

## 【研究ノート】

# E U市場統合期における欧州自動車産業分析の視座 ～『単一市場レビュー』を手がかりにして～

細 矢 浩 志

## はじめに

周知のとおり、統一通貨ユーロの導入に踏み込んだE Uは、市場次元の統合からより高い次元の統合に向けてその歩みを着実に推し進めている。E U統合の進展とそのダイナミズムは、欧州の社会経済環境の激変を伴いつつ、欧州のみならず日米の有力諸企業の戦略展開を揺さぶり、E U経済・産業構造の変容をもたらしつつある。E U域内に日米・欧の有力諸企業がひしめく自動車産業は、競争環境への機動的な対応が迫られるもっとも典型的な業界であり、こうした時代潮流のインパクトを探るうえで格好の材料を提供する。

本稿の目的は、E U市場統合以降の域内自動車産業動向を分析する際に重視すべき視点や分析視角の設定をめぐる論点を試論的に提示することにある。それにより、E U統合の進展下にある欧州自動車産業の基本的な構造とダイナミズムの解明に資することを意図している。先に指摘したように、1980年代半以降のE U統合が「市場統合から通貨統合へ」局面を移行している事実を鑑み、本稿ではさしあたり、市場統合段階に焦点を絞ることとする。

欧州委員会は、E U域内単一市場の形成が欧州統合の進展に際していかなる意味を持つのかを検討する材料のひとつとして、単一市場のインパクトをさまざまな角度から検討を加えたレポートの作成に取り組んできた。それらは『単一市場レビュー』(Single Market Review, 以下S M Rと略記)と呼ばれるシリーズとして刊行されている<sup>1)</sup>。そのなかには域内自動車産業に対する影響を分析したものが含まれる(『単一市場レビュー／第一部：製造業へのインパクト／第6巻：自動車産業』、以下「S M R自動車」と略記)。本稿では、「S M R自動車」を手がかりにして、80年代後半～90年代前半に進展した市場統合、その一環としての取り組まれた単一市場計画(Single Market Program, 以下S M Pと略記)が、域内の自動車産業にどのような影響を与えたのかについて考察し、こうした作業をつうじて、欧州自動車産業を分析する際に必要・有益な視点を探ることとする。言い換えれば「S M R自動車」を切り口にして課題への接近を試みるのが小論の特徴である。

本稿の構成は以下のとおりである。はじめに、「S M R自動車」で指摘されたS M Pのインパク

1) S M Rシリーズの概要については、モンティ[9](いわゆる「モンティ報告」)を参照のこと。

トの検討結果の内容について簡単に整理し、その問題点を指摘する。とくに提示されたインパクト評価が、当時の自動車企業戦略や産業動向の変化を的確に捉えているかという点を検証する。次いで、90年代E U自動車産業の動向をS M P以外の視点から捉えようとする研究について検討する。そのうえで、市場統合時のE U自動車産業に影響を与える諸要因として、グローバリゼーションを位置づけることの重要性を指摘すると同時に、「S M R自動車」の意義と限界を提示する。最後に80年代半以降のE U自動車産業の動向分析においては、市場統合だけでなくグローバリゼーションを含む複眼的な視点から観察する姿勢が欠かせないことを指摘して結びとする。

## 「S M R自動車」の検討

### (1)「S M R自動車」における分析の特徴について

1980年代半に始まる市場統合が欧州内の自動車産業にいかなる影響を与えたのかを分析することを研究目的とした「S M R自動車」の内容については、すでに前稿で簡単な紹介を試みた<sup>2)</sup>。ここでは議論の正確さを期すべく、前稿をふまつつも重複をいとわず、同書で示された検討結果について立ち入った検討を加えてみたい。

本書におけるS M Pのインパクト分析作業は第5章～9章の五つの章にわたって展開されている。そこでは、大きく分けて次の二つの視角から接近を試みているといえる。

第一は、第5章から第7章までの部分である。いわゆる産業部門全体に及ぼすインパクトの諸側面が検討されている。分析の対象とされたのは、「販売・流通」、「生産・購買・研究開発」の事業領域である。ここでは、「産業インパクトモデル」に依拠して自動車製造の事業プロセスを整理したのちに、プロセス展開に即して設けられた各事業領域で予想される諸論点について、「仮説の階層構造」<sup>3)</sup>にもとづくモデルシミュレーションが行われている。この部分は、いわばS M Pインパクトを「マクロ」的な視点より概括した箇所といえよう。

第二は、S M Pインパクトを企業のレベルで検討を加えた部分である。事業戦略へのインパクトとケーススタディを整理した第8章と9章がここに相当する。上記5～7章と対比してみると、同箇所は、いわば「ミクロ」の視点よりS M Pインパクトを概括する形になっている。

このように、同書の分析は二部構成となっており、産業レベル 企業レベルを意識した多角的な検討を行っている点に分析スタイルの特徴の一つがあるといえる。本稿では、便宜上、前半部(第5～7章)を「仮説モデル分析」(以下、「モデル分析」編)、後半部(第8、9章)を「企業戦略事例分析」(以下、「事例分析」編)と称することにする。叙述の多くは、前半部の「モデル分析」編に割かれており、そのスペースの大きさから見て、分析の焦点は前半部のマクロ経済的インパクトの考察にあると見てよいであろう。

2) 拙稿[19]。

3) 拙稿[19]、図(103頁)を参照。

次に分析の結果として提示されたインパクト評価について、「モデル分析」編と「事例分析」編とに分けて簡単に整理しておこう。

#### a)「モデル分析」編

前半部では、「仮説の階層構造」に依拠し全部で16の個別仮説が検証されている（表1、個別仮説は「総体的にE U内貿易は上昇する」以降のもの）。「モデル数の増加」などの仮説で有意性は認められたものの、「貿易パターン」や「車両価格差の解消」「母国市場での母国メーカーのシェア低

