

中小企業白書における企業間関係に 対する一つの理論的接近

遠山 正朗*・桐生 紘輔*・長谷川 雄亮*
岩淵 護*・山内 貴志*

A Theoretical Approach to Inter-Firm Relations
Reported on White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan

Masao TOYAMA*, Kosuke KIRYU*, Yusuke HASEGAWA*,
Mamoru IWABUCHI*, Takashi YAMAUCHI*

Key words : 中小企業、企業間関係、取引コスト

1 はじめに

本稿は、中小企業白書に見ることのできる企業間関係に対して、取引コスト理論の立場から、理論的に接近するものである。中小企業が置かれている企業間関係に関する研究としては、特に、日本の自動車産業におけるメーカーとサプライヤー間の関係に関する先行研究があり、ここにおいては、とりわけ取引コスト理論が、そうした企業間関係の本質を明らかにすることに貢献してきている。

企業を取り巻く環境は刻々と変化をしており、それに応じて、企業間関係にも変化が見られる。取引コスト理論は、今までの企業間関係が有している経済的合理性を明らかにすることに貢献してきたわけであるが、変化をする環境下にさらされ、自らも変化を遂げてきている企業間関係についても、やはり、そこにある経済的合理性を明らかにしうるのである。

そこで、本稿においては、従来の企業間関係における経済的合理性を明らかにしてきている取引コスト理論を用いて、変化を遂げてきている企業間関係に対しても接近することで、企業間関係を決定付ける経済的合理性の所在を明確

原稿受付：平成17年5月19日

*長岡技術科学大学組織経済論研究室

にする。

まずは、次節において、中小企業の企業間関係の現状について、中小企業白書¹に基づいて論じていくこととする。

2 中小企業における企業間関係の現状

経営資源の制約が強い中小企業にとって、経営資源を背景とするような形で強みを発揮しようとする取り組み、また、そうした形で経営革新を持続し続けようとする努力には限界がある。そこで、中小企業がこのような限界を克服するためには、積極的に外部の経営資源を利用しうるようなネットワークの形成が必要不可欠であり、こうしたネットワークが、今まで中小企業を支えてきたのであるが、それが垂直連携ネットワークというわけである。

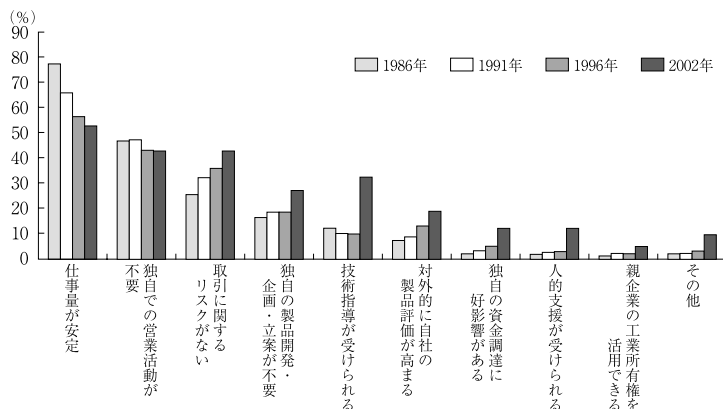
垂直連携ネットワークは、主として製造業に見られるような、下請企業と親企業間の分業関係であり、下請取引関係と説明されるものである。このような下請企業と親企業間の分業に何らかのかたちで従事している中小企業の割合は、これまでの調査によれば1998年時点で全中小製造業の47.9%を占めている²。このような下請取引関係のネットワークが製造業の発展、競争力の源泉として大いに貢献してきたのは、市場取引を介しながらも取引が比較的少数の親企業を相手として長期継続的に結ばれ、下請企業が設備や技術などの資源の蓄積を行うなかで、親企業も長期的取引関係を通じて下請企業に蓄積される専門的な技術や製造設備を活用しうるといふ、互いに密接な相互依存関係を分業のなかに見出してきたことにある。

さらに、下請企業にとって垂直提携ネットワークへ参加するメリットがどのようなものであったかを見てみると³（図1）、下請取引のメリットとして最も高い割合を占めるのは、仕事量が安定するということである。そして、これに続いて、独自での営業活動が不要というメリットがあげられている。ここで、これに関連するものとして、下請企業と非下請企業における営業人員比率、広告宣伝費集約度（売上高広告宣伝費比率）を調べてみると、下請企業は非下請企業と比較して、これらの数値が低くなっているという状況である⁴。

