

Title	研究開発に関する調査2023 : 17年間の変化傾向と単純集計の結果
Sub Title	A survey on research and development in Japanese manufactures 2023 : trend analysis between 2007 and 2023
Author	濱岡, 豊(Hamaoka, Yutaka)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2024
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.67, No.1 (2024. 4) ,p.57- 86
JaLC DOI	
Abstract	<p>筆者は、2007年から日本企業を対象に、研究開発や製品開発についての調査を行ってきた。本稿では、2023年11月に行った「研究開発に関する調査」のうち上場企業の結果を中心に、17年間の変化動向と単純集計結果を紹介する。688社（上場企業260社、非上場企業428社）に調査票を送付し、139社（上場企業58社、非上場企業81社）から回答を得た。2007年からの17年間（13回の調査）でトレンド変数が有意となったのは時系列で比較可能な323項目中78項目であった。これら項目から、前回と同様、「研究開発の高度化」「ユーザーへの評価、対応の低下」「研究開発のオープン化の進展と限界」「研究開発のインセンティブの変化」「海外でのR&Dの自律化と成果向上」「技術や品質の強化の一方で開発スピードの低下」の傾向が継続していた。</p> <p>2021年の調査に引き続き、東日本大震災・福島原発事故、新型コロナウイルスという緊急事態への対応、準備状況についても質問した。2021年と比べると、上場企業においては「業務継続計画の策定」「緊急事態に備えた社内教育、研修」の実施率は上昇し、7割以上がこれらを行っていた。これに対し、「緊急時を想定した生産拠点の整備」「調達先の整備」は5割程度、「取引先との情報共有」「官庁、自治体との情報共有」は3割程度の企業でしか行っておらず、外部との連携、調整は遅れていた。市場や業務への影響については、「消費者、ユーザーへの調査が困難になった。」「自社の売上が減少した。」などのネガティブな影響があった一方で、「新しいニーズが見いだされた。」「研究開発で使うツールが変化した。」「研究開発で使う手法が変化した。」などは比較的高く、前回調査よりも高くなっており、4年間のパンデミックにある程度対応してきたことがわかった。ただし、非上場企業については、2時点での変化はみられなかった。</p>
Notes	資料
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20240400-0057

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.

資 料

研究開発に関する調査2023

— 17年間の変化傾向と単純集計の結果 —

濱 岡 豊

<要 約>

筆者は、2007年から日本企業を対象に、研究開発や製品開発についての調査を行ってきた。本稿では、2023年11月に行った「研究開発に関する調査」のうち上場企業の結果を中心に、17年間の変化動向と単純集計結果を紹介する。688社（上場企業260社、非上場企業428社）に調査票を送付し、139社（上場企業58社、非上場企業81社）から回答を得た。2007年からの17年間（13回の調査）でトレンド変数が有意となったのは時系列で比較可能な323項目中78項目であった。これら項目から、前回と同様、「研究開発の高度化」「ユーザーへの評価、対応の低下」「研究開発のオープン化の進展と限界」「研究開発のインセンティブの変化」「海外でのR&Dの自律化と成果向上」「技術や品質の強化の一方で開発スピードの低下」の傾向が継続していた。

2021年の調査に引き続き、東日本大震災・福島原発事故、新型コロナウイルスという緊急事態への対応、準備状況についても質問した。2021年と比べると、上場企業においては「業務継続計画の策定」「緊急事態に備えた社内教育、研修」の実施率は上昇し、7割以上がこれらを行っていた。これに対し、「緊急時を想定した生産拠点の整備」「調達先の整備」は5割程度、「取引先との情報共有」「官庁、自治体との情報共有」は3割程度の企業でしか行っておらず、外部との連携、調整は遅れていた。市場や業務への影響については、「消費者、ユーザーへの調査が困難になった。」「自社の売上が減少した。」などのネガティブな影響があった一方で、「新しいニーズが見いだされた。」「研究開発で使うツールが変化した。」「研究開発で使う手法が変化した。」などは比較的高く、前回調査よりも高くなっており、4年間のパンデミックにある程度対応してきたことがわかった。ただし、非上場企業については、2時点での変化はみられなかった。

<キーワード>

研究開発、製品開発、イノベーション、オープン・イノベーション、継続的アンケート調査、緊急事態宣言、業務継続計画

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」「製品開発」それぞれの担当者を対象とした二つの調査を行ってきた。2014年まではいずれも上場企業を対象として、毎年二つの調査を行ってきたが、2015年度からは、非上場企業も対象としてサンプルサイズを拡大する一方、二つの調査を隔年で交互に行うこととした。

後述するようにトレンド検定によって一定の方向に変化した項目と変化しない項目を見いだすことを一つの目的としている。前回までの調査から、「研究開発の高度化」「ユーザーへの評価、対応の低下」「研究開発のオープン化の停滞」「研究開発のインセンティブの変化」「海外でのR&Dの自律化と成果向上」「技術や品質の強化の一方で開発スピードの低下」の傾向が継続していることがわかった(濱岡 2022)。

この調査から得られたデータについては、下記のような比較的新しいイノベーションについても理論的に検討し、実証を行ってきた。Chesbrough (2003, 2006), Chesbrough et al. (2014) は「オープン・イノベーション (以下, OI)」を提案した。このオープン・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・イノベーションがある (Chesbrough and Crowther 2006)。こららを踏まえて、inbound OI と outbound OI の成果の規定要因についての仮説を設定し、本研究で収集したデータを用いて検証した (Hamaoka 2009)。まず、inbound OI と outbound OI の成果の規定要因が異なることを示した。さらに、日本企業においては、取引費用 (Coase 1937; Williamson 1975) よりも能力の高さ (Wernerfelt 1984; Langlois and Robertson 1995) の方が有意であったことから、企業が外部を補完的に利用していることを示した (Hamaoka 2012)。この他、日本企業においては「(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とから、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) の論点を支持することを示した。この他、韓国との比較も行い、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。韓国企業の方が外部との連携を利用し、OI の成果を挙げていることを明らかにした (濱岡 2011c; 濱岡ら 2011¹⁾)。

濱岡 (2018c) では、提案した理論枠組に沿って inbound OI, outbound OI 成果の規定要因について、複数時点でのデータであることを考慮したパネルデータとして検定した。その結果、「オープン・イノベーションのための外部技術探索・提供」の整備が inbound OI, outbound OI 成果に影響を与えることを確認した。²⁾

2020年の製品開発に関する調査 (濱岡 2021a) では、東日本大震災・福島原発事故、新型コロナウイルスという緊急事態への対応、準備状況についての設問を設定した。製品開発担当者への調査データを用いて分析したところ、「東日本大震災のインパクト」→「業務継続計画 (BCMP) の整備」→「リモートワーク導入の効果」へのパスが有意であること、つまり BCMP を整備しているほどリモートワーク導入の効果が高いことがわかった。ただし、「リモートワーク導入の効果」から「売上減少」「新たな販路、ニーズの発見」へのパスは有意ではなかった。このことは、リモートワークでのコミュニケーションの確保だけでは、これらを抑制、促進できないことを意味する (濱岡 2021b)。

2. 調査の概要

以下、本稿では2023年11月から翌年1月にかけて行った「研究開発に関する調査」の結果を報告する。³⁾

- 1) 日韓調査では、非上場企業が調査対象である。
- 2) これによって測定される概念間の関係の時点間での比較が可能であること、また因子負荷量も概ね1程度であることが確認できたので、各概念は測定項目の平均値で測定されているとした。
- 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。これまで同時に行ってきた「製品開発に関する調査」については、馬ら (2008), 尤ら (2009), 濱岡 (2010b, 2011b, 2012b, 2013b, 2021a, 2023), 郷, 濱岡 (2015b, 2017, 2019) を参照されたい。

1) 調査方法

本研究は4年間で1期として科研費を申請し、4回の助成を受けてきた。はじめの2期8年分、つまり2007年-2014年度は上場企業に限定して、毎年、「研究開発」と「製品開発」についての調査を行った。2015年度からの第3期、2019年度からの第4期では、上場企業とあわせて非上場企業も調査対象に加えてサンプルサイズを大きくする代わりに、二つの調査を交互に1年おきに行うこととした。つまり、2015、2017、2019、2021、2023年度は「研究開発に関する調査」、2016、2018、2020、2022年度は「製品開発に関する調査」を行うこととした。このため、「研究開発に関する調査」は2007年から2015年までの9年間と、その後は1年おきに2017、2019、2021そして2023年の合計13回行ったことになる。⁴⁾

上場企業については、これまで通り以下の方法でサンプリングした。つまり、ダイヤモンド社会社職員録より、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、260（名）社となった。非上場企業についても同名簿を用いて、上場会社と同様の基準で428（名）社を選んだ。このようにして計688（名）社を調査対象とした。

2023年11月に依頼状とアンケート調査票を送付した。なお、2020年度の「製品開発に関する調査」では、コロナウイルス対策として紙のアンケート調査ではなく、Webでの回答のみとしたところ、回答率が7.7%と低くなってしまった（濱岡 2021a）。このため、2021年および今回の調査では2019年以前と同様、依頼状とアンケート調査票を郵送することとした。ただし、回答については、郵送した質問紙への記入・郵送だけではなく、Webからも回答頂けるようにフォームを設置した。その他、ホームページから紙と同じ内容のpdfをダウンロードし、記入後にメールやFaxで送信頂くことも可能とした。また、返送期間も

2019年以前よりも2週間長くとった。

この結果、郵送での回答95社、記入したpdfのメール送信2社、Webフォームからの回答42社の計139社から回答頂いた。回答率は20.2%となり、特に非上場企業の回答率が低くなった（表1参照⁵⁾）。回答頂いた企業、無回答であった企業に関して、売上、従業員数、資本金について比較したが有意な差はなかった。回答率が低くなった原因は不明だが、今後の回答率改善のためにも別途、分析を行う予定である。

2) 調査項目

2020年11月に実施した「製品開発」に関する調査では、東日本大震災から10年となることや、もう一つの緊急事態である新型コロナウイルスへの対応も重要であるため、これらに関する項目を設定した（濱岡 2021a）。2021年の「研究開発」に関する調査（濱岡 2022）に続いて、今回の調査でも、これらの設問を研究開発担当者向けに修正して設定した。⁶⁾

・自社についての設問

Q1 業種

Q20-Q21 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 海外におけるR&Dの実施の有無と行っ

5) 同時に行ってきた「製品開発に関する調査」

では、回収率向上のため、2012年度調査から回答期限を2ヶ月とした。本調査についても2012年度は回答期間を2ヶ月としたところ、例年よりも回答率が低くなった。このため、2011年以前同様、1ヶ月とした。なお、2ヶ月としたことによって回収率が低下したのは、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。

6) このため、海外R&Dの目的、実態や成果についての2設問（24項目）を削除した。これらについては、今後、再導入する予定である。

4) 2019、2020年度は科研費を獲得できなかったため、慶應義塾大学の研究費で実施した。

表1 各調査の比較

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
追加, 変更項目 など。		変更無し。	変更無し。	変更無し。	変更無し。	収束妥当性が低い、平均値が低い20項目を削除*。	変更無し。
調査時期	11月20日- 12月20日	11月20日- 12月20日	11月20日- 12月23日	11月10日- 12月10日	11月10日- 12月10日	11月10日- 2013年 1月9日	11月10日- 12月20日
発送数	450	419	485	434	451	448	488
不到達数	—	—	7	7	—	6	5
回答者数	122	132	127	134	136	109	125
回答率	27.1%	31.5%	26.5%	31.4%	30.2%	24.7%	25.9%

ている国、地域

・緊急事態などの影響、対応

Q15 東日本大震災の影響

Q16 緊急事態への対応、準備状況

Q17, Q18 新型コロナウイルスへの対応

Q19 緊急事態への対応タイミング

3. トレンドが有意となった項目

1) 回答企業の業種分布 (図1)

13時点分の折れ線グラフは煩雑となるので、以下では、2007、2015、2023年の上場および非上場の割合や平均値などをグラフに示す。グラフ内の数字は2023年「研究開発に関する調査(上場企業)」の結果である。非上場企業については、5

回しか調査を行っていないため、以下では上場企業の結果を中心に解説する。

回答企業の業種については、37の選択肢を挙げて、自社で行っているものをすべて選んでもらっている。上場企業では「4.化学工業」が多くなっており、トレンドとしても増加傾向にある。非上場企業に関しては「機械」の割合が高いが、業種分布は上場企業と概ね類似している。

以下では単純集計の比較を行うが、調査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, 2013a, b, 2014, 2018a, 2020a, 2021a; 郷, 濱岡 2015a, b, 2016, 2017, 2019)。つまり、業種ゲーム、回答年度を説明変数とし、5段階尺度などメトリックな質問項目については回

7) 2007年以降、各年度の結果については、李, 濱岡 (2008), 陳ら (2010), 濱岡 (2010a, 2011a, 7

7) 2012a, 2013a, 2014, 2018a, 2020a, 2022) を参照されたい。

2014年	2015年	2017年	2019年	2021年	2023年
破壊的イノベーションについての設問を追加。	調査項目は変更無し。調査対象に非上場企業を追加。次回から隔年で実施。	破壊的イノベーションを削除。政府・自治体からの支援についての設問を追加。	政府・自治体からの支援についての設問削除。ビジネスエコシステムについて追加。	ビジネスエコシステムについての設問削除。海外 R&D の実態、成果についての設問を削除。非常事態について追加。	2021年同様、非常事態について質問。ただし、若干ワーディングを変更。
11月20日-12月26日	11月16日-12月25日	11月27日-12月29日	11月29日-12月27日	11月24日-2022年1月7日	11月28日-2024年1月12日
524	907 (429, 478)	770 (350, 420)	707 (331, 376)	751 (284, 467)	688 (260, 428)
12	10 (4, 6)	—	1 (1, 0)	3 (2, 1)	0 (0, 0)
118	247 (92, 155)	204 (同89, 115)	164 (79, 85)	202 (74, 128)**	139 (58, 81)**
23.0%	27.5% (21.6%, 32.8%)	26.5% (25.4%, 27.3%)	23.2% (23.9%, 22.6%)	26.9% (26.1%, 27.4%)	20.2% (22.3%, 18.9%)

