

90-J-3

下 請 関 係

三輪芳朗  
(東京大学)

1990年3月

\* この論文は、日中合同コンファレンス（於北京、1990年3月5日、6日）のために準備されたものである。

## 1. はじめに

この報告の課題は、次の3点である。

(1)日本の下請関係に関する通説的理解が根本的に誤っていることを指摘すること。

(2)(1)の前提のうえにたって、具体的に日本の自動車産業のケースをとりあげて下請関係の機能の仕方、それを支えたincentive mechanismの内容にたちいった分析を提出すること。

(3)(2)でとりあげる例は、下請関係のもっとも顕著な成功例であり、同時にそれが生産性と品質の向上にもっとも顕著な貢献を果たしたケースでもあることを念頭に置いて、このような成果をあげるために必要な条件は何かという点について想いをめぐらすことである。すべての国において実現したわけでもなく、日本の自動車会社のあいだでも成果に顕著な差があり、しかも、もっとも成功を収めたとされるトヨタのケースについても一応の成果を収めるまでに長い時間を要したのであるから、同様あるいは類似のシステムの実現のために克服すべき障害の内容と性質について若干の考察を試みようというのである。

3つの課題のうち、(1)、(2)については、すでに次の2つの論文で試みたので、とくに(3)の課題を念頭においてその内容を簡単に要約することが報告の内容となる。(したがって、(1)、(2)について詳しく検討することを希望される方は、日本語でしか利用可能ではないが、原論文にあたっていたきたい。)

[論文1] 三輪芳朗「日本の中小企業の『イメージ』、『実態』と『政策』」『経済学論集』(東京大学)第54巻第4号(1989.1)(以下、三輪[1989-a]。)

[論文2] 三輪芳朗「下請関係－自動車産業のケース」『経済学論集』(東京大学)第55巻第3号(1989.10)(以下、三輪[1989-b]。)

今回の報告との関係でいえば、三輪[1989-a]は三輪[1989-b]の前提と位置づけられるものであり、三輪[1989-a]の結論を下請関係に適用することが[1989-b]の第1部の内容となっている。

## 2. [課題1] : 下請関係に関する通説的理解の誤りについて

日本の中小企業とりわけ「下請制工業」に関する研究には長い伝統があり、そこで形成された通説的理解は、国民のあいだに広範囲に共有されている「イメージ」と共鳴し、いわば、日本経済の常識あるいは基礎知識として安定した地位を保持してきた。

通説的見解はほとんどつねに「二重構造」と結びつけて理解され、主張されるが、その内容は次のようなものである。

「低賃金基盤に基づいて大企業が中小企業を温存、利用して資本蓄積を行なう関係が軸となり再生産される構造……（中略）……

したがって、(1)低賃金基盤が存在すること、(2)大企業が中小企業を温存・利用して超過利潤を取得し資本蓄積を行なうこと、(3)そうした資本蓄積方式を軸として経済が社会的に再生産されること、といった3つの条件が必要なのである」。

「……二重構造は、すぐれて経済の再生産にかかわる構造概念なのである。

そして、二重構造のもとでは、中小企業は大企業によって収奪されるから利潤はおさえられ資本蓄積が行なえず、さりとて脱落することも許されない。こうして、大企業と中小企業の間には、越えがたい断層が存在する。二重構造のもとにおいては、中小企業は経済社会の底辺に沈澱した停滞的固定的な階層でしかない。中小企業においては、低賃金→潜在失業者的中小企業の存在→過小過多→過当競争→低利潤率→資本蓄積不能→低生産性→経営不安定→過当競争といった悪循環が働く。

こうした悪循環を利用して、大企業が中小企業を直接間接に『収奪』し、『しわよせ』をはかるのである。その意味では、二重構造は、大企業と中小企業との単なる生産上のかかわりにとどまらず、同時に価値実現のメカニズムでもあり、それに照応して金融をはじめとするさまざまな機構が社会的に制度化されている。二重構造とは、諸関係が有機的に結合したトータルな経済の再生産構造なのである」（清成 [1973] 3～4頁）。

