

No. _____

製品開発に関する調査

2024 年 11 月 25 日
慶應義塾大学商学部
教授 濱岡豊

調査の趣旨
慶應義塾大学商学部 濱岡研究室では、2006 年度より、日本企業における製品開発とマーケティングの実態を把握し、その促進・阻害要因を明らかにするというプロジェクトを行っております。この研究の一環として、昨年に引き続いて、アンケートを企画しました。 お忙しいとは存じますが、ご協力のほどよろしくお願いいたします。 ご回答頂いた結果は、統計的なデータとして処理しますので、皆様にご迷惑をおかけするようなことはございません。 なお、単純集計の結果は今年度末にまとめる予定です。ご希望の方には、その概要を送付させていただきます（このアンケートの最後にご希望を記入していただく欄があります）。
回答上の注意
・新型コロナウイルスによる影響も含めた概ね 2023-24 年度の状況をお答え下さい。 ・製品開発についての調査となっていますので、適切な方にご回答お願い致します。 ・「製品」開発という言葉を使っていますが、「サービス」についてご回答頂いても構いません。 ・あらかじめ用意した選択肢を挙げてありますので、あてはまるところに○をつけてください。 ・大まかに、貴社の概要、製品や市場、ユーザー、市場からの情報収集、製品開発、緊急事態への対応、貴社全体の順に回答して頂きます。 ・測定の精度を高めるために、類似した項目が複数設定されています。 ・全項目とも回答は任意となっていますが、できる限りご回答をお願い致します。 ・記入は 25 分程度で終わると思います。 ・下記の URL もしくは送付状の QR コードからオンラインでの回答も可能です。調査票の pdf 版も同ページには公開していますので、そちらに回答を記入、メール送信していただいても構いません。 ・お忙しいところ大変恐縮ですが、同封の封筒にて 2025 年 1 月 10 日までにご回答・返送いただきたく存じます。 ・不明な点につきましては、下記までお問い合わせ下さい。 〒108-8345 東京都港区三田 2-15-45 慶應義塾大学商学部 濱岡研究室 hamaoka@fbc.keio.ac.jp https://www.fbc.keio.ac.jp/~hamaoka/

まず、貴社名をご記入ください

(貴社名 _____)

Q0. 回答いただく方は、宛名ラベルに記載されている方と同じでしょうか？

1. 同じ → Q1 から回答をお願い致します。

2. 異なる。ラベルが手許にないのでわからない。 → 下記に部署、役職を記入して下さい。

部署・役職(_____)

氏名 (_____)

Q1 貴社が事業展開されている業種、すべてに○をつけてください。

SQ そのうち、以下でお答え頂く業種について◎をつけてください。

- | | | |
|---------------|--------------|------------|
| 1.食品 | 14.自動車・自動車部品 | 27.不動産 |
| 2.繊維 | 15.その他輸送機器 | 28.鉄道・バス |
| 3.パルプ・紙 | 16.精密機器 | 29.陸運 |
| 4.化学工業 | 17.その他製造業 | 30.海運 |
| 5.医薬品 | 18.水産 | 31.空運 |
| 6.石油 | 19.鉱業 | 32.倉庫・運輸関連 |
| 7.ゴム | 20.建設 | 33.通信 |
| 8.窯業 | 21.商社 | 34.電力 |
| 9.鉄鋼業 | 22.小売 | 35.ガス |
| 10.非鉄金属及び金属製品 | 23.銀行 | 36.サービス業 |
| 11.機械 | 24.証券 | 37.その他 |
| 12.電気機器 | 25.保険 | |
| 13.造船 | 26.その他金融業 | |

以下では上で◎をつけていただいた業種、事業部についてお答え下さい(以下、当該事業・製品と呼びます)。

Q2.貴社の当該事業の昨年度の売上高を以下の中からお選び下さい(単一業種の場合は企業レベルの売上)。

- | | |
|-------------|--------------|
| 1 10 億円未満 | 5 ~1000 億円未満 |
| 2 ~50 億円未満 | 6 ~5000 億円未満 |
| 3 ~100 億円未満 | 7 ~1 兆円未満 |
| 4 ~500 億円未満 | 8 1 兆円以上 |

