

平成 30 年 6 月 22 日現在

機関番号：14301

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K03655

研究課題名(和文) 系列取引関係の分化と競争優位：自動車産業実証分析の時間的・空間的拡張

研究課題名(英文) Keiretsu Divergence and Competitive Advantage in the Automotive Industry:  
Extending the Scope of Empirical Analysis in Time and Space

研究代表者

武石 彰 (Takeishi, Akira)

京都大学・経済学研究科・教授

研究者番号：60303054

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,400,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、日本の自動車産業における自動車メーカーと部品サプライヤーの系列取引関係が維持されるものと解消されるものに分化していく要因について実証分析と理論的考察を行った。この結果、「内向的(取引が系列関係に限定される)系列取引関係」は競争優位を維持できずに解消されていくのに対して、「外向的(系列サプライヤーが系列外自動車メーカーへ取引を拡大していく)系列取引関係」は競争優位を維持し、存続する可能性を持っていることを実証的に明らかにし、この分析の理論的基盤として浅沼(1989、1994)が提示した「関係的技能の表層と基盤層」に関する議論が援用できることを提示した。

研究成果の概要(英文)：This study empirically explored why some automakers dismantled keiretsu relationship with their suppliers while others maintained in the Japanese auto industry, drawing on a panel data set on component procurement over 200 types of components from 1984 to 2016. Our analysis indicated that there are two types of keiretsu relationships, "inward keiretsu," where the keiretsu supplier supplies components only to the keiretsu automaker, and "outward keiretsu," where the keiretsu supplier supplies components to not only the keiretsu automaker but also other non-keiretsu automakers, and the former type is likely to be dismantled and the latter to be maintained. It is also suggested that Asanuma's (1989, 1994) argument that the relational skill consists of two layers, "basic" and "surface," would provide a valuable framework to understand our results and arguments.

研究分野：経営学

キーワード：企業間関係 系列 競争優位 自動車産業

### 1. 研究開始当初の背景

企業間関係のあり方(企業の境界はどのようになぜ引かれるのか、分業する企業間でどのような関係がなぜ形成されるのか)は、経営学・経済学・社会学(経営戦略論、組織論、知識ベースの企業論、取引コスト論、契約理論、ネットワーク分析等)において重要な主題となっている。その実証分析の重要なフィールドの一つとして、日本の自動車産業は長年にわたって興味深い題材を提供し続けてきた。

70年代から80年代にかけては、日本の自動車メーカーと部品サプライヤー(以下、サプライヤー)が長期的で緊密な企業間関係を気づいていることが注目を集め、その分析は企業間関係をめぐる経済学・経営学の発展に寄与した。その主たる論点は、系列取引関係に代表される長期的で緊密な企業間関係は企業・産業の競争力の向上に貢献するというものであった。市場でもなく組織でもない第三の中間的な取引モードとしての長期的な企業間関係に経済合理性を認める議論であった。

しかし90年代以降、日本の経済・産業が長期に停滞する中で、系列取引関係を肯定的にみる議論に代わって、むしろ競争優位の阻害要因とみる議論が増えていった。長期的、緊密な企業間関係は企業の選択肢・行動を制約し、競争力の強化を妨げるという指摘である。実際、系列取引関係の経済合理性の限界を象徴する事実(日産やマツダによるサプライヤーとの系列関係の解消)が観察された。だがその一方で、依然として系列取引関係の経済合理性を示唆する事実も観察されている。優れた業績を持続しているトヨタ自動車は系列関係を維持しており、その他の自動車メーカーも一部のサプライヤーとの系列関係を継続している。競争力の向上にとって緊密な企業間取引は重要であるという指摘も続いている。

系列取引関係をめぐるこれらの異なる企業行動や相反する議論は、系列取引関係の意義について何を語っているのか。系列取引関係が長期に維持されるものと解消されるものとに分化していく背後にはどのような要因があるのか。この問いについて、従来の研究の議論をふまえて、新たな視座に基づくより綿密な実証的・理論的な検討を行なうことが、系列取引関係(より広義には中間的な企業間関係)と競争優位の関係を解明する上で、重要な鍵になるのではないかと。これが本研究の出発点となった問題意識であった。

### 2. 研究の目的

上記の問い、問題意識に基づき、本研究は、日本の自動車産業における自動車メーカーとサプライヤーとの取引関係が長期間にわたってどのように変遷してきたのかを、部品取引に関する長期パネルデータ(約200種類

の部品×約30年)に基づいて辿り、系列取引関係が維持されるものと解消されるものとに分化していく要因を、実証的に解明することを目的とした。

とくに、本研究では、企業間関係を、従来の研究が十分な注意を払ってこなかった「時間的・空間的な広がりの中で分析・理解する」という分析の視座を基礎として、実証的分析と理論的考察を行なうことに主眼をおいた。「時間的広がり」の中で分析するとは、各自動車メーカーの系列取引関係に関する戦略と成果の違いを、長期的データに現れる動態的な変化から分析することをさす。「空間的広がり」の中で分析するとは、当該メーカーとサプライヤーとの対(dyad)関係だけではなく、当該部品サプライヤーが結んでいる他の自動車メーカーとの関係(外部効果、ネットワーク効果)まで含めて分析することをさす。