こうしたメリットから、下請企業がこれまで垂直提携ネットワークに進んで参加してきた要因としては、下請企業が親企業から安定的な仕事量を保証されることによって、下請企業自らが、営業、広告宣伝などに希少な経営資源を割かなくてもよいということを見出すことができる。

しかしながら、こうしたメリットの一方で、下請企業は非下請企業と比較し

中小企業白書における企業間関係に対する一つの理論的接近



資料：中小企業庁「我が国製造業分業構造実態調査(中小企業)」(1996年11月)

中小企業庁「中小企業連携活動実態調査」(2002年11月)

(注) 1. 2つの調査は調査母集団が異なるものであるため、1996年と2002年の数値の間に連続性はない。

2. 複数回答のため、合計は100を越える。

図1 下請取引におけるメリット

(出所) 中小企業庁編『中小企業白書(2003年版)』ぎょうせい、2003年、184頁。

て、黒字企業の割合が低いということも注目しておく必要がある⁵。これは、下請企業が親企業と比較して、売上高の変動に対する抵抗力が脆弱であるということから、親企業に仕事量を保証してもらうことで、その対価として、下請企業が収益の一部を保険的な意味合いから負担しているものとして理解されるものである。このような仕事量と収益のトレード・オフ関係の結果として、下請企業は、自らを低リスクであるものとして、また、それに伴って低収益であるものとして選択しているということである。また、親企業についても、一方的な下請企業の擁護に終始するのではなく、安定的な発注を供与する対価として、下請企業が長期的取引関係のなかで蓄積していく専門的技術や製造設備を活用することを通じて、技術面やコスト面などからのメリットを享受しているのである。

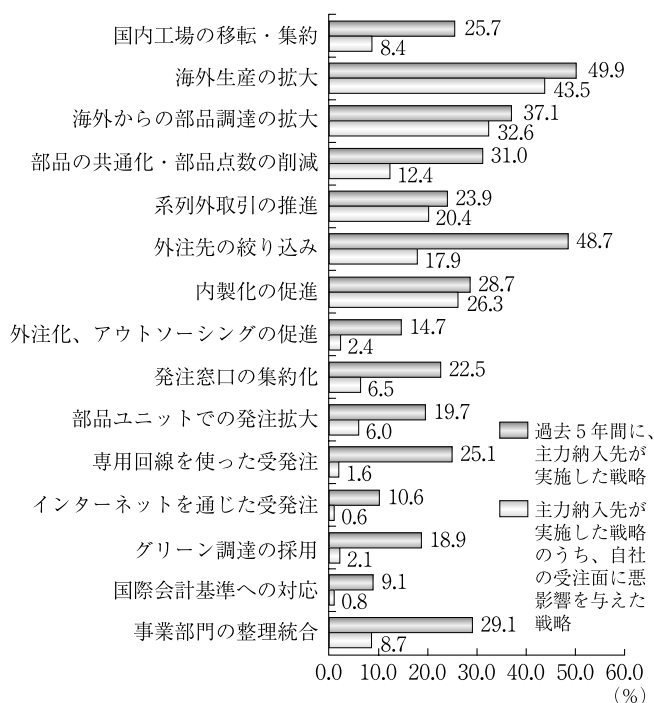
なお、仕事量が安定するというメリットについてであるが、これが占める割合が依然として大きいことには相違ないが、図1に見るように、そのメリットについては徐々に薄れきており、代わって、取引に関するリスクがない、独自の製品開発・企画・立案が不要、技術指導が受けられるなどのメリットが注目されてきている。これは、親企業との下請取引関係のみでは、下請企業の安定

的な経営基盤を維持することが困難になってきているという、環境の変化が生じ始めていること、すなわち、下請取引に対しての仕事量を保証するという保険的要素についての機能が弱まってきていることも意味しているものと考えられるが、こうしたことの要因としては、グローバリゼーションの流れと、それに起因する空洞化の影響があげられる。従来までの親企業と下請企業の取引関係、すなわち従来型の閉じたネットワークを前提とした垂直提携ネットワークが、グローバリゼーションの流れに直面することで、それまでの関係の変容を余儀なくされているといえる。

