

Leading Innovation Professional Service Program

素材、部品メーカー向け

中期R&Dテーマ探索プログラム

～機能製品技術とアプリケーションの組み合わせを発掘する目的指向アプローチ～

株式会社リーディング・イノベーション

はじめに

研究開発部門は、既存事業の競争力を高めるための研究開発はもちろんのこと、新規事業開発のための研究開発の役割を担っています。

このように研究開発部門は、新規事業につながるR&Dテーマを発案することが求められていますが、昨今では、事業のビジネスモデルは複雑化してきており、技術者は、この複雑なビジネスモデルの構想立案とビジネスプランを策定することを求められるようになっていきます。すなわち、新しい技術を開発し、そのアプリケーションを探し、そして儲かるビジネスモデルを構想立案するということが求められているということです。

研究開発者は、この難しく専門性の高い課題に取り組んでいなければならぬのですが、しかし、このような役割を担える専門人材を育成する仕組みは乏しいのが実態である。

本「中期R&Dテーマ探索プログラム」は、素材、部品メーカーのための中期R&Dテーマ探索の作業を体系化した進め方手法であり、オリジナリティあるR&Dテーマの発掘につながるものです。また、貴社と弊社メンバーが一緒になって調査検討を行うため、リアルな刺激を提供でき、貴社メンバーの人材育成に寄与することができます。

素材、部品メーカーの特性



特 性	テーマ探索の方向性
<p>ビジネスレイヤーの下部の位置するため、基本は上部層の企業ニーズを基点として新規テーマを考える(B2B)。</p> <p>技術の差別化が求められる。</p>	<p>経済的価値(売上向上、コストダウン、環境価値向上など)につながる商品提案。</p> <p>技術で価値をつくることを目指す。</p>

目的型商品	機能型商品
<p>顧客と使う目的が明確になっている商品・サービス</p>	<p>機能は明確だが、多くの人が様々な目的で使う商品・サービス</p>

テーマ探索の方向性

商品は、大きく目的型商品と機能型商品に分類することができる。素材、部品メーカーの商品は、多くが機能型商品であり、このことを認識してテーマ探索を行なう必要がある。

基本的考え方

中期R&Dテーマを見つけるための3つの仮説

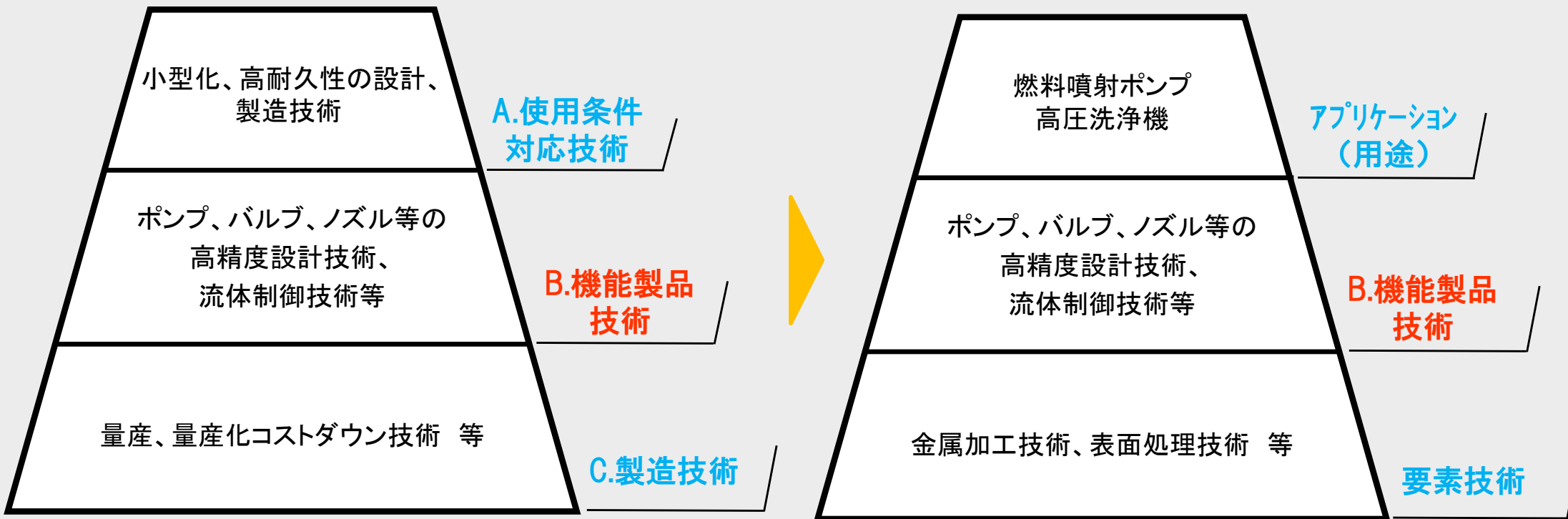
- トレンド分析から始めると現実的でユニークなテーマが意外に発掘できない
- 有望新技術情報から自社に合った技術を選択するも用途開発と競争で苦勞する
- ニーズは無限にあるという視点に立つと、ニーズは探すのではなく選ぶものになる

