

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 8 日現在

機関番号：32621

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25380528

研究課題名(和文) 日本企業の新興国市場向け直接投資と企業間ネットワークに関する実証研究

研究課題名(英文) Foreign Direct Investment of Japanese Firms in New Developing Countries and Inter-Firms Networks

研究代表者

竹之内 秀行 (TAKENOUCHI, HIDEYUKI)

上智大学・経済学部・教授

研究者番号：90297177

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,000,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、新興国市場への参入における、日本企業の相互依存的海外投資行動について研究を行った。その際には、当該企業の企業間ネットワークに着目した。

まず、1987年～2005年の日系自動車部品メーカーの対中投資データベースの構築と精緻化を行った。そして、実証研究を行った。その結果、2点が明らかになった。第1に、同業他社が多く進出している地域を選択する傾向にあるが、過度に集積が進むとその地域を避ける傾向にある。第2に、同業他社に応じて異なる影響が及ぼすことが分かった。特に、取引先を共有する同業他社の影響が強いこと、同業他社との関係が補完的なのか競合的なのかによって影響が異なること、が分かった。

研究成果の概要(英文)：This research examined the interdependent market entry decisions of Japanese auto-parts firms in emerging market and focused on inter-firms network.

We developed the database of Japanese auto-parts firms' entries in China from 1987 to 2005 and the improvement of the database is still ongoing. Based on the database, we empirically analyzed the interdependent market entry. These are the analyses: First, we found that Japanese auto-parts firms made an investment in China, influencing by competitors in the industry. But, the level of influence declined as these competitors has invested in China. Second, we found that the relationship between the auto part firms and its competitors is diverse. They could have a competitive or complementary relationship. This relationship has a big influence in market entry for the auto parts firm.

研究分野：社会科学

キーワード：海外直接投資 新興国市場 企業間ネットワーク 相互依存的投資行動

1. 研究開始当初の背景

日本企業の海外展開は、ここ数年その質において大きな変化を見せつつある。直接投資額の増加だけではなく、投資先として新興国市場向けの投資がその重要性を高めつつあるのである。

新興国市場は、投資先としての不確実性の高い市場である。というのも、新興国市場には、事業を展開する上でのインフラの未整備、供給業者や販売チャネルの未発達、消費者教育の必要性など、新興国市場には先進国市場では企業が直面しない課題が存在している。つまり、政府政策や社会制度の面で制度的欠陥 (institutional voids) が存在しているのである。

企業が不確実性へ対応する方法は、大きく2つに分けることができる。1つは、経験を蓄積することで対応する方法である。もう1つは、他社の行為を参考とする方法である。われわれは、後者に着目する。つまり、他企業との相互依存的投資行動に着目する。

こうした企業の海外直接投資に関する研究蓄積はないわけではない。むしろ、非常に多くの研究が蓄積されてきている。たとえば、ニッカバッカー(1973)は明示的に企業間の相互作用に焦点を当てたフォロワー・ザ・リーダー仮説を提示している。しかし、十分な検証が行なわれてきたとは言えない。

加えて、本研究では、もう1つの視点として企業間ネットワークに着目する。なぜなら、相互依存的投資行動は、企業の保有する企業間ネットワークの性質によっても変化すると考えられるからである。

したがって、本研究では、新興国市場という不確実性の高い市場に対して、日本企業が企業間ネットワークを用いながら、いかに対処しているかを明らかにできるだろう。

2. 研究の目的

新興国市場への参入における、日本企業の海外直接投資行動パターン、特に企業間の相互依存的投資行動を明らかにすることである。その際には、企業の有する企業間ネットワークに着目する。対象としては、1980年代後半以降の日本企業の新興国市場向けの海外直接投資を扱う。

さらに、本研究の具体的な特徴として3点あげることができる。第1に、新興国市場のように制度的欠陥 (institutional voids) の存在する市場に対して、日本企業がどのような投資行動をとっているのか、その現状へ接近できるだろう。本研究は、その一端を明らかにできるだろう。第2に、これまで理論的には取り上げられてきたものの、十分に実証研究が行なわれてこなかった日本企業の相互依存的投資行動を明らかにできる。本研究では、不確実性に対応するために他社の行為を参照することが対応方法の1つであると考えている。しかし、他社の行為を参照