1998年以降に親企業が何らかの海外進出をはかったという下請企業は43.1%あり、親企業が国内生産を縮小させて海外への生産シフトを行ったというものだけで見ても、そうした下請企業は34.8%存在する⁶。また、これに加え、主力納入先による海外生産の拡大や海外からの部品調達の拡大などが、下請企業の受注面に対して悪影響を及ぼしているということもあり⁷（図2）、グローバリゼーションの流れが既存の企業間関係に変化をもたらす要因となっている。

これまでの企業間関係を考えてみると、取引関係下に置かれた特定の下請企業との取引を履行しないことは裏切りの行為と受け取られ、親企業自身の評判を落とすことにつながり、他の下請企業との取引関係にも支障をきたす恐れがあった。換言するならば、長期的な取引関係の履行を親企業が遵守することで、下請企業の裏切りの行為も抑制するという機能を、閉じたネットワークが果たしてきたといえるのである。これに対し、今日では、取引関係を国内の下請企業に頼らず、海外へ依存することも可能になってきていることから、親企業は既存の企業間関係の変化を許容しうようになってきているのである。それに伴って、具体的には、下請企業への発注理由に変化が見られるようになってきており、これまでのように取引実績による信頼関係が重視される一方で、品質が優れていること、コスト対応力があること、納期を厳守することなどが、発注の理由として、以前に比して一層重視されるようになってきている⁸。

ここで、金型産業に目を向けてみると、親企業に対して提供してきた金型図面、すなわち、金型メーカーの知的財産が、金型メーカーの同意なしに海外企業に流出するという事態も発生してきているのであるが、その一因に、下請企業は、自社で開発、改良した製品を知的財産権で保護しようとする意識が希薄であるということもある⁹。企業間関係に変化が見られるようになってきているとはいえ、依然として信頼関係も重要であるとするならば、また、信頼関係に基づく経営資源の共有的状态を維持し、そのメリットを生かそうとするならば、



資料：(助商工総合研究所・商工組合中央金庫「第6回中小機械・金属工業の構造変化に関する実態調査」(2001年)再編加工
(注)複数回答のため、合計は100を超える。

図2 主力納入先が実施した戦略と自社への影響

(出所) 中小企業庁編『中小企業白書(2003年版)』ぎょうせい、2003年、187頁。

こうした問題は回避しなくてはならない一つであり、親企業による下請企業の知的財産への配慮は、一層重要性を増すことになる。

なお、こうした企業間関係の変化は、下請企業の意識にも影響を及ぼしており、製造業の下請企業では今後強化すべき能力として、コストダウンのための技術力・生産管理力、独自の製品開発力、特殊な加工技術・ノウハウの開発・強化などをあげる企業が多いのであり¹⁰、また、実際にも、グローバル化の流れに伴い、低コスト化に対応すること、また、高い能力を背景とすることとなる高付加価値化に対応することが、下請企業の売上高の増加につな

がっている¹¹。下請企業にとっては、能力を高めることで、取引先を増加させることも可能になり、また、それによって特定の親企業への依存度を低下させることが可能にもなってくる。

今まで、多くの下請企業が少数の取引先との長期的・安定的な取引関係を築くことを望み、閉鎖的なネットワークの持つメリットを享受してきたわけであるが、これは、多様な技術や知識に触れる機会を自ら狭めてきたということも同時に意味するものである。取引先の増加を図ることは、経営革新への取り組みを活性化させ、下請企業自身の成長にもつながる活動となりうるのである。

3 取引コスト理論による接近の枠組み

さて、前述のように、中小企業を取り巻く環境は変化しており、それに伴って、中小企業における企業間関係も変化をしているわけであるが、その変化が一律にすべての中小企業に同様な形で生じているわけではなく、あくまでも差別的に生じているということを明確にすることが、適切な企業間関係の把握には必要である。そこで、差別的に生じる基準を求めることが必要になるが、本稿では、それを取引コスト理論に求めるということである。

まず、取引コストについて述べる。市場価格にしたがって、企業が必要とする生産要素を望みどおりに購入できたり、あるいは、生産した財・サービスを望みどおりに販売できたりするといった保証はないのであり、価格の制約だけにしたがって、自由に購入でき、自由に販売できる市場を完全市場とするならば、現実の市場は完全とは捉えがたい状況にある。市場で購入し、販売するためには、さまざまな活動が必要とされるのであり、それはコストを要する活動となるわけである。そして、このような取引に必要となるコストを取引コストという¹²。

