

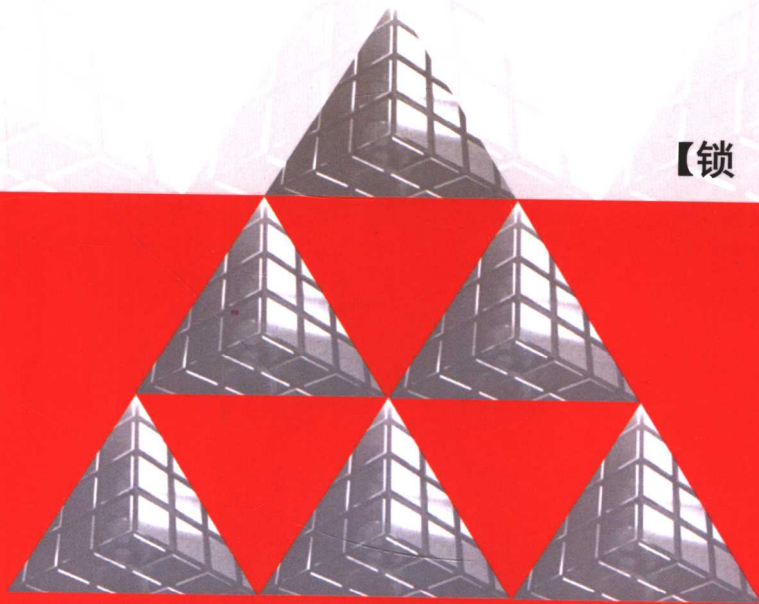
Competitive Power

竞争力

日本企业间竞争的启示



【锁 箭 / 译】



〔日〕 宇田川胜 橘川五郎 新宅纯二郎



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

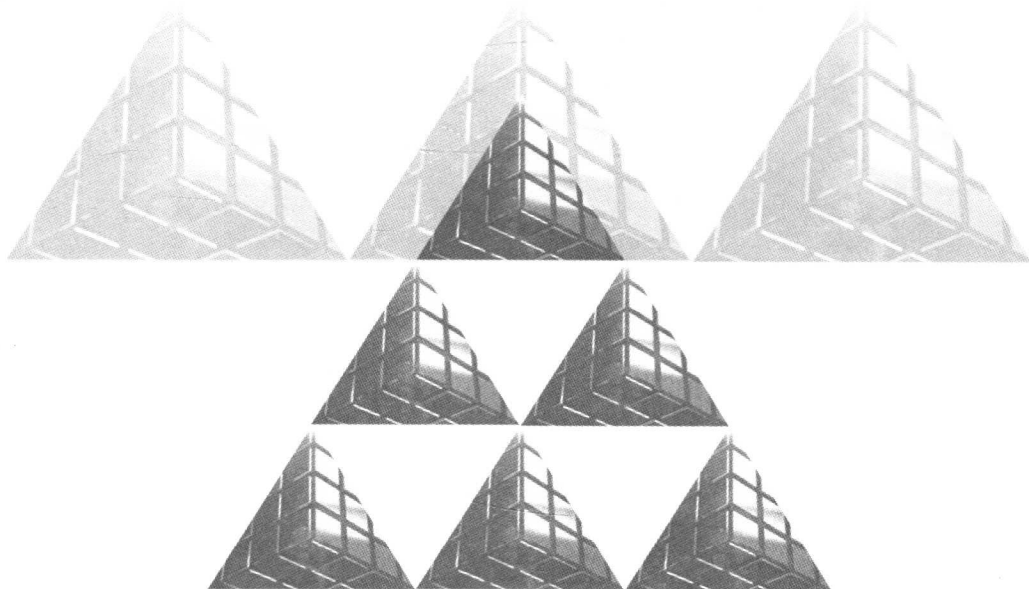
Competitive Power

竞争力

日本企业间竞争的启示



[日] 宇田川胜 橘川五郎 新宅纯二郎 【锁 箭 / 译】



经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

竞争力：日本企业间竞争的启示 / (日) 宇田川胜等著；锁箭译. —北京：经济管理出版社，2005

ISBN 7—80207—243—3

I. 竞... II. ①宇...②锁... III. 企业—市场竞争—研究—日本 IV. F279.313

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 017480 号

出版发行：经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦11层

电话：(010)51915602 邮编：100038

印刷：北京银祥印刷厂

经销：新华书店

责任编辑：方晓霞

技术编辑：杨 玲

责任校对：晓 全

787mm×1092mm/16

16.75 印张

282 千字

2006 年 3 月第 1 版

2006 年 3 月第 1 次印刷

定价：36.00 元

书号：ISBN 7—80207—243—3/F·232

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部

负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010) 68022974

邮编：100836

著作权合同登记号：图字 01—2006—1155 号

日本の企業間競争

日文版 © 2000，宇田川勝・橘川武郎・新宅纯二郎

中文简体版 2006 年授权经济管理出版社，经济管理出版社独家
享有中文简体版权

附 记

本书原稿完成后，M. E. 波特和竹内弘高的《日本的竞争战略》（钻石出版社，2000年4月）已经出版发行。本书从波特的前一本著作《国家的竞争优势》（上、下）（钻石出版社，1992年）中获得了很多的益处。但是，由于时间的关系，并未能参考其新出的著作。想来今后应有将《日本的竞争战略》同本书进行比较、研究的机会。

