

[研究ノート]

同質的行動の理論

—既存研究のサーベイ—

浅羽 茂

I. はじめに

1980年代までの日本経済の目ざましい発展をもたらしたものとして、日本企業が大きな役割を果たしてきたことについて大きな異論はないであろう。このことは、内外の多くの研究者が日本企業に対して大いなる興味をもって研究を行ってきたことにも表れている。初期の研究では、欧米企業に対する日本企業の異質性を強調し、いわゆる日本的経営の「三種の神器」など、日本企業の内部管理システムが注目されていた（Ouchi, 1981; Pascale and Athos, 1981）。それに対してより最近の研究は、日本企業の経営システムや成長志向といった行動特性を、経済合理的な行動の結果として説明しようとしている（今井・小宮, 1989; Odagiri, 1992）。しかしながら、1つの重要な日本企業の行動特性が、少なくとも実証的には、研究されずに残されている¹。それは、ライバル企業間の同質的行動という行動特性である。

ライバル企業間の同質的行動は、しばしば日本企業の行動特性の1つであると指摘される（Tsurumi, 1976; Abegglen and Stalk, 1985; 伊丹, 1989; 新宅, 1994; Cooper, 1995; 宮川他, 1997; Asaba and Lieberman, 1997）。ヒット商品がすぐに模倣されたり、同じような分野に事業が展開されたり、設備投資や海外進出が同時に行われるなど、日本企業の同質的行動の例は数え出したらきりが無い²。このような行動特性をもつ日本企業は、「模倣者（copycat）」と外国ではみなされること

がある³。また国内でも、「横並び」といった批判が日本企業に向けられ、昨今の日本経済の停滞の中で、このような行動様式の再検討が叫ばれている。

それに対してわれわれは、少なくともある産業では、同質的行動とはライバル企業間の激しい競争の表われであり、その激しい競争を通じて企業に競争力が蓄積されるという積極的な側面が同質的行動にはあると考えている。日本企業は、ライバル企業に遅れをとることをもっとも恐れ、ライバル企業の動向に常に注意を払っている。そのためもしある企業が成功しても、すぐにその原因が突き止められ、模倣、追従が起こる。さらに企業は、少しでもリードしようと、常に革新を試みる⁴。

Abegglen and Stalk (1985) は、日本企業がライバルに遅れをとらないように最大限の努力を払っており、この競争相手に対する強い関心が、日本企業の競争力を形作っていると指摘している。またCooper (1995) によれば、日本企業は反応の早いリーンな企業（lean enterprise）であり、かつ日本の中には急速な技術普及メカニズムがあるために、日本企業は自社を他社から差別化することができず、それゆえ同じ行動をとって正面衝突する。彼らの指摘は、日本企業の同質的行動が、創造性や戦略の欠如から生じる単なる物まねではなく、企業間の競争の結果であることを示唆している。本稿の目的は、このような積極的な側面を持つかもしれない同質的行動を説明する既存の考え方を整理し、将来の実証研究に向けての理論的基盤を作ることにあ

る。

本稿は以下のような構成をとる。次節では、競争企業の同質的行動のイメージを持つために、その例をいくつか記述する。第3節では、競争企業の行動がどうして同質的になるのかについて、関連する既存の研究をサーベイする。まず理論的研究をまとめ、可能であればこれまでの実証研究の結果を整理する。最後に、そのサーベイにもとづいて、今後どのような研究が期待されるかについて指摘し、結びとする。

II. 同質的行動の例

われわれが念頭においている競争企業間の同質的行動とは、行動の内容が重複していること (duplication of behavior) と行動のタイミングが同時であること (simultaneity of behavior) の2種類である。同質的行動の理論を整理するに先立ち、同質的行動のイメージを形成するために、それぞれについて以下でいくつかの例を示す。

(1) 行動の重複

●製品の模倣：ドライビール⁶

ライバル企業間で製品が模倣された典型的事例の1つは、1980年代末にブームを引き起こしたドライビールであろう。日本で最初のドライビールは、アサヒビールの「スーパードライ」である。アサヒビールは、1985年にはマーケットシェアが10%を切るほど低迷していたが、1987年に「スーパードライ」を発売すると、そのマーケットシェアは12.9%にまで上昇した。当時ビール業界の人々は、マーケットシェアを年1%上昇させることは困難であると考えていたので、この新製品は他のビール会社をひきつけた。1988年初頭、キリン、サッポロ、サントリーといった他のビール企業は、それぞれ独自のドライビールを

春に発売すると表明した。

さらに、その時発表されたパッケージ・デザインが、色、ロゴなどの点で、「スーパードライ」のそれに酷似していた。それを見たアサヒビールの社長は、このような模倣は業界の悪しき慣習であるとして、他の3社を訴えると言い出したほどであった。それ以来、新聞・雑誌は毎日のようにこの出来事を報道し、結局3社はパッケージ・デザインを変更せざるを得なくなった。この過熱した報道、企業間の競争が、その後のドライビールのブームを作り出したことは間違いない

●製品ラインの重複：電卓⁶

ライバル企業の間で、製品ラインが重複することはしばしば観察される。その1つの例は、電卓産業である。1962年に最初の電卓が発明されて以来、電卓市場は急速な成長と激しい競争を経験した。1970年代までの競争は頻繁な参入・退出によって特徴づけられるが、その後は2つの企業、すなわちカシオとシャープの間の争いであった。

カシオは電卓のドミナント・デザインと考えられる「カシオ・ミニ」で市場を支配したが、シャープはファッションナブルな薄型電卓で顧客をひきつけようとしていた。シャープの薄型電卓が人気を獲得すると、カシオはそれに追随した。その後、2つの会社による薄型化競争が繰り広げられ、1979年まで2、3ヶ月ごとに、「もっとも薄い電卓」の称号が両社の間を行き来した。

同時にカシオは、時計、ラジオ、ゲームなどがついた多機能電卓を発売することによって差別化を図ろうという動きもしていた。それに対して1977年には、今度はシャープが時計付き電卓を発売してカシオに追随した。それ以来、両社は次から次に多機能電卓を発売して競争していった。

1970年代半ば以降、カシオとシャープのマーケットシェアは同じような変動パターンを示す。これは、両社の製品ラインが重複して

いたことに原因があると考えられる。

（２）行動の同時性

●技術転換の同時性

新宅（1994）は、日本とアメリカのカラーテレビにおけるトランジスターの導入を調べた。日本では、1968年に日立がオール・トランジスター・カラーテレビを発売した。その翌年に日立は、すべてのカラーテレビを真空管からトランジスターに転換した。他のテレビメーカーも日立に追随し、1971年には、日本におけるすべての新モデルが、オール・トランジスター・カラーテレビになった。

それに対してアメリカでは、日立よりも1年早い1967年に、モトローラがオール・トランジスター・カラーテレビを発売し、1969年には真空管テレビの製造を中止した。しかし、RCAがオール・トランジスター・カラーテレビを発売したのは1971年であり、ゼニスには1972年に発売した。結局、アメリカのカラーテレビ市場がオール・トランジスターで占められるようになったのは、日本から遅れること5年の1976年のことであった。このトランジスターへの転換の違いが、その後の日米カラーテレビ産業の行方を決定づけたといえるであろう。

