

自社技術の棚卸が R&Dを変える

開催趣旨

新興国の台頭による市場の多極化とグローバル競争の激化、IT・ナノ・バイオなど先端技術の高度化と普及による新産業の萌芽と既存産業の構造変化、業種・分野の壁を越えたオープンインベーションの拡大など、ものづくり企業を取り巻く経営環境は劇的に変化しています。そして、これらは、社会・市場・技術の変化を俊敏にとらえ、顧客の課題解決のために技術を磨きあげる企業、未来起点でものづくりの在り方を革新し続ける企業、すなわちイノベーションに挑戦するものづくり企業にとっては、成長への大きな機会となります。多くの日本企業は、独自の優れた技術を持ちながらも、組織や分野の壁、技術の属人化、技術者、研究者の内向きマインドなど様々な要因から、それらが十分活用されず、イノベーションにつながっていないことに強い課題認識を持っています。これまで蓄積してきた技術をイノベーションの核として生かすためには、自社の強み技術を明確にすると同時に、技術が生み出す顧客価値を描きだすイノベーション戦略の実践が重要であり、自社技術を構造的に可視化・共有化する『自社技術の棚卸』は、その中核をなす実践手法です。自社技術の棚卸は、単に技術のリストをつくる、データベースをつくることではありません。技術を構造的に可視化するプロセスをとおして、現場の技術者、研究者のイノベーションマインドを高め、組織・分野の壁を越えた技術の共有と融合を促進する戦略的な活動です。

本セミナーでは、イノベーションに挑戦するR&Dの管理者及び担当者を対象として、株式会社ケミストリーキューブが開発した実践手法をもとに、戦略的な技術力強化へむけた自社技術の棚卸の効果的な進め方について4回シリーズにて解説いたします。

ご対象者

製造系企業の経営者、技術・開発部門長・管理者、技術者・研究者、技術・開発企画スタッフ。特に、下記の課題認識をお持ちの方。

- ・R&D現場のイノベーションを生み出す力を高めたい
- ・自社の技術を核にしたイノベーション戦略を具体化したい
- ・自社の保有する技術を組織の壁を越えて共有、活用したい
- ・組織・分野の壁を越えた技術者、研究者の協働を促進したい

スケジュール

(※各セッション単位でのご参加も可能です。)

第1回 ▶ 2015年5月26日(火) 10:00 ~ 17:00

「『自社技術の棚卸』がR&D現場を変える(基本編)」

第2回 ▶ 2015年5月27日(水) 13:00 ~ 17:00

「『自社技術の棚卸』がR&D現場を変える(実践編①)」

第3回 ▶ 2015年6月2日(火) 13:00 ~ 17:00

「『自社技術の棚卸』がR&D現場を変える(実践編②)」

第4回 ▶ 2015年6月3日(水) 13:00 ~ 17:00

「『自社技術の棚卸』がR&D現場を変える(実践編③)」

講師

株式会社ケミストリーキューブ 平木 肇 氏

1992年筑波大学を卒業、シャープ株式会社入社。エンジニアとして先端電子デバイスの研究開発・製品開発・生産技術開発に取り組む。通産省(当時)主幹の次世代研究プロジェクトに参画。1999年株式会社日本能率協会コンサルティング入社。14年間にわたり、技術経営(MOT)、イノベーションマネジメント、研究開発(R&D)マネジメントを主領域としたコンサルティングに従事。自動車・自動車部品、精密機器、電気機器・電子部品、医療機器、製造装置、化学、食品・食品素材など、60社以上のものづくり企業・技術系企業において、事業・商品戦略、技術戦略、技術・商品開発、組織改革、現場改善に関するコンサルティングをチーフコンサルタントとして取り組み、イノベーションの創造と技術開発力の向上に貢献。2014年株式会社ケミストリーキューブ設立。“テクノロジスト(技術人材)の知恵を、価値を創り出す力に変える”をコンセプトとして、ものづくり企業・技術系企業の成長と技術人材の開発を支援している。



第1回 『自社技術の棚卸』がR&D現場を変える(基本編)

