

# 經濟論叢

第139卷 第1号

菱山泉教授記念號

---

|                     |         |     |
|---------------------|---------|-----|
| 献 辞                 | 池 上 惇   |     |
| 經濟表のプロブレマティーク       | 平 田 清 明 | 1   |
| ロックにおける貨幣数量説のミクロ的基礎 | 根 岸 隆   | 22  |
| 関係レントとその分配交渉        | 浅 沼 萬 里 | 39  |
| 消費者余剰とローザンヌ学派       | 山 下 博   | 61  |
| 均斉成長の不均衡動学分析        | 山 谷 恵 俊 | 82  |
| 機械化と労働雇用            | 塩 沢 由 典 | 109 |
| 1930年代の経済学再考        | 伊 東 光 晴 | 130 |
| 資本の限界効率と使用者費用       | 瀬地山 敏   | 156 |

菱山 泉 教授 略歴・著作目録

---

昭和62年1月

京 都 大 學 經 濟 學 會

## 関係レントとその分配交渉

浅 沼 萬 里

### はじめに

最近の論文 Asanuma [5]の中で、私は、企業間で行われる中間生産物の継続的取引に対応するレントの概念を導入し、取引されるべき中間生産物の価格に関して売り手企業と買い手企業との間で行われる交渉を、このレントの分配をめぐる交渉として意味づけた。

このレントの概念は、Aoki [1]が企業内労使関係の分析にさいして導入した「組織レント (organizational rent)」と同一のクラスに属すると考えられる新しい理論的概念であり、私は、これを「関係レント (relational rent)」とよぶことにする<sup>1)</sup>。

この概念の意味と、それが分析の上で果たしうる役割を、いっそう明確にすることが、この論文の目的である。

Iの節で、私がどういう狙いにもとづいて関係レントという概念を導入しようとしているかを説明する。次に、IIの節で、この概念と、その分配交渉のモデルとの経験的基礎となる事実を知るために私が行った調査の結果を、III以下で必要となる限りにおいて要約的に示す。IIIの節で、関係レントの分配交渉のモデルを提示し、価格交渉をめぐる種々の企業行動が、このモデルを媒介にすることによって統一的に分析できるようになること、および、種々のタイプの企業間関係が、このモデルのスペシャル・ケースとしてカバーされうること—より一般的にいえば、このモデルが企業間関係の存在様式の一つのスペク

1) この名称は青木昌彦教授の示唆に負う。

トラムに対応するものであることを示す。IVの節は、結びである。

## I なぜ関係レントに着目するか

### 1 継続的取引の重要性

標準的なマイクロ経済理論のシステム——以下ではこれを「新古典派のシステム」とよぶことにする——に対して、これまで、さまざまな批判が提起されてきた。とりわけ、このシステムの中の企業のモデルについて、その非現実性を衝くタイプの批判が数多く書かれている。しかし、次のような論理的関係を明確にとらえた上で行われている批判は少ないように思われる。

新古典派のシステムに現われる企業のモデルの特性は、同じシステムが持つ市場のモデルの特性の反映、もしくは論理的帰結であるにすぎない。たとえば、しばしば、この企業のモデルにおいては企業が生産関数としてとらえられていて、組織としての企業は表現されていないという批判が行われる。しかし、企業がそのようにとらえられるのは、(モデルに明示的に登場してこない、「企業者」が黒子として行っているサービスを除くと)すべての労働サービスが、必要のつど、「市場」で調達されうると考えられているからである。さらには、中間生産物や金融サービスも、同様に、必要のつど、「市場」で調達されうると考えられているからである。

上に「市場」と私が書き表わしたものは、市場一般ではなく、新古典派のシステムの中で、事実上、取引をコントロールするメカニズムの唯一の存在様式であるかのように扱われ、かつ一種のノルムの役割を担わされている完全競争の市場のことを指す。

この市場は、それに参加する経済主体の間関係に着目すると、あるラウンドにおいて主体Aと主体Bの間で取引が行われたとしても、同じAとBの間で次のラウンド以降も継続的に取引が行われる必然性が存在しないという性質を持っている。いいかえると、このタイプの市場では、取引当事者間関係はスポット的である。この側面に強調を置いて、このタイプの市場のことを、以下

では「スポット市場」とよぶことにする<sup>2)</sup>。

私の研究の基礎にある基本的な認識は、現実の経済においては、スポット市場とは異なるタイプの、取引をコントロールするメカニズムが重要な地位を占めているという認識である。少なくとも現代においては、多くの重要な分野で、同じ1組の経済主体の間で継続的に取引が行われている事実が観察される。この種の取引においては、継続的な関係を保ちながら、しかも、諸種の環境変動に応じて調整や適応を行うことを可能ならしめるようなコントロールのメカニズムを発展させることが必要とされ、この必要性にもとづいて発展してきたメカニズムの作動特性が、深部において経済のパフォーマンスを規定している。これが私の基本認識である。

スポット市場とは異なるタイプの、取引をコントロールするメカニズムを研究することは、それ自体としても興味深い仕事であるが、それにとどまらず、冒頭に述べた理由によって、新古典派の企業モデルに代る、より現実的な企業の理論モデルを構築するための不可欠の基礎作業という意味をも併せ持つであろう。