また伊丹（1989）は、日本がVTR産業で世界を制覇した原因の1つに、その技術選択の同質性による効率的な技術開発を指摘している。当初画像を録画・再生する技術は、その媒体の点で様々なものがあり、欧米の企業はそれぞれ異なる技術を追求していた。それに対してほとんどの日本企業は、テープを媒体とするVTRに開発の焦点を絞っていた。その結果、国レベルでの研究開発努力がこの技術に集中し、日本の優位性を作り出したと指摘されている。

●設備投資の同時性

産業の米と呼ばれる半導体で、それまで世界をリードしてきたアメリカを、世界全体の

中に占めるシェアで日本が逆転した。伊丹（1988）は、この逆転の1つの原因を、日本の半導体メーカーがこぞって不況時に積極投資を行ったことにもとめている。日本の半導体メーカーには、自社の他部門の収益と、銀行との密接な関係にもとづく借入金という資金源があったことが、積極的投資を可能にした1つの理由である。この不況時の積極投資が、生産能力の増大、好況時のシェアと利益の増大、次の積極的設備投資、というような好循環を日本企業にもたらし、その結果、上述の逆転が起こったと指摘されている。

Ⅲ．同質的行動の理論

（１）外部環境変化への共通の対応

前節でライバル企業間の同質的行動の例をいくつか挙げたが、競争する企業同士が同じような行動をとっているからといって、同質的行動が企業間の何らかの相互作用や模倣の結果であるとは限らない。外部環境の変化に対して、企業が単に共通の反応をとっているだけかもしれない。同一市場で競争している企業は、製品に対する需要や生産要素条件、技術変化などについて同じ情報を得ている。同じ情報にもとづいて意思決定をするのであるから、同じ意思決定をし、同じ行動をとったとしても不思議ではない。

ただし、同じ市場で競争している企業だからといって、必ずしも同じ環境に直面しているとは限らない。1つの産業や市場で競争している企業は、移動障壁（Caves and Porter, 1988; Porter, 1973; Newman, 1973）や企業の認知構造（Porac et al., 1989; 1995; Reger and Huff, 1993）によって、いくつかのサブ・グループに分かれるというのが、戦略グループの考え方である。

また、同じ環境に直面しているからといって、すべての企業が同じ情報を用いて意思決

定をしているとは限らない (Daft and Weick, 1984; Porac and Thomas, 1990)。Duncan (1972) は、認知された要因だけが意志決定過程において参照されるので、「認知された環境 (perceived environment) という概念を強調する。また Weick (1979) は、経営者が自分たちの環境の主観的特徴を構築し、再構成し、選択し、破壊すると主張している。

さらに、ある企業が他の企業と同じ意思決定をしたとしても、2つの企業が同じ行動を遂行できるとは限らない。resource based view にもとづく企業の研究者の多くが指摘するように、戦略は企業が保有する資源の現在のレベルに制約され依存する (Collis, 1991; Teece, et al., 1997)。また、戦略グループの研究では、過去に類似の資源コミットメントをした企業が戦略グループのメンバーになり、このコミットメントが環境変化に対してメンバーではない他の企業とは異なる共通の反応をメンバー企業にとらせる。他のメンバー企業の行動やその結果を観察することによって、共通の代理経験や代理学習をするからである。つまり、類似の資源蓄積・展開を行った企業が戦略グループを形成すると主張される (Bogner, et al., 1998)。Chen (1996) は、このような考え方にもとづき、競争分析を行う際に市場の共通性だけでなく資源の類似性も用いているのである。

(2) 資源の同質性

上で述べたように、保有する資源が同等である場合に、ライバル企業は類似の行動をとることができるのかもしれない。しかし一方で、競争する企業が同じような資源を保有している場合、その企業間の競争は激しいものとならざるをえない。なぜなら、資源の異質性がなければ、差別的競争優位性を構築することができないので、資源から生じるレントが容易に消失してしまうからである (Peter-

af, 1993)。

このような状況で企業がとりうる手段は、差別化と同質化の2つである (Baum and Haveman, 1997; Gimeno and Chen, 1998)。ある企業は、競争相手とは異なる市場ポジションを獲得しようと努力するかもしれない。しかし、そもそも企業間で資源の同等性が前提とされているので、差別化には多大な困難がともなう。それゆえ企業は、類似のライバルと競争せざるをえなくなる。このような状況下で、企業は競争相手と同質的行動をとるかもしれない。ただし、企業に同質的行動をとらせる理由には、2つのことが考えられる。1つは、企業が競争を緩和するために同質的行動をとるという考え方であり、もう1つは、行動にともなうリスクを最小化するために同質的行動をとるというものである。

(2) - 1 競争の回避

同一市場で競争する企業が同じ行動をとることに対する1つの説明は、競争を回避するために企業が協調したり、破滅的競争に陥ることを恐れた第三者が、調整して企業に同質的な行動をとらせているというものである。戦略グループの研究者によれば、同じ戦略グループに属する企業は同じような行動をとる (Caves and Porter, 1977; Newman, 1978; Porter, 1979)。Porter (1979) は、同じ戦略グループに属する企業が同質的行動をとるのは、「多様な戦略をとると、寡占企業は暗黙的に行動を調整することが難しくなり、平均的な産業の利益率が低下する」からであると説明している。換言すれば、同じ戦略グループに属する企業は、同じ戦略をとることによって、競争を制限し、暗黙の協調を維持しているのである⁷。

ゲーム理論的な考え方をを用いて、ある企業の行動と競争相手の反応という行動のペアを分析レベルにした研究でも、同様の考え方から企業間の同質的行動が予測されている。

Chen and MacMillan (1992) は、企業が
ある攻撃に対してそれと同じ行動をとって反応
するのは、現在の地位を喪失したり、双方に
とって破滅的な戦争状態に陥らないように、
現状を守ろうとするコミットメントの表われ
である、と主張している。

同質的行動の1つの例である製品ラインの
重複について研究したKlemperer (1992) は、
企業が競争を回避する結果、製品ラインが似
てくることを理論的に明らかにした。もし競
合する企業間の製品ラインが同じであり、
shopping cost (異なる企業から製品を購入
するコスト) が存在すれば、消費者は製品を
1つの企業から購入する可能性が高まる。ゆ
えに、製品ラインが類似していれば、市場は
より非競争的になり、均衡価格は高くなるの
である。

同様の帰結は、multimarket contactに関す
る研究からも得られる。現代企業のもっとも
重要な制度的発展の1つは多角化であり、そ
の結果企業が複数の市場で同じ企業と競争す
るという事態が生じている (Heggestad and
Rhoades, 1978)。このmultimarket contactと
いう傾向が、競争を制限するのではないかと
いう主張を初めて行ったのは、Edwards
(1955) であった。多くの市場でお互いに競
争している企業は、活発な局地戦をためらう。
なぜなら、局地戦からの利得が、一般的な戦
いのリスクに見合わないからである。ある市
場における活発な競争は、その市場からの利
益は見込めるかもしれないが、他の市場にお
ける競争による報復的略奪の危険をもたらす
かもしれないのである。したがって、企業が
複数市場で対峙すると、共謀の結果を維持し
やすい。1つの市場での逸脱行為に対して、
罰を与えることのできる範囲が広がるからで
ある。以上が、相互自制 (mutual forbearance)
という考え方である。