表1 仮説と検証，期待されるSMPインパクトとの適合度

仮 説	分 析 結 果	期待されるSMPインパクトとの適合度
<b>マーケティング</b> 市場アクセスは改善される	同仮説は以下のより詳細な仮説によってカバーされる。全体として，SMPは市場アクセスを改善したとするわれわれの結論と一致する。	✓
総体的にE U内貿易は上昇する	E U内貿易の総体的計測は，この仮説の証明に失敗した。以下で論じるように，いくつかの加盟国ではSMのインパクトが他の要因によって重要度を増した可能性がある。	-
モデル数・バリエーションは増大する	仏・独ではモデル数・バリエーションの劇的な増加が見られたが，仏では上位10モデルのシェアは下落し，市場が断片化する指標が見られた。	✓
国内販売／全販売比は低下する	いくつかのメーカーで国内販売／全販売比は低減する一方で，他のメーカー（とくにドイツメーカー）シェアは上昇した。ドイツ統一がこれら結果の一要因である。	✓
加盟国の個人消費に対するE U内貿易の度合は上昇する	国によって分析の結果にばらつきがあった。輸出入の決定においてはSMPよりもむしろ他の要因がより重要な役割を演じたようである。	✓
メーカーの国内シェアは低下する	いくつかの国内メーカーのシェアが低減する一方で，ドイツメーカーの国内シェアは上昇した。ドイツ統一がこれら結果の一要因である。	✓
メーカーのシェアは加盟国間で均等化する	1992年より仏・独メーカーのシェア格差は加盟国全体にわたって低減した。伊については為替レートの乱高下 volatility がわれわれの結論に影響を与えた追加的な要因であった。	✓
競争と市場集中度は上昇する	集中度は上位3社ならびに上位10社で上昇した。総資本利益率（稼働資本に対する収益の比率）で計測した場合，収益性は低下している。	
加盟国間で車両価格は変動しにくくなる	いくつかのモデルで価格格差は低下した。	
全ヨーロッパ規模で配給・販売ネットワークが進展する	E U加盟国間では，配給構造に大きな差が残されている。	
<b>生産</b> 生産コストは低下する	E U籍メーカーはより地球規模で競争的となり，平均実質労働コストは近年低下している。	✓
生産性は上昇する	E U生産者は生産性の漸次的改善を行ったが，これら改善はSMPの実施以前に始まったものである。	✓
雇用水準は，E Uメーカーの競争力上昇と競争激化の間接的な結果として低下する。	E U籍メーカーによる雇用は，1992 - 94年で9 %低下した。	
E U内投資構造は変化する	F D Iの流れの分析は，企業はSMPの好ましいインパクトを予想していたことを示した。いくつかのメーカーのF D I戦略は，SMP戦略というよりもむしろグローバルな戦略に基づくものである。数プラントが閉鎖されている。	✓
<b>供給</b> 部品供給はより全ヨーロッパ的規模になる	購買はより国際化されており，供給業者はより国際化されている。これらの結果もまた，より広いグローバル化政策の到達点の反映であり得る。	✓
<b>研究開発</b> 研究開発コストは低下する	車両の「全型式認証」の調和は研究開発コストに直接的なインパクトを与えてきた。UNECE基準がすでに実施されているため，いくつかの部品に関する型式認証の調和によるインパクトは限定的であった。	✓✓✓
<b>全体</b> E U籍自動車メーカーのグローバル競争力は上昇する	非E U市場向け輸出の実数量は増えたが，E U籍メーカーが有するシェアは低下した。	✓
摘要：適合度を示すために，チェック・システムを用いた。 ✓✓✓はSMPが直接的なインパクトを有していたことを示す ✓✓はSMPが結果を促したことを示す ✓は結果がある範囲で期待されるインパクトと一貫（相関）することを示す はインパクトがないことを示す		

出所：EC[1]，pp.143 - 144

下」などの領域では総じて大きな変化は見られなかった。とくに最大のスペースを割いて分析に取り組んだ第5章「市場アクセスの改善」＝「販売・流通」の面でそうした傾向は顕著であった。その一方で、SMPの最大のインパクトをR&Dコスト削減に見いだす点が同書の特徴である。これは、SMPによる自動車関連法制整備の最大の焦点が「欧州全型式認証」<sup>4)</sup>制度の確立にあったことと直接かかわっている。同制度を介してEU域内メーカーによる研究開発経費・期間の合理化と効率化が進展し、それが全般的なコスト削減に結びついたと判断されたからである。個別仮説の全体をふまえて最後に提示される仮説16「EU籍自動車メーカーのグローバル競争力は上昇する」の検証結果は、期待されたSMPインパクトと一定の範囲で一貫する（インパクトとの適合度を示すチェック・システムでは✓）と結論づけている。全体の基調は、SMPは限られたインパクトを与えたというものに抑えられている。

「モデル分析」編における分析手法の特徴は以下の諸点にある。第一に、検証の緻密さである。それは、全体で16の個別仮説をひとつひとつ論理的に積み重ねて結論を導こうとしている点に表れている。しかも、設定された各仮説の検証には多くの客観的な統計指標が駆使されており、当該仮説をさまざまな角度から光を当てた作業が展開されていく。これらは主として、市場アクセス改善を検討した第5章「販売・流通」の部分で顕著である。「仮説の階層構造」は、こうした重層的・多角的分析によって支えられている。第二に、「他の諸要因」にもとづくインパクトと、SMPによるインパクトとを慎重に区別した分析を行っている点である。これは、計測可能な効果を純粹に取り出し、仮説の検証結果の有効性を担保するために必要な措置として設定された分析手法である<sup>5)</sup>。

#### b)「事例分析」編

「SMR自動車」後半部で最初に取り上げられるのは、事業戦略 business strategy に対するSMPのインパクトである。第8章では、事業戦略を「企業戦略 corporate strategy」と「事業プロセス戦略 business process strategy」という二つのセクションに分けて、それぞれについてSMPのインパクトが検討されている。ここでは、企業戦略や事業プロセス展開において注目される動きとして「ブランド強化戦略」や「新規生産拠点への投資戦略」、サプライヤー・システムの再編などが指摘されており、結果的に90年代前半のEU自動車産業の特徴的な動向を要領よくまとめる形になっている<sup>6)</sup>。

第9章はEU域内で事業展開する有力メーカー5社の事例研究である。そこでは企業経営の当事者が市場統合の進展をどのようなものとして認識しているのかという問題が取り上げられている。SMPのインパクト評価にかかわる論調は、「モデル分析」編と同様なものであった。事例研究では、調査対象とされた大手メーカーは、SMPに大きなウェイト付けを与えていないことが示唆されている。EU域内の有力自動車メーカーの経営陣は、事業展開に際してSMPの影響を必ずしも

4)「欧州全型式認証」については、拙稿[18]にて詳述した。

5)「モデル分析」編における分析手法の特徴は、「SMR自動車」第4章で用いられた独自の方法論と深くかかわっている。この点については、拙稿[19]、102 - 104頁を参照。

6) 詳細は、拙稿[19]、105 - 107頁を参照。

最重要視しているわけではない。注目されるのは、事例研究として取り上げられた日産、大宇といった非EU籍メーカーが域内で積極的な事業活動を展開している点である。こうした新規参入メーカーの状況は、後述するように同書第10章・結論部で強調される論点のひとつ（「欧州要塞論」）に結びつけられることになる。

