

# BBLセミナー コメント資料

2014年5月29日

「グローバル・ニッチトップ企業論」

早稲田大学 井上達彦

※資料からの引用は不可

『グローバル・ニッチトツプ企業論』  
白桃書房

細谷祐二(著)

コメント: 早稲田大学 井上達彦

# より深く理解するために

- 3つの「事業システム」(細谷氏の3分類)
  1. SCに組み込まれた下請け
    - 量・多、取引先・限定、利益率・低
  2. 特定加工サービスの集積
    - 大田区／東大阪(零細企業含む)、ときに横請け
    - 量・少、取引先・多様、利益率・低(?)
  3. ニッチトップ企業
    - 量・少、取引先・多様、利益率・高
    - スーパー新連携が一つのモデル



第三の  
新しい領域

理論の発達段階	段階の特徴
1.問題発生	産業界の重要問題として発生しているが、理論と呼べるものがまだ生まれていない。
2.複数理論の生成	理論はできたが、複数の理論が競合している。理論の実証的裏付けが弱い。
3.通説理論の確立	ある程度の実証的裏付けのある通説理論ができる。
4.通説理論の制約	実証理論はあるが、どの範囲まで適用できるか明らかではない。
5.新パラダイム創造	従来 of 理論では新しい現象がほとんど説明できなくなった。

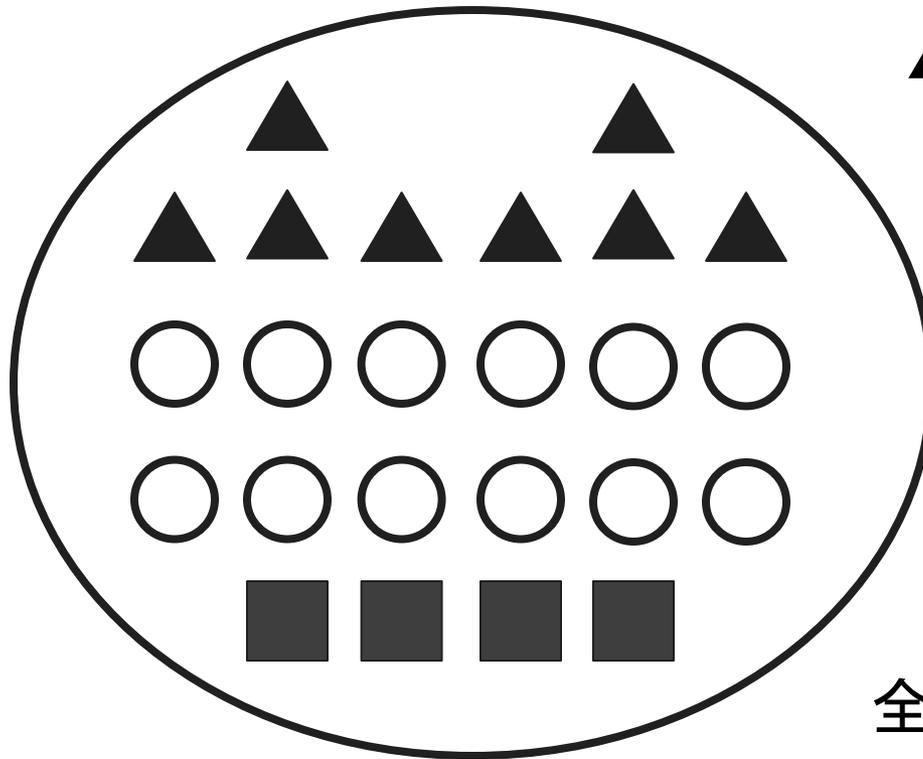


# 類を見ない研究

「なぜ、類を見ない研究ができるのか？」

- ライフワークとしての取り組み
  - 長年の現場調査を積み重ねたキャリア
- アクションリサーチができる立場
  - 公表されていない裏付けがある
- **既存の研究の空隙を突く**
  - 3つの系統(経営、集積、クラスター)

