

科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和 6 年 6 月 6 日現在

機関番号：34315

研究種目：若手研究

研究期間：2020～2023

課題番号：20K13619

研究課題名（和文）海外市場におけるデュアル・チャンネル選択要因の探究

研究課題名（英文）Examining the choice of dual channels in foreign markets

研究代表者

石井 隆太（Ishii, Ryuta）

立命館大学・経営学部・准教授

研究者番号：80842872

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,100,000円

研究成果の概要（和文）：本研究は、製造企業に対するアンケート調査を通じて定量的データを収集し、それを多変量解析することによって、海外市場においてデュアル・チャンネルが選択される条件を特定することに成功した。具体的には、市場志向能力や組織文化という企業特性がデュアル・チャンネル選択に影響を及ぼす一方で、市場変動性や文化的差異という環境特性が、そうした影響の大小を左右するということを明らかにした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

先行研究において、いくつかの製造企業は、国内市場においてデュアル・チャンネルを選択することが示されてきた。それに対して、海外市場において、製造企業がデュアル・チャンネルを選択するのか否かについて検討し、実証的な知見を提示した研究は、ほとんど存在していない。本研究は、我が国の製造企業は、海外市場において、しばしばデュアル・チャンネルを選択するということを、市場志向や組織文化の観点から明らかにした。こうした新たな研究知見を提示することによって、本研究は、マーケティング・チャンネル研究や国際マーケティング研究の進展に対して、一定の貢献を成していると考えられる。

研究成果の概要（英文）：By collecting quantitative data through a questionnaire survey of manufacturing firms and conducting a multivariate analysis of the data, this study succeeded in identifying the conditions under which dual channels are selected in international markets. Specifically, this study found that firm characteristics such as market orientation and organizational culture influence dual channel selection, while environmental characteristics such as market turbulence and cultural differences affect the degree of such influence.

研究分野：マーケティング

キーワード：流通 国際マーケティング マーケティング・チャンネル マルチ・チャンネル 海外輸出 国際流通 市場志向 参入形態

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

海外に製品を輸出する際に、いくつかの製造企業は、直接チャネルと間接チャネルの双方、すなわち、デュアル・チャネルを使用している。デュアル・チャネルに関する大半の研究は、国内市場におけるデュアル・チャネルの選択に焦点を合わせており、海外市場におけるデュアル・チャネルの選択に焦点を合わせた研究は、国内外を見渡しても、ほとんど存在していない。グローバル化が進む昨今、日本の製造企業にとっては、海外市場での成功がますます重要になっているということに鑑みると、海外市場におけるデュアル・チャネル現象の解明に取り組むことは必要不可欠である。

2. 研究の目的

上述した研究開始当初の学術的な背景を踏まえて、本研究は、海外市場におけるデュアル・チャネル選択の規定要因を探究することを目的とする。具体的には、情報収集能力としての市場志向能力が、デュアル・チャネルの選択にどのような影響を及ぼすのかを検討すると共に、市場要因としての文化的差異が、市場志向能力の効果をどのように調整するのかを検討する。理論的なフレームワークとして、市場志向能力は、経済学ベースの資源ベース理論に基づいている一方で、文化的差異は、社会学ベースの制度論に基づいている。それゆえ、双方の理論的アプローチを用いることで、デュアル・チャネル選択に関する新たな規定要因を探究する。

3. 研究の方法

本研究では、これらの企業内外に存在する要因の影響を実証的に検討する。具体的には、日本の製造企業を対象とした大規模なアンケート調査と多変量解析を行うことで、定量的な検討を行う。特に、近年では、コモモンメソッドバイアス、情報提供者のコンピテンシー、内生性といった実証分析の手続きに関して、優れた対処方法が、欧米の研究を中心に開発されている。そこで、本研究では、こうした分析手続きにも注意を払いながら、可能な限り、緻密なデータ収集を行い、経験的な知見を見出すことを目指す。

