

研究開発に関する調査 2012
—6年間の変化傾向と単純集計の結果—

濱岡豊

慶應義塾大学商学部

hamaoka@fbc.keio.ac.jp

<要 約>

筆者らは2006年のプレ調査を踏まえて、2007年より日本企業を対象に、研究開発や製品開発についての調査を行っている。本稿では、2012年に行った「研究開発についての調査」を中心に、6年間の変化動向について概説し、2012年の単純集計結果を紹介する。2007年からの6年間でトレンド変数が有意となったのは300項目中28項目であった。これら項目から、「研究開発の困難化」「オープン化の限界」「経済的報酬から地位やプロジェクト内容で報いるという研究開発におけるマネジメントの変化」「海外でのR&Dの自律化」「品質は高まる一方で開発スピードの低下」など、研究開発が困難になっているといえる。一方で、「トップによる方向性の明示や、信頼や公正さなど）組織文化の強化」が進行している。

<キーワード>

研究開発, 製品開発, イノベーション, 継続的アンケート調査

A Survey on Research and Development 2012
Trend analysis from 2007 to 2012

Yutaka Hamaoka

hamaoka@fbc.keio.ac.jp

Faculty of Business and Commerce, Keio University

1. はじめに

本研究は、日本企業の研究開発、製品開発から市場における製品のパフォーマンスに至る総合的なデータを蓄積し、その変化の動向を把握することを目的としている。このため、2006年にはパイロット調査を行い（張育菱ら 2007; 張也ら 2007）、2007年から、「研究開発についての調査」（陳ら 2009; 李, 濱岡 2008, 2010a, 2011a, 2012a）を行ってきた。

研究開発について、2007年からの5年間でトレンド変数が有意となったのは33項目であり、「研究開発の困難化」「自社の研究開発の縮小とパフォーマンスの低下」「オープン化の限界」「研究開発におけるマネジメントの変化」「研究開発におけるリーダーの弱体化」「海外での R&D の自律化」「自社の技術的・製品開発における強みの喪失」など、研究開発が極めて苦しい状況にあることがわかった（濱岡, 2012a）。

この調査から得られたデータについては、Chesbrough (2003, 2006)の提案する「オープン・イノベーション(以下,OI)」に注目して分析してきたので概観しておく。Chesbrough (2006)は、オープン・イノベーションを次のように定義している。

“Open Innovation is the use of purposive inflows and outflows of knowledge to accelerate internal innovation, and extend external use of innovation, respectively.”

つまり、外部の知識を取り入れるだけでなく、自社の技術を外部に提供することも重視している。これを踏まえて、Chesbrough and Crowther (2006)は、オープン・イノベーションには外部の技術を導入する inbound OI と、自社の技術を外部に提供する outbound OI の2種類があることを指摘した。

濱岡(2007)、Hamaoka (2008)では「inbound OI の成果」の規定要因についての理論的枠組みを提示した¹。さらに、Hamaoka (2009)では、「outbound OI の成果」、そして「R&D の成果」を従属変数として探索的分析を行った。

これらを踏まえて、Hamaoka (2012)では、これらの規定要因として、「自社の能力、組織」「自社の戦略」「関係要因」「R&D のプロセス」「連携相手」などに分けて仮説を設定し、本研究で収集した 2011 年までのデータを用いて分析した。その結果、以下の点が明らかとなった。

「オープン・イノベーションのための窓口」「技術能力」は、「inbound OI の成果」「outbound OI の成果」とともに正で有意な影響を与える。しかし、その他の変数については、どちらか一方にしか有意な影響を与えていない。つまり、inbound OI と outbound OI の成果は異なる要因によって影響される。

様々な活動を企業の内部で行うか、市場を活用するかという「企業の境界」の規定要因については、取引費用を重視する立場(Coase, 1937; Williamson, 1975)、企業の資源や能力を重視する立場(Wernerfelt, 1984; Langlois and Robertson, 1995)がある。ここでの実証結果では、「技術の専有可能性」「技術の不確実性」とともに有意とはなっておらず、前述の社内の制度や能力が有意になったことから、日本企業においては、取引費用よりも能力の高い企業が外部を補完的に利用していると考えられる。

Chesbrough (2003, 2006)のオープン・イノベーションは、外部の知識の「市場」からの調達が強調されているが、「(自社への)信頼」も inbound OI の成果に正で有意な影響を与えている。これは、社会的関係によって埋め込まれていると機会主義的な行動が抑制されることなどによって、取引がより長期的・効率的に行えるという Granovetter(1985)の論点を支持するものである。このように、オープン・イノベーションといっても、日本と米国では、その様相が異なる。

さらに、濱岡(2011c)、濱岡ら(2011)ではオープン・イノベーションに特化した日韓調査も行った。それによって、以下の点が明らかになった²。オープン・イノベーションに関しては、「外部の資源として日韓ともに「顧客」を重視しているが、それに次いで日本企業は『大学』、韓国は『原材料などの供給業者』『民間の研究機関』を活用していること」「日韓ともに外部知識を獲得する inbound オープン・イノベーションが先行していること」「日本企業の方が情報源としては外部を利用しているもののツールの導入、利用は遅れている

¹ 2006年のパイロット調査のデータを用いたため、サンプル数が少ないという問題があった。

² 日韓調査では、非上場企業が調査対象である。

こと」「韓国企業の方が外部との連携を利用し、成果を挙げていること」がわかった。また、「日本企業の方がR&Dを積極的に行っているが新製品の成功割合は低いこと」、製品開発プロセスについて、「日本はコンカレント型だがリーダーの権限が弱く、韓国ではリーダーの権限が強い」こともわかった。

以下、本稿では2012年11月に行った「研究開発についての調査」の結果を報告する。同時に行ってきた「製品開発についての調査」については、馬ら（2008）、尤ら（2009）、濱岡（2010b, 2011b, 2012b, 2013）」を参照されたい³。

2. 調査の概要

1) 調査方法

本研究では2007年以降、以下のサンプリング方法で調査を行ってきた。つまり、上場製造業について、ダイヤモンド社会社員録より、研究開発担当部署（研究所などを含む）がある企業を抽出し、その部署の部長以上の役職者を選ぶ。ただし、一つの企業に複数の研究関連部署がある場合には、それらの中から1名をランダムに選ぶ。本年度も同様の方法で抽出し、448（名）社に調査票を送付した。回答期限については、これまでは1ヶ月としてきたが、同時に調査している「製品開発についての調査」の回答期限を2ヶ月後としたのとあわせて、2ヶ月間とした⁴。

2012年11月にアンケート調査票を送付し、最終的に109名からの回答が得られたので、回答率は24.3%となった（表1参照）。例年より回収率が低下したのは調査期間を長くしことによって、多忙となる年末にかかったためではないかと考えられる。一方、製品開発調査については2ヶ月にしたことによって、督促無しでも例年どおりの回答が頂けた。研究開発、製品開発担当者の方々の行動の違いを考慮した期限設定が必要である。

表1 各調査の比較

	2007年調査	2008年調査	2009年調査	2010年調査	2011年調査	2012年調査
調査時期	2007年11月-12月20日	2008年11月20日-12月20日	2009年11月20日-12月23日	2010年11月10日-12月10日	2011年11月10日-12月10日	2012年11月10日-2013年1月9日
発送数	450	419	485	434	451	448
不到達数	--	--	7社	7社	--	6社
回答者数	122社	132社	127社	134社	136社	109社
回収率	27.1%	31.5%	26.5%	31.4%	30.2%	24.7%

注) 調査方法はいずれも郵送法であり、依頼状とともに調査票および返信用封筒を送付した。

調査時期は依頼状に記した送付日および返送期限である。実際には返送期限が過ぎても回答頂いたものも回答者数に含めてある。

2) 調査項目

本調査は以下の項目からなる。大枠は昨年度までと同じだが、これまでの分析結果を踏まえて、平均値が一貫して低く、実施されていない項目や、同一の概念を測定するために設定したが収束妥当性が低い20項目を削除した。一方で、オープン・イノベーションについて重要と考えられる「企業間関係のマネジメント能力(Kirschman and

³ 2006年のパイロット調査とは、調査票の構成およびサンプリング方法を変更した。詳細は馬ら（2008）を参照のこと。

⁴ 「製品開発についての調査」の回答率が低下傾向にあった。その原因の一つは、調査時期が11月20日からの1ヶ月であり、年末の多忙な時期に重なるためだと考えた。このため、2010年からは調査時期を2週間程度早めた。ただし、2011年については1ヶ月後の期限までに回答して頂いた企業の割合が低かったため、締め切りを1ヶ月延長し、回答のお願いを郵送した。このため、本年度ははじめから2ヶ月の回答期間を設定した。

LaPorte , 2008)』の 3 項目を追加した⁵。また、項目はそのままだが、調査票のレイアウト上、順番を入れ替えた設問もある。

・自社についての設問

Q1 業種

Q17-Q18 企業全体としての他社と比べた強みおよび組織文化など

・自社をとりまく環境についての設問

Q3 製品や市場の特徴

Q4 ユーザー企業、消費者の特徴

・研究開発についての設問

Q2, Q5-Q10 研究開発の現状

Q11-Q13 研究開発における外部連携、オープン・イノベーション

・Q14-Q16 海外における R&D

3. トレンド変化が有意となった項目

1) 回答企業の業種分布 (図1)

6年分の折れ線グラフは煩雑となるので、以下では、2007,2010,2012年,3回分の平均値などをグラフに示す。数字を併記したものが2012年「研究開発に関する調査」の結果である。2007年以降の結果については、李、濱岡(2008),陳ら(2010),濱岡(2010,2011a,2012a)を参照されたい。

回答企業の業種については、「食品」「化学工業」「医薬品」「自動車、自動車部品」「その他製造業」などが多く

⁵下記の項目を削除した。

・研究開発の現状について

「技術プッシュ型である」「ごく少数のコア技術の育成に注力する」「一つのコア技術を複数の製品、市場に展開する」「研究開発も工場など現場と同じ所で行われる」

・海外での R&D について

「時差を利用して、24 時間体制での研究開発を行っている。」「各拠点では本社が強みをもった分野の研究を行っている。」「各研究開発拠点のマネジメント方法はほとんど同じである。」「研究者や技術者の行動は各拠点によって全く異なっている。」「各拠点は現地のマーケティングと十分に連携している。」「海外拠点間での技術情報の交換は充分に行われている。」「日本から海外拠点への市場に関する情報提供は充分行われている。」「海外拠点から日本への市場に関する情報提供は充分行われている。」「海外拠点間での市場に関する情報の交換は充分に行われている。」「各拠点は、その国でトップクラスの研究開発を行っている。」「各拠点は、その国でトップクラスの人材を集めている。」「各拠点では開発のスピードが向上している。」「各拠点は各地域市場での生産能力の向上に寄与した。」「各拠点を通じた日本への技術移転が進んだ。」「各拠点を通じた日本からの技術移転が進んだ。」「各拠点と日本での研究の相乗効果が得られた。」

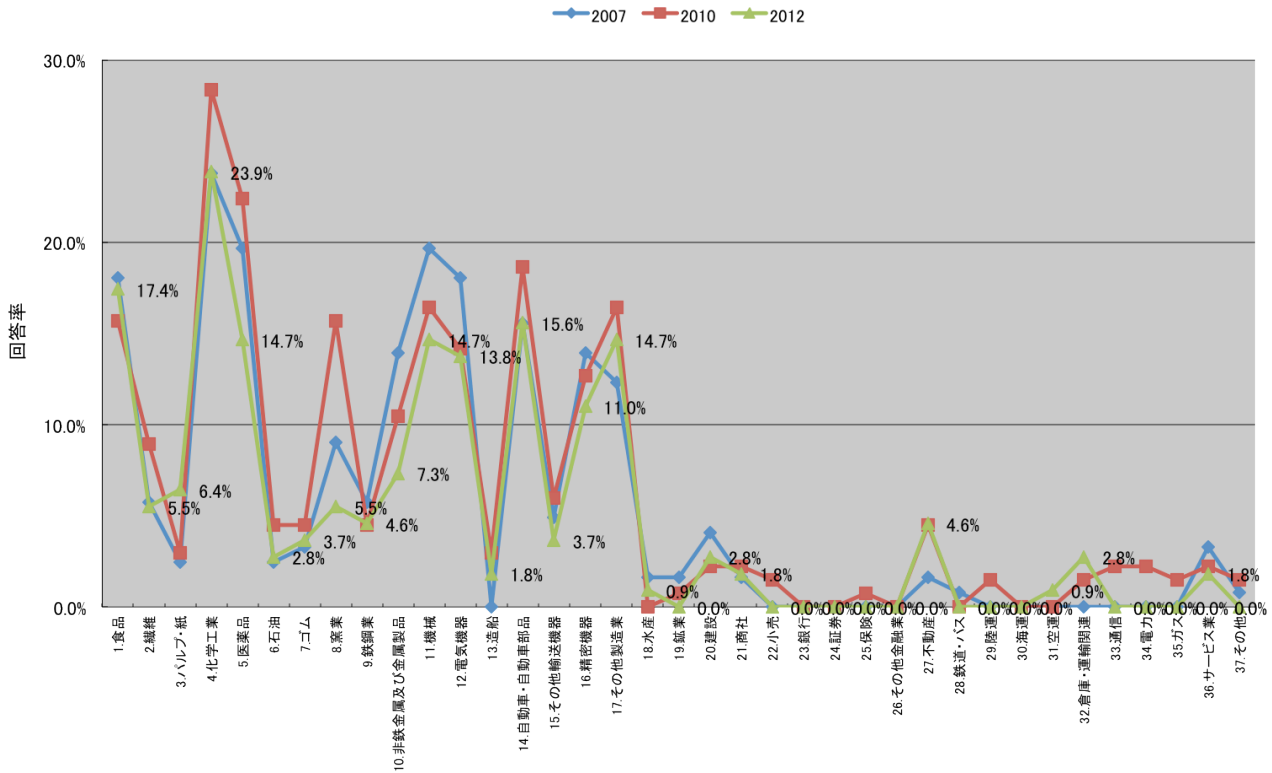
一方、「企業間関係のマネジメント能力(Kirschman and LaPorte , 2008)」について、下記を追加した。