このような認識にもとづいて、私は継続的取引に注目する。

## 2 取引をコントロールするメカニズムの二つの側面

取引ということばを、私は、ある経済主体から他の経済主体への財またはサービスの引き渡しという意味に用いる。

この財またはサービスの引き渡しという実物的フローを実現するにはコントロールが必要であるが、そのコントロールには、二つの側面がある。一つは、需要側が必要とする質、量、タイミング等に、供給を適合させるという側面である。もう一つは、財またはサービスの引き渡しの対価を定め、それを実現するという側面である。前者を「実物的なコントロール」、後者を「価格・分配

2) この用語法はスポット市場ということばの日常的な使い方と全く同じではない。たとえば、この論文の意味でのスポット市場には、先物市場も含まれる。

面のコントロール」とよぶことにしよう。

スポット市場では、環境条件の変動に応じて市場価格が敏速に動くことを通じて、需要量と供給量とが調整され、これと同時に分配面も調整されている。スポット市場が持つメカニズムは、コントロールの二つの面が同時に、価格の動きを媒介にして行われて行くようなメカニズムである。だが、継続的取引をコントロールするメカニズムについては、このことは必ずしも当てはまらない。環境条件が変動した場合、需要量に供給量を適合させることは比較的速やかに行われるが、価格・分配面の調整は、より長いインターバルで行われることが多い。

したがって、継続的取引をコントロールするメカニズムを研究するには、メカニズムの二つの側面を区別した上で、それぞれを調べ、両者を合せて全体像を組み立てるというアプローチが必要になる。

### 3 内部労働市場

スポット市場とは異なるタイプの、取引をコントロールするメカニズムを、そのようなメカニズムを抽出するという明確な目的意識を持って調べた最初の著作は、おそらく、Doeringer and Piore〔7〕であろう。

これをさきかけとして、労働については、継続的取引をコントロールするメカニズムの研究が、かなりの程度、積み重ねられている。この結果、鉄鋼、化学、自動車、その他の機械などの基幹的な製造業の大企業に雇用されているブルーカラー労働者については、日本でもアメリカでも、(1)典型的には雇用関係が継続的であること、および(2)その関係の内部では、労働の需要と供給のマッチングについても、労働報酬の決定についても、スポット市場とは異質のメカニズムができていくことがわかっている。以下では、Doeringer and Piore〔7〕の用語を採用して、このメカニズムを、「内部労働市場」とよんでおこう。

Doeringer and Piore〔7〕や小池〔9〕のもっとも大きな功績は、内部労働市場の二つの側面のうち、実物的なコントロールのメカニズムがどのようなもの

であるかをフィールド・ワークにもとづいて明らかにしたこと、および、そのようなメカニズムができてい理由について理論的考察を行ったことである。

かれらの研究や、他の人びとの研究によって、今日では、かれらが見いだしたようなメカニズムが生じ展開する基本的な原因を次の要因に帰すべきであるという考えが、広く承認されるに至っている。その要因とは、内部労働市場が典型的に見いだされるような領域においては、技能形成方式として OJT (on-the-job training の略。仕事につけた上での訓練) がもっとも有効であること、および、OJT の結果として、多少とも「企業に特種的な技能 (firm-specific skill)」が労働者に体化された人的資産として形成されることである。

#### 4 組織レントの概念

OJT によって企業に特種的な技能が形成されるとすれば、ある企業に現に継続的に雇用されている労働者が提供する労働は、スポット市場である外部労働市場で必要のつど調達されうる種類の労働とは質の異なる、よりグレードの高い労働であるということになり、また、他の企業に現に継続的に雇用されている労働者によっても、ただちには代替されがたい場合が少なくないということになる。

Aoki [1] は、この認識が内部労働市場のもう一つの面、すなわち価格・分配面でのコントロールに対して持つインプリケーションを追求した。かれは、内部労働市場を持つタイプの一つの企業に雇用されている従業員の総体が形成する集団に注目する。かれらは OJT にもとづいて一つの有機的なチームとしての技能を獲得しているから、外部労働市場で調達されうる種類の同数の労働者によっては達成不可能な生産性を挙げることができ、この超過生産性は、この企業が実現する一種の超過収益もしくは剰余の一つの源泉となる。

とはいえ、かれのモデルでは、従業員集団だけが剰余の源泉であるとは考えられていない。株主集団が提供する資金も、企業の物的資産に体化されて、剰余のもう一つの源泉となるものと考えられている。これがどういう資産かは詳

細に説明されていないが、モデルの中で、この企業が右下りの需要曲線に面すると想定されていることから推して、この企業は製品の差別化に成功していて、それは株主の寄与にもとづくと考えられていると見るべきであろう。

こうして、株主集団と従業員集団は、ともに剰余を生み出すことに貢献し、また、そのことによって、それぞれ、この剰余の分配を要求する根拠を持つ。Aoki〔1〕は、この剰余を組織レントと名づけ、その分配シェアが両集団の相対的交渉力に依存して決まるというアイデアに、ナッシュ交渉ゲームの理論的枠組みを用いた分析的モデルによる表現を与えた。

日本でもアメリカでも、少なくとも労働組合が組織されている分野では、労働の報酬の水準は、労使間で定期的に行われる交渉の結果によって規定され、かつ、最低賃金など、スポット的に雇用される種類の労働の対価と考えられるものの水準より顕著に高い。組織レントの分配交渉のモデルは、この事実に適格的である<sup>3)</sup>。

