

基本コンセプト

◆ 直面する課題

パンデミックの影響の長期化による人流や経済活動の制限、米中のパワーバランスの変化、AI/IoTなどの情報通信技術の著しい進展など、**将来の事業環境はますます不確実性を高めています。こうした中で、環境変化に対応していくためには、「どのような技術を戦略的に仕込んでおくべきか」を分析し、把握することが、継続的な事業成長には欠かせません。**

それにもかかわらず、現在の自社製品・サービス、及び競合のやっていることは把握していますが、「将来に備えて今から何をすべきか」は未検討であることが多いのが実態です。

◆ 本プログラムの狙い

過去～現在までの自社事業に影響を与えてきた外部環境の因子（影響因子）を分析することで、将来の大きな事業環境変化がもしも起きた場合に、どのようなことが自社事業に起こるのかを予め想定します。

また、自社の保有技術の棚卸を行い、「現在どのような技術を自社で保有しているのか」全体像を把握します。

そして、**事業環境変化と自社の保有技術を照らした際に、現在の保有技術だけではその変化に対応しきれない課題を分析します。この「足りない技術のピース」を埋めるために「どのような技術を戦略的に仕込んでおくべきか」が、先行技術開発テーマそのものになります。**

本研修プログラムでは、これら一連の検討ステップについて、数多くの企業で技術戦略策定の実務支援を行っている現役コンサルタントが、実際の企業での適用事例も交えながら、実践的なレクチャーを行います。

◆ 受講対象者

技術系の部署（研究所、設計開発部門、生産技術部門など）の管理職以上

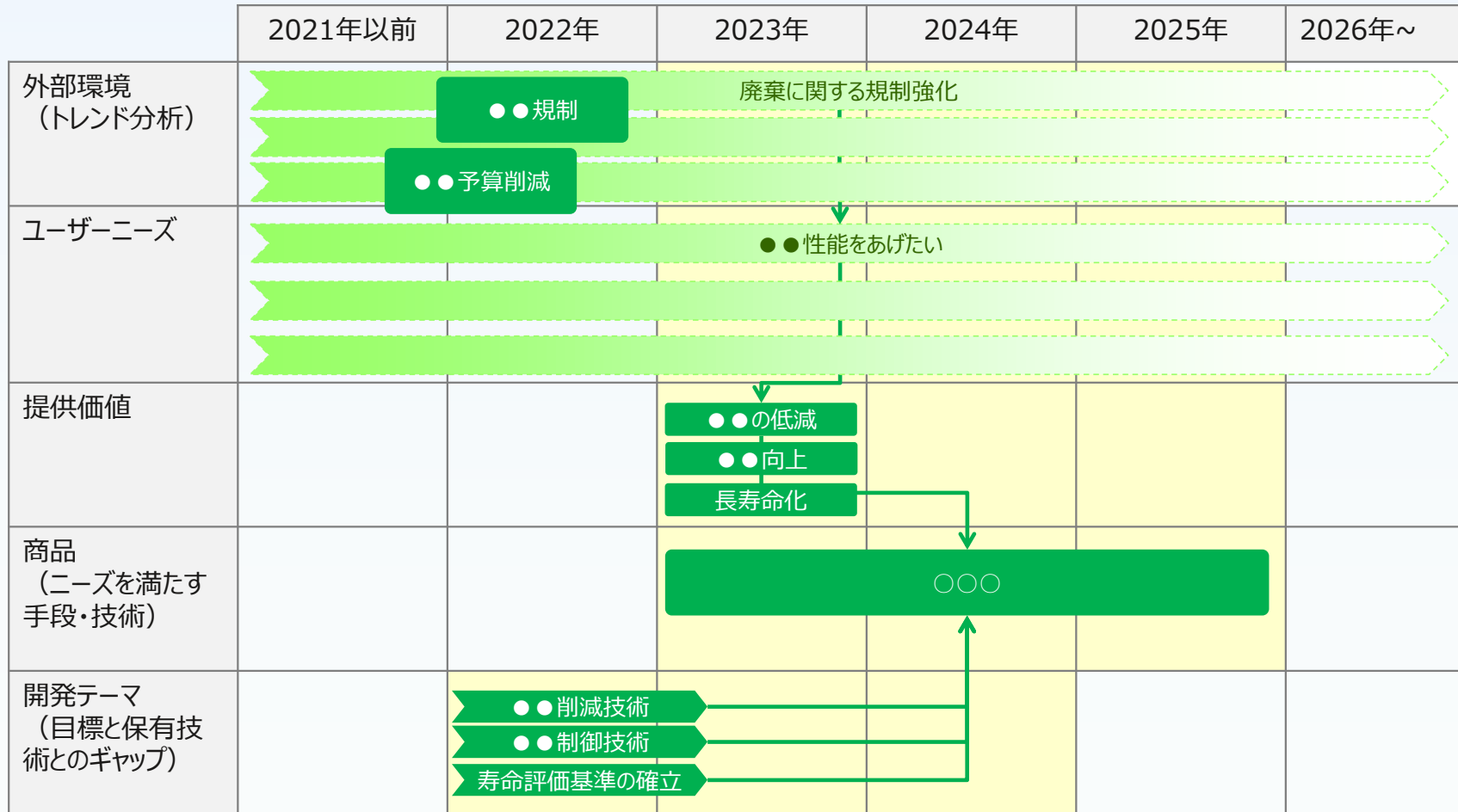
◆ 想定講義時間

zoomを用いたオンラインセミナー形式・グループ討議を含めた4時間

プログラムの特徴

◆ プログラムの特徴

- * 技術ロードマップ策定の実践的手法を、演習も交えて短期間に習得することができます
- * 技術系部門で管理職になりたての方にとって、人事・労務管理などの一般的な階層研修に加えて、**技術系の管理職として必要な基礎知識・マネジメントノウハウを補足する教育とすることができます**



