



“価格競争”よさらば！

～自社製品ブランド化への挑戦

株式会社バイオクロマト～

(理化学製品製造販売)

“自社製品のブランド化の実現”それを見事に体現し、下請け企業から脱却。
ユーザーの圧倒的な支持を得ている自社製品はどのようにして生まれたのか？
バイオクロマトの戦略と自社製品にかける思いを木下社長が語ります！

平成**30**年**3**月**5**日(月) 18:30～20:00

【会場】相模原市立産業会館 4F 特別会議室(相模原市中央区中央3-12-1)

【受講料】無料

【定員】40名様(先着順)

【主催】相模原商工会議所工業部会GETプロジェクト



株式会社バイオクロマト 代表取締役 木下 一真 氏

リーマンショックを機に、数々の経営改革を断行し、自社製品の開発および脱下請けを推し進めた同社。現在では自社製品のみを取り扱い、主力製品の濃縮装置「コンビニ・エバポ」は、理化学・バイオの研究現場で活躍。取引先には名だたる大手企業をはじめ、日本のバイオ事業に従事する産学官組織も名を連ねています。

製品のブランディングにおける独自性はメディアからも“木下流方程式”として大きな注目を集めています。

FAX申込 042-753-7637 または メール m-iwasaki@sagamihara-cci.or.jp まで

事業所名			
参加者氏名1		役職(所属)	
参加者氏名2		役職(所属)	
連絡先電話番号		FAX番号	
E-mail			