

## 論文要旨

所属ゼミ	河野研究会	学籍番号	80630540	氏名	菅 崇
(論文題名) 開発設計部門において、成果が上がらない要因に関する一考察					
(内容の要旨) <p>筆者は前職において、住宅メーカーS社の新商品開発部門に長年携わってきた。そこで、ある商品では新商品開発業務の成果が上がるのに、別の商品では上がらないという状況を数多く見てきた。開発者にとって、自らの開発する商品を成功させたいと思うのは当然である。しかし、実際には成果を上げることが出来ない新商品開発の方が多い。新商品開発が失敗する原因を明確にし、それらを防ぐ示唆を明らかにすることが、本研究の目的である。</p> <p>本研究では、成果が上がらない要因とその結果をもれなく分析するツールとして、因果関係図を使用している。そして、新商品開発業務をフェーズにわけ、各フェーズにおける重要な成果、具体的には、①新商品企画段階において、情報の収集を適切に行う、②新商品企画書を魅力的なものにする、③開発・設計段階において、企画時点で想定していた目標のQCDを達成する、④新商品導入段階において、営業マンの新商品を売るモチベーションを高める、が、どのような原因により阻害されるかを分析している。加えて、成果が上がらない全体像に迫るため、上記に加えて、企業活動全体の業務の流れ、及び主要な要因細目の原因と結果という、合わせて3つの視点より因果関係図を作成した。</p> <p>さらに、ある新商品開発における失敗が、なぜ次期以降の新商品開発業務において繰り返されるのかについても、マネジメントの視点から因果関係図を用いて明確にしている。そして、因果関係図中の重要と考えられる要因に対して、それらを防ぐための施策と、その施策を実施した場合に期待される効果について分析している。</p> <p>さらに、研究成果の客観性を担保するために、住宅メーカーS社の開発設計者並びに営業企画担当者にインタビューおよびアンケート調査を行い、S社の事例から一般的な問題構造を明確化し、事例と一般論の両者を相互に行き来することにより、研究結果の精度を高めている。</p> <p>本研究の結果として、開発研究部門における成果を上げるためには、高度な施策や目新しいことを行うよりも、まず当たり前のことを当たり前に実施していくことが、最低限必要であり重要であることが明らかとなった。</p>					