4. 研究成果

(1) 国内市場におけるデュアル・チャネルの選択

海外市場におけるデュアル・チャネル選択の規定要因を探るという本研究の目的に取り組むのに先立って、予備的な分析として、国内市場におけるデュアル・チャネル選択の規定要因を実証的に検討した。先行研究によって、国内市場において、製造企業がデュアル・チャネルを選択するという示されているため、まずは国内市場を対象とした実証分析を行うことによって、その後、海外市場を対象とした実証分析に首尾よく移行しやすくなると考えられる。国内市場におけるサーベイデータを分析することで、市場志向能力と密接に関連している、企業の情報収集能力が、デュアル・チャネルの選択を促すということを見出した。さらに、最終顧客の将来的な行動を予測することが非常に困難であるような、変動的な市場環境においては、デュアル・チャネルを使用することによる情報収集能力の活用効果が重視されると考えられる。そのため、企業は、デュアル・チャネルを選択しやすくなるということも明らかにされた。この研究成果を取り纏めた論文は、査読を経て国際学術誌である *Marketing Intelligence & Planning* に掲載されるに至った。

(2) 海外市場におけるデュアル・チャネルの選択と資源活用

独立チャネルだけではなく、統合チャネルも使用する、すなわち、デュアル・チャネルを使用するケースは、独立チャネルのみを使用するケースと比較して、流通業者の経営資源活用効果が異なるのか否かということを検討した。具体的には、デュアル・チャネル企業は、独立チャネル企業に比べて、流通業者の管理にコミットせずに、自力で流通活動に従事しているため、流通業者の能力や流通業者の利用可能性を、首尾よく活用できないのではないかと吟味した。海外市場に輸出を行っている製造業から収集されたサーベイデータを分析した結果、デュアル・チャネルを選択することによって、流通業者の能力が販売成果に及ぼす影響を弱め、流通業者の利用可能性がコスト削減に及ぼす影響も弱めるということが明らかにされた。さらに興味深いことに、制度的な差異が大きいケースにおいては、流通業者の能力が販売成果に対して負の影響を及ぼすということが見出された。これは、高い能力をもつ流通業者は、情報の非対称性を利用して、機会主義的に行動するからかもしれない。しかしながら、独立チャネルのみを用いている製造企業は、流通業者を管理するケイパビリティも高いため、そうした機会主義的に行動する可能性のある流通業者を首尾よく管理することができるため、流通業者能力と販売成果の負の関係を和らげることができる。この研究成果を取り纏めた論文は、査読を経て国際学術誌である *International Marketing Review* に掲載されるに至った。

(3) 海外市場におけるデュアル・チャネルの選択の規定要因

海外市場における流通チャネル研究をレビューすることによって、デュアル・チャネルの選択を説明するためには、企業の内部特性として、市場志向能力に着目するべきであると判断された。そこで、海外市場におけるチャネル構造に関するサーベイデータを分析することで、次の2点の知見を得ることができた。第1に、高水準の市場志向能力を有する企業は、予想に反して、デュアル・チャネルを選択しない傾向にある。確かに、デュアル・チャネルは、企業に対して、情報源の多様化という便益をもたらす可能性がある。しかしながら、市場志向能力が高い企業は、そのような多様な情報源を持たずして、海外進出先国の情報を首尾よく収集することができる。それゆえ、わざわざ、コストの掛かるデュアル・チャネルを用いる必要は無いのであろう。第2の知見として、文化的に離れた国においては、高水準の市場志向能力を有する企業がデュアル・チャネルを避けるという傾向は弱まり、そうした企業が、デュアル・チャネルを選択する可能性は高まる。これが示唆しているのは、例え市場志向能力が高い企業であったとしても、文化的に異なる国においては、顧客の考え方や価値観、競合他社の行動、および、ビジネス慣習や法的規則の点において障壁を感じる傾向にあり、そうした障壁を乗り越えるためには、デュアル・チャネルを用いて、情報源の多様化を図り、進出先国について幅広く情報を収集しようとする、ということである。この研究成果を取り纏めた論文は、国際学会である Global Marketing Conference にて報告された後、査読を経て国際学術雑誌 *International Journal of Marketing & Distribution* に掲載されるに至った。