企業が同じような事業展開を行ったために
複数の市場で対峙している場合には、multi-

market contactは同質的行動の1つの表われ
である。もし、multimarket contactによって
相互自制が達成され、競争が制限されるので
あれば、同質的行動は競争を制限することを
目的としてとられるのかもしれない。

ただし、multimarket contactに関するこれ
までの実証研究は、かならずしも相互自制仮
説を支持するものではない。Heggestad and
Rhoades (1978) は相互自制仮説を支持す
る結果を見出したが、2つのアプローチをと
ったRhoades and Heggestad (1985) は、1
つのアプローチで相互自制仮説を部分的に支
持したに過ぎず、もう1つのアプローチでは
仮説を支持できなかった。またScott (1982)
は、市場集中度が高い場合にはmultimarket
contactの程度が高いほど企業の利益率が高
まるが、低い場合には逆の結果となることを
見出した。

このようなはっきりしない実証結果に対し
てBernheim and Whinston (1990) は、フォ
ーマルなモデル分析を通じて、multimarket
contactや暗黙の共謀について次のような議
論を展開した。もし、企業間や市場間の違い
がなく、規模に関して収穫一定であれば、
multimarket contactは暗黙の協調に対してな
んの影響も及ぼさない。しかし、もし企業間
で (たとえばコストについて) 違いがあれば、
あるいは市場間で (たとえば成長率) に差が
あれば、multimarket contactは暗黙の協調を
促進する。また、Karnani and Wernerfelt
(1985) は、他の市場で活動している企業が
自分の市場に参入してきた場合、攻撃を受け
た企業の反応は、コスト格差、参入障壁、市
場の重要度に応じて異なるのではないかとい
うことを示唆している。

このような議論にもとづいて、市場や企業
の特徴をより巧みにコントロールしたmulti-
market contactに関する実証研究が最近行わ
れている。Evans and Kessides (1994) は、
multimarket contactの程度が高まるほど価格

が高くなることを見出した。また Gimeno and Woo (1996) は、multimarket contactが 高まるほど競争の程度が弱まることを見出した。

(2) - 2 リスクの最小化

逆に、企業が競争しているからこそ、その行動が似てくるといふ考え方もある。しばしば企業は、一斉に海外進出することがある。これは、“follow-the-leader” とか “bunching” と呼ばれ、Aharoni (1966) がその存在を示唆した現象である。Knickerbocker (1973) は、企業がリスクを最小化しようとする結果このような現象が生じると主張した。

同質的行動がリスク最小化行動であることは、Knickerbocker (1973) が提示している例を若干修正して、次のように説明できる。いま仮に、国内市場で A、B 2つの企業が競争しているとしよう。A社がある国に直接投資をし、B社はただ見守っていたとしよう。A社の直接投資が成功すれば、A社の競争力は増大し、B社の業績は悪化するかもしれない。もしA社が、従来A、B両社の製品が輸出されていた国に直接投資をすれば、現地生産の強みを生かして、A社はB社の輸出製品を駆逐してしまうかもしれない。また、海外での事業と国内事業とが何らかのシナジーを有すれば、海外で事業展開をするA社が国内でのB社との競争で有利に立てるかもしれないからである。もちろん、A社の直接投資が成功するとは限らない。それが失敗に終われば、B社が相対的に有利な状況になるかもしれない。A社の直接投資が成功するか失敗するかはわからないが、その結果に応じて、B社の業績は大きく左右される。つまり、B社がなにも対応をしないことにはリスクが存在するのである⁸。それに対して、B社も追随して直接投資を行うと、それが成功すれば同じような競争力がB社にも備わる。逆に失敗しても、A社と同じように悪い状況に直面す

るだけである。つまり、お互いに同じ行動をとっている限り、企業の競争力のバランスは崩れず、いずれの企業も良くも悪くもならない。その意味で、同質的行動はリスクを抑制するのである。

Knickerbockerの説明は、厳密なモデル分析から導出されたものではないが、Motta (1994) はこの現象に対してゲーム理論による説明を行った。Mottaは、低品質製品を生産する小国と高品質製品を生産する大国とからなり、各国に2つの企業が存在してそれぞれ国内での生産・販売、輸出、海外直接投資のいずれかを選択するクールノー・ゲームを考えた。その結果、品質の差、ホスト国の市場規模というパラメーターの値次第で、大国の企業がともに小国に直接投資をする場合があることが示された。Mottaは、これがKnickerbockerの指摘した“follow-the-leader”行動であると主張した。

また、競争の勝者が競争の果実を一人占めしてしまう (winner takes all) ような状況では、ライバル企業が同じような行動をとることが知られている⁹。これは、競争に負けることのリスクが極めて大きいために、同質的行動によってある企業の独走を許さないようにしようという力が働くからであると解釈することができる。たとえば、一番先に技術を開発した企業が特許を取得し、それ以外の企業は何も得られないようなR&D競争を考えてみよう。Dasgupta and Stiglitz (1980) は、このような場合、開発投資がライバル企業間で正の相関を持ち、競争が過剰投資を生み出すことを指摘した¹⁰。

Knickerbocker (1973) は、1940年代から60年代にかけてアメリカ企業の海外直接投資を調べ、海外市場への参入の集中と国内市場の集中度とが逆U字の関係にあることを見出した。すなわち、海外直接投資における“follow-the-leader”行動は国内市場が集中するほど起こるが、きわめて集中度の高い産業

では逆に弱くなる、というものである。Knickerbockerは、きわめて集中度の高い産業では、企業がお互いの相互依存性を強く認識して協調的な行動をとるために、参入の集中と国内市場の集中度との関係が逆転すると解釈した。

その後、Flowers (1976), Caves et al. (1980), Yu and Ito (1988), Yamawaki (1998) は、海外市場への参入の集中と国内市場の集中度との間に正の関係を見出したが、Hennart and Park (1994) は、国内市場が緩い寡占状態にある企業ほど“follow-the-leader”行動をとるという関係を見出すことはできなかった。

(3) 模倣的同形化

社会学者も、異なる組織の行動や構造の類似を、制度的同形化 (institutional isomorphism) という概念で表し、研究している。たとえば DiMaggio and Powell (1983) は、合理的な主体が、自分たちの組織を変化させようとするとき、互いに似たものにする主張した。彼らは、この同質化のプロセスには、異種同形 (isomorphism) という概念がもっともよくあてはまると考えた。そもそも異種同形とは、ある生態のなかの個が同じ外部環境条件に直面する他の個に似るプロセスである (Hawley, 1986)。

制度的同形化は、強制的同形化 (coercive isomorphism), 模倣的同形化 (mimetic isomorphism), 規範的同形化 (normative isomorphism) に分かれるが、企業間の同質的行動にもっとも当てはまるのは、模倣的同形化であろう。模倣的同形化とは、環境が不確実なときに、組織が他の組織をモデルにするプロセスである。そうすることによって、組織は不確実性を減らすための情報探索コストを節約することができるのである。(Cyert and March, 1963)。

