

論文の内容の要旨

論文題目：知識分散型の企業間分業マネジメント

－コア部品サプライヤーを中心としたブランド企業と生産受託企業の製品開発分業－

氏名：許 経明

製品開発にはコア部品知識とアーキテクチャ知識が必要である。通常、ブランド企業はコア部品知識とアーキテクチャ知識を保有し、企業間の製品開発分業における意思決定の権利を割り当てることによって、企業間分業の製品開発のパフォーマンスを追求する。しかし、ICT (Information and Communication Technology) 産業においては、コア部品知識とアーキテクチャ知識が、コア部品サプライヤーに専有 (appropriate) され、提供されている。このような状況においては、ブランド企業と生産受託企業の製品開発分業における意思決定の権利はどのように決まるのだろうか、そして、それによって企業間分業の製品開発のパフォーマンスにどのような影響があるのだろうか。本研究ではこれらの問題を検討する。

ナレッジ・ベースド・ビューでは、製品開発の知識がコア部品サプライヤーに専有されている状況を、ブランド企業にとっては知識分散 (dispersed knowledge) として認識している。第2章でふれる先行研究によると、企業は組織の動機と意思決定の構造を設計することによって、分散知識を再統合することができる。しかし、本研究では、企業間分業の製品開発のパフォーマンスを検討するために、まず知識がどのように分散しているのか、そして、その知識がどのように企業間分業の構造を決めるのかを理解する必要がある。第3章では、これらの問題を分析するのに適すると考えられる分析フレームワークを提供する。

本研究では、これらの問題に解を与えるために、知識分散形成の歴史 (第4章と第5章) と、知識分散に適したマネジメント (第6章と第7章) を考察する。第4章では、90年代後半からの携帯電話端末産業において、コア部品サプライヤーである半導体サプライヤーが、Nokia、Motorola、Ericsson といった

既存の有力ブランド企業の「技術の標準化」から、如何に多くの知識を専有してきたかを明らかにした。続く、第5章では、製品開発において、コア部品サプライヤーが如何に重要な知識を構築し、提供しているかを明らかにした。また、中国と韓国系設計受託企業、台湾系生産受託企業がコア部品サプライヤーと協業して、如何にブランド企業に製品開発サービスを提供できるようになってきたのかも明らかにした。

協業に関して、従来の議論では、企業と協業相手でより多くの知識を持つ方に、意思決定の権利が多く与えられると指摘されてきた。第6章では、コア部品サプライヤーと生産受託企業の関係に注目した。生産受託企業が如何にしてコア部品サプライヤーからアーキテクチャ知識を獲得することでブランド企業との製品開発の分業における意思決定の権限を高めるか、また、生産受託企業の意思決定の権限がブランド企業との製品開発のパフォーマンスに貢献するか、ということを検証した。第7章では、ブランド企業と生産受託企業の製品の開発品質について、コア部品サプライヤーのコア部品知識を関連させて検証した。その結果、ブランド企業はコア部品知識を、生産受託企業はアーキテクチャ知識を、それぞれ相手企業より相対的に多く持つ場合に、製品開発のパフォーマンスが最も高いことが明らかになった。また、ブランド企業は生産受託企業の機会主義を制御し、適切なコーディネーション・メカニズムを構築することによって、製品開発のパフォーマンスをさらに高めることができることがわかった。

第8章では、本研究の分析結果を踏まえ、ナレッジ・ベースド・ビューにおける知識分散の議論を如何に拡張できるかを述べる。90年代の半ばからのナレッジ・ベースド・ビュー研究の多くの議論では、企業は如何に組織間に分散している知識を統合するか、または、その分散している知識を組織間に共有するか、などの研究関心に注目してきた。つまり、組織行動を説明変数とし、知識の創出、シェア、統合などを被説明変数としている。それに対して、本研究では、知識の属性や偏在のパターンがむしろ組織行動(企業間分業の動機と意思決定の構造)を決める側面があると主張したい。また、本研究の分析結果は ICT 産業における企業間分業のマネジメントに有用なインプリケーションを提供することができたと考える。具体的には、企業は知識を専有することができなくても、その分業やアウトソーシング業務に関する知識を協業相手より多く保有することが重要

である。ただし、知識を自社よりも多く保有する協業相手と分業も設計する必要性は残されている。知識が分散しているという状況においては、企業間分業における集権と分権の設計、そしてコーディネーション・メカニズムを構築することが、ICT 産業の企業間分業のマネジメントでは不可欠である。