慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	日本企業における海外事業の成功要因について：リソース交換・統合の効果
Sub Title	
Author	大島, 喜芳(Oshima, Kiyoshi) 浅川, 和宏(Asakawa, Kazuhiro)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2010
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2010年度経営学 第2506号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002010-2506

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.

学籍番号 80930144
氏名 大島 喜芳

主査 浅川 和宏
副査 1 大林 厚臣
副査 2 小林 喜一郎

研究テーマ

日本企業における海外事業の成功要因について
―リソース交換・統合の効果―

内容の要旨

近年、技術の進歩、グローバル化の進展は、企業の経営環境に多くの変化をもたらしている。その影響範囲は広く、速度は速い。その結果、企業の組織も一層複雑になってきている。ここにおいて、組織をネットワークとして分析し、その中でのリソース交換に着眼したソーシャル・キャピタルセオリー (社会関係資本論) に基づく研究は、このような複雑化した状況において非常に有効な試みであると考えられる。

一方、日本企業、特に製造業において、海外事業が企業全体のパフォーマンスに十分に貢献していないことが指摘されている。どのようにしたら海外事業の拡大を全社としての成長に結び付けられるのだろうか？これは国内市場の成熟に直面する日本企業において極めて重要な課題である。

そこで、ソーシャル・キャピタルセオリーを用いて企業の価値創造メカニズムを解明することは、多国籍企業に関する学術研究においても、企業のパフォーマンス向上に向けた実務への提言においても、非常に有意義な研究となる。

本研究では、企業内における信頼感、理念共有の状況といったソーシャル・キャピタルに関する要因がどのようにリソース交換、そして企業全体の価値創造に影響するのか？というリサーチクエスチョンを立て、郵送アンケートおよび、2005 年度 ?2009 年度の有価証券報告書から取得した日本企業 52 社のデータを使用し、重回帰分析、パス解析等を用いた実証分析を行った。

結果、企業内において信頼感や理念共有が醸成されている時、ノウハウやナレッジといった情報に関するリソースの発信は企業の価値創造に貢献できる、しかし、製品や材料といったモノに関するリソースの発信は価値を減少させるという結果が得られた。これは直観に反する重要な発見と考える。信頼し合い、理念を共有している拠点間において、製品や材料を送れば送るほど、価値を破壊してしまうということである。その原因は何であろうか？調査期間に不況期を含んでいることから、該当期間において、企業は柔軟な事業改革が必要であったと推測される。しかし、密なネットワークが醸成された状態においては、組織慣性が働き、バリューチェーンの柔軟な変更を阻害してしまう。その結果、環境との不適合を引き起こし、そのまま事業を継続した結果、価値の破壊が生じたのではないかと推測される。

本研究によって、ソーシャル・キャピタルの影響には、プラスの面ばかりではなくマイナスの面もあり、それは条件、環境によって異なるということが明らかにされた。これはソーシャル・キャピタルセオリーに新たな知見を与え、多国籍企業に関する学術研究を前進させるものである。また、実務に対しては、ソーシャル・キャピタルの醸成は、徒に促進すれば良いということはなく、ビジネスモデル、環境によってそのプラスとマイナスの面を考慮してマネジメントしなければならないという提言ができると考える。