

94-J-19

部品取引関係とサプライヤー・システム：
自動車産業の事例を中心に
(草稿)

藤本隆宏
東京大学経済学部

1994年8月

このディスカッション・ペーパーは、内部での討論に資するための未定稿の段階にある論文草稿である。著者の承諾なしに引用・複写することは差し控えられるたい。

部品取引関係とサプライヤー・システム：自動車産業の事例を中心に

(草稿)

1994年7月

東京大学経済学部

藤本隆宏

目次

- 1 はじめに
- 2 実態把握：80年代日本のサプライヤー・システム
 - 2.1 80年代日本のサプライヤー・システム：構造的・行動的特徴
 - 2.2 日本のサプライヤー・システムのパフォーマンス
- 3 研究の流れ：日本のサプライヤー・システムをどう解釈するか？
 - 3.1 取引の非対称性に注目する研究
 - 3.2 取引の対称性に立脚する研究
 - 3.3 サプライヤー・システムの歴史的研究発生・進化過程に関する研究
- 4 新たな研究の方向性

1 はじめに

本章の中心課題は、組織間関係に関する主として理論的・実証的な考察である。しかしながら、この領域をすべて網羅することは筆者の能力と紙数の制約からみて不可能なので、ここでは一例として日本の自動車・同部品産業における組立メーカーと部品メーカー、あるいは部品メーカー間の取引関係（ただし補修部品以外）に焦点を絞って論ずることにする。なお、日本では自動車メーカーと部品メーカーの間の関係を、支配・従属・閉鎖性といったニュアンスをこめて「下請け」「系列」といった言葉で表現することが多いが、こうした用語の定義は微妙で、それ自体が一つのテーマとなってしまうので、本章では定義の問題には深入りせず、一般には「サプライヤー・システム」と表現することにする。

本章の対象は、自動車の開発・組立・販売を行う製造企業（以下自動車メーカーと呼ぶ）と、自動車メーカーと取引契約を結んで部品を供給する一次部品サプライヤー（部品製造企業）、その一次部品メーカーに子部品などを供給する二次サプライヤー、さらに三次、四次サプライヤー等を含む部品供給システム全体を対象とする。ただし、これまでの実証分析は自動車メーカーと一次部品メーカーとの間の取引関係に集中する傾向があったので、主にこのレベルの分析を中心に考える。実証分析の対象地域は主に日本であるがアメリカ等との国際比較も対象に入れる。学問分野的には、本書のテーマである産業組織論を中心に考えるが、サプライヤー・システムという現象の多面性を考えて、マルクス系経済学、経営学、産業社会学などの分野での研究も適宜対象に加えることにする。

自動車産業を選んだ理由は、これが筆者の主な実証調査のフィールドであるという便宜的な理由に加えて、次の点が指摘できる。

- (1) 日本の製造業を代表する大産業である（出荷額で日本の製造業の約1割）
- (2) 構造的にも慣行の面でも複雑で、他産業で見られる部品取引慣行を網羅している感がある。したがって論ずるべきテーマが多い。
- (3) 国際競争力の源泉として海外の研究者からも注目を浴びている。反面、海外の系列批判もある。
- (4) 論者が多く、そのバックグラウンドもマルクス経済学から近代経済学まで多様である。したがって同一対象に対するアプローチの違いが浮き彫りになる。

論争も多い。

日本の自動車部品サプライヤー・システムについては、おおむね次の点で研究者の間で合意があるように見える。

- (1) 80年代～90年代の日本の自動車サプライヤー・システムは、平均すれば多くの点で欧米のそれとは構造的・行動的に異なっていた。
- (2) こうした日本のサプライヤー・システムの特徴のある部分は、この時代の日本製自動車の高い国際競争力に対する貢献要因となっていたらしい。
- (3) しかし、このシステムは昔からあったわけではなく、概ね戦後、特に50～70年代に徐々に形成されたものであるらしい。

以上を議論の前提として、本章では既存の文献をサーベイし、また今後の研究の方向を示唆してみることにする。

2 実態把握：80年代日本のサプライヤー・システム

日本の自動車サプライヤー・システムをに関する理論的業績の説明を行う前に、まず実証分析に基づく事実確認を行っておく。既に述べたように部品取引システムは複雑かつ多面的であり。かなり基本的な事実に関しても誤解が多く見られる。研究の現段階ではサプライヤー・システムの全貌を理解することは難しいが、既存の実証研究結果を元に概略見に行くことにする。

2.1 80年代日本のサプライヤー・システム：構造的・行動的特徴

(1) 自動車企業の外製率の高さ（垂直統合度の低さ）：少なくとも1970年代以降、日本の自動車企業の外製比率（製造コストに占める部品・材料・外注費用の割合）は平均すれば70%以上で、米国自動車企業などに比べて高い傾向があったことが知られてい

る。また1960年代～70年代前半のいわゆるモータリゼーション・高度成長期においてはこの比率は増加傾向にあった（Nishiguchi,1994, p97）。この時期には一次部品メーカーが単体部品の代わりにそれらを組付けた集成部品を自動車メーカーに納める（サブアッセンブリー納入あるいはユニット納入ともいう）ようになった時期と一致しており、おそらくこれが外製率上昇の一要因とみられる。

(2) サプライヤーの多層性：部品メーカーをその主要取引先に基づいて分類すると、自動車メーカーに部品を納入する一次部品メーカー、一次メーカーに子部品等を納める二次メーカー、以下同様に三次、四次メーカーといった具合に多層的なピラミッド構造（下へいくほど企業数が多い）になっていることがわかる。細かく取引関係を調べると、一次が二次に納入するような逆方向の取引や、二次が一次を素通りして自動車メーカーに納入する取引などもあり、複雑なネットワーク構造になっているが、主な取引に絞れば階層別の分類は可能である。表1は藤本・清・武石（1994）の神奈川県での実態調査のまとめであるが、要するに一次、二次、三次以下では同じ部品メーカーといっても規模、技術力、企業行動など大きく異なる傾向があることがわかる。特に、三次以下の層については、従来言われてきた「ピラミッドの底辺に閉じ込められた零細下請層」というイメージよりはもう少し浮動的な存在であると主張している。

日本のサプライヤー・システムは、従来の欧米のそれと比べるとより多層的（背の高い階層構造）になっていることで知られるが、こうした重層構造が本格的に形成されたのも1960年代ごろといわれており、またその形成の過程では一次メーカーの数を絞り込み、力不足と判断される部品企業は二次にまわってもらうといった選別のプロセスがあったとされている。つまり、多分に歴史の産物なわけである。

(3) 階層間の規模格差：現代の自動車産業の場合、合成繊維産業などとは違って、買手である自動車企業の方が売手である部品企業より規模が大きいのが普通である。藤本・清・武石（1994）の調査（表1）でもわかるように、一次部品メーカーは（日本電装という例外的巨大企業を除けば）自動車メーカーより概して小さいが、それでも大部分は堂々たる大企業である。大企業対中小企業の区分が一般的に見られるのは、一次メーカーと二次メーカーの間である。また、三次以下のメーカーは多くが十人以下の零細企業である。つまり、従業員50人～100人の典型的な中小企業が典型的に見られるのは二次メーカー層である。

表1 日本の自動車産業サプライヤー・システムの階層別特徴 一総括表一

		一次メーカー	二次メーカー	三次以下メーカー	コメント
企業概要	従業員平均総数	大規模 (1,198人)	中規模 (69人)	小・零細規模 (10人)	明確な規模の階層性あり。
	従業員平均年齢	低 (39歳)	中 (42歳)	高 (46歳)	「上層」ほど若い。
	生産部門従業員の構成	—	—	家族、女子、高齢者、 期間工、パート、外国人、工 程外注等の比率最も高い。	三次以下は非若年男子労働 者の比率高く、多様な労働 力構成。
取引構造	取引先	自動車メーカー、 一次メーカー中心だが 二次、三次もあり。	一次、二次メーカー 中心だが、自動車メーカー 三次もあり。	二次、三次メーカー中心 だが一次もあり。	垂直取引主体だが、 その他多様な取引関係 あり。
	製品が最終的に使用 されている自動車メーカー	日産、いすゞ、三菱自工、 日産ディーゼル中心だが、 トヨタも含めて多様。	日産、いすゞ、三菱自工、 日産ディーゼル中心だが、 トヨタも含めて多様。	日産、三菱自工、いすゞ 中心で他メーカーは少ない (マツダ、ダイハツは例外)。	三次以下は特定メーカーに 依存するローカルな取引 関係主体。
	同上メーカー数平均	5.3社	4.5社	2.5社	「上層」ほど多い。
取引先との 関係	主要取引先との取引開始時期	1950年代 (45%) 中心。	1960年代 (32%) 中心、 次いで70年代 (24%)、 80年代 (20%)。	1970年代 (47%)、80年 代 (42%) が中心。	「下層」ほど取引の歴史が 浅い。
	主要取引先の協力・下請組織 への加入状況	79%が加入。	70%が加入。	30%が加入。45%は組織 自体が存在しない。	協力会に参加しているのは 二次まで。三次以下を対象 とする組織は少ない。
	主要取引先から 受けている援助	資本参加 (41%)、役員・ 管理職派遣 (33%)、 経営指導 (21%)、機械・ 設備の貸与 (25%)、 特にない (38%)	機械・設備の貸与 (25%) 機械加工技術指導 (19%) 特にない (54%)	機械加工技術指導 (11%) 機械・設備の貸与 (11%) 特にない (79%)	一次メーカーは、資本 参加、役員派遣、経営指導 など強固な支援を受けて いる。三次以下に対しては 援助少ない。
主力製品 取引状況	事業内容 (工程)	組立、プレス、切削、 溶接主体。	組立、プレス、切削、 溶接主体。	溶接加工が主体。 その他プレス、切削など。	三次メーカーは溶接主体。 一次、二次は組立中心に 多様。
	月産個数	大規模 (454万個)	中規模 (53万個)	小規模 (14万個)	「上層」ほど大規模生産。
	製品種類	多品種 (594種類)	中品種 (107種類)	少品種 (35種類)	「上層」ほど製品種類多い。
	製品種類当り月産個数	多 (7,651個)	中 (4,977個)	少 (4,040個)	「上層」ほど量産型。
	設計分担	自社独自 (27%)、納入先 基本設計・自社詳細設計 (32%)、納入先設計 (42%)	自社独自 (7%)、納入先 基本設計・自社詳細設計 (16%)、納入先設計 (77%)	納入先設計 (100%)	一次メーカーは設計能力あ るが、二次は少なく、三次 以下は皆無。
	納入単価変化率*	微増 (0.7%)	低下 (-2.6%)	低下 (-6.6%)	「下層」ほど引き下げ率 高い。
	外注・委託加工単価変化率*	若干上昇 (0.5%)	若干上昇 (0.1%)	横ばい (0%)	「上層」ほど外注単価上昇。
	製造コスト変化率*	最も上昇 (3.2%)	次に上昇 (2.3%)	上昇率最も低い (1.4%)	「上層」ほど製造コスト上昇。
事業環境 経営方針	発注量変化率*	増加 (4.1%)	微増 (0.3%)	縮小 (-21.0%)	三次以下のみ発注量大幅減少。
	事業環境で影響大きいもの (現在) (上位4項目)	受注量減少、製造コスト上昇、 単価引下げ、品質要求 高度化。	受注量減少、単価引下げ、 受注量変動、労働力不足 (熟練・多能工)。	受注量減少、受注量ロット小 規模化、単価引下げ、後継 者不足、発注先内製化。	受注量減少が共通の問題。 三次以下は後継者不足、 発注先内製化が問題。
	事業環境で影響大きいもの (将来) (上位4項目)	受注単価引下げ、受注量 減少、品質要求高度化、 時短要請。	受注量減少、受注量変動、 受注単価引下げ、品質要求 高度化。	受注量減少、受注量変動、 単価引下げ、受注ロット 小規模化。	一次は量減少より単価引下 げ、三次以下は量の問題を 懸念。
	今後の事業環境悪化への 対応策 (上位4項目)	生産合理化、自動化、 既存取引先との関係強化、 自動車製品多角化。	既存取引先との関係強化、 生産合理化、自動化、 新規取引先開拓。	既存取引先との関係強化、 生産合理化、自動化、 新規取引先開拓。	一次は生産部門強化、二次、 三次以下は既存取引先との 関係強化重視。
今後の経営方針 (上位4項目)	自動車部門強化、 非自動車部門への多角化、 現状維持、海外現地生産。	非自動車部門への多角化、 自動車部門強化、 現状維持、海外現地生産。	非自動車部門への多角化、 現状維持、非自動車部門 への転換、自動車部門 強化。	一次は自動車部門強化、 三次は多角化、非自動車への 転換を重視。	

注： サンプル数は項目によって若干異なるが、おおよそ、一次が40社、二次が60社、三次以下が20社である。

*変化率はいずれも1990年度から1992年8月にかけての変化率。

資料：神奈川県自動車関連工業実態調査 (1992年9月)。

(4) 部品メーカーの納入先複数化：以上のように日本の自動車サプライヤー・システムが多層的であることはよく知られているが、こうした「ピラミッド」的なイメージが内外の多くの研究者に根強い誤解をもたらす一因になっているようである。すなわち「日本の部品メーカーはいずれかの自動車メーカーへのグループに専属し、全体として閉鎖的なピラミッドを形成している」という誤解である。実際には多くの場合、一次部品メーカーは複数の自動車メーカーと取引がある。図1（藤本・武石、1994）でも明らかなように、特定自動車メーカーへの専属性の強い部品も無くはないが（例えばガソリタンク、トリム、シート）、多くの場合は複数の自動車メーカーに納入先を分散化している（ただし、売上高の依存度が依然とし特定自動車メーカーに集中している可能性があることには注意を要する）。かつては部品メーカーの対自動車メーカー専属性が高かった時期もあるが、1960年代に取引先の多様化が顕著に進んだといわれる（菊池1976、松井、1985、1986など）。しかもこうした納入先の複数化は、部品量産効果を期待する自動車企業によって奨励された点とされる点が興味深い。

