

西ドイツにおける下請取引

——力関係とその規定要因——

岡 室 博 之

はじめに

本稿の課題は、西ドイツの下請関係における下請企業の地位とその規定要因を、取引の実態分析を通じて解明することにある。

わが国では、下請関係をめぐる議論が以前から活発であったが、現在に至るまで、国際比較研究がきわめて不十分なままに下請関係の「日本の特質」が議論されているように思う。しかし、日本の下請関係に内在する一般性と特殊性は、他の先進資本主義諸国の下請関係の具体的・実証的な研究を十分に重ねてこそ明らかになるものであろう。本稿が対象とする西ドイツでは、わが国と同程度に中小企業の層が厚いのみならず、その中で下請企業の比率もかなりの程度に達すると推定される¹⁾。また、後で述べるように、70年代後半以降下請問題と見なしうる経済問題が顕在化している。これらの点から見て、西ドイツにおける下請取引は、下請関係の国際比較の対象としてきわめて興味深いものであると言える。

下請関係の国際比較研究の重要な目的のひとつは、下請の概念を先進工業国共通の枠組で構築することである。近年、わが国の下請制の「効率性」をめぐる議論が活発であるが、その場合でも、下請とは何かということがやはり問題になる。下請関係の本質が、これまでしばしば指摘されてきたように不平等取引にあるとすれば、下請を国際的な枠組で把握するためには、諸外国の下請関係を見る場合にも、下請取引における力関係とその決定メカニズムが問題にさ

れねばならない。西ドイツの下請関係については、わが国でも既にいくつかの研究が見られるが²⁾、全体として、零細な手工業³⁾経営について親企業への依存度が低いこととそれにもかかわらず取引が不對等であることを指摘するにとどまっている。そこで我々は、まず不對等取引が西ドイツの下請関係に全体的に見られるかどうか（小零細企業のみならず上層部＝中堅・大企業まで）を確認し、次にその規定要因の解明を試みる。なお、不對等取引の検証は取引条件の分析によって行われ、その原因を考察するにあたって下請取引の市場構造が検討される。ただし、ここで注目するのはあくまで個別企業間の関係であって、いわゆる下請システム全体の構造分析は本稿の考察の対象ではない。

さて、本論に入る前に、本稿で用いる資料の性格と限界を西ドイツにおける研究動向を踏まえて説明し、そのうえで資料の扱い方を示すことにしよう。

1 研究史、資料の性格及び分析方法

西ドイツでは、下請関係をめぐる議論は手工業研究の中から現われた。戦前の主流であった「手工業没落論」（大工業経営による手工業の駆逐）に代わって、戦後は手工業と大工業の相互補完関係が注目され、下請関係はそうした協業の代表的な形態として認識されたのである。この立場においては、下請活動の振興が中心問題であった。1970年までの実態調査は主として手工業のみを対象とするもので、調査の重点は下請企業の生産や販売の構造を解明することに置かれ、結論として下請関係の現状と将来を積極的・楽観的に評価するものであった。わが国の従来の研究は、久保田〔18〕〔19〕を除いて、すべてこの時期の実態調査結果に基づくものである。

一方、1966～67年の不況を経て70年代以降になると、競争政策論の立場からの下請論が需要支配力 *Nachfragemacht*⁴⁾の乱用問題という形で登場し、石油危機後の経済状況悪化の下で、下請問題は経済政策上の重点課題の一環として認識されるまでになった⁵⁾。この立場の下請論は、下請関係の中で需要企業の支配力がどの程度、またどのように働いているか、換言すれば、下請企業が需要企業に対してどのような地位に置かれているかを問題にし、そのような支

配力の乱用の規制を図るものである。70年代半ば以後の実態調査は主としてこの立場からのものなので、下請関係における需要支配力の乱用を中心テーマにしている。対象ももはや手工業に限られない。

このように、70年代前半を転換期として下請関係をめぐる議論の重点が変わり、それに応じて実態調査の性格や内容もかなり変化したと言えるのである。本稿の分析は、後者の部類に属する実態調査資料を主に用いて、前述の枠組に従って進められる。そもそも我々の問題設定が、下請関係を需要支配力の視点から考察するものであるから、それらの調査結果はきわめて有用である。

しかし各々の実態調査は、調査時期をはじめ対象企業の業種・規模分布、標本数、対象地域等においてそれぞれ大きく異なる。また標本数の関係で個別の実態調査から得られた結論を一般化するのは問題である。しかし、それらのデータの全体を総合したときに一定の傾向が現われるならば、その全体的傾向はある程度の代表性を持つと考えてもよいであろう。そこで本稿では、さまざまな調査の結果を総合するために次の方法をいる。すなわち、各々の調査結果のデータを一旦分解し、それらをその基になる調査の性格（特に業種と規模分布）を考慮しつつ再構成して、全体的な傾向と相違点を明らかにするのである。

次に、本稿の資料となる個別実態調査の性格を概説し、データの再構成のさいにそれをどのように考慮するかを述べよう。主な資料は次の通りである⁶⁾（①調査時期、②標本数と企業規模構成、③対象業種・地域、④その他抽出方法など）。

(1) クンツ〔9〕

①1971年、②従業者10人以上の工業企業89社

(従業者数を明らかにした企業のみ)	10～19人	15.0%
	20～49人	33.3%
	50～99人	30.0%
	100～499人	20.0%
	500人以上	1.7%