「外部の個人、組織との共同研究、委託研究の成果を測定、評価している。」

「外部の個人、組織と共同研究や委託研究を管理、進行する能力は高い。」

「外部の個人、組織との共同研究や委託研究で問題が生じないように調整する能力が高い。」

なっている。全体的に分布は類似しているが、特に化学工業が多くなっている。ただし、前述の通り、調査対象企業、対象者が異なるため、直接的な比較はできない。



注) 以下のグラフでは数字は2011年の値。各年のサンプル数について、特に注がない場合には表1に示す通り。

図1 回答企業の業種分布

以下では単純集計の比較を行うが、年による業種の分布の影響を除去するために、これまでと同様、下記のような補正を行った(濱岡 2010a, b, 2011a, b, 2012a, b)。つまり、業種ダミーおよび回答年度を説明変数として、5段階尺度などメトリックな質問項目については回帰分析、選択式(0/1)の設問については二項ロジット分析を行った(線形トレンドモデル)。ただし、調査の継続にともなってサンプル数が増加し、トレンドが検出される傾向が強くなってきた。このため、今年度はさらに、調査年の代わりに2007年を基準とした調査年ダミーを用いて同様の推定を行った(ダミー変数モデル)。AICによって二つのモデルの適合度を比較し、線形トレンドモデルの方が適合度が高く、回答年度の係数が0という仮説が少なくとも10%水準で棄却された場合に、トレンドモデルを採用し、6年間で増加もしくは減少のトレンドがあると判定する⁶。

本調査では320項目を設定したが、このようにして検定した結果、少なくとも10%水準で有意となったのは表2の28項目である。6年間とも回答していただいた企業は1社のみであり回答企業は毎年入れ替わっているが、このように安定した結果が得られたことは、単純集計に示すような傾向が日本企業に共通する傾向であることを示唆している⁷。

表2には、このようにして推定したトレンド係数の符号と有意水準を示した。例えば「+++」とある項目は係数が正で1%水準で有意であったことを示す。以下では、トレンド係数が少なくとも10%水準で有意となった項目に注目して、大まかな傾向を指摘する。

⁶ 線形ではなく曲線や、各年度のダミーを定義して、説明変数とすることも可能である。しかし、6年間のデータであり、サンプル数もあわせて700程度である。細かい変化を示唆する理論的背景もないため、年度とともに減少もしくは増加するという線形トレンドモデルおよび、関数形を規定しないダミー変数モデルを想定した。

⁷ いずれかの1年のみ回答頂いたのは213社、2年(回)回答して頂いたのは96社、3回51社、4回18社、5回3社である。個別の企業レベルでは複数時点回答頂いた企業が少ないため、パネル分析は困難である。

・研究開発の困難化

「ユーザーがカスタマイズすることが容易な製品である。」は低下傾向にあり、技術の高度化が進む一方、「技術面で成功したテーマの割合」「製品化、市場投入に結びついたテーマの割合」は低下傾向にあり、研究開発の成果をあげることが困難化していることがわかる。

・研究開発のオープン化の限界

近年は、企業内での製品開発だけではなく、ユーザーからのイノベーション(von Hippel 1988, 2005)、企業外部のサプライヤー、取引先、大学などからの知識を利用したオープン・イノベーション(Chesbrough 2003)、さらには消費者を巻き込んだ「共進化マーケティング」(濱岡 2004)など、企業の外部からの知識の導入が重視されている。実際、Hamaoka (2008, 2012)では、外部の知識を取り込む inbound オープン・イノベーションの成果と R&D 全体の成果には正の相関があることが示された⁸。

「外部技術の導入による自社の強みの喪失を危惧している。」が低下しており、NIH シンドロームからの脱出傾向があるのはよいことではあるが、「外部の技術をそのまま取り入れることが得意である。」「自社が提供した技術を取り入れた他社の製品が市場でも成功している。」「研究開発が製品化へと結びついている。」などオープン・イノベーションが注目されているが、外部連携の能力、成果は低下傾向にある。一方で、「10. 技術を持った企業を M&A する」が増加傾向にあり、日本企業でも技術を獲得するために M&A が行われるようになってきたことがわかる。

・研究開発のマネジメントの変化

「14. 売上などに連動した職務発明への報酬制度」が低下する一方、「12. リサーチフェローなど研究者の地位優遇制度」「成功したプロジェクトメンバーはさらに重要なプロジェクトに配属される」が上昇傾向にある。金銭よりも地位や仕事で報いるという日本型の報酬システム(高橋, 1997)のよさが見直されているのかもしれない。

・海外での R&D の自律化

海外で R&D を行っている企業は全体の 3 割程度であるが、「3. ドイツ」「8. ブラジル」「12. 台湾」での R&D 実施割合が増加している。「各拠点の研究員のほとんどは現地で採用している。」が増加傾向、「研究者や技術者の行動は各拠点によって全く異なっている。」が低下傾向にあることから、現地化が進展していることがわかる。

また、「拠点間で知識や情報が共有されている。」「各拠点と日本でのシナジーによって効率的に研究開発が行われるようになった。」など成果も高くなっている。

・開発スピードの低下

「他社と比べて製品の品質、機能は高い。」「他社と比べると顧客満足度は高い」は上昇しており、製品の品質への評価は高まっている。一方、「技術環境が変化したとき、柔軟に適応できる」「他社と比べて新製品の開発スピードは速い。」という、技術変化や製品の投入スピードへの評価が低下傾向にある。ここでも研究開発などの困難化が窺われる。

・組織文化の強化

「経営の方向性をトップが明確に示している。」は平均値も高く、かつ上昇傾向にある。不確実性が高くなっている環境下で、方向性を明示していることが読み取れる。研究開発は困難であるが、「貴社は顧客や取引先からも公正な

⁸ Hamaoka(2009)は 2007-8 年のデータを用いて、inbound および outbound オープン・イノベーションの成果の規定要因の関係を分析した。大学、顧客、供給業者などとの共同研究の実施はどちらとも有意な関係がないが、子会社との共同研究の実施はともに正の相関があった。このことから、Chesbrough(2003)が指摘するような完全にオープンなイノベーションではなく、半オープンなイノベーション(semi-open innovation)であることを指摘した。

企業だと評価されている。」「社員は貴社の社員であることに誇りを持っている。」「貴社は社会からも尊敬されている。」のような心理的, 社会的な側面についての評価は高まっている。

表 2 5年間のトレンド係数が有意となった項目

分類	項目	2007	2008	2009	2010	2011	2012	有意水準
ユーザー企業, 消費者の特徴	ユーザーがカスタマイズすることが容易な製品である。	2.5	2.4	2.3	2.4	2.2	2.3	--
タイプ別の研究開発(製品開発)	3必要に応じて行うこともある。	9.2%	5.3%	5.6%	8.2%	4.4%	4.6%	-
研究開発の動向	技術面で成功したテーマの割合	3.2	3.3	3.1	3.1	3.1	3.1	--
(5年前との比較)	製品化、市場投入に結びついたテーマの割合	3.3	3.3	3.1	3.1	3.1	3.1	--
研究開発に関する社内システム	研究者、技術者が営業担当者や顧客と会うことがある。	4.0	4.0	4.1	4.0	3.9	3.9	-
研究開発に関する社内制度	成功したプロジェクトメンバーはさらに重要なプロジェクトに配属される	2.8	3.0	3.0	2.9	3.0	3.0	++
研究開発に関する社内制度	12. リサーチフェローなど研究者の地位優遇制度	10.7%	15.2%	19.7%	14.2%	20.6%	16.5%	+
研究開発に関する社内制度	14. 売上などに連動した職務発明への報酬制度	71.9%	68.9%	63.0%	61.9%	63.2%	53.2%	---
研究開発における外部連携のための仕組み	10. 技術を持った企業をM&Aする	9.9%	15.2%	15.7%	14.2%	15.4%	20.2%	++
研究開発における外部連携への評価	外部技術の導入による自社の強みの喪失を危惧している。	2.8	2.6	2.6	2.6	2.6	2.4	---
研究開発における外部連携への評価	外部の技術をそのまま取り入れることが得意である。	2.6	2.7	2.7	2.5	2.5	2.5	--
研究開発における外部連携への評価	自社が提供した技術を取り入れた他社の製品が市場でも成功している。	2.9	2.9	2.8	2.7	2.7	2.6	---
研究開発における外部連携への評価	研究開発が製品化へと結びついている。	3.6	3.6	3.5	3.6	3.6	3.3	-
研究開発を行っている国	3. ドイツ	14.3%	15.2%	22.5%	21.7%	30.9%	24.3%	+
研究開発を行っている国	8. ブラジル	0.0%	3.0%	0.0%	4.3%	5.5%	10.8%	+
研究開発を行っている国	12. 台湾	5.7%	3.0%	15.0%	8.7%	12.7%	21.6%	++
海外における研究開発拠点	各拠点の研究員のほとんどは現地で採用している。	3.0	3.4	3.4	3.4	3.4	3.6	++
海外における研究開発拠点	研究者や技術者の行動は各拠点によって全く異なっている。	3.2	3.3	3.5	3.1	3.0		-
海外における研究開発拠点	拠点間で知識や情報が共有されている。	3.1	3.0	3.0	3.3	3.3	3.4	+++
海外における研究開発拠点	各拠点と日本でのシナジーによって効率的に研究開発が行われるようになった。	2.9	3.0	2.8	3.0	3.2	3.3	++
自社の強み	技術環境が変化したとき、柔軟に適応できる	3.3	3.3	3.3	3.1	3.2	3.2	-
自社の強み	他社と比べて製品の品質、機能は高い。	3.6	3.6	3.6	3.6	3.7	3.7	++
自社の強み	他社と比べると顧客満足度は高い	3.4	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	+
自社の強み	他社と比べて新製品の開発スピードは速い。	3.1	3.1	2.9	2.9	2.9	2.9	--
自社の組織文化	経営の方向性をトップが明確に示している。	3.9	3.8	3.9	3.9	3.9	4.1	++
自社の組織文化	貴社は顧客や取引先からも公正な企業だと評価されている。	3.9	4.0	3.9	3.9	4.0	4.0	+
自社の組織文化	社員は貴社の社員であることに誇りを持っている。	3.6	3.7	3.7	3.7	3.8	3.8	+++
自社の組織文化	貴社は社会からも尊敬されている。	3.5	3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	+

注) 数値は平均値(5段階尺度)もしくは回答率(○をつけた企業の割合)。

有意水準については、2007-2012年の6年間のデータを用いて推定したトレンド係数の検定結果。

+++(-):係数は正(負)で1%水準で有意 ++(-):5%水準で正(負)で有意 +(-):10%水準で正(負)で有意

4. 結果の概要

以下ではこれらの回答について単純集計の結果を紹介する。前述のようにしてトレンド変数が有意となった項目については（*）のようにグラフ中に表示してある。

1) 企業全体としての他社と比べた強み、組織文化など

(1) 自社の強み (図2)

自社の強みに関して、「他社と比べて製品の品質、機能は高い。」「他社と比べると顧客満足度は高い。」はともに平均値が高く、トレンド係数も有意である。一方、「他社と比べて新製品の開発スピードは速い。」「他社と比べて新製品を早く発売する。」など、製品の投入スピードについては平均値も低く、トレンドとしても低下傾向にある。これについては、開発スピードを落として品質を高めるという戦略もあり得るため、これらを組み合わせる分析が必要である。

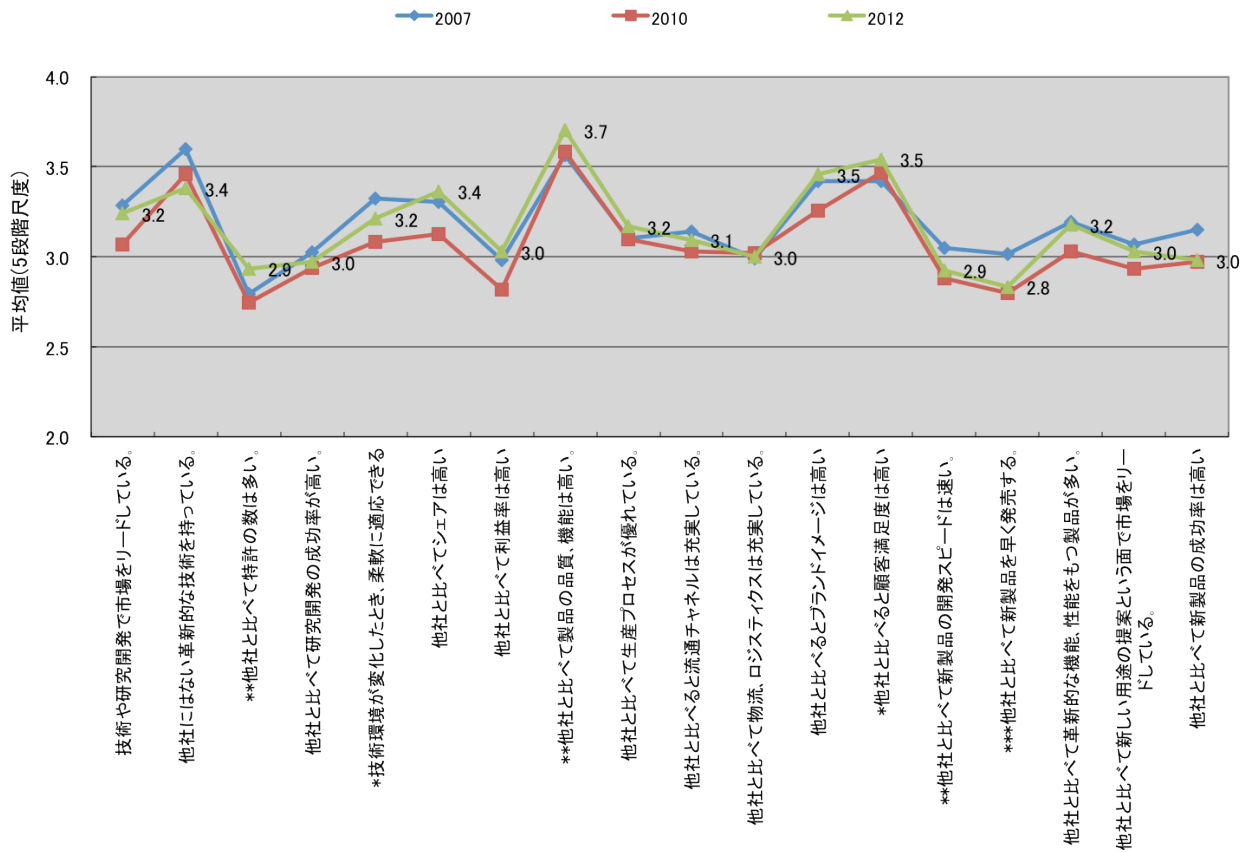


図2 自社の強み

(2) 自社の組織文化 (図3)

