

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成 24 年 5 月 1 日現在

機関番号：14301

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2009 年度～2011 年度

課題番号：21530434

研究課題名（和文）自動車フランチャイズ・システムの国際比較と改革の方向

研究課題名（英文）International Comparison Study of Automobile Franchise System

研究代表者

塩地 洋 (SHIOJI HIROMI)

京都大学・経済学研究科・教授

研究者番号：60215944

研究成果の概要（和文）：日本、中国、韓国、英国、米国などの自動車フランチャイズ・システムの実態を調査し、その国際比較をおこなった。

日本の自動車フランチャイズ・システムにおいては、自動車メーカーによる直営店化が進んでいることが判明した。中国では、ディーラーグループ化が進展するとともに、ディーモール化が進み、世界で最もディーラーグループ化とディーラーモール化が進んだ国となった。韓国では輸入車ディーラーではフランチャイズシステムが進展したが、国産車メーカーではなおも直営営業所方式と代理店方式に依存している。英国では、ブロックエグゼンプションの影響を受けて、大規模ディーラーの海外進出が見られた。米国では、リーマンショック以降、国産メーカーのフランチャイズにおいてディーラー数が激減した。

研究成果の概要（英文）：We have made an international comparison study of Japan, China, Korea, UK, and USA. In Japan we find that Automobile makers have been making their dealerships subsidiaries. In China dealership groups and dealer malls have increased. China holds first place in these points. In Korea while franchise system has developed among import car dealerships, domestic makers maintain direct sales system. In UK huge dealership group have attempted to go into oversea du to the block exemptions. In USA the number of the dealerships have decreased drastically after global financial crises.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2009 年度	1,200,000	360,000	1,560,000
2010 年度	1,200,000	360,000	1,560,000
2011 年度	800,000	240,000	1,040,000
年度			
年度			
総計	3,200,000	960,000	4,160,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学・商学

キーワード：自動車流通, フランチャイズ・システム, 国際比較, 改革

1. 研究開始当初の背景

日米間における自動車摩擦があり、相互に批判している。国際的な流通制度の基準が明確でない。米国側の主張は、米国のフラン

チャイズ・システムが普遍的なものであるとの立場から日本の流通制度を批判しているが、まったく根拠がない。日米包括経済協議における米国側の日本批判、とくに日本自動車市

場を閉鎖的であるとする批判があまりにもステレオタイプ的であり、現実の実態分析を踏まえない非難がなされている。

そこで日米両国における自動車フランチャイズ・システムの歴史的形成過程、両者が抱える問題点、日本自動車市場の開放・閉鎖性等を事実に基づいて具体的に検討をおこなうことが求められている、一つの仮定は、米国側からの日本批判には、「米国の自動車フランチャイズ・システムこそが正統かつ世界基準であり、日本はその基準から大きく逸脱している」という信条もしくは心情が議論の深遠に存在していることであった。

だが、米国こそ基準であるという米国＝世界基準論はあまりにも自己中心主義である。それどころか逆に、米国の自動車メーカーとディーラーの関係を歴史的に振り返ると米国のメーカーディーラー関係こそ国際比較の観点からすると異質な面を多々含んでいるばかりでなく、米国内の他産業と比較しても、米国のメーカー・ディーラー関係は特異である。

また、日米双方の自動車フランチャイズ・システムの形成史と現状の問題点の考察にとどまらず、他の国に分析が必要である。日米比較のみでは決定的に不十分である。英国および欧州大陸の数ヶ国(ドイツ、フランス等)、さらには韓国等のいわゆる中進国等の分析、検討をも含めることによってはじめて、比較の基準の一般化がはかられ、国際比較による類型化、体系化が可能である。すなわち、米国＝世界基準論をより精緻に批判するためには、日米以外の複数の国をも含めた国際比較をおこなうことが課題である。そしてその課題を果たすことによってこそ米国異質論をより鮮明に浮かび上がらせることが可能となる。

2. 研究の目的

日米間の自動車摩擦の原因と解決策を案出すること。すなわち、米国と日本の自動車流通制度の相違を明らかにするとともに、国際的な基準からの相違を導き出すこと。

すなわち、日米比較や国際比較を通じて、各国の自動車流通システムの相違点と共通点を探り出すとともに、そうした相違が生じた原因を歴史的形成過程に立ち返って明らかにしようとしている。加えて、現在先進国において自動車流通システムの主要な形態となっている自動車フランチャイズ・システムについて、それが抱える問題点を解明するとともに、その改革の方向を提起することをも課題としている。

