

3つの独占的競争と3つのイノベーションが進行する 世界の中での日本の民間消費の再生、 企業競争力の再生、日本経済の再生

手 島 茂 樹

I. 序章： 先進国経済の機能不全、発展途上国の市場拡大、大規模な資本・技術の移転

(1.1) はじめに：本稿の目的および意義

近年の先進国経済の低迷、発展途上国・新興市場の急速な発展（以下本稿では、「先進国経済と発展途上国・新興国経済の収斂傾向」）の背後にあるものは何か、そして、世界規模での「汎用品化」¹⁾はどこまで進行するのか、その影響力はどの程度か、というのが本論文の執筆動機である。

(1.2) で詳論する需要・供給両面からの「汎用品化」こそが、筆者が、これまで繰り返し論じたように²⁾、日本企業の国際競争力の根底を掘り崩し、日本経済全体の低迷を引き起こしている最大の要因である、と考えられる。本稿では、こうした需給両面からの「汎用品化」は、実は、「先進国経済と発展途上国・新興国経済の収斂傾向」とは表裏一体の関係にあることを明らかにする。これは先進国企業および先進国経済にとって、とりわけ日本にとって、重い課題を提起する。その実態を考究し、処方箋を提示することが、本稿の目的および意義である。その概要および本論文の構成については、(1.2) で明らかにする。

(1.2) 本論文の概要および章立て：先進国経済および先進国多国籍企業の抱えるジレンマ

先進国経済の低迷の発端は、中長期的に累積してきた先進国経済の機能不全であると考えられる。具体的には、先進国における中所得者の所得の（高所得者に対する相対的）減少、言い換えると、所得格差の拡大により、従来期待されていた経済成長・経済拡大のメカニズムが機能しなくなったことに大きな問題がある。

絶対数や割合で言えば、先進国内の多数派である中所得層は、これまでは、比較的順調に所得が増加し続けたことから、生活水準の向上・上昇への志向も消費への欲求も強く、先進国の「イノベーションによる成長」³⁾の基盤となる「ファースト・ベスト市場」⁴⁾の発展を支えていた。「ファースト・ベスト市場」とは、これまでの筆者論文で定義したのと同様に、「高品質・高付加価値であれば、たとえ高価格であってもこれを購入しようとする、先進国を中心として存在する、大規模市場」である。中所得層は、従来、その所得水準以上に、高級品・高付加価値品の志向が強く、しかも多数を占めるがゆえ、「ファースト・ベスト市場」の拡大を支えてきた。この「ファースト・ベスト市場」の発展こそが、先進国のイノベーションを引き起こす誘引となり、先進国経済成長を支えてきた。

ところが現代では、所得の伸び悩む先進国中所得層は生活防衛の視点から、低価格志向を強める結果、「一定品質を満たす製品であれば、価格が低ければ低いほど選好される」という「セカンドベスト市場」⁵⁾が、発展途上国・新興国ばかりか、先進国でも拡大している。

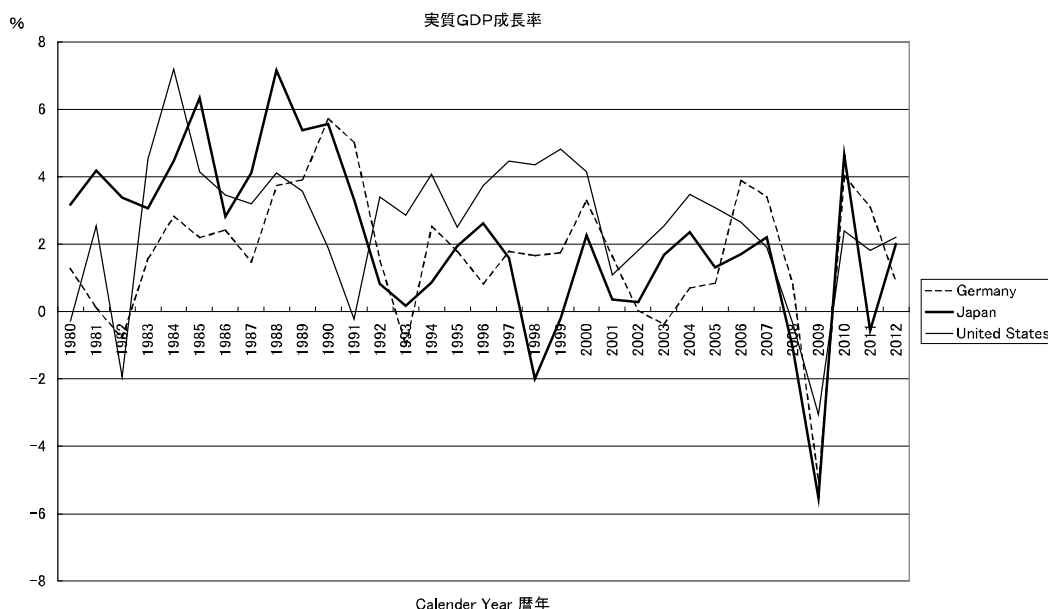
世界規模での「ファースト・ベスト市場」の縮小と「セカンド・ベスト市場」の拡大が、筆者の定義する「需要サイドの汎用品化」⁶⁾である。

先進国では、今や、「ファースト・ベスト市場」を支えるはずの中所得層の所得の伸びが低迷しているために、当然、差別化された、高価格品・高級品の大規模消費が伸びず、「ファースト・ベスト市場」は萎縮している。これは、「イノベーションによる成長」を基軸とする先進国にとって、重大な危機を意味する。繰り返すが、新製品の開発による、新しい「ファースト・ベスト市場」の創出・拡大を通じた需要の創造こそが先進国の「イノベーションによる成長」の基本的メカニズムであるからである。このメカニズムが有効に機能しない場合には、必然的に先進国の経済成長は鈍化し、イノベーションを引き起こす力そのものも鈍化する。現実には、図1にみるように、主要先進国3カ国（日米独）の経済成長率は近年次第に鈍化している。

この結果の意味するところは重大である。本来、「ファースト・ベスト市場」への財・サービス供給を得意とする先進国多国籍企業にとっての、先進国国内における投資機会は減少したため、先進国多国籍企業は、自らの存亡を掛けて、発展途上国・新興国を志向する。発展途上国・新興国では、近年の急速な経済成長から、「セカンド・ベスト市場」の急速な拡大と新しい「ファースト・ベスト市場」の近未来における急成長の可能性とが見込まれるため、先進国多国籍企業は、発展途上国・新興国に海外直接投資を精力的に行う。これが、近年の先進国多国籍企業のメタナショナル企業 (Meta-national company) 化、超国籍企業 (Transnational Corporations) 化、といわれるものの実態である。

一方、先進国、中でも、日本においては、近年、投資不足（貯蓄超過）が顕在化している。たとえ国内の生産設備が老朽化し、陳腐化しても、国内市場の成長力が低い現状を考えれば、国内設備投資意欲は振るわず、したがって、雇用も消費も振るわず、(2.1) で論ずるように、国内総需要は

図1 日米独主要先進3カ国の実質GDP成長率推移 (%)
(IMF, World Economic Outlook Data Base, April 2013)



低迷する。

他方、先進国多国籍企業からの急激な直接投資の流入と標準化された技術の大規模な移転を受けて発展途上国・新興国は、急速に経済発展し、高度成長を達成してきた。先に述べた先進国経済の低迷とあいまって、結果的に、先進国経済と発展途上国・新興国経済との収斂が進行する。

なお、「標準化された生産技術の世界規模での移転」は、「**世界規模での供給サイドの汎用品化**」⁷⁾を意味する。「世界規模での供給サイドの汎用品化」の根底にあるのは、(3.1)で論ずるように、先進国企業が、規模の経済の達成をはかり、収穫逦増（費用逦減）を実現する過程の中で、標準化が加速し、製品ライフサイクルの短期化がすすみ、新製品は急速に汎用品化することである。これが本来の「供給サイドの汎用品化」であるが、「世界規模での供給サイドの汎用品化」によって、供給サイドの標準化は世界規模のものとなった。

このように、世界規模での**需要・供給両面からの「汎用品化」**すなわち、世界規模での「セカンド・ベスト市場」の拡大と「標準化された生産技術の世界規模での移転」と、「**先進国経済と発展途上国・新興国経済の収斂傾向**」とが表裏一体となって進行するのが、現代の世界経済の実態である。

先進国および先進国企業は、当面の需要を確保しようとするれば、発展途上国・新興国に軸足を移さざるを得ず、それを行えば、先進国企業の基盤となる先進国経済は一層地盤沈下し、先進国市場は低迷する。その結果、先進国企業は当面の需要確保のため、一層海外進出をすすめる、というジレンマ、悪循環に陥る。

現実には日本をはじめとする主要先進国は、まさに、そのジレンマ、悪循環に陥っている、と考えられる。もちろん、達成すべきはその逆の良循環、すなわち、自国をはじめとする先進国における「ファースト・ベスト市場」向けの製品を開発し、それによって多国籍企業である自社の国際競争力を強化すると共に、新しい「ファースト・ベスト市場」の開発・拡大をエンジンとして、自国の「イノベーションによる経済成長」を再構築し、それがさらに、企業の一層の国際競争力強化につながる、という、良循環に回帰することである。そのためには、先進国の国内消費市場の再構築こそ、最も重要な施策である。

その意味で、本稿で強調するポイントは、巷間流布されている「空洞化」論とは全く異なるものである。最優先でなすべきことは、自国をはじめとする先進国における、高度な「ファースト・ベスト市場」を再構築することであり、そのためには、高付加価値・高品質の新製品を創出して、市場に送り出す、高度な研究開発能力の強化と同時に高度の民間消費、すなわち、「ファースト・ベスト市場」における大規模な購買力の、**先進国における再構築**である。

以上の論旨を、明らかにすることが本稿の目的である。

本項の残りの部分では、上記の論旨について詳細に検討し、良循環への回帰の方途について具体的に論ずる。

本稿の構成は次の通りである。次の第Ⅱ章では、先進国における悪循環のジレンマを、特に、日本のケースに着目して論じ、マクロ経済的な課題と共に、先進国多国籍企業が競争力の岐路にあることを論ずる。第Ⅲ章では、こうした競争力の岐路に立った多国籍企業の3つの戦略と3つのイノベーションについて再考し、理解を深める。第Ⅳ章では、第Ⅲ章の検討に基づき、独占的競争とデフレ・スパイラルのメカニズムを明らかにする。第Ⅴ章は、本稿の結論であり、先進国および先進国多国籍企業がなすべきこと、特に、日本についての喫緊の処方箋を提示する。

II. 先進国における悪循環のジレンマ

(2.1) 日本におけるデフレのジレンマ

先進国で最初に上記(1.2)の悪循環のジレンマに陥り、しかも、デフレの陥穽にすら落ち込んでいるのが他ならに日本である。したがって、何をおいても日本の現状を分析する必要がある。

現在、アベノミクスによる日本経済再生策の中で、第一の金融拡大が企業の設備投資を喚起するのに成功するのであれば、第二の財政支出による乗数効果に頼らざるを得ない。しかしこれには公的債務累積軽減の必要性という制約が重くのしかかる。本稿で明らかにするように、日本経済の上方への転換のポイントは、民間消費の質的転換と着実な拡大であり、これこそが第三の日本企業・産業の国際競争力再生の唯一の道でもある。

何故、財政支出乗数は有効に機能しないのか。財政支出が高い乗数効果を持ち、十分な需要喚起によって所得が急増、税収も増大して、財政赤字も解消できるという最善のシナリオが成立していれば現在の困難は生じない。現実には、財政支出乗数が低いため、誘発される所得の増加が十分でなく、財政赤字が継続して、公的債務が累積し続けた。財政支出乗数の低下が指し示すのは、限界消費性向の低下である。これは、「既に十分充足され、買うものがないから消費が低迷している」のではなく、近年の名目所得の伸び悩みや減少が、将来の可処分所得所得（いわば期待可処分所得）の低下への不安を生じ、消費者が消費を抑制すると同時に、低価格志向を強め、日本国内で(1.2)で論じた「需要サイドの汎用品化」が急速に進んでいるためと考えられる。

そこで以下ではバブル期以降の消費低迷にいたる道筋を、**図2および図3**によって検討する。図3は、1980年代バブル期の日本の財政・金融政策を表している。拡大的な財政政策（図3のIS1曲線において財政支出はG1）と拡大的な金融政策（図3のLM0曲線上において、マネーサプライはM0）のもとで、均衡点EE0が実現している。このとき、図2にみるように、総需要曲線AD0と短期総供給曲線STASの交点である短期均衡点E0点を実現され、短期的には、超完全雇用を実現できるGDP（自然失業率に対応するGDPである Y_n を超えるGDP）である Y_0 と Y_n に対応する物価水準 P_n を超える高い物価水準である P_0 の達成が可能である。

図2において、長期的には、AD0と長期総供給曲線LTASの交点である長期均衡点E*において、長期均衡価格 P_n より高い物価水準 P^* と、自然失業率に対応した完全雇用水準に対応するGDPである Y_n をもたらす長期均衡を実現することが期待される。

しかし、このとき金融当局が、高水準の物価 P_0 と超完全雇用に対応するGDPである Y_0 に着目して、日本経済のバブル過熱に対する懸念を強く持ち、劇的な金融引き締めを実施すれば、名目マネーサプライは、図3において、M0からM1へと急激に減少し、LM曲線は、LM0曲線からLM1曲線へと大きく左にシフトする。均衡点はEE1と、大きく左上方にシフトする。この結果、図2において総需要曲線であるAD0曲線も、同様に、大きく左にシフトし、AD1曲線、となる。このため、図2の均衡点はE1にシフトする。強力な金融引き締めによってバブルは崩壊し、一般物価水準は長期均衡に対応する P_n より低い P_1 となり、GDPは、完全雇用に対応する Y_n を下回る Y_1 となる。