#### c) 結論部分について

以上の分析をふまえ、最終章にて「SMR自動車」で解明された基本的な論点が表示される。結論（第10章）での主張のポイントは以下の点にある。

SM Pの現実的なインパクトが改めて整理され、「自動車部門におけるSM Pの効果は限定されたものであった」ことが確認される。全体としてSM Pのインパクトを限定的な評価にとどめるのが本書の最大の特徴である。

SM諸措置の推進は事業戦略の根本的な変化をもたらしたとはいえないが、SM PはEU自動車部門の今日的な発展に貢献している。

また、SM Pの実施は新規参入者がEU籍メーカーと対等な立場で競争することを容易にしており、域外メーカーに多大な利益をもたらしている。それは製品選択肢の多様化や安全性・燃費の向上など消費者利益の向上にも貢献している。

SM Pのインパクト評価に関する結論として指摘されるこれらの論点を改めて整理してみると、「SMR自動車」の編集責任者でありかつSM Pの政策推進主体である欧州委員会が市場統合をどのようなものとして捉えているかという認識にかかわって、興味深い点がいくつか浮かび上がってくる。

第一として、市場統合推進の基本的なねらいは、「産業競争力の向上・改善・強化」にあるという点である。同書結論は、域内市場の競争環境の整備をつうじて、プレーヤー企業の体質改善・向上と産業の活性化をもたらすという「競争力強化」命題の正しさを主張するものになっていると理解することができるからである。

第二に、いわゆる「欧州要塞論」に対する牽制の視点が盛り込まれている。非EU籍メーカーによるEU域内での積極的な事業展開に見られるように、自動車SM諸措置の推進は対域外諸障壁の構築には結びつかず、むしろ域外プレーヤーに有益なインセンティブを与えるものとして機能しているとの立場を鮮明にしているからである。

このように、本書は、「SM Pのインパクトを考察する」という課題遂行をつうじて、市場統合にかかわる諸懸案事項への回答、すなわちEU当局者間の関心事としての「EU産業・経済の競争力向上に貢献するか」という問題意識と、主としてEU域外関係者が有するであろうところの「欧州は要塞化するか」という問題関心の両方とに、バランスよく回答を与える形をなしている。ここに本書の、政策推進に資することを見据えた政治文書的な性格の一端が示されていると考えられるのである。

## (2)「S M R自動車」分析の諸問題

次に、本書の分析にかかわる諸問題を検討してみよう。何より指摘しなければならないのは、自動車部門におけるS M Pのインパクトは全体として限定的な評価にとどまっているという点である。

全体の基調がこのように抑えられたのは、概ね次の理由によると思われる。

第一は、S M Pインパクトの検証期間の短期性である。いうまでもなくそれは、評価に用いられた諸データの有意性にかかわる。「S M R自動車」刊行は1997年である。S Mの発足は加盟国によるマーストリヒト条約の批准が完了する1993年をもってその指標とされるから、これを勘案すると、わずか4年間の観察を経て同書は刊行されたことになる。この期間を以てS M Pを総体的に評価するのは困難であろう。実際の刊行までには、実態調査をふまえた検討・準備期間が含まれるとすれば、なおさら事実上の調査期間は短くなる。短期間の調査では、たとえ何らかのデータが得られたとしても、その有意味性という点では、大いに疑問が残るものとならざるを得ない。検証期間の短期性について留意すべきとする点は、同書でも指摘されているところである。

第二に、限定的な評価をもたらすことになった最大の理由は、「S M R自動車」の課題遂行に際して用いられた方法論に求めるべきであろう。「仮説の階層構造」にもとづくインパクト評価モデルは、S M P以外の多様な影響因を「他の諸要因」として峻別しようと試みる方法論であった。それは、S M P固有のインパクトとS M P以外の他要因のそれとを慎重に腑分けしようとする意図をもって設定されたものである（「他の諸要因」のインパクト推計結果は表2を参照）。それゆえ諸仮説で想定されたインパクトが現実には観察される場合、それは何らかの意味でS M P要因と「他の諸要因」との複合的な作用と見なされ、S M Pにもとづく効果は観察されたインパクトのある一定の

表2「他の諸要因」の影響度

	仮説	市場条件	ドイツ統一	新モデル投入	グローバルゼーション	為替変動	過剰生産能力	低収益性	生産・供給網の変化	研究開発・技術革新	S M P
1	総体的にE U内貿易は増大する		✓								
2	国内個人消費・生産に対するE U内貿易の度合は増大する		✓	✓		✓✓					✓
3	加盟国間で市場シェアは均等化する	✓		✓✓		✓					✓
4	モデル・車種数が増大する				✓✓✓						✓
5	E U籍メーカーの国内販売 / 非国内販売比率は低下する		✓	✓							✓
6	各メーカー国内販売シェアは低下する		✓	✓	✓						✓
7	競争が激化し市場集中度は上昇する	✓			✓✓✓		✓	✓			✓
8	加盟国間で最終価格は変動しにくくなる										
9	全ヨーロッパ規模で販売・配給ネットワークが進展する										✓
10	生産コストは低下する								✓✓	✓✓	✓
11	生産性は上昇する									✓✓	✓
12	雇用は低下する	✓			✓✓						
13	E U内投資構造は変化する				✓						✓
14	部品供給構造はより全ヨーロッパの規模になる								✓✓	✓	✓
15	研究開発コストは低下する										✓✓✓
16	E U籍メーカーのグローバル競争力は増大する	✓			✓✓	✓					✓

出所：E C[1], pp.146 - 147

部分を占めるものとならざるを得ない。その結果、計測可能なSMPの諸効果の積み上げもまた慎重となり抑制されたものになるのである。

こうした点を考慮しても、次のような疑問が想起される。同書における検討手法の全体的な一貫性にかかわる疑問である。前半の「モデル分析」編（第5～7章）では、質量ともに詳細な検討が加えられているのに対して、後半の「事例分析」編（第8,9章）は、EU自動車部門の特徴的な動きを簡潔に整理したものにとどまり、SMPのインパクトに関する考察は深く立ち入ったものとはなっていない。前半部の緻密さと後半部のラフなスケッチというコントラストは、ややもすると、諸仮説の検証とメーカー戦略へのインパクトの考察が有機的に関連しているか、上手くかみ合った考察を加えているか、という疑問に結びつく。

問題は、後半部で描写された業界のActiveな動向が、SMPのインパクトと結びつけて論じることにも必ずしも成功していない点にある。「トレンドとして確認できる」実態の指摘は、SMP推進下の欧州自動車業界を特徴づける「状況証拠」として捉えることは可能であろうが、それがSMPに起因すると判断できるだけの有力な根拠を示すことにはならないし、仮に「因果関係」を認めるにしても、SMPのインパクトがどの程度なのか判然としないからである。

