

令和 6 年 4 月 15 日現在

機関番号：32682

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2020～2023

課題番号：20K01974

研究課題名（和文）企業間関係性の再検討：B2B-EC化とマルチ・チャンネル化の進展と関係性研究の変容

研究課題名（英文）Reexamining interfirm relationships in distribution channels: Digitalization, multichannel deployment, changes in channel relationships

研究代表者

原 頼利 (Hara, Yoritoshi)

明治大学・商学部・専任教授

研究者番号：30366900

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,300,000円

研究成果の概要（和文）：マルチチャンネル・システムにおける企業間ガバナンスの問題、チャンネルにおける企業間学習に関する問題に取り組んだ。各問題に対してリサーチ・モデルを構築し、検証した。企業間ガバナンスの実証研究の結果から、垂直的および水平的ガバナンスはチャンネル成果に正に関係すること、そして、垂直的ガバナンスのパフォーマンス効果はChannel varietyが高いほど弱められ、Channel dualityが高くなるほど強められることがわかった。企業間学習に関する実証分析の結果から、関係の多様性は外部知識の獲得を促す一方で、関係の質は獲得した知識の深い理解を促し、その結果として外部知識の活用が促されることがわかった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

マルチチャンネル・システムを捉えるために、本研究はChannel variety（チャンネルの多様性）とChannel duality（直接・間接チャンネルが併存している程度）という2つの尺度を開発した。この2つの次元は本研究のオリジナルである。チャンネル関係には垂直と水平の2つの関係がある。本研究は、マルチチャンネルの構造的特性と垂直的と水平的ガバナンスに興味深い関係があることを明らかにした。また、企業間学習が展開するプロセスの分析モデルに企業間関係の構造的特性と質の影響を加えた。いずれも、既存研究ではほとんど取り組まれておらず、マルチチャンネル研究や企業間学習の研究に大きく寄与するものである。

研究成果の概要（英文）：This study addressed the issues of interfirm governance and interfirm learning in multichannel systems. Research models were developed and tested for these two issues. The results of the empirical study on interfirm governance show that vertical and horizontal governance are positively related to channel performance, and that the performance effect of vertical governance is weakened with higher channel variety and strengthened with higher channel duality. The empirical study on interfirm learning indicate that while relational variety promotes the acquisition of external knowledge, relationship quality promotes a deeper understanding of this knowledge, which in turn facilitates the exploitation of the knowledge.

研究分野：流通論、マーケティング論

キーワード：マルチチャンネル・システム デジタル化 企業間ガバナンス 企業間学習

1. 研究開始当初の背景

流通の取引関係におけるデジタル化が急速に進展し、世界の B2B-EC 市場は急速に拡大している。AI、ビッグデータ、ブロックチェーンなどのデジタル・トレンドは、さまざまな産業で企業間取引の EC 化およびオートメーション化を進行させている。このようなデジタル化とともに、近年よく観察されるさまざまな企業によるマルチチャネル戦略の展開はチャネル・システムにいくつかの構造的な変化をもたらしてきたといえる。まず、調達チャネルおよび販売チャネルにおいて、多様なチャネルを並存させる戦略（例えば、量販店、系列店、ネット通販などの併用）はマルチチャネル戦略と呼ばれるが、このような戦略の展開は文字通り、チャネル・システムにおける関係の多様化をもたらした。デジタル化は、取引相手の探索を容易にするなど、やはり取引関係の多様化をもたらした。ブロックチェーンなどのデジタル技術は、デジタル信頼と呼ばれるものをもたらし、従来の企業間関係における人的な信頼を陳腐化させていると指摘されている。こうした中で、取引企業との長期・安定的な関係、企業間関係性は何の意味を持つのか。それは競争優位どころか劣位の源泉にはならないのか。実際、B2B マーケティング分野の学術雑誌である Industrial Marketing Management において、関係性の暗部 (the dark side) に関する特集号が生まれ、その中で構造的諸問題（関係性の硬直性など）が指摘された。

まさに、企業間関係性研究は大きな節目にあると考える。従来の研究は、信頼やコミットメントを基礎とした長期・安定的な関係性が階層組織（垂直統合）に代替するガバナンス・メカニズムと考え、その取引コスト削減の効果や機会主義の抑制効果に焦点を当てていた。信頼やコミットメントなど企業間関係の質に関する研究は、EC 化やオートメーション化の進む現代においても、重要な研究課題となるのであろうか。この問いに答えるために、企業間関係の質の役割について再検討する必要があると考えた。一方で、流通におけるデジタル化やマルチ・チャネル化の進展は、チャネル・システム内の垂直的および水平的ガバナンスの問題、そして激しい環境変化にダイナミックに適応する能力や学習の問題に取り組むことの重要性や緊急性を高めた。

