



新規事業開発を加速させる R&Dチームのつくり方

Stockmark 

新規事業創出が重要視される現代

新型コロナウイルスの拡大により、行動や価値観も大きく変わる状況に。

大きな社会構造の変化を目の当たりにして、経営者も事業の再構築を早急に進めています。

ビジネス環境の破壊的転換期

生活様式が一変し、社会や暮らしが大きく変化した2020年代
過去になかった新しいニーズや課題が生まれ
既存ビジネスを大きく揺るがす状況が到来

グローバル化

多様化

少子高齢化

自然災害

テクノロジーの進化

SDGs

法改正

新型コロナウイルス



R&D部門にも例外なく影響

経営者から求められる内容も変化し
研究・開発部門の状況をみると
「新事業開発への貢献が求められている」との回答が最も多い

新事業開発への貢献
が求められている
(59.8%)

自社の研究・開発に関
する方針や戦略は明確
になっている
(43.0%)

全社的な経営戦略と研
究・開発戦略は連動して
いる
(36.4%)

経営トップは、研究・
開発部門の方針や活動
に理解を示している
(54.9%)

全社的な経営戦略と研
究・開発戦略は連動して
いる
(41.8%)

研究・開発部門の状況について当てはまると
回答した項目の上位5つ
(かなり当てはまる・当てはまると回答した数の合算)



事業開発の最初のフェーズで起きている壁

事業開発を進めるにあたり、最初のフェーズはアイデアやプランを多く出し幅を広げること。

R&D部門のメンバー内では、ここでつまずき先に進めない状況が起きています。

現場では、どんな問題が起きているのか？



事業のアイデアやプランが無い・出てこない

これまで、研究中心の業務を担っていた方が新規事業開発の貢献を求められても、何をすべきかわからないという状況が多いのではないのでしょうか。アイデアがなければ、評価・検証といった次のフェーズに進めないばかりか事業開発を始めることができず、せっかくの自社技術が無駄にしまいます。



技術のアイデアばかりで事業構想に紐づかない

技術ありきで考えてしまうと、どんな社会課題の解決になるかという視点に立った時に先に進めなくなります。求められるプロダクトやビジネスとして成り立つサービス視点を最初のフェーズ時点で考えておかenないといけません。

事業アイデアを
生む着想のスタートは

「誰の」「何の」
「どんな課題を解決するか」

を明確にすることから。

顧客のニーズ・課題
を把握して、求められる
プロダクト・サービスを
見つける必要がある。

求められるR&D部門の役割変化

事業開発へ貢献するためには、これまで注視していた市場や競合だけではなく、

異分野・異業種の動きや顧客ニーズの把握が不可欠に。情報収集やアイデア着想の方法を変えていく必要があります。

これまで

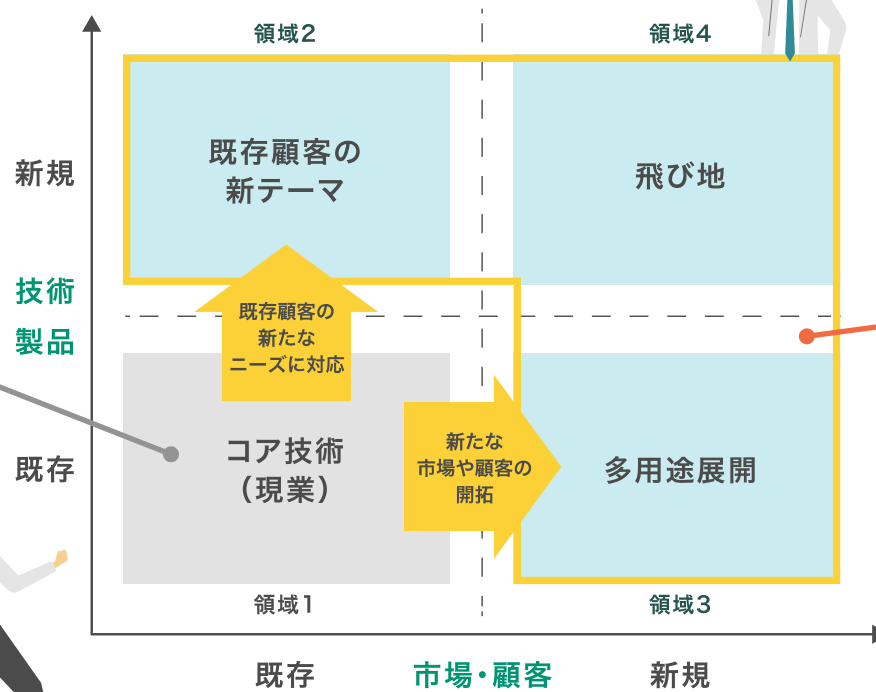
既存の市場や既存顧客をターゲットに自社の既存製品に対して新たな技術を模索し、精度を高めていた