さらには、各国の自動車流通システム経路の相違はどこから生じているのか、その歴史的過程を探ることである。すなわち、当初は

米国を源流としながらフランチャイズ・システムは世界各国に伝搬されたが、それぞれの国では様々な、異なった歴史的過程、背景の中で、異なった流通システムの現実のあり方が生まれていったとの認識にたつて、国ごとに異なる原因を歴史過程をも含めて、現在の状況とも関連させながら、分析をおこなおうとしている。

3. 研究の方法

日米以外の国における自動車流通制度の比較を通じて、日米の制度の一般性と特殊性を明らかにすることである。

避けようとしたのは、単純な発展パターン論、時期(時間)順のみのクロノロジカルな歴史叙述、定式化した項目による国際比較である。めざしたのは、時間軸、地理軸、論理軸、課題軸、発展段階軸等の複数の分析軸を、取捨選択しながら適宜配置しつつ、全体として自動車流通システムの歴史的発展段階が明らかになるような、叙述構成をとることである。

さらに、現行フランチャイズ・システムのどこに問題があるのか。現行システムに代わる新たなシステムはどのようなものか、その内容は何か、という問題意識にもとづいた分析を行うことである。この問題意識に基づいて、値引販売慣行の問題点とその改革の方向を探る作業に取り組むこととなった。この自動車フランチャイズ・システムの問題点とその改革の方向が、本研究の一つの課題である。

4. 研究成果

米国の異質性が鮮明になった。中古車流通における日本、中国、韓国などの相違を明らかにすることができた。とくに、新興国(中国、インド、ロシアなど)における自動車流通制度の実証研究が進んだ。それとともに、日系メーカーがそうした新興国に進出するためのマーケティング戦略についても解明が進んだ。まとめると、第一に、自動車流通システムの国際比較をおこなうことを通じて、国ごとの相違は何かを明らかにした。第二に、各国の自動車流通システムの相違はどこから生じているのか、その歴史的過程を明らかにした。第三に、各国に共通した傾向、法則性を明らかにした。第四に、自動車フランチャイズ・システムの問題点とその改革の方向を明らかにした。

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 17 件)

1. 富山栄子・塩地洋、現代自動車の新興国戦

略—インドとロシアのケースを中心に—, 『敬和学園大学研究紀要』第21号, 2012年3月, 223~240頁, 査読無.

2. Hiromi Shioji, Which Segment is the biggest Sales Zone in Chinese Automobile Market?—International Comparative Study on Compact Vehicles Segments—, 19th GERPISA International Colloquium, Paris, 2011年6月.

http://www.gerpisa.univ-evry.fr/rencontre/19.rencontre/GERPISAJune2011/Colloquium/Papers/S.11_%20Hiromi.pdf, 査読有.

3. 塩地洋, 日系自動車メーカーの新興国マーケティング戦略—中高級車重点戦略と今後の課題—, 『産業学会研究年報』第26号, 2011年6月, 41~54頁, 査読有.

4. 塩地洋, 新興国における微型車・小型車セグメントの国際比較, 『アジア経営研究』第17号, 2011年6月, 73~82頁, 査読有.

5. 塩地洋・富山栄子, 現代自動車の国際競争力を探る, 『事業創造大学院紀要』第2巻第1号, 2011年5月, 17~36頁, 査読無.

6. 富山栄子・塩地洋, ロシアにおける現代自動車のマーケティング戦略, 『ERINA REPORT』vol. 98, 2011年3月, 34~44頁, 査読無.

7. 塩地洋, 中古車輸出のビジネスモデル, 『流通研究』第13巻第1・2号, 2011年2月, 33~48頁, 査読有.

8. 塩地洋・富山栄子, EU関税同盟の利を活かした輸出拠点—トルコ自動車産業の概括的検討—, 『敬和学園大学研究紀要』第20号, 2011年2月, 89~100頁, 査読無.

