

令和 3 年 6 月 17 日現在

機関番号：32641

研究種目：国際共同研究加速基金（国際共同研究強化）

研究期間：2017～2020

課題番号：16KK0085

研究課題名（和文）流通チャネルにおける垂直的関係と制御焦点に関する日米比較の実験研究（国際共同研究強化）

研究課題名（英文）International comparative empirical study of vertical relationship and regulatory focus in marketing channels(Fostering Joint International Research)

研究代表者

久保 知一（Kubo, Tomokazu）

中央大学・商学部・教授

研究者番号：40376843

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 10,700,000円

渡航期間： 11ヶ月

研究成果の概要（和文）：製造業者が製品・サービスを最終顧客に届けるためには、直接販売を行うか、卸売業者や小売業者などの流通業者を用いて間接販売を行う必要がある。間接販売を選択した場合、製造業者は流通業者を用いて流通チャネルを形成する。取引費用分析によると、流通業者が関係特定の投資を要求される場合、流通業者は流通チャネルへの参加をためらう。しかし、現実には多くの流通業者が流通チャネルに参加している。本研究はこのパズルを解明するために、関係特定の投資を伴う取引関係の開始にあたっての流通業者のモチベーションとして、制御焦点要因に注目し、日米の流通チャネル形成にどのような違いがあるのかを見出すことを目的として行われた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

流通チャネルは、多種多様な製造業者が生産した製品・サービスを消費者が効率的に入手するにあたっての生活基盤であるが、一般消費者からはその実態を観察することは難しい。その点で本研究は、流通チャネル研究の主要な理論的枠組である取引費用分析に制御焦点という動機付け要因を導入し、チャネル形成を理解する新たな視点を構築したという学術的意義を持っている。日米のチャネル形成の違いを理解することで、これから新たな流通チャネルを形成しようとする実務家への示唆も期待される点で社会的意義もあると考えられる。

研究成果の概要（英文）：In order for manufacturers to deliver their products and services to the end customers, they either choose to direct selling or indirect selling using distributors such as wholesalers and retailers. If manufacturers choose indirect selling, they form distribution channels. According to transaction cost analysis, distributors are unlikely to participate in the distribution channel if distributors are required to make relationship-specific investments. However, in reality, many distributors participate in the distribution channel. In order to clarify this puzzle, this study focused on regulatory focus factors as the motivation of distributors in starting business relationships with relationship-specific investments, and aimed to find out what differences exist in the formation of distribution channels in Japan and the United States.

研究分野：マーケティング

キーワード：流通チャネル 関係特定の投資 制御焦点

1. 研究開始当初の背景

売り手と買い手として垂直的関係を結ぶ製造業者と流通業者は、なぜ対立したり協調したりするのであろうか？ マーケティング・チャネルに関する既存研究は取引費用分析(Transaction Cost Analysis) を用いてこの問いにアプローチしてきた。しかし、研究を進める中で、企業間での垂直的関係の性質を決める要因として、交渉者のモチベーションの重要性が制御焦点理論(regulatory focus theory) の研究を通じて浮上した。実際に、流通チャネルにおける垂直的関係においては、日本が長期継続的相対取引を用いる一方で、米国は短期離散的市場取引に依存する傾向がある。流通チャネルにおける意思決定や取引関係のあり方は、日米の経済システムの違いの基礎である。そして、制御焦点は東西の文化によっても異なるが(Aaker & Lee, 2001)、制御焦点の視点からの垂直的関係の実証研究や国際比較はこれまで行われてこなかった。したがって、申請課題を通じて、日本型の長期継続的相対取引と米国型の短期離散的市場取引との違いの源泉を識別し、経済システムのあり方についてより深い認識を獲得できるものと期待された。そしてそれまでの研究を踏まえて、製造業者からの垂直的関係開始の提案に対して、流通業者がその提案を受諾するか否かは、その垂直的関係がもたらす経済的ベネフィットだけではなく、流通業者が促進焦点(利益の獲得を強く求めるよう動機付けられた状態)なのか予防焦点(損失の回避を強く求めるよう動機付けられた状態)なのかによって大きく異なってくるという理論仮説の着想に至った。そこで、取引関係交渉時の企業のモチベーションが垂直的関係に及ぼす影響を主題として、(1) 取引費用分析に制御焦点を組み込んだ理論仮説を提唱し、(2) 日米両国を比較することを目的として、米国ニューヨーク大学スターンスクールオブビジネスに滞在し、Masakazu Ishihara 准教授との共同研究を行った。

