

平成 30 年 8 月 30 日現在

機関番号：32601

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K03782

研究課題名(和文)3組織間取引モデルに基づいた価値創出プロセスに関する理論的・実証的研究

研究課題名(英文)A theoretical and experimental study in a value creation process based on triadic supply chain relationships

研究代表者

高橋 邦丸 (TAKAHASHI, KUNIMARU)

青山学院大学・経営学部・教授

研究者番号：10276016

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、組織間関係における分析を2社間におけるサプライチェーン関係から3社間におけるサプライチェーン関係にまでその範囲を拡張するとともに、売り手企業を起点としたサプライヤーと買い手企業の3社間の関係について分析を行っている。分析の結果、3社間取引の上流部門と下流部門との取引関係の有無および取引期間の長さが、売り手企業の業績に異なる影響を及ぼすことが明らかとなった。また上流部門と下流部門との取引構造は大きく異なっており、従来行われてきた2社間のみのサプライチェーンの分析だけでは、組織間関係におけるリスクやベネフィットを明らかにできないことを示す結果となった。

研究成果の概要(英文)：This study investigates whether and how inter-organizational relationships affect supplier's financial performance, with an emphasis on a focal firm's financial performance in triadic supply chain relationships. Using a sample of Japanese manufacturers from 2001 to 2012, our analysis reveals several findings. Results of this study shows the inter-organizational relationships continues in spite of low profits and there is an asymmetric relationship between upstream and downstream of inter-organizational relationships.

研究分野：管理会計

キーワード：3社間取引関係 組織間関係 主要顧客 企業業績

1. 研究開始当初の背景

産業組織研究や SCM 研究領域において売り手企業と買い手企業の関係といった組織間関係において、長期的な取引の継続や協調的な関係構築が戦略上有用であることが数多く指摘されている。たとえば Anderson (1995) は、売り手企業と買い手企業が協調的な関係を構築することによって、価値創造をもたらすとともに組織間における取引コストを削減することが可能となることを指摘しているし、Gosman and Kelly (2004) は、売り手企業と買い手企業間の良好な関係を組織資本インタンジブルズとして企業価値創造に影響を及ぼす要因の 1 つとみなしている。

このような売り手企業と買い手企業間の関係性強化によって、売り手企業と買い手企業のいずれかにメリットがもたらされるのかについていくつか先行研究がなされているが、これまでのところ一致した見解が得られていない。たとえば Gosman and Kelly (2004) は、サプライチェーン戦略が企業の収益性に及ぼす影響については一定でなく、売り手企業、買い手企業あるいは双方の企業にベネフィットをもたらすか否かについては取引時の交渉力や産業の集中度などに依存すると指摘している。

また売り手企業と買い手企業間の関係を協調的なものと捉えるのか、あるいは競争的なものと捉えるかによって、議論される前提が異なることによって自ずから得られる結果も異なってくることから、これまでの相互依存関係理論では組織間関係性を維持する合理性に関して十分な説明がなされてこなかった。

2. 研究の目的

本研究は、従来のビジネスマーケット(B to B) 分析で用いられている 2 組織間モデルを拡張した 3 組織間取引 (Supplier-Seller-Buyer) モデルの構築を試みることによって、特定企業との関係性を重視する戦略が企業間のみならずチェーンレベルに及ぼす影響について明らかにすることを目的としている。具体的には、有価証券報告書に記載されている主要顧客に関する情報等を用いて、企業間およびチェーンレベルにおける取引集約度、取引継続性、協調的取引関係といった要因が 3 企業間それぞれの企業業績にどのような影響を及ぼすかについて実証分析を行うとともに、チェーンレベルでの価値創出をもたらすための資源共有といった新たな観点からモデルの構築を目指す。

3. 研究の方法

本研究では、(1) 有価証券報告書に記載されている主要顧客に関する情報を用いて組織間関係における主要顧客の存在およびその比率の大きさが企業行動および業績に及ぼす影響について会計データを用いた実証研究を行うこと、および(2) 日本の大規

