

1. 本論文の構成

本論文の構成は2部9章の構成となっている。第Ⅰ部は理論編であり、第1章から第4章までの構成となっている。第Ⅰ部では、本論文の問題意識にしたがって理論検討をおこなう。第Ⅱ部は事例分析編であり、第5章から第9章までの構成となっている。第Ⅱ部では、理論検討によって構築された分析枠組みにしたがった事例分析をおこなう。

本論文の構成は、次のとおりである。

第Ⅰ部 理論;製品開発における取引関係の検討

第1章 問題の所在;模倣と産業集積

- 1.1 問題意識;模倣の意義
- 1.2 産業集積研究における本論文の位置づけ
- 1.3 本論文の構成

第2章 生産段階の流動性;産業集積研究から見た川上の取引関係

- 2.1 産業集積研究の展開
- 2.2 多様な需要への柔軟な対応
- 2.3 産業集積研究の限界

第3章 企画段階の固定性;流通研究から見た川下の取引関係

- 3.1 流通研究の展開
- 3.2 固定的取引関係の志向と相互協調
- 3.3 協調のインセンティブとしてのリスク負担様式
- 3.4 リスク負担様式が川下の取引関係に与える影響

第4章 本論文の分析枠組み;垂直的な取引システムとしての製品開発システム

- 4.1 産業集積研究および流通研究の限界
- 4.2 本論文の分析枠組み;川上と川下を統合した垂直的取引システム

第Ⅱ部 事例分析;産業集積の取引関係と模倣の促進メカニズム

第5章 事例分析の概要

- 5.1 事例の選択と研究方法
- 5.2 東大門アパレル市場の特徴

第6章 製品開発と模倣情報源

- 6.1 東大門アパレル市場における模倣現象
- 6.2 製品開発の概要
- 6.3 シーズン変わり目の製品開発
- 6.4 シーズン中の製品開発

第7章 生産と企画における取引構造

- 7.1 生産段階の流動性;川上の取引関係
- 7.2 企画段階の固定性;川下の取引関係

第8章 取引関係と模倣の促進メカニズム

- 8.1 生産段階の流動性と模倣の促進;川上における模倣のメカニズム
- 8.2 企画段階の固定性と模倣の促進;川下における模倣のメカニズム
- 8.3 取引関係と模倣についての仮説導出

第9章 結論

- 9.1 本論文のまとめ
- 9.2 インプリケーション
- 9.3 本論文の貢献と課題

付録1 東大門アパレル市場の形成

付録2 インタビュー・直接観察リスト

参考文献

2. 本論文の目的

本論文の目的は、東大門アパレル市場の事例研究をつうじて、産業集積でおこなわれる製品開発において模倣が促進されるメカニズムを明らかにすることにある。具体的には、韓国ソウル市に立地する東大門アパレル市場でおこなわれる製品開発において、製品開発にかかわる川上と川下のメンバー間取引関係が模倣を促進するメカニズムを明らかにする。

既存の産業集積研究においては、産業集積の製品開発において生み出される多様性に注目した研究が主流をなしていた。しかし、一方では、多様性を生み出す集積メンバー間の流動的な(柔軟な)取引によって助長された模倣が、産業集積で開発される製品群の同質性を生み出しているとの示唆も見られる。また、既存研究では、産業集積が製品開発において生み出すパフォーマンスを論じているにもかかわらず、製品開発にかかわる取引関係を生産段階である川上に限定して分析をおこなってきた。このような既存研究の限界から、以下のような本論文の研究課題が導き出される。第1に、産業集積において生み出される製品群の同質性に注目し、それを生み出す模倣のメカニズムを明らかにすることである。第2に、模倣のメカニズムを、川下の取引関係まで拡張した分析枠組みによって明らかにすることである。

