

令和 6 年 6 月 12 日現在

機関番号：34419

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2020～2023

課題番号：20K01954

研究課題名（和文）中小企業のEビジネス参入および経営パフォーマンスへの影響に関する分析

研究課題名（英文）E-business implementation and performance: analysis of SME retailers in Japan

研究代表者

岡山 武史（Okayama, Takeshi）

近畿大学・経営学部・准教授

研究者番号：50610713

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,200,000円

研究成果の概要（和文）：本研究のテーマは、中小企業のEビジネスへの参入と経営パフォーマンスに与える影響に関する分析である。本研究では従来行われてきた事例調査研究に加え、日本のビジネス研究分野においてあまり行われてこなかった統計学的手法を用いた実証分析に取り組んできた。プロジェクトの成果として、海外学術誌に1件の論文が掲載され、現在投稿中の英語論文が1件、国内紀要に日本語の論文が1件掲載されている。

研究成果の学術的意義や社会的意義

海外の戦略的意思決定の研究においては、統計学的手法を用いた実証分析が非常に多く採用され、実際に実務の現場においてもそのような実証分析による結果が意思決定の重要な情報として用いられている。今後日本においても同様の取り組みが期待され、本プロジェクトはその先駆的な研究になると期待される。また、諸外国では日本企業を対象とした学術研究の英語論文としての成果が希少ととらえられており、本研究プロジェクトにより更なる研究成果が海外に発信されるならば、学術的にも高い評価が得られるものと期待される。

研究成果の概要（英文）：The theme of this study is an analysis of SMEs' entry into e-business and its impact on their managerial performance. As a result of the project, one paper has been published in an international academic journal, one English paper is currently under submission, and one Japanese paper has been published in a Kinki University journal of business and economics.

研究分野：アパレル産業

キーワード：電子商取引 流通 アパレル

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

1. 研究開始当初の背景

日本は、製造業、卸売業、小売業のどれをとってみても圧倒的多数は中小企業であり、近年多くの産業において衰退傾向にあると考えられている。加えて、技術革新、経済のグローバル化によって海外の大企業が日本に進出しており、日本国内の中小企業は相対的に競争優位性を失っている。しかし、すでに述べたように日本には依然として多くの中小企業が存在し、そこでは非常に多くの人々が日々仕事に従事し、その収入によって日常の生活を送っていることは間違いのない事実である。したがって、このような中小企業に活力が無ければ本当の意味での日本経済の再興は実現できないのであり、その意味において中小企業研究の重要性は近年さらに高まっていると考えるのである。

SPA といった垂直統合型のビジネスモデルにしても、ZOZOTOWN のようなインターネット販売特化型のビジネスモデルにしても、もともと衰退産業の典型と考えられていたアパレル産業において誕生した経営戦略であり、その勢いある企業の多くが中小企業であった。そして、E ビジネスの台頭という近年の環境変化において、中小企業がいかんして持続可能性を担保するようなビジネス戦略を生み出し、それが企業の経営パフォーマンスにどのような影響を及ぼしているのか、この点が本研究における学術的「問い」の核心である。

2. 研究の目的

日本では、企業の経営戦略・戦略的意思決定の研究を行う場合、多くが個別企業に対するインタビュー調査を積み上げることによって、ビジネスの実態を解き明かそうとする事例研究が中心であった。その主な理由が、統計学的手法を用いた実証分析を行おうにもそもそも個票データが存在しない、というものであった。一方で、海外の戦略的意思決定の研究においては、統計学的手法を用いた実証分析が非常に多く採用され、実際に実務の現場においてもそのような実証分析による結果が意思決定の重要な情報として用いられている。

本研究では、従来行われてきた事例調査研究に加え、日本のビジネス研究分野においてあまり行われてこなかった統計学的手法を用いた実証分析に取り組むという点に特色がある。本研究チームのメンバーは、過去アパレル卸売業およびアパレル製造業において、アンケート調査より得たデータ(クロスセクション・データ)を用いた実証研究を行ってきた。しかし、企業の個票データをパネルデータ形式で分析した先行研究はほとんど無く、本研究では、過去実現できなかったクロスセクション、タイムシリーズの両側面を同時に検討するパネル分析に挑戦するところに学術的な意義があると考えている。個別企業間の差異を明らかにするクロスセクション分析だけではなく、過去のトレンドが現在にどのように関係しているのかを明らかにすることは、中小企業の経営パフォーマンスを考える上で非常に重要な要素となると考える。

3. 研究の方法

本プロジェクトは研究代表者の岡山、研究分担者の浦上の他に海外研究協力者として北京航空航天大学の欧陽桃花、申請時には分担者であったがその後欧陽桃花とともに中国において研究員となり分担者から外れたがその後徳島大学に赴任した武学穎、そして浦上が博士論文の指導を行った朱洪双の国内研究協力者 2 名のサポートを得ながら研究を遂行した。研究体制は以下の通り。

表1 研究体制

	氏名	役割	海外研究協力者
研究代表者	岡山武史	主に国内中小企業に関する文献調査・インタビュー調査、論文執筆・発表	欧陽桃花
研究分担者	浦上拓也	データ収集・統計分析、論文執筆・発表	
国内研究協力者	武 学穎	データ収集・統計分析のプログラミング	
	朱 洪双	データ収集、分析理論構築、論文執筆	

それぞれが有機的に連携し共同研究者としてデータセットの構築、統計プログラミング、分析結果の解釈、論文執筆と役割分担の上で研究プロジェクトを遂行した。

4. 研究成果

4 年間の研究プロジェクトの主な成果は以下のとおりである。

(1) 企業の個票データを用いた E コマースの実証分析

英語論文として取りまとめ、海外ジャーナルである“International Journal of Electronic Marketing and Retailing”に掲載された。タイトル: E-commerce expansion in the Japanese apparel market.

