

CPRC Discussion Paper Series

Competition Policy Research Center Japan Fair Trade Commission

グローバル市場における競争優位と
国内市場における競争状況について

土井 教之

C P R C主任研究官・関西学院大学経済学部教授

田辺 治

C P R C研究員・公正取引委員会事務総局企業結合課長

栗谷 康正

C P R C研究員・公正取引委員会事務総局企業結合課

福永 啓太

C P R C研究員・公正取引委員会事務総局企業結合課

宮丸 栄介

C P R C研究員・公正取引委員会事務総局企業結合課

大宮 俊吾

C P R C研究員・公正取引委員会事務総局企業結合課

工藤 恭嗣

C P R C研究員・公正取引委員会事務総局経済調査室

CPDP-59-J June 2013

1-1-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, TOKYO 100-8987 JAPAN

Phone:+81-3-3581-1848 Fax:+81-3-3581-1945

URL:<http://www.jftc.go.jp/cprc/index.html>

E-mail:cprcsec@jftc.go.jp

【本ディスカッションペーパーの執筆分担と位置付けについて】

- 1 本ディスカッションペーパーは、第1部を土井及び工藤、第2部を田辺、栗谷、福永、宮丸及び大宮がそれぞれ執筆を担当した。
- 2 本ディスカッションペーパーの内容は執筆者が所属する組織の見解を示すものではなく、記述中の責任は執筆者のみに帰する。

目次

はじめに	1
第一部 国際競争力と国内競争－我が国製造業の分析－	2
1 競争と競争力－理論的整理－	2
2 競争優位・競争力の計測－計測指標－	4
3 実証分析（1）－産業別輸出世界シェアの分析－	6
(1) 先行研究	6
(2) 分析のデザインとデータの説明	6
(3) 推定結果	12
4 実証分析（2）－企業別海外売上高比率の分析－	17
(1) 先行研究	17
(2) 分析のデザインとデータの説明	17
(3) 推定結果	21
5 第一部の結びと政策的含意	25
参考文献	27
第二部 国際競争力と国内競争－韓国企業を題材に－	32
1 本研究の目的・概要	32
2 国内寡占化が企業の国際的な躍進の必要条件であるという主張の検討枠組み	32
3 「国内寡占利益＝海外投資原資」論の検討	34
(1) 海外投資の原資として国内寡占利益は不可欠ではないこと	34
(2) 韓国企業成功の内部要因	37
(3) 韓国企業成功の外部要因	43
(4) 「国内寡占利益＝海外投資原資」論が我が国の経済利益にかなうとは限らないこと	44
4 「国内寡占化による効率性改善」論の検討	45
(1) 企業結合による効率性改善の考え方	45
(2) 現代自動車と起亜自動車の統合における効率性改善は当該企業結合に固有のものではないこと	46
5 第二部の結び	48
参考文献	49
おわりに	51

はじめに

経済がグローバル化する中、日本企業がグローバル市場で苦戦を強いられ、「合併・産業再編成は国際競争優位を維持強化するために必要」という主張がみられる。こうした主張は、企業規模の拡大や国内寡占化が国際競争力の強化に資することを示唆している。合併だけではなく、各種アライアンスも多くみられ、これら企業間の統合や協力が国際競争力とどのように関連しているのかも注目される。

こうした議論は、国際競争力と産業再編成の問題として古くて新しい競争政策上の問題の典型である。例えば、合併を通じた産業の再編成は、産業内における生産要素の再配分を通じて企業の効率性を改善し、国際競争力を高めることにつながり得る。しかしながら、産業における企業数の減少は、企業結合審査における検討事項である単独効果や協調効果の発生を容易にする場合があり、企業の効率性が改善したとしてもそれによる利益が品質改善や価格低下などの形で国内の需要者に均てんされるとは限らない可能性がある。その場合、企業結合は必ずしも我が国の経済利益に資するとはいえない。

そこで、本共同研究では、国内市場での競争が国際競争力とどのように関連しているかを考察することを目的とし、第一部で産業横断的な定量的分析を、第二部でミクロの視点から行った個別企業の事例研究を行う方法を採用した。

第一部では、グローバル競争が本格化した時期（特に 1990 年代後半以降）を対象に、我が国製造業における国内競争と国際競争優位・競争力との関連を実証的に分析する。本実証分析は、経済理論に従って実証モデルを組み立て、データを使用して国内市場での競争と国際競争力との関係に関する仮説を検討するものであるが、データの制約があることから個別産業に焦点を当て産業ごとに評価するのではなく、我が国の製造業について特定の産業分類に従い集計されたデータを使用した、産業横断的なデータ分析である。したがって、詳細な分析に立ち入る前に、産業レベルで集計されたデータの中から、「企業規模の拡大」や「産業集中化」など、国際競争力の強化に資すると指摘される要因や「国際競争力」について、どのような定量的な指標を使用すべきかが議論すべき点の一つである。本稿では、この点について、競争戦略における議論、経済分析等を整理した上で、Sakakibara and Porter (2001) の論文を参考に実証モデルとデータの選定を行い、分析を行っている。

第二部では、国内競争と国際競争力との関係について、個別企業を事例研究の題材として取り上げ、「国内寡占化が企業の国際的な躍進の必要条件である」という主張について検討している。この主張は、その力点の置き方によって、①国内の寡占化が進むことによって企業が得た独占・寡占の利益こそが、国内企業が海外市場で躍進するための原資であるという「国内寡占利益＝海外投資原資」論と、②企業結合によって効率性改善が行われることによる利益の増大に着目した「国内寡占化による効率性改善」論の二つに分けて考えることができる。本稿ではこれら論点の妥当性を評価するため、各論点を詳細に検討した上で、政府主導の寡占化政策を進めた結果、成功したといわれている韓国企業、取り分けサムスン電子、LG 電子及び現代自動車を取り上げ、これら企業の競争優位の源泉が寡占化政策にあるのか、それとも他の重要な要因があるのかについて、主として文献を通して調査・考察している。

第一部 国際競争力と国内競争－我が国製造業の分析－

第一部では、国際競争力と国内競争との関係を実証的に考察するために、我が国製造業を対象に産業レベルと企業レベルの両方のクロスセクション型分析を試みる。従来、国際競争力について多くの研究がみられるが、意外にもミクロ経済レベルの分析、取り分け競争・産業組織との関連で計量分析したものは少ない。第一部は、その試みの一つである¹。

以下では、1で競争と競争力について理論的に整理し、そしてそれを受けて2では競争力の計測指標・方法について議論する。3ではまず我が国産業の輸出の世界シェア（世界総輸出に占める我が国の輸出の割合、金額ベース）の決定要因を明らかにし、4において今日拡大傾向にある海外生産の重要性を考慮して企業の海外売上高比率（総売上高に占める海外売上高の割合）についてその決定要因を分析する。最後に分析結果を要約し、政策的含意と残された課題に触れることとする。

1 競争と競争力－理論的整理－

まず、以下の実証分析を展開するために、ミクロ経済レベルの国際競争力の定義とその規定要因を簡単に整理する。

一般的に、競争力あるいは国際競争力の用語には確定した定義がなく、マクロ的競争力、ミクロ的競争力など、多様なあるいは曖昧な使われ方がされている。特にミクロ的競争力についての大雑把な定義としては、一つに、国際取引において有利な相対的ポジションを獲得・維持する能力といえる。例えば、競争力のミクロ経済的基礎を重視するポーター（Porter (1990)）は、「競争優位」の概念を使用することによってこの定義をより明確化している。それは、特定の産業において、ライバルよりも魅力的な価格や非価格面の特徴を持つ財・サービスを企画し、生産・販売する企業の能力と定義される。したがって、彼は、そうした競争優位にとって企業が重要な特殊的な資源を持つとき、企業は競争優位を獲得すると主張する（Porter (1990), pp. 74-75, 邦訳上 110 頁）。特に、海外直接投資（Foreign Direct Investment, 以下では「FDI」という。）を国際市場での“成功”ないし競争力の強い証しとみなす。

企業理論でも、資源ベースの理論や能力ベースの理論が、企業内部に蓄積された能力・資源（「ケイパビリティ」、「コンピタンス」、「企業特殊的資源」などと表現される）を競争力・競争優位の主たる源泉として強調する。そして、能力・資源が本質的に企業の戦略によって作り出され、内生的な側面を持つことを示唆している。したがって、競争力について動的な見方を示唆していることは注目してよい。韓国企業の考察を通してこうした内部能力の効果に注目したのが第二部である。

しかし、そうした競争優位は、決して絶対的なものではない。そうした内部要因だけではなく、企業外部の要因、例えば進出国あるいは世界市場の要因、そしてまた自国の要因にも依存する。ポーターは、競争優位に影響を与える要因として、競争環境、需要条件、要素条件、関連・支援産業の四つを指摘する（「ダイヤモンド接近」と呼ばれる。）。特に、活発な国内競争は国際市場での“成功”を促進することが主張され、そしてそれゆえに競争政策の重要性が強調される。確かに、活発な競争は費用効率（X効率）の改善や技術革新（動的効率）の誘因を高め、企業の競争力を強化するであろう。ポーターは、「政府の適切な役割は“触媒”及び挑戦者として、企業のインセンティブを高め、そして競争成果を改善するように誘導すること」（Porter (2008), pp. 200）とし、そしてそのために「強い

¹ 本稿の一部は、関西学院大学経済学部加藤雅俊准教授との共同研究（日本学術振興会科学研究費プロジェクト）の一部に基づいている。

反トラスト政策」が不可欠であると主張する²。企業の競争力を維持・強化していく上で競争が重要な役割を果たすので競争政策が重要であるという考えは、世界の先進国で採られている基本的スタンスとあってよい。

なお、ポストシカゴ学派が強調するように、競争環境ないし市場構造は企業戦略によって変化する可能性がある。したがって、競争と競争優位の関係もまた企業行動によって影響を受けることに留意しなければならない。このことは、上記のとおり資源・能力ベースの理論から示唆されているし、またポーターによっても指摘されている。その意味では、競争力は、本質的に、動的に捉える必要がある。

本稿では、ポーターがこれまで主張してきた競争力ないし競争優位の議論や多国籍企業論に従って議論を整理・展開する。一般的に、海外事業展開を行うとき、企業は、それを行う「能力」を保持・発揮して「海外進出」に乗り出し、そしてそれから望ましい「成果」を獲得する。すると、こうしたプロセスは、能力、海外活動、成果の三つの要素を含む。このことから、国際競争力には、国際競争で優位を生む要因（競争優位の源泉）、それに基づく海外事業展開の大きさ（国際化）、そして国際展開の結果得られる成果（競争優位の結果）の三つの要素が含まれ、それぞれ事前的競争力（競争優位の源泉）、国際化の程度（海外事業展開の大きさ）、事後的競争力（競争優位の結果）として整理できる。その意味で、競争力は本質的に多面的な概念であり、このことが競争力について多様な定義・議論につながっている。

その定義と密接に関連する課題の一つとして、競争力が計測可能かどうかという問題がある。上記の三つの側面はそれぞれ定量的に捉えることができる。3要素のうち、最初の要素を捉える指標は、企業が海外展開を実施する前の段階で競争力を評価するという意味で事前的指標であり、そして残りの二つは海外展開の結果を反映する意味で事後的指標として計測することができる。したがって、国際競争力は、事前的にも事後的にも計測可能である。その際、それらは互いに関連し合っているために、それらをどのように峻別し定量化するかが問われる。

ところで、従来、競争力に関する議論においては、企業内部の資源・能力に注目する議論が支配的で、産業組織上の要因との関係は余り重視されてこなかった。例えば、上記のとおり、資源ベースの理論は、内部経営資源の優位（経営資源の特殊的優位性）を競争優位の源泉として強調し、事前的競争力に焦点を合わせている。しかし、経営資源の獲得・活用はまた競争・市場構造によっても影響を受ける可能性があることから、競争（ないし企業外部の要因）との関係についても考慮する必要がある。その意味で、資源・能力を強調する理論と競争との関係を重視する議論（産業組織論的接近）は互いに排他的ではないことに留意する必要がある。

また、近年、特に1990年代後半以降国際合併の件数が増加し、並行して国際寡占が進行しているが、そうした動向を受けて、企業の海外活動（特にFDI）の戦略策定における国内外のライバルとの競争関係の重要性が強調されている（Carr and Collins (2011), 土井 (2012) など）。すなわち、海外事業展開を行うとき、企業は、国内市場や海外市場におけるライバルの行動や競争環境を考慮しながら行動する³。したがって、企業の競争優位又は国際競争力の検討においては、産業組織論的接近

² また、World Economic ForumにおけるPorter (2007)を始めとする一連の競争力研究を参照。

³ 例えば、かつてKnickerbocker (1973)がFDIの寡占的反応パターンを示唆したように、国内寡占産業において、ある企業が海外進出で先行すると、別の企業が対抗的に進出する可能性がある（バンドワゴン効果）。しかし、この議論は、寡占的競争からフォロワーの行動を説明するが、先行者のFDIを明示的に説明することはできないかもしれない。もっとも、攻撃は最善の防御、という言葉があるように、先行者の行動について、寡占的競争から全く説明できないわけではない。

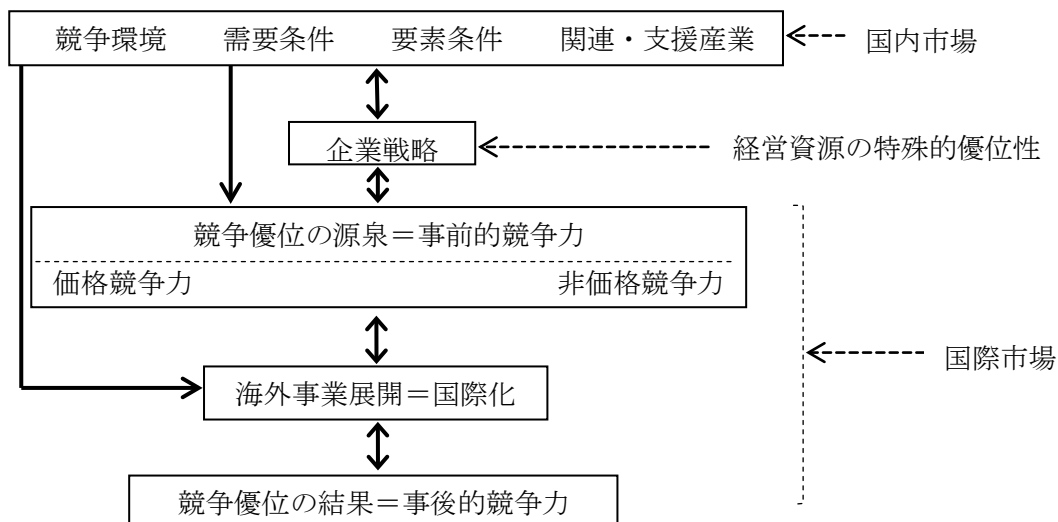
なお、海外直接投資・多国籍企業の諸理論の本格的展開は産業組織論的接近から始まったものであり、展望は、例えば、やや古いPitelis and Sugden (1991)所収の各論文でよく整理されている。

が改めて求められている。

最後に、公共政策面から競争環境の整備について考察する場合、競争政策だけではなく海外進出を有利にする国家支援（産業政策）を含めて考えることもできる。国際競争力の問題を議論する場合には、競争政策と産業政策の関係が注目され、特に、中国や韓国の顕著な産業発展に関連して、この関係が焦点の一つとなっている。具体的に、国内企業を保護あるいは優遇する産業政策が注目されている。

かくして、国内の競争環境は、直接的にも間接的にも海外事業活動に一定の影響を与える可能性を持つ。このことは、経済のグローバル化の下で、競争、市場支配力、国際競争力の関係－国際産業組織メカニズムを考察し、競争政策への含意を探る必要があることを示唆する。ポーターの競争優位論をベースとして国際競争力の議論を整理するならば、図1のように示すことができる。

図1 国際競争力の構成要因とその関係



2 競争優位・競争力の計測－計測指標－

一般に、海外事業の展開は、輸出、ライセンス生産、海外生産などの海外活動パターンを通して行われるために、国際競争力はこれらの組合せと密接に関連している。したがって、国際競争力は、これらの海外活動パターンを併せて議論する必要がある。特に、競争あるいは市場構造が輸出、ライセンス、海外生産の組合せに与える影響が注目される。なぜなら、海外活動パターンの変化は競争の結果であり、そしてまたその後の競争にも影響を与えるからである⁴。

また、国際競争優位は上記のとおり企業戦略の結果、創出・強化される側面を持つために、競争・市場構造、企業戦略（海外事業展開を含む。）、事前的国际競争力、事後的国际競争力の間には、動的、相互依存的な関係が予想され、こうしたメカニズムを明らかにすることが求められている。しかし、ここではこうした問題の考察は範囲外であり、別稿に委ねることとし、むしろ、競争力の計測に焦点を合わせる。

まず、事前競争力は、海外進出を行い良好な成果を実現することを可能にする多数の潜在的な能力に係る要因（競争力の源泉）、例えば海外顧客のレベル、ブランド認知度、外国（特に欧米）での特許・

⁴ 例えば、Levenstein *et al.* (2011) は、競争当局による摘発によって国際カルテルが崩壊した後、競争が取引パターンに与えた影響を考察している。なお、広く企業の海外活動については、Pugel (1978)、Kogut (1988)、Spulber (2007)などを参照。

商標登録数、費用効率性、生産性などを含むが、それらを総合的に考慮することは分析上難しい。それに対して、それらを集計的ないし総合的に反映すると考えられる事後的競争力指標（「顕示された競争力（revealed competitiveness）」と呼ばれる）の利用可能性の方が大きいかもしれない。

事後的指標としては、幾つかの指標が考えられる。まず、企業・産業の国際市場でのプレゼンスとその変動である。具体的には、産業の生産の世界市場シェア（「(国内生産+海外生産)÷世界総生産」）、産業の輸出の世界シェア（「産業の輸出÷世界総輸出」、以下では「輸出世界シェア」という。）などである。また、そうした世界シェアの上昇も、競争優位を反映していると捉えられる。前者の世界市場シェアは、冒頭指摘した海外生産の拡大を考慮したものである。しかし、残念ながら、我が国では、海外生産についての体系的な統計が整備されていない⁵。他方、輸出世界シェアは、優位な競争力ポジションを反映する可能性を持つが、今日大きな重要性を持つ海外生産を捉えられないという限界を伴う。

第二の指標は、企業の海外活動比率とその変動を捉えるものである。それは、例えば企業の海外売上高比率（(輸出+海外生産)÷総売上高）、海外資産比率（海外資産÷総資産）などを含む。それらの高い水準あるいは成長は、競争力の拡大を反映するものと捉えられる。しかし、これらも同様に問題点を含むことは避けられない。これらは国際化の程度（以下「国際化率」という）を捉えるものであって、相対的な競争力を十分に反映しない可能性があり、特に海外資産比率の場合、総資産は多様な内容を含み、海外生産を必ずしも反映しないおそれがある。

最後に、企業・産業の輸出利益率や海外投資収益率も競争力を反映することは確かであり、多国籍企業研究は、これらの指標の利用を支持する傾向がある。それは、上記のような指標（生産や輸出の世界シェア、国際化率）の数字が大きくても、利益の出ない海外事業は競争力を有しないことを示唆するという主張に依拠している。確かに、企業における国際化の程度と成果の関係についての実証分析結果は多様である。その意味で、この批判は、上記の各指標が必ずしも国際競争力を十分に捉えていない可能性があることを示唆する。

かくして、いずれの指標もそれぞれ問題点を伴う。なぜなら、国際競争力は為替相場を含め多くの要因を反映するからである。しかしその中で、特に、産業の海外事業展開を、国際競争力の事後的な、あるいは「顕示された」大きさとして捉える場合、FDIを考慮する世界シェア変数、例えば生産あるいは販売の世界シェアが望ましい。具体的には、上記のように、(国内生産+海外生産)÷世界総生産高（「海外生産比率」）、(国内からの輸出+海外生産からの現地販売+海外生産からの第三国輸出）（あるいは海外売上高）÷世界総売上高（「海外売上高比率」）、などの変数を計測・利用することが求められる。

しかし我が国では、上記のとおり、海外生産のデータは大規模に利用できない。本稿では、利用可能なデータに基づいて、産業レベルでは産業の輸出世界シェア、そして企業レベルでは海外売上高比率を利用する。いずれにしる、ともに上記のような問題点を伴うことに留意しなければならない。なお、これらの指標を使った既存の実証分析は、以下で言及する研究を除いて我が国はもとより国際的にも少ないのが実情である。

