

論文の内容の要旨

論文題目 戦後日本磁気記録機器産業の成長メカニズム

氏名 林 拓也

本稿の課題は、戦後日本の電子工業において高い国際競争力を獲得した磁気記録機器産業(テープレコーダー産業と Video Tape Recorder 産業)の発展プロセスとその発展要因を、企業間競争における各企業行動の歴史的な分析を行うことにより明らかにすることである。企業間競争における各企業行動の歴史分析を通じて戦後日本の磁気記録機器産業の発展プロセスと発展要因を明らかにする理由は、同産業の場合、企業活動というミクロ的な側面が経済発展というマクロ的側面に大きな影響を与えたと考えられるところにある。この点で、本研究は経営史研究の中に位置づけされる。企業間競争における各企業行動の比較分析を行う場合、その分析手法は、各企業行動のいかなる側面を重視するかにより様々な手法が考えられる。本稿では、産業発展初期の段階で製品用途に多様性が無く市場が小規模で、将来の産業発展に対する不確実性要素が大きかったという磁気記録機器(テープレコーダーと VTR)特有の製品特性に着目することにより、企業による製品の技術開発のプロセスに加え、企業による市場開拓のプロセスをも重視した分析を行った。

本稿では、以下の諸点が明らかとなる。

戦後日本の磁気記録機器産業は、1950年代当時録音(画)業務を急務とする状況にあった放送業界からの、国産化への要望を発端として形成された。しかし磁気記録機器特有の製品特性から、同産業が発展するためには、製品の技術開発の進展に加え市場の成長が不可欠であり、両者がともにバランス良く発展することが必要であった。同産業における先発企業であったソニーは、最終的に家庭用市場を戦略ターゲットとした製品技術の開発に加え、放送用市場以外の新市場である学校用市場の開拓を率先して行った。その後後発企業はソニーの行動に追随し、その結果同産業は本格的な発展を開始することが可能となった。

戦後日本の磁気記録機器産業において、テープレコーダー産業は学校用市場の形成後 1960年代前半に家庭用市場を形成し本格的な産業発展を開始したが、同時にアメリカ市場への輸出も行われた。通説では、日本のテープレコーダー産業は発展早期(50年代末)から高い輸出比率をほこり、短期間のうちに国際競争力を備え、世界市場において独占的地位を確立したという主張が一般的であった。しかし、アメリカ市場へ向けた日本のテープレコーダー産業における輸出経路には、中小輸出専門メーカーによる低級品であるリム式製品の輸出経路と、大手メーカーによる高品質なキャプスタン式製品の輸出経路の、2つの輸出経路が存在した。通説は、両者の輸出経路を区別せず議論を展開した点に問題があった。前者は50年代末から高い輸出比率を誇ったが、後に高い国際競争力を獲得した後者の輸出は、60年代中頃から拡大した。後

者の輸出拡大がおくれた理由は、「録（と）る」機能をコンセプトとして発展した国内市場と異なり、アメリカ市場は高度な製品機構を要する「聴く」機能をコンセプトとして成長した点にあった。しかし日本メーカーは、先発企業ソニーを中心として、60年代中頃にかけて、「聴く」コンセプトに対応し得る製品機構の高度化と家庭用市場の形成による量産体制の進展を国内市場において成功させたため、60年代中頃から登場したパッケージ式製品の開発によりアメリカ市場において欧米メーカーを駆逐し、世界市場での覇権を握ることが出来た。

一方1960年代におけるVTR産業は、学校用市場は形成されたものの家庭用市場までは市場が成長せず、同時期のテープレコーダー産業と比べて小規模な発展にとどまった。その理由は、両製品間に大きな技術格差が存在したためであった。この結果、60年代を通じてテープレコーダー産業は、VTR産業の先行産業として後者の発展に大きな影響を与えることとなった。なおアメリカでは、ほとんどの欧米メーカーが家庭用を意図したVTRの開発を早期に断念するか消極的であったため、産業として発展することがなかった。

VTR産業が1960年代において家庭用市場を形成出来なかったもう1つの理由は、教育界からの要請でこれまでの製品機構であったオープン・リール式製品の規格統一が図られ、学校用市場が本格的に拡大する条件が整えられた時期に、各メーカーが同製品のテープ・パッケージ化を一斉に試みた点にあった。オープン・リール式VTRの規格統一と製品のテープ・パッケージ化が同時期に行われたことは、テープレコーダー産業がVTR産業の先行産業として機能し、前者から後者へ製品技術上のイノベーション（テープのパッケージ化）が波及したことに要因があった。つまり、前者の発展が後者における技術と市場の関係性に影響を与え、両産業間における市場成長プロセスに差異をもたらした。その結果VTR産業では、オープン・リール式製品における家庭用市場が形成されなかった。

テープレコーダー産業における製品技術上のイノベーションは、その後の1970年代におけるパッケージ式VTR開発をめぐった、先発企業と後発企業の競争構造自体にもまた影響を与えた。それまでの企業間競争は、先発企業ソニーに対し後発企業が模倣・追従行動をとる同質的競争であったが、このイノベーションを経て後発企業松下と日本ビクターはソニーに対し差別化行動をとった。ソニーは、アメリカ市場でのテープレコーダー供給において再生機能の重要性を認識し、「観る」コンセプトに基づいた製品戦略をとったのに対し、松下と日本ビクターは従来通りの「録（と）る」コンセプトに基づいた戦略をとった。しかし当時の消費者のニーズはVTRの長時間録画機能にあったため、ソニーのパッケージ式VTR開発は失敗し、同社は結局松下と日本ビクターの戦略に追随した。その結果、日本ビクターが開発したVHSが業界標準規格となり、同規格製品を中心に国内のVTR家庭用市場は急速に発展し、最終的にVHSは世界標準規格となった。

ソニーのパッケージ式VTR開発が失敗した要因は、同社がそれまでに先発企業として経験してきた多くの成功体験に対し過信があったからであり、同社が合理的であろうと判断した市場開拓行動が、製品の技術成長と市場成長とのバランスに対し配慮が欠けたものであったからであった。