

# 特許情報を活用した新用途・新商品創造マーケティング

～ 自社の強み技術と顧客価値を結びつける実践ノウハウ ～

《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▶ 2018年 8月 8日(水) 10:00～17:00

会場▶ 企業研究会セミナールーム(東京:麹町)

《開催あたって》

これまでの研究開発の中で生み出された技術は、現在の事業を支えるだけでなく、未来へ向けたイノベーションを生み出す貴重な資源であり、自社技術を効果的に活用できるか否かは、ものづくり企業の成長を大きく左右します。しかし、一方、多くの企業では、独自の優れた技術を持ちながらも、それらが十分活用されず、イノベーションにつながらないことに強い課題認識を持っています。自社の強み技術を核にした新用途・新商品創造のための技術マーケティングは、上記課題解決へむけた鍵となる取り組みですが、未だ実践方法が十分体系化されておらず、組織的・戦略的に取り組まれているとはいえない状況です。本セミナーでは、特許情報を積極的に活用することで、自社の強み技術による新たな用途・商品を創造する技術マーケティングの進め方について事例を交えて解説します。

講師 株式会社ケミストリーキューブ 葉山英樹氏 / 平木肇氏

**講師紹介**  
【葉山氏】81年名古屋大学を卒業、日東電工(株)入社。エンジニアとして水処理用膜モジュールの製品開発、企画、市場開発などに取り組む。その後、経営企画、新規事業推進部門、技術企画部門において、新規事業・技術の企画立案、オープンイノベーションなどを担当。2007年から、特許情報を活用した新規テーマの探索プロセスの開発と社内コンサルティングを推進。2016年、ワイス特許サービス株式会社に顧問として特許の活用を進める。2017年より株式会社ケミストリーキューブにて、自社の強み技術を核にした新商品・新用途創造マーケティング(TOM: Technology Out Marketing)の技術開発に取り組んでいる。  
【平木氏】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。

《申込方法》 当会ホームページ (https://www.bri.or.jp) からお申し込み下さい。

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、ご使用のFAX機の使用状況(0発信の有無など)をご確認の上、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

正会員	41,040円(本体価格 38,000円)	一般	45,360円(本体価格 42,000円)
-----	-----------------------	----	-----------------------

181664-1010 (※) 特許情報を活用した新用途・新商品創造マーケティング			
ふりがな 会社名			
住所			
TEL	FAX		
ふりがな ご氏名	所 属 職		
E-mail			

※申込書にご記入頂いた個人情報、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いただきます。

■申込・参加要領 : 当会ホームページからお申込みください。FAX、または下記担当宛E-mailからもお申込み頂けます。

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/民秋・川守田 E-mail: [tamiaki@bri.or.jp](mailto:tamiaki@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 MFPR 麹町ビル 2F

## ・プログラム・

### 1. 変化するR&Dのミッションとイノベーション戦略

- (1) 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」
- (2) 変化するR&Dのミッションと現場の悩み
  - ・経営戦略・事業戦略との整合から創発へ ・R&D現場の悩み
- (3) イノベーション戦略の実践
  - ・イノベーションと技術の創発サイクルを創り出す ・イノベーション戦略の実践モジュール

### 2. 自社技術の構造化の実践

- (1) 技術マネジメントの課題
  - ・技術マネジメントの難しさの本質 ～技術の多義性～ ・技術を捉える5つの次元(技術の5階層モデル)
  - ・技術創造モデル ～リニアモデルとUモデル～
- (2) 顧客価値を起点とした技術の構造化
  - ・技術の構造化手法とは ・技術の構造化のフレームワークと実践プロセス
  - ・イノベーションを生み出すための3つのアプローチ

### 3. テクノロジーアウト・マーケティング(TOM)の実践

- (1) テクノロジーアウト・マーケティング(TOM)とは
  - ・TOMの狙いは、自社技術を核にした新用途・新商品創造 ・基本的な3つの探索方法 ～類推・発信・特許～
- (2) 特許情報をマーケティングに活用する
  - ・なぜ、特許情報なのか ・技術データベースとしての特徴 ～特許から何がわかるのか～
- (3) 特許情報を活用したマーケティングプロセス
  - ・技術から用途へ展開する考え方と実践プロセス ・目標領域設定の重要性
  - ・展開の核となる目的機能の具体化 ・探索フレームワークと検索式的设计
  - ・用途候補の抽出と選定 ・顧客価値と競合優位性の創出
- (4) 分析・探索の基本技術と心得
  - ・特許情報活用のポイント ・分析の技術 ～分ける、関係性を知る～
  - ・調査・分析を行う者の心得

### 4. TOMを継続的・組織的に取り組むために

- ・活動における2つの目標 ～2軸志向～ ・気づきを生み出す仕掛け ～ワイガヤによる実践～
- ・「やってみる」を促進する組織文化

### 5. 実践事例の紹介

※コンサルタント業など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。

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。