⁵ 我々はほとんどの業界団体に海外生産についてアンケート調査を実施したが、醤油、一部の家電製品、自動車など、限られた業界を除いて産業レベルでの統計資料を持ち合わせていないことが判明した。代替的に各産業の生産世界シェア（日本の国内生産÷世界総生産）も算出可能であるが、それは海外生産を反映しないという難点を含む。

なお、上記の調査でのインタビューの中で、ある業界団体から、メンバー企業の活動についての業界団体による情報交換・広報活動は独占禁止法に触れるおそれもあるため、業界団体としてはこうした調査を実施しないという指摘もみられた。Scherer and Ross (1990, pp.347-352) がかつて示唆したように、業界団体の情報交換・共有は競争政策上最もデリケートな問題の一つであろう。

3 実証分析（1）－産業別輸出世界シェアの分析－

以下では、上記の二つの国際競争力指標についてそれらの決定要因を分析する。まず、産業レベルでの輸出世界シェアについて分析しよう。これらの結果は付表に要約されている。

(1) 先行研究

従来、この指標を取り上げて分析した既存研究は少なく、**Sakakibara and Porter (2001)** があるのみである。それは、1991～1993年の期間を対象に我が国の製造業77産業の輸出世界シェア（日本の輸出÷世界総輸出比率）について回帰分析を行っている。それは、競争を考慮するために、集中度だけではなくシェア変動指数（絶対的及び相対的不安定性指数。以下参照）も導入する。それはシェアの変動と市場ポジションの変動の両方を反映し、この指数が大きいほど、競争が激しく展開されていることを反映する可能性を持つからである。結果は、集中度の統計的非有意性とシェア変動指数の有意性である。それは特に、国内の競争が激しい産業ほど輸出世界シェアが大きいことを示唆している。換言すれば、競争が激しく展開されている産業は、内部効率（X効率）や技術革新（動態的効率）が競争によって促進される結果、大きな世界シェア、すなわち国際競争力・競争優位を持つ傾向にある。したがって、活発な国内競争は国際競争力の強化に資すると結論される。

この分析方法とそれからの結果・含意は注目すべきものであるが、FDI・海外生産が拡大する時期では、日本産業の輸出を基にした国際化・国際競争力指標は過小評価となるおそれがある。まず、FDIは輸出を代替するために行われることが多いために、使用されたデータでは、日本産業の国際化を十分に反映しない（「輸出代替型FDI」）。また、輸出統計は生産国を基に計測されているために、日本企業によるFDI進出国から第三国への輸出を含んでいない可能性があるからである（「輸出プラットフォーム型FDI」）。さらに、低賃金を利用する海外生産や近年注目されている「リバーズ・イノベーション」にみられるように、海外で生産された製品を国内に輸入する場合も考慮されなければならない（「逆輸入型FDI」）。そのほか、輸出の世界シェアは大きいけれども、世界の輸出取引自体が小さい場合も想定できるが、このとき国際競争力は過大評価の可能性もある。また、国際競争（世界集中度など）が考慮されていない。

最後に、合併が行われると、特に水平合併のとき合併企業はシェアを拡大するために、シェア変動（流動性）が大きくなる可能性があり、その結果、シェア変動指標は競争の程度を過大に評価するおそれもある。なお、合併に伴う問題は、本稿でも利用する他の流動性指数にも共通する問題であることから、合併の影響も同時に考慮する必要がある。

(2) 分析のデザインとデータの説明

そこで、本稿は、グローバル競争が本格化した時期（1990年代後半以降）を考慮して2004～2008年を対象に、製造業84産業についてクロスセクション型回帰分析を行う⁶。また、可能な限り、国内競争と国際競争の両方を反映する変数を取り込む。モデルは、以下のような線型方程式を推定する（各記号の意味については以下の本文を参照のこと。）。

⁶ 本稿で利用した84産業において、後の回帰分析で国際競争力の指標として使用される輸出世界シェアの84産業の平均値は対象期間（2004～2008年）を通じて漸減しており、また産業別にみても低下している産業が多い。こうした事実は、巷間言われるように、競争力の弱体化を反映しているのかもしれない。

なお、輸出に大きな影響を与える為替相場（年平均）は、1ドル108.28円（2004）、109.64円（2005）、116.25円（2006）、117.93円（2007）、104.23円（2008）と変動している。

$$WES = \beta_0 + \beta_1 HHI \text{ (又は} CR3) + \beta_2 FSR + \beta_3 DMI_i (i = 1, 2, 3, 4) + \beta_4 EX + \beta_5 ITR + \beta_6 RD \\ + \beta_7 AD + \beta_8 PRC + \beta_9 DG + \beta_{10} MA + \beta_{11} CD + \epsilon$$

次に、本稿で使用したデータについて説明する。輸出世界シェア (World Export Share, *WES*) は、国連統計 (*International Trade Statistics Yearbook*) から算出した。国連統計に対応する我が国の産業分類の中から、輸出額が我が国の公式統計から利用可能である産業について、日本の輸出額を国連統計の世界総輸出額で割ることによって算出した。この被説明変数は0で打ち切られているので ($0 \leq WES \leq 100$)、適切な計量モデルはトービット (Tobit) 推定であるが、結果に相違がないので、OLS推定の結果を示している。

最後に、輸出世界シェアの決定要因の推定に当って説明変数として利用した変数の定義と出所は表1に、要約統計量を表Aに、相関係数を付表2にまとめている。

1) 国内集中度 (*HHI*, *CR3*)

国内集中度についてはハーフィンダール・ハーシュマン指数 (*HHI*) と上位3社集中度 (*CR3*) で計測し、『工業統計表 (企業統計編)』の標準産業分類6桁品目レベルのデータから、分析対象の国連統計の産業分類に対応するように出荷額で加重平均して算出した。同時性の問題を考慮して、1期のラグをとった2003年の数値を利用している。

2) 企業規模比率 (*FSR*)

産業横断的にみれば、我が国の輸出の主たる担い手は大企業である (Doi (1991))。企業規模が競争力に影響を与える可能性があるため、企業規模を捉える指標として、全出荷額に占める従業員300人以上の企業が出荷する割合を、上記*HHI*と同様の方法で『工業統計表 (企業編)』の6桁品目レベルのデータから算出した。

なお、この変数は当該産業において一定規模以上の企業が占める出荷額シェアであって、企業規模の大きさそのものを捉えていないことに留意する必要がある。

3) 流動性指数 (*DMI_i*, $i = 1, 2, 3, 4$)

市場構造の流動性は、上記の Sakakibara and Porter (2001) の指標を始め幾つかの指標 (Doi (2001), 泉田ほか (2004)) で計測することができる。いずれの指数についても、シェアの変動が小さいほど指数の値は小さくなり、シェアの変動が大きいほど指数の値が大きくなる。ここでは、矢野経済研究所『日本マーケットシェア事典』(各年)に基づいて四つの指標を代替的に算出し、利用した。また、当該事典から市場シェアが利用できない産業については、他の業界データから算出した。なお、指数がどの程度あれば競争的と判断できる閾値があるわけではないことに留意しなければならない。それら指数の定義は以下のとおりである。

①モビリティ指数 (*DMI₁*)

Doi (2001) に従って、分析期間において上位5位以内を維持し続けた企業のシェアのほか、同期間で上位5位から落ちた企業や上位5位に入った企業のシェアを考慮に入れた指標で、下記②~④の三つの流動性指数と異なりポジションの変化 (上位5社に入るか入らないか) も考慮した指標である。

$$DMI_1 \equiv \frac{\sum_i |S_{it} - S_{i0}| + \sum_j EX_{j0} + \sum_k EN_{kt}}{\sum_i S_{i0} + \sum_j EX_{j0}} \times \frac{1}{2}$$

S_{it} : 順位 i の企業の 2008 年のシェア

S_{i0} : 順位 i の企業の 1994 年のシェア (ただし, S については, 1994 年~2008 年まで上位 5 位に入っている企業のシェア。)

EX_{j0} : 1994 年には上位 5 位に入っていたが 2008 年には上位 5 位に入っていない企業の 1994 年のシェア

EN_{k0} : 1994 年には上位 5 位に入っていないが 2008 年には上位 5 位に入っている企業の 2008 年のシェア

② 絶対的不安定性指数 (DMI_2)

Sakakibara and Porter (2001) に基づいて, 上位 n 社について, 隣接する 2 期間におけるシェアの変化分の絶対値を分析期間にわたって合計したものである。

$$DMI_2 \equiv \frac{\sum_i \sum_t |S_{i,t} - S_{i,t-1}|}{m \times n}$$

$S_{i,t}$: 順位 i の企業の t 年のシェア

$i = 1, \dots, n$ ($n = 4$)

$t = 1995, 1996, \dots, 2008$ ($m = 2008 - 1995 = 14$)

③ 絶対的シェア変動 (DMI_3)

泉田ほか (2004) が使用したものであり, 上記②はシェアの変化分について絶対値をとっていたが, 本指数はシェアの変化分を二乗して合計したものである。泉田ほか (2004) では, 各企業のシェアを算出するに当たって分析に使用した全ての企業についてシェアの変化分を二乗し合計しているが, 本研究で利用したデータでは, 各品目について全ての企業が明らかになっているわけではないため, 上位 4 社に限りシェアの変化を求め, 本指数を算出した。

$$DMI_3 \equiv \frac{\sum_i \sum_t (S_{i,t} - S_{i,t-1})^2}{m - 1}$$

④ 相対的不安定性指数 (DMI_4)

上記②はシェアの絶対的な変化を合計したものであるが, 本指標はシェアの変化が当該年度のシェアからみて相対的に評価したものを合計したものである (Sakakibara and Porter (2001))。

$$DMI_4 \equiv \frac{\sum_i \sum_t \frac{|S_{i,t} - S_{i,t-1}|}{S_{i,t-1}}}{m \times n}$$

4) 輸出比率 (EX) 及び産業内貿易比率 (ITR)

輸出比率は国際化の程度を捉えるものとして, 輸出÷生産額として算出している。他方, 産業内貿易比率は輸出競争力を捉えるものとして, (輸出-輸入) ÷ (輸出+輸入) として算出している。一般に, 産業内貿易比率は, 分子が絶対値を取るが, ここでは絶対値を取らずに算出した。したがって, 輸入がほとんどない場合は 1 に, 輸出入がほぼ均衡する場合は 0 に, そして輸出がほとんどなく輸入だけである場合は -1 に近づく。輸出及び生産額のデータは共に『産業連関表 (延長表)』から利用した。

なお, これら二つの比率は, それぞれ生産及び貿易における輸出の比重を意味しているために, 国際競争にさらされている程度を捉えていると理解することも可能である。もしそうならば, 国際競争圧力は企業の競争力強化への誘因を生むであろう。

5) 研究開発集約度 (R&D集約度, *RD*), 広告比率 (*AD*) 及び加工度 (*PRC*)

競争力は企業の特長的優位性を反映し、特に、従来、技術開発力とマーケティング能力が注目されてきた。そこで本稿では、前者をR&D支出÷生産高比率(「R&D集約度」)で、そして後者を広告費÷生産高比率(「広告比率」)で計測した。データ・ソースは『産業連関表(基本表)』である。

また、日本企業の擦り合わせ型調整や熟練—ものづくりカーも一つの強みとして注目されてきた。これを捉える指標として、付加価値率、すなわち付加価値÷出荷額(以下では「加工度」という。)を利用した。加工度の高い産業ほど競争力を有すると予想される。これは、『工業統計表(産業編)』の付加価値及び出荷額から算出した。

6) 国内市場成長率 (*DG*)

企業の輸出行動には国内需要動向が影響を与えるであろう。例えば、国内市場が停滞すれば、企業に国内売上高の低迷を補填するために輸出誘因が高まるであろう。あるいは逆に、国内市場が拡大している産業では、シェアを拡大するための改革・革新の余地が大きく、その結果、各企業はより大きな海外進出能力を持つかもしれない。国内市場成長率は、見掛け消費(生産−輸出+輸入)の成長倍率(2008年見掛け消費÷2003年見掛け消費)として『産業連関表(延長表)』のデータを基に算出した。

7) 合併ダミー (*MA*)

上で示唆したように、シェア変動は合併によっても起こる。合併の影響を考慮するために、1994~2008年の対象期間中に主要企業で合併がみられた産業を1、それ以外を0とするダミー変数を使用する。合併の有無は、公正取引委員会の公表資料、矢野経済研究所『日本マーケットシェア事典』(各年)及びその他の業界関連公表資料から識別した。

8) カルテル・ダミー (*CT*)

産業の競争状況は、一つに、行動面からの指標としてカルテルがみられるかどうかによって捉えられよう。この可能性を考慮するために、1994~2003年の対象期間中にカルテルがみられた産業を1、それ以外を0とするダミー変数を使用している。カルテルが行われている産業では、競争制限が起きていると推測され、負の効果が予想される。もとより、カルテルは公正取引委員会の摘発によって露見した場合にのみダミー変数で捉えている。この変数が競争度指標として十分ではないことは言うまでもない。

表 1 : 産業データの分析で使⽤した変数の説明

変数名	定義・測定方法	出典	年
輸出世界シェア	我が国の輸出÷世界総輸出	UN, <i>International Trade Statistics Yearbook</i>	2004~2008
国内集中度	ハーフィンダール・ハーシュマン指数 (HHI), 上位3社集中度 (CR3)	『工業統計表 (企業統計編)』	2003
企業規模比率	従業員300人以上企業の出荷額の割合	『工業統計表 (企業統計編)』	2003
流動性指数	シェア変動 (本文参照)	矢野経済研究所『日本マーケットシェア事典』等	1994~2008
輸出比率	輸出÷生産額	『産業連関表 (延長表)』	2003
産業内貿易比率	(輸出-輸入) ÷ (輸出+輸入)	『産業連関表 (延長表)』	2003
R&D集約度	R&D支出÷生産高	『産業連関表 (基本表)』	2005
広告比率	広告費÷生産高	『産業連関表 (基本表)』	2005
加工度	付加価値÷出荷額	『工業統計表 (産業編)』	2003
資本・労働比率	固定資産÷従業員数	『工業統計表 (産業編)』	2003
国内市場成長率	見掛け消費の倍率	『産業連関表 (延長表)』	2003, 2008
合併ダミー	合併が行われた産業1, そのほか0	矢野経済研究所『日本マーケットシェア事典』等	1994~2008
カルテル・ダミー	カルテルが摘発された産業1, そのほか0	公正取引委員会公表資料	1994~2003

注: 矢野経済研究所『日本マーケットシェア事典』(各年)。一部は, 以下の企業別分析でも利⽤される。

表 2：産業データの要約統計量

	標本数	平均値	中央値	標準偏差	最小値	最大値	変動係数
被説明変数							
輸出世界シェア (%)	84	6.566	4.672	5.964	0.006	26.876	0.908
説明変数							
国内需要成長率 (%)	84	1.256	1.169	0.433	0.384	3.383	0.344
輸出比率 (%)	84	24.317	19.475	22.518	0.010	82.150	0.926
R & D集約度 (%)	84	3.400	2.355	3.036	0.170	17.100	0.893
広告比率 (%)	84	1.184	0.620	2.239	0.000	17.370	1.891
加工度	84	0.365	0.363	0.113	0.048	0.645	0.308
資本労働比率 (%)	84	15.232	8.654	17.979	3.267	133.753	1.180
産業内貿易比率	84	0.118	0.328	0.584	-0.989	0.997	4.964
上位 3 社集中度 (CR3)	84	52.762	52.238	18.263	14.771	100.000	0.346
CR3 ²	84	3081.276	2771.397	2065.648	218.182	10000.000	0.670
ハーフィンダール・ハーシ ュマン指数 (HHI)	84	0.165	0.142	0.102	0.025	0.427	0.616
HHI ²	84	0.036	0.020	0.043	0.001	0.182	1.188
企業規模比率 (%)	84	59.292	64.131	25.359	3.565	100.000	0.428
輸出成長率 (%)	84	72.280	65.299	48.444	-57.092	276.062	0.670
合併ダミー (0 又は 1)	54	0.429	0.000	0.498	0.000	1.000	1.162
カルテル・ダミー (0 又は 1)	54	0.131	0.000	0.339	0.000	1.000	2.592
流動性指数							
モビリティ指数	54	0.272	0.239	0.194	0.045	1.069	0.715
絶対的不安定性指数	54	1.367	1.274	0.694	0.265	3.250	0.508
絶対的シェア変動	54	29.533	18.872	29.345	0.639	145.465	0.994
相対的不安定性指数	54	0.101	0.079	0.085	0.014	0.588	0.843

注) CR3 及び流動性指数は、各企業の生産量 (又は生産額) をそれぞれの産業の総生産量 (又は額) で割り 100 を掛け合わせたパーセント表示の市場シェアを基に算出している。他方、HHI は 100 を掛け合わせないものを使用して算出している。

(3) 推定結果

推定結果は、流動性指数を含まない分析結果（84 産業）については表 3-1、そして流動性指数を含む分析結果（54 産業）については表 3-2 にまとめている。各変数の結果を順次考察しよう。

1) 流動性指数を含まない分析結果（84 産業）

まず、集中度（*HHI*）の効果に注目すると、それは一次項のみの場合正の符号を示し、統計的有意性を持たない。また、寡占的反応がみられれば、輸出世界シェアが集中度とともに上昇するが、一定の集中度水準を超えると低下するという逆U字型の関係の可能性も存在するために、二次項も追加して推定したが、一次項は負の符号で有意ではなく、他方、二次項は正で有意である。しかし、集中度と輸出世界シェアとの関係をみるため、一次項と二次項を 0 とする複合仮説の検定（ジョイント検定）を行ったところ、両項が 0 となる仮説を棄却できなかったことから、集中度は輸出世界シェアと統計的に有意な関係にないことが分かる。

なお、上位 3 社集中度（*CR3*）も代わりに用いたが、結果は符合的には同じであるが、二次式の場合若干異なり、二次項の有意性はなくなる。Sakakibara and Porter は集中度として上位 4 社集中度（一次項のみ）を使用し、正の符号であるが有意でない結果を報告している。

第二に、企業規模比率（*FS*）は正の有意な効果を持つ。この結果は、中小企業（従業員 300 人未満）ではなく、中規模以上の企業が大きなシェアを占める産業ほど、競争力があることを示唆している。したがって、ある程度の規模の企業が重要である。この結果は、既に指摘したように、企業規模が大きいほど国際競争力を持つことを意味しないことに留意しなければならない。

第三に、輸出比率と産業内貿易比率はともに輸出世界シェアに正の有意な効果を示している。輸出比率が大きい産業では、上で指摘したように、輸出の比重が大きく、それだけ国際的競争圧力にさらされていると考えられ、それが競争優位の原因となっているかもしれない。他方、産業内貿易比率も、やはり国際的競争圧力を反映し競争力強化につながっている可能性もある。この比率が大きい産業は輸出が輸入よりも大きい産業であることを意味しているが⁷、本結果はそれだけ大きな輸出競争力を反映しているかもしれない。

いずれにしても、本推定結果が示す輸出比率や産業内貿易比率の結果は当然かもしれない。なぜなら、これらの比率はそれ自身が輸出競争力を捉え、したがって国際競争力を反映している可能性も避けられないからである。

第四に、国内需要成長率は一部で有意性が落ちるものの、正の有意な効果を示す。すなわち、国内需要の成長率が大きい産業ほど、競争力を持つ傾向にある。それは、そうした市場では、生産・シェアを伸ばす機会が大きく、企業は効率の改善や革新に努力し、その結果互いに競争優位を高め、国際市場でもその優位性を発揮していることを示唆しているであろう。

しかし、他の四つの産業特性（R&D集約度、広告比率、加工度及び資本・労働比率）は統計的に有意性を持たない。まず、技術力を捉える R&D集約度は統計的に有意ではなく、予想とは異なる結果を示す。したがって、エレクトロニクス製品や薬品のように、R&D集約的な産業でも国際競争力を持つわけではないといえよう。この結果は、ここで利用した R&D集約度が国内企業のレベルで、外国企業との相対的な差異を捉えていないことに起因しているかもしれない。換言すれば、国内の産業横断的にみれば R&D集約的が高い産業も、当該産業の外国企業に比べれば低い可能性が考えられ