取引コストには、取引に必要な価格情報の収集・解析に伴うコスト、取引相手に関する情報の収集・解析に伴うコスト、すなわち、取引相手の探索、評価のコスト、取引相手との交渉・契約手続きに伴うコスト、取引相手の管理や監視のコスト、取引相手の変更に伴う調整のコストなどがある。このような取引コストの存在を基礎として、取引コスト理論¹³は、企業間関係を規定するメカニズム、すなわち、企業間の分業関係、統合・分離の要因等を解明する理論として、主に自動車産業のメーカー・サプライヤー関係を対象として発展してきた¹⁴。

取引コストの発生要因としては、環境的発生要因と人的発生要因が抽出されてきており、前者は、取引が直面する将来の不確実性や取引の複雑性などから

成っている。すなわち、取引相手の発見から取引条件の交渉、契約の締結、取引の実行の確認、不備の場合の再交渉までの一連のプロセスに関して、将来の不確実性が高まるほど、そして、取引の複雑性が高まるほど、取引の遂行が困難になるわけであるが、このことに起因して取引コストが生じるのである。後者は、取引当事者の限定された合理性や機会主義などから成っている。限定された合理性とは、主観的には合理的であろうと試みても、客観的には限られた程度でしか合理的でありえないということを指すものである¹⁵。具体的には、情報の収集から始まる一連の能力などが限られているのである。機会主義とは、人間が悪賢い方法での自己利益追求も行いうる存在であるということの意味するものであり、戦略的行動の余地を含めたものである。なお、すべての人間が必ずしも機会主義的に行動するわけではなく、そうであるならば、機会主義的である者とそうでない者を差別的に扱うことが望まれることになるわけであるが、その両者を区別しようとする、ここにおいてもコストが生じる¹⁶。このような環境的発生要因と人的発生要因とが結びつくことによって、取引コストが発生するというわけである。

不確実性や複雑性が大きくなるほど、限定された合理性の制約が大きくなるほど、さらに、取引当事者の機会主義的行動が大きくなるほど、取引の事前のプロセスのための探索コスト、交渉コスト、契約コストなどは大きくなり、事後のプロセスのための監視コスト、再交渉コストなども大きくなる。こうしたことを踏まえると、取引に関して次のような疑問が生じることとなる。すなわち、こうして取引コストが大きくなるとしても、なお取引を実現しようとするのはなぜかということである。取引コストが大きくなるという状況下においては、そうした取引を放棄することも考えられるわけである。

ここで重要になるのが、取引特定の投資である。取引においては、買手の要求に応じて売手が特定の用途に特定化された資産への投資を行う場合があるが、ある取引関係に特定化されているという意味で、こうした投資を取引特定の投資と呼ぶ。このような投資は、他の取引への転用可能性を奪われるという意味で埋没コストとなり、売手の投資は当該取引に閉じ込められることになる。また、買手も供給を特定の相手に依存することになるため、代替的な取引相手を失うことになる。こうして、双方独占的となる状況が生み出されることになるのである。なお、取引特定の投資が直ちに双方独占につながるというわけではない。取引相手を複数にすることが可能であるならば、それによって双方独占の状況を回避することも可能であることから、こうした状況を生み出し、代替

的な多数の取引相手を確保しうるのであれば、機会主義についても問題とならずに、取引コストの問題も生じないのである。しかしながら、当初は多数の代替的な取引相手が存在していたとしても、取引が継続される過程において、特定の当事者に特別の資源や能力が偏っていくことになると、時間の経過とともに、当初の多数性の取引が少数性の取引へと転化することになることも考えられるのである。こうして、継続的な取引関係を通じて、事後的にも取引特定の投資は生み出されうるのである¹⁷⁾。いずれにしても、取引特定の投資の存在が、各当事者を当該取引関係につなぎとめる役割を果たすということである。

