事業に貢献する、はじめての「研究・開発リサーチDX」

Stockmark

Contents

デジタルテクノロジーでビジネスが大きく変わってきている中、
事業成長の源泉であるR&Dも変化を求められています。
まず、研究開発におけるリサーチ部分のDX化を検討してみませんか？

デジタルテクノロジーで ビジネスが変わる

デジタルテクノロジーで 研究・開発を変える

市場が変わる

異業種参入が目立ち新プレイヤー・新サービスが続々登場

P.2

ニーズが変わる

スマホの普及とSNSで利用する情報が変化し、ライフスタイルや価値観も多様化

P.3

どうなる？日本のR&D

諸外国に比べ成果が低い。市場やユーザーの変化に追いつけていけていない？

P.4

R&D部門もビジネス視点へ

既存の開発プロセスを脱却して新しい考え方にシフトを！

P.5

まずリサーチDXから

AIに情報収集を任せ、アイデアを他部門とも連携。研究・開発DXのスタートラインに立とう

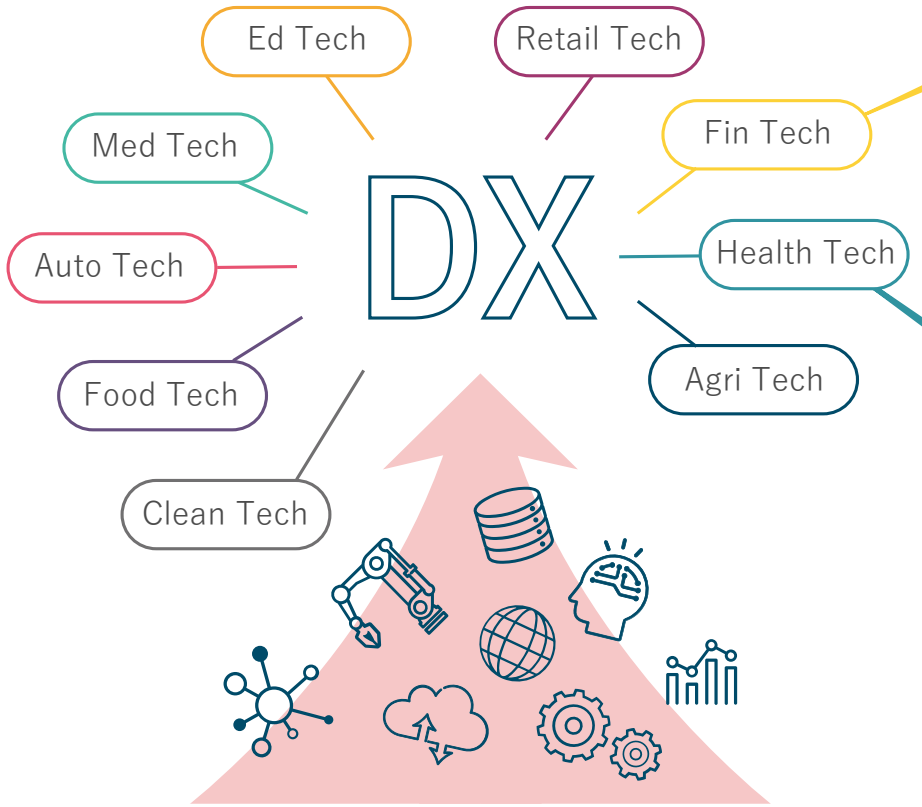
P.6

デジタルテクノロジーで

市場が変わる

さまざまな業界で、異業種参入が増えています

畑違いと思っていた企業が突如市場に参入し、自社の競合になる場合も。デジタルテクノロジーによって「新サービス創造」「短期間での商品リリース」を可能にし、業界の垣根を越えてきています。



FinTech（フィンテック）

流通業　IT企業　保険
電機メーカー　総合EC　コンビニ

銀行のオープンAPI化から始まり、スマホを利用したキャッシュレス決済・送金サービスなど、ユーザーも金融サービスの使い方を変化させています。結果、既存のビジネスモデルを大きく変える状況となり、金融業界は他業界よりもDX化が加速しました。

