

## 自己評価報告書

平成 23 年 4 月 27 日現在

機関番号：32682

研究種目：基盤研究（B）

研究期間：2008～2011

課題番号：20330092

研究課題名（和文） 中小企業のビジネス・ネットワークの構築戦略に関する実証研究

研究課題名（英文） Empirical study on strategy for establishing business network of small and mid-sized enterprises

研究代表者 竹村 正明（TAKEMURA MASAOKI）

明治大学・商学部・准教授

研究者番号：30252381

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学・商学

キーワード：中小企業、マーケティング、ネットワーク、イノベーション

## 1. 研究計画の概要

イノベーションは、オーソドックスな理論では、新しい要素の結合によるシステムの上移行と定義される。ここから中小企業がイノベーションを促進するためには、取引関係の変化、つまりポジションの変化が、新しい要素の結合を可能にすると予測できる。ところが、中小企業は事業の安定化のために、しばしば、大企業や他社との長期安定的な取引を志向するので、このポジション変化が容易に起こらない可能性がある。さらには、大企業は、しばしば取引構造を固定化させ、部品供給会社にポジション変化をさせないでおこうという立場を採用する可能性がある。

こういった条件は、取引を制度化させることになる。この制度化は、要素の固定化を意味することになり、イノベーションの条件である新要素の結合の障害になる可能性が高かった。しかし、昨今の経済状況が、中小企業のポジション変化を促していることをわれわれは事例研究で突き止めた。われわれが取材した革新的な中小企業は、オープン・イノベーションの先駆けとなるような関係管理を行っており、その戦略がポジションの変化を促進している。

ここでいうオープン・イノベーションとは、大企業が外部の資源を活用し、イノベーションを促進する経営活動である。われわれの調査では、オープン・イノベーションは大企業の外部資源活用にとどまらず、中小企業こそ、大企業の資源を積極的に活用しながらイノベーションを促進しているのである。この際、当初は、大企業のオープン・イノベーション戦略が実現していると想定されるのであるが、それが意図せざる効果として、中小企業

のイノベーション能力を向上させ、大企業の中小企業に対する依存度を高めることになっていることがわかった。

## 2. 研究の進捗状況

現在までのところ、調査、理論開発、成果発表概ね順調である。2009 年度に計画していた国際学会の発表が 1 件不採択に終わったが、それ以外は年に平均 2 回の国際学会での発表を継続している。

特に 2011 年度は本研究の最終年度であるため、例年以上に産出活動に力をいれている。まず、国際学会での発表が年間 4 回を計画しており、5 月の段階ですでに 2 箇所から採択を得ている。9 月はグラスゴーで国際学会があり、それはすでにエントリーし、第 1 審査を通過している。本研究費による成果はこの 4 年間で 10 回に及ぶ。

さらに、本年度は国際学会だけでなく、書籍の刊行を用意している。すでに出版社も決まり、5 月中に入稿する計画である。出版予定は 2011 年 12 月である。これは、当初の予定よりも 1 年早く達成することになる。

最後は本研究の社会的貢献活動である。これは公開シンポジウムを計画している。

## 3. 現在までの達成度

①当初の計画以上に進展している。

初年度に企業のケースが集中してできたことと、本年度のサーベイ調査が予想以上にうまく回収できたことによる。

## 4. 今後の研究の推進方策

本年度は計画の最終年度にあたり、成果の発表を中心に行う。主に国際学会での発表であるが、学会のみならず、社会的貢献も実現

すべく当初の計画通り、無料の公開シンポジウムの計画をしている。

Central and Eastern Europe, Vienna, Austria, December 2, 2010.

#### 5. 代表的な研究成果

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 5 件)

① Hara, Yoritoshi, Nakagawa, Yoshiyuki, Hosoi, Kenichi, and Takemura, Masaaki, "Ambidextrous Business Networks: the Case of Innovative SMEs in Japan" Proceedings on Business Marekt Management, Vol.5(digital editioin), May, 2011、査読有

② Hosoi, Kenichi, Hara, Yoritoshi, and Takemura, Masaaki, "Japanese Sales: Not Just About Sales But Also About Conducting Business," Proceedings of Global Sales Science Institution Conference, Vol.4(digital edition), June, 2010、査読有

③ Hara, Yoritoshi, Hosoi, Kenichi, Wang, Yi-jen, & Takemura, Masaaki, "Unintended Interaction: How Subjective Interpretation Generates New Business," Proceeding of Industrial Marketing and Purchasing Conference, Vol.26(digital edition), September, 2010、査読有

④ Hosoi, Kenichi, Hara, Yoritoshi, Kobayasi, Hajime, & Takemura, Masaaki, "Still Looking East?" Proceedings of the 18th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central & Eastern Europe, December, 2010, pp. 291-299、査読有

⑤ Hara, Yoritoshi, Kenichi Hosoi, and Masaaki Takemura, "A Case Study on The Next Strategy of A Japanese Company in CEE," Proceedings of Marketing and Business Strategies for Central and Eastern Europe, December, 2009, pp. 129-136、査読有

[学会発表] (計 2 件)

① Takemura, Masaaki, "Unintended Interaction: How Subjective Interpretation Generates New Business," The 26th IMP International Conference, Budapest, Hungary, September 3, 2010.

② Takemura, Masaaki, "Still Looking East?" The 18th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for