

産業・企業研究

——「産業ヘゲモニー」と発信力の移り変わり——

川上 桃子

産業・企業に関する研究は、その時々の世界のリーディングセクターを制する企業と、そのような有力企業を数多く生み出す国の産業システムへの関心に駆動されて発展する。本稿では、花形産業における「勝ち組企業」やその輩出国が握る経済パワーを「産業ヘゲモニー」と呼ぶこととし、過去30年におけるその移り変わりがアジアの産業・企業研究の視角に与えてきた影響を論じる。

なお、本稿は、台湾を中心とする東アジアの産業を研究してきた筆者自身の関心の移り変わりを強く反映した論考である。広い裾野を持つアジアの産業・企業研究の全体像とその変化は、他にも様々な角度からの整理が可能であることをお断りしておきたい。

●自動車産業の時代と日本の「産業ヘゲモニー」

1970～80年代の日本の自動車メーカーの世界的躍進は、産業・企業に関心を寄せる研究者に大きな衝撃を与え、80年代半ば以降、数多くの優れた研究を生み出した。代表的な成果に、浅沼万里のサプライヤーシステム論、小池和男の知的熟練論、藤本隆宏とキム・クラークによる自動車産業の製品開発組織の国際比較等がある。また青木昌彦は、比較制度分析の視点から日本企業とアメリカ企業の情報構造をモデル化し、分権的な構造を持つ日本企業の強さを理論的に示した（参考文献①）。

自動車産業における日本の成功は、アジアの工業化政策にも影響を与えた。アジアの主要国の政府は、強い後方連関効果が見込まれる自動車産業の育成を工業化政策の支柱に掲げ、外資系メーカーの誘致と、部品の国産化規制等を通じた地場企業の育成に力を入れた。この時期のアジアでは、政府も研究者も、自動車産業の発展に一国経済の未来を重ねていたのだ。

「自動車産業の時代」とそこでの日本の産業ヘゲモ

ニーは、この時期のアジアの産業研究のアプローチにも様々な影響を与えた。まず、日本企業研究の知見が、分析の出発点として援用されることとなった。筆者も、日本の自動車産業の成功要因として指摘された論点——サプライヤー・メーカー間関係、熟練形成システム、産業政策の役割への関心を胸に、アジアでの企業調査を始めた世代の一人である。このようなアプローチは、日本を基準点とし、アジア各国の実態をそこからの隔たりによってとらえる視点でもあった。

自動車産業に強い関心と期待を寄せる視点はまた、軽工業から組立型機械産業を経て、重化学工業の発展をゴールとして展望する単線的な産業発展観、および一国のなかに様々な産業と、その川上から川下までの機能を持つことをよしとするフルセット主義の産業観とも分かちがたく結びついていた。

●モジュラー化の時代とアメリカの産業ヘゲモニー、アジアの台頭

しかし、このような産業観は、2000年代以降の「モジュラー化の時代」の到来とともに、揺らいでいくこととなる。

1990年代以降、インターネットや高速通信網の急速な発展、半導体技術の進歩を追い風として、パソコン、通信機器等のデジタル機器の生産が急拡大した。また、テレビやカメラのように、もともとは設計や生産にあたり、部品間の綿密な摺り合わせやエンジニアの熟練が必要であった「インテグラル（摺り合わせ）型」アーキテクチャの製品が、部品やソフトウェアを組み合わせることで簡単に設計・製造できる「モジュラー（組み合わせ）型」の製品へと転換した。モジュラー化の波はさらにエレクトロニクス産業を越えて、関連産業にも広がった。こうして、日本メーカーが得意とした「匠の技」的なものづくりに代わって、産業を構成す

る工程が細かく分割され、各工程がそれに適した国や企業に割り当てられる分業型ものづくりの時代が到来した。

この新たな局面で「産業ヘゲモニー」を握ったのはアメリカ企業であった。アメリカ企業は主に、基幹部品や中核ソフトウェアのベンダー（インテル、マイクロソフト）、商品企画に強みをもつブランド企業（アップル）、強力なプラットフォーム型サービスの供給者（グーグル、アマゾン）として、産業の最上流ないし最下流から産業全体に及ぶ強い影響力を確立した。

