

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成 25 年 6 月 10 日現在

機関番号：32682

研究種目：若手研究（B）

研究期間：2009～2012

課題番号：21730344

研究課題名（和文）ベンチャー企業ネットワークにおけるコーディネーションと企業境界に関する研究

研究課題名（英文）

Coordination and corporate boundaries in business networks of innovative SMEs

研究代表者

原 頼利（HARA YORITOSHI）

明治大学・商学部・准教授

研究者番号：30366900

研究成果の概要（和文）：

本研究の目的は、革新的な中小企業に焦点を当て、ビジネス・ネットワークの形成や管理の仕方が企業の革新性や知識の蓄積にどのように影響するのかを明らかにすることにあった。また、本研究を通じて、革新的な中小企業が外部企業のもつ資源や能力をどのように動員し、活用するのか明らかにしたいと考えていた。革新的な中小企業に特徴的なことは、取引関係にある大企業や研究機関の資源や能力を主体的に活用し、それらを内部の資源や能力にうまく結合させていることであった。そのために、特定の大企業との安定的な強い関係を維持しつつ、分野の異なる企業や研究機関との弱い紐帯も重視していた。また、中小企業の革新性やネットワーク形成は、経営者のもつ能力など属人的要素に大きく左右されることも本研究を通じて観察されたことであった。

研究成果の概要（英文）：

The purpose of this research was to explore how inter-organizational network formation and management of innovative small and mid-sized enterprises (SMEs) influenced their innovativeness and knowledge accumulation. In addition, I was interested in how innovative SMEs mobilized and utilized resources and capabilities of organizations the SMEs transacted with. My research showed that the innovative SMEs I focused on tended to utilize resources and capabilities of their partners in proactive ways, and to combine these outside resources and capabilities with resources and capabilities within the SMEs in creative and productive manners. In order to achieve that, the SMEs also tended to build strong relationships with a few major firms the SMEs had partnerships with, while they had weak ties with firms in different industries and/or research institutes. Through the research, it was also observed that innovativeness and network formation of the SMEs depended on personal capabilities of the top managements.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2009 年度	1,000,000	300,000	1,300,000
2010 年度	600,000	180,000	780,000
2011 年度	700,000	210,000	910,000
2012 年度	900,000	270,000	1,170,000
年度			
総計	3,200,000	960,000	4,160,000

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：マーケティング

1. 研究開始当初の背景

有用な知識や技術が規模を問わず多くの企業に分散し、もはや自前主義では効果的なイノベーションが難しくなっている昨今、企業はイノベーション・プロセスを社外に向けてオープンにすべき（つまり、社外のアイデアや技術を取り入れ、また活用されていない社内のアイデアや技術を公開すべき）とするオープン・イノベーションの考えが注目されている(Chesbrough, H. W. [2003] *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard Business School Press)。今や自社以外の組織とのビジネス・ネットワークを適切に構築することなくして効果的なイノベーションは困難である。このことは、大企業に比して資源が豊富ではない中小企業に特に当てはまる。ビジネス・ネットワークの形成や管理の仕方は中小企業のイノベーションの達成に大きな影響を与えるであろう。その意味では、中小企業のネットワーク形成に興味深い現象がみられると考えた。

小規模企業が大規模企業に比してイノベーションを生み出す上で有利であると主張する研究がいくつかある。たとえば、ある研究は組織におけるエージェンシー・コストやインセンティブの観点から、イノベーションに関して小規模企業の優位性を説明している。また別の研究は、イノベーションにはスピードの経済が重視されるので、大規模で硬直的な組織よりも小規模で柔軟な組織の方が適していると主張している。しかし、小規模企業であれば、イノベーションに優れているのであろうか。本研究における問題意識は、イノベーションを生み出す中小企業とそうでない中小企業との間にはどのような違いがあるのかにあった。そして、本研究では、中小企業のイノベーションに大きな影響を与える要因の一つとして、それらの企業のビジネス・ネットワークの形成の仕方と外部資源の活用の仕方に焦点を当てた。

2. 研究の目的

本研究の目的は、イノベーションを生み出す中小企業のビジネス・ネットワークに関する理論的・実証的分析を行なうことにあった。イノベーションのプロセスを革新的アイデア・技術の創出とそれを用いた新製品・サービスの事業化という2つのプロセスに分けるとすれば、本研究の対象は主に後者であった。

新製品や新サービスの事業化に際して、組織の内外にある必要な資源・能力の動員を如何に行なうかが重要となる。本研究は、革新的な中小企業がどのように取引関係のネットワークを形成するのか、そしてそのネットワークにおいて如何にして各企業の資源・能力が動員され、役割分担が決定されるのかというコーディネーション問題に焦点を当てた。