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。ただし、2021年度については、Web からの回答、pdf のダウンロードとメールもしくは Fax 送信でも受け付けた。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。回答率は発送数から不到達数を差し引いた数を分母として計算した。括弧内の数字は(上場、非上場)の内訳。
* 2012年の変更内容については、濱岡 (2013a, 2020a) を参照。
** Web フォームからの回答および pdf のメール送信を含む。

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サイズが増加し、トレンドが検出される傾向が強くなってきた。このため、2012年度からは、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、17年間で増加もしくは減少のトレンド⁸⁾があると判定する。なお、2013年からは回答者の所属部署、社内での役職⁹⁾も追加した。2015年度

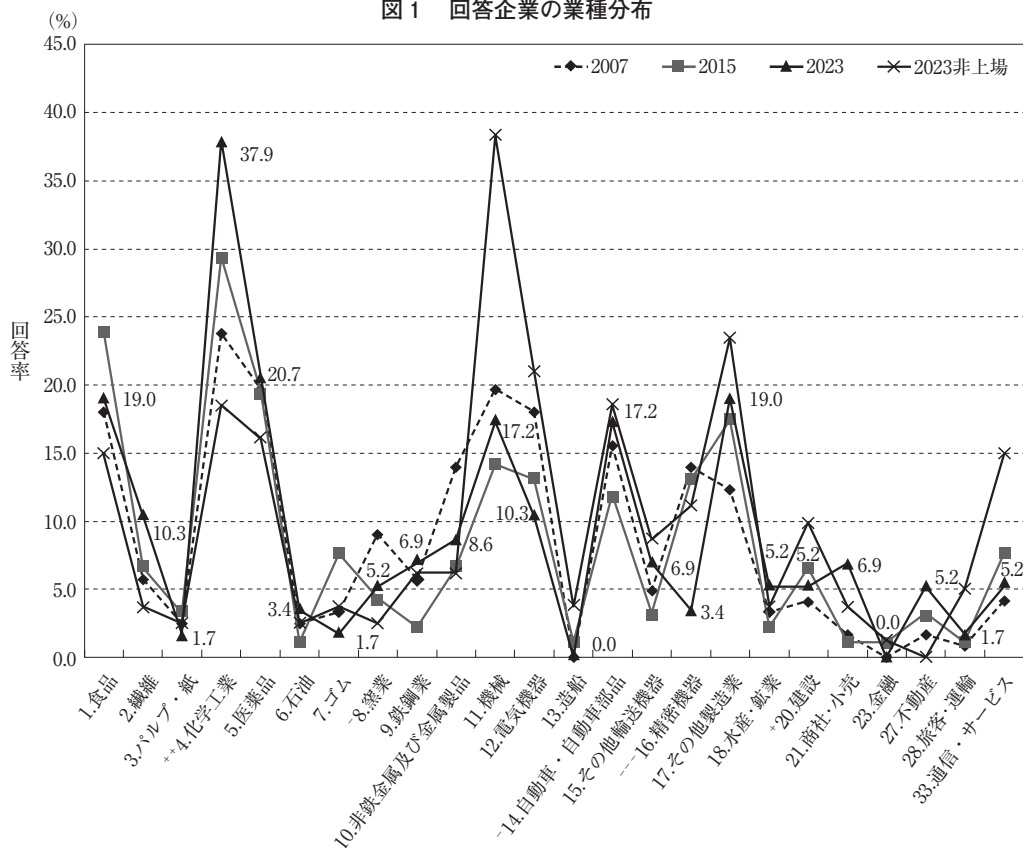
以降は非上場企業も含むので2021年度からは、上場、非上場企業をともに含めて、上場企業ダミーも導入した。

本調査で時系列で比較可能なのは323項目だが、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78項目 (前回63) である。13回とも回答して頂いた企業はなく、回答企業は入れ替わっているが、多くの項目でトレンドがなく安定した結果が得られていることは、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。また、前回と比べ

8) 線形ではなく曲線を仮定することも可能だが、細かい変化を示唆する理論もないため、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。

9) ・所属部署については下記のように分類した (上場企業のみ)。
「研究開発関連 (1541名)」「その他 (420名)」
・社内での役職 (上場企業のみ)
「役職無し (313人)」「係課長級 (226人)」「部長級 (612人)」「所長・取締役級 (810人)」

図1 回答企業の業種分布



注) 以下, 2007, 2015, 2023とあるのは各年の上場企業の回答。グラフ内の数字は2023年(上場企業)の値。各年のサンプル・サイズは, 特に注がない場合には表1に示す通り。

37個の選択肢を設定したが, 回答率が低いものは以下のように合算した。

「18.水産・鉱業」:「18.水産」「19.鉱業」

「21.商社・小売」:「21.商社」「22.小売」

「23.金融」:「23.銀行」「24.証券」「25.保険」「26.その他金融業」

「28.旅客・運輸」:「28.鉄道・バス」「29.陸運」「30.海運」「31.空運」「32.倉庫・運輸関連」

「33.通信・サービス」:「33.通信」「34.電力」「35.ガス」「36.サービス業」「37.その他」

注) グラフのワーディングの前の+もしくは-は, 有意な線形トレンドが検出された項目であり, 表2同様, 以下の有意水準であることを示す(以下のグラフも同様)。

有意水準) +++ (---): 正(負)で1%水準 ++ (-): 5%水準 + (-): 10%水準

て有意となる項目が増加したのは, サンプルサイズが増加し, 検定力が上がったためであろう。

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すると, 前回と同様, 下記のトレンドが読み取れる。

・研究開発の高度化

「研究開発には多大な費用が必要である。」「研究から実用化までには長い時間がかかる。」「その分野で大学での研究は極めて重要である。」「は上昇傾向がある。研究開発のコスト増, 長期化にともない, 外部資源としての大学の重要性が増している。この他, タイプ別の研究開発で有意となった項目はいずれも正のトレンドであり, 研究開発が重要化していることがわかる。

・ユーザーへの評価，対応の低下

「対面でのユーザー間での交流が活発である。」
「ユーザーからの新しい技術，製品についての提案が多い。」への評価が低下しておりユーザーによる活動の低下傾向が見られる。これは「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。」などユーザーによる開発が困難になっていることを反映している可能性がある。

・研究開発のオープン化の進展と限界

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, 2006)，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アカデミックな観点では重視されている。

基礎研究，応用研究，だけでなく，開発研究，生産プロセス研究についても「4. 外部と連携して行っている。」が正で有意となった他，今回は応用研究，生産プロセス研究についても，「5. 外部の成果を購入，獲得する。」が正で有意となった。さらに，外部連携の相手として「10. 技術を持った企業を M&A する。」も正で有意となっており，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。「1. 自社技術を展示した設備の設置」が正で有意となった一方で，「4. 大学や研究機関への研究員の派遣」，さらに「研究者，技術者が営業担当者や顧客と会うことがある。」など外部との交流活動が低下している。

オープン・イノベーションに関しては，outbound OI の成果指標である「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。」については低下トレンドが検出された。

・研究開発のインセンティブの変化

「14. 売上などに連動した職務発明への報酬制度」が低下する一方で，「12. リサーチフェローなど研究者の地位優遇制度」が増加している。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 の自律化と成果向上

海外での R&D を行っている企業は全体の 2 割程度であるが，「中国」「台湾」などでの R&D 実施割合が増加している。海外 R&D についての詳細な設問は今回は設定しなかったため，前回までのトレンドだが「拠点間で知識や情報が共有されている。」のように拠点間での分担と連携が進み，「現地での新製品開発」「研究開発」など海外での研究開発も活発化する傾向にある。

・技術や品質の強化の一方で開発スピードの低下

「他社と比べると顧客満足度は高い。」「他社と比べてシェアは高い。」など自社の地位についての評価が上昇している。一方で，「技術環境が変化したとき，柔軟に適應できる。」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。

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グラフのワーディングの前に表 2 と同様に「+」のように表示する。なお，非上場企業については上場企業と比べて全般的に研究開発の実態や成果などが低い傾向にある。本稿では非上場企業の回答についてはグラフに示すのみとする。

1) 企業全体としての他社と比べた強み，組織文化など

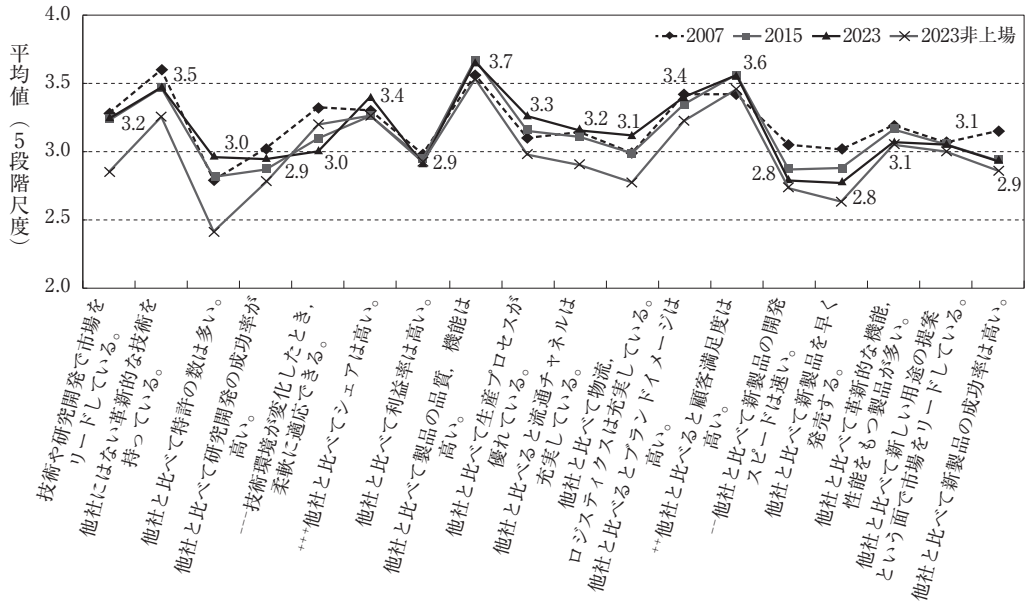
(1) 自社の強み (図 2)

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，後者についてはトレンド係数も正で有意であった。一方，「他社と比べて新製品を早く発売する。」「他社と比べて新製品の開発スピードは速い。」など，スピードについては平均値が低く，後者についてはトレンドも低下傾向である。「技術環境が変化したとき，