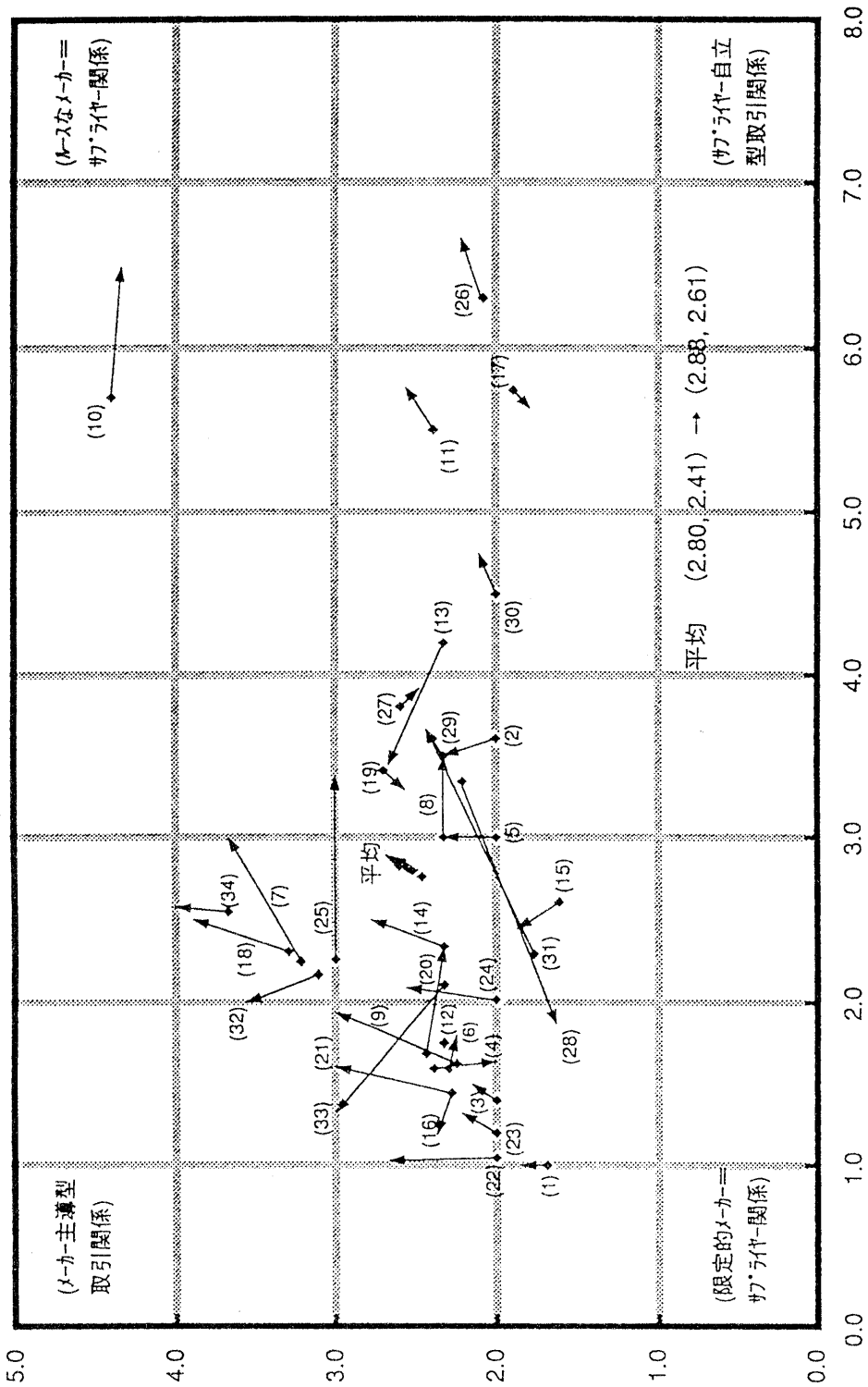
この結果、それぞれの部品カテゴリーについて取引相手を結んで見ると、多くの場合は各企業が専属部品メーカーを抱える「独立峰型」ではなく、サプライヤー群が複数の自動車メーカーを納入先として共有する「アルプス型」ないし「山脈型」（つまり互いにオーバーラップした開放的なピラミッド）になっているわけである（渡辺、1985）。

もっとも細かく見れば、日本のすべての自動車メーカーが単一の一次サプライヤー群を共有しているわけでもない。実際には歴史的経緯があって (1)どの自動車メーカーとも取引する独立系部品メーカー、(2) 日産系以外の自動車メーカーと取引する「トヨタ系」部品メーカー、(3) 逆にトヨタ系自動車メーカー以外と取引する「日産系」部品メーカー、(4) 各自動車メーカー専属の部品企業（主に特定工程を受け持つ加工外注型の企業）、(5) その他（非トヨタ・非日産・非専属）に分かれているのが実態である。本格的な部品メーカー網を持たないトヨタ・日産以外の自動車メーカーは、多くの場合、機能部品は独立系、トヨタ系、日産系のいずれかに頼りながら、自社系部品メーカー（多くは専属的な加工外注企業）でこれを補完しているのである。

この結果、図2（Fujimoto,1994a）でもわかるように、一次メーカーと自動車メーカーの取引のパターンは、(1) ランプの様に独立系部品メーカー主体の場合、(2) スターターやラジエターのようにトヨタ系・日産系・その他に分かれる場合、(3) シートのように各社

図1 80年代における日本の自動車部品調達構造の変化
1982年(始点) → 1990年(終点)

自動車メーカー調達先
分散度



注：分散度＝当該部品調達先部品メーカー数平均(自動車メーカー9社分)
自立度＝当該部品納入先自動車メーカー数平均(自動車メーカー9社分)

部品メーカー納入先
自立度

資料：Dodwell, The Structure of The Japanese Auto Parts Industry, 及び業界資料より作成。(武石・藤本)

2 Patterns of Assembler and Supplier Relationship (1990)

Type 1:
Toyota's
and
Nissan's
Suppliers
Are
Separated

Starter							Radiator									
assembler \ supplier		A	B	C	D	E	F	assembler \ supplier		A	B	C	D	E	F	G
		Toyota group	Toyota	■								Toyota group	Toyota	■	■	
	Daihatsu		■						Daihatsu		■					
	Hino			■					Hino			■				
others	Mitsubishi	■				■		others	Mitsubishi	■	■					■
	Suzuki			■					Suzuki			■				
	Honda				■				Honda				■			
	Mazda						■		Mazda							■
	Isuzu	■				■	■		Isuzu				■			
Nissan group	Fuji (Subaru)	■				■	■	Nissan group	Fuji (Subaru)	■						■
	Nissan Diesel		■				■		Nissan Diesel					■		
	Nissan						■		Nissan						■	■

Type 2:
Many
Dedicated
Suppliers

Seat																
assembler \ supplier		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
		Toyota group	Toyota	■	■											
	Daihatsu			■												
	Hino				■										■	
others	Mitsubishi					■		■	■							
	Suzuki								■							
	Honda									■						
	Mazda										■					
	Isuzu				■							■				
Nissan group	Fuji (Subaru)					■									■	
	Nissan Diesel															■
	Nissan															■

Type 3:
Oligopoly
by
Neutral
Suppliers

Head Lamp				Shock Absorber						
assembler \ supplier		A	B	C	assembler \ supplier		A	B	C	D
		Toyota group	Toyota	■			■	■	Toyota group	Toyota
	Daihatsu	■	■			Daihatsu	■	■	■	
	Hino	■	■			Hino	■	■		
others	Mitsubishi	■		■	others	Mitsubishi	■	■		
	Suzuki	■				Suzuki	■	■	■	
	Honda	■				Honda		■	■	
	Mazda	■				Mazda	■	■		
	Isuzu	■				Isuzu	■	■		
Nissan group	Fuji (Subaru)	■			Nissan group	Fuji (Subaru)	■	■		
	Nissan Diesel	■				Nissan Diesel	■	■		
	Nissan	■				Nissan	■	■	■	

Source: Industry experts.

■ Transactions exist as of 1990. In-house production is omitted for simplicity

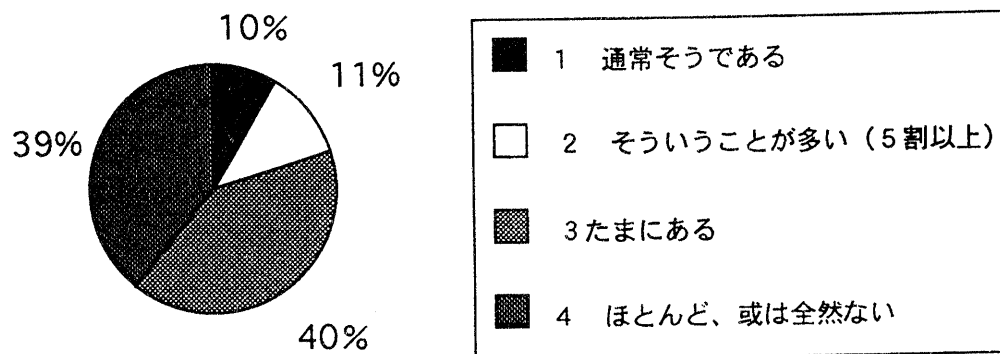
専属の部品メーカー主体のものに分かれる場合などがあり、一概には論じられないのである。

(5) 自動車メーカーの納入先絞り込み：逆に自動車企業の納入先数が比較的少数に絞り込まれているのが、従来のアメリカのシステムと比べた場合の日本のサプライヤーシステムの特徴といわれる。しかし、これには二つの異なる意味があるので混同しないよう注意を要する。第一に、特定の部品カテゴリー（例えば前述のランプ、スターター、シートなどの括り）について、例えばトヨタや日産が何社の部品メーカーと取り引きしているか、というレベルで議論するならば、日本企業は単一の部品メーカーに依存することは稀であるが、比較的少数の複数メーカーと取り引きしていることがわかる（再び図1、図2を見よ）。Cusumano and Takeishi（1991）のデータでも、アメリカに比べて、特定部品に関する日本の取引部品企業数が少ないことが示されている。いずれにしても、こうした発注先の集中化も歴史的には1960年代に大幅に進んだと言われる（菊池,1976, 清・中島・大森,1975,1976）。

第2に、特定部品の、しかも特定の部品設計図面（例えば92年型トヨタ・カローラ北米仕様のためのヘッドランプ）レベルでの部品発注先となると、これは特定一社に集中することが多い。図3（藤本,1994）で示すように、大部分の部品企業は特定図面に関しては一社発注となることが多い答えている。したがって、それぞれの部品カテゴリーごとに、部品メーカーは少数のライバル企業と競争しているが、一旦ある特定図面に基づいて受注すれば、このモデルの生産期間中は独占的な供給源（シングル・ソース）としての地位を占めることが多いのである。「日本の自動車企業は部品を一社の部品メーカーに依存する」という「日本＝シングル・ソース」の議論はこうした第2のレベルの観察に基づくものだが、「だから日本の部品企業の間には競争が欠如している」という結論にならないことは明らかだろう。そうした議論は上記の第一のレベルと第二のレベルを混同しているわけであり、第一のレベルでは少数のライバル企業間での競争が多くの場合存在するのである。これについては後述する。

(6) 長期の取引関係：自動車メーカーと一次部品メーカーの間の取引の場合、日本では特定の図面の部品が生産される期間（多くの場合はモデルチェンジまでの約4年間）は取引が継続することが、例えば浅沼（1984）の実態調査で示されており、Cusumano and Takeishi（1991）もこれを定量的に裏付けている。ただし後者の論文では、米国企業は確

図3 特定の部品（同じ部品図面番号のもの）を複数の部品メーカーが製造・納入するケース（N=201）



かに日本企業より契約期間は短い、米国企業の場合も実際には契約を更新してつないでいくことが多いので、実際の取引期間は日米とも大差ないということが報告されている。したがって、実際に従来のアメリカのケースで取引部品メーカーの切り替えが頻繁に起こっていたとは言いきれない。しかし少なくとも日本においては、契約に基づいて比較的長期の（典型的には4年程度）部品取引が続くのが一般的であり、また他の部品も含めた「契約の束」（あるいは基本契約のレベル）に関して言えば、部品メーカーと自動車メーカーの間ではほぼ継続的かつ長期的な「取引関係」が続いている場合が多いといえる。したがって、特定部品カテゴリー（例えばランプ）について考えると、（一部のハイテク部品を除けば）ライバルになる競合部品メーカーの顔触れは長年にわたって安定しているとみてよい。

(7) 部品企業間の競争形態（開発コンペ）：これも一次部品メーカーに絞って検討する。日本の場合、自動車部品メーカーは各部品カテゴリーごとに、比較的少数の、しかも長年のライバル企業と潜在的あるいは実際に受注競争を行うことは、既に示した通りである。80年代日本の場合、実際の競争の形態（あるいは自動車メーカーから見ればサプライヤー選択の方法）は、アメリカ等とは大きく異なっていたといわれる。すなわち、当該部品の詳細設計図面に基づいて入札を行い、主に入札価格を基準に複数の部品企業に発注するのが典型的であったアメリカの場合と異なり、日本の自動車メーカーは多くの場合、設計図面が固まる以前のタイミングでいわゆる「開発コンペ」という異なる競争を行うとされる（例えば松井、1988）。「開発コンペ」の場合、自動車メーカーは価格のみならず、部品メーカーの設計開発能力、長期的改善能力など、より多面的・動的な評価に基づいて、開発早期の段階で部品発注先を選定するのである。

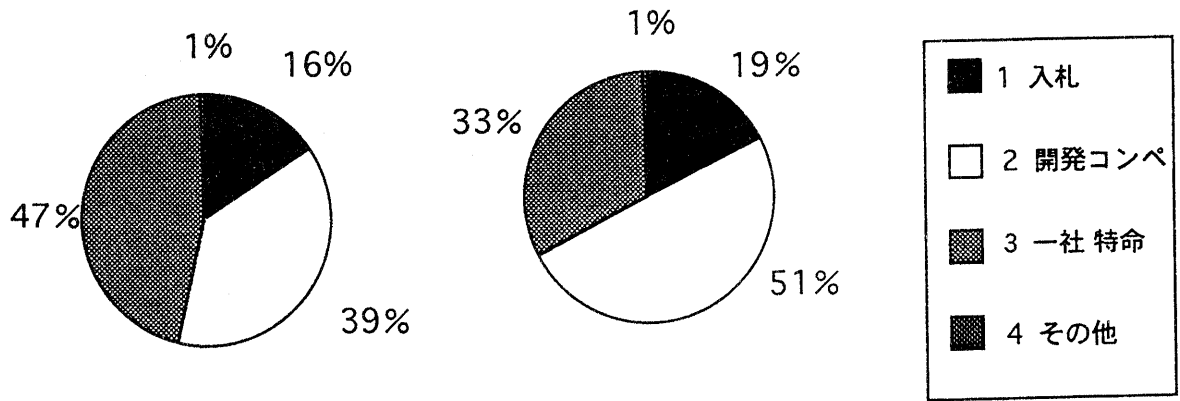
藤本の調査（藤本,1994a、図4）によれば、全く新規のモデルのための部品の供給先は開発コンペで決めると答えた企業が全体の51%に達し、入札の19%、一社特命受注の33%を大きく上回る。既存シリーズのモデルチェンジの場合は開発コンペで決めると答えた比率は39%となり、一社特命での発注の割合が47%に増えるが、一社特命といっても潜在的にはライバル企業からの競争プレッシャーがかかっている場合が多いと考えて間違いないだろう。

いずれにしても、日本企業の場合入札形態の競争が比較的少ないことはデータが示しておりであるが、これが即、部品企業間の競争の欠如を意味するわけではないことは明らか

図4 部品メーカー間の競争の形態 (N=201) (一部重複回答あり)

1. 通常のモデルチェンジの場合、

2. 新規投入のモデルの場合



- 1 自動車メーカーの提示する部品詳細図等を前提に複数メーカーで入札を行う
- 2 自動車メーカーの提示する仕様等を前提に複数メーカーで開発コンペを行う
- 3 自動車メーカーは企画・仕様決定段階で部品メーカーに特命で発注してくる
- 4 その他

