

学 位 論 文 題 名

地域企業のネットワーク経営

－産業クラスターと地域ブランドを活用する資源ベース戦略論－

学位論文内容の要旨

地域企業（regional company）は、首都圏に立地する企業に比べて一般的に不利な状況にあり、その問題の大部分は、経営資源の絶対的不足というマイクロ要因にあった。そのため、ネットワーク経営（network management）論の立場からは、地域企業が自らの経営資源を補完するような企業・組織と、提携や連携などによって結びつくことで、その限界を乗り越えることが期待される。さらに、地域企業は、地域産業の集積状況や地域特有の資源の存在など、固有のマクロ要因を活かして独自の発展経路を辿ることも可能であり、その可能性は主に地域産業論の分野から提出されてきた。しかし、地域企業論の分野に属する先行研究は数が少ないばかりか、そのほとんどが二重構造論的な中小企業観から地域企業を捉えており、地域固有の条件を活用した独自の戦略論を構想するタイプの研究は見られなかったと言ってよい。

そこで本研究では、イノベーションが起こる可能性の高い産業集積の構造を示す産業クラスター（industrial cluster）や、地域特有の資源を利用することで地域内の産業・企業・産品に付加価値をもたらす地域ブランド（regional brand）の存在を、地域企業にとってのマクロ要因とし、さらに、地域企業自身の経営資源の問題を地域企業にとってのマイクロ要因としてそれぞれ位置づけた。その狙いは、地域企業のネットワーク経営に関する総合的な問題の検討という、これまでの研究になかった研究アプローチに取り組むことにある。

本研究は、経営戦略論における資源ベースビューにより、地域企業の経営資源の問題に取り組むものである。経営資源に分析的に迫るためのフレームワークとして、事業システム（business system）の階層モデルを導入し、これまで把握が困難であった資源ベースビューにおけるコア資源の概念を可視化する。そのフレームワークによって、地域企業に関する事例分析をマクロ／マイクロ両面から行い、コア資源と事業システムの構造に応じた地域企業の戦略展開の方向性を整理し、具体的な戦略プランとして提示する。地域企業にとっての戦略プランは、経営学分野において未提出のものであり、本研究はその先駆的研究となるべく行われた。

本論文の構成は以下の通りである。

第1章では、研究全体のイントロダクションとして、研究の背景と問題意識、研究目的について研究上のキーワードとともに紹介する。

第2章では、本研究が重要と考えるキーワードに関連する先行研究の整理を行う。まず、ネットワーク経営論に関する研究を概観し、ネットワーク経営の目的が、事業運営に必要な経営資源の効率的

な編成にあることを示す。次に、産業クラスター及び地域ブランドに関連する研究を整理し、本来マクロな視点であるはずの産業論分野の議論を、地域企業が活用するというミクロな視点から捉え直す。ここでは、産業クラスターの存在によって企業の資源獲得スタイルがどのような影響を受け、さらに地域産業の文脈において、地域ブランドをはじめとしたグローバルな視点を含む対外的な広報機能が、いかなる役割を果たすのかについても言及する。

第3章では、地域企業のネットワーク経営を資源ベースビューの立場から分析するために、事業システム論を検討した上で、四つの命題を提出する。事業システムの構造分析のフレームワークとして「事業システムの階層モデル」を提示し、パイロット・ケーススタディによって命題を検証し、モデルとしての妥当性を検証する。そして、本研究の研究方法論上の立場を明示し、定性的な実証研究による理論構築の方法を検討し、事業システムの階層モデルを発展させた分析フレームワークを提示する。さらに、暫定的な仮説と事例分析のポイントを明示し、地域企業の行動を規定する条件が、マクロ要因とミクロ要因とに分けられ、それぞれのレベルで総合的に検討される必要があることも言及する。