自社の組織文化に関する質問項目については全般的に他の設問よりも平均値が高くなっている。中でも、「経営の方向性をトップが明確に示している。」「貴社は顧客や取引先からも公正な企業だと評価されている。」は平均値が高いだけでなくトレンドとしても上昇傾向である。「貴社は顧客や取引先からも公正な企業だと評価されている。」「社員は貴社の社員であることに誇りを持っている。」「貴社は社会からも尊敬されている。」のような心理的, 社会的な評価は高まっている。一方、「製品, 価格, 広告など一貫性のあるマーケティングを行っている。」への評価は低くなっている。

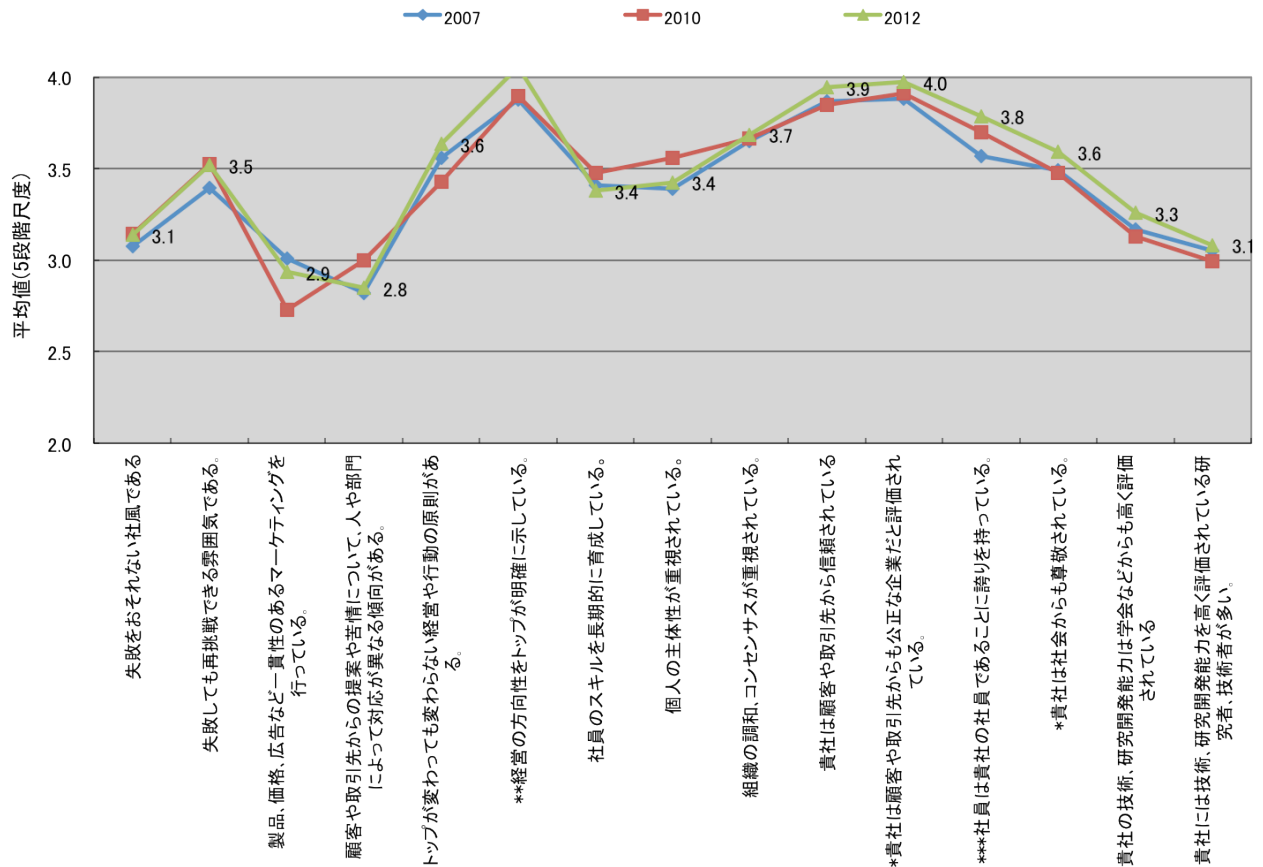


図3 自社の組織文化

2) 自社をとりまく環境についての設問

(1) 製品、市場の特徴 (図4)

製品や市場の特徴については、「強力な競争相手がいる。」「売上や利益を確保するには新製品の投入が必要である。」「技術面での競争が激しい。」などが高くなっており、競争のために新製品を連続して投入することによって差別化を図ろうとしていることが窺われる。

製品の特徴については、「部品や素材だけでなく、生産などのノウハウが重要である。」が高くなっており、生産プロセスが重要な企業が多いことがわかる。Chesbrough (2003) は、大学、ベンチャー企業、ベンチャーキャピタルなど、利用可能な外部資源が豊富になってきたことから、これらを利用する「オープン・イノベーション」が有効であると指摘している。しかし、ここでの回答をみると、「研究者、技術者の移動が激しい。」「ベンチャーキャピタルを活用しやすい。」「その分野をリードしている大学がある。」などは、いずれも低くなっている。オープン・イノベーションの環境は米国ほど整っていないことがわかる。

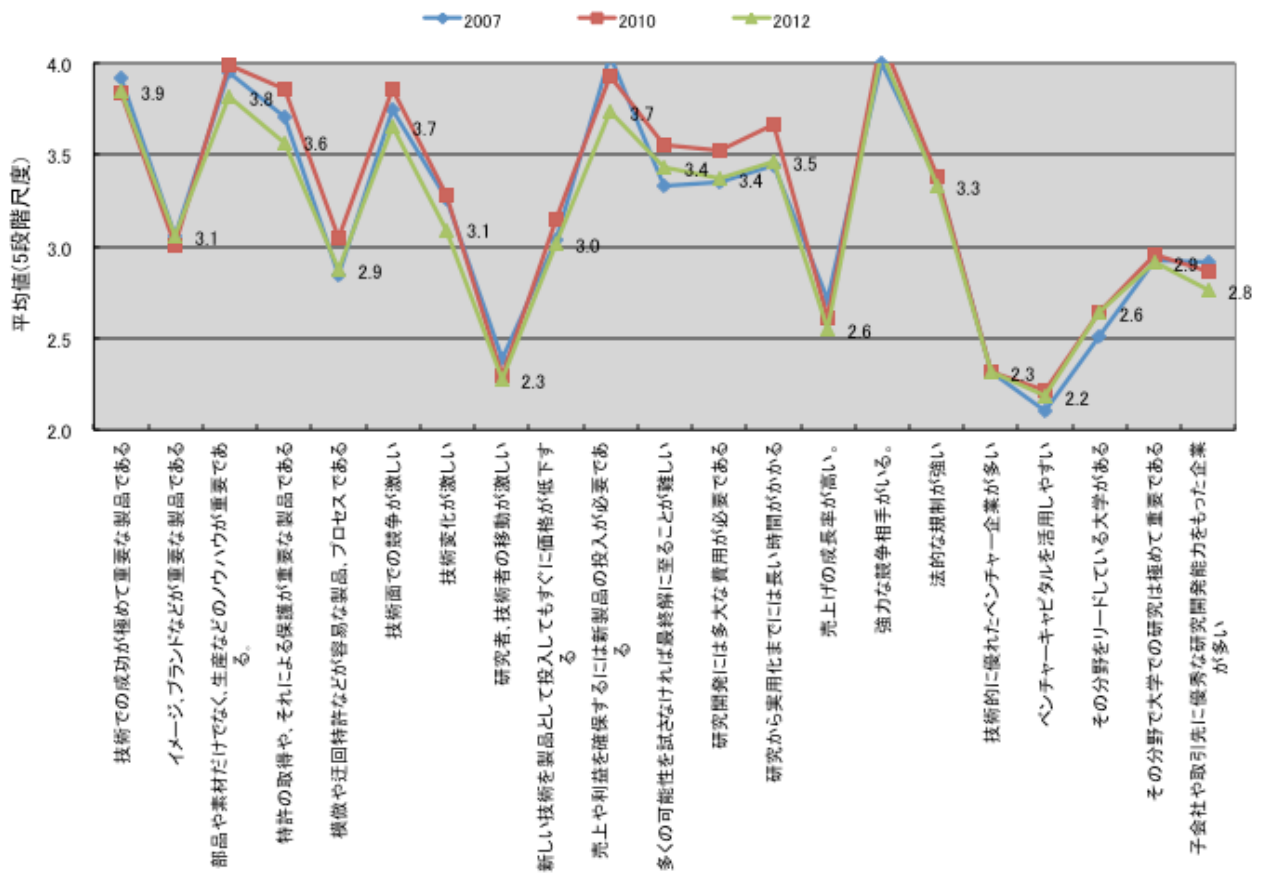


図4 製品、市場の特徴

(2) ユーザー企業、消費者の特徴 (図5)

von Hippel (1988) は産業財、科学計測機器におけるイノベーションの源泉を調査し、ユーザー企業がイノベーションの源泉となることがあることを示した。その後、von Hippel (2005) では、ソフトウェアやスポーツ用品などの領域でもユーザーがイノベーションの源泉となることを示している。これを踏まえて、ユーザーについての項目も設定した。「優れた知識を持つユーザーが多い。」「少数だが、極めて先進的なニーズを持つユーザーがいる。」などの平均値は高く、リードユーザーが認知存在することがわかる。一方、「ユーザーからの新しい技術、製品についての提案が多い。」と比べて「ユーザーが実際に新しい技術、製品を実現することがある。」は低くなっており、ユーザーによるイノベーションはさほど生じていないことがわかる。

von Hippel and Katz (2002) は、ユーザー・イノベーションを促進するためにツールキットを提供することが重要であると指摘した。「ユーザーがカスタマイズすることが容易な製品である。」「ユーザーが開発したり、カスタマイズするための情報やツールは簡単に入手できる。」はともに平均値が低くなっており、ツールの提供はあまり行われていないことがわかる。これは先にみたように、生産プロセスが重要な企業が多いことにもよると考えられる。「ユーザーがカスタマイズすることが容易な製品である。」についてはトレンドとしても低下傾向にあり、ユーザーが利用することが困難になりつつある。

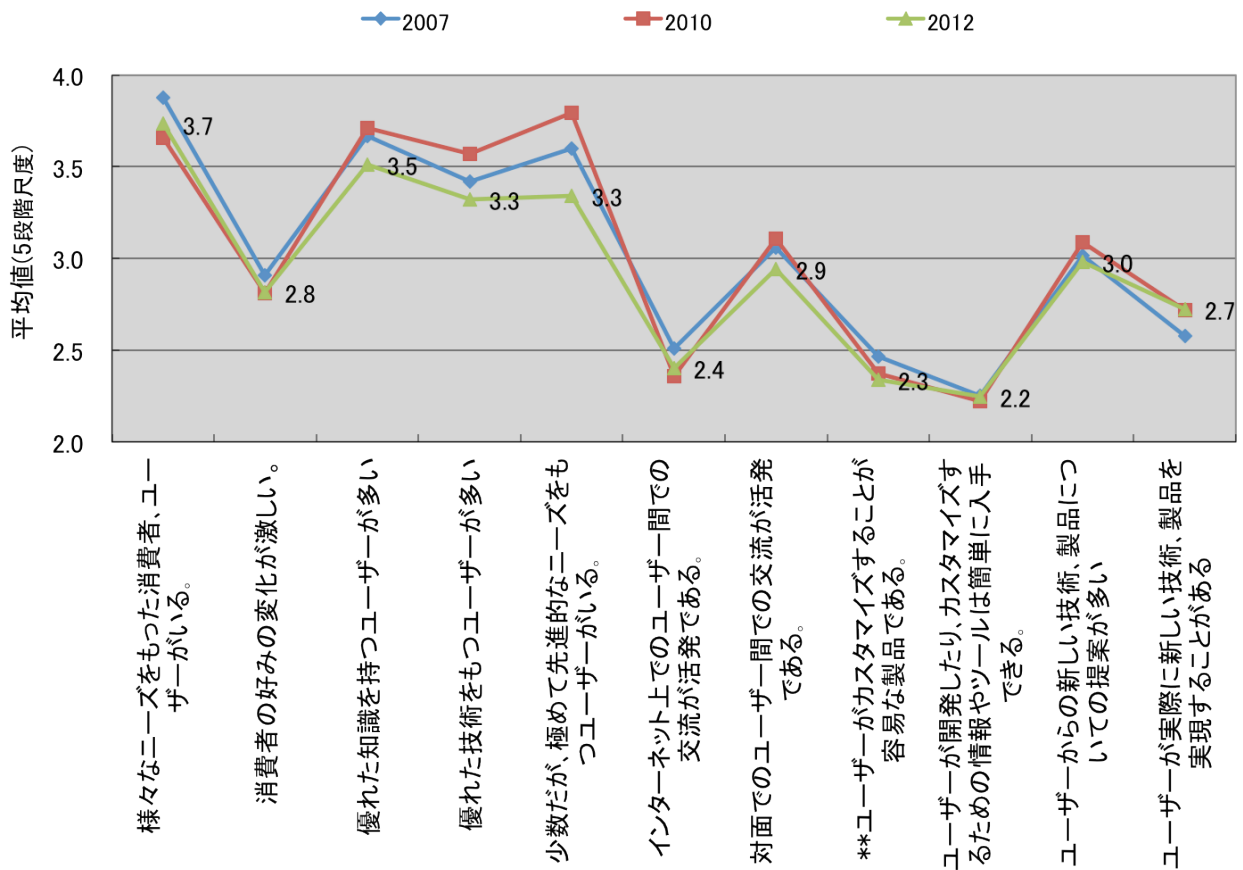


図5 ユーザー企業、消費者の特徴

3) 研究開発の現状

(1) 研究開発の特徴 (図6)

ここでは、「5:自社でコアとなる技術を開発している」~「1:他社の技術、部品、素材を調達、組み合わせる」のように、一対の言葉を対置させるセマンティック・ディファレンシャル尺度で回答してもらった。図6ではその一方のみを示した。

