

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 5 月 27 日現在

機関番号：15301

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24530462

研究課題名(和文) 地方のオンリーワン型中小企業の企業家活動と競争力の源泉

研究課題名(英文) The activities of entrepreneur and source of competitive advantage about the small and medium-sized enterprises of `the Only-One Type` in local area

研究代表者

戸前 壽夫 (Tomae, Hisao)

岡山大学・社会文化科学研究科・准教授

研究者番号：40308763

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,900,000円

研究成果の概要(和文)：岡山県にあるオンリーワン型中小企業に対してヒアリング調査を行い、その特徴について研究を行った。特定のセグメントに特化することで技術的な強みを築き上げ、セグメント内での高いシェアを有することで寡占的な供給者になっていて、規模の経済を活かしている。地方立地の中小企業であるため、取引先との距離は離れているが、さまざまな工夫で克服していた。地方立地の中小企業の可能性を見出すことができた。

研究成果の概要(英文)：We visited the small and medium-sized enterprises of `the Only-One Type` in Okayama Prefecture to hearing research and search of the advantage. They construct technological strongness in the segmentation concentrated. They enjoy the scale merit in the oligopoly market. They exist in local area, so their customer are different. They save their resource in variety way. We find out the possibility of the small and medium-sized enterprises in local area.

研究分野：経営学

キーワード：オンリーワン型企业 地方立地 中小企業

1. 研究開始当初の背景

近年、産業クラスターを中心とする産業集積論の研究が盛んであるが、地方に立地する中小企業は必ずしも産業集積地に立地するとは限らない。しかし、産業集積地ではなくとも独自性のある製品やサービスで雇用の創出や消費に貢献する中小企業は、わが国の地方経済の活性化の重要な担い手である。経営学視点から調査を行おうとしたものである。わが国のオンリーワン型中小企業について、オンリーワン製品・サービスを核とした事業創造のプロセスにおける企業家活動やガバナンスを含めた包括的な分析を試みた実証研究はまだ十分な蓄積があるとは言えない。

2. 研究の目的

地方においてオンリーワン製品・サービスを生産する革新的な中小企業に焦点を当て、経営資源をどのように獲得するのかおよび、製品/サービスをどのように販売するのかに着目し、事業創造と企業家活動、製品・サービスの特性、経営戦略、組織間関係、経営資源に関してどのような特徴を有するかを探求することにある。研究分担者于琳は中国の地方の中小企業の企業家活動と戦略の統計的な分析を行ってきた。こうした成果との比較によるオンリーワン型企業の特性の探求も研究の目的である。

(1)近年の産業集積の提唱者である Porter は、クラスターの意義として「クラスターが存在することは、競争優位のかなりの部分は、任意の企業の内部どころかその業界の内部にさえ存在せず、むしろその事業部の立地に由来していることが窺われる」と述べられ、比較する企業の能力を同一と仮定する場合、立地という企業の外部環境の良好さが、その生産性の高低に大きく影響するという主張がなされており、立地の重要性が主張している〔“On Competition”, Harvard Business School Press, 1998. (竹内弘高訳『競争

戦略論 ()』, 1999, ダイヤモンド社)〕。このような見解は極端な面も有するのではないかという疑問が生じるものである。地方立地のオンリーワン型中小企業を調査することで、この点についても検討を行う。

(2)藤本[(2003), 『能力構築競争』, 中公新書。]は、製品アーキテクチャーの代表的タイプとして「モジュラー型」(組み合わせ型)と「インテグラル型」(擦り合わせ型)という軸と、「オープン」と「クローズ」の軸があるとし、「モジュラー型」は「組み合わせの妙」、「インテグラル型」は「擦り合わせの妙」で製品の完成度を競うと主張している。クローズ・インテグラルにあてはまる代表的な例としては自動車をあげている。自動車産業では、部品間のインターフェイス設計ルールが一社内で完結していて、系列の部品メーカーと緊密な連携をとりながら、各部品をうまく擦り合わせていくというのである。「インテグラル型」は「関係に特有の技能(浅沼萬里)」とも関連する。仮に地方に立地しているオンリーワン型中小企業が、大企業に部品や半製品を納入しているとしたら、地理的に離れた企業とどのように「擦り合わせ」を行っているのかを探求する必要がある。

3. 研究の方法

まず、既存の文献・資料を国内外にわたり広く収集し、関連の文献・資料リストを作成する。とりわけ、国内外の企業家活動、技術開発型中小企業、地域開発に関する主要なジャーナルおよび経営戦略と経営組織に関するジャーナルをフォローし、これまでの分析の視点の再検討と新たな視点の確立と精緻化につとめる。

次に、研究方法としては、先行研究を参考にしながら、分析の枠組みを模索すると共に、地方立地のオンリーワン型中小企業の操作的定義を検討し、具体的な地方立地のオンリーワン型中小企業のピックアップ作業を行う。「地方立地」については、操作的な定義が非常に難しい面はある。Porter(1998)はアメリカ各地の地域クラスターを列挙し、日本における産業集積に関

する研究でも、その存在を実証する試みは行われてきているが、定義の相違やあいまいさがある点是否めず、今ひとつ明示が困難な状況にあるため、この点について本研究での整理を試みる必要がある。とりあえずは東京、大阪、名古屋、仙台、福岡、札幌という大都市圏を中心とするわが国の大都市圏以外の地域の企業に焦点をあてることとし、具体的には中国地方、とりわけ岡山県とその中山間地域を対象とする。オンリーワン型企業に該当する企業にアポイントをとり訪問し、ヒアリング調査を行う。また研究分担者の中国企業の調査は、アンケート調査票を用いる。実際にデータを収集し分析する実証研究を行う。

