

Title	日本企業が明言する「現地化」と企業業績に関する研究
Sub Title	
Author	小杉, 悠真(Kosugi, Yuma) 清水, 勝彦(Shimizu, Katsuhiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2016
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2016年度経営学 第3158号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002016-3158

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.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（ 2016 年度）

論文題名

日本企業が明言する「現地化」と企業業績に関する研究

主 査	清水 勝彦 教授
副 査	河野 宏和 教授
副 査	浅川 和宏 教授
副 査	

氏 名	小杉 悠真
-----	-------

論文要旨

所属ゼミ	清水勝彦 研究室	氏名	小杉 悠真
(論文題名)			
日本企業が明言する「現地化」と企業業績に関する研究			
(内容の要旨)			
<p>グローバル規模でビジネスを行う企業が増加し、「現地化」を進める企業も少なくない。一言で「現地化」といっても「経営」の現地化、「生産」の現地化、「開発」の現地化など様々な現地化のタイプがある。そして「現地化」を有価証券報告書等で明言する企業とそうでない企業もある。何を「現地化」したいのか？「現地化」を明言することで本当に企業業績は向上するのか？何を「現地化」することが企業業績を上げるのか？そのような疑問が残る。</p> <p>本研究の目的は、以下の 3 つである。第一に「現地化」による企業業績を定量的なアプローチで検証を試みることである。第二は「現地化」に取り組んでいる企業にインタビューを行い、各社の「現地化」の取り組みについてヒアリングし、定性的なアプローチを行うことである。第三は、日本企業が行う「現地化」に対しての示唆・提言を与えることである。</p> <p>対象企業は「東証一部に上場する企業で、東証 33 業種において機械、電気機器、輸送用機器に分類される製造業」とし、「現地化」を明言する企業とは対象企業のうち、2010 年 1 月 1 日から 2015 年 12 月 31 日の間で有価証券報告書等の外部向けリリースにおいて「現地化」等の言葉を使用した企業である。</p> <p>定量的なアプローチとして以下 4 つの仮説の分析を行った。</p> <p>仮説 1: 「現地化」を明言する企業は、「現地化」を明言していない企業よりも、 海外事業において成果をあげている。</p> <p>仮説 2: 「現地化」を繰り返し明言する企業は、「現地化」を繰り返し明言しない企業よりも、 海外事業において成果をあげている。</p> <p>仮説 3: 「経営の現地化」を明言する企業は、「生産の現地化」「R&D の現地化」などを 明言する企業よりも、海外事業において成果をあげている。</p> <p>仮説 4: 「現地化」を明言することで、株価は上昇する。</p> <p>また本研究では、「現地化」を明言している企業 4 社にインタビューを行い、各社の「現地化」の取り組みや課題をヒアリングした。以下は各社に共通していた事項である。</p> <ol style="list-style-type: none">1) 各社とも海外事業のマネジメントや本社と現地のバランスなど、様々な「現地化」施策に苦慮しているが、そのなかで自社のスタイルを模索し、それぞれの企業の競争優位を活かした現地化スタイルを構築している2) 現地化のための現地人社員の育成とマネジメントへの登用には時間がかかる3) 競争優位の源泉を維持しつつ、日本本社の姿勢を変化させる必要がある4) 企業理念や哲学の共有を行っている <p>本研究から、「現地化」と明言することは企業業績に影響を与える可能性があることがわかった。さらに「経営」や「R&D」などの具体的な「現地化」を明言することは海外売上高成長率の向上や株価上昇に影響を与える可能性があることも示された。インタビュー企業は各社がそれぞれのスタイルで「現地化」に取り組んでいる。「現地化」への取り組みはそれぞれの企業の戦略、経営資源やマクロ環境等によって異なり、唯一の解は存在しない。またただ単に「現地化」と明言するだけでは、業績には結びつかない。まず自社の競争優位や経営資源を把握し、自社の戦略を明確にした「具体的な現地化」を明言し、実行していくことが重要だと考える。</p> <p>本研究が内包する課題は以下のとおりであり、更なる研究の余地が残されている。</p> <ol style="list-style-type: none">1) 対象企業を限定していること2) 海外売上高や株価という指標においては、為替や新興国を中心としたマーケットそのものの拡大などマクロ経済やその他の要因が大きく影響する可能性があること3) 利益ベースでの議論の余地4) 対象期間の短さ			