このように模倣的同形化は、競争圧力や効

率性の追求によって優れた組織を模倣するという機能合理的理由で生じる。ただし社会学者は、むしろ非機能的・非合理的理由あるいは儀式的理由を重視する。たとえば、アメリカ企業が日本やヨーロッパの成功をモデルにQCサークルを導入したのは、少なくとも労働条件を改善しようと努力していることを見せることによって、合法性 (legitimacy) を獲得する行動であると解釈される (DiMaggio and Powell, 1983)。March (1981) は、いったん十分な社会的行為者がある行動をとると、その行動が当然のものと考えられたり制度化され、他の社会的行為者は深く考えずにこの行動をとるようになると主張した。

Fligstein (1985) は、1920年代から70年代にかけてのアメリカ企業の事業部制組織への組織変更を調べた。その結果、Chandler (1962) が示唆するように、企業が多角化を進めるほど事業部制組織を採用するようになることを見出したが、同時に同じ産業の他企業が事業部制を採用するほど当該企業が事業部制を採用する傾向にあり、これが模倣的同形化であると解釈した。さらに、経営者の専門分野が組織変更に影響を及ぼすことを見出し、組織変更が市場の圧力や完全な合理的理由だけではないと主張した。

これに対して Donaldson (1995) は、次のような批判を行っている。合法的であるといわれる組織は、成功している組織かもしれないし、成功している組織を模倣するからこそ、模倣を行った組織が合法性を獲得するのかもしれない。ゆえに、模倣の後の客観的成果を調べることによってのみ、その模倣が合理的・機能的であったか、非合理的であったかを判断できる。にもかかわらず、制度論的社会学は客観的有効性の分析を欠いている、というものである。実際 Donaldson (1987) は、Rumelt (1974) の多角化と事業部制組織の研究のデータを用い、企業の事業部制採用の流れは戦略と組織構造をフィットさせる試み

であり、その意味で機能合理的であると主張している。

個々の企業や意思決定者がなぜ模倣したか、それが機能合理的な理由か非合理的理由かを判別するのは難しい。DiMaggio and Powell (1983) や Fligstein (1985) の結果は、模倣が合理的意思決定の結果ではなく非合理的な理由で生じることを表しているとはいえない。事前にそれが合理的であると客観的にわかっていなくとも、模倣が生じることを示しているに過ぎないであろう。実際彼らも、機能合理的な理由による模倣的同形化を否定しているのではない。一方 Donaldson が依拠するコンティンジェンシー理論も、すべての組織が合理的に環境に対応するために、環境にフィットする組織構造が採用されると想定しているのではないだろう。もし環境にフィットしない構造が採用されれば、その組織は淘汰される。ゆえに、コンティンジェンシー理論の発見は、生き残っている組織を観察すれば、環境と構造がフィットしている関係が見出されるということに過ぎない。

したがって、模倣後の経営成果を調べたとしても、すべての模倣が合理的意思決定を経て行われるかどうかを判断することは難しい。ただしここでは、模倣的同形化の議論が、後で議論する herd behavior の議論、すなわち社会的には最適ではない状態が個々の意思決定者のある意味では合理的な意思決定の結果としての模倣によって達成される可能性があるという議論と部分的に共通することを示唆しておこうと思う。

最近の同形化に関する実証研究の1つの特徴は、その意思決定が合理的か否かというよりも、どういう企業が模倣されるかを分析することにある。たとえば、貯蓄・貸付組合の多角化行動を分析した Haveman (1993) は、制度理論と population ecology を融合し、ある市場での企業数が増えるにしたがって、その市場への参入に対する合法性は増大する

が、他方その市場の競争が激化するために、参入率と市場密度 (market density) とは逆U字の関係にあると考えた。そして、どのような企業の市場密度と参入率とが関係するかを分析した。その結果、企業は自分と同等規模の企業ではなく、他の大規模企業や利益率の高い企業を模倣するという事を見出した。また Greve (1995) は、ラジオ局による既存フォーマット (イージー・リスニング) の廃止を分析し、ラジオ局は、自分が市場で直接的に競争している他局ではなく、同じ企業内の他の局、姉妹局と市場を同じくする他の局といった社会的に準拠すべきグループを模倣するという結果を見出した¹¹⁾。

(4) Herd behavior

経済学、特にファイナンス研究の分野でも1990年代に入り、企業間の模倣的・同質的行動が、herd behavior と呼ばれて注目されるようになった。今のところこの研究は、herd behavior が生じるメカニズムの点で、2つの種類に分かれている。1つは、市場で評価される経営者の行動に対する市場の評価 (reputation) であり、もう1つは、情報が完全でない場合に起こる情報の連鎖 (information cascade) と名づけられた現象である。

(4) - 1 Reputation

経済理論では、何らかの意思決定を行うとき、意思決定者は結果を合理的に予想し、それにもとづいて意思決定すると考えられている。たとえば何らかの投資決定を行う場合、各経営者は事前に投資機会に関する私的情報を受け取り、その私的情報にもとづいて期待収益を計算し、それが正であれば投資をすると考えられる。ところが、しばしば企業のマネージャーは、他者が自分をどのように評価するかを懸念し、自分の私的情報を無視しても他のマネージャーと同じ意思決定をすることがあるといわれている。

Scharfstein and Stein (1990) の例を用いて説明しよう。いま、有能なマネージャーと無能なマネージャーがおり、投資の価値についての私的情報を受け取って投資を行うとする。有能なマネージャーは同一の優れた情報源にアクセスするので、有能なマネージャーが受け取る情報には相関がある。ただしこの情報は完全ではない。不幸にも間違った情報を得ることもある。それに対して無能なマネージャーは、相関のないノイズを受け取る。マネージャーの能力は、自分たちも労働市場も事前に特定することはできない。市場は、投資の成果と、他のマネージャーとの行動の類似性によって、当該マネージャーの能力を判断する。有能なマネージャーが得る情報は不完全なので、投資の成果によってのみ判断をすることはできないからである。

もし労働市場が投資の成果のみにもとづいてマネージャーの能力を判断するのであれば、各マネージャーは自分の私的情報にもとづいて投資を行うであろう¹²。もし自分の得た情報が正しければ（自分が有能であれば）、正しくなかったときに比べて、投資は成功し、有能であると評価される確率が高くなる。しかし、労働市場が他のマネージャーとの行動の類似性をも考慮に入れる場合、他のマネージャーと同じ行動をとることによって、その行動が正しくなかったとしても、当該マネージャーは他のマネージャーと同じ情報を得ていたと思われ、有能であると評価される確率が高くなる。したがってマネージャーは、自分を優れたタイプであると市場に評価されたいがために、自分の私的情報に関わらず、他のマネージャーと同じ行動をとることが合理的となるのである（Scharfstein and Stein, 1990; Palley, 1995）。