以下では当該製品や市場についての状況をお答え下さい

Q3 当該事業・製品にはどのような特徴があるでしょうか? 以下の項目それぞれについて、あてはまる場所に○をつけてください。

	まったく そうで はない	そうで はない	どちらと もいえ ない	そうで ある	まったく そうで ある
消費者向けの製品である	1	2	3	4	5
スペック、仕様などで製品の特徴が十分にわかる製品である	1	2	3	4	5
イメージ、感触などが重要な製品である	1	2	3	4	5
顧客もニーズを明確に表現しにくい	1	2	3	4	5
多数の素材、部品、要素から構成される	1	2	3	4	5
標準化された部品、素材を利用できる	1	2	3	4	5
部品や素材だけでなく、生産などのノウハウが重要である	1	2	3	4	5
製造方法や製品の特徴などを客観的な言葉で表現できる	1	2	3	4	5
特許の取得や、それによる保護が重要な製品である	1	2	3	4	5
使ってみないと良さがわからない製品である	1	2	3	4	5
ユーザーがカスタマイズすることが容易な製品である	1	2	3	4	5
ユーザーが開発したり、カスタマイズするための情報やツールは簡単に 入手できる	1	2	3	4	5

Q4 市場はどのような状況でしょうか？ 以下の項目それぞれについて当てはまるところに○をつけてください。

	まったく そうでは ない	そうでは ない	どちらと もいえな い	そうであ る	まったく そうであ る
売上げの成長率が高い	1	2	3	4	5
消費者、ユーザーの好みの変化が激しい	1	2	3	4	5
様々なニーズをもった消費者、ユーザーがいる	1	2	3	4	5
製品の差別化が難しい	1	2	3	4	5
価格競争が激しい	1	2	3	4	5
強力な競争相手がいる	1	2	3	4	5
法的な規制が強い	1	2	3	4	5
革新的な製品が高い利益や売上を挙げている	1	2	3	4	5
売上や利益を確保するには新製品の投入が必要である	1	2	3	4	5

Q5 競合他社と比べて貴社はどのような状況でしょうか？ 以下の項目それぞれについて当てはまるところに○をつけてください。

	まったく そうでは ない	そうで はない	どちら ともい えない	そうで ある	まったく そうであ る
他社と比べてシェアは高い	1	2	3	4	5
他社と比べて利益率は高い	1	2	3	4	5
他社と比べて製品の品質、機能は高い	1	2	3	4	5
他社と比べると流通チャネルは充実している	1	2	3	4	5
他社と比べて物流、ロジスティクスは充実している	1	2	3	4	5
他社と比べて優れた技術をもっている	1	2	3	4	5
他社と比べて特許の数は多い	1	2	3	4	5
他社と比べるとブランドイメージは高い	1	2	3	4	5
他社と比べると顧客満足度は高い	1	2	3	4	5
他社と比べて新製品の開発スピードは速い	1	2	3	4	5
他社と比べて新製品を多く発売する	1	2	3	4	5
他社と比べて新製品を早く発売する	1	2	3	4	5
他社と比べて革新的な機能、性能をもつ製品が多い	1	2	3	4	5
他社と比べて新しい用途の提案という面で市場をリードしている	1	2	3	4	5
他社と比べて新製品の成功率は高い	1	2	3	4	5

米国での研究によると、例えば計測機器を利用していたメーカーが、その計測機器をよりよいものにする努力を行い、新しい計測機器を発明し、市場に投入したという事例が報告されています。また、Linux はもともとフィンランドの大学生が開発しはじめたものです。さらに消費者が製品のアイデアを投稿するサイトもあります。このように、ユーザーによるイノベーションや製品開発が近年注目されています。

Q6 貴社のユーザーが、新しい製品をつくったりイノベーションの源泉となることはありますか？

1. まったくない 2. まれにある 3. ある 4. よくある 5. 多くある

Q7 貴社製品のユーザーはどのような状況でしょうか？ 以下の項目それぞれについて当てはまるところに○をつけてください。

	まったく そうで はない	そうで はない	どちらと もいえ ない	そうで ある	まったく そうで ある
優れた知識を持つユーザーが多い	1	2	3	4	5
優れた技術を持つユーザーが多い	1	2	3	4	5
極めて先進的なニーズをもつユーザーがいる	1	2	3	4	5
インターネット上でのユーザー間での交流が活発である	1	2	3	4	5
対面でのユーザー間での交流が活発である	1	2	3	4	5
ユーザーから苦情や喜びの言葉が伝えられることが多い	1	2	3	4	5
ユーザーからの新しい製品についての提案が多い	1	2	3	4	5
ユーザーが実際に新しい製品を実現することがある	1	2	3	4	5
貴社とユーザーのインターネットを通じた交流が活発である	1	2	3	4	5
貴社とユーザーの対面での交流が活発である	1	2	3	4	5
貴社が組織したユーザー会の活動は活発である	1	2	3	4	5
ユーザーが組織したユーザー会やコミュニティの活動は活発である	1	2	3	4	5
ユーザーに新製品の発売や使い方などの情報を提供している	1	2	3	4	5
ユーザーに製品の技術情報を提供している	1	2	3	4	5
ユーザーに開発ツールを提供している	1	2	3	4	5
ユーザーや顧客が製品開発プロセスに参加することが多い	1	2	3	4	5
ユーザーや顧客と共同で製品開発することが多い	1	2	3	4	5

