

Title	中国に進出している日系多国籍企業のプレゼンス決定要因分析-現地高度人材獲得のための組織・戦略について-
Sub Title	
Author	渡邊, 万里子 浅川, 和宏
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2008
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2008年度経営学 第2386号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002008-2386

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

論文要旨

所属ゼミ	浅川和宏研究会	学籍番号	80731211	氏名	渡邊万里子
<p>(論文題名)</p> <p>中国に進出している日系多国籍企業のプレゼンス決定要因分析 - 現地高度人材獲得のための組織・戦略について -</p>					
<p>(内容の要旨)</p> <p>現在、日本企業の課題として指摘されているのが、欧米企業との対比において中国市場での日本企業のプレゼンスが非常に低いという点である。日本貿易振興機構（ジェトロ）の報告によると、日本企業の中国市場におけるプレゼンスを（1）中国国内売り上げ、（2）就職希望先企業ランキング、（3）離職率、の3点を基準に見た場合、日本企業は欧米企業に大きく引き離されているという。</p> <p>中国市場における日本企業のプレゼンスが低下している現状において、日本企業に起こりうる経営上の問題とは何であろうか。それは、「中国現地における高度人材の獲得と蓄積」である。今後、ますます中国市場が拡大し、日本企業の対中進出も活発になると考えられる中、このような経営課題は大きなリスク要因であり、早急に対処すべき問題である。このような問題意識から、私は本研究で「中国における日本企業のプレゼンスを決定する要因」について明らかにすることを目的とする。</p> <p>経営者の間で交わされている議論や最近の企業の動向を見ていくと、「人材の現地化」という組織構造の側面と「企業印象管理」という組織プロセスの側面の両面によって、「中国社会での企業としての正当性を獲得する」ことが今後の中国経営の鍵となるといえよう。しかし、実際にこのような取り組みが企業のパフォーマンス、あるいはプレゼンス向上に影響するということは実証的に検証されてはいない。そこで、本研究では、①人材の現地化、②企業印象管理、の2点が中国における企業のプレゼンスに与える影響を実証的に検証することを目標とする。</p> <p>なお、本研究におけるプレゼンスは（1）現地採用満足度、（2）現地社員離職率、（3）現地社員平均勤続年数、（4）売上高経常利益率とする。</p> <p>①人材の現地化については、「現地化4段階モデル」、「トランスナショナルモデル」、「同形化圧力モデル」があり、②企業イメージの組織内外への浸透については、組織アイデンティティ理論をベースにした先行研究が行われている。そこで本研究ではこれらの理論的枠組みをベースとして仮説検証型の実証分析とそれを補足するインタビュー調査による定性分析を組み合わせたランギュレーションを行う。</p> <p>想定する仮説は6つである。</p> <p><仮説1> 「本社のコントロール」が日本企業のプレゼンスを向上させる。 <仮説2> 「経営の現地化」が日本企業のプレゼンスを向上させる。 <仮説3> 「中国企業への同形化」が日本企業のプレゼンスを向上させる。 <仮説4> 「欧米企業への同形化」が日本企業のプレゼンスを向上させる。 <仮説5> 「組織のアイデンティティ」が日本企業のプレゼンスを向上させる。 <仮説6> 「戦略的な採用政策」が日本企業のプレゼンスを向上させる。</p> <p>本研究で実施する調査・分析方法は、日系多国籍企業の中国拠点に対するアンケート調査を行い、そこで得たアンケート結果を基に、記述統計、t検定、分散分析、因子分析、重回帰分析を行うものとする。アンケート対象拠点は、多国籍企業データベース（神戸大学経済経営研究所作成）選定による134社の中国拠点と慶應義塾大学大学院経営管理研究科30期における企業派遣院生の企業内ネットワークを使った日本企業50社の中国拠点、併せて184社である。</p> <p>定量分析の結果、「本社のコントロール」、「経営の現地化」、「組織のアイデンティティ」、「戦略的な採用政策」が日本企業のプレゼンスに有意な影響を与えることがわかった。</p> <p>また定性分析の結果、「本社のコントロール」、「経営の現地化」、「欧米企業への同形化」、「組織のアイデンティティ」が日本企業のプレゼンスに影響を与える可能性が検討された。</p>					