また、ここでは詳細な説明は省くが、Aoki〔1〕のモデルは、価格政策や投資政策の決定と分配シェアの決定とを統一的に分析することができる。

さらに、そのモデルは、株主集団と従業員集団の間の継続的な関係を、協力の側面と対立の側面との統一という姿において描き出している点で、新古典派のシステムの中の企業モデルよりも複雑に展開されたものであるとともに、一方では、新古典派的な状況を、従業員側の相対的交渉力がゼロであるスペシャル・ケース、すなわち労働者が企業に特殊な技能を持たず、外部労働市場で決まる賃金の上積みとして剰余の分配を受けることができないケースとして、また他方では労働者管理の下にある企業を、株主側の相対的交渉力がゼロであるスペシャル・ケースとして含む点で、より一般化されたモデルであるといえる。

---

3) 京都大学で行われた私の研究報告に対して、小池和男教授は、日本における賃金交渉では意外に業種ごとの相場賃金の影響が大きいという論点を提起された。この論点については別の機会に考察を加えることにしたい。

## 5 中間生産物の継続的取引

Williamson [12]は、中間生産物についても、スポット市場とは異なるタイプの、取引をコントロールするメカニズムが発展しているという認識に立ち、これを経済理論の中に導入しようとした。

かれによれば、しばしば、中間生産物を供給する側のプラントまたは企業には、それを需要する側のプラントまたは企業が持つ諸要求（ニーズ）に応じてカスタム化された中間生産物を供給することが要請され、その要請の度合と規模の経済性とのかね合いなどにもとづいて、さまざまな程度のカスタム化が行われる。そして、さらに、カスタム化の程度に応じて、さまざまな程度において「取引に特殊的な投資 (transaction-specific investment)」が行われ、その結果、さまざまな程度に「特化した資産 (specialized asset)」が、供給側のプラントまたは企業に形成される。供給側がこれをオポチュニスティックに利用する場合にシステムがこうむるおそれのある取引費用を最小化する観点からすると、資産の特化の度合が高い場合には供給側のプラントを合併して垂直的統合を実現し、中程度の場合には調整条項つきの長期契約を結んで同一の供給者からの継続的調達を行い、資産の特化の度合が低い場合にはスポット市場で調達するのが合理的である。こうして、Williamson [12]によれば、労働の取引の領域における継続的雇用関係にアナログな関係が、中間生産物の取引の領域では、「取引に特殊的な投資」が中程度に行われる場合に見いだされる。

さて、明らかに、Williamson [12]の「取引に特殊的な投資」とは OJT からの、また「特化した資産」とは「企業に特殊的な技能」からのアナロジーにより、それらを一般化して作られた概念である。一方ではこれに留意し、他方で Aoki [1]のモデルを考え合せれば、次のような着想が生まれる。すなわち、

- (1) 「特化した資産」が発揮しうる超過生産性は、買い手企業側の寄与——問題の中間生産物を投入として作られる製品に関する差別化能力——と結びついて、買い手企業と売り手企業とを合せた一つのシステムの内部に、一種のレントを生み出すと考えることができるのではないか。



(2) 売り手企業と買い手企業との間で行われる価格交渉を上記のレントの分配をめぐる交渉として解釈することができ、かつ、そのように解釈すれば、両企業がとる種々の行動を統一的に分析することが可能になるとともに、企業間の継続的な関係を、協同の側面と対立の側面との統一という姿においてとらえることが可能になるのではないか。

だが、浅沼[2]が指摘しているように、Williamson [12]は、この方向には理論を展開していない。また、他の研究者によっても、この方向への前進は実現されていない。この未開拓の線に沿って開拓の歩を進めることが、近年私が行ってきた研究の一つの大きな狙いであった。この狙いとの関連にしばって、この研究の成果を示すことが、この論文で私が果たそうとしていることである。

## II 部品の価格をめぐる交渉

### 1 調査の必要性

内部労働市場については、すでに多くの経験的事実が知られていて、理論モデルを構築するさいにも、それら既知の事実<sup>1)</sup>に依拠することができる。これと対照的に、中間生産物の継続的取引については、それらに対応するファクト・ファイndィングが行われていなかった。たとえば、

- (1) 継続的取引は、どの程度の広がりで見いだせるか。それは主としてどのような領域で行われているか。
- (2) 継続的取引といっても、典型的な継続期間はどの程度の長さか。それには国により、産業により、また中間生産物の種類によって差はあるのか。
- (3) 価格交渉は、いつ、どのようなインターバルで行われているのか。
- (4) 価格交渉の態様には、供給される中間生産物の種類、あるいはそれを供給する企業の種類に応じて差があるのか。あるとすれば、どんな差か。そもそも中間生産物や、それを供給する企業には、どのような種類があるのか。

こうしたことがらを既存の文献によって知ることは、ほとんどできない。

そこで、こうしたことがらを知るために、私は、1982年から1985年にかけて、日本の自動車産業と電気機械産業を主な対象として聞きとり調査を行い、さらに、1986年3月から同年9月にかけてアメリカを訪れたさいに、上と同じ二つの産業に属するアメリカの企業と日本企業の現地法人とを対象として、同じことを調べた。

