

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和元年6月27日現在

機関番号：32504

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2015～2018

課題番号：15K17149

研究課題名(和文) ネットワーク視点から捉えた売り手と買い手のリレーションシップ

研究課題名(英文) Buyer-Seller Relationship from a Network Perspective

研究代表者

大平 進 (Ohira, Susumu)

千葉商科大学・商経学部・講師

研究者番号：30709001

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,900,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の目的は、ネットワーク型取引の視点から産業材市場における売り手と買い手の関係性についてメカニズムを明らかにすることである。

大手企業8社に対してインタビュー調査を実施した結果、サプライチェーン寸断や事業継続性、フェアトレードに代表される企業の社会的責任に関する問題が、購買企業の抱える直近の関心事として挙げられた。インタビュー調査で得られた知見に加え、サプライチェーン・レジリエンスに関する先行研究のレビューの結果を踏まえ、仮説モデルを構築した。さらに、日本サプライマネジメント協会の協力を得て、同会員企業に対してサーベイ調査を実施し、速報結果を日本商業学会九州部会にて発表した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、大手企業8社の購買責任者に対するインタビュー調査を実施しており、そこから得られた知見をもとに仮説モデルを構築している。社会的に関心の高まりを見せているサプライチェーン・レジリエンスをテーマとして扱い、ネットワーク視点から売り手と買い手のリレーションシップに焦点を当てて研究をおこなっているため、本研究から得られる発見は社会的に意義があると言える。

また、研究代表者の知る限り、市場成果を意識したマーケティング戦略の視点でサプライチェーン・レジリエンスを扱った研究は数少なく、さらに定量的に検証しようと試みる研究に至ってはほとんどないのが現状である。この意味で学術的に意義があると言える。

研究成果の概要(英文)：The main objective of this study is to reveal the mechanism of buyer-seller relationship from a network perspective.

To achieve the above objective, we conducted the interview research and the subsequent survey study. The result of interviews with 8 purchasing managers revealed that they were recently concerned about the issues, related to supply chain disruption, business continuity, and corporate social responsibility (such as fair trade practice). Based on the findings of the interviews and the knowledge obtained from the literature reviews of supply chain resilience we built a hypothetical model. With a support of Institute for Supply Management Japan, we conducted the questionnaire survey with the member firms to test the model. The prompt result was presented at the Kyushu Bukai Conference of Japan Society of Marketing and Distribution.

研究分野：マーケティング

キーワード：マーケティング戦略 ネットワーク理論 リレーションシップ 産業材市場

## 様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

売り手と買い手の関係性については、リレーションシップ・マーケティングの文脈で多くの研究がなされてきた。ところが、ネットワークの視点で関係性を実証的に検証する研究はほとんどなされていない。とりわけ国内においては、この分野の研究潮流を体系的に整理した研究も乏しい。実務界に目を向けると、売り手と買い手を取り巻くネットワークにまで視野を広げ、マーケティングに取り組むことで一定の成果を上げる事例も見られるようになってきている(大平・恩蔵 2014)。以上から、ネットワーク視点で売り手と買い手の関係を捉える研究を昇給に実施すべきであると思われる。

### 2. 研究の目的

本研究は、ネットワーク理論を援用し、産業財市場における売り手と買い手の関係性メカニズムの解明を試みる。調査票による実証的検証を通じて現象理解を深め、マーケティング戦略への実務的なインプリケーションを得ることを最終目的とする。

### 3. 研究の方法

本研究は、次の3つのステップを踏んだ。最初に、「ネットワーク視点から捉えた売り手と買い手の関係性」の現状を把握するため、インタビュー調査を実施した。続いて、インタビュー調査の結果から得られた知見をもとに、本研究のテーマを「サプライチェーン・レジリエンス」に絞り込み、当該分野の文献レビューをおこなった。最後に、仮説モデルを設定し、質問票を用いたサーベイ調査を実施した。具体的には以下の通りである。