したがって、本研究は企業間関係性研究の再検討を行い、そしてマルチチャネル・システムにおける企業間のガバナンスやコーディネーションの問題、チャネルの企業間における知識移転（企業間学習）に関する問題に取り組むことにした。

2. 研究の目的

まず、マルチチャネル・システムにおける企業間ガバナンスの問題に取り組むに際して、本研究はマルチチャネルの構造的特性と企業間ガバナンスとの関係に焦点を当てた。マルチチャネル・システムには、製造業者と流通業者間の垂直的関係と異なるチャネルの流通業者間の水平的関係があり、それぞれにガバナンスの問題が存在する。さらに、マルチチャネル・システムの構造的特性は、Channel variety（チャネルの多様性の程度）と Channel duality（直接・間接の両チャネルを等しく利用している程度）という 2 つの次元から捉えることができる。この 2 つの尺度の開発は、本研究のオリジナルである。本研究の第一の目的は、チャネル成果を従属変数として、垂直的および水平的関係におけるガバナンスの問題と Channel variety や Channel duality といった構造的特性との間にある相互作用について実証研究を行うことである。

もう一つの目的は、デジタル化が進展する現代の流通において、企業間関係の質や構造的特性が企業間学習にどのように影響するのかについて実証研究を行うことであった。ブロックチェーンなどの技術は取引の効率化における人的な信頼の重要性を低下させているといわれるが、関係の質、つまり信頼は企業間学習においてまでも無用なものとなっているのか。その問いに答えるために、デジタル化が進む現代において、関係の多様性と関係の質（信頼）が企業間学習にどのような影響を与え、それがチャネル成果にどう影響するのかについて実証分析を行った。

3. 研究の方法

上述の研究目的にしたがって、2 つの異なる実証研究を行った。第一の実証研究は、マルチチャネル・システムにおける垂直的および水平的関係のガバナンスに関するものである。マルチチャネルおよびデュアルチャネルに関する先行研究を丹念にレビューした上で、これら 2 つのガバナンスのパフォーマンス効果、そして Channel variety または Channel duality との交互効果についての仮説を立てた。実証分析には、産業財メーカーに対して行った質問票調査によって得たサーベイ・データを用いた。Channel variety と Channel duality について、チャネル構成比をアントロピー値に変換して変数を作った。それ以外はマルチアイテム・スケール、つまり複数のアイテムから成る構成概念を変数とした。よって、確認的因子分析を実行して、収束妥当性と弁別妥当性のチェックを適切に行った。その上で、重回帰分析を実行した。

第二の実証研究は、企業間関係の質や構造的特性と企業間学習に関するものである。関係の多様性と関係の質（信頼）が企業間学習にどのような影響を与えるのかに関する仮説を立てた。データは先の質問票調査で得たものを利用した。尺度はマルチアイテム・スケールだったため、確認的因子分析を実行して、収束妥当性と弁別妥当性のチェックを行った。リサーチ・モデルは複数の媒介変数を含むものだったので、構造方程式モデリングを利用して仮説の検証を行った。

4. 研究成果

垂直的ガバナンス（製造業者と流通業者間の情報共有）と水平的ガバナンス（異なるチャネル間のコーディネーション）のチャネル成果への直接効果、そしてそれらのパフォーマンス効果に対する Channel variety と Channel duality の調整効果をテストした。垂直的ガバナンスと水平的ガバナンスの正のパフォーマンス効果を確認した。分析結果はまた、垂直的ガバナンスの正のパフォーマンス効果が Channel variety の増加によって弱められ、Channel duality の増加によって強められることがわかった。この分析結果から、垂直的関係および水平的関係において、適切なガバナンスを築くことがマルチチャネルの管理に際して重要であることが示唆された。また、分析結果は、チャネルの多様化を進めることは垂直的ガバナンスのパフォーマンス効果を弱めるため、注意が必要であることを示している。さらに、デュアルチャネル戦略の展開に際して、直接チャネルと間接チャネルをバランスよく展開することが垂直的ガバナンスを強化することが示唆された。本実証研究は、論文にまとめて、マーケティング分野のメジャー・ジャーナルの一つである Journal of Business Research に投稿し、論文は採択され、2023年2月に出版された。

