

修士論文要旨

論文タイトル:「日本におけるオープンイノベーションの活用による企業の競争優位について」

学籍番号: AM19005

氏名: XU YIMING

指導教授: 林 聖子教授

【論文の構成】

はじめに

第1章 問題意識

第2章 先行研究

第3章 研究について

第4章 事例研究

第5章 考察

第6章 結論

おわりに

【論文の内容】

1. 研究目的

現在、グローバルにオープンイノベーションは着目され、取り組んでいる企業が多数見受けられる中、本研究は、Chesbrough(2003, 邦訳: p. 8)が企業内部と外部のアイデアを有機的に結び付け、価値を創造することと定義したオープンイノベーションについて、なぜ多数の日本企業がオープンイノベーションを活用しないのか、あるいは活用してもイノベーションを創出できないのかという問題意識に鑑み、日本企業がイノベーションを創出する一手法としてオープンイノベーションが活性化する際、オープンイノベーションを推進するセクション及び担当者が果たす機能を明らかにすることを研究目的としている。そして、日本企業におけるオープンイノベーションの活用促進策を提案する。

2. 研究方法

本研究では前掲した問題意識のもと、先行研究を行い、先行研究と大阪ガスの事例から仮説を導き出し、東レ、富士フイルム、コニカミノルタについて既存の情報や有価証券報告書などの資料から詳細な事例研究を行い、仮説を検証し、企業がオープンイノベーションを行う方策等を考察し、日本企業のオープンイノベーション活用の促進方策を提案する。本研究は事例研究による、定性研究である。

3. 事例研究

東レ、富士フイルム、コニカミノルタについて事例分析を行い、次の仮説を実証した。

仮説 1 企業が発展するにあたってイノベーションを創出する手法としてオープンイノベーションが有効である。

仮説 2 トップのオープンイノベーションを推進する明確なビジョンと意思決定により、オープンイノベーションが活性化する。

仮説 3 企業がオープンイノベーションを成功させるには、それを推進するセクションや担当者などの事業化への経験や意識の高さが影響する。

4. 考察

詳細な事例分析による仮説実証に加えて、日本のメーカー2社のオープンイノベーションの担当の方へのヒアリングを行い、それらも含めて考察を行った。第4章では各企業がどのようにオープンイノベーションを展開しているか、どのように推進しているかを確認するために既存の論文、各社のホームページや新聞記事などから、詳細な事例研究を行い、アジアビジネスの視点からアジアでのオープンイノベーションの事例も取り上げた。第3章の仮説導出の為の事例と第4章の事例では、オープンイノベーションが成功した要因がトップの明確なビジョンとオープンイノベーションを推進するセクションあるいは担当者の事業化意識にもつながっていることが明らかとなった。

また、第1章で述べたように近年、大企業とスタートアップ企業との連携が頻繁に見受けられる中、今回のインタビューを通して、スタートアップ企業との連携状況について、コア技術の一つの分野で連携し、新しい製品開発を行った企業やコア技術とスタートアップ企業の技術を合わせ、シナジー効果を図り、共同研究を行っているケースも見受けられる。

一方、現在の日本企業に対して、第1章で取り上げたように、10年前と比較して、オープンイノベーションを活発化していると思われ、第3章、第4章の事例分析から、日本企業にいくつかの方策を提案した。

5. 研究結論

本研究は日本企業がイノベーションを創出する一手法としてオープンイノベーションが活性化の際、日本企業におけるオープンイノベーションの活用方策を提案した。事例分析から仮説を検証し、オープンイノベーションを活用して、イノベーションを創出できている原因は、トップの意思決定により、社内でのオープンイノベーションへの認識が整えてあり、オープンイノベーションの推進を担っている担当者やセクションなどの事業化への意識の高さが影響していると思われ、結論付けることができる。

オープンイノベーションに関する意識変革があり、大企業は優れた技術を持っているスタートアップ企業との連携が活発化しているように見受けられる。大企業には既存の収益事業があるため、破壊的なアイデアが生まれにくい意思決定プロセス構造上の問題を抱えているので、自社内に無い技術やイノベーションを生み出すことのできる環境や技術力等を持つスタートアップ企業に可能性を求めているのかもしれない。これらの事例からオープンイノベーションの新しい動きに着目し、日本の大企業におけるスタートアップ企業との連携が、他の連携方式よりイノベーション創出のスピードアップを図ることができるかもしれないと考えている。

【主要参考文献】

1. Chesbrough, H. (2003), *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard Business Review Press, First Trade Paper, (大前恵一朗訳(2004)『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).
2. Chesbrough, H., (2004), *Managing Open Innovation*, *Research Technology Management*, 47(1), pp.23-26.
3. Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., West, J. (2006), *Open Innovation: Researching a New Paradigm*, Oxford University Press, (長尾高弘(2008)『オープン・イノベーション組織を超えたネットワークが成長を加速する』英知出版).
4. 星五郎(2008)「オープン・イノベーションにおけるリーダーシップ: 企業買収による外部技術導入の視点から」, 『立教ビジネスレビュー』, 1, pp.157-164.
5. 星野達也(2012)「オープンイノベーションは製造業の救世主となれるのか」, 『産学連携学』, 8(2), pp.50-58.
6. 金間大介・西川浩平(2017)「アウトバウンド型オープン・イノベーションの促進要因」, 『組織科学』, 51(2), pp.74-89.
7. 川合一央(2012)「社内企業家と技術市場の内部化: 大阪ガスにおけるオープン・イノベーションの事例から」, 『一橋ビジネスレビュー』, 60(2), pp.56-70.
8. 真鍋誠司・安本雅典(2010)「オープンイノベーションの諸相」, 『研究 技術 計画』, 25(1), pp.8-35.
9. 野尻泰民(2017)「富士フイルムの事業転換と成功の背景」, 『商学研究論集』, 47, pp.187-207.
10. 延岡健太郎(2010)「オープン・イノベーションの陥穽一価値づくりにおける問題点一」, 『研究 技術 計画』, 25(1), pp.68-77.
11. 尾関雄治(2012)「オープンイノベーションを活用した東レの研究・開発活動の強化」, 『産学連携学』, 9(1), pp.5-13.