

★マーケティング活動はもはや研究開発部門のタスクである！
顧客も気づいていない潜在ニーズをどのように掴み、R&Dテーマに落とし込むか！

新刊書籍
2024年11月発行



技術マーケティングによる 新規事業・R&Dテーマの発掘

●発行日：2024年11月29日

●体裁：A4判 620頁

●定価：88,000円(税込)

●ISBN：978-4-86798-050-7

※大学・公的機関、医療機関の方には割引価格（アカデミック価格）で販売いたします。詳細はお問い合わせ下さい。

本書のポイント

◎顧客ニーズの多様化、技術革新のスピードが増す中、 どのように市場の情報を集め、読み解き、技術と結び付けるか！

1. 潜在ニーズを見つけるための顧客接点の作り方！
2. 「顧客の顧客」視点と発送からの潜在ニーズの引き出し方！
3. 顧客ニーズを引き出す質問の仕方！
4. 学会、展示会で潜在ニーズを掴む仕掛けとは！
5. 特許情報、マーケティング情報から潜在ニーズを発見する方法！

◎自社保有技術と顧客ニーズをつなげる仕組みをどのように作るか！ 各社の取り組み、運用の工夫、ポイントに迫る！

1. 技術マーケティングのための保有技術の棚卸しの仕方！
2. マーケティング意識を持った研究開発者の育て方！
3. DXによる技術とマーケティングを結合したマネジメントの進め方！
4. 研究開発部門とマーケティング部門の協力体制の築き方！

◎顧客情報の解釈、取捨選択の仕方とR&Dテーマへの落とし込み方！

1. 経営戦略を起点とする技術マーケティングと新製品、新技術の創出！
2. 顧客ニーズから研究開発テーマへの変換の仕方！
3. 自社技術が適応する新市場を探す「用途開発マーケティング」の進め方！
4. 生成AIを活用した潜在ニーズの発掘とR&Dテーマの創出！

執筆者(敬称略)

※本書の目次は裏面をご覧ください。

(株)ニューネットワーク
沖コンサルティングソリューションズ(株)
グローバル・ビジネスマッチングアドバイザー
(株)テクノインテグレーション
(有)金森マーケティング事務所
アビテックイノベーション
知財務(株)
(株)日本能率協会コンサルティング
跡見学園女子大学
(株)テクノソル
メカトロニクス(株)
村田機械(株)
阿波製紙(株)
元・エフ
(株)リテリング・イノベーション
R&D戦略・組織活性化アドバイザー
T&M研究会
大東加財(株)
(公財)全日本科学技術協会

高橋 透
杉尾 俊之
山本 雅暁
出川 通
金森 努
細野 英之
古庄 宏臣
木村 壽男
佐藤 敦
鈴木 健二郎
宗像 基浩
中尾 敬史
横田 博
松本 哲夫
芦沢 誉三
植村 真樹
六車 忠裕
青山 敏明
高橋 富男

(株)オピト
(株)ファスト・イノベーション
(株)日本能率協会コンサルティング
(株)カストリキューブ
(株)カストリキューブ
倉敷紡績(株)
DIC(株)
DIC(株)
DIC(株)
DIC(株)
北陸先端技術科学大学院大学
(株)女子マーケティング研究所
(株)スマートレジスター
アイエック(株)
(株)ジャパン・マーケティング・エージェンシー
名古屋大学
AJS(株)
(株)I P 調査塾
大藪知財戦略コンサルティング

中西 秀夫
川崎 響子
小田原 英輝
平木 肇
葉山 英樹
八木 克真
有賀 利郎
大野 孝幸
松本 高志
瀧川 優子
今井 秀之
木田 理恵
福田 一成
石川 憲昭
吉田 聖美
佐藤 登
加藤 仁一郎
松尾 健司
大藪 一

ストックマーク(株)
MOTOコンサルティング(株)
(株)スクリュー・アリア
日本工業大学
アンダーソン・毛利・友常外国法共同事業
(株)日本能率協会コンサルティング
ジャパン・リサーチ・ラボ
リアンホールディングス(株)
日鉄ケミカル&リアル(株)
三井化学(株)
(一社)イノベーション・アーク
日本航空電子工業(株)
テクノート(株)
旭化成(株)
(一社)組込みイノベーション協議会
(株)日本能率協会コンサルティング
(株)フォカスマーケティング
浅井技術経営ワイ
元・宇部興産(株)

宮成 勇輔
神庭 基
新井 宏征
清水 弘
中崎 尚
池田 裕一
奥村 治樹
坪井 誠
宮永 俊明
藤田 照典
中村 善貞
中島 伸一郎
徳山 正康
田村 敏
風見 一之
高橋 儀光
蛭川 速
浅井 政美
木内 政行

第1章 技術マーケティングの基本とその進め方

- 第1節 技術マーケティング戦略とは何か
- 第2節 顧客の潜在ニーズを探る
技術マーケティングの進め方と実施のポイント
- 第3節 海外の市場調査の方法と商品開発への活用
- 第4節 技術者自身が主体的に行う「MOTマーケティング」
- 第5節 マーケティングによる競争市場で勝ち残るための考え方
- 第6節 「ニーズがなかった」、とは言わせない！
プロダクト・マーケット・フィット (PMF) の考え方と実施方法
- 第7節 新規参入のための市場情報収集・分析と
説得力のあるレポートの作り方

第2章 技術マーケティング組織の作り方

- 第1節 研究開発部門におけるマーケティング力強化と組織作り
- 第2節 マーケティングと研究開発の協働を推進する工夫
～ポジティブ心理学からの示唆～
- 第3節 DXを活用して技術とマーケティングを統合した
マネジメントの進め方
- 第4節 研究開発部門とマーケティング部門の連携による
研究開発テーマの創出
- 第5節 村田機械におけるマーケティングと
研究開発の連携マネジメント
- 第6節 素材メーカーにおけるマーケティングと
R&Dの連携による新規事業の推進体制