しかし、これは、デフレの陥穽への出発点に過ぎない。より大きな問題は、**企業家の投資マインドが、これによって大きく傷つけられ、図4**において国内の設備投資を表す、 $I(r)$ 曲線が、 $I_1(r)$ から $I_2(r)$ へと大きく、左にシフトした点である。強力な金融引き締めを契機にバブルが崩壊したことと同時に、「日本国内は基本的に供給過剰であり、新規設備投資の余地は少ない」と、企業が認識したためである。 $I(r)$ 曲線は、21世紀前半の円安期には、輸出需要の増価を見込んで若干、右側にシ

図2 総需要曲線と短期および長期の総供給曲線（筆者作成）

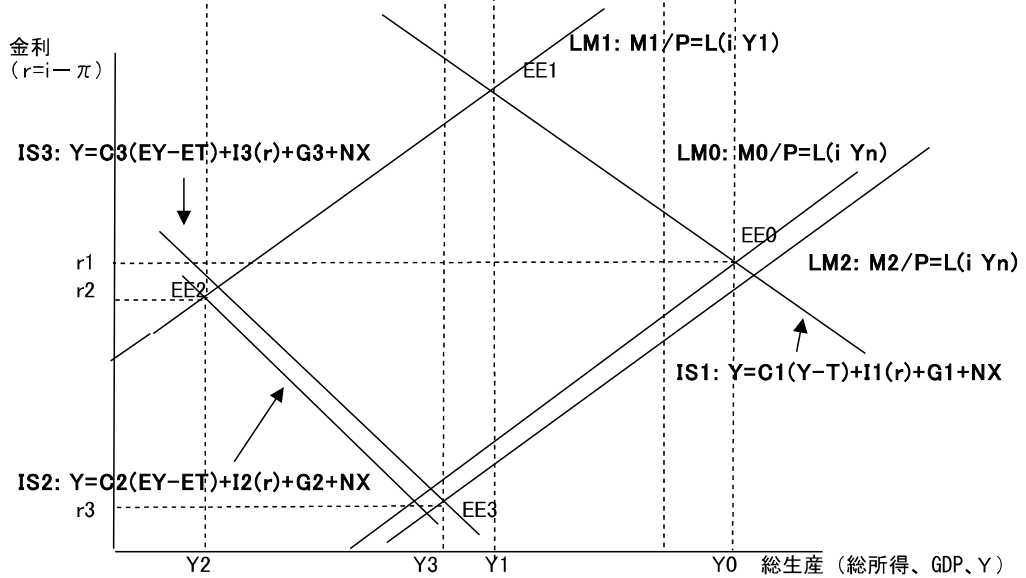
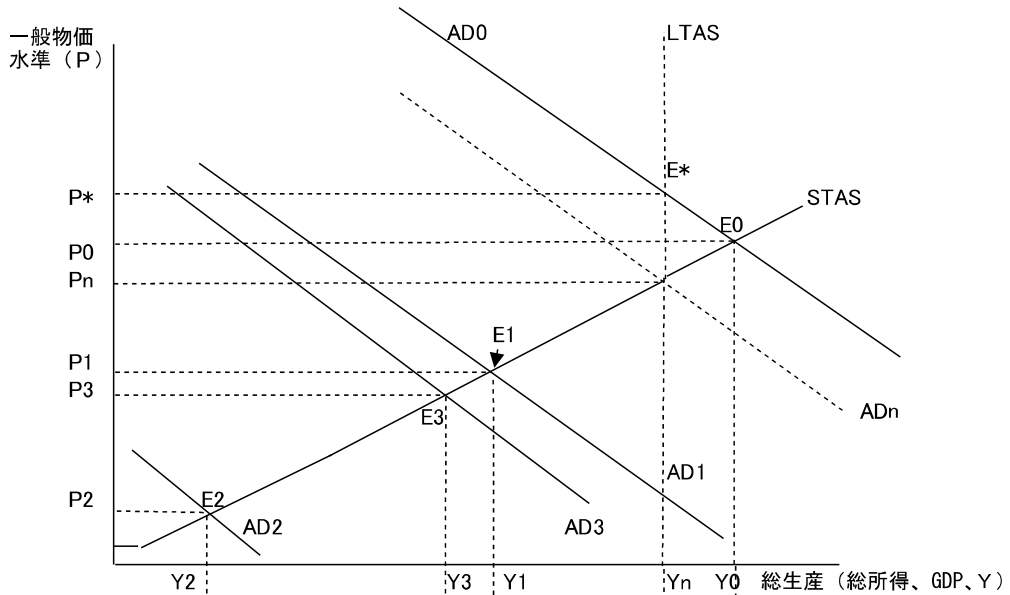
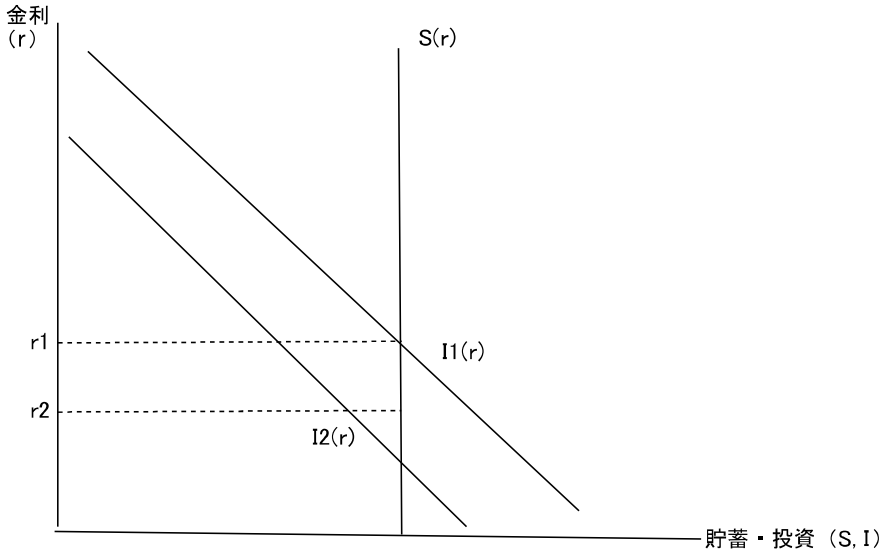


図3 IS-LM曲線の変動（筆者作成）

フトしたものの、基本的に、現在に至るまで大きく落ち込んでいることに変わりはない。企業の設備投資が落ち込み、GDPが伸び悩めば、消費も低迷する。消費低迷には本節の後段で、この後すぐに述べる賃金下落も大きな理由となる。投資および消費の低迷のため、図3において、IS曲線は、IS1からIS2にシフトし、均衡点はEE1よりさらに大きく左下にシフトし、EE2となる。これによって、図2において、AD1曲線はさらに大きく左にシフトして、AD2曲線となり、均衡点E2が実現さ

図4 国内投資と国内貯蓄（筆者作成）



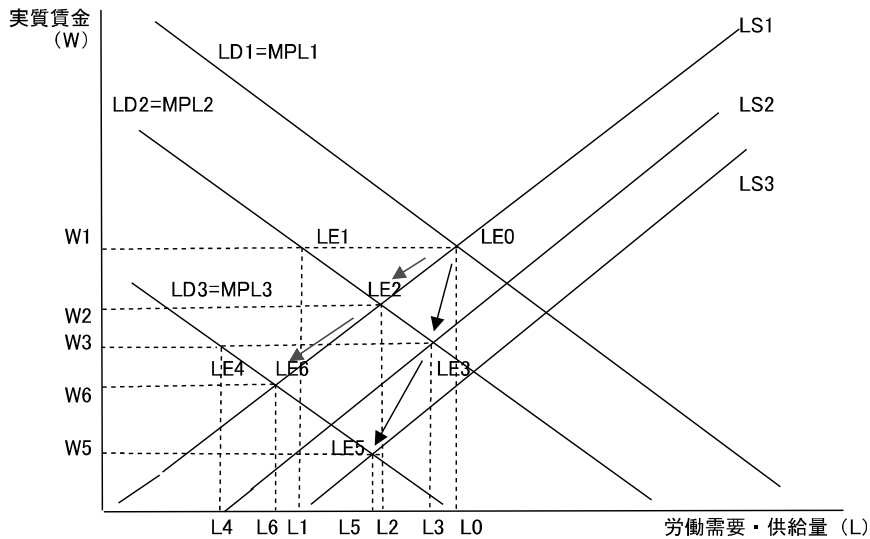
れる。E2点の達成は、P2とY2という低い水準の価格とGDPが実現されることを意味する。

もちろん政府はこの状態を静観していたわけではなく、積極的な財政政策を發動して、図3において、IS曲線を、IS2からIS3へと右にシフトさせ、同じく積極的な金融政策によって、LM曲線を、LM1曲線からLM2曲線へと右にシフトさせる。IS曲線の右へのシフトがLM曲線に比べて僅かなのは、先に論じたように、企業家の投資マインドが大きく傷つけられ、また消費者の消費態度が防御的な慎重なものに転じているために、政府支出による乗数効果が減殺されるためである。この結果、図2において、AD2曲線が右にシフトして、AD3曲線となって、均衡点E3が実現しても、達成される価格とGDPである、P3とY3は各々、均衡価格であるPn、均衡（自然率）GDPであるYnには及ばず、不十分なものになる。これが、最近20年間の日本の状況である。

このとき労働市場では一層深刻な状況が発生する。バブル崩壊と国内設備投資減および国内民間消費の低迷から、日本国内市場の成長鈍化を見込んで、企業の国内労働需要は図5において、LD1（労働の限界生産物MPL1に等しい）からLD2（同じくMPL2に等しい）と大きく減少する。簡単化のため、当初、労働需要LD1と労働供給LS1のもとで、完全雇用の均衡点LE0にあったとすると、この需要曲線のシフトにより、実質賃金W1が不変のままであれば、LE1点に到達し、L0-L1の大きさの失業が発生することになる。

仮に、国内労働供給が完全に流動的であれば、均衡点LE2に至り、W2の実質賃金とL2の雇用が実現され、L0-L2の大きさの失業者が、「より良い職を求めて職探しをしている」自発的失業者として、発生することになる。労働市場がより流動的と考えられる米欧ではそのような状況になったとしても（第IV章で詳しく論ずる）、日本では、労働者および労働組合が賃金カットと引き換えに職の保全を選好する。これは（3.3）で論じる日本企業の特徴である「日本型選好」と非常に密接な関係にある。このとき、労働供給曲線は、LS1からLS2へとシフトする。下方に縮小された労働需要曲線LD2と、下方に圧縮された労働供給曲線LS2の下で達成される新たな均衡LE3の下では、LE0、LE1、LE2よりも低い実質賃金W3の下で、LE0よりは低いが、LE1、LE2よりは高い雇用が実現さ

図5 労働市場の需要と供給 (筆者作成)



れる。しかし、LE0とLE3を比較すれば明らかなように、これによって、労働者の実質所得が削減されることは間違いなく、国内消費市場の停滞・縮小と変質を生ずる。ここでいう国内消費市場の変質とは、先に(1.2)で論じた低価格品志向の強化、すなわち、「ファースト・ベスト市場」の萎縮と「セカンド・ベスト市場」の拡大(「需要サイドの汎用品化」)である。本来、「セカンド・ベスト市場」は、発展途上国・新興国中心であったが、先進国の国内消費の停滞とともに、先進国内でも「セカンド・ベスト市場」が拡大している。

先進国の国内消費市場の停滞・縮小は、企業の国内設備投資意欲を一層減退させ、これは、国内労働需要曲線をLD2からLD3(労働の限界生産物MPL3に等しい)へとさらに大きく左にシフトさせる。このとき労働供給側が実質賃金W3を堅持しようとするれば、L3-L4の大きさの失業が発生することになる。しかし、日本の労働者および労働組合が再度、職の確保のために賃金カットを受け容れれば、労働供給曲線はLS2からLS3へとシフトし、均衡点LE5に至る。実質賃金はW5まで引き下げられるが、L5の雇用確保は可能である。LE0からLE3へ、さらに、LE5へと向かうプロセスの中で、労働者の実質所得が削減されることによって国内消費は一層低迷し、それが、国内労働需要をさらに削減し、その結果、一層の労働所得の減少を招き、国内消費をさらに不活発にするという縮小均衡のプロセスがビルトインされる。

日本の場合、見かけ上の失業率が欧米ほど高くないので、状況の深刻さが認識されないかもしれないが、投資の減退(図4)と消費の萎縮が、図3において、IS曲線の大幅な左方へのシフトを生じ(IS1からIS2へ)、その結果、図2において、先に論じたような、AD曲線の大幅な左方へのシフト(AD1からAD2へ)を生じている。その結果、図2において、一般物価水準は、P1からP2へと下落し、GDPは、Y1からY2へと縮小する。このとき、先に述べたように、拡大的な財政政策および金融政策を継続的に発動して、IS曲線をIS2からIS3にシフトバックさせ、LM曲線をLM1からLM2にシフトバックさせることによって、この「デフレ・スパイラル」の縮小均衡過程を食い止めるべく努力がなされてきたが、根本的な、「所得の落ち込み→消費の縮小・設備投資の不振→国内市場の縮小→国内労働需要の減少→所得の落ち込み→(繰り返し)」という「デフレ・スパイラル」

の根源が解消されていないので、拡大的な財政政策は、ゼロ成長からの浮揚に十分な効果を持つには至らなかった。上記で論じたように、図3における、IS2曲線からIS3曲線への右方シフトが僅かに留まるのは、財政支出G3が大規模であるにもかかわらず、この投資と消費のスパイラル的な縮小効果が大きいからである。

金融拡大を如何に劇的に進めても、実体経済がこれに十分に反応しなければ、一般物価水準の上昇およびGDPの拡大効果は小さい。その一方で、財政赤字の継続による公的債務累積のリスクは余りに大きい。