本研究において、革新的な中小企業とそうでない中小企業との間には、ビジネス・ネットワークの形成の仕方と外部資源の活用の仕方に違いがあると仮定していた。本研究はそれがどのように異なるのかを明らかにすることを目的としていた。

3. 研究の方法

本研究では、革新的な中小企業がどのように取引関係のネットワークを形成し、どのように外部資源を活用しているのかを明らかにしたいと考えていた。その場合、望ましい研究の方法はケース・スタディと考えられた。いくつかの基準から、革新的と思われる中小企業を抽出し、ケース分析のためのデータを蓄積した。

リサーチ・デザインの開発、データ収集、データ分析に関しては、R. K. Yinのケース・スタディの方法に依拠した(Yin, R. [1984], *Case study research: Design and methods (1st ed.)*, Beverly Hills, CA: Sage Publishing; [2003] *Applications of Case Study Research (2nd ed.)*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications)。

4. 研究成果

革新的な中小企業に特徴的なことは、大企業や研究機関の資源や能力を主体的に活用し、それらを内部の資源や能力にうまく結合させていることであった。そのために、特定の大企業との安定的な強い関係を維持しつつ、分野の異なる企業などとの弱い紐帯も重視していた。

中小企業は大規模企業に比して、資源が豊富ではないので、どの中小企業も必然的に外部資源に大きく頼らざるをえない。ただ、革新的な中小企業の場合、大企業に一方的に依存するのではなく、大企業から共同開発のパートナーとして見なされていることが多かった。そのために、コアとなる模倣困難な何らかの技術をもっていた。

対象の革新的な中小企業は共同事業・共同研究のパートナーとして大企業や研究機関との安定的な強い関係を維持しながら、一方で、業界や通常の取引関係を越えた関係、いわゆる弱い紐帯も重視していた。これらの企業はインフォーマルな形での共同研究や勉強会などを通じて、既存の安定的な取引関係を越えたネットワーク形成に努めていた。

これらの研究成果については、国際学会での研究報告を行なった。ある学会では、イギリスのベンチャー企業に関する研究を行なっている研究グループが同様の研究結果を報告していた。彼らとの意見交換などを行なうことができた。

また、中小企業の革新性やネットワーク形成は、経営者のもつ能力など属人的要素に大きく左右されることも本研究を通じて観察されたことであった。研究対象となった中小企業の経営者の多くは、優れた技術者や研究者もしくはカリスマ性をもった経営者であった。こうした経営者の属人的要素が中小企業の経営にどのように影響するのかについて研究を継続していきたいと考えている。

本研究で得られた研究成果は、こまめに国際学会などを通じて外部に向けて発信することに心がけた。国際学会での研究報告は研究期間中、年3・4本のペースで行なった。国際学会を通じての海外の研究者との交流は、本研究の精緻化と発展に大きく寄与した。

5. 主な発表論文等

(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. Hosoi, Kenichi, Yoshiyuki Nakagawa, Yoritoshi Hara, and Miho Miyuchi, "Network Bias: A Pitfall Inherent in the Relationship Selling," Research Reports from Turku University of Applied Sciences 40, Turku University of Allied Science, pp.31-44, 2013 (査読有)
2. Kobayashi, Hajime, Masae Takimoto, Yoritoshi Hara and Masaaki Takemura, "An Analysis of SME's Positions in Japanese Business Market and the Implications for CEE," *Proceedings of the 19th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central and Eastern Europe*, Vienna University of Economics and Business, pp. 219-229, 2011 (査読有)
3. Hosoi, Kenichi, Yoritoshi Hara, Hajime Kobayashi, and Masaaki Takemura, "Still Looking East?" *Proceedings of*

the 18th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central & Eastern Europe, Vienna University of Economics and Business, pp.291-299, 2010 (査読有)

4. 原頼利「企業間ネットワークにおけるガバナンスとイノベーション」『明治大学社会科学研究所紀要』第48巻第2号、明治大学社会科学研究所、51-64頁、2010年(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 the 17th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central & Eastern Europe*, Vienna University of Economics and Business, pp.129-136, 2009 (査読有)

[学会発表] (計13件)