これは、組織が合法性を獲得するために他の組織を模倣するという模倣的同形化の議論と類似している。他社と同じ行動をとることによって、その経営者の行動に合法性、ある

いは非難を分担する効果（“sharing-the-blame” effect）が与えられたと解釈されるのである。

このような行動が観察されるのは、財務の意思決定に限らない。たとえばLieberman (1987) は、他社と同じ行動をとって失敗したマネージャーは叱責されないが、他社と違う行動をとり、他社は成功し自社は失敗した場合には、その行動をとった経営者は大変厳しく叱責されると述べている。またZwiebel (1995) は、同じような議論にもとづいて、マネージャーがイノベーションを採用せずに、業界の標準的な行動を採用する傾向にあるという保守主義を説明している。

(4) - 2 Information cascade

もう1つの種類のherd behaviorについての研究は、行列のできているレストランがますます人気が出るように、ある人の行動がその人の持っている私的情報を他の人に伝えることによって他の人の意思決定に影響を及ぼすという、information cascade、あるいはsocial learningという現象にもとづいている（Banerjee, 1992; Bikhchandani et al., 1992; 1998）。

いま、各人が a, b という 2 種類のシグナルを受け取り、あるプロジェクトを始めるか始めないか、逐次的に意思決定する状況を考えよう¹³。a というシグナルはそのプロジェクトが成功するときに受け取る確率が高く、b というシグナルは失敗するときに受け取る確率が高い。1 番目の人は、自分の受け取ったシグナルにもとづいて行動する。すなわち、a を受け取ったらプロジェクトを始め、b をうけとったら始めない。2 番目の人は、1 番目の人の行動を観察してから意思決定する。もし 1 番目の人がプロジェクトを始めたら、それは 1 番目の人が a というシグナルを受け取ったことを意味する。そこで、自分も a というシグナルを受け取ってれば、プロジェ

クトを開始する。もしbを受け取れば、プロジェクトをするかしないかは無差別となるので、コインを投げて決めることになる。3番目の人は、前の2人がどちらもプロジェクトを始める、始めない、1人が始めもう1人は始めない、という3つの状況のいずれかを観察する。最初の2つ状況を観察した場合には、自分の得たシグナルがなんであれ、前の2人と同じ決定をすることが合理的となる。3番目の人はinformation cascadeの中にいるからである。さらに、3番目の人の行動は、それ以降の人に情報を伝えない¹⁴。4番目以降の人は、1番目と2番目の人の行動にのみもとづいて、それと同じ行動をとる。このinformation cascadeによって、自分の得たシグナルにかかわらず、他人の行動を模倣することが起こるのである¹⁵。

これらの研究にもとづいて、いくつかの応用研究が行われている。Zhang (1997) は、経済主体が他者の行動を見極めようと戦略的に投資を遅らせ、その結果投資の連鎖が起こることを理論的に明らかにした。Boumy et al. (1998) は新技術の採用に際し、情報を豊富に有した主体が、リーダーとして先に新技術を採用し、あまり情報を有していない主体は、リーダーの行動を見極めるまで待ち、その行動を模倣することをモデル分析を通じて明らかにした。

また、上記の議論を支持するような実証研究もいくつか行われている。化学産業の設備投資行動を実証研究したGilbert and Lieberman (1987) は、小規模企業が大規模企業の投資行動に追随する傾向があることを示した。これは、豊富な情報を有していると思われる大規模企業が、“fashion leader”となることを示唆している。また、Kennedy (1997) は、放送局が、ライバル局と同じようなテレビ・プログラムを始める傾向にあることを実証したし、Chang et al. (1997) は、銀行が他行と同じような場所に支店を出店する傾向

にあることを実証した。

(5) 日本企業の同質的行動の理論

これまで見てきた同質的行動の理論は、日本に限らず企業の同質的行動を説明しようとするものであり、随所に触れた実証研究も、その多くはアメリカ企業を対象としたものである。しかし、はじめに述べたように、ライバル企業間の同質的行動は日本において顕著に見られるという指摘がある。Abegglen and Stalk (1985) は、ライバルに出抜かれた場合、欧米の経営者は一般に慎重な対応を示すのに対し、日本の企業は競争相手の独走を決して許さないように間髪を入れずに対応する、と指摘している。ライバルに遅れをとることの方が、赤字を出すことよりもはるかに大きな危険をとまなうために、日本企業はライバルの動きを逐一調べあげると彼らは述べている。もしそれが事実であるとすれば、それはなぜなのであろうか。

日米企業の差異を説明する1つの考え方は、両国で行われるイノベーションや、それを支えるシステムの違いに求められる。Rosenberg and Steinmuller (1988) は、アメリカ企業は独創的なイノベーションを行うのが得意である反面、模倣はあまり得意ではなく、日本企業はアメリカ企業が最初に創造した技術を模倣・発展させるのが得意であると指摘している。彼らは、両国のイノベーションに対する考え方の違い、すなわちアメリカではイノベーションとは創造的破壊であり、基礎的研究や創造的飛躍に注意が向けられているのに対し、日本では小さな変化の積み重ねの重要性が認識されている、と述べているが、それ以外にも次の要因を挙げている。

まず、上記のようなイノベーションに対する考え方の違いから、日本企業が模倣するアメリカ生まれのイノベーションは、新製品のような「ハードウェア」的特徴を持っているために、見えやすく模倣しやすい。それに対し

てアメリカ企業が日本企業から模倣すべきことは、ある活動が遂行されるやり方であるため、複雑で見えにくく、それゆえ模倣も難しい。また、日本企業では、製品設計者とエンジニアとの密接な交流や人事のローテーションによって、研究開発の川下段階である製品開発や改良、小さな革新の積み重ねが行いやすくなる。密接なコミュニケーションは、サプライヤーとユーザーといった企業間関係でも見られることである。

たしかにアメリカ企業は、独創的な技術開発を好む傾向にあるかもしれない。また、独創的な技術が他国で生まれ、それを模倣・改良すればよい日本企業にとっては、進んで国内のライバル企業と違うことをやる理由は小さいかもしれない。このような技術に対する考え方やその開発状況が正しいのか否かは本稿の目的を超えるので、これ以上議論しない。ただし、日本企業が外国で開発された技術を導入・模倣すれば良かったからといって、それが国内のライバル企業を注意深く観察し、同質的行動をとる積極的な理由にはならないであろう。それ以外に、同質的行動を促す理由があるはずである。

その1つとして、Cooper (1995) は日本企業の競争力の特徴が同質的行動に関係するのではないかと指摘した。Cooper (1995) によれば、日本企業は反応の早いリーンな企業 (lean enterprise) であるために、日本企業は自社を他社から差別化することができない。それゆえ同じ行動をとって正面衝突せざるをえない、というものである。

加えてCooper (1995) は、日本の中には以下のような企業間の急速な技術普及メカニズムがあると指摘している。それは、インクルメンタルな変化を好むマルチファンクショナル・チーム、サプライヤーを経由した情報フロー、模倣の文化、クラスメートのつながり、業界団体、通産省の委員会である。これらのメカニズムがあるために、たとえ独創的