素材、部品メーカーのテーマ探索のポイント

- 技術の強みではなく、自社が得意とする機能製品技術を出発点にする
- ビジネス構造マップを使って、ビジネスチャンスを見える化する
- 機能製品技術とアプリケーションの組み合わせを見つける

R & D テーマ 探索のポイント

例：自動車用燃料噴射ポンプメーカー

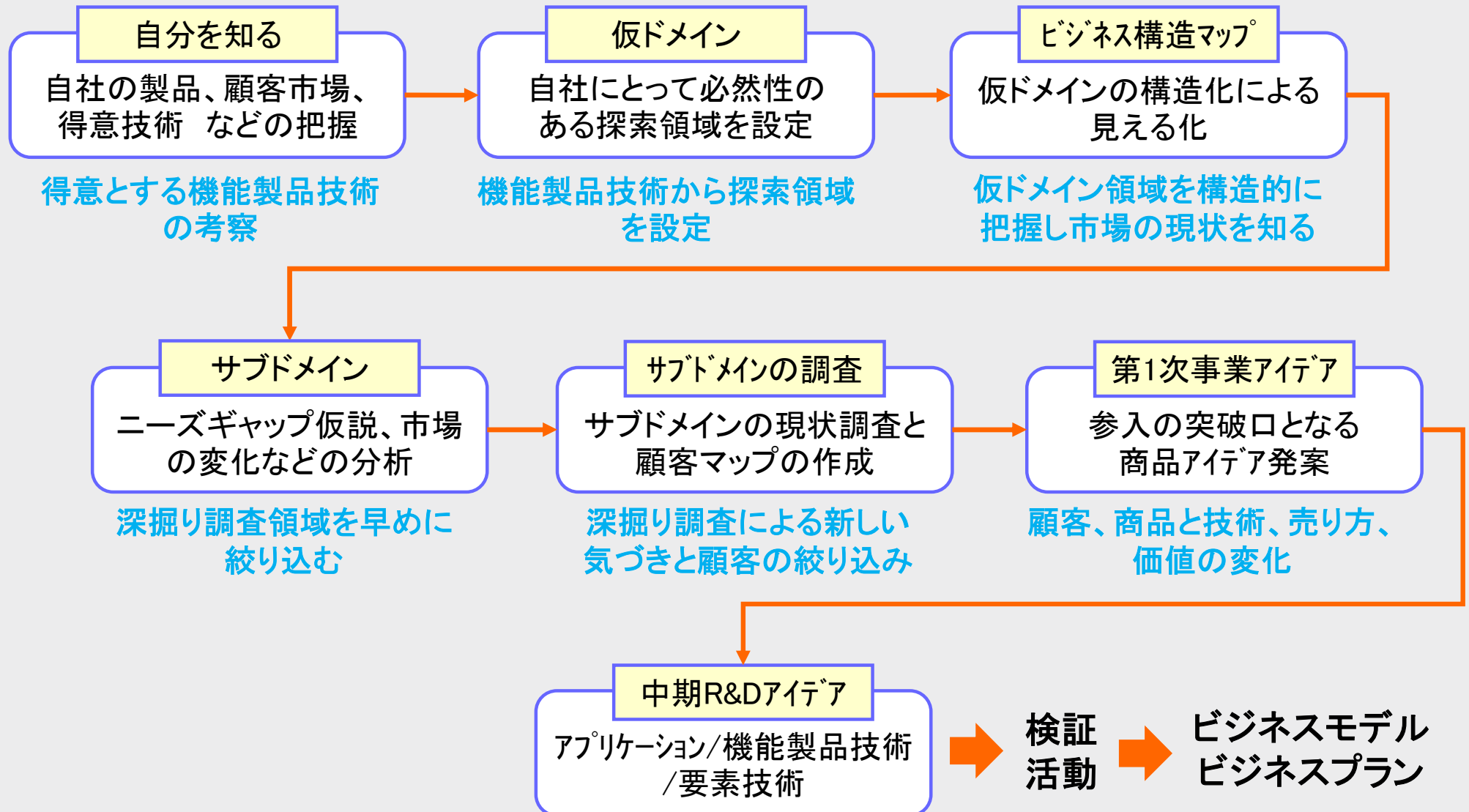


機能製品技術は、多くの要素技術の組合せによってできていると考えられます。しかし、要素技術を細かく分解すればするほど、その技術はアプリケーションから離れていってしまいます。

そのため、新規事業開発のためには機能製品技術を起点に行うのが良い方向と考えられます。

R & D テーマ 探索 の ポイント

中期R&Dテーマのアイデア発案までの進め方



お問い合わせ先

東京都千代田丸の内2-2-1 岸本ビルディング6階

株式会社リーディング・イノベーション

高橋 和之: takahashi@lead-in.com

芦澤 誉三: ashizawa@lead-in.com

Tel: 03-5953-8950