ここでは日本の企業が発展させてきた取引の仕組みを中心として、上の調査の結果わかったことを、Ⅲ以下で必要となる限りで、まとめておこう。

中間生産物には、(a)原材料、(b)部品、(c)設備・型・治工具など固定資本の性格を持つもの、という三つのカテゴリーがあるが、この論文の目的にとって典型としての意義を持つのは(b)の部品であるので、以下では部品にしばって話を進める。

## 2 継続的取引が見いだせる範囲

自動車産業または電気機械産業に属し、その産業の最終生産物を生産している企業の中の大手の企業と、それら企業に直接に部品を供給している企業との関係に、考察の対象を限定する。以下では、前の種類の企業を「コア企業」、あとの種類の企業を「サプライヤー」とよぶことにする。

大づかみにいえば、日本の自動車産業では、一つのコア企業と、それに対してある時点で供給を行っているサプライヤーの全部とが、継続的な取引関係にあるものとみなしてよい。これに対して、同じ日本でも、電気機械産業については、上のことは必ずしもいえない。しかし、一つのコア企業——より厳密に言えばその企業に属する一つのプラント（以下「コア・プラント」とよぶ）——に対してある時点で供給を行っているサプライヤーの、全体がつくる集合（以下「サプライヤーの集合」とよぶ）のメンバーの一部は、そのコア・プラントと継続的な取引関係にあるものとみなしてよい。

部品には大別して汎用部品と、買い手企業が設定する特別の仕様にもとづいて作られるカスタム部品とがあるが、継続的な取引関係が重視される程度は、

カスタム部品の場合に特に大きい<sup>4)</sup>。

### 3 取引の継続期間

上の小節では、「継続的な取引関係」ということばを定義抜きで使ったが、できるだけ現実のプロセスを反映した価格交渉のモデルを作るためには、特定の部品の納入が継続する期間の長さ、種々の部品の納入が次々と続いて行くことによって企業間になんらかの取引関係が保たれている期間の長さとを区別しなければならない。個々の価格交渉は、あくまで特定の部品について行われるものだからである。

自動車の場合にも、電気機械の場合にも、製品には、たとえばカラーやサニーというような種々の銘柄があり、さらに各銘柄について、ある時点で導入され一定の期間継続的に生産される特定のモデルがある。以下では、一つのモデルが存続する期間のことを、そのモデルのライフとよぶことにしよう。

一つの製品モデルのライフと、そのモデルに使われる個々の部品のモデルのライフとは、必ずしも同じではない。しかし、ある製品銘柄の新規モデルが開発される時、当然、現行モデルに使われているすべての部品が再検討され、とりわけカスタム部品については、新規モデルの基本構想に応じて新たに開発される場合が多いから、近似的には、製品モデルのライフと、それに使われている部品のモデルのライフとは等しいとみなせる。

さて、ある製品モデルのライフの間は、そのモデルに使われる個々の部品のサプライヤーをなるべく取り替えないことが、日本のコア企業が採用している標準的な慣行である。したがって、特定の部品の納入が継続する期間の長さは、その部品が組みこまれる製品モデルのライフの長さとも一致する。

しかし、製品のモデル・チェンジが行われる場合には、たとえ、あるサプライヤーが旧モデルに組み付けられる特定の部品を納入していたとしても、新モデルに組み付けられる同種の部品に対する注文を、そのサプライヤーが受ける

4) 少なくともこの点では Williamson [12]の着眼は経験的にサポートされる。

ことになる保証はない。モデル・チェンジが行われる時点で——もっと正確に言えば新規モデルの開発期間中に——同種の部品を供給しうる複数のサプライヤーの間で競争が行われるのが普通なのである。

電気機械産業の場合には、そもそも、一つのコア・プラントに対するサプライヤーの集合が固定的でないので、モデル・チェンジのさいに、いままでこの集合のメンバーでなかったサプライヤーが、この競争に参加してくる可能性が自動車産業の場合よりも大きい。自動車産業の場合、これに比較すると、サプライヤーの集合が、より固定的であるが、この集合の中に同種の部品を供給しうる企業が二つないし三つ程度あり、それらの中でモデル・チェンジのさいの競争が行われるのが普通である。

このように、ある製品モデルのライフの間は、そのモデルに使われる部品のサプライヤーは相対的に安定した座を保ち、モデルの変わり目ごとに、同種の部品を供給しうる複数のサプライヤーの間の競争が顕在化するというのが、日本で観察される典型的な部品供給の構造である。

#### 4 価格交渉が行われる時点

4の小節で見たことがらからも示唆されるように、部品の価格に関するもっとも重要な交渉は、個々の製品の新規モデルが導入されるさいに——より具体的にいえばそのモデルの量産開始に先行する開発期間の中で——、そのモデルのライフにわたって各部品を供給することになる供給者の選定とからめて遂行される。

われわれのモデルは、とりわけカスタム部品を念頭に置いて構成されるが、カスタム部品の場合には、上記の製品モデルの開発期間中に、単に供給者の選定と価格交渉だけが行われるのではなく、その部品自体の開発が、買い手企業が設定する仕様にもとづいて行われるのが典型的なケースである。