～“イノベーション”へ向けた技術の融合と人材の協働～

技術は、現在の事業を支えるだけでなく、未来へ向けたイノベーションを生み出す貴重な資源であり、自社技術を効果的に活用・蓄積できるか否かは、ものづくり企業の成長を大きく左右します。しかし、多くのR&D現場では「技術が属人化してしまっている」「社内どんな技術があるのかよくわからない」「部門間で技術の共有化ができていない」「技術が開発しっぱなしになっている」など、技術マネジメントが機能していない現状に悩みを抱えています。本セミナーでは、『自社技術の棚卸がR&Dを変える』シリーズの基本編として、R&D現場における自社技術の棚卸の効果的な進め方について、演習を交えながら学びます。

1. 変化するR&Dへの期待と戦略的技術力強化

- イノベーションの時代
 - ものづくり企業を取り巻く変化
 - イノベーションとは「価値の創造と具現化」
- 変化するR&Dへの期待
 - 経営戦略・事業戦略との整合から創発へ
 - R&D現場の悩み
- 戦略的技術力強化とは
 - 戦略的技術力強化の3つの着眼
 - 各社の取り組み

2. 「技術の棚卸」とは

- 技術をマネジメントすることの難しさ
 - 技術は見えにくく、共有しにくい
 - 技術に対する見方は、立場によって異なる
- 技術の棚卸とは
 - 技術の棚卸は技術のリストをつくることではない
 - 技術の棚卸の狙いは、R&D現場を変えること
 - 技術の棚卸が実現する3つの可視化
 - イノベーション戦略の全体像を描き出す
 - 組織の壁を越えた技術者、研究者の協働を促す
 - 技術者、研究者のイノベーションマインドを高める

3. 「技術の棚卸」の進め方

- 技術を棚卸の実践プロセス
 - 技術を捉えるための5つの階層
 - 技術棚卸のステップと実践手法
- 自社技術の可視化
 - 機能を中心に技術を記述する
 - 機能⇒目的機能(用途)+技術機能(方式)
- 顧客価値の可視化
 - 価値は機能ではない
 - 顧客の“うれしさ”を想像する
- イノベーション戦略の可視化
 - 価値と技術をつなぐ
 - イノベーションの着眼点を具体化する

4. グループ演習

- 3～5人のグループにて、仮想テーマを題材にした演習を行います。
- 演習1： 自社技術の可視化
 - 実践手法： 技術の構造化
 - 演習2： 顧客価値の可視化
 - 実践手法： バリュカタログ
 - 演習3： イノベーション戦略の可視化
 - 実践手法： イノベーション戦略マップ

第3回 『自社技術の棚卸』がR&D現場を変える(実践編②)

～顧客価値を想像し、可視化するための実践手法～

自社技術の棚卸を、単に技術のリストをつくる、データベースをつくることに終わらせず、イノベーションへ向けた活動として進めていくためには、技術が実現する顧客価値の可視化が鍵になります。しかし、多くのR&D現場で、顧客価値が曖昧なまま技術戦略がつくられ、技術開発が進められています。また、顧客に提供する「価値」と製品が実現する「機能」の違いが明確化されず、混同したまま議論されている場面を少なからず目にします。本セミナーでは、『自社技術の棚卸がR&Dを変える』シリーズの実践編②として、価値と機能の違いを踏まえつつ、顧客価値を想像し、可視化するため実践手法について解説します。

1. 変化するR&Dへの期待と戦略的技術力強化

- イノベーションの時代
 - ものづくり企業を取り巻く変化
 - イノベーションとは「価値の創造と具現化」
- 変化するR&Dへの期待
 - 経営戦略・事業戦略との整合から創発へ
 - R&D現場の悩み
- 戦略的技術力強化とは
 - 戦略的技術力強化の3つの着眼
 - 各社の取り組み

2. 「自社技術の棚卸」のフレームワーク

- 技術をマネジメントすることの難しさ
 - 技術は見えにくく、共有しにくい
 - 技術に対する見方は、立場によって異なる
- 技術の棚卸とは
 - 技術の棚卸は技術のリストをつくることではない
 - 技術の棚卸の狙いは、R&D現場を変えること
 - 技術の棚卸が実現する3つの見える化
- 技術を棚卸の実践プロセス
 - 自社技術の棚卸 3つの実践モジュール
 - 技術棚卸のステップと実践手法

