



N.T.M.A

一般社団法人 新技術応用推進基盤

技術マーケティング研修のご紹介資料



N.T.M.A

(一社)新技術応用推進基盤
NEW TECHNOLOGY MANAGEMENT ASSOCIATION

2023.09.01

- 本資料は作成日時点での情報提供を目的としたものであり、そのすべて / 一部を切り抜いた内容について、今後の正確性を保証するものではありません。
- 本資料の内容、文章、記述、データ、デザイン等のすべて及び紹介する当団体のサービスについて、著作権を含むあらゆる権利が当団体に所属します。
- いかなる形でも、他社・メディア・その他外部機関及び、無関係な社内部門への提供は認めておりません。
- なお、資料中に商用利用可能な有償画像が含まれる場合があり、有償画像の目的外利用は当団体及び画像提供会社より損害賠償請求の対象となります。
また、出所を明記の上、公的機関等の外部機関が調査したデータが含まれる場合があり、この正確性や二次利用による損害等について、当団体は一切の責任を持ちません。
- 上記に違反し、当団体が有形・無形の損害を負った場合、これを賠償することに同意いただいたうえでの閲覧をお願いします。

新技術応用推進基盤の活動のご紹介

技術マーケティング研修のご紹介資料

1. 当団体について
2. 技術マーケティング研修の目的・概要

新技術応用推進基盤の活動のご紹介

技術マーケティング研修のご紹介資料

1. 当団体について

2. 技術マーケティング研修の目的・概要

当団体は「時代と共に新たに登場するテクノロジーのビジネス活用推進エンジン」として、日本産業の振興に貢献しております

新技術応用推進基盤について



N.T.M.A.

New Technology Management Association

一般社団法人 新技術応用推進基盤

<https://newtech-ma.com/>

お問い合わせ先 : info@newtech-ma.com

私たちは、新しい技術によるビジネス創出とマーケットインのための技術教育、技術調査・研究の専門家グループです。特に、新しいテクノロジーを使用しないと市場を形成できない場合の「技術とビジネスの連携」に関する課題解決を得意とします。