执笔者介绍（按执笔顺序，☆为编著者）

宇田川胜☆

法政大学经营学部教授

主要著作：《新兴财阀》，日本经济新闻社，1984年；《日本企业家活动案例集》（合著），有斐阁，1999年。

新宅纯二郎☆

东京大学大学院经济学研究科、经济学部副教授

主要著作：《日本企业的竞争战略》，有斐阁，1994年；《标准规格的本质》（合著），有斐阁，2000年（即将发行）。

林拓也

东京大学大学院经济学研究科经济史专业博士研究生

主要著作：《战后日本的磁记录机器产业》，载《经营史学》第34卷第1号。

平井岳哉

千叶经济大学经济学部副教授

主要著作：《资深经营者主导的集团企业间的调整》，载《经营史学》第28卷第4号；《三井物产与三菱商事》，载《经营史学》第30卷第3号。

四宫正亲

关东学院大学经济学部教授

主要著作：《日本的汽车产业》，日本经济评论社，1998年；《日本企业家活动案例集》（合著），有斐阁，1999年。

岛田昌和

文京女子大学经营学部副教授

主要著作：《涩泽荣一的企业家活动与关联公司》，载《革新的经营史》，井常彦、桥本寿郎编著，有斐阁，1995年。《产业的创造者、出资者经营者》，载《日本企业经营行为案例集之四，企业家的群像与时代气息》，伊丹敬之、加护野忠男、宫本又郎、米仓诚一郎编著，有斐阁，1988年。

生岛淳

法政大学大学院社会科学研究科经营学专业博士研究生

主要著作：《我国啤酒产业界的碳野长藏和山本为三郎》，载《庆应经营论集》第15卷第2号。《日本企业家活动案例集》（合著），有斐阁，1999年。

高松朋史

东京大学大学院经济学研究科经营学专业博士研究生

主要著作：《标准规格》，载《超企业、组织论》，高桥伸夫编，有斐阁，2000年；《推进开放型标准化所需的条件》，载《标准规格的本质》，新宅纯二郎、许斐义信、柴田高编著，有斐阁，2000年（即将发行）。

高冈佳美

大阪市立大学经济研究所讲师

主要著作：《产业聚集与市场》，载《产业聚集的本质》，伊丹敬之、松岛茂、橘川五郎编著，有斐阁，1988年；《日本的便利商店成长过程中的资源补充机制》，载《经营史学》第34卷第2号。

佐佐木聪

明治大学经营学部教授

主要著作：《信息与经营革新》（合著），同文馆，1997年；《科学管理方法在日本的展开》，有斐阁，1998年。

久保文克

中央大学商学部副教授

主要著作：《殖民地企业经营史论》，日本经济评论社，1997年；《“大明治”与旁系实业公司》，载《商事论》第39卷第3号、第4号，第40卷第3号、第4号及第5号、第6号。

日高千景

武藏大学经济学部教授

主要著作：《英国棉业衰退的构图》，东京大学出版会，1995年；《日本战后的金融体制的再研究》，载《日本的成功？英国的失败？》，阿部越尾、特里·韋微玺（编著），牛津大学出版社，1997年。