Health Tech（ヘルステック）

旅行会社　化粧品メーカー　通信事業者
電機メーカー　不動産　ゲーム会社

ウェアラブルデバイスやIoT機器の普及で身体データや行動データを容易に収集できるようになり、データを活用した健康予防のサービスが増加。専門知識が必要だった業界ですが、デジタル技術によって新しいサービスが生み出せるようになり、参入障壁が低くなりました。

デジタルテクノロジーで

顧客が変わる

多様な顧客ニーズに対応した製品開発が求められています

ニーズ（価値観）は多様化し、ユーザー側の方が早くデジタルシフトしている状況に。そうした中、経営層からも開発スピードの加速化と効率化を求められており、顧客ニーズの変化に対応できる新たな開発プロセスが必要になっています。

以前は一方通行だった情報入手

情報源が「テレビ・ラジオ」「新聞・雑誌」で、その内容を頼りに消費者はモノを選定していました。また、「広告をよく見る」「みんな持っている（流行っている）」といったブランドに対する意識や、所有していることに対して価値を感じ、品質の高い新しい製品を作れば買われる時代でした。

画一的な情報を受け取り、「スタンダード」が固定された時代。選択肢も少なく、開発テーマも決めやすかった。

ユーザーが自ら発信する時代

インターネットの普及で検索すれば瞬時に情報収集を行え、SNSで自身が情報発信する立場になることも可能に。さまざまな情報や考え方に触れるようになり、モノを持つことに価値を感じず、必要な時に使える「サービス」に対してお金を払うスタイルに変化しました。

リアルタイムで情報が更新されトレンドも日々変化。加えて、パンデミックや災害、世界情勢も重なり未来予測が難しい。

どうする？どうなる？

R&D部門

成果を出すための R&D部門の改革が急務ではないでしょうか？

投資額は世界と比べても上位にあるがGDP成長率は低く、費用対効果の低さが問題に。「売れる商品づくり」「新規事業に寄与する研究開発」への取り組みが一層重要になります。

日本のR＆D部門によるビジネス寄与の現状

主要国の2019年研究開発費総額をみると日本は世界で3番目に多いが

順位	国名	投資額（million）
1位	アメリカ	612,714
2位	中国	514,798
3位	日本	172,614
4位	ドイツ	131,932
5位	韓国	100,055
6位	フランス	63,658
7位	イギリス	51,702
8位	ロシア	38,549
9位	イタリア	33,840
10位	カナダ	26,636

（出典）OECD Main Science and Technology Indicators /Gross Domestic Expenditure on R&D-GERD (current PPP $) (2021年7月6日 時点) を基に作成

過去10年の平均GDP成長率をみると日本は９位と低迷、経済成長に寄与できていない

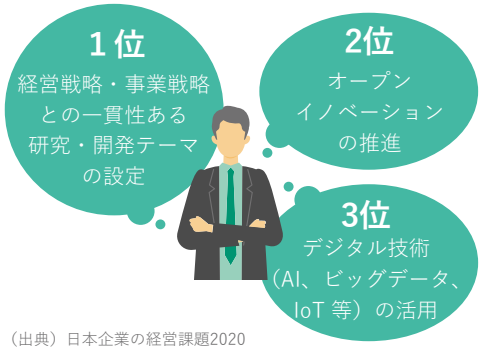
順位	国名	平均GDP成長率
1位	中国	7.9%
2位	韓国	3.1%
3位	アメリカ	1.8%
4位	カナダ	1.7%
5位	スイス	1.5%
6位	ドイツ	1.3%
7位	イギリス	1.3%
8位	フランス	0.9%
9位	日本	0.7%
10位	イタリア	-0.3%

（出典）World bank / GDP growth (annual %) より 2009～2018（10年間）の平均成長率を算出

経営者もデジタルを重要視

経営者に対するアンケート調査によると、研究開発部門における重点課題は「経営戦略・事業戦略との一貫性ある研究・開発テーマの設定」が数年にわたり1位となっている。
また「デジタル技術の活用」が昨年に続いて増加し、経営戦略においても重視されていることが伺える。