この視座に依拠して実証分析と理論的考察を進め、「系列取引関係と競争優位の関係」より広くは「企業間関係と競争の関係」、「組織と市場の関係」について新たな学術的知見を導出することを本研究は目指した。

### 3. 研究の方法

実証分析は、主として、日本の自動車メーカーとサプライヤーの部品取引に関する長期パネルデータを用いて行なわれた。

このデータセットは、民間調査会社アイアルシー(IRC)が継続的に発行する日本の自動車産業における自動車部品取引の実態調査資料に基づいて整備したもので、1984年から2016年までの各年(2008年まで三年おき、同年以降二年おき)における、(1)約200種類の部品のそれぞれにおける日本の各自動車メーカーの各サプライヤー(内製部門を含む)からの調達数量のデータと(2)各サプライヤーの系列関係(どの自動車メーカーの系列に属しているのか、あるいはいずれの系列にも属さない独立系サプライヤーなのか)のデータから構成されている。後者の系列関係については、別の公表資料から収集した自動車メーカーとサプライヤーの資本関係や部品協力会への参画状況に関するデータも参照した。

この他、各種の調査レポート、報道や、自動車メーカーや系列サプライヤーの実務家へのインタビューに基づき、系列取引関係の変化についての定性的情報を収集した。さらに、自動車メーカーの自動車生産台数や業績のデータも収集した。

これらのデータを用い、2で示した分析視座に依拠して、日本の自動車産業における部品取引構造の長期的な変化を定量的に追跡し、維持されている系列取引関係と解消された系列取引関係の取引構造とその変化を比較分析し、系列が維持されるものと解消されたものに分化していった要因を探った。

#### 4. 研究成果

本研究は、上記の実証分析により以下のことを明らかにした：(1) 系列取引関係には、系列サプライヤーの取引が系列自動車メーカーとのものに限定される「内向的系列取引関係 (inward keiretsu relationship)」と、系列サプライヤーが系列外自動車メーカーとも取引を行なう「外向的系列取引関係 (outward keiretsu relationship)」の二つのタイプがあること、(2) 「内向的系列取引関係」は競争優位を維持できず、解消されていく可能性が高いのに対して、「外向的系列取引関係」は競争優位を維持し、存続する可能性を持っていること。

具体的には、系列取引関係を維持しているトヨタ、ホンダ(とくにトヨタ)の系列サプライヤーと、多くの系列取引関係が解消された日産、マツダの系列サプライヤーを比較すると、前者は長期的に系列外自動車メーカーへの部品納入を拡大していった傾向が観察された(つまり「外向的系列取引関係」に分類される)のに対して、後者では系列外自動車メーカーへの納入が限られたまま推移した傾向が観察された(つまり「内向的系列取引関係」に分類される)。

「外向的系列取引関係」は、系列取引関係を基軸とする緊密な協働によって優れた実績を上げながら、自動車メーカーと系列サプライヤーが共同で、そしてそれぞれが独自に、長期にわたって能力強化の努力を続けることではじめてその継続が可能になる(共同の努力、それぞれの努力のいずれかが欠けた場合には「外向的系列取引関係」の継続は難しくなる)ものである。このような傑出した努力を要することが、「内向的な系列取引関係」とは袂を分かって、「外向的系列取引関係」が長く競争優位を保ち、存続することを可能にすると考えることができる。

この分析結果は、部品取引構造の変化を長期にわたって追跡し、なおかつ、自動車メーカーと系列サプライヤーとの対(dyad)の取引関係だけではなく、当該サプライヤーの他の自動車メーカーとの取引関係まで分析の射程に入れたことによって、つまり、分析の範囲を時間的・空間的に拡大することによって、説明されたものである。

本研究はまた、上記の分析結果の理論的基盤として、浅沼(1989、1990、1994)が提示した「関係的技能は表層と基盤層の二層から構成されている」という議論が援用できることを提示した。この議論は、浅沼が「関係的技能」の構成概念を提示した際に、緊密な企業間関係によって形成される「関係的技能」が「基盤層」の強化を通じて特定の企業間に限定されることなく他の企業との取引関係においても経済合理性を持ちうるメカニズムとして示したものであり、本研究が提示した「内向的系列取引関係」と「外向的系列取引関係」という二つの系列取引関係の類型と

その背後にあるメカニズムを理解するための理論的基盤として位置付けることができる。

本研究は、以上の研究成果を内外の学会等で報告し、関連する研究者や実務家からのコメントや評価を受けた。また、本研究の最終段階で、関連研究を行っている研究者を招いて、本研究の成果の学術的意味合いについて議論を交わす研究会を開催した。これらの機会を通じて、今後の実証分析、理論的考察における研究課題の抽出を行った。

特に、(1) 基盤層の強化のメカニズムとそのために必要な企業間取引関係のあり方を明らかにすること、(2) 系列サプライヤーが系列外自動車メーカーへの部品納入を拡大していくためのメカニズムを明らかにすること、(3) 「外向的系列取引関係」において先進的な技術開発が果たす役割を明らかにすることなどを通じて、「外向的系列取引関係」のメカニズムとその意味を実証的、理論的にさらに解明、考察していくことが、今後の重要な研究課題として示唆された。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 11 件)