森川英正

经营史学会顾问

主要著作：《财阀：日本的家族企业集团的兴衰》，东京大学出版会，1992年；《高层管理的经营史》，有斐阁，1996年。

橘川五郎[☆]

东京大学社会科学研究所教授

主要著作：《日本电力业的发展与松永安左卫门》，名古屋大学出版会社，1995年；《产业聚集的本质》（合著），有斐阁，1998年。

引 言

本书出版的契机是1997年6月9日在东京神乐坂慰问上一年年末卸任的企业经营史学会会长森川英正先生，并为其鼓劲的聚会。这是以同森川英正先生交往较深的年轻研究人员为中心，范围极小的聚会。会上，很多人提出了关于欲举在座各位之力，做点“挑战性”工作的建议。当时，平成不景气没有结束的迹象，负面的消息覆满了报纸。大家胸中充满了这样的心情：想做点“挑战性”的工作，能多少拂去一点那样的阴云。

宇田川胜和橘川五郎被推举为“挑战性”工作的负责人。两人归纳总结了大家的意见，选择了“战后日本的企业间竞争”这一研究题目。这虽然是日本企业经营史的主要研究题目，但至今为止这个问题的研究尚未真正彻底弄清，此乃选题的根由。

关于该研究题目著书出版的可能性和研究会的组织方式问题，宇田川和橘川向出版过许多与经营史相关书籍的有斐阁提出了咨询。他们得到了可由有斐阁出版其研究成果的承诺，以及可否由经营史学家和活跃在“组织学会”的经营学家组成“共同研究会”的建议。深感“不同学科交流”必要性的宇田川和橘川立即接受了该建议，并邀请两人均熟悉的新宅纯二郎加盟其中，得到了新宅的同意。

从1997年夏天到秋天，宇田川、橘川、新宅，再加上有斐阁的伊东晋几度谋面，讨论了共同研究会的目的、性质、日程安排以及参会成员的人选，做出了下述三点决定。

(1) 就“企业间竞争”这一研究题目，实现理论家和史学家的合作，力图创造新的范例。

(2) 共同研究会着力吸收年轻研究人员参加，以之作为他们钻研的场所。

(3) 研究成果在2000年10月前以合著的形式出版，以之作为祝贺森川英正先生在2000年10月11日迎来古稀之年的纪念。

经过上述的准备工作,1998年1月10日,“企业间竞争研究会”的第一次会议在法政大学举行,宇田川等负责人就研究题目和上述三点做了说明,决定了各成员负责承担的部分。此后,研究会基本上以每两个月在法政大学举行一次活动的节奏,至1999年4月共进行了13项研究的报告活动。

各自的研究报告完成后,大家决定将研究会的成果在1999年10月23~24日于中京大学召开的经营史学会第35次全国大会的全体代表会议上发表,并为此做了准备。并且在全国大会召开之前,共举行了包括合宿学习会在内的四次研讨活动,围绕研究框架和案例研究的整合性进行了反复的讨论,求得了全体与会者的共同认识和研究框架、关键词的统一。

在全体代表会议上,大多数参会人士对本研究展开了热烈的讨论。我们对会议的讨论结果充满信心,并以2000年1月为最终日期开始了写作。所幸的是,写作稿件顺利地被集中了起来。尔后,本项研究的负责人在2000年3~4月对所提交的稿件进行了审校,并请各执笔者对其稿件进行了删减、修正,于4月末将最后一稿交给了有斐阁。

以上为本书出炉和研究会活动的事实经过。从神乐坂的最初聚会开始,正好三年多。现在,我们用出乎意料的较短时间,实现了所期望的目标。作为本书编著者之一的负责人,我要对各成员的协作和努力表示由衷的感谢。

时间虽然短暂,但总共召开的14次研究会议却是非常有益的。每次会议基本都能做到成员全体出席,展开深入的讨论并相互启发。此外,通过理论分析和实证分析之间的“投接球练习”,既扩展了经营学和经营史学的知识交流范围,也很有益于大家了解新的历史事实。而且,每次研究会议结束后的聚餐会也十分热闹,成了培育超越不同年代人之间的友情的场所。