2. 研究の目的

申請課題の目的は、日米両国の流通チャネル研究において有力な理論仮説である取引費用分析に制御焦点理論の知見を組み込むことで、協調的な垂直的関係の生成に関する新たな知見を得ることにある。特にこの領域の実証研究は米国でも進んでおらず、チャネル研究のフロンティアの1つと位置づけられているため、研究上の意義は大きい。研究を開始した時点で1960年代以降のチャネル研究の変遷を確認すべく膨大なレビューを行ったところ、多くのチャネル研究は取引関係の維持に注目していたものの、関係の開始や終了の研究はあまり行われていないことが明らかになってきた。そこで本研究はそのうち、関係の開始と終了に注目することとした。実証分析に適したコンテキストを探索するために、製造業者と卸売業者、卸売業者と小売業者という2つの関係を検討した。その結果、卸売業者の意思決定に関する研究が副次的に進んだことから、卸売業者の存在意義についての研究も同時に行うこととなった。かくして、卸売業者に注目し、関係特定の投資を伴った取引関係を開始する意思決定が日米両国の制御焦点の違いによって変化するのかを問う研究、卸売業者がどのような顧客価値をどのようなメカニズムで提供するのかを問う研究、さらに卸売業者が小売業者から関係破壊的行為を受けた場合にどのように反応するのかを問う研究を展開することを目的とした。

3. 研究の方法

研究目的の達成のために、まずは文献のレビューを行った。本研究課題は取引費用分析を理論的に発展させる取組みとして位置づけられることから、取引費用分析を用いたチャネル研究を中心にレビューした。

第1の研究では、既存研究では、関係特定の投資を伴う取引の開始をめぐる意思決定について、東西の社会的な違いを加味した比較研究は行われてこなかった。そこで、こうした不確実性を伴う取引への態度が、日本とアメリカでどのように異なるのかを検討することとした。取引費用分析に従うと、関係特定の投資を伴う取引のオファーに対しては、オファーの受け手はホールドアップのリスクを重視してそのオファーを受諾しようという意図を低める。本研究では、この負の関係が日米の制御焦点によって媒介されるという仮説をたてた。そして、日米で共通の実験シナリオを用いて、ウェブを用いたシナリオ実験を行った。シナリオでは、被験者に卸売業者の経営者になったつもりで4パターンのシナリオを読んだ上で回答していただいた。被験者は日米ともにクラウドソーシング・プラットフォームを用いて収集した。米国はAmazon.comのAmazon Mechanical Turkを、日本はクラウドワークスを用いて、回答者を就業経験、産業で絞り込んだ。ウェブ実験で問題を生じさせる不良回答者検出も複数の質問によって行った。

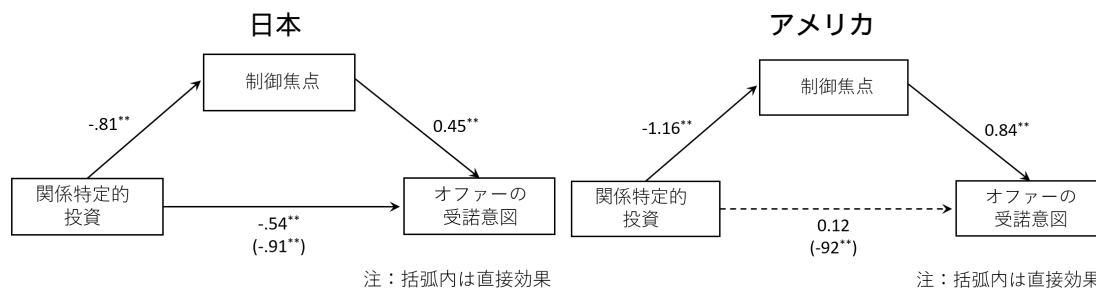
第2の研究では、流通における卸売業者のミクロ的な介在根拠を、卸売業者が個々の顧客に対して提供する顧客価値にあるとして、卸売業者がどのような顧客価値を提供しているのか、そして顧客価値はどのような組織的メカニズムによって作り出されているのかを問い、多属性モデルに基づいて卸売業者の顧客価値提供を描写する概念モデルを提案し、さらに実証分析を行った。

第3の研究では、卸売業者が小売業者からそれまで良好であった関係を破壊するような行為を受けた場合に、どのように反応するのかを、Hirschmanの離脱・発言・忠誠の枠組を用いて

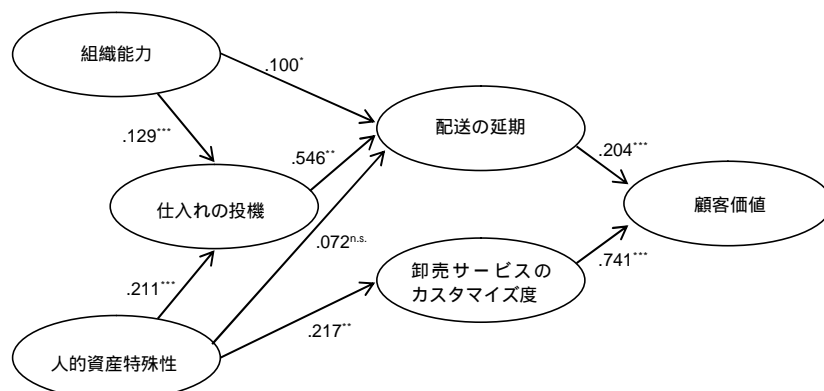
仮説化し、卸売業者に対して、主要顧客から関係破壊的行為を受けた状況を想定して回答して頂く形のデータ収集を行い、実証分析を行った。