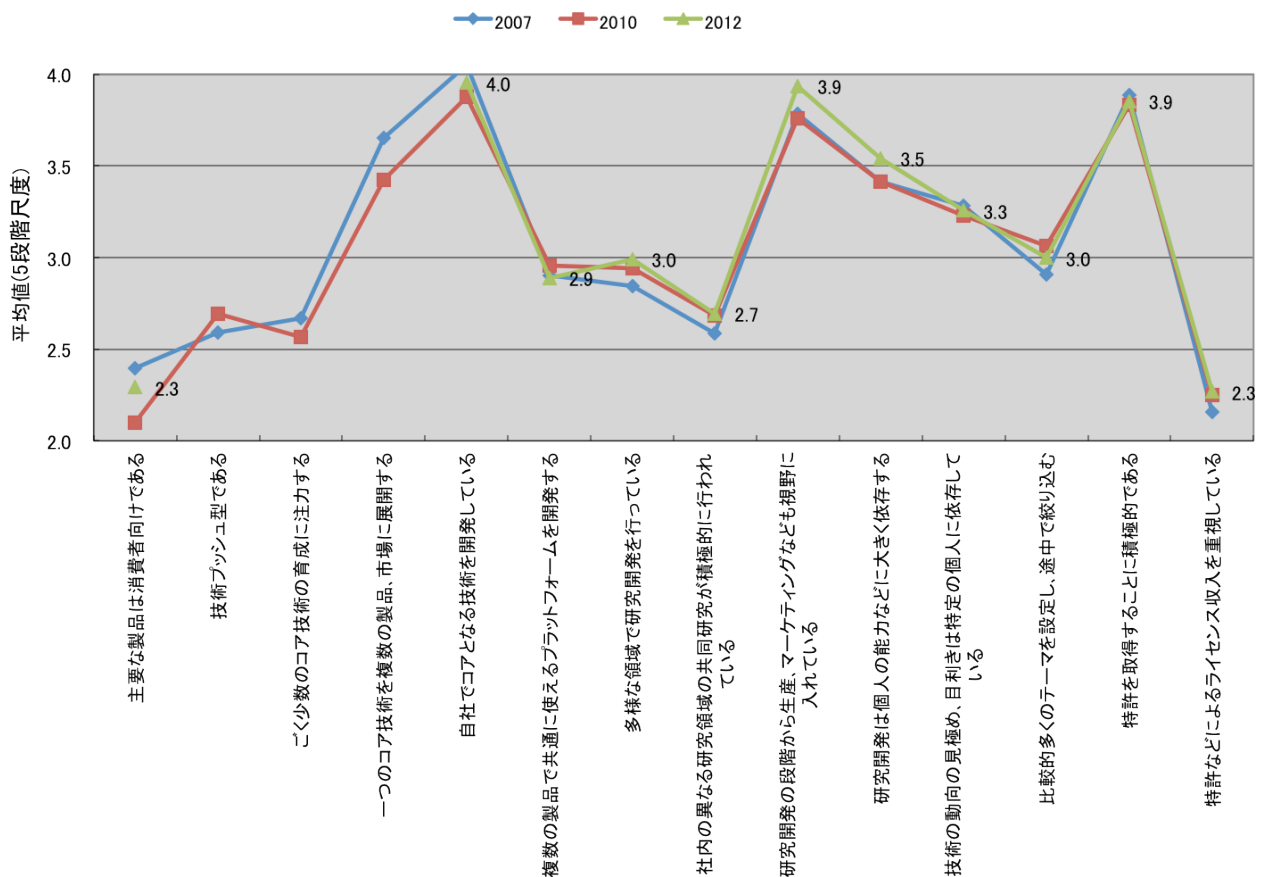
「自社でコアとなる技術を開発している。」「一つのコア技術を複数の製品、市場に展開する。」が高いこと

から、研究開発が厳しくなる中で、絞り込んだ開発が行われようとしていることがわかる。一方、「複数の製品で共通に使えるプラットフォームを開発する。」は低く、自社で開発したコア技術を個別の製品ごとに展開していることが窺われる。延岡（1996）は自動車業界について、共通のプラットフォーム戦略がじゅうようであると指摘しているが、本調査の回答業種ではプラットフォームへの展開は困難なようである。

「研究開発の段階から生産、マーケティングなども視野に入れている。(反対の極は、研究開発の段階と生産、マーケティングなどの段階は分離)」が高くなっており、早い段階から開発の後段階までが考慮される傾向にあることがわかる。Clark and Fujimoto（1991）は日米欧の自動車の製品開発プロジェクトを比較し、日本企業では、複数の部署からなるチームが、製品開発やマーケティング計画、生産計画などを同時並行させ、早い段階から各種の問題を解決する特徴があることを指摘している。ここでの回答も、これを反映しているといえる。ただし、「社内の異なる研究領域の共同研究が積極的に行われている。(同、社内の異なる研究領域ごとに研究開発が行われる)」の評価は低くなっており、研究開発に限定すると、異なるテーマ間での交流があまり行われていないことがわかる。

「特許を取得することに積極的である(反対の極は、特許による情報公開は行わず技術のブラックボックス化。）」は高い一方、「特許などによるライセンス収入を重視している(同、特許は防御やクロスライセンス重視。）」は低くなっている。オープン・イノベーションには外部の技術を導入する inbound オープン・イノベーションと、自社の技術を外部に提供する outbound オープン・イノベーションの 2 種類がある (Chesbrough and Crowther 2006)。特許は自社でのみ利用し、外部に提供するという outbound オープン・イノベーションはまだまだ行われていないことがわかる。

「研究開発は個人の能力などに大きく依存する。(同、研究開発は組織の能力に大きく依存。)」 「技術の動向の見極め、目利きは特定の個人に依存している(同、技術の動向の見極めのために組織的に対応。)」ともに、3 を超えており、研究開発の実施や技術の評価は個人に依存する部分が多いことがわかる。

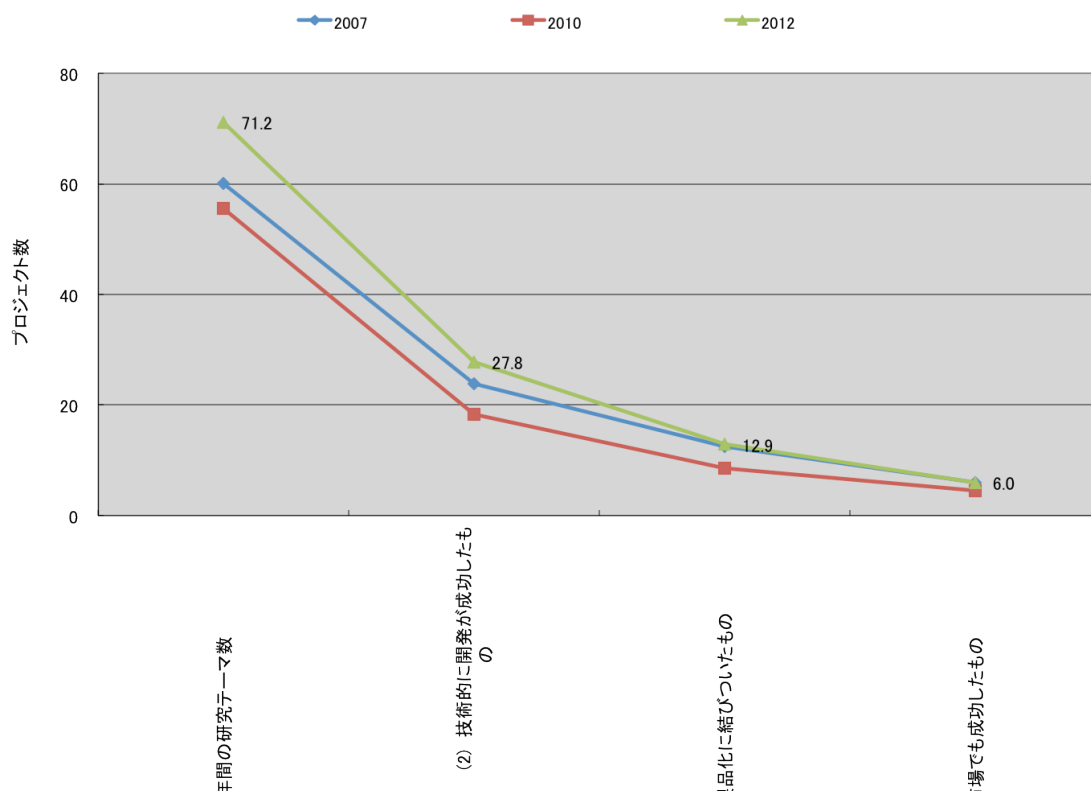


注) 「技術プッシュ型である」「ごく少数のコア技術の育成に注力する」「一つのコア技術を複数の製品、市場に展開する」は 2012 年は質問していない。

図 6 研究開発の特徴

(2) 年間の開発件数および成功の件数 (図7)

年間の研究開発テーマを回答してもらった。平均71.2件が行われているが、製品化したのはわずか12.9件、市場で成功したのはさらに少ない6件であった。研究開発を製品へと結びつけ、市場で成功させることの困難さがわかる。



注) 無回答があるため、サンプル数は項目によって異なる。

図7 年間の開発件数および成功の件数

(3) タイプ別の研究開発 (図8a~d)

研究開発について、総務省「科学技術研究調査」では、基礎研究、応用研究、開発研究に大別して研究費を回答させている⁹。このうち、開発研究については、生産プロセス（工程）についての研究も含まれているが、Utterback（1994）が示したように、product innovation と process innovation は異なる段階で生じる。よって、本研究では、開発研究を設計および新製品開発に関するものに限定し、生産技術を別項目とした。これら、4種類別の実施状況（自社や外部でどれくらい行っているのか）を回答してもらった。

基礎研究は外部との連携が多いが、応用研究は各部署で行う他、外部と連携して行っている割合も40%程

⁹ 総務省「科学技術研究調査」による定義は以下の通り（総務省統計局ホームページ <http://www.stat.go.jp/data/kagaku/2007/index.htm>）。

・基礎研究

特別な応用、用途を直接に考慮することなく、仮説や理論を形成するため、又は現象や観察可能な事実に関して新しい知識を得るために行われる理論的又は実験的研究をいう。

・応用研究

基礎研究によって発見された知識を利用して、特定の目標を定めて実用化の可能性を確かめる研究や、既に実用化されている方法に関して、新たな応用方法を探索する研究をいう。

・開発研究

基礎研究、応用研究及び実際の経験から得た知識の利用であり、新しい材料、装置、製品、システム、工程等の導入又は既存のこれらのものの改良をねらいとする研究をいう。

度ある。製品開発／設計，生産技術などの開発に関しては，7割強の企業が各部署で行っている。このように，特別な応用，用途を直接に考慮することがない基礎研究は大学などの外部と連携し，生産など自社の能力に依存する部分が多いものほど内部の各部署で担当していることがわかる。この傾向は5年間では大きくは変化していない。

