

国際ビジネス研究学会第 29 回年次大会自由論題報告

【B-③】

新興国企業による先進国企業の買収における正当化戦略：ディスコース分析の視点から

何格尔（一橋大学大学院）

近年、国際経営の新しい潮流として、新興国企業（emerging market firms; EMFs）による先進国企業（advanced market firms; AMFs）の買収が目立つようになってきた。しかし、先進国に広く存在している新興国に対する否定的なイメージにより、EMFs の先進国における正当性（legitimacy）は高くない。その結果、EMFs による買収は、先進国の現地社会から頻繁に反発を受け、その圧力は買収後も続くことが多い、ということが先行研究で示唆されている。

組織論では、社会での正当性は組織の存続上、必要不可欠の要素とされる。従って、買収対象先の先進国で、その買収の正当性を高めることは、EMFs による AMFs の買収の長期的な成功における重要な課題である。しかし、先行研究では、EMFs による AMFs の買収における正当化戦略を対象としたものが非常に限られており、EMFs の戦略的な国際展開の理論化を妨げている。

そこで、本研究の目的は EMFs による AMFs の買収における正当化戦略を解明することとする。本研究が注目する社会全体に対する正当化の主な手段はパブリック・コミュニケーション（public communication）であると考えられるため、研究の手法を言語の内容と意味に着目する「ディスコース分析（discourse analysis）」にした。具体的には、2009 年から 2022 年の間、中国企業による日本企業の買収の 4 つの代表的な事例を対象に、買収の当事者である中国企業および日本企業が日本社会に向けて公的に発信したメッセージの内容を分析した。結果として、これらの買収の当事者が EMFs による先進国での買収を正当化する際には、1) 国レベルのディスコース（country-level discourse）と企業レベルのディスコース（firm-level discourse）という 2 つの正当化の次元において、2) 「不可視化（invisibilization）」、「無害化（detoxication）」、「褒美（accreditation）」、「貢献（contribution）」という 4 つのパターンの言語の戦略的運用をしている、という命題が導き出された。

この研究による EMFs の国際化研究に対する主な貢献は以下の 2 点にある。第一に、ディスコース分析の視点を導入し、EMFs による AMFs の買収の正当化戦略、とりわけ言語の戦略的運用を明らかにしたことである。第二に、国レベルの正当化と企業レベルの正当化という 2 つの次元の正当化を区分し、EMFs による先進国の進出に伴う国際関係の複雑性に対する企業側の対応を示したことである。