

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 9 日現在

機関番号：15401

研究種目：研究活動スタート支援

研究期間：2012～2013

課題番号：24830028

研究課題名(和文) 海外拠点における製品開発：開発機能の形成とボトルネックの所在

研究課題名(英文) Product Development Globalization: processes and obstacles

研究代表者

金 熙珍 (Kim, Heejin)

広島大学・社会(科)学研究科・講師

研究者番号：40634530

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,300,000円、(間接経費) 690,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の目的は、製品開発機能のグローバル化プロセスおよび、そのプロセスにおけるボトルネックを探ることであった。研究方法としては、主に日系・韓国系多国籍企業を対象にインタビュー調査を通じてデータを収集し、事例分析を行った。

研究結果を一言でいうと、主要海外市場への対応のため製品開発機能をグローバル化させていくには、本社と海外拠点の間に効果的な知識連携体制を構築することが重要である。例えば、本研究の事例分析では、本社で現地化製品開発を行ってみる経験が本社と海外拠点とのよりスムーズな連携を可能にすること、また海外エンジニアの本社逆駐在を通じて長期的な知識疎通が促進できることを指摘している。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this research is to analyze about the processes and obstacles of globalizing product development function of MNCs. Main methodology is case studies of Japanese and Korean MNCs operated in China, India, Korea, Thailand, etc. To summarize the result, it can be said that building an effective knowledge linkage is critical when globalizing product development function. Without this linkage, a successfully localized and competitive product is difficult to be developed. For example, case studies of Denso indicate that headquarter's experience of developing localized products for foreign market is useful to build smooth linkage with foreign subsidiaries. Also, inpatriation of foreign engineers to headquarter facilitate to build long-term linkage between home and foreign subsidiaries.

研究分野：国際経営

科研費の分科・細目：経営学

キーワード：グローバル製品開発

1. 研究開始当初の背景

修士課程の時から製品開発のグローバル化に興味を持ち、事例研究に取り組んできた。その中で、製品開発機能のグローバル化といった課題は、従来の販売・生産のグローバル化と異なるプロセスおよびボトルネックが存在する可能性があると感じ、その課題をより掘り下げた研究を進めたく、科研を申請することに至った。

2008年のリーマンショックにより日本企業の主な市場であった欧米での消費が冷え込む中で、多くの企業が今後とも成長が期待される新興国でのビジネス本格化を打ち出している。現地に合った製品開発、開発の現地化は新興国市場での成功を収めるために重要なキーワードになっている。しかしながら、長い間本国に集中させてきた開発機能をグローバル化させることは決して容易ではない。モノではなく、知識を媒体とする製品開発活動ならではの特性、また国境を超えたビジネス展開といった多国籍企業の特性を十分に踏まえながら、製品開発のグローバル化に関する研究をする必要性が高いと判断したのが、研究開始の背景である。

2. 研究の目的

本研究の主な目的は、近年多くの日本企業が製品開発機能をグローバル化させていく現象をうけ、開発のグローバル化プロセスはどういったものか、また、そのプロセスにおけるボトルネックや課題はどういったものかを探ることであった。

20世紀半ばに米国で発達した多国籍企業論(直接投資論)は当初、米国の大企業が本国における強みを活かして生産拠点を国際展開し、現地企業に対する競争優位を確保する現象を分析してきたが、その後、欧州、日本、新興国などを本国とする多国籍企業に研究対象が広がり、また生産活動のみならず研究開発(R&D)活動の多国籍化に関する研究も1990年代以降活発化した。本研究はそ

うした研究の流れの中で、日本の代表的な自動車部品メーカーであるデンソーにおける製品開発活動の多国籍化に焦点を当て、そのグローバル製品開発戦略の比較分析を試みたものである。

3. 研究の方法

製品開発グローバル化のプロセスおよびボトルネックを探るといったテーマから、本研究ではインタビュー調査からのデータ収集による事例研究を主な研究方法としている。主な研究対象は日系多国籍企業、特にデンソーの事例を中心に調査した。

研究初期のフレームワーク作成のためには、日系・韓国系・欧米系企業の事例を調べ、類型化を進めた。より具体的には、本国拠点で集中開発するか海外開発拠点を設置するか(本国/海外)という立地選択と、製品設計を現地市場のニーズに合わせて現地化するか世界標準設計で対応するか(標準化/現地化)という設計選択という2軸で多国籍企業の製品開発活動を類型化したのが、本研究の中核的な分析フレームワークである。またこの枠組に従って、各国開発拠点の「分業・配置」と「連携・調整」を分析している(図1)。