また海外企業の日本参入や、海外の技術動向に目をくぼりたい日本企業のニーズに応えてきました。

団体名

一般社団法人 新技術応用推進基盤
英称 :
New Technology Management Association

代表理事

谷村 勇平

所在地

東京都 千代田区 九段南1-5-6
りそな九段ビル

設立年

2019年

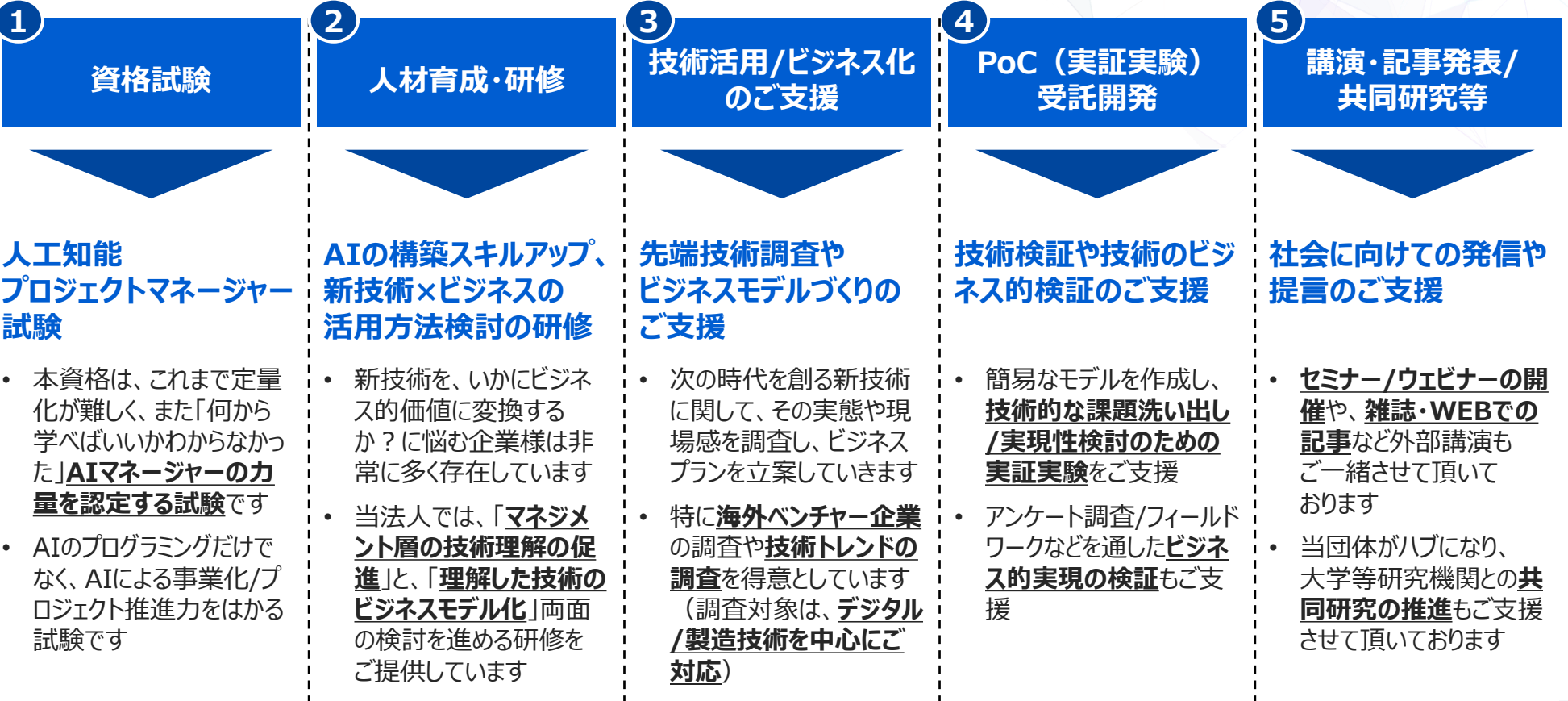
事業概要

- 本協会は「時代と共に新たに登場するテクノロジーのビジネス活用推進エンジン」として、日本のIT産業、製造業の健康的な発展に寄与することを目的としています。
- 特にデジタル領域をはじめとした、技術進歩がはやく、次々と新たな考え方の登場する領域において、ビジネスへのインパクトを測定し、企業が適切な技術理解のもと、投資や人材育成をすることを支援します。
- 将来にわたって技術が企業経営に及ぼすインパクトを共に考え、正しく企業活動に反映されるよう支援します。

当団体は、個人向け～企業向け・社会向けまで、幅広い分野でのご支援・サービスをご提供しています

個人のキャリア
をご支援

企業・社会の成長
をご支援



一般社団法人 新技術応用推進基盤では、 技術戦略のスキルや、特定テーマの技術ビジネス化に関する研修を開催しています。

スキルアップ研修

技術マーケティング研修



- 本研修では、競争力の獲得に技術が大きな要素を持つB2B産業において、「**技術を中心とした製品開発におけるマーケティングとビジネスモデル作成**」を学んでいきます。

本資料でご説明する研修

技術価値評価研修



- 本研修では、**技術の価値を正しく評価し、これを「文系中心の企画/投資部門の方にもわかりやすく説明する」方法を学び、プレゼンテーションまで実施いただく、ハンズオンの研修コース**です。

テーマ別研修

人工知能マネージャー 研修



- 本研修では、**人工知能（AI）活用の為のインハウスチームを立ち上げる企業様向けの研修パック**です。
- 当団体の「人工知能プロジェクトマネージャー資格」と連動しています。

GX/SDGsのビジネス化 研修



- 本研修では、**GX・カーボンニュートラル・SDGs・エシカル消費**など、近年の新しい経済ルールや消費者行動の変化を読み解き、**自社の競争力強化を目指す企業様向けの研修コース**です。

新技術応用推進基盤の調査対象技術の事例/キーワード

■ = 人工知能系技術 ■ = IT/通信系技術 ■ = 電機/機械系技術 ■ = 部材/素材系技術

新デジタル技術対応

人工知能の
最新アルゴリズム

人工知能の
最新プラットフォーム

IoT・エッジAI

マテリアルズ
インフォマティクス

ファクトリー
オートメーション

スマート
コンストラクション

次世代通信設備
(5G・6G・vRAN等)