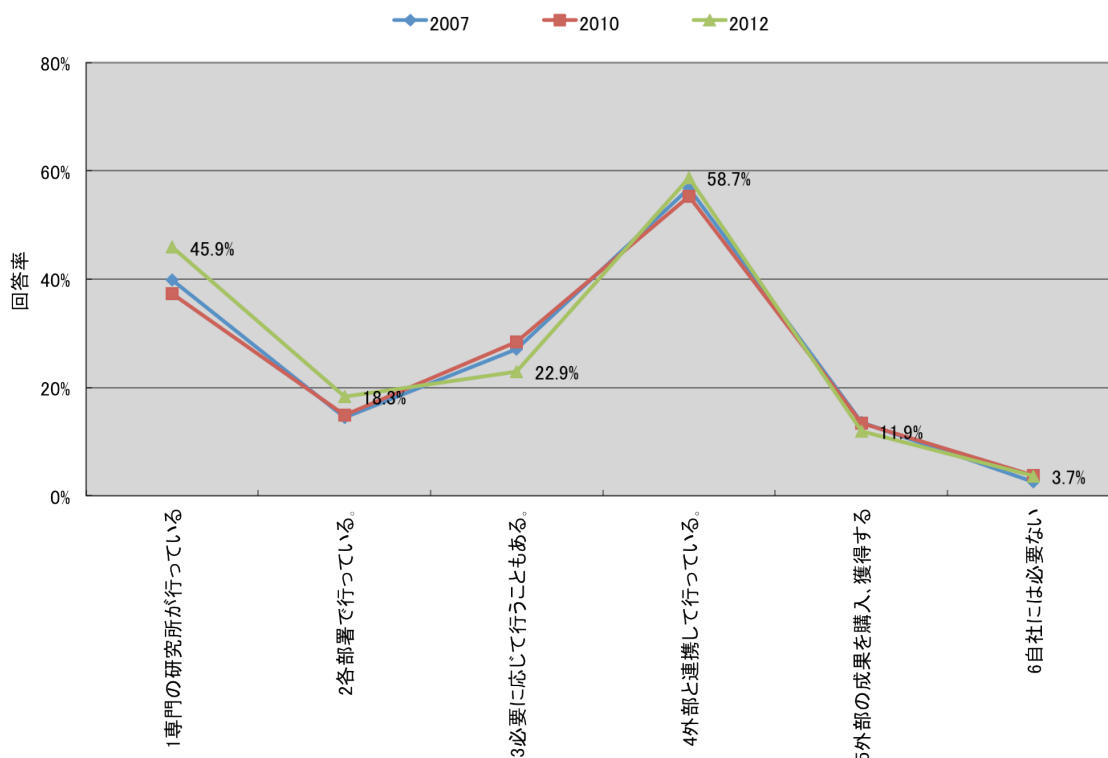


図 8 a タイプ別の研究開発（基礎研究）

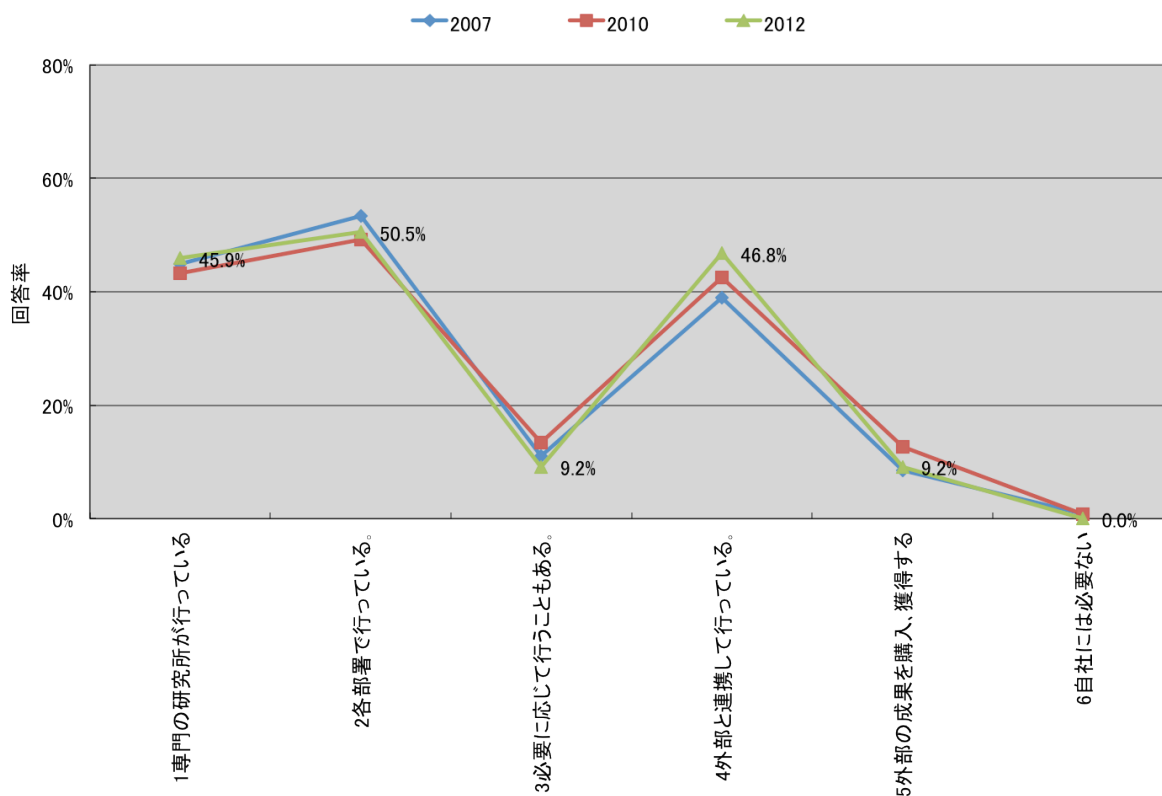


図 8 b タイプ別の研究開発（応用研究）

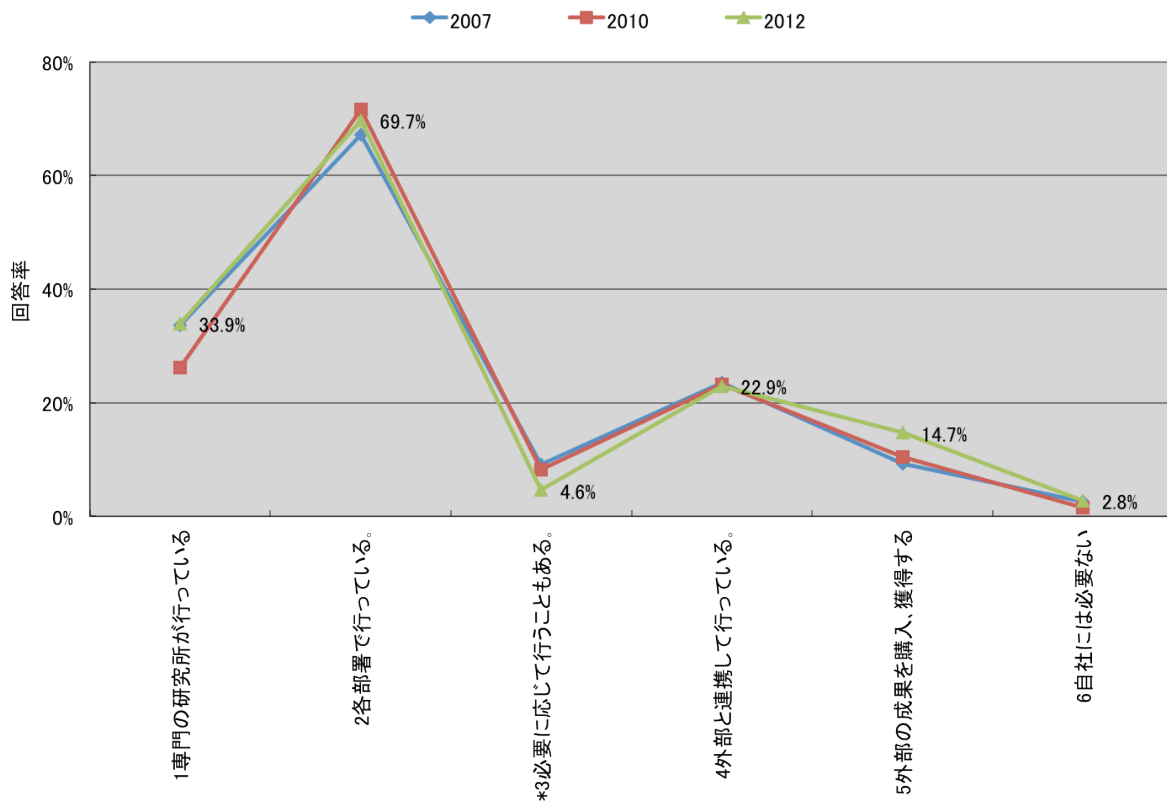


図 8 c タイプ別の研究開発 (製品開発)

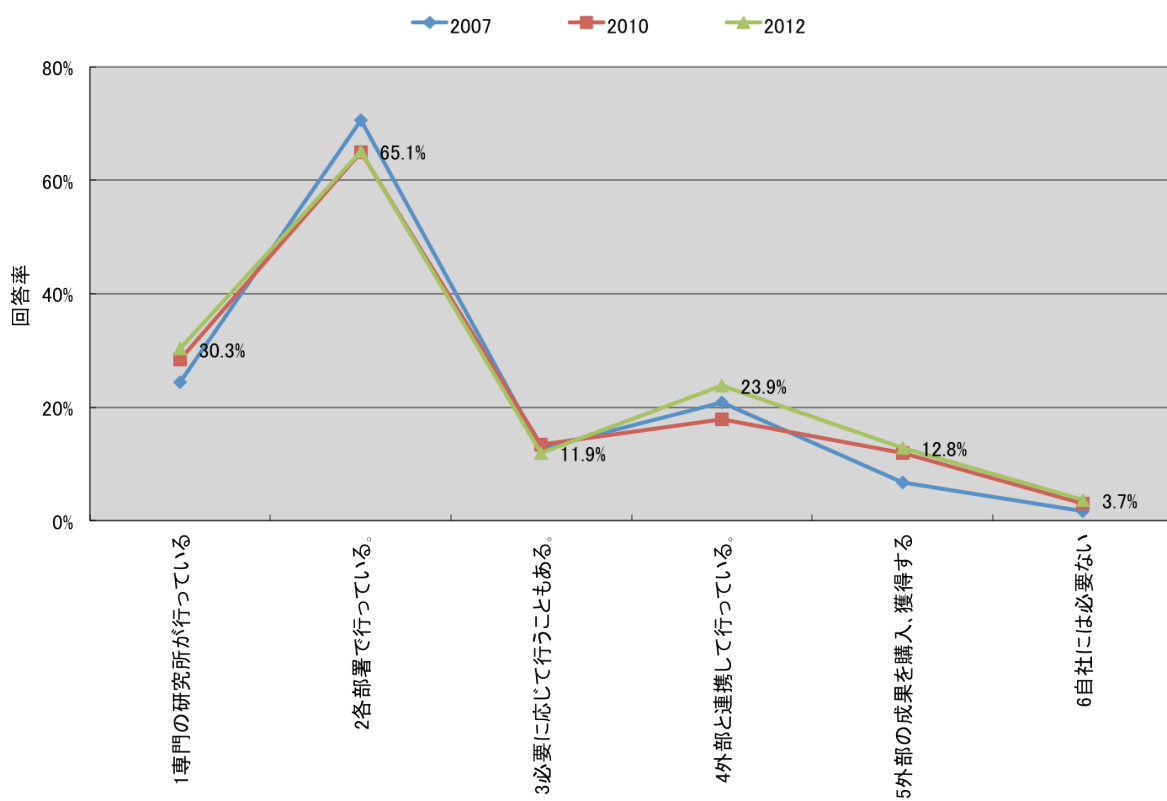


図 8 d タイプ別の研究開発 (生産プロセス研究)

4) 研究開発の動向 5年前との比較 (図9)

5年前と比べて自社の研究開発がどのように変化したかを回答してもらった (5:大幅に増加~3:変わらない~1:大きく減少)。「国内の研究拠点の数」は変化していないが、「社内使用研究開発費」「外部支出研究開発費」などの投入だけでなく、「技術面で成功したテーマの割合」「製品化、市場投入に結びついたテーマの割合」というアウトプットも低下傾向にある。

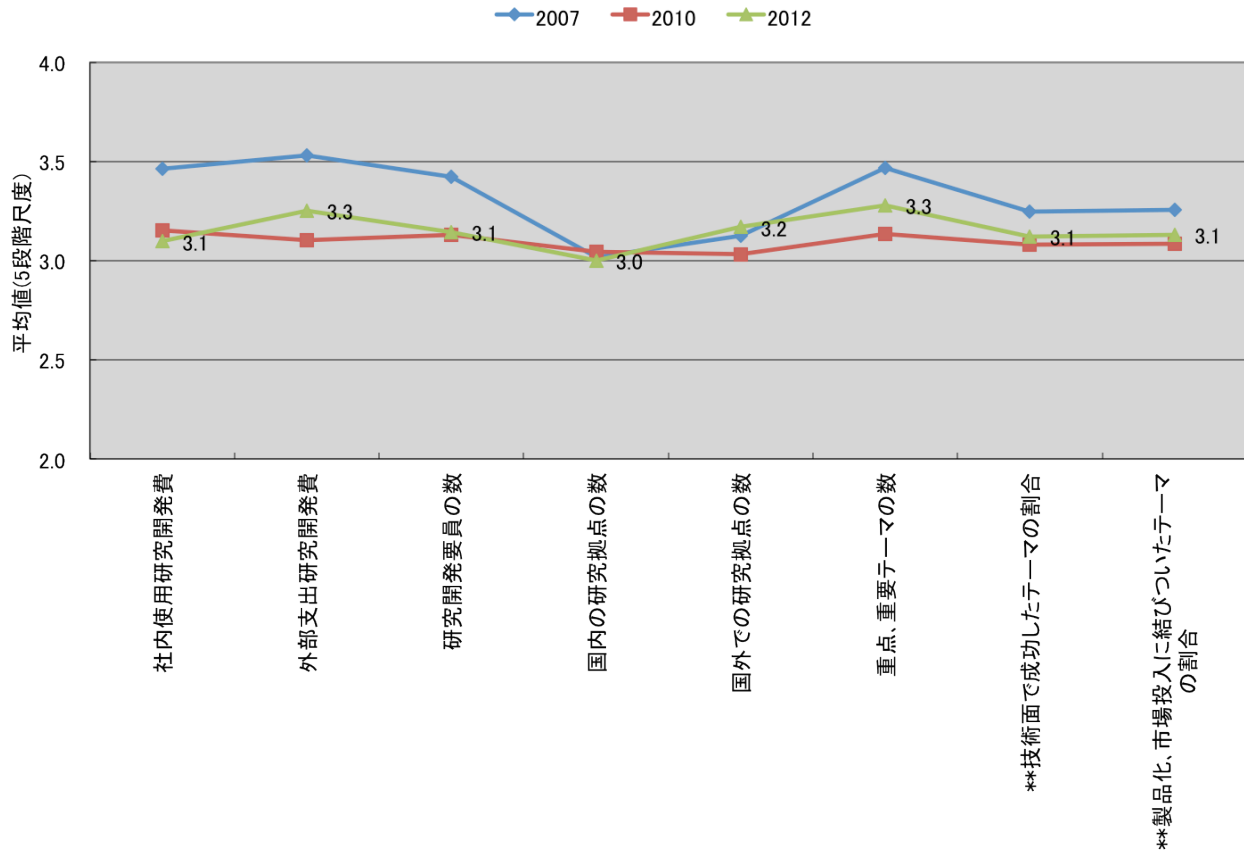


図9 研究開発の動向(5年前との比較)

5) 研究開発に関する社内制度 (図 10)

「研究開発, 技術戦略の策定」「社内での技術交流会」といった企業レベルでの取り組みは 8 割程度が導入している。

研究では一定の自由度を確保することの重要性が指摘されるが、「自主的な研究テーマの設定」は高い一方、「社内での起業制度」の導入割合は低い。研究レベルでは自由度を維持しているが、ビジネスには結びつかないのかもしれない。

インセンティブについては、「研究者への年俸制」「リサーチフェローなど研究者の地位優遇制度」は低く、「出願特許数などの目標数設定」「売上などに連動した職務発明への報酬制度」など、目標とそれに応じた成果配分がなされていることがわかる。ただし、「売上などに連動した職務発明への報酬制度」は低下傾向にあるのに対して、「リサーチフェローなど研究者の地位優遇制度」は増加傾向にある。金銭よりも地位や仕事で報いるという日本型の報酬システム{高橋伸夫, 1997 #10738}のよが見直されているのかもしれない。

オープン・イノベーションに関しては、外部の技術の評価し取り入れることが重要だが、「外部技術の評価を行う部署」「プロジェクトの定量的評価」とも低い。上述のように外部との連携は進んでいるものの、対応のための体制は整っていないようである。これは非公式に外部連携が進められていることを示唆する。