以下では市場などの情報の収集、活用についてお答え下さい

Q8 貴社ではどのようにして、市場の情報を収集されていますか？ 以下の中から行われているものすべてをお選び下さい(○はいくつでも)。

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1.営業担当者を通じた情報収集 | 13.製品コンセプトのテスト(コンジョイント分析など) |
| 2.お客様窓口からの情報集約 | 14.実験室での製品テスト(模擬購買などのプリテスト・マーケティング) |
| 3.アドホックな消費者、ユーザー定量調査 | 15.限定地域、チャネルでのテスト・マーケティング |
| 4.定期的な消費者、ユーザー定量調査 | 16.クラウド・ファンディング型で、一定の予約・応援が集まると販売 |
| 5.POS、パネルデータの分析 | 17.ブランドエクイティの定量的評価 |
| 6.グループ・インタビュー、デプスインタビューなどの定性調査 | 18.企業イメージ調査 |
| 7.競争企業、製品のベンチマーク | 19.商圈、出店調査 |
| 8.顧客の利用/消費現場への訪問、観察 | 20.媒体(視聴率など)調査 |
| 9.オンエア前の広告テスト | 21.配荷調査 |
| 10.オンエア後の広告追跡調査 | 22.価格調査 |
| 11.パッケージやネーミングの定量的調査 | 23.オンライン・コミュニティでの会話のモニター |
| 12.試作品の試用、モニター調査 | 24.情報収集は行わない |
| | 25.その他(具体的に:) |

Q9 貴社の情報の利用状況について、それぞれについて当てはまるところに○をつけてください。

	まったく そうでは ない	そうでは ない	どちらと もいえな い	そうであ る	まったく そうであ る
収集した情報を十分に検討している	1	2	3	4	5
潜在的なニーズも把握する	1	2	3	4	5
潜在顧客の情報も把握する	1	2	3	4	5
顧客ニーズ情報が事業部門、部門間で共有されている	1	2	3	4	5
競合相手の情報が事業部門、部門間で共有されている	1	2	3	4	5
親会社や子会社とも情報を共有している	1	2	3	4	5
業界の技術交流会などによく参加する	1	2	3	4	5
企業間の共同研究によく参加する	1	2	3	4	5
親会社や子会社に対して優先的に技術についての情報を提供している	1	2	3	4	5
過去の調査結果なども蓄積され、必要なときにみることができる	1	2	3	4	5
情報を得ても実行するまでには時間がかかる	1	2	3	4	5
顧客からの提案を製品やマーケティングへと迅速に反映する	1	2	3	4	5

以下では製品開発についてお答え下さい。

Q10 貴社がここ1年間で発売した新製品はいくつぐらいでしょうか？ 総数および、その革新度合いに応じて、「アイテム追加」「大規模なモデルチェンジ」「これまでにない革新的な製品」の数をご記入下さい。

SQ そのうち、市場で成功したと思われるのは、いくつぐらいでしょうか？それぞれ、以下に記入して下さい。

	Q 総数	SQ そのうち市場 で成功した数
貴社が昨年度1年間で発売した新製品の総数		
(1)これまでの製品の改良、アイテムの追加など		
(2)大規模なモデルチェンジ、新ブランドの追加など		
(3)これまでにない革新的な製品		

Q11 貴社での製品開発は、どのようなきっかけで開始されることが多いでしょうか？以下の中からあてはまるものをすべてお選びください(○はいくつでも)。

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| 1.消費者、顧客ニーズの変化、それへの対応 | 9.生産現場(工場稼働率向上のため) |
| 2.消費者、顧客からの要望/提案 | 10. 社内での公募など公式な提案 |
| 3. 競合相手への対抗 | 11. 社員の思い入れや熱意など非公式な提案 |
| 4. 自社のブランドや製品ライン強化 | 12.技術環境の変化 |
| 5. 流行や計画的な陳腐化を行うため | 13.自社の技術開発の成功 |
| 6. 定期的に関係、新製品を投入する | 14.規制緩和 |
| 7. 営業/販売現場からの要望 | 15.海外の市場動向 |
| 8. トップからの指示 | 16.その他
(具体的に:) |

