織的な活動になっていないなど、現状に対して強い危機感を持っています。今回、イノベーションに挑戦するR&Dの管理者及び担当者を対象として、未来へ向けた新機軸を生み出す技術マーケティングの実践ノウハウについて、(株)ケミストリーキューブが開発した独自手法をもとに演習を交えながら解説します。

講師 株式会社ケミストリーキューブ 代表取締役 平木肇 氏



講師紹介

92年筑波大学を卒業、シャープ(株)入社。エンジニアとして先端電子デバイスの研究開発・製品開発・生産技術開発に取り組む。通産省(当時)主幹の次世代研究プロジェクトに参画。99年(株)日本能率協会コンサルティング入社。14年間にわたり、技術経営(MOT)、イノベーションマネジメント、研究開発(R&D)マネジメントを主領域としたコンサルティングに従事。2014年(株)ケミストリーキューブ設立。“技術人材の知恵を、価値を創り出す力に変える”をコンセプトとして、ものづくり企業・技術系企業の技術力・価値創造力の強化と人材の開発を支援している。

【申込書送付先】 FAX▶03-5215-0951 ※当会 HP からもお申し込み頂けます。 企業研究会Q 検索

■受講料: 1名(税込・昼食代含) ※申込書をFAXで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。

正会員	54,000円(本体価格 50,000円)	一般	59,400円(本体価格 55,000円)
-----	-----------------------	----	-----------------------

161054-1010 (※) R & D現場が実践する技術マーケティング	
ふりがな 会社名	
住所	
TEL	FAX
ふりがな ご氏名	所 属 役 職
E-mail	

※申込書にご記入頂いた個人情報は、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内をお送りする際に利用させて頂きます。

■参加要領: 申込書はFAX、または下記担当者宛E-mailにてお送り下さい。当会ホームページからもお申し込み頂けます。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。
※よくあるご質問(FAQ)は当会HPにてご確認ください。([TOP]→[公開セミナー]→[よくあるご質問])
※お申し込み後のキャンセルはお受け致しかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願いします。
■お申込・お問合わせ先: 企業研究会 公開セミナー事業グループ 担当/川守田 E-mail: kawamorita@bri.or.jp
TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 麹町M-SQUARE 2F

【プログラム】

【第5項より2日目】

1. 変化するR&Dへの期待と価値創造力の向上

- イノベーションの時代
 - ものづくり企業を取り巻く変化
 - イノベーションとは「価値の創造と具現化」
- 変化するR&Dへの期待と現場の悩み
 - 経営戦略・事業戦略との整合から創発へ
 - R&D現場の悩み
- 価値創造力の向上を目指して
 - R&Dの価値創造力を高める3つの着眼
 - 各社の事例

2. 「技術マーケティング」実践のフレームワーク

- 技術マーケティングの狙い
 - マーケティングとの違い
 - イノベーションを生み出す3つのアプローチ
- 技術をマネジメントすることの難しさ
 - 技術に対する認識は案外ばらばら
 - 細分化の異 ～枝を見えるが森は見えず～
- 技術をどう捉えるか
 - 技術の5階層モデル
- 技術マーケティングの実践プロセス
 - 実践モジュールと基本プロセス
 - 実践のコアツール: i Map (アイマップ)

3. 自社技術の構造化

- 価値コンセプトの抽出と検証
 - 顧客価値の考え方 ～価値は機能ではない～
 - 顧客価値を考える視点
 - 価値コンセプトの切り口
 - 顧客インタビューの実施ポイント
- 技術の捉え方
 - 技術の基本フレーム ～技術と技能～
 - 機能を中心に技術を記述する
 - 機能⇒目的機能+技術機能
 - 技術の分類/技術の構造
- 技術の洗い出しと噛み砕き
 - 技術の洗い出し ～価値を起点とした技術の展開～
 - 技術の噛み砕き ～技術を起点とした価値の展開～
 - 技術の分解 ～I POLフレーム～
- 技術の評価
 - 技術の強さ ⇒ 独自性 × 完成度
 - 独自性を評価するフレームワーク
 - 完成度を評価するフレームワーク

4. グループ演習

3～5人のグループにて、仮想事例による演習を行います。

5. 価値の革新 ～既存の市場・商品の価値革新～

- 顧客の困りごとを引き出す
 - 顧客の課題を考察する3つの眼
 - MMT (マクロ・ミクロ・トレンド) 分析
- 攻め方のストーリーを描く
 - セグメンテーションとターゲティング
 - 顧客マップ ～実践的セグメンテーション～
 - ターゲティングの考え方
- ソリューションを構想する
 - 顧客の「ワオ!」を想像する2つの視点
 - ソリューション構想の切り口 (4×4マトリクス)
 - バリューカタログ ～顧客目線になりきる～
- 仮説検証サイクルをつくる
 - 顧客との対話による価値の検証

6. 技術の展開 ～新たな市場・商品への技術展開～

- 技術展開のフレームワーク
 - 技術展開の事例
 - 技術展開の実践ステップ
- イノベーション探索の方法と実践ポイント
 - 探索の切り口を決める
 - 3つの基本アプローチ
 - 特許情報を活用したイノベーション仮説の抽出
 - 仮説を選択するための評価フレーム

7. イノベーション戦略

- 技術群 (TVP) の設定
 - i Map (アイマップ) の練り上げ
 - 価値を起点として技術を束ねる
- 技術群 (TVP) の設定と選択する
 - 技術群 (TVP) のタイプ
 - 技術の難易度のフレームワーク
 - 価値のインパクト評価のフレームワーク
- イノベーション・ロードマップを描く
 - 価値 (TVP) ポートフォリオ
 - 重点技術群の選択とR&D方針の設定
 - オープンイノベーションの肝は価値の設定
 - TVPを基本単位としたイノベーションシナリオ

8. 実践事例の紹介

9. グループ演習

3～5人のグループにて、仮想事例による演習を行います。

※本セミナーは、2日間のセミナーとなります。

※講師とご同業の方のお申し込みはお断りする場合がございます。

※最少催行人数に満たない場合、開催中止となる場合がございます。

裏面もご覧下さい! 一枚のパンフレットで 2種類のセミナーをご案内しております。