**＜事例研究論文要旨＞**

**製造業中小企業の新製品コンセプト創造における**

**情報発信とソーシャル・ネットワークの効果について**

**大谷隆児、名取隆**

立命館大学大学院テクノロジー・マネジメント研究科

製造業中小企業の新製品開発における新製品コンセプト創造の段階に着目し、アンケート調査の定量分析と事例分析を行った。その結果にもとづき、情報発信からソーシャル・ネットワークを活用して新たな市場向けの新製品コンセプトを創造し新製品開発に至るメカニズムについて考察し仮説を提案した。①既存の自社商品や技術について情報発信し、②反響として得られる現状の製品・サービスでは対応できない案件や想定外の用途の問合せに着目して、③問合せ元と情報のやり取りを行いニーズを把握し、④ソーシャル・ネットワークを活用して専門家の意見等をヒントとして、自社固有の技術に新たな技術と工夫を加えて新製品を開発し新たなマーケットを創造する、一連のメカニズムが明らかになった。このメカニズムはソーシャル・ネットワークの役割についての新たな見解を提示すものであり、本論文ではこれを、「インフォメーション・レゾナント効果」と名付けた。