第3章 マーケティング意識を持った技術者の育成と意識の変え方

- 第1節 顧客の潜在ニーズを掘むための
研究者によるマーケティング活動と意識の変え方
- 第2節 研究者へのマーケティング意識の持たせ方とやり方
- 第3節 マーケティング意識を持った研究開発者の育て方
- 第4節 研究者にマーケティング意識を植え付ける仕組みと運用

第4章 技術マーケティングのための

自社技術の棚卸しと強みの把握

- 第1節 技術マーケティングにおける
コア技術・「ノウハウ」の特許化と伝承の仕方
- 第2節 新規事業推進におけるコア技術の重要性と
技術戦略・HR戦略との整合
- 第3節 コア技術の設定管理と効率的な棚卸しの仕方
- 第4節 自社保有技術、技術以外の保有資産の洗い出しと適切な評価法
- 第5節 技術マーケティングのための技術の棚卸しと
新商品・新事業創造の進め方
- 第6節 コア技術の見える化と特許情報を活用した
イノベーションの探索・構想の進め方
- 第7節 技術マーケティングによるR&Dテーマの発掘とコア技術の刷新
- 第8節 DICにおける技術棚卸、技術マーケティング手法と
その活用について

第5章 顧客の潜在ニーズを聞き出すポイント

- 第1節 世の中の変化に対応するマーケティングの実践と
最終顧客ニーズの創出
- 第2節 女性をターゲットとする
マーケティングの留意点と情報収集、発想法
- 第3節 潜在ニーズを見つけるための顧客接点の作り方
- 第4節 顧客の顧客の視点と発想からの潜在ニーズの引き出し方

- 第5節 顧客のニーズを引き出す質問力

第6章 学会、展示会で潜在ニーズを掘む方法

- 第1節 学会でのマーケティング活動と潜在ニーズの掘み方
- 第2節 展示会を活用したニーズ発掘と新規事業へのつなげ方

第7章 特許情報、マーケティング情報の分析による

潜在ニーズの発掘

- 第1節 特許情報、マーケティング情報などの
様々な調査を活用した研究開発テーマの発掘
- 第2節 パテントマップを活用した潜在ニーズの探索と
新規R&Dテーマの発掘方法
- 第3節 テーマ探索ステップに必要な動向調査と
技術ロードマップ作成による新規テーマ創出

第8章 ビッグデータ、AIで潜在ニーズを発掘する方法

- 第1節 生成AI時代の新規開発テーマの創出プロセスについて
- 第2節 シナリオプランニングと生成AIを活用した
技術マーケティング立案
- 第3節 技術マーケティング方法MPT-Lと生成AI活用での
潜在ニーズ発掘とR&Dテーマへの落とし込み方
- 第4節 マーケティングにおける
パーソナルデータのビジネス利活用と留意点

第9章 技術マーケティングによる潜在ニーズの発掘と

R&Dテーマへの落とし込み方

- 第1節 技術マーケティングの基礎とR&Dテーマへの落とし込み方
- 第2節 顧客の潜在ニーズの見つけ方と研究開発テーマの創出
- 第3節 理論的根拠のあるテーマ立案と新規事業テーマへの創出
- 第4節 市場開拓、開発テーマ発掘のための
マーケティングの具体的手法
- 第5節 経営戦略を起点とする
技術マーケティング/新製品・新事業の創出
- 第6節 R&D発の自社アセットと潜在ニーズを結びつける
新規事業創出手法
- 第7節 技術マーケティングの進め方とR&Dテーマの発掘
- 第8節 自社技術が適応する新しい市場を探す手法
「用途開発マーケティング」の進め方
- 第9節 技術マーケティングによるイノベーションの創出
- 第10節 技術マーケティングによる新規事業の創出と仕掛けづくり

第10章 技術マーケティングによる研究開発テーマの発掘と

経営層への説明・説得の仕方

- 第1節 技術マーケティングを用いた
新規開発テーマの発掘と経営層の説得
- 第2節 経営者が重視するマーケティング視点と
それを捉えたマーケティングデータの揃え方と示し方
- 第3節 研究開発テーマ提案に必要な見せ方のポイント
- 第4節 経営陣が求める提案要素、判定基準と説得ノウハウ

詳細な目次・内容の確認、
購入や試読のお申込みはこちらから



<申込要領>

●本書は一般書店では取り扱いをいたしておりません。
右記申込書に必要事項をご記入の上、FAXにてお送りください。
ホームページからも申込みできます。 <https://www.gijutu.co.jp/>
申込書が届き次第、書籍・請求書をご送付いたします。

●支払方法

銀行振込または現金書留にてお願いいたします。
郵便振替はございません。 振込手数料はご負担ください。
銀行振込の場合、原則として領収書の発行はいたしません。

●お申込・お問い合わせ先

 **技術情報協会**
TECHNICAL INFORMATION INSTITUTE CO.,LTD.

〒141-0031
東京都品川区西五反田2-29-5
日幸五反田ビル8F
TEL : 03-5436-7744 (代)
FAX : 03-5436-7745

「技術マーケティング」(No.2271) 申込冊数

冊

定価：88,000円(税込)

会社名			
所属			
氏名		e-mail	
住所			
TEL		FAX	
今後、定期的な案内を希望されない場合、案内方法に×印をお願いいたします。 (現在案内が届いている方も再度ご指示ください) [郵送(宅配便) ・ FAX ・ e-mail]			
【個人情報の利用目的】 ・ 商品の受付、商品発送、事務処理、アフターサービスのため ・ 今後の新商品・新サービスに関するご案内のため			