

### 斎藤高宏著『わが国食品産業の海外直接投資 ：グローバル・エコノミーへの対応』（筑波 書房、1992年）

洞口，治夫

---

(出版者 / Publisher)

法政大学経営学会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

経営志林 / The Hosei journal of business

(巻 / Volume)

29

(号 / Number)

3

(開始ページ / Start Page)

123

(終了ページ / End Page)

126

(発行年 / Year)

1992-10-30

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00003373>

## 〔書評〕

齋藤高宏著

## 『わが国食品産業の海外直接投資

— グローバル・エコノミーへの対応 —』(筑波書房, 1992年)

洞 口 治 夫

海外直接投資の研究をする場合、地域ないし産業、あるいはその双方を限定するという必要に迫られる。本書は、日本の食品産業に関する海外直接投資研究である。日本企業の海外現地生産に関する従来の研究が、量的な意味において自動車、電機・電子といった加工組立型産業に集中してきただけに新鮮である。

なぜ従来の研究が、特定産業の研究に集中してきたのだろうか。直接投資が量的に多いということは一つの理由になりそうではある。しかし、日本の場合、伝統的に第三次産業における海外直接投資の比重が高いのである。また、量的な比重という点に限って言えば、製造業のなかで「その他製造業」に分類される「産業」の研究がもっと多くてもよいことになろう。

急速にその影響力が低下しつつあるとはいえ、日本の学問的状况を前提とした、ありうべき一つの推測は次のようなものである。すなわち、資本主義的生産様式になんらかの「典型」が存在するというドグマに立脚して、特定産業が選択されてきた可能性である。イギリスの繊維産業、ドイツの鉄鋼業、アメリカの自動車産業について、そうした「典型」としての位置づけが強調される場合がある。そして、企業の海外現地生産を研究する場合においても、その類推から特定の産業が研究対象として選択されてきたのかもしれない。

しかし、資本主義的生産様式になんらかの「典型」が存在するというドグマに立脚するならば、現実に我々が生活している社会の多様性に眼をそむけることになるのではないだろうか。なんらかの根拠に基づくものであったとしても、特定の時代、特定の国に産業の「典型」を求めるアプローチは、我々の認識を豊かにするものと言えるので

あろうか。

本書は、その意味において、明らかに我々の認識に一つの豊かさを加えるものであると言ってよいであろう。

本書の構成は以下のとおりである。

序 章・本書の課題と構成

第1章・わが国食品産業の海外直接投資の動向とその特徴

第2章・わが国食品産業のアメリカへの直接投資の動向とその目的・問題点

第3章・わが国食品産業のアジア諸国への直接投資の動向と技術移転

第4章・わが国食品産業のヨーロッパ諸国への直接投資の動向とEC市場統合

終 章・本書のまとめと今後についての若干の考察

序章は、課題・問題意識・分析視角・本書の構成からなる。著者は、その冒頭に、「本書の課題は、近年、急激に増加しつつあるわが国食品産業（主として、食品工業）の海外直接投資に関して、その背景、特徴、問題点などをいくつかの視点から明らかにし、わが国食品産業が直面している数多くの問題の一端を提示することにある」（3ページ）と述べている。

第1章から第4章にわたる各章において、第1節では全産業にわたる日本の直接投資動向を統計資料によって整理している。すなわち、第1章第1節では日本の世界全体に向けた直接投資動向、第2章第1節ではアメリカ向け、第3章第1節ではアジア向け、第4章第1節ではヨーロッパ向け直接投資の動向を概説している。

また、各章の第2節では、日本の食品産業について、その直接投資動向を地域別に整理している。すなわち、アメリカ、アジア、ヨーロッパのそれぞれについて、州ないし国別に細分化したのち、企業別の動向を概観している。

第2章第3節および第4章第3節では、それぞれ、アメリカおよびヨーロッパにおける食品産業のM&Aの展開を跡づけており、また、第3章第3節では、アジア諸国における日系食品産業の撤退を論じている。

第2章第4節、第3章第4節、第4章第4節では、キッコマン、味の素、サントリーのケース・スタディを行ない、さらに、第2章から第4章にいたる各章の最終節では、アメリカへの直接投資の動機・目的と問題点、アジア諸国への技術移転、EC市場統合と日本の食品産業の対応を、それぞれ論じている。

