

# 企業ネットワーク分析における取引 コスト概念の有用性について

——Sydow による理論的整理から——

児 山 俊 行\*

## I. は じ め に

企業はそれ自体で存在するわけではなく、他企業と何らかの関係を取り結ぶことでその存在を維持している。かのヘンリー・フォードが、同一資本の傘下に鉱山や鉄道・船舶から販売会社まで収めようとするも、そのような企業体制が長く続かなかった歴史にも見てとれる。やはり企業間の相互依存関係は、明示的なものであれ暗黙的なものであれ、また公式的なものであれインフォーマルなものであれ、現代の不確実性の高い産業社会では必要不可欠なものだと思われる。特に近年、「WIN-WIN モデル」や「コラボレーション」といった用語が頻繁に使われているごとく、企業間の取引や「連携」「提携」のあり方が、グローバル化し「メガ・コンペティション」などと形容される経営環境にあって、ますます企業存続・企業成長を左右するものとして重要視されてきている。

われわれの研究対象である中小企業においても、その資本規模や事業範囲からして、他企業との相互依存はより欠かせないものである。それは、古典的伝統的な下請形態ばかりでなく、新たな価値創造のための連携形態として「企業ネットワーク」の重要性も強調されてきている。中小企業が革新を生み出し、独自の市場的・産業的地位を確立していくような「企業ネットワーク」現象の動態解明は、今後の中小企業の発展方向に重大な示唆を与えるものと思われる。

さて、この「企業ネットワーク」と呼ばれるような企業間の連携形態やその特性を分析する際、様々なアプローチがとられている。中でも、それら「ネットワーク」形態の経営上の合理性が“取引コスト”でもって解釈される場合がしばしば存在す

---

\* 大阪成蹊女子短期大学助教授・広島経済大学非常勤講師

る。近年では、電子商取引の分析に際しても、この取引コスト概念がかなり利用されているという。だが、この取引コストの概念は、企業間取引や企業間関係の分析・解釈において、すでに「市民権」さらには「主導権」を得ているのであろうか？

そこで本稿では、「企業ネットワーク」と呼ばれる、新たな企業間取引や企業間関係の分析において、取引コスト（の概念やそれによるアプローチ）が有用であるか否かを今一度検討したい。その際、まず取引コスト概念それ自体（及びその概念への批判）を検討するよりも、われわれの問題意識からすれば、むしろ「企業ネットワーク」現象を解明しようとする取引コストアプローチを中心に据えて考察すべきだと思われる。そして、それ以外の様々なアプローチも視野に入れつつ、「企業ネットワーク」分析のために必要な枠組全体がある程度明らかになった上で、取引コスト概念をそこに位置付けるという手法が適切ではないだろうか。だが、取引コストアプローチ以外のあらゆるアプローチまでも個々に検証し、独自で分析のフレームワークを作るのが本稿の任ではない。むしろ、上のような手法に沿った先達の論説があれば、その意義を検証しつつ援用するのが得策ではなかろうか。そこで、本稿では Sydow (1992) の労作を推したい<sup>(1)</sup>。彼の論説内容は、「企業ネットワーク」現象の分析において、取引コストアプローチを検証した上で、他のほとんどの理論的アプローチを検討・整理し、それら一連の議論を総括することで「企業ネットワーク」現象の分析枠組の提示を試みるという、現在に至ってもなお貴重な理論的整理だからである。とりもなおさずこの内容は、先に主張した分析手法と基本的に一致している。そこから、われわれの問題意識である、「企業ネットワーク」分析に対する取引コスト概念が多用される理由と、そこにおける当該概念の有用性とを、ある程度明らかにできるのではないかと考える。