研究に活用してきた情報

- 特許・論文情報
- 官公庁・公的機関のレポート
- 有償レポート
- 業績情報

体系的にまとめられているが
情報鮮度は古く、最新のトレンドや市場・顧客のニーズにマッチする
アイデアは出にくい

新たな領域へ展開する検討を！



これから

- ・既存顧客の新たなニーズに対応
 - ・新たな市場や顧客の開拓
- という視点で自社技術がどう活用できるかの模索し事業開発につなげる

今後、活用すべき情報

- 市場動向・人気トレンド
- 海外や異業種も含めた事例
- 顧客企業や競合のリリース情報
- 調査データ速報

デジタル上にあるニュースは市場トレンドや顧客ニーズを把握でき、事業開発につながるアイデア着想のヒントが満載

R&D部門内で事業アイデア構想ができる環境のつくりかた

個々で事業開発につながるアイデアをすべて探す必要はありません。

チーム間で世の中にあるニーズや課題を共有し、ディスカッションすることでアイデアが精緻化されます。

まずはインプットから

R&D部門のメンバー全員が
情報感度を上げる

鮮度の高い情報を
日常から効率的にインプット

↓
情報感度の底上げ・均一化
させることで
生産的な議論が増える

事業開発アイデアを検討するにあたり、チームでブレストを行う機会は多くあります。しかし、ブレストするメンバー全員が前情報をもっていないと、発言がでない・アイデアに同調するばかりだったり、質の高い内容が生まれません。そうならないよう、普段からチームメンバー全員が情報感度をあげておく必要があります。

R&D部門のメンバー全員が
世の中のニュースから
アイデア着想できるように



まずは、競合の動きや顧客のニュースをもとにチーム内で意見交換しながら、課題感の共有や注目すべき内容の共通化を進めていきます。さらに世の中のトレンドや注目のビジネスワードを含む記事をもとにチーム内で共有し話をすることで、情報感度が高まりニュース記事から自然と着目すべき内容が見えてくるように変化します。