1. Masae Takimoto, Yoritoshi Hara, and Masaaki Takemura, "The Challenge of 30 Micrometers: Redefining Dominant Technologies through Casual Interaction in Friendly Relationships," *The 5th Meeting of the IMP Group in Asia*, December 11, 2012, in Goa India (査読有)
2. Leszczyński, Grzegorz, Marek Zielinski, Kenichi Hosoi and Yoritoshi Hara, "Relationships as source of innovations in the advertising industry: A comparative study of Polish and Japanese approaches," *The 28th Industrial Marketing and Purchasing Conference*, September 13, 2012, in Rome Italy (査読有)
3. Masae Takimoto, Yoritoshi Hara, and Masaaki Takemura, "An Interaction Manager: Maintaining Positive Interactions in an M&A Process," *The 28th Industrial Marketing and Purchasing Conference*, September 15 2012, in Rome Italy (査読有)
4. Hara, Yoritoshi and Takahiro Endo, "The role of artefacts in (de)legitimation processes," *The 28th European Group for Organizational Studies Colloquium*, July 6, 2012, in Helsinki Finland (査読有)
5. Hosoi, Kenichi, Yoshiyuki Nakagawa, Yoritoshi Hara, and Miho Miyuchi, "Network Bias: A Pitfall Inherent in the Relationship Selling," *5th Annual Conference of Global Sales Science Institute Conference*, June 14, 2012 in Turku Finland (査読有)

6. Kobayashi, Hajime, Masae Takimoto, Yoritoshi Hara and Masaaki Takemura, "An Analysis of SME's Positions in Japanese Business Market and the Implications for CEE," *The 19th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central and Eastern Europe*, December 2, 2011, in Vienna Austria (査読有)
7. Takemura, Masaaki, Yoritoshi Hara, Kenichi Hosoi, and Masae Takimoto, "Changing Positions in Business Relationships: A Statistical Result of Japanese Innovative SMEs," *The 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference*, September 1, 2011, in Glasgow UK (査読有)
8. Hosoi, Kenichi, Yoshiyuki Nakagawa, Yoritoshi Hara, and Masaaki Takemura, "How Salesperson Bridged Over The Structural Hole," *The 5th Annual Conference of Global Sales Science Institute Conference*, June 24, 2011 in Milan Italy (査読有)
9. Hara, Yoritoshi, Yoshiyuki Nakagawa, Kenichi Hosoi, and Masaaki Takemura, "Ambidextrous Business Networks: The Case of Innovative SMEs in Japan," *Proceedings of the 5th International Conference on Business Market Management*, May 19, 2011, in Tampere Finland (査読有)
10. Hosoi, Kenichi, Yoritoshi Hara, Hajime Kobayashi, and Masaaki Takemura, "Still Looking East?" *Proceedings of the 18th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central & Eastern Europe*, December 2, in Vienna Austria, 2010 (査読有)
11. Hara, Yoritoshi, Kenichi Hosoi, Yi-jen Wang, and Masaaki Takemura, "Unintended Interaction: How Subjective Interpretation Generates New Business," *The 26th Industrial Marketing and Purchasing Conference*, September 4, 2010, in Budapest Hungary (査読有)
12. Hosoi, Kenichi, Yoritoshi Hara, and Masaaki Takemura, "Japanese Sales: Not Just About Sales But Also About Conducting Business," *The 4th Annual Conference of Global Sales Science Institution Conference*, June 17, 2010 in Poznan Poland (査読有)
13. Hara, Yoritoshi, Kenichi Hosoi, and Masaaki Takemura, "A Case Study on The Next Strategy of A Japanese Company in

CEE," *The 17th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central & Eastern Europe*, December 3, 2009, in Vienna Austria (査読有)

[図書] (計4件)

1. 原頼利「チャンネル・デザイン - 取引費用と構造的慣性の問題」渡辺達朗・久保知一・原頼利 編『流通チャンネル論 - 新制度派アプローチによる新展開』有斐閣、37-56頁、2011年(査読無)
2. 原頼利「流通取引関係・制度の研究展望」渡辺達朗・久保知一・原頼利 編『流通チャンネル論 - 新制度派アプローチによる新展開』有斐閣、223-235頁、2011年(査読無)
3. 土屋勉男・原頼利・竹村正明『現代日本のものづくり戦略 - 革新的企業のイノベーション』白桃書房、105-118頁、2011年(査読無)
4. 原頼利「マーケティング研究と経済学からの影響」マーケティング史研究会 編『マーケティング研究の展開』同文館出版、280-292頁、2010年(査読無)

[産業財産権]

○出願状況 (計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

○取得状況 (計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

[その他]

ホームページ等

6. 研究組織
 - (1) 研究代表者
原 頼利 (HARA YORITOSHI)

明治大学・商学部・准教授
研究者番号：30366900

(2) 研究分担者
()

研究者番号：

(3) 連携研究者
()

研究者番号：