さらにいえば、「事例分析」編で指摘されている90年代前半のEU自動車産業における注目すべき変化・新たな胎動の兆しは、「モデル分析」編で示されたSMPインパクトの限定的な扱いと整合的であるのかどうかという疑問も想起される。「事例分析」編の記述から、EU自動車産業の構造的な変化を示唆する特徴的な動きとして、以下のような点をピックアップできるからである。

第一はEU域内の貿易構造の変化である。それは、域外との対比で見る域内貿易の増加、資材調達部局の域内各地設置など自動車部品の域内調達戦略の変化や、サプライヤーの国際化に伴うアイルランド、ポルトガル等の周縁国における自動車部品生産の拡大に見られる部品供給構造の変化、等々に示される。第二に、EU域内投資構造の変化も顕著である。「SMR自動車」では1985年以降の投資決定状況を統計的に確認したうえで、周辺諸国への投資が急増したことを指摘している。市場統合の進展に伴い、低コスト地域への投資や周縁地域の部品供給基地化など域内生産拠点に再編の兆しが見られることを、同書の記述から読みとるのは難しいことではない<sup>7)</sup>。

このように「事例分析」編では、域内の主要メーカーの繰り広げる活発な事業展開が活写されており、EU域内の自動車産業構造に深甚な変化の兆候が表れつつあることが浮き彫りにされるのである。われわれは、「SMR自動車」分析の前半部でSMPインパクトに対する限定的な評価を受けて述べられる、主要メーカーの対応状況の豊富な事例の数々に戸惑いを禁じ得ないのである。眼前で繰り広げられる現実から感得される部分と、計量的手法にもとづき「科学的」に評価される部分との間に横たわる溝、こうした食い違いをどう埋めるべきだろうか？

SMPのインパクトが限定的とすれば、市場統合期に見られた業界のActiveな動向は、SMP以外の社会経済的要因によって説明されなければならないことになる。事実、同書では、こうした

7) これらの点については、拙稿[18] - 2を参照。

注目すべき動向の多くをSMP以外の諸要因によるものとの立場に立っている。

果たしてEU産業の展開動向の規定的要因は、SMPかSMP以外のそれに求めるべきか。そして動向分析には、SMP以外の規定因を考慮すべきとすれば、それは何か？EU産業の動態を的確に理解するために必要な視点は何か、次にこの点を検討してみたい。

## グローバリゼーションのインパクト

### (1) EUメーカーの視点

前節で指摘したように、「SMR自動車」分析におけるSMPインパクト評価に不自然さを感じるのは、市場統合期に現れた主要自動車メーカーによる活発な事業展開とそれにもとづく域内産業の構造的な変化の兆候を、SMPのインパクトと結びつけて捉えることに慎重なためであった。そうした判断の根拠のひとつは、後半の「事例分析」編で紹介されている有力メーカーのSMPに対する認識に求めることができる。「SMR自動車」第9章では、主要メーカーのインタビューによる回答が、総じてSMPよりもグローバリゼーションの影響を重視したものとなっているからである。前稿では事例研究5社のうちルノーについて触れたので、ここではさらに二つの有力メーカー・日産とフィアットを取り上げ、この点を確認しておこう<sup>8)</sup>。

#### a) 日産

日産が事例研究の対象とされた理由は、最初に欧州市場に参入（1960年代）した日本企業であり、80年代各地に設備投資を行ったこと（非EU的見通しという点で興味深い）、グローバルプレーヤーであること（北米戦略との比較が可能）、欧州自動車産業において多くの新しい手法（リーン生産方式など）の導入で先陣を切ったこと、である。

日産は、全社で40以上あるモデル車種から欧州市場向けには26車種を投入（商用車、トラック含む）、小型車から大型車までブランドイメージの良い乗用車を提供している。欧州生産は1991年時20万台から95年34万台に増加、その2/3は英国製、残りはスペインで製造している。将来的には、車台（プラットフォーム）数の合理化とモデルレンジの集約を検討中である。製品は、欧州全域で販売されている。全世界では約20の主力乗用車種を投入しているのに対して、ヨーロッパでの主力車種は6である。新車投入に際して、共通した広告テーマを使うなど全ヨーロッパ規模で販売キャンペーンを展開している。日産によれば、参入当初は、とりわけ「一括除外」制度のもとでは販売ネットワークの設立が懸案のひとつであった。にもかかわらず、同社は、新規参入者にとって現地メーカー以上に努力を重ねることは普通であると考えていた。また日産は、円高は欧州向け戦略や生産施設展開に影響を与えなかったとしている。

生産面：日産は、エンジン・駆動軸 drives・シャシーを地球規模で共通化する意向を持っているが、各地域での生産構造の独自性は保持したい意向である。また、地球規模で「規模の経済性」を

8) 以下は、EC[1] pp.135 - 138をまとめたものである。



実現するために、現在ある26の車台を半分に減らす努力を行っている。イギリスでの年間の生産性向上目標は10%であり、94 - 96年にかけてそれを達成している。10%のうち、7 - 7.5%分は工程改善により、残りは設計変更による。

雇用面：EU全域にわたる従業員の移転を展開中である。これは、SMPよりも従業員の技能開発に関係する措置であると述べている。

ヨーロッパ内の製造基地は二つ：英国（乗用車生産工場、1985年設立、マイクラとプリメーラ製造、93年に英乗用車輸出のトップ企業となる、95年21万5000台生産）とスペイン（四駆、MPV、軽商用車、産業用車両、フォークリフトを製造、1982年フォード工場の買収による、1995年12万2000台生産、その2/3は欧州市場向け輸出）である。再配置の予定はないが、新拠点の開拓には継続して努力している。

購買・サプライヤー：1994年時のサプライヤー数は、英工場で198、スペインで241だった。うち39サプライヤーは英とスペインで共通、その数は近年増大傾向にある。ヨーロッパでの部品購入額は86年5000万£から95年2億£に上昇した。欧州現地の部品サプライヤー数は、86年ゼロから95年には750余に増えた。EU市場への参入時より、日産は土着のサプライヤーを活用している。サブシステム（サスペンション、ブレーキなど）が満たすべき性能が、顧客によって異なっていたためである。この点では北米でのサプライヤー政策と対照的である。参入以来、日産は新技術の採用や効率性改善で部品サプライヤーを大いに支援している。