# 全国のGNT企業の研究のあるべき姿



▲、○、■は個別企業

外枠の楕円は環境  
= 政策によって整えるべき対象

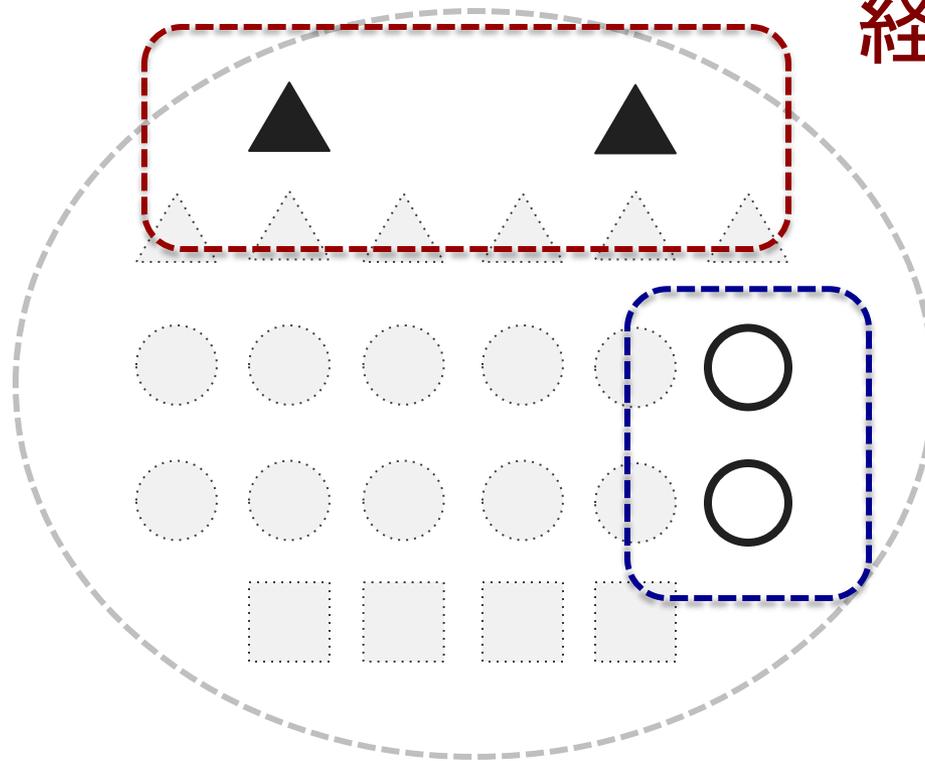
全体で全国を示す

全国のGNT企業

# ① 経営学的研究

## 経営学的研究A

成功事例のみ取り上げること多い

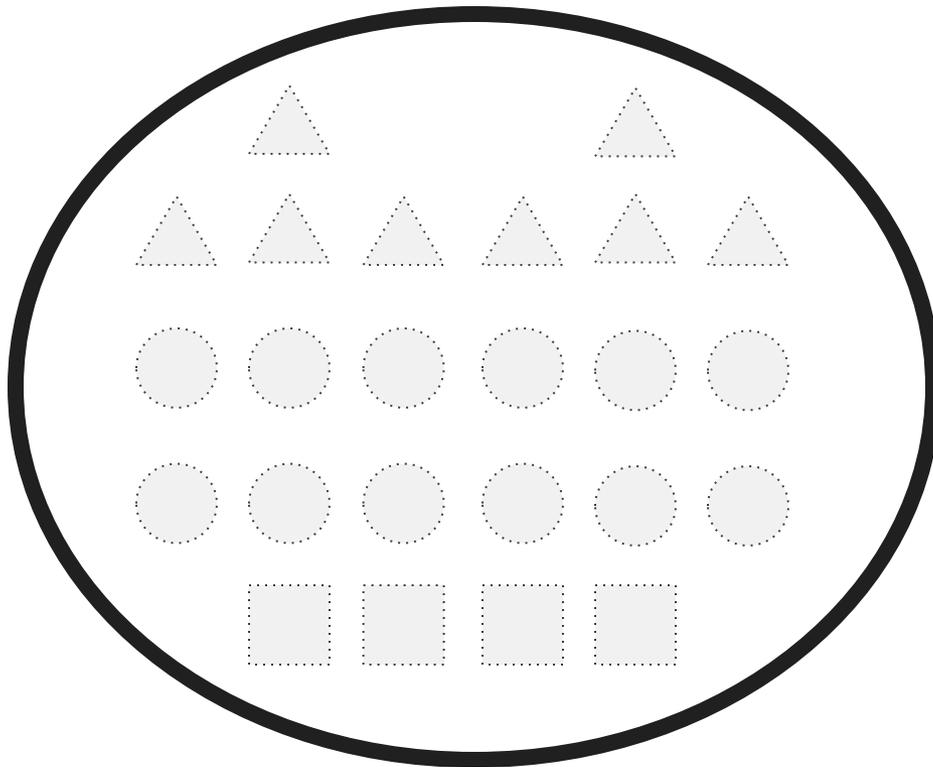


## 経営学的研究B

個別のGNT企業に焦点を当てる

\* 企業経営にかかわるインプリケーションに直結

## ② クラスターの研究

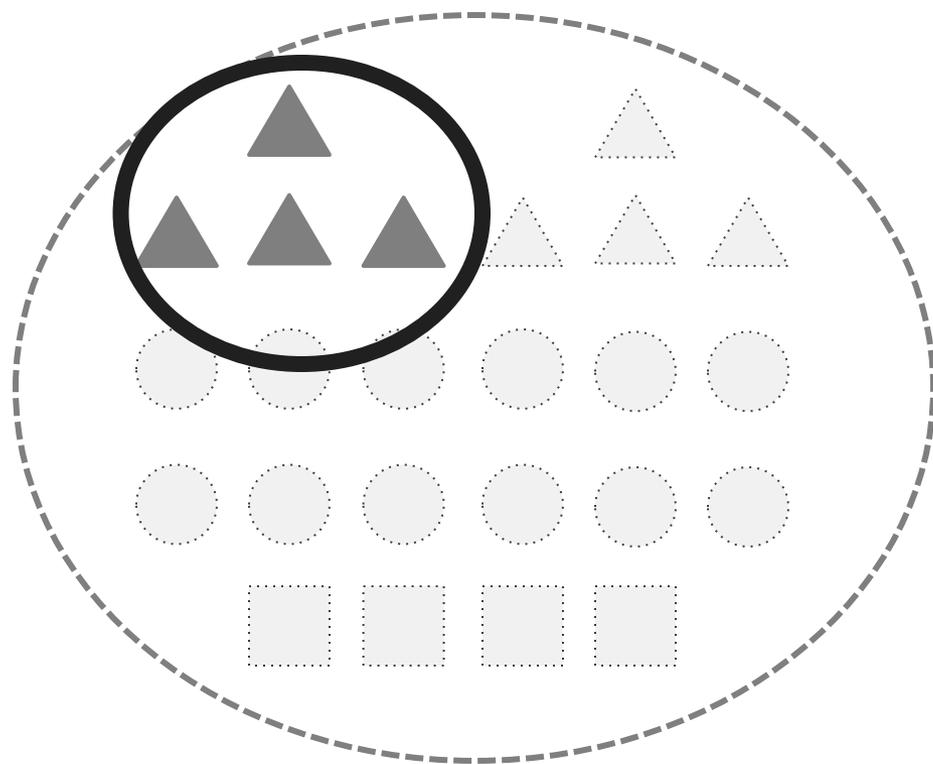


政策モデルとしての移転可能性が大切

環境を整えれば良いという発想

\* 政策的なインプリケーションに直結

# ③産業集積の研究

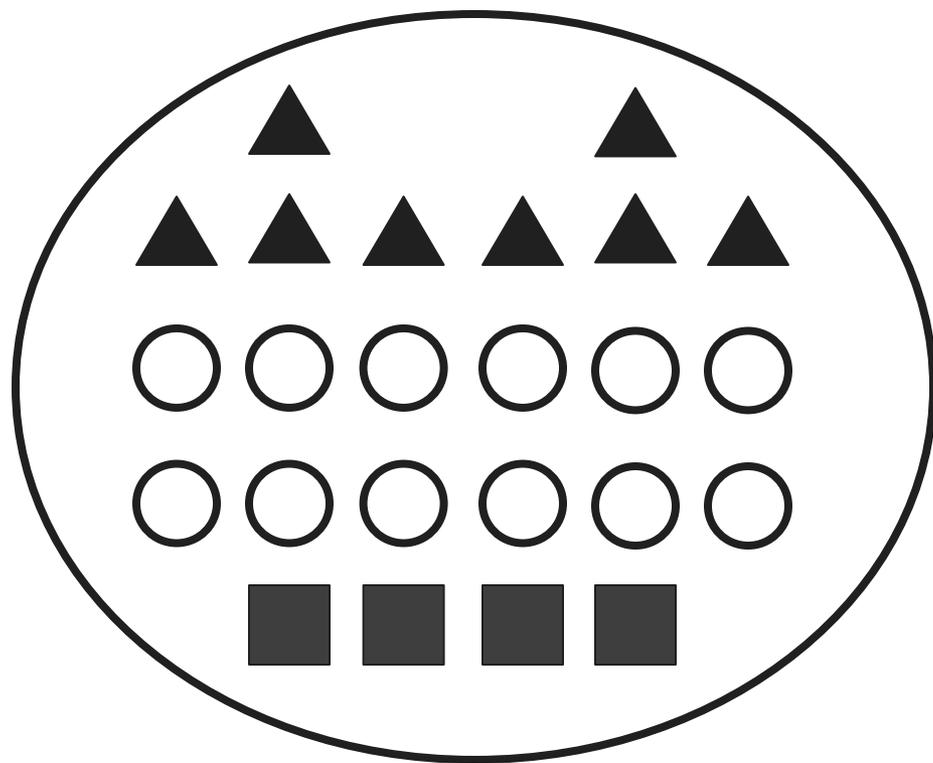


分析単位は企業というよりも集積地域