(4) 海外市場におけるデュアル・独立チャネルの選択

デュアル・チャネルは、同じ流通段階において、独立チャネルメンバーに加えて、自社保有のチャネルを加える戦略であるが、特定の独立チャネルメンバーに加えて、別の独立チャネルメンバーを加えるというデュアル・独立チャネルを企業が採ることもできる。これは、チャネルの高密度化戦略とも呼ばれる。こうしたタイプのデュアル・チャネル選択は、これまで検討してきたデュアル・チャネル選択の要因とは異なるのだろうか、という新たに浮上した問いにも取り組んだ。デュアル・チャネルは、情報処理能力の観点から、能力に適したチャネルが構築されるのに対して、デュアル・独立チャネルは、製造企業の組織文化によって決定されると考え、これに関するデータ収集と実証分析が行われた。その結果、集団主義的な価値観をもつ企業は、現在の独立チャネルメンバーを重視するため、デュアル化を行わない一方、現在や将来の不確実性を回避する文化をもつ企業は、リスク回避のためにデュアル化するということが明らかにされた。この研究成果を取り纏めた論文は、日本商業学会関西西部会をはじめとする国内学会にて報告された後、査読を経て国際学術雑誌 *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* に掲載されるに至った。

参考文献（「4. 研究成果」の基になっている公刊論文）

Ishii, Ryuta (2020), "Manufacturers' and Distributors' Capabilities Influencing Dual Channel Choice," *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 39, No. 1, pp. 151-166. (July 2020) DOI: 10.1108/MIP-06-2019-0336

Ishii, Ryuta (2020), "Japanese Firms' Use of Dual Distribution Channels in Export Markets," *Global Alliance of Marketing and Management Associations*, 2020 Global Marketing Conference at Seoul, Republic of Korea.

Ishii, Ryuta (2021), "Intermediary Resources and Export Venture Performance under Different Export Channel Structures," *International Marketing Review*, Vol. 38, No. 3, pp. 564-584. (January 2021) DOI: 10.1108/IMR-07-2019-0187

Ishii, Ryuta (2022), "Dual Distribution Channels in Foreign Markets: A Capability-Based Analysis," *International Journal of Marketing & Distribution*, Vol. 5, No. 1, pp. 1-15 (March 2022) DOI:10.5844/ijmd.5.1_1

石井隆太 (2022), 「海外流通におけるチャネル強度：製造企業に対するサーベイデータの分析」, 日本商業学会 関西西部会報告会, 於 大阪市立大学文化交流センター.

石井隆太 (2022), 「組織文化が選択的流通に及ぼす影響：製造業の海外輸出に関する定量的分析」, 日本流通学会 関西・中四国部会定例研究会, 於 オンライン.

Ishii, Ryuta (2024), "The Effect of Organizational Culture on Territorial Exclusivity in International Marketing Channels: A Study of Japanese Manufacturing Exporters," *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Advance online publication. (March 2024) DOI: 10.1108/APJML-09-2023-0878

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4件（うち査読付論文 4件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 Ishii Ryuta	4. 巻 5
2. 論文標題 Dual Distribution Channels in Foreign Markets: A Capability-Based Analysis	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 International Journal of Marketing & Distribution	6. 最初と最後の頁 1~15
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.5844/ijmd.5.1_1	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Ishii Ryuta	4. 巻 38
2. 論文標題 Intermediary Resources and Export Venture Performance under Different Export Channel Structures	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 International Marketing Review	6. 最初と最後の頁 564~584
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1108/IMR-07-2019-0187	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Ryuta Ishii	4. 巻 39
2. 論文標題 Manufacturers' and Distributors' Capabilities Influencing Dual Channel Choice	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Marketing Intelligence & Planning	6. 最初と最後の頁 151~166
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1108/MIP-06-2019-0336	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Ishii Ryuta	4. 巻 Advance online publication
2. 論文標題 The Effect of Organizational Culture on Territorial Exclusivity in International Marketing Channels: A Study of Japanese Manufacturing Exporters	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1108/APJML-09-2023-0878	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計3件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 1件）

1. 発表者名 石井隆太
2. 発表標題 組織文化が選択的流通に及ぼす影響：製造業の海外輸出に関する定量的分析
3. 学会等名 日本流通学会 関西・中四国部会定例研究会
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 石井隆太
2. 発表標題 海外流通におけるチャネル強度：製造企業に対するサーベイデータの分析
3. 学会等名 日本商業学会 関西部会報告会
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Ryuta Ishii
2. 発表標題 Japanese Firms' Use of Dual Distribution Channels in Export Markets
3. 学会等名 Global Alliance of Marketing and Management Associations, 2020 Global Marketing Conference (国際学会)
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 石井隆太	4. 発行年 2023年
2. 出版社 千倉書房	5. 総ページ数 202
3. 書名 デュアル・チャネル：B2Bマーケティングにおける流通戦略	

〔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
--	---------------------------	-----------------------	----

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
---------	---------