(1) 電機、機械、輸送機器、化学、繊維産業に属する企業8社を対象としてインタビュー調査をおこなった。調達、購買活動に十分な経験と責任を有する者に対して、1社あたり約60分~90分の半構造化インタビューを実施した。

(2) サプライチェーン・レジリエンスをテーマとする文献レビューを行った。論文抽出にあたっては、論文検索エンジン ProQuest を用いている。当該分野における主要ジャーナルの中で、「マーケティング」を主題とする論文を対象とし、「サプライチェーン・レジリエンス」と「ネットワーク」、「コラボレーション」をキーワードとしてそれぞれ AND 条件で検索をおこなった。検索された75の論文から、被引用数や本研究テーマとの関連性を加味し、重要と思われる22篇の論文を抽出してまとめ、レビューをおこなった。(主要ジャーナルは以下の通り。Decision Sciences, European Journal of Operational Research, Journal of Business Logistics, Journal of Cleaner, Production, Journal of Operations Management, The International Journal of Logistics Management, International, Journal of Operations & Production Management, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, International Journal of Production Economics, International Journal of Production Research, Journal of Business Logistics, Supply Chain Management: An International Journal, Supply Chain Management Review)。

(3) 日本サプライマネジメント協会の会員企業の購買責任者を対象に、サーベイ調査(調査会社に依頼して作成したWEBサイトへ誘導し、電子質問票に回答してもらう形式を採用)をおこなっている。調査期間は、2018年11月12日から1月24日までの約2ヶ月間で、有効回答数66を得ている。

### 4. 研究成果

上述の(1)~(3)の手法に対応する研究成果は以下の通りである。

(1) 東日本大震災、SARS問題、台湾大地震、タイの洪水など、近年の購買責任者を取り巻く環境変化は激しく、特に、安定供給やリスクマネジメントに対する意識が高まっていることがわかった。こうした環境変化に対応するために、企業は取引するサプライヤーの数を絞しつつ、運命を共にするパートナーとしてサプライヤーを位置付けるという傾向が示された。さらに、売り手と買い手のパートナー関係は2社間にとどまることなく、それらを取り巻くネットワークとして捉え、柔軟に対応している現状が浮き彫りとなった(例えば、サブ・サプライヤーを含めて瞬時に対応できる仕組みを構築したり、お互いの情報をオープンにして需要変動に備える取り組みを実施したりするなど)。以上から、本研究は売り手と買い手の関係性について、「サプライチェーン・レジリエンス」というテーマに焦点を当てて取り組んだ。

(2) サプライチェーン・レジリエンス研究が本格的に開始されてから15年近くが経過した。

ネットワーク視点でサプライチェーン・レジリエンスを扱う研究の初期においては、破壊的イベントに対する「反応」や「回復」が主要なテーマであった。具体的には、企業が破壊的イベントに備えて取るべき行動や発生後の対応方法を提案したり(Rice Jr. and Caniato 2003)、リスクをマネジメントする際の原則を提示したりするなど(Christopher and Peck 2004)、企業に対してサプライチェーン・レジリエンスの重要性を啓蒙する内容まで含んだものである。

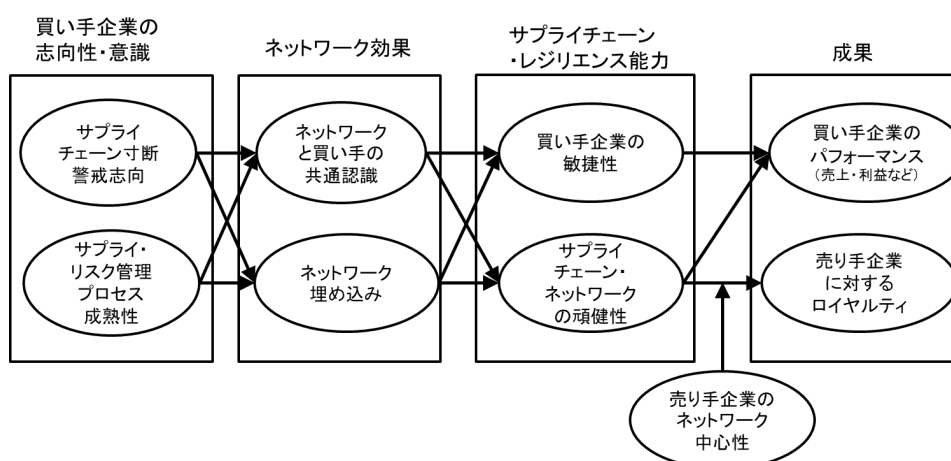
概念整理が進んでいくと、ケース・リサーチ・メソッドを用いて概念フレームワークを検証