3. 「顧客価値の想像と可視化」の進め方

- 価値の捉え方
 - 価値は機能ではない
 - 顧客価値を考える5つの視点
 - 創造の前の想像：技術者は夢を語れ
- 潮流(メガトレンド)に着目する
 - 3つの視点 ～フォロー・逆張り・弊害～
- 顧客の困りごとを引き出す
 - 顧客の捉え方 ～マスから個へ～
 - セグメンテーションとターゲットティング
 - 困りごとを考察する3つの眼(MMT分析)
- ソリューションを想像する
 - 顧客の「ワオ!」を想像する2つの視点
 - 真のニーズに応える
 - バリュカタログ
- 仮説検証サイクルをつくる
 - 顧客インタビューのタイプとポイント
- プロダクトをデザインする
 - プロダクトの構造
 - 価値の捉え方でプロダクトが変わる

4. 事例紹介

第2回 『自社技術の棚卸』がR&D現場を変える(実践編①)

～自社技術を構造的に可視化するための実践手法～

技術の見えにくさは、ものづくり企業が技術マネジメントに行ううえで大きな障害の一つになっています。単に製品を開発・製造するための知識やノウハウという視点を超えて、イノベーションを生み出すための経営資源として技術を理解するためには、多面的に技術を捉え、構造的に整理・可視化することが不可欠です。本セミナーでは、『自社技術の棚卸がR&Dを変える』シリーズの実践編①として、技術を構造的に可視化するため実践手法について解説します。イノベーションにつなげるためにどのように技術を捉えるのという観点を踏まえつつ、「機能」を中心とした技術の構造的な整理と記述方法について学びます。

1. 変化するR&Dへの期待と戦略的技術力強化

- イノベーションの時代
 - ものづくり企業を取り巻く変化
 - イノベーションとは、「価値の創造と具現化」
- 変化するR&Dへの期待
 - 経営戦略・事業戦略との整合から創発へ
 - R&D現場の悩み
- 戦略的技術力強化とは
 - 戦略的技術力強化の3つの着眼
 - 各社の取り組み

2. 「自社技術の棚卸」のフレームワーク

- 技術をマネジメントすることの難しさ
 - 技術は見えにくく、共有しにくい
 - 技術に対する見方は、立場によって異なる
- 技術の棚卸とは
 - 技術の棚卸は技術のリストをつくることではない
 - 技術の棚卸の狙いは、R&D現場を変えること
 - 技術の棚卸が実現する3つの見える化
- 技術を棚卸の実践プロセス
 - 自社技術の棚卸 3つの実践モジュール
 - 技術棚卸のステップと実践手法

3. 「自社技術の可視化」の進め方

- 技術の捉え方
 - 技術を捉えるための5つの階層
 - 技術と技能
 - 技術の分類
 - 技術の構造
- 技術の洗い出し
 - 自社が“できること”を書き出す
 - できるだけ平易な表現で記述する
- 技術の構造化
 - 機能を中心に技術を記述する
 - 機能=目的機能(用途)+技術機能(方式)
 - 目的機能(用途)と技術機能(方式)の関係
- 技術の噛み砕き
 - 技術機能から目的機能を展開する
- 技術の評価
 - 技術の強さ ⇒ 独自性 × 模倣困難性
 - 独自性を評価する3つの水準
 - 模倣困難性を評価するフレームワーク

4. 事例紹介

第4回 『自社技術の棚卸』がR&D現場を変える(実践編③)

～自社技術の進化を描き、イノベーション戦略を可視化するための実践手法～

自社技術の棚卸の狙いは、R&D現場にイノベーションを生み出すための基盤を作り込むことです。そのためには、自社技術と顧客価値を結びつけたイノベーション戦略の構想と可視化が不可欠です。本セミナーでは、『自社技術の棚卸がR&Dを変える』シリーズの実践編③として、自社技術の進化を描き、イノベーション戦略を可視化するため実践手法について解説します。株式会社ケミストリーキューブが開発したI-Map(イノベーション戦略マップ)の活用をとおして、自社のイノベーション戦略の全体像を描き、重点技術群の設定と技術革新シナリオの立案を行うための実践手法を学びます。

1. 変化するR&Dへの期待と戦略的技術力強化

- イノベーションの時代
 - ものづくり企業を取り巻く変化
 - イノベーションとは「価値の創造と具現化」
- 変化するR&Dへの期待
 - 経営戦略・事業戦略との整合から創発へ
 - R&D現場の悩み
- 戦略的技術力強化とは
 - 戦略的技術力強化の3つの着眼
 - 各社の取り組み