量子コンピュータ

光半導体・
ロジック半導体等

STEM教育・EdTech

新製造技術対応（メガトレンド/SDGs対応含む）

脱CO₂エネルギー
(PV・風力・水素・
バイオマス等)

CO₂見える化/利活用
(計測・分析・資源化)

持続可能なモノづくり
(サーキュラーエコノミー)

新食料自給
(合成生物学、タンパク質
合成、土壌菌叢等)

水処理/水インフラ
(浄水・下水・
純粋・淡水化)

ポストLiB
(全固体・Li空気・
燃料電池等)

LiBの低価格化
ロードマップ

新機能性化学材料
(ディスプレイ・半導体・
自動車材料等)

ライフサイエンス高度化
(生体チップ/
ライフログ等)

・・・etc

新技術応用推進基盤の活動のご紹介
技術マーケティング研修のご紹介資料

1. 当団体について

2. 技術マーケティング研修の目的・概要

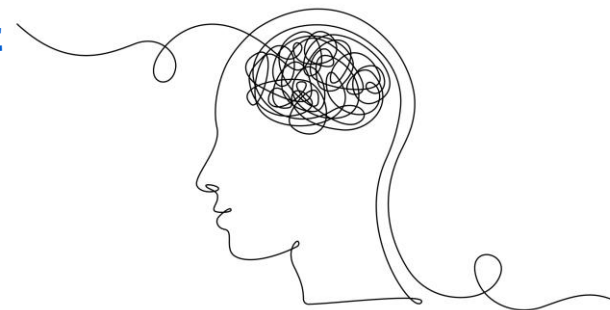
近年の環境変化により、製造業・B2B産業の事業創出は難しさを増している。本研修は、製造業特有の“技術を中心とした製品開発におけるマーケティング”の学びを目的とする

研修
ご提供の背景

- **日系製造業、特に部品・素材といったB2B産業のメーカーは、近年様々な環境変化に直面、ビジネス面で克服すべき課題を多く抱えています**
 - 汎用品分野の競争力低下
 - かつてのニッチ商品の収益効率低下
 - プロダクトライフサイクルの短命化と技術開発テンポの上昇
 - なれない新領域でのビジネス展開の要求
- **これらの課題は、従来のような“長期的計画の技術的差別化”だけでは対応できず、「技術マーケティング」の概念の導入と活用が求められています**

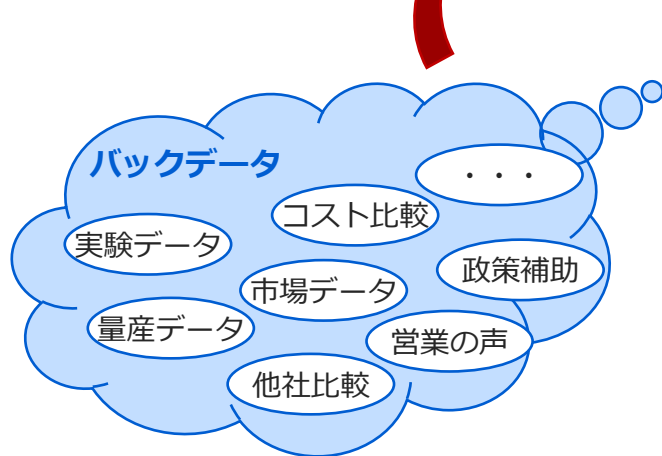
対象企業様
と目的

- **そこで本研修は、技術がキーとなるB2B産業の、研究・経営企画部門の方を対象に、技術マーケティングに基づく研究企画を実現するために、担当者のスキルアップを目指すものです**
 - 製造業・部品/素材産業・電気電子・自動車などの企業様、これら企業への投資判断を行う企業様にも有意義な内容となっています