終章では、各章で明らかになった事実をまとめると同時に、1990年代に至って海外直接投資が減少傾向を示していることについて追加的な説明を加えている。

本書は、次のいくつかの点において、優れた特徴を有している。

第一に、序章において設定された分析視角において、「経営資源」の概念が正確に理解されていることである。

「経営資源」という概念はしばしば誤解され、誤用されてきた。あるいは、むしろ退化してきたと言ってよい。「経営資源とはヒト・モノ・カネ情報である」という誤った言説が広く流布されているように思われる。(例えば、それは大学の履修要綱にも散見される。)従業員が多く、機械設備を多量に保持し、自己資金を豊富に抱えていることは、「企業規模」ないし「資産」の規模が大きいことを意味するのであって、「経営資源」の豊かさに直接結びつくとは限らない。学說的にどのような定義がおこなわれてきたかについては、すでに別の箇所でも議論した<sup>44)</sup>のでここでは繰り返さないが、正確に「経営資源」の概念を理解したうえで分析を進めているという点で、本書は真摯な検討の対象とすべき研究であると言える。

第二に、各章すべて博引旁証、基本文献と統計

を丹念に渉猟していることである。それは、今後この分野に関する研究を進めたいと考える研究者にとって貴重な指針となりうる。

また、たとえば、第1章においては、後の諸章でとりあげることのない中南米・オセアニアについての資料整理を行っているが、1980年代において、中南米向けの直接投資が減少する一方で、オセアニア向けは急増してきたことを報告している。とりわけオーストラリアについては、日本の牛肉自由化による市場拡大を目的とした現地食肉加工メーカー、牧場の買収が進んでいるという。

こうした事実は、食品産業に固有な経済環境を背景としており、ある意味では、今後日本の製造業全般がたどるであろう動きを先取りしているのかもしれない。すなわち、日本国内の市場開放と輸入増加が、それを政治的に要求する欧米諸国の企業によって担われるのではなく、国際事業活動のノウハウを蓄積した日本の多国籍企業によって行われる可能性である。

第三に、興味深いケース・スタディを各章に配置していることである。すなわち、第2章第4節で「キッコマンの海外展開とアメリカ進出」、第3章第4節で「味の素の海外展開とアジア諸国への進出」、第4章第4節で「サントリーのヨーロッパ諸国進出とグローバル化」である。

日本の対米直接投資が19世紀にはじまっていたこと、そして日本のGNPに占める比率が第二次大戦後と比較しても高い水準にあったこと、当時、商社・外為銀行・海上運輸・損害保険といった第三次産業が主流をしめていたこと、また、そうしたなかで、キッコマンが製造業として例外的にアメリカに現地製造工場を設立していたことは経営史研究家によって指摘されてきた<sup>45)</sup>ことであるが、キッコマンの海外展開の歴史をコンパクトにまとめると同時に、詳細な文献リストが付されており、今後の研究にとって有用であろう。

この点は、アジアにおける技術移転ないし技能形成を論ずる際に、しばしばモデル・ケースとして論じられてきた味の素が取り上げられていることについても、同様である。すなわち、本書は、研究対象の選択に成功していると思われる。また、独占禁止政策に関連した「輸入総代理店契約」のあり方と、日本企業によるその回避の方法を考え

るうえで重要なサントリーの事例が含まれていることについても、その意義を高く評価するべきであろう。

本書に関する不満を挙げるならば、次の各点に要約できる。

第一に、研究対象を食品産業に限定することの理由が、さほど説得的ではない。評者は冒頭述べた理由によって「新鮮さ」を感じたが、著者には「国内市場重視型」と位置づける産業を研究対象として選択することの独自の意義を、より積極的に論じてもらいたかった。

どのような研究対象を選択するか。それは、研究者が、最初に出会う決定的に重要な問題である。著者は「残念なことにわが国食品産業の海外直接投資に関する研究は必ずしも十分とはいえなかった」（5ページ）という。しかし、「従来研究されてこなかったこと」は無数にあり、それを理由として研究対象を選択することに積極的な意義は乏しい。重要なのは、われわれの社会にとっての意義であり、理論を含めた認識の豊かさへの貢献にある。

第二に、各章は、概ね現状に至る歴史的動向を統計データに即してたどる作業によって成り立っている。その作業は丹念ではある。しかし、残念ながら、統計データを整理した各節は冗長であると言わざるをえない。