な技術を開発しても、模倣ラグが短く専有可能性が低い。それゆえ同質的行動が促進されると考えられているのである。

模倣ラグや専有可能性については、後藤・永田 (1997) が日米両国でのサーベイ調査を実施している。その結果、模倣ラグの長さは、日本の方がアメリカよりも短い。それは、特許制度や情報入手の方法と関係があるとされている。特許制度は、1つにはイノベーションから生じるレントの専有可能性を確保するという目的があるが、先願主義、出願公開制度からなる日本の特許制度の下では、情報の早期公開が促されてしまう。また、競合他社から情報を入手する割合は、とくに既存プロジェクトの遂行について、日本企業がアメリカ企業よりも高い数値を示している。これらの結果は、制度的な要因が、日本企業の競合他社に対する関心の高さ、それから生ずる同質的行動の原因になっているかもしれないことを示唆している。

IV. おわりに：実証研究にむけて

これまで本稿では、ライバル企業間でなぜ同質的行動がとられるかを説明する可能性のある既存の研究を概観してきた。以下では、それを前提に、どのような実証研究の方向性がありうるかを検討し、結びとしたい。

同質的行動を日本企業の特徴と考えるとすれば、まず日本企業と他国の企業との間に、行動の同質性の程度で有意な違いがあるかどうかを検討する必要がある。比較可能なデータを収集することは難しいが、その1つの試みは、日米の化学産業の設備投資行動を比較したAsaba (1998a) で行われている。

また、同質的行動が日本企業の特徴であるとすれば、それは日本の産業組織、あるいはその進化のパターンとの間に何らかの相互作用を及ぼすであろう。これまで集中度のような

市場構造の国際比較からは、国の間で大きな違いがないことが報告されているが（Bain, 1966; Rotwin, 1964; Pryor, 1972; Caves and Uekusa, 1976）、市場成果の国際比較では、日本は他国に比べて利益率が低いことが報告されている（Odagiri, 1992）¹⁶。これらの結果を、ライバル企業間の同質的行動という点から捉え直すことは有意義かもしれない。

さらに、前節で概観したそれぞれの理論は、いくつかのまとめ方ができる。それをもとに、どのような理由で企業が同質的行動をとるのかについて、より精緻な分析ができるかもしれない。1つのまとめ方は、同質的行動が企業間の協調や第三者の介入の結果生じるものなのか、企業間の（競争的）相互作用によるものなのか、というまとめ方である。前者は、「資源の同質性」という項目内の「競争の回避」で整理された考え方であり、後者にはそれ以外のものが含まれる。このまとめ方に対しては、協調が行われやすい市場構造が同質的行動を導きやすいかどうかといったクロスセクショナルな研究や、政府による介入のあった時点と弱まった時点での企業行動の比較といった分析が可能であろう¹⁷。また、何らかの成果変数と関連付けて、同質的行動が競争促進効果を有するかどうかを検討することも有意義である。

もう1つの既存研究のまとめ方は、誰と同じ行動をとっているのかについての区分である。すなわち、何らかの意味で類似した企業と同じ行動をとっているのか、何らかの意味で優れた企業を真似しているのか、ということである。前者は「資源の同質性」という項目の中で議論された考え方が該当し、後者には「模倣的同形化」や「herd behavior」の項目で議論された考え方が含まれる。これについては、Gimeno et al (1998) や Asaba (1998b) でその試みがなされている。

同質的行動は日本的な特徴なのか、それは改めるべきものなのか、それとも日本企業の

競争力を促進するものとして継続すべきものなのか、以上のようなことを検討することなく、単に「横並び」といったレッテルを貼り、悪しき日本の特徴であるとかたずけることには問題がある。今後より精緻な研究が期待される領域である。

参考文献

- Abbeglen, J. C. and Stalk, Jr., G., 1985, Kaisha, New York, Basic Books Inc.
- Aharoni, Y., 1966, *The Foreign Investment Decision Process*, Boston, Harvard Business School.
- 浅羽茂, 1995, 「競争と協力の戦略 業界標準をめぐる企業行動」, 有斐閣.
- Asaba, S., 1998a, "Behavioral Similarity among Japanese Firms: Bandwagon Effects in Capacity Investment in Chemical Industries," *Association of Japanese Business Studies, 1998 Best Paper Proceedings*, 195-211.
- Asaba, S., 1998b, "Bunching of New Product Introduction in the Japanese Soft-drink Industry," *GEM Discussion Paper*, 98-7.
- Asaba, S. and Lieberman, M. B., 1997, "Market Share Instability and Size Similarity: Some Evidence of Behavioral Similarity among Japanese Firms," *UCLA Working Paper*, S&O 97-21.
- Bain, J. S., 1966, *International Difference in Industrial Structure*, New Heaven, Yale University Press.
- Banerjee, A. V., 1992, "A Simple Model of Herd Behavior," *Quarterly Journal of Economics*, 107: 797-817.
- Baum, J. A. C. and Haveman, H. A., 1997, "Love Thy Neighbor? Differentiation and Agglomeration in the Manhattan

- Hotel Industry, 1989-1990," *Administrative Science Quarterly*, 42: 304-338.
- Bernheim, B. D. and Whinston, M. D., 1990, "Multimarket Contact and Collusive Behavior," *Rand Journal of Economics*, 21: 1-26.
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., and Welch, I., 1992, "A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Informational Cascades," *Journal of Political Economy*, 100: 992-1026.
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., and Welch, I., 1998, "Learning from the Behavior of Others: Conformity, Fads, and Informational Cascades," *Journal of Economic Perspectives*, 12: 151-170.
- Bogner, W. C., Mahoney, J. T., and Thomas, H., 1998, "Paradigm Shift: The Parallel Origin, Evolution, and Function of Strategic Group Analysis with the Resource-Based Theory of the Firm," *Advances in Strategic Management*, 15: 63-102.
- Boumy, K., Vergnaud, J.-C., Willinger, M., and Ziegelmeyer, A., 1998, "Information Externalities and Learning with Sequential Interactions," in P. Cohendet, P. Llerena, H. Stahn, and G. Umbhauer eds., *The Economics of Networks: Interaction and Behaviours*, Berlin, Springer-Verlag.
- Bulow, J. I., Geanakoplos, J. D., and Klemperer, P. D., 1985, "Multimarket Oligopoly: Strategic Substitutes and Complements," *Journal of Political Economy*, 93: 488-511.
- Caves, R. E. and Porter, M. E., 1977, "From Entry Barriers to Mobility Barriers: Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Competition," *Quarterly Journal of Economics*, 91: 241-261.
- Caves, R. E., Porter, M. E., Spence, A. M., with Scott, J. T., 1980, *Competition in the Open Economy: A Model Applied to Canada*, Cambridge, <A.>, Cambridge University Press.
- Caves, R. E. and Uekusa, M., 1976, *Industrial Organization in Japan*, Washington D. C., The Brookings Institution.
- Chandler, A. D., Jr., 1962, *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*, Cambridge, MA., MIT Press.
- Chang, A., Chaudhuri, S., and Jayaratne, J., 1997, "Rational Herding and the Spatial Clustering of Bank Branches: An Empirical Analysis," *Mimeo*.
- Chen, M.-J., 1996, "Competitor Analysis and Interfirm Rivalry: Toward a Theoretical Integration," *Academy of Management Journal*, 21: 100-134.
- Chen, M.-J., and MacMillan, I. C., 1992, "Nonresponse, and Delayed Response to Competitive Moves: The Roles of Competitor Dependence and Action Irreversibility," *Academy of Management Journal*, 35: 539-570.
- Cockburn, I. and Henderson, R., 1994, "Racing to Invest? The Dynamics of Competition in Ethical Drug Discovery," *Journal of Economics and Management Strategy*, 3: 481-519.
- Collis, D. J., 1991, "A Resource-Based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearing Industry," *Strategic Management Journal*, 12: 49-68.
- Cooper, R., 1995, *When Lean Enterprises Collide*, Boston, MA., Harvard Business School Press.

