

Title	わが国企業の製品戦略に関する実態調査：わが国上場企業234社の製品戦略調査を中心にして
Sub Title	
Author	清水, 龍瑩 十川, 廣國 池島, 政広
Publisher	
Publication year	1973
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.15, No.6 (1973. 2) ,p.38- 44
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-19730228-03958941

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

わが国企業の製品戦略に関する実態調査

—わが国上場企業 234 社の製品戦略調査を中心にして—

清 水 龍 瑩

十 川 広 国

池 島 政 広

過去6年間にわたって、われわれは、企業評価モデルの研究を行ってきた。特に非財務データを用いた企業評価モデルの作成に力を入れてきた。そしてモデルを数多く作成する過程で、企業業績により大きく貢献する経営要因も次第に明らかになってきた。近年になってトップの意思決定、組織の効率化、製品戦略の3つに大別された経営要因が企業成長に大きく貢献することがわかった。そこで昨年度は、トップの意思決定について実態調査を行ないその結果を発表した。本年度は、製品戦略についてアンケート調査を行なった。

質問は、新製品開発のプロセスを基礎においてつくられた。すなわち、製品方針、探索、審査、経済分析(市場・技術分析)、開発、製品テスト、商品化、販売管理をその基礎とした。具体的には質問の回答を一次集計としてわが国企業の企業行動に関する仮説を導くこと、およびその回答と企業業績とを結びつける数量化理論Iモデルによって企業行動と企業評価の仮説を導くことの2つの目的にかなうように、この質問項目を作成した。たとえば、ある質問に対する回答には、順位をつけて3つまで回答してもらっている。このうちの第1位回答は、数量化理論Iモデルを適用するために用いられ、第2、3位の回答は、主として一次集計するために用いられる。

アンケートは昭和47年2月に東証上場企業約700社に発送せられ、約250社の回答をえた。そのうち有効回答は234社であった。質問項目は以下のようである。

1. 過去の製品状況

貴社のこれまでの御発展には次のどの要因が最も寄与したと考えられますか、二つを選んで順位をつけて下さい。

順 位

- () a. 貴社製品に対する一般的需要が増大したため
- () b. 取引先が発展したため
- () c. 既存の製品の品質を改良したため
- () d. 技術に秀れた新製品を売出したため
- () e. 販売促進努力を強化したため
- () f. 新輸出市場を獲得したため
- () g. 国内の新しい需要層を獲得したため
- () h. その他 ()

2. 製品方針

製品開発の基本的目標をどこにおいておられますか。最重点目標を下の表から二つ選び順位をつけて下さい。たとえば（1位 Bb, 2位 Bc）

*1技術水準 市場開発水準	現有技術	改良技術	革新的技術
現有市場	Aa 現状維持	A _b 原価引下げ 品質改良	Ac 革新技術の製 品を現有市場 に売込む
現の開 市場	Ba 販売強化	Bb *2製品改良	Bc 革新技術製 品の現有市 場の開拓
新市場	Ca 新用途開発	Cb 改良製品に よる市場拡 大	Cc 経営多角化

(1位 2位)

*1 技術とは製品製造技術と製品機能についての技術等を含みます。

*2 メーカー以外は製品をサービスにおきかえて下さい。

3. 新製品アイデアの発案および審査

1. 製品アイデアを常時受入れ、検討するトップの組織がありますか。

たとえば（新製品開発会議）

（ 有 無 ）

2. 製品アイデアをチェックする基準として最も重要なものを次の項目の中から1つ選んで下さい。

()

またこの項目の中から、その他重要と思われるチェック基準を3つお選び下さい。()()

()

- a. 製品の实用性——3年後の市場で受入れられるか
- b. 市場の大きさ——利益があがるほど市場は大きいか
- c. 利益——発売後何年くらいで固定費がカバーできるか
- d. 管理者、研究者、技術者——この新製品プロジェクトの人的要請は他のプロジェクトを圧迫しないか
- e. 一般従業員——この新製品プロジェクトは、一般従業員のモラルの低下を招くほどの大きな配置転換を必要とするか
- f. 販売方法——従来の営業部員あるいは取引関係に悪影響をおよぼさないか
- g. 製造技術——3年以内に技術的に完成できるか
- h. 資金——この新製品プロジェクトの資金需要が他の新製品プロジェクトを圧迫しないか
- i. 公害——公害を発生するかどうか