技術マーケティングとは、特に技術開発が重視される商品において、事業として成立する仕組み（ビジネスプラン）を構築する取り組みである（当団体の定義）

データからビジネスプランへのジャンプこそ、研究・経営企画者としてのクリエイティビティが試されるポイント

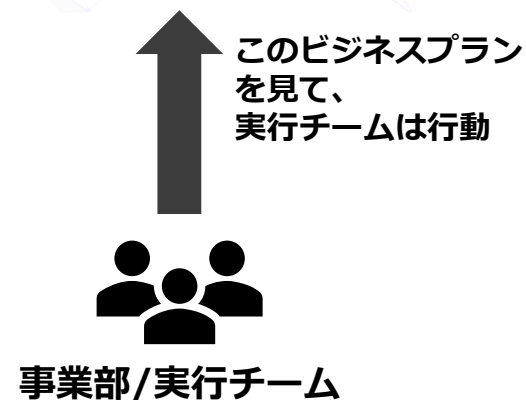


ビジネスプラン

- 何を目的とした事業なのか
- 誰がどんな理由で当社を選ぶのか
- 結果、当社は市場の中でどんな立場になるのか
- 最終的にどんな成長を通して、どうクロージングするのか
- どんなシナリオがあると、このプランはうまくいかないのか（戦略的リスクファクター）

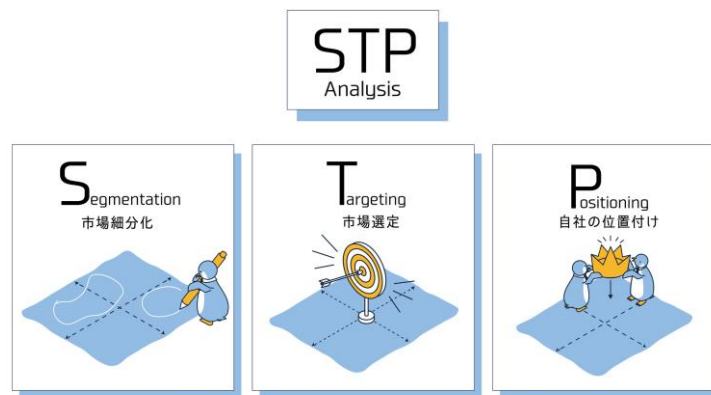
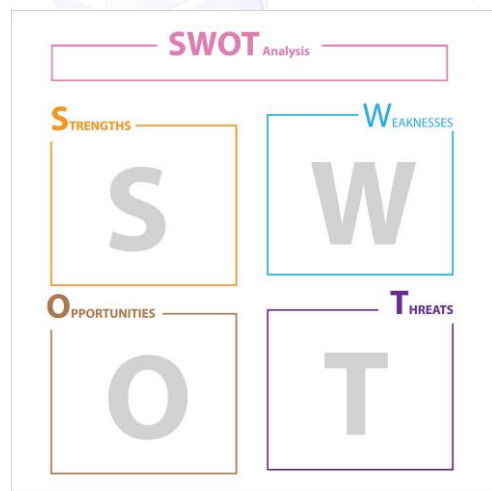


バックデータは担当者が責任をもって取りまとめるべき情報であり、実行者からはみえない



バックデータを収集・整理しただけでは「技術マーケティング」にはならない
データからビジネスプランを描き、実行チームに伝え、動いてもらうまでが「技術マーケティング」