図1 製品開発戦略の4類型

製品設計	標準化	Ⅲ. 海外・標準化 (例) ALPS (Korea) Bosch (India, Japan) LG (China)	I. 本国・標準化 (例) Kao Matsushita Canon
	現地化	Ⅳ. 海外・現地化 (例) Alpine (China) Ajinomoto (China) LG (India, Thailand) Honda (India) Delphi(India)	Ⅱ. 本国・現地化 (例) Hyundai Motors Sony Denso Samsung
		海外	本国
		開発立地	

このような開発戦略の類型に基づき、インタビュー調査を通じたデータの収集を行

った。例を以下の表1で紹介している。

表1 インタビュー・リスト(一部)

面会日	社名
2012.11.30	ALPS Korea
2013.3.12	ALPS Korea
2012.8.8	デンソーインドネシア
2012.11.8	デンソー日本本社
2012.11.29	デンソー韓国 DNPE
2013.1.28	デンソーインド(DSEC)
2013.2.6	デンソー日本本社
2013.3.19	デンソー日本(大安製作所)

4. 研究成果

本研究は、国際経営論、とりわけ製品開発のグローバル化に関する実証分析研究と位置付けられ、以下のような3点を主な成果として取り上げることができる。

第一に、一企業(デンソー)の複数拠点(6カ国)の比較事例分析を一貫して行っており、国際経営論のこの領域における既存研究のながれに対して、もう一步踏み込んだ研究になっている。つまり、製品開発に関する議論や新興国戦略論において‘本社と現地拠点の連携’や‘現地に合った製品開発’の重要性を強調するが、本研究はその連携や成功的な現地化製品の開発のために、どのような課題があり、解決策は何かに至るまで議論を深めている。

第二に、単に既存の研究開発拠点の事後的な記述や機能分析に留まらず、それらはどのような経路で形成されてきたかを、発生論的な観点から動的に分析しており、製品開発のグローバル化パターンがときに創発的であることを詳細な実証分析を通じて示すことで、既存研究に貢献していると考え。特に、同分野の既存研究が主に欧米企業を対象にし、グローバル化された後のR&D拠点に関するマクロ分析が多かったことに対して、本研究は長らく開発機能を本国に集中させて

きた日本企業ならではの課題と開発グローバル化プロセスを探った。

第3に、同分野における今後の研究課題をより明確にすることが出来た。本研究では主にデンソー1社の多拠点を分析対象とし、研究のフレームワーク及び議論の焦点を狭めることができた。ここから得られた見地を他企業に適用し、研究対象を広げていくことによって、より一般化可能な知識を生み出せることと考える。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 6 件)

1. Heejin KIM (2013). Inpatriation: A Review of Three Research Streams, *Annals of Business Administrative Science*, 12, p.327-p.343. 【査読有】

2. Heejin KIM (2013). Local Engineers as Knowledge Liaison: How Denso India Succeed in Developing Wiper-System for Tata Nano, *Annals of Business Administrative Science*, 12, p.45-p.62. 【査読有】

3. 金熙珍 (2012)「新興国市場におけるドミナント・ロジック：インド市場でのLGとSonyの事例から」『ものづくり経営研究センター(MMRC)・ディスカッションペーパー』407、p.1- p.23【査読無】

4. 金熙珍 (2012)「現地開発機能形成の決定要因：デンソーの6拠点の事例から」『国際ビジネス研究』第4巻第1号、p.63- p.79. 【査読有】

5. 金熙珍 (2012)「現地人エンジニアが主導する製品開発：デンソー・インド(DNIN)がTata Nanoのワイパー・システム受注に至ったプロセス」『赤門マネジメント・レビュー』11巻5号、p.305- p.326. 【査読有】

6. Kim Heejin (2012). Customer

heterogeneity and overseas product development, *MMRC Discussion Paper* 389, pp.1-19. 【査読無】

〔学会発表〕(計 3 件)

1 . Heejin Kim(2013.6.13) ‘ Product development for emerging markets: Denso’s challenge for changing headquarter organization ’, GERPISA International Colloquium, ENS Cachan, Paris, France.

2 . Heejin Kim(2013.5. 17) ‘ Impatriation of engineers: how they connect Headquarter and local subsidiary? ’, ABAS(Annals of Business Administrative Science) Conference 2013 Spring, Kojima Conference Room, University of Tokyo.

3 . 金熙珍 (2013.4.27)「新興国向け製品開発：デンソーにおける本社組織の対応」、国際ビジネス研究会大 73 回関東部会、早稲田大学

〔その他〕

【博士学位論文】

金熙珍 (2014)「グローバル製品開発のマネジメント：デンソーの事例を中心に」東京大学経済学研究科博士学位論文 (2014 年 5 月 28 日、東京大学経済学研究科)

6 . 研究組織

(1)研究代表者

金 熙珍 (KIM, Heejin)

広島大学社会学研究科 講師

研究者番号：40634530