Q12 貴社では製品開発プロセスで、どのようなツールが使われていますか？ 以下の中から使われているものすべてを選び下さい(○はいくつでも)。

- | | |
|-----------------------------|----------------------|
| 1.CAD(コンピュータによる設計) | 7.試作品の作成による外観などのチェック |
| 2.CAE(コンピュータ上での試作、シミュレーション) | 8.試作品の利用による問題発見 |
| 3.ブレイン・ストーミングなどの発想法 | 9.情報共有のための情報システム |
| 4.創造性支援システム | 10.遠隔会議システム |
| 5.プロジェクト管理ツール | 11.その他(具体的に:) |
| 6.品質表 | 12.これらは使わない |

Q13 貴社の製品開発はどのように行われていますか？ 以下の項目それぞれについて当てはまるところに○をつけてください。

	まったく そうでは ない	そう では ない	どちらと もいえ ない	そうで ある	まったく そうで ある
顧客からの発注にもとづく、受注生産である	1	2	3	4	5
開発は逐次的に進め、前の段階の作業が終了するまで次には進めない	1	2	3	4	5
開発は様々な作業を並行して進める	1	2	3	4	5
研究開発、生産、マーケティングなど、関連する部門からなるチームを編成する	1	2	3	4	5
プロジェクトメンバーは複数の役割を果たしている	1	2	3	4	5
研究開発とマーケティングの両方に通じている者が多い	1	2	3	4	5
リーダーは開発から発売に至るまで責任と権限を持っている	1	2	3	4	5
リーダーは開発から発売に至るまでの多様な分野の知識を持っている	1	2	3	4	5
開発の手順は明文化されている	1	2	3	4	5
開発の各段階で何をすべきか細かく決められている	1	2	3	4	5
製品のコンセプトづくりの段階から消費者、ユーザーに評価してもらう	1	2	3	4	5
試作品をユーザーに使ってもらって仕様を確定する	1	2	3	4	5
開発の初期段階から生産計画も考慮する	1	2	3	4	5
開発の初期段階からマーケティングや販売計画も考慮する	1	2	3	4	5
開発中もじっくり考える時間は確保できる	1	2	3	4	5
開発の期限は厳しく管理される	1	2	3	4	5
製品を開発する際には事前に多量のニーズ情報を収集しなければならない	1	2	3	4	5
製品開発から発売までのプロセスで、さらに多くのニーズ情報が必要となる	1	2	3	4	5
製品を開発する際には事前に多量の技術についての情報を収集しなければならない	1	2	3	4	5
製品開発から発売までのプロセスで、さらに多くの技術情報が必要になることが多い	1	2	3	4	5
消費者のニーズ情報を入手したり解釈するには手間やコストがかかる	1	2	3	4	5
売上、シェアなどの予測は念入りに行う	1	2	3	4	5
売上や利益などの目標を明確に定める	1	2	3	4	5
発売した後も、売上目標をクリアしているか追跡調査をする	1	2	3	4	5
発売した後も、定期的に広告などの追跡調査をする	1	2	3	4	5
製品開発プロジェクトそのものについても事後的なレビューを行い次回開発に活かす	1	2	3	4	5

以下では震災、災害、新型コロナなどの緊急事態についてお答えください。

日本では 2011 年の東日本大震災、福島原発事故、現在の新型コロナウイルスといった課題が生じています。以下では、自然災害や大火災、疫病等の緊急事態に関してお答えください。

Q14 東日本大震災や福島原発による貴社への影響についてそれぞれお答えください。

	非常に大きな影響を受けた	大きな影響を受けた	影響を受けた	若干の影響を受けた	影響はほぼなかった
自社の拠点(工場、営業所)	5	4	3	2	1
原材料の調達	5	4	3	2	1
製品の流通	5	4	3	2	1
新製品開発活動、導入数	5	4	3	2	1
製品販売、マーケティング活動、費用	5	4	3	2	1
業績(売上、利益など)	5	4	3	2	1

Q15 自然災害や大火災、疫病等の緊急事態への対応として、貴社が行っておられるものをすべてお選びください(○はいくつでも)。

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| 1.緊急事態に対応する危機管理部門の設置 | 6.緊急事態を想定した生産拠点の整備 |
| 2.緊急事態時の業務継続計画の策定 | 7.緊急事態を想定した調達先の整備 |
| 3.緊急事態に備えた社内教育、研修 | 8.緊急事態を想定した官庁、自治体との情報共有、連絡 |
| 4.緊急事態を想定した社内での訓練 | 9.これらは特にしていない |
| 5.緊急事態を想定した取引先との情報共有 | 10.わからない |