⁷ 本稿における「産業内貿易比率」の定義は $(\text{輸出} - \text{輸入}) \div (\text{輸出} + \text{輸入})$ であり、通常使用されている定義（分子に「輸出 - 輸入」の絶対値を使用するもの。）と異なっている。その結果、本比率は、輸出が輸入を下回ると負の値を取る。

る。その意味で、本稿の分析は、国内市場の変数で説明されており、外国との比較を反映する相対的な変数の影響を捉えていないところに一つの難点を有する。

表 3-1 : 流動性指数を含まないモデルの推定結果

	<i>HHI</i> & <i>HHI</i> ²	<i>HHI</i>	<i>HHI</i> ²	<i>CR3</i> & <i>CR3</i> ²	<i>CR3</i>	<i>CR3</i> ²
集中度	-14.53 (-1.13)	5.097 (0.80)		-0.0808 (-1.13)	0.0206 (0.52)	
集中度の二乗	46.42* (1.68)		18.30 (1.36)	0.000965 (1.34)		0.000369 (0.97)
国内需要成長率	2.123* (1.97)	1.833* (1.67)	1.992* (1.81)	1.895* (1.73)	1.732 (1.57)	1.780 (1.60)
輸出比率	0.0888*** (3.30)	0.0873*** (3.11)	0.0860*** (3.16)	0.0888*** (3.27)	0.0880*** (3.11)	0.0858*** (3.14)
R & D集約度	-0.0194 (-0.15)	-0.00320 (-0.02)	0.0147 (0.12)	-0.0143 (-0.11)	-0.0196 (-0.15)	0.00937 (0.07)
広告比率	0.0575 (0.31)	0.0624 (0.33)	0.0539 (0.29)	0.0838 (0.45)	0.0633 (0.33)	0.0607 (0.32)
加工度	4.463 (0.89)	4.563 (0.92)	4.482 (0.92)	3.306 (0.65)	4.721 (0.92)	4.249 (0.86)
資本・労働比率	-0.0311 (-1.29)	-0.0294 (-1.20)	-0.0282 (-1.18)	-0.0407 (-1.47)	-0.0319 (-1.30)	-0.0343 (-1.35)
企業規模比率	0.0653** (2.44)	0.0561** (2.20)	0.0515** (2.21)	0.0580** (2.00)	0.0597** (2.00)	0.0483* (1.75)
産業内貿易比率	3.738*** (3.83)	3.849*** (3.96)	3.874*** (4.04)	3.702*** (3.71)	3.821*** (3.86)	3.868*** (4.04)
定数項	-3.016 (-0.94)	-3.758 (-1.15)	-3.522 (-1.13)	-1.196 (-0.35)	-4.069 (-1.14)	-3.343 (-1.06)
観測数	84	84	84	84	84	84
R_{Adj}^2	0.548	0.539	0.547	0.544	0.537	0.543
F	12.96	14.67	14.43	13.22	14.81	14.68
平均VIF ^{注1)}	3.26	1.71	1.61	3.39	1.81	1.75
集中度に関するF検定 ^{注2)}	1.58 (0.21)			1.24 (0.30)		

回帰係数の括弧内の数値は t 値である。***は 1%，**は 5%，*は 10%でそれぞれ統計的に有意なことを示す（両側検定）。

注 1) VIFはVariance Inflation Factor（分散拡大要因）の略で、多重共線性の程度を示す値。

注 2) 集中度及び集中度の二乗の回帰係数を 0 とする複合仮説の検定統計量、括弧内は当該検定統計量の P 値。

広告比率も有意な効果を持たない。多国籍企業論によれば、広告比率（「広告集約度」とも呼ばれる）は特殊的優位性としてマーケティング能力を反映するものとして捉えられており、この考え方に従えば広告比率が高いほど輸出世界シェアも大きくなると予想されるところ、本推定結果はこうした理解と整合的ではない。この結果は、生産財産業の輸出競争力は消費財産業よりも大きいという、我が国の輸出構造の特徴を反映している可能性がある。なぜなら、広告比率は生産財産業よりも消費財産業の方が高くなる傾向があるからである。また、国内の産業間で比較した場合に広告比率が高いとしても、国際的にみて我が国の広告比率が高いとは限らず、我が国企業のマーケティング能力が国際的に高いことを必ずしも示していないおそれもある。

さらに、付加価値率で測られた加工度は有意でないが、正の符号は注目される。なぜなら、上記で示唆したように、その結果は日本型ものづくりの効果を反映していると捉えられるからである。また、資本・労働比率も一定の効果を示していない。

最後に、変数間の相関関係を考慮して、幾つかの交差項や二乗項も導入したが有意な関係を確認することはできなかった。したがって、それらの結果については割愛している。その他、世界総輸出の

成長率で計測した世界需要成長率も取り入れたが、有意性を持たず、また他の変数の効果に影響しないために、全体の推定結果に変更はなかった。それを除外した推定結果を本節では示している。

なお、上で示唆したように、競争力指標の変動も国際競争力の動向を反映する可能性を持つために、本稿でもその推定を試みたが、有意な影響を見いだすことはできなかった。それゆえ、推定結果は省略している。

2) 流動性指数を含む分析結果 (54 産業)

流動性指数 (モビリティ指数, 絶対的不安定性指数, 相対的不安定性指数又は絶対的シェア変動) は、シェア・データの制約により限られた産業についてしか算出できない。そこで、それが利用可能である 54 産業について推定を試みた。表 3-2 はその推定結果をまとめたものである。

まず、流動性指数と *HHI* は共に明確な効果を示していない。流動性指数は、いずれの計測方法の指標についても、正の符号を持つものの、統計的有意性を持たず、*Sakakibara and Porter (2001)* の結果とは異なる結果となった。同様に、*HHI* も正の符号であり、有意ではなかった。また、逆U字型関係の可能性を考慮して、二次項も追加して推定したが、一次項も二次項も有意性は得られなかった (したがって、ここではその推定結果は省略している。)

なお、代替的に上位3社集中度も利用したが、推定結果に基本的な相違はみられなかった (推定結果は省略されている。)

他方、企業規模比率 (*FS*) は、*HHI* との相関によって有意性が失われる場合があるが、正で有意である。この結果は、基本的には上の分析結果と同じである。

第二に、国内需要成長率、輸出比率及び産業内貿易比率のいずれも輸出世界シェアに正の有意な効果を示している。これらの結果は、上の分析結果と同じである。

第三に、広告比率は、上の結果と違って、一部の推定式では負の有意な効果を持つ。この結果は、符合的には、生産者財の輸出世界シェアは消費財の輸出世界シェアよりも大きいことを示唆している。生産財産業の広告比率は一般に消費財の広告比率よりも低い傾向があることから、この結果は、生産財が消費財よりも輸出競争力を持つという、我が国の近年の輸出構造の状況と合致している。

第四に、合併ダミーは負の有意な効果を持つ。分析期間中合併が行われた産業では輸出世界シェアは小さいという結果は、合併志向の産業ほど、輸出競争力を持たないことを示唆している。その意味では、逆の因果関係が含まれている可能性がある。すなわち、輸出競争力を持たないため合併を志向するというものである。あるいは、事前的競争力を持たないために、企業は合併志向が強いが、合併の結果が競争力の強化・改善につながらず、輸出世界シェアが低下するものと理解することもできる。いずれにしろ、合併と国際競争力の間には負の関係が存在している。これは、競争政策上示唆に富む結果であり、そしてまた合併は容易に競争力の強化にはつながらないことを認識すべきであろう。

カルテルのみられる産業では、統計的有意性は得られないものの、合併と同様に負の符号を持つことは留意してよい。カルテル志向的な産業は競争力を維持・獲得できないのであろう。また、カルテル志向的な産業は国内市場を重視する産業であり、その分輸出マインドが小さく、その結果輸出世界シェアが小さいという解釈も可能であろう。

なお、カルテルは競争政策の執行を反映するが、産業の国際競争力あるいは国際化率は他の公共政策にも影響される。具体的に、競争政策だけではなく輸出促進・支援策のような公共政策の影響も含むであろう。しかし、本稿では海外展開を支援・補助する産業政策 (特に産業別政策) の影響は分析の対象外である。

第五に、R&D集約度と資本・労働比率は共に上と同じ結果を示す。他方、加工度も明確な効果を持たないが、一部では有意である。この弱い結果は上で示唆したように、日本型ものづくりの効果の可能性を意味する。

なお、ここでも、幾つかの交差項や二乗項も導入して推定したが有意な関係を確認することはできなかった。したがって、それらの結果については割愛している。

なお、以上の二つの分析に関連して、輸出と海外生産の関係に言及しておこう。確かに、既存の研究（例えば Desai *et al.*(2009)）は、FDIと輸出が互いに関連する可能性を持つことを示唆する。すなわち、輸出の大きい産業は、また海外生産も大きい傾向を示す。もしそうならば、この分析は海外生産も含む場合の国際競争力についても、同様の傾向を示唆するかもしれない。しかし、日本産業の場合、しばしば海外事業展開として最初からFDIが行われた欧米の企業と異なって、以下の図2のように、経済摩擦、円高などによる輸出代替型のFDIが行われたと指摘される。この場合、輸出世界シェアの小さい分野では、輸出比率（輸出÷国内生産比率）も小さく海外生産も少ないために、競争力（厳密には国際的プレゼンス）の過少評価のバイアスは小さいが、逆に輸出世界シェアの大きい分野では、海外生産が考慮されないために、そのバイアスは大きくなるおそれがある。この可能性は否定できないかもしれない。ここに、海外生産を含む分析が必要な理由がある。

図2 海外活動の時間的パターン

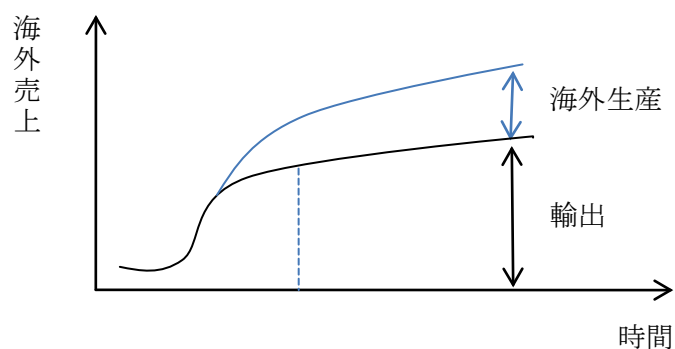


表3-2：流動性指数を含むモデルの推定結果

	モビリティ指数			絶対的不安定性指数			絶対的シェア変動			相対的不安定性指数		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
流動性指数	-2.342 (-0.98)	-0.217 (-0.08)	0.586 (0.24)	0.393 (0.50)	1.033 (1.32)	0.965 (1.25)	-0.00231 (-0.13)	0.0145 (0.77)	0.0136 (0.79)	-0.0762 (-0.01)	4.376 (0.87)	4.630 (0.92)
国内需要成長率	4.093** (2.57)	3.274** (2.33)	3.666** (2.50)	4.346** (2.62)	3.612** (2.53)	3.936** (2.66)	4.138** (2.50)	3.507** (2.43)	3.854** (2.58)	4.181** (2.52)	3.414** (2.36)	3.796** (2.52)
輸出比率	0.138*** (4.14)	0.0832* (1.97)	0.0738* (1.90)	0.125*** (4.05)	0.0705** (2.04)	0.0668** (2.05)	0.128*** (4.32)	0.0772** (2.27)	0.0729** (2.29)	0.128*** (4.26)	0.0775** (2.29)	0.0724** (2.27)
R & D集約度	-0.0324 (-0.17)	-0.0951 (-0.64)	-0.0196 (-0.12)	-0.0827 (-0.40)	-0.164 (-1.02)	-0.0813 (-0.45)	-0.0544 (-0.26)	-0.131 (-0.83)	-0.0474 (-0.27)	-0.0582 (-0.24)	-0.158 (-0.85)	-0.0770 (-0.39)
広告比率	-0.515*** (-3.02)	-0.187 (-0.74)	-0.218 (-0.91)	-0.538*** (-3.02)	-0.187 (-0.79)	-0.218 (-0.94)	-0.523*** (-2.98)	-0.172 (-0.69)	-0.206 (-0.86)	-0.525*** (-2.95)	-0.166 (-0.66)	-0.198 (-0.84)
加工度	12.85* (1.88)	8.573 (1.20)	9.224 (1.34)	14.05* (1.86)	10.80 (1.40)	11.28 (1.56)	12.80* (1.79)	9.666 (1.27)	10.25 (1.44)	13.01* (1.80)	9.359 (1.27)	10.08 (1.42)
資本・労働比率	-0.00765 (-0.21)	0.00661 (0.20)	0.0136 (0.39)	-0.0133 (-0.41)	0.0113 (0.39)	0.0190 (0.63)	-0.0148 (-0.45)	0.00951 (0.33)	0.0178 (0.57)	-0.0144 (-0.42)	0.00497 (0.16)	0.0137 (0.42)
企業規模比率	0.0873*** (2.84)	0.0679* (1.96)	0.0433 (1.35)	0.0913*** (2.80)	0.0692* (1.93)	0.0462 (1.37)	0.0898*** (2.78)	0.0678* (1.91)	0.0439 (1.36)	0.0899** (2.59)	0.0725* (1.95)	0.0481 (1.41)
合併ダミー	-3.588*** (-2.73)	-3.619*** (-2.98)	-3.435*** (-3.03)	-4.027*** (-3.16)	-3.908*** (-3.30)	-3.626*** (-3.31)	-3.884*** (-2.97)	-3.837*** (-3.15)	-3.548*** (-3.16)	-3.914*** (-2.99)	-3.832*** (-3.08)	-3.556*** (-3.11)
カルテルダミー	-3.424 (-1.21)	-3.029 (-1.35)	-2.803 (-1.19)	-3.364 (-1.30)	-3.149 (-1.64)	-2.977 (-1.43)	-3.284 (-1.23)	-3.114 (-1.53)	-2.938 (-1.35)	-3.304 (-1.22)	-2.941 (-1.40)	-2.761 (-1.21)
産業内貿易比率		3.934** (2.47)	4.134*** (2.89)		4.353*** (2.88)	4.432*** (3.12)		4.231*** (2.81)	4.322*** (3.07)		4.128*** (2.78)	4.251*** (3.09)
HHI			8.540 (1.30)			7.782 (1.09)			8.121 (1.15)			8.409 (1.21)
定数項	-6.697 (-1.65)	-3.317 (-0.79)	-4.433 (-1.03)	-7.950* (-1.71)	-5.441 (-1.16)	-6.295 (-1.39)	-6.833 (-1.58)	-4.155 (-0.92)	-5.138 (-1.16)	-6.989 (-1.56)	-4.105 (-0.91)	-5.223 (-1.14)
観測数	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
R_{Adj}^2	0.570	0.625	0.629	0.567	0.636	0.639	0.565	0.629	0.632	0.565	0.628	0.632
F	13.07	16.84	16.29	9.041	13.75	13.70	8.564	13.13	12.99	8.673	12.34	13.01
平均VIF ^{注)}	1.61	1.82	1.94	1.59	1.79	1.90	1.58	1.79	1.89	1.63	1.82	1.92
流動性指数とHHI に関するF検定			0.72 (0.49)			1.39 (0.28)			0.92 (0.41)			0.90 (0.41)

回帰係数の括弧内の数値は t 値である。***は 1%，**は 5%，*は 10%でそれぞれ統計的に有意なことを示す（両側検定）。

注) VIFはVariance Inflation Factor（分散拡大要因）の略で、多重共線性の程度を示す値。

4 実証分析（２）－企業別海外売上高比率の分析－

次に、海外生産を明示的に考慮するために、関連データが利用可能な企業の海外事業（輸出と海外生産の両方を含む）の決定要因に注目しよう。上記のとおり、輸出世界シェアの場合では、統計資料が未整備のために海外生産を含めることはできなかった。その問題を改善するために、企業レベルにおいては、海外売上高比率、すなわち（輸出分＋海外生産分）÷総売上高比率が代替的に利用できることから、海外売上高比率の決定要因の分析を試みた。

(1) 先行研究

企業レベルでの海外売上高比率についても、既存研究は少なく、ノルウェー企業を取り上げた Groggaard *et al.* (2011) があるのみである。それは、ノルウェーの上位 100 社を対象に、産業別要因と企業別要因が海外売上高比率に与える影響を分析している⁸。

まず、産業別要因として、寡占的相互依存関係を捉える産業集中（国内 4 社集中度）は有意な効果を持たず、国際化の誘因となっていないと結論されている。しかし、産業集中化は競争的な寡占的反応を反映するのみならず、寡占的相互依存関係を通して FDI や輸出を制約する可能性を持つために、明確な効果が顕在化しないおそれがある。そのため、彼らの分析結果はこの可能性を示唆しているかもしれない。したがって、競争的反応を十分に捉え、産業集中度に代わる競争指標（例えば流動性指数）を工夫する必要がある。また、国際市場の競争を捉える変数（例えば世界集中度、世界シェア・ポジションの流動性など）を考慮に入れる必要があろう。

次に、R&D集約度（R&D費÷売上高）や地域クラスターへの参加の有無を始めとする産業要因が有意に影響することを実証している。R&D集約的な企業ほど、そしてまた立地する地域のクラスターに参加している企業ほど、海外活動に積極的である。これらの結果は、技術的要因ないし技術的優位が競争力に寄与することを示唆している。

最後に、企業別要因として多角化度と企業規模が導入されている。前者は負で有意な関係を示し、多角化が進展している企業ほど海外活動に消極的である。ノルウェーの市場規模（人口 500 万人弱）が小さいために、多角化していない企業は海外に事業展開を余儀なくされる傾向があるからであろう。他方、後者は正で有意な効果を持ち、資源ベースの理論の予想と一致する。

なお、上で示唆したように、市場規模が小さい国を対象としているために、固有の要因の影響が懸念されるが、分析の方法及び結果はそれ自体興味深いものであろう。我が国に対して同様な分析が期待される。

(2) 分析のデザインとデータの説明

ここでのモデルは、以下のような線型方程式を推定する。

$$FSR = \alpha + \sum_i \beta_i \times \text{産業別変数} + \sum_i \gamma_i \times \text{企業別変数} + \eta$$

この場合、被説明変数は海外売上高比率（*FSR*）である。説明変数の産業別変数は、*HHI*、企業規模比率、流動性指数、産業R&D集約度、産業広告比率、産業輸出比率、産業内貿易比率、合併ダミー、カルテル・ダミー、そして企業別変数は、企業の特徴を捉えるR&D集約度、販管比率、企業成

⁸ 彼らは、海外売上高比率のほか、海外従業員数÷全従業員数比率や海外子会社の数（これらを総称して「国際化度」と呼んでいる。）に対する産業別要因及び企業別要因の影響を分析し、国際化度のいずれの指標に対しても、各説明変数の効果に相違はみられないことを報告している。

長率、企業規模の四つを含む。なお、 α は定数項、 β は産業別変数、 γ は企業別変数それぞれの推定するパラメーターであり、 η は誤差項である。

まず、被説明変数の海外売上高比率について説明する。各産業の上位5社位内に入り、連結ベースで企業の総売上高に占めるその産業分野の売上高が占める割合（以下「特化率」という。）が60%以上である143企業を選択し、それら企業の『有価証券報告書』の連結財務諸表に基づいて、上の輸出世界シェア分析と同じ期間（2004年～2008年）の各企業の連結ベースの海外売上高÷総売上高（内部取引を除外）として海外売上高比率を算出した⁹。海外売上高は海外子会社の売上高を含んでいるからである。

しかし、海外売上高比率が10%未満なら海外売上高比率を公表する義務がないため、そうした企業の大半が10%未満であることを記述した上で海外売上高を公表していない（公表している企業もある。）。このことを考慮して、本稿では、10%未満の場合を1、10%以上～30%未満の場合を2、30%以上～50%未満の場合を3、そして50%以上～70%未満の場合を4、70%以上の場合を5とする順序変数を作り、それを被説明変数とする順序ロジット（Ordered Logit）推定を試みた。企業間で特化率に違いがあり、多角化の影響を受けているおそれもあることに留意しなければならない。

次に、使用する説明変数を説明しよう。表4はそれらを要約したものであり、表5にそれら説明変数の要約統計量を、付表3に相関係数をそれぞれまとめている。まず、企業別変数は同様に有価証券報告書（連結ベース）から以下のとおり算出した。