模小売業に着目し、これらの企業を主要顧客とするサプライヤーのみをサンプルとした分析をすることによって購買パワーが取引関係にどのような影響を及ぼすかについてケーススタディを行うとともに、顧客関係性への時系列的な変化について分析することによって、関係性構築への探索段階、進展段階および発展段階での売り手企業と買い手企業の行動パターンおよびそれに伴う業績への影響について明らかにし、最終的に主要顧客関係性構築に向けたそれぞれの段階における適切な資源配分行動についてのモデル構築を目指す。

4. 研究成果

本研究は、売り手企業を起点とした 3 社間取引関係に着目し、上流部門と下流部門との関係性が売り手企業の財務業績に及ぼす影響について分析を行った。具体的には、3 社間の組織間関係を売り手企業をノード(結節点)としてサプライヤーから資源を調達するといった上流部門における 2 社間の関係と、その資源を買い手企業に提供するといった下流部門との 2 社間の関係から構築されるとみなすことによって上流部門と下流部門それぞれの関係性やパワー構造が売り手企業の財務業績に及ぼす影響について検証を試みた。

まず 3 社間取引における売り手企業の ROA, ROE, 売上高営業利益率, 売上原価率, 販売費及び一般管理費率, CCC (キャッシュ・コンバージョン・サイクル), 棚卸資産回転率, 売上債権回転率, および支払債務回転率について記述統計量の比較を行った。その結果、収益性を表す ROA, ROE および売上高営業利益率のいずれも主要顧客(買い手企業)を持たない売り手企業のほうが、主要顧客を持つ売り手企業よりも平均値および中央値が高いという結果が得られた。

売上高に占める売上原価および販管費の比率については、主要顧客(買い手企業)を持つ売り手企業の売上原価率の平均値(中央値)が高く、販管費率の平均値(中央値)が低いという結果となった。棚卸資産と売上債権の回転状況については、主要顧客(買い手企業)を持つ売り手企業の棚卸資産回転率と売上債権回転率の平均値(中央値)がいずれも主要顧客を持たない企業よりも高いことが示された。

つぎに 3 社間のサプライチェーンの上流部門であるサプライヤー企業と売り手企業間における取引関係の有無が売り手企業の収益性や効率性に及ぼす影響についての分析を試みた。その結果、ROA, ROE および売上高営業利益率のいずれもサプライヤー企業と取引関係を持つ売り手企業のほうが、サプライヤー企業を持たない売り手企業よりも平均値および中央値が高いという結果が得られた。

売上高に占める売上原価の比率については、サプライヤー企業と取引関係を持つ売り

手企業の売上原価率の平均値（中央値）が低いという結果となった。

販管費に関してはサプライヤー企業と取引関係を持つ売り手企業の販売費率の平均値（中央値）が低いという結果となり、販管費率に関しては3社間取引の上流部門と下流部門とで同じ結果となった。

棚卸資産と仕入債務の回転状況については、サプライヤー企業を持つ売り手企業の棚卸資産回転率と仕入債務回転率の中央値がいずれもサプライヤー企業を持たない企業よりも高いことが示された。またキャッシュ・コンバージョン・サイクル（在庫回転日数+売上債権回転日数-支払債務回転日数）についてもサプライヤー企業を持つ企業の平均値（中央値）のほうが短いという結果となった。

さらに本分析では、サプライヤー企業と買い手企業の存在の有無および取引期間の長さが、売り手企業の業績にどのような影響を及ぼしているかについて回帰分析を行った。その結果、売り手企業の売上原価率に関して、サプライヤー企業との取引が存在することによって売り手企業の売上原価率を低減させるという負の有意な結果となった。また買い手企業との取引がある場合には、売り手企業の売上原価率が上昇するといった正の有意な結果が示された。

取引期間の長さが売り手企業の業績に及ぼす影響については、サプライヤー企業との取引期間が長くなるにつれて売り手企業の売上原価率が上昇する傾向がみられ、買い手企業との取引期間についても売り手企業の売上原価率を上昇させるという結果が得られた。

つぎに売り手企業の販売費及び一般管理費率にサプライヤー企業および買い手企業との取引の存在が及ぼす影響については、サプライヤー企業との取引によって売り手企業の販売費及び一般管理費率が増加し、買い手企業との取引は売り手企業の販売費及び一般管理費率を減少させるといういずれも統計的に有意な結果が得られている。