研究開発：同社の欧州研究開発拠点は日産欧州技術センター NETCs(英とベルギーに基盤)である。試算では、日産はSMPの「全型式認証」をつうじて約100万ユーロ（ECU）の節約を実現している。欧州向け製品が純粹に欧州「現地」で設計されるというよりも、日本向け・欧州向け製品ともに、次第にそのデザインや研究開発・生産は両地域間で共有される傾向にある。設計・開発は次第にサプライヤーに委託されるようになっている。しかしながらこれは、日産独自の対サプライヤー関係政策から生じたものであり、SMPの結果ではない。

過去2、3年の日産の戦略は、生産コストとアフターサービス市場向けコストの両方を削減するための、製品ラインアップを超えた部品および車台の地球規模の「共通化」または共用化にある。「共通化」戦略のひとつの事例はイギリス製の新型プリメーラに見られる。同モデルは日本製ブルーバードと共通のプラットフォームを利用している。スペイン工場で生産される Terrano は、同地フォード工場製 Maverick と設計・生産を共有している。日産サンダーランド工場の従業員は全員が同一の雇用規程を有している。日産と同時に部品を製造する8つの主要サプライヤーは、サンダーランド工場の周辺に工場を配置している。

#### b) フィアット

フィアットが事例研究として選択されたのは、以下のような企業特性による。すなわち、EUの主要メーカーのひとつであること、イタリア市場が長い間フィアットの強いブランド力のもとで比較的閉鎖的であったこと、ポーランドへの投資に積極的で世界の新興市場においてその存在

感を示しつつあること、商用車分野で強力な存在感を有すること（Iveco）の諸点である。

フィアットは設立以来、国内市場に集中しエコノミーカー・クラスに特化してきたが、Alfaの買収によって高級車部門に進出したのを契機に、最近では6つの異なるブランド<sup>9)</sup>を有する企業に成長した。グループ企業Ivecoは商用車フルレンジメーカーだが、軽・中型車両を得意とする。1994年時同グループの生産台数は2,107,800台であった<sup>10)</sup>。

同社は1990 - 93年にかけて、製品の魅力の欠如 unsatisfactory や配給システムの非効率性によって業績が悪化したのを受けて、1993年よりフランチャイズ・ディーラー数の削減や体系的な業績評価システムの開発をつうじてモデル・レンジの改訂と配給システムの見直しに着手した。新しいモデル・レンジは、販売の安定性と規模を理由に中型セグメントへ集中した。こうした改革において有利に働いた要因として、フィアットはリラの切下げを指摘している。リラの減価は欧州市場へのアクセス（販売）よりも利益に有利に働いたと見ている。SMPについて同社は、税制の相違や（登録）行政制度の特殊性、市場保護を視野に入れたいくつかの政策が、統一的な市場の形成を阻害していると考えている。

90年代初に始まったフィアットの再編は、工場統合化計画 Integrated Factory Project に基礎を置く。それは「トヨタ的」手法を採用したものである。工場統合化計画は、技術に先導された以前の組織革新やその結果としての硬直性などに見られた欠点を考慮している。フィアットは、生産性の改善は部門内のグローバル競争の激化の結果であると考えており、SMPはその間接的な要因であるとしている。また、環境を睨んだ諸規制によって相当のコスト増加を余儀なくされると確信している。

雇用は1990 - 94年にかけて10%減少した。欧州域外での雇用が上昇する一方で、イタリア全体では30%減であった。フィアットの新規プラントでは、生産組織上のフレキシビリティを獲得するために新しい雇用契約条件が適用されている。フィアットは、こうした変化をSMPに起因するものとは見ていない。むしろイタリア内の競争激化と雇用関係の変化の結果としている。またSMPによってクロスボーダーの採用が増えている証拠はないとしている。

欧州域外での基盤を国際化する意向を別にすれば、フィアットは歴史的にイタリアに活動を集中してきた。だがMelfi工場（年産能力45万台）とPratola Serra工場の開設とともに、生産はイタリア北部から南部にシフトしつつある。この新規プラントは、EU内の他の代替地候補をうち破って選択されたものである。他のフィアット事業拠点の配置状況や投資保証などロジスティックな要素を考慮したためである。ポーランドの新プラントは、新興著しい中・東欧市場に先鞭をつけるために、そしてまたより低コストで西側諸国に輸出をするために計画されたものである。事業戦略の面では、EUをひとつの国内市場として眺めるとともに、その主要な焦点を次第に南米や東欧などの新興市場に合わせている。とはいえ、中型部門でのいっそうの市場シェア獲得をつうじた欧州市場

9) フィアット、ランティアLancia、アルファ・ロメオAlfa Romeo、Innocenti、Ferrari、Maseratiの6ブランド。

10) その他協力・ライセンス等によって24万7000台を作っている。

における地位の強化は、フィアットのもっとも基本的な戦略である。フィアットの中心課題は、損益分岐点の引き下げと効率性の追求、そして新興市場の獲得にある。

購買面での主要な変化は、サプライヤー数の削減、部品業者の製品設計・開発能力の強化、業者との「共同歩調による成長」assisted growth、そしてJIT（ジャストインタイム生産方式）の普及である。こうした変化は、製造プラントへのサプライヤーの近接配置を促す反面、部品供給国際化とクロスボーダー調達の困難をもたらしている。フィアットは、SMPは資材調達慣行にごく限られた影響を与えただけだが、部品産業の集中には一定の役割を演じたと考えている。また、フィアットのR&Dは製品開発の中心基地であるOrbassano研究開発センター（トリノ）で営まれているが、同社は、SMPの完成や「全型式認証」は何ら節約をもたらしていないと考えている。諸手続に、とくに登録行政にまだ違いがあるからである。

以上見たように、日産・フィアットともに、経営戦略を規定する主要因としてSMPよりもグローバル化の影響の方を重視しているのである。前稿で見たルノーも含め、EU域内で事業展開する主要メーカーは総じてそうである。これをふまえれば、EU域内メーカーの企業行動の変化は、グローバル化への対応のなかで生じたものと捉えることを可能にするのである。

## （2）SACHWALDの指摘

欧州における主要産業の動向分析に際して、統合の進展とグローバル化との関係をめぐる問題について有益な視点を提供してくれる研究のひとつは、SACHWALD[3]である<sup>11)</sup>。ここでは同書の欧州自動車産業分析を簡単にふり返る<sup>12)</sup>。

SACHWALD分析の基本的な着眼点は、欧州を含む世界の自動車産業が国際経済環境の変化のなかでいかなる変容を経験したかを析出することにある。氏によれば、第二次世界大戦後の世界自動車産業史におけるひとつの転換点は1970 - 80年代に出現した。石油危機に代表される70年代初頭の自動車産業を取り巻く環境変化を受けて、80年代は産業構造の移行期と位置づけることができる。ここに、60年代までの安定的な競争の枠組みに代わって新しい「競争ゲーム」への適応が求められることになる。こうした認識にもとづいて氏は、世界の自動車産業が80年代以降に直面した新しい挑戦の基本的な性格を整理しつつ欧州における動向の意味するところに検討を加えていく。