最後に、現在、我々が直面している、「財政支出乗数が低いため、財政支出の景気誘発効果が十分でなく、したがって、所得は伸びず、財政赤字が継続して、公的債務が累積し続けた」という現実に立ち戻れば、先述のとおり乗数効果遞減の理由は、限界消費性向の低下である。消費の縮小は、(1) 消費市場の規模そのものの縮小と(2) 消費の質の低価格品志向への転化(「ファースト・ベスト市場の萎縮」と「セカンド・ベスト市場の拡大」)に加えて、(3) **限界消費性向の低下**をもたらす。これは、「消費需要が既に十分充足され、買うものがないから消費が低迷している」のではなく、近年の名目所得の伸び悩みや減少から、先に論じた、「所得の落ち込み→消費の縮小・設備投資の不振→国内市場の縮小→国内労働需要の減少→所得の落ち込み→(繰り返し)」という「デフレ・スパイラル」を、**一般消費者が、予測する**ためである。その結果、必然的に、**一般消費者は、将来の可処分所得(いわば「期待可処分所得」)の低下への不安を生じ、消費一般、特に、所得増に伴う追加的消費を抑制するためである**。限界消費性向が低まれば、当然、財政支出乗数は小さくなる。これも、図3において、IS2曲線のIS3曲線への右方シフトが僅かに留まる大きな理由である。

以上は消費低迷が、「デフレ・スパイラル」につながった日本の事例であるが、低所得層の所得の低迷、消費の鈍化、消費の低価格志向化(需要サイドの汎用品化)は、多くの主要先進国で見られる。その背後には、共通して、先進国における所得配分の不平等化、労働分配率の低下、等がある。この結果、先進国多国籍企業は、本社の母国である先進国市場の「ファースト・ベスト市場」の将来性について自信を失い、発展途上国・新興国の「セカンド・ベスト市場」および「ファースト・ベスト市場」の今後の拡大可能性を見込んで、発展途上国・新興国市場に軸足を移しつつある。

日本においてこの傾向は特に顕著である。多くの日本企業は、今や、多くのビジネスの可能性を、発展途上国・新興国市場に依存しており、「少子高齢化・消費減退により将来性が低い」とみなしている自国(日本)市場は、積極的に掘り起こそうとしていない。また、消費者の所得向上が持つ市場開拓戦略上の重要性を軽視して、従業員の賃金引上げよりは、企業内の内部留保蓄積に邁進している。本来こうした資金は国内市場の発掘と再建、それを通じた、国際競争力の再生に用いるべきであるにもかかわらず、有効に活用されていない。その結果、(1.2) および本節で論じたように、国内市場の一層の縮小を招き、そのことが、国内市場に対する自社の経営姿勢を一層及び腰にしている。

以下では、こうした日本等の先進国多国籍企業の競争力の現状とこれを踏まえて取られている戦略を検証する。

(2.2) 先進国多国籍企業の競争力の基盤とその戦略

先進国多国籍企業の競争力の基盤は二つある。

ひとつは、需要サイドの条件である。先進国には、高価格の高付加価値品・高級品の大規模市場である「ファースト・ベスト市場」が存在する。こうした市場が存在することがイノベーションを

生ずる原点となる。イノベーションが成功したといえるのは、高度の科学技術を生かして、新たに創出した新製品が市場で受入れられ、市場創出・開発につながった時である。このことは、高価格の差別化商品を希求する大規模な「ファースト・ベスト市場」が存在することは、先進国のイノベーションによる成長を実現する上で、必要不可欠な要件であることを意味している。

もう一つは、供給サイドの条件である。先進国は、市場に受け入れられる高品質の差別化商品を開発することのできる高度な研究開発能力を保有する。

一般に、所得の増大は、経済活動に必要な労働コスト（人件費等）の増大を必然的にもたらずので、所得の増大が当該国の産業の国際競争力を損なわないようにするためには、労働コストの上昇を上回る高品質・高付加価値な財・サービス市場を創出することが必要である。これは当該先進国の保有する高度教育・研究システム全体の競争力・供給力を、総合的に他の先進国と競い合うことに他ならない。

しかしながら、日本をはじめとする先進国で、(2.1)の日本の事例で見たように、需要サイドの条件が崩れて「需要サイドの汎用品化」の傾向が強まり、「ファースト・ベスト市場」が「セカンド・ベスト市場」化しつつある。これは、先進国の「イノベーションによる成長」を鈍化させると同時に、先進国を基盤とする多国籍企業の国際競争力の最も重要な根幹を掘り崩すものである。すなわち(1.2)で述べたように、先進国経済における所得格差の拡大等を契機とする高品質・高付加価値品市場の成長不足こそが、先進国多国籍企業の存立基盤を弱め、先進国から発展途上国への直接投資拡大をもたらした、と考えられる。

このため、先進国において重要なのは、生産能力の追加的な増強ではなくて、需要・供給両面からの人材・人的資源の育成である。供給サイドからは、高品質・高付加価値の差別化商品を開発する多様な研究開発能力のある人材の育成である。多様性の意味については、第V章で詳細に論ずる。

需要面からは、そのようにして開発された、高品質・高付加価値の差別化商品の市場の醸成・成長である。これは言い換えれば、高度の教育研究を受け、科学技術の体系の蓄積を踏まえた研究開発能力のある、多様な高度人材は、同時に、高い所得を得て、高品質・高付加価値な差別化商品への強い消費マインドを持った、質の高い消費者層でもあるという、両面を兼ね備える必要があることを意味する。こうした人材・人的資源の育成・成長が不可欠である。

残念ながら、日本の現状をみると、(2.1)で明らかにしたように、需要サイドで、既に、逆の現象がみられる。すなわち、中所得者層の低所得者層への転落、所得格差の拡大、経済成長率の鈍化、所得の低下に伴う消費の質の低下・先進国市場の「汎用品化」の進展（「ファースト・ベスト市場」の萎縮と「セカンド・ベスト市場」の拡大）である。

その一方で、発展途上国・新興国市場は急速に成長し、「セカンド・ベスト市場」の拡大は急である。加えて将来の「ファースト・ベスト市場」の成長の可能性も高い。

こういった世界経済の最近の動向を踏まえて、先進国多国籍企業は、その競争力を最も発揮できるのは、「ファースト・ベスト市場」であることを十分認識した上で、「セカンド・ベスト市場」はもとより、現在及び将来の「ファースト・ベスト市場」を確保・開発するために、以下のような3つの戦略のいずれかを実施する必要がある。

- ① 全く新しいコンセプトの、新しい高級品（差別化商品）分野の創出に注力する。欧米企業。第III章の「現代の独占的競争Ⅱ型」を生ずる。
- ② 既存コンセプトの改良・高品質化・相対的低価格化を通じた新しい高級品（差別化商品）分野

の創出に注力する。日本企業。第Ⅲ章の「現代の独占的競争Ⅲ型」を生ずる。

- ③ アジア企業と協調・競争しながら、急速に先進国および発展途上国・新興国で拡大する汎用品化、すなわち、「セカンド・ベスト市場」の急成長に対応する。欧米企業（一部、日本企業）プラス・アジア企業。第Ⅲ章の「現代の独占的競争Ⅰ型」を生ずる。

発展途上国・新興国で近年顕著に見られる、「セカンド・ベスト市場」の急速な拡大・成長が、先進国多国籍企業にとって重要なのは、それが、本来、先進国多国籍企業の得意とする、新しい差別化商品市場、すなわち、発展途上国・新興国における新しい「ファースト・ベスト市場」の創出に、将来的には、つながる可能性があるからである。ゴビンダラジャン⁸⁾の強調する「リバース・イノベーション」が先進国多国籍企業にとって大きな意味があるとすれば、そうした新しい「ファースト・ベスト市場」を、発展途上国・新興国において創出できる可能性があるからに他ならない。

このため、先進国多国籍企業は、先進国市場および発展途上国・新興国市場において、上記①および②によって、新しい「ファースト・ベスト市場」の可能性を探ることになる。

但し、先進国多国籍企業は、発展途上国・新興国の市場特性については、現地企業がこれを熟知しているという「立地の優位性」をもつ点に留意する必要がある。

特に、③については、かなりの部分、新興国・発展途上国を基盤とした企業に、国際ビジネスの主導権を奪われる可能性がある。(1.2)で論じた「供給サイドの汎用品化」の結果、多くの経営ノウハウや生産技術に関する情報が標準化されて、先進国から、発展途上国・新興国に流入している。これは、発展途上国および新興国の企業から見て、「標準化・汎用品化された」技術・資本へのアクセスが、世界規模で、一層容易になっていることである。そうなると、現地の市場特性を熟知し、市場確保の主導権を握るものが、競争上、非常に有利になる。そこに「リバース・イノベーション」を行う新興国企業が競争力を持ちうる可能性がある。例えば、中国のカラータレビ市場における日本企業の衰退はこの好例であろう。

先の国際政経第18号において、筆者は、「先進国経済の低迷からの出口が当面見えない以上、新興国・発展途上国の市場を開拓し、これらの国に、日本企業の競争力を生かせるような「ファーストベスト市場」を根付かせていく必要がある。同時に日本国内および他の先進国の「ファーストベスト市場」を再開拓していく必要がある。」(参考文献37)と論じた。しかし、本稿では、これまでの検討を踏まえて、さらに一步を進めて、「先進国経済の発展と先進国を基盤とする多国籍企業の成長は表裏一体であり、先進国における「ファーストベスト市場」の再開拓こそ、先進国経済およびその国民にとって、必要不可欠である」ことを指摘・強調したい。そうしない限り、産業・科学技術・学術のコアは、発展途上国・新興国を含む外国に移り、自国の研究開発能力、科学技術、学問研究の蓄積は自国に留まらず、海外の産業・科学技術・学術のコアに向かって流出することが大いに考えられる。

注目すべきは、状況次第では、先進国多国籍企業は、先進国から離れ発展途上国・新興国の多国籍企業と競合しつつ、市場確保のため、そうした海外における産業・科学技術・学術のコアの形成に率先して邁進することは大いに考えられることである。

そうした視点を踏まえて、次の第Ⅲ章では、多国籍企業の上記3つの戦略とその根底にある3つのイノベーションを再考・検討する。

Ⅲ. 多国籍企業の3つの戦略と3つのイノベーションの再考

現代の世界規模での競争に勝ち抜くためには、企業は受動的に、費用節約のために「企業の限界」(R.コース)を定めるだけでは不十分である。それに留まらずに、能動的に、「産業および製品レベルでの事業活動領域開発競争、すなわち、企業の限界を押し広げるための競争（以下「境界拡張競争」）」を行う。こうした戦略により、一時的にせよ独占的な地位を築くことが、利潤強大化をはかり、永続的な成長を達成する基盤となるからである。但し、競合企業もまた、同様の「境界拡張競争」を行っている結果、一時的に独占的な地位の確立に成功した企業もまた、その地位は常に競合企業に脅かされている。

留意すべきは、現在行われている独占的競争が減衰し、完全競争市場に向かう力が実際に生じていることが観測されるのでない限り、現代の独占的競争の存在そのものが短期的であると不安定であるとはいえないことである。現実には、むしろ、こうした独占的競争は、プレーヤーは代わっても、経済の主要部分で、かなり永続的に行われているように見える。その戦略は、これまで論じてきた世界規模での「需要・供給両面での汎用品化」の潮流に加えて、「汎用品化しやすいか、しにくいかわ」という産業特性にも規定されて、3タイプに分かれる。下記に論ずる、現代の独占的競争Ⅰ型、Ⅱ型およびⅢ型である。その各々は固有のイノベーションと結びついている。

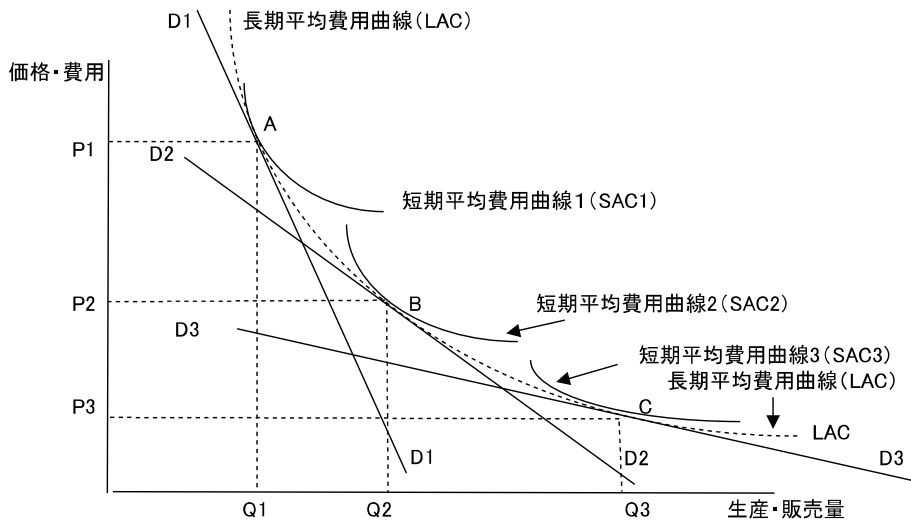
(3.1) 急激な費用逓減と破壊的イノベーション：「現代の独占的競争Ⅰ型」

第一に、半導体製造等のICTエレクトロニクス産業は、連続的な技術革新と設備投資の結果、製品（当該企業が素材・部品メーカーであれば、当該企業にとっての「製品」である素材・部品を含む）は比較的高品質を維持しつつも標準化され、その生産にあたっては、コストおよび価格の引下げ競争が、激烈になる。こうした価格引下げ競争を勝ち抜くためには、一層の大規模な設備投資や研究開発投資が連続的に必要となり、勝者となる企業は、規模の経済の達成をはかる過程で収穫逓増（費用逓減）を実現しうる。こうした競争の過程を通じて、当該新製品の標準化が加速し、製品ライフサイクルの短期化がすすみ、新製品は急速に汎用品化する。これが本来の意味の「供給サイドの汎用品化」であり、(1.2)で論じた「世界規模での供給サイドの汎用品化」の根底にあるものである。「現代の独占的競争Ⅰ型」は、この分野で典型的に見られる。すなわち、「供給サイドの汎用品化」と「現代の独占的競争Ⅰ型」とは密接な関係にある。その詳細について以下で論ずる。具体的には、図6に示したプロセスを辿って、収穫逓増（費用逓減）が実現されると考えられる。半導体製造等のICTエレクトロニクス製品・部品産業において、ひとたび開発された新製品のコンセプトが確立されてしまえば、連続的に、「破壊的イノベーション」に基づく標準化を推進することによって、費用・価格の逓減が図られる。クレイトン・クリステンセンのいう「破壊的イノベーション」⁹⁾は、本稿では、「製品コンセプトが確立し、供給サイドの汎用品化が進む過程で、顧客が満足できる程度の品質を持つ、より低価格の製品を開発して、既に潜在的には、セカンド・ベスト市場化している市場に持ち込むこと」であると定義する。

