

日本自動車産業における新モジュール化が もたらす企業間関係の変化

黄 磷
南 澤 裕 一 郎

本論文の目的は、「新モジュール化」と呼ばれる複数の車種やセグメントを超えた部品共通化の取組みが日本自動車産業の企業間関係に与えている影響を検証することを通して、「新モジュール化」が日本の完成車メーカーと部品メーカーとの取引関係にもたらした変化、すなわち、上位集約化やクローズド・モジュラー寄りへの新たなシフトといった変化を明らかにすることである。これまで日本企業はクローズド・インテグラル型の製品市場において高い競争力を持っているとされてきた。日本においても約10年前から、とりわけ2012年以降、完成車メーカーは、明確な車両開発コンセプトのもとで、複数の車種やセグメントを一括した設計による部品の共通化に取組み始めた。複数の車種やセグメントを超えた一括設計と部品共通化という「新モジュール化」の取組みは、完成車メーカーと部品メーカーとの企業間関係に、大きな変化をもたらすと考えられる。この論文では、完成車メーカーの「新モジュール化」の取組みが自動車部品メーカーとの取引関係に与える影響を明らかにするために、2007年、2011年と2015年の主要な自動車部品の国内納入データを用いて実証分析を行う。これまでの自動車部品の国内納入データを用いた先行研究の分析結果と比較することによって、1989年以降の約四半世紀における日本の完成車メーカーと部品メーカーとの企業間関係の変遷を部品取引レベルで考察し、近年の「新モジュール化」の取組みが先行研究で主張されてきた取引オープン化という傾向に新たな変化を生じさせ、上位集約化、企画設計期間の長期化および取引価格の低下などをもたらしていることを明らかにする。

キーワード 新モジュール化, 部品共通化, 取引オープン化, 上位集約化,
クローズド・モジュラー

1 はじめに

本論文の目的は、この四半世紀における日本の完成車メーカーと部品メーカーの企業間取引関係の変遷を取りあげ、2010年ごろから始まった完成車メーカーの車両設計・製品開発の新しい取組みが自動車部品メーカーとの関係にもたらしている変化、すなわち、「新モジュ