表2 トレンド係数が有意となった項目

業種	製品、市場の特徴	上場企業										非上場企業					有意水準		
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2017	2019	2021	2023	2017	2019		2021	2023
4. 化学工業 8. 窯業 14. 自動車・自動車部品 16. 精密機器 19. 鉱業 20. 建設 22. 小売	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。 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。 特許などによるライセンス収入を重視している。 イメーজ、ブランドなどが重要な製品である。 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。 技術面での競争が激しい。 技術変化が激しい。 研究者、技術者の移動が激しい。 新しい技術を製品として投入してもすぐに価格が低下する。 売上や利益を確保するには新製品の投入が必要である。 多くの可能性を試さなければ最終解に至ることが難しい。 研究開発には多大な費用が必要である。 研究から実用化までには長い時間がかかる。 売上の成長率が高い。 法的な規制が強い。 その分野で大学での研究は極めて重要である。 ユーザークラスターがカスタマイズすることが容易な製品である。 ユーザークラスターがカスタマイズすることが容易な製品である。 ユーザークラスターがカスタマイズすることが容易な製品である。 ユーザークラスターがカスタマイズすることが容易な製品である。 ユーザークラスターがカスタマイズすることが容易な製品である。 ユーザークラスターがカスタマイズすることが容易な製品である。	23.8%	31.1%	35.4%	28.4%	26.5%	23.9%	27.7%	29.3%	37.1%	31.6%	32.4%	37.9%	16.5%	15.3%	15.6%	18.5%	++	
		9.0%	9.1%	10.2%	15.7%	7.4%	5.5%	6.3%	4.2%	4.3%	6.7%	8.9%	8.1%	5.2%	3.5%	1.2%	3.5%	2.5%	-
		15.6%	17.4%	12.6%	18.7%	19.9%	15.6%	10.3%	13.4%	12.0%	13.5%	13.9%	17.6%	17.2%	34.8%	41.2%	18.0%	18.5%	-
		13.9%	13.6%	11.8%	12.7%	9.6%	11.0%	8.7%	9.2%	13.0%	10.1%	11.4%	5.4%	3.4%	15.7%	12.9%	16.4%	11.1%	---
		1.6%	0.8%	0.0%	0.7%	1.5%	0.0%	1.6%	1.7%	1.1%	1.1%	5.1%	1.4%	5.2%	0.9%	1.2%	1.6%	2.5%	---
		4.1%	3.0%	0.0%	2.2%	5.1%	2.8%	4.0%	4.2%	6.5%	3.4%	2.5%	2.7%	5.2%	3.5%	5.9%	6.3%	9.9%	++
		0.0%	0.0%	1.6%	1.5%	1.5%	0.0%	1.6%	0.8%	0.0%	2.2%	1.3%	2.7%	3.4%	0.9%	0.0%	0.0%	1.2%	+
		2.6	2.7	2.8	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7	3.0	3.3	3.0	3.2	3.3	2.5	2.5	2.6	2.7	+++
		3.8	4.0	3.9	3.8	3.9	3.9	3.9	4.0	3.8	4.0	4.0	4.1	3.9	3.7	3.5	3.7	3.6	++
		2.2	2.2	2.3	2.3	2.2	2.3	2.2	2.2	2.2	2.3	2.2	2.2	2.5	2.0	1.8	2.1	1.9	+
3.1	3.1	3.0	3.0	3.1	3.1	3.1	3.2	3.2	3.1	3.2	3.3	3.1	2.9	2.9	3.0	3.2	+++		
4.0	4.0	3.9	4.0	4.0	3.8	4.0	3.9	4.0	4.0	4.2	4.1	4.1	4.0	4.1	3.9	3.9	+++		
3.8	3.8	3.8	3.9	3.7	3.7	3.8	3.8	3.8	3.7	3.7	3.6	3.7	3.6	3.5	3.5	3.3	-		
3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.2	3.1	3.2	3.2	3.2	3.2	3.1	3.2	3.2	3.2	3.1	3.1	2.9	-	
2.4	2.3	2.2	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5	2.6	2.4	2.3	2.4	2.4	+++		
3.0	3.0	3.0	3.2	3.0	3.0	3.0	2.9	2.9	2.9	3.0	2.7	2.7	2.8	2.9	2.7	2.5	---		
4.0	3.9	4.1	3.9	3.9	3.7	4.0	3.9	3.9	3.9	4.0	3.7	4.0	3.7	3.6	3.7	3.6	-		
3.3	3.4	3.6	3.6	3.5	3.4	3.4	3.4	3.4	3.5	3.6	3.6	3.7	3.4	3.3	3.4	3.2	+++		
3.3	3.3	3.5	3.5	3.4	3.4	3.6	3.5	3.6	3.6	3.6	3.6	3.7	3.4	3.3	3.3	3.3	+++		
3.4	3.3	3.6	3.7	3.6	3.5	3.6	3.6	3.6	3.6	3.7	3.7	3.9	3.5	3.5	3.5	3.5	+++		
2.7	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.7	2.7	2.7	2.7	2.8	2.6	2.8	2.8	2.7	2.9	+		
3.4	3.5	3.5	3.4	3.4	3.3	3.5	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.6	3.2	3.2	3.2	3.2	+		
2.9	3.0	3.1	3.0	3.1	2.9	3.0	3.0	3.0	3.2	3.0	3.1	3.1	2.9	2.9	2.7	2.8	++		
3.1	3.0	3.0	3.1	3.1	2.9	3.1	3.1	3.1	3.0	3.0	2.9	2.8	2.9	2.9	2.8	2.8	-		
2.5	2.4	2.3	2.4	2.2	2.3	2.2	2.2	2.2	2.5	2.2	2.3	2.1	2.2	2.4	2.2	2.3	2.4	---	
2.3	2.4	2.3	2.2	2.2	2.2	2.0	2.0	2.0	2.2	2.1	2.2	2.0	2.2	2.1	2.2	2.2	2.2	---	
3.0	3.0	3.1	3.1	3.1	2.9	3.0	2.9	3.0	2.8	2.9	2.8	2.7	2.9	3.0	3.0	2.9	2.9	---	
ユーザークラスター 消費者の特徴	Q5. 貴社の年間研究開発費はどの位でしょうか？ (基礎研究) 1. 専門の研究所が行っている。 (基礎研究) 2. 各部署で行っている。 (基礎研究) 4. 外部と連携して行っている。 (応用研究) 2. 各部署で行っている。 (応用研究) 3. 必要に応じて行うこともある。 (応用研究) 4. 外部と連携して行っている。 (応用研究) 5. 外部の成果を購入、獲得する。 (製品開発/設計) 1. 専門の研究所が行っている。 (製品開発/設計) 4. 外部と連携して行っている。 (生産プロセス研究) 1. 専門の研究所が行っている。 (生産プロセス研究) 4. 外部と連携して行っている。 (生産プロセス研究) 5. 外部の成果を購入、獲得する。	3.6	3.7	3.9	3.5	3.9	3.8	3.7	3.8	3.8	3.8	3.7	4.1	1.8	1.8	2.2	2.3	++	
		39.8%	38.9%	44.4%	37.3%	41.2%	45.9%	40.5%	38.7%	47.0%	41.9%	48.1%	48.3%	15.5%	20.0%	20.0%	20.5%	++	
		14.4%	19.1%	22.2%	14.9%	19.1%	18.3%	21.4%	18.5%	20.9%	23.8%	31.6%	27.4%	19.0%	20.6%	24.7%	22.7%	22.5%	+++
		56.8%	51.1%	53.2%	55.2%	58.1%	58.7%	66.7%	66.7%	62.5%	51.0%	63.3%	70.9%	69.0%	34.1%	36.5%	37.5%	47.6%	+++
		53.4%	59.5%	57.1%	49.3%	57.4%	50.5%	61.9%	50.4%	59.2%	51.0%	58.2%	60.8%	56.9%	30.6%	36.5%	37.5%	40.7%	+
		11.0%	6.1%	7.9%	13.4%	8.8%	9.2%	11.1%	14.3%	10.0%	11.5%	12.7%	13.5%	19.0%	28.4%	20.0%	25.8%	35.8%	++
		39.0%	40.5%	41.3%	42.5%	41.2%	46.8%	43.7%	45.4%	45.0%	48.7%	51.9%	70.3%	58.6%	27.0%	35.3%	39.1%	42.0%	+++
		8.5%	9.2%	9.5%	12.7%	10.3%	9.2%	8.7%	12.6%	8.8%	6.8%	6.8%	16.5%	15.7%	5.4%	9.4%	10.9%	9.9%	++
		33.6%	25.8%	38.1%	26.1%	29.4%	33.9%	33.3%	28.6%	26.5%	37.4%	34.2%	36.5%	41.4%	22.5%	20.0%	24.2%	24.7%	+
		23.5%	31.1%	31.4%	23.1%	26.5%	22.9%	21.4%	29.4%	32.2%	25.0%	31.6%	48.6%	41.4%	21.5%	28.2%	32.8%	38.3%	+++
24.4%	31.8%	31.7%	28.4%	30.9%	30.3%	32.5%	30.3%	28.5%	27.2%	39.2%	35.1%	34.5%	19.5%	15.3%	16.4%	14.8%	+		
20.8%	30.3%	18.3%	17.9%	25.0%	23.9%	23.8%	24.4%	26.3%	19.3%	31.6%	27.3%	32.8%	23.9%	34.1%	27.3%	28.4%	+++		
6.7%	8.3%	12.7%	11.9%	9.6%	12.8%	9.5%	12.6%	9.9%	6.8%	6.8%	17.6%	17.6%	5.3%	3.5%	5.5%	9.9%	+		

図2 自社の強み



柔軟に適應できる。」もトレンドでは低下傾向にあり、スピードの問題が重要化している。非上場企業も上場企業と同様の傾向であるが、「他者と比べて特許の数は多い。」の平均値は上場企業と比べて特に低くなっている。

(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。また、上場、非上場企業の差も小さくなっている。「貴社は顧客や取引先から信頼されている。」「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。」はともに自社への信頼を測定するための項目だが、いずれも平均値は高くなっている。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。」および「顧客や取引先からの提案や苦情について、人や部門によって対応が異なる傾向がある (逆転項目)。」の2項目は、「企業のコミュニケーション・インテグリティ (濱岡, 田中 2006)」を測定するための項目であり、後者は逆転項目だが、ともに平均値は低くなっている。

日本企業はリスク回避志向であると指摘されるが、「失敗しても再挑戦できる雰囲気である。」の平均値は3.4で中立点 (どちらともいえない) の

3よりも高くなっている。同様に、トップダウン型の米国型の経営に対して、日本では戦略の不在 (伊丹 1984; 三品 2004, 2007), ボトムアップ (加護野ら 1983), もしくはミドルのがんばり (Nonaka and Takeuchi 1996; 金井 1991) が強調されてきたが、「経営の方向性をトップが明確に示している。」の平均値も3.8であり中立点よりも高い。ここでいう「方向性」が必ずしも戦略を意味するわけではないことに注意が必要だが、日本企業もこれらの点では変化してきたようである。

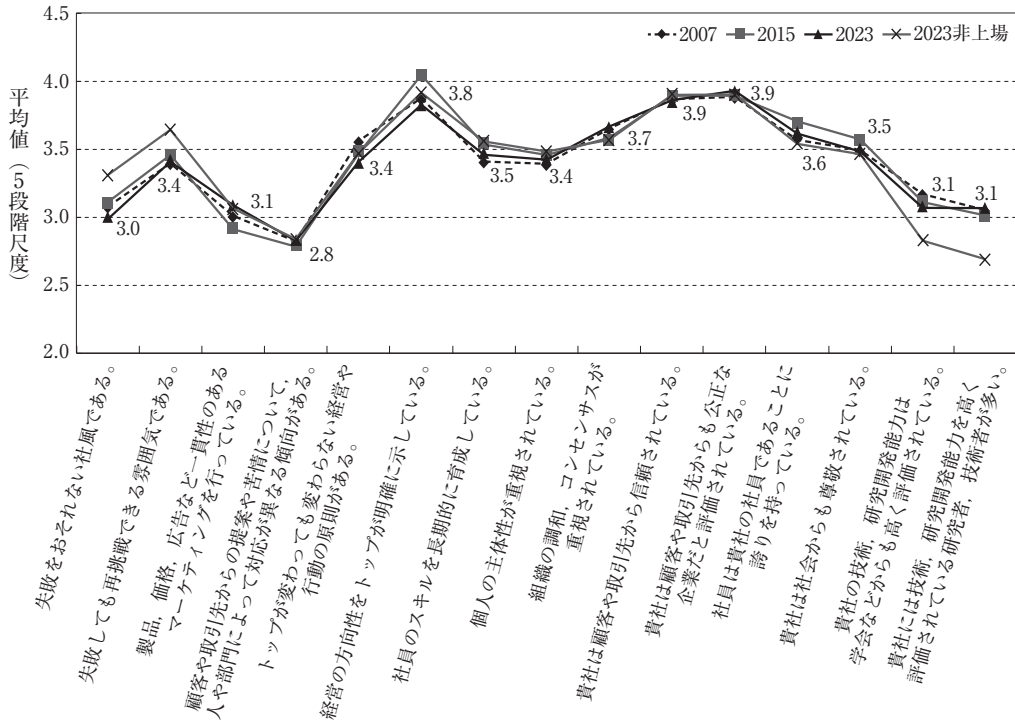
2) 自社をとりまく環境についての設問

(1) 製品、市場の特徴 (図4)

市場の特徴については、「売上や利益を確保するには新製品の投入が必要である。」「強力な競争相手がいる。」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, 2006) 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、

図3 自社の組織文化



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。」「技術的に優れたベンチャー企業が多い。」「ベンチャーキャピタルを活用しやすい。」はいずれも低くなっており、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。一方で、「研究開発には多大な費用が必要である。」「研究から実用化までには長い時間がかかる。」の平均値は比較的高く、トレンドとしても高くなる傾向がある。

(2) ユーザー企業、消費者の特徴 (図5)

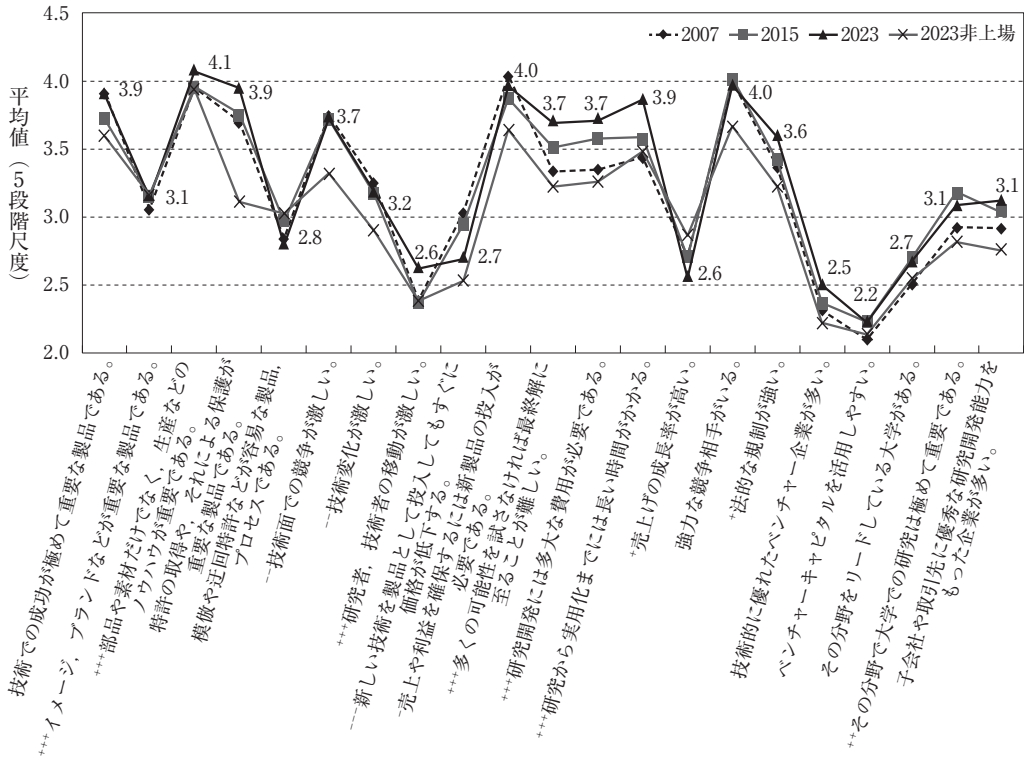
von Hippel (1988) は産業財、科学計測機器におけるイノベーションの源泉を調査し、ユーザー企業がイノベーションの源泉となることを示した。その後、von Hippel (2005) では、ソフトウェアやスポーツ用品などの領域でもユーザーがイノベーションの源泉となることを示している。これを参考として、ユーザーについての項