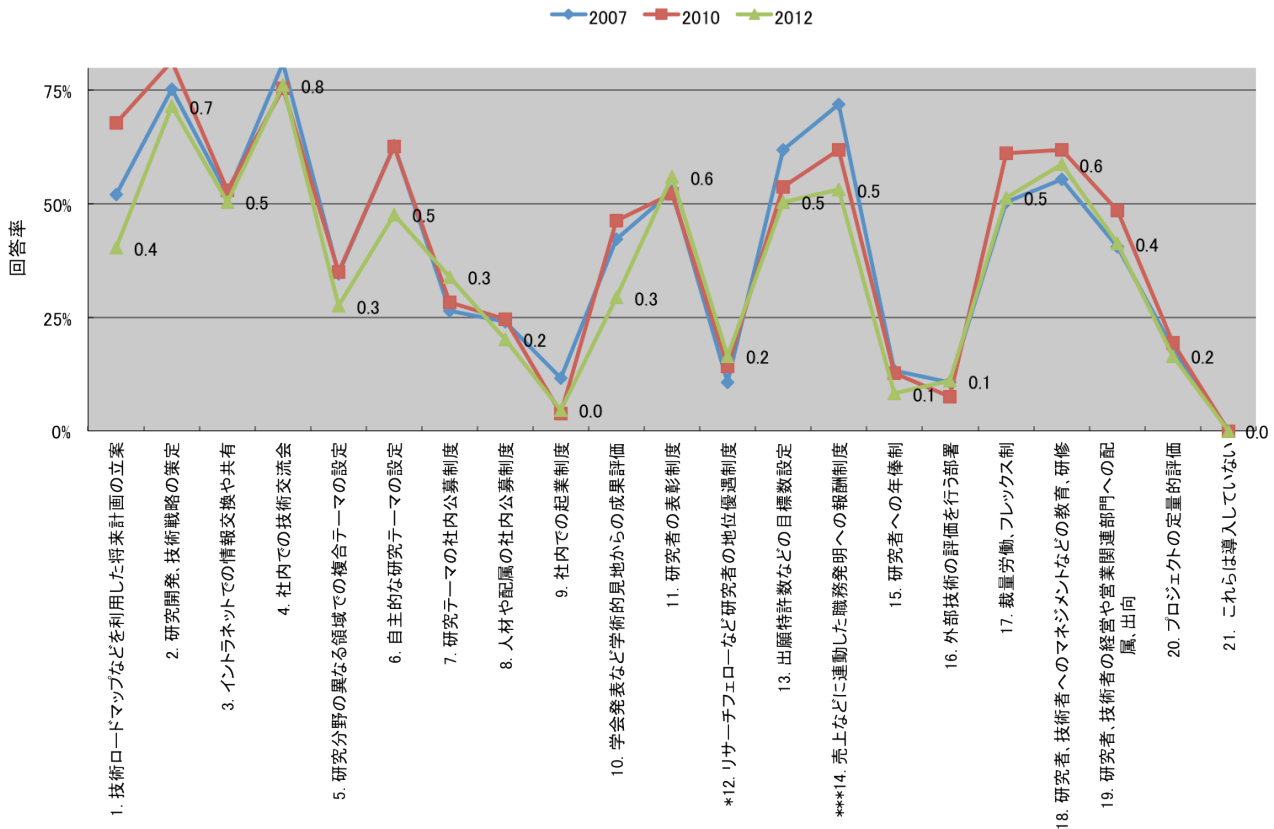


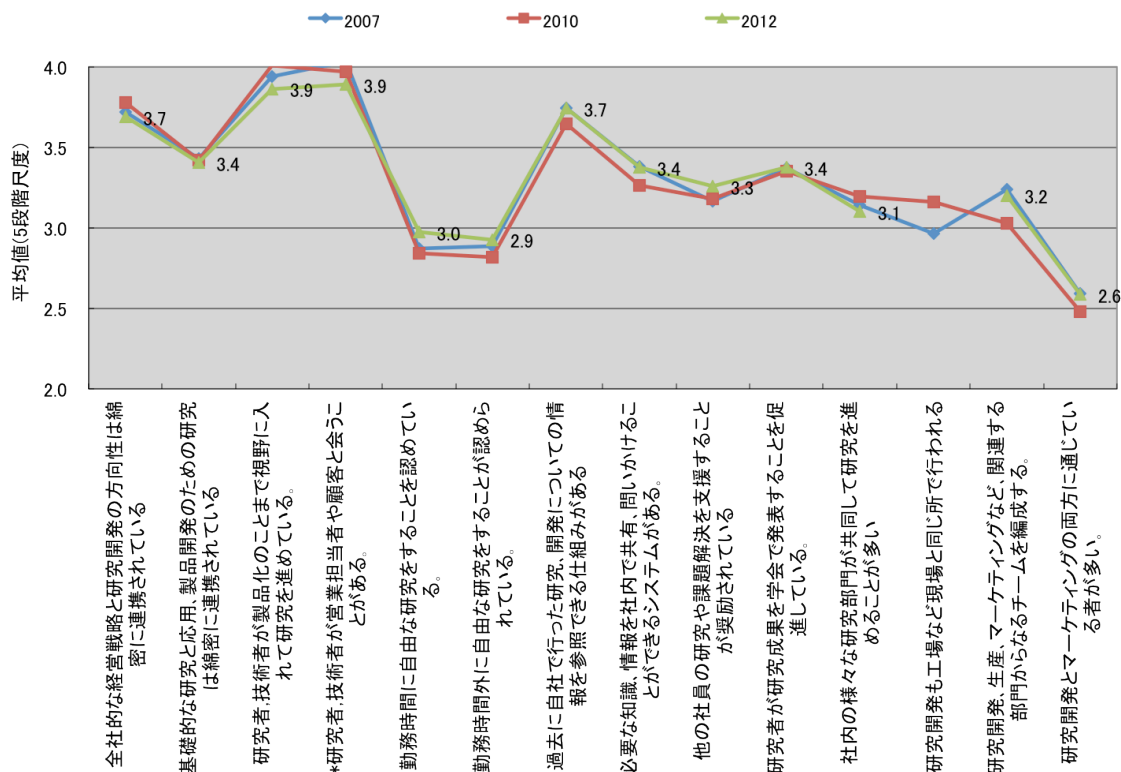
図 10 研究開発に関する社内制度

6) 研究開発に関する社内システム (図 11-a, b)

研究開発のプロセス, 組織, 評価などについて 5 段階で回答してもらった。「研究者, 技術者が製品化のことまで視野に入れて研究を進めている。」「研究者, 技術者が営業担当者や顧客と会うことがある。」が高くなっており, 研究開発についての設問 (図 6) で, 「研究開発の段階から生産, マーケティングなども視野に入れる。」が高くなっていたことと一致する。ただし, 「研究開発とマーケティングの両方に通じている者が多い。」の平均値は低く, 会うだけでなく実際に研究開発やマーケティングの両方を担う人材が不足していることがわかる。

「研究開発の各段階で進捗状況をチェックしている。」「成果を評価し, テーマやプロジェクトの打ち切りも

行う。」の評価は高いものの、前問で「プロジェクトの定量的評価」の導入割合は低くなっていたことから、定量的な評価が困難であることがわかる。評価については「研究開発の成果を論文の数など学術的見地から評価している。」は低く、「研究開発の成果を経済的な成果という見地から評価している。」は高くなっている。アカデミックな貢献よりは経済的な貢献を求めていることがわかる。



注) 「研究開発も工場など現場と同じ所で行われる」については2012年は質問していない。

図 11-a 研究開発に関する社内システム(その1)

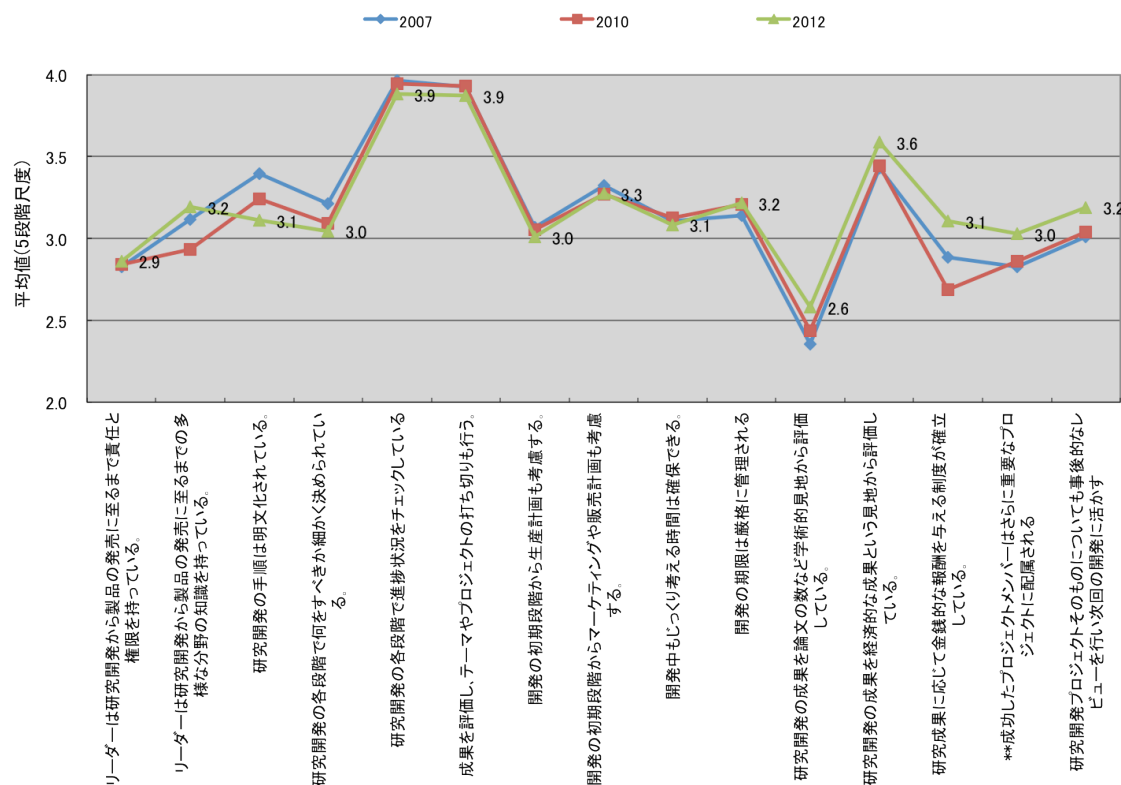


図 11-b 研究開発に関する社内システム(その2)

5. 研究開発における外部連携

1) 連携の相手 (図 12)

外部と研究開発を行う相手は「国内の大学」「国公立の研究機関」に続いて「顧客」の割合が高くなっている。「特許、ライセンスなどを購入する。」「技術を持った企業を M&A する。」も一定の割合の企業が行っていることがわかる。特に後者は増加傾向にある。ただし、「子会社」「親会社」との連携も 3 割程度が行っていることから、市場から知識を調達することを重視する Chesbrough(2003,2006)の「オープン・イノベーション」とは異なった側面があるといえる。

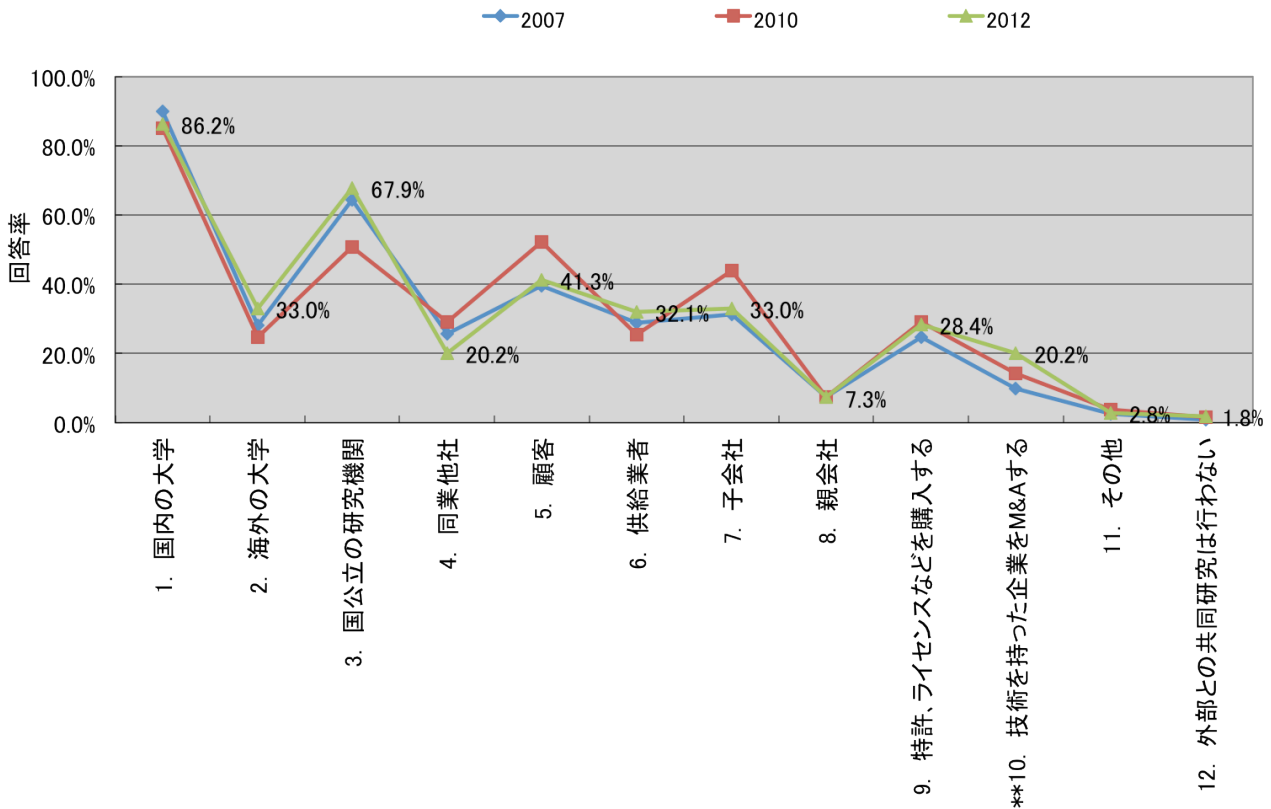


図 12 研究開発における外部連携の相手

2) 外部連携のためのしくみ (図 13)

外部への自社の技術の提供, 逆に外部からの獲得のための仕組みの導入について回答してもらった。「研究者や技術者による顧客への対応」「大学や研究機関への研究員の派遣」「自社技術の学会報告」をはじめとして, 人的な交流については多くの企業が行っていることがわかる。

しかし, 具体的な部署/人員の配置については「探索するため」も低い, 「提供するため」については, さらに低くなっている。また, 「特許流通業者」についても, 外部技術の探索, 自社技術の提供ともに利用割合は低くなっている。これからみても, 外部に自社の技術を提供するビジネスモデルが確立している企業はまだ少ないといえる。これらの傾向はこの6年間で変化していない。

