

# 価値づくり時代の今、 R&Dに求められるビジネス視点 ー市場ニーズを捉える情報活用術

ストックマーク株式会社  
原部 智哉

R&Dの方々のニュース活用方法を紹介  
価値探索を高速化し創出への第一歩を踏み出せるようにする

- 世の中の変化と事業開発のプロセス
- 価値探索手法の紹介
- Anews活用方法のご提案

会社名	ストックマーク株式会社 Stockmark Inc.
オフィス	東京都港区南青山1丁目12-3 LIFORK MINAMI AOYAMA S209
設 立	2016年11月15日
創業者	代表取締役CEO 林 達 取締役CTO 有馬 幸介
事業内容	自然言語処理技術を活用した ビジネス意思決定サポートサービスの提供
従業員数	60名 (2021年08月 現在)
URL	<a href="http://stockmark.co.jp">http://stockmark.co.jp</a>



**Stockmark** 



# ストックマークの強み：文脈判断力

# 例：企業名抽出

- Stockmarkは、文脈を考慮できるAIの「BERT」を用いた手法を開発。

詳しく読む：[BERTによるニュース記事の構造化：企業名抽出](#)

- 企業名を正しく抽出するには、文脈から単語の意味を判断する必要があり、コンピューターにはとても難しい。

同じ単語でも文脈により意味が異なる例：

[企業名] スタートアップのシナモンは新サービスを発表した。

[誤検出] 店舗でシナモンの香りがするスイーツを販売する。

## 企業名抽出パフォーマンス評価

	企業名を正しく抽出	企業名以外を誤検出
Stockmark	93%	9%
A社	82%	38%
B社	48%	29%

他社の固有表現抽出ツールに比べて高い精度で企業名を正しく抽出でき、誤検出も少ない。





# 自然言語処理のリーディングカンパニー

日本経済新聞様をはじめ各種テクノロジー関連メディアに登場  
オーム社より待望のBERT本も出版

**Googleの最新AI、読解力も人間超え 驚異の学習法**  
超人間・万能AI (上)

ネット・IT  フォロー済み

2020年1月1日 2:00 [有料会員限定]

保存

人工知能 (AI) に文章読解は不可能――。米グーグルのAI技術「BERT」がこれまでの常識を覆した

**日経コンピュータ**

画像認識や音声認識などに続き、文章読解の分野でも人工知能 (AI) が人間の平均レベルを超え始めた。米グーグルの新AI技術「BERT (パート)」が壁を突き破った。検索や翻訳といった従来の効果が飛躍的に高まる可能性が出てきた。

**新世代AI、五感で大進化 「察する力」に人間らしさ**

コラム(テクノロジー)  フォローする

2020年7月11日 2:00 [有料会員限定]

保存

人工知能 (AI) の行く末を占う鍵となりそうな技術が登場した。「マルチモーダルAI」と呼び、人間が五感を通じて周囲を理解するように、画像や音声、文書など複数のデータをもとに高度な判断ができる。AIがより人間らしくなり、社会の様々な場面にインパクトをもたらす未来が近づいてきた。

SCIENCE [五感]を駆使する時代に  
従来のAI

画像 音 文書

統計データ におい

**BERT**

による

Stockmark株式会社 編  
近江崇宏・金田健太郎・森長誠・江間見重利 共著

**自然言語処理**

Transformers  
を使った  
実践プログラミング

**入門**

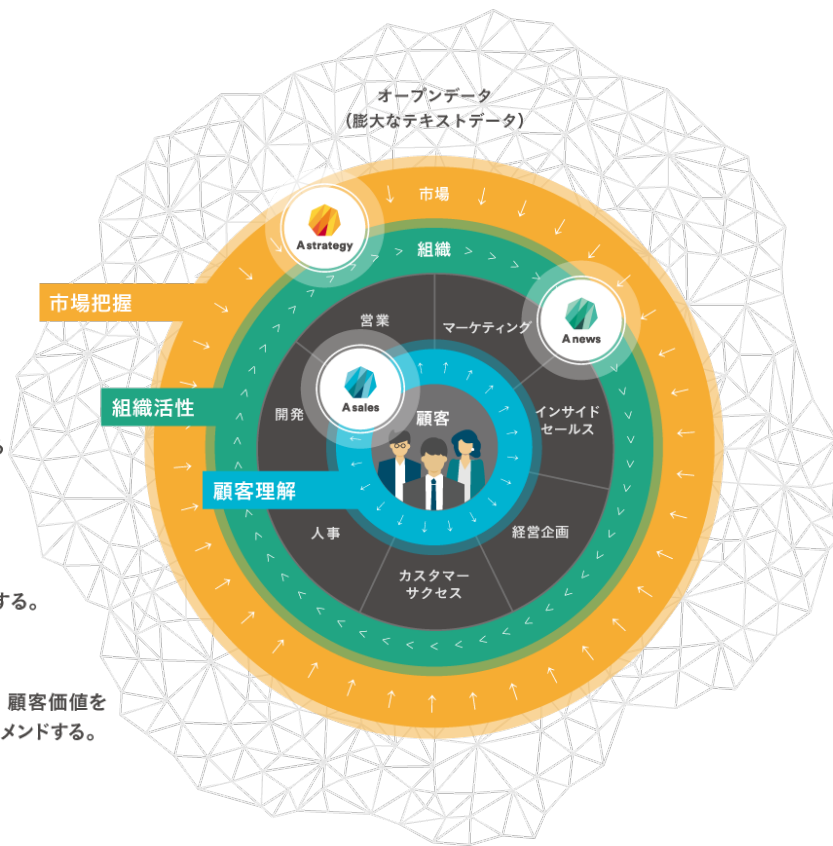
BERTを  
知る・動かす・使いこなす

Stockmark

さまざまなサービスに応用可能なBERTでの言語タスク解決法を、現役NLP技術者が解説。データセットの処理→ファインチューニング→性能評価までの一連の流れを体験し、BERTを使いこなす力を手に入れよう。

## Stockmark Heptagon





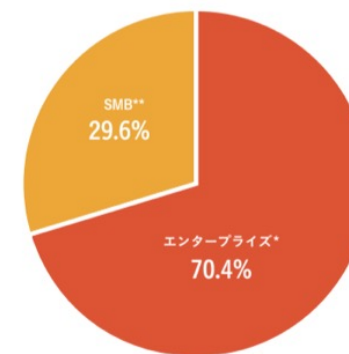
**Astrategy** 自社の周辺環境に関わる膨大なニュースやレポートをくまなく集め、不確実で複雑化する市場を把握する。

**Anews** 顧客やビジネスに関わるニュースを組織や個人に Recommend し組織に還流する。

**Asales** 社内と社外の膨大なデータから、顧客価値を最大化する洞察やナレッジを Recommend する。



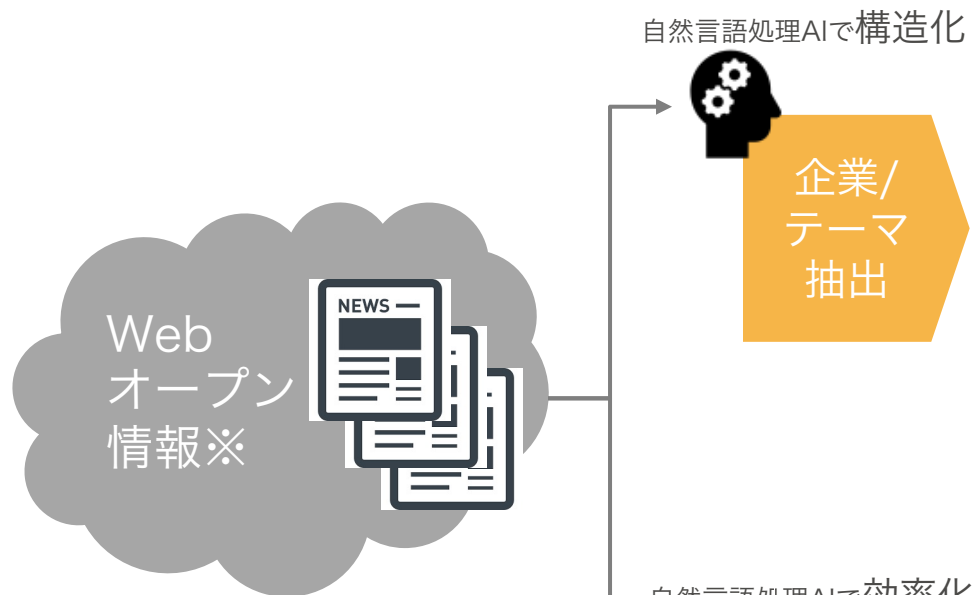
### 顧客分布



(2020/4 時点)

\*エンタープライズ：従業員数1,000名以上の企業

\*\*SMB (スモールトゥミディアムビジネス)：1,000名未満の中小企業



- 登録サイト数：約3万サイト (約30万記事/日)
  - ・一般/業界/地方ニュース(Web版)
  - ・一部の企業/官公庁/大学のリリース etc
- 注) 特許や論文、ブログやSNSは収集対象外

※Webオープン情報

- 有料記事、要ログイン記事は無料閲覧範囲のみ
- 元サイトが閉じてしまうと内容の閲覧不可

**Astrategy**

- 特定領域の参入企業とテーマを自動抽出
- 意外な参入企業を容易に発見
- 時系列比較で客観的に変化を把握

➡ ビジネスチャンスの発見支援

企業→	ストックマーク	yenodata lab.	ユーザベース	Ellyza
↓テーマ	管理	新しく追加		
自然言語処理技術	394	45	19	30
テキスト解析	292	32		14
人工知能	499	1	3	12