目も設定した。

「優れた知識を持つユーザーが多い。」「優れた技術をもつユーザーが多い。」「少数だが、極めて先進的なニーズをもつユーザーがいる。」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、ユーザー自身によるイノベーションは提案よりも困難であることが確認できる。

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、トレンドとしても低下傾向にあり、ユーザー・イノベーションは困難化する傾向にあ

図4 製品、市場の特徴



る。

3) 研究開発の現状

(1) 研究開発の特徴 (図6)¹⁰⁾

「自社でコアとなる技術を開発している。」および「特許を取得することに積極的である。」の平均値は高くなっており、自社で開発した記述を特許で保護することが重視されていることがわかる。

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

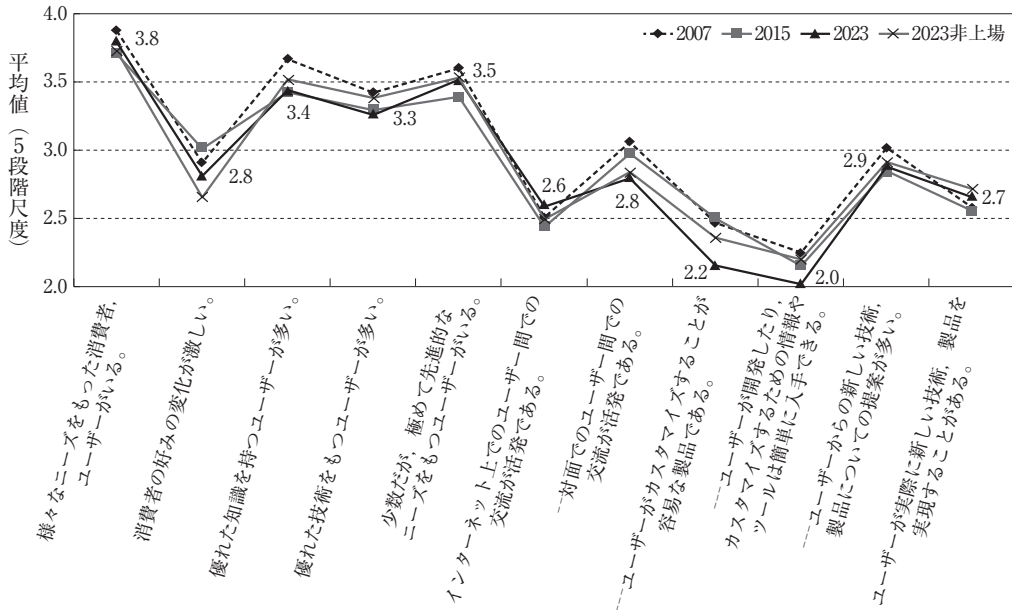
い段階から各種の問題を解決する特徴があることを指摘している。「研究開発の段階から生産、マーケティングなども視野に入れている。」も比較的高くなっており、早い段階から開発の後段階までが考慮される傾向にあることが確認できる。

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)。「特許などによるライセンス収入を重視している。」は低くなっており、自社の特許を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低調であることがわかる。

「研究開発は個人の能力などに大きく依存する。」「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。」ともに、平均値は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大きいことがわかる。

10) 2014年までは、「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。2015年度からは図6に示す一方のみを示すリッカート尺度に変更した。

図5 ユーザー企業、消費者の特徴



(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数を回答してもらった。平均66.2件が行われているが、製品化したのは9.2件、市場で成功したのはさらに少ない4.2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。

(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」¹¹⁾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。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、生産プロセス研究を別項目とした。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」の割合が高く、トレンドとしても増加傾向にある。応用研究は「各部署で行う」の割合が高かったが、「外部と連携」の方が高くなった。製品開発/設計、生産プロセス研究に関しては、「各部署で行っている」割合が高いものの、「外部と連携」する割合も比較的高く、上昇トレンドがある。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

11) 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 <https://web.archive.org/web/20131013012538/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

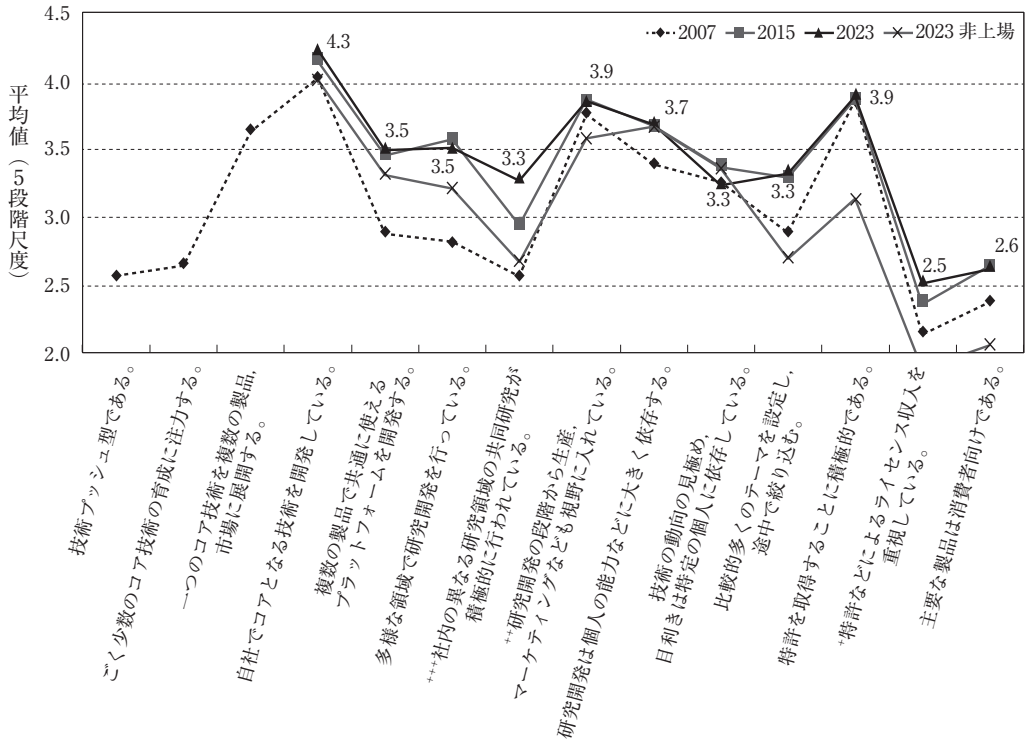
基礎研究によって発見された知識を利用して、特定の目標を定めて実用化の可能性を確かめる研究や、既に実用化されている方法に関して、新たな応用方法を探索する研究をいう。

・開発研究

・基礎研究

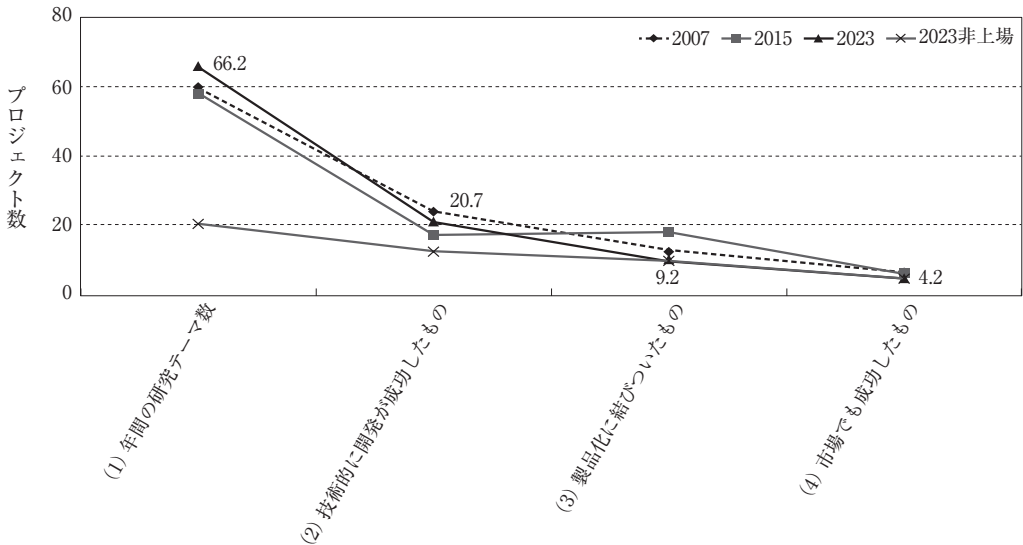
基礎研究、応用研究及び実際の経験から得た知識の利用であり、新しい材料、装置、製品、システム、工程等の導入又は既存のこれらのものの改良をねらいとする研究をいう。

図6 研究開発の特徴



注) 2014年までは、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。「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年度以降質問していない。

図7 年間の開発件数および成功の件数



注) 無回答があるため、サンプル・サイズは項目によって異なる。

図 8 a タイプ別の研究開発（基礎研究）

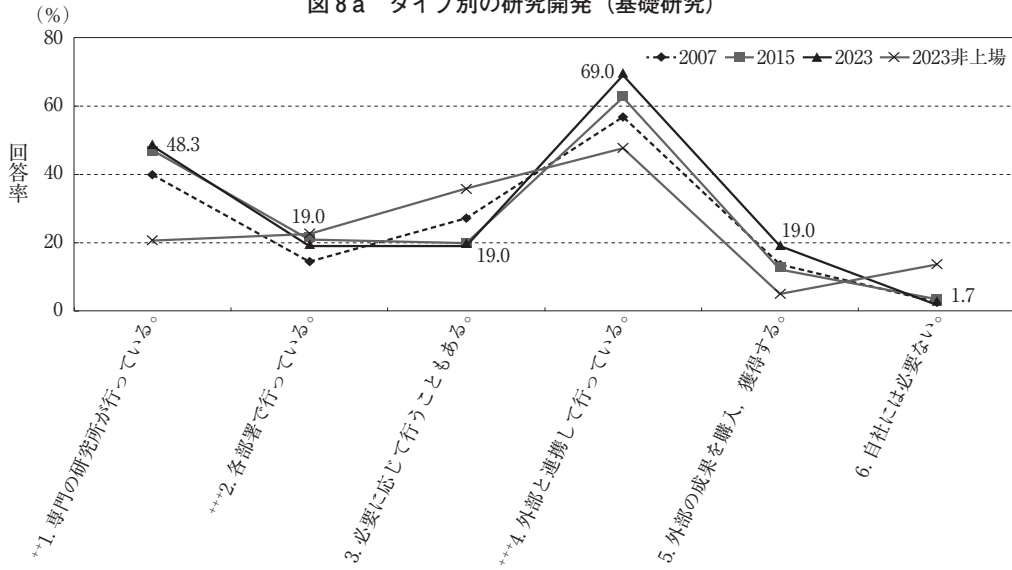
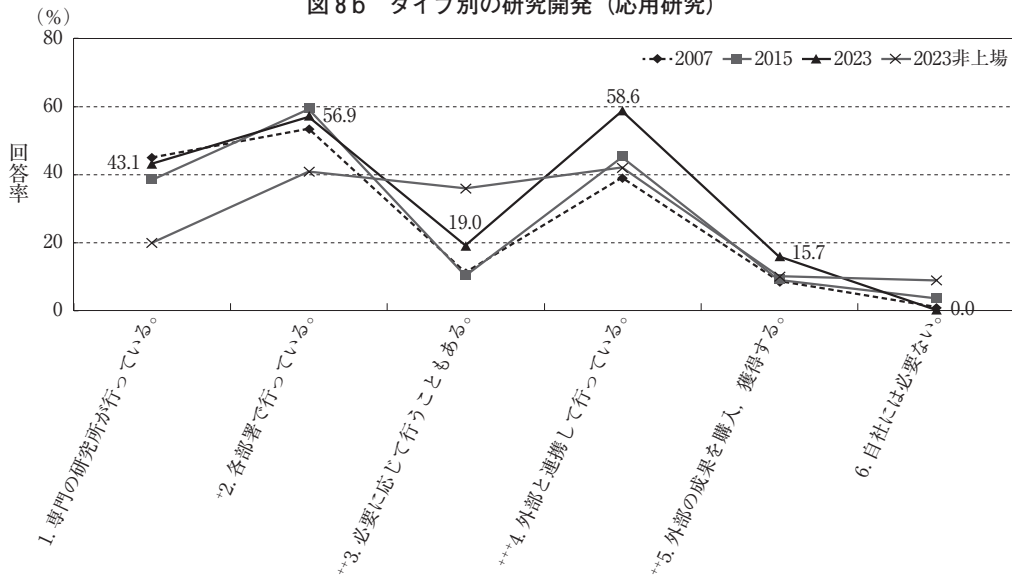