すれば、必然的に自社はフォロワーとなってしまう。逆に、先導者は直面する環境の不確実性は高いが、先発者の優位性を享受できるかもしれない。つまり、両者の間にはトレードオフが存在している。本研究は、こうした先発優位と後発優位の議論に対して、海外直接投資の分野から貢献が可能な可能性がある。第3に、企業のネットワークに着目することで、海外直接投資の分野からネットワーク分析の研究蓄積へと貢献が可能となる点にある。特に、複数のネットワークを取り上げることで、ネットワークによる影響の違いを明らかできるだろう。

以上のような点から、新興国市場への日本企業の相互依存的投資行動パターンを企業間ネットワークとの関係について議論する。

3. 研究の方法

(1) 既存の文献・資料を国内外にわたり、収集し、関連する理論と実証研究について検討を行った。特に、企業の海外投資行動と新興国市場については Journal of International Business Studies や Journal of International Management などを検討し、相互依存的行動については Strategic Management Journal や Academy of Management Journal などの戦略・組織分野の文献を検討し、分析視角の検討を行った。

(2) 日本企業の新興国市場向けの海外直接投資として、日本の自動車部品メーカーの中国市場向け投資へ対象を絞った。自動車部品メーカーの中国進出へ対象を絞った理由として、自動車部品メーカーに関するデータが充実しており、データの入手が可能であることがある。加えて、本研究の目的と次の2点において合致しているからである。第1に、1990年代以降の中国市場の重要性と高い不確実性ゆえに、相互依存的投資行動が発生しやすいことがある。第2に、完成車メーカーとの垂直的關係、部品メーカー間の垂直的な取引關係、部品メーカー間の補完・競合關係など、複数の企業間關係が存在しているからである。

まず最初に、日本の自動車部品メーカーの中国進出に関するデータベースの構築と精緻化に取り組んだ。データベースの構築に関しては次のようなプロセスを採用した。第1に、東洋経済新報社の『海外進出企業総覧』各年版を用いて日系自動車部品メーカーの中国進出に関するデータを収集した。具体的には、親会社の名称、中国拠点の名称、住所、設立年、事業内容、生産品目、親会社の出資比率のデータなどを収集した。ただし、対象を製造拠点到限定した。第2に、それらすべての拠点について、各社の有価証券報告書、各社のニュースリリースなどの公表資料、社史を通じて、確認をするとともに、新たに確認された中国進出データを加えたり、異なる記録が発見された場合には修正を加えた。第

3に、日経テレコン21を用いて、1987年から2005年までの新聞記事を「社名」と「中国」という検索ワードで収集することで、さらに中国進出データへ修正と追加を行った。この3つの段階を経てデータベースを構築した。

その際には、2つの点に注意を払った。1つは、一方向的なプロセスではなく、新聞記事を確認したのちに再び公表資料に戻って確認を行うなど、繰り返しデータの確認作業を行った。もう1点は、一人でデータの確認を行うことなく、2人以上が同じ作業に携わるようにした。それによって、データの信頼性の向上を図った。なお、この構築したデータベースには、自動車部品メーカー名、中国法人名、設立時期、設立省、出資比率、生産品目、に関するデータが含まれている。

(3)構築したデータベースに基づいて、定量的な分析を行った。そして、その分析結果について学会や研究会において報告を行い、検討を行った。

4. 研究成果

以下では、構築したデータベースによって可能となった大規模サンプルによる統計研究を通じて得た知見について報告する。

(1)新興国市場への直接投資は、とても不確実性の高い状況下において行われる。新興国市場には政府政策などの面で制度的欠陥(institutional voids)が存在しているほか、事業を展開する上でのインフラの未整備、供給業者や販売チャネルの未発達など、新興国市場には先進国市場では企業が直面しない課題が存在しているのである。そのため、他社の投資行動を考慮に入れながら、自社の投資の意思決定を行うのである。こうした他企業の行動を参照する背後には、観察学習や正当性の確保などのメカニズムが働いている。

