



近年、経営学研究でボーインググローバル企業が注目されている。ボーインググローバル企業とは、創業直後から海外市場を狙って国際化する企業である。これまで主として学術研究の対象となっていた国際化は、国内の事業基盤が十分に固まり、そこから得られた資源を用いて順次展開していくものであった。国内事業を十分に持たずに、いきなり国際化に突き進むボーインググローバル企業の行動は特徴的

ボーインググローバル企業の弱み

これは新興国の市場が急成長するようになった近年、特に顕著である。新興国のボーインググローバル企業が、事後的かつ急激に巨大化した自国市場を獲得するという「国内化」に取り組む。つまり、先に国際化してしまっただけで、事後的に本国の国内顧客を相手にすることになる。これは伝統的な国内基盤のある国際化とは逆の順序であり、ボーインググローバル企業の「国内化」がどのように進展するのかはほとんど議論されていない。

では、ボーインググローバル企業はどのように国内顧客を取り込むのだろうか。筆

出していたため、中国企業による出願件数は激増し、事後的に国内市場が爆発的な成長を見せた。従って、ボーインググローバル型の特許・法律事務所にとっても、巨大化した国内市場の取り込みが重要な戦略的課題となってきたのである。

実証分析の結果は、ボーインググローバル型の事務所の強い経路依存性を示していた。つまり、ボーインググローバル型の事務所はボーインググローバル型のままでどまり、国内事業から出発した旧来の事務所は柔軟に国際化を進めていた。前者は海外顧客を主要なターゲットにしたままで国内顧客を取り込まず、一方で、後者が海外顧客を取り込んで国際事業を軌道に乗せていた。これは極めて興味深い結果である。

国内市場は開拓に遅れが

あり関心が集まっている。逆説的であるが、ボーインググローバル企業は海外市場で成功を収めていくうちに、「国内市場」の開拓にも力を注ぐことになる。こ



山女学園大学 山女学園大学
現代マネジメント学部准教授
中本 龍市

なかもと 龍市 組織論、戦略的提携、社会ネットワーク、ビジネスリサーチ。京都大学大学院経済学研究科博士後期課程指導認定退学。1983年生まれ。

者らの研究グループは、ボーインググローバル企業の「国内化」を実証的に分析した。対象として、中国の特許・法律事務所の内化の進展プロセスを追跡した。期間

は、2007年以降15年までである。中国では国内企業が知的財産権に関心が薄かったことや国際出願代理の許認可制度のため、大手の特許・法律事務所は外資系企業を主要顧客として出

発した。

だが、近年、知的財産権保護を重視する中国政府と主要な市政府が、奨励金を

確かに、ボーインググローバル企業のあり方から学ぶことも少なくない。だが、ボーインググローバル企業にも弱点がある。最初から海外市場に資源を集中することは諸刃の剣でもあり、とりわけ、海外市場と国内市場の成長の時間差に十分な注意を払う必要があることを示唆している。