## Ⅱ. Sydow による取引コストアプローチの把握

Sydow は「企業ネットワーク」現象への分析・解釈において数々のアプローチを検証しているのだが、まず初めに取引コストアプローチを大きく取り上げている。その理由は、そのアプローチへの諸批判を交えた考察から「企業ネットワーク」分析のための考慮要因を数多く摘出できるからであり、また、後述するように、そのアプローチに分析の「座標」としての役割を認めているからであろう<sup>(3)</sup>。ともあれ、取引コスト概念の「企業ネットワーク」分析の意義なり限界なりを探ろうとするわれわれにとって、彼の議論は有益な足がかりとなる。

さて、Sydow による本格的な評価へ入る前に、まずは彼の捉える取引コストアプローチの特性を簡潔に確認しておこう。

### (1) 取引コストアプローチの基本仮定

このアプローチの主唱者である Williamson の分析の中心は「取引」にあり、そこには給付交換の開始・取り決め・統制・適応が含まれていると見る。そして、彼の基本仮定は、取引プロセスの参加者による「市場」か「ヒエラルヒー」のいずれかが、取引コストを最小化させるよう選択されることにあるとしている。<sup>(4)</sup>

このような取引コストの決定は、次の4つの仮定から導き出されている。①サイモンのいう「制約された合理性」の故に完全な契約の可能性を排除。②経済主体の機会主義的行動。③交換における複雑性・不確実性と取引との区別。④潜在的な取引パートナーの数と彼らとの競争や市場支配力の取引コストにおける重要性、である。これらの仮定を元に、Williamson は様々な取引状況がいかに取引コストの高さに影響するかを考察しているとされる。

Williamson の分析枠組によれば、まず「制約された合理性」のため、取引プロセスにおける市場調整は失敗するという。情報が偏在している状況では、同一取引の反復・信用の雰囲気発生と機会主義的行動の緩和という条件がなければ、「市場」よりも「ヒエラルヒー」の方が取引コストは低くなると見る。また、一回限りの特殊で不確実性の高い取引の場合も、「ヒエラルヒー」の選択が適切だとされる。さらに、財の特殊性にも注目し、特殊な財を供給する交換パートナーは独占的交渉の位置にあるので機会主義的行動の恐れが高い。そのため、この場合も「ヒエラルヒー」がそのリスクを回避する有効な手段とされている。<sup>(5)</sup>

高い取引特殊性・特殊知識の市場における欠如・取引の不確実性の高さ等といった条件が存在する場合、企業は内製的意思決定を行い、垂直的統合化戦略を選択するとの実証研究結果も、上の主張を裏付けるように、ここの論者から数多くなされている。

その一方で、安定的取引・取引複雑性低次・供給者と顧客が多数である場合など、「ヒエラルヒー」の長所は減少するとされる。つまり、統制コストや変化への適応コストが累積すると内外の取引コスト差が大きくなるため、機能を外部化して市場調整を選択するのだという。<sup>(6)</sup>

### (2) 取引コストアプローチによる「企業ネットワーク」の解釈

その後、Williamson は、「市場」と「ヒエラルヒー」双方の特徴を持った混合型

組織を解釈するための補足を行い、「中間的な調整組織が取引関係の不確実性と機会主義とを減少させる」と主張し、「企業ネットワーク」組織の存在を認識し、分析対象にしたとされる。<sup>(7)</sup>

彼の「企業ネットワーク」分析の意義内容を検討する前に、Sydow はまず内製の代替物として外部からの購買を「機能外部化」の一つと見なし、それを取引コストアプローチがどのように捉えているかを検討している。そこにおいて、購買が現れると見るのは、先にも触れたように、環境の複雑性・不確実性が低次で、顧客と供給者が多数おり、取引相手との情報水準が同一で、相互に信用が存在する等といった条件を前提にしていると指摘する。だが彼らは、情報技術の発展による市場情報の自由な利用が、取引する財の特殊性を低下させると同時に、組織内や物流システムの取引コストを節約させ、結局のところ購買の機会を与えないと主張しているともいう。

その上で Sydow は、次に「準外部化」(Quasi-Externalisierung)について論を進めている。つまり、企業が一定の機能を外部化し、かつ組織間で「ネットワーク」を形成している場合、取引コストアプローチがその特性をどのように把握しているか述べているのである。