今日においては、このような見方を強硬に主張する研究者の比率はたとえば、30年前に比べれば低下したが、依然として、多くの人々（あるいは研究者）の日本経済にたいする「イメージ」を少なくとも深層において支える機能を強力に果たしている。

今日において、日本の中小企業、就中下請制あるいは下請関係のもとにある中

小企業の機能を積極的に評価し、そのような主張を展開する研究者の多くは、(イ)「二重構造」を基本イメージとする主張が圧倒的地位を占めていた高度成長期（概ね1955～1970年ごろ）の分析内容については肯定したままで、(ロ)今日までの特定の時点で「構造変化」（その具体的内容については必ずしも明確ではない）があったと考えている。

しかしながら、たとえば、さきにみた主張にいう「二重行動のもとでは、中小企業は大企業によって収奪されるから利潤はおさえられ資本蓄積が行なえず、さりとて脱落することも許されない。こうして、大企業と中小企業のあいだには、越えがたい断層が存在する。二重構造のもとにおいては、中小企業は経済社会の底辺に沈澱した停滞的で固定的な階層でしかない」という部分に主張される見方は、次のような基本的な疑問を生む。

(イ)このような状況もとにあった中小企業、あるいは、中小企業と大企業の関係の「構造変化」が何故可能なのか。

(ロ)多数の活力ある中小企業が下請関係の重要な構成要素であるとする、それはどこから現れたのか、「収奪」され、「しわよせ」を受けてきた中小企業が突如変身したのか、「収奪」されることを予想しながらも敢えて参入した新しいタイプの中小企業なのか。

次節でのべるように、日本で本格的な乗用車と呼んでよい自動車が生産されたのは、1955年のことであり（この年の乗用車の生産台数は約2万台）、1970年には317万台の乗用車が生産され、うち72万台が輸出されていたのであるから、「構造変化」がおきたのがどの時点であるにせよ、それがあったとすれば、その内容が何であり、それをどのようにすれば生み出すことができるかという点が多くの人々、とりわけ今後自動車産業を典型とする量産型加工組立型産業の育成を目指す国々の人々にとって強い関心事であるはずである。

このような視点から、そもそもとりわけ高度成長期に有力であった上述の見方は妥当なものかという問題提起をして検討したのが三輪 [1989-a] である。

主たる結論は次の2点である。

(1)中小企業の「イメージ」とその「実態」とのあいだには一貫して大きな隔りがある。

(2)最近になって始まりつつあると考えられる「イメージ」の変化は、「実態」

の変化を反映していると考えるよりも、この隔たりを縮めるという性格をもつものと考えるべきである。

このことの含意を以下との関連を念頭において列挙すると以下のようになる。

(イ)「構造変化」と呼ぶに値いするものは存在しなかった。したがって、その内容が何であり、どのようにしてそれを生み出すかという問題視点にたった検討は意味がない。

(ロ)日本の中小企業政策は、従来支配的であった「イメージ」にもとづいて立案・設計され、実施されてきたから、基本的に的外れであった。したがって、日本の下請関係の成功例を生み出すことを目的とするための政策としては参考にならないし、かりに、有効であり得るとしても効率的なものではない。

中小企業全般に関する以上の結論は、中小企業研究の中心に位置してきた下請工業制、下請関係のもとにある中小企業についてもそのままあてはまる。

したがって、「景気変動にもとづくしわよせ、大企業による中小企業の利潤の収奪…中小企業の大企業への従属といった」「日本の中小企業の問題性を最も端的に表現するものとして下請取引関係は理解され、また問題性の主要な担い手として下請中小企業は意識されてきた」という「イメージ」は「実態」から一貫して大きく乖離していたのである。

従来の「下請制工業」、「下請制度」に関する研究の膨大な蓄積は、このように「実態」から大きく乖離した「イメージ」にもとづいておこなわれていたのであるからほとんどの場合、研究課題の設定の段階から誤っていると判断せざるをえない。

さらに、「下請」という言葉がそれ自体、以上にみたような誤った「イメージ」にもとづいている点に留意する必要がある。「下請」という言葉は、常に明示されているとはかぎらないが、親と子、上と下という「支配」と「従属」というイメージと直接、間接に結びつくものであり、main contractorと結びつく sub-contractor, subcontracting systemとは、ニュアンスを異にすると考える必要がある。