③バーデン・ヴュルテムベルク州（南西ドイツ）、全体の72%が機械・金属関連。

④同州政府調査の回答企業から、最大取引先シェア20%以上、大手取引先合計シェア50%以上のものを抽出、聴き取り調査。

(2)独占委員会第七次特別答申〔12〕

①1977年、④自動車工業会を中心とする関係団体から聴き取り、また、主要自動車メーカーに報告書を提出させる。

(3)アルパース／クロフスキー〔1〕

①1978年10月、②手工業104社。

③ノルトライン・ヴェストファーレン州（北西ドイツ）、金属加工分野全般。

④アンケート方式。

(4)フツェル〔7〕

①1979年11月～1980年2月。

②工業企業38社、うち下請29社。

50人未満	1社
50～499人	14社
500～999人	4社
1000人以上	10社

③バーデン・ヴュルテムベルク州、機械・自動車・電機・精密機械工業。

④州内の3つの金属・機械工業団体（＝調査依頼主）加盟企業へのアンケート調査。

(5)ゲック／ペトリー〔5〕

①1983年4～5月、②工業企業50社

100人未満	9社
100～499人	27社
500～999人	5社
1000～2499人	5社
2500人以上	4社

(最小25人, 最大7000人)

③全国, 自動車・電機工業.

④各種経済団体・商工会議所の名簿から抽出. 聴き取り調査.

(6)久保田〔18〕

①1973年9～12月.

②工業・手工業企業167社.

10人未満	14.6%
11～50人	48.0%
51～100人	15.8%
101～500人	16.8%
501人以上	4.8%

③全国. 金属・機械・電機・自動車・精密機械で82%. その他: 木工, 合成樹脂加工, 建設.

④各分野の代表的企業の下請名簿など, 各種企業名簿を使ったアンケート調査.

(7)久保田〔19〕

①1982年11月～1983年2月.

②392社 (工業250, 手工業142)

10人未満	16.9%
11～49人	52.8%
50～99人	12.0%
100～499人	11.7%
500人以上	6.6%

③前回同様, 金属・機械部門中心で, 合成樹脂・化学を若干含む. ④前回と同じ.

以上の資料のうち規模別のデータが訳るのは(3)(4)(6)(7)であるが, 元来標本数の多くないものをさらに規模別に細分化すれば, 分析結果の一般性がますます

問題になるであろう。そこでそれを補うために、それらの資料のひとつひとつをその対象企業の規模構成に応じて何らかの規模層の代表と見なし、その対比によって規模別傾向を推定するという方法を併用する。具体的には、(1)(3)(6)(7)が中小規模を代表し(3)は特にその零細部分)、(2)(4)(5)が中堅から上層を代表すると考えるのである⁷⁾。一方、(5)(6)(7)については業種別データがあるが(5)は一部だけ)、規模別データと同様に、細分化による一般性の低下の問題は避け難い。(2)が対象を自動車工業に限定しているのに合わせて、本稿では特に自動車工業に注目する。

ところで、需要企業の規模については、どの資料も説明を与えていない。しかし、(2)では需要企業は主要自動車メーカーであることが明らかで、(4)(5)も対象下請企業の規模がかなり大きいことから主要な需要企業はそれぞれの分野の代表的大企業であると推測される。一方、零細な手工業は、個人的面識を通じて身近な企業から仕事を請け負うことが多い⁸⁾ことから、たいていの場合には比較的規模の小さい需要企業と取引していると考えられる。

なお、どのドイツ語資料でも「下請 Zulieferung」はその技術的側面から定義されている⁹⁾。従って本稿で扱われる「下請」も、それらの技術的規定に従って、「特殊仕様の部品・加工サービスの注文生産」と理解されたい。

これから、以上の資料を用いて、需要支配力の観点から取引関係を分析するが、そのさい需要支配力の指標として、さまざまな項目のうちから、取引条件に関するもので需要企業の優位を明確に示す次の五項目を取り上げる。すなわち、①基本となる取引約款の種類、②契約協定後の価格変更、③支払条件、④注文の取消・不履行、⑤意見の相違の調整、である。また需要支配力の規定要因としては、主要な需要企業への取引依存度、下請企業間の競争、それに取引情報の諸点が検討される。

2 取引の不对等性——取引約款の分析

本節では、取引条件の分析を通じて、西ドイツの下請関係に全体的に不对等取引が見られるかどうかを明らかにする。

1 基本となる取引約款の種類

下請取引が契約に基づいて行われる場合に取引の履行に関する諸契約事項（支払条件、損害賠償、保証義務等）を一括して書式化したものを「普通取引約款 Allgemeine Geschäftsbedingungen」という。通常、需要企業側の約款（購入約款）と下請側の約款（販売約款）の内容は大きく異なり、どちらが契約の基本となるかは双方の力関係に依存する。従って、協定された取引約款の内容は、双方の力関係を如実に反映していると言える¹⁰⁾。

取引契約が実際にどちらの約款を基本にして協定されるかについては、次の3つの調査結果がある（いずれも企業数%）。

①手工業 1966年¹¹⁾ (n=167)

販売約款が基本	31%
購入約款が基本	46%
場合によって異なる	24%

②中小工業 1971年¹²⁾ (n=89)

