

技術ロードマップの策定と研究開発戦略への実装

～10年先を見据えたR&Dテーマ設定と経営層を動かす技術戦略の描き方～

—講師— 日本工業大学技術経営大学院 教授 清水 弘 氏

日 時 2026年7月6日(月) 午後1時～4時
受講方法 会場受講/ライブ配信/アーカイブ配信(2週間、何度でもご視聴可)
会 場 SSK セミナールーム 東京都港区西新橋2-6-2 ザイマックス西新橋ビル4F

[重点講義内容]

技術ロードマップは、市場・製品・技術の3層でこれらのつながりを示す技術戦略手法の一つです。技術部門の皆さんの経営・事業への貢献を示す重要アウトプットといえます。ただ、戦略技術や途上技術の強化がいかに技術・製品・市場につながり、経営・事業へ貢献するかを描くことは容易ではありません。

本セミナーでは、技術マーケティングの基本手法、特にMPT-Lを活用した技術ロードマップの作成について説明したいと思います。

※MPT-L:市場(Market)・製品(Product)・技術(Technology)のつながり(Linkage)

1. 技術ロードマップとは

—市場・製品・技術のつながり(MPT-L 関連図)での説明の重要性

- ・技術ロードマップとは ・技術ロードマップの効果 ・なぜ必要になったか ・技術変局点の理解
- ・初期検討での有効なコミュニケーション ・自社/組織にあったストーリーが重要に
- ・重要な2つの要件 ・どの事業～製品群へどの方向性で貢献するか
- ・市場・製品・技術のつながりでの説明 ・MPT-L 関連図 ・技術ロードマップと技術者の役割
- ・(参考)フレームワークとは

2. 技術ロードマップ作成の基礎知識

2-1. 価値創出活動と市場・製品・技術のつながり

- ・価値創出活動 ・技術視点のマーケティング手法の必要性
- ・MPT-L 関連図と3つのツリー
 - (1)BOM(Bill of Materials)ツリー
 - (2)M-F-T(Market/Function/Technology)ツリー
 - (3)PMD(Product/Manufacturing Design)ツリー
- ・PMD ツリーから技術ポートフォリオ

2-2. 事業貢献を市場・製品・技術のつながりで説明

- ・事業貢献と事業単位 ・事業ポートフォリオ

2-3. 世の中変化での機会・脅威を市場・製品・技術のつながりで描く

- ・機会・脅威を導出:PEST/3C
(Politics/Economics/Society/Technology/Customer/Competitor/Company)
- ・価値連鎖 ・M-F-T ・STP(Segmentation/Targeting/Positioning)
- ・4P(Product/Process/Place/Promotion)と具体的検討イメージ
- ・方向性の選択:アンゾフ・マトリックス、SWOT、魅力度適合度 具体的な検討イメージ

2-4. 価値創出活動での実践活用

- ・アイデア創出・コンセプト企画と開発～テスト・検証～市場投入・成長段階の業務プロセス例

3. マーケットインとプロダクトアウトの技術ロードマップ

- ・技術ロードマップの作成
- ・技術:技術ポートフォリオ、市場・製品:MPT-L 関連図、事業単位、アンゾフ・マトリックス
- ・全固体電池と風力発電事例(配布テキスト無)

4. 技術ロードマップ作成の個人のスキルと組織の巻き込み方

- ・個人のスキル ・組織の巻き込み方

5. まとめ・質疑応答・ディスカッション

