

STAR (技術戦略分析)

限られた経営資源を無駄にせず、いかに効果的にかつ迅速に研究開発する案件を選定し、製品化、事業化に持っていくか。こうした要請に応え、経営戦略と開発を結ぶ手法として考案された手法がSTAR (技術戦略分析)だ。

ハイパーコンペティション (超競争) と呼ばれる時代になり、研究所の技術開発には商品化・事業化の確率が高いものの選別と、業績への直接的な貢献が求められてくる。しかしながら、これまでは営業・財務担当はもとより技術担当の経営陣を含めて、開発すべき技術、また、その開発戦略のあり方に関する実際の議論に経営陣が加わる手段がなかった。

こうした問題の解決を目標にして、この

数年間、ペンシルベニア大学ウォートンスクールのイアン・マクミラン教授とコロンビア大学のリタ・マグラス教授、日本では社内起業研究会が中心となって研究と調査活動を行ってきたが、その成果の一つとして、STAR (Strategic Technology Assessment Review Program) という有効なチェックシートが開発された。

六つの要素で参入・開発戦略を決定

STARの最大の特徴は、技術や市場に精通していない人でも技術開発の議論に参画できることである。STAR調査票の質問項目に常識的に答えていくと、「技術開発プロジェクトの特性」「開発推進上の問題点」「開発優先順位と着手時期」などに

関する明確な手掛かりを得ることができ、蓄積されている常識的なビジネス経験によって、当該プロジェクトの産み出す事業結果とプロジェクトの本質的な特性が浮き彫りにされる。

「速い馬から速い馬が生まれる可能性」は「遅い馬から速い馬が生まれる可能性」よりも高いことは競走馬界の常識である。STARの基本コンセプトは、この競走馬の常識を技術開発チームの特性把握に役立てようとするところにある。

技術開発プロジェクトの特性を把握するために、STARでは六つの要素を採りあげている。

第一は収入の規模である。需要の大きさ、市場が立ち上がるスピード、参入障壁、利益が第三者に奪われる可能性によって収入

成功するための研究開発の進め方 判断項目をチェックすれば容易に決定