1) R&D集約度 (RDf) は、上の分析と同様に、海外展開を可能にする能力（事前的競争力）を反映し、海外売上高比率に正の効果を持つものと予想される。R&D集約度は2003年の研究開発費÷売上高で算出している。

2) 販管比率 (MAf) は、上の分析と同様に事前的競争力として研究開発、マーケティング、企業全体の運営や管理業務等を含む総合的能力を捉えるものとして2003年の販売費及び一般管理費÷売上高で求めた比率を使用した。企業の中には、広告費あるいは広告費を含む販売費を公表していない企業があるため、全ての企業について広告比率（広告費÷売上高）あるいは販売比率（販売費÷売上高）を計算できない。このため、広告比率を販管比率で代替しており、マーケティング能力にとどまらず研究開発を含めた総合的な経営管理能力を捉える指標として理解する方が適切である¹⁰。これは正の効果を持つものと予想される。

3) 企業成長率 (GRf) は、2003～2008年における成長の大きさを、期首と期末の売上高倍率（2008年売上高÷2003年売上高）で計測される。成長率の大きい企業ほど、より大きな資源・能力を発揮しているものと理解され、したがってより大きな資源・能力を有し、そしてまた社内に組織的な緊張関係があるためにX効率改善あるいは革新のより大きな誘因を持つ可能性がある。これも、正の効果が予想される。

⁹ 特化率が対象期間中に60%基準を割り込んだ場合も、そのまま含めている。また、ビール・清涼飲料産業のような一部の分野では、企業の製品分野を考慮して複数の分野を含めて産業を再定義している。この場合、産業別変数は関連する複数の産業の加重平均である。

¹⁰ Pugel (1978) は、米国産業を対象に、集中度（上位4社集中度）、広告比率、R&D集約度、経営管理能力が産業別の海外活動比率（海外からの利潤÷総利潤）に正の有意な関係を持つことを実証している。

4) 企業規模 (FSf) は、資源ベースの理論が示唆し、そしてまた上記の Groggaard *et al.* (2011) の結果が示すように、海外展開の大きさに影響を与えるかもしれない。例えば、規模が大きい企業ほど規模の経済性を持ち、より高い効率性を示す傾向にあるかもしれない。また、海外事業には様々な国際化リスクを伴うが、大企業はその負担能力が大きい可能性がある。こうした規模の効果を確認するために、2003年の売上高を対数変換したものを利用した。

他方、産業別変数は HHI 、企業規模比率、流動性、産業R&D集約度、産業広告比率、産業輸出比率、産業内貿易比率、合併ダミー、カルテル・ダミーを導入した。それらの定義とデータ・ソースは輸出世界シェア分析の場合と同じである(表1参照)。なお、企業別変数と区別するために、産業R&D集約度、産業広告比率、産業輸出比率は“産業”の用語を付している。

表4：変数の説明，要約

変数名	定義・測定方法	出典	年
海外売上高比率 [産業] (表1参照)	海外売上高÷総売上高(連結ベース) 5年平均	有価証券報告書(連結)	2004~2008
集中度	ハーフィンダール・ハーシュマン指数 (HHI)	『工業統計表(企業編)』	2003
企業規模比率	従業員300人以上の企業の出荷額シェア	『工業統計表(企業編)』	2003
流動性指数	シェア変動	矢野経済研究所『日本マーケットシェア事典』等	1994~2008
産業輸出比率	輸出÷生産額	『産業連関表(延長表)』	2003
産業内貿易比率	(輸出-輸入)÷(輸出+輸入)	『産業連関表(延長表)』	2003
産業R&D集約度	R&D支出÷生産高	『産業連関表(基本表)』	2005
産業広告比率	広告費÷生産高	『産業連関表(基本表)』	2005
合併ダミー	合併が行われた産業1, そのほか0	矢野経済研究所『日本マーケットシェア事典』等	1994~2008
カルテル・ダミー	カルテルが行われた産業1, そのほか0	公取委公表資料	1994~2003
[企業]			
R&D集約度	研究開発費÷売上高	有価証券報告書(連結)	2003
販管比率	一般販売管理費÷売上高	有価証券報告書(連結)	2003
企業成長率	売上高の倍率	有価証券報告書(連結)	2003, 2008
企業規模	売上高の対数	有価証券報告書(連結)	2003

注) 産業R&D集約度、産業広告比率、産業輸出比率の定義及び計測方法はいずれも表1のR&D集約度、広告比率、輸出比率と同じであるが、企業別変数と区別するために、“産業”の用語を付している。

表5：企業データの要約統計量

被説明変数	標本数	1 (0～10%)	2 (10～30%)	3 (30～50%)	4 (50～70%)	5 (70%～100%)	
海外売上高比率の順序変数 ^{注1)} (海外売上高比率)							
件数 (括弧内は全体に占める割合)	143	46 (0.32)	29 (0.20)	35 (0.24)	23 (0.16)	10 (0.07)	
説明変数	標本数	平均値	中央値	標準偏差	最小値	最大値	変動係数
<i>HHI</i> ^{注2)}	143	0.153	0.140	0.097	0.014	0.413	0.631
<i>HHI</i> ²	143	0.033	0.020	0.039	0.000	0.170	1.193
R & D集約度	143	2.966	2.200	2.748	0.000	16.040	0.927
販管比率	143	22.919	20.610	10.798	6.650	65.050	0.471
企業成長率	143	1.404	1.193	1.124	0.625	13.678	0.801
企業規模	143	12.393	12.503	1.600	8.340	16.666	0.129
企業規模比率	143	60.493	63.901	23.121	0.000	100.000	0.382
産業R & D集約度	143	3.872	2.615	3.733	0.072	17.100	0.964
産業広告比率	143	1.296	0.747	2.279	0.031	17.371	1.759
産業輸出比率	143	20.182	11.443	21.347	0.054	85.349	1.058
産業内貿易比率	143	6.943	17.494	60.094	-99.462	98.382	8.656
合併ダミー	143	0.364	0.000	0.483	0.000	1.000	1.328
カルテル・ダミー	143	0.084	0.000	0.278	0.000	1.000	3.316
流動性指数 ^{注2)}							
モビリティ指数	85	0.231	0.226	0.121	0.061	0.563	0.524
モビリティ指数の二乗	85	0.068	0.051	0.074	0.004	0.316	1.080
絶対的不安定性指数	85	1.227	1.081	0.609	0.265	2.924	0.496
絶対的不安定性指数の二乗	85	1.872	1.168	1.974	0.070	8.550	1.054
絶対的シェア変動	85	23.983	16.136	23.343	0.639	106.116	0.973
絶対的シェア変動の二乗	85	1113.690	260.366	2197.164	0.409	11260.710	1.973
相対的不安定性指数	85	0.089	0.070	0.086	0.014	0.588	0.974
相対的不安定性指数の二乗	85	0.015	0.005	0.052	0.000	0.346	3.437

注)

1 海外売上高比率の順序変数は、海外売上高比率が10%未満の場合を1、10%以上～30%未満の場合を2、30%以上～50%未満の場合を3、そして50%以上～70%未満の場合を4、70%以上の場合を5として作成している。

2 流動性指数は、各企業の生産量（又は生産額）をそれぞれの産業の総生産量（又は総額）で割り100を掛け合わせたパーセント表示の市場シェアを基に算出している。他方、*HHI*は100を掛け合わせないものを使用して算出している。

(3) 推定結果

輸出世界シェア分析の場合と同様に、流動性指数を含まない分析結果（143社）と含む分析結果（83社）に分けて示す¹¹。これらの結果は付表1に要約されている。推定結果は、前者については表6-1、後者については流動性指数の計測指標（4方法）に応じて表6-2にまとめている。また、これらの結果も付表1に要約している。

1) 流動性指数を含まない分析結果（143企業）

まず、産業特性の効果をみると、集中度（*HHI*）は、二次項を含まない型式（表6-1の(7)～(12)）では正で有意、二次項を含む型式（表6-1の(1)～(6)）の場合は、一次項で正、二次項で負の符号を持ち、共に統計的に有意である。すなわち、海外売上高比率は集中度の上昇とともに大きくなるが、ある点を境に低下する、いわゆる逆U字形の関係を示す。したがって、集中度がある水準を超えると、国際競争力が減退することを示唆している。なお、線型の場合の正の効果は、国際競争力と集中度の間に正の関係があるという既存の研究結果と整合的である。

他方、企業規模比率は有意性を持たない。この結果は、この分析では上場大企業のみを対象にしているために、中規模以上の企業のシェアが影響を与えないことを意味している。また、競争に関わる要因として、合併ダミーとカルテル・ダミーを導入したが、有意性がみられず、これらは海外売上高比率に一定の影響を与えないことを示唆している。

次に、産業輸出比率と産業内貿易比率は、共に正で有意な効果を持つ。産業レベルで、輸出の比重（詳しくは、生産額及び貿易に占める比重）が大きい産業の企業ほど、企業の海外売上高比率が大きく、これまでの多くの傍証あるいは直感と一致する。また、産業R&D集約度は、有意性を持たないモデルもあるが、正の有意な効果を持ち、事前の予想と一致する。

他方、産業広告比率は、符号が負で、有意ではない。広告が輸出成果あるいは国際化に寄与せず、輸出世界シェア分析の場合と整合的である。これは、日本企業が国際的にみて十分なマーケティング能力を持たないことを反映しているかもしれない。

以上のような傾向の中で企業特性の効果をみると、R&D集約度、企業成長率、企業規模はいずれも海外売上高比率に正の有意な効果を持つ。しかし、経営管理能力の指標としての販管比率は予想どおり正の符号を持つが、統計的有意性を示さない。この結果は、販管比率が産業の性格に依存し、また、能力のほかにX非効率も含むおそれがあることを反映しているかもしれない。

¹¹ 海外売上高が明記されている企業（ほとんどが海外売上高比率10%以上の企業、65社）に対して、OLS推定も行った。結果は、順序ロジット推定の場合と若干異なる。特に、合併ダミーが正で有意な効果を持ち、そしてカルテル・ダミーは負で有意な効果を持つ。この結果は、合併志向的な産業では企業の海外売上高比率が長期にわたり大きく、逆にカルテル志向的な産業では、元々国内向け事業の比重が大きく、長期にわたって国内事業に重点を置いていることを示唆している。

表6-1: 企業データの推定結果 (流動性指数を含まない)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
<i>HHI</i>	17.26** (2.03)	17.77** (2.06)	17.68** (2.10)	16.18** (2.16)	15.76** (2.09)	15.69** (2.14)	4.799** (1.96)	4.404* (1.76)	4.398* (1.73)	4.892*** (2.60)	4.097** (2.13)	4.132** (2.12)
<i>HHI</i> ²	-28.61* (-1.65)	-30.53* (-1.76)	-30.32* (-1.82)	-27.29* (-1.65)	-28.10* (-1.71)	-27.94* (-1.76)						
R & D集約度	0.179* (1.76)	0.205** (2.02)	0.205** (2.03)	0.174* (1.80)	0.197** (2.02)	0.196** (2.03)	0.123 (1.52)	0.147* (1.80)	0.150* (1.83)	0.124 (1.54)	0.146* (1.81)	0.149* (1.83)
販管比率	0.0276 (1.08)	0.0275 (1.08)	0.0272 (1.10)	0.0290 (1.16)	0.0303 (1.24)	0.0301 (1.26)	0.0280 (1.05)	0.0278 (1.05)	0.0307 (1.22)	0.0277 (1.06)	0.0288 (1.12)	0.0315 (1.28)
企業成長率	0.297*** (3.07)	0.289*** (3.06)	0.288*** (3.02)	0.296*** (3.04)	0.287*** (2.99)	0.286*** (2.95)	0.259*** (2.80)	0.249*** (2.74)	0.253*** (2.65)	0.259*** (2.79)	0.249*** (2.71)	0.253*** (2.63)
企業規模	0.545*** (3.60)	0.517*** (3.44)	0.516*** (3.47)	0.523*** (3.92)	0.472*** (3.81)	0.472*** (3.85)	0.541*** (3.64)	0.506*** (3.49)	0.516*** (3.60)	0.544*** (4.08)	0.493*** (3.98)	0.504*** (4.19)
企業規模比率	-0.00437 (-0.31)	-0.00780 (-0.58)	-0.00779 (-0.58)				0.000746 (0.06)	-0.00235 (-0.20)	-0.00203 (-0.17)			
産業R & D集約度	0.0925 (1.54)	0.0865 (1.44)	0.0865 (1.44)	0.0880 (1.49)	0.0781 (1.31)	0.0781 (1.32)	0.102* (1.79)	0.0961* (1.67)	0.0959* (1.66)	0.103* (1.89)	0.0932* (1.69)	0.0934* (1.69)
産業広告比率	-0.103 (-0.75)	-0.0926 (-0.71)	-0.0914 (-0.70)	-0.105 (-0.77)	-0.0955 (-0.74)	-0.0946 (-0.74)	-0.104 (-0.72)	-0.0911 (-0.66)	-0.102 (-0.76)	-0.104 (-0.72)	-0.0921 (-0.68)	-0.103 (-0.77)
産業輸出費率	0.0414*** (3.21)	0.0410*** (3.18)	0.0411*** (3.29)	0.0416*** (3.23)	0.0415*** (3.22)	0.0416*** (3.32)	0.0435*** (3.34)	0.0435*** (3.34)	0.0422*** (3.25)	0.0435*** (3.32)	0.0436*** (3.34)	0.0423*** (3.25)
産業内貿易比率	0.0129*** (3.33)	0.0129*** (3.35)	0.0129*** (3.43)	0.0127*** (3.16)	0.0124*** (3.12)	0.0124*** (3.18)	0.0141*** (3.72)	0.0141*** (3.79)	0.0139*** (3.76)	0.0142*** (3.63)	0.0139*** (3.65)	0.0138*** (3.61)
合併ダミー	0.0804 (0.17)	-0.0195 (-0.04)		0.0856 (0.18)	-0.0152 (-0.03)		0.261 (0.60)	0.174 (0.41)		0.262 (0.60)	0.170 (0.40)	
カルテル・ダミー	-1.001 (-1.19)			-1.042 (-1.32)			-1.095 (-1.31)			-1.089 (-1.35)		
観測数	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
R_p^2	0.286	0.282	0.282	0.286	0.281	0.281	0.280	0.274	0.274	0.280	0.274	0.274
χ^2	94.77	96.34	95.75	94.87	96.51	96.11	89.87	89.27	89.96	89.77	89.39	90.05
平均VIF ^{注1)}	4.96	5.12	5.10	4.53	4.76	4.82	2.08	2.11	2.14	1.83	1.84	1.86
集中度に関するF検定 ^{注2)} (P値)	6.31 (0.043)	6.16 (0.046)	6.32 (0.042)	8.76 (0.013)	7.35 (0.025)	7.55 (0.023)						

回帰係数の括弧内の数値は t 値である。***は 1%, **は 5%, *は 10% でそれぞれ統計的に有意なことを示す (両側検定)。

注 1) VIFはVariance Inflation Factor (分散拡大要因) の略で、多重共線性の程度を示す値。

注 2) *HHI* 及び *HHI*² の回帰係数を 0 とする複合仮説の検定統計量とその P 値をまとめている。

2) 流動性指数を含む分析結果 (85 企業)

流動性指数の結果は、指標の計測方法（モビリティ指数（Doi）、絶対的不安定性指数、相対的不安定性指数（以上二つ Sakakibara and Porter）及び絶対的シェア変動（泉田ほか））が異なるため絶対値では大小の差はあるものの、符号や t 値をみると、計測方法にかかわらず、おおよそ同じである。流動性指数はその一次項において負の符号と統計的有意性を持つ。したがって、流動性は海外売上高比率に負の影響を与え、正の関係を示さない。これらの結果は、流動性は競争を反映し国際競争力を強化し、そしてそれを発揮した国際化と正の関係を持つという予想とは整合的ではない。むしろ、この結果は国際化の誘因面を反映しているかもしれない。すなわち、国内市場構造が流動的、競争的なほど、企業はその競争に対応すべく国内を志向しているのかもしれない。なお、いずれの場合でも、流動性指数との二次関数的な関係は得られなかった。

次に、*HHI* は、流動性指数の違いによって異なる結果を示している。絶対的不安定性指数と絶対的シェア変動の場合では、流動性指数を含まない分析結果と同じであるが、モビリティ指数と相対的不安定性指数の場合では正の符号を持つが、統計的に有意ではなくなる。この相違は、おそらく流動性指数との相関の強さに起因しているものと考えられる。

第三に、カルテル・ダミーも、一つの例外を除き負の符号を示し、特に絶対的不安定性指数と相対的不安定性指数の場合には統計的に有意となる。したがって、カルテルのみられる産業では、企業の国際化の程度は小さくなる可能性がある。この結果は、輸出世界シェアの場合に指摘したのと同様に、カルテル志向産業では、上位企業は国内市場重視型であり（国際化の誘因面）、そしてまた、企業はかえって競争力を失う傾向を持つ（国際化の能力面）ことを反映している。いずれにしろ、この結果は競争政策上注目してよい。

最後に、企業規模比率を除いて他の変数はいずれも、流動性指数を含まない分析結果と同じである。企業規模比率については、符号が正を示すモデルが多いが、符号にかかわらず有意水準 10% 以下では統計的に有意ではないため、海外売上高比率に対して統計的に有意な効果はみられなかった。

表6-2：企業データの推定結果（流動性指数を含む）

	モビリティ指数			絶対的不安定性指数			絶対的シェア変動			相対的不安定性指数		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
流動性指数	-19.94*	-19.29	-6.472**	0.191	0.129	-0.879**	-0.0145	-0.0186	-0.0209*	-5.733	-3.656	-4.149**
	(-1.65)	(-1.56)	(-2.44)	(0.12)	(0.08)	(-1.99)	(-0.40)	(-0.55)	(-1.84)	(-0.50)	(-0.32)	(-1.96)
流動性指数の二乗	22.58	22.41		-0.352	-0.297		-0.0000711	-0.0000337		2.683	-0.359	
	(1.20)	(1.18)		(-0.84)	(-0.71)		(-0.22)	(-0.11)		(0.15)	(-0.02)	
R & D集約度	0.316*	0.356**	0.303*	0.294*	0.342**	0.295*	0.270*	0.318**	0.271*	0.242	0.289*	0.236
	(1.77)	(2.06)	(1.73)	(1.82)	(2.10)	(1.85)	(1.78)	(2.12)	(1.79)	(1.49)	(1.77)	(1.51)
販管比率	0.0153	0.0134	0.0145	0.0109	0.00757	0.0152	0.0153	0.0109	0.0154	0.0245	0.0197	0.0246
	(0.49)	(0.43)	(0.43)	(0.30)	(0.21)	(0.44)	(0.44)	(0.31)	(0.44)	(0.69)	(0.55)	(0.69)
企業成長率	0.256**	0.232*	0.249**	0.326**	0.306**	0.359***	0.316**	0.297**	0.323**	0.335**	0.302**	0.329***
	(2.06)	(1.90)	(1.99)	(2.44)	(2.43)	(2.96)	(2.44)	(2.44)	(2.53)	(2.56)	(2.43)	(2.61)
企業規模	0.406	0.439*	0.344	0.394*	0.390*	0.431*	0.392*	0.390*	0.401*	0.409*	0.410*	0.404*
	(1.62)	(1.89)	(1.38)	(1.69)	(1.74)	(1.87)	(1.68)	(1.74)	(1.69)	(1.74)	(1.85)	(1.70)
HHI	5.123	5.535	4.773	9.930**	9.235*	9.388**	9.015**	9.126*	9.048**	5.884	5.594	5.835
	(1.28)	(1.30)	(1.25)	(2.23)	(1.92)	(2.12)	(2.04)	(1.95)	(2.07)	(1.55)	(1.40)	(1.56)
企業規模比率	0.0170	0.00291	0.0201	-0.00125	-0.0125	0.00127	-0.00128	-0.0126	-0.000672	0.00571	-0.00646	0.00581
	(0.68)	(0.13)	(0.81)	(-0.05)	(-0.57)	(0.05)	(-0.05)	(-0.60)	(-0.03)	(0.24)	(-0.31)	(0.24)
産業R & D集約度	0.0684	0.0780	0.0471	0.118	0.0937	0.111	0.122	0.109	0.119	0.118	0.106	0.122
	(0.54)	(0.62)	(0.37)	(1.04)	(0.81)	(0.99)	(1.09)	(0.97)	(1.06)	(0.97)	(0.89)	(1.04)
産業広告比率	-0.0566	-0.0656	-0.0557	-0.0728	-0.0370	-0.0817	-0.0878	-0.0653	-0.0886	-0.0931	-0.0700	-0.0950
	(-0.34)	(-0.41)	(-0.32)	(-0.41)	(-0.22)	(-0.48)	(-0.48)	(-0.38)	(-0.49)	(-0.50)	(-0.40)	(-0.51)
産業輸出費率	0.0879***	0.0824***	0.0750***	0.0717***	0.0714***	0.0723***	0.0741***	0.0724***	0.0737***	0.0770***	0.0747***	0.0770***
	(4.01)	(3.77)	(3.59)	(3.74)	(4.04)	(3.78)	(3.87)	(4.00)	(3.88)	(4.09)	(4.15)	(4.08)
産業内貿易比率	0.00473	0.00458	0.00932	0.0107*	0.0110**	0.0102*	0.0105*	0.0104**	0.0103**	0.0107*	0.0110**	0.0109**
	(0.63)	(0.64)	(1.57)	(1.89)	(2.18)	(1.86)	(1.94)	(2.18)	(1.98)	(1.88)	(2.08)	(2.06)
合併ダミー	0.686		0.614	0.104		0.0892	0.191		0.175	0.307		0.310
	(1.31)		(1.14)	(0.18)		(0.15)	(0.33)		(0.31)	(0.56)		(0.57)
カルテル・ダミー	-1.494		-1.539	-1.861*		-1.800*	-1.594		-1.584	-1.647*		-1.635
	(-1.28)		(-1.37)	(-1.74)		(-1.76)	(-1.48)		(-1.48)	(-1.65)		(-1.63)
観測数	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
R_p^2	0.412	0.398	0.404	0.388	0.373	0.386	0.385	0.373	0.385	0.380	0.367	0.380
χ^2	85.32	78.15	88.22	95.01	83.61	88.54	86.48	83.06	86.68	98.08	93.29	98.03
対数尤度	-77.95	-79.79	-79.00	-81.17	-83.19	-81.43	-81.61	-83.11	-81.63	-82.19	-83.92	-82.21
平均VIF	6.13	6.69	2.78	5.55	6.10	2.84	4.52	4.90	2.85	4.66	4.82	2.82
ワルド検定 ^{注)}	9.67	9.33		4.02	3.27		3.24	3.45		2.00	1.74	
	(0.008)	(0.009)		(0.134)	(0.195)		(0.198)	(0.178)		(0.368)	(0.419)	

