

氏名	チャン 張	シュウ 淑	メイ 梅
学位(専攻分野)	博士(経済学)		
学位記番号	論経博第328号		
学位授与の日付	平成18年7月24日		
学位授与の要件	学位規則第4条第2項該当		
学位論文題目	企業間パートナーシップの経営		

論文調査委員 (主査) 教授 日置弘一郎 教授 末松千尋 講師 D.ヤルナゾフ

論文内容の要旨

本論文は、競争優位を獲得するためにパートナーシップが重要であることを示し、その生成・維持のメカニズムを解明すること、さらに経営上の含意についての理論枠組みの構築を目的とする。

「日本的パートナーシップ」が日本企業の競争優位の源泉であるとの指摘(Dyer & Ouchi, 1993)があり、さらに日本の自動車産業における親企業の統制力と下請企業の交渉力の変遷についての港の研究、あるいは日本企業の下請関係における取引成立から信頼関係が確立されるまでのプロセスについての三輪や浅沼などの研究が系列の競争優位を論じている。これらの研究を企業間パートナーシップの視点から再構成する。さらにサプライ・チェーンにおける協力関係や、競合企業間の水平的提携関係も含めて、機能連携のパートナーシップのマネジメントについても理論化を意図している。本論文は7章から構成され、各章の内容は以下の通りである。

第1章は企業間パートナーシップの理論的根拠を探り、企業間関係のあり方として相互利益、相互信頼をもつパートナーシップの有効性が高いとの仮説を提示する。

第2章では、パートナーシップの形態を分類し、その特性と形成条件について分析する。とりわけパートナーシップ形成のプロセスにおける信頼およびパワーの果たす役割について注目し、それらがパートナーシップ形成の基礎条件であることを分析する。

第3章では、日本の自動車産業における組立メーカーとサプライヤーとの長期的関係の歴史の変遷を考察しながら、パートナーシップのダイナミズムの解明を試みる。日本の自動車産業における長期継続取引のプロセスから、パートナーシップは常に対等な関係を保っているわけではなく、パワー優位性が存在し、それがパートナーシップをダイナミックなものにしていることを分析する。さらに、パワーと信頼が相互作用しながらパートナーシップの形成・維持のプロセスに影響を与えることを検証する。

第4章は、パートナーシップの形成および維持について重要な役割を果たす企業の独自性に焦点を当てる。企業独自性の源泉はコア能力にあり、コア能力の構築がパートナーシップのプロセスと方向性に影響することを分析する。

第5章では、異なる形態のパートナーシップにおける情報共有の実態を考察しながら、パートナーシップを通じた組織間学習の仕組みを検討し、また、それを成功させるための要因を探る。

第6章では、Weickの組織化の進化モデルを用いて、パートナーシップの維持に対する情報共有と信頼を分析する。この分析はパートナーシップのダイナミックな性向を説明する理論的根拠を示すと同時に、パートナーシップ存続の条件を提示している。

第7章では、パートナーシップの形成および存続のメカニズム、とりわけ、安定性と柔軟性を確保するための構造を検討する。パートナーシップの安定性を維持するには、組織間学習および信頼構築が重要である。ここでパートナーシップにおける調整役の特徴と役割が注目される。長期的な信頼関係から生まれがちな硬直性を防ぎつつ、環境変化に対応するために、それぞれのパートナーは相互作用を通じてともに学習し、進化する関係を築く必要がある。こうしたパートナーシップの進

化の成否は企業の組織能力に大きくかかっている。本章はこの能力をリンケージ能力という概念を用いて説明する。結論としては、パートナーシップの経営は、組織間学習を通じたコア能力の向上や調整役の存在により安定性を維持すると同時に、リンケージ能力により柔軟性を確保することが重要である。コア能力とリンケージ能力の同時構築がパートナーシップ存続のカギであるといえる。パートナーシップの有効性を維持しつつ、その存続を確保するためには、一方でパートナーシップを安定化させるための仕組みを工夫しながら、他方でパートナーシップの柔軟性を生み出す仕組みを組み込むことが不可欠である。このような安定性と柔軟性という矛盾する要求を共存させてきたところに、トヨタグループに代表される日本企業のパートナーシップの特徴があり、またこのことが日本企業の競争優位の源泉でもあったと考えられる。終章では、総括と今後の研究課題について検討される。