Q16 新型コロナウイルスへの対策として、リモート業務が導入されてきました。コロナ前と比べた貴社の状況を回答してください。

	まったくそうではない	そうではない	どちらともいえない	そうである	まったくそうである
全社的に出勤頻度は大きく低下した。	1	2	3	4	5
社内での製品開発の会議や打ち合わせがリモート化された。	1	2	3	4	5
取引先との製品開発の会議や打ち合わせがリモート化された。	1	2	3	4	5
ユーザー、消費者向けの調査がリモート化された。	1	2	3	4	5
リモート化によって意思決定が円滑になった。	1	2	3	4	5
リモート化によって社内でのコミュニケーションが困難になった。	1	2	3	4	5

Q17 新型コロナウイルスによる貴社の市場や業務への影響を回答してください。

	まったくそうではない	そうではない	どちらともいえない	そうである	まったくそうである
消費者、ユーザーへの調査が困難になった。	1	2	3	4	5
新しいニーズが見いだされた。	1	2	3	4	5
新しい調達先や販路が見いだされた。	1	2	3	4	5
競争相手が変化した。	1	2	3	4	5
新製品開発で使うツールが変化した。	1	2	3	4	5
新製品開発で使う調査手法が変化した。	1	2	3	4	5
新製品の開発プロセスが簡略化、迅速化された。	1	2	3	4	5
新製品の開発数が削減された。	1	2	3	4	5
新製品導入時のプロモーション予算や人員の配分が変更された。	1	2	3	4	5
自社の売上が減少した。	1	2	3	4	5

Q18 新型コロナウイルスなどの緊急事態への貴社の対応について、あてはまるものをお選びください(○はいくつでも)。

- 1.国や自治体の指針よりも厳しい基準で出社制限などを行った。
- 2.国や自治体の指針が発出されたタイミングで出社制限などを行った。
- 3.国や自治体の指針の発出よりも遅れて出社制限などを行った。
- 4.国や自治体の指針の発出には関係なく業務を行った。
- 5.その他、わからない

以下では貴社全体についてお答え下さい。

Q19 以下のそれぞれの項目について、貴社の状況にあてはまるところに○をつけて下さい。

	まったく そう ではな い	そうで はない	どちら ともい えない	そうで ある	まった くそう である
失敗をおそれない社風である	1	2	3	4	5
失敗しても再挑戦できる雰囲気である	1	2	3	4	5
既存製品とはまったく異なる製品を発売することが多い	1	2	3	4	5
これまでとはまったく異なる技術に基づく製品の発売は他社よりも速い	1	2	3	4	5
既存製品とラディカルに異なる製品を投入することはほとんどない	1	2	3	4	5
新製品開発や新規プロジェクトの社内公募が行われている	1	2	3	4	5
必要な人材を集めるための社内公募制度が活用されている	1	2	3	4	5
製品、価格、広告など一貫性のあるマーケティングを行っている	1	2	3	4	5
顧客や取引先からの提案や苦情について、人や部門による対応のばらつきはない	1	2	3	4	5
トップが変わっても変わらない経営や行動の原則がある	1	2	3	4	5
経営の方向性をトップが明確に示している	1	2	3	4	5
経営の方向性を社員が意識している	1	2	3	4	5
必要な知識、情報を社内でも共有、問いかけることができるシステムがある	1	2	3	4	5
他の社員の研究や課題解決を支援することが奨励されている	1	2	3	4	5
個人の主体性が重視されている	1	2	3	4	5
組織の調和、コンセンサスが重視されている	1	2	3	4	5
貴社は顧客や取引先から信頼されている	1	2	3	4	5
貴社は顧客や取引先からも公正な企業だと評価されている	1	2	3	4	5
社員は貴社の社員であることに誇りを持っている	1	2	3	4	5
貴社は社会からも尊敬されている	1	2	3	4	5

Q20 単純集計の結果は今年度末にまとめる予定です。ご希望の方には、その概要をメールアドレスに送付させていただきます。メール送付を希望されますか？

- 1.希望しない。 2.希望する。→(メールアドレス)

以上でアンケートは終わりです。記入ミスや回答漏れがないか、もう一度ご確認の上、返送下さるようお願いいたします。
お忙しいところ誠にありがとうございました。

hamaoka@fbc.keio.ac.jp

まで返送をお願い致します。