



伊藤 亮氏

オーブン カレッジ

経済産業省が毎年実施している海外事業活動基本調査によれば、東アジアにおける日本企業
の法人設置数は1

海外直接投資と取引ネットワーク構造

997年度には製造業全体で3920法人であるのに対し、2010年度では618
.....
いとつ りょう 都市経済学。東北大学大学院 博士 (情報科学)。1980年生まれ。

9 法人と、十数年間で1.5 倍以上に急増していることがわかる。しかしながら海外市場に進出する企業にとって、現地における資材調達や販路の確保は重要な問題である。進出先の地域で地元企業との

業と同一地域に進出すること
で、海外進出のリスクを軽減
する動きがみられる。
こうしたことから、近年に
おいては取引ネットワークが
企業の海外進出に与える影響
についての研究が徐々に進ん

新たな取引を始める企業は、
多くの場合製品の品質や配送
システムのミスマッチなど、
期待される) 場合、言うまで
できています。ある企業が海外
投資をした(あるいはすると

技術基盤や商習慣の違いに起
もたずその企業と直接の取引
関係にある企業が最も大きな
影響を受けると考えられる。
しかしながら、それら企業の
行動を通じて、間接的につな

中心性高い企業に好機多い

がった企業もまた何らかの影響を受けるだろう。このよう
にある企業の行動の影響がネ
ットワーク全体に波及すると
き、企業や政府(そして研究
者たち)はネットワーク全体
の構造を分析し、それを活用
する必要に迫られる。とは言
え、このような分析は決して
容易ではない。

そこで本稿では、最近の著
者らの研究成果から得られた
知見をもとに、ネットワーク
上における企業行動と関係が
深いと思われる、カツ・ボ
ナッチの中心性と呼ばれる
指標について紹介しておきた
い。これは元々社会ネットワ
ーク上における、各個人の中
心度を測るのに使われてきた
指標である。この指標は直接
的な友人の数だけでなく、そ
の友人たちがどの程度多くの
友人を持つか、つまり間接的
な友人数も含めてその人を評
価するという特徴を持つ。わ
れわれは日本の製造業およそ
11万社からなる取引ネットワ
ークの情報から、各企業の方
ツ・ボナッチの中心性を
計算した。すると、その指標は
引き留めが産業の空洞化を防
ぐ有効な手立てであると期待
できるだろう。このように、
企業間のネットワーク情報は
実にさまざまな場面で役立つ
のである。