特定の地域(の環境と経営)に焦点

\* 地域経済にかかわるメカニズム解明

## ④細谷さんの研究



GNTとそれを取り巻く地域やクラスター  
というマルチレベルの分析

全国のGNT企業について、個別の経営の  
視点と産業政策（環境）の視点を盛り込む

# 社会科学の優れた研究の条件

## 1. 構成概念妥当性

- 例)「揃い踏み企業」
  - 3つの施策全てを利用しているNT型企业
- 例)「製品開発能力」
  - NT製品を複数持っていない

文献研究と現場  
調査

## 2. 内的妥当性

- 事例研究が得意とする
- 例)揃い踏み企業はGNPと比べて製品開発能力が低い

第一部 事例研究

## 3. 外的妥当性

- 統計学的方法が得意とする
- 例)全国サーベイ調査

第二部 サーベイ

# 第一部 事例研究

- 実質的に、追試(反復実験)の論理による事例研究
  - 事例研究＝自然実験(準実験)
  - 「実験には二つの種類があるという。すなわち『人間が望んで行う実験』と、『自然の巨大な実験室の中で絶え間なく行われ、人間はただ傍観するしかない実験』である。もし企業が自然の実験に気づくことができれば、そこに多少のコストを加えるだけでその結果を享受することができる」(アンダーソン&シミスター, 「実験はアナリティクスに勝る」『ダイヤモンドハーバードビジネスレビュー』2013, p.77)
  - 「種々な推論をするのに際して、研究者ができるのは、分析の対象として取り上げる事例の選択とその観察だけである。このような観察研究では、**実験室での統制に該当する作業を、事例選択を通じて行おうとするのである**」(前掲書、田村、p.72)
- たとえば、「GNTにあって、NTにないものは何か？」
- 仮説を立てて、4つの実験から確かめてみる。



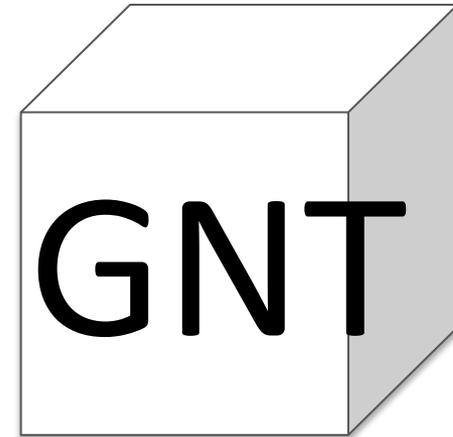
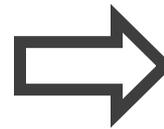
# 実験発想の検証：水平的な実験