だろう。

(8) サプライヤーの専門技術力の高さ：80年代において日本の一次部品メーカーは、欧米の部品メーカーに比べて自社設計開発能力を持っているものの比率が高かったといわれる。ただし、自動車の場合、部品メーカーが独自に設計・開発する汎用部品・市販部品の比率は10%以下と低い（Clark and Fujimoto, 1991）。日本企業の場合、多いのは自動車メーカーの示す仕様や基本設計に基づいて部品メーカーが詳細設計や試作・実験を行うというケースであり、「承認図方式」「ブラックボックス部品」「デザイン・イン」などと呼ばれる（表2参照）。これに対して、アメリカでは、自動車メーカーは詳細設計まで行う「貸与図方式」が主流であり、したがって部品メーカーにはそもそもあまり設計能力は要求されなかった。もっとも、Helper (1991) が指摘するように、アメリカでももともとは部品メーカーが開発力を持っていたのだが、米国自動車メーカーが寡占化点垂直統合化するにしたがって徐々に貸与図主体になったのである。ここでも歴史的な視点が重要である。

日本における承認図方式の実態については浅沼（浅沼、1984、Asanuma, 1989）の詳細な研究がある。また、承認図方式の部品は80年代日本の自動車企業においては部品費用の約60%を占め、アメリカ（20%以下）、ヨーロッパ（約40%）よりも高かったこと（Clark and Fujimoto, 1991）、日本でもエレクトロニクス産業よりも自動車産業で多く見られたこと（Asanuma, 1989）、90年代においても、承認図方式を採用する企業は一次メーカーであり、二次メーカー以下にはあまり見られないこと（藤本・清・武石、1994。再び表1を見よ）などが報告されている。

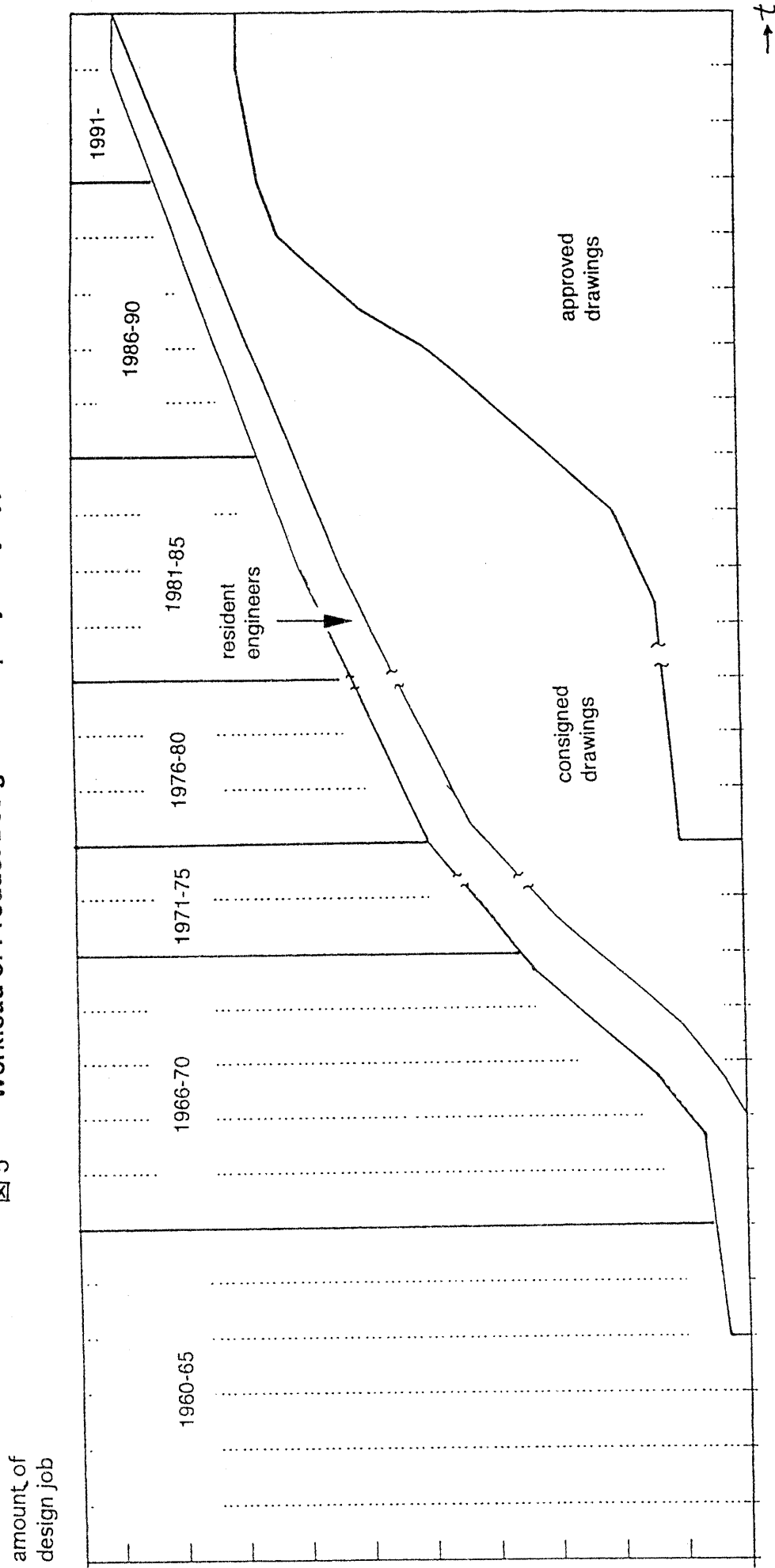
承認図方式も含めて、部品開発の一部が部品メーカーが参加する方式は、長期にわたる部品メーカーの設計能力蓄積、あるいは自動車メーカーの粘り強い技術支援を要することが多い（Fujimoto, 1994a、図5）。また日本でのこうした方式の起源はおそらくは戦前ないし1940年代であるが、急速に普及したのは1960年代（特に後半）であり、これはモータリゼーションで新型モデルが急増した時期と一致する（Fujimoto, 1994a）。つまり、自動車メーカーの開発作業が繁忙を極めたため部品メーカーへの設計外注の圧力が強まったと考えるのが自然であろう。しかし、結果としてはこうした設計外注は、開発作業全体の効率化と期間短縮につながり（Clark and Fujimoto, 1991）、また部品の製造性（作り易さ）の向上にもつながったのである。いずれにしても歴史的には、1960年代におけるサプライヤーの「専門メーカー化」という動きと「承認図方式」への移行、部品メーカー

表2 自動車部品取引のタイプ：設計外注化の視点から

	当該部品についての作業分担			責任・権限		取引のタイプ
	部品製造	詳細設計	基本設計	図面の所有権	品質保証責任	
内製	C	C	C	C	C	組織
外製	貸与図方式	C	C	C	C	关系的 契約
	ブラック ボックス方式	S	S	C	C	
		S	S	C	S	
市販部品	S	S	S	S	S	市場

注：Cは自動車メーカー、Sは部品メーカーを示す。取引のタイプは浅沼（1994）を参考にした。
単純化のため、金型・治具開発等の分担関係は省略した

図 5 Workload of Product Design at Company B by Types of Drawings



Note: This diagram represents an image held by the company staff rather than actual data.
 Source: Company B. (都島メカ)

の設計能力構築とは密接に結び付いているといえよう。

ちなみに、表3でも明らかなように、日本で開発コンペという競争形態が多く見られることと、承認図方式が多いことは、明らかに連動している。伝統的な米国式は、自分で図面を書いた自動車メーカーがその図面を複数の部品メーカーに渡し、価格を基準に入札を行い、落札企業と貸与図方式で取り引きするというものだったのである。

(9) 技術指導とコミュニケーション：日本の自動車メーカーは、開発点生産の両局面で、また製品技術・生産技術両面で、部品メーカーに対してきめ細かい評価と技術的指導を行うことで知られている。しかし、和田（1984）によれば、こうした評価・指導も初めから行っていとわけではなく、トヨタの場合、1950年代から徐々に部品企業に対する技術指導力・経営指導力を徐々につけてきたというのが実際のところであろう。また、特にトヨタの場合、二次部品メーカーに対する評価・指導活動は一次メーカーに任せるという階層別管理の方針が徹底していたようである。トヨタ自動車の場合、例えばTQC（総合品質管理）システムの自社への導入は日産より遅れて1960年代前半であったが（宇田川、1993）、これを部品メーカーに広める仕組の構築（例えば購買管理部の創設）は60代なかばで、この点では他社よりはるかに先んじていたといえよう。

日常的なコミュニケーションに関しては定量的な資料が手元にないが、開発段階では部品メーカーの営業員と設計技術者が連携を取りながら自動車メーカーの設計・開発担当者と頻繁に接触するのが通常のパターンであり、また生産開始後も両企業の生産・開発担当者が頻繁に往来するのが日本のサプライヤーシステムの特徴だということが、実態調査等を通じて明らかになっているといえよう。ここでは、書類の交換を通じたコミュニケーションのみならず、体面的なコミュニケーションが重要なのである。

(10) 生産システムの密接な連携：トヨタ自動車に代表される80年代日本の自動車企業の生産システムの特徴の一つは、言うまでもなくジャストインタイム・TQCを軸とするフレキシブルな生産同期化および継続的な品質改善・コスト低減のシステムである。部門間の緊密な連携を要するこうしたシステムが一次部品メーカーにまで普及し始めたのは、トヨタ自動車の場合前述のように1960年代後半であり、一応の完成は石油危機後の1970年代であろう。例えば、いわゆるカンバン方式（部品コンテナ単位でカンバンといわれる循環伝票によって納入指示を行う）や順序供給方式（自動車メーカーの生産順序に部品の納入順序を合わせる）によって自動車メーカーと部品メーカーの生産プロセスが緊密に連動

表3 設計外注方式と競争形態

(1) モデルチェンジの場合 (N=201)

設計外注方式 競争形態	貸与図 方式	承認図 方式	市販品
入札	45%	9%	8%
開発コンペ	5%	49%	33%
一社特命	48%	48%	42%
その他	10%	5%	25%
合計	* (100%)	* (100%)	* (100%)

* : 重複回答のため合計は100%に一致しない。

(1) 新規モデルの場合 (N=201)

設計外注方式 競争形態	貸与図 方式	承認図 方式	市販品
入札	53%	11%	0%
開発コンペ	7%	64%	50%
一社特命	38%	31%	33%
その他	10%	6%	25%
合計	* (100%)	* (100%)	* (100%)

* : 重複回答のため合計は100%に一致しない。

するようになったわけである。

品質管理との関連で重要なもう一つの概念は「無検査納入」である。すなわち、品質管理の体制が一定の基準を満たす部品については受けうれ部品の全数検査や抜き取り検査は行わず、部品メーカー段階での自主検査までとする。部品を事後的に検査するのではなく、部品メーカーの品質管理プロセスの方を事前にチェックするという考え方であり、いわば「検査よりも工程内での品質の作り込みを」という思想を部品メーカーにまで拡大したものと理解できよう。

(11) サプライヤーへの改善成果還元：日本の自動車メーカーは、部品メーカーば行うバリュー・アナリシス (VA)、バリュー・エンジニアリング (VE) などのコスト低減活動の成果をすべて自動車メーカー側が独り占めすることをせず、部品コストダウン実現後も一定期間部品単価を据え置くことで部品メーカーの改善努力に対するインセンティブにしている (浅沼、1984)。ただし、改善成果のX%を部品メーカーに還元するといったルールにはなっていないようであり、浅沼自身も指摘するように、特に開発段階でのVE提案の場合、部品メーカー間の競争如何では、自動車メーカーが改善成果を先取りする事態もありうる。実際、Cusumano and Takeishi (1991) の調査対象企業の場合、量産開始段階で開発段階での目標単価より平均2%以上安い単価を実現しており、VE成果の先取りが起こっている可能性を示唆している。1994年段階でも、VA・VE成果還元ルールを明確化せよとの声が現場から上がってきており、このルールが必ずしも明確に確立してはいないことを示唆している。とはいえ、少なくとも理念としては部品メーカーのコスト改善努力に対する成果還元という考え方が存在してきたことは重要な意味を持つのである。

(12) サプライヤーとの生産変動リスクシェアリング：予期できぬ生産量の減少に遭遇したとき、自動車メーカーが部品メーカーをバッファとして使い、発注量を減らし内製率をアップすることで自社の稼働率や雇用を確保する、という仮説は従来から存在している。しかしAsanuma and Kinutani (1992) は、定量データに基づき、そうした一次メーカーのバッファ的利用を裏付ける証拠はなく、むしろ自動車メーカーが部品メーカーのリスクを吸収する傾向があると報告している。また浅沼 (1984) は、モデルライフを通じた累積生産量が計画割れになった場合は部品企業に対しその分の金型費等の不足分を補償するルールがあることを報告している。Shiomi (1994) も、第一次石油危機当時、いわば完成品下請けである生産委託企業の減産率は自動車企業のそれとほとんど変わらなかったと

報告している。Nishiguchi (1994) も、自動車部品メーカーの日米欧比較調査を通じて、下請けバッファー化によるフレキシビリティ確保という考え方を否定し、むしろ部品メーカーの生産・開発システムそのもののフレキシビリティを自動車メーカーが利用しているということを実証的に明らかにしている。この結果から、二重構造論が想定するように下請をバッファーに使うことで自らのフレキシビリティを確保しているというよりはむしろ、部品メーカーのフレキシブルな製造能力に依存する形でその目的を達成しているのだと論じている。

ただし、一次メーカーが二次メーカーに対して同様のリスクシェアリングを行っているかどうかを示す実証分析は、筆者の知る限り存在しないようである。

この他にも、80年代型の日本のサプライヤー・システムの特徴は幾つか指摘できるが、主要なものは網羅したと思われるので、次にパフォーマンスの面での事実関係を簡単にみておくことにしよう。

2.2 日本のサプライヤー・システムのパフォーマンス

80年代日本のサプライヤー・システムをどのように評価するかは、どの基準をとるかによって異なる。ここでは、資源配分の最適性、分配の公平性、企業レベルでの競争力などの基準でみてみよう。

(1) 資源配分の非効率（独占レントの発生）：例えば、自動車メーカーと部品メーカーの間で顕著な利潤率格差はないか、つまり自動車メーカーが独占利潤を享受することで社会全体の資源配分を歪めていないか、という古典的産業組織論の間である。アメリカの場合、例えばCrandall (1968) は、1936-61年においてアメリカの主要組立メーカーの利益率は24%で部品メーカーの平均8%を大きく上回っていたと報告している。

日本の場合、少なくとも1980年代、自動車メーカーの売上高営業利益率は（特に85年の円高後は）比較的低位に留まり（5%以下）、しかも上場部品メーカーのそれと比べても低かった。日本の場合は10社前後の自動車メーカーが厳しい寡占競争を行う状態が60年代以来続いており、国内では利益が出にくい状況であった。皮肉なことに80年代前半は、寡占体質の強いアメリカ市場での輸出利益に極端に依存していたのである。総じて80年代～90年代の日本自動車産業の場合、「メーカーの独占利潤享受が深刻な問題を起