3. 第1章 問題の所在: 模倣と産業集積

第1章では、本論文の問題意識と産業集積研究における本論文の位置づけについて述べる。我々の生活から切り離すことのできない模倣が、産業集積の中でどのようにおこなわれ、またどのような意義をもつかという問題に、本論文は注目する。本論文が取り上げる東大門アパレル市場は、ファッションに強く影響されるヤング向けカジュアル製品を開発する産業集積である。同市場については、製品開発における顕著な模倣現象が指摘され、市場内外から、独創性が欠如しているとの非難を浴びることも少なくない。しかし、筆者は、このような模倣に対する一般常識に反して、模倣がもつより肯定的な側面に目を向けている。模倣が、東大門アパレル市場の成す製品開発システム全体としてのパフォーマンスを向上させ、その中で経済活動をおこなう個々のメンバーに利益を与えているという側面である。ファッションの形成は、個々のメンバーの独創性だけでは成し得ず、一定の規模をとまなくてはじめて可能となるがゆえに、ファッションとそこから得られる利益の創出において模倣の果す役割は大きいと考えられるのである。このような問題意識からおこなわれた本研究は、産業集積研究において以下のような位置づけをもつ。第1に、産業集積において生み出される製品群の同質性に注目することで、産業集積の製品開発におけるパフォーマンスをより多面的な視点から捉えている。第2に、産業集積研究の分析枠組みを川下まで拡張している。第3に、直接観察(direct observation)という調査方法を採用し、産業集積研究において比較的未開拓であった調査方法について再考するきっかけを提供している。

4. 第2章 生産段階の流動性: 産業集積研究から見た川上の取引関係

第2章では、産業集積研究を検討する。産業集積研究において模倣がどのように位置づけられているのかを確認するためである。結論からいえば、産業集積研究において模倣、あるいは、同質性に注目した研究はほとんど見られない。大量生産体制の行き詰まりとともに活発化した産業集積研究においては、産業集積が、大量生産体制によっては実現できない、多様な需要への対応が可能なシステムであることに関心が寄せられてきたためである。しかし、一方では、産業集積で模倣がおこなわれやすいことを示唆する言及も見られる。多様性の創出において極めて重要な要因とされてきた取引関係の流動性(柔軟性)が、模倣をも促進しているという示唆である。そこから、産業集積における模倣のメカニズムを、取引関係の流動性から明らかにするという分析枠組みが導出される。しかし、既存研究は、産業集積が製品開発において生み出すパフォーマンスについて議論しているにもかかわらず、そのパフォーマンスを規定する取引関係を、生産段階である川上の取引関係に限定して分析している。製品開発のパフォーマンスが生み出されるメカニズムを的確に理解するためには、企画段階である川下の取引関係まで視野を拡張した分析枠組みが必要となる。

5. 第3章 企画段階の固定性: 流通研究から見た川下の取引関係

第3章では、産業集積研究の分析枠組みを川下まで拡張すべく流通研究を検討し、川下の取引関係についてどのような議論がなされているのかを検討する。流通研究の議論から、川下に形成された取引関係の特性や取引関係に影響する要因を確認し、それらの知見を産業集積研究に適用するためである。流通研究の議論からは、製品開発にかかわる川下のメンバー間で固定的な取引関係が志向されていることが確認できる。産業集積内部(川上)のようにレピュテーション・メカニズムがはたらかない川下のメンバー間では、取引関係を固定化することによって製品開発における相互の協調を得ようとする。そして、取引関係を固定化するために、大企業がもつ圧倒的なパワー資源を用いたり、多額の初期投資によるサンクコストを形成したりする。これらの議論は、川下の取引関係を固定化する要因について示唆を与える議論ではあるが、産業集積研究に適用するためには、パワー格差の小さい中小企業同士の取引について考える必要がある。大企業の介入する取引関係を論じる流通研究から、産業集積の川下の取引関係が固定化する要因について直接的な示唆を得ることはできないということである。しかし一方で、流通研究の議論では、リスク負担が製品開発における取引メンバーの協調を引き出すとの議論が見られる。これが、川下の取引関係の固定化にどのように影響するかは明確ではないものの、川下のメンバーが相手の協調を引き出すために固定的な取引関係を志向していることを考えると、リスク負担様式と固定的な取引関係とのあいだに何らかの関係があるのかも知れない。この点については事例分析によって明らかにされる必要がある。

