

# イノベーション実現のための マーケティング・リサーチの役割

2020年  
1月28日(火)  
13:30～17:00

## ◆ マーケティング・リサーチにもマーケティング理論を！

従来のマーケティング・リサーチの手法では、根本的に新しい市場を創造することはできないといわれるようになって久しくなっています。マーケティング・リサーチが企業のイノベーションによる新市場創造や新製品・新サービス開発に役立つためには、マーケティング・リサーチスキルだけではなく、マーケティング理論の習得も必要です。

本セミナーでは、神戸大大学院MBAの宮尾准教授が、イノベーションとは何か、なぜ、イノベーションは難しいのか、イノベーションを実現させるためのマーケティング・リサーチの役割って何？を蒸気レスIHの開発事例を使ってご紹介します。

## ◆ 内容

- ①イノベーションって何？
- ②なぜ、イノベーションは難しいのか？
- ③イノベーションを実現するためのマーケティング・リサーチの役割って何？

## ◆ 教材レポート（下記教材レポートを事前に読んでいただき、講義を進めます）

ディスカッションペーパー「三菱電機株式会社「蒸気レスIH NJ-XS10J」の開発」  
[https://www.b.kobe-u.ac.jp/papers\\_files/2013\\_16/](https://www.b.kobe-u.ac.jp/papers_files/2013_16/)

対 象：メーカーにおいてマーケティング関連に携わった方、  
リサーチャー、コンサルタントに関わる方（実務経験5年以上）

定 員：20名程度（最小開催人数10名）

参加費：12,000円＋税（会員） 15,000円＋税（一般）

会 場：JMRA 研修室

## 講師 宮尾 学 氏

神戸大学大学院経営学研究科准教授。博士（経営学）。

1975年兵庫県生まれ。2000年京都大学大学院工学研究科高分子化学専攻博士前期課程を修了後、サンスター株式会社にて研究開発や商品企画を担当。同社勤務の傍ら、2006年神戸大学大学院経営学研究科専門職学位課程、2010年同博士後期課程を修了。2011年滋賀県立大学人間文化学部生活デザイン学科助教。2014年より現職。

専攻はテクノロジー・マネジメント。

おすすめの著書『製品開発と市場創造：技術の社会的形成アプローチによる探求』白桃書房