注) 流動性指数及び流動性指数の二乗の回帰係数が0であるとする仮説検定の検定統計量であり、その括弧内の数値は当該検定統計量のP値。

5 第一部の結びと政策的含意

以上の二つの競争力指標（産業別の輸出世界シェア及び企業別の海外売上高比率）の分析から得られる結果を整理しよう。まず、国内の集中度は、輸出世界シェアの場合では正の符号を持つが有意ではなく、そして海外売上高比率の場合では正の有意な効果を示している。これらの結果は予想とはやや異なる。また、市場シェアの流動性も、輸出世界シェアの場合では有意な効果を持たず、そして海外売上高比率の場合では負の有意な効果を示している。したがって、二つの指標の分析からは、これらの競争要因が国際競争力の強化に資することを裏付ける、明確で頑健な関係を確認することができなかった。

しかし、いくつかの結果は競争政策上注目してよい。まず、主要企業間に合併がみられる産業ほど、輸出世界シェアは低いという結果が得られる。すなわち、国際競争力の強化は国内再編成（集中、合併）によって生じるわけではない。したがって、国際競争力の強化を目指した安易な合併促進政策は、産業政策的にも経営戦略的にも望ましいものではない。

さらに、競争と関連して、カルテルのみられる産業では、輸出世界シェアの分析で統計的有意性は得られないものの負の関係を示すこと、また、海外売上高比率の分析で一部の推定式で負の有意な関係を持つことは留意してよい。さらに注目されるのが輸出比率と産業内貿易比率の有意な効果である。それらの比率は企業活動における輸出の比重が大きいことを反映するために、これらの結果はまとめて、国際競争に直面している産業ほどより大きな輸出世界シェアや海外売上高比率で捉えられる国際競争力が大きいことを示唆していると理解することができる。

その他、輸出世界シェアにおける加工度の影響も、標本数の違いや、他の説明変数との相関のために、統計的有意性は一貫していないが、正の符号を持ち、一部の推定式で有意性がみられることは注目される。我が国の擦り合わせ構造と熟練技術の優位性を多少捉えているのかもしれない。

本稿の分析は、言うまでもなく多くの難点を有する。こうした結果は、まず、被説明変数に含まれる問題に起因しているのかもしれない。本稿で使用した二つの国際競争力指標（輸出世界シェア及び海外売上高比率）は、上でも指摘したように、十分に競争力を捉えたものではないかもしれない。また、使用した説明変数に含まれる問題も推定に影響を与えている可能性がある。特に、流動性は、分析期間ではしばしば合併を反映している可能性が大きいと思われ、本来捉えようとした企業間の活発な競争を必ずしも反映していない可能性がある。競争の程度を捉えるために、更なる分析が必要である。

第三に、各産業の輸出動向には比較優位の問題もある。例えば、我が国では、素材産業（合成繊維産業、その他の人造繊維（化学繊維）産業など）の国際競争力は比較優位を反映しているかもしれない。なぜなら、素材産業では、元来製品差別化が難しく競争（国際競争を含めて）が激化する傾向にあるが、その中で企業は経営効率の改善に努力し、激しい競争に対応できるようになり、その結果、素材分野の価格は加工・組立分野に比べて相対的に低くなっている。こうした状況では、外国は、素材を自ら生産するよりは、我が国から素材を輸入し、加工・組立分野に経営資源を集中するほうが有利であろう。こうした結果が我が国の素材産業の国際競争力強化である。本研究では、比較優位の問題を十分に考慮していないので、改善の余地があろう。

第四に推定方法について触れると、推定結果が若干標本数、したがって対象産業の異質性にセンシティブなところがあり、分析結果の頑健性を確保するように工夫する余地はあろう。例えば、パネルデータでの分析を試みるということが考えられる。

さらに、特に競争政策上重要と思われるものを改めて確認しておく。まず、国際競争力を計測する

指標は本稿で取り上げたものだけではなく、上で指摘したように他の指標でも考察・補完する必要がある。特に、上記のとおり海外生産を考慮した指標を分析することが求められる。次に、競争状況を捉える要因として他の指標を工夫・導入する必要がある。特に、注目されるのは国際競争及びそれに関連する競争的指標である。今日最も要請されている課題の一つは国際競争と国内の競争的動態の関連であるからである。この問題を理論的にも実証的にも明らかにしていかなければならない。

最後に、国際競争力の問題は、政策的には、しばしば競争政策と産業政策の關係に結びつく。近年、グローバル競争が激化する中で、国際競争力が注目されるに伴ってナショナル・チャンピオン政策、戦略的産業政策などが採用され、競争政策との間で緊張關係を生じさせている¹²。こうした政策上の要因も考慮に入れる必要があろう。これらの課題は今後の研究に委ねられる。

¹² 国際競争力の上昇が経済厚生改善に単調につながるかどうかについては、理論的により厳密に考察しなければならない。また、競争政策の国際的な調整（競争政策の国際的ガバナンス）も重要な課題であろう。Budzinski (2008), Mitschke (2008)などを参照。

参考文献

- Budzinski, Oliver, 2008, *The Governance of Global Competition: Competence Allocation in International Competition Policy*, Edward Elgar.
- Carr, Chris and David Collins, 2011, "Should You Have a Global Strategy?," *MIT Sloan Management Review*, Vol.53, No.1, pp.21-24.
- Desai, Mihir A., C. Fritz Foley and James R. Hines Jr., 2009, "Domestic Effects of the Foreign Activities of U S Multinationals," *American Economic Journal: Economic Policy*, Vol.1, No.1, pp.181-203.
- Doi, Noriyuki, 1991, "Aggregate Export Concentration in Japan", *Journal of Industrial Economics*, Vol.39, No.4, pp.433-438.
- Doi, Noriyuki, 2001, "Market Leadership Volatility in Japanese Industries," *Review of Industrial Organization*, Vol.18, No.4, pp.427-444.
- 土井教之, 2012, 「寡占とFDI－産業組織論的接近の展望と課題－」, 関西学院大学産業研究所 Discussion Paper No.9。
- Grogaard, Birgitte, Carmine Gioia and Gabriel R. G. Benito, 2011, "An Empirical Investigation of the Role of Industry Factors in the Internationalization Patterns of Firms," *International Studies of Management and Organization*, forthcoming.
- 泉田成美, 船越誠及び高橋佳久, 2004, 「新たな市場構造指標と競争状況の関係に関する経済分析調査」, 競争政策研究センター共同報告書CR03-04, 公正取引委員会。
- Knickerbocker, Frederick T., 1973, *Oligopolistic Reaction and Multinational Enterprise*, Graduate School of Business Administration, Harvard University (藤田忠訳『多国籍企業の経済理論』東洋経済新報社, 1978年)
- Kogut, Bruce, 1988, "Country Patterns in International Competition: Appropriability and Oligopolistic Agreement," in Hood, N. and J-E, Vahlne (eds.), *Strategies in Global Competition*, Croom Helm, pp.315-340.
- Levenstein, Margaret C., Jagadeesh Sivadasan and Valerie Y. Suslow, 2011, "The Effect of Competition on Trade Patterns: Evidence from the Collapse of International Cartels," Working Paper No.1147, Ross School of Business, University of Michigan.
- Mitschke, Andreas, 2008, *The Influence of National Competition Policy on the International Competitiveness of Nations: A Contribution to the Debate on International Competition Rules*, Physica-Verlag.
- Pitelis, Christos N. and Roger Sugden (eds.), 1991, *The Nature of the Transnational Firm*, Routledge.
- Porter, Michael E., 1990, *The Competitive Advantages of Nations*, The Free Press (土岐坤他訳『国の競争優位』ダイヤモンド社, 1992年)。
- Porter, Michael E., 2007, "Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index," in *Global Competitiveness Report 2007-2008*, World Economic Forum, pp.51-81.
- Porter, Michael E., 2008, *On Competition: Updated and Expanded Edition*, Harvard Business

Press.

Pugel, Thomas A., 1978, *International Market Linkages and U.S. Manufacturing*, Ballinger.

Sakakibara, Mariko and Michael E. Porter, 2001, "Competing at Home to Win Abroad: Evidence from Japanese Industry," *Review of Economics and Statistics*, Vol. 83, No. 2, pp. 310-322.

Scherer, Frederic M. and David Ross, 1990, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 3rd, Houghton Mifflin.

Spulber, Daniel F., 2007, *Global Competitive Strategy*, Cambridge University Press.

矢野経済研究所『日本マーケットシェア事典』1995年～2010年の各年。

付表1：結果の要約

変数名	輸出世界シェア		海外売上高比率				
	84 産業	54 産業	143 社	85 社			
				DMI_1	DMI_2	DMI_3	DMI_4
[産業]							
集中度 (HHI)			+-		+	+	
企業規模比率	+	+*					
流動性指数				-	-	-	-
国内需要成長率	+	+					
産業輸出比率	+	+	+	+	+	+	+
産業内貿易比率	+	+	+		+	+	+
産業R&D集約度			+*				
産業広告比率		-*					
加工度		+*					
資本・労働比率							
合併ダミー		-					
カルテル・ダミー					-		-*
[企業]							
R&D集約度			+*	+	+	+	+
販管比率							
企業成長率			+	+	+	+	+
企業規模			+	+*	+	+	+

注) 統計的有意性 (両側検定で, 10%以下の有意水準) の得られる場合のみで, 正の効果は+, 負の効果は-で示されている。+-は逆U字形。*は, 他の変数との相関で有意性がない式があることを示す。

付表2：産業別輸出世界シェアの分析データに関する相関係数表

変数(観測数=54)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1 モビリティ指数	1.000													
2 絶対的不安定性指数	0.409*	1.000												
3 絶対的シェア変動	0.321 ⁺	0.923*	1.000											
4 相対的不安定性指数	0.437*	0.745*	0.763*	1.000										
5 HHI	-0.194	0.093	0.053	-0.163	1.000									
6 HHI ²	-0.196	0.105	0.081	-0.129	0.932*	1.000								
7 国内需要成長率	0.128	-0.187	-0.210	-0.127	-0.223	-0.313 ⁺	1.000							
8 輸出比率	0.284 ⁺	0.090	-0.021	-0.019	0.206	0.168	0.187	1.000						
9 R&D集約度	0.025	0.180	0.138	0.242 [^]	-0.019	-0.008	-0.253 [^]	-0.001	1.000					
10 広告比率	-0.094	-0.010	-0.046	-0.061	0.026	0.039	-0.222	-0.241 [^]	0.366*	1.000				
11 加工度	-0.055	-0.210	-0.230 [^]	-0.122	-0.178	-0.112	-0.091	0.041	0.365*	0.491*	1.000			
12 資本・労働比率	0.097	-0.075	-0.033	-0.030	-0.045	-0.066	0.222	-0.275 ⁺	-0.192	-0.110	-0.370*	1.000		
13 企業規模比率	-0.011	0.065	0.049	-0.126	0.540*	0.428*	-0.051	0.191	0.292 ⁺	-0.023	-0.232 [^]	0.264 [^]	1.000	
14 産業内貿易比率	-0.007	-0.139	-0.218	-0.164	0.118	0.100	0.207	0.651*	0.055	-0.375*	0.076	-0.276 ⁺	0.219	1.000

注) *は1%, ⁺は5%, [^]は10%でそれぞれ統計的に有意なことを示す(両側検定)。

付表3：企業別海外売上高比率の分析データに関する相関係数表

変数(観測数=85)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1 モビリティ指数	1.000																				
2 モビリティ指数の二乗	0.965*	1.000																			
3 絶対的不安定性指数	0.245*	0.170	1.000																		
4 絶対的不安定性指数の二乗	0.219*	0.163	0.971*	1.000																	
5 絶対的シェア変動	0.329*	0.268*	0.904*	0.919*	1.000																
6 絶対的シェア変動の二乗	0.272*	0.230*	0.824*	0.896*	0.951*	1.000															
7 相対的不安定性指数	0.343*	0.284*	0.696*	0.737*	0.750*	0.831*	1.000														
8 相対的不安定性指数の二乗	0.277*	0.253*	0.529*	0.613*	0.631*	0.779*	0.956*	1.000													
9 R&D集約度	-0.073	-0.106	0.168	0.141	0.081	0.113	0.173	0.163	1.000												
10 広告比率	-0.148	-0.189 [△]	-0.053	-0.061	-0.086	-0.030	0.031	0.018	0.401*	1.000											
11 企業成長率	-0.168	-0.124	0.058	0.030	0.030	0.001	0.013	-0.021	-0.063	-0.188 [△]	1.000										
12 企業規模	0.012	-0.024	-0.013	-0.084	-0.122	-0.219 [△]	-0.194 [△]	-0.225 [△]	0.175	-0.078	-0.254 [△]	1.000									
13 HHI	-0.152	-0.123	0.239 [△]	0.232 [△]	0.203 [△]	0.121	-0.167	-0.157	-0.036	-0.107	-0.123	0.233 [△]	1.000								
14 企業規模比率	-0.048	-0.007	0.018	-0.021	-0.083	-0.167	-0.213 [△]	-0.171	0.217*	-0.172	-0.142	0.580*	0.596*	1.000							
15 産業-R&D集約度	-0.048	-0.071	0.142	0.126	0.066	0.109	0.223 [△]	0.240 [△]	0.838*	0.412*	0.017	0.157	-0.135	0.246 [△]	1.000						
16 産業-広告比率	-0.099	-0.130	-0.063	-0.066	-0.111	-0.082	-0.071	-0.086	0.187 [△]	0.692*	-0.058	0.094	-0.099	-0.052	0.413*	1.000					
17 産業-輸出比率	-0.311*	-0.310*	0.039	0.044	-0.003	-0.008	-0.099	-0.091	0.172	-0.048	-0.098	0.042	0.469*	0.338*	-0.017	-0.226 [△]	1.000				
18 産業-産業内貿易	-0.294*	-0.173	-0.041	-0.030	-0.070	-0.067	-0.122	-0.052	0.159	-0.192 [△]	0.097	0.012	0.350*	0.425*	0.092	-0.258 [△]	0.633*	1.000			
19 合併ダミー	0.308*	0.256*	-0.033	-0.028	0.042	0.070	0.180 [△]	0.161	0.155	-0.032	-0.022	0.069	-0.164	-0.113	0.138	-0.118	-0.316*	-0.251*	1.000		
20 カルテルダミー	0.094	0.108	-0.107	-0.128	-0.012	-0.071	-0.125	-0.075	-0.168	-0.220 [△]	0.001	0.226*	0.271*	0.417*	-0.094	-0.126	-0.020	0.051	0.047	1.000	

注)*は1%, *は5%, ^は10%でそれぞれ統計的に有意なことを示す(両側検定)。

第二部 国際競争力と国内競争－韓国企業を題材に－

1 本研究の目的・概要

第一部では、国内競争が国際的な競争力にどのような影響を及ぼしているのかについて、国内集中度、HHI、シェア変動指数等を主要な独立変数とし、輸出世界シェア等を被説明変数とする実証分析を行った。分析結果からは、国内競争が国際的な競争力に与える影響について、明確な結果は得られていない。一方、加工度などで示される日本企業の技術力等が日本企業の国際進出に一定の推進力を与えていることが示されている。

こうした結果は、国内産業を集約化させると海外市場で活躍できるという主張について、明確な証拠はないことを示す一方、海外市場で競争力を得るためには、国内寡占化を進めること以外に重要な要因が存在することを示唆するものと解される。

第二部では、第一部の結果を踏まえて、国際的な競争力をもたらす要因についてより具体的に検討する。

まず、政府主導の国内寡占化政策によって躍進を遂げたといわれることの多い韓国企業を題材に、国内寡占化が企業の国際的な躍進の必要条件であるという主張について検討する。検討の結果、韓国企業が、韓国国内の寡占化による利益を源泉として、海外市場ではアグレッシブに事業を展開していることについて、それを否定する事実は認められない一方で、韓国企業の躍進には、国内寡占化政策以外の外部要因や、韓国企業内部の要因が大きな貢献をしていたと思われることを指摘する。具体的には、韓国の代表的企業であるサムスン電子、LG電子、現代自動車等について、既存の文献を基に、韓国企業における迅速かつ大胆な意思決定、戦略的な技術調達・技術投資、積極的かつ緻密な海外進出戦略といった企業の内部要因が、これらの企業の躍進において非常に重要な役割を果たしてきたことを示す。

さらに、仮に、韓国における国内寡占化が韓国企業の国際的な躍進に貢献したことが事実だったとしても、国内寡占化により韓国社会にもたらされていると思われる負の側面が、特に近年、顕在化してきており、国内寡占化を進めることが必ずしも我が国の経済利益にかなうものではないことを指摘する。

次に、国内寡占化を進めることにより企業や産業の効率性改善が見込まれるという主張について、現代自動車と起亜自動車の統合を題材に考察する。企業結合による効率性改善は、一般的に否定されるべきものではないものの、国内需要者の厚生が損なわれることがないように、企業結合による競争制限効果の蓋然性を注視して、個別具体的に評価すべきことを論じる。

海外市場で競争力を得るためには、国内寡占化を進めること以外に重要な要因が存在することを示唆する第一部の結論は、第二部における分析でも支持される。

2 国内寡占化が企業の国際的な躍進の必要条件であるという主張の検討枠組み

2000年以降の韓国企業の海外市場における躍進と対照的な日本経済の長期沈滞を背景に、近年、寡占化が進んだ韓国国内市場において得た利益が、韓国企業の海外市場における躍進の源泉であるという主張がなされることがある。この説は、主張の力点によって、韓国国内において寡占化が進むことによって企業が得た独占・寡占利益こそが、海外市場で韓国企業が躍進するための原資であるという「国内寡占利益＝海外投資原資」論と、企業結合によって効率性改善が行われることによる利益の増