9. 富山栄子・塩地洋, 現代自動車のグローバル展開におけるロシア市場参入の特徴—ライセンスから子会社KD生産へ—, 『ロシア・ユーラシア経済』第940号, 2010年12月, 10~26頁, 査読無.

10. 塩地洋, 中古車輸出業の特徴と構造, 『日本経営学会誌』第26号, 2010年10月, 27~38頁, 査読有.

11. 塩地洋, グローバルトップ5へと成長した韓国自動車メーカー——「Five Star制度」による品質改善が原動力に——, 日本自動車工業会「JAMAGAZINE」第44巻第8号, 2010年8月, 2~8頁, 査読無.

12. Hiromi Shioji, Chinese Electric Vehicles in Rural Areas, 18th GERPISA International Colloquium, Berlin, 2010年6月.

http://www.gerpisa.univ-evry.fr/rencontre/18.rencontre/GERPISAJune2010/Colloquium/Papers/S.11_%20Hiromi.pdf, 査読有.

13. 塩地洋, 自動車輸出における輸出経路マネジメント——総合商社への業務移管を中心に——, 『産業学会研究年報』第25号, 2010年3月, 13~23頁, 査読有.

14. 塩地洋, 世界最大となった中国自動車市

場の今後, 日本自動車工業会「JAMAGAZINE」第43巻第12号, 2009年12月, 8~13頁, 査読無.

15. Hiromi Shioji, Used Vehicle Distribution in China, 17th GERPISA International Colloquium, Paris, 2009年6月

http://www.gerpisa.univ-evry.fr/rencontre/17.rencontre/GERPISAJune2009/Colloquium/Papers/S.11_%20Hiromi.pdf, 査読有

16. 塩地洋, 海外における日系企業のディーラー経営, 『アジア経営研究』(アジア経営学会)第15号, 2009年6月, 41~50頁, 査読有.

17. 塩地洋, 自動車メーカーの新興国への段階的参入戦略——ロシアへのトヨタ自動車の参入を事例として——, 『産業学会研究年報』第24号, 2009年5月, 25~39頁, 査読有.

[学会発表] (計28件)

1. 塩地洋, 中古車流通の国際比較, 武漢漢西旧機動車交易市场・中国汽车流通協会セミナー, 2012年2月17日, 武漢市.

2. 塩地洋, 日本における自動車流通, 汽車消費与文化—中日韓専門家セミナー, 2012年2月16日, 武漢市・国際名車会所.

3. 塩地洋, 東アジア優位産業の競争力—その要因と競争・分業構造—, CARIS研究セミナー, 2012年1月22日, 大阪大学.

4. 塩地洋, 中国・スモールハンドレッドの現状, 次世代自動車産業国際シンポジウム・自動車産業の次世代か地域企業への期待, 2011年11月28日, 名古屋市今池ガスホール.

5. 塩地洋, 日韓中自動車産業の国際競争力, アジア経営学会全国大会自由論題, 2011年9月18日, 龍谷大学.

6. 中山健一郎・李文宇・塩地洋, 東風本田汽車における技術移転プロセス, アジア経営学会全国大会自由論題2011年9月17日, 龍谷大学.

7. Hiromi Shioji, Emerging Market Strategies in Compact Vehicles: the Case of Japanese Auto Makers, British and Japanese Enterprise: Technology, Knowledge, Culture, and the Challenge of Globalization, 2011年8月8日, 英国 Cardiff University.

8. 塩地洋, 日韓中自動車産業の国際競争力, Korea-Japan Industry Competitiveness Symposium, 2011年7月2日, 韓国 延世大学チャン・ギオン国際コンファレンスルーム.

9. Hiromi Shioji, Which Segment is the Biggest Sales Zone in Chinese Automobile Market?—International Comparative Study on Compact Vehicles Segments—, 19th GERPISA International Colloquium 2011年6月10日, フランス・財務省.

10. 塩地洋, 現代自動車の競争力, 産業学会

自動車産業研究会中部部会, 2011年1月29日, 京都大学.

11. Hiromi Shioji, Chinese Electric Vehicles in Rural Areas, International Federation of East Asian Management Associations, Seoul, 2010年10月21日, 韓国・漢陽大学.

12. 塩地洋, 新興国における自動車マーケティング戦略—ロシアをケースとして低価格車セグメントへの参入を考える—, アジア経営学会大会, 2010年9月11日, 札幌大学.