販売約款が基本	17%
購入約款が基本	20%
相手が大企業なら その約款に従う	47%
その他	16%
	67%

③中～大規模工業 1982年¹³⁾ (n=50)

販売約款が基本	10%
購入約款が基本	36%
両方の混合	54%

①の調査企業は大部分が小零細企業で、近辺の中小工業を相手にしているか、見本市に出品するだけの実力と意欲のあるものである（注11参照）。ここではむしろ、②の結果に見られるように、下請中小企業の多くが大企業との取引では相手の約款に従わざるをえない、という点に注目したい。代表的な需要企業である自動車メーカーは、市場支配力の強い主要な下請企業に対しては自社の

購入約款を修正・制限して適用するが、いずれにせよ購入約款を常に契約の基本にするという¹⁴⁾。この点で、自動車・電機工業の有力下請企業を多く含む③の結果の中で「両方の混合」が多いことは注目に値する。しかしいずれにせよ、どの調査結果を見ても、下請側の販売約款が通用することは常に少ないといえる。

このように、取引約款の協定において、下請企業は特に大需要企業に対して一般に対等な地位にあるとは認められない。次に、取引約款の諸項目の中から、契約協定後の価格変更と支払条件を見てみよう。

2 契約協定後の価格変更

契約協定後（契約期間中）の価格変更の一方の形態は、下請側のコスト上昇に伴う価格調整である。このような自動的値上げの規定（価格スライド条項 Preisgleitklausel）を取り決めた下請企業は、1971年のバーデン・ヴュルテムベルク州調査によれば、投資財産業で35%であった¹⁵⁾。しかし、価格スライドとは言ってもコスト上昇に応じた自動調整ではなく、実際には価格交渉をやり直す契機になるにすぎないことが多い¹⁶⁾。それに一般の中小企業にとって、この条項を中小需要企業と協定することはできても、大需要企業との協定は困難である。例えば主要自動車メーカーと取引する場合、契約締結後にコストが上がっても、下請企業が値上げを求めることは原則として不可能である¹⁷⁾。購入約款の中に、そのような価格調整には応じない旨が明示されていて、それがそのまま適用されるからである。

価格変更の他方の形態は、①同種製品を他の下請企業がより安価に供給した場合、それに合わせて協定価格を下げる（価格同調 Preiseintritt）と、②同種製品の供給価格が他の需要企業との間でより安く協定された場合に、その価格をそのまま適用すること（最恵国待遇 Meistbegünstigung）であり、明らかに下請側に不利なものである。ゲックとベトリーによれば、1982年に調査企業の14%が価格同調を協定していた¹⁸⁾。また、前述のバーデン・ヴュルテムベルク州調査によれば、価格同調の他、最恵国待遇の義務付けも、契約の

表1 協定された支払期限
(企業数 50, 複数回答方式)

支払期限	回 答 数			
	割引なし	2%割引	3%割引	合計
8 日 後	0	2	0	2
10 日 後	0	5	6	11
14 日 後	0	14	4	18
30 日 後	46 ¹⁾	3	1	50
翌 月 10 日	1	0	0	1
翌 月 15 日	3	0	0	3
翌 月 25 日 ²⁾	6	5	0	11
合 計	56	29	11	96

注 1) 30日後割引なしで支払い、というのが通例

2) 自動車工業で一般的な支払期限

(Geck/Petry, *Nachfragermacht gegenüber Zulieferern*, 1983, S. 97 より引用)

中にしばしば見受けられるという¹⁹⁾。

このように、契約協定後の価格変更については、下請企業の立場に配慮した条項と需要支配力の乱用と見なしうる条項の両方が見受けられるが、前者は大需要企業に対しては通用しないか、または効力を制限されている。

3 支払条件

支払条件は、最近の調査に見る限り特に悪くはない(表1参照)。納入の30日後までに割引なしで支払いという通常の条件が、下請取引のかなり多くの部分に該当する。ただし、自動車工業では翌月の25日を期日とすることが多く、このことは、たいていの場合支払期限が納入の30日後よりも遅くなることを示している。なお、表1と同様の傾向は同時期の久保田の調査からも認められ²⁰⁾、この傾向がかなりの一般性を持つことがわかる。

久保田の調査結果を見ると、下請企業の規模と支払期限の長さとの間には特に関連は見出せない。しかし、「支払期限が長すぎる」という不満を持つ企業の割合は、規模が小さくなるのに応じて明確に増加する²¹⁾。その理由としては、小規模な企業ほど資金繰りが苦しく、代金のできる限り早い回収を求めるとい

うことのほか、規模の大きい下請企業は資金力の豊かな大企業と取引する機会が多いということが考えられる。

ところで、支払条件は常に厳格に守られるとは限らない。1973年の手工業アンケート調査によれば、下請企業の主な苦情3点のうち2つが支払遅延を示すものであった²²⁾。また、アルバースとクロフスキーによれば、1978年に調査対象企業の過半数が支払いの引き延ばしを訴えている²³⁾。このように、西ドイツでも支払期限が長いことや支払遅延についての不満が少なからず見られるが、それは主に下請企業の下層においてであり、その理由はおそらく取引相手の資金力と強い関連を持つであろう。