図6において、最初の破壊的イノベーション（これを「破壊的イノベーションA」とする、以下同様）に基づく設備投資を行って、一時的に独占的地位を享受できる差別化商品としての製品Zを生産している当該企業は、図1のA点で、右下がりの需要曲線D1D1に直面し、しかも、常に潜在的な競争圧力にあるために、短期平均費用曲線1は需要曲線D1D1に接している。なお、短期平均費用曲線1は、通常の意味の独占的競争では、競合先の競争圧力が顕在化しているという意味では、

図6 独占的競争I型

(筆者「現代の収穫逡増産業の国際競争：イノベーションと国際ネットワーク (2013)」)



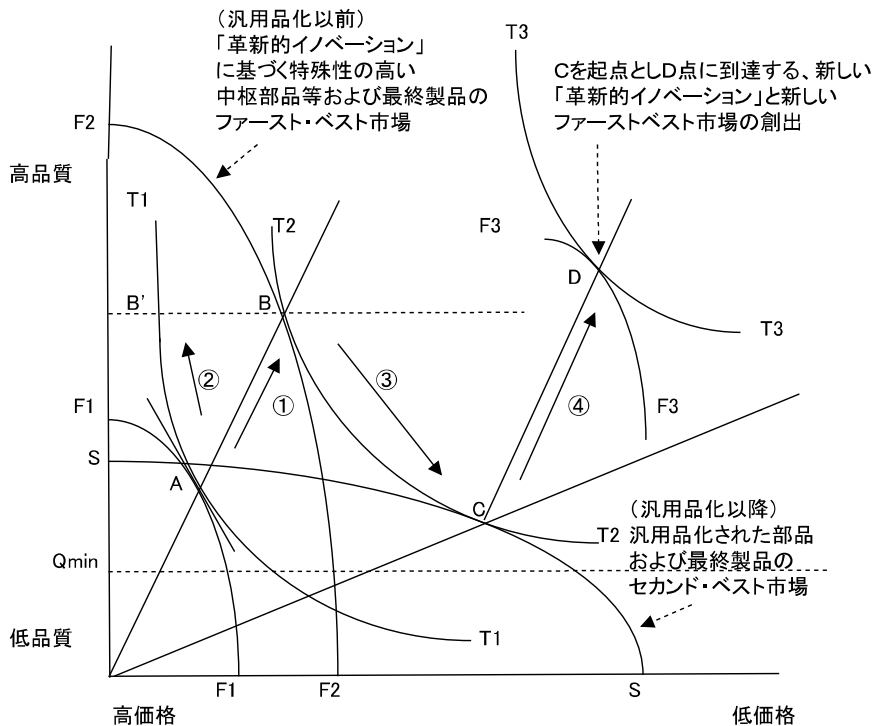
長期平均費用曲線に相当するものであるが、本稿では簡単化のために、これを短期平均費用曲線と読み替える。当該企業は、顕在的・潜在的な競争圧力のもとにありつつも、一時的には、差別化商品としての自社製品の独占的地位を享受できるという意味で、一種の独占的競争であり、競合企業も同様の破壊的イノベーションに基づく設備投資を行い、同様のポジションにあると考えられるために、一時的な独占者としての地位にもかかわらず、超過利潤は発生しない。図6で注目すべきは、潜在的・顕在的な競合先からの連続的な競争圧力の下で、当該企業は、より有利な競争上のポジションを目指して、新たな品質向上・コスト削減のための「破壊的イノベーションB」を行う動機を持つことである。「破壊的イノベーションB」のもとでは、製品Zは、より一層、標準化され、かつ量産化され、もう一段の規模の経済が達成可能になるためである。すなわち、当初達成されていたはずの規模の経済が、新たな「破壊的イノベーション」による「供給サイドの一層の汎用品化」に基づく、新しい規模の経済の達成によって凌駕される。図6において、こうした「破壊的イノベーションB」が新たな設備投資によって実現されれば、短期平均費用曲線2が実現され、当該企業はA点からB点にシフトし、競合先よりも有利なポジションにつく。しかし、現実には、これは大きなリスクを伴う経営判断を必要とする。なぜなら、図6のB点において、当該企業は、元のA点における販売価格P1をはるかに下回る販売価格P2を甘受しなければならないからである。当該企業が「破壊的イノベーションB」とそれに伴う設備投資を断行して、B点を達成するのに対して、こうした大きなリスクを伴う経営判断の出来ない競合企業は排除される。その一方、当該企業は、成功すれば、A点より低い平均費用を、B点において実現できる。同時に、全く新たに、「破壊的イノベーションB」に基づく設備投資を行って新規参入する企業もありうる。このような新規参入は、高いリスクテイクを嗜好する、(当該企業とは別の) アジア等の新興国企業 (EMS企業等) が、「破壊的イノベーションB」あるいはそれに類似の技術ノウハウを、日本企業あるいは、(3.2) で論ずる米国企業等から獲得する際に生ずる。以上の結果、当初A点にあった当該企業がB点にシフトしたときには、需要曲線はD1D1からD2D2にシフトする。

さらに、同様のパターンで、「破壊的イノベーションC」が設備投資によって実現され、C点が当該企業によって達成されるときには、さらに多くの競合先企業が退出を余儀なくされる一方、新たな新規企業の参入もあり、当該企業にとっての需要曲線はD3D3となる。このパターンが繰り返し起これば、結果的に、連続的な破壊的イノベーションとそれに基づく連続的な設備投資の結果、図6の長期平均費用曲線に沿って、価格＝長期平均費用（>長期限界費用）は「P1→P2→P3→（長期均衡価格）」に向かって、減少し続ける一方、当該企業の直面する需要曲線の傾きは、D1D1から、D2D2へ、さらに、D3D3へとますます緩やかになり、供給量は「Q1→Q2→Q3→（長期均衡供給量）」へと、増加する。

以上のA→B→C点へのプロセスは、長期で見た、技術革新を伴う収穫逡増（費用逡減）の過程そのものであり、これを、「供給面からの汎用品化」のプロセスと、捉えることができる。言い換えれば、ICTエレクトロニクス産業の新製品は、先進国および発展途上国・新興国の「需要サイドにおける急速な汎用品化」に対応して、連続的な破壊的イノベーションとそれを実現する設備投資によって、「供給サイドの汎用品化」を達成するものであり、当該産業は連続的な破壊的イノベーションを踏まえた、「規模の経済の達成過程にある」収穫逡増（費用逡減）産業である。この連続的な技術革新を踏まえた規模の経済達成を推進するのが、競合企業間の「現代の独占的競争Ⅰ型」である。

図6のA点からC点へのシフトは、品質と価格で市場の特性と技術的な生産面の特性を表した図7（国際政経第18号の筆者論文において論じた）において、矢印③で表される、同一技術体系T2T2に

図7 革新的イノベーション、破壊的イノベーション、ファーストベスト市場、セカンドベスト市場（筆者「現代の収穫逡増産業の国際競争：イノベーションと国際ネットワーク（2013）」）



沿ったB点からC点へのシフト、すなわち、品質と価格・費用の両面からとらえた「供給サイドの汎用品化」と同じ内容を持つものに他ならない。なお、「需要サイドにおける汎用品化」、は、図7におけるF2F2曲線（「ファースト・ベスト市場」）からSS曲線（「セカンド・ベスト市場」）へのシフトであらわされる。本項では、このプロセスを、生産費用の逓減（収穫逓増）に注目して、上記の通り、図6で論じた。図6では、品質については、明示的ではないが、図7においては、B点からC点への低価格化へのシフトの過程で、当該製品は、標準化され、品質は低下するものの、品質の低下割合は逓減し、しかも市場のニーズを十分クリアするものであることが明らかである。図6と図7を総合すれば、収穫逓増（費用逓減）を実現する一連の過程は、「供給面からの汎用品化」そのものであることが明らかである。半導体製造産業はその典型例で、当初日本企業が確立した「破壊的イノベーション」と大規模設備投資の方式に、韓国・台湾企業が参入し、今や中国企業が参入している。

注目すべきは、1980年代の日米半導体競争等においては、日本企業は、まさにこうした競争において勝者であったが、現在、半導体製造や薄型TV等で、価格引き下げ競争で打ち勝っているのは、韓国等アジアのいくつかのITエレクトロニクス・家電企業である。

この「現代の独占的競争Ⅰ型」の行き着く先には、二つの可能性がある。一つには、勝者である企業が、ライバル企業を徹底的に排除する一方、新規参入企業があまりなければ、当該企業は、結果的に独占利潤に近い大きな利益を上げるポジションにつく可能性がある。逆に「破壊的イノベーション」が広汎に伝播すれば、価格競争は激化し、一定数の競合企業による汎用品化への道は加速する。但し、こうした競合企業は、かなり大きな規模の経済を達成する能力を持たねばならない。

(3.2) 新製品の創出による「境界拡張競争」、急進的な、事前の、革新的イノベーションとオープンネットワーク：「現代の独占的競争Ⅱ型」

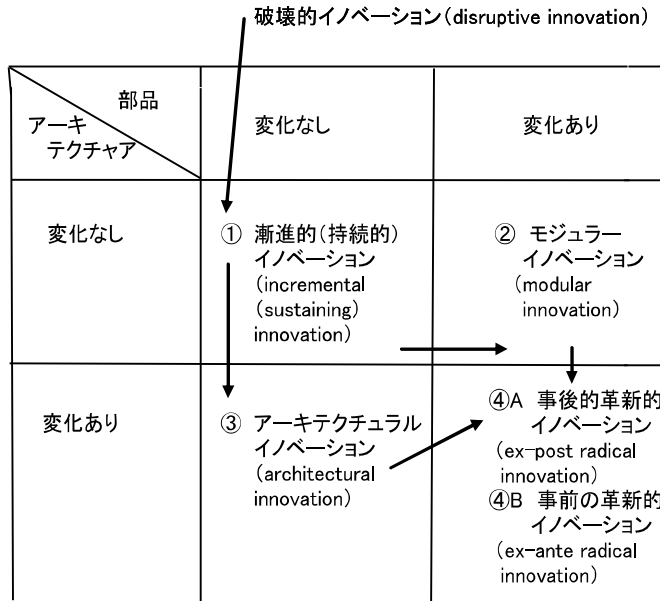
第二に、米企業アップルやグーグルのような「新製品の創出企業」が、これまで存在しなかった新製品の開発を速やかに「トップダウンによる、急進的な、事前の、革新的イノベーション」¹⁰⁾ によって行うことが、世界のICTエレクトロニクス産業全体の消長を、しばしば、決定する。これが、「現代の独占的競争Ⅱ型」を生ずる。

なお、「革新的イノベーション」¹¹⁾ とは、製品を構成するアーキテクチャ（ハード及びソフトの製品の基本コンセプト・基本設計）とモジュール（一個の独立したシステムを形成する基幹部品等）の両面において、全く従来にない、新製品を生み出すことである（ヘンダーソン、クラーク、1990）。

「急進的」としたのは（3.3）で論ずる「現代の独占的競争Ⅲ型」の「漸進的な事後的革新的イノベーション」が、図8にみるように、従来のコンセプトの基礎の上に、改良の積み重ねによる、長時間を掛けた、「モジュラー・イノベーション」（全く新しく、一個の独立したシステムを形成する基幹部品を創出する）および「アーキテクチャル・イノベーション」（全く新しく、ハード及びソフトの製品の基本コンセプト・基本設計を創出する）の、やはり長時間を掛けた総合の結果として生ずるのに対して、「急進的な、事前の、革新的イノベーション」は、既存のモジュール、アーキテクチャとは無関係に、新しいコンセプトが、アーキテクチャおよびモジュールの両面で産み出されるからである。

例えば、かつてのメインフレームに対するパソコンの発明およびそのOS（オペレーティングシステム）やMPUのようなアーキテクチャと主要機器の創出、さらに、最近のアイパッド、アイフォーン、アイパッド等の創出は、新しいコンセプトの創出が、産業、ひいては社会のあり方を大きく変

図8 イノベーションの諸類型（筆者作成）



えうることをあらわしている。大規模な市場創出能力のある新製品の開発を連続して行っていくことが出来れば、上記(3.1)で論じた「現代の独占的競争Ⅰ型」が激化して、ITエレクトロニクス分野でのプロダクト・ライフ・サイクルの短縮化と汎用品化が加速しても、「新製品の創出企業」は、新分野の開拓によって、これに対応し、競争力を維持できる。これが「現代の独占的競争Ⅱ型」である。

但し、第Ⅱ章で論じたように、マクロ経済的な困難から、先進国経済の低迷が進み、「ファースト・ベスト市場」の萎縮と「セカンド・ベスト市場」の拡大が生ずれば、「新製品の創出」にもマイナスの影響を及ぼす可能性はある。