第1節では70年代までの世界自動車産業を取り巻く一般的な状況を、生産システムと競争構造という点に立脚し基礎的な統計を用いて簡潔に整理したのちに、70年代後半より自動車産業の伝統的な構造が劇的に変化したと指摘する<sup>13)</sup>。第2節では到来した「危機」の構成要素が、需要構造の変

11) このほか現下欧州自動車産業の動向をグローバル化や多国籍企業研究という文脈で検討を試みたものに、HUDSON et al[2]、WELLS et al[4]等がある。SACHWALD[3]に注目するのは、タイトルにあるように、EU統合との関わりを意識した研究を志向しているからである。

12) SACHWALD[3] Chap.3: Automobile Industry. なお、氏の議論については、日高[6]でも取り上げられている。

13) SACHWALD[3] p.64.

化、供給面での日本の台頭、成熟産業におけるイノベーションの有り様（燃費向上・安全性確保）という観点から分析・整理されている。第3節は、欧州自動車産業が直面した「戦略的課題」の解明である。80年代になると欧州統合とグローバリゼーションという時代潮流が次第に鮮明になるなかで、日米欧間の競争力の相対的地位変化（とくに日系メーカーの躍進）が確認される。だが、70年代末から80年代初頭にかけて欧州は、対日輸出規制をはじめとする保護主義で対抗したように、欧州統合とグローバリゼーションの歩みは決して平坦なものではなかった。これに対して日系メーカーが欧州での拠点建設に向かったことは周知のことである。欧州の保護主義は日本企業の国際化を促進した。こうして80年代以降の欧州メーカーは、日系メーカーという新たなライバルを加えた競争環境の激化のなかで戦略の再構築を迫られたのである。続く第4.5節では、欧州メーカーが選択した特徴的な対応として「戦略的提携」に照準が定められる。その具体的な形態として「協力協定・買収」を取り上げ、その基本的な役割や機能が検討されている。

80年代の欧州メーカーの国際化への対応について、彼は「内向き」と言う表現で特徴づける。対外的拡大事業の見地からすれば、80年代半ばまで欧州メーカーの国際化の度合いは、日米のライバルたちと比較して劣っていた。より正確に言えば欧州メーカーは欧州市場に集中する傾向にあった。企業間関係についても同様である。1970年代半ばまでは、欧州メーカーはたいていの場合、欧州の企業あるいは事業部門を獲得していた。メーカー間の協力協定は比較的少なく、80年に入ってもEC間の協定は増大していない。ルノーとボルボ間の精力的な協力にもかかわらず、EC、EFTAのメーカー間の協定は1992年以降少なくなる傾向にあった<sup>14)</sup>。欧州メーカーは、環境、安全、研究開発など統合の進展に伴いますます規制が多くなる領域での協力に向かっている。研究開発は、欧州企業がもっとも協力している分野である。この事態は、研究開発のいわゆる「準競争的」性格によって説明可能である。メーカー間の協力協定を世界全体で見れば、日本企業が全体の67%を占め中心的な位置にある。欧州企業の対外的拡大事業はそれゆえ欧州に集中している。この事態は彼らの80年代の戦略と符合する。事実、欧州メーカーはいくつかの市場（とくにアメリカ）から撤退した<sup>15)</sup>。こうしてグローバリゼーションに直面する欧州企業の戦略的対応として海外事業と協力協定を取り上げ、その地理的・機能的側面から特徴を整理して次のように述べる。「80年代以降自動車産業はさまざまな挑戦に直面しなければならなかった。こうした文脈では、協力協定は、事業に関する学習（日本からの新しい生産手法の導入、外国の事業環境の学習、新製品開発における協力、情報交換）の場を獲得する機会を与え、事業フレキシビリティの重要な源泉のひとつとなる。」<sup>16)</sup>

80年代半ば以降のグローバリゼーションの潮流について、SACHWALDは競争圧力の増大という観点を重視する。彼によれば、ヨーロッパにとってグローバリゼーションとは、欧州市場がさまざまな競争者たちによりいっそう解放されることを意味する。そして欧州市場での競争圧力の上昇

14) SACHWALD[3], pp.90 - 92. 欧州企業の中でルノーは米AMCを獲得するなど(1987年にクライスラーに譲渡)比較的積極的な買収を手がけた。

15) SACHWALD[3] p.93.

16) SACHWALD[3] p.95.

は、欧州メーカーにとって二つの意味を持つという。第一に、効率化の追求努力を続けなければならないこと、第二に、外国市場に浸透するためのステップを踏まなければならないこと、である<sup>17)</sup>。

以上が自動車産業分析である。同書では自動車産業以外にも化学・食品等の諸産業分析が行われている。氏はこれらをふまえて、最終章「結論」にて「統合とグローバリゼーション」の関係性について以下のような論点を提示している。

「各章の検討では、グローバリゼーションが企業戦略の構築において主要な要素のひとつであることが強調された。つまりこうした傾向の発展はS M効果の相対的重要性を減じる傾向を持っている。おそらくこの本で検討された事例では、産業によってある種のバイアスが存在する。たとえば食品産業では、対外的拡大が比較的欧州市場を目指すことを示しているであろう。だがたいていの産業では、企業はグローバル市場での競争力獲得にしのぎを削っており、欧州市場そのものは小さすぎると考えている。」<sup>18)</sup>

「諸企業は、グローバル化しつつある競争ゲームの進展に対応するための戦略を構築している。こうした条件下では、ヨーロッパにとってたんにS Mに焦点を定めるのは危険であろう。競争ゲームにおいて提携が重要な役割を演じている産業、そしてとくにネットワーク形成が進展している産業においては、孤立した状態であることはその存在を危うくする。こうした危険は、たとえば欧州自動車産業の事例で示されている。…内部市場Internal Marketは、グローバル競争への対応のひとつの基礎として（それから逃げる道のひとつとしてではなく）規模を増した国内市場domestic marketとして考えるべきなのである。」<sup>19)</sup>

見られるように、SACHWALD[3]は、80年代半以降からのグローバリゼーションの進展に注目し、それが競争圧力の上昇となって欧州自動車産業に与えた影響を重視している。企業戦略上、グローバリゼーションへの対応の適否が現代的な競争の枠組みにおける将来の帰趨を決する最重要課題であるとするのである。自動車産業のように、すでにグローバル化の途上にある産業にあっては、欧州単一市場S Mは相対的に限られた重要性を持つ問題として扱われている。S M = 「内部市場」は、規模を増した「国内市場」と考えるべきだからである。E U域内で事業展開する自動車メーカー＝グローバル・メーカーにとって、S Mは企業戦略においてひとつの目標であるが、あくまでも目標のひとつに過ぎないのである。

SACHWALD 研究は、先に見たE U有力メーカー首脳の視点、すなわちE U域内における事業展開に際して考慮すべきはグローバリゼーションという時代潮流への対応にあるとする見解を補強するものとなっている。

17) SACHWALD[3] pp.95 - 96.