次節で展開する見方は、合理的な選択にもとづく分業関係として下請関係を理解するものであり、下請関係という言葉を用いるが、ここでは上下関係というイメージはともなっていない。

### 3. [課題2] :自動車産業の下請関係を支えた誘因システム

「下請」に関するこれまでの研究では「支配」「収奪」「しわよせ」などの「イメージ」を前提とし、多くの（ほとんどすべての？）産業分野で「下請関係」が成立しており、その「本質」は同じであるという判断にもとづいて、「研究対象」を設定し、たとえば「支配」の具体的手段、「収奪」の程度、「しわよせ」現象の現われ方等についてさまざまな角度から究明することが「研究課題」となっていたと考えてよい。

しかしながら、前提となる「イメージ」が適当ではないのであるから、かりに多くの分野で「下請関係」が成立しているとしても、その「本質」が同じであるとは限らず、「下請関係」をとりあげるとしても、どの（分野および時期の）「下請関係」をどのような検討視角からとりあげて、どのように研究課題を選択するかという点について改めて問う必要がある。

三輪 [1989-b]、したがってその内容の紹介を目的とする本節の研究対象分野は日本の自動車産業である。研究課題は、短期間にかくも華々しい成功を収めたこの産業の成功の実態が何であり、それを可能にした要因、メカニズムは何かという問いについて答えることである。

戦後日本経済の産業的成功はそれ自体人々の驚異であり知的好奇心の的であるが、今日時点にたつてふりかえると、それはなによりも加工組立型産業の成功という性格をもっており、その代表的かつ象徴的存在が自動車（とりわけ乗用車）産業である。したがって、この産業の成功メカニズムの分析は、日本経済全体の高度成長メカニズムの中心部分の分析につながる。

また、最近の日本の「下請関係」、「下請制度」（あるいは、supplier-buyer relationship、以下では、もっぱら「下請関係」という表現を用いる）に対する関心の高まりは、加工組立型産業に関わるものであり、それが当該産業の成功のkey factorの1つであるという判断に支えられている。

ここで産業的成功という意味は、多くの消費者に支持される品質を備えた製品を多くの消費者が受け入れる価格で供給しつづけて、結果として、世界の自動車市場におけるシェアを拡大しつづけて、大きなシェアを獲得するに至ったことを指

している。

細部については多少の意見のわかれはあるとしても、先進諸国の平均的消費者の基本的要求を満たしたうえで、故障率が低く、燃費が良く、しかも同じような条件を満たす競合製品に比べて価格が相対的に低いことが日本の自動車産業の成功の基本的理由であるとする点については大方の合意が得られるであろう。

第2次世界大戦前から徐々にあるいは急激に形成されてきた「産業基盤」「技術基盤」があったとはいえ、乗用車の生産が始まった時点では、品質、生産性の点で極めて重大な問題が山積する状態であった。このような状態からスタートして短期間に高い生産性と高い品質の水準を実現しつつ生産を急激に拡大したのが日本の自動車産業の成功の実態であるが、それがどのようにして実現したのか、その過程でどのような経済主体が何をしたのか、経済主体間の相互関係・相互作用はどのようなものであったのか、このような問いにこたえるのが三輪 [1989-b] の課題である。

日本の自動車産業およびこれを代表とする加工組立型産業の発展プロセスを概観すると、その基本が小型のイノベーションの不断の積み重ねであり、そのために次の2つの課題に適切に対応することが重要であったことに気づく。

(イ)きわめて数の多い関係経済主体（同一の企業の内部にあるか否かを問わない）の創意工夫を持続的に引き出すこと。

(ロ)関係経済主体相互間の意思の疎通を密にすると同時に、全体としての創意工夫の向けられるべき方向に関して適切な調整機能を果たすこと。

日本の自動車産業において「下請関係」が産業的成功のkey factorの1つであったということは、これがこのような課題に対応するために適したシステムであったということの意味している。

