

[共同研究]

## 小売業のグローバル化の要因分析と生産性に与える効果

共同研究者

代表 曾 根 康 雄 (日本大学経済学部准教授)

乾 友 彦 (内閣府経済社会総合研究所上席主任研究官/  
日本大学経済学部教授)

権 赫 旭 (日本大学経済学部准教授)

横 井 のり枝 (財団法人流通経済研究所研究員)

### はしがき

日本の小売業は香港、台湾、シンガポールに加え、近年急速な経済発展を背景に中国への進出を拡大している。しかし製造業や他のサービス産業に比べ、市場の特性が強く反映されると考えられる小売業の海外進出、つまりグローバル化は、失敗による撤退が相次いでいるのも事実である。ではなぜ小売業のグローバル化は成功が難しいのか、失敗による撤退が相次いでもなぜ小売業は再び海外へ進出するのであろうか。

本共同研究においては、まず日本の小売業の進出が活発化している中国の小売業の対外開放の経緯とその効果を把握した。次に日本企業の国際化が国内の事業の生産性等にどのように影響しているかを探るため、日本の企業の戦略、進出市場の状況を類型化し、その影響の計量的な分析を試みた。その結果、小売業等の海外進出は国内事業の生産性向上に僅かながらプラスの影響を与えることが確認された。また米国の産業との生産性ダイナミックスを比較したうえで、1995年以降の日本の生産性の停滞は小売業をはじめとする非製造業に主要因があることが明らかになり、小売業の海外進出が国内の生産性の向上に与える効果は日本全体の生産性を考慮するうえでも、重要であることが確認された。加えて、日本の小売業の進出が進出先の企業に対する知識移転等を通じて、生産性の向上に寄与するかどうかケーススタディを通じて考察した。

曾根論文では、中国の小売業の対外開放を考察の対象とした。中国で市場経済への移行が始まった80年代以降の流通業における企業改革の展開を概観した上で、小売業の対外開放政策を振り返り、国家の発展戦略における外資小売企業の位置付けの変遷を跡付けた。そして、外資小売業が中国の小売業発展に与えた効果および副作用を考察し、これらを踏まえ、中国の小売業のグローバル化の日本への示唆を探った。

乾論文では、海外進出が国内親企業の生産性等に与える効果を、近年の実証分析の手法に従い、日本の企業レベルのミクロデータを使用して分析した。特に、生産性と海外進出の間の因果性を明らかにするために、プロペンシティー・スコア・マッチングの手法と差の差の検定の方法を組み合わせ、海外進出が生産性に与える効果を検証した。その結果、製造業よりも、むしろ小売業を含む非製造業において海外進出による国内企業の生産性改善効果が僅かながらみられた。日本の非製造業はその生産性の改

善の遅れが指摘されることが多いが、海外展開がその改善の一助となることが実証的に示された。

権論文では、1986年から2004年までの日米の産業別のデータを用いて労働生産性レベルと上昇率について比較分析した。1995年以降に日米間の労働生産性レベルの乖離が拡大していることと日本の労働生産性上昇率の伸びも米国と比べて減速していることを発見した。また、日米間の労働生産性の乖離の原因が主に非製造業にあることも確認した。

横井論文では、アジア市場を対象に、外資小売業による知識移転要素とその程度を見出し、今後の実証分析のための仮説を導出することを試みた。流通業の国際化が活発になるにつれ、進出市場先の小売業への知識移転が進むことから、その効果についての既存研究も多い。しかし、どのような知識が移転され、それらが生産性向上に効果をもたらしているのかについての実証分析による研究蓄積はされていない。本論文では、具体的にアジア市場に進出した外資小売業ヒアリング調査によるサーベイを行うことで、IT、マーケティングなど具体的な移転しうる知識と、それらの現地市場における移転効果について把握した。

これらの考察が、日本の小売業における今後の海外事業展開を含めて企業戦略立案の際の一考となれば望外の喜びである。

(曾根康雄／乾友彦稿)