データを整理する手法（フレームワーク）は世に数多あるも、そこにクリエイティビティが足されなければ、ビジネスプランには行きつかない



- 今の時代、フレームワークは著名になりすぎて、その概念はいくらでも自分で学べる
- しかし、これを「活用できているか」というと、多くのケースで使えていない

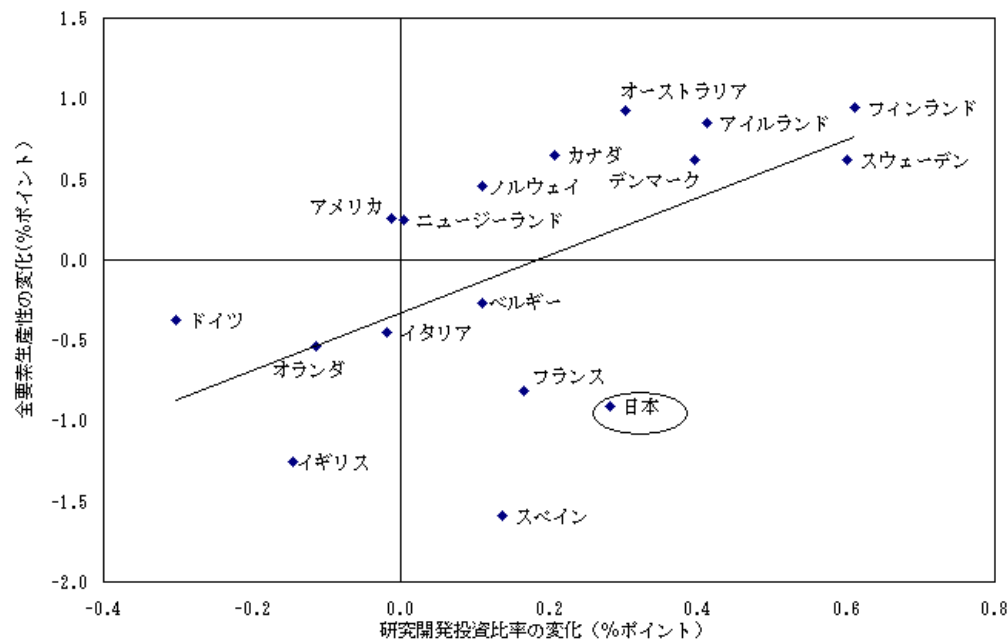


- 中身に埋める言葉の“あるべき粒度”、言葉を埋めた後で創造性を発揮する要訣をおさえねば、データを整理できてもビジネスプランには行きつかない

実際、我が国の技術投資の効率が悪いことはただのイメージではない。 20年以上前の段階で、すでに指標としても明らかであり、国家の課題意識にもある

第3-2-16図 研究開発投資比率と全要素生産性（TFP）の関係

我が国の研究開発投資は生産性の上昇に結びついていない



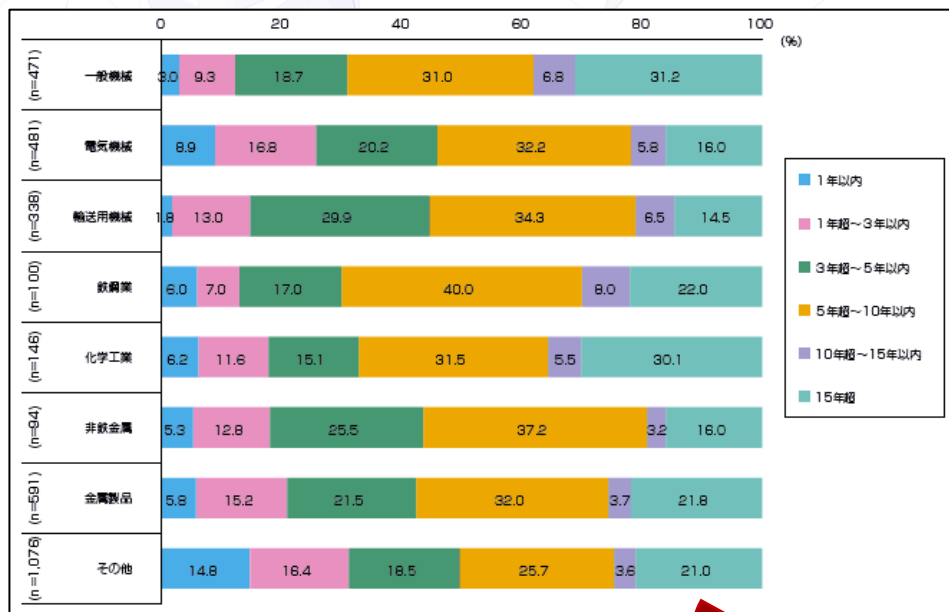
(備考) 1. OECD "The New Economy: Beyond the Hype"により作成。
2. 研究開発投資比率は研究開発支出額の対GDP比。
3. いずれも1980年代平均から1990年代平均への変化。

- 20年以上前の経済財政報告書です
すでに、研究開発費に対して（その
効果指標である）全要素生産性が
低いことが問題視
- この状況そのものは、
現在に至っても、なんら変化せず