このように、新興国へ進出は不確実性が高い上に、新興国市場は国内での地域差が大きい(Chan, Makino and Isobe, 2010)。そのため、新興国市場内のどの地域へ進出するかが重要となる。たとえば、中国市場であれば、上海に進出するか、それとも広東省へ進出するか、さらには四川省へ進出するか、が重要な決定となる。

そこで、1988年～2005年までの日系自動車部品メーカーの中国市場への参入に関するデータを収集し、データベースを構築した。そのデータベースに基づいて、中国市場における立地選択(省選択)について分析を行った。その際に、2つの視点を設定した。1つは、相互依存的投資行動の視点である。したがって、当該企業が立地選択を行う前年までに当該地域へ進出している同業他社の数に注目した。中国市場の不確実性を考えれば、前年までに進出している数が多ければ多い

ほど、当該企業はその地域を立地選択する可能性が高いと考えられる。

第2の視点は、不確実性の視点である。不確実性の水準が高ければ高いほど、他企業の行動を参照するし、不確実性の水準が低ければ低いほど、自らの保有する情報に基づいて意思決定すると考えられる。そこで、本研究では3つの側面から不確実性を操作化した。1つは経験である。具体的には最初の投資なのか、2回目以降の投資なのか、である。2つ目は、企業間ネットワークである。企業間ネットワークは、現地企業とのネットワークと商社とのネットワークの2つの点から捉えた。現地企業との合弁により、現地の情報を把握することが可能となり、他社を参照する可能性は低下すると考えられる。また、商社との合弁により、現地情報を把握し、他社を参照する可能性は低下すると考えられる。

分析手法としては、条件付きロジット分析を用いた。その結果、以下のことが明らかになった。1度目よりも2度目の方が、同業他社(産業レベル)が進出している地域であるほど、当該企業はその地域を選択する傾向にある。ただし、同一部品カテゴリーの同業他社(部品レベル)の行動は影響を及ぼしていない。商社との合弁での進出の場合の方が、同一部品カテゴリーの同業他社(部品レベル)が進出している地域であるほど、当該企業はその地域を選択する傾向にある。ただし、産業レベルでは影響を及ぼしていない。

現地との合弁かどうかは、当該企業の相互依存的投資行動に何ら影響を及ぼしていなかった。ただし、現地の合弁であっても、同業他社(産業・部品レベル)の立地選択の影響を受けていた。

こうした結果の示唆として、2点あげることができる。1つには産業レベルと部品レベルで他企業の行動が異なることが明らかとなった。2つ目に、日本の自動車部品メーカーの相互依存的投資行動は複数のメカニズムから引き起こされている可能性がある。中でも、正当性確保が大きな影響を及ぼしているかもしれない。

(2)日本の自動車部品メーカーの対中投資を対象として、2つの企業間関係が当該企業の立地選択へ与える影響を検討した。2つの企業間関係とは、取引先との関係と部品カテゴリーである。具体的には、取引先との関係とは、取引先を共有する同業他社のことであり、部品カテゴリーとは同じカテゴリーの部品を製造する同業他社のことである。

1989年から2005年までの期間に対中投資を行なった104社をサンプルとして、条件付きロジット分析を行った。分析の結果、以下のことが明らかとなった。第1に、市場としての魅力を示す域内総生産や、自動車生産量が示す自動車産業の産業集積、さらには政策面での優遇措置が、日系自動車部品メーカーの立地選択へ影響を及ぼすことが分かった。さらに、日系完成車メーカーのみならず第三

国の完成車メーカーの進出も、立地選択に対して影響を及ぼしていた。

第2に、本国の同業他社が進出している地域ほど立地先として選択されるものの、過度に同業他社が集積すると、その地域は選択されなくなる傾向があることが分かった。加えて、すべての同業他社が同じように、日本の自動車部品メーカーの立地選択へ影響を及ぼすわけではなく、取引先を共有する同業他社が集積する地域のほうが選択される傾向があった。

