

Koichiro Kimura

## The Growth of Chinese Electronics Firms

—Globalization and Organizations—

New York: Palgrave Macmillan.



Photo courtesy of Palgrave Macmillan

グローバル化の下で成長してきた途上国企業が、自国のみならず世界経済のなかでも存在感を増している。世界経済の行方を理解するためには、

途上国企業の成長メカニズムを明らかにしたうえで、これまでの成長パターンの裏返しとして今どんな課題に直面しているのかを考える必要がある。

本書では発展著しい中国電子産業を対象に、外資企業との間の技術格差が、地場企業の組織選択に与えた影響に注目した。ここでの組織とは製品の開発企画・設計から、製造素材・部品の加工・組立、販売(販売・アフターサービス)網の構築に至るバリューチェーンのなかで、自社が内部化している業務領域のことである。ひとつの製品には数多くの業務が関わっているため、同一業種の企業でも、統合している業務が違えば企業の中身も異なる。第一章では本書の問いと分析枠組み

を提示した。グローバル化が成長に与える影響を考える際、国際経済に関する先行研究では、技術が貿易・投資を通じて先進国から発展途上国へ伝播するかが鍵とされてきた。伝播すれば成長を促すが(スピルオーバー効果)、伝播しなければ生産性の高い外資企業が新興市場を席巻する(市場収奪効果)。そのため、地場企業側の技術吸収能力や、伝播の経路等にも注目が集まった。

一方で、現実の中国企業は伝播が不完全ながらも急成長してきた。中国経済に関する先行研究では、生産工程における企業間分業の発達により先進技術を要する開発やコア部品の製造を一部外注できるようになったことや、地方都市・農村市場の拡大への素早い反応によって、技術の問題を回避できたことがそれぞれ指摘されてきた。

しかし、どこまで技術を獲得できるか(あるいはすべきか)という限界(技術格差)があるように、外部企業の技

術(外部技術)や自国市場への理解力(内部知識)も無制限に技術不足を補えるわけではない。何が最適な組織形態かを改めて考える必要がある。本書では、地場企業がこの技術・知識に関する三要素のバランスを上手くとりながら成長してきたことを明らかにした。そのためにも、議論の前提となる技術格差の存在を示した。そして、技術格差がある場合、内部化の決定理論(企業の境界理論)の一般的な結論がどう修正されるのかを示した。

本論に入る前に第二章では、中国電子産業を取り上げる妥当性を示しながら、産業発展を概観した。

第三章では、技術格差の存在を実証分析した。技術が伝播しないこともあつことを示すため、対中投資が増えること、地場企業の技術水準(生産性)が向上しない業種があることを示した。

第四章では、中国携帯電話機産業を対象に、中国携帯電話機産業を格差の問題に直面しつつも、開発サービスの外注(外部技術の活用)と販売網の一部内部化(内部知識の活用)を選ぶことで成長してきたことを、内部化の決定理論に基づいて事例研究した。

第五章では、前章の結論を明示するためモデル分析を行った。主な結論は、内部化の決定理論にのみ基づけばある業務の内部化が合理的であつても、関連技術が先進的な場合は不合理な選択になることを示した。その場合、地場

企業は技術不足を相殺できるような組織形態を代替的に選ぶこととなる。

第六章では、中国企業の南アフリカ進出に本書の議論を応用し、中国企業の課題を浮き彫りにした。外部技術は進出先の現地企業も利用可能なため効力は損なわれ、内部知識もアウェイの地では活かす場面がない。そこで、中国企業は南ア大手企業から生産委託を受けることで事業を存続させてきた。

最終章では、本書の議論を企業組織の異質化メカニズムとしてまとめた。技術獲得が順調に進めば、外資企業の組織形態と同質化する可能性があるが、技術格差が大きいという他に他の二要素にも依存できないなら、地場企業は成長の機会を失う。しかし、二要素を活用できれば、地場企業の組織形態を外資企業と比べて異質化させることで、成長の余地が生まれる。国や時代、産業によってこの三要素の中身も異なるため、多様な組織形態が出現し得る。

しかし、第六章のとおり中国企業には課題もある。企業買収という手段も含めて技術を更に獲得する必要がある。また、「先天的」に持つ内部知識に加え、競争を通じて蓄積した「後天的」な強みを更に磨く必要もある。課題を克服した時、中国発のグローバル企業が陸続と誕生し、世界経済の地殻変動が加速するだろう。本書が世界経済の行方を考える一助になれば幸いである。

(きむら こういちろう/アジア経済研究所 在ウォールサム海外調査員)