図 8 b タイプ別の研究開発（応用研究）



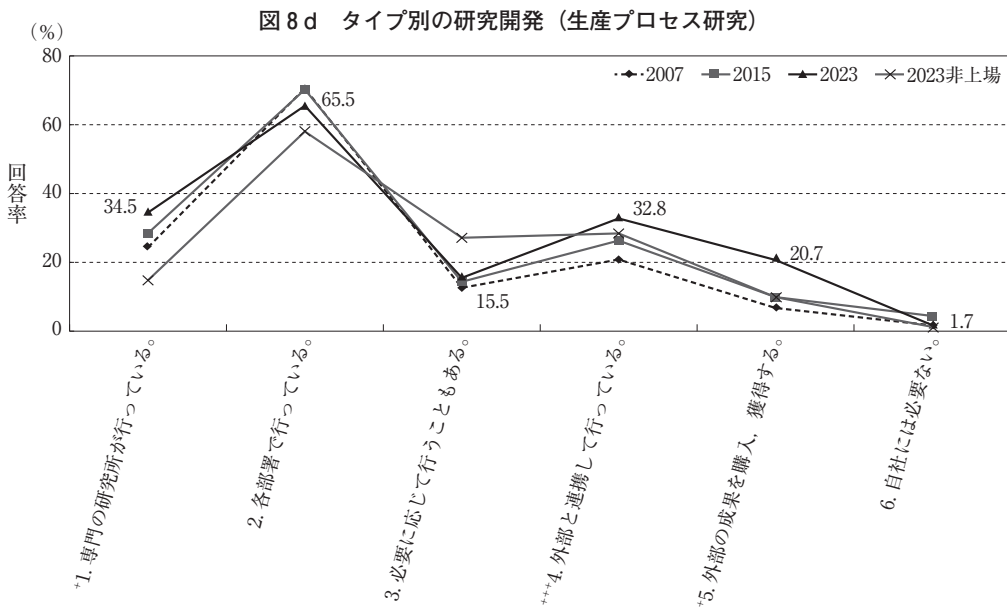
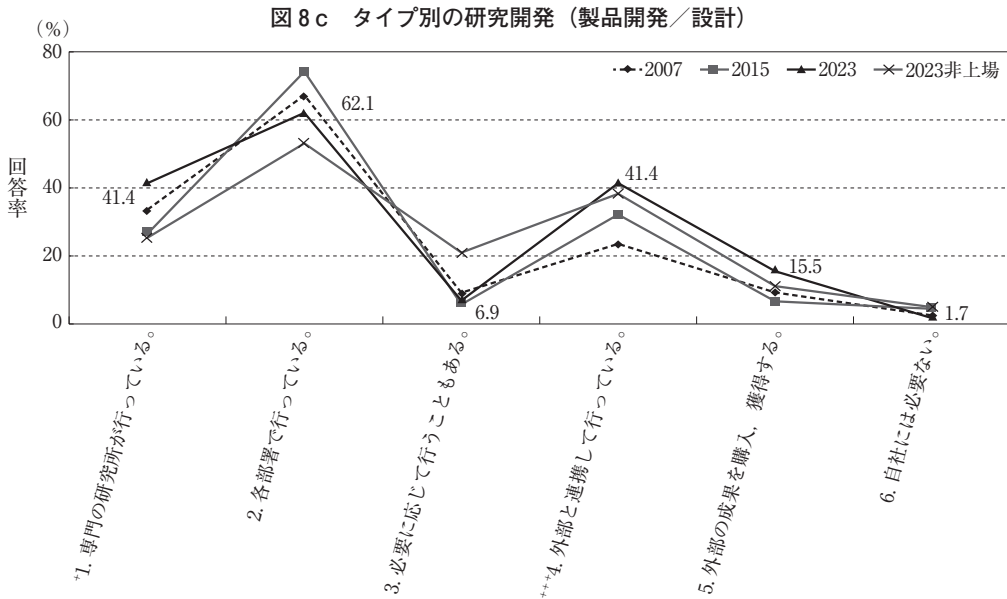
分が大きいものほど内部の各部署で担当する傾向があるが、後者についても外部との連携が活発化していることがわかる。

非上場企業と上場企業を比べると、製品開発、生産プロセス研究についてはグラフの形状には大きな違いはないのに対して、基礎研究、応用研究については非上場企業では「自社には必要ない。」

の割合が高くなっている。

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）。いずれも中立点の3前後であり、有意なトレンドはない。



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7割以上の企業が導入している。「社内での起業制度」については導入割合は低い。インセンティブについては、「研究者への年俸制」は低く「売上など

に連動した職務発明への報酬制度」の実施割合は高い。しかし，後者は低下傾向にある。一方，「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 1997）の利点が見直されているのかもしれない。

図9 研究開発の動向（5年前との比較）

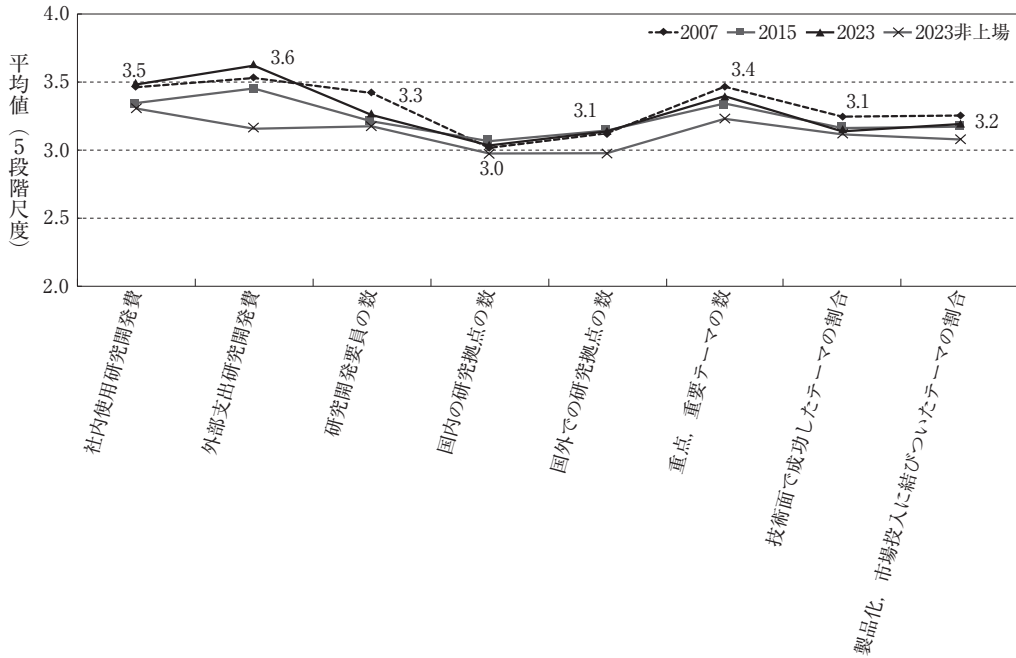
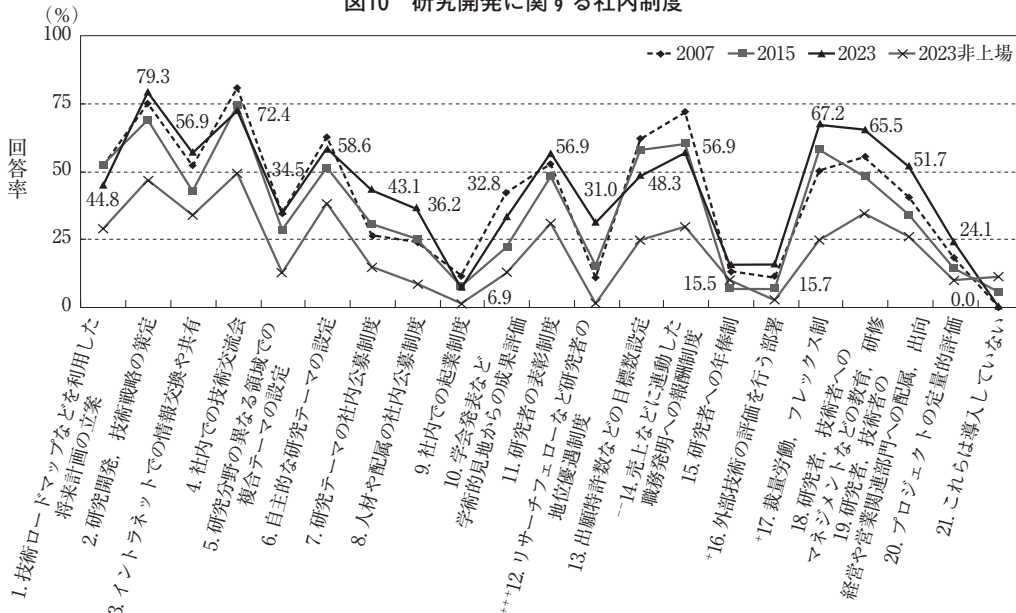


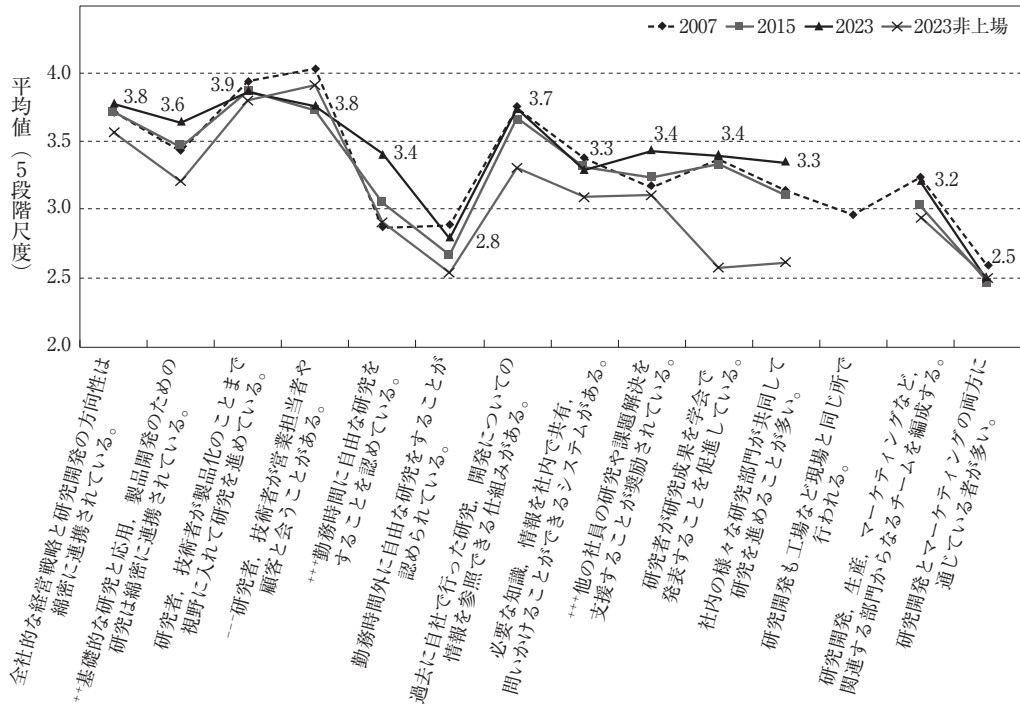
図10 研究開発に関する社内制度



オープン・イノベーションに関しては、外部の技術を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」の設置割合は低いが、増加トレンドにある。前述のように外部との連携は

図11a 研究開発に関する社内システム（その1）



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2013年以降は質問していない。

進んでいるものの、対応のための体制は整っておらず、非公式もしくは個人に依存した形で外部連携が進められていることを示唆する。非上場企業におけるこれらの導入割合は全般的に低い。

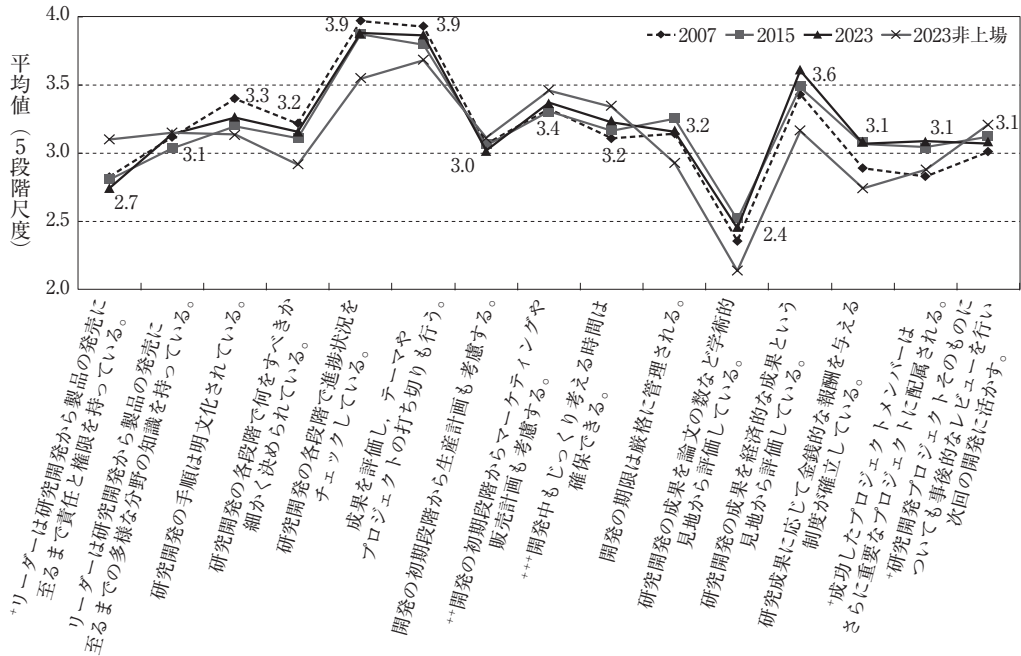
6) 研究開発に関する社内システム (図11a, b)

「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ている。」が高くなっていったことと一致する。Clark and Fujimoto (1991) は、日本の自動車企業の開発体制の特徴として、複数の作業が並行して行われる「コンカレント開発」、メンバーが複数の機能を果たす「多重の役割分担」、このようなプロセスをまとめるための多岐にわたる分野についての知識、責任、権限を持つ「重量級プロジェクト・リーダー」を挙げている。ここ

での回答では、「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。」「リーダーは研究開発から製品の発売に至るまで責任と権限を持っている。」の平均値は低くなっている。

「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。」の平均値は高いものの、前問 (図10) 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の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。」は高くなっており、企業として当然ではあるが学術よりは経済的な貢献を求めていることがわかる。

図11b 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) 外部連携の相手 (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」「子会社」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2割以上の企業が行っており、M&Aについてはトレンドとしても有意に増加傾向にある。ただし、「子会社」「親会社」との連携も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」とは異なった半・オープンな側面があるといえる (Hamaoka 2009, 2012)。

2) 外部連携のための仕組み (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」「自社技術の学会報告」「同業種の交流会への出席」など、人的な交流については多くの企業が行っている。「大学や研究機関への研究員の派遣」は実施