<GNT化についての仮説>

NT+「IC機能構築」+「国際競争機会」=GNT

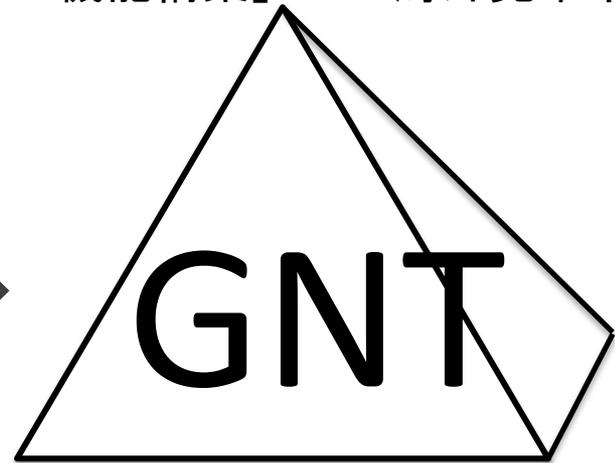
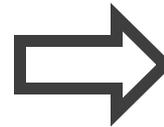


反復実験1  
(水平展開)



技術が異なるが  
「IC機能構築」かつ「海外見本市」

反復実験2  
(水平展開)



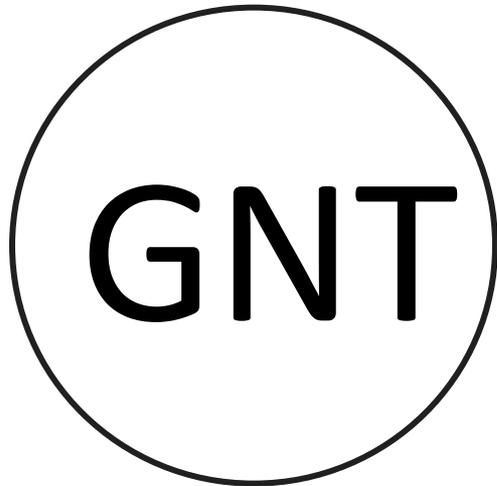
業界が異なるが  
「IC機能構築」かつ「海外見本市」

Replication Logic: 追試、反復実験の論理と言われます。

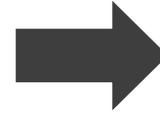
# 実験発想の検証：論理を確かめるための実験

<GNT化についての仮説>

NT+「IC機能構築」+「国際競争機会」=GNT



反復実験3  
(論理確認)



「IC機能構築」したが  
「海外見本市」出てない

反復実験4  
(論理確認)