- Cyert, R. M. and March, J. G., 1963, *A Behavioral Theory of the Firm*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall.
- Daft, R. L. and Weick, K. E., 1984, "The Model of Organizations as Interpretation Systems," *Academy of Management Review*, 9: 284-295.
- Dasgupta, P. and Stiglitz, J. E., 1980, "Industrial Structure and the Nature of Innovative Activity," *Economic Journal*, 90: 266-293.
- DiMaggio, P. J. and Powell, W. W., 1983, "The Iron Cage Revisted: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organization Fields," *American Sociological Review*, 48: 147-160.
- Donaldson, L., 1995, *American Anti-Management Theories of Organization A Critique of Paradigm Proliferation*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Duncan, R. B., 1972, "Characteristics of Organizational Environments and Perceived Environmental Uncertainty," *Administrative Science Quarterly*, 17: 313-327.
- Edwards, C. D., 1955, "Conglomerate Bigness as a Source of Power," in *Business Concentration and Price Policy*, NBER Conference Report, Princeton University Press.
- Evans, W. M. and Kessides, I. N., 1994, "Living by the "Golden Rule": Multimarket Contact in the U.S. Airline Industry," *Quarterly Journal of Economics*, 109: 341-366.
- Fligstein, N., 1985, "The Spread of the Multidivisional Form among Large Firms, 1919-1979," *American Sociological Review*, 50: 377-391.
- Flowers, E. B., 1976, "Oligopolistic Reactions in European and Canadian Direct Investment in the United States," *Journal of International Business Studies*, 7: 43-55.
- Gilbert, R. J. and Lieberman, M. B., 1987, "Investment and Coordination in Oligopolistic Industries," *Rand Journal of Economics*, 18: 17-33.
- Gimeno, J. and Chen, M.-J., 1998, "The Dynamics of Competitive Positioning: A Pair-wise Perspective," *Academy of Management Proceedings*, BPS: 01-08.
- Gimeno, J. and Woo, C. Y., 1996, "Hypercompetition in an Multimarket Environment: The Role of Strategic Similarity and Multimarket Contact in Competitive De-escalation," *Organization Science*, 7: 322-341.
- Gimeno, J., Hoskisson, R. E., Beal, B. D., and Wan, W. P., 1998, "Explanations of Strategic Clustering or "Follow-The-Leader" Behavior in International Telecommunications Equity Linkages," *Mimeo*.
- 後藤晃・永田晃也, 1997, 「イノベーションの専有可能性と技術機会 サーベイデータによる日米比較研究」, NISTEP Report, 48.
- Greve, H. R., 1995, "Jumping Ship: The Diffusion of Strategy Abandonment," *Administrative Science Quarterly*, 40: 444-473.
- Greve, H. R., 1996, "Patterns of Competition: The Diffusion of a Market Position in Radio Broadcasting," *Administrative Science Quarterly*, 41: 29-60.
- Heggstad, A. A. and Rhoades, S. A., 1978, "Multimarket Interdependence and Local Market Competition in Banking," *Review of Economics and*

- Statistics*, 60: 523-532.
- Haveman, H. A., 1993, "Follow the Leader: Mimetic Isomorphism and Entry into New Markets," *Administrative Science Quarterly*, 38: 593-627.
- Hawley, A. H., 1986, *Human Ecology: A Theoretical Essay*, Chicago, University of Chicago Press.
- Hennart, J.-F. and Park, Y.-R., 1994, "Location, Governance, and Strategic Determinants of Japanese Manufacturing Investment in the United States," *Strategic Management Journal*, 15: 419-436.
- 今井賢一・小宮隆太郎編, 1989, 『日本の企業』, 東大出版会.
- 伊丹敬之+伊丹研究室, 1988, 『逆転のダイナミズム 日米半導体産業の比較研究』, NTT出版.
- 伊丹敬之+伊丹研究室, 1989, 『日本のVTR産業 なぜ世界を制覇できたのか?』, NTT出版.
- Karnani, A. and Wernerfelt, B., 1985, "Multiple Point Competition," *Strategic Management Journal*, 6: 87-96.
- Katz, M. L. and Shapiro, C., 1985, "Network Externalities, Competition, and Compatibility," *American Economic Review*, 75: 424-440.
- Kennedy, R. E., 1997, "Strategy Fads and Strategic Positioning: An Empirical Test for Herd Behavior in Prime-Time Television Programming," *Mimeo*.
- Klemperer, P., 1992, "Equilibrium Product Lines: Competing Head-to-Head May Be Less Competitive," *American Economic Review*, 82: 740-755.
- Knickerbocker, F. T., 1973, *Oligopolistic Reaction and Multinational Enterprise*, Boston, Harvard Business School.
- Leibenstein, H., 1950, "Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand," *Quarterly Journal of Economics*, 64: 183-207.
- Lieberman, M. B., 1987, "Strategies for Capacity Expansion," *Sloan Management Review*, 28: 19-27.
- March, J. G., 1979, "The Technology of Foolishness," in J. G. March and J. P. Olsen, eds., *Ambiguity and Choice in Organizations*, 2nd ed., 69-79, Bergen, Universitetsforlaget.
- March, J. G., 1981, "Decision in Organizations and Theories of Choice," in A. H. Van de Ven and W. F. Joyce eds., *Perspectives on Organization Design and Behavior*, 205-244, New York, Wiley.
- 宮川努・若林光次・内田幸男, 1997, 「当市競争と設備投資変動－「横並び」行動に関する実証分析－」, 『通商産業研究所 Discussion Paper』, #97-DOJ-74.
- Motta, M., 1994, "International Trade and Investments in a Vertically Differentiated Industry," *International Journal of Industrial Organization*, 12: 179-196.
- Newman, H. H., 1978, "Strategic Groups and the Structure-Performance Relationship," *Review of Economics and Statistics*, 60: 417-427.
- 沼上幹・浅羽茂・新宅純二郎・網倉久永, 1992, 「対話としての競争－電卓産業における競争行動の再解釈－」, 『組織科学』, 26: 64-79.
- Odagiri, H., 1992, *Growth through Competition, Competition through Growth*, Oxford, Oxford University Press.
- Ouchi, W. G., 1981, *Theory Z*, Reading, MA., Addison Wesley.
- Palley, T. I., 1995, "Safety in Numbers: A Model of Managerial Herd Behavior,"