4 取引コスト理論から見るメーカー・サプライヤー関係¹⁸⁾

こうした取引特定の投資の程度は、各企業によって、また、各取引によって相違するわけであるが、それに関わって取引の対象となる財の特性も相違することになるのであるし、取引の対象となる財に対する要求が相違することで取引特定の投資の程度も相違することになるのである。そして、こうしたことについては、自動車産業における親企業と下請企業との関係、すなわち、メーカー・サプライヤー関係において典型的に見ることができるのである。ここで、部品等を供給する側の企業をサプライヤー、発注する側の企業をメーカーとして捉えることになるわけであるが、それらの間における取引を制御するために特定のメカニズムが機能しているということであり、これに依ることによって、どのような企業がどのような取引関係へ導かれることになるのかを明確にすることが可能になる。

さて、この取引を制御するメカニズムについてであるが、いま、ある製品の生産に2工程が必要であるとして、それらが技術的に分離可能であるとする、それらが1つのシステムとして機能するよう、両者間において何らかの制御メカニズムが機能しなければならないが、それは、システムの外界の変動に対して適応しうるように、中間生産物の流れとそれに伴う諸条件を調整することが重要であるからに他ならないのである。制御の形態としては、市場による制御、相対交渉による制御、統合化された制御などが考えられるが、日本の自動車産業におけるメーカー・サプライヤー関係を制御している特徴的形態として、市場によらない、また、統合するということにもよらない制御、すなわち、相対交渉による制御をあげることができる。特に、これに焦点を当てることが、親企業と下請企業との間に見られる取引関係の本質を見極めるうえで重要になる。

日本で成立している契約的枠組みのポイントとしては、あるサプライヤーが

一旦特定の部品の供給源として選択されれば、最終生産物のそのモデルの量産期間中は供給源を他に変更したりしないということ、また、最終生産物のモデル・チェンジが行われるときには、再びそのサプライヤーが自動的に同種の部品の供給源となるわけではなく、能力を有する複数サプライヤーの競争によるということなどがあげられる¹⁹。

ここで、メーカーとサプライヤーとの間で取引されている部品、すなわち、メーカーが外部の企業から購入して完成車の組み立てに用いている部品に注目すると、一般的に市販されているものよりも、メーカーの要求に応じて生産されているもののほうが多いのであるが、後者は多様であり、それに対応して、サプライヤーの能力も多様なのである。表1は、それらについて、メーカーとサプライヤーとの間の技術的分担関係を基本的な基準として分類したものである。

表に記されている、貸与図の部品、承認図の部品については、それぞれ、メーカーが作成した図面をサプライヤーに貸与することで生産される部品、そして、メーカーが提示した仕様に応じてサプライヤーが作成した図面をメーカーが承認することで生産される部品のことである。さらに、それぞれについてサブカテゴリが設けられているが、右にあるほど、サプライヤーが、部品の開発、製造工程の開発などにおいて、より能動的な役割を果たすということである。加えて、これらのカテゴリは、メーカー・サプライヤー間の取引関係の継続性に関係をもっているのである。

承認図の部品を中心に据えて考えるならば、取引関係の進行にしたがい、市販部品のカスタム化をメーカーが要求することによって承認図の部品が生じてくるということ、また、貸与図の部品の調達方法の変更を検討する際に、メーカーがサプライヤーに対して従来は任せていなかった図面作成業務を任せるという変更を同時に検討することがあるが、実際に当該業務を移管するに至り、それまでの貸与図の部品が承認図の部品に変わることによって承認図の部品が生じてくることが考えられるわけであり、取引関係の進行が、取引対象となる財の特性を変化させることにつながるということである。

いずれの場合においても、メーカーによるサプライヤーの能力の評価が根底にあるのであって、市販部品を従来供給してきたサプライヤーのなかで特に信頼性の高い企業、貸与図の部品を従来供給してきたサプライヤーのなかで特に信頼性の高い企業が、承認図の部品の取引も行うようになるという、動的な視点が含まれているのである。

表1 部品およびサプライヤーの分類

カテゴリー	買手の提示する仕様に応じ作られる部品（カスタム部品）						市販部品
	貸与図の部品			承認図の部品			Ⅶ
	Ⅰ	Ⅱ	Ⅲ	Ⅳ	Ⅴ	Ⅵ	
分類基準	買手企業が工程についても詳細に指示する	供給側が貸与図を基礎に工程を決める	買手企業は概略図面を渡し、その完成を供給側に委託する	買手企業は工程について相当な知識を持つ	ⅣとⅥとの中間領域	買手企業は工程について限られた知識しか持たない	買手企業は売手の提供するカタログの中から選んで購入する