第3に、取引先との関係と部品カテゴリーを同時に考慮すると、各グループに応じて異なる影響を及ぼしていることが分かった。取引関係の共有あり&同一部品カテゴリーの同業他社と、取引関係の共有なし&異なる部品カテゴリーの同業他社が進出している地域ほど、日系自動車部品メーカーはその地域を避ける傾向にある。また、取引関係の共有あり&異なる部品カテゴリーの同業他社と、取引関係の共有なし&同一部品カテゴリーの同業他社が進出している地域ほど、その地域を選択する傾向にある。

こうした結果の示唆として、日本の自動車部品メーカーは中国市場における立地選択において頻度ベースの模倣戦略を採用していると考えられる。これは、自動車部品メーカーが対中投資を行うにあたっての高い不確実性と関係があると考えられる。環境の不確実性が高い状況においては、企業的意思決定者は、自らの経験にのみ基づいて判断を下すのが困難となる。

第2に、すべての企業について追従するわけではなく、対象企業の特徴によって追従するケースとそうではないケースがある。その意味では、制度化理論の文脈でとらえれば、頻度ベースに加えて特徴ベースの模倣が行われている可能性がある (Haunschild and Miner, 1997)。

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3件)

竹之内秀行・齋藤泰浩「立地選択における相互依存的行動：日系自動車部品メーカーの対中進出」『Economic Research Society of Sophia University』、査読無、J(15)1巻、2016、1-24。

高橋意智郎「日本市場におけるCOEsの特性と経営成果」『国際ビジネス研究』、査読有、7巻2号、2016、89-103。

竹之内秀行・齋藤泰浩「在日外資系企業の戦略：撤退のケース」『Economic Research Society of Sophia University』、査読無、61巻、2015、1-12。

[学会発表](計7件)

TAKENOUCHI H., ANDO K. and TAKENOUCHI, R., 'Firm Experience and

Interdependent Behavior in Plant Location Choice: Entry of Japanese Auto-Parts Suppliers' into China', SASE (Society for the Advancement of Socio-Economics), 2016.6.24 - 2015.6.26, Berkley (USA).

齋藤泰浩・竹之内秀行「日本企業の立地戦略」、『国際ビジネス研究学会九州部会、2016年3月5日、九州産業大学(福岡県・福岡市)

TAKENOUCHI H., SAITO Y. and TAKAHASHI, I., 'Interdependent Behavior in Plant Location Choice: Japanese Auto-Parts Firms' Entry in China', SASE (Society for the Advancement of Socio-Economics), 2015.7.02 - 2015.7.04, London (U.K).

齋藤泰浩・竹之内秀行「在日外資系企業の役割と能力」、『国際ビジネス研究学会九州部会、2015年3月7日、九州産業大学(福岡県・福岡市)。

竹之内秀行・齋藤泰浩「多国籍企業の在日子会社の動向をめぐる実証研究：第4報告在日外資系企業の撤退」、『国際ビジネス研究学会、2014年11月3日 2014年11月4日、北海学園大学(北海道・札幌市)。

高橋意智郎「多国籍企業の在日子会社の動向をめぐる実証研究：第3報告在日本市場におけるCOEs (Center of Excellence)の特性」、『国際ビジネス研究学会、2014年11月3日 2014年11月4日、北海学園大学(北海道・札幌市)。

竹之内秀行・齋藤泰浩「外資系企業の日本市場戦略」、『国際ビジネス研究学会九州部会、2014年3月1日、九州産業大学(福岡県・福岡市)

6. 研究組織

(1)研究代表者

竹之内 秀行 (TAKENOUCHI, Hideyuki)

上智大学・経済学部・教授

研究者番号：90297177

(2)研究分担者

齋藤 泰浩 (SAITO, Yasuhiro)

桜美林大学・経済経営学系・准教授

研究者番号：50296224

高橋 意智郎 (TAKAHASHI, Ichiro)

実践女子大学・人間社会学部・准教授

研究者番号：80407220