4 注文の取消・不履行

需要企業が下請発注を取り消すことは、かなり多く見られる。1971年のクンツの調査によれば、調査対象企業の85%がキャンセルを経験し、しかもそのうち、未完成品の引き取りも含めて何らかの損害賠償が行われたのは3割程度だった²⁴⁾。調査の性格から見て、中小工業企業の大部分がキャンセルを経験していると考えてよいだろう。また、注文の不履行（契約は結ぶが発注しない）の被害経験のある企業は、1982年のゲックとペトリの調査では²⁵⁾80%もあり、2回以上経験したものは68%にのぼった。この80%のうち、損害賠償が行われたのは4分の1だけであった。対象企業の80%と言えば、最小規模から数えると従業者千人未満の企業のほぼ全てを含むから、かなり大規模な企業まで被害を受けていることになる。

このように、注文の取消・不履行が実際にしばしば見られ、それに対する賠償があまり行われないうことは、下請取引における需要企業の力の優位を如実に示している。需要企業は、注文の取消や不履行によって、景気リスク・生産リスクの負担を下請企業に転嫁できるのである。このような形の支配力乱用からは、既に見たように、かなり大規模な下請企業も逃れることができない。

賠償もなしに注文を取り消すことができる理由として注目すべきものは、需要企業の注文留保権である。つまり、一部の需要企業は、注文後一定期日まで、

または納期の一定期日前までなら注文を取り消すことができるという協定を結んでいるのである²⁶⁾。さらに価格同調が協定される場合には通常、下請企業がこれに応じなければ需要企業は契約を解消する権利を持つという条件が付く²⁷⁾。

5 意見の相違の調整

取引約款の解釈と履行に関して下請企業と需要企業の意見が異なる場合に、これを処理する方法としては、下請企業の譲歩、需要企業の譲歩、両者の（公平な）妥協の3つが考えられる。しかし実際には需要企業が譲歩することはない。下請側が譲歩するか、妥協を図るか、である。フツェルによれば、下請側の全面的な譲歩が2割で妥協が8割（この中には不公平な妥協＝全面的でない譲歩がかなり含まれると思われる）であり²⁸⁾、またクンツおよびゲックとベトリーの調査結果では、対象企業の規模分布はかなり異なるが、「公平な妥協」がともに半分程度であった²⁹⁾。このデータについても、需要企業の規模や市場地位等の要因が深く関連しているから注意深い扱いが必要だが、いずれにせよ双方が妥協して解決を図るパターンが少なくないことは明らかである。

ただし、「公平な妥協」とは言っても、それは必ずしも客観的な公平を指すものではない。あくまでも現実の力関係に応じて決まるのである。従って、自分の意思を押し通せるだけの交渉力のない下請企業には、客観的に見て公平な妥協など始めから問題外である³⁰⁾。このことは需要企業側も認めている。自動車・電機工業の主要企業はみな「公平な妥協」を図るべきだと言うが、そのうちの数社は、それは現実の力関係の中で理解されるべきことだと付け加えているのである³¹⁾。

取引条件をめぐるこれまでの考案から、西ドイツ下請取引においても一般的に不平等性が存在することが確認された。取引約款の個別項目（ここでは価格の変更と支払条件）は、全体として下請側に際立って不利であるとは言えないものの、特に大需要企業との取引においてはその意向が全体の枠組やその解釈に強く反映している。また大需要企業は、下請中小企業に対し価格変更や発注

停止といった事態に関して強い立場にある。こうして需要企業側は、契約に基づいて契約期間中の景気リスク・生産リスクを下請側に転嫁しうらだけでなく、契約の履行や解釈も自己の都合に合わせることができるのである。

3 不對等性の規定要因

前節では、取引約款とその履行・解釈の分析を通じて、取引の不對等性を明らかにした。本節では、需要企業の持つこのような支配力が何に基づくものかを考察する。

1 需要企業への取引依存度

要因として第一に考えられるのは、下請企業全般において主要な需要企業一社への取引依存度がきわめて高く、他の需要企業への取引転換・拡大が容易でないため、需要企業が支配力を行使しうる、という状況である。この状況が西ドイツの下請企業一般に該当するかどうかを見てみよう。

まず取引相手の数に関して言えば、西ドイツでは小規模層でも取引先が多く、専属型下請企業は極めて少ない。下請手工業に関するマラーレンスの調査によれば³²⁾、需要企業を1～2社しか持たない企業の割合は、1970年にわずか7.6%であった。(ただし、その割合は小規模層ほど大きく、従業者100人以上の企業では0%だが同4人以下では16.4%に上る。)次に、最も重要な需要企業への取引依存度を見ると、小零細企業の多い手工業でさえ、これが40%以上になる企業は36%にすぎない。しかも、規模が大きくなるに従ってその比率は減少する³³⁾。このように、西ドイツにおける下請中小企業の主要需要企業1社への取引依存度は、規模の小さい企業ほど高くなる傾向が見られるとはいへ、全体としてはかなり低い³⁴⁾。従って、そのような取引依存度の高さが需要支配力の主要な原因であるとは考えにくい。

そこで再び取引交渉の考察に立ち戻り、今度は価格交渉がどのように行われるかを見てみよう。そこには、需要企業が何を背景として自らの意向を押し通すかが明瞭に現われているのである。