こしていた」とは言いにくい状況だったのである。

(2) 分配の不公平（賃金などの企業間格差）：最も重視される指標の一つは大企業と中小企業間の賃金格差である。Nishiguchi (1994, p91) によれば、製造業一般について大企業（従業員1000人以上）の平均賃金を100とした中小企業（同10～99人）の賃金指数は、1950年代後半には60台だったが1960年代前半の労働力不足時代に急上昇して80台（アメリカ並）となり、その後は横倍で推移している。これを「60年代に急速に改善した」とみるか、「それ以後改善せず、依然20%の差が残っている」と解釈するかは研究者の立場によるだろう。いずれにしても、中小企業対大企業に分かれ目は自動車企業の場合は概ね一次部品メーカーと二次部品メーカーの間であり、つまり自動車メーカーと一次メーカーの格差が解消したとしても、それえサプライヤー点システム全体の格差問題が完全に解消したとは速断できにことに注意を要する。ちなみに、自動車関連産業の労働組合の上部団体である自動車総連は多くの一次部品メーカーの労組を傘下を含むが二次メーカーの労組はほとんど含まれないといわれる。

(3) 静態的競争力：日本の部品メーカーのコスト・品質・納期等の水準については、一次機能部品メーカーに関するデータにはほぼ限られるが、少なくとも品質に関しては日本メーカーが米国企業を相当に上回っているという報告がある（Cusumano and Takeishi, 1991、表4）。在庫水準（生産期間に直結する）に関しても日本企業の業績は欧米企業の5～10分の1の水準であった（Nishiguchi, 1994, p205）。部品コストに関しては、低賃金、為替レート、生産性などの相乗効果が出るので一概には言えないが、80年代前半の時点では日本企業の部品コストのほうが総じて相当安かったようである。

ただし、工業統計表などを使って、二次以下の部品メーカーを含む生産性を日米で比較して見ると、組立工程のみの場合の生産性の日米差よりも差が縮小しているようである（藤本・武石、1993；Womack et al., 1990）。部品メーカーの生産性の正確な比較データは筆者の知る限り存在しないが、少なくとも以上の傍証からは、二次以下の部品メーカーの生産性は欧米と比べてそれほど優れている結論は引き出せない。むしろ二次、三次と階層を降りるにしたがって生産性よりも低賃金による貢献の方が比重を増すと考えるのが自然であろう（この他に、取引コストの節約というテーマがありうるが、実際に取引コストの測定を試みたこの分野の実証研究はまだほとんど見かけない）。

総じてみれば、少なくとも日本の一次部品企業群がそのコスト高あるいは独占レントの

獲得によって自動車メーカーの競争力を圧迫したという傾向を示すような実証データは見当たらない。80年代に関して言えば、やはり部品メーカー自体の能力が自動車産業全体の国際競争力に貢献していたとみて差し支えなからう。

(4) 動態的競争力：コスト・製造品質・製品技術などの改善率やフレキシビリティの度合、つまり動態的競争力については、よりはっきりと日本の一次メーカーのパフォーマンスを示すデータがある。製造品質の改善率（欠陥低減率）、開発期間中の目標価格達成率、製造期間中の価格低減率など、いずれも日本の一次部品企業のパフォーマンスは高い（Cusumano and Takeishi, 1991、表4）。部品開発のスピード、生産性、部品用金型の開発期間、金型段取り替え時間（フレキシブル生産の指標）などでも日本メーカーに優位性が認められる（Nishiguchi, 1993, 1994）。近年、米国メーカーなどによる対日キャッチアップが始まっている可能性は強いが、少なくとも1980年代においては日本の一次部品メーカーの動態的競争力の国際的な高さは間違いのないところだろう。

以上をまとめると、1980年代という時点で見れば、少なくとも自動車メーカーと一次部品メーカーのレベルで考える限り、独占利潤享受による資源配分のゆがみとか、企業間の顕著な賃金格差と言ったことは大きな問題とはなっておらず、むしろ国際的に見た日本の自動車サプライヤー・システムの静態的・動態的競争力が際立っていた。つまり、独占レントの発生よりも、サプライヤーシステムが生み出す「関係特殊的準レント」（Aoki, 1988）の方がインパクトが大きい、あるいは資源配分効率よりもいわゆるX効率の方が重要な局面にあったといえそうである。しかしながら、二次メーカー以下を含むシステム全体についても、たとえば企業間の賃金格差・利潤格差・技術格差などの問題が解消したといえるかどうかは疑問が残るといえよう。

3 研究の流れ：日本のサプライヤー・システムをどう解釈するか？

さて、これまで実証分析の成果として紹介してきた80年代日本の自動車部品サプライヤー・システムの構造・行動・成果面での特徴は、実際には複雑に絡み合っただ一つの体系となっている。この中でどの事実スポットライトを当て、どのつながりを重視するかで、サプライヤー・システム論はいくつかの立場に分かれる。本節ではこの点を考慮にいれつ

表4 日米の自動車サプライヤーのパフォーマンス比較

	米国	日本
欠陥率 (%)	1.811 (12)	0.01 (25)
同改善率 (%)	-1.7 (8)	-9.5 (25)
目標価格達成率 (%)	109.4 (13)	97.6 (25)
価格変化率 (%)	0.9 (11)	-2.1 (26)

注：特定の乗用車モデル（回答者選択）用のショックアブソーバー、メーター、シート、インストルメントパネル
 における調達実績に関するアンケート（1990年1-2月実施）結果による。

()内はサンプル数

目標価格達成率は開発段階で設定された目標価格が、量産段階でどの程度達成されたかを示す比率。価格変化率は、量産開始後の価格の年平均変化率。

資料：M. Cusumano and A. Takeishi, 'Supplier Relations and Management: A Survey of Japanese, Japanese-Transplant, and U.S. Auto Plants.' Strategic Management Journal, Vol. 12, 563-588 (1991).

つ文献をサーベイしてみよう（日本の自動車部品サプライヤー・システム論に関する文献サーベイとしては、渡辺（1990）、後藤（1993）、Nishiguchi（1994）などが参考になる）。

基本的な問は次のようなものである。

- (1) システムの構造的・行動的諸特徴の中で特に重要な中核パターンは何か？
- (2) それはどのようにしてどの成果指標（パフォーマンス）に影響を与えるか？
- (3) そうしたシステムのパターンはどのように発生し、なぜ存続しているのか？

こうした問に答える仮説は、大きく分けると (1) 取引主体間の何らかの非対称性を前提にするものと、(2) そうした非対称性を前提にしないものに分かれる。非対称性を前提にする議論の側には、売手と買手の企業規模の違いに着目する中小企業論の流れと、独占企業対競争企業の非対称性に注目する伝統的産業組織論の流れがある。

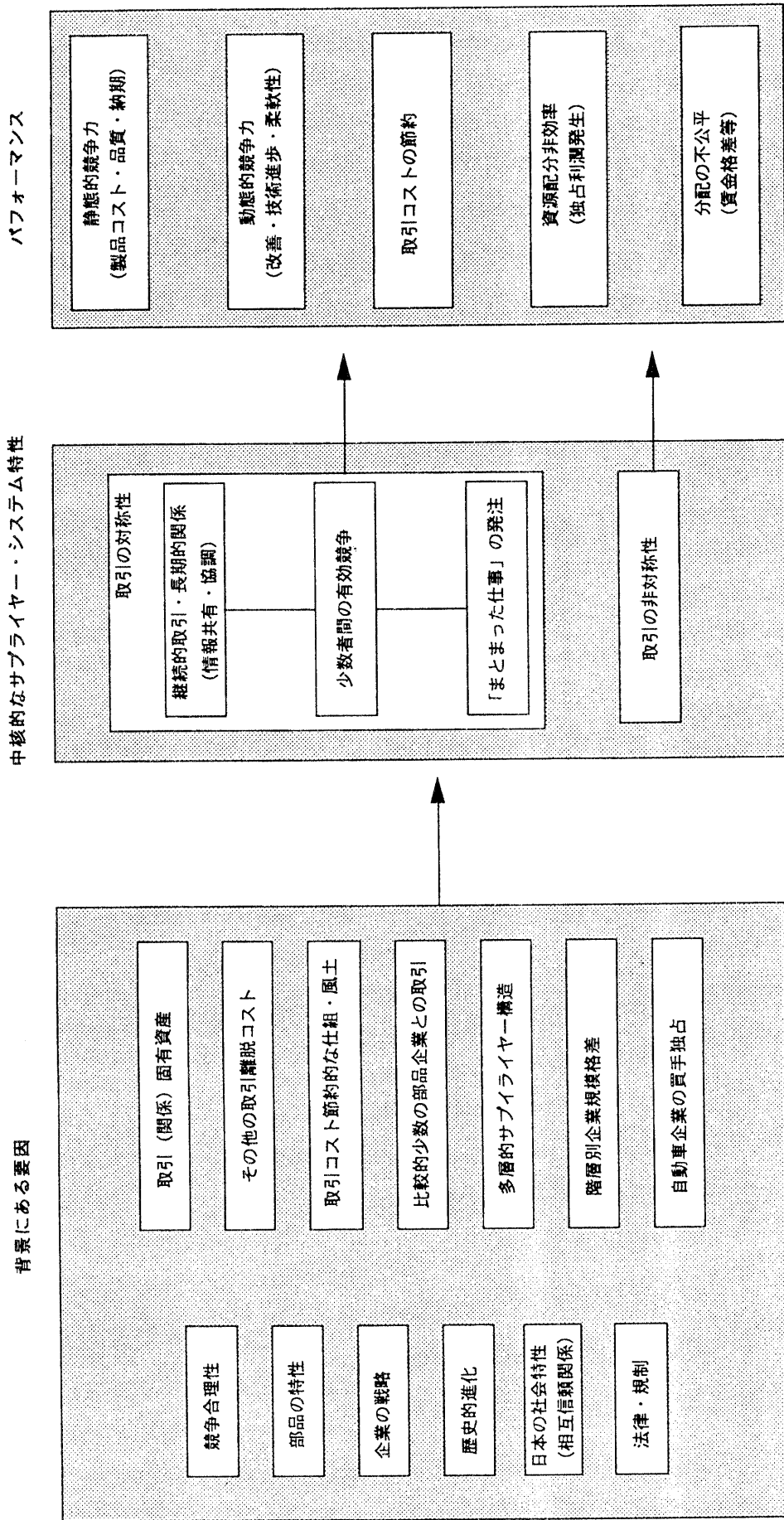
一方、非対称性を前提にしない側にも様々なバリエーションがあるが、大きく分ければ「長期・継続取引関係」を中核概念とするもの、「少数者間の有効競争」を重視するもの、「まとまった仕事をまかせる」という分業パターンに着目するものなどが、論理的に相互依存しながら存在するようである。また、例えば継続取引が存続する理由として「取引特殊資産」の存在を前提とするウィリアムソンの仮説、取引コスト節約的な組織風土などを前提にする産業社会学系の文化論（ドア）などがある。さらに、なぜそうしたシステムの中核パターンが発生したかを説明する際、取引当事者双方の事前合理性（あらかじめ自分に良いものと知って選択すること）を想定する合理論的方向と、事後的合理性（理由は何であれ試行されたものが結果的に具合がよいので選びとられる）のみを前提とする進化論的枠組みとがありうる。以下、代表的なものを概略説明して見よう（図6参照）。

3.1 取引の非対称性に注目する研究

(1) 伝統的な二重構造論

従来「中小企業論」の分野では、自動車を含む部品サプライヤー・システムを「下請・系列問題」として研究してきたが、その中心的な分析枠組となっていたのが、いわゆる「二重構造論」（独占的大企業と中小零細企業、あるいは工業と農業の間の賃金・生産性・技

図6 日本型サプライヤー・システムの分析枠組



術・利潤率などの格差を日本資本主義の特徴として分析する理論)である。二重構造論に基づく下請企業論は、大企業である「親企業」はその独占的地位を利用し、零細な「下請企業」を低賃金の調達ソースとして利用し、また景気循環のバッファーにしていると論じる。ここでは「大企業＝独占的」という等式が暗に前提とされている。

いずれにしても、二重構造論では、親企業（例えば自動車メーカー）の下請企業（例えば部品メーカー）に対する「収奪」「支配」「しわよせ」、あるいは後者の前者に対する「従属」といった非対称的な関係が問題とされ、その帰結としての分配上の不公平（例えば親企業と下請企業の賃金格差）が解決されるべき課題として指摘される。またこのようなシステムの存続に関しても、「親企業による一方的な押し付け」という非対称的なメカニズムが想定されているといえよう。また、親企業と下請企業間の非対称性や格差の源泉は、結局のところ資本規模の違いだとされる。

しかし、日本の自動車産業については高度成長期以降、伝統的な二重構造論のストレートな適用だけでは実態が説明しにくい状況になりつつある。第一に、一次部品メーカーの多くは大企業に成長しており、大企業と中小企業という規模別の分割は組立メーカーと一次部品メーカーとの間ではなく、主に一次メーカーと二次以下のメーカーとの間に存在するということになる（金子,198,1982、藤本・清・武石,1994）。従って、下請企業の「中小企業性」を根拠にして自動車組立メーカーと部品メーカーとの関係を説明することは次第に事実と合わなくなってきた。また、他方では大企業と中小企業の賃金格差そのものもかなり縮小している。

これに対応して、脱二重構造論ないし脱従属論が特に70年代以降展開された。これには大企業と中小企業の賃金格差縮小を指摘するもの、中小下請企業の専門技術力向上を重視するもの（中村,1981、清成,1988）、下請企業の脱専属下請化（納入先複数化）を強調するもの（松井,1985,1986）などに分かれる。これをもって下請関係そのものの解消とするか否かは論者の立場によるが、日本の自動車部品サプライヤー・システム全体を伝統的な二重構造論のみで説明することはもはや難しくなったことは確かであろう。

(2) 新二重構造論

伝統的な二重構造論と同様に売手と買手の非対称性（賃金格差や交渉力の差）の存在を前提としながら、それがまさに買手企業（例えば自動車企業）の競争力の源泉になるとす

る説。すなわち、依然として存在する企業規模別の賃金格差構造を利用できること、下請中小企業を内製に準じた形で柔軟に利用できること、親企業の厳しい発注内容に下請中小企業が従うことなどが、結果的に親企業の国際競争力に貢献するとみる。このカテゴリーの研究（例えば池田、1983、清、198x）は、実証分析の現場として一次部品メーカー（大半が大企業）よりはむしろ二次以下のメーカー（中小企業性が強い）の分析が多い傾向がある点が特徴といえよう。

本稿は、基本的に二次、三次以下の部品メーカーを含むサプライヤー・システム全体の実証分析が必要との立場をとる。その観点からすれば、特に二次メーカー以下の世界においては取引の非対称性が依然として見られるといわざるをえない。伝統的な二重構造論が多くの点でサプライヤー・システムの現状を分析するツールとして不適當になってきているのは確かであろうが、かといって「支配・従属的な非対称関係がサプライヤー・システムの全てのレベルで解消した」と言い切るほどの実証分析の成果もみられない。すでに述べたようにサプライヤー・システムは多面的であり、分析対象によっては新二重構造論は依然として有用な枠組みであると本稿では考える。