18) SACHWALD[3] p.321.

19) SACHWALD[3] p.322.

## EU自動車産業の分析視角

### (1) 市場統合とグローバリゼーション

これまで、「SMR自動車」におけるSMPインパクト評価への疑問を手がかりに、EU自動車産業動向を的確に捉えるために必要な視点を探ってきた。そこで浮かび上がってきたのは、グローバリゼーションという潮流を正しく位置づけることの重要性である<sup>20)</sup>。SACHWALDが指摘するように、欧州の自動車産業は、80年代末からグローバリゼーションの波にさらされてきた。各有力メーカーは、グローバリゼーションがもたらすさまざまな環境変化への対応に乗り出すなかで、市場統合の加速という欧州に固有の新しい時代潮流に直面したのである。それゆえ、80年代末から本格化する産業界の新たな構造変化が、もっぱら市場統合を見据えた戦略対応の結果であるとするこは、事態の本質を誤って理解することを意味するであろう。本節では、EU域内有力企業の戦略対応を規定する要因として市場統合とグローバリゼーションを分析視角に位置づけることの意味を検討してみたい<sup>21)</sup>。

グローバリゼーションと市場（経済）統合を、産業動向を規定する二大要因として抽象的に観察した場合、両者の間には以下に示すような関係性が存在することが判明する。

第一としてそれらは、諸プレーヤーが競争を繰り広げる場（フィールド）に何らかの統一的な基準・ルールを提供するという点で共通性を持つ。グローバリゼーションにせよ市場（経済）統合にせよ、それらが作用する場における企業をはじめとする経済諸主体は、対等・平等な資格において競争する諸条件を与えられるからである。したがって、これら二つの要因が同一の場において規定的である場合、一定の条件が満たされるならば、両要因は相互に触発しあう関係性に置かれることになる。そこでは、競争促進的作用はどちらか一方の要因のみ規定的である場よりも著しいであろう。SMPを「変化の触発者」と捉える視点は、こうした認識を正当化するものである。EU統計局の企業アンケートが示すところでは、欧州メーカーは、「EUの措置が変化の推進者であったのと同じ程度に変化の触発者となってきた」と考えている<sup>22)</sup>。同様に、「SMR自動車」では、SMPがグローバル化を強める働きをする点に注目している。SMP＝グローバル化促進要因と見る捉え方は、SMPの意義を理解するうえで有益な視点を提供すると思われる。

他方、市場（経済）統合は、グローバリゼーションの進展に対して抑制的に作用することあ

20) いわゆる「グローバリゼーション」をどのように規定するかという課題設定そのものが、経済学にとどまらず社会科学における研究の焦点のひとつとなっていることはいうまでもないが、ここではそうした問題には立ち入らない。グローバリゼーションをめぐる包括的な視点を提供するものとして、さしあたり、ソロス[11]、グレイ[5]、スティグリッツ[12]、経済学的観点において有益なものとして、金子[8]、菅原[13]（同氏はその後も関連する一連の労作を発表されている）、本山編[10]、岩本他[7]、高橋[14]、上田他[16]、等の議論を参照。

21) 「SMR自動車」も指摘するように、産業動向を規定する要因には、市場条件や為替変動等の経済環境、さらにはいわゆる「日本的生産システム」の導入に代表される製造手法をめぐる変革の動向などが残されているが、これらをどう取り扱うべきかという問題は別の機会に譲る。

22) モンティ[9]、7・8頁。

る。こうした視点を強調するのは田中[15]である。氏は、単一市場・単一通貨に至るEUの統合を「国民経済形成型統合」と規定し、アメリカに匹敵する規模の巨大市場形成によってEUはグローバル化への対抗力を飛躍的に高めていると主張される。ユーロの導入は、アメリカ主導の金融グローバル化に起因する為替変動や投機等のショックや不安定性を取り除き、域内諸国を「グローバル資本主義」から守る効果を果たすからである。氏の議論は、主として「金融グローバル化」という文脈に引きつけて展開されている点には注意を要するが、EU統合の進展をグローバル化への対抗軸として捉えようとする点で示唆に富む。そしてこうした視点への注目は、SMPの意義にかかわってSMを「グローバル化の実験室」として捉える視点につながるともいえる。

このように、グローバル化と市場（経済）統合とは、相互に密接にかかわっている。こうした見地に立てば、80年代末以降の欧州自動車産業の激動をもっぱら市場統合のインパクトに引き寄せて考察することを困難にする。産業動向の新たな局面がグローバル化によるものなのか欧州統合によるものなのかを一義的に峻別することはできないであろう。これら両要因の相関性と不可分性を冷静に認識することは、EUの経験を実証的に研究するに際してとりわけ肝要なスタンスであると思われる。その意味では、「SMR自動車」で措定された課題、すなわちSMの完成が欧州自動車産業に与えたインパクトを検証するという課題設定には、大きな困難がつきまとうのである。

## （２）「SMR自動車」の意義と限界

以上の考察をふまえるならば、「SMR自動車」の意義と限界は次のように概括することができる。

まず意義について。いうまでもなく第一は、緻密な検証と重層的・多角的分析をふまえてSMPのインパクトを解明しようとした点である。「仮説の階層構造」は、市場統合がもたらす諸効果に多角的な光を当てようとしており、検証方法の重層性は、SMの完成が「EU産業の競争力向上」に資するとする統合効果に説得力を与えている。ヨーロッパの統合に賭ける欧州委員会をはじめとするEU政策推進者たちの誠実さと意気込みを感じることができよう。

また、課題の遂行に際して駆使された多数の統計データと綿密な企業聞き取り調査も注目に値する。前半の「モデル分析」編で各仮説の検証に用いられた豊富な客観データ・資料群は、90年代初当時のEU主要企業動向を把握するのに貴重な情報である。後半の「事例分析」編では、当時域内諸企業がSMをいかに捉えていたのかが簡潔に整理されており、それはSMに対する企業サイドの見方を知るのに格好の素材を提供してくれる。

