

## 企業における研究開発と技術進歩

奥 田 栄

(日立製作所基礎研究所主任研究員)

「ものは、作れば作るほどやすくなる。」確かにこれは、一面の真理である。しかし、原材料費や人件費が高騰しているなかでこれを実行しようとする、大きな無理が生じる。値上げをするためには絶えず新製品を送り出す必要があり、また、値上げを消費者に納得させるためには不必要とも思える機能を次々に付け加えていくということにもなりかねない。このような企業の活動を支えているものが技術開発であり、その延長線上に企業科学が位置している。

企業の目的が利潤の追及であってみれば、企業科学にあっては自ずとアカデミズムにおける研究にたいするのとは異なった評価基準が成立するであろう。しかし、短期の動向が需要によって決定されるのにたいして、長期の動向を左右するのは各企業の技術供給であると信じられているため、ときどき企業研究所ブームといわれるものが到来する。これは、そのときの景気によって左右され、研究所の設置件数と景気の動向のあいだには密接な関係がみられる。岩戸景気は中央研究所ブームを引き起こしたし、平成景気が基礎研究所ブームを引き起こしたことは記憶に新しい。

生産型の研究では、成果が生産にむすびつき、注ぎこんだ研究開発費を上回る利益が期待されるのにたいして、ただ研究費を注ぎこむだけでほとんど見返りを期待できないようなものが消費型の研究である。日本も基礎研究に力をいれるべきだというときには、おそらく、日本もこれだけ豊かになったのだから消費型の研究をさせよということであろう。ところが、いま企業研究所で行なわれている研究は、それが基礎研究となづけられていたとしても、生産型の研究である。これは、企業としてはきわめて健全な態度というべきである。もし企業に本当に消費型の研究を要求するのならば、そのときにはなんらかの公的基金の裏づけが必要であろう。