2. 「自社技術の棚卸」のフレームワーク

- 技術をマネジメントすることの難しさ
 - 技術は見えにくく、共有しにくい
 - 技術に対する見方は、立場によって異なる
- 技術の棚卸とは
 - 技術の棚卸は技術のリストをつくることではない
 - 技術の棚卸の狙いは、R&D現場を変えること
 - 技術の棚卸が実現する3つの見える化
- 技術を棚卸の実践プロセス
 - 自社技術の棚卸 3つの実践モジュール
 - 技術棚卸のステップと実践手法

3. 「イノベーション戦略の可視化」の進め方

- イノベーション戦略のコンセプト
 - イノベーションの全体像を描く
 - 価値と技術の関係が見える化する
 - 価値を起点とした技術群(TVP)
 - イノベーション戦略マップ(I-Map)
- 自社技術の進化を構想する
 - 自社技術の進化とは、技術の競争力を戦略的に高めること
 - 5つの戦略パターン
- 重点技術群を選択する
 - 価値(TVP)ポートフォリオ
 - 評価のフレームワーク
 - 技術の難易度の考え方
 - 重点技術群の選択の考え方
 - オープンイノベーションの肝は価値の設定
- イノベーション・ロードマップを描く
 - TVPを基本単位とした技術革新シナリオ
 - 技術と価値のサイクリカルな高度化

4. 実践事例

会場案内

●企業研究会セミナールーム(東京：麹町)

〒102-0083 東京都千代田区麹町 5-7-2 麹町 31MTビル 2F TEL : 03-5215-3511

参加要項

本セミナーは各セッション単位の選択申し込みが可能です。

複数のセッションをご受講の際は、下記の通り割引料金となります。お申し込みの際には、申込書のご受講を希望されるセッション開催日に、チェックをご記入下さい。

受講料 (1名…消費税込)

◆1日のみ受講	正会員 / 37,800円 (本体価格: 35,000円)
	一般 / 41,040円 (本体価格: 38,000円)
◆2日間受講	正会員 / 64,800円 (本体価格: 60,000円)
	一般 / 71,280円 (本体価格: 66,000円)
◆3日間受講	正会員 / 81,000円 (本体価格: 75,000円)
	一般 / 88,560円 (本体価格: 82,000円)
◆4日間受講	正会員 / 86,400円 (本体価格: 80,000円)
	一般 / 93,960円 (本体価格: 87,000円)

※会員企業一覧は当会ホームページにてご確認頂けます。 <http://www.bri.or.jp>

※主担当者様のお名前でお申し込みの上、各回、代理出席も可能です。但し、割引料金の適用は一度にお申し込みの場合に限ります。

申込方法

下記申込書に所定事項、及び、ご受講希望セッションをご記入の上、FAXにてお送りいただくか、下記担当者宛 Eメールにてご連絡下さい。また、当会ホームページからもお申し込み頂けます。(Eメールでお申し込みの際には、希望セッションを明記願います。)

お申し込み・お問い合わせ先

〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 麹町31MTビル2F

TEL : 03-5215-3514 FAX : 03-5215-0951 E-mail : kawamorita@bri.or.jp

一般社団法人企業研究会 公開セミナー事業グループ 担当：川守田 (かわもりた)

※着信確認のご連絡後、後日(開催日一週間~10日前まで)に受講票・請求書をお送りします。

※よくあるご質問(FAQ)は当会ホームページにてご確認いただけます。([TOP] → [公開セミナー] → [よくある質問])

※お申し込み後のキャンセルはお受けしかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理の方のご出席をお願い致します。

※最小催行人数に満たない場合、中止とさせて頂くこともございますので、ご了承ください。

申込書

FAX:03-5215-0951

事業コード:151124-1010

自社技術の棚卸がR&D現場を変える

会社名	会社所在地 〒 -		
氏名(フリガナ)	所属・役職名	Tel	
		Fax	
E-mail			
受講希望セッション(必ず <input checked="" type="checkbox"/> をご記入下さい)			
選択受講 / <input type="checkbox"/> : 第1回▶ 5/26(火) <input type="checkbox"/> : 第2回▶ 5/27(水) <input type="checkbox"/> : 第3回▶ 6/2(火) <input type="checkbox"/> : 第4回▶ 6/3(水)			
備考			

ご記入いただいた個人情報は、本セミナーに関する確認、連絡、及び、当会主催セミナー等のご案内に利用させていただきます。