4. 情報源

1. 製品アイデアの情報源

新製品のアイデアを得るにあたって、重視している情報源に順位をつけて3つ選んで下さい。

順位

順位

() a. 社長および常務会

() h. 設備メーカー

() b. 研究技術スタッフ

() i. 技術サービス会社

() c. 販売部員および販売スタッフ

() j. 業界紙・雑誌

() d. 購買スタッフ

() k. 特許公報

- () e. 製造部員および製造スタッフ
- () f. 中間販売業者
- () g. 原料供給会社
- () l. 大学・研究機関
- () m. 見本市
- () n. その他 ()

2. 新製品開発のための情報源

新製品のアイデアを具体化するにあたって、重視している情報源に順位をつけて3つ選んで下さい。

- | | |
|----------------------|-----------------|
| 順位 | 順位 |
| () a. 社長および常務会 | () h. 設備メーカー |
| () b. 研究技術スタッフ | () i. 技術サービス会社 |
| () c. 販売部員および販売スタッフ | () j. 業界紙・雑誌 |
| () d. 購買スタッフ | () k. 特許公報 |
| () e. 製造部員および製造スタッフ | () l. 大学・研究機関 |
| () f. 中間販売業者 | () m. 見本市 |
| () g. 原料供給会社 | () n. その他 () |

5. 市場

1. 現在の貴社の代表的製品の名前とその製品の性格をお教え下さい。

(名前は順位をつけて3つお教え下さい。性格は第1の製品に該当するところ1ヶ所に○印をつけて下さい。)

製品名	性 格	
1位 _____	a. 非耐久消費財	{ 1. 商業 2. 金融・保険 3. 運輸・倉庫 4. 電気・ガス 5. レジャー
2位 _____	b. 耐久消費財	
3位 _____	c. 完成生産財	
	d. 中間財	
	e. 原材料	
	f. 建設	
	g. サービス	h. その他

2. 貴社が海外に進出されている場合、主要進出先の外国名を各項目5つまで御記入下さい。

	外 国 名
海外支店(販売)・営業所	
海外合弁会社	
海外工場	

3. ジェネラル・スタッフ(社長室, 企画室, 調査室など)のなかで、市場研究担当者, 技術研究担当者, 法律研究担当者その他担当者の人数をお教え下さい。(もし担当者区分がない場合には、合計人数だけお教え下さい)

市場研究担当者	人
技術研究担当者	人
法律研究担当者	人
その他研究担当者	人
合 計	人

4. 貴社では市場研究市場調査のために精緻な数学的モデル（シミュレーション、重回帰、その他多変量解析モデル等）を作っておられますか。それは貴社のスタッフが独自で作られますか、あるいは専門の市場調査機関に任せますか。

() 1. 作らない

() 2. 作る { () 自社独自
() 専門機関

6. 技 術

1. 貴社の技術水準を同一分野の他企業と比較してどのように評価されますか。製品の品質機能、生産技術につき○印で御記入下さい。

	製品の品質・機能	生産技術
国際的にみて一流水準にある		
同業他社より高い水準にある		
同業他社と同じ水準にある		
同業他社よりやや低い水準にある		

2. 貴社の技術研究開発努力について御記入下さい。

海外特許の有無 (有 無)

*売上高研究費比率 () %

a. 1%未満

b. 1%以上～2%未満

c. 2%以上～4%未満

d. 4%以上～6%未満

e. 6%以上～10%未満

f. 10%以上

* この比率は方針として考えているものに○印をつけて下さい。

3. 過去3年間の学卒採用者の理工科系、文科系の人数をお教え下さい。

45年度入社

46年度入社

47年度入社

文科系

() 人

() 人

() 人

理工科系

() 人

() 人

() 人

4. 研究開発の実施にあたっての外部との共同開発状況をお教え下さい。

該当するもの上位2つを選んで順位をつけて下さい。

順位

() a. 納入先、購入先など他機関との共同開発

() b. 他社、他機関への委託研究

() c. 他社、他機関への研究スタッフ派遣

5. 貴社の機械設備で社内設計によるものがありましたら○印をつけて下さい。

() a. 主要工程機械

() b. 試験研究機械

7. プロジェクト計画

1. 新製品の開発期間にどのくらいの期間を考えられますか。

該当するところに○印をつけて下さい。

a. 1年～3年

b. 4年～5年

c. 6年以上

なお最長・最短期間も御記入下さい。

最長のプロジェクト () 年

最短のプロジェクト () 年
 2. 貴社の現在の売上げ構成で開発1~3年以内のものの比率はおよそどのくらいですか。 () %

8. 販売価格政策

販売価格対策について貴社の基本的政策を1つお教え下さい。

該当するところに○印をつけて下さい。

- a. 仕入原価あるいは製造原価に予定利益を加えて決める。
- b. 競争価格に基づき、競争製品より高い価格をつける。
- c. 競争価格に基づき、競争製品と同等の価格をつける。
- d. 競争価格に基づき、競争製品より低い価格をつける。