2 競争と内製の圧力——価格交渉の過程

価格交渉は通常、下請企業の提示した見積価格を土台にして始められる³⁵⁾。交渉の過程を特徴づけるのは、需要企業による、競争と内製の圧力を背景とする値下げ要請である。すなわち需要企業は、価格交渉の中で他の同業者への発注や内製化（あるいは内製拡大）の意思を示して、下請企業からできる限りの譲歩を引き出そうとするのである。1982年のゲックとベトリーの調査によれば、対象企業のうち、「国内同業者からの購入」を示唆されて譲歩したものは88%で、次いで「国外同業者からの購入」が70%、「内製化」が36%であった³⁶⁾。既に示したようにこの調査の対象企業には大企業がかなり多いということを見ると、競争と内製の圧力、特に国内同業者間の競争圧力は、かなり規模の大きい下請企業に対しても影響力を持つといえよう。

西ドイツでも下請企業の大部分は激しい競争のもとにある。業界で支配的な地位にある（主要な競争相手を持たない）ものは、規模の大小を問わずほとんどない³⁷⁾。下請市場では、概して需要側の集中度のほうが供給側のそれよりはるかに高く、買手市場になっている³⁸⁾。また、下請企業1社への依存のリスクを避けるために、需要企業が主要な部品の発注に際して一般的に複数併注方式を採っていることが³⁹⁾、受注企業間の競争を活発にしていると考えられる。さらに、下請企業にとっては、技術や必要資本量による参入障壁が需要企業に比べて低いため、潜在的な競争者も十分に脅威となる。需要企業が部品の内製能力を持ち、強力な競争者になることも少なくない。そのため、下請企業が競争圧力から完全に逃れることは困難である。需要企業はこのような下請企業間の競争圧力に基づいて、価格交渉において優位に立つことができるのである。

3. 競争状況と内製圧力の規模別分析

下請企業の競争状況についてももう少し詳しく見てみよう。久保田によれば、興味深いことに、規模の大きな下請企業ほど激しい競争に直面しているようである。すなわち、下請活動における主要な問題点として、(a)「同じ経営規模を持った同業者との競争が激しい」及び(b)「安い外国からの下請供給製品との競

争がある」という点を挙げた企業の割合が、規模が大きくなるとともに顕著に増大しているのである⁴⁰⁾。この結果を、前述の取引依存度の規模別傾向と結びつけると、次のようになる。すなわち、西ドイツの下請企業は全体として、主要な需要企業への取引依存度が低い一方で激しい競争に直面している。その中で、小規模な企業ほど取引依存度は高くなり、逆に大規模な企業ほど取引依存度が低くなる一方でより激しい競争にさらされるのである。1979年のアルバースとクロフスキーの調査によれば、手工業企業の中で取引価格を需要企業から一方的に指定されているものが72%もあったが⁴¹⁾、小規模な企業に対しては比較的高い依存度に基づいて直接的な価格支配が行われ、大規模な企業に対しては自立性の強い企業間での活発な競争を利用する形で、間接的な価格支配が行われる、という図式が想定される。

一方、内製の脅威の重要度も下請企業の規模によって異なると考えられる。大規模企業を主体とするフツェルの調査では、実際に需要企業のかかなり多くが内製を実行していた(38%)にもかかわらず、内製の脅威はあまり有効ではなかった(「内製化を示唆されて譲歩」わずか7%)⁴²⁾。また独占委員会の報告によれば、需要企業代表も下請企業側(この場合、自動車工業会加盟企業など大手の専門部品メーカー)代表も、内製の脅威にはあまり大きな意味を認めていないという⁴³⁾。ところが、アルバースとクロフスキーの手工業調査によれば、需要企業がいつでも内製に着手できると答えた企業(全体で58%、小規模ほど増大)のほとんどすべてが、需要企業の支配力乱用を訴えている⁴⁴⁾。内製の脅威は、小規模な企業ほど大きな意味を持つ、と言えるかもしれない。クンツが、内製の脅威は生産品目別に見れば賃加工で最も強く完成品で最も弱いと報告しているから⁴⁵⁾、小企業における内製の脅威の強さは、その製品が簡単に内製化されやすい性質のもの(賃加工が典型)であることと関連があるであろう。

最後に、業種別に見た競争状況について簡単に触れておこう。ゲックとベトリが、典型的自動車下請と典型的電機下請について、依存度と競争度の比較を行っている⁴⁶⁾。それによれば、自動車下請のほうが下請生産に高度に特化し、取引依存度も高く、そして競争者の数は少ない。この調査に見る限りでは、自

動車下請は、電機下請に比べれば専属化が進んで競争が緩和されていると考えられる。

4 需要企業への情報集中

需要企業が下請企業間の競争を一方的に利用できるのは、市場構造要因のためだけではなく、需要企業側の市場情報面での優位も大きく影響している。需要企業は「ありとあらゆる市場情報を自在に使うことができ、それゆえに、最も好都合な付け値を交渉の過程ですらにできる限り自分に都合よく変えることができる⁴⁷⁾」のである。需要企業への情報集中の理由としては、最終消費者への近接、さまざまな分野の多数の下請企業と交渉や取引を持つこと、企業規模が比較的大きく情報の収集・分析のための専門の部局や要員を擁すること、等が考えられる。また、部品の需要量の一部を内製することにより、その部品の生産コストの詳細な情報を得ることができる。