そこで彼は、フランチャイズシステム・合併企業・請負システム等の形態に対する取引コストアプローチ論者たちの研究を取り上げる。<sup>(8)</sup>例えば、「市場」と「ヒエラルヒー」の混合形態であるフランチャイズシステムは取引専用の投資がなされているため機会主義的行動を減少させるという主張や、あらかじめ経営間で様々な合意形成された合併企業において技術移転や知識移転が促されるという議論、米国建設業の実証研究から請負企業との長年の協働で取引コストを低減できるといった研究結果などである。

さらに「準外部化」による組織範囲決定の議論にもコミットしている。それは、取引コストと生産コストの総計が最小化する点で組織選択がなされ、外部コスト(外部価格と取引コストの総和)と内部コストとの比較で外部化・内部化という決定が下される。そこで双方とも高コストである場合には、「ネットワーク」活動が有利になるというものである。

要するに、これらの研究に見られるごとく、元来「市場」と「ヒエラルヒー」の二分法であったものを、取引コストアプローチ論者らは企業行動の現実的展開に応じ、その「中間組織」として「ネットワーク」組織を設定している。そして、条件次第でこの「ネットワーク」への組織選択も適切であるとのそれらの議論をふまえ、取引コストの観点から「企業ネットワーク」現象を解釈することが可能であると

Sydow は見ている。

### (3) 「企業ネットワーク」の取引コスト上の利点

そこで、これら取引コストアプローチの諸研究から、Sydow は「企業ネットワーク」においても機会主義的行動を抑制し、取引コストが低減される条件を摘出している。

例えば、長期協定の存在や組織間情報システムの導入、製品・プロセス革新における共同活動、「信用できるコミットメント」の維持、信頼醸成による組織間構造の形成等といった条件さえ整えば、「企業ネットワーク」が存立しうるというものである。その場合、「企業ネットワーク」の「市場」と「ヒエラルヒー」に対する取引コスト上の優位も指摘している。つまり、「市場」に対しては、購買者・供給者の探索コストと契約開拓・交渉・統制コストの低次性、情報伝達の良好さ、体系化できない知識の移転容易性、イノベーション実行のスピードアップ等が挙げられ、対「ヒエラルヒー」については、環境変化への対応性の高さ、機会主義的行動の抑制、共同意思決定の可逆性、機能特化した協働容易性などの利点から、「企業ネットワーク」が選択されるとする。また、優れた外部ノウハウを取り込む際に内部への障壁が極めて高い場合や、財の特殊性・取引の不確実性が低次・中次の場合も、取引コストの観点から「ネットワーク」の選択がなされるともいう。

要するに、「企業ネットワーク」は、取引コストの観点から見て、「市場」における情報の非対称性を回避するとともに、所有の硬直性やリスクを軽減しつつ統制の容易さといった垂直的統合の有利性等を獲得している場合には、「市場」や「ヒエラルヒー」の代替物として存立し選択されうるものと見なされる。このように取引コストアプローチの議論は、「企業ネットワーク」の解釈に一定の援用が可能であると評価されている<sup>(9)</sup>。

## Ⅲ. Sydow の指摘する取引コストアプローチの限界

取引コストアプローチの基本特性と「企業ネットワーク」解釈への適用可能性を指摘した Sydow ではあるが、一方でその限界も認識している。周知のごとく、このアプローチには多くの批判があり、例えばそれは、人的・組織的・社会的事象を一方的に取引コスト概念へ収斂化しており、その概念を誇張するあまり権力プロセスを矮小化させている、または理論的な小片を寄せ集めたにすぎず現実事象の解釈には困難を伴う等といった論難である。さらには、このアプローチの中心が「理念

型」構築の学問的理論にあるのか、実証目的の技術的理論にあるのか不明確だとの批判も寄せられている。<sup>(10)</sup>そこで、彼はこれらの議論を踏まえつつ、以下のように、このアプローチへの批判点を整理する。