企業・テーマの登録

**Anews**

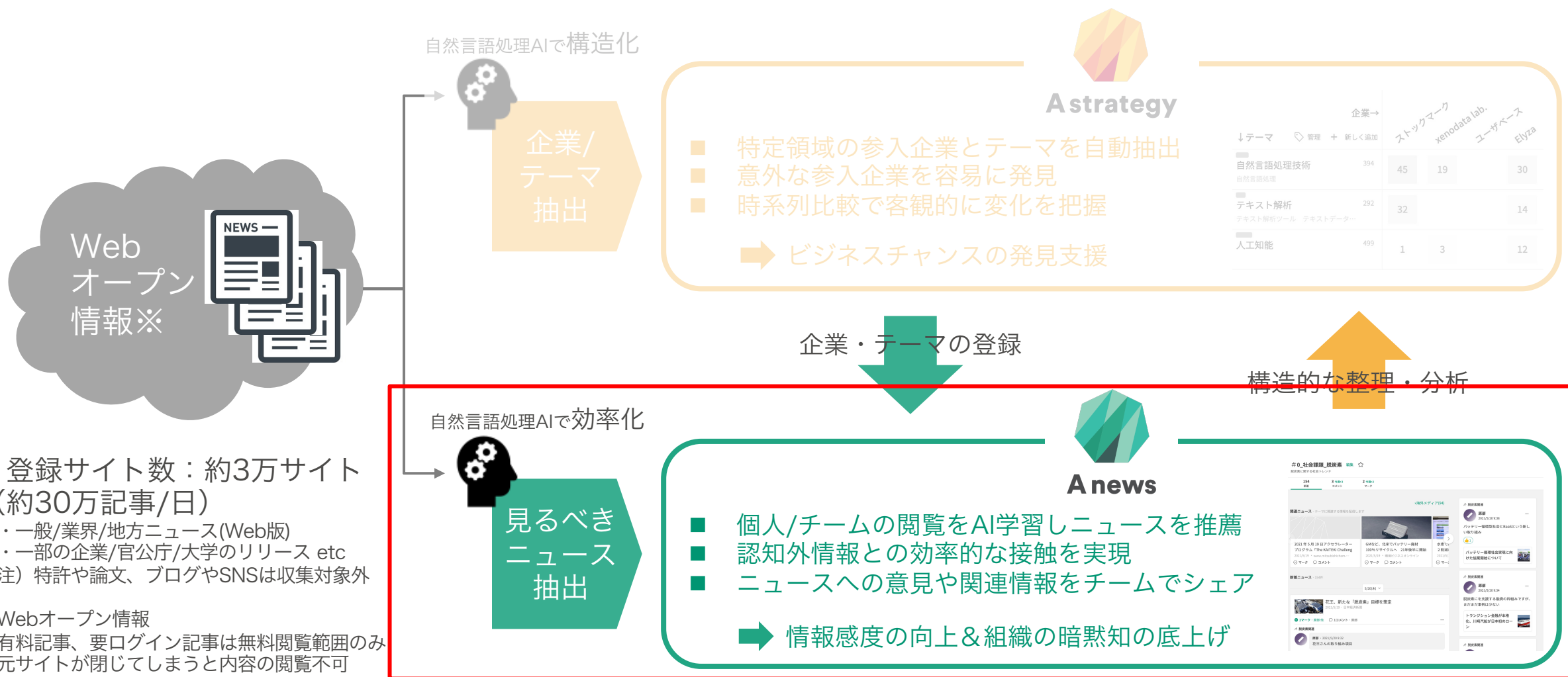
- 個人/チームの閲覧をAI学習しニュースを推薦
- 認知外情報との効率的な接触を実現
- ニュースへの意見や関連情報をチームでシェア

➡ 情報感度の向上&組織の暗黙知の底上げ

構造的な整理・分析

# AIの力で定性情報起点とした企画の底上げをサポート





# AIの力で気づきと企画の底上げをサポート

# 自己紹介



## 執行役員 Anews Product Division 原部 智哉

- 日鉄ソリューションズ（2009年～2015年）
- スtockマーク（2017年2月～）

日鉄ソリューションズでは、1,500人月規模の基幹システムのSEとして、要件定義～リリースまでを一貫して経験

企業が抱える悩みを、外からテクノロジーを用いて解決するため、スタートアップの世界へ

ストックマークではAnewsの初期開発からAsales事業の立ち上げ、Anews CS等様々なファンクションを経て、Anews事業の執行役員へ





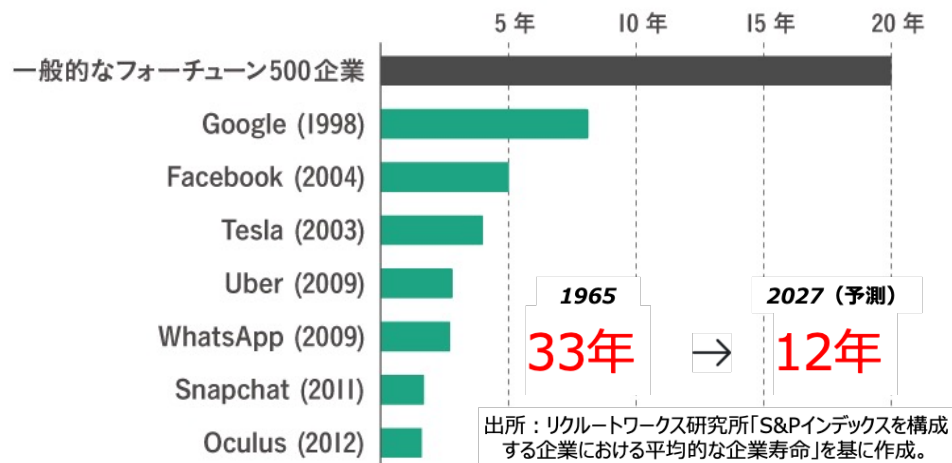
# 研究開発部門に求められているコトの変化

# 将来の予測が困難な変化の激しい時代に入

かつてないスピードで市場を浸食してくるデジタル企業の存在  
これまでと同様の価値提供だけでは**企業が存続できない時代**に

## これまでにないスピードで成長するデジタル企業

時価総額が10億ドルになるまでにかかった期間



出展：サリム・イスマイル他、『シンギュラリティ大学が教える飛躍する方法』（2015年）から作成

デジタル・ディスラプションの影響と対応

4/10 市場シェア10位以内企業のうち  
淘汰される従来型企業

3年 顕著な破壊的イノベーションが  
起こるまでの時間

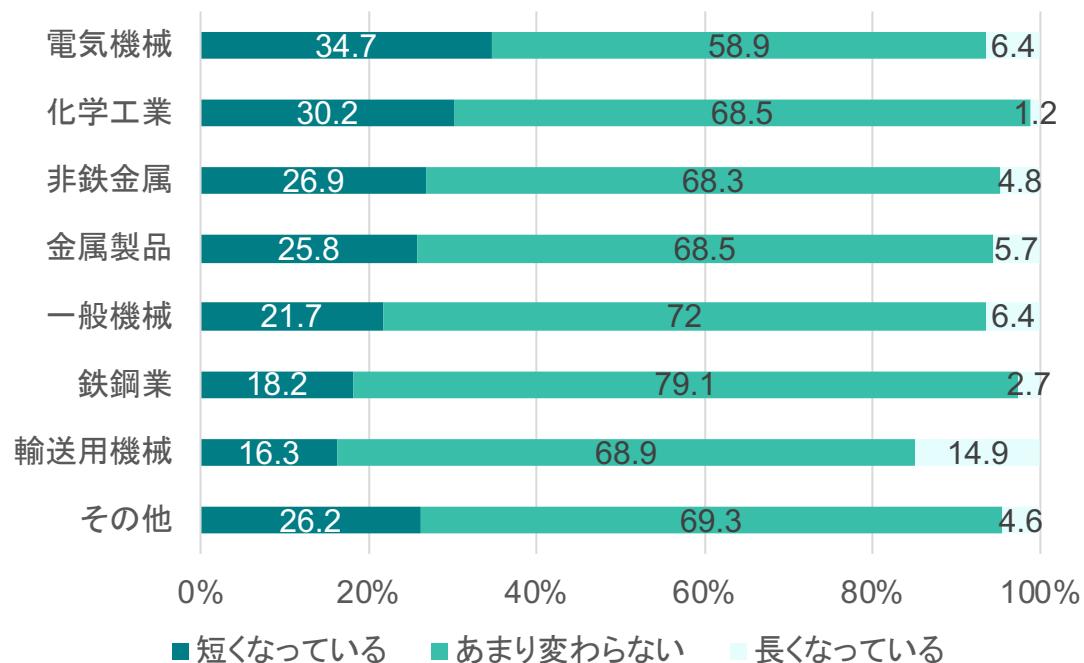
41% 実際に実在する脅威として  
認識している割合



(2017年 Global Center for Digital Business Transformation 調べ)

# 将来の予測が困難な変化の激しい時代に突入

## 10年前の製品ライフサイクルとの比較



経済産業省: 製造基盤白書(ものづくり白書)第3節 市場の変化に応じて経営革新を進めた製造企業より  
[https://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2016/html/honnbunn/101032\\_1.html](https://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2016/html/honnbunn/101032_1.html)

より短いスパンでの  
製品開発を期待されている

## 研究・開発部門の重要課題 (一部抜粋)

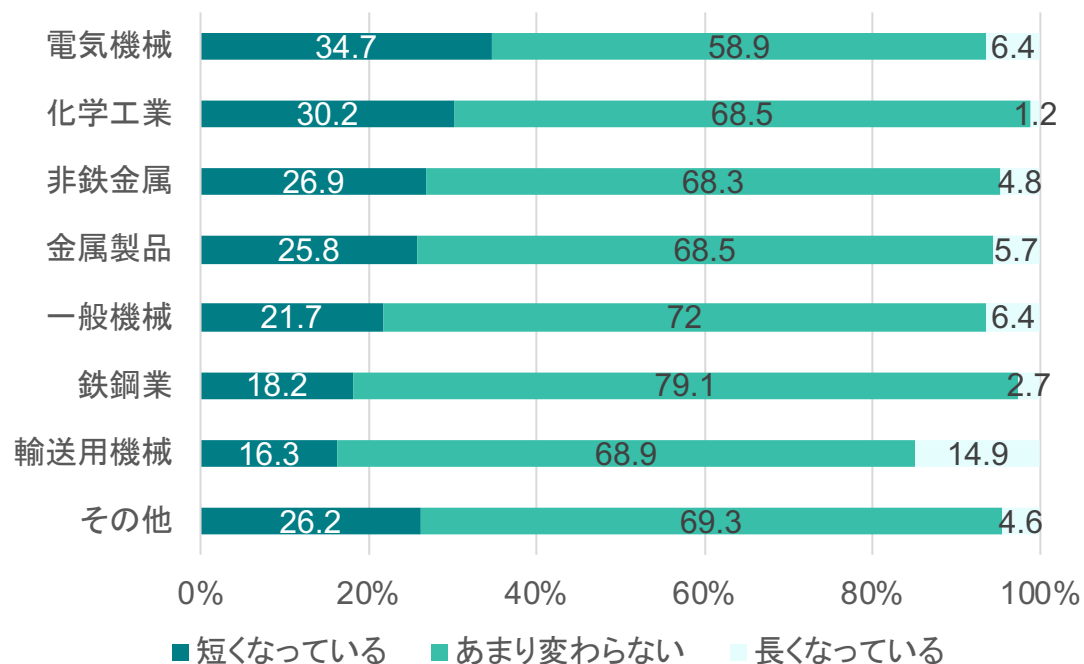
重要課題	CTO 調査	経営課題 調査
経営戦略・事業戦略との一貫性ある研究・開発テーマの設定	54.1%	40.2%
研究・開発成果の製品化・事業化率の向上	45.5%	30.0%
オープンイノベーションの推進	35.7%	34.3%
研究・開発とマーケティングの連携	31.1%	28.8%
研究・開発成果達成までの期間短縮	28.3%	18.4%
研究・開発部門の人材獲得・育成	22.5%	34.5%
デジタル技術の活用	21.7%	31.4%