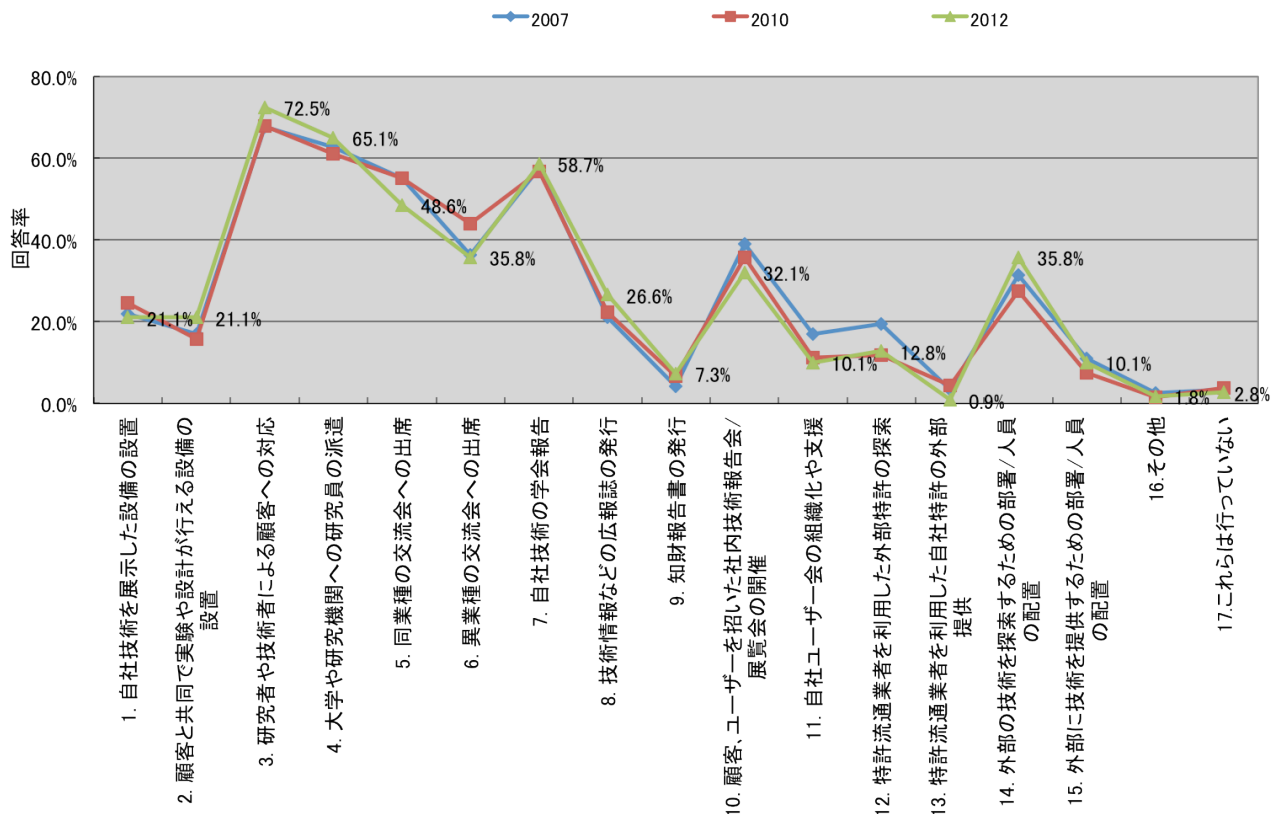


図 13 研究開発における外部連携のための仕組み

3) 研究開発における外部連携への評価 (図 14)

研究開発について, 外部連携に関する項目を中心に回答してもらった。外部の知識を取り入れたり, 提供するためには, 社内にそれを行う制度が必要だが, 「外部の技術の動向を積極的にスキャンしている。」ものの, 「他の企業からの技術的な提案を受け入れる制度」「外部に自社の技術を積極的に提供する制度」の導入は遅れていることがわかる。

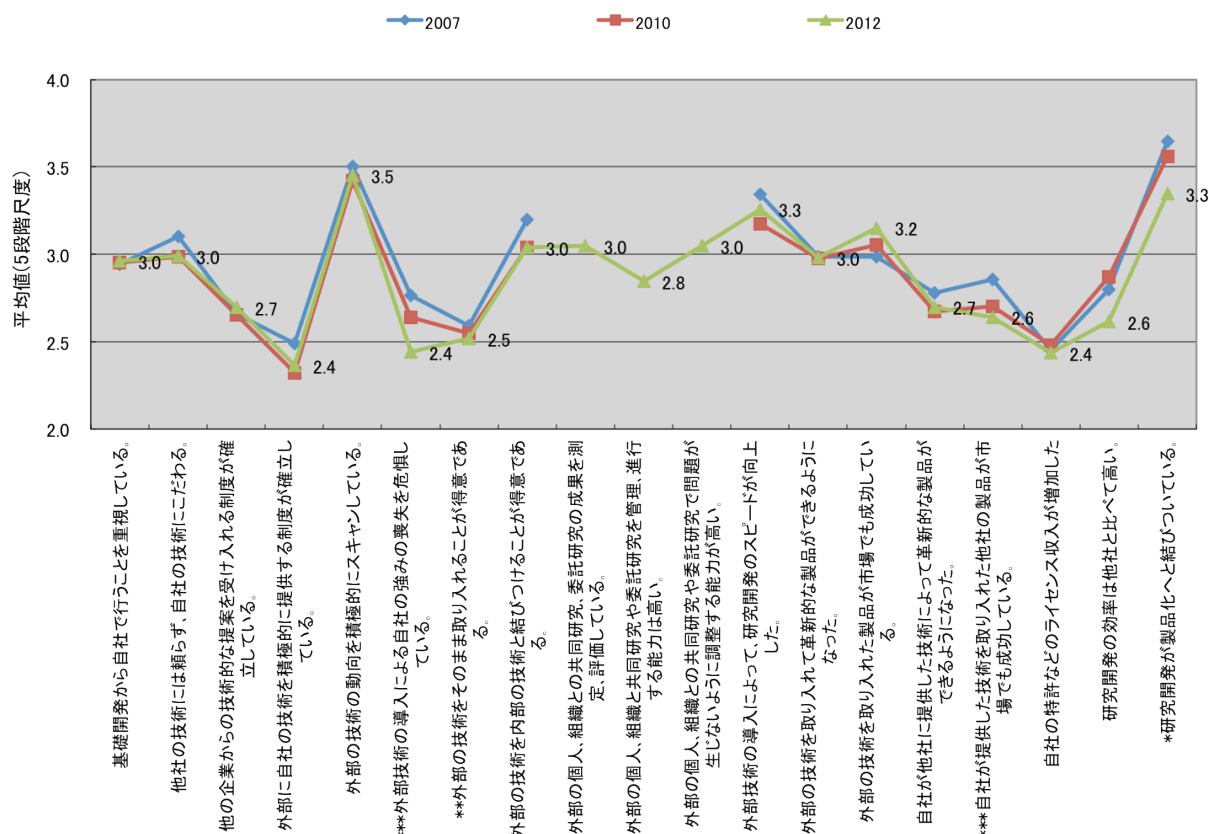
Katz and Allen (1982) は, 社外の重要な技術を見逃しがちであるということをも Not Invented Here (NIH) 症候群と呼んでいる。これは外部の技術を取り込む際の障害となるが, 「基礎開発から自社で行うことを重視している。」「他社の技術には頼らず, 自社の技術にこだわる。」ともさほどは高くなく, 外部技術を取り込むことへの抵抗が低下していることがわかる。

Cohen and Levinthal (1990), Tsai (2001) が指摘するように, 外部からの技術があつたとしても, それを解釈し利用する吸収能力 absorptive capacity がなければ, 自社の技術と結びつけることはできない。

「外部の技術をそのまま取り入れることが得意である。」は低いものの「外部の技術を内部の技術と結びつけることが得意である。」は比較的高くなっている。ただし、この項目への評価は低下傾向にある。

オープン・イノベーションには外部の技術を導入する inbound オープン・イノベーションと、自社の技術を外部に提供する outbound オープン・イノベーションの 2 種類がある (Chesbrough and Crowther 2006)。ここまでにみたように、inbound についての「外部技術の導入によって、研究開発のスピードが向上した。」「外部の技術を取り入れて革新的な製品ができるようになった。」「外部の技術を取り入れた製品が市場でも成功している。」と比べて、outbound についての「自社が他社に提供した技術によって革新的な製品ができるようになった。」「自社が提供した技術を取り入れた他社の製品が市場でも成功している。」「自社の特許などのライセンス収入が増加した。」の値は低い。自社技術の外部への提供が遅れていることが読み取れる。

また、「企業間関係のマネジメント能力(Kirschman and LaPorte ,2008)」についての 3 項目(「外部の個人,組織との共同研究,委託研究の成果を測定,評価している。」「外部の個人,組織と共同研究や委託研究を管理,進行する能力は高い。」「外部の個人,組織との共同研究や委託研究で問題が生じないように調整する能力が高い。」)とも平均値は 3 程度である。オープン・イノベーションの成果を挙げるには,企業間関係のマネジメント能力を向上させる必要がある。オープン・イノベーションは比較的注目されてきているのと反する結果であるが,前述のように完全にオープンな外部を利用するのではなく,子会社という中間的な主体を活用することによって,企業関係マネジメントの必要性を低減させている可能性もある。



注) 「外部の個人,組織との共同研究,委託研究の成果を測定,評価している。」「外部の個人,組織と共同研究や委託研究を管理,進行する能力は高い。」「外部の個人,組織との共同研究や委託研究で問題が生じないように調整する能力が高い。」は 2012 年から設定した。

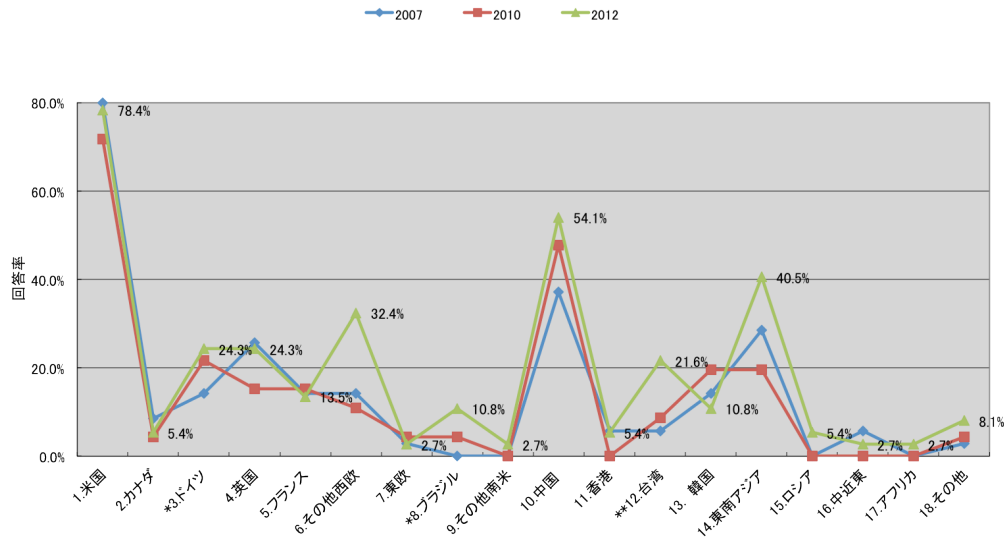
図 14 研究開発における外部連携への評価

4) 海外における R&D

海外で R&D を行っているかを回答してもらったところ、行っているのは 40.0% (55 社) が行っていた。以下では、この 55 社の回答である。なお、過去 5 年間とも海外で R&D を行っている企業は 40 社程度であり、グラフ上では平均値にばらつきが見られるが統計的に有意に変化した項目は少ない。

(1) 研究開発を行っている国 (図 15)

海外での研究開発については、米国、中国、東南アジアで行われていることがわかる。



注) これ以降グラフは海外で R&D を行っている企業のみ。年によって異なるが、2012 年度は 36 社。

図 15 研究開発を行っている国

(2) 海外での研究開発の目的 (図 16)

海外での研究目的としては、「自社製品を現地市場に適合させる」「研究、技術動向についての情報収集」「市場情報の収集」および「現地での新製品開発」が比較的高くなっている。「現地の技術の日本への移転」は研究レベルでは行われていないようである。

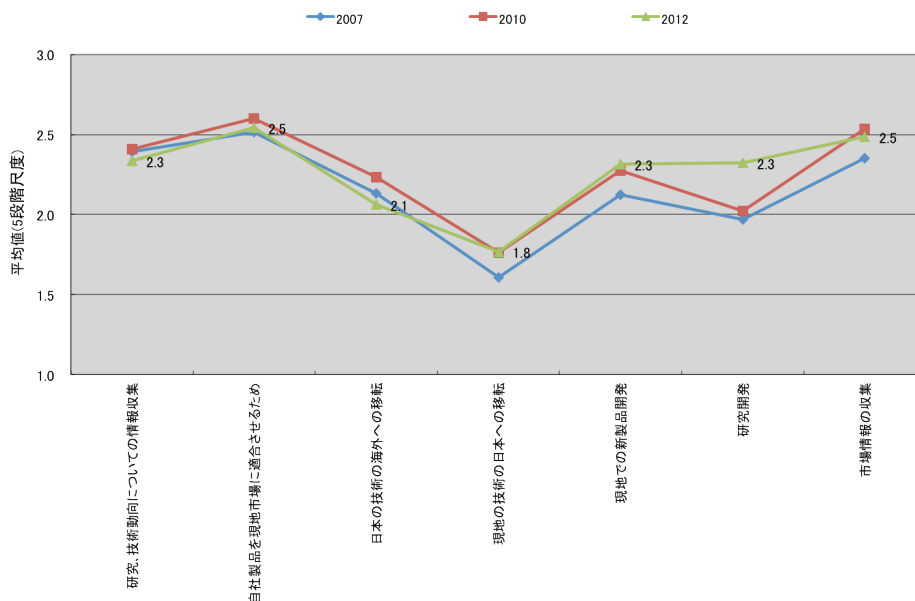


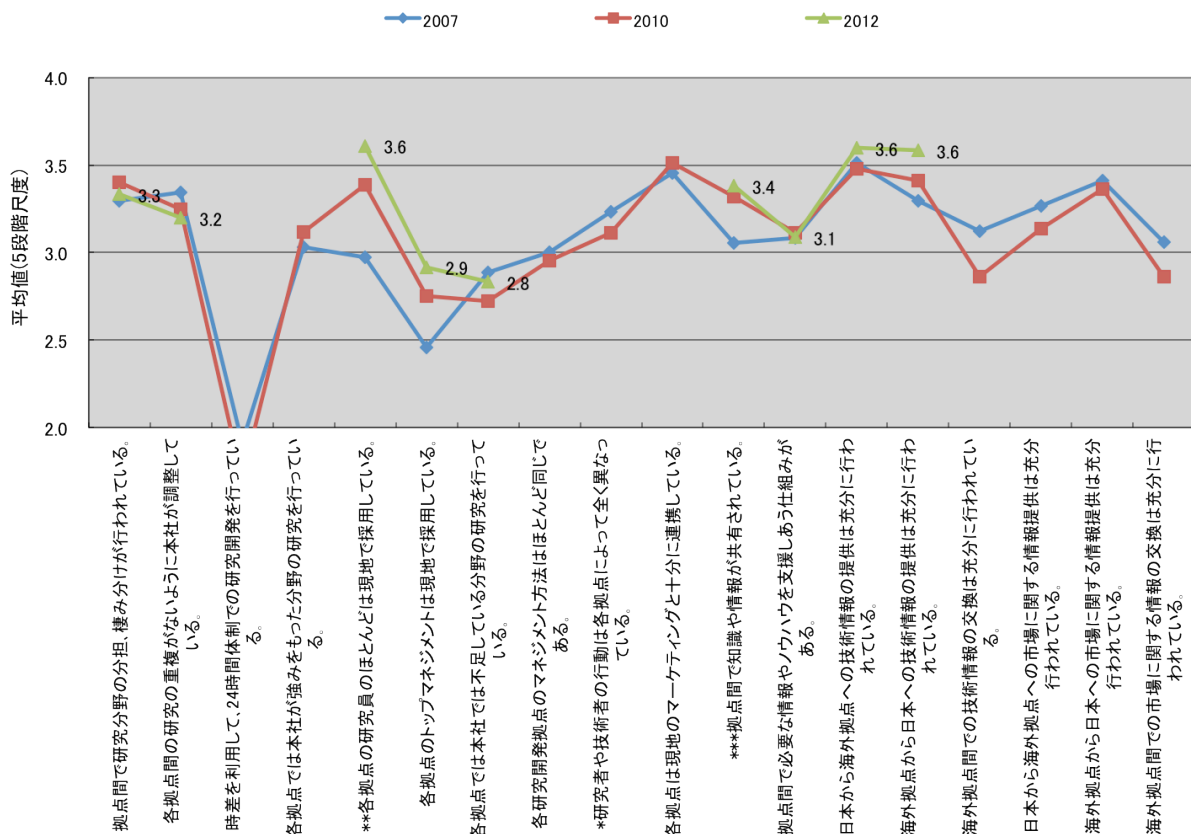
図 16 海外での開発の研究目的

(3) 海外における研究開発拠点の実態 (図 17)