大に着目した「国内寡占化による効率性改善」論に分けて考えることができる。

「国内寡占利益＝海外投資原資」論とは、寡占化によって企業が独占・寡占価格をつけられるようになることで、国内消費者から企業へと所得を移転させ、企業は当該移転所得を原資にして海外投資を行うということにほかならない¹³。

我が国では競争者数が多く、国内で「消耗戦」を行っているのに対し、韓国企業はそのような「国内予選」がなく、最初から海外市場で大胆で迅速な投資戦略を行うことができるため、日本企業は韓国企業よりも海外市場における競争で不利な立場に置かれているという主張がある¹⁴。こうした主張は、「国内寡占利益＝海外投資原資」論の一例であると考えられる。

一方で、「国内寡占化による効率性改善」論は、企業結合による効率性改善という、企業結合のポジティブな面に着目する議論である。韓国自動車産業については、1960年代から1980年代後半に至るまで、海外からの自動車輸入を規制したり、部品の国産化政策を推進することで部品産業への外国企業の進出を抑えたりするなど、国内資本に対する強力な保護政策を実施してきたとされる。こうした保護政策と同時に、政策的に産業再編も進められた。こうしたいわゆる「ナショナル・チャンピオン」の育成を指向する政策の後押しにより、韓国国内で独寡占体制が成立したことで、規模の経済の実現、国産固有モデルの開発、部品の国産化等が可能となり、これを土台として、韓国自動車産業は世界市場で競争し得る能力を確保したという¹⁵。こうした指摘は、一言でいえば、企業結合による効率性改善があったとするものといえ、「国内寡占化による効率性改善」論の一例とみなせよう。

大橋及び遠山(2012)は、現代自動車と起亜自動車の統合を題材として、統合による効率性改善が、競争制限効果を上回る場合、韓国における社会厚生全体が改善されることを定量的に示した¹⁶。大橋及び遠山(2012)によれば、現代自動車と起亜自動車の統合により、国内の自動車価格は平均1%に満たない割合で上昇したものの、輸出から得られた企業利潤の増加を主因として、韓国の社会厚生は約9%上昇したという。

「国内寡占利益＝海外投資原資」論や「国内寡占化による効率性改善」論のように、国内市場において寡占化を進めることのメリットに関する主張がある一方で、韓国において寡占化が進んだことに対する批判があることにも注目すべきである。韓国自動車産業については、国内外競争から保護された市場に安住してきた既存完成車メーカーが、経営及び生産の効率性追求、技術革新の追求などよりは、価格引上げなど寡占的レント追求に依存して収益を生む構造を作り上げ、その結果放漫な非効率的経営、国産車の技術力及び品質向上の不振、消費者厚生への阻害など、望ましくない結果をもたらしたという指摘がある¹⁷。

さらに、最近では、韓国国内市場において財閥企業の市場支配力が強まってきたことに対する国民の批判が高まっており、経済民主化を進め、財閥の市場支配力を抑制することが政治的課題とされ、2012年12月に行われた韓国大統領選挙においても大きな争点となった。

こうした韓国の近況は、韓国国内消費者から移転された所得を原資にして韓国企業が海外で事業展開し、利益を得ていたとしても、それが国内消費者に十分還元されておらず、消費者の厚生が低下していることを示しているとも解される。

また、こうした批判が起こっていることは、「国内寡占化による効率性改善」論の有効性に疑問を投

¹³ エコノミスト(2009)、竹島一彦・前公正取引委員会委員長が同趣旨の発言を行っている。

¹⁴ 例えば、経済産業省(2011)の32頁目参照。

¹⁵ 尹(2004)。

¹⁶ 大橋及遠山(2012)。

¹⁷ 尹(2004)。

げかけている可能性についても考慮する必要がある。仮に国内寡占化により効率性改善が行われていたとしても、効率性改善による利益が何らかの形で国内消費者に還元されることにより国内消費者の厚生が増大しない限り、国内寡占化が国民にとって望ましいものとはならない可能性がある。

いずれにせよ、韓国におけるこのような状況を鑑みれば、我が国についても、国内市場において寡占化を促す施策を安直に進めることは得策とはいえない。「国内寡占利益＝海外投資原資」論及び「国内寡占化による効率性改善」論の実体を、韓国を事例として、具体的に検討することが有用である。

以下のセクションでは、「国内寡占利益＝海外投資原資」論や「国内寡占化による効率性改善」論は一般的に否定されるわけではないものの、それらの主張に基づき我が国においても国内寡占化を進めようとする合理的理由は、現状では見いだせないことを論じる。

まず、「国内寡占利益＝海外投資原資」論の検討として、韓国企業の利益構造を日本企業の利益構造と比較することを通して、韓国企業の成功要因として国内寡占利益の貢献の有無、さらに、日本企業が海外市場で活躍するための国内寡占利益の必要性について検討する。

次に、韓国企業の成功要因として、大胆な意思決定、戦略的な技術調達・技術投資、積極的かつ緻密な海外進出戦略といった企業の内部要因が、非常に重要な役割を果たしてきたことを示す。国内寡占化以外の外部要因の影響についても簡単に論じる。

さらに、「国内寡占利益＝海外投資原資」論が仮に事実だったとした場合でも、国内における寡占市場で得た利益を海外投資に優先的に回すことが、我が国の経済利益になるとは限らない点について、これも韓国の実態を基に考察する。

次に、「国内寡占化による効率性改善」論の検証として、大橋及び遠山（2012）を参照しながら、現代自動車と起亜自動車の統合を題材に、当該統合によるどのような効果が現代自動車及び起亜自動車の海外市場における躍進に寄与したのか、具体的に検討する。その際、企業結合ガイドラインにおける効率性改善の考え方に則って、現代自動車と起亜自動車の統合による何らかの効率性改善効果が存在したとして、それが当該統合でしか実現できなかったものだったのか検討する。

3 「国内寡占利益＝海外投資原資」論の検討

(1) 海外投資の原資として国内寡占利益は不可欠ではないこと

まず、韓国企業は、海外投資の原資として国内寡占利益を用いているといえるかについて、現代自動車を例に、公表されている情報を使って検証を試みる。

次表は、現代自動車及び我が国の代表的自動車メーカー3社（トヨタ自動車、日産自動車及びホンダ）につき、地域別の販売・生産の状況をまとめたものである。現代自動車は、2011年度において、韓国国内での売上高は全売上高の48.8%を占めるのに対して、営業利益は、韓国国内においては全営業利益の71.7%を占める。これは、我が国の代表的自動車メーカー3社と比較しても高い比率となっている。

表7：日韓の代表的自動車メーカーの近年における地域別販売・生産の状況

	現代自動車	トヨタ自動車	日産自動車	ホンダ
売上高本国比率	48.8%	48.5%	37.7%	33.5%
営業利益本国比率	71.7%	-	16.3%	-
営業利益率				
本国	11.5%	-1.9%	1.8%	-3.3%
海外	4.3%	4.8%	5.6%	5.2%
国内生産比率	43.3%	44.6%	23.5%	25.0%
輸出比率	65.1%	46.5%	58.7%	20.8%

注) 各社の売上高及び営業利益は連結調整前の内部取引金額にかかるものも含む。また、トヨタ及びホンダの営業利益本国比率は、本国で営業赤字であるため掲載していない。

出所：売上高及び営業利益については各社有価証券報告書（2011年度）
国内生産比率については各社ウェブサイト（2012年）

また、次表のとおり、本国における営業利益率の推移をみれば、現代自動車は高い水準を保っていることが分かる。

表8：現代自動車の地域別営業利益率（連結ベース）

	Korea	North America	Asia (韓国を除く)	Europe	Total (全世界)
2001	9.0%	3.7%	2.5%	1.0%	7.9%
2002	7.3%	3.2%	4.3%	0.9%	6.4%
2003	9.6%	0.2%	8.6%	-0.3%	6.0%
2004	7.2%	-0.4%	4.3%	0.0%	4.3%
2005	6.4%	0.0%	3.3%	-1.9%	3.5%
2006	5.6%	1.5%	3.7%	-4.9%	3.1%
2007	6.6%	1.0%	0.9%	-2.1%	3.6%
2008	8.2%	-0.9%	2.7%	-2.5%	4.2%
2009	11.3%	1.1%	3.8%	-6.6%	5.2%
2010	10.2%	3.5%	3.8%	11.5%	8.3%
2011	11.5%	5.4%	4.8%	2.8%	7.8%

出所：現代自動車アニュアル・レポート

現代自動車は、上記我が国の代表的自動車メーカー3社と比べると、国内生産比率及び輸出比率が高く、海外向けの生産を韓国国内で行っている傾向が強いことから、本国における営業利益率の高さには、海外市場向け自動車開発・製造に係るマージンが一定程度貢献しているとも考えられる。また、売上高や営業利益には景気状況も影響するところ、近年では、我が国と韓国で比較したときに、我が国の自動車市場の状況がより悪い可能性があり、そのことが全営業利益に占める本国における営業利益の割合や、本国における営業利益率の高さに影響している可能性も考えられる。

したがって、上記のような事実のみをもって、現代自動車は韓国国内で寡占利益を得ていることの

確固たる証拠とすることはできない。

とはいえ、現代自動車は海外生産も約 56%行っている上、海外における営業利益率は上記の我が国の代表的自動車メーカー3社と大きく異ならないにもかかわらず、本国における営業利益が全営業利益の7割程度を占め、かつ、本国における営業利益率が10%を超えるということからすれば、現代自動車にとって韓国市場がうまみのある市場であることは事実と見てよいだろう。実際、新聞記事等でも、韓国メーカーの自動車価格は高止まりしているといった消費者の不満を指摘するものも見受けられる¹⁸。

こうした事実は、現代自動車が、韓国国内で確保した寡占利益を直接的・間接的に原資として使い、海外において積極的に攻勢をかけているという主張と一応整合的である。韓国企業の海外市場における躍進の理由の一つとして、「国内寡占利益＝海外投資原資」論が挙げられることについては、一定の根拠があるといえよう。

そうはいつても、そのこと自体で、海外投資の原資として国内寡占利益が必要ということには全くならないことも自明である。

例えば、我が国における乗用車販売市場は、トヨタ自動車が大きなシェアを有しているとはいえ韓国市場のように寡占が進んでいるとはいえず（次表9参照）、また、競争の実態としても比較的激しい競争が行われていると思われる。一方、上記の表7が示すとおり、売上高や営業利益が占める割合は海外市場の方が大きく、国内市場よりも海外市場の方がむしろ主要な市場となっているともいえる。

表9：日本におけるブランドごとの乗用車販売台数及び台数シェア（2012年）

	台数（台）	シェア
トヨタ	1,494,044	33%
日産	560,919	12%
マツダ	192,463	4%
三菱自	106,562	2%
ダイハツ	551,281	12%
ホンダ	712,534	16%
富士重工	141,066	3%
スズキ	530,240	12%
レクサス	43,657	1%
その他（主に輸入車）	239,566	5%
全メーカー合計	4,572,332	100%

出所：一般社団法人日本自動車工業会データベース
(<http://jamaserv.jama.or.jp/newdb/index.html>)

つまり、国内市場で激しく競争していても、海外市場で企業が活躍することは十分可能であることを、我が国の自動車メーカーは示している。

また、このほかにも、自動二輪車、デジタルカメラ、半導体製造装置、建設機械のように、国内のプレイヤー数は多いにもかかわらず、日本企業がそれぞれ海外進出し、世界の中でも主要なプレイヤ

¹⁸ 例えば、2013年1月18日付日経産業新聞記事「お膝元でシェア守れ 現代自、韓国で一斉値下げ」、2013年3月8日付日本経済新聞記事「稼ぎ頭 韓国市場揺らぐ 現代自、輸出採算悪化に追い打ち」参照。

一となっている産業は存在する。

以上の簡単な検討が示すように、国内で得た寡占利益が海外投資の原資として不可欠のものであるとはいえない。また、以下で述べるように、韓国企業の躍進の背景には、韓国企業の内部要因が果たした役割も大きいと考えられる。

海外展開をファイナンスするためには様々な方法があると考えられる中で、「国内寡占利益＝海外投資原資」論は、後述するように国内需要者の利益が損なわれるおそれが存在することを鑑みると、合理的な方策とは言い難いように思われる。

(2) 韓国企業成功の内部要因

本項では、企業の内部要因に注目し、韓国企業の成功要因を検討していく。ここでは、サムスン電子、LG 電子及び現代自動車を取り上げ、これら韓国企業の内部要因に着目して、文献に基づいて検討していく。そして、迅速かつ大胆な意思決定、戦略的な技術調達、積極的かつ緻密な海外進出戦略という内部要因が、これら韓国企業の成功要因として特徴付けられることを明らかにする。

ア 迅速かつ大胆な意思決定

グローバル市場で躍進している韓国企業の特徴の一つとして、事業戦略に係る意思決定スピードが早いことが挙げられる¹⁹。特に日本企業との比較において、ボトムアップ型の意思決定をしている日本企業は、意思決定を行うまでに組織内での調整・折衝に時間をとられてしまうのに対し、財閥企業中心の韓国企業はオーナー経営者がトップダウンで意思決定を行っているため、迅速に大胆な意思決定を行うことができるといわれることが多い。ここでは、韓国企業の中でも際立った例として、サムスン電子を取り上げる²⁰。

(ア) サムスン電子における迅速かつ大胆な意思決定

サムスン電子は、これまで、海外進出や事業の選択と集中等、数々の局面で迅速かつ大胆な意思決定を行ってきており、この特徴は、取り分け経営の危機に直面した際に、顕著に表れてきたとされる²¹。

1997年に起きた韓国通貨危機の際には、ほかの数多くの財閥企業が倒産していく中、サムスン電子では、5万7千人いた従業員のうち2万人を、わずか3年間で削減するとともに、残った従業員のうちの約半数を配置転換した。また、全社員に対する成果主義の年俸制（基本給＋個人能力給＋集団成果給）の導入²²や人事管理体制の見直し（各部門に採用権限を移譲するなど人事管理体制を部門ごとにするなど）を行った。さらに、コスト削減と不採算部門の処分等を大幅に押し進め、半導体メモリ、携帯電話及び液晶ディスプレイの3分野への「事業の選択と集中」を行った。このような人事・組織面での大規模な変革を通じて、2000年代にサムスン電子が躍進するための土壌が作られたといわれている。

2001年に世界的に起こったITバブルの崩壊時においては、サムスン電子と競争関係にあった我が国の半導体メーカーは、軒並み当面の利益を確保するために設備投資を控えたのに対して、サムスン

¹⁹ 例えば、金（2012a）参照。

²⁰ なお、LG 電子は具本茂会長、現代自動車は鄭夢九会長兼 CEO の下、トップダウン経営を行っているとされる。

²¹ 石田（2012b）、日本に根付くグローバル企業研究会（2005）。

²² 日本に根付くグローバル企業研究会（2005）によると、基本給よりも個人・集団の成果に対する比重が著しく高い報酬制度となっており、同期入社であっても3～5倍程度の年間報酬差が生じる仕組みとなっている。

電子は、IT バブルの崩壊が発生する前と同程度の水準の設備投資額を維持するというリスクを負った意思決定を行った。この結果、IT バブルの崩壊から世界経済が回復したときには、サムスン電子と競争関係にあった我が国の半導体メーカーとサムスン電子の立場が逆転し、サムスン電子の一人勝ちが始まったということが指摘されている。

また、リーマンショックが起きた翌年の 2009 年に日本企業の投資額トップの東芝は約 900 億円の投資を行っていたのに対して、サムスン電子は 5.1 兆ウォン（2010 年の円ウォン名目為替レートで、3876 億円）の投資を行っている²³。さらに、リーマンショックから 3 か月後の 2009 年 1 月に「本社-10 事業部」体制から「本社-2 部門（半導体等の部品中心のデバイスソリューション部門と製品中心のデジタルメディアコミュニケーション部門）-10 事業部」に組織再編するとともに、役員については業績下位 20%をリストラし、残り 80%のうちの約 3 分の 2 を配置転換することでリーマンショックによる経済危機に対応している。2009 年 12 月にはリーマンショックを乗り越えたと判断し、「本社-7 事業部体制」に統廃合している²⁴。このように、危機の度に大胆な戦略を採っていることが観察される。

(i) トップダウンによる意思決定を支える仕組み

サムスン電子において、会長である李 健熙 氏の権力は強大である。李会長は、サムスン・グループの創始者である李秉喆氏の三男であり、1987 年の会長就任以降、1993 年の「新経営宣言」²⁵に代表されるように、長年、強力なリーダーシップを発揮してきた²⁶。この李会長のリーダーシップに基づくトップダウン経営が、前記(ア)で述べたサムスン電子の迅速かつ大胆な意思決定につながっているという指摘は多い²⁷。

しかし、世界中に展開するサムスン電子を含むサムスン・グループが直面する様々な問題に対して、李会長一人で対処できるものではない。また、李会長のトップダウン経営による迅速かつ大胆な意思決定が、適切なものになるようにしていなければ、成功にはつながらない。そこで、サムスン電子が基幹企業を担うサムスン・グループでは、会長から強力な権限を付与された会長直属の参謀組織（名称は「秘書室」「構造調整本部」「戦略企画室」「未来戦略室」と改称され、組織規模も拡大と縮小を繰り返している²⁸。なお、2008 年には当該参謀組織がサムスン・グループの不正資金事件に関与したとされ、一時的に廃止された（2010 年に再設立。）が設立され、会長の意思決定のサポートに当たっており、前述の 1997 年の通貨危機における大規模な組織再編の断行や大規模な設備投資の判断、後述する新興国への参入等の際に、遺憾なく力を発揮してきたと推測されている²⁹。

また、巨大な企業となったサムスン電子が基幹企業を担うサムスン・グループでは、意思決定を行うべき範囲が広範になるため、会長自ら全ての事柄について意思決定を行うことはできない。そのた

²³ みずほ総合研究所（2010）。

²⁴ 石田（2012b）。

²⁵ 1993 年当時、サムスン電子は低品質・低価格を追求し、韓国国内で大企業として君臨していたが、規制緩和等により外国企業と競争する必要が生じ得る中、このままでは生き残れないと考えた李会長が、「妻と子を除いて全てを変えよ」というキャッチコピーの下、品質重視の経営を行うべく、サムスン電子の全社員に対して意識改革を求めた。

²⁶ 2008 年の不正資金事件を機に一旦会長職を辞任したが、2010 年に会長職に復帰している。

²⁷ 御手洗（2011）。

²⁸ 現在の参謀組織である未来戦略室（2010 年発足）は、石田（2012a）によると、財務を担当する経営革新支援チーム、サムスン電子とサムスン電子関連系列会社の業務調整・事業支援を担当するチーム、サムスン電子系列会社を除いた金融・化学サービス関連企業の業務支援を担当するチーム、広報と企画を担当するコミュニケーションチーム、系列会社の要人をサムスン・グループ全体で調整するチーム、監査業務を担当する経営診断チーム、投資審議委員会、ブランド管理委員会、人事委員会で構成されており、サムスン・グループ全体から選ばれた約 150 人の精鋭がスタッフとして所属している。

²⁹ 御手洗（2011）。

め、それぞれの事業分野ごとに専門経営者に経営を任せており（専門経営者の多くが、会長直属の参謀組織で経験を積んだ社員である。）、彼らに対しては、十分な権限を付与するとともに業績に連動した強力なインセンティブ報酬を与えている。

さらに専門経営者以下の従業員についても、年功序列制度を廃止し、アップ・オア・アウトの昇進基準やインセンティブ報酬を通じて、強いインセンティブを付与している。

また、会長以下、トップダウンの意思決定が組織の隅々まで浸透する背景には、儒教の影響を強く受けた韓国の社会や、韓国の国民皆兵制（韓国の男性は、19歳～29歳の間に約2年間の兵役につき義務がある。）により、上命下従の文化が深く根付いていることも挙げられている。

イ 技術調達・投資戦略

日米欧企業と比べると後発であった韓国企業の技術開発は、主に先行する日米欧企業からの技術調達を通じて行われてきたとされる。しかしながら、外部技術への依存から脱却し、企業独自で研究開発を進めていった結果、日米欧企業を凌駕するような成長を成し遂げていった。以下では、サムスン電子を中心に、韓国企業の技術調達・投資戦略について取り上げる。

(7) 技術の外部調達

1960年代後半以降、韓国企業は先行する日米欧企業の先端技術の導入や資本財のリバースエンジニアリング³⁰等を通じて技術調達を図ってきた。当時の韓国は労働集約型社会であったが、海外から移転してきた資本や技術を導入することで生産力が飛躍的に向上し、GDPの成長にもつながっていった。