その一方、ICTエレクトロニクス製品は、パソコン、スマートフォン、タブレットなど、(3.3)の「現代の独占的競争Ⅲ型」で論ずる、乗用車等と比べると比較的低価格であるため、発展途上国・新興国における膨大な「セカンド・ベスト市場」からも、新製品の「ファースト・ベスト市場」を生じやすいという優位性がある。その意味で、発展途上国・新興国における「セカンド・ベスト市場」から新製品の「ファースト・ベスト市場」を創出するという戦略を実現するに当たって、「現代の独占的競争Ⅱ型」に属する先進国多国籍企業および発展途上国・新興国多国籍企業は、「現代の独占的競争Ⅲ型」に属する先進国多国籍企業よりも、優位に立てる。

さらに、「現代の独占的競争Ⅱ型」に属する先進国多国籍企業は、「現代の独占的競争Ⅰ型」をコントロールすることも出来る。(3.1)で論じたように、供給面からの汎用品化の潮流を踏まえて、ハードウェアとしての新製品は米欧企業の主導する「破壊的イノベーション」によって、最初から標準化をはかれる。「現代の独占的競争Ⅱ型」に属する先進国多国籍企業は、これら新製品の製造は契約ベースで100%、アジアのサプライヤーに外注する一種のオープンネットワークによる国際分業を行うためである。こうしたアジア企業は、自ら率先して、(3.1)で論じた「現代の独占的競争Ⅰ型」に突入する。このようにしてハードウェアとしての新製品の価格競争力を、アジア企業との

提携（発注契約）で保持する一方、新製品のブランド支配力そのものは、米国等の新製品創出企業が確保することが可能である。

以上のメカニズムを図7で確認すれば、上記の「急進的な、事前の、革新的イノベーション」を行う米国企業は、B点において、新製品の市場を「突然」産み出す。新製品は、当初より急速に汎用品化することを見込んだ上で、積極的に「破壊的イノベーション」を自ら推進し、アジア企業等に、供給サイドの汎用品化を推進させる。アジア企業は、(3.1)の「現代の独占的競争Ⅰ型」で論じたプロセスをとり、図2のC点で競争力を確立する。

一方、「急進的な、事前の、革新的イノベーション」および「破壊的イノベーション」で主導権を握る米国企業は、図7のB点およびC点で表されるオープンネットワーク、すなわち、契約ベースの国際分業の主導権を握ろうとする。オープンネットワークで主導権をとることが、米国企業の戦略の核心である。アップル等の米国企業は、新製品の創発に関する自己の競争力の根幹部分は秘匿した上で、「意図して」「破壊的イノベーション」を推進し、技術移転を行って、ホンハイ等のEMS企業に生産を担当させることができる。(3.1)で論じたように、高いリスクテイクを選好するアジア等の新興国企業（EMS企業等）が、「破壊的イノベーションA, B, C」等に関する技術ノウハウを、米国企業等の新製品の創出企業から供与されることによって、「現代の独占的競争Ⅰ型」の競争は激化する。

再度確認すれば、このような状況の下で、新製品創出企業、すなわち、「現代の独占的競争Ⅱ型」を行う先進国多国籍企業は、新製品が完全に汎用品化する前に、新しい「急進的な、事前の、革新的イノベーション」の推進に注力し、次の世代の新しい新製品を創出することに努める。これが「現代の独占的競争Ⅱ型」の典型的なパターンである。これまで論じたように、**「現代の独占的競争Ⅱ型」を行う米国等の新製品創出企業は、「現代の独占的競争Ⅰ型」を行うアジア等のEMS企業と、オープンネットワークを結び、しかもこれをリードする関係にある。**

上記の経済取引交渉をリードする当事者である米国企業が、アジア企業等との経済取引上の自己の交渉力を強化するためには、「急進的な、事前の、革新的イノベーション」という情報の非対称性を意図的・戦略的に産み出して、自己の競争力の核心部分については、これを巧みに秘匿することによって交渉上の優位を固める。これは、「情報の非対称性のない、汎用品・標準化された財についての価格競争への傾向を強める」という完全競争的な市場の機能を弱めつつ、他方では、競争力の核心以外の部分については「フリー戦略」も含め、汎用品・標準財についての価格競争を徹底的に推進することによって、いわば市場の機能を通じて、両面で、駆け引きしつつ取引の主導権を握るとというのが、「現代の独占的競争Ⅱ型」と「現代の独占的競争Ⅰ型」の二つの競争で成功しようとする米国企業の戦略の基軸である。

但し、図7のB点における新製品の「ファースト・ベスト市場」およびC点における汎用品の「セカンド・ベスト市場」における、**発展途上国・新興国市場のウエイトが大きくなれば**、これまで基本的には製造を担当していたアジア等のEMS企業が競争力を強めて、自ら新製品の開発を行うブランド力のある企業を目指そうとする蓋然性は高まる。このとき、「現代の独占的競争Ⅱ型」の勝者の地位を巡って、米国等の新製品創出企業とこれら発展途上国・新興国企業との間で新しい競争が始まる可能性があり、先進国の新製品創出企業にとっては予断を許さない状況になる。その意味でも、先進国の新製品創出企業にとっては、母国である先進国経済の再生および先進国における「ファースト・ベスト市場」の再生は必要不可欠である。

(3.3) 事後的な新製品創出、漸進的な革新的イノベーションとクローズドネットワーク：「現代の独占的競争Ⅲ型」

「現代の独占的競争Ⅲ型」は、自動車産業に見られるように、製品および部品の汎用品化が緩慢にしか進まないという需要特性を持つ業種の、世界市場で生ずる。言い換えれば、この業種では、先進国でも発展途上国・新興国でも、「ファースト・ベスト市場」は健在である。

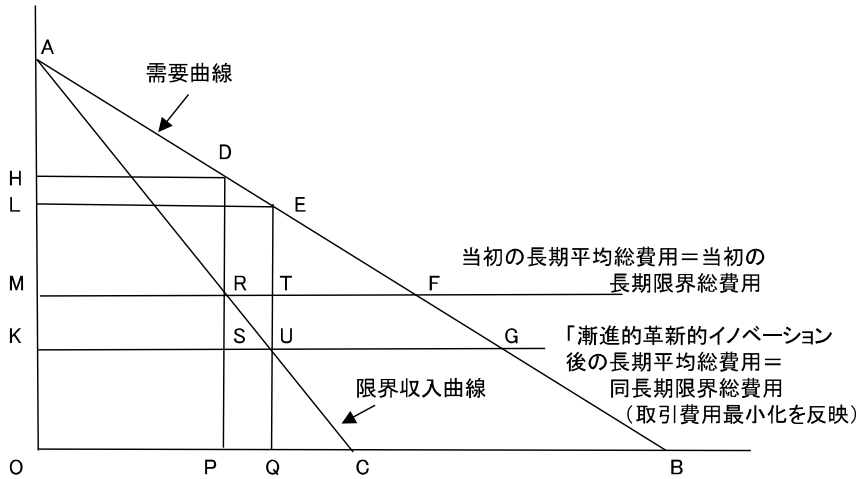
この場合、供給サイドでは、主要企業が、最新の技術を用いて、各々の基盤とする母国を中心に形成した「(当初の)最適規模の経済」に基づく生産システムはそれぞれ安定的である。日米欧の主要先進国ライバル企業の間ではほぼ同水準の最新技術に基づき、先進国を中心とした「ファースト・ベスト市場」において、ほぼ同水準の「長期平均総費用＝長期限界総費用」が共通に成立していると考えられる。単純化のために日米欧の主要先進国ライバル企業は、当初、図9の直線MRTFであらわされる同一水準の総費用を実現していると考えられる。そうした意味で「現代の独占的競争Ⅲ型」を行う産業は、製品および主要部品の汎用品化が容易には進まないという需要特性をフルに利用して、技術的に安定した生産システムのもとで、基本的に規模の経済を達成している成熟産業である。但し、本稿において、総費用は生産費用と取引費用¹²⁾の和である。なお、取引費用は、O. ウィリアムソンの定義によるものであり、市場取引に馴染みにくい「資産の特殊性の高い」財・サービスの経済取引において、取引当事者が機会主義的に行動する結果、発生する。特殊性が高い場合、取引費用は大きなものになる。本稿では、これまでの筆者の論文同様、こうした「資産の特殊性の高い」財・サービスを「特殊品」¹³⁾と定義する。本稿で定義した「ファースト・ベスト市場」は、高価格・高付加価値な差別化商品（製品）としての「特殊品」についての市場である。「特殊品」の対極にあるのが、「汎用品」であり、汎用品については、取引にあたり、取引費用の発生はほとんど無視でき、同時に市場で激しい価格競争が行われる。本稿では、一貫して、一定水準以上の品質を持つ汎用品が「セカンド・ベスト市場」で取引され、激しい価格競争が行われると想定している。

「現代の独占的競争Ⅲ型」のもとでは、日米欧ほぼ共通の現行技術水準の下で、最適な設備投資が遂行される結果、ほぼ同一の最小生産費用水準である「長期平均費用＝長期限界費用」が達成されていると考える。取引費用も、単純化のため、当初はライバル企業間で同等であるとする。こうした成熟産業は、主要企業（およびそのグループ）が、それぞれ世界市場のかなり大きな部分を占めているという意味で、世界市場で活動する主要多国籍企業による国際的寡占市場と考えることが出来る。

しかし、成熟産業といえども、自動車産業にみるように、世界市場は持続的に成長しており、成長する世界市場において、ライバル企業からの競争圧力によって、主要供給者である先進国多国籍企業は、技術革新に基づく、新製品の開発・供給、生産コスト削減・生産性向上を不断に行うことを迫られる。これが、「現代の独占的競争Ⅲ型」である。その意味で現代の成熟産業は「現代の独占的競争Ⅰ型」ほど、急激ではないが、収穫増産産業に転じている。「現代の独占的競争Ⅲ型」では、同時に、主要企業は、継続的な技術革新によって、自社の差別化商品の市場を一時的にせよ創出するという意味で、独占的競争を行っている。この状況を簡単に示せば、「現代の独占的競争Ⅲ型」に属する主要先進国多国籍企業は、先の単純化の前提に基づき、既に達成し得た規模の経済と既に獲得した差別化商品市場における一時的な独占的地位の故に、各々、図9にみるように、「企業の直面する価格＞平均総費用＝限界総費用＝限界収入」を実現して、R点で、「限界収入＝限界総費用」を達成し、D点で生産・販売を行い、超過利潤四角形HDRMを獲得している。これは、独占的競争のための継続的技術革新とそれに伴う設備投資を継続するに当たって、この超過利潤を経営資源と

図9 独占的競争Ⅲ型

(筆者「現代の収穫逓増産業の国際競争：イノベーションと国際ネットワーク（2013）」)



して利用することが出来ることを意味する。この点は、ハイリスク・ハイリターンを経営判断を常に迫られる「現代の独占的競争Ⅰ型」に属する企業とは大きく異なる状況である。

ところで、自動車産業のような複雑な機械組み立て産業では、関連部品の標準化・汎用品化がどれほど進んでも、基幹部品（機構部品）については「特殊品」の部分が大きく、関連部品サプライヤーも含む、各サブ生産システムの調整・同期化は、膨大な調整を要する作業であり、このとき、取引費用は必然的に膨大なものになる。主要な部品の多くが依然として高度な「特殊品」としての部品であるだけでなく、複雑な調整を要する総合組立もまた、高度な「特殊品」としての「サービス」であるためである。新製品の開発に当たっても、高水準の科学技術の蓄積はもとより、関連部門間の高度な調整が重要である。先に論じたように、総費用は生産費用と取引費用の和であり、生産費用が日米欧企業に共通であったとしても、このように「汎用品化」が進まない産業では、取引費用のウェイトが大きくなるため、取引費用の大小が、企業のコスト・価格競争力の重要な要素となる。

その意味で、汎用品化・標準化が進み、「破壊的イノベーション」が繰り返し行われるために、取引費用が無視されるほど小さくなってゆく「現代の独占的競争Ⅰ型」とは、事情が全く異なる。

このため、「現代の独占的競争Ⅲ型」では、日本企業は、主導的な地位を占めることができる。筆者は、これまで、図9の状況で、本節の冒頭で定義した「資産の特殊性の高い」「特殊品」の開発及び生産にあたり、生産および開発対象となる主要な財・サービスが「複合財としての特殊品」¹⁴⁾（資産の特殊性が高く、市場取引に馴染まない製品・完成品としての「特殊品」が、同様に「特殊品」である部品から構成される）であり、かつ、組立企業および部品企業共に「日本型選好」¹⁵⁾（当面の取引における機会主義的利益の獲得よりは、長期的な取引継続の利益を選好）を実現することができれば、不確実性を削減し、複雑性を軽減し、取引費用を最小化できる。ことを明らかにしてきた¹⁶⁾。

当該特殊品が「複合財としての特殊品」であること、および、「日本型選好」の条件が充足される場合には、部分的な企業内での調達（開発および生産）、そして部分的な市場での調達（開発の外注および市場での購入）によって、当該「特殊品」の調達にかかる取引費用が最小化されること

は、筆者自身が創案・論証した仮説・命題である。この2条件の下で「取引費用最小化」を達成するメカニズムについては、手島1996-2013、特に手島2011-2013を参照されたい。

今その結果のみを要約すれば、以下のとおりである。

「複合財としての特殊品」の調達に当たり、「日本型選好」の条件が充足されれば、部分的な内部調達（自社内開発および内製）および部分的な外注を最適に組み合わせることによって、取引費用を最小化できる。内部調達（自社内開発および内製）率を α とすれば、取引費用を最小化する、最適内部調達率は $J\%$ である。

このとき、

$$C1(J) + C2(100 - J) = \text{Min.}(C1(\alpha) + C2(100 - \alpha)) < C1(100) < C2(0) \quad (1)$$

$$G1 = G2 \quad (2)$$

$$Sc, Sc1, Sc2, \dots, Scn > S^* \quad (3)$$

である。

但し、上記および以下の数式において、 $C1$ は企業内取引費用、 $C2$ は市場取引費用、 $G1$ は企業内開発・生産費用、 $G2$ は市場開発・生産費用である。（）内は、調達する特殊品の内部調達率（自社内開発率および内製率） α （%）である。