第4章から第5章までは、第3章で行われた研究上の全体構図に沿った事例をマクロ・ミクロの別に記述し、分析フレームワークに沿った実証分析を行う部分を形成する。そして第6章は、各事例を総合的に検討し、ミクロとマクロの関係について考察する部分となる。実証研究の流れは、まず第4章において、インドのバンガロール地域を中心としたIT産業集積と、札幌のIT産業集積とをマクロ事例として取り上げる。その際、マクロなレベルからの分析を中心にしながらミクロな企業行動との関係を明示しつつ、さらに地域ブランドなどの地域広報機能の影響についても考察する。さらに、インドと札幌のクラスターとしての発展レベルの違いを国際比較によって浮き彫りにし、地域産業の発展段階に応じた政策支援のあり方を提示し、第一の結論とする。そして第5章では、札幌に立地する技術系企業として、知的財産の活用独自の戦略展開を見せるA社の事例と、大学の技術を活用した特許を用いて大学発ベンチャーとしてスタートしたB社の事例とを、事業システムの階層モデルによって比較分析する。その際、あくまでもミクロな企業行動を分析の中心におきながら、マクロな環境要因にも考察の対象を拡張し、産業クラスターや地域ブランドの存在が企業戦略に与える影響までを分析する。この作業によって、最終的に地域企業に適用可能な戦略プランを整理し、第二の結論とする。これらの事例分析を第6章で行われる総合的分析によって再度検討し、ミクロとマクロの関係をリンクさせた上で、地域企業を発展させるために、ミクロ側・マクロ側それぞれのアクターがどのような条件を考慮に入れて地域課題に取り組みればよいのか、という課題について統合的なメッセージを紡ぎ出す。

第7章では、研究全体を総括し、要約、主要結論、含意、課題と展望について述べ、本研究が締めくくられる。

学位論文審査の要旨

主 査 教 授 小早川 護

副 査 助教授 伊 藤 直 哉

副 査 客員教授 北 村 倫 夫

副 査 教 授 高 橋 琢 磨 (中央大学大学院国際

会計研究所)

学 位 論 文 題 名

地域企業のネットワーク経営

－産業クラスターと地域ブランドを活用する資源ベース戦略論－

1. 本論文の概要

本論文は、地域企業を対象とする実証研究によって、地域企業のネットワーク経営に関する資源ベース戦略論を構築することを目的としている。

地域企業は、経営資源の絶対的不足というマイクロ要因を持ち、同時に、地域の産業集積の状況や地域固有資源などのマクロ要因を活かした独自の発展経路を辿る可能性を持つ存在であるが、地域企業論分野の先行研究は、このような視点を包括した戦略論的な研究を提出してきていない。本論文は、マクロ的視点をあわせ持ちながら、資源ベースビューにより、地域企業のマイクロな問題に分析的に迫っている。そのためのフレームワークとして「事業システムの階層モデル」を導入し、これまで把握が困難であったコア資源の概念を可視化することをも可能にした。

本論文は、第一の結論として、マクロ・ケース分析によって地域企業を産業全体の中に位置づけ、産業クラスターと地域ブランドの影響力を明らかにし、地域産業政策の担当者に向けて「段階的發展プラン」を提示している。第二の結論として、マイクロ・ケース分析によって「クローズド型」と「オープン型」からなる連携戦略と「オリジナル型」事業創出の選択肢が整理され、産業クラスターと地域ブランドとを戦略展開にあたって活用する方向性を明らかにし、地域企業経営者に向けて「戦略プラン・ポートフォリオ」を提示している。さらに、両結論の統合的視角についても考察されている。