如上所述,刊行本书的目的之一,在于祝贺2000年10月将迎来70华诞的森川英正的古稀之喜。宣布终身从事经营史学研究的森川英正先生人如其言,在研究会和聚餐会都率先垂范。在此,我们研究会的成员对森川英正先生至今所给予的教育之恩惠表示衷心的感谢,同时祝愿先生身体健康并在今后发挥更大的作用。

最后,我们要对有斐阁,特别是伊东晋和柴田守两人的深情厚谊,表示衷心感谢。同是本书“生身父母”的伊东晋先生出席了包括合宿学习会在内的几乎全部的研究活动,从编辑的角度给我们提出了十分有益的建议和鼓励的话语。此外,柴田先生除了承担其原稿执笔管理和编辑工作外,还对研究会和聚

餐会的活动给予了帮助。本书之所以能够按预定计划付诸桑梓，与两人的无私援助不无关系。

2000 年 8 月

宇田川胜

代表全体编著者

目 录

序章 现在为何要研究企业间的竞争

宇田川胜・新宅纯二郎

1. 研究企业间竞争的意义 / 1

日本的竞争优势 / 1

重要产业的五种形态 / 2

日本的产业盛衰 / 3

2. 课题内容 / 4

本书的课题 / 4

两部门的并存 / 5

对竞争方式的关注 / 6

3. 同质竞争与差别化竞争 / 7

企业间竞争的分析框架 / 7

先发优势持续的条件 / 7

产生“先发优势”=“后发优势”的条件 / 8

两种竞争行为（企业层次） / 9

产业层次的企业间竞争 / 10

4. 竞争方式与本书的结构 / 11

同质竞争与差别化竞争的重复方式 / 11

重复竞争方式的欠缺 / 13

管制下的量的竞争 / 15

竞争方式与产业的竞争力 / 16

参考文献 / 16

第一部 同质竞争与差别化竞争的重复方式

第一章 家用 VTR (磁带式录像机): 围绕盒式磁带竞争局面的演变

林拓也

序言 / 21

1. 第一次同质竞争的局面 / 23

其他企业尾随索尼 / 23

卷盘磁带式 VTR 的行业标准规格的建立 / 27

2. 差别化竞争局面 / 28

磁带盒式化的尝试 / 28

索尼与录像软件事业 / 29

松下追求的独立路线 / 31

录像软件事业的挫折 / 32

U 规格和自动视像的失败 / 34

3. 第二次同质竞争局面 / 35

BETA 与 VHS / 35

竞争的焦点 / 37

4. 家用 VTR 产业的企业间竞争 / 38

结束语 / 40

注释 / 41

参考文献 / 42

第二章 数字家电: 重复竞争方式的持续与改观

平井岳哉

序言 / 43

1. 两企业在 20 世纪 80 年代以后的业绩推移 / 44

2. 关于家用电器产品的数字化 / 45

3. 硬件方面的竞争 / 48

索尼在 CD、MD 领域的成功 / 48

硬件方面竞争状况的变化 / 53

4. 软件方面的竞争 / 54

电影事业 / 54

游戏事业 / 58

软件方面的竞争状况的变化 / 61

结束语 / 62

参考文献 / 63

第三章 汽车：20 世纪 60 年代的竞争方式

四宫正亲

序言 / 64

1. 20 世纪 60 年代的汽车市场 / 66

2. 以全方位产品领域为目标的同质竞争 / 71

3. 轻型轿车的差别化竞争 / 73

4. 围绕小型轿车市场的同质竞争 / 74

大众车市场的形成 / 74

东洋工业与本田旋风 / 75

小型轿车市场的激烈竞争 / 77

结束语 / 77

参考文献 / 79

第四章 照相机：竞争形成的国际竞争力

岛田昌和

序言 / 80

1. 从复兴期到高度成长期：各自通过差别化竞争而确立的照相机技术 / 81

行业整体的动向 / 81

以独创性瞄准世界最高峰的尼康 / 83

坚持走中档产品路线的佳能 / 85

2. 石油危机以后：照相机技术成熟所导致的同质竞争的展开 / 87

行业整体的动向 / 87

尼康所追求的高品位路线 / 89

佳能的微电子化 / 91

结束语 / 93

注释 / 95

参考文献 / 95

第二部 重复竞争方式的缺欠

第五章 啤酒：差别化的继续

生岛淳

序言 / 99

1. 麒麟啤酒的领先所展示的企业间竞争 / 101