海外の研究開発拠点に関しては、国内外の研究拠点との分担・連携、マネジメント、現地での諸機能・機関との交流、拠点間での情報共有と情報交換、成果に関する項目を設定した¹⁰。

マネジメントについては、研究員レベルは現地採用される傾向がある。トップマネジメントについても現地で採用されるようになり、現地化が進んでいる。さらに、研究分野について、海外拠点間では、「本社が強みを持った領域」について重複がないように分担されていることがわかる。

「日本から海外拠点への市場に関する情報提供は充分行われている。」「海外拠点から日本への市場に関する情報提供は充分行われている。」も高く、日本と海外拠点間での情報交換は比較的行われていることがわかる。一方で拠点間の情報交換は遅れているようである。



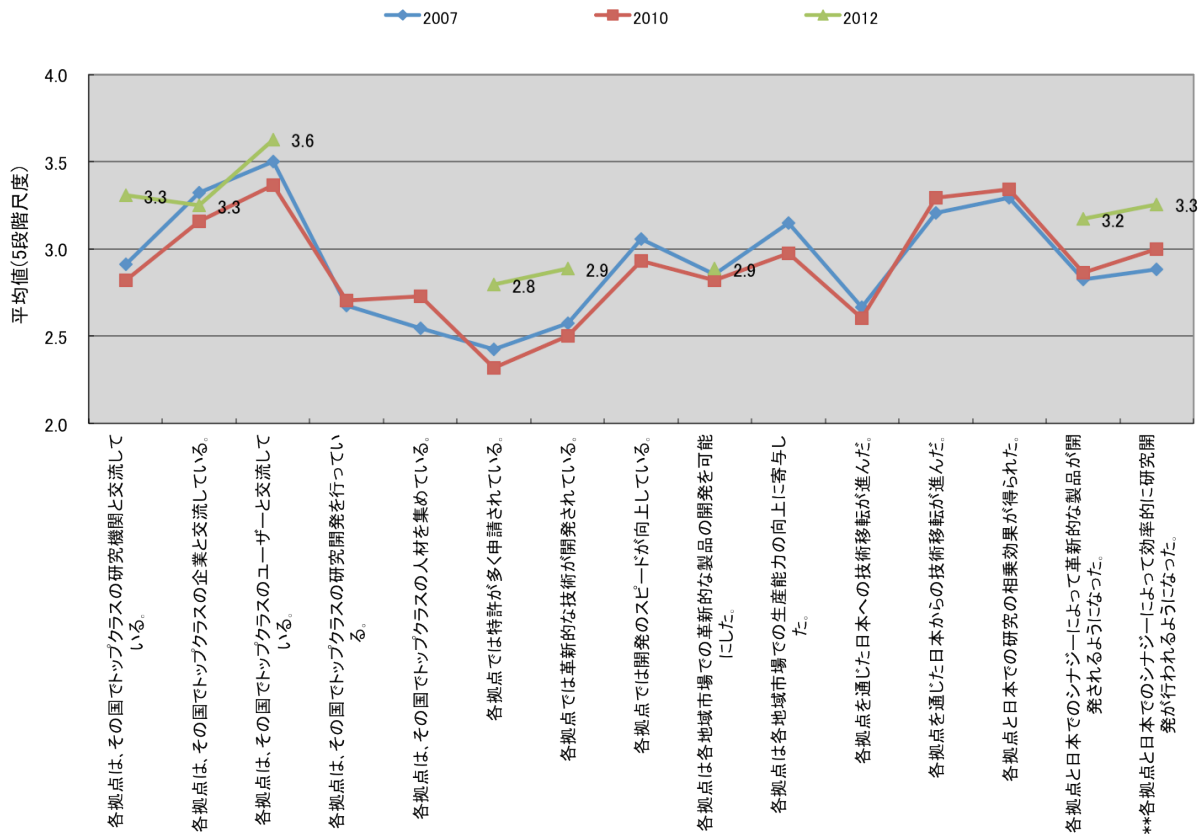
注) 「時差を利用して、24 時間体制での研究開発を行っている。」「各拠点では本社が強みをもった分野の研究を行っている。」「各研究開発拠点のマネジメント方法はほとんど同じである。」「研究者や技術者の行動は各拠点によって全く異なっている。」「各拠点は現地のマーケティングと十分に連携している。」「海外拠点間での技術情報の交換は充分に行われている。」「日本から海外拠点への市場に関する情報提供は充分行われている。」「海外拠点から日本への市場に関する情報提供は充分行われている。」「海外拠点間での市場に関する情報の交換は充分に行われている。」については 2012 年は設定していない。

図 17 海外における研究開発拠点の実態

¹⁰ 前述のように 2012 年は 20 項目を削除した。

(4) 海外における研究開発の成果 (図 18)

さらに成果について、スピード、技術移転、各拠点レベルでの成果、拠点と日本との相乗効果、知識の蓄積についての項目を設定した。特許申請といった具体的な成果についての評価は高くはないが、「トップクラスの企業との交流」「トップクラスのユーザーとの交流」「日本からの技術移転」についての評価が高い。さらに、「各拠点と日本でのシナジーによって革新的な製品が開発されるようになった。」「各拠点と日本でのシナジーによって効率的に研究開発が行われるようになった。」など、グローバルな R&D の成果も高くなっているといえる。



注) 「各拠点は、その国でトップクラスの研究開発を行っている。」「各拠点は、その国でトップクラスの人材を集めている。」「各拠点では開発のスピードが向上している。」「各拠点は各地域市場での生産能力の向上に寄与した。」「各拠点を通じた日本への技術移転が進んだ。」「各拠点を通じた日本からの技術移転が進んだ。」「各拠点と日本での研究の相乗効果が得られた。」については 2012 年は設定していない。

図 18 海外における研究開発の成果

6. まとめと今後の方向性

本稿では「研究開発についての調査」について 2007 年から 2012 年の変化をまとめ、2012 年調査の結果を概観した。この調査では 300 項目以上を設定したが、有意に変化したのは 28 項目であった。6 年間ともに回答した企業は 1 社であったが、このように安定した結果が得られたことは、単純集計に示すような傾向が日本企業に共通する傾向であることを示唆している。

一方、有意に変化した項目からは、「研究開発の困難化」「オープン化の限界」「経済的報酬から地位やプロジェクト内容で報いるという研究開発におけるマネジメントの変化」「海外での R&D の自律化」「品質は高まる一方で開発スピードの低下」などが読み取れた。このように時系列でも、日本企業の研究開発は深刻な状況にあることがわかる。ただし、技術についての評価は、比較的高い水準にある。このことは、技術をいかに市場につなげていくかという点が重要になることを示唆している。

本研究は 2014 年度まで科研費を頂くことが決定している。今後も調査継続しながら、詳細な分析を行う予定

である。

Acknowledgement

本研究は 2011-2014 年度科学研究費基盤研究 (C)「オープン化時代の研究開発と製品開発 (課題番号 23530541)」を受けて行われた。回答頂いた企業の皆様にも深謝する。

参考文献

Chesbrough, Henry (2003), *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*: Harvard Business School Press (大前恵一朗訳『OPEN INNOVATION—ハーバード流イノベーション戦略のすべて』産能大出版部, 2004 年).

Chesbrough, Henry (2006) *Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape*, Harvard Business School Press. (栗原潔訳『オープンビジネスモデル 知財競争時代のイノベーション』翔泳社, 2007 年)

Chesbrough, Henry and Adrienne Kardon Crowther (2006), "Beyond high tech: early adopters of open innovation in other industries," *R&D Management*, 36 (3), 229-36.

Clark, Kim B and Takahiro Fujimoto (1991), *Product Development Performance*: Harvard Business School Press (田村明比古訳「製品開発力」ダイヤモンド社, 1993 年) .

Coase, R. H. (1937), "The Nature of the Firm," *Economica*, 4 (16), 386-405.

Cohen, Wesley M. and Daniel A. Levinthal (1990), "Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation," *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-52.

Granovetter, Mark (1985), "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness," *The American Journal of Sociology*, 91 (3), 481-510.

Hamaoka, Yutaka (2008), "Antecedents and Consequences of Open Innovation," *R&D Management Conference 2008*. Ottawa, ON, Canada.

---- (2009), "Assymetry of Inbound and Outbound Open Innovation," *Beyond the Dawn of Innovation (BDI) Conference*. Finland.

---- (2012), "What are determiners of Open Innovation Performance?" in *6th International Conference of ISPIM*. Barcelona, Spain.

Katz, Ralph and Thomas J. Allen (1982), "Investigating the Not Invented Here (NIH) Syndrome: a look at the performance, tenure and communication patterns of 50 R&D project groups," *R&D Management*, 12, 7-19.

Kirschman, Jeremiah N. and Michele M. LaPorte (2008), "An Assessment of Collaborative Capacity of Three Organizations within Defense Acquisition," *NAVAL POSTGRADUATE SCHOOL THESIS*, <http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a494120.pdf>.

Langlois, Richard N. and Paul L. Robertson (1995), *Firms, Markets and Economic Change: A Dynamic Theory of Business Institutions*.

Tsai, Wenpin (2001), "Knowledge Transfer In Intraorganizational Networks: Effects Of Network Position And Absorptive Capacity On Business Unit Innovation And Performance," *Academy of Management Journal*, 44 (5), 996-1004.

Utterback, James (1994), *Mastering the Dynamics of Innovation*: Harvard Business School Press(大津正和, 小川進監訳『イノベーション・ダイナミクス』有斐閣, 1998年).

von Hippel, Eric (2005), *Democratizing Innovation*: MIT Press(サイコム・インターナショナル訳「民主化するイノベーションの時代」ファーストプレス, 2005年).

---- (1988), *The Source of Innovation*: Oxford Univ. Press(榊原訳『イノベーションの源泉』ダイヤモンド社, 1991年).

von Hippel, Eric and Ralph Katz (2002), "Shifting Innovation to Users via Toolkits," *Management Science*, 48 (7), 821-33.

Wernerfelt, Birger (1984), "A resource-based view of the firm," *Strategic Management Journal*, 5, 171-80.

Williamson, Oliver E. (1975), *Markets and Hierarchies : Analysis and Antitrust Implications*. New York: Free Press.

高橋伸夫 (1997), *日本企業の意味決定原理*. 東京大学出版会.

張育菱, 高田英亮, 濱岡豊 (2007), "グローバルな研究開発とマーケティングに関する調査:単純集計結果," 慶應義塾大学商学部 濱岡研究室ディスカッションペーパー

<http://news.fbc.keio.ac.jp/~hamaoka/>.

張也, 森岡耕作, 佐藤和興, 林夙宣, 結城祥, and 濱岡 (2007), "イノベーションと製品開発に関する調査:単純集計結果," 慶應義塾大学商学部 濱岡研究室ディスカッションペーパー

<http://news.fbc.keio.ac.jp/~hamaoka/>.

陳妍如, 邢雅恵, 濱岡豊 (2009), "研究開発についての調査 2008 単純集計の結果," *三田商学研究*, 53 (1), 97-115.

延岡健太郎 (1996), *マルチプロジェクト戦略 ポストリーンの製品開発マネジメント*. 東京: 有斐閣.

濱岡豊 (2004), "共進化マーケティング: 消費者が開発する時代におけるマーケティング," *三田商学*, 47 (3), 23-36.

濱岡豊 (2007), "オープン・イノベーションの成功要因," 研究・技術計画学会予稿集. 亜細亜大学.

---- (2010a), "研究開発についての調査 2009 3年間の変化動向と単純集計の結果," *三田商学研究*, 53 (4),

55-75.

---- (2010b), "製品開発についての調査 2009 3 年間の変化動向と単純集計の結果," 三田商学研究, 53 (5), 27-42.

---- (2011a), "研究開発に関する調査 2010 4 年間の変化傾向と単純集計の結果," 三田商学研究, 54 (1), 77-99.

---- (2011b), "製品開発に関する調査 2010 4 年間の変化傾向と単純集計の結果," 三田商学研究, 54 (2), 85-106.

---- (2011c), "日本と韓国におけるオープン・イノベーション," 研究・技術計画学会. 山口大学.

---- (2012a), "研究開発に関する調査 2011 5 年間の変化傾向と単純集計の結果," 三田商学研究, 55 (2), 63-86.

---- (2012b), "製品開発に関する調査 2011 5 年間の変化傾向と単純集計の結果," 三田商学研究, 55 (3), 59-80.

---- (2012c) "Inbound, Outbound オープン・イノベーション成果の規定要因," 研究・技術計画学会, 一橋大学

---- (2013, 掲載予定), "製品開発に関する調査 2012 6 年間の変化傾向と単純集計の結果," 三田商学研究, 56. (ドラフトは下記よりダウンロード可能 <http://news.fbc.keio.ac.jp/~hamaoka/>).

----, Changone Kim, and Heesang Lee (2011), "オープン・イノベーションに関する日韓調査," 三田商学研究, 54 (1), 21-49.

馬雅瑾, 紀曉穎, 濱岡豊 (2008), "製品開発についての調査 2007 単純集計の結果," 三田商学研究, 51 (3), 75-89.

李佳欣, 濱岡豊 (2008), "研究開発についての調査 2007 単純集計の結果," 三田商学, 51 (5), 99- 115.

尤若安, 石塚慧, 濱岡豊 (2009), "製品開発についての調査 2008 単純集計の結果," 三田商学研究, 52 (6), 111- 29.