需要企業がこのように最終生産市場についても下請市場についても豊富な情報を持つのに対し、下請企業のほうは需要企業の購入予定価格どころか、競争価格（競争者の提示価格）すらろくに知らない。下請工業企業について見ると、大規模なものでも中小規模のものでもその大半は競争価格を一応は知っているが、それを独自の調査や同業者間の情報交換で得たものは少なく、大部分は価格交渉の過程で需要企業から教えられている⁴⁸⁾。このように下請企業の市場視界 Markttransparenz が需要企業に比べて非常に悪いために、下請企業間の競争が需要企業に一方的に利用されるのである。実際、競争価格を知らされた企業の大部分は値下げを余儀なくされているが、そのさい非下請企業に比べて下請企業のほうが競争価格の影響を強く受けている⁴⁹⁾。

需要企業への情報集中は、下請企業の価格計算への介入によって一層強まる。その主要な形態は、下請企業の価格計算書類を需要企業が分析し、見積価格を計算し直すという「価値分析 Wertanalyse」である。

1964年の連邦経済省の調査報告書から、大需要企業が既に60年代初期に価値分析を導入し始めていたことがわかる⁵⁰⁾。クンツの調査（1971）によれば、

下請中小工業の約3分の1が何らかの形で価格計算の提示を求められ、それを拒否できたのはそのうちのわずか10%（全体の3%）にすぎなかった⁵¹⁾。さらに新しいフツェルの調査及びゲックとベトリーの調査を見ると、どちらの場合も約40%の企業に価値分析が導入されている⁵²⁾。すなわち、価値分析は今や下請企業のかかなりの部分に適用されているようである。このように、西ドイツの下請関係は今や単なる外注関係の枠をこえて緊密化し、需要企業は価値分析を通じて下請企業から価格形成についての情報を豊富に収集して、交渉力を一層強めているのである。

以上で論じたように、西ドイツの下請取引に見られる需要支配力の源泉は、下請企業の需要企業への取引依存度の高さにはなく、下請企業間の激しい競争（及び需要企業の内製との競争）にあると考えられる。従って需要企業による支配力行使の重点は、一般的に見て、個別企業間の専属的な結びつきに基づく直接的な支配ではなく、下請間の競争を利用した間接的な支配にある⁵³⁾。しかし他方で、小規模な企業ほど取引依存度が高くなる傾向が見られ、その場合には直接的な支配も重要性を持つことになる。

需要企業間にも下請発注をめぐる競争が十分に存在しうるにもかかわらず、下請企業間の競争が需要企業に一方的に利用されうるのは、下請市場の特性によるところが大きいと思われる。すなわち、①技術・資本量の点で供給側の参入可能性が高く、従って需要側の集中度が相対的に高く維持される（買手市場）②需要企業自身が内製の可能性を持ち、強力な競争者になりうる、③市場情報が需要側に偏在、という特性であり、しかもこれらは、下請中小企業が大需要企業と取引するさいには、後者の資本力の圧倒的な優位のために一層強まる。そのため、西ドイツのように下請企業の取引依存度が低い場合でも、不対等取引は一般的に存在しうるのである。

むすび

本稿では、西ドイツの下請企業の需要企業に対する地位とその規定要因を、

主に1970年代以後の個別実態調査のデータを資料として解明しようとした。それらの資料から引き出しうる限りでの結果をまとめると、次のようになる。

第一に、西ドイツの下請企業は、取引約款についても価格決定についても需要企業に対して全体として不対等な立場に置かれ、取引は需要企業側に有利な形で進められる。この点では、わが国の下請企業と共通の問題点が見受けられる。第二に、西ドイツの下請企業は、需要企業への専属関係が弱い（取引依存度が低い）にもかかわらず、強い競争圧力を需要企業に利用されるなど、下請市場の諸特性の制約を受けるために弱い立場に置かれやすい。下請企業の地位の規定要因として、このように縦の関係よりもむしろ横の関係が前面に出るところは、日本の場合と対照的と言えよう⁵⁴⁾。そして第三に、その中でも規模の小さいものほど取引依存度が高く、需要企業の直接の統制を受けやすい状況にある。

以上の結果は、下請企業の取引先が分散しているからといって取引関係が必ずしも対等になるわけではないことを表している。そしてさらには、下請取引における力関係を先進工業国に共通の枠組で把握しようとするとき、下請企業間の競争圧力が、またそれを需要企業がどのように利用しうるかという点が、基本的な問題となることを示唆している。

しかし、本稿は個別の実態調査からの断片的なデータを整理した結果を述べたものにすぎず、それゆえ議論がなお不十分であるのは筆者自身も認めるところである。特に、本稿では独立の要因として取り上げた取引依存度と競争圧力が相互にどのように関連しているか、つまり取引依存度が高いことは下請企業を競争圧力から守るのか、逆に競争圧力を強めるのか、この点は取引の緊密度や安定性と大きく関わるが、本稿ではあまり議論されなかった。また今回は、需要支配力への対抗要因（例えば下請企業の専門的な技術力）について触れる余地はなかった。下請システム全体の構造の解明を含め、今後取り組まれるべき課題はなお多く残されている。