### (1) 取引コストと他コストとの関連について

まず、「市場」や「ヒエラルヒー」の回避（そして「ネットワーク」の選択）の条件分析には一定の有効性は持つとされる取引コスト概念も、その定義自体は未だ確定していないと Sydow は指摘する。彼によれば、取引コストは意思決定において新たに考慮されるコストではなく、特殊な取引上の諸コストに含まれている調達コストの一部を考察する試みとして位置付けられている。これについては広く同意が得られているにもかかわらず、例えば、組織内部の諸コストを取引コストに算入するかどうかなど、具体的な次元になると評価が定まっていないという。<sup>(11)</sup>そのため、取引コストアプローチ論者が「ヒエラルヒー」調整コストを過小評価し、外部化戦略に対する内部化戦略の給付能力を過大評価してしまっていると断じる。つまり、このような彼らの内部コストの軽視は、取引コストの組織論への関連づけが不十分であることに起因すると見ている。<sup>(12)</sup>

次に Sydow は、Williamson が「企業ネットワーク」選択の条件を探る際、生産コストの考察を欠いていることを強く批判している。つまり、生産コストが所与とされた考察においては、取引コスト（さらには生産コスト）が組織形態によって決定される論理に陥ってしまうと主張する。Sydow によれば、それは、Williamson が組織展開に対する技術発展の影響や、生産コストと組織の方策との関連を過小評価している為だという。したがって、彼らの立場で証明が成功しているのは、財の特殊性や不確実性の点から生産コストの重要性が相対的に低下して垂直的統合が選択される場合における取引コストの意義にとどまっている。そして、より広く組織選択の条件を探る場合には、むしろ生産コストを考慮する方がはるかに重要であるとしている。<sup>(13)</sup>

その上で Sydow は、資本主義的市場経済秩序の中においては企業が、生産コストや取引コストの最小化よりも、長期的には資本投下に対する収益性の最大化を目的としていることをおさえるべきだとする。例えば、フランチャイズシステムでは取引コストの低さに加えて高い取引成果が上がるので内部組織に優先されるとする研究や、合併企業が取引コストの高さにも関わらず企業の戦略的地位を改善できる利得の故に選択されるという議論をふまえ、取引コストアプローチでは生産コストのみならず、数的もしくは機能的フレキシビリティや物流コスト、投下資本の長期

的利回り等も明確には考慮されていないと批判している。<sup>(14)</sup>

## (2) 取引効率と組織の関連について

次に Williamson が組織形態の持つ「経済効率」によって組織選択がなされるとしている主張に対して、実際には経営側に組織形態の形成に関してかなりの裁量があると Sydow は批判する。例えば、差別化戦略のために高い取引コストを甘受してもイノベーション生起を促す組織の選択を行うといった場合など、企業の戦略的決定は取引コストの考慮だけに還元されたりはしないと指摘。戦略によって、「経済効率」が重視される組織が選ばれることもあれば、一定のフレキシビリティを備えた「ネットワーク」組織が形成される場合もあることなどを留意すべきだとする。

そして、Williamson はミクロ経済学における効率概念を借用し、「経済効率」が組織決定を規定するとしているが、効率概念の「情報の完全化」という前提を彼らの「制約された合理性」という大前提のために放棄しており、そこに根本的な論理破綻があると見る。また、そのように無理な理論操作を可能にしているのは、やはり取引コスト概念が不明確であることに起因すると断じている。<sup>(15)</sup>

## (3) 取引コストと制度上の条件との関連について

また取引コストアプローチは、経済的取引に矮小化されない社会的交換関係の存在を軽視し、「経済行為の社会的組み込み」(die soziale Einbettung wirtschaftlichen Handelns) という視点をおろそかにしているとの批判を Sydow は引用している。その上で、方法論上、個人主義に特徴を持つ取引コストアプローチでは、社会構造コンテキストからの影響は軽視され、組織上の活動は個々の管理者の行動と決定とに還元されてしまっており、法的・社会的・政治的制度の潜在的影響力は、組織形態を規定する取引コストの高さに関係するかぎりでは考慮されるに過ぎないのだと重ねて批判する。