(3) 伝統的産業組織論（買手独占論）

中小企業論（二重構造論）が、基本的には規模格差が売手と買手の非対称性の源泉になるとしているのに対して、伝統的な産業組織論は、独占企業対競争企業という枠組みで取引の非対称性を説明する。また、二重構造論が元請と下請の間の支配・従属関係を想定するのに対し、産業組織論は近代経済学を背景に、親企業・下請ともに自主的・合理的に意思決定するものと仮定した上で、主体均衡の結果として非対称性を結果する可能性を論証する。つまり、二重構造論のように下請の低賃金の温存・利用などは前提とせずに非対称性を説明しようとするのである。また、伝統的産業組織論の枠組みに従い、パフォーマンスの評価基準としては資源配分非効率の問題（独占利潤の発生）を重視する。

例えば植草（1982）は、組立企業（元請）が純粹独占企業（製品市場で売手独占かつ中間財市場で買手独占）であり、下請部品企業が競争的だと仮定すると、元請が下請に対する買手独占力を発揮する結果、両者の間に利潤格差が生じることを示した。すなわち、仮に下請け企業で何らかのコストダウンが生じた場合、組立企業は最終製品価格を「据え置く」「コストダウン分だけ下げる」「新たな独占均衡価格（限界収益＝限界費用）に設

定する」のいずれの場合も独占的超過利潤を得る一方、競争的下請企業は相変わらず限界費用での販売を余儀なくされるため超過利潤は発生せず、結果として元請と下請の間に利潤格差が生ずるのである。一方、元請も競争的であれば当然、元請・下請いずれにも超過利潤は発生しない。つまり、このモデルでは組立企業が下請に対する買手独占力と最終消費者に対する売手独占力の両方を行使した場合に初めて利潤格差が発生するのである。

このモデルに比較的近い状況は幾つかの産業で実際に存在したとみられるが、自動車産業に関する限り、日本よりはむしろ従来のアメリカのケース（ビッグスリーが比較的小さな多数のローカル・サプライヤーと取引する）でより当てはまりがよいのではなかろうか（Crandall, 1968）。

また植草のモデルでは、下請企業側でのコストダウン（工程革新、賃金低下、自己搾取など）は外生的に扱われており、下請は自分の超過利潤の分け前がゼロなのになおコストダウンを行うと想定されている。しかし、Helper（1991）が指摘するように、かつてのビッグ3のように組立企業が最終市場での売手独占力を利用して部品企業を買い叩いた場合、部品企業はイノベーションへのインセンティブを失うため、長期的には製造コスト上不利な立場に追い込まれる可能性がある。また浅沼（1984）も価格に関しては日本の自動車メーカーはある種の交渉力上の優位性を利用して部品単価引き下げの圧力をかけ続けることはするが、買い手独占力を行使してコストダウン成果を独り占めするというのではなく、部品メーカーがコストダウンへのやる気をなくさない程度のインセンティブは残していること、また数量に関してはモデルライフ累積生産量の分を保証し、なおかつ数量の不確実性（計画割れ）による部品メーカーの固定費用リスクを自動車メーカーがある程度負担することを示している。

3.2 取引の対称性に立脚する研究

次に、取引の非対称性や支配・従属関係といった概念に頼らずに、80年代日本の自動車サプライヤー・システムがもつ機能（特に競争力への貢献）と存続メカニズムを説明しようとする一連の考え方について簡単に説明する。この場合、一方による強制や押し付けによってではなく、取引当事者双方が自主的に選択した結果サプライヤー・システムのパタ

ーンが出来上がったと考える。

日本自動車産業の競争力への貢献という点から整理して見ると、このカテゴリーの議論は、サプライヤー・システムのパフォーマンスを説明する鍵概念として少なくとも「取引の継続性・長期性」「少数経済主体間の有効競争」「まとめてまかせる分業パターン」の三つの特性のいずれかに着目していることがわかる。この三つ（取引、競争、分業）は実際には相互依存関係にあり、独立した仮説として論じることはできないのだが、敢えてどれをキー概念と考えているかによって分類してみることにする。また、継続取引重視説の場合、その成立と存続を合理的・利己的な経済主体を前提に説明するか（性悪説）、あるいは何らかの社会的・文化的要素の影響によって説明するか（性善説）で二つに分けて考えることにする。

(1) 継続取引論：その競争力貢献機能

近年もっとも一般的になりつつあるものに、「継続取引」（あるいはMonteberde and Teece (1982) の「準垂直統合」、Dore (1983) および Macneil (1985) の「関係的契約」、今井他 (1985) の「中間組織」など）を鍵概念とするアプローチがある。つまり、ウィリアムソン流に言えば (Williamson, 1979) 内部組織と市場競争の間にあるような取引形態が広範にみられるということで、日本の自動車サプライヤー・システムを説明しようとする立場である。ここでは「継続取引の機能」と「継続取引の存続理由」の二つのテーマに分けて考えて見よう。

まず継続取引の機能について。基本的なロジックは次のようなものだろう：(i) 近年の日本の自動車サプライヤー・システムでは長期継続的取引関係がより多く見られた；(ii) そうした継続的關係はある状況のもとでは競争優位に貢献する；(iii) 近年の日本自動車産業は実際にそうした状況にあった。このように「長期安定的な継続取引」が日本のサプライヤー・システムの中核的な特性だとすると、それは具体的にはどのような形で日本企業の競争力に貢献したのだろうか。従来の議論は、長期安定的な取引関係が主に動的な競争力（コスト低減・品質改善など）に貢献することを強調している。

例えば伊藤 (1989) は近代経済学のツールを用いて継続的取引がもたらす機能を次のように整理する。第一に協調的關係の形成（裏切りの防止）である。伊藤はこれを「繰り返しゲーム」における取引相手の報復（目には目を）がもつ抑止力、あるいは一つの取

引相手を裏切ることで他の取引相手の信用を失うことがもつ抑止力（評判のメカニズム）で説明する。特に高度成長期には抑止力が大きく効いたとする。第2に取引企業間の情報共有である。情報共有により競争上有利なシステムの導入（カンバン方式など）が可能になり、また取引相手の長期的な能力（たとえば製品開発能力、継続的改善能力）を評価することで、モラルハザードを回避できるようになるとする。第3に、継続取引により取引形態をリスク分担や支払のタイミングの点で多様化できるメリットを挙げる。第4に、継続取引を行う少数の競争相手の間で「顔の見える競争」（後述）という激しい競争が生じることである。概して伊藤は継続取引が自動車産業の競争優位に貢献するメカニズムを明示的には論じてはいないが、協調関係、情報共有などが生産性・品質とその改善に貢献するであろうことは容易に予想できよう。

三輪（1989）は、日本の自動車産業が積み重ね型の小型イノベーション（生産性・品質の継続的改善）によって動的な国際競争力を持つことに成功した近年の歴史的事実をより明示的に重視する。すなわち、トヨタ自動車とその一次外注加工企業（部品の固有技術をもつ専門メーカーではない）との関係を主な事例に、「収奪」「しわよせ」「従属」といった概念では日本自動車企業の生産性・品質向上は説明できないと論じ、従来の二重構造論的な下請関係論を批判する。

また、西口（Nishiguchi, 1994）も、自動車およびエレクトロニクスの部品取引関係を対象とした実証研究を通じて従来の二重構造論を批判し、安定した契約関係を基礎とする「企業間問題解決メカニズム」（inter-firm problem solving mechanism）が日本のサプライヤー・システムの高品質・低コストに関する静的・動的競争力に貢献したと論じている。

酒向（Sako, 1992）は、サプライヤー・システムのパフォーマンス評価の基準としては (i) 通常のコスト削減による「関係特殊な準レントの獲得」（企業間のX効率改善）の側面と、(ii) 取引コスト削減の側面とを総合的に捉える必要があると論じた上で、部品取引における長期的な契約関係（obligational contractual relation）は、X効率向上と取引コスト削減の両方の効果を持つ、と論じる。

一方、ヘルパー（Helper, 1990）は、ハーシュマンの退出（exit）と告発（voice）の概念を部品取引関係に適用し、日本で多くみられた長期継続的関係を「voice」型戦略と読みかえる。ただしヘルパーの枠組みは、単線的なVoice-Exitの二分法ではなく、インセンティブ（買手のコミットメントの強さ）と管理調整力（売手・買手間のコミュニケーション

ンの密度)の二次元モデルとなっている。ヘルパーはここである種の双対性(Aoki、1988)を考える。つまり、低コミットメントと低コミュニケーションは整合的であり、その結果が退出(exit)型である。この場合、買い手企業は交渉力を行使できるが、長期的にみて部品の技術進歩は阻害される。逆に高コミットメントと高コミュニケーションも整合的であり、その結果が告発(voice)型である。この場合、部品サプライヤーがある程度の交渉力を持つが、技術進歩は阻害される恐れがある。

このように、ヘルパーのモデルは、動態的競争力(技術進歩)の面でのプラスと、サプライヤーの売手独占力行使によるマイナス効果のトレードオフ関係を明示的にしめしているのが特徴である(Helper and Levine, 1992)。目先の交渉力行使という点では「exit」型の購買戦略のほうが買手にとって有利だが、長期的な技術進歩の点では「voice」型の購買戦略のほうが優位性があるとする。この場合「Exit」戦略としては1970年代までの米国自動車メーカー、「Voice」戦略としては戦後日本自動車メーカーの購買戦略を念頭に置いており、日本自動車メーカーのとったVoiceアプローチ(その結果としての技術進歩)がその国際競争力の一因になっていたと考える。また、日本企業の挑戦を受けた米国企業が80年代以来Voice戦略への転換を図っていることを実証的に示している(Helper, 1991)。

(2) 継続取引論：性悪説的解釈

日本でより広範に観察される長期継続的サプライヤー関係がある状況の中で競争力優位の一つの条件になることを仮に認めた場合、次の問は、そうした継続的な取引がなぜ安定的に存在しうるのか、つまり取引はなぜ継続するのかである。「独占的大企業が中小企業に一方的に押し付ける」という二重構造論的説明以外のものとしては、大きく分けて(i)利己的で合理的な経済主体の存在を前提にする「性悪説」と、(ii)利己的行動を抑える文化的・社会的要因を前提とする「性善説」とに分かれる。

人間は自己の利益になると合理的に判断すれば他人を裏切る、という「性悪説」は、近代経済学的モデルにおける主流的な人間観として定着している。したがって、こうした性悪説な継続的契約論は、利己的な取引当事者双方の自由な意思決定を前提にしてもなおかつ裏切りや一方的取引契約破棄は起こらない、と言うことを論証しなければならない。

この線に沿ったもっともスタンダードな概念は、ウィリアムソン(Williamson,

1979,1985) の「取引特殊資産」ないし「取引相手専用の資産」(transaction-specific asset) による説明である (Monteverde and Teece, 1982 も参照せよ)。つまり、特定の取引相手との間でしか価値を持たない資産を互いに持つことにより、ある種の人質効果が発生、利己的・自律的な経済主体の間でも取引離脱は防止される、というものである。例えば伊藤 (1989) は、市場に不確実性がある「全ての可能性を網羅した契約」の設定・運用が困難な場合、また非標準的な財を専用設備で生産するなど取引特殊的 (transaction-specific) な投資を必要とする場合には、スポット的な企業間取引 (新古典派的な市場取引) ではうまくいかないの、企業は垂直統合 (内製化) か「継続的取引」を選択することが合理的だと論じ、特に後者を日本的な取引関係の特徴として説明する。

西口 (Nishuguchi,1994) も、基本的には資産の特殊性 (asset specificity) の高さが日本企業の部品取引関係の特徴だとして、その限りでウィリアムソンの関係的契約の概念が有効だと認め、日英の電子部品産業のサーベイ調査をもとに、実際に資産特殊性を指標化して測定している。詳細は割愛するが、一般に日本部品企業のほうが英国部品企業より資産特殊性 (特に人的資産の倍場合) が高いこと、また2次メーカーより1次メーカーの方が資産特殊性が高い傾向があることが示された。また浅沼 (Asanuma, 1989) も、いをゆる承認図方式において取引特殊的な能力の蓄積がより大きいことを概念的に示している (詳しくは後述)。

このようにウィリアムソン流の「取引特殊資産仮説」は近代経済学者等による継続取引の説明としてはスタンダードなツールとなっている。しかしシンプルな「取引特殊資産→継続取引」という図式に対しては、(i) 取引特殊資産だけで継続性を説明するのは狭すぎる、(ii) そもそもなぜ取引特殊資産の蓄積が起こったのか説明が必要だ、といった批判もある (後者については後述する)。

前者の議論は要するに、取引が双方の自由意思に基づいて継続するのは一般的に「取引離脱の実際費用と機会費用」が十分に高いと双方が認識しているからであり、取引特殊資産への投資はそうした取引離脱費用の一部に過ぎないと考える。その他の取引離脱費用としては、取引相手からの報復、他の取引相手への悪影響 (評判の効果)、取引離脱によって成長機会を逸することの機会費用、取引離脱によって関係特殊準レント (Aoki, 1988) を失う機会費用などが挙げられよう。

たとえば三輪 (1989) は、自動車の加工外注的下請企業 (専門部品メーカーではない)

のケースを想定し、組立メーカー・部品メーカー双方の自主的な意思決定によって長期的な契約関係が保たれ、さらに前者から後者への技術援助や指導が長期的・継続的に行われることを、生成期と発展期に分けて説明するが、特に「生成期」の場合、売手側に関係特殊資産はほとんど存在しないにもかかわらず継続的關係が確立する点を強調する。すなわち、生成期においては、自動車メーカーは将来の成長機会により明るい展望を持っており、下請を使わぬことによる成長逸失の機会費用を高くみているが、自動車ビジネスの経験の薄い当時の下請企業にはそうした認識はない。そこで生成期においては自動車企業は潜在的な下請企業に様々なインセンティブを提供する。例えば組立メーカーが加工外注メーカーに汎用的な製造能力をつけさせるため技術指導を行い、また「下請を裏切らない」ことの実績を積み重ね、下請企業の間での評判 (reputation) を確立しようとする。こうして元請企業が行った投資は、部品メーカー関係解消のコストを高くする。三輪はこの時期、部品メーカーよりむしろ、成長の機会を認識していた自動車メーカーの方が関係解消のコストが大きかったとみる。

三輪による「発展期」の説明はよりシンプルで、部品メーカーの設備の専用性が高まり、それだけ取引特殊的 (transaction-specific) な資産が増える。その「人質効果」により、長期的な関係が保たれる。これはよりウィリアムソンの説明といえよう。いずれにしても三輪の場合、二重構造論の想定するような取引主体間の非対称性(元請一方的なパワー)を一切前提とせずに、外注加工メーカーとの取引の合理性・安定性を論証しようとしている点で一貫しているが、同時に、仮に関係特殊的な投資という条件に依存しなくても一定の市場条件(例えば成長)のもとでは継続的取引の存続は論証できると論じているわけである。

ヘルパーら (Helper and Levine, 1992) は、長期契約関係の生み出すコスト低減効果を「関係特殊レント」と考え、これと部品企業の売手独占力行使、最終市場での自動車企業の売手独占力との相対的な関係によってVoice戦略存続の条件が決まるとする。Voice戦略をとる自動車企業(買手)は部品企業と長期契約関係を結ぶことで共同VA・VEによるコストダウンなどの関係特殊レント(R)を生み出し、また長期的関係に入る際に部品メーカーが差し出すもの(B)を受け取るが、一方この関係では部品メーカーに交渉力が生じるので、レント(関係特殊レントRと寡占レントFの合計)の一部(α)は部品メーカーが受け取ることになる。一方、Exit戦略の場合は買手企業は最終市場での売手独占力と