一方では、同書の抱える問題として以下のような限界を指摘しなければならない。

第一に、計測可能なSMP効果をテクニカルに計量しようとするあまり、インパクトの全体像の把握に困難が生じた点にある。本書の手法の特徴はSMインパクトの厳密な計量化にあった。その

ために、SMという影響要因を「他の諸要因」から切り離し、単独で作用した場合にどのような変化が生じるかという分析手法を設定する。こうした手法を採る限り、明白にSMに起因すると判断できる固有のSM要因としての自動車SM諸措置を分析対象の基本に据えざるを得ない。SM措置の影響・インパクトに集中するあまり、SMをトータルで見た場合に生じると予想されるところのインパクトを評定する姿勢が希薄となってしまうのである。

こうした分析視角の限界は、課題検証の難しさと結びつく。前節で見たように、SMPインパクトの抽出においてグローバリゼーション等の「他の諸要因」の影響との峻別が困難だからである。SACHWALDが指摘するように、欧州の自動車産業においては、市場統合の遂行以前にすでにグローバル化による競争激化が生じていた事情を考慮するならばなおさらそうである。こうしてみると、われわれは、市場統合の自動車産業に与えるインパクトを評定するという課題設定にまつわる固有の困難を知ることになる。SMPのインパクトだけを取り出す姿勢はさほど有効とは思われない。そうではなく、SMPとグローバリゼーションとの絡み合いを意識した課題設定が必要と思われるのである。

SMPとグローバリゼーションの相関性が大であるとすれば、「SMR自動車」のようにSMPと「他の諸要因」を切り離してインパクト評価を行う「孤立・分離主義」的な取り扱いには限界があるといわざるを得ない。そうした認識は、市場統合期の産業動向のダイナミズムの理解を歪めるばかりか、市場統合の本質を過小評価することにつながる危険性を孕んでいると考えられるのである。

## むすびにかえて

以上、市場統合が欧州自動車産業に与えた影響の考察を課題とする「SMR自動車」に即してSMPのインパクトを検討する作業をつうじて、市場統合期のEU自動車産業動向を解明するためにふまえるべき基本的な視点について検討を加えてきた。本稿で確認された論点は以下のとおりである。

「SMR自動車」で取り組まれた豊富な検証事例に見られるように、市場統合が欧州自動車産業に何らかのインパクトを与えたことは確認できるであろう。同書の分析は、市場統合のインパクトの解明に有益な素材を提供してくれる。しかし同時に、「SMR自動車」がSMPのインパクトの評定を慎重に取り扱わざるを得なかったように、市場統合の影響力のみを取り上げる方法論には少なからぬ困難がつきまとっていた。それは、市場統合のインパクト評価の難しさと同時に、SMのインパクトのみ個別に取り出して計測するという問題設定の限界を物語っている。

統合進展下のEU自動車産業の動向分析に欠かせない視点は、グローバリゼーションという時代潮流を明確に位置づけることである。競争環境を規定する要因としての「市場統合」と「グローバリゼーション」とは密接にかかわっており不可分の関係にある。動向分析には「市場統合」と「グローバリゼーション」という二つの激流を見据えた複眼的な思考が必要である。どちらか一方の要因のみで事態を説明すること、つまり二大要因を切り離すことは、産業動向の本質とダイナミズム



の把握をくもらせることになる。その意味で、本来あるべきSMPのインパクト評価とは、個別インパクトを計量化したり固定的な因果関係として措定することではなく、統合に大いに影響するグローバル化との絡み合いを意識したトータルなインパクトを見極めることにある。

と同時に、「市場（経済）統合」と「グローバル化」との関係性をめぐる諸問題の理論的な解明と、その議論の深化が求められている。こうした努力は、他方で、80年代半以降のEU自動車産業の動向分析にいかなる切り口を設け、その動態をいかなる文脈で理解すべきかという方法的な問いかけをよりいっそう掘り下げることにつながると考えられるのである。

### 参考文献

- [ 1 ] EUROPEAN COMMISSION, *The Single Market Review Subseries : Volume 6 Motor Vehicles*, Ruxembourg, 1997 (「SMP自動車」)
- [ 2 ] HUDSON, R., et al., *Towards a new map of automobile manufacturing in Europe?*, Springer, Berlin, Heidelberg, 1995
- [ 3 ] SACHWALD, F., *European integration and competitiveness: Acquisitions and Alliances in Industry*, Edward Elgar Publishing, Aldershot, Brookfield, 1994
- [ 4 ] WELLS, P., M. RAWLINSON, *The New European Automobile Industry*, St.Martin's Press, New York, 1994
- [ 5 ] グレイ、ジョン『グローバル化という妄想』(石塚雅彦訳)日本経済新聞社、1999年
- [ 6 ] 日高克平「グローバル企業のリストラクチャリング戦略とMAAs」藤本光夫・大西勝明編『グローバル企業の経営戦略』ミネルヴァ書房、1999年
- [ 7 ] 岩本武和・奥和義・小倉明浩・金早雪・星野郁『グローバル・エコノミー』有斐閣、2001年
- [ 8 ] 金子勝『反グローバル化』岩波書店、1999年
- [ 9 ] モンティ、マリオ『EU単一市場とヨーロッパの将来』(田中素香訳、「モンティ報告」)東洋経済新報社、1998年
- [ 10 ] 本山美彦編『グローバル化の衝撃』東洋経済新報社、2001年
- [ 11 ] ソロス、ジョージ『グローバル資本主義の危機』(大原進訳)日本経済新聞社、1999年
- [ 12 ] スティグリッツ、ジョセフ・E『世界を不幸にしたグローバル化の正体』(鈴木主税訳)徳間書店、2002年
- [ 13 ] 菅原秀幸「グローバル化の行方」青木健・馬田啓一編『地域統合の経済学』勁草書房、1999年
- [ 14 ] 高橋克秀『グローバル・エコノミー』東洋経済新報社、2001年
- [ 15 ] 田中素香「EUの衝撃」本山編『グローバル化の衝撃』東洋経済新報社、2001年
- [ 16 ] 上田慧・藤田実・今宮謙二・藤岡惇「シンポジウム・グローバル化と現代資本主義」『経済』新日本出版社、2002年5月号
- [ 17 ] 拙稿「EU統合進展下の欧州自動車産業」田中素香編『単一市場・単一通貨とEU経済改革』文眞堂、2002年
- [ 18 ] 拙稿「市場統合・通貨統合と欧州自動車産業の新展開」『研究年報・経済学』(東北大学)第63巻第3号、2002年1月
- [ 19 ] 拙稿「[資料]欧州委員会編『単一市場レビュー/第一部:製造業へのインパクト/第6巻:自動車産業』」『弘前大学経済研究』第25巻、2002年11月