例えば、ドイツのある地域のように、政治機構・協会組織・大学機関との共同のもとで企業間協調が形成される場合や、「第三のイタリア」地域の「中小企業ネットワーク」におけるコンセンサス志向の労働組合の重要性が指摘されることもあるが、彼らはそのような制度的前提、さらには歴史的条件をも所与の外生要因として取り扱っているのだという。要するに、取引コストアプローチは、「論理的に起こるべきことを説明しても、実際に起きたことは説明できない」と言われるごとく、構造的条件を一度も考慮せず放逐し、ただ孤立した両者間の交換関係のみを分析しているに過ぎないと Sydow は断じている。<sup>(16)</sup>

#### (4) 取引コストと組織上の権力等との関連について

取引コストアプローチは、組織形成における権力の影響も軽視しているという。もっとも彼らは、取引コストの観点から権力が経済的に基礎づけられた場合に限り、それをめぐるプロセスを考慮していると見ている。

Sydow 側は、「企業ネットワーク」では、諸コストの配分は権力システムが執行しているとする。例えば、「企業ネットワーク」で結びついた下請経営の場合、イノベーション活動や物流、情報等の各面での負担を元請企業から押し付けられるケースなどがある。それは、取引コストの観点からするとコスト高ではあるが、元請企業が独占的地位を展開するために上のような権力プロセスが起こる。しかし、取引コストアプローチによる解釈では、「守備範囲」を超えてしまうと指摘する。そして、組織内プロセスの分析を放棄する彼らが、「企業ネットワーク」組織の形成・執行などについて何も答えられず、ひたすら取引コスト効果のみで命題化しようとする態度を批判している。

また、組織内・組織間のコンフリクトは取引コストを生じさせるのだが、取引コストアプローチでは管理者の努力として認識されるのみで、取引コストによる対象把握はあまりなされていないと見る。Sydow によれば、この種のコンフリクトについては、現実上は問題解決のための行動であり、取引コスト節約に向けてのものだと解釈される。例えば、コンフリクトの克服が協働能力を成熟させるといった議論を通じて、彼らには、コンフリクト（の克服）と取引コスト節約の関連を視野に入れることはできないと指摘する。もっとも Williamson らは、どんな権力も長期的利害に従属するとしているが、組織が「経済効率」によって規定されると主張するだけで、組織内・組織間プロセスは不明なままのため、説得力は乏しいとされる。<sup>(17)</sup>

#### (5) 取引コストアプローチによる組織と人間の把握について

Sydow によれば、取引コスト概念の不明確さだけでなく、取引コストアプローチが全て経済活動組織を「契約システム」として概念化していることにも理論的限界が存在するとしている。それがあつた限り、組織内・組織間対立や権力プロセスは適切に考慮されないという。そもそも企業は、契約の様式だけで市場交換関係を識別できるわけでもなく、組織形態が規定されるわけでもない。ましてや組織の特性把握には、そこでの雇用形態、インセンティブシステム、組織構造、管理技法等も考慮に入れねばならないのだが、取引コストアプローチの分析ではそれらが単純化されてしまっていると見る。よつて彼は、組織を「契約システム」として概念化す