9. 新製品開発のための組織

重要な新製品開発の実施にあたって、どのような組織を御利用なさっておりますか。次の中から現在利用されているもの1つに○印をつけて下さい。

- a. 関係部門が連絡をとりながら個々別々に行なう。
- d. プロジェクト・チームあるいはタスク・フォースを編成する。
- c. 製品の性格によって a. の組織をもちいたり、b. の組織をもちいたりする。
- b. その他 ()

10. 販売構造

1. 貴社の製品のエンドユーザーへのチャネルを下記から選んで下さい。
 (最も取扱高の多いチャネル1つに○印をつけて下さい)

	国内市場	海外市場
自社直販		
自社の販売子会社		
専門商社代理店		
総合商社代理店		
その他		

2. 貴社では中間業者に対して、どんなアピールをしていますか。現在実施しているものに○印をつけて、その中から重要なもの3つに順位をつけて下さい。

- | | | | |
|----------------------|--|------------------------|--|
| 順位 | | 順位 | |
| () a. 販売員の応援 | | () h. プレミアム販売 | |
| () b. 販売業者による協力会の結成 | | () i. 展示会 | |
| () c. 販売店教育 | | () j. 工場見学 | |
| () d. 中間業者の株をもつ | | () k. リベート政策 | |
| () e. 信用の供与 | | () l. 販売店コンテスト | |
| () f. 役員の派遣 | | () m. 中間業者の接待 (具体的に) | |
| () g. 協同広告 | | () n. その他 () | |

3. 貴社の輸出比率 (売上高に占める直接、あるいは販売店を通じる輸出売上の比率) を御記入下さい。
 () %

11. 販売促進

1. 貴社では既存製品の市場開拓・販売促進のための手段としてどのようなものに重点をおいておられますか。重要なもの3つに順位をつけて下さい。

順位

- () a. 広告宣伝活動を強化する
- () b. セールスマンによる販売促進努力を強化する
- () c. 販売チャネルの援助を強化する
- () d. マーケット・セグメンテーションを強化する
- () e. その他 ()

2. 貴社の主要製品についているブランドは次のどれに該当しますか。
該当するところに○印をつけて下さい。

	国内市場	海外市場
自社ブランド		
他社ブランド		
双方の組合せ		

12. 広告・宣伝

1. 貴社の売上高に対する広告・宣伝費の割合は現在何%になっていますか。 () %
2. 貴社の広告・宣伝戦略の目的を次の項目から順位をつけて3つ選んで下さい。

順位

- () a. 企業イメージの昂揚
- () b. 新製品あるいは新サービスの紹介
- () c. 開発技術の宣伝
- () d. 主要製品の宣伝
- () e. 販売店、購入場所の紹介
- () f. セールスマンの販売活動の援護
- () g. 代理店の販売活動の援護

3. 貴社では広告媒体として、どのようなものを用いておられますか。現在利用しているものに○印をつけ、その中から重要なもの3つに順位をつけて下さい。

順位

順位

- () a. テレビ
- () b. ラジオ
- () c. 一般新聞
- () d. 業界新聞
- () e. 一般雑誌
- () f. 専門誌
- () g. POP広告
- () h. 交通広告(車内広告)
- () i. 折込広告チラシ
- () j. ダイレクト・メール
- () k. 屋外広告(看板, 広告塔)
- () l. 展示会(見本市等)
- () m. その他 ()

13. アフター・ケアの体制

ユーザー・消費者からの自社商品に対する批判に専門に対処する部署がありますか。

(有 無) 担当部署名 []

14. 貴社の基本的な経営指標を御記入下さい。

	36年 (決算年度)	41年 (決算年度)	46年 (決算年度)
売上高	千円	千円	千円
*1純利益	千円	千円	千円
使用総資本	千円	千円	千円
*2人件費	千円	千円	千円
従業員数	人	人	人

*1 純利益は償却後税引前を御記入下さい。

*2 福利厚生費を含めて御記入下さい。

<参考文献>

清水龍瑩；「製品計画の理論と手法」日本経済新聞社，1970.

D. B. Uman, New Product Programs, AMA Inc. 1969.

E. A. Pessemier, New Product Decision, McGraw Hill. 1966.

(和仁皓明訳，「新製品開発の意思決定」日科技連)