日本能率協会: CTO Survey2020「日本企業の研究・開発の取り組みに関する調査」報告書 2020年6月より  
[https://www.jma.or.jp/img/pdf-report/etc\\_2020-cto.pdf](https://www.jma.or.jp/img/pdf-report/etc_2020-cto.pdf)

事業貢献への期待が強まっている

# 将来の予測が困難な変化の激しい時代に入

## 10年前の製品ライフサイクルとの比較



経済産業省: 製造基盤白書(ものづくり白書)第3節 市場の変化に応じて経営革新を進めた製造企業より  
[https://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2016/html/honnbunn/101032\\_1.html](https://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2016/html/honnbunn/101032_1.html)

## 研究・開発部門の重要課題 (一部抜粋)

重要課題	CTO 調査	経営課題 調査
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	54.1%	40.2%
研究・開発成果の製品化・事業化率の向上	45.5%	30.0%
オープンイノベーションの推進	35.7%	34.3%
研究・開発とマーケティングの連携	31.1%	28.8%
研究・開発成果達成までの期間短縮	28.3%	18.4%
研究・開発部門の人材獲得・育成	22.5%	34.5%
デジタル技術の活用	21.7%	31.4%

日本能率協会: CTO Survey2020「日本企業の研究・開発の取り組みに関する調査」報告書 2020年6月より  
[https://www.ima.or.jp/img/pdf-report/etc\\_2020-cto.pdf](https://www.ima.or.jp/img/pdf-report/etc_2020-cto.pdf)

事業貢献、わかりやすいストーリーでの業績貢献がより研究開発に求められる時代へ



# 価値創出の変化

	1900年代		2000年代
パターン	発明牽引型	普及・展開型	デジタルサービス型
社会環境	欧米中心 第一・二次産業革命	先進国中心 IT活用、自動化	新興国の市場・プレイヤーが登場 ITインフラ（デジタル）の普及
特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・新発明の製品等がイノベーションとなり得る</li><li>・<u>新しい発明そのものに価値</u>が高い、そのまま普及</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・製品・プロセス<u>改善の価値</u>が高い</li><li>・大量生産・大量消費</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・製品・サービスと技術が融合し、新しい（<u>体験</u>）<u>価値</u>として提供</li><li>・デジタルにより一気に世界中に展開可能</li></ul>
創出サイクル	5-10年 ←		→ 1-2年



# 価値創出の変化

	1900年代		2000年代
パターン	発明牽引型	普及・展開型	デジタルサービス型
社会環境	欧米中心 第一・二次産業革命	先進国中心 IT活用、自動化	新興国の市場・プレイヤーが登場 ITインフラ（デジタル）の普及
特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・新発明の製品等がイノベーションとなり得る</li><li>・<u>新しい発明そのものに価値</u>が高い、そのまま普及</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・製品・プロセス<u>改善の価値</u>が高い</li><li>・大量生産・大量消費</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・製品・サービスと技術が融合し、新しい（<u>体験</u>）<u>価値</u>として提供</li><li>・デジタルにより一気に世界中に展開可能</li></ul>
創出サイクル	5-10年 ←		→ 1-2年