部品企業に対する買手独占力を行使して最終市場での寡占レント (F) を単純に独り占めする。したがって合理的な買手は、 $B + (1 - \alpha) (F+R) > F$ の時にExit 戦略、逆の場合にExit 戦略をとるとされる。このモデルは、最終市場での寡占レント (F) が大きいほど自動車企業はExit戦略を取りやすくなるとして、輸入車との国際競争が激化する前の米国ビッグ3がExit戦略を取っていたことを合理的に説明するのである。

いずれにしても、「性悪説」的な継続取引論においては「関係特殊資産」は重要な説明ツールであるが、より一般的に言えば、取引離脱の機会費用が取引当事者双方にとって十分に大きいときに、双方の自発的意思によって取引が継続するということであろう。

(3) 継続取引論：性善説的解釈

継続的取引が存続することを取引特殊的資産で説明するウィリアムソンの説明に関しては、そもそもなぜ関係特殊的な投資が決定されたかが説明されていない（外生的に扱われている）という批判があることは既に示した（たとえばNishiguchi, 1994）。つまり、なぜ戦後の日本自動車産業で他の地域や時代よりも関係特殊的投資や継続的取引がより多く観察されたのかがちゃんと説明されていないという問題である。

これに対しては、地域に密着した社会的・文化的要素で説明しようとする議論（Dore, 1987, Sako, 1992など）や、歴史的な進化の一環として説明する議論（Nishiguchi, 1994など）とがある。このうち歴史的な分析は3.3節で後述するとして、社会的・文化的説明についてみちこう。

こうした社会・文化要因説の代表的なものは、売手・買手間の相互信頼、あるいは相互依存関係を進んで受け入れる態度、いわば「性善説」的な価値観が継続的取引システムを促進する、という立場である。つまり、取引特殊的投資に基づく継続的な取引は性悪説的な状況（各取引主体が機会主義に走る状況）の中では取引コストがかさむため選択されない恐れがあるが、戦後日本の産業社会には取引コスト節約的な社会・文化的要素、つまり性善説的な価値観が存在していたために他の国以上に継続的取引が選択されやすかった、というロジックである。Dore (1987) に代表されるこうした地域文化重視説は、ひとつ間違っていると「継続取引促進的文化が継続的取引を生む」といった同義反復に陥る危険を常にはらんでおり、また地域を超えた継続的取引システムの国際的な移転というような近年の現象を説明できないという批判（例えばNishiguchi, 1994）もあるが、近代経済学的な解釈が

ややもすると見落としがちな社会的要因を視野に入れている点で補完的な役割をもつといえよう。

例えば酒向 (Sako, 1992) は、Dore (198x) の議論を部品サプライヤー・システムの適用し、「相互信頼」 (trust) を鍵概念として、エレクトロニクス産業における日本的な部品取引関係の特徴とパフォーマンスを分析する。そのために、OCR (Obligational Contractual Relation) と ACR (Arm's Length Relation) という二つの対極的な理念型を提示する (酒向は後に自動車産業の分析も行っており、このモデルは基本的に自動車産業にも適用できると考えられる)。ACRは英国企業でより多く観察された契約関係で、新古典派的な市場取引、あるいはハーシュマンの"exit" に連なる概念である。互いに距離をおいた売り手と買い手が、互いに相手への依存度を低く抑えることを念頭において、主に入札、短期取引関係、そして可能性を網羅的に記述した文書契約 (contingency contract) による契約第一主義、複数部品企業への並行発注、部品受入検査の実施など、全般に相手を信頼しない態度で取引に臨むパターンである。

これに対して、OCRは日本企業により強く見られる契約形態である。ACRとは対照的に、OCRは「相互信頼」を基本とする契約関係で、互いに取引相手への依存度をことをことさら避けようとはせず、入札よりは特命発注が多く、また長期取引関係、臨機応変の契約、口頭など文書以外の緊密なコミュニケーションの重視、特定取引相手に集中した受発注、受入部品の無検査納入、取引相手とリスクを分かち合う用意があることなどを特徴とする。また、こうした企業間関係のシステムが特定の社会構造の中に「深く埋め込まれている」 ("embedded"、Granovetter, 1985 の概念) と考え、国単位の文化的・制度的要因がACR・OCRの選択に大きく影響を与えているとしている。

以上のように、Sakoは、日本的なOCRモデルが成立する基礎は取引相手に対する信頼 (trust) だとする (「信頼財」をキー概念とする先行的研究としては港 (1988) がある)。こうした信頼には、取引相手が契約を破らないと信用すること、相手の取引遂行能力を信頼すること、そして相手が契約に書いてないことでも善意でやってくれると信じることの三つがある。特に三番目の "goodwill trust" が存在するかどうかはOCRとACRを分ける決定的な基準である。

それでは、こうした「信頼関係」は国という制約を超えて創造できるのだろうか。酒向は信頼関係発生のメカニズムについては明確な議論を展開していないようであるが、これ

が意図的に創造される可能性を否定はしていないようである。いずれにしても、Sakoは日英のエレクトロニクス企業の部品取引関係に関する実証分析を通じて、日本企業がよりOCR的であることを示し、またOCRが結果として高いパフォーマンスを発揮すると論じている。

(4) 少数者間有効競争論

日本の自動車部品サプライヤー・システムが長期安定的な継続取引に立脚していることを仮に認めたとしよう。日本の自動車企業は各品目について比較的少数の部品メーカーと取引していることもすでに見たとおりである。部品あたりサプライヤー数が少ないことはきめ細かい管理・育成を可能にするが、反面、部品企業が交渉力を発揮して部品の値をつりあげる可能性もある。となると問題は、部品企業側に寡占レントが発生し、部品が割高になり、自動車メーカーの競争力を阻害することはないか、ということである。一つの答えは、自動車メーカー自身がその部品を内製化してしまうという潜在的な競争プレッシャーの存在であるが、実際には多くの機能部品の場合、詳細設計の技術は部品メーカーの側にあり、自動車メーカーがすぐに内製化できるわけではない。

それでは、自動車企業が各品目につき少数の部品メーカーと継続的取引を行う場合、売手（部品メーカー）の側に独占レントが発生することを避け、費用最小化を実現しているメカニズムは何か。これを説明するのが「少数者間有効競争論」である。具体的には、自動車部品メーカー間で古典的市場競争とは異なる競争、例えば「開発コンペ」（松井、1988、藤本、1994a）「顔の見える競争」（伊藤、1989）「見える手の競争」（伊丹、1988）といった厳しい競争が繰りひろげられていると考えるのである。

例えば伊藤（1989）は、継続的取引が競争の形態そのものを変え、それが結果的に競争優位をもたらす可能性を分析し、開発力・改善能力の次元で少数の部品メーカーが競う「顔の見える競争」という概念を提案し、その場合、単純な市場競争以上に競争が厳しくなる可能性を指摘する。継続的取引を前提としたこうした競争の特徴として、伊藤は序列競争（rank-order tournament）、ライバルの観察可能性、ハーシュマンのボイス概念（取引をやめるかわりに取引相手に注文をつける）、価格以外の次元（品質、技術力など）での「管理された競争」などの分析概念を用いて分析を行う。

また伊丹（1988）も、日本の自動車部品企業間の競争は新古典派的完全競争とは異なる

る形での競争であるとして、これを説明する新しい競争概念として「見える手の競争」を考える。また、「見える手の競争」が日本自動車産業における継続的な技術進歩に貢献したとして、日本の自動車部品企業の取引関係が持つダイナミックな競争力効果を重視する。

伊丹は「見える手の競争」を(1)少数のお互いに「顔の見える」競争相手の間で、(2)参入退出の自由が制約されており（ここでは伊丹は「系列」の存在を認めている）、(3)ハーシュマンの用語で言えば退出（exit）ではなく告発（voice）によって取引相手の行動が規制されており、(4)売り手と買い手が協調関係を結べば技術や生産性を高めることができることを互いに理解しており、(5)価格以外の情報を取引主体間で共有しており（技術情報など）、(6)親企業による取引プロセスの多元的なコントロールが行われる競争形態と定義する。ここでは、売り手と買い手の間の非対称性や系列関係の存在が認められている。

伊丹はこうした「見える手の競争」が持つ競争上の貢献として、(1)競争促進効果（少数者間の有効競争と、新規参入可能性の確保）による最小費用実現と、(2)技術進歩促進効果の二つを挙げる。第1の点については、少数の競争相手の間の「顔の見える」競争のほうが完全競争よりも競争がある面で厳しくなる可能性、およびこの競争が他の分野からの新規参入を確保することによってコンテストブルになっている可能性を示唆している。第2の点については、「見える手の競争」がもたらす情報共有と開発成果の自動車企業部品企業間でのシェアリングが強調される。つまり、「見える手の競争」は、静態的な競争促進効果では完全競争と同等の有効性をもち、動態的な技術進歩促進効果では完全競争よりも有効である、というのが伊丹の主張である。総じて伊丹の論点は、「系列」イコール「競争の不在」とする一部の誤解に対する反論であり、「競争＝完全競争」とする狭い競争観の否定だといえよう。

(5) 分業パターン論：「まとめてまかせること」の効用

継続的取引関係、少数間の有効競争と並んで、日本の自動車サプライヤー・システムの中核的な競争力貢献要因として指摘できるのは、外部のサプライヤーにまとまった仕事をまかせるという分業パターン（一括発注・一括委託）である。これは単に外製率が高いという問題ではない。例えば、自動車メーカーが外部のメーカーAにある部品の製造を発注し、別のB社に詳細設計を外注する場合と、A社に製造と設計をまとめて発注する場合と

では、自動車メーカーから見た外製率は変わらないが、後者のほうが「まとめてまかせる」割合は高いのである。

この意味では、日本の自動車メーカーでは同じ部品メーカーに、詳細設計と試作と製造をまとめてまかせる（承認図方式）、部品の加工とサブ組立をまとめてまかせる（サブアッセンブリー納入）、製造と品質管理をまとめてまかせる（無検査納入）などといった傾向が顕著に見られ、これらはサプライヤー・システムの強さの要因とされてきた。要するに、自動車メーカーが価値連鎖に沿った互いに関連した仕事群を一つのサプライヤーに一括して委託し、一方で部品メーカーが長期的に「まとめ能力」を蓄積することによって、コストダウンや品質向上を達成できるということである。例えば製造と詳細設計を同じ部品メーカーにまかせること（承認図方式）によって、作りやすい部品の設計（design for manufacturing）が促進され、部品コストが低減することは一般に知られている。

こうした分業パターンを重視する立場は従来、「専門企業論」（中村,1981、清成,1988など）として展開されてきた。すなわち、特定の部品カテゴリーに専門化した上でこれに関連した製品・工程・機能の束を一括して受注することによって、従属的な下請け企業から技術力と競争力をもった「専門部品メーカー」に脱皮する、という議論である。西口（Nishiguchi,1994）も、日本におけるシステムサプライヤーの成立が、一方では部品メーカーの取引特殊資産の蓄積を通じて取引関係の安定化に貢献し、またシステム全体の競争力に貢献しているとする。

製造をまかせた部品企業に開発作業の一部もまかせる「承認図方式」「ブラックボックス方式」の研究も近年盛んである。例えば浅沼（浅沼,1984,1994, Asanuma,1989）は、部品メーカー規格品の市場取引（市販品）と内製部品の間「貸与図方式」（開発作業は自動車メーカーが詳細部品図面に至るまで担当）と「承認図方式」（自動車メーカーの仕様・基本設計等に従って部品メーカーが詳細設計・部品試作・部品実験などを担当）という二つの取引形態が存在することを示す。この二つはいずれも製品特殊な（カスタム化された）部品の取引に適用されるが、後者は部品メーカーの開発能力が高いケースである。つまり、ウィリアムソンの分類では市場（market）と企業（hierarchy）の間に存在するとされる、関係特殊的資産（transaction-specific asset）に基づく「関係的取引」（relational transaction）ないし「継続的取引」は、実際には二つに大別されるのであり、ウィリアムソン（Williamson,1979）が無視したこの二つの違いが実は重要だとする（浅沼,1994）。

その分析のために、浅沼 (Asanuma, 1989) は関係特殊能力 (スキル) を初期開発能力 (企画・設計)、後期開発能力 (VE, 生産技術)、量産能力 (品質・納期など)、改善能力 (VAなど) の4つに分類し、承認図方式、貸与図方式、市販品の3つのタイプの取引形態はそれぞれ異なるパターンの関係特殊能力をもつこと、また全般に承認図方式が最も高度な関係特殊能力の蓄積を要することを示している。。また、関係特殊能力の概念を青木 (Aoki,1988) の「関係準レント」 (relational quasi-rent) の概念に結び付けている。

また、Clark and Fujimoto (1987, 1991) は、日米欧20社29プロジェクトの実証分析により、80年代の日本企業においては部品調達コストの大半は承認図部品であり、アメリカでは逆に大半が貸与図方式であることを示した。また、他の条件を一定とすれば、設計の外注率が高いほど開発期間が短く、また自動車メーカー・部品メーカーの開発工数 (人・時) 合計も節約できる傾向があることを統計的に示している。

総じて、日本のサプライヤー・システムでは自動車企業が部品企業に、価値連鎖に沿ってまとまった仕事を任せる傾向があり、部品メーカーもこれに対して「まとめ能力」の蓄積で応じてきたといえよう。これにより部品メーカーの競争力への貢献度は高まったのである。

以上、取引の非対称性を前提とせずに日本の自動車サプライヤー・システムの競争優位を説明しようとする仮説として「長期継続的取引」「少数者間の有効競争」「一括発注型の分業パターン」のそれぞれを重視する分析をみてきたが、実際にはこれらは一つのシステムと考えるべきだろう。比較的少数の取引相手との継続的關係は取引主体間の活動調整を促進し、一括発注は受注側企業での内部活動調整を容易にする。そして「顔の見える競争」は少数のメーカーに一括して長期発注することによる売手寡占の弊害を防止することによって、全体として自動車産業の競争力に貢献してきたといえよう。

3.3 サプライヤー・システムの歴史的発生・進化過程に関する研究

さて、これまでの議論では、「日本の自動車サプライヤー・システムがそもそもどのようにして発生し発達してきたか」という歴史的進化の側面には触れてこなかった。しかし、一般にあるシステムがある競争環境の中で観察される場合、「なぜそのシステムが出来上がったのか」という発生のロジックと「なぜそのシステムは安定的に存在しているのか」

という存続のロジックは異なるかもしれない。

例えば、日本の自動車メーカーは「部品メーカーに思いきって一括してまかせる」ということで結果的にはかえって競争優位を引き出してきたが、そもそも初めにそうした仕組みを導入しようとしたとき、自動車メーカーはそれが結局は競争優位に結び付くのだということを理解していただろうか。仮にそうだとすれば「企業はそのシステムが競争合理的だと知っていたから導入した」という単純で合理的な説明で十分であり、歴史的・発生的な分析は事実上いらなくなる。