ところで、日本では、部品の当初価格を決定する上記の交渉のほかに、量産期間中にも、価格の更改交渉のための機会が設けられている。この更改交渉は、

労働の場合の春闘や一時金交渉と同じように、たとえば毎年6月と12月というように時期を定めて、6か月ごとに行われるのが広く普及している慣行である。

更改交渉が持つ一つの重要な機能は、エネルギー価格の変化や為替レートの変化など、環境条件の変化に対応して調整を行うことである。需要量の変動に対応して数量面で行われる調整が基本的には1か月単位で行われるのに対して、価格面での調整は6か月のインターバルで行われるわけである。

とはいえ、更改交渉のさいに、外生的な条件変動への受身の追従だけが行われると見るのは正確ではない。買い手企業は、あらかじめ、一定期間の間に、売り手企業が合理化努力にもとづいて部品の価格をあるパーセンテージ引き下げよう、数値目標を掲げて要請している。更改交渉は、この目標達成への途中ステップとしての意味も持ち、交渉の結果、結局は売り手企業が段階的に売り値を引き下げて、買い手企業の要請に応じるという状況が、一種のルーティンとして成立している。

上のパラグラフで見た点からすると、この6か月ごとの更改交渉を労働の場合の賃金の定期交渉とアナログなものと見、これを関係レントの分配交渉として意味づけたとしても、全く無理な解釈とはいえない。まして、部品の価格交渉に関して、たまに新聞報道が行われる場合には、もっぱら上記の更改交渉が対象とされているから、これを念頭に置いて部品の価格交渉のモデルを構築すればよいのではないかという気持は当然起こってこよう。

しかし、ここで、労働の場合と中間生産物の場合との重要な違いを認識しなければならない。労働の場合の賃金の定期交渉は、どのラウンドも、定性的には同じ性質のものとみなすことができる。これに対して、部品の場合には、開発期間中に行われる当初価格の決定をめぐる交渉と、量産期間中に行われる価格の更改交渉は、次の二つの点で定性的に異なった性質のものであり、前者の方が、より決定的な意味を持つと判断される。

第1に、前者において、いかなる部品を作るかという質の決定および製品ライフにわたるその部品の生産予定量の決定との関連で、価格の基本水準が定ま

るのであり、後者で行われるのはこの基本水準の微調整であると考えられる。

第2に、3の小節で見たように、日本について見る限り、更改交渉の時点では、交渉の進行状況いかんによって、製品モデルのライフがまだ続いているにもかかわらず、特定の部品の供給源を他にスイッチするようなことは、通常、想定されていない。これに対して、日本でもアメリカでも、開発期間中の交渉は、供給者の選定とからめて行われるから、「もしこのまま交渉を続けても、当方にとって満足のできる条件が提示される見込みがないとすれば、当方は交渉相手を他に切り換える」という言明が、ゲーム理論でいう“credible threat”でありうる。

上記の理由により、私は、開発期間中に行われる当初価格の決定をめぐる交渉の方を、関係レントの分配に関するもっとも基本的な交渉と解釈し、まず、これに関するモデルを組み立てるという方針を採用する。

ここまでの議論を基礎にして、次の節でモデル分析に移ろう。

### III 関係レントの分配交渉モデル

#### 1 基本モデル

あるコア企業Aが、現在、ある製品の新規モデルを開発中であるとしよう。Aは、この製品モデルに使われることになるある部品について、企業Bを供給源の第1候補と考え、これと交渉に入るものとする。その部品の仕様と設計については、すでに決定済みで、交渉の内容が価格にしぼられている段階について考えてみよう。

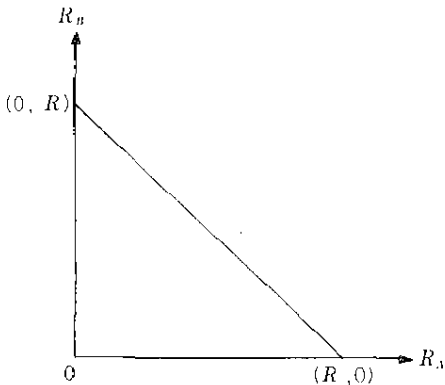
AとBは、それぞれ、この製品モデルのプロジェクトに関する利益計画を作成し、価格の収まるべき範囲について、ある目標を持った上で交渉に臨むはずである。より具体的にいえば、Aの方は、「これより高ければBからは買わない」という買い値の上限  $\bar{p}_A$  を、またBの方は、「これより安ければAには売らない」という売り値の下限  $\underline{p}_B$  を設定しているであろう。以下では、 $\bar{p}_A > \underline{p}_B$  であるケースに関心を集中しよう。

交渉により決定される部品の価格  $p$  が区間  $[p_B, \bar{p}_A]$  の中のどの値をとるかに応じて、当然、AとBのそれぞれが見込みうる利益の数値は変るであろう。他の事情が等しければ、 $p$  が高く決まるほどAの見込み利益は減り、Bの見込み利益は増える。逆の場合は、逆の結果となる。

いま、この製品モデルのプロジェクトからAが見込む利益のうち、問題の部品に帰属させうる部分を  $R_A$  で表わし、また、同じ製品モデルのために問題の部品を生産し納入するプロジェクトからBが見込む利益を  $R_B$  で表わそう。 $R_A$  と  $R_B$  は、それぞれ  $p$  の関数であるので、 $R_A(p)$ 、 $R_B(p)$  によって、この関数関係を表わす。さらに、 $R_A(\bar{p}_A)=0$ 、 $R_B(p_B)=0$  となるよう、 $R_A$  と  $R_B$  を測る尺度の原点を決め直すことにする。さらに、 $R_A$  と  $R_B$  の和を  $R$  と書くことにしよう。