（出所）浅沼萬里「日本におけるメーカーとサプライヤーとの関係—関係の諸類型とサプライヤーの発展を促すメカニズム—」土屋守章・三輪芳朗編『日本の中小企業』東京大学出版会、1989年、69頁。（一部抜粋）

そして、ここにおける能力がメーカー・サプライヤー間の関係にとって重要なのであるが、それは、特定のメーカーが持っているニーズを適切かつ効率的に満たすように中間生産物を供給することを通じて、自企業とメーカーとの関係を維持し発展させていくことを可能とするような、サプライヤーが組織として持つ能力と表現されるものである。それはさらに、特定の部品の製品開発の段階において相手のニーズに応えうる能力、その部品の製造工程を開発する段階において相手のニーズに応えうる能力、その部品の量産段階において品質や納期等に関して相手のニーズに応えうる能力、その部品の量産段階において部品の設計面での改善や工程の改善に基づく原価引き下げを通じて相手のニーズに応えうる能力などに細分化することを通じて、サプライヤーを順位付けていくことも可能にする²⁰。これはまた、いかなる能力をいかなる程度持っているのかということを基準とした、サプライヤーの特徴付けとそれに応じた望ましい関係性について考察することを可能にするのである。

なお、時間の経過にしたがい、一方でサプライヤーの能力は変化するし、他方でメーカーの望む能力も変化する。すなわち、評価対象である能力は動態的に変化するし、評価主体側の基準も変化する。したがって、ある時点においてある特定のメーカーから高く評価されていたサプライヤーの能力が、次なる時点においては他のメーカーから、より高い評価を得るということもありうるわけである。ここに至ることで、新たな企業間関係が成立することになるのであり、ここにおいては、特定のメーカーとのそれまでの関係のなかでサプライヤ

ーが蓄積してきた能力を基礎として、そのうち転用可能な部分について、新たに他のメーカーとの関係のなかにおいても生かされていくということになる。

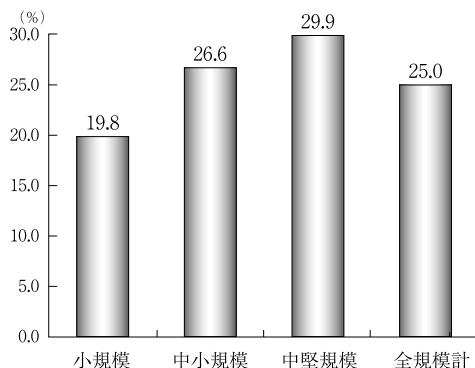
メーカーにとっても、サプライヤーにとっても、サプライヤーの能力が高まること自体は望ましいことであり、サプライヤーにとっては、特定のメーカーとの取引関係のなかで能力が高まることで、当該メーカーからさらなるビジネスの機会を得ることが可能になり、利益獲得の機会も増加することになる。また、高い能力を背景にした高付加価値な部品取引の機会を得ることで、単位当たりの利益の幅も増加することになるのであるから、既存の取引関係の視点からしても、能力の向上は重要である。

いずれにしても、こうして見ることでできるように、サプライヤーにとって、相手のニーズに 대응していくことが、既存の取引関係の維持においても新規の取引関係の開拓においても重要な役割を果たすということには相違ないのである。そして、それを可能にしてきたサプライヤーは、グローバル化などによる負の影響を深刻なものとはしないのである。

5 水平的な企業間関係

本稿では、企業間関係として取引関係に焦点を当て、その分析枠組みとして取引コスト理論による接近を試みたわけであるが、企業間関係として必ずしも取引関係を伴わないものもある。すなわち、特に中小企業において顕著な課題となる、自社に不足する経営資源を共有する目的から、水平連携ネットワークの形をとる企業間関係である。ここで、これについてもコストの視点から若干触れておきたい。