(1) Takeishi, Akira and Yoshihisa Noro, Keiretsu divergence in the Japanese automotive industry: Why have some, but not all, gone?, CEAFJP Discussion Paper, France-Japan Foundation, École des Hautes Études en Sciences Sociales, 査読無、2017

(2) 中本龍市、国際化が組織成果に与える影響：顧客範囲拡張の効果の実証的研究、椋山女学園大学現代マネジメント学部ディスカッションペーパー、査読無、14 巻、2017

(3) Nakamoto, Ryuichi, Keigo Takai, and Hiroki Noguchi, Focused or unfocused? The effect of customer scope on resource and organizational performance, The Proceedings of the Association of Japanese Business Studies, 査読無、June, 2017

(4) 武石彰、菊谷達弥、野呂義久、中本龍市、日本自動車産業における系列取引関係の分化：分析視座の時間的・空間的拡張、組織学会大会論文集、査読有、6 巻 1 号、2017、114-119 [https://doi.org/10.11207/taaos.6.1\\_114](https://doi.org/10.11207/taaos.6.1_114)

(5) 武石彰、野呂義久、日本自動車産業における系列取引関係の分化：新たな研究課題、関東学院大学経済学会研究論集「経済系」査読無、270 集、2017、13-28

(6) Takeishi, Akira, Inter-firm division of labor in the Japanese auto industry at a crossroads: Where have some (not all) Keiretsu gone?, CEAFJP Research Note, France-Japan Foundation, École des Hautes Études en Sciences Sociales, 査読無、2016

(7) 中本龍市、知的集約型産業の取引構造の

国際比較：日米欧の特許・法律事務所を対象に、社会とマネジメント、査読無、14 巻、2017、11-25

(8)野口寛樹、中本龍市、高井計吾、非営利組織のパートナー選択基準を考える：国立大学法人の専門職選択の事例から、商学論叢、査読有、85(4)巻、2017、73-86

(9)中本龍市、顧客は資源蓄積と組織成果にどのような影響を持つのか：中国特許事務所の定量研究、日本経営学会誌、査読有、39 巻、2017、50-60

(10)中本龍市、組織と専門職の取引構造：台湾の弁理士を事例として、椙山女学園大学研究論集社会科学篇、査読無、47 巻、2016、125-134

(11)中本龍市、受注側から見た取引構造 特許事務所の定量分析、社会とマネジメント、査読無、13 巻、2016、37-50

〔学会発表〕(計 9 件)

(1)Nakamoto, Ryuichi, Keigo Takai, and Hiroki Noguchi, Focused or unfocused? The effect of customer scope on resource and organizational performance, The Association of Japanese Business Studies, Dubai (UAE), 2017

(2)中本龍市、野口寛樹、高井計吾、顧客と取引特性は知識の範囲にどのように影響するか：知識集約型組織を対象に、日本経営学会、岡山大学、2017

(3)中本龍市、国内市場における顧客の国際化戦略：ミクロとマクロレベルにおける実証研究、紫苑研究会、愛知学院大学、2017

(4)中本龍市、顧客と知識の効果：特許・法律事務所の組織レベルの実証研究、2017 年度学術研究発表会・日本知財学会、国土館大学、2017

(5)中本龍市、顧客ポートフォリオと知識：ネットワーク特性からポートフォリオへ、日本情報経営学会中部支部研究会・紫苑研究会共催、愛知学院大学、2018

(6)武石彰、菊谷達弥、野呂義久、中本龍市、日本自動車産業における系列取引関係の分化：分析視座の時間的・空間的拡張、組織学会研究発表大会、滋賀大学、2017

(7)Nakamoto, Ryuichi, Keigo Takai, Hiroki Noguchi, and Howard Chen, How does new institutional legitimacy affect organizations' selection pattern for professionals? : The case of Taiwan's newly-enacted law of patent attorneys since 2008, The 2016 Management Theory and Practice Conference, Kyoto University, Kyoto, 2016

(8)中本龍市、取引と資源蓄積の相互依存性：中国特許事務所の定量研究、日本情報経営学会中部支部研究会・紫苑研究会共催、愛知学院大学、2016

(9)Takeishi, Akira, Research Plan at FFJ de l'EHESS, Research seminar at Centre d'Etudes Avancées Franco-Japonais de Paris, Fondation France-Japon, École des Hautes Études en

Sciences Sociales, Paris (France), 2015

## 6 . 研究組織

### (1)研究代表者

武石 彰 (TAKEISHI, Akira)  
京都大学・経済学研究科・教授  
研究者番号：60303054

### (2)研究分担者

菊谷 達弥 (KIKUTANI, Tatsuya)  
京都大学・経済学研究科・准教授  
研究者番号：80193789

中本 龍市 (NAKAMOTO, Ryuichi)  
椙山女学園大学・現代マネジメント学部  
・准教授

研究者番号：80616136