- 1) 西ドイツのバーデン・ヴュルテムベルク州経済省の調査（1971年）によれば、製造業の従業者10人以上の工業企業のうち下請企業は最大に見積って43%を占め

- た。同年日本は 59%。〔15〕. S. 3 及び第 4 回工業実態基本調査報告書、総括篇より)。
- 2) そのほとんどは、太田〔17〕72—76 頁に紹介されている。久保田〔18〕〔19〕は本稿中で紹介。
 - 3) 西ドイツでは法律によって手工業 *Handwerk* が職種・資格の面から規定され、中小企業が手工業と工業 *Industrie* に区別されている。手工業の大部分は小零細規模だが、今日両者の経営形態に大きな差はない。
 - 4) 需要支配力とは、ある財やサービスの需要者が持つ、供給者に対する経済的権力を指す。Vgl. Geck/Petry〔5〕S. 8 ff.
 - 5) 下請問題は、需要支配力の 3 つの類型のうち、工業対工業の型と位置付けられている。あとの 2 つの型は商業対工業（流通部門、問屋制）と公共発注。需要支配力の問題は、1976 年以降今日まで連邦カルテル庁で、また 1977 年には独占委員会で行われている。
 - 6) ここで概説するもの以外の資料については、初出箇所の注で説明する。なお、資料(6)(7)は、輸出力の基盤としての中小下請企業の実態の究明を意図しており、需要支配力の問題をテーマとする部類には属さないが、有用なデータを含んでいる。
 - 7) 資料(2)で対象になっている自動車工業会所属の専門部品企業は、平均従業員数 750~900 人と推定され (Bieger〔2〕. S. 37 より)、従って中堅・上層の下請企業と考えられる。
 - 8) Kaiser〔8〕. S. 23—24. デュッセルドルフ地区の金属手工業約 50 社からの聴き取り。
 - 9) 例えば、「主製品への組み込みないし取り付けによって初めてその機能を利用にふさわしく果たし、それゆえに、それ自体は、同時に多数の使用可能性があるという意味で市場性がある *marktfähig* と見なすことができないという性質を持つ部品または付属品の供給」。Hutzel,〔7〕. S. 112.
 - 10) ちなみに、ドイツ工業連盟の見解によれば、一般的には販売約款を使用すべきだという。〔14〕. S. 663. 本稿の分析は契約に基づく取引を対象とするが、実際には正式の契約書のない取引がかなり多く、その場合には下請企業の立場は非常に不安定なものになる。Vgl. Kunz〔9〕S. 61, 64; Marahrens〔11〕S. 149.
 - 11) Breidenbach〔3〕S. 99. 調査対象の約 9 割が従業員 50 人以下の小零細企業で、大半が鍛前職・鍛冶職などの金属加工業。約半数は手工業見本市出品企業。
 - 12) Kunz〔9〕. S. 65—66.
 - 13) Geck/Petry〔5〕. S. 39, 97.
 - 14) Monopolkommission〔12〕. S. 70—71.

- 15) Kunz [9]. S. 69. Tabelle 17 に引用. 州内の従業者 10 人以上のすべての工業企業を対象とする任意調査. 注(1)参照.
- 16) Ebenda, S. 67—68.
- 17) Monopolkommission [12]. S. 71.
- 18) Geck/Petry [5]. S. 41, 99.
- 19) [15]. S. 10. また, 自動車工業の開発・供給契約では, 必ず最恵国待遇が適用される. Monopolkommission [12]. S. 70—71.
- 20) 久保田 [19] —(2), 72—75 頁.
- 21) 500 人以上の規模層で 0%, 101—499 人で, 14%, 1—9 人では 33%にまで増加. 久保田 [18] 126—127 頁.
- 22) Marahrens [11]. S. 149. この調査の対象は, 手工業見本市のカタログに登録した 339 企業. 苦情の内容は, 支払期限の超過と, 口頭で取り決めた支払条件が守られないこと, である.
- 23) Albers/Kurowsky [1]. S. 157. Tabelle 25.
- 24) Kunz [9]. S. 79.
- 25) Geck/Petry [5]. S. 103.
- 26) Züribig [16]. S. 46. (経済新聞 Handelsblatt の経済集中問題特集より.)
- 27) [15]. S. 10—11.
- 28) Hutzet [7]. S. 131.
- 29) Kunz [9]. S. 73; Geck/Petry [5]. S. 38, 101. ただし前者の場合, 「意見対立全くなし」が全体の 70% を占める.
- 30) Kunz [9] S. 72—73.
- 31) Geck/Petry [5]. S. 58. たとえば, 6 対 4 の割合で大需要企業に有利という「公平な妥協」もありうるという.
- 32) Marahrens [10] Anhang Tabelle 16. これは, 手工業見本市カタログへの登録申請書類を分析したもの (1970 年は 440 社).
- 33) 1—9 人規模では 41%, 50 人以上規模では 15%. Albers/Kurowsky [1]. S. 157 Tabelle 25.
- 34) とはいえ, 西ドイツの下請関係は少なくとも 70 年代以降は決して浮動的なものではない. 確かに契約期間は 1 年以内というものがほとんどだが, 主要な需要企業との取引は実際には零細手工業でさえ 6 割が 5 年間以上継続し (Hoffmann [6] S. 62 より「無回答」を除いて算出), 中小工業になると 20 年以上続く場合が少なくない (11 年以上 60%, 21 年以上 28%: Kunz [9]. S. 63 より算出). すなわち, 取引先は分散しているが, 主な取引先との関係は安定しているのである. なお, ホフ