する研究が多く見られるようになった (Blackhurst et al. 2005; Khan, Christopher, and Creazza 2012; Matsuo 2015; Jüttner and Maklan 2011; Scholten and Schilder 2015)。さらに、同時期の研究においては、サプライチェーンに潜むリスクやレジリエンス強化に必要な能力 (Pettit, Croxton, and Fiksel 2013; Scholten, Scott, and Fynes 2014) を扱った研究も見られた。すなわち、非常時に備えた「準備」を主なテーマとしている。

サプライチェーン・レジリエンス獲得を通じた「成長」的側面を扱った研究もわずかではあるが見られるようになってきた (Khan, Christopher, and Creazza 2012; Wieland and Marcus Wallenburg 2013)。しかしながら、本研究の関心領域である購買企業のパフォーマンス (市場成果) や売り手と買い手の関係性 (ネットワーク効果) まで踏み込んだ研究は確認されなかった。リサーチ・ギャップとして明確化することができた。

(3) インタビュー調査の結果および文献レビューの結果を踏まえ、図1で示した仮説モデルを構築するに至った。

(図1. 仮説モデル)



「研究の方法」で述べた通り、有効なサンプル数が66と少なく、残念ながら共分散構造分析などを用いて仮説モデルを検証するには至らなかった。2019年度以降に追加調査を実施し、N増しをおこなった上で検証を試みる予定である。

しかしながら、現時点においても簡易的かつ探索的な分析から重要な発見と示唆は得られている。例えば、サプライチェーン・レジリエンスに対する意識とサプライチェーン・ネットワーク、買い手企業のパフォーマンスの関係性を分析するために、対応の無い2要因分散分析をおこなった結果、サプライチェーン寸断に対する脅威を感じている企業は、サプライチェーン・ネットワーク内で共有認識を有している企業ほど、最終顧客のロイヤルティを得られていることが示された ( $F(1, 62)=3.645, p<.10$ )。この他にも、サプライチェーン・レジリエンスに対する意識の違いがサプライヤー選択基準に影響を及ぼしている証拠も得られた。

仮説モデルを検証するためには追加の調査を必要とするが、上述のように「サプライチェーン・レジリエンスと売り手と買い手の関係性に何らかのネットワーク効果がはたらいている」という結果が得られた点は、今後の研究を進めていく上で重要な示唆となっている。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 1 件)

大平 進、テーマ書評(106)サプライチェーン・レジリエンス：ネットワーク・アプローチ、マーケティングジャーナル、査読無、147号、Vol.37、No.3、2018、pp.131-146

〔学会発表〕(計 1 件)

大平 進、渋谷 義行、マーケティング視点から捉えたサプライチェーン・レジリエンス、2019年度九州部会研究、於：中村学園大学、2019年3月9日

〔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：  
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：  
国内外の別：

〔その他〕  
ホームページ等

## 6. 研究組織

### (1) 研究分担者

研究分担者氏名：

ローマ字氏名：

所属研究機関名：

部局名：

職名：

研究者番号（8桁）：

### (2) 研究協力者

研究協力者氏名：渋谷 義行

ローマ字氏名：( SHIBUYA, yoshiyuki )

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、研究者個人に帰属されます。