

# 「技術経営」を駆使して持続的競争優位を作り上げる上で、イノベーション経営の果たす役割は非常に大きい。

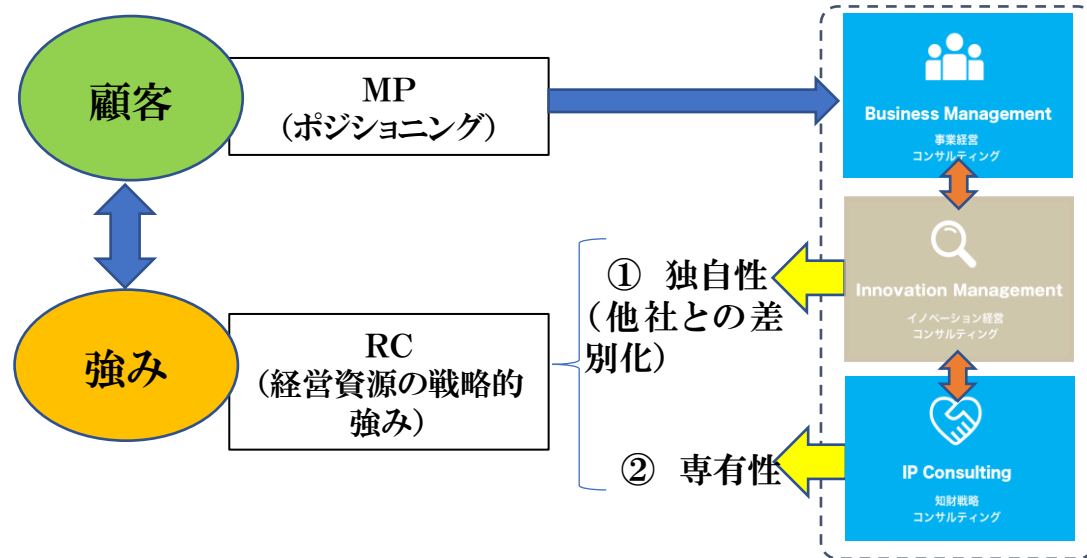
1

持続的競争優位は、「強み」「顧客」という技術経営戦略の根幹がベースとなり、MP（ポジショニング）とRC（経営資源の戦略的強み）に基づいて作られます。

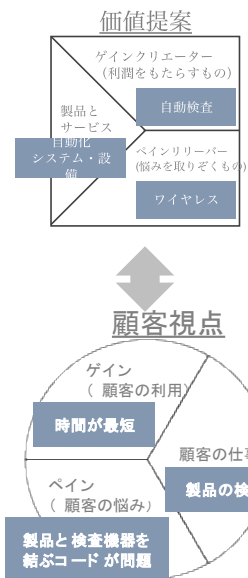
2

RCは、「独自性」と「専有性」が支配的要因となり、このうち「独自性」を創り出すのは、主にイノベーション経営階層です。

## 技術経営戦略の根幹

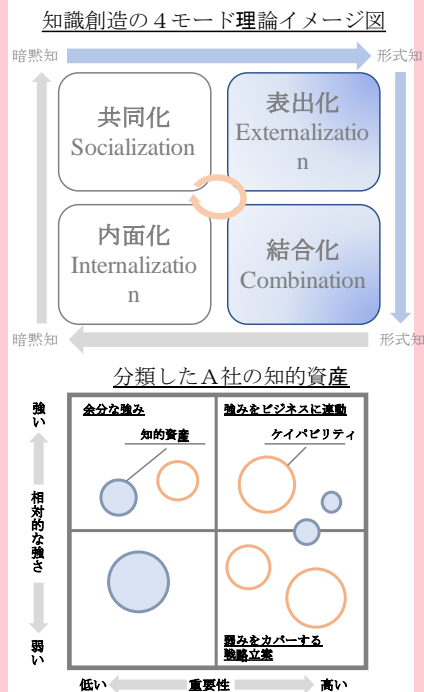


## バリュープロポジションと製品の技術要件定義



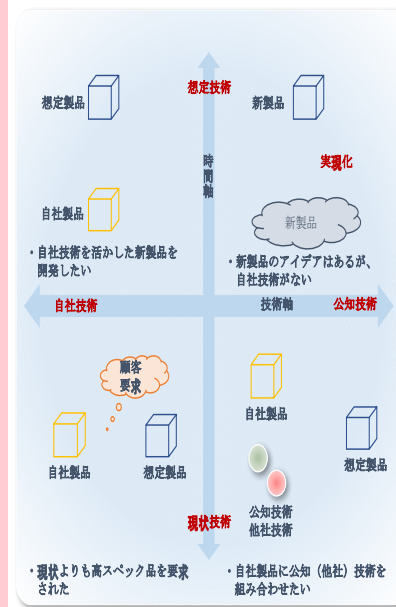
経営資源の「独自性」を出すための施策を提案いたします

## 保有技術の棚卸しとコアコンピタンス抽出



## 技術獲得戦略の策定支援

- 必要技術の自社技術の充足度を定量化
- IPランドスケープ



## イノベーションマネジメント

- 「知」をイノベーションにするため、以下のメソッドを準備
- ビッグデータ分析
  - 技術ロードマップ
  - シミュレーション技術
  - リスクマネジメント
  - QFD等