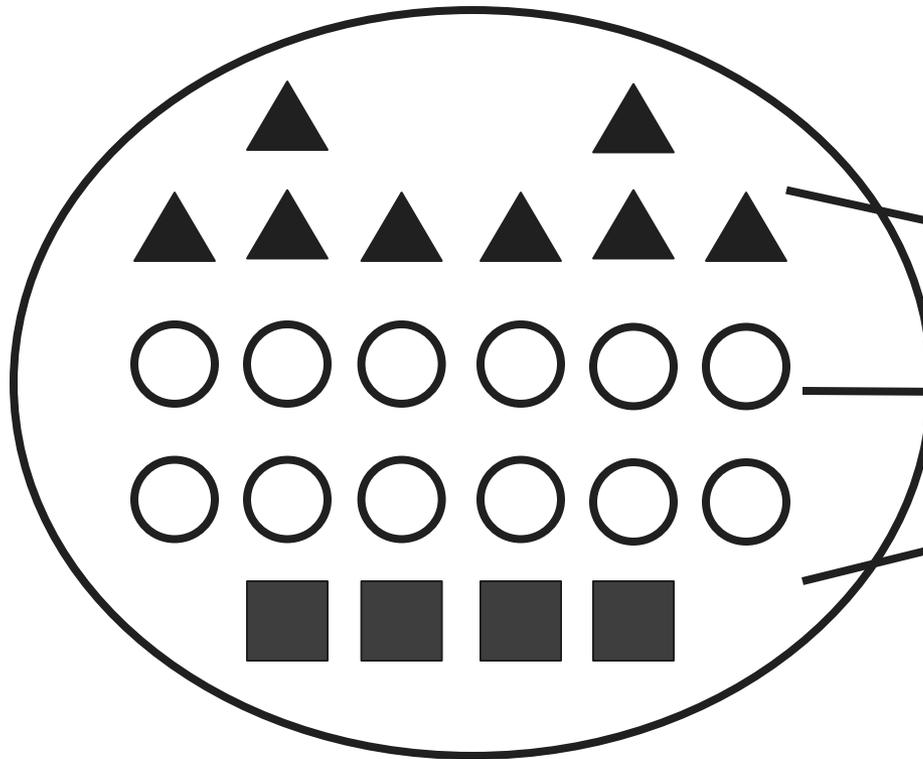
「海外見本市」出たが  
「IC機能構築」してない

## 第二部 サーベイ調査

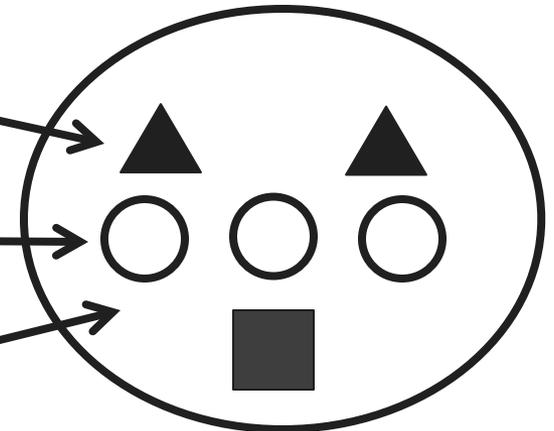
- 追試の論理で確かめられた仮説を統計学的推論から一般化している。
  - 一般論
  - 事例研究によって得られる知識は、特定の時間・場所というコンテキストに限られた知識である。その知識は研究された事例を越え、あるいは研究された事例の時間を超えて一般化される科学的知識ではない。(前掲書、田村、p.35-36)

# 統計学的な検証

母集団



標本



$A \rightarrow B$

$A \rightarrow B$

推定



# 私にとって最も印象的なところ

- 「グローバルな価値連鎖に埋め込まれるためには？」
  - 「企業の戦略」というのは、自らをどのようなネットワーク(NW)に埋め込んで行くのかを10年超のタイムスパンで考えること。
  - 一度、あるNWに埋め込まれ始めたら、そこから離脱して「再埋め込み」するのは困難。
  - 再埋め込み可能なタイミングで、能力と柔軟性のある企業を、グローバルな価値連鎖に埋め込ませるためにはどうすればよいのか。
- 必要な能力と具体的な方策
  - IC機能を果たす能力
    - <方策> 目的が明確で内容の濃い企業間連携に巻き込む3方策
  - 国際競争の機会
    - <方策> 海外見本市への継続的な参加を促す

# 今後の課題

## Windows of opportunities

- 内のタイミング
  - 事業の仕組みが固まってしまう前
  - ある種の柔軟性が必要
  - 類推（英語の場合海外に出るタイミングは小学生か大学生）
  - 創業間もなくあるいは、経営者の世代交代時
- 外のタイミング
  - 事業機会（需要の爆発）が必要
  - 現在のアジア？

理論の発達段階	段階の特徴
1.問題発生	産業界の重要問題として発生しているが、理論と呼べるものがまだ生まれていない。
2.複数理論の生成	理論はできたが、複数の理論が競合している。理論の実証的裏付けが弱い。
3.通説理論の確立	ある程度の実証的裏付けのある通説理論ができる。
4.通説理論の制約	実証理論はあるが、どの範囲まで適用できるか明らかではない。
5.新パラダイム創造	従来の理論では新しい現象がほとんど説明できなくなった。