マンの調査は、リュベック地区の、下請を含めた「工業への給付」を行う手工業企業 182 社を対象としている（調査時期 1970 年）。

- 35) Vgl. Kunz [9]. S. 51 ff.
- 36) Geck/Petry [5]. S. 100.
- 37) Ebenda, S. 95; Hutzel [7]. S. 126; Kunz [9]. S. 42; 久保田 [18] 126—127 頁.
- 38) たとえば自動車工業について上位 6 社の売上シェアを見ると、1983 年に自動車製造部門 87% に対し専門部品製造部門 29%. Monopolkommission [13]. S. 368—369.
- 39) Hutzel [7]. S. 126; Monopolkommission [12], S. 75.
- 40) (a)は従業者 1—9 人規模で 39% に対して 500 人以上規模では 68%. (b)は同じく 16% に対して 44%. 久保田 [19] —(3), 168—169 頁.
- 41) Albers/Kurowsky [1] S. 157 Tabelle 25. 従業者 50 人以上の企業になると、この割合は 50% に低下する.
- 42) Hutzel [7]. S. 127.
- 43) Monopolkommission [12]. S. 75.
- 44) Albers/Kurowsky [1]. S. 159—160.
- 45) Kunz [8] S. 37.
- 46) Geck/Petry [5] S. 117—118. ここでは、下請売上高が売上高全体の 50% 以上を占め、かつ下請売上高の 50% 以上が自動車工業向けであるものを典型的自動車下請、同じく 50% 以上が電機工業向けであるものを典型的電機下請と定義している.
- 47) Ebenda, S. 17.
- 48) Ebenda, S. 43, 96; Kunz [9]. S. 47—48.
- 49) フッツェルの調査によれば、影響を認める企業は下請では 86%, 非下請も含む全体では 76% (Hutzel [7]. S. 127). すなわち、非下請のみに関しては 44% という計算になる.
- 50) [4], S. 746.
- 51) Kunz [9]. S. 85.
- 52) Hutzel [7]. S. 132; Geck/Petry [5]. S. 99.
- 53) 自動車・電機メーカーの多くは、下請企業から過度に依存されるのを好まず、下請の取引依存度に明確な上限を設定しているものも少なくない. Ebenda, S. 57—58.
- 54) 「一般的に言えば、日本の場合は『縦』の関係を通じての低価格の実現が、西独では『横』の関係に代置されている。」(久保田 [18] 153 頁.) この点で我々の認

識は久保田氏と基本的に一致する。

〈資料及び参考文献（官庁統計を除く）〉

- [1] Albers, H. / H. J. Kurowsky, *Marktmacht und Wettbewerb Teil I, Auswirkungen und das handwerkliche Bau- und Investitionsgütergewerbe*, Essen 1979.
- [2] Bieger, Erhard, Die deutsche Kfz-Teile-Industrie, in: *kfz-betrieb*, 73. Jg., 1983, H. 19.
- [3] Breidenbach, Peter, *Kooperation im Zulieferwesen Handwerk-Industrie*, München 1969.
- [4] Bundesministerium für Wirtschaft, *Bericht über das Ergebnis einer Untersuchung der Konzentration in der Wirtschaft*, Bundestagsdrucksache IV/2320 v. 5. Juni 1964.
- [5] Geck, H.-M. / G. Petry, *Nachfragemacht gegenüber Zulieferern*, Köln-Berlin-Bonn-München 1983.
- [6] Hoffmann, Siegfried, *Struktur und Entwicklungsmöglichkeiten der Industrielieferungen des Handwerks*, Göttingen 1971.
- [7] Hutzel, Jürgen W., *Interdependenzen zwischen Klein- und Großfirmen*, Tübingen 1981.
- [8] Kaiser, Kurt, *Vor- und Zulieferungen des Metall verarbeitenden Handwerks an die Industrie*, Essen 1964.
- [9] Kunz, Dieter, *Die Marktstellung der mittelständischen Zulieferbetriebe*, Stuttgart 1972.
- [10] Marahrens, Norbert, *Struktur und Angebot von Klein- und Mittelbetrieben im Zulieferbereich*, Göttingen 1973.
- [11] Ders., Betriebs-, Produktion-, und Marktstruktur handwerklicher Zulieferer, in: *Deutsches Handwerksblatt*, 1979, H. 5.
- [12] Monopolkommission, *Sondergutachten 7: Mißbränche der Nachfragemacht und Möglichkeiten zu ihrer Kontrolle im Rahmen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen*, Baden-Baden 1977.
- [13] Dies., *Hauptgutachten VI 1984/1985*, Baden-Baden 1986.
- [14] o. V., Grundsätze des Leistungswettbewerbs im Zuliefererwesen, in: *Wirtschaft und Wettbewerb*, 1979, H. 10.
- [15] o. V., Die Zulieferbetriebe in Baden-Württemberg, in: *Wirtschaft und Wandel*, hrsg. v. Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, 1972, H. 1.

- 〔16〕 Zürbig, Wolfram, Klagen der mittelständischen Lieferanten, in: *Zwang und Grenzen der Konzentration*, Düsseldorf, 1966.
- 〔17〕 太田進一「中小企業の総合的比較研究の提起(3)」『同志社商学』38巻3号, 1986年.
- 〔18〕 久保田英夫, 『西独輸出産業の下部構造』文真堂, 1977年.
- 〔19〕 同, 「西独における輸出関連下請中小企業の実態調査(1)~(3)」『九州産業大学産業経営研究所報』16号(1983年), 17号(1984年), 18号(1986年).

(一橋大学大学院博士課程)