海外から先端技術を導入することについて、社会学者の間では「技術の外部調達」と表現されることもあるが、例えば、技術提携を通じて海外企業から既に開発された製造装置や製造技術を導入することで、基礎研究や技術開発に掛かる時間やコストを短縮できたことに加え、応用研究に重点を置くことが可能となった³¹。

技術を外部調達する、すなわち、海外で開発された既存の技術を自分達の製品開発に適応させるには、それ相応の技術力が求められる。技術の外部調達は後進国のみならず、コスト削減等を理由に先進工業国でも行われるが、既存の技術を導入するのに必要とされる技術力は、新技術を生み出すための研究開発活動に必要とされる技術力と比べて遜色ないともいわれている。実際、後述するサムスン電子のDRAM³²や同じサムスン電子及びLG電子による有機ELがそうであったように、韓国企業は技術を外部調達する過程で自らの技術力を培い、先行していた日本企業の技術水準を追い越し、シェア拡大へとつなげていった³³。

特に、DRAMの世界市場シェアについては、1990年には、東芝（14.7%）、サムスン電子（12.9%）、NEC（11.6%）の順であったが、2011年ではサムスン電子（42.2%）、ハイニクス（22.6%）、エルピーダメモリ（12.7%）の順となっており、韓国企業で世界市場シェア全体の約3分の2を占めている³⁴。

³⁰ ソフトウェアやハードウェア等の既存の製品を分解、あるいは解析することによって、その仕組みや仕様、目的、構成部品、要素技術などを明らかにし、自社の製品開発に活用すること。

³¹ 吉岡（2012）。

³² 半導体の一種。

³³ (独)科学技術振興機構研究開発戦略センター（2012）。

³⁴ 東芝は2001年12月に汎用DRAMの製造及び販売から撤退すると発表した。

(イ) サムスン電子の躍進

韓国の科学技術の歴史をたどってみると、資本規模の制約がある中で効率的に発展を遂げる必要があったため、自然に「選択と集中」が行われてきた。このような考えの下、韓国企業は利益を重視し、プロダクトポートフォリオマネージメント³⁵（図3）の花形商品のように確実に収益を生み出すことが期待できる分野への集中投資を惜しまない傾向にある³⁶。

図3：プロダクトポートフォリオマネージメント



サムスン電子もかつては、先行する日本企業から技術を輸入し、それを自社の製造にいかすキャッチアップ型企业であった。また、以上で説明したように、サムスン電子のように韓国企業の特徴であるトップダウン型の指揮命令系統により企業内の意思決定が速いことも、これを後押しした。1970年代は我が国から技術を導入し、汎用性のある真空管の製造に重きを置いていた。当時は、製品開発や市場投入で日本企業に遅れを取っていたが、その中でも量産規模の拡大によりコスト削減を図るなどして少しずつシェアを拡大していった。1980年代に入ると、総合研究所を設立し独自技術による新製品開発に力を入れ始め、1989年には世界初の8インチ半導体ウェハーを開発するなど着実に技術力を高め、日本企業との技術格差を縮めていった。1990年代に入ると、DRAMの高速化に係る技術仕様の取りまとめに関わり、1997年末にはサムスン電子が提案した製造技術がJEDEC（国際電子標準化機構）により業界標準として認められた。こうした技術の標準化により、サムスン電子はDRAM分野で製品開発及び市場投入の面で他の企業より先行したマーケティングが可能となり、競争上優位な立場になった³⁷。

このように、サムスン電子は従来のキャッチアップ型成長から一線を画し、R&BD（RESEARCH & BUSINESS DEVELOPMENT）と呼ばれる売れるビジネスを強く意識した研究開発をもって、技術力を高め、差別化商品や新製品を市場に投入し、DRAMやメモリ等の半導体分野で躍進してきた。現在でも研究開発にかなり力を入れており、2010年の研究開発投資額は約9.1兆ウォンと韓国全体の研究開発投資額の約4分の1を占め、世界全体でみても7番目に研究開発投資額が多い企業である。

³⁵ プロダクトポートフォリオマネージメントとは、1970年代にボストンコンサルティンググループが提唱したマネジメント手法で、複数の商品を販売している企業が、戦略的観点から事業資金をどのように配分するかを決定するための経営・管理手法を指す。

³⁶ 一方で、収益を生み出すかどうか確実性に欠ける差別化商品や新製品開発への投資に対するモチベーションが低くなる傾向にある。

³⁷ 吉岡(2008)。

㉞) 韓国政府による支援

1970年代まで、韓国企業の研究開発は、政府主導の下当時の産業政策と符合していた重化学工業の分野で盛んに行われていた³⁸。1980年代に入るとIT産業、半導体産業等新たな分野での技術開発の需要が生まれてきたことから、これまでの政府主導による研究開発から、産官学連携による共同研究開発へとシフトしていった³⁹。2000年代に入ると韓国政府は、科学技術基本計画や国際科学ビジネスベルト基本計画を定め、研究開発に対する企業への財政的支援や技術的支援を進めていった。

a 財政的支援

2008年から2012年を計画期間とする第2期科学技術基本計画の中では、民間研究開発投資の拡大を図るため、研究開発税制改革が行われた。具体的には、中小企業の研究開発費用税額控除額を当期支出の15%から25%へ拡大する措置(2009年)や新成長動力分野及び基礎固有技術分野の研究開発費の20%(中小企業の場合は30%)までを所得税及び法人税から控除する制度の新設(2010年)が挙げられる。

b 技術的支援

韓国政府主導による取組により、韓国政府認定の技術センターは急増し、国内発明特許申請数が世界一になるなど民間部門による研究開発も強化されていった⁴⁰。韓国企業は基礎研究を外部依存⁴¹しているため研究開発の蓄積が乏しいといった声があり、ジェトロによる韓国企業のSWOT分析でもこうした基礎技術の対外依存体質が「弱み」として評価されてきた。そこで、2011年、韓国政府は国際科学ビジネスベルト基本計画を定め、基礎研究への重点的な投資や基礎科学研究院の設立等を通じて、基礎研究環境の構築に取り組んでいる。

ウ 積極的かつ緻密な海外進出

1990年代まで日本企業が世界において圧倒的な高さのプレゼンスを誇ったが、1990年代後半から日本企業の凋落と韓国企業のグローバルな活躍が目立つようになってきた。日本企業の輸出シェアは1990年代以降、先進国でも新興国でも大きく低下しているが、韓国企業の輸出シェアは、先進国では余り変化していないものの、新興国では大きく増大しているという指摘がなされるなど⁴²、韓国企業のグローバルな活躍は、主に新興国市場でのものであるという議論が多い。以下では、韓国企業の新興国市場での躍進の背景について取り上げる。

㉟) 海外人材の育成

韓国企業の海外市場における躍進の要因の一つに海外で活躍できる人材の育成が挙げられる。中でも特に有名なものは、サムスン電子における地域専門家制度である⁴³。この制度は1993年に李健熙会長が創設したものであり、入社3年目以降の社員から毎年300名程度を選抜して、世界各国に1年

³⁸ 渡辺(2007)。

³⁹ 渡辺(2007)。

⁴⁰ 渡辺(2007)。

⁴¹ 一例として、我が国では技術輸出が技術輸入を大きく上回っているのに対して、韓国では技術輸出が技術輸入を下回っている。

⁴² 例えば、金(2012a)。

⁴³ 御手洗(2011)。

程度の期間派遣するものである（制度開始以降の累計の派遣人数は 4000 人を超えている。）⁴⁴。派遣期間中、派遣された社員は、3 か月かけて現地の語学を学ぶ。その研修を受けた後は、基本的に自由な活動が認められており、派遣先の専門家となるべく、現地文化の習得に努めるとともに、毎週、活動報告をする義務が課されている。そして、派遣された社員の活動報告レポートに基づき、サムスン電子では、現在、世界 700 都市以上の情報がデータベース化されており、これが、後述する現地ニーズに対応したきめ細やかなマーケティング戦略にいかされている。また、帰国後も継続して多様な研修の機会を用意しており、これらの研修及び社内での選考を経て、現地法人に対して 5 年以上の長期間の再派遣がなされることとなる。

このように大規模かつ継続的な海外人材育成投資が、サムスン電子の積極的な海外進出の土台となっている⁴⁵。

なお、LG 電子は、サムスン電子とは異なる戦略を採っており、現地採用人材を現地法人のトップに据え、権限移譲を行っている。また、英語を社内公用語とするとともに、社内文書の英語化を実行している。さらに、本社の上席役員の半数近くが外国人となっている⁴⁶。

(i) 積極的な海外進出と緻密なマーケティング

1990 年代半ば頃の新興国市場は、経済成長のスピードが早く、中間所得者層の割合が増大傾向にあり、日本企業等の競争相手が少ないという特徴を持っていた。韓国企業は、前述のオーナーによるトップダウンの意思決定に基づき、欧米市場と比べて成熟した市場ではなくリスクの伴う新興国市場に対して積極的に進出していった。そして、積極的に海外進出した後も、各市場の特性やニーズにきめ細かく対応した製品を発売すること等により、消費者からの高評価を受けることとなった^{47,48}。

例えば、現代自動車は、インドにおいて 1996 年にインド・チェンナイに工場建設に着手するなど大規模投資を実施している（2010 年時点で、60 万台の生産能力があるとされる⁴⁹。また、インド工場は小型車のグローバル輸出拠点とされ、インド工場から世界約 60 か国に輸出している⁵⁰。さらに、300 店強の販売店ネットワークに加えて、600 以上のサービス拠点を展開しているとされている。）ところ、現地需要のボリュームゾーンである小型車に力を入れており（ほぼ同時期にインド市場に参入したトヨタ自動車は、インド市場を余り重視しておらず、現地では高級車に該当するカローラ等を中心に投入してきたとされ、生産規模も 2011 年時点で 16 万台、販売拠点も 120 店舗程度である⁵¹。また、日産は 2011 年時点で 20 数店舗である。）、ターバンを巻いたシーク教徒のために車体を高くしたり、交通事情が悪くクラクションを頻繁に鳴らす必要があることから複数のクラクションを装備したりするなどの現地ニーズに合わせた車を販売し、インドの乗用車市場で第 3 位の地位を確保するなど、シェアを伸ばしている⁵²。

また、サムスン電子の場合、インド市場においては、インド人のパーティーと音楽を楽しむライフ

⁴⁴ 石田(2012c)によると 90 年代までは派遣先の 60%が先進国であったが、2000 年代半ば以降は、派遣先の 80%が中国・インド・アフリカ等の新興国であるとのこと。

⁴⁵ 岡山(2011)によれば、年間 260 億円の費用を投じているとのこと。

⁴⁶ 平賀(2010)。

⁴⁷ 逆に、日本企業は、日本の最先端の技術を使った新製品を投入し、富裕層に販売していく戦略と、日本では時代遅れになった技術を使った製品や、グレードを落とした製品などを比較的安価なものとして投入する戦略を採ってきたという指摘もある(中村(2011a))。

⁴⁸ 「機能は環境に合わせて小刻みに提供する(中略)テレビでも洗濯機でも冷蔵庫でも 208 カ国全てでスペックを変えていく必要がある。」と元サムスン電子常務・吉川氏は述べている (globis.jp(2010))。

⁴⁹ 富山及び塩地(2012)。

⁵⁰ みずほ総合研究所(2010)。

⁵¹ 中村(2011b)。

⁵² 永井(2008b)。

スタイルを考慮して、サウンドを大幅に強化したLCDテレビが成功しており、また、アフリカ市場においては、慢性的な電力の不安定に対応するために、主力のテレビ製品に瞬間的な電圧変化に耐えられるように、耐圧機能を強化した製品を販売している⁵³。

同様に、LG電子の場合には、メッカの方向表示やコーラン・イスラム暦を内蔵したイスラム教徒向けの携帯電話「メッカフォン」の投入やインドネシア市場における熱帯病を媒介する蚊を寄せつけない効果を持つエアコンの投入等が挙げられる⁵⁴。

これら新興国向けの緻密なマーケティングの源泉として、前述の海外人材の育成に加え、韓国企業が、戦略としてR&BD（RESEARCH & BUSINESS DEVELOPMENT）と呼ばれる売れる製品の研究開発に集中して取り組んできたということも併せて指摘されている⁵⁵。

(7) 巧みなブランド戦略

韓国企業のブランド戦略の手厚さや巧みさも多く指摘されている⁵⁶。サムスン電子やLG電子は、新興国において、携帯電話や液晶テレビなどのデジタル家電分野で高性能商品を投入することによって高いブランドイメージを構築し、同時に、中間所得者層向けに普及型商品を投入するなど構築したブランドイメージを自社の他の製品に波及させるという戦略を採っている。また、サムスン電子や現代自動車は、例えば、インド市場においては、現地における国民的俳優を広告塔に起用したり、インドの国民的スポーツであるクリケットの国内リーグやワールドカップのスポンサーになったりすることを通じて、現地でのプロモーションに力を入れている⁵⁷。

(3) 韓国企業成功の外部要因

前記(2)までにおいて、韓国企業の成功要因としての国内寡占化について批判的検討を行うとともに、韓国企業の内部要因について考察を行った。本項では、韓国企業の成功要因として取り上げられることがあるその他の外部要因について簡潔に言及しておく。

ア ウォン安

リーマンショックを契機としウォン安となる一方、円高が急速に進んだこともあって、価格競争上、韓国企業は日本企業より有利な状況が続いてきたという指摘がある⁵⁸。

2013年に入ってウォン高傾向となったことで、現代自動車、サムスン電子など海外市場の重要性の高い韓国企業の利益に負の影響が出始めているという指摘もあり、少なくとも短期的には、国境を越えて事業を展開する企業の業績に為替が影響を与えることは自明といえよう。

一方、韓国企業の競争力の源泉として、通貨ウォン安等の外部的な要因よりも、韓国企業の経営戦略等、内部的な要因に求める論文も多い⁵⁹ことも事実である。

ウォン安等の外部要因が追い風となって韓国企業の競争力に結び付いたことは事実と思われるが、本稿においては、為替による企業業績の影響については、その可能性を指摘するにとどめ、これ以上

⁵³ 石田（2012c）。

⁵⁴ 平賀（2010）。

⁵⁵ 金（2012b）。

⁵⁶ 例えば、曹（2011）、富山及び塩地（2012）。

⁵⁷ このほか、サムスン電子における（新興国向けに限らない）一般的なブランド戦略として、デザイン部門を重視（デザイナー育成制度の創設、デザインセンターの設立、有名デザイナーの引き抜き）によって海外のデザイン賞の受賞を目指す戦略や、1998年の長野オリンピック以降の公式スポンサーを務めたことが挙げられる。

⁵⁸ みずほ総合研究所（2010）。

⁵⁹ 例えば、金（2012a）。

深く立ち入らないこととする。

イ 税制面での優遇政策

税制面においても、韓国と我が国で企業に対する優遇の厚さが異なるという指摘がある⁶⁰。韓国においては、半導体産業について、減価償却費算定における法定耐用年数が我が国より短く、また比較的柔軟に耐用年数を設定することが可能であること、投資に係る税額控除について、我が国よりも長期にわたる繰越控除が認められていること等、優遇税制が我が国よりも拡充しているという指摘がある。これにより、年間 2774 億円ものキャッシュフローの差が韓国と我が国で生じるとする試算の結果もある。ちなみに、半導体の最新工場を建設するためには 3000 億円程度が必要とされていることからすれば、1 年間 2774 億円ものキャッシュフローの差は、企業経営に大きな影響を与えるといえよう。

(4) 「国内寡占利益＝海外投資原資」論が我が国の経済利益にかなうとは限らないこと

前記(3)までにおいては、国内寡占利益が韓国企業の海外市場における躍進の要因である可能性は否定できない一方で、韓国企業の内部要因も大きな役割を果たしたと思われることを論じた。本項では、仮に、国内寡占利益を海外投資の原資として使い、海外で成功することができたとしても、それが我が国の経済利益にかなうものであるかどうかについては、自明とはいえないことを論じる。

韓国で財閥系企業等の大企業優遇政策に対する韓国国民の批判が高まっていることの背景には、韓国大企業の発展の恩恵が国民に広く還元されていないことがあると推察される。確かに大企業に勤める人は高賃金や安定的な雇用確保による恩恵を得られていると思われるし、大企業の株主は配当や株価上昇を通して利益を得ているものと思われる。しかし、そのような利益を受けられるのはごく一部の国民に限定されよう。

さらに、韓国大企業の株主のうち相当程度は外国人であることから、韓国大企業が得た利益から供出される配当金の一定程度は、韓国の社会経済には直接貢献しないことが予想される外国人の所得となる。

例えば、サムスン電子のウェブサイトによれば⁶¹、2012 年において、総発行株式数の 54%は外国人投資家が保有している。サムスン電子経営陣や関連会社による 15%の保有を除くと、約 64%の株式を外国人投資家が保有していることになる。なお、総発行株式のうち約 13%が優先株式⁶²となっているが、優先株式数の 81%は外国人投資家が保有している。

また、LG 電子のウェブサイトによれば、2011 年において、総発行株式数の 30%は外国人投資家が保有している。

また、国内寡占利益を原資として海外で得られた利益は、少なくとも一部は海外において再投資されることが想定されるので、その分については海外において雇用環境の改善に寄与することはあっても、韓国国内における雇用環境の改善に直接つながるものではない。

政策的に国内寡占化を図り、企業に寡占利益を享受させるということは、いわば一般消費者への増税を行い、当該税収を寡占企業の所得として移転することと本質的には異ならない。当該移転所得の

⁶⁰ 立本 (2009)。

⁶¹ サムスン電子ウェブサイト

(http://www.samsung.com/us/about_samsung/investor_relations/stock_info/ownership_structure.html)

⁶² 他の種類の株式よりも優先して利益の配当を受けられたり、残余財産の分配を受けられたりする株式。

多くは一般消費者に還元されることはなく、大企業の労働者や株主等、一部の限られた人々に分配され、しかもそのうちの一部は韓国の社会経済には直接貢献しない外国人株主に分配されるわけである。

韓国で財閥系企業等の大企業優遇政策に対する韓国国民の批判が高まっていることは、一部の大企業が発展することによる韓国経済全体へのスピルオーバー効果が、寡占化による国民負担の増大を超えるほどのものではなかったことを示しているようにも解される。

このように、国内寡占利益を海外投資の原資として使い、特定の企業が海外で成功することができたとしても、その利益が還元されるのはごく一部の国民に限られるばかりか、海外に流出する利益も無視できないことを考えれば、「国内寡占利益＝海外投資原資」論が我が国の経済利益にかなうかどうかは、極めて慎重に判断されなければならない。

無論、我が国の経済利益を、一般需要者の厚生と企業の厚生（企業が国内市場及び海外市場で得る厚生の両方を含む）を単純に合算した総余剰として捉えるのであれば、「国内寡占利益＝海外投資原資」論が我が国の経済利益にかなうという議論が成り立つ余地も大きくなる。しかし、以上で説明したように、①国内寡占利益は国内需要者の犠牲の上で得られるものであること、②海外市場で企業が得る利益の少なくとも一部は国内需要者に還元されることなく海外に流出・滞留する蓋然性が高いこと、さらに③当該寡占利益は必ずしも企業の事業上の努力により得られるものではないこと⁶³を考慮すれば、我が国の経済利益として総余剰を考えるにはそれなりの合理的な理由が必要であろう。また、寡占化された国内市場に限ってみれば、国内需要者の厚生と企業の厚生の合算は低下する（つまり国内市場における総余剰は低下する）ということも忘れてはならない。

以上の理由から、本稿においては、国内寡占化が我が国の経済利益となるかを考える際には、国内寡占化が国内需要者への利益となるかどうかを中心に据えて考えるべきという立場を採る。これはすなわち、競争を維持・促進させることによって一般消費者の利益の保護を図ることを目的とする独占禁止法の視点で考えるということでもある。こうした考え方は、海外の競争当局においても共通するものと思われる⁶⁴。