4. 研究成果

調査を通して、以下のような知見を得ることができた。

(1) オンリーワン型企業の生成過程

創業からオンリーワン型企業

創業者の発明、輸入品や海外先進国に存在する製品の国産化をいち早く手がける、持っている技術が目ざされ新規部品の供給依頼による開発、というプロセスが見られた。

競争抜け出し型

競合する大企業の撤退によりオンリーワン型企業の地位を得る、同じような複数の同業他社から抜きん出てオンリーワン型企業の地位を得るタイプがあった。

後発型

既存事業の行き詰まりで、新規事業を開拓せざるを得なかった場合で、しかも後発であった。

(2) 取引上の特徴

特定の複数大企業に部品や半製品を納入。この場合であっても系列企業ではない。

企業に広く材料を販売

一般に広く製品・サービスを販売

(3) オンリーワン型企業の特徴

あるセグメントで高いシェアを有するので、規模の経済が働く。特に大企業は、外部企業へのアウトソーシング志向があり、オンリーワン型中小企業の活動の場が広がる。

あるセグメントで高いシェアを有するので、オンリーワン型企業には情報が集まりやすい。

大企業の系列会社とは異なり、多様な企業との取引が行いやすい。

研究開発の重視。オンリーワン型企業の地

位をより強固にする。

高い生産技術を有する。顧客の要求に応じて多品種少量生産を行っている場合が多く見受けられた。

同業他社からの参入は、技術的面で困難である。大企業は、市場規模の小ささから参入しない。

挑戦的な社風。

ファミリー企業が多い。

(4) 地方立地に関する特徴

納品先から受注生産する場合であっても、頻繁な擦り合わせを行わずに、意向に沿った部品・中間財を製造することができる。地方に立地する不利な点はあまり聞くことは無かった。

特定企業にではなく、一般に販売を行う場合、中小企業ということで経営資源が乏しいので、代理店や他組織を活用する事例が見られた。

地元からの採用が多い。転職率も低い。

本研究の意義の意義については、次のようなものがあると考ええる。

(1) 特定の地理的区域内での企業活動を重視する産業集積論が盛んに論じられているが、一方で今回取り上げたオンリーワン型中小企業は、特定の地理的区域内に活動を限定してはいなかった。必要に応じて、さまざまな地域の組織と交流を行っていた。いわば日本全国を活動範囲としている。

(2) 大企業に部品や半製品を納入するオンリーワン型企業は、「擦り合わせ」をあまり必要ではなかった。それは、ITの発展も関係している。調査をした船舶用プロペラ企業は、国内シェアは約75%を占める。日本国内には北海道から九州まで造船所が存在するが、同社はほぼすべてにプロペラを供給している。コンピュータシミュレーションを利用し、高い設計力で、仕様を元に最善のプロペラを供給している。

(3) 本研究は、地方の企業の可能性を示唆していると考ええる。地方創生がキーワードとなりつつある現在、今回の研究成果をさらに、論文や学会報告で、発表していきたい。

今後の課題

(1) 今回は岡山県内のオンリーワン型企業を対象にした。他の地域のオンリーワン型企業も同様の特徴を有するかの研究が必要と考える。

(2) オンリーワン型企業の中には、市場の成熟化に直面している企業もあった。このような企業は、新規事業を探求することになる。既に新規事業を成功させたオンリーワン型企業について研究することである。

(3) 中国の地方の中小企業の企業家活動と戦略に関しては、今回の研究分担者がアンケート調査を行いデータの分析している。この成果を活用し、わが国のオンリーワン型企業と比較をさらに考察していきたい。

(4) オンリーワン型中小企業には、国際的な生産や販売を行っている企業がある。このような側面の研究も重要である。

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3件)

山田幸三(2015)「中小オンリーワン企業の事業承継と企業家活動 - カモ井加工紙株式会社の分析を中心として - 」Discussion Paper Series, No.60, Economic Research Society of Sophia University, March, 2015

戸前壽夫(2014)「グローバル・ニッチトップ企業の経営」岡山大学経済学会雑誌第46号2巻、pp.147-155.

〔学会発表〕(計4件)

于琳「中国企業家の実態 経営者アンケート調査データによる分析」中国経済経営学会、2014年11月8日、東京大学

戸前壽夫「地方のGNT企業の経営 内山工業(株)を事例として」研究・技術計画学会、2014年10月19日、立命館大学びわこ・くさつキャンパス

戸前壽夫「地方立地のオンリーワン型企業の競争力の源泉」日本マネジメント学会、2014年6月1日、文京学院大学

戸前壽夫「地方立地のオンリーワン型企業メイト社の事例」研究・技術計画学会、2013年11月3日、政策研究大学院大学

〔図書〕(計0件)

〔産業財産権〕

出願状況(計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：

番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：番号：
出願年月日：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

戸前 壽夫 (TOMAE Hi
sao)

岡山大学・大学院社会文化科学研究科・准教授

研究者番号：40308763

(2) 研究分担者

山田 幸三 (YAMADA Kozo)

上智大学・経済学部・教授
研究者番号：40240014

于 琳 (YU Lin)

岡山商科大学・経営学部・准教授

研究者番号：60554003

(3) 連携研究者

()

研究者番号：