るのは、所詮カリカチュアに過ぎないと断じている。<sup>(18)</sup>

また彼は、取引コストアプローチが人間に関して「制約された合理性」と「機会主義的行動」といった2つの仮説を設定しているが、取引コストの比較・組織の選択をその「制約された合理性」で正確に行うことができるのかという批判を引用し、それに同調する。このアプローチは、サイモンの洞察を援用してはいるが、人的情報処理能力に限定されているのだという。だが、サイモン説における「制約された合理性」は、習慣的行動や刺激への対応行動といった側面も包含しており、その意味で取引コストアプローチでの援用は一面的に過ぎないとしている。例えば、個人間のインフォーマルな関係構築によって取引コストが低下するような場合には、彼らの前提である「機会主義的行動」と矛盾してしまい、その種のケースを解釈することは論理的に困難だと見なされる。それでも彼らは組織選択をめぐる「構図」が管理者によって客観的に把握されると主張する。だが、現実的にそのような「構図」はより広く社会的に構築されているものであるから、人間行動の多面性を軽視する彼らのアプローチには、その次元においても限界があるとSydowは見ている。<sup>(19)</sup>

#### (6) 取引コストアプローチの意義

このように Sydow は、取引コストアプローチの特性を様々に批判しながらも、「企業ネットワーク」の分析・解釈に対して一定の意義は認めている。つまり、先述したように、取引コストの観点から見れば、信頼と有益な組織間情報システムとを前提とした「企業ネットワーク」が成り立つことや、取引特殊性や取引不確実性の次元によっては「企業ネットワーク」が選択される可能性もあること、また、その場合には「企業ネットワーク」が「市場」的調整や「ヒエラルヒー」的調整よりも優位であることを明らかにしている。<sup>(20)</sup>

だが一方で、このアプローチでは、生産コストや社会的構造といった、「企業ネットワーク」の形態やマネジメントにとっての重要因が抜け落ちたまま、それら等に比べれば縁辺的原則にすぎず、定義さえ不明確な“取引コスト”という観点からのみ組織形態が論じられるという限界を指摘する。基本的には、取引コスト概念を、取引における調達コストを考慮する試みに過ぎないものとして捉えている。<sup>(21)</sup>最終的に、取引コスト概念や企業ネットワーク概念の設定が不十分であるとの認識から、取引コストアプローチは「企業ネットワーク」に対して限られた現実説明能力しか持たないと Sydow は結論するのである。

#### Ⅳ. 小 結 —Sydow による取引コストアプローチの把握に対する検討

以上のように Sydow は、「企業ネットワーク」の分析に対する取引コストアプローチについて、そのアプローチが軽視している諸要因、アプローチ自体の前提との矛盾、現実と解釈の不一致等を指摘し批判的に検討している。その批判は、生産活動、社会構造、多面的人間行動等の軽視、「経済効率」「組織」の誤解等と多岐にわたる。だが一方では、「市場」と「ヒエラルヒー」との二分法を基本として「企業ネットワーク」の利点を相対的に浮かび上がらせる「座標」としての役割を認める。その上で、「情報の非対称性」「機会主義的行動」「取引の複雑性・不確実性」「財の特殊性」といった取引コストアプローチの前提要因による組織選択への作用を考察し、取引コストの観点から「企業ネットワーク」存立の一連の諸条件を示そうとしたものと思われる。

だが彼は、そこにとどまらず、数多くの理論的アプローチを踏まえつつ、「企業ネットワーク」を捉える枠組を構築している、まず「市場」と「ヒエラルヒー」というメルクマールを設定し、それぞれ企業機能の外部化・内部化形態の両極とする。「企業ネットワーク」は、それらの中間に位置する多権的な単数（複数）企業によって活動がなされる組織形態だと定義している。つまり、「準外部化」「準内部化」の道筋で、<sup>(23)</sup>合目的な意図ある行為として生起するのが「企業ネットワーク」だとい<sup>(24)</sup>うのである。それは Sydow によって、「自己組織化」の範囲・構造・水準と「集団戦略」の内容とによって特徴づけられた組織間構造として対象化され、分析がなされる。<sup>(25)</sup>つまり、「準外部化」「準内部化」を意図した外部組織との関係に一定の安定性をもたらし、互いの価値創造のために外部組織と「協調」した戦略を構築しマネジメントされる組織体が、「企業ネットワーク」として想定されていると思われる。