かりにその点を読者の寛容に委ねるとしても、さらに次のような問題が残される。すなわち、本書32ページおよび229ページで取り上げられている小島清教授の事実発見に関する批判を例外として、通説に対する批判が乏しいのである。それは先行研究が乏しいためだけであろうか。かなり好意的に解釈したとしても、依然として、著者が独自に立てた仮説の検定ないし「疑問への解答」を与えているとはいえない。「どのような問題を解きあかすか」という問題意識が、なおざりにされている感を否めないのである。ありていに言えば、本書の読後感は、大手銀行の『調査月報』を読み終えたときのそれに類似しているのである。具体的には、たとえば、「円高という理由だけでは食品産業の海外直接投資は増加しない」（5ページ）といった慧眼が随所に散見されるだけに、その実

証を進める作業が積み重ねられていないことに歯がゆさを感じるのである。

評者が本書において解きあかしてもらいたかったと感じた様々な問題は、この2つの点にすべて関連する。食品産業を研究対象として取り上げる場合、たとえば、次のような諸問題をどう考えるべきであろうか。

他の製造業と比較した場合、食品産業の特殊性と一般性をどのようにとらえるか。製造工程か、マーケティングの方法か、あるいは、貿易構造における特定地域との連関か。

日本の食品産業が第二次世界大戦以前から海外現地生産を展開してきたという歴史的事実は、それ自体興味深いものであるが、では、その間蓄積されてきたであろう経営資源とはいったい何であったのか。

食品のなかでも、一国の文化に伝統的に根ざした食品、たとえば、醤油についてはプロダクトサイクル理論は妥当するか。プロダクトサイクル理論それ自体が誤謬に満ちたものであるのか、あるいは、成熟期が延々と数百年にわたって続く商品が存在するのか、実は絶えざる製品差別化が行われているのか。

食品産業では、その製造工程における革新がコスト削減をもたらすのに対して、マーケティング技法の革新が製品差別化を産みだしているのではないか。日本国内における市場シェアの獲得には、とりわけ後者の影響が強いのではないか。そうした sunk・コストの支出<sup>13)</sup>を前提として国内市場を確保する一方で、要素賦存を利用した生産立地が進み、例えばタイの生産拠点においては、生産工程におけるノウハウの移転がみられるのではないか。

加工型に分類される食品産業はなにか。また装置産業としての性格を色濃く持つ食品産業はなにか。その製造工程の違いに応じて、生産立地に違いは存在しないか。

ケース・スタディの対象となった企業は、どのような組織構造を採用しているか。事業部制の採用はいつからか。事業部単位で生産拠点を設立した場合、同一地域内における複数拠点設置といった重複投資の問題は生じていないか。それは食品産業に特有な調整過程を必要としているか。輸出

による販売子会社との調整はどのように行っているか。

日本の食品製造企業の海外直接投資は、ある特定の地域に向けられた場合に、日本国内からの輸出を増加させるのか、あるいは、日本向け輸出を増加させるのか。(84ページに掲げられている醤油輸出量のデータが持つ含意を食品産業全般に敷衍できるか。)日本国内における牛肉の生産者と、海外で牛肉を生産して輸入する業者との間の競合関係はどのようなものか。また、米の市場開放が迫られているなか、米を主原料とする食品産業は、どう対応しているのか。1980年代後半に活発化した食品産業のM&Aは、収益のあがるものとなっているか。収益性が低いとしたら、その原因は何か。

本書を読むと、こうした様々な疑問が沸き上がる。こうした知的刺激には、特定産業に偏った従来の海外直接投資研究からは得られ難い性質のものであろう。評者は、こうした疑問を沸き上がらせてくれる著作は、少なくとも、一読に値すると言いたいのである。

(注1) 洞口治夫『日本企業の海外直接投資—アジアへの進出と撤退—』(東京大学出版会、1992年)第1章を参照されたい。

(注2) Wilkins, M., "American-Japanese Direct Foreign Investment Relationships, 1930—1952," *Business History Review*, vol. 56, Winter, 1982. および, Wilkins, M., "Japanese Multinational Enterprise before 1914," *Business History Review*, vol. 60, Summer, 1986. を参照されたい。

(注3) Sutton, J., *Sunk Costs and Market Structure: Price Competition, Advertising, and the Evolution of Concentration*, Cambridge; Mass., The MIT Press, 1991. において選定されているケース・スタディの対象も食品産業である。