まず、連携の状況についてであるが、中小企業のうち4社に1社程度の企業が企業間における連携活動に取り組んでいるということであり、取り組んでいる企業の割合は、図3に見るように、企業規模が大きくなるにつれて高くなるような傾向となっている。具体的な連携活動の内容と企業規模との関連について見てみると、図4に見るように、共同研究開発は、企業規模の如何に関わらず、取り組んでいる企業の割合が他の連携活動に比べて高く、さらに、企業規模が大きいほど取り組んでいる企業の割合が高くなっている。一方、共同仕入、共同販売、共同受注、共同広告宣伝、共同情報化については、企業規模が大きいほど取り組んでいる企業の割合が低くなっている。ここで、それらの連携活動を行う目的にも注目してみると、事業コストの削減を目的としたものとしては、特に共同仕入や共同物流などがあげられている²¹。

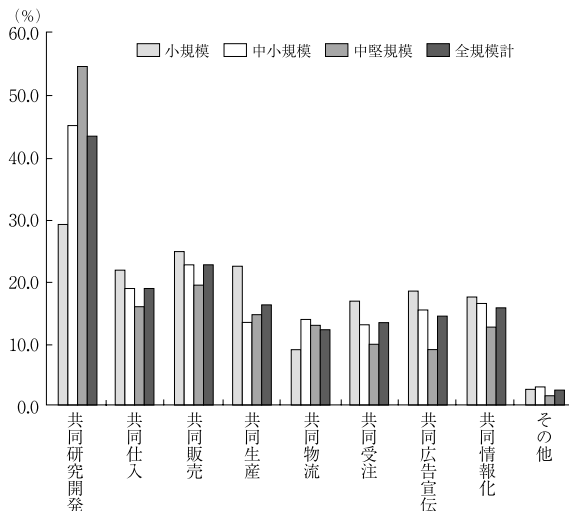


資料：中小企業庁「中小企業連携活動実態調査」(2002年11月)

(注) 小規模とは製造業その他においては従業員20人以下、卸売業・サービス業及び小売業においては従業員5人以下の企業を指し、中小規模とは製造業その他においては従業員100人以下、卸売業・サービス業においては従業員50人以下、小売業においては従業員20人以下の企業を指し、中堅規模とはそれ以外の中小企業を指す。

図3 事業連携活動に取り組む企業の割合

(出所) 中小企業庁編『中小企業白書 (2003年版)』ぎょうせい、2003年、194頁。



資料：中小企業庁「中小企業連携活動実態調査」(2002年11月)

(注) 1. 企業規模については、図3に同じ。

2. 複数回答のため、それぞれ合計は100を超える。

図4 取り組む事業連携活動の内容

(出所) 中小企業庁編『中小企業白書 (2003年版)』ぎょうせい、2003年、195頁。

こうした活動は、前述のメーカー・サプライヤー間の取引関係との関連性からすると、サプライヤーとしての生産活動を支える活動として位置付けることができるものであるから、ここにおけるコスト削減が実現するならば、前述の視点からのコスト削減とあわせて、総コストの節約化に貢献するものとなる。なお、共同仕入や共同物流などによる事業コストの削減を目的とするような場合には、当事者の変更や企業間の関係の解消といったことが、取引コスト上の特段の問題を引き起こすことはないため、その制御についても特段の注意を払う必要はないが、共同研究開発の場合には、その途上において、当事者の変更があったり企業間の関係の解消があったりすると、機会主義に起因して取引コストを上昇させる可能性があるため、その制御についても事前に十分検討しておくことが必要になる。

6 結びにかえて

第3節において見たように、取引特定の投資は、取引関係が成立する前においても後においても生じるわけであるが、この相違が取引コストの相違を生み出すことになるのであり、取引コスト理論にしたがえば、こうした取引コストの相違が、企業間関係に対する差別的対応の必要性を導き出すのである。換言すれば、いかなる条件下において、非下請企業のほうが、また、下請企業のほうがコスト節約的であるのか、また、いかなる取引の進め方がコスト節約的であるのかということを取引コスト理論に基づいて記述することで、今後の企業間関係の方向性も検討することが可能になる。また、第4節において見たように、特定の企業間関係のなかで特定の取引を進めることによって蓄積してきた能力といえども、その評価の変化可能性を踏まえつつ動態的視点から見ていくと、それを広義の新たなビジネスに活用するという可能性が生じてくるのである。すなわち、取引対象に注目すれば特定性が高いものであったとしても、当該取引対象の生産活動を支える企業の能力としては転用可能な部分があるのであるから、それを蓄積していくことで、取引関係について変更を迫られたとしても、主導権を持って新たな企業間関係を構築していくことが可能になってくる。さらに、第5節においては、総コストの節約化という視点をもって、企業間の水平的な関係についても見たわけであるが、そこにおいても示したように、すべての企業間関係に取引が伴うわけではないということを念頭においておくことは重要である。ここに、取引を分析単位とする取引コスト理論の限界の一端を見ることができるわけであるが、あわせて、取引コストの発生要因を

