

事例を基にして売れる商品開発のコツを 易しく解説します

～技術マーケティングの活用～

- 【日 時】 令和6年11月20日(水) 14時00分～16時00分
【会 場】 川崎産業振興会館3階及び Zoom オンライン
【講 師】 田中弘一 氏 技術士(経営工学部門、総合技術監理部門)
【受講料】 無料
【定 員】 30名(申込順)
【対象者】 経営者、管理者、実務担当者
【申込方法】 FAX または E-mail(裏面参照)
【申込締切】 令和6年11月18日(月)

(1)技術マーケティングの背景

従来、商品開発は技術開発が主体になって実施されてきた。そのために、顧客・市場開発は疎かになり、開発商品が売れなく、失敗になる例が多い。

また、自社のコア技術とかけ離れた商品を開発し、商品開発に失敗する例もある。

(2)新しい商品開発の潮流としての技術マーケティング

失敗点を反省し、自社のコア技術(シーズ)を洗いだし、顧客・市場のニーズとマッチングを目指した商品開発の新しい潮流としての技術マーケティングを紹介します。

(3)事例による紹介

成功事例と失敗事例を示し売れる商品開発のコツを易しく解説します。

さらに、成功した事例による戦略策定及び、成功要因の核である補助金の取得について易しく解説します。

【内 容】

I. 新しい潮流としての技術マーケティング

1. 何故、技術マーケティングなのか

II. 売れた商品開発 事例 1

1. 売れた商品開発 事例 1 の企業概略
2. コア技術の確認
3. 競合優位性の確保
4. 市場・商品開発と市場マッチング
5. 新商品を決める
6. 売れた商品の要因
7. 伴走型支援
8. 戦略策定と核である補助金取得
9. 技術営業資料
10. 今後の課題としての市場開発のための SNS(AI)

III. 失敗の商品開発 事例 2

1. 失敗した商品開発 事例 2 の企業概略
2. コア技術の確認
3. 競合優位性の確保
4. 市場・商品開発と市場マッチング
5. 新商品を決める
6. 失敗した商品の要因

IV. 補足: 事例から見た売れた技術マーケティングの整理

1. 技術マーケティングの定義/方法論
2. 技術マーケティングにおける検討項目

V. 結論

1. 結論

講師プロフィール 田中 弘一 氏 技術士（経営工学部門、総合技術監理部門）



【資格】技術士（経営工学、総合技術監理）部門、中小企業診断士、エネルギー管理士、高度情報処理技術者、施工管理技士、電気通信主任技術者、EA21審査人
 【得意分野】DX/GX(省エネ)、経営カイゼン、補助金取得支援、プロジェクト計画
 【自己PR】千代田化工建設にて DX/GX、配管に関わり石油、LNG、自動車プロジェクト、及び FA 技術センターにて人材育成に関わる。テクノパイピングにて圧接、溶接等プレファブ、いすゞ千代田にて自動車プロジェクトに関わる。以降、田中経営技術士事務所にて DX/GX、経営カイゼン、補助金取得支援、創業支援、日本能率協会にて ISO9001、ISO14001、JICA 業務にて DX/GX、経営カイゼンの指導。

【申し込み方法】

E-mail または FAX でお申してください。

事例を基にして売れる商品開発のコツを易しく解説します
 ～技術マーケティングの活用～
 （11月20日 開催） 参加申込書

令和 年 月 日

会場 / オンライン (ZOOM) ※会場か ZOOM かどちらか選択して○をつけてください。

ふりがな 企業名		住所	
役職		ふりがな 氏名	
連絡先	電話		
	E-mail		

※ 必要事項をご記入の上、FAX (044-548-4146) もしくは、同内容を E-mail jinzai@kawasaki-net.ne.jp までお送りください。

※ FAX の場合は、参加申込書を切らずにそのまま送信してください。

※ 受講票は発行いたしません。

※ 定員超過によりご参加いただけない場合に限りご連絡いたします。



【お申込・お問合せ】

公益財団法人川崎市産業振興財団 担当：栗山 Tel. 044-548-4143 Fax. 044-548-4151