

サービス多国籍企業の新興国市場参入

柳田志学（目白大学）

本報告では、なぜサービス多国籍企業が東南アジア諸国で成功しないし苦戦や撤退を余儀なくされているのかという問題意識のもと、企業が直面する要因として制度の視点に着目する。これまで国際ビジネス研究では先進国を中心とした企業の国際化について様々な議論がなされてきたが、多国籍企業の新興国市場（とりわけ東南アジア）における研究については研究の蓄積が浅く、また、サービス多国籍企業の新興国市場参入に関する研究の蓄積はほとんどないという現状がある。制度について、North（1990）は「人間の相互作用を形成する、人間によって考案された制約のこと」であるとしており、Scott（1995）は「社会的行動に安定性と意味を提供する規制的、規範的、および認知的構造と活動」と定義し、これらの定義をもとに国際ビジネスでは幅広い議論がなされてきた。また、川端（2005、2017）は、国際フランチャイズの視点から東南アジアの外食サービス企業にフォーカスした研究を行っている。ここでは文化的視点による研究の限界を指摘しており、明確に固定化された様々な制度的要因が東南アジア諸国の社会構造を形成していると述べている。川端は文化について四層の構造があること指摘した上で制度的アプローチによる研究の重要性について触れている。すなわち、これまで新興国市場において多国籍企業が国際事業展開を行う際、文化要因については述べられてきたが、階層（次元）性は意識されてこなかった。さらに東南アジア諸国を対象とした各種研究では宗教などの制度要因から、慣習、マナー、そして心の中の価値観に至るまで、さまざまな次元の文化要因が場当り的に取り上げられてきたことを指摘している。本研究では企業の国際化を解明する研究として文化に関する議論だけではなく、サービス国際化において制度環境内における同型化が重要であるものとして、institution-based view の議論に立脚しなから各種研究をレビューするとともに、Euromonitor International のデータベースを踏まえて東南アジア諸国におけるサービス多国籍企業の動向について報告を行うことを予定している。