開発費をただ増やしても状況は改善せず
やり方（クリエイティビティ）の部分に
変化と強化が必須

画像出所) 内閣府 平成14年度版 年次経済財政報告書より

エンドユーザーと接点の薄い部材産業ではかつて“ヒットを飛ばせば10年安泰” しかし、現在では“売れる期間”は短命化しており、いっそう課題感が鮮明に

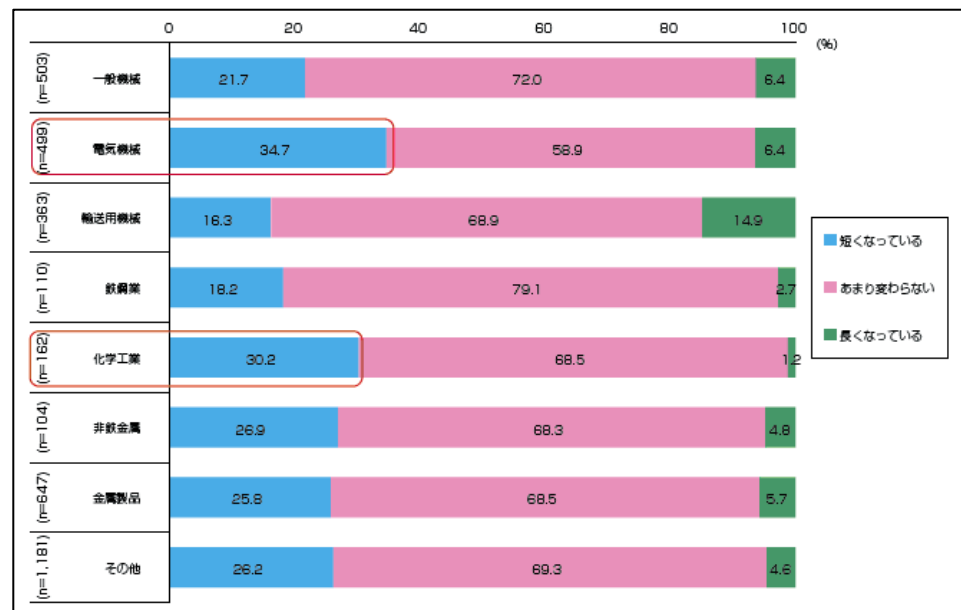


左) 素材産業の製品ライフサイクルは、4割方10年以上と長いが…

右) …化学と電気機械の両産業で、ライフサイクルが短くなっていると実感

競争の主戦場がスペシャリティ分野に移ったことで…

- ユーザー産業(エレクトロニクス)の製品ライフサイクルに引っ張られ、部材製品も短命化へ
- 従来のように、工場の生産計画に従ってモノを卸していれば収益が約束される時代ではない



一方で、世の研修/教科書はB2C産業向けや技術観点が薄いもの・フレームワークの解説に終始するものが多く、技術とマーケティングを結ぶ実践的な学びの場は少ない

せっかくマーケティングの研修を受けたが…

- 話が現状の業務と遠すぎて、どう活用したらいいかわからない
- 結局、技術開発とマーケティングの話をどうつなげたらいいのか？
- 高度な技術を要する製造品とコーラの売り方では本質的に異なるように思うが、それを同じ土俵で話されても困る
- フレームワークは理解したが、そこに何を埋めたらいいのか、埋めた後にどう使えばいいかわからない



そこで一般社団法人 新技術応用推進では、製造業・B2B産業の技術マーケティングの基礎を学ぶため、座学及びワークショップの研修プランをご用意

- 製造業におけるマーケティングや研究企画について学びたい
- 知識だけでなく、実践的な練習を通してクリエイティビティを鍛えたい

目的 ①

技術マーケティングの概念と基本的な知識を理解する

目的 ②

研究企画書や事業企画書における使い方を理解する

目的 ③

ケーススタディ等を通して、視点・観点・発想力を鍛えたい



お問い合わせ先

一般社団法人 新技術応用推進基盤
〒102-0074
東京都千代田区九段南1-5-6 りそな九段ビル
info@newtech-ma.com

THANK YOU

— End of File —



N.T.M.A

(一社)新技術応用推進基盤

NEW TECHNOLOGY MANAGEMENT ASSOCIATION

資料作成：一般社団法人 新技術応用推進基盤

本資料は特定の企業の従業員様のみを対象としており、第三者への配布、引用、複製はたとえ抜粋の形であっても承諾しておりません。

また、本資料はお客様への情報提供を目的とした資料であり、その一部を切り抜いた内容について、

正確性を担保するものではありません。

資料中のアイコン・画像などに、商用利用可能なフリー素材を使用している場合があります。資料の複製は個別に許諾の契約を結ばない限り、いかなる形でも承諾しておりません。