

| | |
|------------------|---|
| Title | 新製品開発管理に関する一考察 |
| Sub Title | |
| Author | 堀口葉子(Horiguchi, Youko) 滝沢茂 |
| Publisher | 慶應義塾大学大学院経営管理研究科 |
| Publication year | 1988 |
| Jtitle | |
| JaLC DOI | |
| Abstract | |
| Notes | 修士学位論文. 1988年度経営学 第647号 複写許諾が必要 |
| Genre | Thesis or Dissertation |
| URL | https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001988-0647 |

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.

学生氏名 堀 口 葉 子

主査 滝 沢 茂

副査 片 岡 一 郎

所属ゼミナール 滝 沢 茂 研

古 川 公 成

新製品開発管理に関する一考察

事例調査により日本企業が新製品を市場で成功させるためにはどうしたらよいか、製品開発段階のマネジメントに注目して成功のビヘイビアを探ることが第一の目的である。また、成功のビヘイビアを探るために使う分析手法の汎用性、可行性を確認することが第二の目的である。事例は業種横断的にサンプリングした48社の事業(部)の分析結果である。ビヘイビア抽出のための手法として使うのは様々な特性をもつ各業種の新製品をタイプ別に分類すること、各事業を成功率というスクリーンを通して成功と不成功に分類することの二つである。まず、①各事業の扱う主要製品の新製品開発についてと限定する。対象となる新製品が技術指向か市場指向かに基づいて新製品をタイプ別分類する。②各事業の新製品の成功率(成功と判断される新製品の件数/年間発売件数)を出し、不成功事業と成功事業をサンプルから抽出する。③不成功事業グループと成功事業グループのビヘイビアを比較する。④不成功事業の扱う新製品の特定のタイプと成功事業の扱うタイプで同じタイプの事業グループのビヘイビアを比較する。⑤さらにこれらの結果を米国の実証研究の結果と対比させて日本企業の特徴を考察した。以上より明かとなった成功事業のビヘイビアの特色は：
・米国と比べ日本では成功事業の新製品開発は市場の新しさを狙うよりも新技術指向が強い。
・成功事業は不成功事業より以前から新製品開発に従事し、その分経験量の蓄積が豊富である。
・成功事業では発売件数が多い、少ない事業にかかわらず市場化調査段階のアイディアをかなり絞り込む傾向がみられる。
・成功事業の組織は権限委譲傾向がある。実権と組織上の権限所在のカイリ幅が少ない。また役員会など集団意思決定が少ない。

総括すればこの手法を使って業種毎の、より具体的な新製品成功のためのマネジメント上のビヘイビアを導出することも可能であることが確認された。