割合は高いが、低下トレンドにある。

オープン・イノベーションに関しては、「外部の技術を探索するための部署／人員の配置」は34.5%の上場企業が設置しているが「外部に技術を提供するための部署／人員の配置」は、15.5%と低くなっている。「特許流通業者」についても、外部特許の探索は12.1%が行っているが、「自社特許の外部提供」については5.2%と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 outbound オープン・イノベーション型のビジネスモデルが確立している企業はまだ少ない。

3) 研究開発における外部連携への評価 (図14)

外部連携のための仕組みの利用状況は前問で質問したが、それらの利用状況などについて主観的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。」の平均値は3.4と比較的高いものの、「他の企業からの技術的な提案を受け入れる制度が確立している。」「外部に自社の技術を積極的に提供する制度が確立している。」は、それぞれ2.7,

図12 研究開発における外部連携の相手

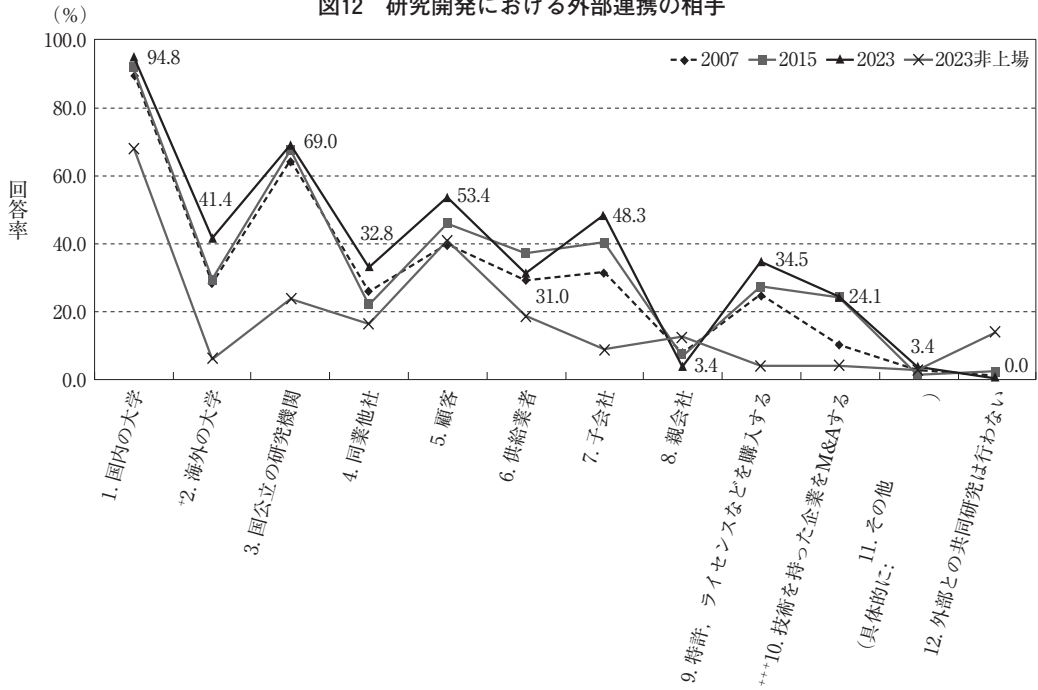


図13 研究開発における外部連携のための仕組み

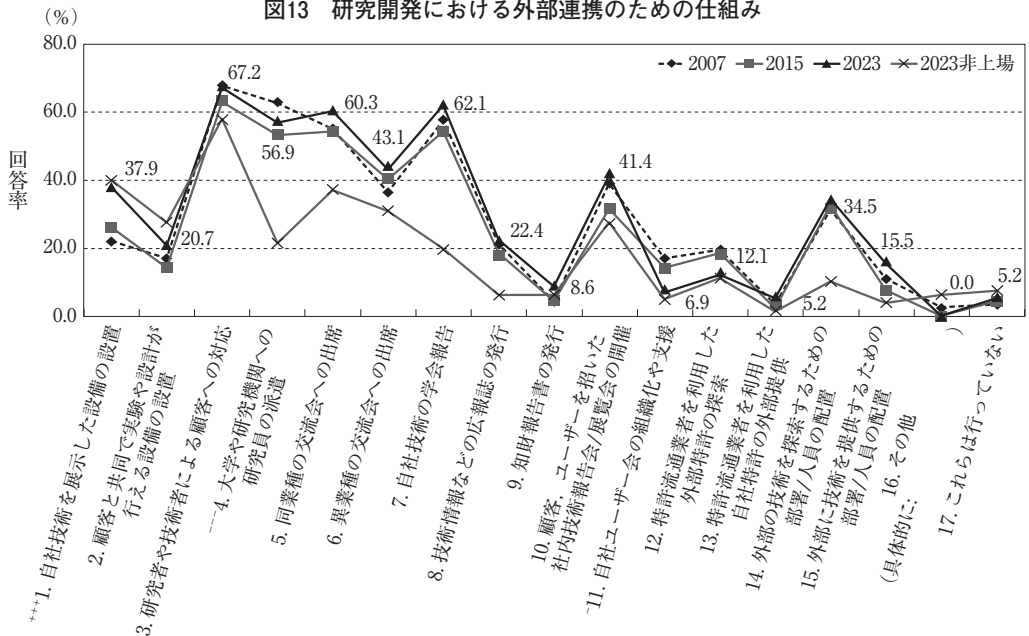
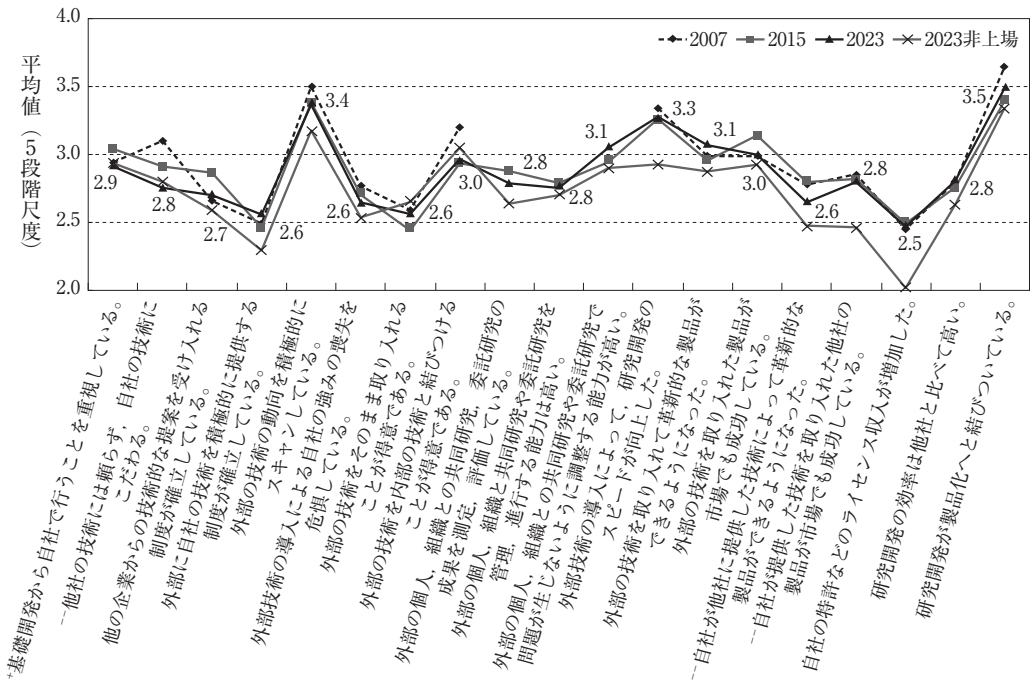


図14 研究開発における外部連携への評価



2.6と低く、制度として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示し、Not Invented Here (NIH) 症候群と呼んだ。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。」は2.9、「他社の技術には頼らず、自社の技術にこだわる。」は2.8とさほどは高くはなく、大きな障害とはなっていないようである。

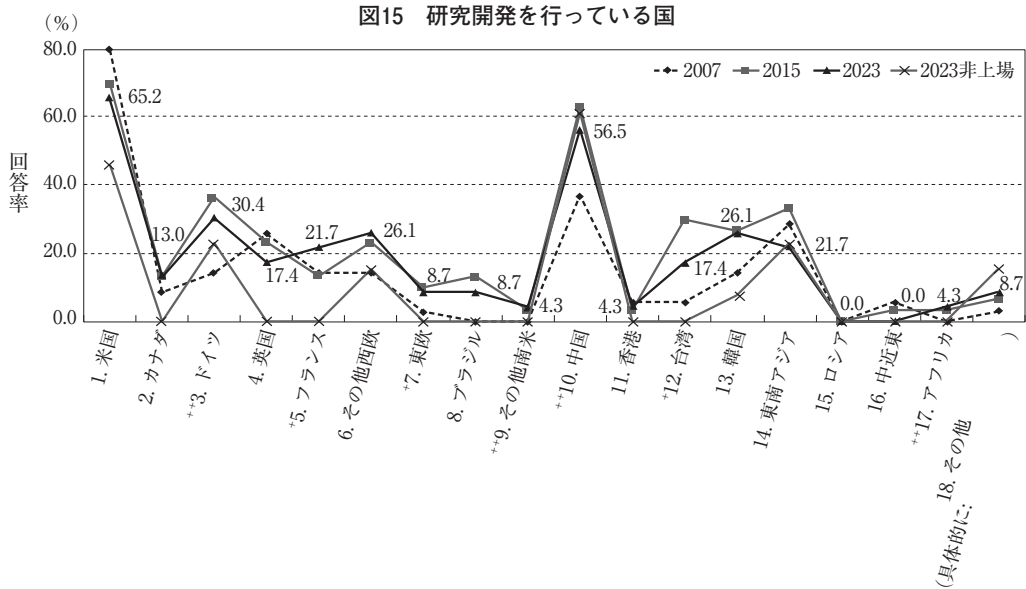
Cohen and Levinthal (1990), Tsai (2001) が指摘するように、外部からの技術があったとしても、それを解釈し利用する吸収能力 absorptive capacity がなければ、自社の技術と結びつけることはできない。「外部の技術をそのまま取り入れることが得意である。」は2.6と低いものの「外部の技術を内部の技術と結びつけることが得意である。」は3.0と、これよりも高くなっており、単に取り入れるだけでなく自社の技術と組み合わせていることがわかる。

「企業間関係のマネジメント能力 (Kirschman

and LaPorte 2008)」については、「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、組織との共同研究や委託研究を管理、進行する能力が高い。」「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程度と高くはない。オープン・イノベーションの成果を挙げるには、外部連携のための窓口とあわせて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。前述のように日本企業の場合、完全にオープンな外部を利用するのではなく、子会社や親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。

inbound オープン・イノベーションについての「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、

12) これら項目は2012年度から設定した。



outbound オープン・イノベーションについての「自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。」「自の特許などのライセンス収入が増加した。」の値は低くなっており、自社技術の外部への提供は遅れていることがわかる。研究開発は困難化が進んでいるが、「研究開発が製品化へと結びついている。」の平均値は、最も高くなっている。

6. 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、25.9% (36社) が行っていた。以下は、この36社の回答である (図15)。

海外での研究開発については、米国、中国、その他西欧、ドイツ、フランス、東南アジアで行う企業が多い。トレンドが有意となった国については、いずれも正の係数となっている。なお、2019年度までは「海外での研究開発の目的」「海外における研究開発拠点の実態」「海外における研究開発の成果」についても質問したが、今回と前回は緊急事態宣言について質問し、設問数が増加したため、これらの設問は削除した。2019年までの

結果については濱岡 (2020a) を参照されたい。

7. 二つの緊急事態の影響、対応について

2020年1月からの新型コロナウイルスのパンデミックによって、緊急事態が宣言された。また、忘れられがちであるが、2021年3月で東日本大震災から10年が経過したものの原子力緊急事態宣言は継続中である。これらを踏まえて2020年度に行った「製品開発」に関する調査では、緊急事態に関する項目を設定した (濱岡 2021a)。2021年の研究開発に関する調査にも、同様の項目を設定した。なお、ワーディングを研究開発担当者向けに修正した¹³⁾。ここでは、それらへの回答を上場、非上場企業に分けて集計した結果を紹介する¹⁴⁾。

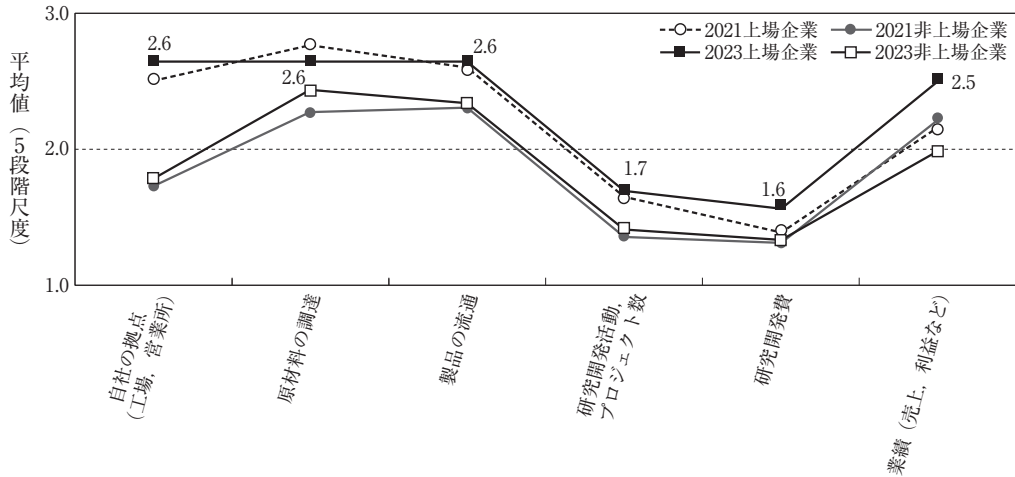
1) 東日本大震災・福島原発事故の影響 (図16)