本論文は7章から構成されている。

第1章では、研究の背景、問題意識、研究目的などの導入部が形成される。

第2章では、関連する先行研究が、マイクロ／マクロに渡る分野から整理される。

第3章では、命題提出、モデル構築、方法論的接近、フレームワーク提示が行われる。

第4章では、マクロ・ケース分析を経て、第一結論として政策的示唆が提出される。

第5章では、マイクロ・ケース分析を経て、第二結論として戦略プランが提出される。

第6章では、二つの結論が総合的に検討され、統合的メッセージが表明される。

第7章では、要約、主要結論、含意、課題と展望が述べられ、研究が総括される。

本論文は、地域企業をとりまくミクロとマクロの問題に、総合的に取り組んだものであり、二つの学問領域を横断・融合させることで、資源ベース戦略論の分野に新しい成果をもたらしている。

2. 本論文の評価

本論文には評価すべき点が数多く存在するが、特に以下の点を指摘したい。

第一に評価すべき点は、地域企業の戦略論という先行研究に見られない研究課題について、一定の研究成果を提出していることである。地域企業を対象に戦略論を展開するには、ポジショニング観点では競争条件の把握の困難さから、また資源ベース観点では、コア資源を特定する判断が恣意的になる可能性が避けられないという限界があった。本論文では、資源ベース観点を独自のフレームワークとして拡張し、その理論的發展に貢献すると同時に、ケース記述に際して知的財産としての特許に注目することで、コア資源の認定に関する恣意的判断の混入可能性を極力排除している。

第二に評価すべき点は、ミクロ視点とマクロ視点を統合するための緻密な論理構造の体系を備えていることである。社会科学には従来からミクロ理論とマクロ理論との間に断絶があることが指摘され、地域に関する多くの論考も基本的にはこの断絶のもとにある。したがって、通常はネットワーク論と産業クラスター論、地域ブランド論とを同一の議論の中で分析することは、研究上の主体を喪失させる危険性を伴う。しかし、本論文は「行為システム」という一貫した姿勢でミクロ／マクロに渡る事例分析を行い、ミクロ面だけでなく、マクロ面の産業クラスター論及び地域ブランド論においても国際性を加味した政策的示唆という形で実践的な研究成果を導出し、結果的に複数の理論を統合することに成功している。このことは、コミュニケーション行為に関する学際的学としての国際広報メディア学によって、地域振興の問題、とりわけ地域広報活動や地域ブランディングの領域に接近する有効性が示されたものと考えられ、本論文の研究アプローチが後続の研究に向けた準拠枠を提示している点でも特筆に値する。

第三に評価すべき点は、本論文が持つ社会的意義の高さと研究対象としての重要性である。近年のアジア全域に渡る企業活動のグローバル化によって、我が国の地域経済は存在感を急速に低下させている。これまで産業論や政策論の立場からその対応策が研究されてきたが、それらの成果は地域で生きる経営者たちが直接的に活用できるものではない。本論文が企業戦略論としての成果創出に注力したことで、その問題に一定の貢献を果たしたことは、実践的な視点からも高い意義が認められる。

以上のように本論文は積極的に評価すべき優れた研究であるが、問題点も存在する。地域におけるマクロ要因としての地域ブランドは、地域サブ・ブランドとでも呼べる存在との間に階層性を備えており、その階層性を操作することによって、地域の政策担当者は様々な展開方策を構想し得ると考えられるが、本論文ではその展開方策についての具体的な議論には踏み込んでいない点である。しかし、この問題は地域ブランドに関する先行研究蓄積の少なさに起因しており、本論文に固有の問題ではなく、学界全体が共有すべき課題であり、本論文の価値を損ねるものとは言えない。また、著者自身がこの課題を十分に認識した上で、現時点で整理可能な地域ブランド活用戦略を本論文において企業経営者向けに整理したことは、地域ブランド論にとって大きな前進であると言える。この成果を出発点に、さらに地域ブランドの階層性とその操作という論点を盛り込み、政策担当者向けの地域ブランド創出論を展開していくことや、企業経営者向けの地域ブランド戦略論を深化させていくことが、著者の今後の研究において大いに期待出来る。

3. 結論

われわれは、以上の評価によって著者は、北海道大学博士（国際広報メディア）の学位を授与される資格があるものと認める。