各経済主体が細かなスキル、ノウハウを蓄積し、相互に移転（あるいは伝達）しあい、それにより全体のコストの削減と品質の向上を実現するというプロセスをスムーズに進行させるという目的に適合してシステムを構築し機能させつづけることに成功するか否かが、日本の自動車産業、より正確にはそれを構成する各企業の成功の程度を決したのであるから、ここでの主たる関心事は、「下請関係」にある数多くの企業群がなぜ創意を発揮したのか、成果（したがって、利益）があがるまで時間を要する決断（commitment）をなぜしつづけたのか、このような

創意・決断を引き出すために「親会社」であるアSEMBラーはなにをしたのか、つまり、一言でいえば、「下請関係」を支えた誘因システムはどのようなものであったかという点である。

長い論文であり、論点も多岐にわたるから、参加者の当面の関心事を想定しながら、関連する論点のみを列挙するにとどめる。

(1)第1に確認すべきことは、日本の自動車産業が比較的短期間に確立したことである。

－ 第1表 －

先述のように、本格的な乗用車の生産がはじまったのは1955年のことであり（年産2万台）、1965年には70万台、70年には320万台という推移をたどったのである。

(2)乗用車の生産には、5千種類、2万点にのぼる部品が用いられるといわれるように、膨大な数と種類の部品が大量に供給される必要があるが、その供給を膨大な数の企業が分担している。

－ 第2表 －

第2表はアSEMBラーA社と協力関係にある下請事業所の数である。延べ数で40000をこえる事業所がA社の最終製品の生産に関与していることをこの表は示している。

(3)1955年頃の日本の状況をみると、自動車産業は次のような点で当時としては必ずしも一般的でない条件を同時に数多く揃えた産業であったために、既存の企業群のなかから優良なものを選別してそれとのあいだに良好な関係を構築すればよいという状況にはなかった。

(イ)大量生産型であること。

(ロ)きわめて多くの部品を用いる組立型産業であること。

(ハ)高い加工精度を必要とすること。

(ニ)高度の耐久性を必要とすること。

(ホ)改良、改善が絶え間なく加えられることが当然のこととして予想されること。

(4)部品メーカー、下請企業である膨大な数の企業群にたいするアSEMBラーの直接的な働きかけは強力なものではなく、そのような企業群の自発的な創意工夫、経営者機能の発揮が重要な機能を果たした。



ここで直接的な働きかけとは、たとえば、人的協力（たとえば、人材の派遣）、出資、前渡金の支払い、原材料の調達・供給、技術指導、設備工具の貸与・払下げ、銀行融資のあっせん・保証などである。

日本の自動車メーカーの著しい特徴の1つに部品の内製化率の低さがあるが、このことにみられるように、自社内にとりこんでしまう傾向よりは、一定の距離を保ちながら、お互いに創意工夫を促すという関係の方が好まれたのである。

(5)多くのアSEMBラーが密接な協力関係にある企業群をまとめて「協力会」を組織しているが（たとえばトヨタの協豊会、日産の宝会・晶宝会など）これについては、次の点に注意する必要がある。

(イ)排他的なものではなかった。（多くのアSEMBラーの協力会に同時に加入しているのが常態であった。とりわけ、有力な部品メーカーの場合にこの傾向が顕著であった。）

(ロ)取引関係にある企業のすべてが加入しているわけではない。

(ハ)会の目的はさまざまであり、長期間にわたって同じであったというわけではない。また密接な関係にある部品メーカーが自社と競合関係にありアSEMBラーに部品を供給することにたいして、各アSEMBラーは否定的な態度をとらなかった。このことが後発といわれるアSEMBラーの参入を容易にしたはずである（たとえば、ホンダ、マツダ、三菱）。

(6)自動車産業への参入企業が同程度に成功を収めたわけではない。たとえば、1950年代前半に乗用車の生産をはじめた5社のうち、華々しい成功を収めたと確実に評価されるのは2社であり、1社はそれほどでもなく、1社は乗用車の生産を停止し、1社は吸収されてしまった。1960頃以降に参入した企業も同程度に成功を収めたわけではない。同業者間での激しい競争がこの産業の特徴の1つであった。