次に、関係の多様性と関係の質の企業間学習への影響に関して行った分析結果から、関係の多様性は外部知識の獲得を促す一方で、関係の質は獲得した知識の深い理解を促し、その結果として外部知識の活用が促されることがわかった。このことから、関係の多様性と関係の質（企業間の信頼）は企業間学習において別々の重要な役割を果たすことが示唆された。また、本実証分析は、外部知識が獲得、同化、変換、活用されるプロセスに関するテストも兼ねていた。関係の多様性は外部知識の獲得に影響し、関係の質は同化を促し、獲得と同化の能力は知識を変換し活用する能力を高め、それが企業のパフォーマンスに影響するという一連の関係を明らかにした。研究成果をまとめて、B2B マーケティングの分野のメジャー・ジャーナルである Industrial Marketing Management に投稿した。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計3件（うち査読付論文 3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 Hara Yoritoshi, Iwashita Hitoshi | 4. 巻 - |
| 2. 論文標題 Legitimacy versus efficiency: implementation of in-person work in Japanese companies during the COVID-19 pandemic | 5. 発行年 2023年 |
| 3. 雑誌名 Journal of Asia Business Studies | 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/JABS-03-2022-0095 | 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 Yoritoshi Hara, Yonghoon Choi | 4. 巻 156 |
| 2. 論文標題 Vertical and horizontal governance in multiple-channel systems | 5. 発行年 2023年 |
| 3. 雑誌名 Journal of Business Research | 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） 10.1016/j.jbusres.2022.113529 | 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 Hara Yoritoshi | 4. 巻 37(1) |
| 2. 論文標題 Changes in industrial network logics: the case of the Japanese retail industry | 5. 発行年 2022年 |
| 3. 雑誌名 Journal of Business & Industrial Marketing | 6. 最初と最後の頁 1-13 |
| 掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1108/JBIM-05-2019-0213 | 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6件（うち招待講演 0件／うち国際学会 6件）

| |
|---|
| 1. 発表者名 Yoritoshi Hara, Takahiro Endo |
| 2. 発表標題 The hidden role of property rights in cultural production projects |
| 3. 学会等名 EMAC Regional Conference 2023（国際学会） |
| 4. 発表年 2023年 |

| |
|--|
| 1. 発表者名 Masayasu Nagashima, Junjiro Shintaku, Takahiro Tomino, Tetsuo Yoshimoto, Yoritoshi Hara |
| 2. 発表標題 A triad perspective of cross-functional integration (CFI) across new product development (NPD): case study of a multinational Japanese manufacturing company in China |
| 3. 学会等名 30th EurOMA Conference (国際学会) |
| 4. 発表年 2023年 |

| |
|--|
| 1. 発表者名 Yoritoshi Hara, Takahiro Endo |
| 2. 発表標題 Shared ownership and coordination problems in temporary organizations: Filmmaking joint ventures in Japan |
| 3. 学会等名 38th European Group for Organizational Studies Colloquium (国際学会) |
| 4. 発表年 2022年 |

| |
|--|
| 1. 発表者名 Yoritoshi Hara, Yonghoon Choi |
| 2. 発表標題 How do relationship structures affect knowledge adaptation for value enhancement? |
| 3. 学会等名 38th Industrial Marketing and Purchasing Conference (国際学会) |
| 4. 発表年 2022年 |

| |
|--|
| 1. 発表者名 Yoritoshi Hara, Yonghoon Choi |
| 2. 発表標題 Diversity or Embeddedness: What Activates Absorptive Capacities? |
| 3. 学会等名 ANZMAC (Australia and New Zealand Marketing Academy) Conference 2021 (国際学会) |
| 4. 発表年 2021年 |

| |
|---|
| 1. 発表者名 Yonghoon Choi, Yoritoshi Hara |
| 2. 発表標題 Performance Impacts of Inappropriate Channel Selection: The Trade-offs between Cost Reductions and Differentiated Channel Services |
| 3. 学会等名 37th Industrial Marketing and Purchasing Conference (国際学会) |
| 4. 発表年 2021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 |
|---------------------------|-----------------------|----|
|---------------------------|-----------------------|----|

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 |
|---------|---------|
|---------|---------|