論文審査の結果の要旨

本論文の目的は、中小企業論の立場から系列関係を企業間パートナーシップという視点を設定することで解明しようとする点にある。系列という現象は、市場を前提として合理的企業行動をとった結果として生じたとは考えにくく、その解明はさまざまな領域から試みられた。経済学での取引コスト概念は、この現象を取り扱う上で大きな進展をもたらし、他領域でもこの概念が受け入れられるようになった。しかし、中小企業論では、中小企業の合理的な経営行動の結果として系列が生じたことを説明することが求められている。中小企業論の実証研究の蓄積は、系列が必ずしも取引コストの低減を目的として形成されたわけではないという事実が明らかにされてきたことを前提において、それが行動様式として定着してきた事実を発生過程として理論的に説明したことに、この論文の学問的意義があると評価される。そのために、中小企業論では高い評価を受けている。

本論文では、まず、パートナーシップが競争優位をもたらす構造を分析する。取引コスト論を含めて、既存の研究を渉猟し、企業間の提携が競争優位を生み出すことを論証する。この論証は丹念で十分な検討が加えられている。次いで、パートナーシップ形成のメカニズムが信頼概念を中心として検討される。ここで、系列を意識して、提携する企業間のパワーに差異がある状況においても信頼が形成されることを論じる。パワー格差が存在する状況でも信頼は形成され、有効に機能することが綿密に検証されている。信頼によってパートナーシップの優位が理解されると、それが組織学習によって強化され、定着するメカニズムが存在すると説明される。

このような説明は、取引コスト概念の代替的説明として、試みられてきた議論をパートナーシップ概念によってまとめたものとして、中小企業論の中では高く評価されている。しかし、他方でそのことが問題を引き起こしている側面も否定しがたい。パートナーシップの概念がどこまでの現象をカバーするかについて、かなり広い範囲を設定して提示されているために、理論的困難を生じている。それは、現在の企業間連携が系列だけではなく、異なる文脈による企業間の協力関係が生じているためである。例えば、大企業間における戦略的提携は、互いの経営資源を相補的に用いることによって資源効率を高めることが目的であり、純粋に相互の計算だけで成立する。系列の場合の信頼関係とは異なるレベルの信頼で処理可能であり、市場概念での企業行動とは異なるが、本論文で論じるパートナーシップでは分析枠組みとして不十分である。また、戦略的提携の延長にあると考えられるアウトソーシング、あるいは、研究開発を通じた開発組合やコンソーシアムも、ここでの分析からは外れる。さらに、産業クラスターで論じられているような中小企業間の連携も、相互信頼はなされているが、長期固定的な性格を持っているわけではなく、著者が主張するようなリンケージ能力を発揮することによるパートナーシップの維持がなされるわけではない。

つまり、系列に特化した企業間連携を想定して、理論枠組みを設定したために、パートナーシップの一般理論として提出されているながら、その全体像をとらえているわけではない。この点において、本来の理論関心を明確に系列にのみ焦点を当てて論じるが必要であったといえる。理論対象を企業間連携の一般論に展開しようとしたために、異なる文脈での企業間連携をも含み込み水平的パートナーシップとして論じられているために、その部分は切れ味が悪いものとなっている。

しかしなお、系列分析としての枠組みを提示し、系列現象の経営学的含意を論じていることは学問的貢献であり、本論文を博士（経済学）の学位論文として価値あるものと認める。

なお、平成18年6月12日論文内容と、それに関連した試問を行い、合格と認めた。