テクノロジーの進化に伴い、顧客ニーズが多様化・製品ライフサイクル短縮





# 将来の予測が困難な時代におけるR&D部門の変化

---

## これまで

---

- ・ 良いモノが主役
- ・ 製品の販売
- ・ 同業種での競争
- ・ コア技術ありきの研究開発

## これから

---

- ・ お客様（マーケット）が主役
- ・ サービス（体験）の販売
- ・ 異業種を含む競争と共創
- ・ 社会課題やニーズと  
コア技術・シーズの新結合



# 将来の予測が困難な時代におけるR&D部門の変化

これから

---

・ 事業化プロセスを理解し、  
技術出口を定義していく必要性



・ お客様（マーケット）が主役

・ サービス（体験）の販売

・ 異業種を含む競争と共創

・ 改善・深化のみではなく、  
探索と掛け合わせの必要性



・ 社会課題やニーズと  
コア技術・シーズの新結合

① 事業化・事業貢献に向けたプロセスの理解

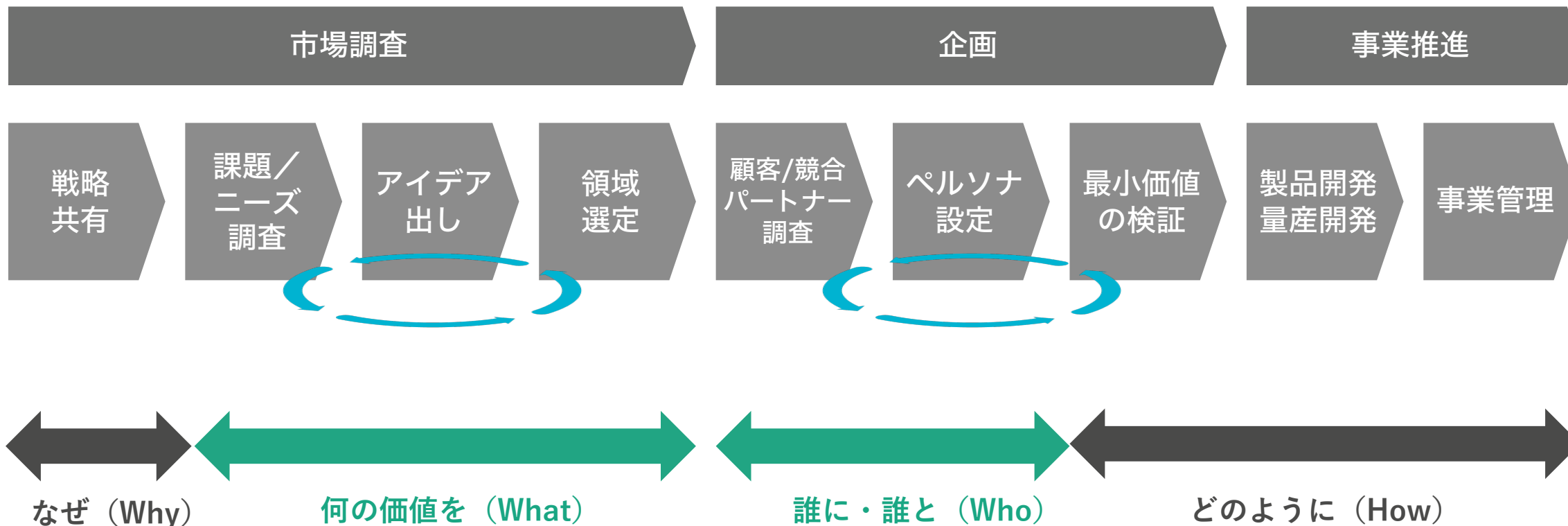
② 情報探索→アイデアへのフレームの理解



# ①事業化・事業貢献に向けたプロセスの理解 (価値創出の進め方)

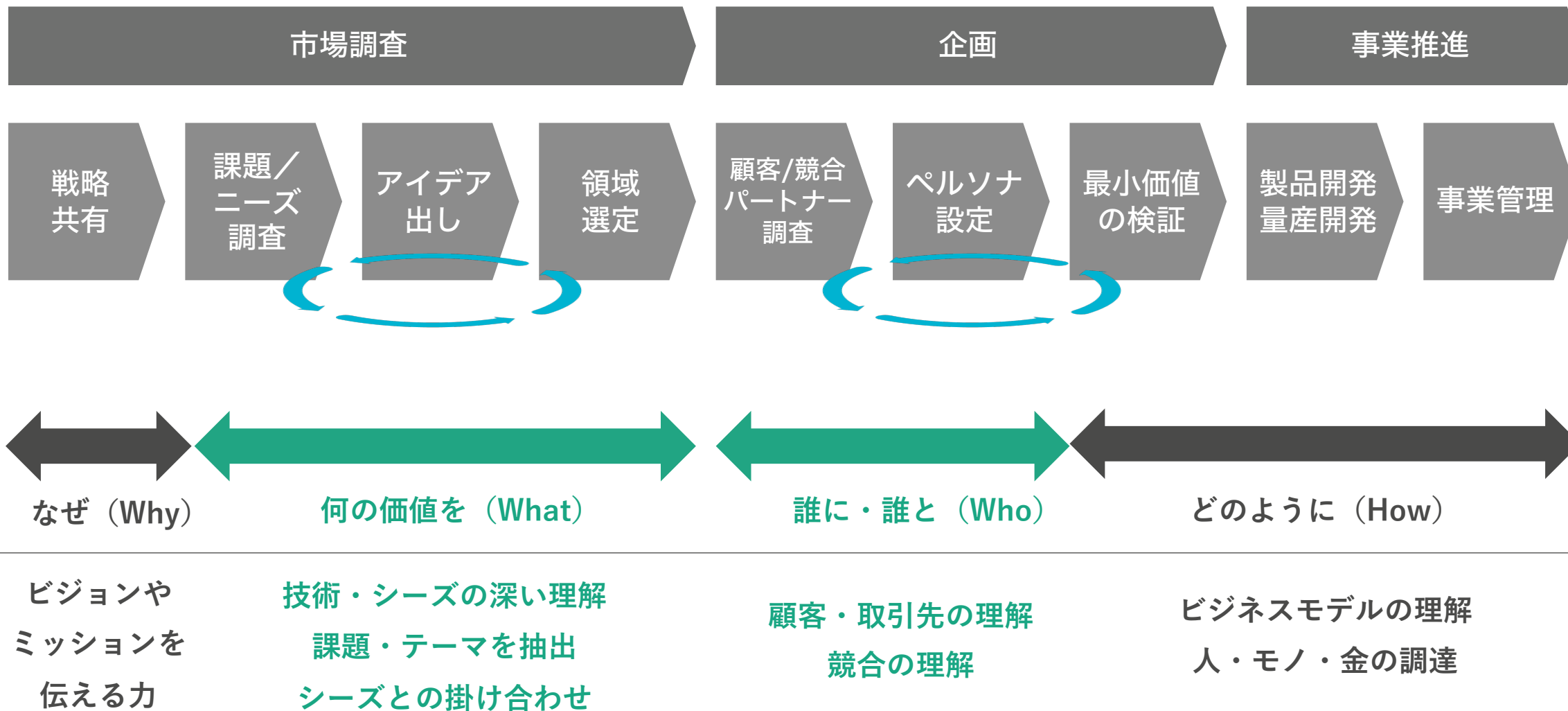


# 技術主導の研究開発にはアジャイルな進め方がマッチ



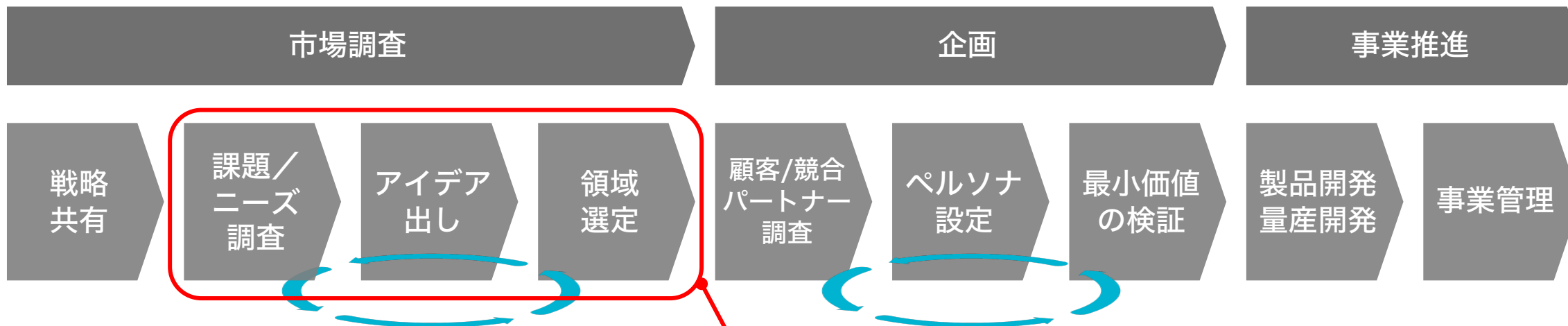


# 技術主導の研究開発にはアジャイルな進め方がマッチ





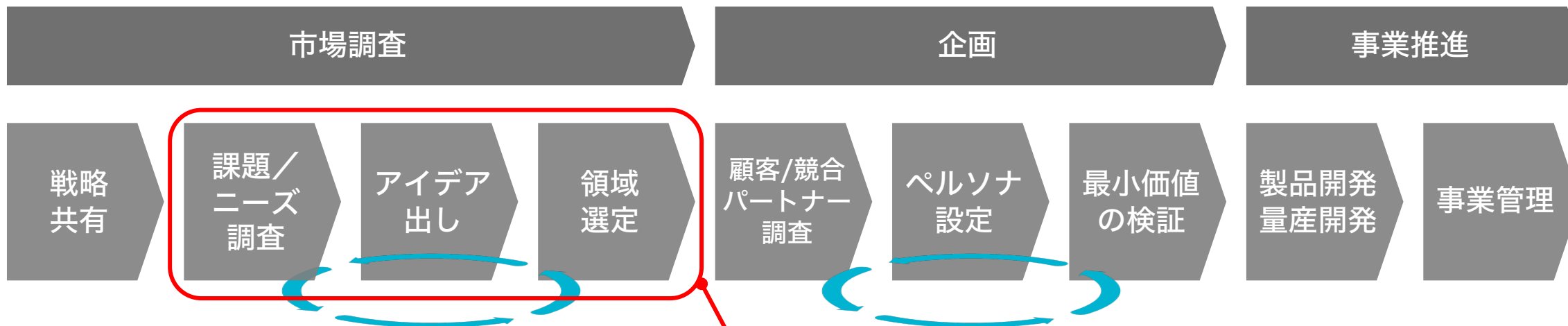
# 市場調査から企画の入り口までを高速に検証する必要がある



- ・ 課題やマーケットの情報収集は、何を見ていいかわからない
- ・ どの範囲の情報を見れば良いかわからない
- ・ アイディアに繋げることが難しい



# 市場調査から企画の入り口までを高速に検証する必要がある



- ・ 課題やマーケットの情報収集は、何を見ていいかわからない
- ・ どの範囲の情報を見れば良いかわからない
- ・ アイディアに繋げることが難しい





## ②情報探索→アイデアへのフレームの理解



# 早すぎる曖昧すぎる外部環境の変化

変化		観点	ビフォーコロナ	アフターコロナ
自社環境	緩やか	コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オフィスでの日常会話</li> <li>・ 対面+メール+電話</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタルでの意識的なコミュニケーション</li> </ul>
		働く場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オフィス</li> <li>・ 一部テレワーク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リモート前提</li> <li>・ 社員を惹きつけるオフィス環境</li> </ul>
		働き方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定勤務</li> <li>・ 与えられる仕事</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多様な働き方の受け入れ</li> <li>・ 副業・外部人材の活躍</li> </ul>
		人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ シャドーウィング（先輩や同僚の背中を見て育つ）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自律的な成長</li> <li>・ 経験学習の機会創出</li> </ul>
外部環境	早い	政治	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中央統制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自律分散</li> </ul>
		経済	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成長可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成長限界/資源枯渇</li> </ul>
		社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利益追求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 共生</li> </ul>
		技術	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタル化が目的</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタル化は前提</li> </ul>



# 早すぎる曖昧すぎる外部環境の変化

変化		観点	ビフォーアーコロナ	アフターコロナ
自社環境	緩やか	コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オフィスでの日常会話</li> <li>・ 対面+メール+電話</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタルでの意識的なコミュニケーション</li> </ul>
		働く場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オフィス</li> <li>・ 一部テレワーク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リモート前提</li> <li>・ 社員を惹きつけるオフィス環境</li> </ul>
		働き方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定勤務</li> <li>・ 与えられる仕事</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多様な働き方の受け入れ</li> <li>・ 副業・外部人材の活躍</li> </ul>
		人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ シャドーウィング（先輩や同僚の背中を見て育つ）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自律的な成長</li> <li>・ 経験学習の機会創出</li> </ul>
外部環境	早い	政治	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中央統制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自律分散</li> </ul>
		経済	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成長可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成長限界/資源枯渇</li> </ul>
		社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利益追求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 共生</li> </ul>
		技術	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタル化が目的</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタル化は前提</li> </ul>

# デジタル化 施策



# 早すぎる曖昧すぎる外部環境の変化

変化		観点	ビフォーアーコロナ	アフターコロナ
自社環境	緩やか	コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オフィスでの日常会話</li> <li>・ 対面+メール+電話</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタルでの意識的なコミュニケーション</li> </ul>
		働く場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オフィス</li> <li>・ 一部テレワーク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リモート前提</li> <li>・ 社員を惹きつけるオフィス環境</li> </ul>
		働き方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定勤務</li> <li>・ 与えられる仕事</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多様な働き方の受け入れ</li> <li>・ 副業・外部人材の活躍</li> </ul>
		人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ シャドーウィング（先輩や同僚の背中を見て育つ）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自律的な成長</li> <li>・ 経験学習の機会創出</li> </ul>
外部環境	早い	政治	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中央統制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自律分散</li> </ul>
		経済	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成長可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成長限界/資源枯渇</li> </ul>
		社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利益追求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 共生</li> </ul>
		技術	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタル化が目的</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタル化は前提</li> </ul>

外部環境への  
対応や備えは、これまでと  
なんら変わっていない

SankeiBiz 企業 投資・マクロ 暮らし 社会 注目

9/26

確実に忍び寄る老化のサイン8個 「歯が長くなる」「耳と鼻が大きくなる」など

いくら気を若く保っていても、衰えは避けられない。白髪を見つけてショックを！

rocketnews24.com

THE WALL STREET JOURNAL

またもドル暴落 トランプ氏「強いドル」支持

トランプ大統領が強いドルを支持していること、2017年9月26日の市場では予想以上に受け入れられ、ドル高に拍子がかかった。米政府の発表によると、米政府は強いドルを支持している。

またもドル暴落 トランプ氏「強いドル」支持

トランプ氏がドローマーに「強いドル」を支持している。トランプ氏はドローマーに「強いドル」を支持している。トランプ氏はドローマーに「強いドル」を支持している。

THE WALL STREET JOURNAL

またもドル暴落 トランプ氏「強いドル」支持

トランプ氏がドローマーに「強いドル」を支持している。トランプ氏はドローマーに「強いドル」を支持している。トランプ氏はドローマーに「強いドル」を支持している。

日本経済新聞

マイナ

閉塞打破へ改革

リーグ、2ステージ制

閉塞打破へ改革

リーグ、2ステージ制

SankeiBiz 企業 投資・マクロ 暮らし 社会 注目

社会

【生かせ！知財ビジネス】特許庁、商標出願書類の作で見解 (1/2ページ)

2018.10.22 05:53

新開発 道路の損傷を低コストで即判定できるAI? [PR]

Trump Outlines New Afghan Strategy With Few Details

Why Lee Should Go, and Washington Should Stay

I Wishked the Eclipse in Oregon

Why Lee Should Go, and Washington Should Stay

I Wishked the Eclipse in Oregon

モノコトづくりに新風

世界で勝ち抜く人材育成

深層断面

世界で勝ち抜く人材育成

深層断面

インタビュー：日本株は魅力的=ライアンス・バーンスタイン会長

ANAは前倒し、スカイマークを「買収、売却しない」と是認した

ANAは前倒し、スカイマークを「買収、売却しない」と是認した

「グレーゾーン解消制度」で初の回答を出した特許庁 [拡大]

一般事業者が「利用者が自己について自ら商標登録出願書類を作成することを支援するソフトウェアを有料で提供」ことが弁理士法第75条（弁理士又は特許業務法人でない者の業務の制限）に違反するか。特許庁所管の法令に関する初の「グレーゾーン解消制度」を活用した照会で、特許庁は「当該事業は、弁理士法第75条に違反しない」（特許庁弁理士室）との見解を示した。この見解によ

日経ビジネス

「安い」だけじゃない

Endeavor AV320S

¥31,920

「安い」だけじゃない

Endeavor AV320S

¥31,920

「石井力重のアイデア集団の作り方」

世の中の「アイデア発想法」が使えないのは、組織を考えてないから

第1フェイズ「アイデア創出」前編

石井力重 【プロフィール】

2012年7月30日（月）

バックナンバー 1/6ページ

ITmedia

プログラミング無料体験会

2015年10月4日、愛知県小牧市で「現在の図書館建設設計計画に関する住民投票」が行われました。結果は、賛成24,981票、反対32,352票。私の地元、愛知県豊橋市でも、2020年の完成を目指し、現在、新しい図書館の計画づくりが行われています。それもあり、この住民投票はとても注目していました。