資産の特殊性が十分に高いとき、 $C1(100) < C2(0)$ であること、および、 $G1 = G2$ が成り立つこと、は **O. Williamson¹⁷⁾** によっている。

内部調達率（自社内開発率および内製率） α （%）および最適内部調達率 J （%）のコンセプトについては、筆者の創案によるものである。

（3）式の Sc は、当該特殊品の特殊度を表し、 $Sc1, Sc2, \dots, Scn$ は、その構成部品の特殊度を表す。「複合財としての特殊品」は、（3）式が成立することを意味し、これら構成部品の特殊度は、各々十分に高いことが想定されているので、（1）式および（2）式は、その各々の部品レベルでも成り立つ。

上記（2）より、生産費用について

$$G1(\alpha) = G2(\alpha) \quad (2)'$$

となる。したがって、

$$G1(\alpha) + G2(100 - \alpha) = G1(100) = G2(0) \quad (2)''$$

ところで、企業にとって総費用は、開発・生産費用プラス取引費用である。

上記（1）および（2）'' が成立すれば、

$$\begin{aligned} \text{Min.}(C1 + C2 + G1 + G2) &= C1(J) + C2(100 - J) + G1(J) + G2(100 - J) \\ &< C1(100) + G1(100) < C2(0) + G2(0) \end{aligned} \quad (4)$$

が成立する。すなわち、J点において総費用が最小化される。

さらに、「日本型選好」の下では、取引の相手側が機会主義的に行動する危険性をそれほど被らずに、情報交換を十分に行いつつ、相互の研究開発費・生産費を削減することが可能である。関連企

業間の現場担当者同士の緊密な共同作業によって、時間をかけて、極秘情報を共有しながら、ハイブリッド自動車のような、これまでの製品コンセプトの延長線上にある、新製品を生み出すことができる。「日本型選好」の下では、着実に、先に、(2.2)で論じた「モジュラー・イノベーション」(新しいコンセプトの基幹部品、例えばハイブリッド・エンジンの創出)および「アーキテクチュラル・イノベーション」(新製品に関する新設計の創出、例えばハイブリッド自動車の基本設計)を積み重ねることによって、時間をかけて事後的に、新しいコンセプトの商品を開発する、革新的イノベーションにいたることが出来る。これが「日本型選好」に基づく「漸進的な、ボトムアップ型の事後的な、革新的イノベーション」¹⁸⁾である。こうした状況であれば、日本企業は、上記(4)式のGの水準そのものをライバル企業に比べて引き下げることが出来る。すなわち、日本企業は図9において、開発・生産費用および取引費用からなる総費用についての平均費用=限界費用の供給曲線MRTFを引き下げて、より低い費用水準(総平均費用)である直線KSUGを達成できる。

すなわち、組立企業および部品企業のモラルの高さによって、各生産工程が完全に同期化された中で、高品質の部品に基づき高品質の製品をつくりだし、完璧な受注生産を行うことが出来、しかも、ライバル企業よりも取引費用及び生産(開発)費用を削減できる。いいかえれば、複合財である特殊品の開発・生産に当たって、完璧性を要求する受注生産を達成するには、「非日本型選好」¹⁹⁾(長期的な取引継続の利益よりは、当面の取引における機会主義的利益の獲得を選好)による場合には困難であり、「日本型選好」による対応が必要となる。

しかも、関係当事者相互の機会主義的行動を恐れることなく、改善等を伴いつつ、付加価値を高めて差別化を推進することにより、ライバル企業にない高品質を実現できる。

さらに、次のような優位性もある。一般に、新製品開発のために、研究開発投資や設備投資を行えば、必然的に新しい不確実性を生ずる。こうした不確実性は膨大な取引費用の発生の危険性と、考えることができる。しかし、こうした「日本型選好」を行う企業同士は、組立て企業と部品企業の密接な共同作業により、取引費用を最小化できる。すなわち、「漸進的、ボトムアップ型の、事後的な革新的イノベーション」の実現による新たな「ファーストベスト市場」の獲得が可能である。これは、図7で、旧技術体系T1T1上のA点から出発して新技術体系T2T2上のB点を達成し、例えば、北米等の大規模市場において、ハイブリッド自動車等の新製品によって、新しいファーストベスト市場F2F2を獲得したことを意味する。米国等で事業展開を行うときには、「日本型選好」と「特殊品としての複合財」の競争優位を十分に生かすために、当然、関連企業間のクローズド・ネットワークを海外で展開することとなる。

このように「取引費用最小化」に基づく、不断の品質改良・生産性向上と「漸進的、ボトムアップ型の事後的な革新的イノベーション」が達成可能な日本企業は、品質・価格およびハイブリッド自動車等の新製品の開発に強力な競争力を生じ、競合先企業に重大な衝撃を与える。先に論じたように、図9において、日本企業は、生産費用の削減および取引費用の最小化を達成して、総平均費用MRTFをKSUGに引き下げることができる(これは、図7におけるAからBへの、矢印①に沿った動きに対応する)。この結果、図9において、生産・販売点は、DからEにシフトする(U点で、新たに、限界収入=限界(総)費用となり利潤最大化を達成する)。上記の取引費用最小化と生産費用低減のプロセスの相互作用により、一層の総平均費用の削減が可能であり、KSUGをさらに下に押し下げる結果、E点をF点に向かって近づけることが可能である。すなわち、日本企業は、「漸進的、ボトムアップ型の事後的な革新的イノベーション」により不断にコスト削減を実現することで、成熟産業を着実に収穫逦増(費用逦減)産業に転換することができる。

一方、米欧等の競合先企業は、競合先である日本企業からのインパクトに応じて新しい最適規模の達成と製品開発とをターゲットとする必要がある。図9において日本企業がE点を達成したのに、D点に留まることは、明らかに、競争上不利である。このとき欧米企業は、製品のブランド価値は保持したまま、主要部品等に関する「急進的な革新的イノベーション」に加えて、「破壊的イノベーション」によって部品の標準化・汎用品化を一層推進し、部品サプライヤーの範囲を世界規模で拡大して、新たな「最適規模の経済」を達成しようとする。これも、成熟産業を収穫逓増（費用逓減）産業に転換する一つの方法であり、標準化・汎用品化を出来るだけ利用するという意味で、上記の「現代の独占的競争Ⅰ型」に近い形で日本企業に対抗しようとするものである。しかし、「製品および部品の汎用品化が容易に進まない」という世界市場の需要特性が余り変化せず、また、全く新しいコンセプトの製品（電気自動車等）が、にわかに市場を席捲しない限りは、日本企業の「漸進的、ボトムアップ型の事後的な革新的イノベーション」は有効である。

但し、「汎用品化」の懸念が、自動車産業において全く存在しないわけではない。日本国内市場の汎用品化の事例を考えてみよう。

低価格の軽自動車への、一般消費者の非常に強い志向が顕著に見られることは、ICTエレクトロニクス家電製品だけでなく、自動車産業においても、明らかに、「需要サイドの汎用品化」への強い潮流が存在することを意味する。第Ⅱ章で論じたように、「所得の落ち込み→消費の縮小・設備投資の不振→国内市場の縮小→国内労働需要の減少→所得の落ち込み→（繰り返し）」という「デフレ・スパイラル」は、国内消費を弱め、限界消費性向を低くし、低価格品志向を強める。軽自動車ブームはそうした日本の消費動向の端的な結果である。これに対する、軽乗用車の高付加価値品化やハイブリッド自動車の高級車種への多様化・多角化等は、いわば、供給サイドの自動車企業による、「品質・価格両面で競争力のある新しい特殊品の市場創出」への企業努力である。需要サイドの汎用品化へのトレンドと供給サイドの「新しいファースト・ベスト市場創出」の努力とのせめぎあいは、予断を許さない。日本の自動車企業にとって米国等海外市場の事業成果のほうが日本国内よりも高いことから、汎用品化は、先進国の中でも、特に日本において強いことが窺われる。

(2.1)で論じた、日本国民の名目および実質所得の伸び悩みや減少は、国民の消費行動を余裕のないものとし、国内の「ファースト・ベスト市場」の成長を抑制し、「セカンド・ベスト市場」の拡大を促進する。明らかに、こうした「需要面からの汎用品化」は、日本企業の国際競争力の根底を掘り崩す。すなわち、「特殊品」が汎用品化すれば、取引費用は劇的に減少するために日本企業の「取引費用最小化」のメリットは失われ、代わりに、汎用品の価格競争に直面することとなる。

需給両面からの汎用品化が進んだ結果、今や、日本国内のICTエレクトロニクス家電製品の多くはメイド・イン・アジアの日本企業（ブランド）製品であり、既にアジア企業（ブランド）製品に置き換わっているものも多い。国内の汎用品化の傾向が強まれば、ICTエレクトロニクス家電産業に見られる傾向は、全ての産業に早晚波及していく。そうなれば、「ファーストベスト市場」における、競争力のある新製品の創出という日本企業の顕在的・潜在的競争力は生かされず、「高品質の消費の拡大が日本国内の高度の研究開発投資・設備投資の拡大につながる」という、日本経済および日本企業にとって望ましい、経済成長の良循環は顕現しなくなる危険性が大きくなる。自動車産業等にとっても、楽観できる状況ではない。

IV. 独占的競争とデフレ・スパイラル

「現代の独占的競争Ⅰ型」では、一層の標準化（汎用品化）と一層の規模の経済を目指して、大規模な設備投資と「破壊的イノベーション」のための研究開発投資が行われる結果、生産コストと販売価格の急速な低下を経験する。その最終ゴールは、汎用品の激しい価格競争により、「販売価格＝長期平均生産費用＝長期限界生産費用」を達成することであるが、これを実現するか、あるいは、そこまで至らず、何らかの差別化商品の段階に留まるかは、大規模な設備投資と研究開発投資の壁をあえて越える新規参入者の勢いの強さによる

新しい差別化商品を作り出す「現代の独占的競争Ⅱ型」では、米国企業が優位にあり、その目的は高価格な新製品創出による新規の大規模市場開拓だが、新製品のコンセプトに基づく最終製品が、独占的競争Ⅰ型を通じて速やかに汎用品化するとすれば、独占的競争Ⅱ型を主導する企業に対しても、価格引下げ圧力はかかる。

日本の自動車産業等が競争力を保持する「現代の独占的競争Ⅲ型」では、既に安定した技術基盤の上に、規模の経済を達成しており、各国主要企業が、差別化製品の市場を確保できることから販売価格＞長期平均「総」費用（生産費用＋取引費用）＝長期限界「総」費用（生産費用＋取引費用）を達成可能である。独占的競争Ⅰ型ほどは、標準化・汎用品化が急速にすすまず、「資産の特殊性の高い」部品から構成される差別化商品による競争においては、部品調達等における取引費用のウェイトは大きい。

日本企業は、(3.3)で論じたように、差別化商品の企業内調達（内製・開発）および市場での調達に際して膨大になりがちな取引費用を最小化し、「長期平均総費用＝長期限界総費用」を、不断に削減できる。これに基づく、日本企業による「漸進的な、ボトムアップ型の事後的な革新的イノベーション」による製品の品質改善・費用通減・新製品開発が国際競争を誘発し、世界規模で生産コストと販売価格は低下する。但し、そのペースは、独占的競争Ⅰ型に比べると緩やかである。

このように独占的競争Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ型のかかわる全産業で、価格低下傾向が見られるのは、日米欧およびアジア諸国において共通の、近年のトレンドである。

但し、日本の場合には、欧米等に見られない顕著な特徴がある。第Ⅱ章で論じた図5を用いてこの点を確認しよう。第Ⅱ章で論じたように、需要サイドのショックにより、総需要が減少し、加えて、第Ⅲ章で論じたように、3種類の独占的競争の結果、価格低下傾向が強まれば、労働の需要曲線には、連続的な下方圧力が加わり、LD1→LD2→LD3への下方シフトが連続的に生ずる。

このとき、欧米諸国の場合、日本と異なり、労働者が、賃金引下げには抵抗があるものの、雇用削減にそれほど抵抗しないとすれば、労働供給曲線はLS1に留まると考えられる。このため、均衡点は、労働供給曲線LS1に沿って、LE0からLE2, LE6へとシフトし、賃金水準はW6に下落する。これは、日本の賃金下落の結果であるW5ほどは低くない。その一方、欧米の雇用水準はL6と、日本のL5に比べてかなり落ち込む。言い換えると、「より良い職を求めて失業している膨大な自発的失業者」（L0-L6の規模の失業者）が発生することになる。賃金水準の引下げに労働者・労働組合が抵抗すれば、賃金水準はW6よりは高止まりするものの、既に膨大な失業者に、さらにL0-L6よりも大きな非自発的失業者が加わることになる。

これに対し、日本の場合には、第Ⅱ章で論じたように、労働供給曲線が、LS1→LS2→LS3へと下方にシフトする結果、均衡点は、LE0→LE3→LE5へとシフトし、失業者の増大はL0-L5の規模に抑制されるが、賃金は、W1からW5へと大きく低下する。

こうした日本の特性の背景には、日本企業が、独占的競争Ⅲ型で大きな競争力を持つことがある。上記の「取引費用最小化」という日本企業の国際競争力の実現のためには、「特殊品」の調達・開発に際して、(3.3)で論じたように、「当面の取引における機会主義的な利益を獲得するよりは、長期的・永続的な取引関係を確保することの利益を選好する」という、「日本型選好」を取ることが基本的な条件である。「日本型選好」は、発注先企業とサプライヤーの関係にも、企業内の経営者と従業員の関係にもなりたつ。後者は、労働市場の動向に大きな影響を及ぼし、経営者も従業員も、名目賃金（物価上昇率の上下幅が少ない最近の日本では実質賃金にほぼ等しい）の低下を犠牲にしても、現在の雇用を確保する方向に動きやすい。