この枠組においては、「自己組織化」という点から取引コストは、主として組織間の「協調」関係において各組織が一定の財を調達する「確実性の水準」を示したものと考えられているのではないか。故に Sydow が、企業間関係の安定性を保証するような諸条件や財の技術的・市場的特性といったものを、取引コストと関連付けて「企業ネットワーク」の存立・選択の可能性を提示したのであろう。

また「集団戦略」の点からすれば、取引コストは、組織間の「協調」を通じて低減される具体的な調達コストの水準を示す指標と解釈されるだろう。よって、技術革新等による高付加価値製品を伴った差別化戦略などではなく、むしろ、その「企業ネットワーク」があくまで（調達面における）コスト上の利点を追及する戦略を

採る場合にのみ、取引コストによる解釈に一定の有効性が存在すると考えられていると思われる。<sup>(26)</sup>

しかしながら、取引コスト概念は、「市場」「ネットワーク」「ヒエラルヒー」間における組織選択の経営上の合理性を比較し、「相対的」に評価するための一指標であるにすぎず、分析対象の構造・内容までもつまびらかにするところにあるのではない。それは Sydow が、「外部組織まで包括して分析対象としながら、その内容に関しては間引かれた概念を基礎としている」と評しているごとくである。<sup>(27)</sup> 要するに、取引コストは、「企業ネットワーク」現象を示す組織間関係の安定性や取引交換におけるコスト等を、さしあたり「包括的」に把握するための概念としてのみ有用性があり、そのため、複雑な現象をただ一つのコンセプトに収斂しているという限界性もまた同時に存するものと考えられる。言い換えれば、取引コスト概念、およびそれに基づくアプローチは、その「理論的単純性」(Theoretische Einfalt)の故に、<sup>(28)</sup> 適用の容易さと内容分析の困難さとを併せ持っているということになる。そして、そこにこの概念が各所で多用され、また様々に批判される理由も存するであろう。

最後に、われわれが注目している中小企業の特性も、取引コストアプローチの前提である「制約された合理性」や「機会主義的行動」と一般的な意味では親和性を持っているとも言えることから、取引コスト概念を利用した中小企業をめぐる「企業ネットワーク」の分析では、企業間関係の安定性の面などで一定の有用性を持つかもしれない。ところが、中小企業の規模や事業分野・市場上の位置等は企業ごとに多様なため、そこでの「企業ネットワーク」分析では、各企業の細かな存立条件等を踏まえ立体的に捉えていくことがさらに必要となり、取引コスト概念では精密に把握しがたいことが予想される。しかしながら、逆説的ではあるが、その分析対象の複雑性の故に、理論的に「単純」とされる取引コスト概念は、かえって分析対象の特性を“おおまか”に把握する際には有効となるかもしれない。

かくして、これら一連の理由から、取引コスト概念は分析対象を把握する際、その「理論的単純性」に由来する「包括性」を持つ故に、中小企業の「ネットワーク」現象の分析においても一定の有用性(もちろん限界性も)を保持し、また多用されることが推察されるのである。<sup>(29)</sup>