眞子さま結婚延期

準備余裕ない

株続落1071円安

NYは荒い値動き

福井37年ぶり豪雪

首相日銀総裁の

「石井力重のアイデア集団の作り方」

世の中の「アイデア発想法」が使えないのは、組織を考えてないから

第1フェイズ「アイデア創出」前編

石井力重 【プロフィール】

2012年7月30日（月）

バックナンバー 1/6ページ

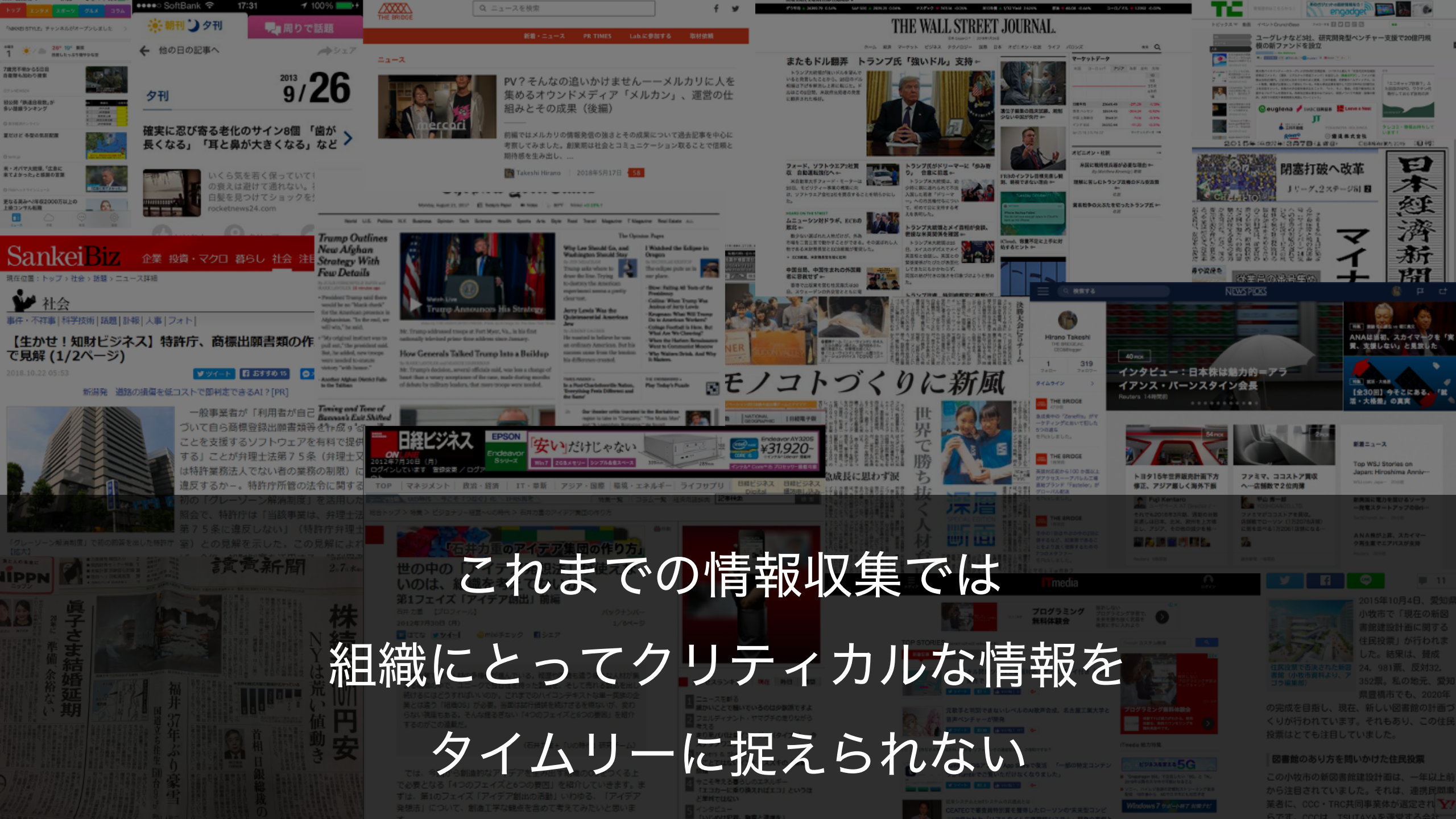
ITmedia

プログラミング無料体験会

2015年10月4日、愛知県小牧市で「現在の図書館建設設計計画に関する住民投票」が行われました。結果は、賛成24,981票、反対32,352票。私の地元、愛知県豊橋市でも、2020年の完成を目指し、現在、新しい図書館の計画づくりが行われています。それもあり、この住民投票はとても注目していました。

図書館のあり方を問いかけた住民投票

この小牧市の新図書館建設計画は、一年以上前から注目されていた。それは、連携民間事業者で、CCC・TRC共同事業体が選定された。CCCは、TSUTAYAを運営する会社



これまでの情報収集では  
 組織にとってクリティカルな情報を  
 タイムリーに捉えられない

一般事業者が「利用者が自己  
 について自ら商標登録出願書類等を作成  
 ことを支援するソフトウェアを有料で提供  
 することが弁理士法第75条（弁理士又  
 は特許業務法人でない者の業務の制限）  
 に違反するか。特許庁所管の法令に関する  
 初の「グレーゾーン解消制度」を活用した  
 照会で、特許庁は「当該事業は、弁理士法  
 第75条に違反しない」（特許弁理士  
 室）との見解を示した。この見解によ

日経ビジネス EPSON Endevor Sシリーズ 安いだけじゃない

2012年7月30日 (月) ログインしています

TOP マネジメント 政治・経済 IT・革新 アジア・国際 環境・エネルギー ライフサプリ 日経ビジネス Digital

「石井力重のアイデア集団の作り方」  
 世の中の「アイデア」を組織で「使える」  
 には、1つのフェイズ「アイデア創出」前編  
 第1フェイズ「アイデア創出」前編

2012年7月30日 (月) ログインしています

TOP マネジメント 政治・経済 IT・革新 アジア・国際 環境・エネルギー ライフサプリ 日経ビジネス Digital

世界で勝ち抜く人材  
 深層心理

成長に思わず涙

トヨタ15年世界販売計画下方  
 修正、アジア圏しく海外下落

ファミマ、コスト削減  
 へ一店舗数で2位肉薄

ANAは前年、スカイマークを「真  
 實、支障しない」と見做した

【全30回】今ここにある、「読  
 活・大格闘」の真実

2015年10月4日、愛知県  
 小牧市で「現在の新図  
 書館建設計画に関する  
 住民投票」が行われま  
 した。結果は、賛成  
 24,981票、反対32,  
 352票。私の地元、愛知  
 県豊橋市でも、2020年  
 の完成を目指し、現在、新しい図書館の計画づ  
 くりが行われています。それもあり、この住民  
 投票はとても注目していました。

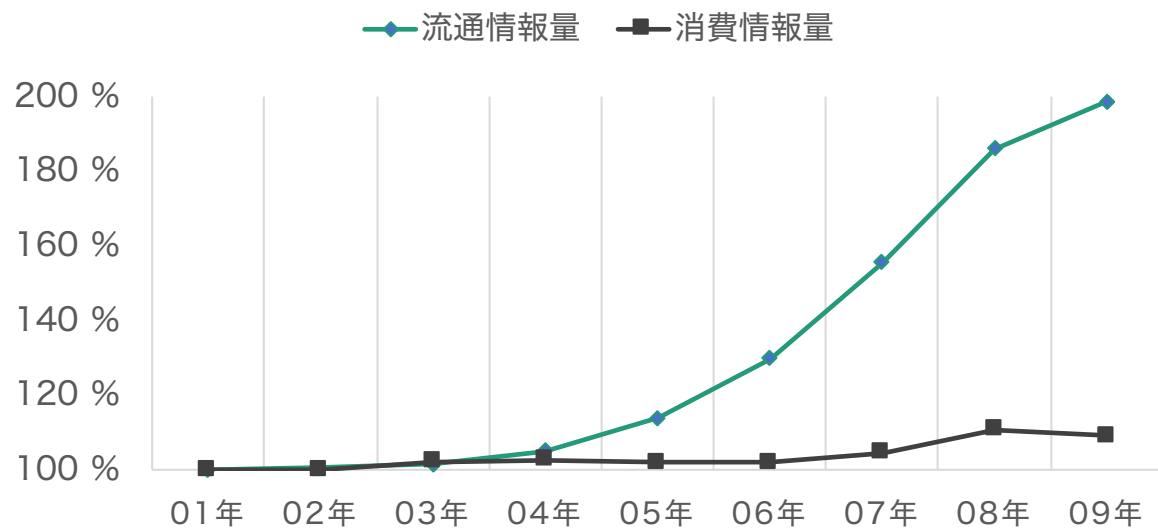
図書館のあり方を問いかけた住民投票

この小牧市の新図書館建設計画は、一年以上前  
 から注目されていた。それは、連立民間事  
 業者に、CCC・TRC共同事業者が選定され  
 るまで、cccは、TSUTAYAを運営する会



# 情報のインプットにおける課題

## 流通してる情報量は人間にとっての限界を遥かに超えてしまった

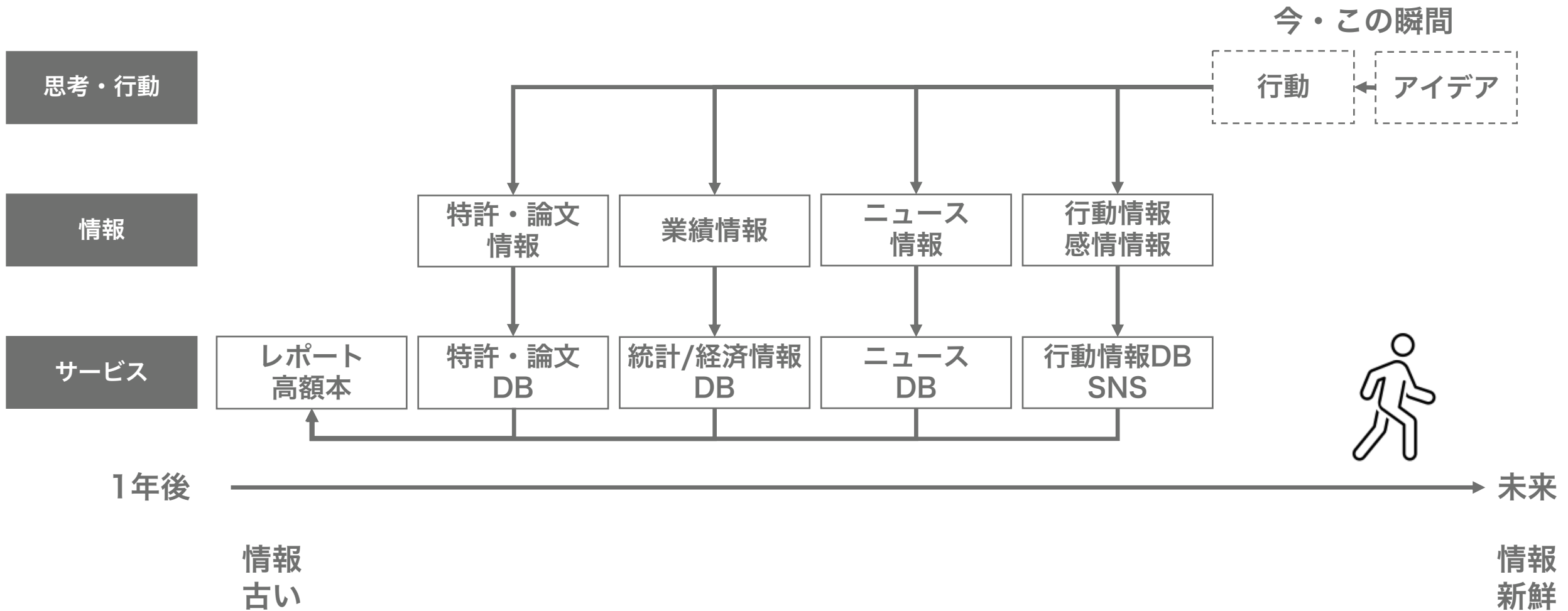


出典：総務省「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計測に関する調査結果（平成21年度）」

Bridging the information Worker Productivity Gap in Western Europe: New Challenges and Opportunities for IT, IDC



