

## 「一日で分かる新製品・新サービスの開発方法

### ～MOTの実践的活用を通して～

立命館大学大学院 テクノロジー・マネジメント研究科

教授・研究科長 名取 隆 氏

#### ■講演内容

##### 1) テクノロジー・マネジメントとは

- ・中小企業が考える自社の相対的な弱みは、「豊富な種類の商品・サービスの品揃え」の不足である。今回の研修では、この弱みを克服するため新製品・新サービスの開発方法を伝授する。
- ・イノベーションは単なる技術革新ではなく、技術・ノウハウを収益化する新たな「仕組みづくり」である。MOTが目指すのは「技術の収益化」であり、お金と技術を循環させるようにすることです。

##### 2) 自社分析の考え方

- ・自社の持つ資産で組織資産（リーダーシップ、革新戦略、ブランド等）、従業員・サプライヤー資産が重要である。自社環境の構成要素は、開発力、生産力、販売力、経営力であり、利益率で如何に差別化できるかである。
- ・経営価値 (Value)、希少性 (Rarity)、模倣困難性 (Imitability)、組織 (Organization) について、VRIO フレームワーク・シートを用いて企業価値を分析する。VRIO 分析事例として、兵神装備 (株) の特殊ポンプ (ヘイシンモノポンプ) によるブランディング成功事例の紹介がありました。

##### 3) 自社分析の方法

- ・自社の強みの見つけ方は、①売上の偏りを分析する、②お客様を分析する、③社長を分析する、④収益の取り方を分析する、⑤サービスの別の側面を分析する、である。

##### 4) 新製品・新サービス開発の方法

- ・「市場」と「製品 (技術)」について、既存分野と新規分野について分析したアンゾフマトリックスを活用すると、どの活用領域に踏み込めばいいか分析できる。
- ・商品コンセプト策定では、「どの顧客のニーズに対応するか」(Who)、「どんな便益を提供するか」(What) と、「その2つがなぜ結びつくか」(Why) が重要である。
- ・改革 (革新的) 商品を創出するには、「ニーズ」ではなく「シーズ」から検討する必要がある。そのため、「機能」をニーズとシーズの間に介して新製品・新サービスのコンセプト・アイデアを発想する手法を用いる。

##### 5) 新製品・新サービス開発の方法

- ・自社の技術の持つ機能から 635 法を用いてコンセプト・アイデアを発想し、MFT フレームワークを用いてコンセプト・アイデアを具体化させる。

##### 6) 新製品開発の事例

- ・鈴木総業 (株) (現、株タイカ) の  $\alpha$  GEL の用途開発 (半導体用緩衝材をランニングシューズの靴底に使用)、(株) 電子技販の基盤雑貨 moeco (基盤回路と鉄道路線図が似ているのでスマホケースに採用) 等の事例紹介がありました。