Q．研究開発部門における重点課題は？



（出典）日本企業の経営課題2020

R&D部門もビジネス視点へ

研究開発のプロセスを見直しませんか？

まず、研究開発のスタートラインである重要な「アイデア創造」「技術テーマ選定」の取り組みを「価値ある商品の企画」や「新規事業」につながる新しいプロセスに変えてみませんか。

特許・知的財産のためのアウトプットから、買われる製品企画をアウトプットに！

	インプット	コミュニケーション	アウトプット
これまで R&D部門内で閉じた業務	 各個人が従来技術を調査 データや実験メモも各自で保有	 研究の進捗を報告するのみ	 研究のレポート提出 特許のための資料や論文作成
これから R&D部門からアイデアを発信	 自前の研究内容だけでなく 顧客のニーズや市場・他社動向、 テクノロジーの活用事例も参考に	 事例やニュースを 自部門以外のメンバーとも共有し、 新たなアイデアの拡散	 事業企画部門やマーケ部門と連携し 実現化にむけた製品の具現化

研究開発における
リサーチDX

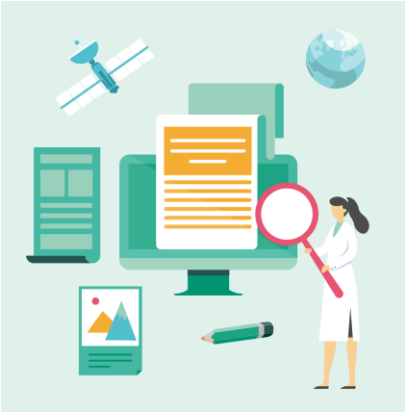
人工知能をつかって解決する、研究・開発DXはじめの一歩

リサーチ業務を効率的にサポートし、社内外に新しい知の出会いをつくることで技術・研究シーズとビジネスを結びつける近道になります。

国内外の
オープンデータ
（約3万メディア）

AI

インプット



メンバーが研究テーマの追及だけでなく、普段からビジネス視点やマーケティング視点を持てれば、研究テーマにフィットするサービスや商品につなげやすく、これまでにない新しいものと自社技術をつなぐアイデアを生み出せます。

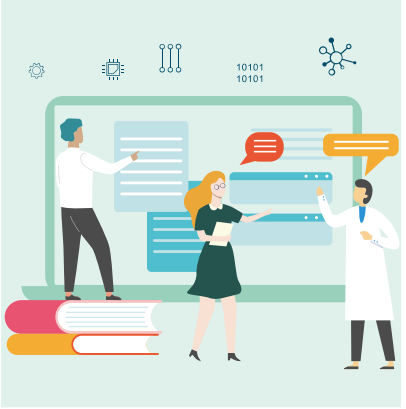
研究開発のヒント提供

競合の取り組みだけでなく、異業種によるテクノロジー活用や新サービス、新機能の情報を取得することで自社に適合する要素をキャッチアップできます。

リサーチ業務効率化

リサーチ業務は属人的な面が強く、時間もかかるうえに質を保つのも大変。AIが担うことで、リアルタイムで情報を取得し、リサーチ作業時間をアイデアやテーマ選定の時間に使えます。

コミュニケーション



他社の事例やイノベーションの情報を部内のメンバーや他部門にも共有することで、別の視点からアイデアが拡散されるようになります。そこから新たな情報を探しに行くのもAIに任せて、部門を超えてビジネスに貢献できる研究開発を進められます。

「使える情報」の質の違いが、研究開発のプロセスを変えます

Anews

新しい研究開発のアイデアづくりは、Anewsで実現できる。
リサーチDXをはじめてみませんか？

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。事業部間を超えて、新しい価値の創出をサポートします。

豊田通商 TOYOTA TSUSHO
中外製薬
SAPPORO
SUNTORY
TOPPAN
TOTO
LIXIL
HITACHI Inspire the Next
muRata INNOVATOR IN ELECTRONICS

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・資料請求はこちらから

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