2. 朝日啤酒的追赶中所展现的企业间竞争 / 108

结束语 / 112

注释 / 113

参考文献 / 114

第六章 个人电脑：国内市场的差别化竞争与其局限性

高松朋史

序言 / 116

1. 市场创始期 (1976~1984 年) / 118

个人电脑产业的起步 / 118

多样性机种的荣枯盛衰 / 119

NEC 的成功理由：个人电脑产业中的成功要因 / 120

2. 封闭标准期 (1985~1992 年) / 122

NEC 的标准规格所带来的结果 / 122

爱普生 (EPSON) / 123

富士通 / 125

东芝 / 126

夏普 / 127

新的竞争环境的胎动 / 129

3. 开放竞争时期 / 130

新标准带来的价格竞争 / 130

各企业在新竞争环境中的动向 / 131

结束语 / 132

注释 / 133

参考文献 / 134

第七章 服装：围绕风险适应战略的成功与失败

高冈佳美

序言 / 136

1. 委托交易制度的导入与风险分担 / 139

成衣化的发展与风险的发生 / 139

服装零售企业的风险应对 / 140

ONWARD 坚山导入委托交易制度与 RENAUN 的尾随 / 141

2. 服装制造批发企业的风险适应行为 / 143

店铺间商品流动体系的构筑 / 143

快速反应体系的采用 / 145

结束语 / 147

注释 / 150

参考文献 / 153

第八章 洗涤用品 20 世纪 60~70 年代的流通战略

——以狮王公司对花王公司实施的战略为中心

佐佐木聪

序言 / 156

1. 狮王公司的竞争战略构想的背景 / 156

花王公司与狮王公司的销售收入演变 / 157

花王销售公司展开的销售公司政策与新的交易制度 / 157

2. 流通竞争战略的展开 / 158

- 三强政策的发表与代理店的实绩 / 158
- 狮王油脂产品部的设置 / 162
- 批发代理店的经营现代化 / 163
- 对零售店的销售支援 / 164
- 3. 战略的强化和实际的渗透状况 / 166
 - 油脂产品政策的强化对策 / 166
 - 油脂产品部门的实际状况 / 167
- 4. 战略的局限性与成果 / 172
 - 战略的“自相矛盾” / 172
 - 战略成果 / 173
- 结束语 / 175
- 注释 / 176
- 参考文献 / 177

第九章 超级市场：围绕环境适应战略的成功与失败

——大荣与伊藤洋华堂的业务改革

久保文克

- 序言 / 179
- 1. 从追求“规模经济”转向追求“速度经济” / 180
- 2. 高度经济成长的体现者大荣的成功与失败 / 182
 - 中内功的革新性企业家活动 / 182
 - 大荣缘何衰败 / 183
- 3. 伊藤洋华堂的优势与业务间的“对话” / 185
 - 作为分水岭的 1982 年 / 185
 - 充当业态间“对话”媒介的铃木敏文的革新性企业家活动 / 187
- 结束语 / 192
- 注释 / 194
- 参考文献 / 196

第三部 管制下的数量竞争

第十章 银行：管制下适应环境的局限性

日高千景

序言 / 201

1. 战后的金融制度与管制的框架 / 202

战后金融制度的确立 / 202

金融行政与竞争抑制 / 203

2. 20 世纪 60 年代的银行行为：以都市银行为中心 / 206

超贷与都市银行 / 206

资金量份额的降低与大众化路线 / 207

针对个人市场的开拓的强化 / 210

都市银行的局限性 / 212

3. 金融制度改革的议论和各业务间的利害对立 / 213

金融效率化论与金融制度的改革 / 213

中期存款的合理性 / 214

围绕中期金融的议论 / 215

制度议论达到的目标 / 217

结束语 / 218

注释 / 219

参考文献 / 220

第十一章 大学：量的竞争世界

森川英正

序言 / 222

1. 管制产业中的企业间关系 / 222

2. 量的竞争与大学产业 / 224

3. 大学产业中的竞争 / 224