

Title	医薬品研究開発の戦略とその成果 - リアル・ オプション概念の適用可能性 -
Sub Title	
Author	柿本, 啓太郎(Kakimoto, Keitarou) 矢作, 恒雄(Yahagi, Tsuneko)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2004
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2004年度経営学 第1940号 不可
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002004-1940

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.

論文要旨

所属ゼミ	矢作 研究会	学籍番号	80328225	氏名	柿本 啓太郎
<p>(論文題名)</p> <p style="text-align: center;">医薬品研究開発の戦略とその成果</p> <p style="text-align: center;">ーリアル・オプション概念の適用可能性ー</p>					
<p>(内容の要旨)</p> <p>製薬企業は、薬価改正による価格規制と包括医療による数量規制によって既存製品の価値が減少するため、新製品の創出にその命運がかかっている。ところが、新製品の上市は減少傾向にあり、特に、内資系製薬企業における新製品上市の減少は、外資系製薬企業のそれと比較して顕著である。</p> <p>そこで本研究では、製薬企業の重要な戦略に研究開発を位置付け、医薬品の研究開発プロセスを戦略的視点から分析することで、その成果を明らかにしようとするものである。より具体的には、まず、研究開発プロセスを戦略プロセスとして捉え、その成果の測定方法を検討する。つぎに、研究開発戦略の成果をもたらす主要因を抽出する。</p> <p>そのためには、研究の前提として、上場・非上場企業の51社にアンケート調査を行ない、回収された37件の集計結果を基に、日本市場における医薬品の研究開発プロセスの実態について考察を行なう。そして、(1) 医薬品の研究開発戦略の成果は新製品の成功確率に依存する、(2) 医薬品の研究開発戦略の成果は規模の経済に依存する、(3) 医薬品の研究開発戦略の差異は各ステージの成功確率に依存する、(4) 製薬企業の競争優位は新製品の成功確率に依存する、という仮説を設定し、統計的手法ならびに事例分析の検証結果につき考察を行なう。</p> <p>統計的手法では、日本市場における内資系製薬企業および外資系製薬企業の20社(各売上高Top10)の2次情報を用い、まず、新製品の生存分析を行ない、それを用いて新製品の成功確率を推定する。つぎに、新製品の成功確率と売上高伸長率および市場占有率について関係を分析するために回帰分析を行なう。その結果、(1) 医薬品の研究開発戦略の成果は新製品の成功確率の高低に依存する、(2) 医薬品の研究開発戦略の成果は規模の経済の大小に依存する、(3) 医薬品の研究開発戦略の差異は各ステージの成功確率の高低に依存する、ということが明らかになった。また、(4) 内資系製薬企業と外資系製薬企業の売上高伸長率の違いは、それぞれの新製品の成功確率によって説明することができた。</p> <p>2次情報を基に統計的手法によって得られた結果を補完するために、内資系製薬企業2社および外資系製薬企業2社の事例分析を行なう。その結果、医薬品の研究開発に共通した認識として、研究開発は莫大なコストがかかる割には、投資回収期間が短縮しており、期待されるリターンを得ることの難しさが判明した。したがって、プロジェクト評価の精度を改善し、新製品上市の成功確率の向上が重要な課題ということである。</p> <p>以上のことから、戦略の成果を新製品の成功確率として捉えることは、現実と整合し妥当であること、さらに、新製品の成功確率の高低は、製薬企業の研究開発戦略の違いによって決まることが判明し、新製品の成功確率の差異は、コスト重視型の選択・集中戦略、あるいは全方位型の分散戦略の違いによって有意差が認められることが分かった。つまり、製薬企業の研究開発戦略における最も本質的な要因は、研究段階のリスクと考えられる第1種の過誤と、開発段階のリスクと考えられる第2種の過誤を均衡させることであり、本研究では、そこにリアル・オプションの概念が応用できることを提言する。</p>					