

# 論文内容の要旨

本論文は、新規プロジェクトが企業内で発足し、事業化へのプロセスを経て、社会での普及に至るプロセスをグレイナー（1998）の企業成長モデルをベースに、製品開発のプロセスと事業開発のプロセスの二面から詳細な分析を通して議論することによって、グレイナー・モデルの精緻化を試みる。そのことを通して、筆者がグレイナー・モデルを発展的に事業開発のプロセス（実用化、事業化、社会普及）として研究したものである。

企業成長に関してグレイナーは、その「企業成長モデル」において、5つの段階を提示している。このモデルは、大筋において首肯できるものの、実際には各段階を超えるのは容易ではない。本研究では、各段階の間に立ちふさがるコンフリクトやジレンマを明らかにし、またどのようにコンフリクトを解消しジレンマを乗り越えたかを明らかにする。その実証的研究のために、筆者が直接的に関わった地価情報コンテンツの実用化、事業化と社会普及のプロセスを追って明らかにし、グレイナー・モデルの精緻化を試みている。

即ち、企業内で開発され事業化を達成したプロジェクトの製品開発プロセスと事業開発プロセスをグレイナーの企業成長モデルを基に開発プロセスの各段階で起こるコンフリクトとジレンマを定性的な方法の一つであるアクターネットワーク論（以下、ANT論）にて明らかにすることである。

研究背景では、何故筆者が自社開発を断念し、オーナー企業で開発を志向せざるを得なかったのかを解説し、その後の詳細な開発プロセスを議論している。製品開発の事例では（事例研究）、三つの事例を対象とし

- ① 医師が事業者になった文献事例、
- ② 強靱なビジネスプランで実践した起業家、
- ③ 筆者が直接的に関わった地価情報コンテンツの例を用い、事業化プロセスの三段階（実用化、事業化、社会普及）で事業達成の要因を議論している。

この地価情報コンテンツ開発のケース分析をANTの方法論によって、その複雑な要因間の相互の作用を解明している。地価情報コンテンツの相続税路線価の作業の理解を深めるために、重要なデータチェックとしての操作手順書を付録として記載した。これは、実際に作業を操作したものを手順書として作成したものである。データ作成時の最適な判断ができるようコメントを挿絵として掲載している。製品（価値）を生産する現場では、優先させるべきは、スピード、正確性であり、また実行における操作の容易性である。これは、製品開発プロセスにおける重要な工程である。

事例研究からは、起業家が事業を達成するためのリーダーシップが重要なことは、三例ともに共通していると言えよう。起業家が具体的に何をするのかという明確な目的があり、そのプランを確実に実施していくための強靱な意志がリーダーシップの中に内包されていることも重要な点として指摘されなければならない。この二点において、ANT論が、有効に事象を分析・説明できたと考えることができる。

事業の達成には、製品制作プロセスと事業開発プロセスがあるが、製品開発の実行において様々な障害が生じる。それらの障害に対する対処も事業の創造プロセスとして記述している。事業開発の場にリアリティをもって説明し、地価情報コンテンツを中心とした、事業プロセスの研究においてもANT論による記述と分析が適切であったと考えられる。

結論として、ベンチャー企業と経営資源が豊富であるオーナー企業との事業目的達成のための相乗効果が確認できたこと、さらに開発戦略と製品インベーションの推進が可能になったことを研究成果と意義にまとめ、オーナー企業への移行とその後のプロセスの運用をまとめている研究である。