6. 第4章 本論文の分析枠組み: 垂直的な取引システムとしての製品開発システム

第4章では、第2章と第3章で検討した産業集積研究と流通研究の議論をふまえ、本論文の分析枠組みを提示する。産業集積研究の検討からその必要性が提起されたように、本論文では、産業集積から生み出される製品群の同質性が、集積の製品開発においておこなわれる模倣のプロセスで実現されることに注目し、取引関係の流動性あるいは固定性がどのようにして模倣を促進しているかを明らかにする。その際、製品開発にかかわる取引関係を生産段階である川上に限定してみるのではなく、企画段階である川下まで拡張してみる。すなわち、産業集積の製品開発システムを垂直的な取引システムとして捉え、産業集積の製品開発にかかわる川上と川下の取引関係が、どのようにして模倣を促進しているのかを明らかにすることである。

7. 第5章 事例分析の概要

第5章では、本論文の研究手法と分析対象の概要について述べる。本論文では、韓国ソウル市に立地する東大門アパレル市場を事例研究の分析対象として選択した。東大門アパレル市場は、川上と川下の取引関係を観察しやすい、ファッションに強く影響される、模倣現象が顕著に見られるという特徴をもつため、本論文の研究課題を明らかにするうえで適していると考えられた。具体的な調査としては、直接観察、インタビューを中心とした綿密なフィールドワークをおこない、模倣現象が顕著に観察される際立った事例を深く研究することによって、本論文の研究課題に対する豊富な知見を見出すことに務めた。分析対象となった東大門アパレル市場は、100年余りの歴史をもつアパレル製品の卸売市場である。アパレル製品を販売する商業集積に生産機能を担う産業集積が加わる形で発展してきた。現在では、10代から20代向けの女性用カジュアル製品を生産・販売する産業集積として、デザインやカラー、素材面で評価される製品開発を迅速におこなっている。

8. 第6章 製品開発と模倣情報源

第6章では、東大門アパレル市場でどのように製品開発がおこなわれ、製品企画に取り入れるべき模倣情報(ファッショントレンド)がどこから得られるのかについて見る。東大門アパレル市場の製品開発には、アパレル商人(需要搬入企業)、小売業者(需要企業)、生産業者(分業集積群)が参加する。同市場の製品開発においては、大きく4種類の模倣が観察される。市場外部のブランド品を模倣する①ブランド製品の模倣と②商標無断使用による模倣、市場内部の他店舗製品を模倣する③大ロット生産型模倣と④小ロット生産型模倣である。このうち、シーズン中におこなわれる④小ロット生産型模倣による製品開発が、中小・零細なアパレル商人によっておこなわれる日常の製品開発様式である。東大門アパレル市場には8つの製品開発シーズンがあり、シーズンの変わり目には比較的大幅なトレンドの変化が見られ、シーズン中にはシーズン変わり目に変化したトレンドに小幅な修正を加える形で製品開発がおこなわれる。シーズン変わり目に市場外部から流入したトレンドが、シーズン中の小ロット生産型模倣によって実需を反映する形で修正され、確実性の高いトレンドとして収斂されるという関係にある。製品開発の主導権を握るアパレル商人は、模倣の意図やタイミングによって、イノベーター、初期追随者、中期追随者、後期追随者・非追随者に分類することができる。これらの類型のアパレル商人がシーズン中に繰り返す模倣によって再生産された市場内部のトレンドが、確実性の高いトレンドとして市場外部へと逆提案される。消費者に受け入れられる可能性の高いトレンドを、シーズン中の小ロット生産型模倣によって創りだすことができるのは、その製品開発において、市場内部で売れ行きの良い製品特徴が小売業者によって綿密に探索され、アパレル商人へと伝達されるからである。また小売業者からの情報をもとに、アパレル商人が、市場内部を観察しながら売れ筋製品をチェックすることができるからである。