## 注

- (1) Sydow, Jörg, *Strategische Netzwerke: Evolution und Organisation*, Wiesbaden, Gabler, 1992.
- (2) Sydow は、一般的な企業ネットワークと「戦略的ネットワーク」(*Strategische Netzwerke*)とを区別して概念化しており、後者を議論の対象としている。「戦略的ネットワーク」と一般の企業ネットワークとの違いは彼によれば、意図的な行動の結果か「暗黙的」社会現象かの違いにあり、また単数もしくは複数の中核企業によって「ネットワーク」が戦略的に行動するかどうかにあるとする (Sydow, *a.a.O.*, S. 81–82)。だが、戦略的意図の有無を所与としている本稿では、彼のいう「戦略的ネットワーク」を「企業ネットワーク」と用語上、同一とみなし議論を進めていくことにする。なお、Sydowの「戦略的ネットワーク」概念のより詳しい定義については、Sydow, *a.a.O.*, S. 60–126, 中でも S. 82–89 を参照。
- (3) Sydow, *a.a.O.*, S. 145
- (4) 取引コストの内訳は、①取引開始コスト (情報収集) ②取り決めコスト (交渉の集中性) ③統制コスト (期限・品質・価格・量・価格・秘密保持の遵守) ④適応コスト (納期・品質・量・価格の変化への適応) だとされる。
- (5) これら Williamson ら取引コストアプローチの「市場拒否」についての把握は、Sydow (1992) S. 131–133.
- (6) これら Williamson ら取引コストアプローチの「ヒエラルヒー拒否」についての把握は、Sydow, *a.a.O.*, S. 133–134.
- (7) また、他の取引コストアプローチ論者の中には、それでもなお「ヒエラルヒー」が「ネットワーク的調整」より優れていると述べる者もいることが指摘されている (Sydow, *a.a.O.*, S. 134)。
- (8) Sydowはこれらの形態を「準内部化」(*Quasi-Internalisierung*)と呼んでいる (Sydow, *a.a.O.*, S. 139)。
- (9) Sydow, *a.a.O.*, S. 141–144.
- (10) 他に、取引コスト概念の不明確性、「市場」と「ヒエラルヒー」の境界の理論的未解決、利益志向の社会的行動の非歴史性と抽象性に対するミクロ経済的効用概念の無批判な受容・不十分な定式化・単純な統計分析、利害の一方的な方向付けと方法論上の個人主義の固定化などの批判が紹介されている (Sydow, *a.a.O.*, S. 145)。
- (11) 機会主義的行動を抑制する管理システムの開発コスト、官僚組織の機能不良コスト、組織内利害対立克服コスト、組織内調整時のコスト、組織変化コストなどが挙げられている (Sydow, *a.a.O.*, S. 147)。
- (12) Sydow, *a.a.O.*, S. 147.
- (13) Sydow, *a.a.O.*, S. 148–150.
- (14) Sydow, *a.a.O.*, S. 151.
- (15) Sydow, *a.a.O.*, S. 152–154.
- (16) Sydow, *a.a.O.*, S. 154–157.
- (17) Sydow, *a.a.O.*, S. 157–160.
- (18) Sydow, *a.a.O.*, S. 161–162.
- (19) Sydow, *a.a.O.*, S. 162–166.

- (20) Sydow, *a.a.O.*, S. 225–226.
- (21) Sydow, *a.a.O.*, S. 147.
- (22) ただし、「(企業) ネットワーク」を「市場」と「ヒエラルヒー」の中間形態であるという見方には批判も少なくない。例えば, Powell, W.W. (1990), 'Neither market nor hierarchy: network forms of organization' in G. Thompson, J. Frances, R. Levacic and J. Mitcheell, *Markets, Hierarchies and Networks*, London: Sage Publications-The Open University, pp. 357–403; Casson, M. C. (1995), *Entrepreneurship and Business Culture*, Aldershot, UK and Brookfield, US: Edward Elgar などが挙げられる。
- (23) 「市場 (調整)」と「ヒエラルヒー (調整)」を両極とする経済活動の組織形態として, 内部化 (外部化) される程度に応じて「購入契約」「長期供給契約」「フランチャイズ契約」「合弁企業」「プロフィットセンター」「機能的組織」と整序されている。(Sydow, 1992, S. 104: Abb. II–9)
- (24) Sydow, *a.a.O.*, S. 315.
- (25) それぞれ Sydow, *a.a.O.*, Teil IV–2, 3 を参照。
- (26) Sydow, *a.a.O.*, S. 166.
- (27) Sydow, *a.a.O.*, S. 149.
- (28) Sydow, *a.a.O.*, S. 129.
- (29) よって, 電子商取引のような, 互いに「顔見えぬ」経済主体間の取引分析に, たびたび取引コスト概念が援用される理由の一つもここにあるのではないか。