13. Hiromi Shioji, International Comparative Study on Mini and Small Vehicles Segments in Developing Countries—From Japanese Auto Makers Viewpoints—, ICCEES 2010 International Council of Central and East Europe Study, 2010年7月30日, スウェーデン Stockholm City Conference Centre.

14. 塩地洋, 新興国における微型車および小型車セグメントの国際比較—日本自動車メーカーのマーケティング戦略を考える—, 産業学会自動車産業研究会東部部会, 2010年7月20日, 法政大学.

15. 塩地洋, 新興国における微型車および小型車セグメントの国際比較—日本自動車メーカーのマーケティング戦略を考える—, 産業学会全国大会, 2010年6月19日, 高知大学.

16. Hiromi Shioji, Chinese Electric Vehicles in Rural Areas, 18th GERPISA International Colloquium, 2010年6月10日, ドイツ ベルリン・社会科学研究所.

17. 塩地洋, 新興国における自動車マーケティング戦略—ロシアをケースとして低価格車セグメントへの参入を考える—, アジア経営学会西部部会2010年4月24日, 京都大学.

18. 塩地洋, 大企業と中小企業の棲み分けは可能か—京都企業の経営方式から学ぶこと—, 韓国 大・中企業共生協力国際コンファレンス, 2009年12月9日, 韓国 ソウル.

19. Hiromi Shioji, Used Vehicle Distribution in China, The 7th SARD Workshop, 2009年11月21日, 韓国 中央大学.

20. 塩地洋, 中国農村におけるモータリゼーション—多元的発展プロセスの下での参入戦略, 産業学会自動車産業研究会中部地区研究会, 2009年10月17日, 京都大学.

21. 塩地洋, 中古車輸出のビジネスモデル, 商業学会関西西部会, 2009年9月19日, 大阪市立大学.

22. 塩地洋, 金融危機後の東アジア自動車産業—中国民族系メーカーの輸出を中心に—, アジア経営学会全国大会統一論題「世界同時不況下のアジアの市場と企業経営」, 2009年9月13日, 拓殖大学.

23. 塩地洋, 中古車輸出のビジネスモデル, 経営学会第83回全国大会, 2009年9月3日, 九

州産業大学.

24. 塩地洋, 金融危機後の世界自動車市場の動向と車カテゴリーの多様化, 第3回日中自動車産業研究交流会, 2009年8月29日, 中国北京・中国人民大学.

25. Hiromi Shioji, Global Automobile Market Trend Under the financial Crisis—Diversification of Automobile Category—, Jeju Peace Forum 2009, 2009年8月11日, 韓国 済州島.

26. Hiromi Shioji, Used Vehicle Distribution in China, 17th GERPISA International Colloquium, 2009年6月18日, フランス パリ.

27. 塩地洋, 自動車輸出における輸出経路マネジメント—総合商社への業務移管を中心に—, 産業学会第56回全国大会自由論題, 2009年6月13日, 明治大学.

28. 塩地洋, 東アジア自動車産業の国際競争力—中国民族系メーカーを中心に—, アジア経営学会西部部会, 2009年5月30日, 立命館大学.

〔図書〕 (計3件)

1. 塩地洋編著『中国自動車市場のボリュームゾーン—新興国マーケット論—』2011年11月, 昭和堂, 塩地執筆分, はじめに・序章「新興国における小型車セグメントの国際比較—日系メーカーのマーケティング戦略を考える」, i～iv頁, 1～37頁.

2. 塩地洋, 第4章ロシアの可能性「ロシア極東地域等への中古車輸出の現状と今後」, 大森経徳他編, 『北東アジアに激変の兆し』所収, 分担執筆, 2011年1月, 桜美林大学北東アジア総合研究所, 173～187頁.

3. 塩地洋, 第7章「専売店制の競争優位——自動車フランチャイズ・システムの存続要因——」, 石井淳蔵他編『流通チャネルの再編(シリーズ流通体系第2巻)』所収, 分担執筆, 2009年7月, 中央経済社, 163～192頁.

6. 研究組織

(1) 研究代表者

塩地 洋 (SHIOJI HIROMI)

京都大学・経済学研究科・教授

研究者番号: 60215944

(2) 研究分担者

該当なし

(3) 連携研究者

該当なし