(7)効率的な生産システムとしての下請関係の構築・維持にもっとも成功したとされるのがトヨタであるという評価が長期間存続している。このことは、(イ)努力を重ねても、目標水準にはなかなか到達できないこと、(ロ)このことが、眼前に既の実現している見本（つまりトヨタ）があってもそうであること、を意味している。また、競合企業のトヨタのシステムにたいする賞賛は、(ハ)水準の高さと同時に、絶え間なくより高い水準を目指して動いている態勢あるいは志向性にも向け

られている。

日本の自動車産業の産業的成功を可能にしたおそらくはもっとも重要な要因の1つである「下請関係」が概略以上のような状況にあるという前提のもとにそれを支えるメカニズムに関して検討した三輪 [1989-b] の内容をここで紹介することは省略し、次節のことを念頭において、検討を終えた時に思い至った次のような記述についてふれたい。

日本で乗用車の生産が本格化するよりも10年も前に書かれた論文の中で、Hayek[1945]は次のようにのべている。

「社会の経済問題は主として、時と場所の特殊事情における変化に急速に適応する問題であるということに、われわれが同意できるとするならば、最終的決定は、そのような事情をよく知っている人たちに、重要な変化と、それに応じるため直ちに入手できる資源を直接に知っている人たちに委ねられねばならないということになると思われる。…われわれはこの問題を、非中央集権化のなんらかの形式によって解決しなければならない。しかしこれは、われわれの問題の一部に答えるだけである。われわれが非中央集権化を必要とするのは、それによって、時と場所の特殊事情についての知識が時をおかずに利用されることを保証できるという理由による。しかし、『現場の人』は、かれに直接かかわる周辺の実事についての、限定されてはいるがよく通じている知識を基礎としてだけ決定することはできない、より大きな経済システムの変化の全パターンにかれに意志決定を適合させるために必要であるような、かれの周辺の事実を超える情報をかれに伝達するという問題が、まだ残っている」（訳書63頁）。

5千種類2万点にも及ぶ部品を用いて組み立てられる乗用車の生産を効率的に行おうとする時に挑戦することになる課題は、ここにHayekが描き出した経済問題そのものなのである。

日本の自動車産業の場合には、低い技術水準からスタートして、生産性を急激に上昇させ、品質を急速に向上させるという課題に同時に挑戦する必要があったために様相が多少異なるに過ぎず、多くの企業と長期間にわたる密接な取引関係（つまり、「下請関係」）を取り結ぶという選択をし、結果として大きな成功を収めたのである。

「現場の人」になる可能性のある企業（家）に「現場の人」になる意欲を喚起

し、その最善の創意・工夫を持続的に引き出すこと、数多くの「現場の人」がその意思決定を分業システム全体の課題に適合させるために必要であるような「情報」をつくりだし、伝達し続けること、これが、アSEMBラー（および協力関係にある企業群が全体として）志向したことであり、実現したことである。

このプロセスは密接な協力関係と長い時間を要する持続的なものであり、その巧拙が個々のアSEMBラーのパフォーマンスに大きな差を生み出したのである。

国により、時代により、さらに個々の企業がおかれる状況により挑戦すべき課題は同一ではないであろう。しかし、挑戦すべき課題の性格の変化に対応して「下請関係」の外貌に多少の変化が現れるとしても、それを支えるメカニズムは大きくは変化しないし異なる。さらにその機能のさせ方の巧拙がアSEMBラーのパフォーマンスを決定的に左右するという事情にも変化はない。

自動車産業について以上にのべたことは生産システムの効率的な組織方法に関わることであるから、論点の重要性の程度はさまざまであるが、ほとんどすべての産業分野にあてはまるはずである（ここにはたとえば商業も含まれるし、さらには、同様のことが経済システム全体についてもあてはまるはずである）。自動車の場合には、部品点数の多さ、それにともなう関連生産技術の幅の広さの点で、各構成員の創意を發揮させながら、しかも全体のコミュニケーションを密にし各経済主体間の調整をスムーズにおこなうことの重要性が際立っているにすぎない。このことは、このような型の対応が不可能な（あるいはそれに不向きな）経済においては、自動車産業は育成・発展にもっとも不向きな産業分野であることを意味する。