過去の類似セミナーにおける受講生メリット

◆ 座学のみで終わらず、グループ討議で受講者間の人脈・見識が広がる

座学による知識習得だけではなく、様々な企業の方が参加されるオープンセミナーとしてのメリットを活かして、グループ演習を行うことで、社内研修では実現できない、「**受講生同士のネットワーク・人脈づくり**」「**異業種の企業との交流による見識の拡大**」が図れます。

なお、昨今の感染症拡大防止の観点から、zoomにてオンライン講座で実施し、グループ討議はzoomのブレイクアウトルーム機能やホワイトボード機能を活用して実施致します。

◆ ケース①・オープンな議論で従来にはない新発想に気付く

ロードマップ策定のグループ討議で、「次世代のエアコン」を検討した際に、「エアコンは部屋全体の熱交換効率から考えれば、部屋の中央にあるべきなのに、部屋の隅にあるのは何故だろうか」という議論から、「室外機との配管の問題から屋外に近い部屋の隅にある」という制約をクリアするために、「照明の電気配線工事とあわせて天井裏から行う」という解決策を検討。「**部屋の中央に設置する照明一体型ミラーボール型エアコン**」という、**新発想を得ることができた。**

◆ ケース②・家電には関係ない異業種からの議論で新価値に気付く

また別の日程では、家電業界とは関係ない、化成品（香料）メーカー、保険会社などの異業種のチームでは、「**ASEAN向け自分好みの香りをつくるエアコン**」、「**ASEAN低所得者向けIoT活用の与信不要の購入ローン付きエアコン**」といった異業種の組合せならではの**新しいアディア**が生まれた。

技術戦略の策定手順

以下の手順を、現役コンサルタントの手ほどきのもとで、一方的に座学知識を学ぶだけでなく、全員参加の演習を交えて受講者同士の議論と、自分で手も動かして学ぶことで、自社に持ち帰って「即実践」ができるようにします。

				2021	2022	2023	2024	2025						
B-1) 過去の商品・技術開発の振り返りを行い、自社の商品・技術開発に影響を与える外部環境因子を特定する														
外部環境	マクロ環境	Economical	GDP	B-2) 外部環境調査から各年度の重要トピックを抽出する					A-1) 公開情報からマクロトレンドを抽出する					
			...											
		Social	人口動態											A-2) 顧客プロセス分析により顧客ニーズを抽出する
			...											
		Technological	省エネ技術											
			...											
	市場環境	市場規模												
		...												
	競合動向	A社												
		...												
顧客ニーズ動向				B-3) 重要トピックから顧客ニーズを抽出する			A-3) マクロトレンドを活用して顧客ニーズをストレッチする							
顧客への提供価値				4) 重要な顧客ニーズに対する提供価値の設定										
商品開発計画				6) 仮想商品カタログ作成による商品開発テーマ明確化										
技術開発計画				5) Needs→Seeds変換による顧客ニーズの実現手段明確化										

グループ演習イメージ

◆ 検討内容

家庭用冷蔵庫について、
将来動向に基づく技術ロードマップを描き、
2021-25年の中長期先行技術開発テーマを設定する

対象
家庭用冷蔵庫



◆ 討議手順

zoomホワイトボード機能を活用し、以下の手順でロードマップを描く

- 1) 冷蔵庫の製品影響因子の洗い出し
- 2) 製品影響因子について、外部環境の動向から、将来の変化を推測する
- 3) 外部環境動向に基づき、ユーザーニーズ、提供価値を検討
- 4) 提供価値を実現する冷蔵庫（製品・サービス）を検討（2023-25年モデル）
- 5) 上記冷蔵庫の機能を実現する為の技術を検討 ※今回は各技術要素の開発期間は1年とする

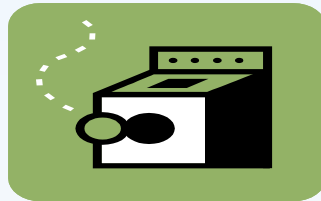


事前課題

※事前課題が難しい場合、2日間コースでの実施も想定

◆事前課題①

ご自身が担当されている製品、および技術の概要を、差支えのない範囲で結構です。研修の当日 口頭で各自3分程度でご紹介頂きますので、そのご準備をお願いします。



- ・担当製品、主要な技術領域
もしくは
- ・担当研究分野
- ・スタッフ系の場合は、支援対象部門の主要製品、技術

◆事前課題②

当日のロードマップ策定演習で使うための、家庭用冷蔵庫周辺の外部環境の情報収集をお願いします。インターネットや新聞、ニュース等の公開情報で入手できる範囲で結構です。



- ・法規制、業界ルール
- ・市場ニーズ
- ・競合
- ・技術開発