9. 第7章 生産と企画における取引構造

第7章では、東大門アパレル市場の製品開発において、生産段階である川上と企画段階である川下にどのような取引関係が形成されているのかを見る。生産段階である川上では、アパレル商人と親工場間、および、生産業者間(親工場、下請工場、客工の間)で取引がおこなわれる。川上で取引をおこなうメンバーは、それぞれ複数の取引相手をもち製品開発の内容に応じて取引相手を変更する流動的な取引関係を形成している。とりわけ、生産業者間の取引において客工の転職が頻繁であり、川上に進むほど取引関係の流動性が顕著に現れる。企画段階である川下では、アパレル商人と小売業者間で取引がおこなわれる。川下で取引をおこなうメンバーは、在庫リスクを分担する「一枚取引」と称される取引形態のもと、特定の取引相手と持続的に取引する固定的な取引関係を形成している。条件付の返品・交換制によって在庫リスクを分担する取引メンバー間のリスク負担様式が、川下の取引関係を固定化させる要因としてはたらいている。

10. 第8章 取引関係と模倣の促進メカニズム

第8章では、第7章で確認された川上と川下の取引関係が、東大門アパレル市場でおこなわれる製品開発において模倣を促進するメカニズムを明らかにする。生産段階である川上に形成された流動的な取引関係は、模倣に必要な情報の漏洩と技術の伝播・共有を促すことによって、同市場の製品開発における模倣を促進する。流動的な取引がおこなわれる川上では、取引相手と仕事を共有しながら直接他者の開発製品を目にすることができるだけでなく、取引相手への詮索によって模倣に必要な情報を得ることができる。取引関係が流動的であるがゆえに互いへの情報開示インセンティブが向上し、川上で流れる情報が濃密になる。また、特定の取引相手との間で蓄積された技術がその他の取引相手との取引の際に共有され、分業の枠内外を転職する客工によって模倣に必要な技術が迅速に伝播される。

企画段階である川下に形成された固定的な取引関係は、模倣に必要な情報の伝達と受け入れを容易にすることによって、同市場の製品開発における模倣を促進する。固定的な取引がおこなわれる川下では、仕入業務を専門とする小売業者によって探索された売れ筋情報がアパレル商人に伝達され、製品開発に取り入れられる。川下の取引においては、固定的な取引関係にある小売業者に製品供給の優先権が与えられるため、小売業者は、対話や現物の提供によって固定的な取引先であるアパレル商人に売れ筋情報を伝達し、模倣を要求する。互いに固定的な取引によって信頼を築いてきた相手であるがゆえに情報の提供と受け入れが容易になる。

川上の流動性と川下の固定性が連動していることは、模倣情報を探索・伝達するインセンティブを高め、情報の確実性および模倣意図を高めることによって、同市場の製品開発における模倣を促進すると考えられる。伝達した情報を実際のモノとして具現化できる生産基盤があるがゆえに、売れ筋情報の探索や伝達のインセンティブも一層高まる。また、川上と川下の両方から入ってくる情報を照合することができるため情報の確実性が高まる。そして、ファッションについていける迅速さで模倣情報が伝達されモノづくりがおこなわれるために模倣の意図が高まる。

11. 第9章 結論

第9章では、本論文でおこなった理論検討と事例分析の結果をまとめ、インプリケーションを述べる。そして、最後に、本論文の貢献と課題について述べる。

産業集積でおこなわれる製品開発において模倣が促進されるメカニズムについて、本論文の事例分析から明らかになったのは、次の3点である。第1に、川上の流動的な取引関係は、模倣に必要な情報を漏洩させ、模倣に必要な技術を伝播・共有させることによって、模倣を促進する。第2に、川下の固定的な取引関係は、模倣に必要な情報の伝達と、その受け入れを容易にすることによって、模倣を促進する。第3に、川上の流動性と川下の固定性が連動していることは、模倣に必要な情報の探索・伝達インセンティブ、情報の確実性、そして、模倣意図を高めることによって、模倣を促進する、ということである。

東大門アパレル市場の事例研究をおこなうことによって明らかになった、これらの模倣のメカニズムについての知見を一般化できるかどうかに関しては、今後複数の産業集積を取り上げた研究によって明らかにしていく必要があると思われる。その際には、本研究によって示された、取引関係と模倣との関係についての知見を、検証すべき仮説として設定したうえで研究を進めていくことができると考えられる。