

TechnoProducer

新規研究開発テーマを創出する 企業内「発明塾」



TechnoProducer株式会社
代表取締役
楠浦崇央 Kusuura Takahisa

京都大学工学部機械系学科卒、同大学院工学研究科エネルギー応用工学専攻（現：エネルギー科学研究科エネルギー変換工学専攻）修了。各種金属材料、特に航空機用チタン合金の疲労強度と熱処理／マイクロ組織の研究に従事。

卒業後、川崎重工業株式会社、株式会社小松製作所にて開発実務を経験した後、2004年に研究開発ベンチャーを設立。CTO 兼ナノインプリント事業責任者を務め、特許情報分析を活用して自ら顧客開拓・資金調達・事業の立ち上げを行った。後に、事業の一部は大手化学メーカーに売却された。

常識破りの発想で、実現不可能とされた技術の開発や、誰も気づかなかった新用途開発を次々に成功させてきた。また、特許の専門家ではないからこそ、技術者目線で徹底的に「特許情報」の活用を考え抜き、新事業企画・事業創出・資金調達・企業経営も実践してきた。これら豊富な経験をもとに、特許情報と投資情報を駆使した発明創出の実働支援をさせていただきます。

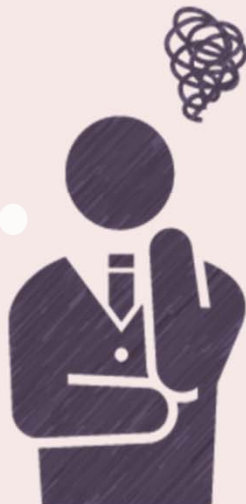
新規事業開発、新規研究テーマ企画を 担当されている方のお悩み

A社 企画担当者

展示会に行っても、時間がかかる割に新規テーマの種が見つからない。もっと効率的に情報収集がしたい。

B社 企画担当者

デザイン思考等、流行りの手法を試してみたが、なかなか思うように進まず、行き詰まりを感じている。



C社 技術者

リーンスタートアップの考え方で仮説検証サイクルを素早く回してみたい。しかし、**検証するに値する仮説**を立てられず苦心している。

D社 知財担当者

技術者、企画担当者が新規テーマの企画提案をする過程で、**特許情報活用と先読み知財取得**にトライしているが、うまく機能していない。

「自身しかチャンスに気づいていない」

弊社が考える、新規研究開発テーマを企画するにあたっての重要なポイントです。

「自分しかチャンスに気づいていない」状態になるには、

「あまり知られていない情報」に基づいて仮説を立てる必要があります。

マイクロ・最先端の情報 = 「エッジ情報」

の探索が企画立案にあたって、
特に重要だと考えます。

(市場調査レポート・展示会の情報等は「広く知られている情報」であり、かつ、他の誰かによってまとめられた「二次情報」であるため、せっかくの知られていない情報が削られている、と考えるからです。)

マイクロ・最先端が重要です！

既に「アツイ領域」と知られた領域で、既に多数が知っている情報を基にアイデアを出しても、既に誰かが着手していて、「ああ、遅かった・・・」となることに。

新規研究開発テーマを考える際には、
マイクロ・最先端の特許情報(特に米国特許)や
投資情報(米国企業やベンチャー企業)の情報を
基に、あまり着目されていない課題や技術を起点に、
アイデアを創出することが重要です。

TechnoProducerが提供する「企業内発明塾®」は、
技術者／企画担当の方とともに、**エッジ情報の探索／仮説の立案**
を行い、**実働を支援**するサービスです。

【全業種対応】新規事業創出の実働支援サービス「企業内発明塾®」

<https://www.techno-producer.com/kigyounai-hatsumeijuku/>



TechnoProducer

運営元 TechnoProducer株式会社

特許情報や投資情報の分析により、新規テーマ創出の支援をします

代表取締役 楠浦 崇央

所在地 東京都中央区東日本橋2-28-4

日本橋CETビル2階

連絡先 050-3786-4941

info@techno-producer.com