さしあたり、 $R$  は一定で、 $R_A$  と  $R_B$  が  $p$  の値に応じてゼロサム的に変る状況を考察の対象にしよう。

この状況は、第1図のように表わせる。点  $(R, 0)$  は、価格が  $p_B$  に決まって  $R$  がすべてAの手に入るケースに対応し、点  $(0, R)$  は、価格が  $\bar{p}_A$  に決まって  $R$  がすべてBの手に入るケースに対応する。この二つの点を結ぶ線分上の、



第1図

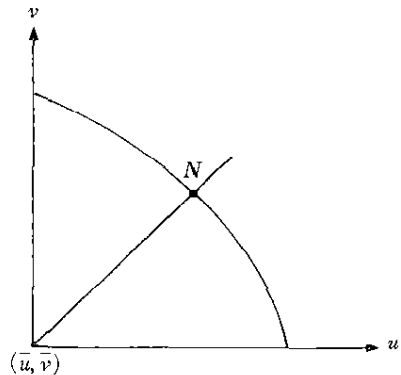
両端を除く点は、いうまでもなく、価格が  $p_B < p < \bar{p}_A$  の範囲に決まり、両企業とも  $R$  の中から正の取り分を得るケースに対応する。この線分を、「交渉可能性フロンティア」と名づけよう。また、 $R$  が、われわれの「関係レント」である。

企業Aは、 $R_A$  の値に応じて、ある効用の値を得るものとし、この関数を  $u(R_A)$  で表わす。同様に、企業Bについても、効用関数

$v(R_B)$  を仮定する。そこで、交渉可能性フロンティア上の各点に、1対の数値  $(u, v)$  が対応することになる。こうして、第1図の交渉可能性フロンティアを、効用空間に写像できる。この像が、第2図の中の正象限に描かれている曲線のように表わされるものとしよう。

上記の曲線上の各点は、交渉においてAとBとが合意するに至ったとすれば両者がそれぞれ獲得することができる結果を表わしている。これに対して、第2図の原点は、AとBとが合意に至りえない場合に生じる結果に関する各企業の想定に対応している。すなわち、 $\bar{u}$  は、合意に至りえない場合にA企業が得る効用の値、 $\bar{v}$  は同じ場合にB企業が得る効用の値を示す。

$\bar{u}$  と  $\bar{v}$  について、私は、次のような状況を対応させる。もしAとBが合意に至らなければ、両企業はそれぞれ、自己にとって次善の交渉相手と取引をしなければならぬであろう。この場合にAが見込むことのできる、この製品プロジェクトに関する利益を  $\bar{R}_A$ 、Bが見込むことのできる次善の部品供給プロジェクトに関する利益を  $\bar{R}_B$  とすると、 $\bar{u} \equiv u(\bar{R}_A)$ 、 $\bar{v} \equiv v(\bar{R}_B)$  である。



第2図

この論文では、 $R_A$  と  $R_B$  の尺度を、 $\bar{R}_A = \bar{R}_B = 0$  となるように決めていることに注意したい。

さて、ここで、Nash [10]以来発展してきた交渉ゲームの理論によって、上の記述によって特徴づけられる交渉ゲームには、第2図のN点のような解が一つ定まり、この解は合理性に関わる1組の公理を満たすことがわかっている。この解は、一般に、「ナッシュ交渉解」とよばれる<sup>5)</sup>。私は、両企業の交渉の結果、効用空間についてはN点が扱ばれ、これに対応して、第1図に与えられ

5) ナッシュ交渉解についての詳細は、Roth [11] を参照せよ。



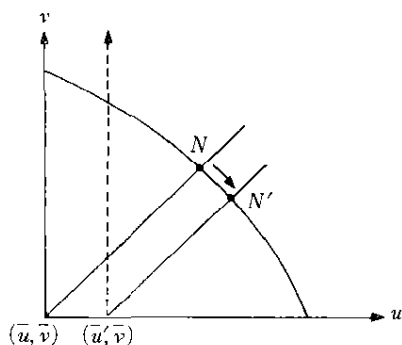
ている交渉可能性フロンティアの上で、ある組織レントの分配シェアと部品価格とが定まると考える。<sup>6)</sup>

## 2 交渉力の強化策

AとBとの相対的な交渉力が等しい場合には、N点は、積 $(u-a)(v-b)$ を最大化するような点であり、したがって、点 $(a, b)$ から引かれる45度線上の点である。

これに対して、もしAとBとの交渉力が非対称的であれば、ナッシュ交渉解は、積 $(u-a)^\alpha (v-b)^\beta$ を最大化するような点となる。但し、 $\alpha$  および  $\beta$  は、それぞれ、AとBとの相対的交渉力の大きさを示す<sup>7)</sup>。

非対称ナッシュ交渉解の概念を応用すると、買い手企業(または売り手企業)にとって利用可能な次善の交渉相手が提供しうる条件が従来に比べて改善されたとき、それは、その買い手企業(または売り手企業)が上の定義の意味での相対的交渉力を増したこととエキバレントな意味を持つことが、第3図に見るように、明らかになる。第3図は、買い手企業であるAにとって、当面の交渉相手であるBとの交渉が不調に終わった場合に次善の交渉相手となるサプライヤー