2011年の東日本大震災・福島原発事故時に受けた影響については「原材料の調達」「製品の流通」などサプライチェーンへの影響が大きく、これら

13) 以下のグラフには今回の研究開発担当者向け調査のワーディングを示す。製品開発担当者向け調査のワーディングについては、濱岡 (2021a, 2023) を参照されたい。

14) 2021年の回答者数等については表1参照。

図16 東日本大震災時の業務への影響



注)「東日本大震災や福島原発による貴社への影響についてそれぞれお答えください。」「5：非常に大きな影響を受けた～1：影響はほぼ受けなかった」への回答。数値は2023年上場企業の値（以下同様）。

と比べると「研究開発活動」「研究開発費」への影響は限定的であった。上場企業は非上場企業と比べるとサプライチェーン、売上への影響が大きかったようである。これは、活動範囲が広いことによると考えられる。製品開発担当者向け調査(濱岡 2021a)では、「製品開発活動」「製品販売」などへの影響の平均値は、ともに2.0であった。項目が若干異なるが、ここでの平均値は1.7と1.6と低くなっており、研究開発への影響は小さかったようである。

2) 自然災害や大火災、疫病等の緊急事態への対応 (図17)

緊急時の対応として、自社の基幹事業を停止させるリスクやボトルネックなどを想定し、それへの対応を計画としてまとめた「業務もしくは事業継続計画¹⁵⁾」の策定や訓練などの対応が求められて

15) ここでの記述は、下記による。

経産省 (2007)「企業における情報セキュリティガバナンスのあり方に関する研究会 報告書 参考資料 事業継続計画策定ガイドライン」

<https://web.archive.org/web/20211201110154/>

https://www.meti.go.jp/policy/netsecurity/downloadfiles/6_bcpguide.pdf

事業（業務）継続計画は、東日本大震災前か

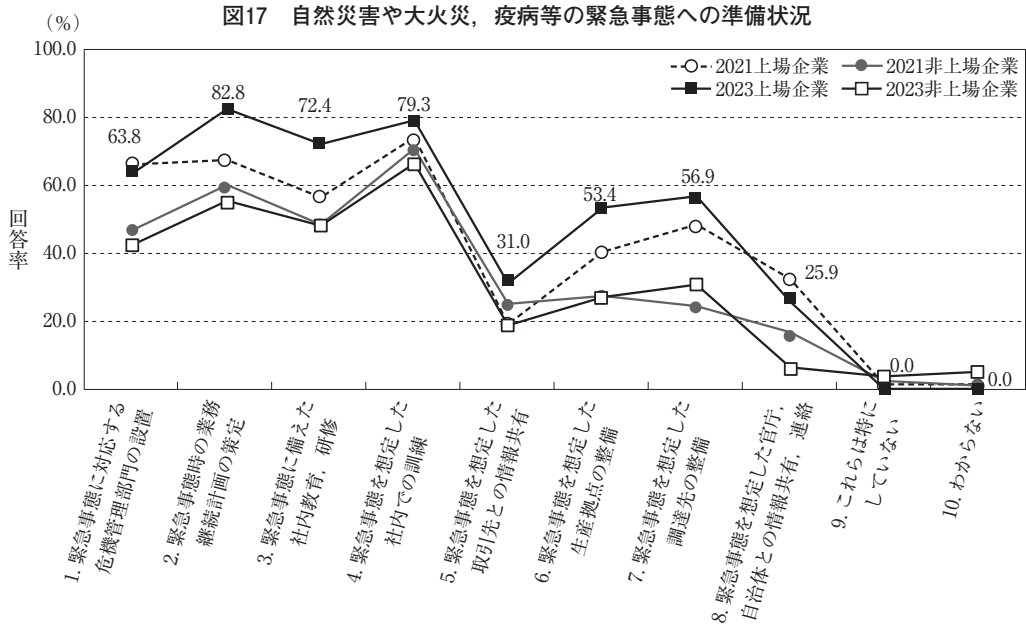
きた。「2. 緊急事態時の業務継続計画の策定」「3. 緊急事態に備えた社内教育、研修」「4. 緊急事態を想定した社内での訓練」の実施割合は2023年の上場企業では7割を超えている。一方で、「5. 緊急事態を想定した取引先との情報共有」「6. 緊急事態を想定した生産拠点の整備」「7. 緊急

ら確立された手法であり、上記の報告書の他、内閣府は2005年以降「事業継続ガイドライン」をまとめ、その後、2009年には第二版、大震災後の2013年には第3版をまとめた。
http://www.bousai.go.jp/kyoiku/kigyou/keizoku/sk_04.html

内閣府のガイドライン第3版では「本ガイドラインが示すBCMは、企業・組織の事業（特に製品・サービス供給）の中断をもたらす自然災害を対象としているが、大事故、感染症のまん延（パンデミック）、テロ等の事件、サプライチェーン途絶など、事業の中断をもたらす可能性がある、あらゆる発生事象について適用可能である。」としていた。BCMはBusiness Continuity Managementの略で計画のみならず、その実行、結果の把握、改善も含む。

内閣府(2013)「事業継続ガイドライン——あらゆる危機的事象を乗り越えるための戦略と対応——（平成25年8月改定）」

<http://www.bousai.go.jp/kyoiku/kigyou/keizoku/pdf/guideline03.pdf>



事態を想定した調達先の整備」など東日本大震災で影響が大きかったサプライチェーンの調整はこれよりも低くなっている。「8. 緊急事態を想定した官庁、自治体との情報共有、連絡」も25.9%しか行っていない。なお、上場企業では、多くの項目について2021年よりも2023年の方が回答率が高くなっている。これは新型コロナウイルスのパンデミック対策として整備が進んだものと推測される。

3) リモートワークの状況 (図18)

2020年1月以降の新型インフルエンザ感染への対策としてリモート化が進められた。これについて、業務内容毎に質問した。「社内」「取引先」「連携先」との「研究開発の会議や打ち合わせ」は比較的にリモート化が進んだが、2021年と比べると2023年は低下している。これらと比べると「全社的に出勤頻度が大きく低下した」についてへの評価は低くなっている。「リモート化によって意思決定が円滑になった。」「社内でのコミュニケーションが困難になった。」は、ともに中立点である3程度である。上場企業と比べて非上場企業では、平均値は全般的に低く、2時点での差もみられない。

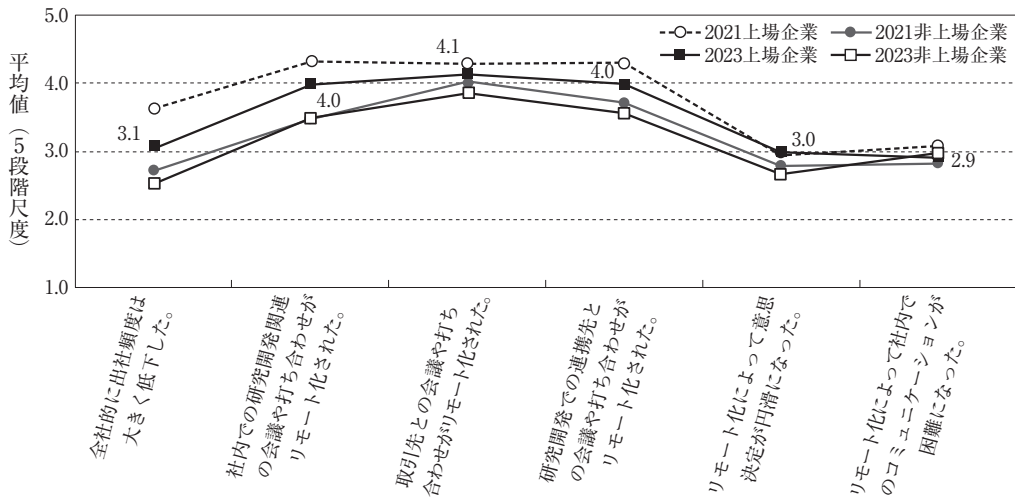
4) 新型コロナウイルスによる市場や業務への影響 (図19)

これらの項目については、5段階尺度の中立点である3を下回る項目が多くなっており、影響はあまり大きくはないことがわかる。2023年の上場企業では、ネガティブな影響である「消費者、ユーザーへの調査が困難になった。」「自社の売上が減少した。」の平均値が他の項目と比べて高くなっている。一方、「新しいニーズが見いだされた。」「研究開発で使うツールが変化した。」「研究開発で使う手法が変化した。」も比較的高くなっている。これら3項目は2021年よりも高くなっており、4年間のパンデミックにある程度対応してきたことがわかる。

5) 緊急事態への対応タイミング (図20)

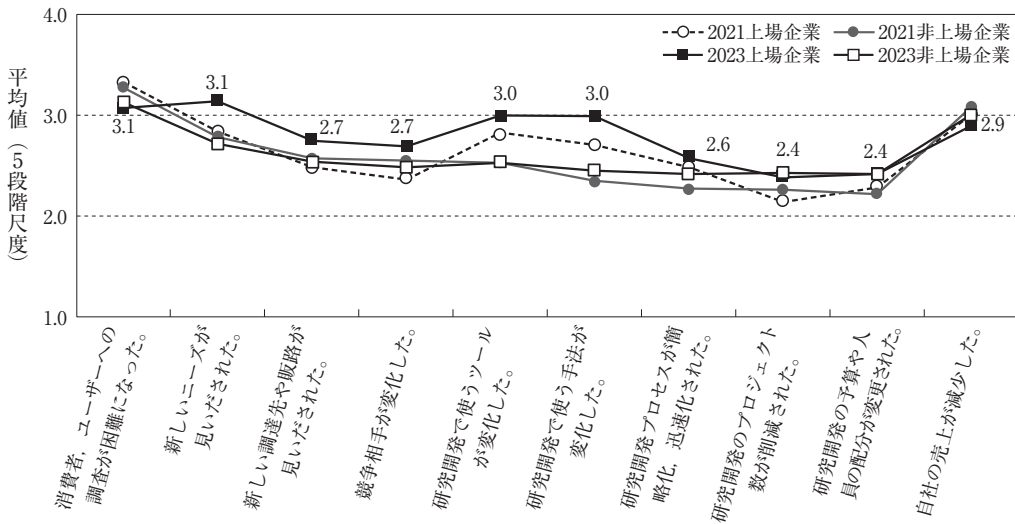
新型コロナウイルス対策に関して、どのタイミングで対応するか、図20の項目を設定した。2021年はパンデミックが進行中であったため、「行く」という現在形とし、単一選択とした。これに対して、2023年は過去約4年間について回答して頂くため、図20にあるように「行った」という過去形で質問し、複数選択とした。全体的に「2. 国や自治体の指針が発出されたタイミングで出勤制限な

図18 リモートワークの導入・実施状況



注) 「5：まったくそうである～1：まったくそうではない」の5段階尺度。

図19 新型コロナウイルスによる市場や業務への影響



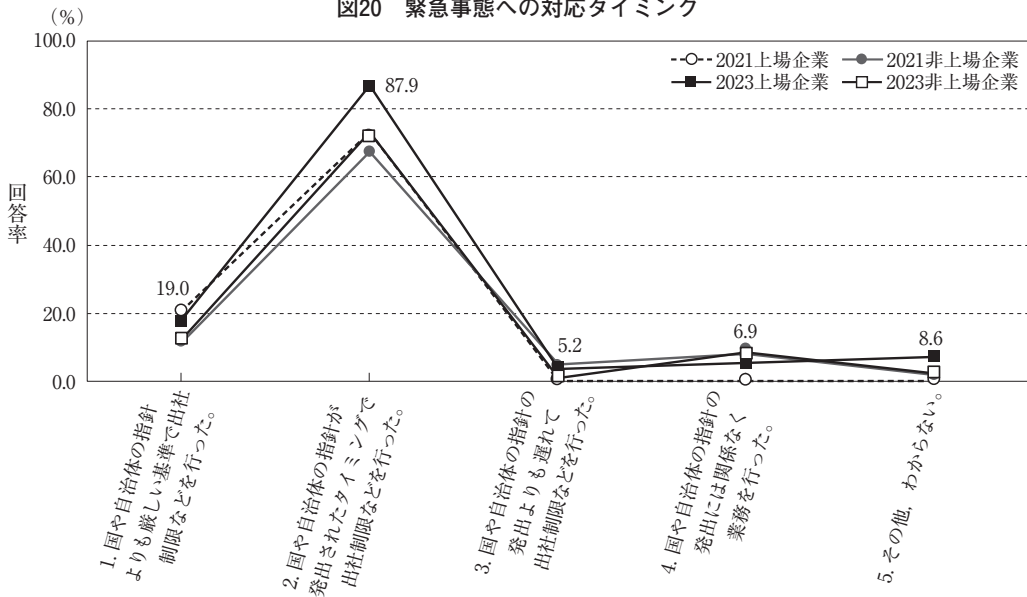
注) 「5：まったくそうである～1：まったくそうではない」の5段階尺度。

どを行った。」への回答率が高くなっており、2023年の上場企業で、特にこの項目の回答率が高くなっているのは、複数選択としたためだと考えられる。一方、「国や自治体の指針よりも厳しい基準で出社制限などを行った。」のは19.0%に過ぎず、国や自治体の方針に従った企業が多いこと

がわかる。

筆者が公開された情報やデータを分析したところ、日本政府の新型コロナウイルスへの対応には、検査不足、クラスター対策への過度の依存（濱岡2020b, c）、人流が減少し感染のピークを越えた後の緊急事態宣言に代表される遅すぎる対策（濱

図20 緊急事態への対応タイミング



注) グラフ内は、2023年のワーディング。2021年は、進行中であったため「行う」とし、複数選択とした。

岡 2021c) などの問題がある。新型コロナウイルス対策については、2023年5月8日からはインフルエンザと同じ5類へ変更された。これによって、全数把握ではなく定点把握とされ、全容の把握も不可能となった。さらに2024年4月からは特例措置が終了し、治療、入院などへも通常医療となる¹⁶⁾。新型コロナウイルス感染者の致死率は、パンデミック初期と比べると低下したが、インフルエンザよりも高く、後遺症があること、そもそも感染