一方、モジュラー型製品・部品の量産や設計を一手に引き受けることになったのが、東アジアの新興工業国である。なかでも韓国、台湾、中国は、完成品のみならず、液晶パネルや半導体といった基幹部品においても急速に台頭し、ハードウェアの作り手としての揺るぎない地位を確立した。

このような変化は、アジアの産業・企業研究の分析テーマにも変化を引き起こした。第1に、軽工業から重化学工業、ハイテク産業へと至る発展段階を想定し、一国の産業発展をこれに沿った階梯上昇として捉える産業観が、大きく揺らぐこととなった。むしろ、それぞれの国や企業にとっての発展の課題は、グローバルな産業内分業のどこにどのように参入し、いかにしてより付加価値の高いポジションへとシフトするか、という点に移った。第2に、「自動車産業の時代」には、直接投資による技術・生産システムの企業内国際移転が途上国の技術発展の重要な経路として注目されたが、モジュラー型の産業では、この経路が多様化し、分析対象も広がった。具体的には、製造設備や部品の取引を通じた技術の国際普及やエンジニアの国際移動を通じた知識の拡散といった、独立した企業間での技術や知識の移動の分析が新たなテーマに加わった。

●複雑化する産業マップ、単純化する分析視角

モジュラー化の時代の到来と、産業ヘゲモニーの移動は、産業・企業研究のアプローチにも変化を引き起こした。

この時期、複雑化する世界の産業マップを理解するうえで有効な分析ツールとして注目されるようになったのが、製品アーキテクチャ論である。デジタル・エレクトロニクス製品の分野では、アメリカや台湾、中国が際立った強みを発揮する一方、乗用車や高機能型

の素材分野では、依然として日本企業が傑出した競争力を発揮している。新宅純二郎らは、このような産業ごとの勢力図の違いを、製品のアーキテクチャと、国ごとの組織特性の間のフィットという視点から説明する（参考文献②）。

ゲリー・ジェレフィらが提唱した「グローバル・バリュー・チェーン論」も、グローバルな産業内分業のなかでの企業成長を分析する視点として、研究者の関心を集めることとなった（参考文献③）。これは、製品やサービスの企画から販売にいたる国境を越えたプロセスを付加価値創出活動の連鎖（バリュー・チェーン）としてとらえ、チェーンのなかでの先進国企業と途上国企業の非対称なパワー関係や、途上国企業の発展経路を実証的に分析する視点である。

かつて、日本企業が花形セクターとしての自動車産業でヘゲモニーを握っていた時代、日本の研究者たちは、一見特殊にみえる「日本型生産システム」の持つ経済合理性を説明することを通じて、産業・企業研究の地平を押し広げることに挑んだ。

これに対して、ともにアメリカ発の議論である製品アーキテクチャ論やグローバル・バリュー・チェーン論は、多様な属性をもつ産業や、個性を異にする国々の企業を同一の枠組みのなかで理解しようとする枠組みだ。そこでは、産業や組織の質的な差異は、パラメータの違いとして把握され、分析視点のもつ産業横断的な汎用性が強調される。普遍的な「社会科学」知を志向する、アメリカらしいアプローチであるともいえる。産業ヘゲモニーの移り変わりは、産業や企業の説明枠組みを発信する力の移り変わりも引き起こすのだ。

（かわかみ ももこ／アジア経済研究所 地域研究センター）

《参考文献》

- ① 青木昌彦著・永易浩一訳『日本経済の制度分析——情報・インセンティブ・交渉ゲーム——』筑摩書房、1992年。
- ② 新宅純二郎・天野倫文編『ものづくりの国際経営戦略——アジアの産業地理学——』有斐閣、2009年。
- ③ Gereffi, Gary and Raphael Kaplinsky eds., “The Value of Value Chains: Spreading the Gains from Globalisation,” *IDS Bulletin*, Vol.32, No.3, July 2001.