しかし多くの状況証拠を見る限り、日本の自動車企業のバイヤーといえども「一括してまかせれば部品メーカーが強くなり、価格交渉上不利になるから望ましくない」と一般には考えていたようである。つまり、事前には「まとめて任せること」の競争優位は当事者にはあまり理解されていなかったようである。だとすれば、仮に「一括して任せる方式」が事後的に競争合理的だったとしても、なぜそのシステムがそもそも発生したかは別途説明される必要がある。システム発生に関する歴史的な説明が重要になるのはこうした状況においてである。要するに、あるシステムがなぜ存在しているかを説明する際に、それが「どうやって発生したか」と「なぜ存続しているのか」を別々のロジックに切り離して説明する必要がある場合に、前者は結局、歴史的に説明するしかない場合が多いのである。

例えば西口 (Noshiguchi, 1994) は、ウィリアムソン流の「取引特殊的資産が継続的取引を生む」という静態的な説明では不十分だとする。そもそもなぜ日本企業が取引特殊的な投資を進めたのかについての納得のいく説明が抜け落ちているからである。

これに対して西口が主張するのは、歴史的・進化論的なアプローチである。西口は、そもそもなぜ日本企業が関係特殊的な投資を行ったかを、1960年代以来の国内市場成長と急速なモデル多様化という歴史的な条件と、これに直面した日本の自動車企業の「フルライン製品戦略」に求める。つまり、フルライン成長戦略をとった自動車メーカーは、部品のサブアッセンブリー工程を含めて生産・開発業務の多くの部分を有力一次部品メーカーに移管することで自社の急成長を可能にし、かつ固定費増大に対するリスク・ヘッジを試みたが、このことが結果として新しく登場したサブアッセンブリー部品メーカー（システム・サプライヤー）の取引特殊資産の比重を高め、これが結局は継続的取引の安定化に寄与したのだと考える。またその伏線として、1950年代に下請け中小企業保護のために作られた一連の制度や政府機関（下請遅延防止法、共同組合法、商工中金など）がサプラ

イヤーに安心して部品取引関係に入れるようなインフラストラクチャとしての意味を持ったとする。つまり、部品メーカーによる関係特殊的投資は、一定の歴史的条件下で可能になったと見るのである。

また、ヘルパー (Helper,1990) は、買い手の購買戦略は短期的には不可逆的だとの立場から、米国企業の部品取引戦略の変遷に関して歴史的な分析を加えている。それによれば、米国においても自動車産業形成期には技術力を持った他産業出身の部品メーカーとの間にVoice型の取引が行われていたが、その後米国自動車メーカーの寡占化と垂直統合化が進むに連れて、最終市場での売手独占力の行使→独占利潤を使って技術資源を内部化し製品設計力を独占→部品メーカーの参入障壁を低下→多数の部品メーカーと短期契約を結ぶ取引関係への移行、という形で「exit 型」が歴史的に形成されたとみる。特に売手市場での行動と部品取引様式を選択が連動していることを歴史事例から明らかにした点が注目される。つまり、「日本=voice、アメリカ=exit」という静態的な二分法にはおのずと限界があるということである。

一方、藤本は部品メーカーが部品の詳細設計を行う「承認図方式」(浅沼、1984; Clark and Fujimoto, 1991)の歴史的起源と進化の過程を分析し、その結果、承認図方式の「発生」「普及」「存続」のロジックはそれぞれ異なる可能性を示している(藤本、1994b, Fujimoto 1994a,b)。例えば自動車産業における承認図方式の歴史的起源は、一つには戦前の鉄道車両産業や航空機産業の慣行が移転された結果であり、またトヨタによる日本電装の分離といった歴史上の偶発的な出来事もきっかけになっている。一方、承認図方式が一次部品メーカーの間に普及した時期をみると、ピークは1960年代後半であり、これは国内市場の急成長に合わせて新型モデルが続々と開発され、自動車メーカーの開発作業負荷が上昇した時期と一致する。このことは、限られた開発人員で急速なモデル数増加を余儀なくされた自動車メーカーが部品メーカーの開発能力に頼ることで開発負荷の増加を吸収しようとした可能性を示唆している(忙しいから任せたというこのロジックは西口のそれに近い)。結果的には、承認図方式は結果的には開発工数の節約、開発期間短縮、部品コスト低減などの点で競争合理的であることがわかる。こうした競争合理性が、日本における承認図方式の「存続」のロジックにはほかならない。しかし、こうした競争力への貢献を、企業ははじめから予想していたわけではないのである。

ここで藤本が示した枠組みは「存続のロジック」と「発生・普及のロジック」を分けて

考えるという意味で基本的に進化論的であり、西口の論点と共通するものがある。つまり、承認図方式のようにある時期（たとえば1980年代）に安定的なパターンとして観察された制度は、事後的には競争合理性をもっていたが故に「存続」した可能性が強いが、その制度が「発生」し「発達」する過程においてそうした競争合理性が導入した企業によって事前に予想されていたとは限らないのである。むしろ歴史的には、競争合理性とは異なる理由（たとえば「とにかく忙しかった」という理由）で導入されたシステムが結果的に競争をする上で都合がよいので定着した、といったケースが多く見られる。例えば歴史的な拘束条件（historical imperative）故にやむなく試行・採用したシステムが結果的に競争上有利なものと判明する、といった「怪我の功名」「意図せざる技術移転」といったロジックが、制度や慣行の進化をうまく説明できる可能性を示している。

しかし同時に、こうした「意図せざる試行」のもつ潜在的な競争合理性を他社よりも敏感に察知し、その競争力が顕在化させるべく事後的な改変を行う企業特有（firm-specific）のダイナミックな能力の存在も看過できない。藤本（Fujimoto,1994b）はこうした能力を「進化能力」と呼び、こうした個別企業特有の進化能力の差が、例えば日本の企業の中でもなぜトヨタがより競争合理的なタイプの承認図不式を生み出すことができたのかを説明すると考える。それは、いまだ存在しないものの効力を事前に察知する洞察力とは異なるが、意図せざる試行を意識的・合理的な制度として定着させる「事後的な動態能力」である。その意味で、藤本の枠組みは競争環境の影響力と企業の主体性をの両方を重視するのである。

4 新たな研究の方向性

以上、本稿では主に戦後（特に1980年代以降）の日本の自動車部品サプライヤー・システムを題材として、企業間関係に関する実態と研究の流れを紹介してきた。ここでは単一産業の分析に焦点を絞ったが、他の産業のサプライヤー・システムに関する研究の流れについても基本的には類似点が多いと考えられる。

最後に、実証と理論は相互に影響しあうということを前提に、実証の面で今後どのような研究の方向が有り得るか、したがってこの分野の理論的研究は何を説明する必要があるか、といったことについて考えてみる。実証の面では、幾つかの軸に沿った研究領域の拡

張と精緻化が今後必要であり、具体的には国際比較研究の強化、部品の開発過程の研究と製造過程の研究の融合、二次以下の部品企業も含めたサプライヤー・システム全体の構造・行動調査、サプライヤー・システムの進化に関する歴史的分析、部品タイプ・技術タイプの違いを念頭においたきめ細かい分析、自動車以外も含めたサプライヤー・システムの産業間比較、などである。これに対する理論的概念面では、基本的ツールは化なりそろっている感があり、当面は実証の側の要請に答える形でのツールの精緻化と応用範囲拡大を図りつつ、それらの学際的な相互利用あるいは融合を図ることになる。

(1) 地理軸に沿った拡張：80年代は日本自動車産業の国際競争力の強さを背景に、サプライヤー・システムの国際比較研究が大いに進んだ時代だったといえよう (Womack et al., 1990; Clark and Fujimoto, 1991; Cusumano and Takeishi, 1991; Nishiguchi, 1994, 他)。無論、数値のみによる静態的な国際比較にはおのずと限界があるが、実証分析の基礎的なデータとしては今後もきわめて重要である。特に時系列的な比較が可能な形で地道にデータを積み重ねていく必要がある。このためには国際的な研究者のネットワーク化とデータ収集活動のある程度のルーチン化が必要である。例えば米国MITを本拠とする国際自動車プログラム (IMVP) などがそうした国際的データ収集活動の一つの核になっていくかもしれない。

テーマとしては、欧米メーカーによる日本的サプライヤー・システムの学習と競争パフォーマンス面でのキャッチアップの実態を国際比較データを通じて把握することが重要である (先行的研究としてはHelper 1991、Cusumano and Takeishi, 1991など)。この場合、構造・行動面の変化と成果面の変化を別々に比較分析するにとどまらず、そうした構造・行動面の変化がパフォーマンスにどのようなインパクトを与えたかを分析する必要がある。

また、システムそのものの国際比較と同時に、キャッチアップのプロセスそのものの国際比較も重要となろう。例えばクライスラー社は近年、多くの点で日本のシステムが60～70年代に経験してきた構造変化 (サプライヤーの絞り込み、多層化、サブアッセンブリ型専門メーカーの育成、部品メーカーへの設計外注など) を再現するような形で日本型のサプライヤーシステムを急速に導入してきた。この変革プロセスがかつての日本のサプライヤー・システム構築プロセスとどう共通でどう違うのか、その理由は何か、といった点に関する動態的な比較研究は重要であろう。

さらに、従来の体系的な国際比較研究は日米欧三地域のものが多かったが、今後はアジア諸国を含めて比較対象地域の拡大が必要となろう。例えば韓国では近年、国内のモータリゼーションと新車開発ラッシュを契機としてサプライヤー・システム再構築の気運が高まっている（藤本、1994b）。これを日本の現状、あるいはモータリゼーション時代の日本と比較することによって、いわゆる80年代日本的システムをより立体的に把握することができるようになろう。

最後に、上記のように国際的なシステムの取れん化が進むとすれば、むしろ個別企業間のサプライヤー戦略の違いが相対的に重要度を増すかもしれない。地域間比較と同時に、こうした個別企業レベルでの比較の視点も忘れてはならないだろう。

(2) 機能軸に沿った拡張：従来のサプライヤー・システムの分析は、社内機能的には買手の購買部門、売手側では製造部門と営業部門に集中していたといえるが、80年代には両者の技術・開発部門の連携に関する調査研究が進んだ。（浅沼,1984; Clark and Fujimoto, 1991など）。今後も、売手・買手双方における「製造・営業・開発の連携」という視点からの実証研究、つまりより広い機能分野を対象とした分析を継続かつ充実させる必要がある。しかしこれまではどちらかというところ、「新車開発プロセスにサプライヤーをいかに早期参加させているか」といった、いわば自動車メーカー側の視点からの調査が中心であったという印象がある。今後は部品メーカー自体の開発・製造・購買部門の連携調整についてのより突っ込んだ実態把握を行うことによって、サプライヤー側の部門間統合の能力（まとめ能力）がどのように蓄積されているかについて理解を深める必要があるだろう。

(3) 取引連鎖に沿った拡張：すでに見たように、従来の実証分析は自動車メーカーと一次サプライヤーの間の取引を対象としたものが多かったが、サプライヤー・システムの全体像を把握するためには二次・三次以下の企業を対象とした構造調査・行動調査が不可欠である（金子1978、1982、藤本・清・武石、1993など）。特に日本の自動車産業がポスト成長時代に入った1990年代、一次、二次、および三次以下の部品企業では対応のパターンが大きく大きく異なってくることが予想され、実際にその兆候はすでに観察されている。つまり、実践的・政策的な意味でも二次メーカー以下を含む実証研究は今後ますます重要になると予想される。

しかしながら、実際には二次メーカー以下を対象に含む体系的な調査は、一次メーカー

のみの場合と比べるとはるかにに難しい面がある。まず、対象となる企業数が極めて多く、また公表された企業リストが事実上存在しない（日本自動車部品工業会のメンバーはほとんどが一次メーカーである）。したがって、調査対象先のリストを作成するだけでも大仕事である。自動車メーカーに一次メーカー、一次に二次、二次に三次を紹介してもらうという形で取引連鎖に沿って調査を進める方法もあるが、極めて大がかりな調査となり、また優良サプライヤーにバイアスのかかった調査結果になる恐れが大きい。逆に地域を特定してアンケート調査を行う方法もあるが、この場合、三次以下の零細企業の回答率を確保することは極めて難しく、調査設計上の工夫を要する。いずれにしてもアンケート的な定量調査と足を使った聞き取り調査を組み合わせる必要があるが、おそらく調査の規模から言っても、複数の研究者によるチームを母体とする調査が必要となろう（例えば中央大学グループ）。ここでも内外の研究者のネットワークが鍵を握ることになる。

(4) 時間軸に沿った拡張：すでに3.3節でみたように、サプライヤー・システムに関する研究としては、一時点での比較実証研究やシステムの合理性・安定性に関する理論的分析のみならず、システムの発生・進化に関する歴史的な分析が重要である。特に90年代は、日本のサプライヤー・システムがポスト成長期に向けて構造変革していく過渡期であるが、こうした時代にこそ長期的な歴史観を持つことが実践的にも重要である。日本等のサプライヤー・システムの歴史的発展経緯に注目した研究としては清・大森・中島（1975,76）、菊池（1976）、和田（1984）、西口（Nishiuguchi,1994）、藤本（Fujimoto, 1994a）、ヘルパー（Helper, 1990）などが存在するが、上記の観点からさらに研究の拡大・充実が望まれる。

なお、本稿では割愛したが、サプライヤー・システムの形成と発展に関しては、無論、経済史・経営史の分野に戦前も含めて多くの業績が蓄積されている。今後考えられることは、現状のサプライヤー・システムを分析する実証・理論研究者と経済史・経営史の専門家がより密接に連携することによって、既に存在する歴史的な資料の蓄積に対して現代的な問題意識から再解釈をこころみること、あるいは現在重要な機能を持っているサプライヤー・システムについて過去に遡った発生史的な分析を加えることであろう。つまり、厳密な歴史的な研究の積み重ねと並行して、過去と現在を結び付けるような研究者の共同作業が今後ますます重要になると考えられるのである。

(5) 製品軸に沿った分析の精緻化：例えば競争合理的な部品取引のパターンを分析する場合、それぞれの部品の持っている製品特性、製品技術・生産技術上の特性などが少なからぬ影響を与えることは既に見てきた通りである。この点については例えばウィリアムソンが「その部品が特定企業・モデル専用に設計されたカスタム部品であるかどうか」を評価軸に据えて「継続的取引」の分析を行っているが、浅沼（1994）はこの分類では「承認図方式」と「貸与図方式」の重要な区別が見落とされるとして、より精緻な枠組みを提案している。また藤本（Fujimoto,1994a）は、仮に同一の自動車企業と部品企業のペアであっても、製品のタイプの違いによって分業と取引形態のタイプは異なるという事例を示している（図7）。