状況などのデータが公開されていないことなどの問題がある。取引先などとの関係もあり、自社だけでは対応できない部分が大きいため、国や自治体の決定を待っている可能性があるが、政府の不十分で遅い対策を待つのではなく先を見通した迅速な行動が必要である。企業の意思決定の基準となっている国は、これまでの新型コロナ対策の失敗を認めて改善する必要がある。

8. まとめと今後の方向性

本稿では「研究開発に関する調査」について2007年から2023年の変化をまとめ、調査の結果を概観した。時系列で比較可能な323項目のうち、有意な線形トレンドがみられたのは78項目であった。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。

16) 厚労省「新型コロナウイルス感染症に関する令和6年4月以降の対応について」

<https://www.mhlw.go.jp/stf/covid-19/00003.html>

17) 新型コロナウイルス感染症対策アドバイザーボード(2022)では、新型コロナウイルスによる80歳以上の致死率が2021年7-10月の7.92%から2022年7-8月には1.69%に低下し、これが季節性インフルエンザの1.73%と類似した値であることを示している。しかし、新型コロナウイルスについては、協力が得られた石川県、茨城県、広島県についてのみの結果である。都道府県によって致死率などは大きく異なっており(濱岡 2021d)、これら3自治体のみを分析した結果を一般化すべきではない。さらに、筆者が厚労省のオープンデータ (<https://covid19.mhlw.go.jp>) を集計したところ、6、7、8波の80歳以上の致死率は3.9%、1.3%、2.4%となった。2022年7月は比較的致死率の低い7波の期間にあたるが、第8波では致死率が高くなったことにも注意が必要である。

一方、有意な線形トレンドが検出された項目からは、前回までと同様、「研究開発の高度化」「ユーザーへの評価、対応の低下」「研究開発のオープン化の進展と限界」「研究開発のインセンティブの変化」「海外でのR&Dの自律化と成果向上」「技術や品質の強化の一方での開発スピードの低下」など、研究開発が困難になっていることがわかった。このように時系列でも、日本企業の研究開発には様々な問題がある。

2020年、2022年の製品開発に関する調査、2021年の研究開発に関する研究、2022年の製品開発に関する調査に続いて東日本大震災、新型コロナウイルスなどの緊急事態の影響、準備状況などについての質問を設定した。2021年と比べると、上場企業においては「業務継続計画の策定」「緊急事態に備えた社内教育、研修」「緊急事態を想定した社内での訓練」の実施率は上昇し、7割以上がこれらを行っていた。これに対し、「緊急事態を想定した生産拠点の整備」「調達先の整備」は5割程度、「取引先との情報共有」「官庁、自治体との情報共有」は3割程度以下の企業でしか行っておらず、外部との連携、調整は遅れていることが明らかとなった。新型コロナウイルスへの対応としてのリモート化に関しては、「全社的な出社頻度低下」「取引先との会議や打ち合わせ」「研究開発での連携先との会議や打ち合わせ」などのリモート化が緩和されていた。2021年と比べると、「新しいニーズが見いだされた。」「研究開発で使うツールが変化した。」などが改善されていた。これは、約4年間のパンデミック下で、企業が対応してきたためだと考えられる。ただし、非上場企業においては、2時点間での変化はみられなかった。本稿では、上場企業を中心に概説したが、非上場企業についての調査も蓄積されてきたので、非上場企業についての分析を進めたい。前述のように今回は回答率が低かったため、その原因を探し、改善しつつ、今後も継続調査を続け、日本企業の研究開発の動向を見続けたい。

Acknowledgement

本研究は以下の科学研究費基盤研究(C)を受けた。2007-2010年度「オープン化時代の製品開発と市場成果に関する時系列調査(課題番号19530390)」、2011-2014年度「オープン化時代の研究開発と製品開発(同23530541)」、2015-2018年度「オープン化時代の研究開発・製品開発に関する継続調査Ⅲ(同15K03674)」。2021-2024年度「日本企業の研究開発・製品開発のオープン化・共進化の動向:ネットワーク視点の導入(同21K01702)」。2019年度、2020年度は慶應義塾大学特別研究費および学事振興資金(研究科枠)を受けた。回答頂いた企業の皆様にも深謝する。

参 照 文 献¹⁸⁾

- 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).
- (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).
- and Adrienne Kardon Crowther (2006), “Beyond High Tech: Early Adopters of Open Innovation in Other Industries,” *R&D Management*, 36 (3), 229-36.
- , Sohyeong Kim, and Alice Agogino (2014), “Chez Panisse: Building an Open Innovation Ecosystem,” *California Management Review*, 56 (4), 144-71.
- , Wim Vanhaverbeke, and Joel West (2014), *New Frontiers in Open Innovation*, Oxford University Press.
- 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),

18) 脚注含めて URL については2024年3月19日にアクセスし、リンクを確認した。

- "Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation," *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-52.
- Cooper, Rober G. (2001), *Winning at New Products: Accelerating the Process from Idea to Launch*, 3rd ed., Basic Books (浪江一公訳『ステージゲート法——製造業のためのイノベーション・マネジメント』英治出版, 2012年: 原著4版の翻訳).
- Gawer, Annabelle and Michael A. Cusumano (2002), *Platform Leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco Drive Industry*, Harvard Business School Press (小林敏男監訳『プラットフォーム・リーダーシップ』有斐閣, 2005年).
- , ——— (2014), "Industry Platforms and Ecosystem Innovation," *Journal of Product Innovation Management*, 31 (3), 417-33.
- 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?" 6th International Conference of ISPIIM, Barcelona, Spain.
- (2014), "What are the Determinants of Inbound and Outbound Open Innovation Performance?" The First World Open Innovation Conference, Napa Valley: USA, Dec. 4-5, 2014.
- Hienrth, Christoph, Christopher Lettl, and Peter Keinz (2014), "Synergies among Producer Firms, Lead Users, and User Communities: The Case of the Lego Producer-User Ecosystem," *Journal of Product Innovation Management*, 31 (4), 848-66.
- Iansiti, Marco (1998), *Technology Integration: Making Critical Choices in a Dynamic World*, Harvard Business School Press (NTTコミュニケーション訳『技術統合』NTT出版, 2000年).
- and Roy Levien (2004a), *The Keystone Advantage: What the New Dynamics of Business Ecosystems Mean for Strategy, Innovation, and Sustainability*, Harvard Business School Press (杉本幸太郎訳『キーストーン戦略 イノベーションを持続させるビジネス・エコシステム』翔泳社, 2007年).
- , ——— (2004b), "Strategy as Ecology," *Harvard Business Review*, 82 (3), 68-78.
- 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 with in Defense Acquisition," Naval Postgraduate School Thesis, <https://dair.nps.edu/bitstream/123456789/2389/1/NPS-AM-08-119.pdf>
- Langlois, Richard N. and Paul L. Robertson (1995), *Firms, Markets and Economic Change: A Dynamic Theory of Business Institutions*, Routledge.
- Nonaka, Ikujiro and Hirotaka Takeuchi (1996), *The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, Oxford University Press (梅本勝博訳『知識創造企業』東洋経済新報社, 1995年).
- Parker, Geoffrey, Marshall Van Alstyne, and Xiaoyue Jiang (2017), "Platform Ecosystems: How Developers Invert the Firm," *MIS Quarterly*, 41 (1), 255-A4.
- Thomke, Stefan and Takahiro Fujimoto (2000), "The Effect of 'Front-Loading' Problem-Solving on Product Development Performance," *Journal of Product Innovation Management*, 17 (2), 128-42.
- Tiwana, Amrit (2013), *Platform Ecosystems: Aligning Architecture, Governance, and Strategy*, Newnes.
- 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 (1988), *The Source of Innovation*, Oxford University Press (榎原清則訳『イノベーションの源泉』ダイヤモンド社, 1991年).
- (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).
- 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*, Free Press.
- 伊丹敬之 (1984), 『新・経営戦略の論理』日本経済新聞社.
- 加護野忠男, 野中郁次郎, 榎原清則, 奥村昭博 (1983), 『日米企業の経営比較』日本経済新聞社.

- (1993), 「日米企業の戦略と組織」伊丹敬之, 加護野忠男, 伊藤元重編『リーディングス日本の企業システム 第2巻』有斐閣, 107-44.
- 金井寿宏 (1991), 『変革型ミドルの探求』白桃書房.
- 郷香野子, 濱岡豊 (2015a), “研究開発に関する調査 2014 8年間の変化傾向と単純集計の結果,” 三田商学研究, 58 (1), 57-82.
- , ——— (2015b), “製品開発に関する調査 2014 8年間の変化傾向と単純集計の結果,” 三田商学研究, 58 (3), 57-80.
- , ——— (2016), “研究開発に関する調査 2015 9年間の変化と単純集計の結果,” 三田商学研究, 59 (4), 45-72.
- , ——— (2017), “製品開発に関する調査 2016 10年間の変化傾向と単純集計の結果,” 三田商学研究, 60 (2), 39-60.
- , ——— (2019), “製品開発に関する調査 2018 12年間の変化と単純集計の結果,” 三田商学研究, 62 (3), 55-77.
- 新型コロナウイルス感染症対策アドバイザリーボード (2022), “資料4 新型コロナの重症化率・致死率とその解釈に関する留意点について,” 事務局提出資料 <https://www.mhlw.go.jp/content/1090000/00/001027743.pdf>
- 高橋伸夫 (1997), 『日本企業の意思決定原理』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/papers/2006global.pdf>
- 張也, 森岡耕作, 佐藤和興, 林夙宣, 結城祥, 濱岡豊 (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/papers/2006innovation.pdf>
- 陳妍如, 邢雅恵, 濱岡豊 (2010), “研究開発に関する調査2008 単純集計結果,” 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』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,” 三田商学研究, 47 (3), 23-36.
- (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), “研究開発に関する調査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), “製品開発に関する調査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.
- (2013a), “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,” 三田商学研究, 56 (1), 75-98.
- (2013b), “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 (2), 29-49.
- (2014), “研究開発に関する調査2013 7年間の変化傾向と単純集計の結果,” 三田商学研究, 57 (1), 43-70.
- (2018a), “研究開発に関する調査2017 11年間の変化と単純集計の結果,” 三田商学研究, 61 (4), 47-75.
- (2018b), “日本企業におけるオープン・イノベーション: 11年間の継続調査より (1) 方法的検討,” 研究・イノベーション学会第33回年次学術大会, 東京大学. <https://dSPACE.jaist.ac.jp/dSPACE/handle/10119/15677>
- (2018c), “日本企業におけるオープン・イノベーション: 11年間の継続調査より (2) 仮説の検定,” 研究・イノベーション学会第33回年次学術大会, 東京大学. <https://dSPACE.jaist.ac.jp/dSPACE/handle/10119/15710>
- (2020a), “研究開発に関する調査2019 13年間の変化と単純集計結果,” 三田商学研究, 63 (3), 55-82.
- (2020b), “COVID-19対策の諸問題 (1) 日本の特異性,” 科学, 90 (10), 877-886.
- (2020c), “COVID-19対策の諸問題 (2) 積極的疫学調査という名の消極的な調査への批判的検討,” 科学, 90 (11), 978-998.
- (2021a), “製品開発に関する調査2020 14年間の変化と単純集計の結果,” 三田商学研究, 64 (2), 57-85.
- (2021b), “COVID-19パンデミックが製品開発プロセス・成果に与えた影響,” 研究・イノベーション学会 第36回年次学術大会 <https://dSPACE.jaist.ac.jp/dSPACE/handle/10119/17953>
- (2021c), “COVID-19対策の諸問題 (3) これまでの施策の定量的評価,” 科学, 91 (4), 383-

395.
 —— (2021d), “COVID-19対策の諸問題 (4) 都道府県の施策評価試論,” 科学, 91 (5), 438-442.
 —— (2022), “研究開発に関する調査2021 15年間の変化と単純集計結果,” 三田商学研究, 65 (2), 83-111.
 —— (2023), “製品開発に関する調査2021 16年間の変化と単純集計結果,” 三田商学研究, 66 (2), 101-131.
 ——, 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.
 ——, 田中秀樹 (2006), “コミュニケーションインテグリティの確立にむけて: あなたは消費者の声に答えているか?” マーケティング・ジャーナル, 25 (3), 54-70.
 ——, 尤若安 (2014), “製品開発に関する調査 2013 7年間の変化傾向と単純集計の結果,” 三田

商学研究, 57 (2), 47-69.
 馬雅瑾, 紀曉穎, 濱岡豊 (2008), “製品開発に関する調査2007 単純集計結果,” 三田商学研究, 51 (3), 75-89.
 三品和広 (2004), 『戦略不全の論理——慢性的な低収益の病からどう抜け出すか』 東洋経済新報社.
 —— (2007), 『戦略不全の因果——1013社の明暗はどこで分かれたのか』 東洋経済新報社.
 元橋一之 (編) (2017), 『イノベーションのエコシステムの研究: オープンイノベーションからいかに収益を上げるか』 21世紀政策研究所 <http://www.21ppi.org/pdf/thesis/170613.pdf>
 尤若安, 石塚慧, 濱岡豊 (2009), “製品開発についての調査2008 単純集計結果,” 三田商学研究, 52 (6), 111-29.
 李佳欣, 濱岡豊 (2008), “研究開発に関する調査2007 単純集計結果,” 三田商学研究, 51 (5), 99-115.

訂正

濱岡豊 (2022) 『研究開発に関する調査2021 15年間の変化傾向と単純集計の結果』 三田商学研究, Vol.65, No.2, 83-111の下記を訂正します。また, 図6を下記に差し替えます。

表2 3行目 「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。」

→ 「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。」