#### 4. [課題3] : 成功のために必要な条件に関する若干の考察

成功のために必要な条件について考察するといっても成功に向けてスタートするポイント、つまり比較の対象を特定化しないと具体的な検討は不可能である。また、現時点では私は想定すべき対象に関する具体的情報を欠いている。したがって、以下の記述を読むに際しては、適用対象との関連性を考慮して読者自身が情報を加えて解釈する必要がある。

(1)大前提となるべきことは、「現場の人」になる可能性のある企業（家）を大

量につくり出し、「現場の人」になる意欲を喚起し、実際に「現場の人」にならせることである。

(2)さらに、「現場の人」に、その最善の創意・工夫を持続的に引き出すような誘因を与えることである。

(2)は強制によっては実現しないし、かりに実現しても永続きしないから、良い創意・工夫には相応の報酬を与え、そうでない場合にはより低い（場合によってはマイナスの）報酬を与えるような誘因の体系をもつ必要がある。

(1)は(2)と不可分である。「現場の人」となれば、創意・工夫をするチャンスが与えられ、それに成功すれば高い報酬が与えられるという見通しがあってはじめて、能力のある人間が「現場の人」になろうとする。

「現場の人」としての役割を果たし得るようになるためには、長期的な視点にたった学習・経験・ノウハウの蓄積が必要であり、創意・工夫もそのようなプロセスを前提として生まれるものである。したがって、報酬システムは長期間にわたって安定的に維持されなければならないし、その点に関して各人の厚い信頼を得なければならない。

(3)創意・工夫を実現するための手段が与えられる必要がある。

たとえば日本のような経済社会では、よいアイデアをもてば、資金、労働力、原材料、販路などを自由な市場に求めることができるから、その実現のための隘路は多くはない。また、たとえば、自動車の部品のケースでは、良い部品の採用を怠ることはアSEMBラーの市場での地位の喪失につながるから、容易に販路を見つけることが可能であろう。

資金市場、労働市場、原材料市場、製品の市場のいずれかに隘路が存在する場合には、重大な障壁に直面する。たとえば、自動車のアSEMBラーが市場の競争に直面せず、結果として、より良い部品の採用に熱心でない場合にはこの面から障害が生まれる。事業機会がオープンでなくても金銭的な報酬で対応可能であるとする主張もあり得ようが、創意・工夫の価値を適切に評価することは容易ではなく、また、そのシステム設計が創意・工夫の方向と程度を左右する点に注意する必要がある。市場をつうじる評価の利点はなによりもその柔軟性にある。同様に、失敗したケースへの対応のシステムを用意する必要がある。たとえば創意・工夫に失敗し、自分にその役割が向かないとしても、倒産の自由がない場合、資

金を回収する方法がない場合あるいは労働者に他へ移る自由がない場合、さらには、よりよい部品を供給する企業にのりかえることによって現在の取引先を放り出す自由がない場合には、創意・工夫の発揮に対する重大な障害が生まれる。

(4)以上のような条件が整って、「現場の人」が大量に生まれた場合に、次に用意されるべき条件は、「現場の人」からの意思決定を分業システム全体の課題に適合させるために必要であるような「情報」をつくり出し、伝達しつづけるという機能をアSEMBラーが果たしつづけるようにすることである。このような「情報」の提供がなければ、数多くの「現場の人」の創意の方向は定まらず、また、バラバラの方向を向いた小さな創意の集合はほとんど何の意味をもたない結果となる。

(5)(4)の達成のためには、アSEMBラー（その外側から集権的にコントロールすることは事態をさらに悪化させることになるだろう）にその作業をするうえで、創意・工夫をすることに向けての誘因を与えることである。安定した地位と報酬を企業全体および意思決定にあたる経営者に与えることが好ましくない結果につながることは自明であろう。この事情は(3)と同じである。

(6)数多くの関係企業のもつ「情報」、創意の結果を全体として有効に利用しうるようなシステムを設計する必要がある。一般に、利害が対立する経済主体間においては、自らのもつ「情報」あるいは自らに関する「情報」の提供は相対的な立場を不利にするから、何らかの工夫なくしては、各企業のもつ「情報」の自発的な提供を受けてグループ全体でその有効な利用をはかることはできない。自動車産業のように、関係事業者数が多く、数多くの小さな型のイノベーションの不断の積み重ねが重要な意味をもつ分野では、この面での対応の巧拙が大きな差を生み出す。まず、「情報」の提供を促すこと、そしてその有効な利用を図ることが課題の内容であるが、これを実現することは長い時間と努力を要する困難なプロセスであることを日本の経験は教えている。