第3図

から期待される効用の値が、 $a$  から  $a'$  に上昇した場合、ナッシュ交渉解がN点からN'点に移ることを示している。一方、非対称ナッシュ交渉解の意味でAの相対的交渉力が増すことは、前記の $\alpha$ の値が $\beta$ に比べて増すことであるから、それは原点に発する半直線の右下方への回転によって表わされ、したがって図示されているv軸の右方への平行移動とエキバレントな

6) 相対的交渉力のこの指標については、Binmore et. al. [6]を参照せよ。

効果を持つ。

日本での企業の購買行動を見ると、どのような部品についても、供給源が外部にただ一つしかない状況は極度にきらわれ、できるだけ（場合によっては社内プラントも一つの供給源として）、同じ種類の部品について二つか三つの供給源を確保する努力が行われる。従来からある経済理論によっても、これは独占を避けようとする行動であることは、容易に推察がつく。しかし、交渉ゲームの理論的枠組みを利用すると、第3図で見ると、本質的な問題は、単に多数の供給源が利用可能かどうかという問題ではなく、最良の候補と比べて大差がないような次善の候補が利用可能かどうかという問題であることがわかる。実際、日本の買い手企業は、しばしば技術移転を行ってまで、次善の供給源を育成しようとする。その理論的根拠は第3図によって示されるのである。

売り手企業側についても、上の議論と対称的な議論が成り立つ。

### 3 関係レントの源泉

ところで、第1図の交渉可能性フロンティア、および、それを効用空間に写像したものである第2図と第3図の中の曲線——効用フロンティア——が、正象限を通っているのは、いうまでもなく、関係レント $R$ が正の値であることが仮定されているからである。 $R$ が正になるのは、どういう条件の下においてであろうか。

すでにIの節で示唆されているように、一般的な答としては、私は、買い手企業が提供する要因と、売り手企業が提供する要因との結合の成果として、関係レントが生み出されると考える。買い手企業が提供する要因は、問題の部品が組みこまれる製品モデルに関する差別化能力と、この製品差別化に寄与するように問題の部品の仕様を設定しうる能力である。これに対して、売り手企業が提供する要因は、次の諸項目の一つないし全部である。

- (a) 買い手企業が要求する加工精度、品質水準、コスト水準、および納期を達成しうる能力。

- (b) コスト低減効果を持つ工程革新を行いうる能力。
- (c) コスト低減効果を持つ製品の——その中でも特に問題の部品に関係する領域の——設計改善提案を行いうる能力。
- (d) 買い手企業が提示する仕様に応じて部品を開発しうる能力。

これらの要因が、どのように関係レントの水準とその分配シェアに影響するかを、順序立てて考えてみよう。

### 3. 1 スポット市場に相当するケース

最初に、製品の差別化も部品の差別化も全く行われず、かつ、いま議論の対象としている部品には供給源が多数あり、しかもそれらの間には、上記の要因(a)についても(b)についても差がないものとしよう。汎用の部品を仮定しているわけであるから、(c)と(d)については考える必要がない。

この場合には、関係レントはゼロとなり、特定の買い手企業と、供給源の中の任意の一つとの関係は、第1図の原点に帰着する。第1図の説明から明らかであるように、このとき、価格は交渉の余地なく一意的に決まる。これは、スポット市場で部品が取引される状況に相当する。

### 3. 2 工程革新だけが起るケース

部品は汎用部品のままで、その供給源の中の一企業だけが前記の要因の(b)においてすぐれていて工程革新に成功し、しばらくの間、その知識が他に普及しなかったとしよう。この場合には、その企業と、その企業から購入を行う企業の中の任意の一つを合せたシステムについて見ると、他の企業が供給源となっているシステムに比べて、コスト格差の分だけ正の関係レントが生じている。もし工程革新を行った売り手企業が多少とも価格を引き下げれば買い手の側も関係レントの分配を受けるわけであるが、この売り手企業にとっては価格を引き下げないオプションもあり、この方を択んだ場合には、第1図の(0, R)点 が実現し、関係レントの全額が売り手企業に帰属することになる。これは、そ

の売り手企業にマルクスの「特別剰余価値」が生じるケースに対応する。

### 3. 3 製品差別化が行われるケース

製品モデルの差別化が行われ成功する場合には、部品の供給源の方は3. 1のケースのままだったとしても、もっぱら部品の買い手企業の側の寄与にもとづいて正の関係レントが生じる。しかし、多数の売り手企業の間全く差がないわけであるから、ちょうど第3図の縦軸が効用フロンティアと横軸との交点を通る位置まで右方移動したのと同じ結果が生じ、関係レントは全額買い手企業の側に帰属する。日本の伝統的な下請企業論の主張は、このような状況が典型的な状況であるという主張を行っていたことに相当するであろう。

### 3. 4 製品差別化が行われ供給側の対応力にも差が生じるケース

買い手企業の側が製品差別化に成功するばかりでなく、この差別化を支える有力な要因として部品のカスタム化が行われ、これに関連して、部品の売り手企業の側が、3の小節のはじめの部分に挙げた要因(a)~(d)の中の一つないし全部を提供する場合——しかも同種部品の供給源の間に多少とも能力差の生じる場合——が、私が典型的と考えている場合である。