アウトプットも変わる

「課題解決」視点で
事業開発のアイデアが広がる

ニーズや課題を意識しながら
自社技術や知的資産で解決できるか
方法を模索

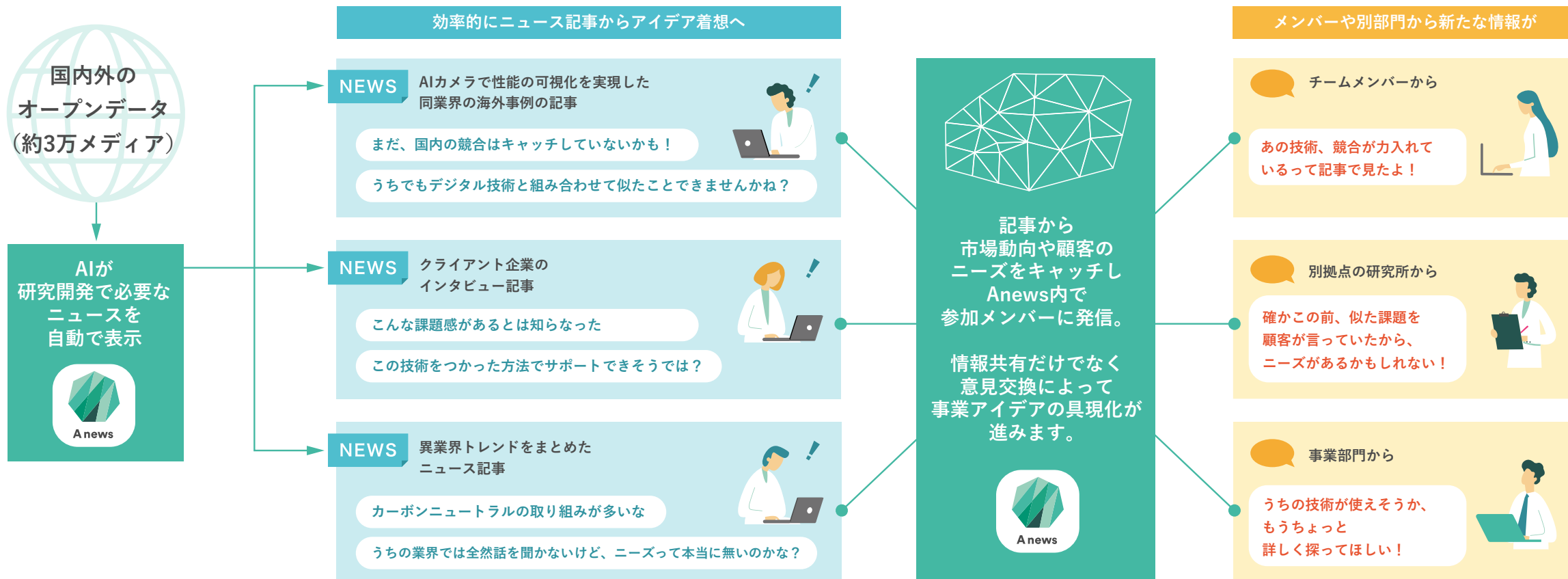
↓
これまでになかった
用途の発見・価値につなげる

世の中で注目されているテーマやニーズの把握から課題感が見えてきたら、それが自社技術でどうにか改善できないか？という視点を持ってニーズとシーズの組み合わせまで検討が進められます。アイデアをゼロベースで考えるのではなく、世の中の情報と組み合わせることで新たな用途の発見を進めていきましょう。

Anewsが事業アイデアの着想から発展までをサポート

Anewsをアイデアのプラットフォームにして、網羅的にニーズや課題をインプット。

部門をまたいで事業開発を行う場合でも、同じ情報をもとにアイデアの幅をさらに広げることができます。



新規事業開発に活用した事例のご紹介

実際にAnewsを利用し、新規事業開発につながるアイデアが生まれた、他部門との連携強化による効率化ができたという声をいただいております。

CASE 1 グローバル展開する電子部品メーカー



お悩み

多くの新規事業アイデアが出るよう盛り上げていきたいが...

社内で新規事業企画が活発化するようにコンテスト実施などを行っているが、限られたごく一部の社員を除いて意見が出てこない。また、出てくる企画も市場ニーズや競合他社動向が踏まえられていない



Anewsがサポート
PESTの情報、3Cの情報など網羅的に収集



市場ニーズを踏まえた新たな企画が生まれるように

市場ニーズを知ることによって自社技術と繋ぎあわせたアイデアが生まれ、質の高い新規事業企画が以前よりも多く集まるようになった

CASE 2 大手情報関連機器メーカー



お悩み

研究開発の早期収益化を実現していきたいが...

ますます収益への貢献が求められる中で効率的な研究開発業務、また市場ニーズを反映した新製品企画を行ってきたい。しかしプロダクトごとに縦割りの組織体制のため誰がどのようなノウハウを持っているのか分からない、また他部門の知見が共有されない



Anewsがサポート
記事のシェア・コメント記載によるチーム内外の情報共有



部門間の情報共有がスムーズになった結果、
効率的な研究開発が可能に

Anews上での情報のシェア、ニュースへのコメントを共有することによって組織内の知見者を発見。また、部門間で情報やナレッジがシェアされることで研究開発の効率化につながった

Anewsの活用で、R&D部門の新規事業開発が加速します



新規事業のアイデア着想は、Anewsを起点に広がります。

R&Dチームの一員として活用してみませんか？

無料トライアルで 試してみよう！

アイデアを生むプラットフォームを体感してみませんか？
まずは、トライアルからお試しください！



R&Dの先進的な企業は すでに活用中です！

効率的な情報収集だけでなく、アイデアを生む組織づくり
にも貢献。事業部門を超えて、新しい価値の創出をサポート
します。



もっと詳しい内容を ご希望なら、こちら

Anewsの機能や価格について、Anews概要資料で詳しくご
紹介しています。

ぜひ、下記のURLからお問い合わせください。



無料トライアル・カタログ請求はこちらから

<https://stockmark.co.jp/contact/product>