# 事例の情報をうまく活用する







# これまでの収集対象

コア技術を深掘りする研究開発には向いている

今・この瞬間

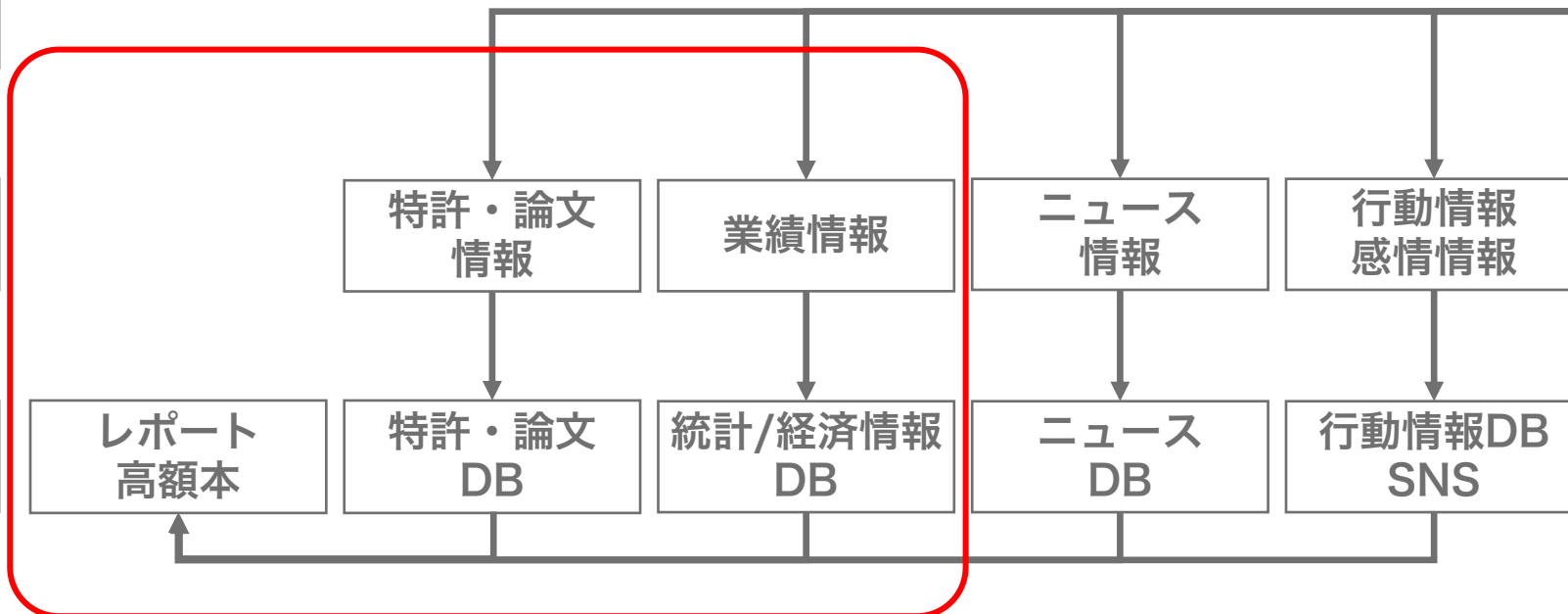
行動

アイデア ←

思考・行動

情報

サービス



1年後

未来

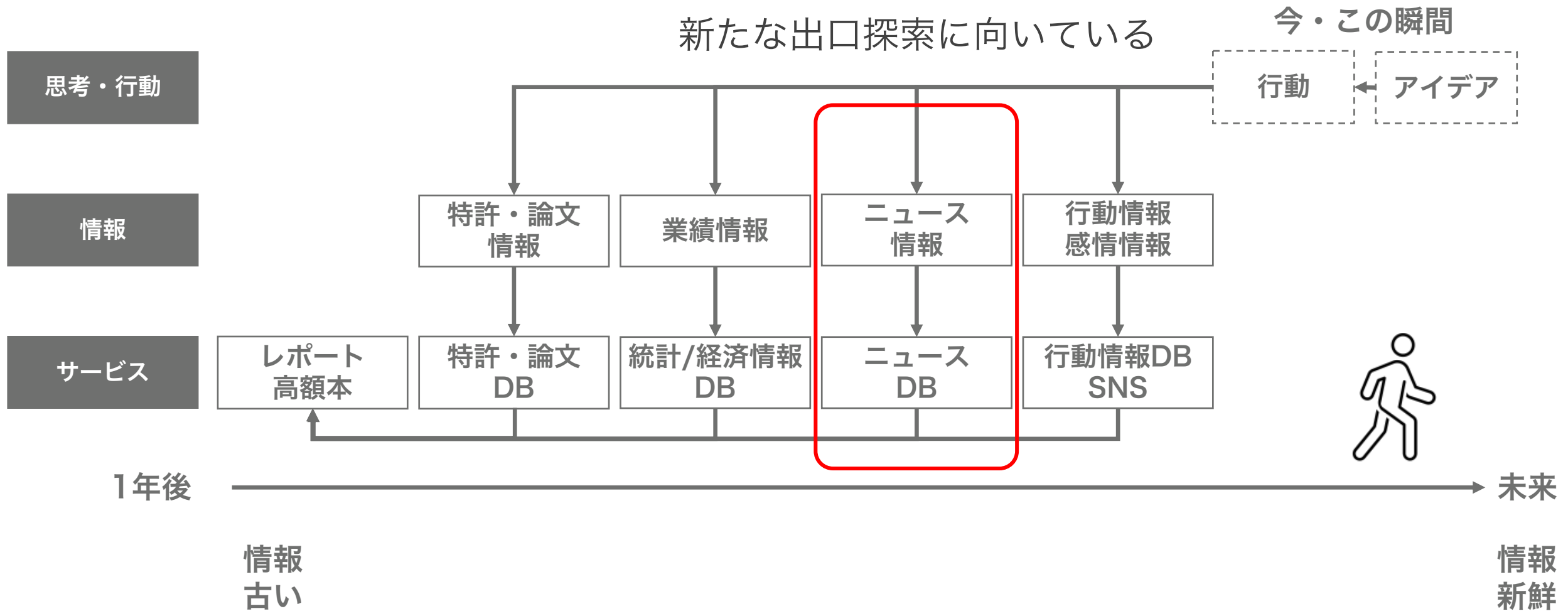
情報  
古い

情報  
新鮮



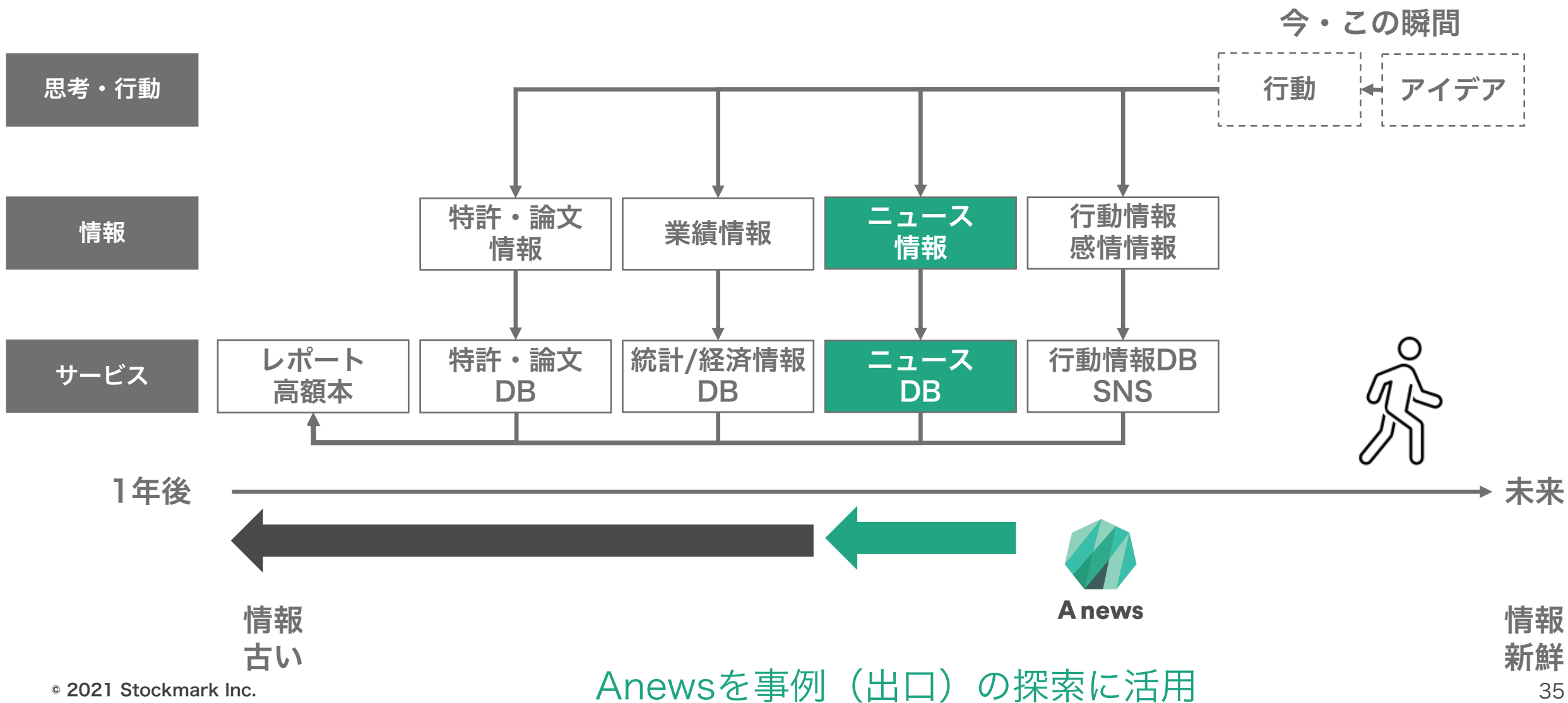


# これからは、事例の情報をうまく活用する



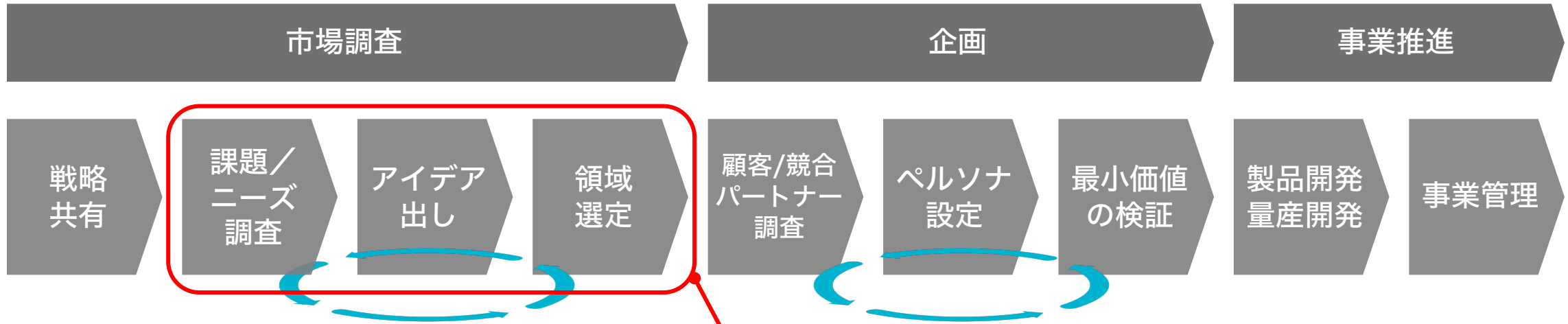


# これからは、事例の情報をうまく活用する





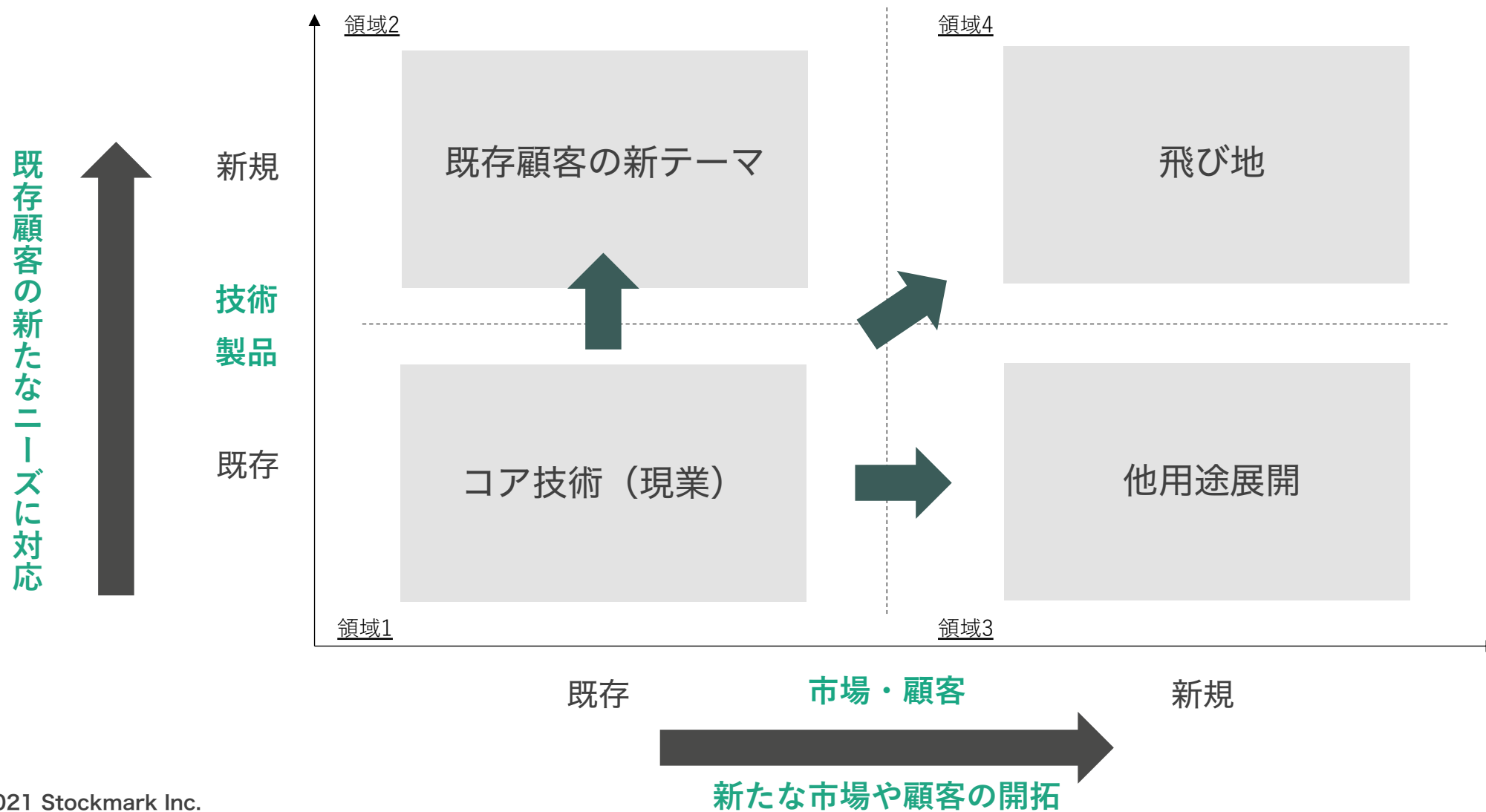
# 市場調査から企画の入り口までを高速に検証する必要がある



- ・ 課題やマーケットの情報収集は、何を見ていいかわからない
- ・ どの範囲の情報を見れば良いかわからない
- ・ アイディアに繋げることが難しい

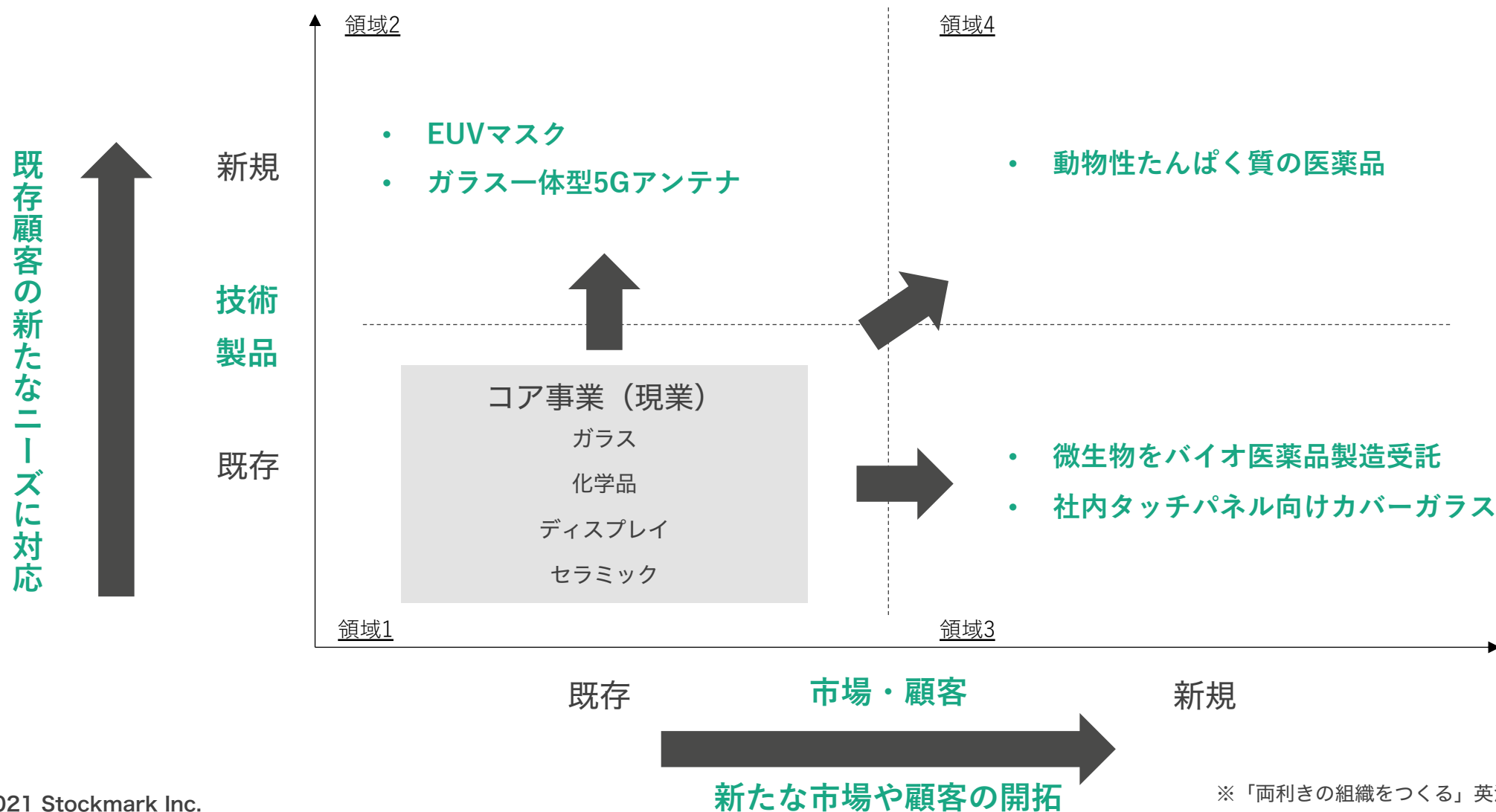


# アイデア発想のフレームワーク





# AGC様での取り組み例





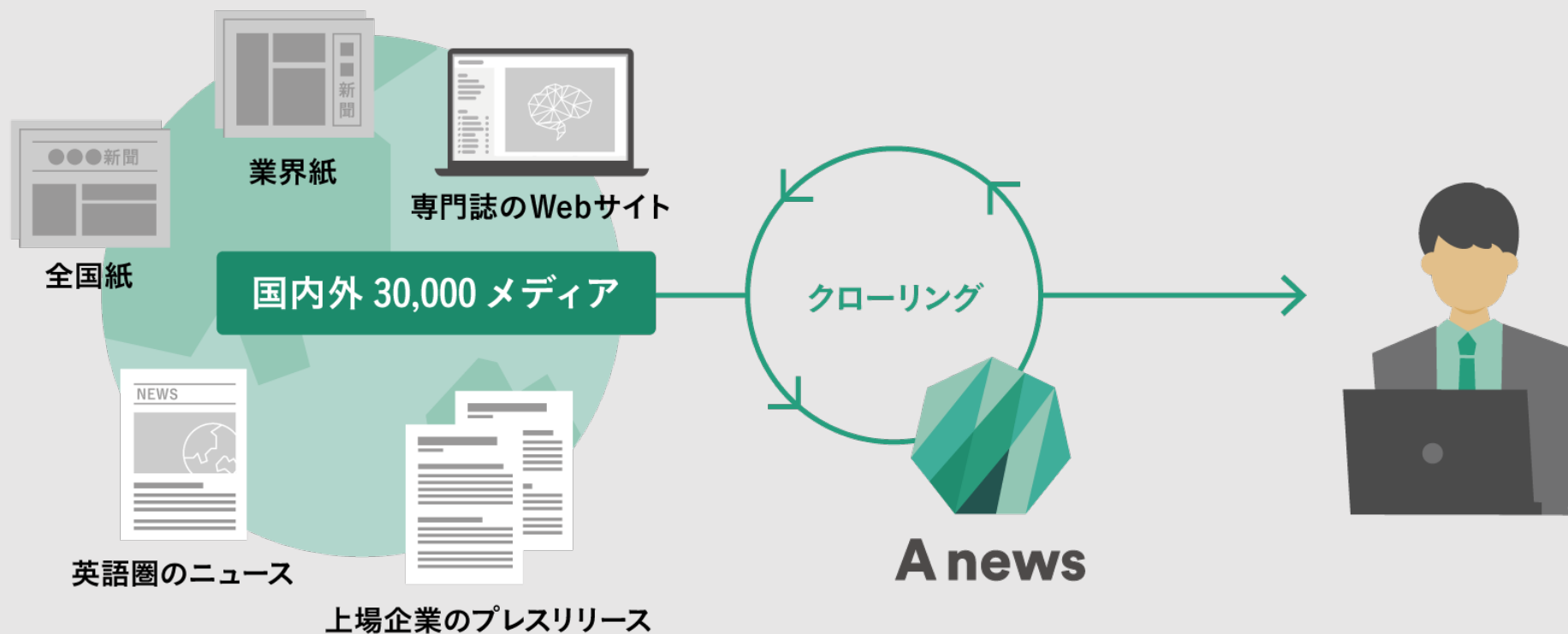
# Anewsのご紹介

機能 01

## 国内外30,000以上のメディアから情報を収集

人力では処理しきれない膨大な範囲から情報収集が行えます

全国紙, 業界紙, 専門誌, 上場企業のプレスリリースなどがデータソースです





機能 02

# 読み手の関心にマッチしたビジネスニュースを推薦

テーマ毎に読み手が最も関心を持つだろうニュースを優先的に配信します  
また、キーワードを含まない隣接領域の情報も推薦します

新着ニュース：  
テーマ毎に設定したキーワードを  
含むニュースを毎日配信

関連性の低いものを省き、  
関心度の高いものを優先的に表示

関連ニュース：  
設定したキーワードは含まない  
がテーマに関連する情報を配信



機能 03

# チームメンバーが注目したニュースをお届け

チームで情報収集を行うことで、情報の抜け漏れや偏りを防ぎます  
また、ニュースに基づいた生産的な議論の場を作ることができます