- Journal of Economic Behavior and Organization*, 28: 443-450.
- Pascale, R. T. and Athos, A. G., 1981, *The Art of Japanese Management*, New York, Simon & Schuster.
- Peteraf, M. A., 1993, "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View," *Strategic Management Journal*, 14: 179-192.
- Porac, J. F. and Thomas, H., 1990, "Taxonomic Mental Models in Competitor Definition," *Academy of Management Review*, 15: 224-240.
- Porac, J. F., Thomas, H., and Baden Fuller, C., 1989, "Competitive Groups as Cognitive Communities: The Case of Scottish Knitwear Manufacturers," *Journal of Management Studies*, 26: 397-416.
- Porac, J. F., Thomas, H., Wilson, F., Paton, D., and Kanfer, A., 1995, "Rivalry and the Industry Model of Scottish Knitwear Producers," *Administrative Science Quarterly*, 40: 203-227.
- Porter, M. E., 1979, "The Structure within Industries and Companies' Performance," *Review of Economics and Statistics*, 61: 214-227.
- Pryor, F. L., 1972, "An International Comparison of Concentration Ratios," *Review of Economics and Statistics*, 54: 133-134.
- Reger, R. K. and Huff, A. S., 1993, "Strategic Groups: A Cognitive Perspective," *Strategic Management Journal*, 14: 103-124.
- Heggestad, A. A. and Rhoades, S. A., 1985, "Multimarket Interdependence and Performance in Banking: Two Tests," *The Antitrust Bulletin*, 31: 975-995.
- Rosenberg, N. and Steinmuller, W. E., 1988, "Why Are Americans Such Poor Imitators?" *American Economic Review*, 78: 229-234.
- Rotwein, E., 1964, "Economic Concentration and Monopoly in Japan," *Journal of Political Economy*, 72: 268.
- Rumelt, R. R., 1974, *Strategy, Structure and Economic Performance*, Boston, Harvard Business School.
- Scharfstein, D. S. and Stein, J. C., 1990, "Herd Behavior and Investment," *American Economic Review*, 80: 465-479.
- Scott, J. T., 1982, "Multimarket Contact and Economic Performance," *Review of Economics and Statistics*, 64: 368-375.
- 新宅純二郎, 1994, 『日本企業の競争戦略 成熟産業の技術転換と企業行動』, 有斐閣.
- Teece, D. J., Pisano, G., and Shuen, A., 1997, "Dynamic Capabilities and Strategic Management," *Strategic Management Journal*, 18: 509-533.
- Tsurumi, Y., 1976, *The Japanese Are Coming*, Cambridge, MA., Ballinger.
- Weick, K. E., 1979, *The Social Psychology of Organizing*, 2nd ed., Reading, MA., Addison-Wesley.
- Yamawaki, H., 1998, "Bunching in Foreign Direct Investment: Evidence on Japanese Firms in U.S. Manufacturing Industries," *Mimeo*.
- Yu, C.-M. J. and Ito, K., 1988, "Oligopolistic Reaction and Foreign Direct Investment: The Case of the U.S. Tire and Textile Industries," *Journal of International Business Studies*, 19: 449-460.
- Zhang, J., 1997, "Strategic Delay and the Onset of Investment Cascade," *Rand Journal of Economics*, 28: 188-205.
- Zwiebel, J., 1995, "Corporate Conservatism

and Relative Compensation,” *Journal of Political Economy*, 103: 1-25.

[注]

- 1) 日本企業の同質的行動に関する実証研究の数少ない例外は、設備投資に関する宮川他 (1997) の研究である。
- 2) もちろん同質的行動は、日本に限らずどこでも少なからず観察されることである。実際、3節で触れることになる、同質的行動に関するこれまでの実証研究の多くは、アメリカ企業を対象としたものである。
- 3) *Wall Street Journal*, July 12, 1988. In spite of the title, it is argued that Japanese copycat is not cultural or genetic, but that their (patent) system encourage them to borrow from other people.
- 4) March (1979) は、模倣について次のように述べている。「模倣は必ずしも精神的な弱さの表われではない。それは、他人の行動や態度を真似れば、自分にとって魅力的な新しい目的を発見するチャンスが比較的多くなるのではないか、というほのかな予感である。
- 5) この事例の詳しい記述は、浅羽 (1995) を参照されたい。
- 6) この事例の詳しい記述は、沼上他 (1992) を参照されたい。
- 7) これに対して、戦略グループと resource-based view of the firm を結び付けて考えようとする研究者は、ある戦略グループが高い利益率を維持していることは移動障壁の存在を示唆するが、移動障壁は協調なしでも維持可能であると主張している (Bogner, et al., 1998)。
- 8) A社の海外直接投資に対して、B社がそれとは異なる行動をとって対抗することも考えられる。このB社の対応が成功するか失敗するか分からないのであるから、この対応も対抗しない場合と同様、リスクをとることもなうことは明らかであろう。
- 9) 本文中のR&D競争以外にも、市場にバンドワゴン効果やネットワーク外部性が存在する場合に、勝者の一人占め状況が生まれる (Leibenstein, 1950; Katz and Shapiro, 1985)。このような場合、他社と異なる行動をとってすべてを失うことを恐れ、企業は他社の行動を真似する場合がある (浅羽, 1995)。以上は一般に、戦略的補完性 (strategic complements) と呼ばれる性質が生じる状況である (Bulow et al., 1985)。戦略的補完性とは、ある企業の攻撃的な行動が、他社の限界利益を増大させるという性質である。他社が攻撃的であれば自分も攻撃的に、他社が消極的であれば自分も消極的になることが望ましく、その結果同質的行動がとられることになる。
- 10) ただし製薬企業の研究開発投資を調べた Cockburn and Henderson (1994) は、実証的には、企業間のR&D投資には弱い相関しか見出せなかった。
- 11) それに対して、ラジオ局の新規フォーマットの採用についての研究 (Greve, 1996) では、同じ企業内の他の局の行動は意思決定に影響を及ぼすが、他の種類の準拠グループに属す局の行動は意思決定に影響を及ぼさず、所有権の変化、最近のフォーマット変更、新フォーマットの採用に必要な知識の有無といった組織の慣性に関する変数の影響が大きいことが見出された。
- 12) 他人の行動を観察することによってその人がどのような情報を得たかを類推することができるので、自分の私的情報だけではなく、自分の事前確率を修正して意思決定することはある。これは、次に述べる herd behavior の議論である。
- 13) 以下の説明は、Bikhchandani, et al. (1998) にもとづいている。
- 14) シグナルそれ自体が観察されれば、その

シグナルはずっと蓄積されていく。しかし、本文中の例にあるように、前の意思決定者のシグナルそれ自体ではなく行動のみが観察される場合には、いったん information cascadeが起こると、それ以降情報が蓄積されない。その結果、間違っただけの意思決定は修正されず、継続する可能性がある。

15) それに対して、もし前の2人の行動が異なる場合には、3番目の人は1番目の人と同じように、自分の得たシグナだけにしたがって行動することになり、以下同じ議論が繰り返される。

16) Asaba and Lieberman (1997) は、市場集中度では日米間に有意な差異は見られないが、企業規模の同質性という点では、日本の方が有意に同質的であることを見出している。企業規模が企業の競争力を反映しているとすれば、この結果は、競争力が類似の企業からなる日本において、ライバル企業間の同質的行動が顕著に見られることの理由になるかもしれない。

17) クロスセクショナルな分析としては Asaba and Lieberman (1997) が、時点間の比較としては浅羽 (1998a) が、それぞれ例としてあげられる。