留意すべきは、「現代の独占的競争Ⅲ型」では日本企業は依然として国際競争力を保ち、「販売価格>長期平均総費用=長期限界総費用」を維持しているのに対し、独占的競争Ⅰ型では、標準化・汎用品化と規模の経済の一層の実現を踏まえて、低価格化への競争を行うことから、取引費用は急激に減少し、日本企業はその競争力を十分に活かすきれないことである。それにもかかわらず、こうした産業においても、従来の雇用慣行から大きく逸脱することは容易でない。ICTエレクトロニクス産業等では、激烈な価格競争と「取引費用最小化」の優位性減少の現状に直面しつつも、企業の製品調達および新製品開発体制は、「現代の独占的競争Ⅲ型」とほぼ同等であり、価格低下にもかかわらず、「日本型選好」のもとで、雇用削減を最低限に押しとどめようと努力し、賃金の上方硬直性または下落を招くことになる。ICTエレクトロニクス産業のような主要産業の企業の賃金決定動向は当然、他業種にも大きな影響を及ぼす。これが失業率は比較的低水準のまま、名目賃金が低迷するという日本の特性の背景にある事情であると考えられる。これは、実質賃金の低下は比較的 low 水準に抑えられる一方、失業率は増大するという、欧米の傾向とは大きく異なることになる。

最近のデフレ・スパイラルの背景には、(2.1)で論じたマクロ経済上の課題に加え、こうした日本の主要産業の競争力の変化と日本産業の特質に基づく賃金の上方硬直性または下落の傾向があるとみられる。その結果としての、個人名目所得の減少は、第Ⅱ章で論じたように、産業競争力の不確実性への不安もあり、個人消費の減少につながり、消費の減少に伴う国内市場の低迷は、(3.3)で論じたように、国際競争力を維持している自動車産業等にも大きな影響を及ぼす。

独占的競争Ⅰ型、Ⅱ型およびⅢ型は、世界的に一般的であるが、上記の理由から、先進国の中でも、特に日本において、賃金の上方硬直性または下落と価格の横ばいまたは下落のデフレ・スパイラルが産み出され、深刻化する。

下の(5)の標準的な「フィリップス曲線」の式は、日米独に共通だとしても、過去の経緯から、日本の期待インフレ率は米国およびドイツに比べてかなり低く、むしろ期待デフレ率であると考えられる。

$$\pi = E\pi - \beta(u - u^*) + v \quad (5)$$

π : インフレ（デフレ）率

$E\pi$: 期待インフレ（デフレ）率

$u - u^*$: 循環的失業

v : 供給ショック

要約すれば、日本では、依然として競争力を保有している産業・企業も、既に競争力を失いつつある産業・企業も共に「日本型選好」の特性が強いために、欧米諸国よりもデフレ・スパイラルに

図10 日米独の消費者物価上昇率
(IMF, World Economic Outlook Data Base, April 2013)

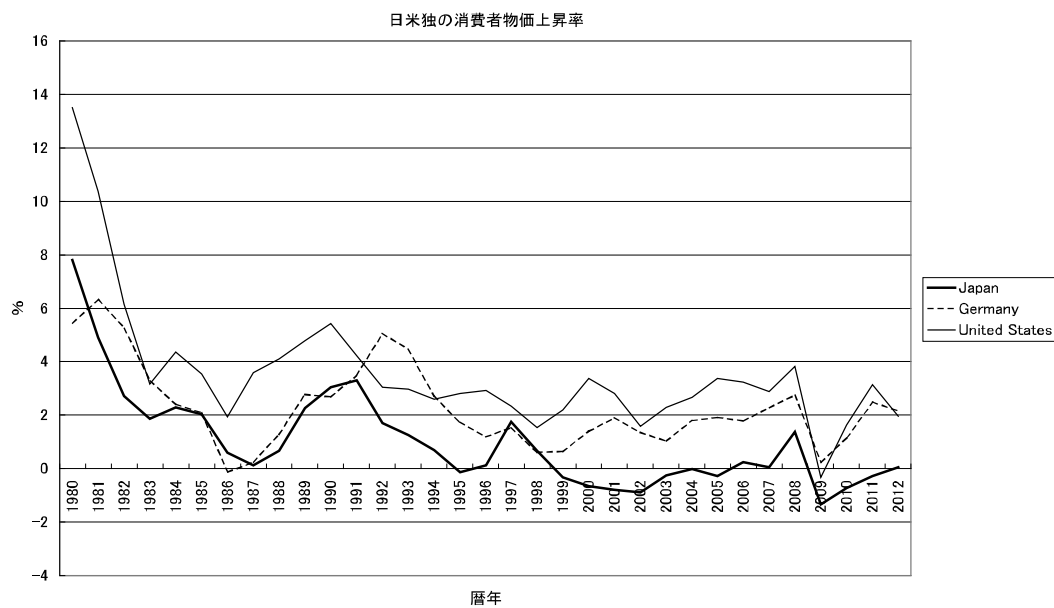


図11 日米独の失業率
(IMF, World Economic Outlook Data Base, April 2013)

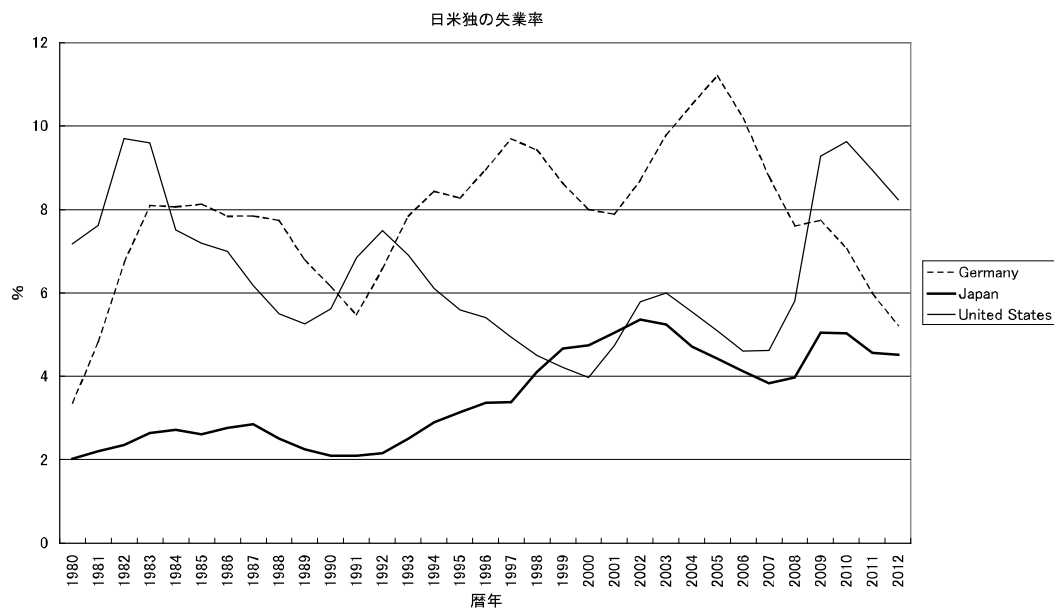
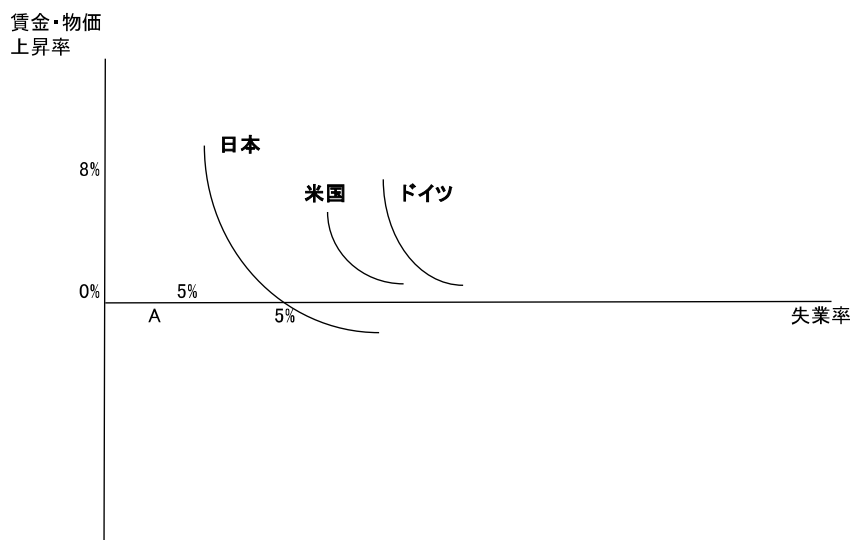


図12 日本と米国・EUのフィリップス曲線
（筆者作成）

$$\pi = E\pi - \beta(u - u^*) + v$$



陥りやすい傾向にある。その結果が、図10の「日米欧3カ国の消費者物価推移の相違」および図11の日米独の失業率の相違に現れている（5）式における日米独の期待デフレ率の相違を「フィリップス曲線」の相違であらわせば、ほぼ図12のようになると考えられる。この現状を打破するには、図3において、国内消費と国内投資を拡大して、IS曲線を右にシフトさせるしかないが、(2.1)で論じたように、金融緩和も財政拡大も既に限界まで発動されており、余力に乏しい。したがって国内消費と国内投資の拡大のために企業のなすべき役割は大きい。この点について、最後の第V章で、詳しく論ずる。

V. 結論、若干の処方箋

本稿で論じてきたことをとりまとめれば、今、日本にとって最も緊要なことは、日本の国内市場の再構築である。すなわち、日本国内の「ファースト・ベスト市場」の再構築こそが、日本企業の競争力の再生および日本経済の再生を可能にするものである。

一人当たりGDP、4.6万米ドル（IMF、2011年：同年米国は4.8万米ドル、ドイツは4.4万米ドル）、人口、1.27億人（同、2011年：同年米国は3.12億人、ドイツは、0.82億人）の大規模市場である日本を、少子高齢化・人口の長期停滞という固定観念によって、「今後の可能性が少ない、あるいは、ほとんどない」と、みるのではなく、新たな「ファースト・ベスト市場」を創出できるチャレンジの場、自らの競争力再生のための死活にかかわる場と、日本企業は、捉えるべきである。このチャレンジに成功することこそが、日本企業固有の国際競争力再生と直結する。

一方、マクロ経済的な視点から需要サイドの汎用品化の流れを緩和し、ファーストベスト市場を拡大するためには、図2のAD曲線をAD3の位置から可能な限り、AD_nに近づけることが必要であ

り、それは、第VI章の最後で論じたように、民間投資と民間消費の再活性化によって行うしかない。そのためには、企業と消費者の双方が、日本経済に対する信頼感を回復することが必要不可欠であり、特に、将来の所得についての消費者の信頼回復が必須で、名目所得の引き上げを通じた期待実質所得増加が不可欠である。今後、期待インフレ率が上昇するのであれば、名目賃金の引き上げは、現状を維持するためにだけでも必要である。

この両者の相乗効果が実現できたときにはじめて、高品質の消費の持続的拡大と、国内における高度な研究開発投資と設備投資の増加という日本経済成長の良循環を期待できる。

どちらの施策を行うに当たっても、最も重要なのは、「幅広い能力を備えた高度人材の大規模な育成」である。高度人材は、需要および供給の両面から日本経済を支え、成長を推進していくものである。供給サイドから見て、上記の1.27億人の日本国民が、一人当たりGDP、4.6万米ドルを維持・増加していくのに必要なことは、一人当たりの付加価値生産額を高めることであり、それを達成する唯一の方途は、高度科学技術の蓄積とそれを新しい「ファースト・ベスト市場」創出に結びつけ、実現することの出来る「幅広い能力を備えた高度人材の大規模な育成」である。最も留意しなければならないのは、こうした大規模で幅広い能力を備えた高度人材は、需要サイドでも主要な役割を果たすことである。先進国多国籍企業が最も競争力を発揮する「ファースト・ベスト市場」の主たる顧客となるのはまさに、「ファースト・ベスト市場」創出に当たっての供給サイドの主力でもある、大規模で幅広い能力を備えた高度人材層そのものである。多国籍企業は必然的に現在、最も有力な「ファースト・ベスト市場」のあるところ、および、将来、最も有望な「ファースト・ベスト市場」のあるところで最高度の研究開発を行うことに留意すべきである。したがって、先進国、特に、日本にとって、絶対にささねば成らない、最も重要な戦略は、自国内に、最も有力な「ファースト・ベスト市場」、および、将来、最も有望な「ファースト・ベスト市場」を創出することであり、そのためになすべきことは、「ファースト・ベスト市場」創出に当たっての需要・供給両面の主力である大規模で幅広い能力を備えた高度人材層の日本国内における育成である。

これを実現する際にぜひとも超えなければならない大きな障壁がある。本稿の最後にその点を強調したい。

現実には、かなりの日本企業は、本稿で再三強調した、需要・供給両面からの汎用品化の下で、企業組織のあり方と企業競争力の大きなミスマッチに直面している。

(3.3)で論じた「取引費用の最小化」は、日本企業の国際競争力の淵源であるが、これを達成することの出来る重要な要件は、「日本型選好」と「複合財としての特殊品」であった。後者の「複合財としての特殊品」については、後で論ずる。今、前者の「日本型選好」に着目すると、日本企業は、「短期の機会主義的利益よりは長期的取引関係の保持を、より選好する」という「**日本型選好**」を行う「**日本型人材**」²⁰⁾に、その特性を最大限発揮させ、取引費用最小化の実を挙げ、国際競争力を実現できる組織を形成してきた。日本企業は、この目的達成のための諸制度、すなわち、終身雇用制度（総合職の正規社員に対し、期限の定めのない雇用契約を行う）、ジョブローテーション、職能評価による遅い昇進、退職金、企業内年金・保険制度、海外留学を含む企業内研修制度等の諸制度を完備した企業組織をもち、これら諸制度は、同一企業内に長期間留まり、機会主義的行動をとらずに生涯にわたって、「日本型選好」をもって会社に貢献するように、従業員を動機付ける。筆者は、こうした日本企業の組織特性を**TCM (Transaction Cost Minimization : 取引費用最小化) 型組織**²¹⁾と定義してきた。