売り手企業の棚卸資産回転率に関しては、サプライヤー企業との取引が存在することによって売り手企業の棚卸資産回転率が低くなり、逆に買い手企業の存在によって売り手企業の棚卸資産回転率が高くなるという結果が得られた。売り手企業のCCCに関しては、買い手企業との取引関係が売り手企業のCCCを短くするといった統計的に有意な結果となった。3社間取引の期間に関しては、サプライヤー企業との取引期間が長くなると、売り手企業のCCCが短くなるという結果が得られ、取引関係の有無のほかに期間の長さが影響していることが明らかとなった。

取引関係性が主要顧客企業の収益性にプラス（あるいはマイナス）の影響を及ぼすのかについては、サプライヤー企業との取引関係があることによって売り手企業の収益性

指標（ROA・ROE）に負の影響を及ぼしていることが明らかとなった。なお買い手企業との取引関係については、売り手企業の収益性指標との統計的に有意な結果を得ることができなかった。3社間取引の期間に関しては、サプライヤー企業との取引期間が長くなると、売り手企業の収益性指標（ROA・ROE）が高くなるという結果が得られ、買い手企業との取引期間についてはROEのみ統計的に有意な正の結果が得られた。3社間取引における売り手企業の収益性指標については、取引期間の長さが正の影響を及ぼしていることが明らかとなった。

本研究では、わが国で初めて3社間取引関係について実証分析を行ったものであり、従来の2社間分析では必ずしも明確にされてこなかった収益性が低いにもかかわらず取引関係を継続する要因について明らかにしたほか、組織間関係における上流部門との関係と下流部門との関係が対称ではないことを示すことができた。しかしながら3社間取引を統合したチェーンレベルでの分析などについては本研究では明らかにすることができなかった。この点については今後の検討課題としたい。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計5件）

（論文）“売り手企業に焦点をあてた3社間取引と財務業績について”，高橋邦丸，青山経営論集，第53巻第1号，（査読無），2018.

（論文）“Customer Concentration, Corporate Equity Ownership, and Firm Performance”，佐々木郁子・椎葉淳・高橋邦丸，日本管理会計学会2017年度全国大会報告要旨集（査読無），2017.（電子媒体）

（論文）“The Supplier-Customer Relationship and Cost Structure in Japan”，Ikuko Sasaki, Atsushi Shiiba and Kunimaru Takahashi，Proceedings of 26th Asian-Pacific Conference on International Accounting Issues，（査読有），2016.（電子媒体）

（論文）“Field Survey on Loyalty Programs: Its Strategic Usage and Effects”，Ikuko Sasaki, Akimichi Aoki, Yukiko Kusu, Tomohumi Uetake and Kunimaru Takahashi，Proceedings of IABE-2016 ITALY - Summer Conference，（査読有），2016.（電子媒体）

（論文）“The Effect of Inter-Organizational

Relationships and Capital Structure on Corporate Performance” Kunimaru Takahashi, Atsushi Shiiba and Ikuko Sasaki, 『青山学院大学経営学部ワーキングペーパー』, 2016-Vol.1, pp. 1 - 35, (査読無). 2016.

〔学会発表〕(計 3 件)

” Customer Concentration, Corporate Equity Ownership, and Firm Performance“, 佐々木郁子・椎葉淳・高橋邦丸, 日本管理会計学会 2017 年 8 月.

The Supplier - Customer Relationship and Cost Structure in Japan“, Ikuko Sasaki, Atsushi Shiiba and Kunimaru Takahashi, The Thirtieth Asian-Pacific Conference on International Accounting Issues, Hawaii, 2016 年 10 月.

"Field Survey on Loyalty Programs: Its Strategic Usage and Effects", Ikuko Sasaki, Akimichi Aoki, Yukiko Kusu, Tomohumi Uetake and Kunimaru Takahashi, IABE-2016 ITALY - Summer Conference, 2016.

〔図書〕(計 件)

〔産業財産権〕

出願状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

- (1) 研究代表者 高橋邦丸
- (2) 高橋 邦丸 (TAKAHASHI, KUNIMARU)
青山学院大学・経営学部・教授
- (3) 研究者番号：10276016