(7)結局のところ、価格も含めた消費者のニーズを技術的な実現可能性の制約のなかでよりよく実現するための終わりのない競争が基本的な機能を果たしたのであり、それを可能にする条件を満たすことが必要であることになる。日本の経験は、資金でも、労働力でも、原材料でも技術的な蓄積のいずれもが決定的な隘路ではないことを教えている。

## 引用文献

清成忠男 [1973] , 「二重構造論の再吟味」, 『商工金融』, 11月号.

Hayek, F.A., [1945] , "The Use of Knowledge in Society", American

Economic Review, Sep. (F.A. ハイエク『市場・知識・自由』, 田中真晴・田中秀夫編訳 ミネルヴァ書房 1986) .

三輪芳朗 [1989-a] , 「日本の中小企業の『イメージ』、『実態』と『政策』」, 『経済学論集』 (東京大学) 第54巻第4号、1月号.

三輪芳朗 [1989] , 「下請関係－自動車産業のケース」, 『経済学論集』 (東京大学) 第55巻第3号、10月号.

第 表 日本の乗用車の生産と輸出の推移

(単位：台)

	生 産		輸 出
	乗 用 車	四輪車合計	乗 用 車
昭和20年 (9~12月)	( 39)	- ( 46)	1,461
21	( 235)	- ( 451)	14,921
22	( 333)	110 ( 948)	11,320
23	( 805)	381 (1,402)	20,367
24	(1,219)	1,070 (1,614)	28,700
25	( 802)	1,594 ( 909)	31,597
26	( 86)	3,611 ( 124)	38,490
27	( 2)	4,837 ( 30)	38,966
28		8,789 ( 5)	49,778
29		14,472 ( 30)	70,073
30		20,268	68,932
31		32,056	111,066
32		47,121	181,977 ( 3)
33		50,643	188,303
34		78,598	262,814
35		165,094	481,551
36		249,508	813,879
37		268,784	990,706
38		407,830	1,283,531 ( 2)
39		579,660	1,702,475
40		696,176	1,875,614 (13)
41		877,656	2,286,399
42		1,375,755	3,146,486
43		2,055,821	4,085,826
44		2,611,499 ( 123)	4,674,932
45		3,178,708 ( 152)	5,289,157
46		3,717,858	5,810,774
47		4,022,289	6,294,438
48		4,470,550	7,082,757
49		3,931,842	6,551,840
50		4,567,854	6,941,591
51		5,027,792	7,841,447
52		5,431,045	8,514,522
53		5,975,968	9,269,153
54		6,175,771	9,635,546
55		7,038,108	11,042,884
56		6,974,131	11,179,962
57		6,881,586	10,731,794
58		7,151,888	11,111,659
59		7,073,173	11,464,920
60		7,646,816	12,271,095
61		7,809,809	12,259,817

日本自動車工業会調べ。

- ・輸出は国産新車の船積実績。
- ・ ( ) 内は特需向けで内数。

第 2 表 自動車（乗用車）工業における分業構造……部品別下請事業所数（数字は延べ事業所数）  
完成車メーカーA社

	機関部品	電装部品	駆動・伝導 および操縦 装置部品	懸架 装置部品	用品	シャシー 用品	車体用部品	その他	計
一次下請	25	1	31	18	18	3	41	31	168
二次下請	912	34	609	792	926	27	1,213	924	5,437
三次下請	4,960	352	7,354	6,204	5,936	85	8,221	8,591	41,703
計	5,897	387	7,994	7,014	6,880	115	9,475	9,546	47,308

資料：中小企業庁「分業構造実態調査（自動車）」昭和52年、（「中小企業白書」昭和53年版168頁より作成）。

- (注) (1) 事業所数は、一次下請については実数であり、二次下請、三次下請については延べ事業所数であり、重複を整理すると二次下請4,700事業所、三次下請31,600事業所程度と推計される。  
(2) 下請事業所にはいわゆる協力工場などを含む。