

の底上げをはかり、個々の企業が置かれている現実を冷静に分析し、現地での展開を考える必要がある。しかし、国内にいても海外に出ても茨の道であることには違いはないのか…

参考文献

西原博之 (2017) 「モスバーガーの海外事業展開と台湾人経営パートナーの役割の事例研究 —台湾モスバーガー・現地経営パートナー、黄茂雄へのインタビューによる考察—」『明治学院大学産業経済研究所年報』第 34 巻, pp89-126.
苑志佳 (2018) 「日本の生産システムのアフリカへの現地移転に関する実証研究 —南アフリカに進出した

日系 Y 社の事例を中心に—」『立正大学経済学季報』第 67 巻第 2・3 号 pp.1-28.

中川充・中川功一・多田和美 (2015) 「海外子会社マネジメントにおける組織社会化のジレンマ—日系企業の新興国海外子会社 6 社の分析—」『日本経営学会誌』第 36 号, pp.38-48.

栗田匡相 (2018) 「インドネシア中小企業における労働者の質とその向上—自主学習教材配布実験の効果について—」『経済学論究』第 71 巻第 4 号 pp.115-127.

大崎考徳 (2017) 「標準化 vs. 適応化の再検討 —ユニクロ・フィリピンのケース—」『名城論叢』第 18 巻第 2・3 号 pp.151-161.

【Reference Review 63-6 号の研究動向・全分野から】

流通研究における重要な 3 つの研究対象

商学部教授 藤沢 武史

我が国における流通研究では流通チャンネルに焦点を当てた研究が多く、最近、新たな理論的展開と実証研究成果による発展が見られる。

製造企業と販売会社の間で取り得る流通マージンを競うのを避けて製販統合に至るといった伝統的な研究はやや陰を潜めているようだが、それでも、かかる研究成果に注目する向きは少なくない。

そのような中で、崔容薫「環境不確実性、チャンネル統合度および市場支配力の相互作用がチャンネル成長度に与える影響」『同志社商学』第 69 巻第 4 号 (pp.39-59) は、問題意識の鮮明さ、研究の着眼点、実証研究成果ともに興味を沸き立たせてくれる。というのも、製造業者が市場支配力を利用して取引困難性を克服することを取って代わるのはなぜかを考える上で、当該製造企業が資源の重複を回避し、他の用途への資源配分を優先する可能性を重視しているからである。理論的に表現すれば、「市場支配力の強い製造業者が統合チャンネルを構築する際に求められる限界費用が、統合チャンネルから彼らが享受できる限界利益を上回ることになる」(崔、p.40) というのに等しいからで

ある。より興味深いことは、環境不確実性とチャンネル構造との関連性に関して対立する 2 つの見解のいずれを崔が採択しているかである。

その結論を導くため、環境不確実性、チャンネル統合度、市場支配力という 3 つの要因が絡み合っ、チャンネル成長度に及ぼす影響を仮説化し、階層的重回帰分析を用いて仮説検証を試みている。市場支配力の強い製造企業といえども、不確実性が高まると統合チャンネルの利用によるチャンネル成果に負の影響が及ぶ(チャンネル成果を有意に悪化させる)という実証結果を得ている (p.55)。

流通研究には、製造企業と流通企業の関係構築に焦点を当てる研究以外に、物流システムを取り扱う研究も物流費の削減や物流システムの高度化に対応しないと国内外競争力の強化につながらないだけに、物流研究も無視できない。上羽博人「物流システムの構成要素とその高度化」『松山大学論集』第 29 巻、第 5 号 (pp.301-335) は、物流に関する基礎知識を学び、実践を知る上でも大いに参考になる。特に、製造業、流通業などで物流システムへの依存度が高まってきたのはなぜか

を知る良いきっかけを与えてくれる。物流がさまざまな内的外的要因により、そのシステムを物流整備の段階から物流システム化、ロジスティクス、SCM（サプライチェーン・マネジメント）へと高度化してきたプロセスと決定因を理解するのに役立つ。物流企業と荷主企業の間で自社の経営資源をグローバルに最適配置すれば、グローバル単位で利益の最大化が行えるのであり、かかる最適配置のための国際分業の中で、その支えとなる役割を物流、情報・通信システムが果たしている（pp.332-333）という示唆は当然のようであるが、SCMを理解する上で意義深い。

流通研究の中で業種に照準を絞った研究も近年は増加傾向にある。大参智「エレクトロニクス産業の取引継続性の研究—フィールド・アプリケーション・エンジニア（FAE）の役割—」『商学討究』第68巻第2・3号（pp.271-319）は、エレクトロニクス企業の技術情報、特に設計情報の共有に携わる技術機能に着目し、顧客と部品サプライヤーのエンジニア間のリレーションシップが取引継続性に与える影響をリレーションシップ・マーケティングの観点から検討している（pp.271-272）。共同設計時の豊富なコミュニケーション、FAE個

人の問題解決能力に対する認知と信頼およびプロフェッショナリズムの存在、FAEと顧客エンジニア間のリレーションシップの取引への影響、FAEが関係する取引の離散性、技術革新による産業構造の変化の影響を重要な戦略変数と扱い、仮説化に成功し、学術的インプリケーションならびに経営的インプリケーションを交えている。企業間のリレーションシップ構築にFAEの重要性が明らかにされ、その構成要因の多くが属人的であると示唆した点は注目に値しよう（pp.311-315）。

以上、3つの研究論文を紹介した。流通研究の対象を流通システム内の業者間の関係構築という視点から捉えると、第1に製造企業と流通企業との関係構築のあり方、第2にSCM研究で注目されたように、流通システムを支える重要な役割を遂行し、コスト合理化と顧客満足度に影響を与える物流企業の荷主や購入業者との関係構築、第3に完成品製造業者と部品サプライヤーの関係構築のあり方が問われることに気付いてほしい。こうした観点から最新の流通研究の中より、3つの論文を渉獵するに至った。流通研究を行う場合、研究主体に何を選ぶかを考える上で、参考にして頂ければ幸いである。