通して直接的に企業間関係に接近しうる可能性があるということも見る事ができた。こうした限界を克服するためには、まさに理論間での連携²が重要となってくるが、それを今後の課題として結びにかえたい。

注

- 1 以下、中小企業庁編『中小企業白書（2003年版）』ぎょうせい、2003年、第2部第4章、に特に依存している。
- 2 同上、28頁、182頁。（なお、資料は、経済産業省・中小企業庁「商工業実態基本調査」（1998年）によっている。）
- 3 同上、184－186頁。
- 4 同上、185頁。（なお、資料は、経済産業省「企業活動基本調査」（1992年、1995年、1998年）によっている。）
- 5 同上、185－186頁。（なお、資料は、経済産業省・中小企業庁「商工業実態基本調査」（1998年）によっている。）
- 6 同上、186頁。（なお、資料は、中小企業庁「中小企業連携活動実態調査」（2002年11月）によっている。）
- 7 同上、187頁。
- 8 同上。（なお、資料は、(財)商工総合研究所・商工組合中央金庫「第6回中小機械・金属工業の構造変化に関する実態調査」（2001年）、および、商工組合中央金庫「第5回中小機械・金属工業分業構造実態調査」（1995年）によっている。）
- 9 同上、188頁。（なお、資料は、中小企業庁「経営戦略に関する実態調査」（2002年11月）によっている。）
- 10 同上、189頁。（なお、資料は、(財)商工総合研究所・商工組合中央金庫「第6回中小機械・金属工業の構造変化に関する実態調査」（2001年）によっている。）
- 11 同上。（なお、資料は、(財)全国下請企業振興協会「産業の空洞化に伴う下請企業への影響に関する実態調査」（2002年）によっている。）
- 12 宮本光晴『企業システムの経済学』新世社、2004年、6－7頁。
- 13 取引コスト理論は、ロナルド・コースによって提起され、オリヴァー・ウィリアムソンを中心として操作化の道が開かれてきたのであるが、各々については、以下を参照。Coase, R. H., "The Nature of the Firm", *Economica*, 4(16), 1937. (宮沢健一・後藤晃・藤垣芳文訳「企業の本質」『企業・市場・法』東洋経済新報社、1992年。) Williamson, O. E., *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, The Free Press, 1975. (浅沼萬里・岩崎晃訳「市場と企業組織」日本評論社、1980年。)
- 14 明石芳彦「取引費用理論と産業組織論：論理構造の検討」『季刊経済研究』（大阪市立大学経済研究会）、第15巻第4号、1993年、2－3頁。
- 15 限定された合理性については、次も参照。Simon, H. A., *Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization*, 2nd ed., The Macmillan Company, 1957. (松田武彦・高柳暁・二村敏子訳『経営行動』ダイヤモンド社、1965年。)
- 16 Williamson, O. E. and Ouchi, W. G., "The Markets and Hierarchies Program of Research: Origins, Implications, Prospects", in Van de Ven, A. H. and Joyce, W. F. (eds.), *Perspectives on Organization Design and Behavior*, John Wiley and Sons, 1981, p.351.
- 17 宮本、前掲、25－26頁。
- 18 本節は、浅沼萬里「日本におけるメーカーとサプライヤーとの関係—関係の諸類型とサブラ

- イヤーの発展を促すメカニズム―」土屋守章・三輪芳朗編『日本の中小企業』東京大学出版会、1989年、61－78頁、に特に依存している。
- 19 同上、65頁。
- 20 同上、74－75頁。
- 21 中小企業庁、前掲、194－195頁。（なお、資料は、中小企業庁「中小企業連携活動実態調査」（2002年11月）によっている。）
- 22 試みの一例として、次を参照。遠山正朗「人的資源の観点から見る組織の経済理論―方法論的個人主義に基づく組織の経済理論の応用―」日本経営診断学会編『コミュニティ・ビジネスモデルの診断―公共性・共同性を意識して―』日本経営診断学会論集4、同友館、2004年。