事業戦略 (マーケティング戦略) をイノベーション経営戦略に深く融合させていきます

# IIPCは、企業様のお悩みに対して、 知財戦略の実績豊富な経営コンサルタントが最適な改善策 をご提供します。

改善

# 01

## バリュープロポジションと製品の技術要件定義

### 経営課題

- a. イノベーション経営についてどこから手を付けてよいか分からない。
- b. 自社の製品(サービス)について必要な技術要件を定量的に把握したい。
- c. 自社が保有する技術が、自社製品(提供価値)に対してどのようにつながるの見える化したい

### 経営コンサルティング内容

1

#### 提供可能な価値の視点から製品のアウトライン策定

顧客のためにどのような価値を創造するかを顧客的視点（顧客プロフィールマップ）と、提供可能な価値の視点（バリューマップ）から探索し、これを具現化する製品（サービス）のアウトラインを策定します。

2

#### 提供価値の各機能の分析

顧客に提供する製品（サービス）について、製品の中核、製品の実体、製品の付随的機能に分けて定量分析すると共に、各種データを用いてその新奇性、パフォーマンス、カスタマイゼーション等の観点をキャンバスに描き、見える化します

3

#### 提供価値に求められる技術要件の見える化

分析した製品（サービス）の実体や付随的機能を技術的な視点で分解・整理することで、製品（サービス）開発に求められる技術要件を明確化していきます。特許明細書の作成で培ったコンセプトワークを活用し、技術要件を階層的に定義して文章化します。

改善

02

## 保有技術の棚卸しとコアコンピタンス抽出

### 経営課題

- a. ・自社内にどのような保有技術が埋もれているのか、表出化できていない
- b. ・自社の保有技術の強みを競合他社との関係で相対的に把握できていない
- c. ・自社のコアコンピタンスの強みを利用した技術戦略ストーリーが描けていない

### 経営コンサルティング内容

1

#### 保有技術を表出化、形式知化

貴社が保有する技術をSEC Iモデルに基づいて表出化させます。特に暗黙知については、インタビューや実地見学、実物のリバースエンジニアリングを通じて知的資産を漏らさず棚卸しし、形式知化を図ります。

2

#### 貴社の技術的強みの客観化

特許情報等を活用することで、競合他社との関係で相対的に裏付けられた自社の強みを特定することで、コア・コンピタンスのアウトラインを明確化します。

3

#### 技術戦略ストーリーの構築

自社のコア・コンピタンスの強みが発揮できる分野を、将来的な事業環境の予測や、K S F (Key Success Factor) と照らし合わせて探索し、技術戦略ストーリーを構築します。

改善

03

## 技術獲得戦略の策定支援

### 経営課題

### コンサルティング内容

- a. イノベーションを興す上で、これから獲得しなければならない技術が何であるのか、把握できていない。
- b. 必要技術をどのようにして獲得するのか、戦略を描きたい。
- c. オープン&クローズ戦略の何れに比重を置くべきか、サポートしてもらいたい。
- d. R & Dの計画の立案をサポートして欲しい。

1

#### IP ランドスケープ

IP ランドスケープを通じて自社技術資源や他社技術資源の状況や、自社と他社の強みの差異化要素、ひいてはコア・コンピタンス、さらには知財をどのように活かせば持続的競争優位性が開かれるのかを分析

2

#### 技術獲得戦略の立案

製品開発に必要な技術獲得戦略を、自社と他社の技術的な強みや経営資源、自社開発の実現性や採算性、費用体効果や各種リスク要因に基づいて立案します。

3

#### 研究開発計画の策定

自社開発に重点をおく場合には、個々の調達技術にクローズアップした詳細な研究開発の計画を時系列的に描いていきます。ステージゲート法や連鎖モデル等のツールを駆使して進めます。

4

#### オープン&クローズ戦略の提案

製品アーキテクチャー（設計思想）を深く理解した上で、必要な場合にはオープン戦略やクローズ戦略を適宜織り交ぜてベストなR & D戦略を組み立てます。

改善

04

## イノベーションマネジメント

### 経営課題

- a. ・イノベーション創発に向け、必要なソリューションが何であるかを探索したい。
- b. ・事業戦略(マーケティング戦略)にイノベーション経営戦略を深く融合させてほしい

### 経営コンサルティング内容

1

#### イノベーション創発ストーリーの共有

研究開発過程のみならず、市場からのフィードバックや採用するビジネスモデルを深く考察することにより、イノベーションの創発に導くメカニズムを見える化して提案します。

2

#### 各種分析メソッドを準備

「知」をイノベーションにするため、ビッグデータ分析、技術ロードマップ、シミュレーション技術、リスクマネジメント、QFD等の各種メソッドを準備します。

3

#### 「知」をイノベーションにするコンテンツを導入

イノベーションを、技術プッシュ型 (Technology Push) 又はマーケットプル (Market pull)型の各型や、付加価値度や技術革新性等の各タイプから分類し、最適なソリューションを提案します。