この場合には、両当事者の協同の成果として関係レントが生じる。買い手企業の側が、旧モデルの場合に比べ一層大きな成功を取めるような製品設計を行えば、同種の部品の取引に当たっても、両当事者によって見込まれる $R$ の値は——したがって第1区の交渉可能性フロンティアは——上方にシフトするであろう。あるいは、銘柄は同じでも新規モデルにおいて特定の部品の性能と重要性が増せば、やはり $R$ が増すであろう。また、売り手企業の側が(a)~(d)の一つ以上を従来よりも強化させ発揮すれば、やはり $R$ が増すであろう。ここに、製品モデルの開発期間と、そのモデルの量産期間との両方にわたって、売り手企業と買い手企業とが密接に相互作用しながら、さまざまな改善活動を協力して営むことの経済的根拠がある。

$R$  をコンスタントとみなしておいて分析すれば、1と2の小節で見たように、ゼロサム的な側面が浮かび上がる。そして実際、買い手側も売り手側も、第3図で見た意味での交渉力の強化策を、たえず追求しているであろう。

現実の企業間関係は、両当事者が協力して関係レントを増加させようとする側面と、それぞれが自己の交渉力を強化することを通じて、より大きな分配シェアを得ようとする側面とを統一的に分析することによって、はじめて正確にとらえられるのである。

#### IV 結 び

関係レントは直接に観察可能な量ではないが、多様で多面的な企業間関係に、一貫した視点から系統的な分析のメスを入れることを可能ならしめる有用な理論的概念である。端的にはあれ、この点を示すことができれば、この論文の役割は果たされたことになる。

われわれは、なお多くの問題を論じ残している。その中には、次のような問題がある。

- (1) 現実の価格は、浅沼〔4〕が報告しているように、フルコスト価格の構造を持っている。この構造のレベルまで議論を具体化したとき、関係レントをめぐる交渉は、どのようにとらえられるか。
- (2) 浅沼〔4〕が分析しているように、日本の企業間関係には、サプライヤー側の革新を促す種々のインセンティブが含まれている。これを視野に含めるように議論の具体化を行ったとき、関係レントをめぐる交渉は、どのようにとらえられるか。
- (3) この論文では、関係レントの大きさが両当事者にとって可視的であり、したがって交渉可能性フロンティアの位置については争う余地がないことが仮定されている。この仮定を現実の企業間関係を反映するような仕方で緩和すると、分析にはどのような局面が加わるか。
- (4) リスクの問題は、どのように位置づけられるか。

- (5) IIIの3の第2パラグラフで列挙した「売り手企業が提供する要因」(a)～(d)は、私の理論的枠組の中で Williamson のいう「特化した資産」に対応するものであるが、これらと、かれ自身が挙げている「特化した資産」とは、どの点が同じで、どの点が異なるか。それは、分析の上で、どのようなインプリケーションを持つか。
- (6) Williamson [12]と密接な関連を持つ論文[8]の中で、Klein, Crawford and Alchian は、「専有可能な準レント (appropriable quasi-rent)」という概念を用いている。この概念と、私の関係レントの概念との間には、どのような理論的関係があるか。
- これらの問題については、別の論文で扱うことにしたい。

#### 参考文献

- [1] Aoki, Masahiko, "A Model of the Firm as a Stockholder-Employee Cooperative Game," *American Economic Review*, Vol. 70, 1980, pp. 600-610.
- [2] 浅沼万里「取引様式の選択と交渉力」『経済論叢』131巻, 1982, pp. 99-124.
- [3] 浅沼万里「日本における部品取引の構造」『経済論叢』133巻, 1983, pp. 241-262.
- [4] 浅沼万里「自動車産業における部品取引の構造」『季刊現代経済』58号, 1984, pp. 38-48.
- [5] Asanuma, Banri, "Transactional Structure of Parts Supply in the Japanese Automobile and Electric Machinery Industries," revised, September 1986, Technical Report 3, Socioeconomic Systems Research Project, Kyoto University.
- [6] Binmore, Ken, Ariel Rubinstein and Asher Wolinsky, "The Nash Bargaining Solution in Economic Modelling," *Rand Journal of Economics*, Vol. 17, No. 2, Summer 1986, pp. 176-188.
- [7] Doeringer, Peter and Michael Piore, *Internal Labor Markets and Manpower Analysis*, D. C. Heath and Co., 1971.
- [8] Klein, Benjamin, Robert Crawford and Armen Alchian, "Vertical Integration, Appropriable Quasi-Rents, and the Competitive Process," *Journal of Law and Economics*, Vol. 21, 1978, pp. 297-326.

- [9] 小池和男『職場の労働組合と参加：労使関係の日米比較』東洋経済新報社，1977。
- [10] Nash, John F. Jr., "The Bargaining Problem," *Econometrica*, Vol. 18, 1950, pp. 155-162.
- [11] Roth, Alvin, E., *Axiomatic Models of Bargaining*, Springer-Verlag, 1979.
- [12] Williamson, Oliver E., "Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations," *Journal of Law and Economics*, Vol. 22, 1979, pp. 233-261.