チームメンバーが注目し、コメントや  
マークをしたニュースを表示

読み逃しもメールでお知らせ



The screenshot displays the Anews interface with three main sections:

- Personal News:** A list of news items tailored for the user, including articles about SNS marketing, social issues, and company events.
- Activity Feed:** A section showing user interactions, such as comments and likes on news items, with a 'すべて表示' (Show all) link.
- Digest:** A 'Anews ダイジェスト' (Anews Digest) section providing a summary of missed news items, including details on who viewed them and links to the full articles.



機能 04

# 日本語の記事を読むだけで、関連の英語ニュースを推薦

関心データを日英変換することで、普段は主に日本語記事を読まれる方にも英語圏のニュースを配信します

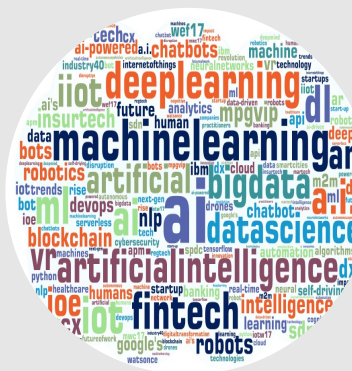
日本語のニュース  
を読み、関心をAI  
に伝える



AIが日本語の  
関心データを生成



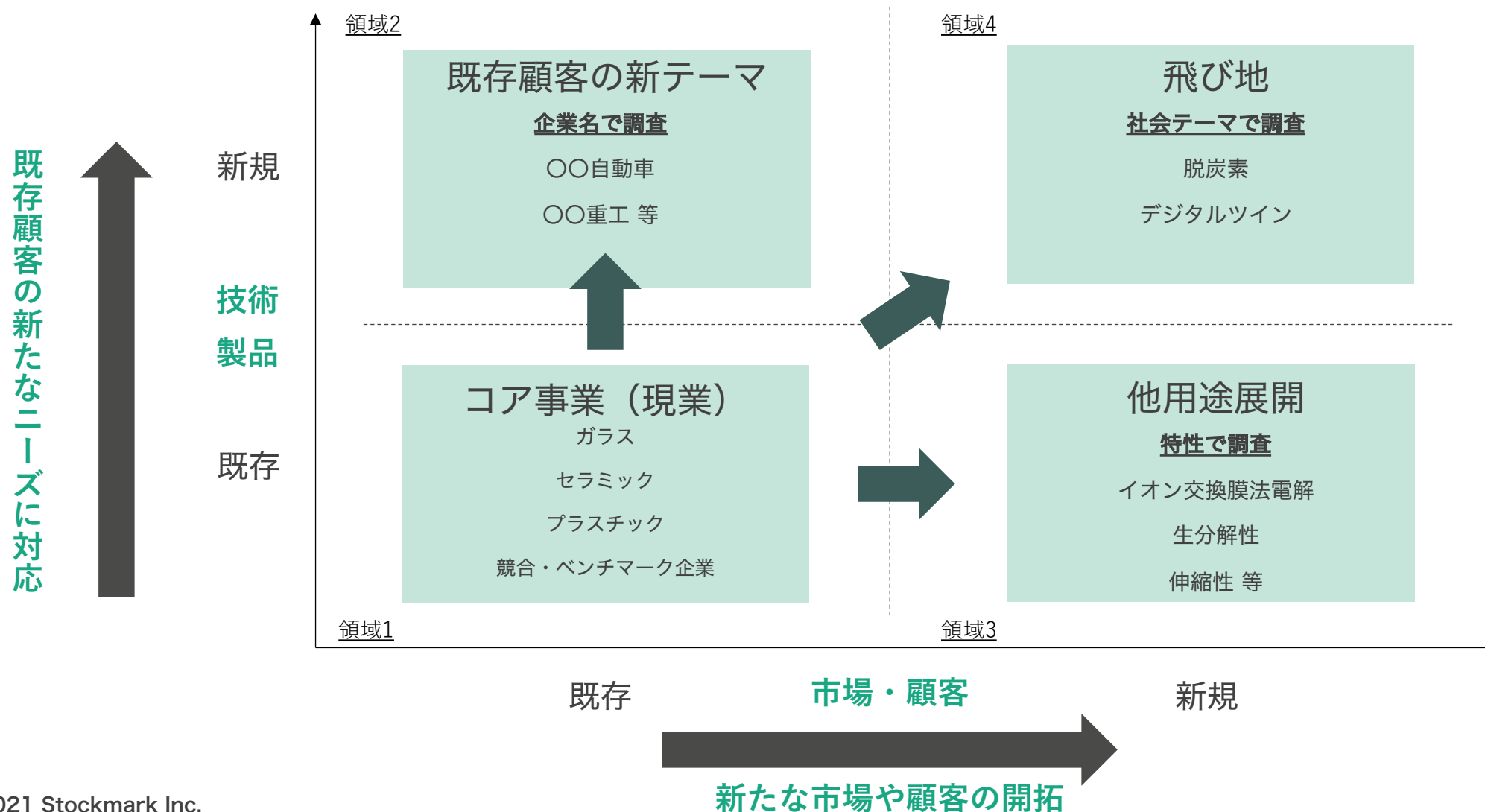
関心データを  
AIが英語に変換



関心にマッチする  
英語の記事を配信



# 出口探索におけるAnews活用方法





# Anews活用イメージ

## 海外も含めた技術情報の収集を実現

# 『Anews』で世の中の兆しを捉え、 10年後の住環境を予測する

株式会社LIXIL 様

### 課題

- ・新しい情報を取得する労力がかかる
- ・情報の裏付けに時間と労力がかかる

### 効果

国内外の3万以上のメディア、うち2万以上の海外メディアに掲載されている情報にリーチができ、海外も含めた技術情報を収集できるようになった。