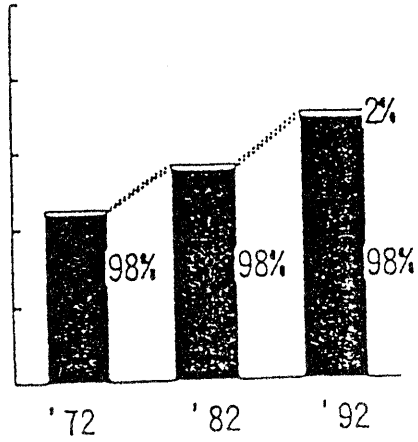
無論、分類学的な意味で部品のタイプ分けを際限なく細かくしていてもあまり意味がないが、取引形態の選択の際に重要な影響を与える基本的な部品属性は何であるか（例えば他の部品に対する構造的相互依存性、車両デザインとの連動の度合など）を実証分析を通して把握することは、分析の精度を向上させる上でも意味のあることだろう。その意味で、各部品の属性の違いを説明変数として考慮に入れた、よりきめの細かい実証分析が望まれる。

(6) 産業軸に沿った比較：最後に、自動車産業とその他の産業の比較を通じて、サプライヤー・システムに対する理解をより立体的なものにする必要があるだろう。自動車産業が日本を代表する産業のひとつであるとしても、やはり日本の産業システムの一部に過ぎぬことには変わらない。自動車産業の分析から得られる結果が他の産業で成り立つとは限らぬことは当然である。

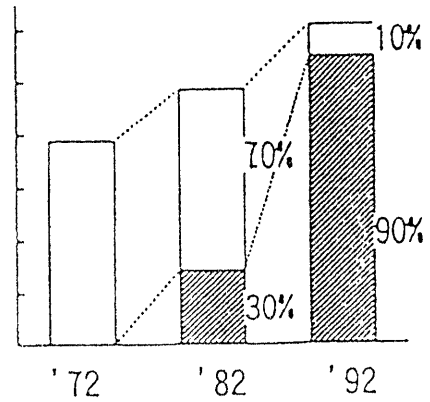
特に自動車産業の場合、近年はその国際競争力の高さを暗黙の前提として分析が進められてきた傾向があるため、「80年代日本の自動車部品サプライヤー・システムが行ってきたことは、すべて競争力の向上に貢献した」という単純な図式で実証結果を解釈する傾向があったことは否定できない。しかし、自動車産業にみられると同様の部品取引慣行は、他のあまり競争力のない産業でも観察されるかもしれないし、逆に自動車とはかなり異なる慣行が自動車以外の成功産業（たとえば80年代のエレクトロニクス産業）で見られるかもしれない。要するに、自動車での実証結果や分析のツールがどの程度一般化可能であるかを正確に理解するためには、他産業のサプライヤー・システムの分析との相互交流が是非とも必要だということになるだろう。

7 Number of New Drawings per Year by Types of Transactions and Items (Company A)

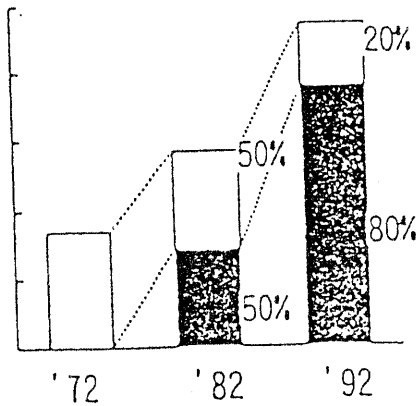
Steering Wheel



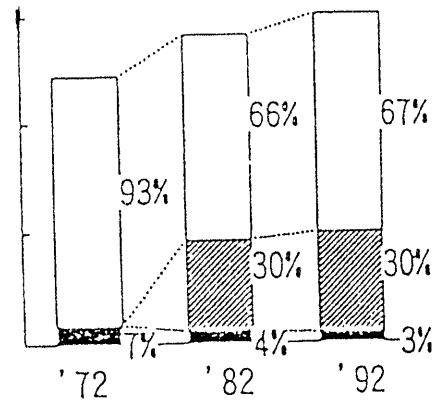
Weather Strip



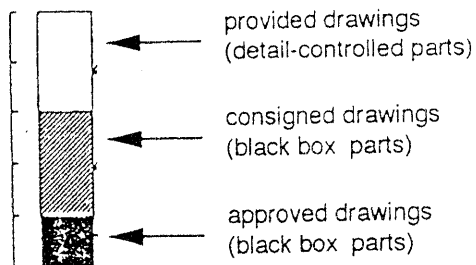
Anti-Vibration Rubber



Interior Parts



Key:



日本の自動車産業が突出した国際競争力を誇った1980年代は終わり、1990年代のわが国自動車産業は継続的成長期の終焉や欧米企業の競争力追上げに直面し、これまでの生産・開発・購買・販売システムの見直しを迫られている。しかしながら、80年代までに日本企業が蓄積してきたサプライヤー・システムの能力が今日の競争環境の中で本質的に陳腐化してしまっただけではないことは、依然として欧米企業による日本型システムの模倣・導入が続いていることから明らかであろう。むしろ重要なことは、これまでの80年代日本型サプライヤー・システムの持つ本質的な機能を見極め、長所は温存しながら、しかも混乱を最小限に抑えながら、必要な改善を加えていくことであろう。また、今後は競争力の強さ云々だけでシステムを評価評価することは適当でなくなり、むしろ企業を取り巻く消費者以外の利害関係者による評価も含めてより多角的な基準でシステムを評価していく必要もあるだろう。一言で言えば、日本の自動車産業およびそのサプライヤー・システムは、ポスト成長期への過渡期にさしかかっているのであり、こうした時期にこそ地に足のついた実証研究が必要とされるのであり、またそのために必要な理論的ツールの精緻化が要請されるのである。

文献

- Aoki, M. (1988) Information, Incentives, and Bargaining in the Japanese Economy. Canbridg University Press, New York.
- 浅沼万里 (1984) 「自動車産業における部品取引の構造・調整と革新的適応のメカニズム」『季刊現代経済』Summer, 38-48。
- Asanuma, B. (1989) 'Manufacturer-Supplier Relationships in Japan and the Concept of Relation Specific Skill'. Journal of the Japanese and International Economics, 3, March, pp 1-30.
- 浅沼万里 (1994) 「日本のコーポレート・ガバナンス」日本銀行金融研究所コンファレンス発表論文 (未定稿)。
- Asanuma, B. and T. Kinutani (1992). "Risk Absorption in Japanese Subcontracting: A Microeconomic Study of the Automobile Industry." Journal of the Japanese and International Economics, 6, March 1992, pp 1-29.
- Clark, K.B. W.B. Chew, and T. Fujimoto (1987) "Product Development in the World Auto Industry." Brookings Paperson Econmic Activity, 3. 729-771.
- Clark, K.B. and T. Fujimoto. Product Development Performance, Harvard Business School Press, Boston, MA, 1991. (邦訳：藤本・クラーク『製品開発力』田村明比古訳、ダイヤモンド、1993。
- Cole, R. and T. Yakushiji. The American and Japanese Auto Industry in Transition, University of Michigan Press, Ann Arbor, MI, 1984.
- Crandall, R. (1968) "Vertical Integration and the Market for Repair parts in the United States Automobile Industry." Journal of Industial Economics, 16, 212-234.
- Cusumano, M. and A. Takeishi, 'Supplier Relations and Management: A Survey of Japanese, Japanese-Transplant, and U.S. Auto Plants'. Strategic Management Journal, Vol. 12, 1991, pp 563-588.
- 中小企業庁【中小企業白書 昭和56年度版】、1981.
- Dore, R. (1987) Taking Japan Seriously. The Athlone Press, London.
- 藤本隆宏(1994a)「自動車部品企業における設計活動(承認図方式等)に関する実態調査報告(速報)」東京大学経済学部ディスカッションペーパー、J-2。
- 藤本隆宏(1994b)「いわゆるトヨタ的自動車生産・開発システムの起源と進化について」東京大学経済学部ディスカッションペーパー、J-12。(TCER コンファレンス発表:3月)
- 藤本隆宏(1994c)「日韓自動車産業の形成と産業育成政策(1)(2)(3)」『東京大学経済学論集』60. 1,2,3。
- Fujimoto, T. (1994a) "The Origin and Evolution of the "Black Box Parts" Practice in the Japanese Auto Inudstry." Disussion Paper, Tokyo University Faculty opf Economics. F-1. (Prsented at the 21th Fuji Conference, January)
- Fujimoto, T. (1994b) "Reintertreting the Resource-Capability View of the Firm: A Case of the Development · Production Systems of the Japanese auto Makers." Disussion Paper, Tokyo University Faculty opf Economics. F-20. (Presented at PrinceBertil Symposium, Stockholm School of Economics, June)
- 藤本隆宏・清日向一郎・武石彰 (1994) 「日本自動車産業のサプライヤーシステムの全体像とその多面性」『機械経済研究』No.24, 5月、機械振興協会経済研究所:11-36
- 藤本隆宏・武石彰(1993)「自動車産業の生産性」『組織科学』Vol.26, No.4, 36-43。
- 藤本隆宏・武石彰(1994) 『xx』生産性本部 (近刊)。
- 後藤晃 (1993) 『日本の技術革新と産業組織』東京大学出版会。
- Granovetter, M.S. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." American Journal of Sociology, 91 (3) 481-510.
- Helper, S.R. (1990) "Competitive Supplier Relations in the U.S. and Japanese Auto Industries: An Exit/Voice Approach." Business and Economics History, Second Series, 19, 153-162.
- Helper, S.R. (1991). "How Much Has Really Changed between U.S. Automakers and Their Suppliers?" Sloan Management Review, Sumer, 15-28.
- Helper, S.R., and D.I. Levine (1994). "Long-term Supplier Relations and Product-market Structure" The Journal of Law, Economics, and Organization, Vol.8, No. 3, 561 - 581.
- Helper, S. R., and M. Sako (1994). Supplier Relations in the Auto Industry: A Limited Japanese · US Convergence? " Worikng paper, Case Western Reserve University and The London School of Economics and Political

Science.

- 今井賢一・伊丹敬之・小池和男 (1985) 『内部組織の経済学』東洋経済新報社
- 伊丹敬之 (1988) 「見える手による競争：部品供給体制の効率性」伊丹・加護野・小林・榊原・伊藤編『競争と革新・自動車産業の企業成長』東洋経済新報社。
- 伊藤元重 (1989) 「企業間関係と継続的取引」今井賢一・小宮隆太郎編『日本の企業』東京大学出版会。
- 池田正孝 (1983) 「下請生産構造と日本の経営」『日本の科学者』18 (6) 9-14。
- 池田正孝 (1987) 「自動車部品工業の下請システムの国際比較」『商工金融』、1987(7)、1987。
- 金子義郎 (1978) 「自動車関連中小工業の実態と問題点」『愛知時報』、No. 120、1978。
- 金子義郎 (1982) 「自動車関連中小工業実態調査結果 (第2報)」『愛知時報』、No. 135、1982。
- 菊池秀行 (1976) 「わが国における外注・下請け管理の展開」中小企業研究センター。
- 清成忠男 (1988) 「組立産業における産業組織の変化」『調査季報』(5)、1-13。
- MacNeil, I.R. (1983) "Values in Contract: Internal and External." Northwestern University Law Review, 78 (2) 341-418.
- 松井幹雄 (1988) 『自動車部品』日本経済新聞社。
- 松井敏(爾) (1985) 「自動車工業における外注管理政策：併注政策の進展と階層的企業構造(1)(2)」『立命館経営学』24巻2、3号。
- 松井敏(爾) (1986) 「下請制の変化と元方複数化段階の企業系列再考-自動車部品工業『非独占企業』の競争構造(上)(中)(下)」『立命館経営学』25巻1、2、3、4号。
- 港徹雄 (1987) 「下請取引における『信頼財』の形成過程」『商工金融』1987.10、7-19。
- 三輪芳朗 (1989) 「下請関係：自動車産業」今井賢一・小宮隆太郎編『日本の企業』東京大学出版会。
- Miwa, Y. (1994) "Subcontracting Relationship (Shitauke Relationship) - The Case of Automobile Industry -" Disussion Paper, Tokyo University Faculty of Economics. F-16.
- Monteverde, K., and Teece, D.J. (1982) Supplier Switching Costs and Vertical Integration in the Automobile Industry," Bell Journal of Economics, 13, 206-213.
- 中村秀一郎 (1981) 「下請企業の再評価」『調査月報』1981.7、11-23。
- Nishiguchi, T. (1993) "Competing Systems of Auto Components Development." Presented at International Motor Vehicle Program.
- Nishiguchi, T. (1994). Strategic Industrial Sourcing. Oxford University Press, New York.
- 大島卓編著 (1987) 『日本の自動車部品工業』日本経済評論社。
- Sako, M. (1992). Prices, Quality and Trust: Inter-Firm Relations in Britain and Japan. Cambridge University Press.
- Sako, M. (1994) "Kyoryokukai (Supplier' Association) in the Japanese Auto Industry: Collective Action for Technology Diffusion." Paper presented at International Motor Vehicle Program (revised in June 1994).
- 佐藤芳雄編著 (1980) 『低成長期における外注・下請管理』中央経済社。
- 佐藤芳雄「理論的研究」、中小企業事業団中小企業研究所編『日本の中小企業研究 1980-89』第1巻(成果と課題)、1990。
- 清日向一郎(1990)「曖昧な発注、無限の要求による品質・技術水準の向上」中央大学経済研究所『自動車産業の国際化と生産システム』中央大学出版部。
- 清日向一郎、大森弘喜、中島治彦(1975,1976)「自動車部品工業における生産構造の研究(上)(中)」『機械経済研究』No.8, No.9。
- 塩地洋(1987)「系列部品メーカーの生産・資本関連」坂本和一・下谷政弘編『現代日本の企業グループ』東洋経済。
- Shiomi (1994). "The Formation of Assembler Networks in the Automobile Industry: The Case of Toyota Motor Company (1955 - 1980)." Presented at the 21th Fuji Conference.
- Smitka, M.J. (1991) Competitive Ties: Subcontracting in the Japanese Automobile Industry. Columbia University Press.
- 瀧沢菊太郎「『本質論』的研究」、中小企業事業団中小企業研究所編『日本の中小企業研究 1980-89』第1巻(成果と課題)、1990。
- 植田浩史 (1987) 「自動車産業における下請管理：A社の1970年代の品質・納入・価格管理を中心に」『商

- 工金融」1987(9) 3-23。
- 植草益(1982)『産業組織論』筑摩書房。
- 宇田川勝(1993)「日本自動車産業における品質管理活動・日産とトヨタ」法政大学産業情報センター、ワーキングペーパーNo.36。
- 和田一夫(1984)「『準垂直統合組織』の形成」『アカデミア』6月。
- 渡辺幸男(1985)「日本機械工業の下請生産システム：効率論が示唆するもの」『商工金融』35(2)、3-23。
- 渡辺幸男「下請・系列関係」、中小企業事業団中小企業研究所編『日本の中小企業研究 1980-89』第1巻(成果と課題)、1990。
- Waterson, M. (198x) Economic Theory of the Industry Cambridge University Press.
- Williamson, O. (1979) "Transaction-Cost Economics: Governance of Contractual Relations." Journal of Law and Economics.
- Williamson, O. (1985) The Economic Institution of Capitalism: Firms, markets, Relational Contracting. The Free Press, New York.
- Womack, D., D. Jones, and D. Roos. The Machine that Changed the World, Rawson / MacMillan, New York, 1990.