TCM型組織は、(3.3)で論じた「現代の独占的競争Ⅲ型」においては依然として非常に有効な「企

業固有の競争優位（O Advantage）」である。問題は、(3.1) および (3.2) で論じたように、「現代の独占的競争Ⅰ型」や「現代の独占的競争Ⅱ型」においては、TCM型組織は、必ずしも有効な「企業固有の競争優位（O Advantage）」となりえない点である。

特に、これから日本企業が注力すべき、境界拡張競争である「現代の独占的競争Ⅱ型」においては、欧米企業、特に、米国企業の**SMD（Specialty Market Development：特殊品市場開発）型組織²²⁾**のO Advantageの方が有効であると考えられる。SMD型組織は、「非日本型選好」（長期的取引関係の保持よりは短期の機会主義的利益）を保有する「非日本型人材」より構成され、高いリスクをとりながら、グローバルな市場性のある、新しいコンセプトの新製品や新ビジネス・モデルを連続的に創出すること、および、新製品についてのブランドの確立・標準化・差別化等による市場支配に長けている。すなわち、SMD型組織は、先端産業分野における「境界拡張競争」に、TCM型組織よりも適合している。

それは、「日本型選好」をもつ「日本型人材」の5つの特性、すなわち、

- ① 個人の思想・意思の表明よりは集団の中での調和の重視。
- ② ハイリスク・ハイリターンよりはローリスク・ローリターンを志向
- ③ 頻繁な転職によるキャリアアップよりは同一の職場（企業内）での昇進を選好
- ④ オープンでドライなネットワーク形成よりは比較的限定された範囲での濃密なネットワークを志向
- ⑤ 自由な発想と指導性を尊重するよりは方向性と枠組みが与えられた領域での精緻な分析と作業を重視

と、「非日本型人材」の5つの特性、すなわち、

- ① 集団の中での調和よりは個人の思想・意思の表明の重視。
- ② ローリスク・ローリターンよりはハイリスク・ハイリターンを志向
- ③ 同一の職場（企業内）での昇進よりは頻繁な転職によるキャリアアップを選好
- ④ 比較的限定された範囲での濃密なネットワークよりはオープンでドライなネットワーク形成を志向
- ⑤ 方向性と枠組みが与えられた領域での精緻な分析と作業を尊重するよりは自由な発想と指導性を重視

とを、比較しても明らかである。SMD型組織の方が、TCM型組織よりも、世界規模で人材を集めることが容易である。

第Ⅳ章で論じたように、日本企業は、「現代の独占的競争Ⅲ型」にある企業だけでなく「現代の独占的競争Ⅰ型」も「現代の独占的競争Ⅱ型」にある企業も基本的にTCM型組織である。しかし、最近20年間、「現代の独占的競争Ⅰ型およびⅡ型」における日本企業は深刻な状況に直面してきた。すなわち、これらの独占的競争における競争上の不利・経営不振から、度重なる早期退職の勧奨、賃金カット、非正規社員の拡大等を行い、「日本型選好」に基づくTCM型組織の基盤である、経営者と従業員との信頼関係を掘り崩し、「日本型選好」に基づく「取引費用最小化」の競争力そのものも損なってきたからである。

これまでの本稿の議論を踏まえれば、「現代の独占的競争Ⅰ型およびⅡ型」にある日本企業には二つの選択肢しかない。

一つの選択は、SMD型組織への起死回生の変容をはかり、「現代の独占的競争Ⅱ型」において競争力を発揮できるだけの新しい経営資源を蓄積して、新しい人的資源を養成すること、また、もう

一つの選択は、自社のこれまでの経営資源を生かしうる、新しい「複合財としての特殊品」の大市場を創出し、併せて、崩れかかったTCM型組織を再生させること、このいずれかの選択を早急に行うしかない。

(以上)

参考文献

- (1) AOKI, Masahiko (1988) *Information, Incentives and Bargaining in the Japanese economy*, Cambridge: Cambridge University Press
- (2) Buckley, Peter J. “Government Policy responses to strategic rent-seeking transnational corporations” *Transnational Corporations Journal*
- (3) Christensen, Clayton M. (1997) *The Innovator’s Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business School Press
- (4) DUNNING, John H. (1993) *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Wokingham: Addison Wesley Publishers Ltd.
- (5) HAMEL, Gary (2006) “The Why, What and How of Management Innovation” *Harvard Business Review*, February, 2006
- (6) Henderson. Rebecca M. and Clark. Kim B. [1990] “Architectural innovation: the reconfiguration of existing product technologies and the failure of established firms – Technology, Organizations, and Innovation,” *Administrative Science Quarterly*; 1990 (March)
- (7) TEJIMA, Shigeki (1998) “Japanese international investment in the regions of East Asia and the Pacific: a horizontal division of Labor?” In: Mirza, Hafiz (ed): *Global Competitive Strategies in the New World Economy: Multilateralism, Regionalization and the Transnational Firm*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd., pp. 214-241
- (8) TEJIMA, Shigeki (2000): “Japanese FDI, the Implications of “Hollowing Out” on the Technological Development of Host Countries,” In: *International Business Review* 9, pp. 555-570
- (9) TEJIMA, Shigeki (2000): “The Effects of the Asian crisis on Japan’s Manufacturing Foreign Direct Investment in Asia,” In: Blechinger, Verna. and Lgewie, Jochen. (eds): *Facing Asia—Japan’s role in the Political and Economic Dynamism of Regional Cooperation*, Munchen, IUDICIUM Verlag GmbH, German Institute for Japanese Studies, pp. 199-216
- (10) TEJIMA, Shigeki (2003): “Japan’s Manufacturing FDI in China—Its Characteristics in Comparison,” In: Haak, Rene and Hippert, Hanns G. (eds): *Focus China—The New Challenge for Japanese Management*, Munchen, IUDICIUM Verlag GmbH, German Institute for Japanese Studies, pp. 61-81
- (11) TEJIMA, Shigeki (2006) “Changing Competitiveness of Japanese Firms and Role of Japan’s FDI” *The Indian Economic Journal* Vol. 54 No. 1, April-June, 2006, pp. 83-111
- (12) TEJIMA, Shigeki (2012) “Japanese firms’foreign Direct Investment (FDI) and its international competitiveness” *Journal of International Politics and Economics* Nishogakusha University, No. 18, March 2012
- (13) DOZ, Yves (2006) “Optimizing Meta-national Innovation Processes”, INSEAD, Fontainebleau and Singapore, A paper for the RIETI Policy Symposium “Global Management and Innovation of Japanese Enterprises-The strength of Global Management and Future Challenge” Tokyo, January 26th, 2006 “Tapping the world for Global Innovation”
- (14) United Nations, UNCTAD, World Investment Report, 1991-2011
- (15) WILLIAMSON, Oliver E. (1983) *Markets and Hierarchies—Analysis and Antitrust Implications*, New York, The Free Press
- (16) WILLIAMSON, Oliver E. (1985) *The Economic Institutions of Capitalism*, New York, The Free Press
- (17) WILLIAMSON, Oliver E. (1986) *Economic Organization: Firms, Markets and Policy Control*, London, Wheatsheaf Books, Ltd.,
- (18) WILLIAMSON, Oliver E. (1995): (ed) *Organization theory from Chester Barnard to the Present and Beyond*, New York and Oxford, Oxford University Press
- (19) 青木昌彦・安藤晴彦編著 [2002] 「モジュール化—新しい産業アーキテクチャの本質」東洋経済新報社
- (20) クレイトン・クリステンセン (玉田俊平太監修、伊豆原弓訳) [2001] 「イノベーションのジレンマ—技術革新が巨大企業を滅ぼすとき」翔泳社
- (21) 経済産業省、「海外事業活動基本調査」第28回—38回

- (22) ゴビンダラジャン, V. & トリンブル, C. (渡辺典子訳) [2012]「リバーズ・イノベーション—新興国の名もない企業が世界市場を支配するとき」ダイヤモンド社
- (23) 手島茂樹 [2001]「海外直接投資とグローバリゼーション」中央大学出版部
- (24) 手島茂樹 [2002]「成熟産業における組立企業と部品企業の最適取引形態とその国際展開について」『二松学舎創立125周年記念論文集』 pp. 147-188
- (25) 手島茂樹 [2006]「変革期における日本企業の対外直接投資—日本企業の競争力強化への道」国際ビジネス研究学会年報2006 pp. 151-169
- (26) 手島茂樹 [2007]「日本の製造業企業の国際競争力—海外展開を通じた流失と再生」、『季刊 国際貿易と投資』第70号 2007年冬号 pp. 4-18
- (27) 手島茂樹 [2007]「日本型選好、日本型人材、「費用最小化（CM）型組織」に立脚した日本企業は、海外事業を通じて、その国際競争力を再生できるか」『異文化経営研究』第4巻 pp. 42-57
- (28) 手島茂樹 [2008]「日本企業の海外事業展開におけるTCM組織からMD組織への変革と創造的オープンネットワーク形成の可能性—大連等に進出した日米欧アジア企業の経験の検証」『国際政経』第14号、pp. 33-49
- (29) 手島茂樹 [2009]「国際金融危機・世界同時不況が日本企業の直接投資戦略に及ぼす影響」『季刊国際貿易と投資』No.76 2009年夏号 pp. 5-19
- (30) 手島茂樹 [2010]「変化期の日本企業の国際競争力と成長戦略」『世界経済評論』2010 Vol. 54 No. 2、pp. 33-40
- (31) 手島茂樹 [2010]「世界金融・経済危機が日本企業の直接投資戦略に及ぼす影響」『多国籍企業研究』第3号 pp. 77-115
- (32) 手島茂樹・藤原弘共著 [2010]「世界同時不況下での生き残りをかけて」（株）リプロ、第1章・第3章・第7章
- (33) 手島茂樹 [2011]「日本企業の海外事業展開が日本企業の国際競争力に及ぼす影響及び今後の課題：新しいイノベーションの視点」『季刊国際貿易と投資』No. 83 2011年春号 pp. 64-78
- (34) 手島茂樹 [2011]「日本企業の海外事業展開を通じた日本の産業競争力再生は可能か」『国際政経』第17号、pp. 21-46
- (35) 手島茂樹 [2012]「海外事業展開を通じた日本企業の国際競争力再建」『季刊国際貿易と投資』No. 87 2012年春号 pp. 52-69
- (36) 手島茂樹 [2012]「協調と競争：イノベーションから見る日本の競争力」『世界経済評論』2012 Vol. 56 No. 4、pp. 29-34
- (37) 手島茂樹 [2012]「国際経済の歴史的な転換点の元で、世界金融経済開き及び欧州ソブリン危機に直面する日本企業の国際競争力の現状と課題」『国際政経』第18号、pp. 1-19
- (38) 手島茂樹 [2012]「海外直接投資と新興国の発展・新興国企業の成長」多国籍企業学会著『多国籍企業と新興国企業』第2章、pp. 33-56、文眞堂
- (39) 手島茂樹 [2012]「現代国際経済における独占的競争：成熟産業の収穫増産産業化と南北間格差の収斂」『二松学舎大学国際政経論集』第19号、pp. 17-33
- (40) 手島茂樹 [2013]「現代の収穫増産産業の国際競争：イノベーションと国際ネットワーク」『季刊国際貿易と投資』No. 91 2013年春号 pp. 101-120
- (41) 延岡健太郎、伊藤宗彦、森田弘一 [2006]「コモディティ化による価値獲得の失敗：デジタル家電の事例」『RIETI Discussion Paper Series』06-J-017
- (42) 浜田宏一 [2013]「アメリカは日本経済の復活を知っている」講談社
- (43) 深尾京司、日本経済研究センター編 [2008]「日本企業の東アジア戦略—米欧アジア企業との国際比較」日本経済新聞出版社
- (44) 藤本隆宏 [2011]「設計比較優位説のプロセス的基礎」『生産性とイノベーションシステム』第6章、日本評論社
- (45) 宮崎智彦 [2008]「ガラパゴス化する日本の製造業」東洋経済新報社
- (46) 村上泰亮 [1992]「反古典の政治経済学—進歩史観の黄昏」中央公論社
- (47) 八代尚宏 [2009]「労働市場改革の経済学」東洋経済新報社
- (48) 吉川 洋 [2013]「デフレーション」日本経済新聞出版社
- (49) 和田一夫 [2009]「ものづくりの寓話」名古屋大学出版会
- (50) 渡辺聡子、アンソニーギデンス、今田高俊、[2008]「グローバル時代の人的資源論—モチベーション・エンパワーメント・仕事の未来」東京大学出版会

注

- 1) 「汎用品」。経済取引をするに当たって、売手と買手との間に情報の非対称性がなく、取引費用が発生しない財・サービス。注13)の「特殊品」の対極にある概念。参考文献(11)(12)および(23)－(40)を参照。
- 2) 参考文献(11)(12)および(25)－(40)を参照。
- 3) イノベーションによる成長」の概念についてはM. ポーターの「国の競争優位」によっている。これをベースにした筆者の議論については、参考文献(37)および(38)を参照。
- 4) 「ファースト・ベスト市場」に関する筆者の議論については、参考文献(30)－(40)を参照。
- 5) 同上
- 6) 同上
- 7) 同上
- 8) 参考文献(22)を参照。
- 9) 参考文献(20)を参照。
- 10) 参考文献(11)(12)および(29)－(40)を参照。
- 11) 参考文献(6)を参照。
- 12) 参考文献(15)－(18)を参照。
- 13) 同上
- 14) 参考文献(12)および(34)－(40)を参照。
- 15) 参考文献(7)－(12)および(23)－(40)を参照。
- 16) 同上
- 17) 参考文献(16)
- 18) 参考文献(11)(12)および(29)－(40)を参照。
- 19) 参考文献(7)－(12)および(23)－(40)を参照。
- 20) 参考文献(11)(12)および(27)－(40)を参照。
- 21) 同上
- 22) 同上