定期的に質のいい情報をシャワーのように浴びることができるピンポイントで欲しかった情報が得られるようになった。

『Anews』で毎日たくさんの情報に触れることで、情報感度と思考の質が高まっていく。



Technology Research 本部  
先端コア技術研究所 先端技術 3グループ  
グループリーダー 小野 勝夫 様

研究企画管理部 技術ナレッジ共創G  
グループリーダー 並木 学 様

LIXIL



## 世界トップクラスの電子部品メーカー

部門

新規事業推進部門・R&D部門

ミッション

社内の新規事業創出を支援し、新規事業の創出を支援する。  
既存事業部門に対する新規事業創出支援、新規事業コンテストの開催などを通じて、  
事業創出における支援並びに仕組み化の実行を促進。

### Before

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



A news

PESTの情報、  
3Cの情報など  
網羅的に収集

### After

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



## 大手情報関連機器メーカー

部門

研究開発部門

ミッション

基礎研究、また自社技術を元にした新製品の企画・製品化（応用研究）を行う。  
技術開発テーマと中長期経営計画を結び付けた戦略的な製品開発が求められる。

### Before

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いきたい。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

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

### After

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



R&Dの方々のニュース活用方法を紹介  
価値探索を高速化し創出への第一歩を踏み出せるようにする  
→あふれる情報に埋もれないためにAIを上手く活用する

- 世の中の変化と事業開発のプロセス  
→Whyを大事にし、Who、What、Howに分解する
- 価値探索手法の紹介  
→アンゾフマトリクスを参考に、ニーズと用途展開
- Anews活用方法のご提案