本研究は、日本市場における電子商取引(E-Commerce: EC)の拡大に着目し、アパレル製造業のオンライン販売(インターネット上での販売窓口の開設)が企業業績にどのように影響しているのかを実証的に明らかにしている。分析の方法としては、記述統計により市場動向を詳細に検

証し、次に企業の個票データを用いて回帰分析によりオンライン販売と企業パフォーマンスとの関係の分析を行った。

記述統計による分析結果として、アパレル市場の EC 普及率は全産業の EC 普及率と比較して拡大のスピードが著しく高いことを明らかにし、回帰分析の結果としては、アパレル製造業のオンライン販売の導入は企業パフォーマンスに有意にプラスの影響があることを明らかにした。このことは、今日においてアパレル製造業においてもオンライン販売が重要な戦略となり得ることを示すものであり、将来的にはアパレル市場においてさらに EC の普及が拡大していく可能性があることを示すことができたと考えている。

(2)E コマースの実証分析を行った中国の先行研究のレビュー

1 件は日本語の論文として近畿大学経営学部の紀要である『商経学叢』に掲載された。「流通分野における電子商取引の拡大：中国における実証分析のレビュー」。また、もう 1 件は英語論文として執筆し、近畿大学経営学部のワーキングペーパーにしたのちに、英文の査読誌に東京中である。タイトル：Review of previous studies on the expansion of e-commerce in the distribution sector.

これらの研究を要約すると、世界的に急速に拡大し流通革命の原動力となっている EC の実態を踏まえ、中国を中心とした流通分野における電子商取引 (E-Commerce: EC) に関する実証研究の動向を概観することがこれら研究の目的であった。Google Scholar を利用した論文検索により、2004 年から 2022 年までの 24 件の先行研究を抽出・検討した結果、以下の点を明らかにすることができた。(1) 初期の分析では、EC を利用する消費者や中小企業にとっての取引の信頼性、プラットフォームの利便性と信頼性、リスクに対する態度、取引に対する文化や価値観が分析の対象となっていたこと。また、分析に使用されたデータはアンケート調査に基づいたものがほとんどであったこと。(2) しかし、2010 年以降は国や企業のデータが整備され、EC が国や地域経済に与える影響のマクロ分析が行われるようになり、また EC 大手である Taobao が提供するビッグデータを活用した消費者の購買行動の時系列分析が行われるようになったこと。(3) 直近では、ライブストリーミングを利用した新たな EC に関する実証分析も多く行われていること、以上を明らかにすることができた。これらの先行研究を踏まえて、今後本格的な実証研究に向けてさらに研究を進めていきたいと考えている。

(3)ソーシャルメディア・マーケティングの研究の準備

近年急速に拡大しつつあるソーシャルメディア・マーケティングに関して、特にアパレル中小企業における導入可能性およびその企業パフォーマンスに与える影響について、日本と中国の比較研究を行うことを検討した。日本の流通は伝統的に卸企業が物流や金融面において重要な役割を果たしてきたが、情報技術の発展、物流企業の成長、大型小売店舗の出現など、経営環境が劇的に変化しその都度流通企業は戦略の変更を余儀なくされてきた実態がある。上記研究成果においても指摘されたように、21 世紀に入ると電子商取引 (EC) が急拡大するとともに携帯端末等の進化・普及により消費者の購買行動も大きく変化している。このような中で、企業の PR 活動もソーシャルメディアを積極的に活用するようになってきている。本研究プロジェクトでは、次の研究ステップとして、ソーシャルメディア・マーケティングに着目し、先行する中国において中小企業および自営業者にソーシャルメディア・マーケティングの実施状況についてインタビュー調査を開始している。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計3件（うち査読付論文 1件/うち国際共著 1件/うちオープンアクセス 3件）

1. 著者名 Wu, X., T. Ouyang, T. Okayama, T. Urakami	4. 巻 14-4
2. 論文標題 E-commerce expansion in the Japanese apparel market	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 International Journal of Electronic Marketing and Retailing	6. 最初と最後の頁 394-411
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 該当する

1. 著者名 岡山武史	4. 巻 70(1)
2. 論文標題 小売ブランドアーキテクチャーに関する再考察 小売イノベーションに向けて	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 商経学叢	6. 最初と最後の頁 209-224
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 岡山武史	4. 巻 70(3)
2. 論文標題 流通テクノロジーが小売企業のイノベーションと顧客体験に与える影響	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 商経学叢	6. 最初と最後の頁 70-90
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

〔学会発表〕 計0件

〔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
研究分担者	浦上 拓也 (Urakami Takuya) (10351561)	近畿大学・経営学部・教授 (34419)	

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			
中国	北京航空航天大学			