4 「国内寡占化による効率性改善」論の検討

(1) 企業結合による効率性改善の考え方

前記3までにおける議論は、企業結合を進め、寡占化を行うことの効率性改善がない場合を想定したものであった。しかし、企業結合を進め、寡占化を行うことによって、効率性改善が行われる場合についても、同様の議論が成り立つ。すなわち、仮に効率性改善があり、競争力が増大されたとしても、その利益が品質改善、価格低下などの形で国内の需要者に均てんされ、需要者の厚生が少なくとも低下しないといえない限り、そのような企業結合は必ずしも我が国の経済利益に資するとはいえない。

企業結合による効率性改善についてのこうした考え方は、公正取引委員会を含む多くの海外競争当局が採用しているものである。そして、公正取引委員会の、企業結合審査における効率性改善の基本的な考え方は、企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針（以下「企業結合ガイドライン」という。）で示されている。したがって、「国内寡占化による効率性改善」論が我が国の経済利益にかなうもので

⁶³ 特に、政策的に国内寡占化が進められる場合は、企業努力による寡占化利益であるとはいえない。

⁶⁴ 例えば、欧州委員会の競争政策担当であるアルムニア副委員長は、「企業が問題のない合併により規模を拡大する努力を妨害しない。しかし、同時に、それらの合併が欧州の消費者や取引相手、域内市場における競争条件を阻害して実施されてはいけないことを私は確認しておきたい。」（Almunia(2012)）と述べている。

あるかどうか検討する上では、企業結合ガイドラインに沿って効率性改善を評価することが有用である。

現行の企業結合ガイドラインにおいては、効率性改善を勘案する観点として、①企業結合固有の効率性向上であること、②効率性の向上が実現可能であること、③効率性の向上により需要者の厚生が増大するものであること、の3点が挙げられている。なお、これら三つの観点は、米国や欧州を始めとする海外当局の企業結合ガイドラインにおいても共通する考慮要素である。

このうち、「②効率性の向上が実現可能であること」については、説明するまでもないだろう。

「③効率性の向上により需要者の厚生が増大するものであること」とは、前記3までにおける議論に密接に関連するものである。仮に当該効率性向上が実現可能であり、また、当該企業結合に固有のものであると認められるとしても、当該効率性向上により得られた便益が、需要者に還元され、結果として需要者の厚生が増大されなければならない。具体的には、当該企業結合によって供給費用が削減されるという効率性改善があったとして、その効果が例えば販売価格の低下という形で、需要者の厚生を増大させるよう作用しなければならない。これが効率性改善の考慮要素とされている理由は、既に述べたとおり、独占禁止法の企業結合規制は競争を維持・促進することを通して日本国内の需要者を保護することが目的とされていることによる。

「①企業結合固有の効率性向上」については、当該効率性向上が当該企業結合を行わなければ実現できないものであることを意味する。当該効率性向上が、当該企業結合よりも競争制限効果が小さいと思われる方法でも実現できると考えられる場合は、当該効率性向上は当該企業結合に固有のものとは認められないことになる。同程度の効率性改善が、競争を実質的に制限するおそれの小さい手段で実現可能であるならば、そのような競争を制限しない方法で効率性改善を図るべきであるとするのは、競争を維持・促進することで日本国内の需要者の保護を目的とする立場からは当然と考えられる。

既に述べたとおり、「国内寡占化による効率性改善」論の根拠となる事例として、現代自動車と起亜自動車の統合の分析を行う論文に大橋及び遠山（2012）がある。本稿では、現代自動車と起亜自動車の統合を取り上げ、当事例における効率性改善が、経済利益にかなうものだったといえるかどうかについて、我が国の企業結合ガイドラインにおける効率性改善の考え方に沿って考察する。

この分析においては、効率性向上が企業結合固有のものであるかどうかという視点が特に重要である。効率性改善が現代自動車と起亜自動車の統合に固有のものでなければ、当該効率性改善は韓国市場における競争制限を生じさせることなく実現できるものということになるため、現代自動車及び起亜自動車が国外市場で成功したとされることを「国内寡占化による効率性改善」論の根拠にはできないことになる。

(2) 現代自動車と起亜自動車の統合における効率性改善は当該企業結合に固有のものではないこと⁶⁵

企業結合ガイドラインによれば、まず、効率性改善が実現可能なものでなくてはならないとされる。大橋及び遠山（2012）によれば、現代自動車と起亜自動車の統合においては、効率性改善がみられた。今後、大橋及び遠山（2012）による分析の検証が行われた結果、大橋及び遠山（2012）とは異なる結論が得られる可能性もあるが、本稿では、大橋及び遠山（2012）の結論に依拠することとし、現代自動車と起亜自動車の統合による効率性改善は実現可能であったと想定する。

次に、企業結合ガイドラインでは、効率性改善があったとして、それが需要者に均てんされ、需要

⁶⁵ 本セクションは、主に尹(2004)を参考とした。

者の厚生が増大するかどうかについても検討が必要としている。大橋及び遠山（2012）によれば、現代自動車と起亜自動車の統合によって、自動車の国内平均価格は若干ではあるが上昇し、需要者の厚生は低下したとされる。したがって、企業結合ガイドラインによれば、当該統合による効率性改善は考慮要因とすることはできないことになる。

さらに、統合による効率性改善が考慮要因として認められるためには、当該効率性改善が、当該統合に固有のものでなくてはならない。提携、部分統合等、完全統合によらずとも実現できる効率性改善であれば、競争制限のおそれがある完全統合ではなく、競争制限のおそれが少ない提携等により実現されることが望ましい。

現代自動車と起亜自動車の統合事案では、統合が行われた同時期において、必ずしも当該統合とは関係がないと思われる組織改革や生産方式の改善、外国企業との提携等が実施されており、大橋及び遠山（2012）が、当該統合に固有とはいえない効率性改善効果まで分析に含めていないといえるのかについては、慎重に検討する必要がある。

例えば、尹（2004）が指摘する「放漫な内部組織の統合」として、現代自動車は、起亜自動車の統合とほぼ時期を同じくして、現代自動車販売サービスと現代精工を吸収統合した。また、起亜自動車も、1999年6月に、系列企業である亜細亜自動車、起亜自動車販売、亜細亜自動車販売、起亜大田販売を統合した。これらはいずれも現代自動車と起亜自動車の統合がきっかけになった可能性はあるものの、一義的には現代自動車グループ、起亜自動車グループそれぞれの組織内の統合にすぎず、現代自動車と起亜自動車の統合に固有の効率性改善に該当するといえるかは議論があろう。

さらに、現代自動車は、2001年から「6シグマ経営革新運動」と呼ばれる品質管理運動を開始した。これは、不良発生の原因関係を統計的に分析し、改善することで、品質を画期的に改善しようとする全社的な品質改善運動とされる。現代自動車は2000年に651件、2001年に2,400件のプロジェクトを推進したという。

また、こうした作業場革新運動と共に、作業組織の改編も行われた。作業管理手法の一つであるMODAPTS（Modular Arrangement of Predetermined Time Standard）技法の採用、余裕率の20%程度の減少による作業編成効率の向上、支援チームを従来の7-8%から5%に減少させることによる間接労働の削減、組長を直接生産に投入することなどによる直接生産者の比率の増大等、生産方式の合理化が図られ、作業速度は大きく上がったという。

起亜自動車も、現代自動車と同様に、積極的な作業場革新運動を展開し、品質改善、生産性改善の努力が行われた。

こうした品質管理運動や、作業組織の改編についても、現代自動車と起亜自動車の統合が契機となって行われた可能性はあるが、当該統合が行われなかったとしても、基本的には、現代自動車グループ、起亜自動車グループそれぞれの組織内で、単独で行うことが可能だったと思われる。したがって、これらが現代自動車と起亜自動車の統合に固有の効率性改善に該当するといえるかは議論の余地がある。

さらに注目すべきは、1997年に導入が検討されはじめ、当該統合の時期に重なる1999年以降に本格的に推進された、現代自動車によるモジュール生産方式である。モジュール生産方式とは、機能ごとのモジュール部品をあらかじめ組み上げて最終製品に組み入れる生産方式で、欧米の自動車会社が先駆けとして1990年代に導入したものである。現代自動車は、13個の単位にモジュールを区分し、新車種開発及び量産に合わせて段階的にモジュール化を図った。系列会社の現代モービスをモジュール

開発・量産の中核企業に据えたほか、大型優良部品メーカーを集中的に育成し、長期的に部品メーカーの数を3分の1以下の100-200社まで縮小した。

モジュール生産方式の導入については、現代自動車と起亜自動車と同じモジュールを使って生産することで、規模の経済性が改善される可能性がある。しかし、モジュール生産方式の導入は、自動車の開発・生産に係る効率性改善であり、その実現のためには、開発・生産段階の提携で足り、販売部門の統合まで行う必要性は必ずしも高くないとも思われる。したがって、モジュール生産方式の導入による効率性改善については、現代自動車と起亜自動車の統合以外に、競争の実質的制限の蓋然性がより小さい方法によって実現可能とも思われ、現代自動車と起亜自動車の統合に固有といえるかは慎重な判断が求められよう。

以上の検討に基づけば、仮に、大橋及び遠山（2012）が示したように、現代自動車と起亜自動車の統合前後で、効率性改善が実際にみられたとしても、それが当該統合に固有のもので、当該統合が行われなければ実現できなかったものであるかどうかは、容易に判断されるべきものではないことが明らかといえよう。大橋及び遠山（2012）でも示されているように、現代自動車と起亜自動車の統合により効率性改善が行われたとしても、韓国国内において自動車価格が上昇し、需要者の厚生が低下した可能性があることを踏まえれば、効率性改善が当該統合に固有のものであるといえるかどうかの検討は、尚更重要である。

企業結合による効率性改善が全て否定されるものではないが、個々の案件において、慎重に検討されるべきものである。「国内寡占化による効率性改善」論が我が国において寡占化を進めるための免罪符にされてはならない。

5 第二部の結び

第二部では、国内寡占化が企業の国際的な躍進の必要条件であるという主張を、「国内寡占利益＝海外投資原資」論と「国内寡占化による効率性改善」論に分解した上で、それぞれの議論を批判的に検討した。

「国内寡占利益＝海外投資原資」論の検討においては、国内寡占化が企業の国際的な躍進に貢献したという主張に明確な根拠を見いだすことができなかった一方で、韓国企業における迅速かつ大胆な意思決定、技術調達・技術投資戦略、積極的かつ緻密な海外進出戦略といった企業の内部要因が、韓国の代表的企業であるサムスン電子、LG 電子及び現代自動車の国際的な躍進において、非常に重要な役割を果たしてきたことを明らかにした。

さらに、「国内寡占利益＝海外投資原資」論が仮に事実であったとしても、国内寡占化により韓国社会にもたらされていると思われる弊害の大きさを鑑みると、国内寡占化を梃子として企業の国際的な躍進を促す方策は、我が国の経済利益の観点から合理的とは考えられないことを論じた。

「国内寡占化による効率性改善」論についても同様で、企業結合による効率性改善が全て否定されるものではないが、効率性改善による利益が需要者に均てんされるかどうか、また、競争制限のおそれがある企業結合ではなく、他の方策により実現可能なものではないか、といった観点から、個々の案件において、慎重に検討されるべきものである。つまり、「国内寡占化による効率性改善」論をもって我が国において寡占化を進めるための免罪符とするべきではない。

本稿における検討からは、国内寡占化を政策的に誘導するのではなく、企業間での競争促進を基盤とし、企業の内的要因を刺激し、支援するような政策の方が、日本企業の国際的な躍進を後押しする

ことが期待される。さらに、そうした政策は、日本国内においても、競争が活性化されることを通じて、需要者の利益にもつながる可能性が高い。国内における競争を消耗戦などと消極的に捉えるのではなく、切磋琢磨する絶好の場と捉える積極的な競争指向を有する企業が増えれば、おのずと国際的に躍進する企業も増えるものと思われる。

もとより、本研究は、韓国企業についていろいろな議論が展開される中で、その要点を整理・評価したという既存の研究の展望であって、新たに追加の実証分析を試みたものではない。今後とも、引き続き韓国企業・産業の動向には注目していく必要がある。また、本研究では、韓国国内の寡占化の問題と関連して、韓国財閥が様々な事業分野で支配的立場を有してきたところ、こうした財閥の果たしてきた役割については取り扱えなかった。この問題の検討についても今後の課題といえよう。

参考文献

- Alumunia, Joaquin, 2012, "The role of competition policy in times of Crisis," speech in 29th Annual US Chamber of Commerce EU Competition Policy Conference (Brussels) December 6 2012.
- 曹希貞, 2011, 「サムスン電子のインド市場戦略」, 横浜国際社会科学研究所 16 巻第 2 号。
- エコノミスト, 2009, 「インタビュー 竹島一彦・公正取引委員会委員長 公取が認める合併と認めない合併 (大合併時代)」, エコノミスト 87 (50)
- Globis.jp, 2010, 「元サムスン電子常務・吉川良三氏「サムスン電子の躍進に学ぶ、グローバル市場を見据えたものづくり」」, <http://www.globis.jp/1393-1>。
- 平賀富一, 2010, 「韓国企業グローバル経営の強み—LG エレクトロニクス社のケース」, ニッセイ基礎研究所 グローバル経営 2010 年 2 月号。
- 石田賢, 2012a, 「<Korea Watch>サムスン研究 第 2 回 未来戦略室」, 東洋経済日報 2012 年 6 月 8 日。
- 石田賢, 2012b, 「<Korea Watch>サムスン研究 第 4 回 危機感作り出す組織改革」, 東洋経済日報 2012 年 6 月 22 日。
- 石田賢, 2012c, 「<Korea Watch>サムスン研究 第 12 回 グローバル人材の育成」, 東洋経済日報 2012 年 8 月 24 日。
- 科学技術振興機構研究開発戦略センター, 2012, 「グローバル競争を勝ち抜く韓国の科学技術」, 大善プラネット。
- 経済産業省, 2011, 「産活法改正について」, <http://www.meti.go.jp/sankatsuhou/outline/data/etc-1/gaiyo.pdf>。
- 金堅敏, 2012a, 「韓国企業の競争力と残された課題」, 富士通総研経済研究所 研究レポート No.393。
- 金堅敏, 2012b, 「韓国企業の競争力」, 第 141 回 CPRC・BBL 資料 (2012 年 12 月 14 日)。
- 御手洗久巳, 2011, 「韓国企業のグローバル経営を支える組織・機能」, 野村総合研究所 知的資産創造 2011 年 11 月号。
- みずほ総合研究所, 2010, 「世界金融危機後の韓国企業躍進の要因を探る」, みずほアジア・オセアニアインサイト。
- 永井知美, 2008a, 「韓国ライバル企業を追う—存在感を増す韓国グローバル企業 第 2 回サムスン電子」 東レ経営研究所経営センサー2008 年 5 月号 No.102。
- 永井知美, 2008b, 「韓国ライバル企業を追う—存在感を増す韓国グローバル企業 第 3 回現代自動車」 東レ経営研究所経営センサー2008 年 7・8 月 No.104。
- 中村真司, 2011a, 「インドを席卷する韓国勢を破ったソニー 負け続けた「日本の家電」が気付いた

失敗とは」, 日経ビジネス 2011 年 4 月 6 日。

中村真司, 2011b, 「トヨタはインドで勝てるのか」, 日経ビジネス 2011 年 5 月 6 日。

日本経済新聞, 2013, 「稼ぎ頭 韓国市場揺らぐ 現代自、輸出採算悪化に追い打ち」, 2013 年 3 月 8 日付新聞記事。

日本に根付くグローバル企業研究会, 2005, 「サムスンの研究—卓越した競争力の根源を探る」, 日経 B P 社。

日経産業新聞, 2013, 「お膝元でシェア守れ 現代自、韓国で一斉値下げ」, 2013 年 1 月 18 日付新聞記事。

岡山純子, 2011, 「選択と集中によって躍進する韓国の科学技術」, 独立行政法人科学技術振興機構研究開発センター「躍進する新興国の科学技術」研究会 2011 年 7 月 7 日資料。

大橋弘及び遠山祐太, 2012, 「現代・起亜自動車の合併に関する定量的評価」, RIETI Discussion Paper Series 12-J-008。

立本博文, 2009, 「国家特殊的優位が国際競争力に与える影響: 半導体産業における各国税制の事例」立命館大学イノベーション・マネジメント研究センター ディスカッションペーパーシリーズ NO.002。

富山栄子及び塩地洋, 2012, 「現代自動車の新興国戦略—インドとロシアのケースを中心に—」, 敬和学園大学研究紀要第 21 号。

渡辺雄一, 2007, 「産業競争力強化に向けた産業支援策の展開と現状」, アジア経済研究所 韓国主要産業の競争力調査研究報告書。

吉岡英美, 2008, 「世界市場の獲得から見た韓国半導体産業の持続的発展」, アジア政経学会 アジア研究 54(3)。

吉岡英美, 2012, 「韓国半導体産業の新局面」, アジア経済研究所 キャッチアップ再考 調査研究報告書。

尹辰浩 (金元重訳), 2004, 「韓国自動車産業の構造調整 (下)」, 大原社会問題研究所雑誌 553 号。

トヨタ自動車株式会社ウェブサイト <http://www.toyota.co.jp/>

日産自動車株式会社ウェブサイト <http://www.nissan.co.jp/>

本田技研工業株式会社ウェブサイト <http://www.honda.co.jp/>

現代自動車ウェブサイト <http://www.hyundai.com>

LG 電子ウェブサイト <http://www.LG.com>

サムスン電子ウェブサイト <http://www.samsung.com>

一般社団法人日本自動車工業会 データベース <http://jamaserv.jama.or.jp/newdb/index.html>

おわりに

以上、二つの研究を通して、国内競争が国際競争力に及ぼす影響について、計量的に、そして事例研究的に分析した。その分析からは、産業集中化・再編成が企業の国際競争力の強化に資するという主張に整合的な、明確で頑健な証拠を見いだすことはできなかった。

第一部の我が国製造業に関する実証分析で得られた結果の中で注目すべきは、海外売上高比率の分析において、集中度は逆U字形の関係を持っていることである。すなわち、集中度が高くなりすぎると、海外売上高比率のウェイトは低下する。また、合併がマイナスの影響を示し（輸出世界シェアの場合）、そしてカルテルが同様にマイナスの影響（海外売上高比率の場合）を持つことも注目すべきであろう。さらに、国際競争にさらされている（輸出比率や産業内貿易比率が高い）産業ほど輸出世界シェアや海外売上高比率のウェイトが大きくなっており、国際競争の重要性を示唆しているかもしれない。したがって、国際競争力の強化のために国内寡占化を推進する議論は明確な根拠を持たない。しかし、第一部の計量分析では、プロセスとしての競争を捉える企業ポジションの流動性（流動性指標）は、競争力の強化につながるという関係を示していない。

第二部の韓国企業の研究では、国内寡占化が韓国企業の国際的な躍進に貢献したという主張に明確な根拠を見いだすことができなかった一方で、韓国企業における迅速かつ大胆な意思決定、技術調達・技術投資戦略、積極的かつ緻密な海外進出戦略といった企業の内部要因が、韓国企業の国際的な躍進に非常に重要な役割を果たしてきたことを明らかにした。

さらに、国内寡占化が韓国企業の国際的な躍進に貢献したという主張が仮に事実であったとしても、国内寡占化により韓国社会にもたらされていると思われる弊害の大きさを鑑みると、国内寡占化を梃子として企業の国際的な躍進を誘導する方策は、我が国の経済利益の観点から必ずしも合理的とは考えられないことを論じた。

また、現代自動車と起亜自動車の統合において、効率性改善による利益が需要者に十分均てんされず、また、効率性改善が、競争制限のおそれがある企業結合ではなく、他の方策により実現可能なものであった可能性を指摘した。したがって、国内寡占化により効率性改善が期待されるという主張については一般化できず、企業結合による効率性改善は、個々の案件において、慎重に検討されるべきと考えられることを論じた。

これらの研究は、もとより、使用した変数（国際競争力の指標及び国際競争力に影響すると考えられる要因の両方）についてのデータの制約（第一部）や、既存の研究の展望であって新たに追加の実証分析を試みたものではないこと（第二部）、などの問題を含む。本稿の第一部は、我が国はもとより国際的にも数少ない研究であり、今後こうした分析を精緻化することが求められる。また、第二部は、韓国企業についていろいろな議論が展開される中でその要点を整理・評価したもので、引き続き韓国企業・産業の競争力の源泉をめぐる議論に注目していく必要がある。そして、第一部については、分析の改善を図ることによって、活発な競争が競争力の強化につながることを明らかにしなければならない。