4. 研究成果

研究1では、関係特定の投資を伴う取引のオファーを受諾するかどうかについて、(1) 流通チャネルにおける取引関係の開始にあたって日本人はアメリカ人より消極的であるのか、(2) 関係特定の投資はなぜオファー受諾意図を引き下げるのかを問うた。日米のサンプルを用いたシナリオ実験において、日本は193名、アメリカは79名の被験者を得た。アメリカ人は日本人よりも受諾意図が高いこと、関係特定の投資は交渉者の予防焦点をプライミングすることで受諾意図を低めるといった媒介関係があることが見いだされた。制御焦点研究では、制御焦点は生得的なものだけではなく、状況要因によってプライミングされることが示されてきた(Galinsky, et al., 2005)。本論は、制御焦点が取引のオファーに関係特定の投資が含まれることでもプライミングされることを示した点で、制御焦点研究にも一定の貢献がある。



研究2では、多属性モデルに基づいて、卸売業者が提供する顧客価値は、配送の延期と卸売サービスのカスタマイゼーションによって変動することを示し、多属性モデルの効率性フロンティアを動かす要因として組織能力と人的資産特殊性を組み込んだモデルを提案した。また、配送の延期はそれを引き受ける川上での仕入れの投機が必要であることも仮説化した。食品卸売業者から収集した545社のサーベイデータを用いて実証分析を行ったところ、卸売業者が作り出す顧客価値は、配送の延期と流通サービスのカスタマイズ度によって規定されていることが見出され、さらに、それらをも高める要因として、組織能力、仕入れの投機、人的資産特殊性が機能していることが示された。配送を延期するためには、延期を引き受けるために卸売業者は自在庫形成を投機する必要があり、市場リスクを抱え込むような行動を取っていることが見いだされた。延期-投機の議論は、ややもすると延期型もしくは投機型と言った具合に、いずれか一方の流通様式に注目する傾向がある(高嶋, 2018)。しかし、本論は、卸売業者が延期を引き受けるためには投機が必要とされるという仕入れの投機の実証的エビデンスを提供することで、延期かつ投機という様式が存在を示すことになった。



*** : 1%水準で有意、** : 5%水準で有意、* : 10%水準で有意、n.s. : 非有意

$\chi^2=282.305$, 自由度=95, 有意確率=.000, GFI=.941, AGFI=.915, RMR=.124, RMSEA=.060, AIC=364.305

研究3では、453社の卸売業者から収集したサーベイデータを用いて、顧客たる小売業者から関係破壊的行為を受けた卸売業者が、離脱・発言・忠誠・無視の4つの反応パターンのいずれを採用するのか、そしてそのパターンにどのような要因が関連するのかを検討した。モデルに含めた独立変数は、関係特定の投資 (RSI)、依存度 (Dependence)、感情的コミットメント (AC)、

打算的コミットメント (CC) である。OLS、IV、SURFACE を用いて、4 つの反応パターンそれぞれについて推定を行った結果、依存度は離脱、忠誠、無視に関連するが、関係特定の投資は離脱と発言に関連することが示された。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計0件

〔学会発表〕 計6件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 3件）

1. 発表者名 Kubo, Tomokazu, Sho Yuki, and Masakazu Ishihara
2. 発表標題 Relationship-destructive Acts and Counterparty Reaction in Marketing Channels
3. 学会等名 2019 INFORMS Marketing Science Conference (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 久保知一
2. 発表標題 日本企業の延期化行動と財務成果：延期-投機モデルの実証分析
3. 学会等名 日本マーケティング学会カンファレンス
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 結城祥・久保知一
2. 発表標題 流通チャンネルにおける関係破壊的行為と取引相手の反応
3. 学会等名 日本商業学会全国大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Tomokazu Kubo
2. 発表標題 Vertical Integration of Wholesale Functions among Japanese Manufactures
3. 学会等名 The 2018 INFORMS Marketing Science Conference (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 久保知一・結城祥
2. 発表標題 流通チャネルにおける関係破壊的行為と取引相手の反応
3. 学会等名 日本商業学会関西西部会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Tomokazu Kubo
2. 発表標題 Vertical Integration of Wholesale Functions among Japanese Manufactures
3. 学会等名 The 40th Annual ISMS Marketing Science Conference (国際学会)
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
主たる渡航先の主たる海外共同研究者	石原 昌和 (Ishihara Masakazu)	ニューヨーク大学・Stern School of Business・Associate Professor	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8 . 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関			
米国	ニューヨーク大学スターン・ビジネススクール			